

Medientrends 2023: Rasante Veränderungen

dentsu-Report: Die wirtschaftliche Lage sowie die Einstellung der Verbraucher zu Content, Commerce und Community geben den Ton an.

Zum zweiten Mal in Folge haben die globalen Mediaagenturmarken der dentsu ihre Erkenntnisse und Vorhersagen in dem ultimativen Leitfaden „Medientrends 2023“ für Marketingfachleute weltweit zusammengefasst. Der Bericht stützt sich auf Experten und Fachleute aus dem internationalen Netzwerk der dentsu und untersucht die wichtigsten Medientrends, auf die man im kommenden Jahr achten sollte.

Trends unter der Lupe

Insgesamt werden zehn Branchentrends untersucht, die die Art und Weise beeinflussen werden, wie Marken das veränderte Verbraucherverhalten nutzen können, und die erhebliche Auswirkungen auf künftige Kampagnen und Budgets haben.

Der Trend-Report gruppiert diese Schlüsseltrends für 2023 in drei übergreifende Kategorien, die die Kernthemen Content, Commerce und Community widerspiegeln.

2022 hat eine stark veränderte geopolitische Landschaft und einen herausfordernden wirtschaftlichen Ausblick gebracht, der Marken und Menschen dazu bewegt hat, innezuhalten und viele Dinge neu zu bewerten.

Neue Konsumgewohnheiten

In all dieser Ungewissheit konnte dentsu das Aufkommen neuer Verbrauchergewohnheiten, spannender technologischer Innovationen und die Entstehung profitabler neuer Medienmöglichkeiten für Marken beobachten. Bettina Schuckert, CEO von dentsu Austria, dazu: „Auch in



© PantherMedia/Andriy Popov

Österreich ändern sich die Dinge in rasantem Tempo, sodass Marken wirklich schnell und flexibel sein müssen, wenn sie mit ihren Kunden und Verbrauchern auf einer persönlichen Ebene und mit ansprechenden Touchpoints in Verbindung sein möchten. Als führendes Agenturnetzwerk kennen wir aufgrund unserer Experten, Studien und unserer Consumer Connection Study Menschen und Touchpoints besser als jeder andere und wissen daher, was als Nächstes kommt.

Unsere Spezialisten aus der ganzen Welt rücken in diesem Report die aufkeimenden gesellschaftlichen Veränderungen perfekt ins Rampenlicht.“

Content

Laut dem neuen dentsu Report sind das die wichtigsten Vorhersagen für die Entwicklung der Medienbranche bis 2023 und darüber hinaus: Im Jahr 2023 werden sich die Inhalte, die die Menschen konsumieren, und die Art, wie sie dies tun, verändern.

Die Geschwindigkeit der Verlagerung auf digitale Plattformen zeigt keine Anzeichen einer Verlangsamung, insbesondere im Bereich Video-on-Demand und Gaming. Die Veränderungen in der allgemeinen wirtschaftlichen Lage werden die Verbraucher dazu bewegen, die Anzahl der Plattformen und die mit den Abonnements verbundenen Kosten zu überdenken.

Der Vormarsch der Werbeströme kann nicht nur eine Alternative für die Verbraucher