

Praxisstudien kompakt

Gut gemachte Studien zu aktuellen Themen der Wirtschaft sind für Praktiker und Wissenschaftler gleichermaßen interessant. Die Rubrik „Praxisstudien kompakt“ gibt Einblicke in relevante und informative Studien rund um die Thematik Medienwirtschaft.

In dieser Ausgabe präsentieren wir Ihnen die Studie „German Entertainment & Media Outlook 2025–2029“. Die von PricewaterhouseCoopers (PwC) jährlich veröffentlichte Analyse bietet einen umfassenden Überblick über die deutsche Unterhaltungs- und Medienbranche. Sie deckt historische Daten wie auch Prognosen für die kommenden fünf Jahre ab und ist nach den Kategorien Read, Watch, Listen, Play, B2B und Connectivity gegliedert. Neben detaillierten Marktdaten enthält die Studie Key Insights, Trendanalysen sowie Gastbeiträge von Branchenexperten.

Ein zentrales Thema ist erneut die Rolle der Künstlichen Intelligenz (KI), die zunehmend Geschäftsmodelle, Inhalte und Werbeformen prägt. Während traditionelle Segmente an Bedeutung verlieren, treiben insbesondere digitale Formate, Onlinewerbung und Internetvideo das erwartete Wachstum der Branche. Trotz gesamtwirtschaftlicher Unsicherheiten prognostiziert PwC für den deutschen Markt bis 2029 ein stabiles, von Digitalisierung und KI gestütztes Wachstum.

Falls Sie uns auf weitere Praxisstudien aufmerksam machen möchten, welche aus Ihrer Sicht in dieser Rubrik Platz finden sollten, wenden Sie sich gerne an Nina Zwingmann unter nina.zwingmann@lmu.de.

German Entertainment & Media Outlook 2025–2029



PwC, eine führende Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft, verfügt in den Bereichen Technologie, Medien und Telekommunikation über umfangreiches Know-how mit etwa 30 Partnern und 800 Mitarbeitern. Seit 2019 gibt PwC jährlich einen Branchenausblick heraus, basierend auf amtlichen Statistiken, Daten von Wirtschaftsverbänden, eigenen Quellen sowie indirekten Auskünften Dritter. Die Analyse aktueller Trends in der Unterhaltungs- und Medienbranche berücksichtigt wirtschaftliche, demografische, technologische und wettbewerbsbedingte Faktoren.

Read: Kostendruck und KI-Transformation im Verlagswesen. Laut Studie wird der Markt für Bücher, Zeitungen und Zeitschriften in Deutschland bis 2029 weiter schrumpfen, bleibt aber in Europa und global auf den vorderen Rängen. Digitale Ausgaben wachsen, ihr Anteil reicht jedoch nicht aus, um den Rückgang im Printbereich zu kompensieren. Besonders der deutsche Buchmarkt verliert an Dynamik: Nach Angaben des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels (BDB), die PwC in der Analyse aufgreift, sanken die Verkaufszahlen 2023 um knapp 2 %, bedingt durch Kaufzurückhaltung und steigende Kosten. Die Studie

betont, dass Verlage verstärkt auf digitale Strategien und KI setzen, um diesem Trend zu begegnen. Eine große Mehrheit der befragten Entscheider betrachtet KI als zentralen Hebel, um Prozesse effizienter zu gestalten, Kosten zu senken und neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. PwC verweist auf erste Einsatzfelder von KI in der Kundenkommunikation sowie in der (unterstützten) Textproduktion. Ergänzend werden „10 Thesen zur KI-Transformation“ von Stephan Scherzer, Bundesgeschäftsführer des MVFP, hervorgehoben. Darin wird unterstrichen, dass KI die etablierten Standards der Branche disruptiv verändert und nur dann langfristig Wert stiftet, wenn technologische Innovationen mit ethischen und rechtlichen Rahmenbedingungen einhergehen. Insgesamt wird betont, dass Verlage vor der doppelten Aufgabe stehen, Effizienz und Skalierbarkeit zu sichern und zugleich ihre Marken als vertrauenswürdige Informationsquellen im digitalen Wettbewerb zu positionieren.

Watch: Streaming boomt, lineares Fernsehen verliert.

Die Kräfteverhältnisse im Bereich Bewegtbild scheinen sich weiter zu verschieben. Das klassische Fernsehen verliert kontinuierlich an Relevanz: Pay-TV und TV-Werbung gehen laut Studie jährlich um rund 1,2 % zurück. Besonders der Wegfall des Nebenkostenprivilegs beschleunigt den Rückgang der Kabelhaushalte, während IPTV zwar leicht wächst, den Abwärtstrend aber nicht aufhalten kann. Anders präsentiert sich das Bild im digitalen Segment. Der deutsche Internetvideomarkt legte 2023 um fast 20 % zu. Bis 2028 wird ein jährliches Wachstum um durchschnittlich 7,4 % prognostiziert. Besonders dynamisch entwickeln sich dabei werbefinanzierte Angebote (A-VoD), während Subscription-Video-on-Demand (S-VoD) mit einer wachsenden Zahl an Abonnements das größte Marktvolumen ausmacht. Streaming bleibt damit der wichtigste Motor der Branche – getragen von neuen Plattformmodellen und veränderten Konsumgewohnheiten. Auch in der Onlinewerbung verlagern sich die Schwerpunkte: Videoformate gewinnen spürbar an Gewicht, insbesondere über Connected TVs, die mit jährlichen Wachstumsraten von über 18 % aufholen. Damit rückt Bewegtbild-Werbung in den Fokus digitaler Werbestrategien, während klassische Displayformate an Bedeutung verlieren. Parallel dazu zeigt die Studie, dass sich auch die Außenwerbung neu ausrichtet. Deutschland ist zwar nach wie vor größter Markt in Europa, doch das eigentliche Wachstum kommt aus digitalen Formaten. Ihr Anteil steigt bis 2028 auf fast 40 %, während traditionelle Plakatwerbung weiter zurückgeht. Schließlich beleuchtet die Studie auch den Kinomarkt. Nach einem massiven Plus von 29 % im Jahr 2023 wird das Vorkrisenniveau von 2019 voraussichtlich 2025 wieder erreicht. Während die Zahl der Tickets nur langsam zunimmt, steigen die Eintrittspreise kontinuierlich – ein Signal für die Premiumisierung des Kinoerlebnisses.

Listen: Streaming treibt, KI polarisiert. Der deutsche Musik-, Radio- und Podcastmarkt wird als dynamisch, aber

tief im Wandel beschrieben. Deutschland belegte 2023 im internationalen Vergleich Rang vier. Besonders deutlich wird die Dominanz des Streamings. Die Analyse weist für 2023 mehr als 213 Milliarden Abrufe aus, ein Plus von 12 % gegenüber dem Vorjahr. Spotify behauptet seine Spitzenposition und meldete Ende 2023 über 236 Millionen zahlende Abonnenten weltweit. Streaming bleibt damit der wichtigste Wachstumsmotor, auch wenn Diskussionen um faire Vergütung und neue Wettbewerbsmodelle anhalten. Gleichzeitig erholt sich die Livemusik. Nach massiven Einbrüchen während der Pandemie ziehen Konzerte und Festivals wieder mehr Publikum an. PwC erwartet, dass Live bis 2028 erneut etwa die Hälfte des Gesamtumsatzes ausmachen wird. Darüber hinaus rücken technologische Innovationen in den Vordergrund: KI wird bereits in Komposition, Textarbeit und Playlist-Erstellung eingesetzt. Dies eröffnet neue kreative Möglichkeiten, wirft jedoch zugleich Fragen zu Urheberrechten auf. Schließlich verweist der Ausblick auf eine veränderte Erlösverteilung. Während die Umsätze der Labels seit 2010 nur leicht gestiegen sind, haben sich die Auszahlungen an Künstler mehr als verdoppelt.

Play: Gaming zwischen Massenmarkt und technologischem Aufbruch.

Die aktuelle PwC-Analyse zeigt, dass Videospiele und E-Sport in Deutschland auf einem stabilen Wachstumspfad liegen. Nach einer Phase der Stagnation konnte der Markt 2023 um 3,2 % zulegen und wird bis 2028 weiter an Dynamik gewinnen. Deutschland rückt damit an die europäische Spitze und dürfte Großbritannien schon bald hinter sich lassen. Den größten Anteil sichern sich Social und Casual Games, die zwei Drittel des Umsatzes ausmachen und vor allem durch Mikrotransaktionen getragen werden. Neue Impulse entstehen durch die Integration von Werbung in Spiele. Während Werbeeinblendungen in Mobile Games längst selbstverständlich sind, wagen sich Publisher nun auch bei Konsolen- und PC-Titeln an erste Experimente. Entscheidend wird sein, ob personalisierte Formate von Spielerinnen und Spielern akzeptiert werden oder auf Widerstand stoßen. Ein weiteres Innovationsfeld bildet KI. Erste Ansätze mit dynamisch reagierenden Spielfiguren deuten darauf hin, dass KI künftig das Storytelling vertiefen und Spielwelten immersiver gestalten könnte. Noch ist offen, wann solche Anwendungen marktreif sind; das Potenzial für neue Spielerlebnisse ist jedoch beträchtlich. Auch im Bereich Virtual und Augmented Reality (VR/AR) verschieben sich die Gewichte. VR kämpft nach überhöhten Erwartungen mit Ernüchterung, bleibt aber ein Testfeld für immersive Formate. Deutlich größere Chancen sieht PwC bei AR, das sich bereits in den Alltag vieler Nutzerinnen und Nutzern integriert hat, etwa in Social Media, Navigation oder Shopping, und damit eine breitere Basis für Wachstum bietet. Damit wird ein Segment sichtbar, das auf verlässliche Umsatztreiber setzt und zugleich von technologischen Sprüngen geprägt ist: Casual Gaming sichert die Masse, während KI und AR neue Horizonte eröffnen.

B2B: Stabiler Markt mit Fokus auf Wirtschaftsinformationen und Messen. Mit einem Volumen von 13,1 Milliarden Euro zählt der deutsche B2B-Markt laut PwC-Prognose zu den Schwergewichten weltweit und rangiert hinter den USA auf Platz zwei. Seine Struktur zeigt sich seit Jahren bemerkenswert konstant: Den größten Anteil haben Wirtschaftsinformationen, die fast 60 % des Gesamtmarktes ausmachen. Nach der Pandemie ist das Geschäft deutlich erstarkt. 2023 wurde erstmals das Vorkrisenniveau überschritten, getrieben vor allem durch Fachmessen, die nach starken Einbrüchen ein beeindruckendes Comeback verzeichneten. Bis 2028 erwartet PwC hier ein durchschnittliches jährliches Wachstum von rund 3 %, was die anhaltende Bedeutung persönlicher Begegnungen im B2B-Sektor unterstreicht. Ergänzt wird das Kapitel durch einen Highlight-Artikel von Folker Treppe, der die Rolle von Nachhaltigkeit in der Medien- und Unterhaltungsbranche beleuchtet. Er argumentiert, dass ganzheitliche Energiekonzepte nicht nur regulatorische Anforderungen erfüllen, sondern auch als Wettbewerbsvorteil genutzt werden können. Damit wird das Thema strategische Energieversorgung als zukunftsweisend markiert, auch wenn es im Markt aktuell nicht den Haupttreiber darstellt. So erscheint der B2B-Markt insgesamt als verlässliche Säule, geprägt von stabilen Informationsdiensten und wiedererstarteten Messen – flankiert von Nachhaltigkeit als wichtigem Impuls aus der Expertenperspektive.

Connectivity: 5G, steigender Datenverbrauch und neue Anwendungen. Die Studie zeigt, dass Telekommunikation und Medien zunehmend ineinandergreifen. 2023 entfielen bereits mehr als die Hälfte der Serviceumsätze auf den Mobilfunk. Mit dem Ausbau von 5G steht 2026 ein technologischer Wendepunkt bevor: Dann übersteigen die 5G-Abonnements erstmals die Zahl der 4G-Verträge. Bis 2028 rechnet PwC mit fast 190 Millionen Mobilfunkverträgen in Deutschland. Der wichtigste Wachstumstreiber ist der rasant steigende Datenkonsum. Video-Streaming, Social Media und Gaming machen schon heute über 40 % des Volumens aus, ein Anteil, der sich laut Studie auch künftig halten wird. Während WLAN weiterhin dominiert, wächst der Anteil mobiler Datennutzung stetig. Begrenzte Volumentarife bremsen diesen Trend jedoch und zeigen, wie eng Infrastruktur und Nachfrage inzwischen miteinander verflochten sind. Besondere Dynamik geht von datenintensiven Anwendungen wie Car-to-X-Kommunikation, Virtual Reality oder immersiven Entertainment-Formaten aus. Sie verlangen stabile Netze mit niedriger Latenz und treiben die Nachfrage nach leistungsfähiger Konnektivität kontinuierlich nach oben. Einen kurzen Exkurs widmet PwC der EU-KI-Verordnung. Sie könnte für Telekommunikationsanbieter zusätzliche Anforderungen bringen und damit Innovationen bremsen. Die Analyse betont allerdings, dass die regulatorischen Rahmenbedingungen derzeit noch im Fluss sind und die langfristigen Auswirkungen offenbleiben.

Damit positioniert die Studie Connectivity als strategisches Rückgrat der Medien- und Unterhaltungsbranche: Ohne leistungsfähige Netze lassen sich weder digitale Inhalte noch zukünftige datenintensive Innovationen realisieren.

Zusammenfassend wird die deutsche Unterhaltungs- und Medienbranche als Markt im Wandel beschrieben. Während klassische Segmente wie Print und lineares Fernsehen weiter an Reichweite verlieren, sichern digitale Bereiche – allen voran Streaming, Onlinewerbung, Games und Connectivity – das Wachstum der kommenden Jahre. Gleichzeitig betont die Analyse die Rückkehr physischer Formate. Konzerte, Festivals und Fachmessen knüpfen an ihre alte Stärke an und unterstreichen, dass persönliche Begegnungen und Live-Erlebnisse trotz Digitalisierung unverzichtbar bleiben. Als verbindendes Element zieht sich die KI durch alle Segmente: Sie treibt Effizienz und Personalisierung voran und eröffnet neue Geschäftsmodelle, bringt aber auch Herausforderungen bei Regulierung und Vertrauen mit sich. In Summe ergibt sich ein Bild moderaten, aber stabilen Wachstums bis 2029, getragen von der digitalen Dynamik und der erneuten Bedeutung gemeinschaftlicher Erlebnisse.

Die volle Studie steht auf der Webseite von PwC kostenlos zum Download zur Verfügung.

Nina Zwingmann M.Sc., LMU München
Prof. Dr. Martin Gläser,
Hochschule der Medien Stuttgart