

MEDIENKONSUM: DEUTSCHE WOLLEN MEHR GELD FÜR MEDIEN AUSGEBEN

Hier drei Euro für die Tageszeitung, dort zehn Euro für den Streamingdienst und noch mal 20 Euro für Fußball oder Formel 1 oben drauf: Medienkonsum kann ganz schön teuer sein. Dennoch wollen die Deutschen zukünftig noch tiefer für Medien in die Tasche greifen.

Dies zumindest geht aus der August-Ausgabe des ›Trendmonitor Deutschland‹ des Marktforschungsinstituts Nordlight Research hervor, bei der 1.079 Privatpersonen ab 16 Jahren in deutschen Haushalten mit Internetanschluss befragt wurden. Danach sind klassische Angebote genauso beliebt wie digitale. Künftig wollen 68% der Befragten für Medienprodukte mehr Geld ausgeben, 60% für andere Medienarten hingegen weniger – das ergibt ein Plus von 8%. Die meisten Befragten wollen in Zukunft vor allem für

gedruckte Bücher mehr Geld ausgeben. Erst danach folgen digitale Angebote wie E-Books und kostenpflichtige Streamingdienste (sowohl Video als auch Musik). Weniger Geld ausgeben wollen die Deutschen hingegen für Zeitschriften und Magazine sowie für CDs, Bezahlfernsehen und die Tagespresse. Besonders im Streamingbereich sieht die Umfrage großes Wachstumspotenzial: 16% derjenigen, die ohnehin schon für einen Streamingdienst zahlen, wollen künftig noch mehr ausgeben und beispielsweise einen weiteren

Anbieter abonnieren. Insbesondere bei den 16- bis 29-Jährigen ist dieser Wunsch besonders ausgeprägt. Allerdings: Rund die Hälfte der Befragten zeigt an kostenpflichtigen Streamingdiensten kein Interesse. Generell boomt der Medienkonsum der Bundesbürger derzeit: 68% schauen beispielsweise täglich mindestens zwei Stunden Fernsehen, Videos oder Internetclips, 25% sogar mindestens vier Stunden. Im Internet surfen 29% der Deutschen in ihrer Freizeit täglich zwei und mehr Stunden.

DIGITALDRUCK-KONGRESS KONZEPTE UND ANWENDUNGSFELDER

Der 4. Digitaldruck-Kongress am 6. Februar 2019 in Düsseldorf beschäftigt sich mit Strategien, Geschäftsmodellen, Instrumenten, Konzepten und Anwendungen im Digitaldruck-Markt.

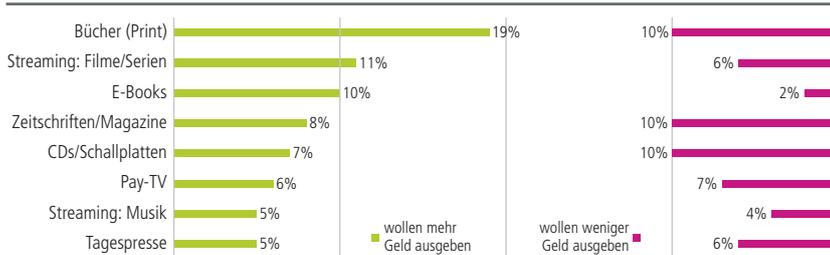
So beschreibt Klaus Busch, Geschäftsführer der Druckerei Busch GmbH, wie er den Bogenetikettendruck um Rollenetiketten erweiterte, welche strategischen Überlegungen dahinterstecken, wie er bei der Etablierung des Angebotes vorgeht und warum das neue Standbein ein Zukunftsmarkt für ihn ist. ›Think Big‹ lautet das Motto von Steffen Tomasi, Geschäftsführer der Flyerline Schweiz AG, ein überaus erfolgreiches Unternehmen der Schweiz. Tomasi zeigt auf, wie das Unternehmen mit innovativen LFP-Produkten und genialen Marketing-Aktionen auf sich aufmerksam macht und sein Geschäft kontinuierlich ausbaut. Um mehr als den digitalen Druck geht es in dem Vortrag von Thomas Egenolf, Offsetdruckerei Schwarzach GmbH, aus Österreich. Sein Unternehmen ist auf Verpackungen in kleinen und mittleren

Auflagen spezialisiert. Egenolf berichtet von seinen Erfahrungen bei der Einführung einer digitalen Unternehmensstrategie und zeigt auf, wie Web-to-Packaging-Projekte heute realisiert werden können. Darüber hinaus beschäftigt sich Patrick Donner, Geschäftsführer Traffic Print Online Solutions GmbH, in seinem Vortrag mit dem Thema ›Digitalisierung – Totengräber der Druckindustrie?‹; Rainer Wilke, Geschäftsführer Christiansen Print GmbH, berichtet über die ›Digitale Transformation‹ aus der Praxis und Peter Sommer, Geschäftsführer Elanders GmbH, thematisiert den Umstand ›Mit Digitaldruck Geld verdienen‹ zu können.

Das vollständige Programm, Anmelde-möglichkeit und weitere Informationen:

› www.ddk2019.de

TRENDS BEIM MEDIENKONSUM 2018 DEUTSCHLAND (IN %)



Quelle: ›Trendmonitor Deutschland‹, Nordlight Research, August 2018. Druckmarkt-Grafik: 11/2018.

Toscana

Edle Weine der Brüder Davaz.

www.poggioalsole.com

www.davaz-wein.ch

Graubünden