



# **GOLDMEDIA TRENDMONITOR 2021**

**KEY TRENDS DES JAHRES 2021 IN DEN BEREICHEN MEDIEN, ENTERTAINMENT UND TELEKOMMUNIKATION**

**GOLDMEDIA**

# IMPRESSUM

## **Herausgeber**

Goldmedia GmbH Strategy Consulting  
Prof. Dr. Klaus Goldhammer  
Oranienburger Str. 27 | 10117 Berlin-Mitte  
Telefon: 030-246 266 0 | Fax: 030-246 266 66  
[www.Goldmedia.com](http://www.Goldmedia.com)

Dieses Dokument ist urheberrechtlich geschützt. Presseabdruck honorarfrei unter Angabe der Quelle. Alle Inhalte des Dokuments wurden nach bestem Wissen recherchiert und erstellt. Für Irrtümer und Druckfehler übernimmt der Herausgeber jedoch keine Verantwortung. Der Herausgeber trägt ebenso keinerlei Verantwortung oder Haftung für Handlungen, Aktivitäten oder Unterlassungen, die auf Grundlage der Inhalte und Empfehlungen dieser Studie erfolgen.

## **Goldmedia Trendmonitor 2021**

Im Trendmonitor gibt die Beratungs- und Forschungsgruppe Goldmedia einen Jahresausblick auf relevante und ausgewählte Entwicklungen in der Medien- und Entertainment-Branche. Die Studie erscheint jährlich seit 2011.

## **Pressekontakt**

Dr. Katrin Penzel, Tel: +4930-246 266-0, [Katrin.Penzel@Goldmedia.de](mailto:Katrin.Penzel@Goldmedia.de)

## **Bildquellen**

Cover: Photo by [Amy-Leigh Barnard](#) on [Unsplash](#); Copyright jeweils am Bild

**Abdruck honorarfrei. Bitte schicken Sie uns ein Belegexemplar.  
Bildmaterial auf Anfrage und unter <https://www.goldmedia.com>**

Redaktionsschluss: 10. Januar 2021; Redaktion: Dr. Katrin Penzel

# THEMEN (1)

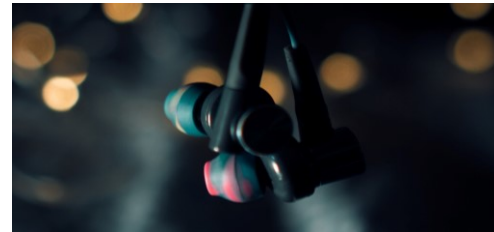
CLOUD-GAMING  
STREAMING MEETS GAMES



SCHNELLES INTERNET  
DTL. WIRD GIGABIT-LAND



PODCAST  
MEHR ORIGINALS GEFRAGT



KINOFILME  
KINOSTART PER STREAMING



VOD-NUTZUNG  
TREND ZUM DRITTEN ABO



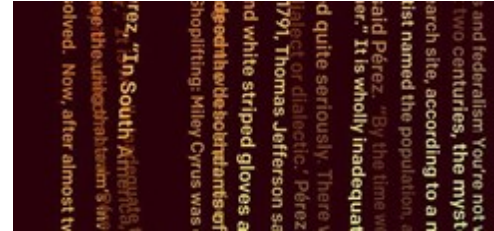
ZEITUNGEN  
PRINT FINDET ALTERNATIVEN





# THEMEN (2)

KI UND JOURNALISMUS  
REVOLUTION DURCH GPT-3



MOBILFUNK  
DATENVERBRAUCH PLUS 50%



GLÜCKSSPIELREFORM  
ONLINE-CASINOS 2021 LEGAL



CLOUD-DIENSTE  
CORONA WIRKT ALS TURBO



MEHR NACHHALTIGKEIT  
MIT WEITSICHT WIRTSCHAFTEN



GOLDMEDIA  
LEISTUNGSPORTFOLIO



# TRENDMONITOR 2021

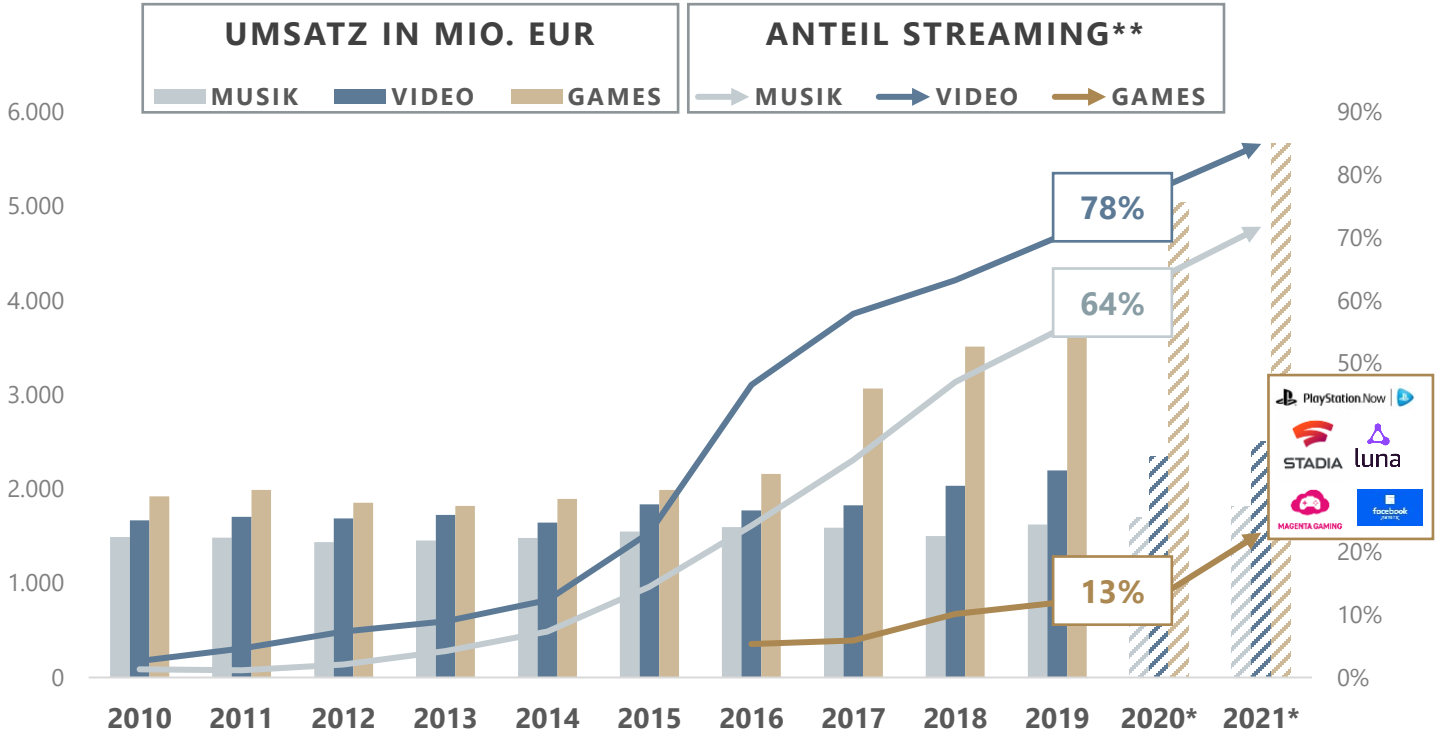
---

THEMEN

# NACH MUSIK UND VIDEO: MIT CLOUD-GAMING EROBERT STREAMING AUCH DEN GAMES-MARKT

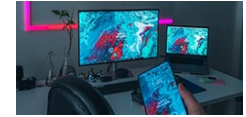


UMSATZ IM DEUTSCHEN MUSIK-, VIDEO- UND GAMES-MARKT 2010-2021  
IN MIO. UND ANTEIL STREAMING\*\* IN %, \*2020/21 PROGNOSE



\*\*bei Games: Umsatz mit Onlinegebühren, dazu zählen Games-Streaming-Dienste wie Playstation Now sowie Online-Services wie Xbox Live, Xbox Game Pass und Playstation Now, Anteil am Games-Umsatz ohne Hardware; ausgewiesene Umsatzanteile: Stand 06/2020; Quelle: Goldmedia-Analyse, Bundesverband Musikindustrie, game, GfK

Photo by tarn-nyuen on Unsplash



# NACH MUSIK UND VIDEO: MIT CLOUD-GAMING EROBERT STREAMING AUCH DEN GAMES-MARKT

Der Streaming-Trend ist nicht aufzuhalten. Die Musik- und Videoindustrie hat er bereits komplett verändert: Spotify, Deezer und Co. machten 2020 schon rund zwei Drittel der Umsätze in der deutschen Musikindustrie aus. Und Netflix, Amazon Prime sowie andere VoD-Services sorgten für mehr als drei Viertel der Umsätze im deutschen Videomarkt.

Im größten Entertainment-Segment, dem Games-Markt, ist Streaming dagegen bislang noch ein Nischenprodukt. Doch die Technologie funktioniert, und immer mehr Anbieter bringen Services heraus. Damit steht das Streaming in den Startlöchern, nach Musik und Video 2021 auch den nächsten Entertainment-Markt zu erobern.

Sony hat mit Playstation Now schon seit 2017 einen Cloud-Gaming-Service aktiv. Die beiden anderen großen Konsolenhersteller Nintendo und Microsoft bieten ebenfalls bereits Games as Stream an, und auch die Telekom mischt mit MagentaGaming im Wettbewerb mit.

Neben Hardware-Anbietern wie Nvidia bringen sich zudem die großen Technologie-Konzerne in Stellung. Google startete bereits Ende 2019 Stadia, und Facebook Gaming bietet seit Juli 2020 das Streaming von mobilen Spielen.

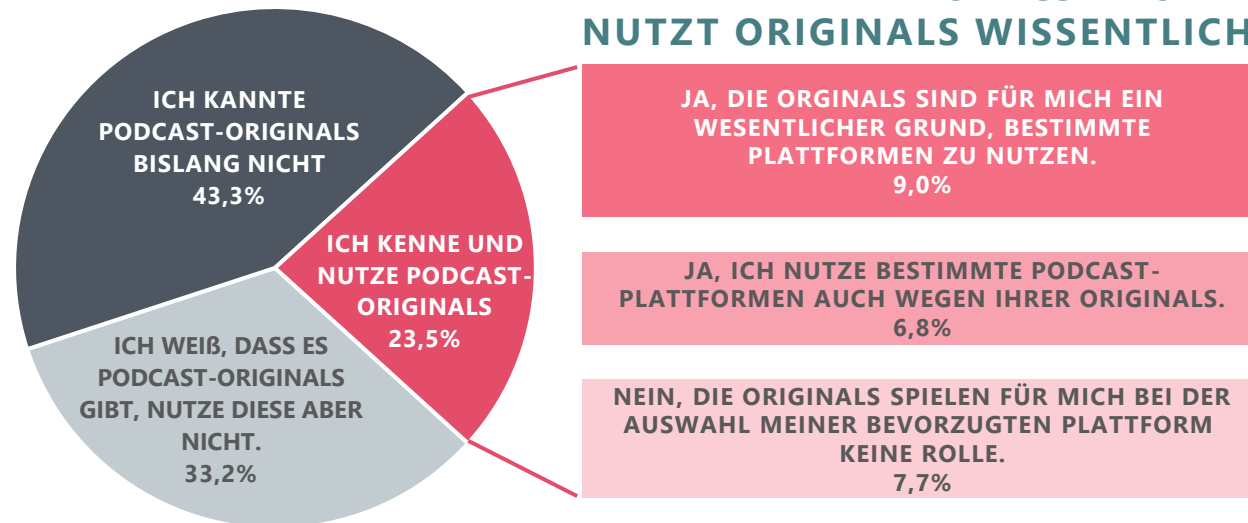
Zuletzt hatte Amazon im September 2020 mit Luna einen Cloud-Gaming-Service gelauncht – bislang allerdings nur in den USA. Der große Vorteil für die Spieler\*innen: Teure Hardware ist nicht mehr nötig. Cloud-Gaming funktioniert auf nahezu allen Geräten, vom veralteten PC über das Handy bis hin zum Smart-TV – es reicht eine stabile Internetverbindung mit einer Downstream-Rate von mindestens 25, besser 50 Mbit/s. Dies ist dank immer höherer verfügbarer Bandbreiten häufig kein Engpass mehr.

# ORIGINALS GEFRAGT. EXKLUSIVER CONTENT GEWINNT

## AUCH IM PODCAST-MARKT WEITER AN BEDEUTUNG

### BEKANNTHEIT, NUTZUNG UND BEDEUTUNG VON PODCAST-ORIGINALS BZW. EXKLUSIVES IN DEUTSCHLAND, 2020

#### EIN VIERTEL DER PODACST-HÖRER NUTZT ORIGINALS WISSENTLICH



2021



Fragen (gekürzt): 1. Einige Podcast-Plattformen bieten Exklusiv-Inhalte an. Welche Aussage trifft auf Sie zu? 2. Sie kennen und nutzen Podcast-Originals. Sind diese für Sie ein Grund, genau die Plattform, auf denen die Originals verfügbar sind, zu nutzen?

Quelle: [Goldmedia POD-Ratings.com](https://www.goldmedia.com) Basis: 10,378 Mio. aktive Podcast-Hörer\*innen in Deutschland, n=2.219, CAWI-Befragung mittels Online Access Panel

Quelle: Goldmedia Trendmonitor 2021, [www.Goldmedia.com/Trendmonitor-2021](https://www.Goldmedia.com/Trendmonitor-2021)





# ORIGINALS GEFragt: EXKLUSIVER CONTENT GEWINNT AUCH IM PODCAST-MARKT WEITER AN BEDEUTUNG

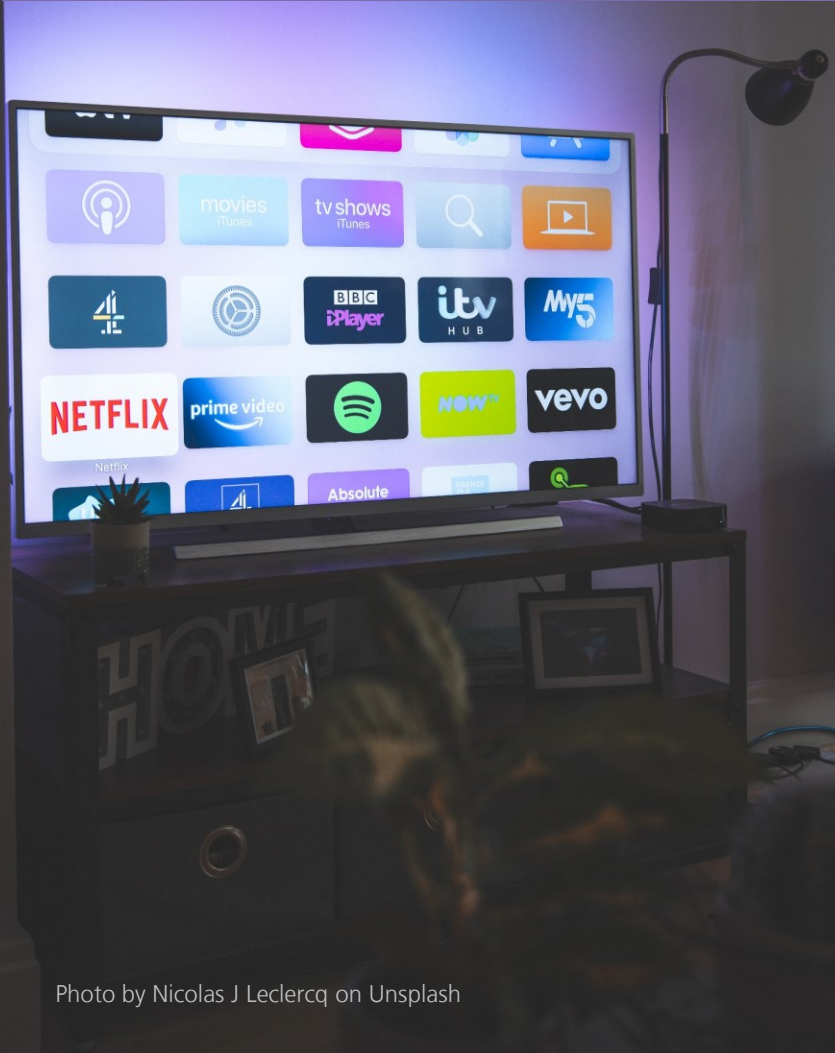
Exklusive Inhalte sind auch im Podcast-Markt ein wichtiger Treiber. Die sog. Originals stehen auf den Hitlisten weit oben: So gehörten die Spotify-Originals „Gemischtes Hack“ oder „Fest und Flauschig“ 2020 zu den beliebtesten Podcasts in Deutschland. [www.POD-Ratings.com](http://www.POD-Ratings.com) Dieser Trend wird sich 2021 noch verstärken – auch, weil immer mehr Celebrities das populäre Audio-Format für sich entdecken und ihre eigenen Podcasts exklusiv vermarkten.

Das zieht bei den Hörer\*innen: Aktuell nutzt etwa ein Viertel (23,5 %) der Podcast-Nutzer\*innen exklusive Inhalte wissentlich. Für mehr als ein Drittel (38 %) der Originals-Hörer\*innen sind diese Exclusives sogar ein wesentlicher Grund, eine bestimmte Plattform zu nutzen (Goldmedia, Juli 2020). Wichtige Anbieter von Originals sind u. a. Spotify, Audible, Deezer, AudioNow (RTL) oder FYEO (ProSieben).

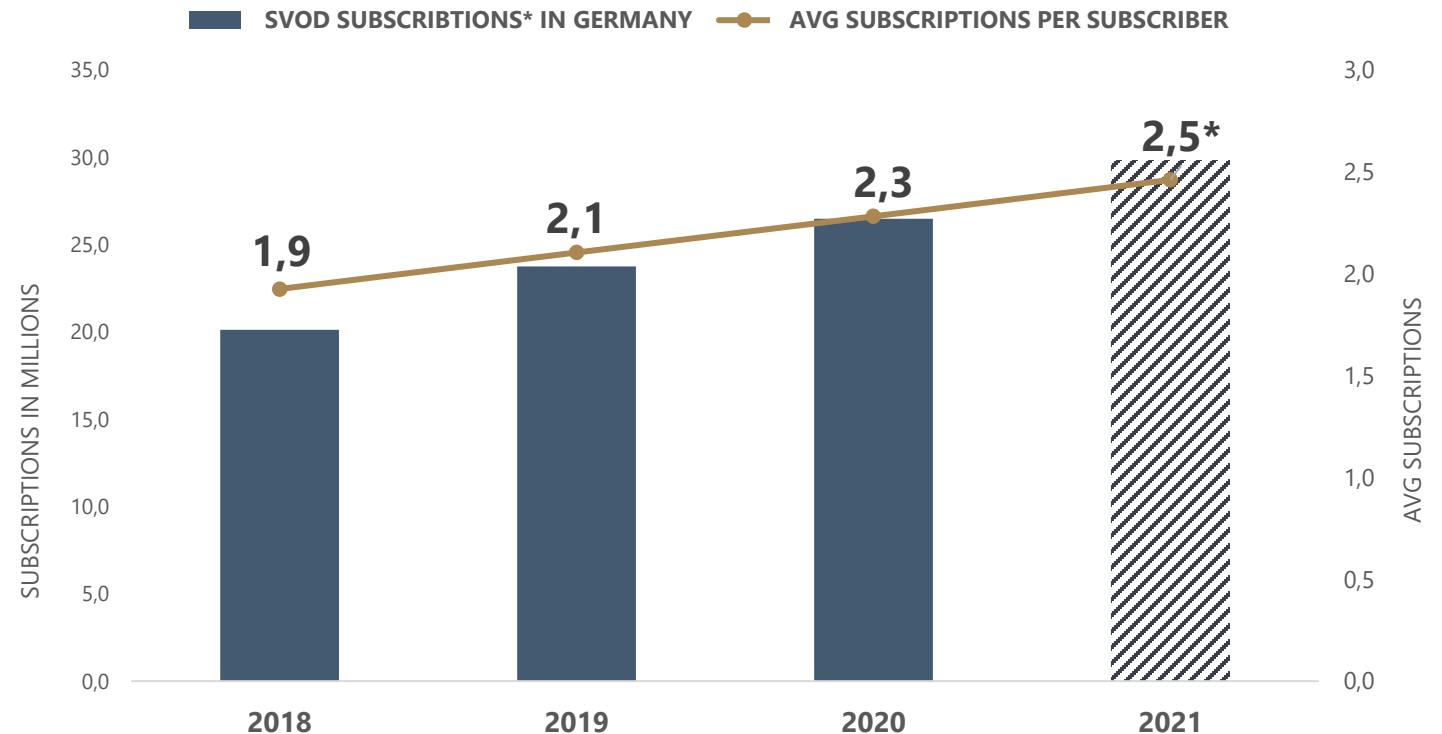
Stark im Kommen sind Influencer- und Celebrity-Podcasts. Prominente Beispiele hierfür sind die Podcasts von Bianca und Julian Claßen (Das ist ja Claße(n)), Oliver und Amira Pocher (Die Pochers hier!) oder Toni und Felix Kroos (Einfach mal Luppen). Im dichten Dschungel nationaler und internationaler Podcasts haben diese den Vorteil, dass ihre Protagonisten schon von vornherein eine große Fan-Basis mitbringen. Das verhilft ihnen und dem Podcast-Markt insgesamt zu noch mehr Popularität.

# VOD SUBSCRIPTIONS ARE ON THE RISE IN GERMANY

## THE TREND GOES TOWARDS A THIRD SUBSCRIPTION

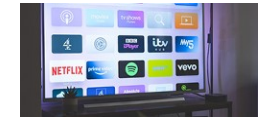


NUMBER OF SVOD SUBSCRIPTIONS\* IN MILLIONS AND AVERAGE SUBSCRIPTIONS PER SUBSCRIBER, \*\*FORECAST FOR 2021



Quelle: Goldmedia Trendmonitor 2021, [www.Goldmedia.com/Trendmonitor-2021](http://www.Goldmedia.com/Trendmonitor-2021)

\* Subscriptions NOT subscribers \*\*2021 Forecast



# VOD SUBSCRIPTIONS ARE ON THE RISE IN GERMANY: TREND GOES TOWARDS A THIRD SUBSCRIPTION

2020 was a breakthrough year for SVOD streaming in Germany, with the number of subscriptions rising to unprecedented levels. However, the increase in subscriptions is not exclusively driven by new subscribers, but above all by existing subscribers adding new subscriptions. In 2021, the average of two subscribers will finally be surpassed and the trend will be towards three subscriptions per subscriber.

In Germany this means that for most SVOD subscribers a third slot will become available alongside Prime Video and Netflix, which is flexible and driven by low-cost offers. With more and more new providers competing for the coveted third place in the market, this will be a question of long-term financial support.

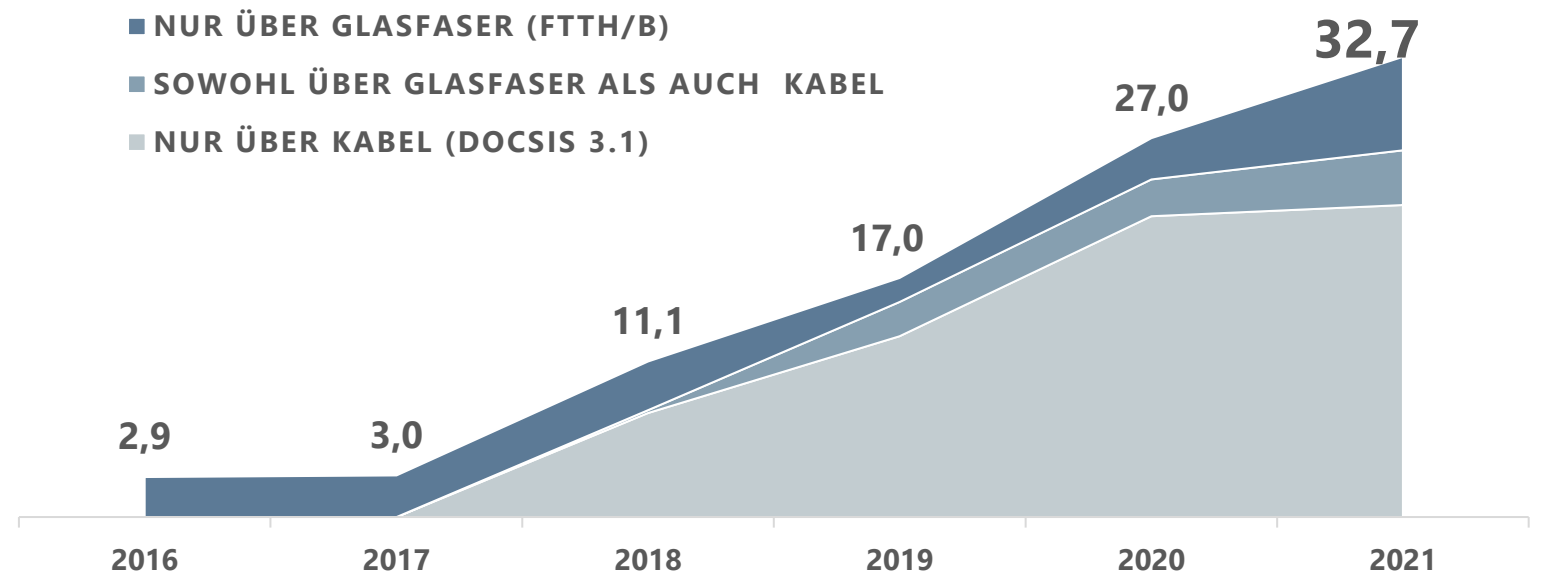
## **Die Zahl der VoD-Abonnements in Deutschland nimmt weiter zu: Der Trend geht zum Dritt-Abo**

2020 gab es im deutschen SVOD-Streaming-Markt viel Bewegung: Der Anstieg bei den Abonnements ist beispiellos. Das Wachstum ist jedoch nicht allein auf neue Abonnenten zurückzuführen, sondern vor allem darauf, dass Abonnenten sich zusätzlich für neue Dienste entscheiden.

Abonnierten deutsche VoD-User bisher durchschnittlich zwei Streaming-Dienste, geht der Trend im Jahr 2021 in Richtung drei Abonnements. Das heißt, die meisten SVOD-Abonnenten werden einen dritten Slot neben Prime Video und Netflix nutzen. Dieser muss flexibel und v. a. kostengünstig sein. Da immer mehr neue Anbieter um diesen begehrten dritten Platz auf dem Markt konkurrieren, wird entscheidend sein, wer den längeren Atem zur Finanzierung von attraktiven Angeboten hat.

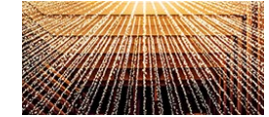
# DEUTSCHLAND WIRD GIGABIT-LAND: BIS 2021 HABEN FAST 80 % ALLER HAUSHALTE ZUGANG ZU SUPERSCHNELLEM INTERNET

ZAHL DER MIT GIGABIT-INTERNET VERSORGBAREN HAUSHALTE  
IN DEUTSCHLAND, 2016-2021, IN MIO.



Goldmedia-Analyse 2020 auf Basis VATM, BREKO, Breitbandatlas, Vodafone, eigener Recherchen,  
Goldmedia Trendmonitor 2021, VÖ: Dez. 2020, [www.Goldmedia.com/Trendmonitor-2021](http://www.Goldmedia.com/Trendmonitor-2021)





# DEUTSCHLAND WIRD GIGABIT-LAND: BIS 2021 HABEN FAST 80 % ALLER HAUSHALTE ZUGANG ZU SUPERSCHNELLEM INTERNET

Superschnelles Internet mit einer Downstreamrate von mindestens 1 Gigabit pro Sekunde wird in immer mehr Haushalten verfügbar. Bis Ende 2021 werden 32,7 Mio. Haushalte in Deutschland mit Gigabit-Internet versorgt sein, dies sind dann mehr als 79 Prozent aller Haushalte.

Neben reinen Glasfaseranschlüssen bis ins Haus – Fibre to the Home bzw. Fibre to the Building (FTTH/B) – können auch die TV-Kabelnetze auf Basis des Kabelnetzstandards DOCSIS 3.1 die hohen Geschwindigkeiten liefern.

Der DOCSIS 3.1-Ausbau startete 2018 und ist ein wesentlicher Wachstumstreiber für die Gigabitversorgung in Deutschland.

# DER GEIST IST AUS DER FLASCHE: IMMER MEHR NEUE FILME WERDEN 2021 ALS STREAMING-ANGEBOTE STARTEN

## STREAMING-ANBIETER SIND BEREIT FÜR KINO-BLOCKBUSTER (BEISPIELE)

HOME > FILM > NEWS

Oct 24, 2020 8:38am PT

The New York Times

What to Watch > | Best Movies on Netflix | Best of Disney Plus | Best of Amazon Prime | Holiday TV | Best Netflix Documentaries

### James Bond Film 'No Time to Die' Explored \$600 Million Sale to Streaming Services

By Brent Lang, Matt Donnelly

Q 29     



Nicola Dove

### Warner Bros. Says All 2021 Films Will Be Streamed Right Away



Hy Quan Quach | 03.12.2020 22:57

© Warner Bros.

Screenshots: James Bond – Variety 24.10.2020; <https://www.nytimes.com> 04.12.2020; <https://www.kino.de> 04.12.2020;  
Quelle: Goldmedia Trendmonitor 2021, [www.Goldmedia.com/Trendmonitor-2021](http://www.Goldmedia.com/Trendmonitor-2021)



# DER GEIST IST AUS DER FLASCHE. IMMER MEHR NEUE FILME WERDEN 2021 ALS STREAMING-ANGEBOTE STARTEN

Was einst als unumstößliche Regel für die Verwertungsfenster galt – erst das Kino, dann DVD, Pay-TV und Free-TV –, wurde 2020 durch Corona und die zahlungskräftigen VoD-Plattformen massiv disruptiert. Jetzt heißt es plötzlich immer öfter: Digital First!

Die Känguruh-Chroniken wechselten in der ersten Lockdown-Phase schnell in eine digitale Verwertung. Dafür bedurfte es noch einer Ausnahmegenehmigung. Viele der von den VoD-Plattformen selbst produzierten Inhalte müssen ohnehin nicht zuerst im Kino gezeigt werden. Und gerade Filmstudios teurer Blockbuster wie der neue James Bond Film, für den sich eine Reihe von VoD-Plattformen als Erstverwerter interessiert haben sollen (Kostenpunkt: 600 Mio. Dollar), werden genau überlegen, was sich für sie in Zukunft mehr lohnt: Kino oder S-VoD?

Warner Bros. hat für 2021 schon angekündigt, dass in den USA 17 Filme gleichzeitig mit dem Kinostart auch beim Streaming-Dienst HBO Max erscheinen sollen.

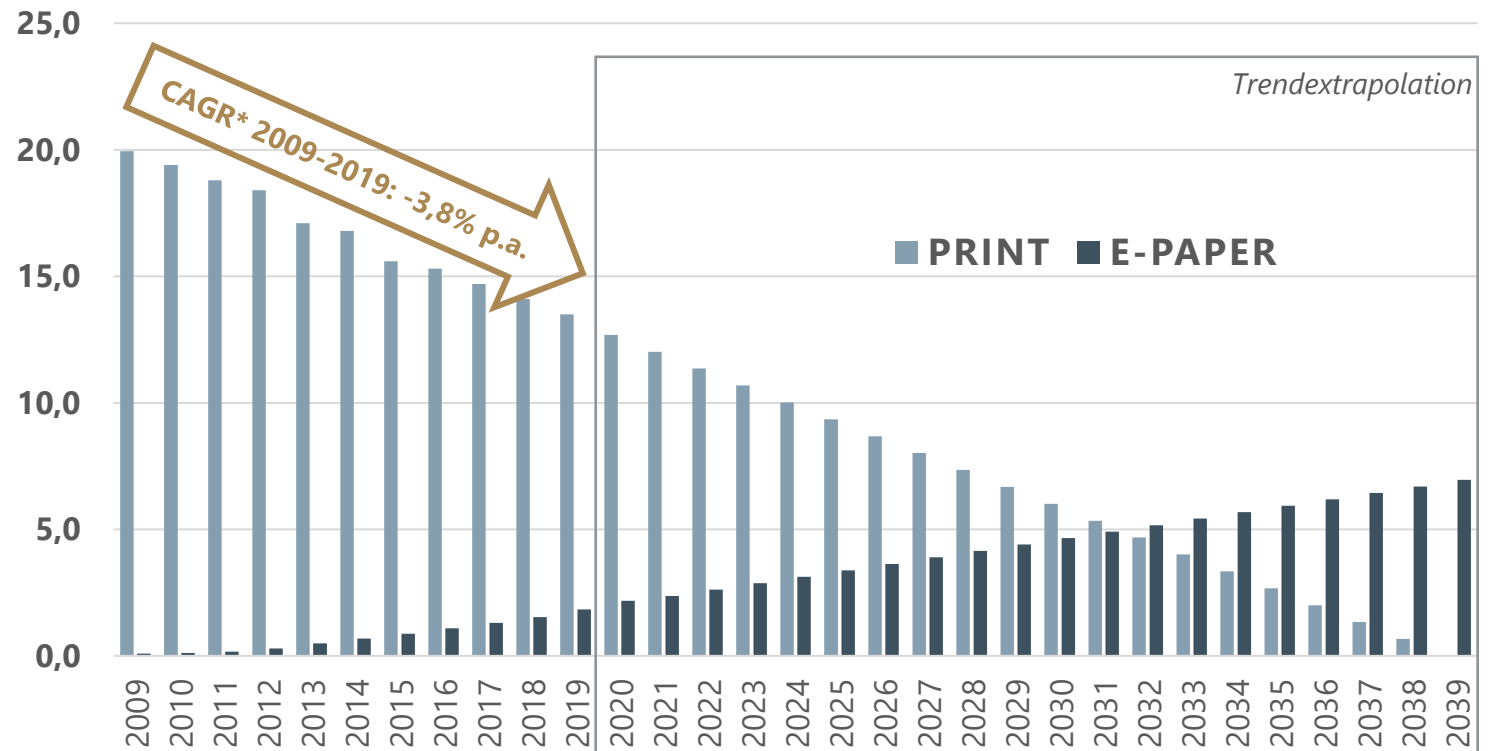
Eine mögliche Antwort der Kinos wäre es, rasch selbst eine VoD-Plattform aufzubauen, um für die Streaming-Zukunft gerüstet zu sein. Kino@Home wäre ein wirklich neuer Trend. Für die Kinowerbung gibt es bereits Ansätze.

# 2038 WÄRE SCHLUSS MIT GEDRUCKTER TAGESZEITUNG

## VERLAGE SUCHEN UND FINDEN DIGITALE ANTWORTEN



ENTWICKLUNG DER VERKAUFTE AUFLAGE ALLER TAGESZEITUNGEN, PRINT UND E-PAPER IN DEUTSCHLAND VON 2009-2019, PROGNOSE BIS 2039, IN MILLIONEN



Quelle: Goldmedia Trendmonitor 2021, [www.Goldmedia.com/Trendmonitor-2021](http://www.Goldmedia.com/Trendmonitor-2021)  
 IVW, Auflagenstatistik der ZMG, \*CAGR: Compound Annual Growth Rate





# 2038 WÄRE SCHLUSS MIT GEDRUCKTEN TAGESZEITUNGEN! – ABER DIE VERLAGE SUCHEN UND FINDEN DIGITALE ANTWORTEN

Seit Jahren sinken die verkauften Auflagen der gedruckten Tageszeitungen. Im Durchschnitt gibt es jährlich ein Minus von 3,8 Prozent. Die BILD-Zeitung sticht dabei heraus, sie verliert pro Jahr 7,5 Prozent. Würde man diese Entwicklung fortschreiben in einer Hochrechnung, wäre mit den gedruckten Tageszeitungen insgesamt im Jahr 2038 Schluss – bei der BILD schon 2028!

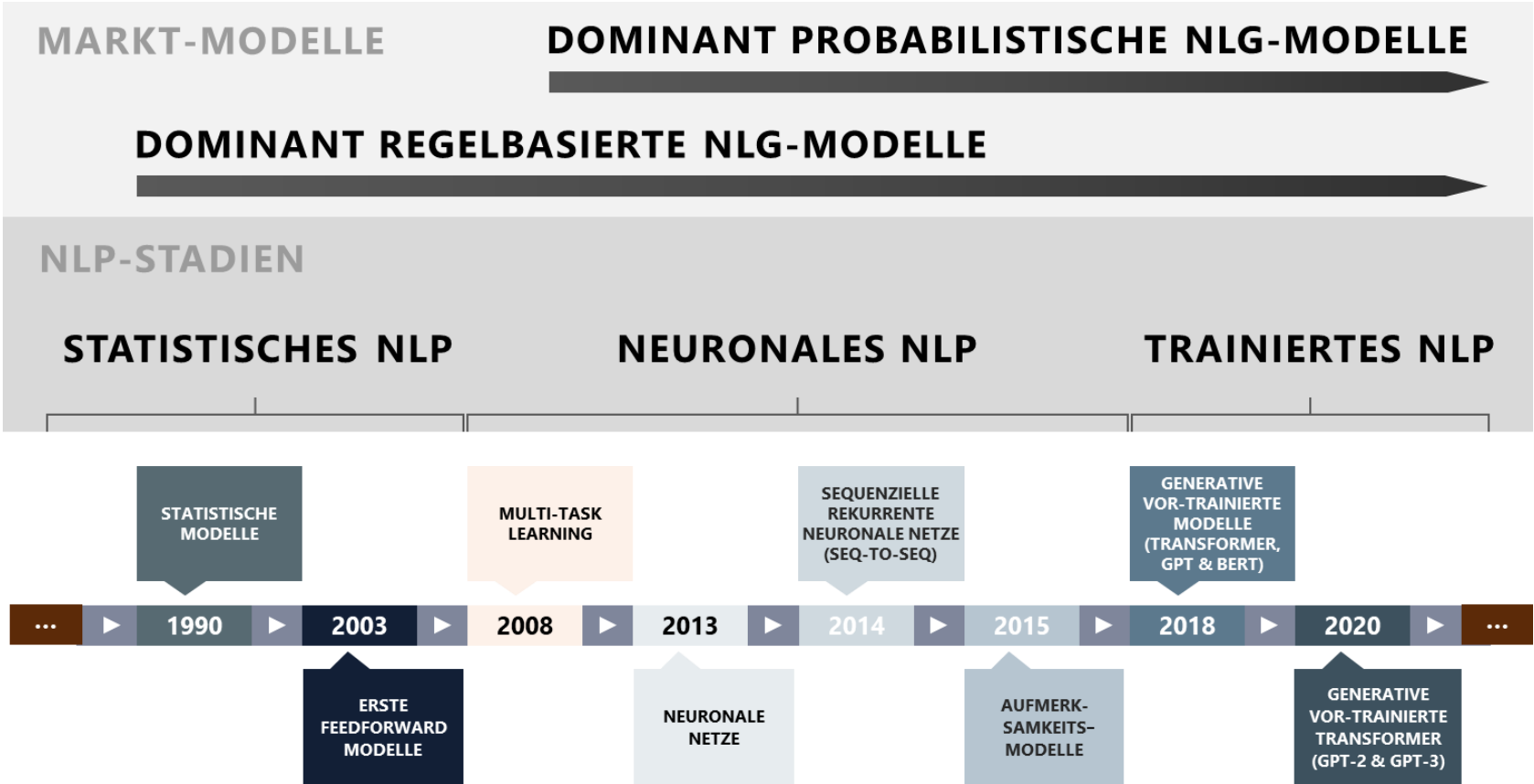
Doch die Zeitungsverleger sind nicht untätig. Sie entwickeln erfolgreich digitale Angebote und Vertriebsmodelle.

Erstmals erreichten E-Paper Mitte 2020 die Zwei-Millionen-Grenze (IVW, ZMG)! Auch die übrigen Onlineangebote der Zeitungen erzielten inzwischen sehr hohe Reichweiten. 2021 wird diese Entwicklung rasch voranschreiten. Die Fördermittel des Bundes von rund 200 Mio. Euro für die digitale Transformation des Verlagswesens werden diesen Wandel wirksam unterstützen.

# ALGORITHMISCHER JOURNALISMUS WIRD AB 2021

# DURCH TRANSFORMER-MODELLE REVOLUTIONIERT

ENTWICKLUNG ZENTRALER  
MODELLE IM ALGORITHMISCHEN  
JOURNALISMUS, 1990-2021



Grafik: Prien, T. 2020 nach: Brill & Mooney, 1997; Liddy, 2003; Wilks, 2005; Hancox, 2010; Khurana et al., 2017, 7f.; Z. Chen et al., 2019, 2f.; Lee, 2020, S. 163–167; Louis, 2020  
Quelle: Goldmedia Trendmonitor 2021, VÖ: Dez. 2020, [www.goldmedia.com/trendmonitor-2021](http://www.goldmedia.com/trendmonitor-2021)



# ALGORITHMISCHER JOURNALISMUS WIRD AB 2021 DURCH TRANSFORMER-MODELLE REVOLUTIONIERT

Vortrainierte Transformer-Modelle wie das GPT-3-Modell der OpenAI Foundation könnten ab 2021 für eine Revolution im Bereich des algorithmischen Journalismus sorgen: Mit 175 Milliarden Parametern ermöglichen sie die Erzeugung von KI-Texten, die häufig nicht mehr von menschengemachten Texten zu unterscheiden sind.

Auch ohne KI-Expertenwissen lässt sich so mit geringem Aufwand die Produktion von Inhalten automatisieren.

Nur wenige Vorgaben genügen, um Hunderte von Artikeln zu einer einzigen Thematik zu erzeugen. Mit Hilfe von GPT-Modellen lassen sich einzelne Absätze eines Artikels oder ganze Themendossiers automatisiert generieren.

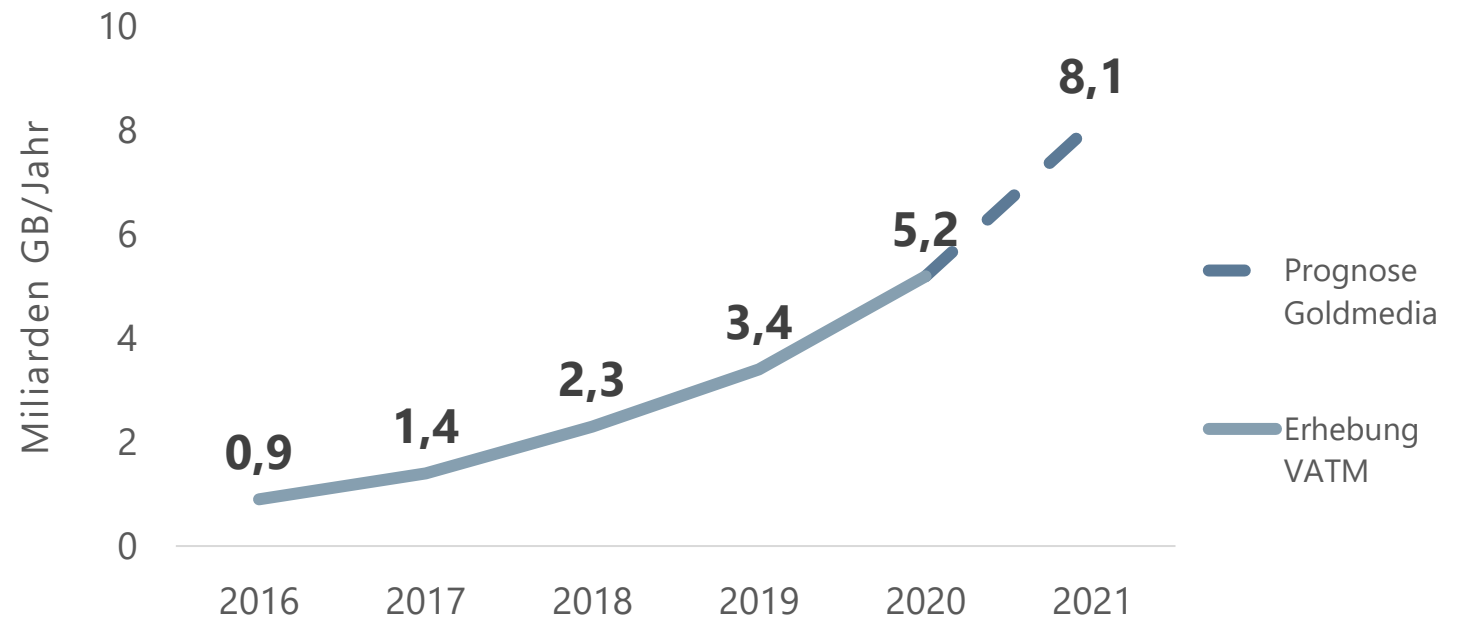
Die Möglichkeiten sind endlos, bestehende Missbrauchs-Risiken gilt es im Blick zu behalten.

# DER DATEN-TSUNAMI ROLLT WEITER:

# MOBILER TRAFFIC WÄCHST 2021 IN DEUTSCHLAND

# ERNEUT UM MEHR ALS 50 PROZENT

DATENVERKEHR AUF MOBILFUNKNETZEN IN DTL., IN MRD. GB/JAHR



Quelle: DIALOG CONSULT/VATM (inkl. Schätzung 2020)

Prognose 2021: Goldmedia Trendmonitor 2021, [www.Goldmedia.com/Trendmonitor-2021](http://www.Goldmedia.com/Trendmonitor-2021)





# DER DATEN-TSUNAMI ROLLT WEITER: TRAFFIC IN DEUTSCHEN MOBILFUNKNETZEN WÄCHST 2021 ERNEUT UM MEHR ALS 50 PROZENT

Das Wachstum des Mobilfunk-Traffics scheint grenzenlos. Im Jahr 2021 wird das Verkehrsvolumen in deutschen Mobilfunknetzen auf über 8 Mrd. GB/Jahr klettern. Zum sechsten Mal in Folge wächst das jährliche Datenaufkommen damit um über 50 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Ein Ende der Datenexplosion ist nicht abzusehen.

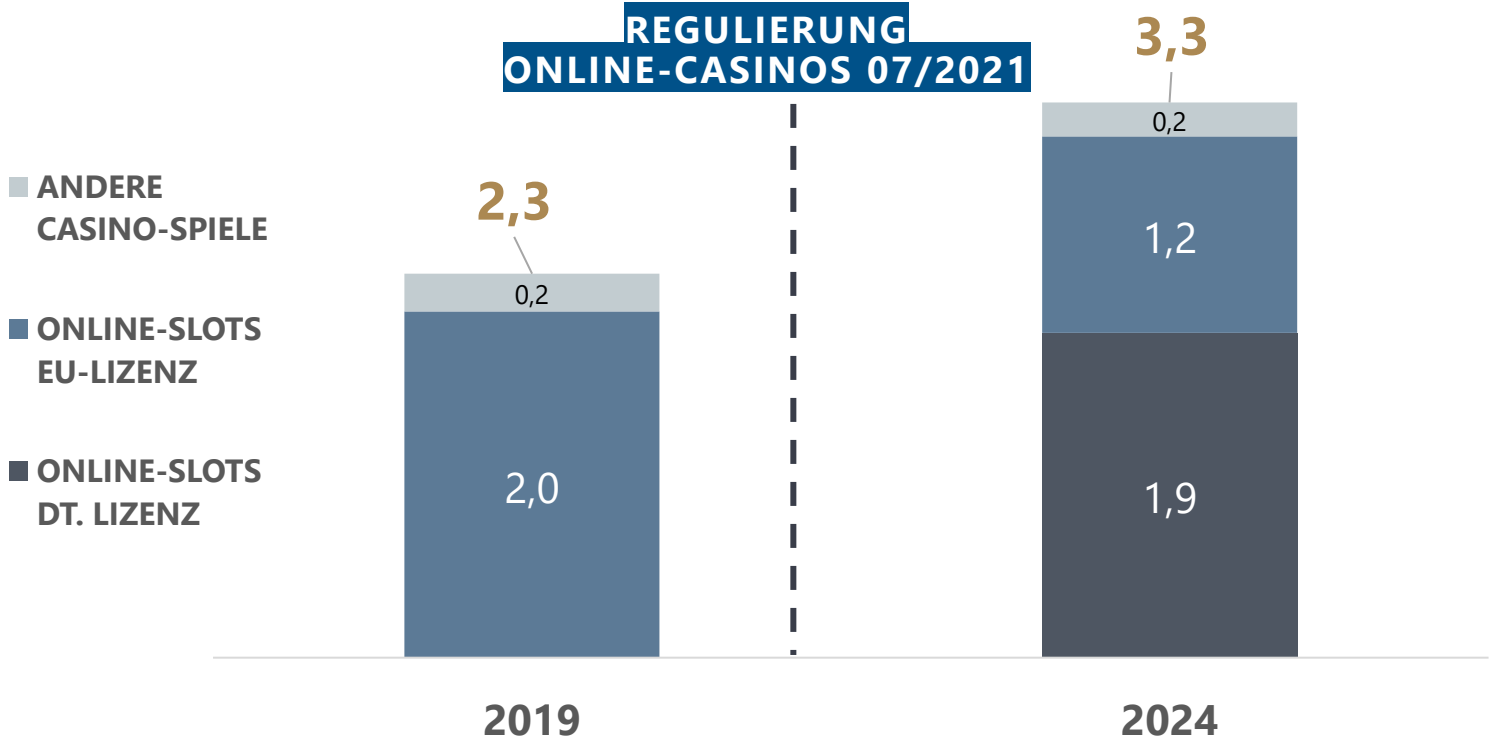
Im europäischen Vergleich allerdings nutzen deutsche Kundinnen und Kunden noch eher ein bescheidenes Datenvolumen: Nur durchschnittlich rd. 2 GB Traffic wurden 2019 hierzulande pro Monat bewegt, während der westeuropäische Durchschnitt bereits bei rd. 8 GB pro Monat und Kunde lag (Rewhell/research, 10/2020).

Ein Grund: Preiswerte Mobilfunktarife ohne Datenlimits, wie in anderen Ländern üblich, sind in Deutschland nur schwer zu finden. Trotzdem lässt sich der rollende Daten-Tsunami nicht mehr aufhalten: Videocalls, on-Demand-Videodienste und letztlich auch die durch Covid-19 geänderten Nutzungsgewohnheiten (z. B. durch remote working) sind gekommen, um zu bleiben.

Es besteht ein großes, organisches Wachstumspotenzial: Denn bislang entfallen erst 6,7 Prozent des Datenverkehrs in Deutschland auf Mobilfunknetze – d. h. 93,3 Prozent laufen (noch) über Festnetz.

# GLÜCKSSPIELREFORM 2021: LEGALE ONLINE-CASINOS WERDEN EIN MILLIARDENMARKT

PROGNOSE DER ERTRÄGE MIT ONLINE-CASINO-ANGEBOTEN IN DEUTSCHLAND NACH ÖFFNUNG DES ONLINE-GLÜCKSSPIELMARKTES 2021 IN MRD.€



Quelle: Studie Glücksspielmarkt Deutschland 2020, unterstützt von CasinoOnline.de: Goldmedia Trendmonitor 2021, [www.Goldmedia.com/Trendmonitor-2021](http://www.Goldmedia.com/Trendmonitor-2021)



# GLÜCKSSPIELREFORM 2021: LEGALE ONLINE-CASINOS WERDEN EIN MILLIARDENMARKT

Die Neuregulierung im deutschen Glücksspielmarkt nimmt Fahrt auf: Ab Juli 2021 sind Online-Casinos nicht mehr nur Spielern aus Schleswig-Holstein vorbehalten – damit ist der norddeutsche Sonderweg beendet. Mit der bundeseinheitlichen Regulierung per Glücksspielneuregulierungsstaatsvertrag (GlüNeuRStV) kommen Online-Casinos aus der Grauzone.

Es ist zu erwarten, dass 2024 bereits 1,9 Mrd. Euro an Brutto-Spielerträgen von in Deutschland lizenzierten Angeboten erwirtschaftet werden (Prognose Goldmedia, 2020).

Die Regulierung geht einher mit neuen Instrumenten des Spielerschutzes. So gibt es z. B. ein monatliches Einzahlungslimit für Online-Glücksspiel (max. 1.000 Euro), und es gilt ein Höchsteinsatz von 1 Euro pro Spiel.

Die Spieler sind bereit dafür: Knapp zwei Drittel der Spieler (62,3 %) gaben in einer Studie von Goldmedia zur Glücksspielreform 2021 an, sich für ein in Deutschland lizenziertes Angebot entscheiden zu wollen und die Schutzmaßnahmen überwiegend als sinnvoll einzuschätzen.

# CLOUD-DIENSTE SIND 2021 NICHT MEHR AUFZUHALTEN. SCHON CORONA WAR DER TURBO FÜR DIE DIGITALISIERUNG

ANSTIEG DER NACHFRAGE NACH CLOUD-DIENSTEN WELTWEIT UND  
CLOUD-NUTZUNG VON UNTERNEHMEN IN DEUTSCHLAND, 2020

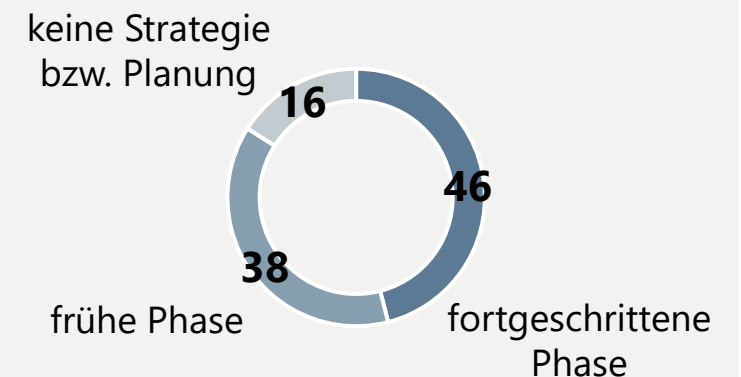


+24 Mio. mehr  
aktive tgl. Nutzer  
zw. Nov. 2019 u. März  
2020 (+120%)

+67 % mehr globale  
Nutzung von  
Jan. bis März 2020



Cloud-Nutzung  
von Unternehmen 2020, in %



Quelle: IDC Studie Cloud Computing 2020+, Apptopia, Unternehmensangaben  
Goldmedia Trendmonitor 2021, [www.Goldmedia.com/Trendmonitor-2021](http://www.Goldmedia.com/Trendmonitor-2021)





# CLOUD-DIENSTE SIND 2021 NICHT MEHR AUFZUHALTEN. SCHON CORONA WAR DER TURBO FÜR DIE DIGITALISIERUNG

Das neue Normal ist auch digital: Ob Schule oder Homeoffice, Konferenzen oder Meetings: Durch Corona entsteht plötzlich in vielen Bereichen des Lebens enormer Druck, digitale Lösungen einzusetzen und vieles Gewohnte auszutauschen.

So kommt es nicht nur zum breiten Durchbruch für digitale Cloud-Lösungen, auch die Art zu kommunizieren, ändert sich rasant. Plötzlich sind Meetings nicht mehr unbedingt persönlich abzuhalten und mit teuren Reisen verbunden, Vorträge und Konferenzen auch digital möglich. Für die interne Kommunikation verliert die E-Mail an Bedeutung durch Chat-Streams wie Slack oder Teams (und hier ohne Spam).

Aber auch die schlichte Serverorganisation, bisher dem mentalen Modell eines Aktenschranke folgend mit Ordern und Dateien, weicht einem semantischen Ansatz, in welchem das Wissen in unseren Daten über Relevanz und Zugangs- oder Zeitpunkt organisiert wird.

Dieser Trend wird 2021 anhalten: Denn zurück zu den alten Zeiten kann niemand mehr. Die Digitalisierung hat ihr Potenzial nicht nur gezeigt, sondern gerade in der Corona-Krise eindrucksvoll bewiesen.

# KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT MIT WEITSICHT.

# NACHHALTIGKEITS-MANAGEMENT 2021 NOCH WICHTIGER

## NACHHALTIGKEIT IN DER KULTUR- U. KREATIVWIRTSCHAFT IN DEUTSCHLAND, BEISPIELE

### Ökologisch

**CHANGE MAKER FILMS:**  
Verpflichtung und Erklärung von Schauspielern\*Innen zum „Grünen Drehen“

**MEDIA4PLANET:**  
Medien für die UN-Nachhaltigkeitsziele



### Sozial

**VISION KINO:**  
Initiative für kulturelle Integration

**UFA:**  
Offizielle Verpflichtung zu mehr Diversität



### Ökonomisch

**PROSIEBEN:**  
We love to sustain

**ZDF/ARD:**  
Einsatz für die Verankerung von Nachhaltigkeit im Medienstaatsvertrag



Umweltinitiativen

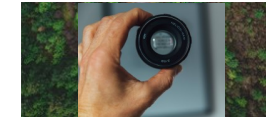
Diversitäts-Initiativen

Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltige Strukturen

Soziales Engagement

Innovationskonzepte



# KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT MIT WEITSICHT. NACHHALTIGKEITS-MANAGEMENT WIRD 2021 NOCH WICHTIGER

Mit Weitsicht wirtschaften – dieses Mantra hat sich auch in der Kultur- und Kreativwirtschaft etabliert. Themen wie Diversität und soziales Engagement rücken auf die Tagesordnung, Arbeitsprozesse und -umgebungen werden nachhaltig ausgerichtet, die Umweltbelastung und der Ressourcenverbrauch stärker in den Fokus gerückt. Insbesondere im Medien- und Entertainmentbereich zeigen sich verstärkt Entwicklungen zum zukunftsorientierten und ressourcenschonenden Wirtschaften.

Auch nachhaltige Werbekonzepte entstehen bereits. Die Initiative Media4Planet z. B. bietet Unternehmen Werbeflächen-Bundles von Media-partnern wie ProSiebenSat.1 oder Hubert Burda Media, deren Erlöse direkt in den Klimaschutz reinvestiert werden. Oder die UFA: Sie verpflichtete sich als erstes Unternehmen der Entertainmentbranche zu mehr Diversität vor und hinter der Kamera. Leitlinie ist hier der Zensus der Bundesregierung in Deutschland. Auch die Rundfunkunternehmen engagieren sich. So erklärten z. B. im Okt. 2020 die ARD-Gremienvorsitzendenkonferenz und der ZDF-Fernsehrat, eine Verpflichtung zu Nachhaltigkeit im Staatsvertrag verankern zu wollen.

Mit ihrer Initiative Green Production fördert das ZDF schon jetzt nachhaltige Produktionsfirmen. Auch die ProSiebenSat.1 Media SE verfolgt mit „We love to sustain“ bereits seit 2019 die UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung in ihrer konzerninternen Strategie.

Beispiele für entsprechende Aktivitäten der Kultur- und Kreativwirtschaft sind auch das Aktionsnetzwerk „Nachhaltigkeit in Kultur und Medien“ des Bundes oder die Branchen-Initiative „Grünes Kino“. Zudem existieren Leit- und Richtlinien für mehr Nachhaltigkeit in Unternehmen, etwa der „Green Touring Guide“ (für Musiker\*innen, Künstler\*innen-, Tourmanager\*innen u. a.) oder „Grüne Mobilität“ (für Darstellende Künste).

Die Folgen der Corona-Pandemie werden den Trend zu mehr Nachhaltigkeit verstärken. Neue Bedingungen erfordern künftig noch mehr innovative Modelle und Arbeitskonzepte. Auch die beschleunigte Digitalisierung durch den Lockdown treibt die Nachhaltigkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Zukunft weiter voran.



# **GOLDMEDIA-GRUPPE**

**GOLDMEDIA**



# GOLDMEDIA LEISTUNGSPORTFOLIO

CONSULTING & RESEARCH FOR DIGITAL INNOVATION

Von Transformation bis Innovation: Als Beratungs- und Forschungsgruppe unterstützen wir seit 1998 unsere Kunden bei der Einführung und Optimierung digitaler Dienste und Konzepte. Unsere Branchenschwerpunkte sind Informations-, Kommunikations-, Medien- und Entertainmentmärkte sowie die damit verbundenen digitalen Infrastrukturen und Dienste.

Beratung braucht Vertrauen. Goldmedia ist Mitglied in verschiedenen Berufs- und Branchenverbänden, deren Grundsätze und Leitlinien für unsere Arbeit und Beratungstätigkeit verpflichtend sind.



## BERATUNG

Markt- und Wettbewerbsanalysen  
Strategieentwicklung und -umsetzung  
Digitalisierungsberatung  
Business Development  
Market Due Dilligence  
Start-up- und Gründer-Coaching  
Fördermittelberatung

## FORSCHUNG

VOD-Ratings  
POD-Ratings  
Standortanalysen  
Medienforschung  
Markenforschung  
Labor- und Wirkungsstudien  
Usability, Eye-Tracking  
B2B- und B2C-Onlineerhebungen  
Conjoint-Analysen

## POLITIKBERATUNG

Digitalstrategien  
Marktökonomische Gutachten  
Evaluation von Förderprogrammen  
Ökonomischer Fußabdruck  
Public Value-Gutachten  
Stakeholder-Workshops

## KOMMUNIKATION

Newsletter  
Pressearbeit  
Trendartikel  
Social Media Kommunikation  
Online-Datenbanken  
Online-Dashboards  
Dataservices

# GOLDMEDIA DATA & ONLINE SERVICES

Goldmedia hat in den letzten Jahren eine Reihe von einzigartigen Data & Online Services entwickelt. Sie bieten unseren Kunden First-Hand-Insights und regelmäßigen Zugriff auf Analysen und Daten der Medien- und Entertainmentbranchen.

**VOD-Ratings.com**: Europaweites Analysetool für Zuschauerzahlen kostenpflichtiger VoD-Angebote

**POD-Ratings.com**: Erstes Trackingtool zur Podcast-Nutzung in Deutschland

**Standortmonitor.net**: Ökonomische Kennziffern zur Kultur-, Kreativ-, u. Digitalwirtschaft in Deutschland

**Nachhaltigkeitsaudit.org**: Online-Zertifizierung für FreiberuflerInnen, Selbstständige und KMU

## NACHHALTIGKEIT



Nachhaltigkeit bei KMU, FreiberuflerInnen und Selbstständigen stärken

Zertifizierung per Online-Test, wissenschaftl. fundiert



## STANDORTMONITORING




Standortmonitoring von Kultur- und Kreativstandorten in Deutschland

Laufend aktualisierte Daten bis auf Kreisebene



## POD-RATINGS



Insights, Trends und Reichweiten von Podcasts in Deutschland

Pilotstudie Befragungspanel in Planung



## VOD-RATINGS



The Measurement Standard for Pay-VOD in Europe

UK, DE, FR, ES, IT





GOLDMEDIA GRUPPE

WWW.GOLDMEDIA.COM | [HTTPS://WWW.GOLDMEDIA.COM/TRENDMONITOR-2021](https://www.goldmedia.com/trendmonitor-2021)

GOLDMEDIA