

Der Konsum und die Mediennutzung haben sich verändert – wie wir Ihnen helfen den richtigen Weg

einzuschlagen!

06 APR 2020

Der Konsum und die Mediennutzung haben sich in der jüngsten Vergangenheit stark verändert. Der Schwerpunkt hat sich verlagert, digitale Medienangebote und neue Online-Formate gewinnen die Oberhand, weil sie zu Hause intensiv genutzt werden können. Durch den Lockdown sind neue Gesetzgebungen in Kraft getreten und diese neusten Entwicklungen bieten für unsere Kunden enorme Chancen.

Einen Blick auf den chinesischen Markt verrät uns, dass dieser Markt sich von der

Krisensituation her, ca. sechs bis acht Wochen vor uns bewegt. Das Land versucht wieder in den alten Tritt zu gelangen und dennoch zeigt sich, was sich in der Krise entwickelt hat bleibt. Der Zulauf auf den sozialen Medien ist die neue Freiheit. Die Menschen haben sich in der Zeit des Lockdowns mit den unterschiedlichsten Onlineservices und Plattformen beschäftigt und angefreundet. Die Anbieter, welche zu dieser Zeit am richtigen Ort waren und ihre Marke positiv aufgeladen haben, sind nicht nur in der Krise die richtige Strategie gefahren, ihnen bleibt der Erfolg auch in der neuen Realität.

Die gewonnenen Erkenntnisse transportieren wir auf den Schweizer Markt und können bei uns einen ähnlichen Krisenverlauf feststellen. In Bezug auf die Mediennutzung fördert der Lockdown eine hohe Medieneffizienz bei geringer Nachfrage. Dies führt nun zu aussergewöhnlichen Verhandlungsmöglichkeiten bei den meisten Medienanbietern.

Die Recoveryphase wird den Medienmarkt wieder in alte Muster zurückwerfen und bei einer hohen Nachfrage normale Effizienz bieten. Somit ist für uns klar – wer heute als Auftraggeber handelt wird Marktopportunitäten gewinnbringen nutzen können.

Wir bieten unseren Kunden an, die individuellen Marktbedürfnisse zu prüfen und Medieninvestitionen neu zu kalibrieren.