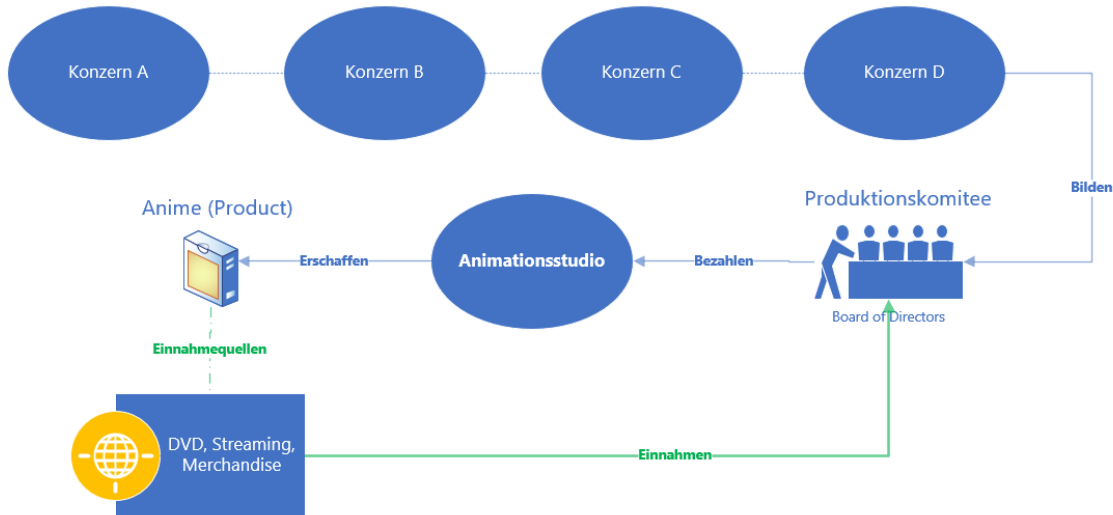


## Diplomarbeit 2023 Marktanalyse zur Anime-Studioeröffnung

Publisher und andere Konzerne wie z.B. Aniplex, Production I.G, Funimation, Crunchiroll, NHK, TV-Tokyo und mehr...



Student\*in                      Lores Tiralongo  
Fachrichtung                    Unternehmensprozesse  
Abschlussjahr                 2023  
Experte\*in                      Martin Knecht  
Dozent\*in                        Angelo Cadilha  
**Auftraggeber\*in**                **Eingen**  
**(Unternehmen)**

Zusammenfassung (Abstract):

Die vorliegende Arbeit analysiert die Marktsituation der globalen Animationsindustrie, beleuchtet die Vorgänge innerhalb der Industrie und prüft die Realisierbarkeit eines Animationsstudios. Die Studie ermittelt, dass es 5,3 Milliarden potenzielle Anime-Konsumenten gibt, wobei das Marktpotential auf 48,96 Milliarden Euro geschätzt wird. Das Marktwachstum wird auf 9,8% CAGR bis 2030 geschätzt, wobei das Marktvolumen 28,61 Milliarden US-Dollar beträgt. Trotz starker Konkurrenz in Japan gibt es Chancen in den Zielmärkten USA und Europa. Die Branche ist geprägt von Verlagen, Spielzeugherstellern, Videovertriebsunternehmen und Fernsehsendern, die zusammen als Produktionskomitees fungieren und über die Produktion entscheiden. Für Startups außerhalb Japans stellen das Fehlen von lizenzierten Quellmaterialien, hohe Produktionskosten, das Risiko von Misserfolgen und Piraterie Herausforderungen dar.

Ergebnisse:

Die Arbeit ergibt, dass der globale Anime-Markt ein erhebliches Potential hat, wobei sich Chancen insbesondere in den USA und Europa bieten. Das Marktvolumen liegt bei 28,61

Milliarden US-Dollar, mit einer Wachstumsrate von 9,8% CAGR bis 2030. Trotz starker Konkurrenz und Übersättigung im Ursprungsland, Japan, gibt es Marktchancen für neue Akteure, die sich auf andere Märkte konzentrieren.

Im Bereich der Industrievorgänge ist entscheidend, dass die Verlage und Herausgeber, die die Lizenzen für die Quellmaterialien besitzen, den größten Einfluss auf den Produktionsprozess haben. Dies stellt für Startups außerhalb Japans eine Herausforderung dar, da sie in der Regel keinen Zugang zu diesen lizenzierten Quellmaterialien haben.

Die Arbeit weist darauf hin, dass ein Startup im Anime-Bereich trotz dieser Herausforderungen erfolgreich sein kann, wenn es seine Ressourcen und Anstrengungen auf die Produktion von Originalwerken konzentriert, mit VoD-Anbietern zusammenarbeitet und effektives Marketing betreibt. Ein zentrales Element der Strategie für den Markteintritt ist die Erstellung von Originalwerken, die durch ihre Einzigartigkeit und Qualität ein breites Publikum ansprechen und sich von den Produkten etablierter Studios abheben.

Obwohl die Autorin die Marktsituation als günstig einschätzt, sieht sie für ihr eigenes Startup wenig Chancen, vollumfängliche Anime Serien oder Filme zu produzieren, solange sie nicht in der Lage ist, ihre eigenen Ressourcen und Fähigkeiten auszubauen und auf den richtigen Märkten zu fokussieren.