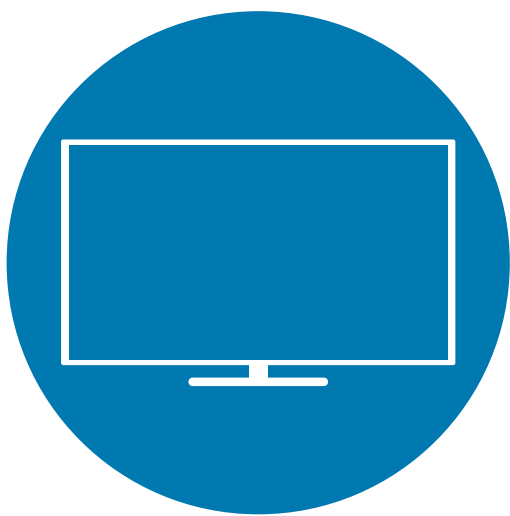


UMSÄTZE AUDIOVISUELLER MEDIEN IN DEUTSCHLAND 2019



STATISTIK 2018 | PROGNOSEN 2019

Inhalt

Methodik.....	4
Haftungsausschluss	4
Editorial.....	5
Executive Summary	6
Umsätze 2018	9
Rundfunkerlöse 2018	9
Rundfunkerlöse TV 2018	10
Bewegtbildumsätze 2018.....	11
Rundfunkerlöse Radio 2018	12
Audio-Medienumsätze 2018.....	13
Online- und Mobileerlöse 2018	14
Werbeumsätze der Medien 2018	15
Umsatzprognosen 2019	17
Entwicklung der audiovisuellen Gesamtumsätze 2019.....	17
TV- und Bewegtbildwerbung 2019	19
Radio- und Audiowerbung 2019	20
Paid AV-Content 2019.....	21
Teleshopping 2019.....	22
Ausblick 2020-2024	23
Über VAUNET	24
Impressum	24

Methodik

Die jährlich veröffentlichte VAUNET-Umsatzstatistik basiert auf Umsatzmeldungen der Unternehmen, eigenen Erhebungen des VAUNET sowie der Auswertung von Sekundärquellen.

Die VAUNET-Prognose zum Medienmarkt basiert auf einer Befragung von Führungskräften deutscher Medienunternehmen. Auswertungsbasis der diesjährigen Prognose sind Rückmeldungen von 58 Unternehmen, die im Befragungszeitraum vom 3. September bis zum 17. Oktober 2019 eingegangen sind.

Haftungsausschluss

Der VAUNET – Verband Privater Medien e. V. bemüht sich bei allen Erhebungen und Veröffentlichungen von Daten stets um möglichst hohe Qualität und Validität, jedoch können Fehler und Irrtümer nicht ausgeschlossen werden.

Der VAUNET übernimmt daher keine Gewähr für die vollständige Richtigkeit der mit dieser Publikation bereitgestellten Informationen. Haftungsansprüche gegen den VAUNET, welche sich auf Schäden materieller oder immaterieller Art beziehen, die durch die Nutzung oder Nichtnutzung der bereitgestellten Information verursacht worden sein sollen, sind grundsätzlich ausgeschlossen.

Editorial



Frank Giersberg
Mitglied der Geschäftsleitung
Markt- und Geschäftsentwicklung



Johannes Leibiger
Senior Referent Medienwirtschaft

Sehr geehrte Damen und Herren,

audiovisuelle Medien bleiben Motor der Kreativwirtschaft und gewinnen als gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Faktor weiter an Bedeutung.

In der vorliegenden Publikation haben wir für Sie die Umsatzentwicklung in den verschiedenen Segmenten der audiovisuellen Medien in Deutschland dokumentiert und geben auf Basis der aktuellen VAUNET-Prognose einen Ausblick auf die voraussichtliche Entwicklung im laufenden Jahr.

Weitere Publikationen des VAUNET, etwa zur Entwicklung der Mediennutzung in Deutschland, finden Sie auf unserer Website unter www.vau.net/publikationen.

Frank Giersberg

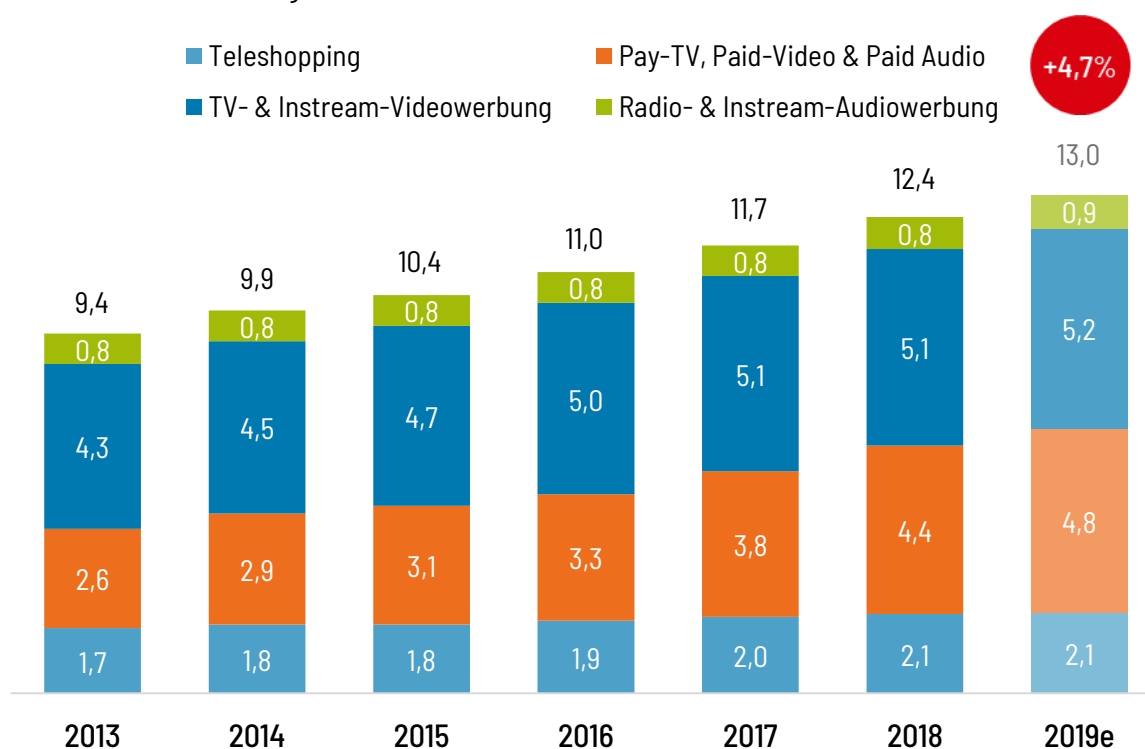
Johannes Leibiger

Executive Summary

Der Branchenverband VAUNET erwartet für die audiovisuellen Medien in Deutschland 2019 ein Umsatzplus von 579 Millionen Euro (+ 4,7 Prozent) auf insgesamt 13,02 Milliarden Euro. Radio-, Audio-, TV- und Bewegtbildumsätze übersteigen damit erstmals die 13-Milliarden-Euro-Umsatzmarke. Im Vorjahr waren die Umsätze der Branche bereits um 815 Millionen Euro (+ 7,0 Prozent) auf 12,44 Milliarden Euro gestiegen.

Entwicklung audiovisueller Medienumsätze

in Mrd. Euro, VAUNET-Prognose in Prozent, 2013-2019e, in Deutschland



Quelle: VAUNET-Prognose zum Medienmarkt in Deutschland 2019 (Stand: Oktober 2019)

Für die **Audiowerbung** (linear und nonlinear) rechnet VAUNET 2019 mit einem Netto-Umsatzwachstum von 3,6 Prozent auf einen neuen Höchststand von insgesamt 864 Millionen Euro. Dabei wird für die Radiowerbung im Gesamtmarkt privater und öffentlich-rechtlicher Angebote ein Wachstum von 2,0 Prozent auf rund 805 Millionen Euro erwartet. Bei der Instream-Audiowerbung wird, auf deutlich niedrigerem Niveau, ein Wachstum von 30 Prozent auf rund 59 Millionen Euro prognostiziert.

Für die **Bewegt bildwerbung** (linear und nonlinear) prognostiziert VAUNET 2019 insgesamt ein Anstieg der Netto-Umsätze von ca. 2,0 Prozent auf 5,24 Milliarden Euro. Dabei wird für die Fernsehwerbung mit einem leichten Rückgang von ca. -1,0 Prozent auf 4,49 Milliarden Euro gerechnet, für den Bereich der Instream-Videowerbung ein Anstieg um 25 Prozent auf 750 Millionen Euro.

Damit erreichen die **audiovisuellen Werbeumsätze** in Deutschland 2019 erstmalig den Rekordwert von 6,1 Milliarden Euro.

Die **Paid-Content-Umsätze** im Bereich der audiovisuellen Medien werden zum Jahresende 2019 voraussichtlich um 9,4 Prozent auf rund 4,81 Milliarden Euro ansteigen. Das Segment Pay-TV ist hier das umsatzstärkste mit einem Umsatzwachstum von ca. 4,0 Prozent auf 2,39 Milliarden Euro. Die Paid Video-on-Demand-Umsätze wachsen voraussichtlich um 20 Prozent auf 1,44 Milliarden Euro, ein neuer Spitzenwert. Die Abruferlöse aus Audioangeboten steigen voraussichtlich um 9,0 Prozent auf rund 978 Millionen Euro. Auch das Teleshopping wächst weiter: Hier rechnet VAUNET mit einem Umsatzwachstum von 1,5 Prozent auf 2,10 Milliarden Euro.

Umsätze* der audiovisuellen Medien in Deutschland

Prognostizierte Netto-Umsätze in Mio. Euro, Veränderungen in Prozent und in Mio. Euro

	2018	2019e	Veränderung	
	in Mio. Euro	in Mio. Euro	in Prozent	in Mio. Euro
Radiowerbung	789 Mio. €	805 Mio. €	+ 2,0 %	+ 16 Mio. €
Instream-Audiowerbung**	45 Mio. €	59 Mio. €	+ 30 %	+ 14 Mio. €
Audiowerbung	834 Mio. €	864 Mio. €	+ 3,6 %	+ 30 Mio. €
Fernsehwerbung	4.537 Mio. €	4.492 Mio. €	- 1,0 %	- 45 Mio. €
Instream-Videowerbung**	600 Mio. €	750 Mio. €	+ 25 %	+ 150 Mio. €
Bewegt bildwerbung	5.137 Mio. €	5.242 Mio. €	+ 2,0 %	+ 105 Mio. €
Audiovisuelle Werbung***	5.971 Mio. €	6.106 Mio. €	+ 2,3 %	+ 135 Mio. €
Pay-TV	2.300 Mio. €	2.392 Mio. €	+ 4,0 %	+ 92 Mio. €
Paid Video	1.200 Mio. €	1.440 Mio. €	+ 20 %	+ 240 Mio. €
Pay-TV & Paid Video	3.500 Mio. €	3.832 Mio. €	+ 9,5 %	+ 332 Mio. €
Paid Audio	897 Mio. €	978 Mio. €	+ 9,0 %	+ 81 Mio. €
Paid AV-Content	4.397 Mio. €	4.810 Mio. €	+ 9,4 %	+ 413 Mio. €
Teleshopping	2.070 Mio. €	2.101 Mio. €	+ 1,5 %	+ 31 Mio. €
Audiovisuelle Medien****	12.438 Mio. €	13.017 Mio. €	+ 4,7 %	+ 579 Mio. €

*Prognosewerte jeweils für den Gesamtmarkt in Deutschland im Gesamtjahr; **Inklusive internationaler Anbieter; ***Noch nicht in „Audiovisuelle Werbung“ erfasst: In-Game, Kino- und audiovisuelle Outdoor-Werbung; ****Noch nicht in „Audiovisuelle Medien“ erfasst sind sonstige Umsätze der audiovisuellen Medienunternehmen (z. B. aus Rechtehandel und Lizenzen) oder Beitragseinnahmen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Ebenfalls noch nicht berücksichtigt sind die Umsätze auf vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen (Produzenten, Netze, Plattformen, Geräte, Agenturen, Dienstleister, etc.)

Quelle: VAUNET-Prognose zum Medienmarkt in Deutschland 2019 (Stand: Oktober 2019)

UMSÄTZE 2018

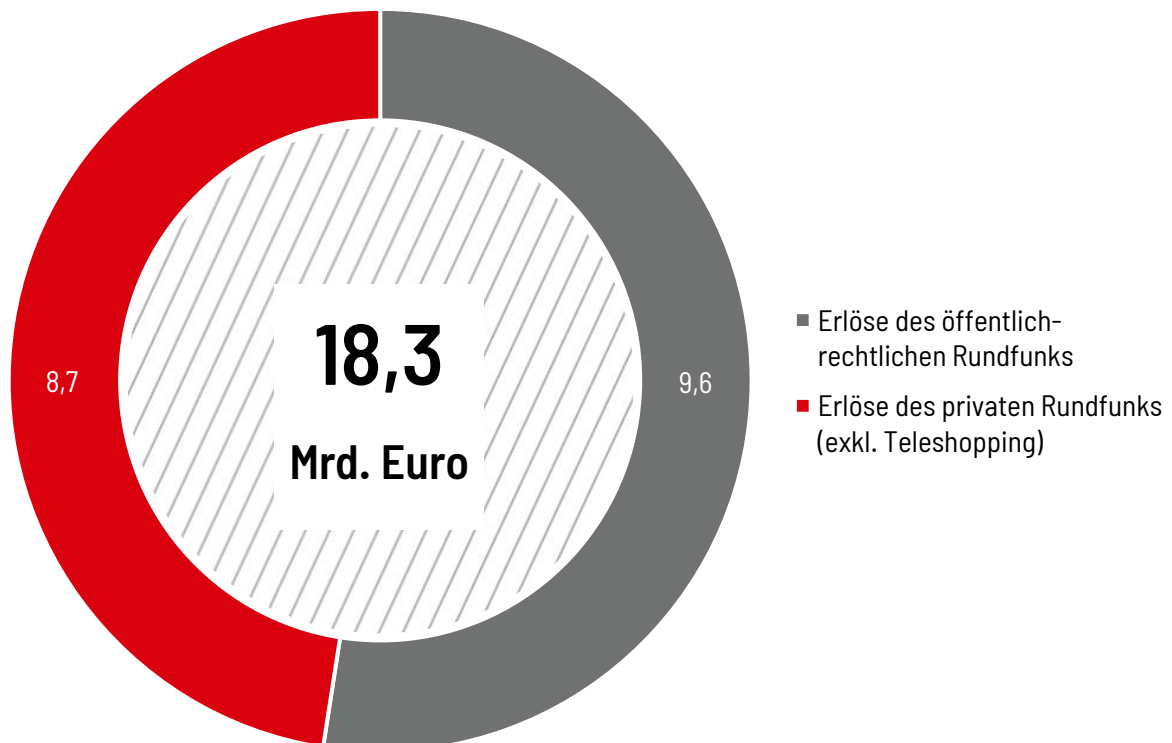
Umsätze 2018

Rundfunkerlöse 2018

Die Rundfunkerlöse in Deutschland lagen im Jahr 2018 bei insgesamt ca. 18,3 Milliarden Euro. Davon entfielen etwa 9,6 Milliarden Euro auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und etwa 8,7 Milliarden Euro auf den privaten Rundfunk (exkl. Teleshopping).

Rundfunkerlöse in Deutschland 2018

in Mrd. Euro



Quelle: VAUNET (Basis: eigene Erhebungen, Hochrechnungen und Drittquellen)

Rundfunkl se TV 2018

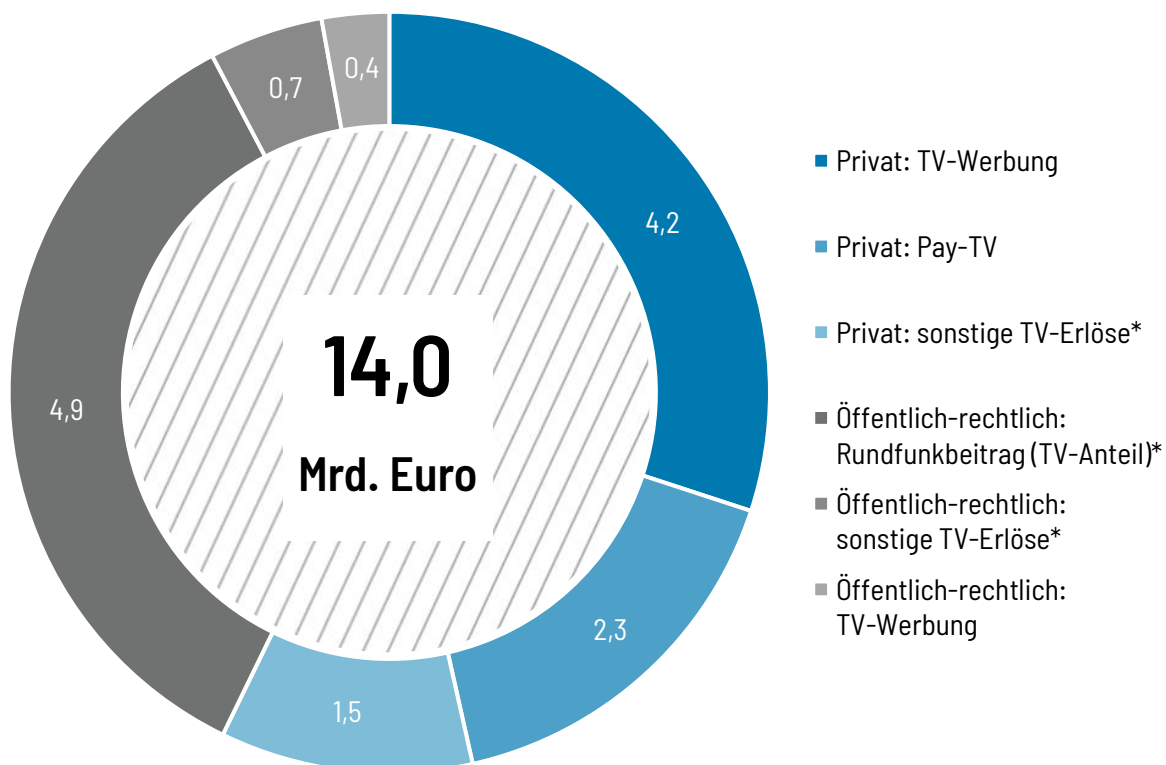
Die Rundfunkl se TV in Deutschland erreichten im Jahr 2018 rund 14,0 Milliarden Euro.

Die **privaten TV-Erlöse** (exkl. Teleshopping) erreichten 2018 ein Volumen von rund 8,0 Milliarden Euro. Davon entfielen 4,2 Milliarden Euro auf die TV-Werbung, 2,3 Milliarden Euro auf Pay-TV. Die sonstigen Einnahmen privater TV-Anbieter lagen grob gesch tzt bei etwa 1,5 Milliarden Euro.

Im ** ffentlich-rechtlichen Fernsehen** lagen die Gesamteinnahmen – ebenfalls nur gesch tzt – bei rund 6,0 Milliarden Euro, davon etwa 4,9 Milliarden Euro TV-Gebühren, rund 0,4 Milliarden Euro TV-Werbeerlöse und gesch tzte 0,7 Milliarden Euro sonstige öffentlich-rechtliche TV-Erlöse.

Rundfunkl se TV 2018

in Mrd. Euro, in Deutschland



*Schätzung auf Basis älterer Veröffentlichungen der Landesmedienanstalten
Quelle: VAUNET (Basis: eigene Erhebungen, Hochrechnungen und Drittquellen)

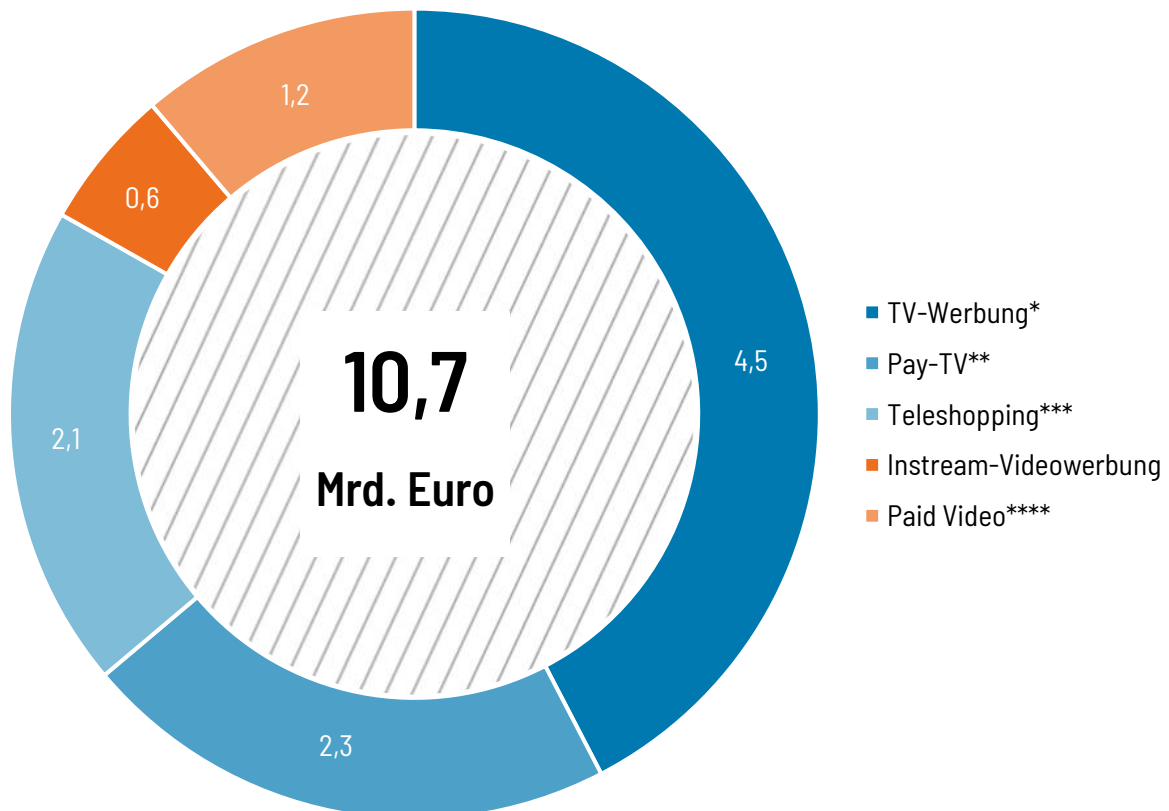
Bewegtbumsätze 2018

Die gesamten Bewegtbumsätze (exklusive öffentlich-rechtlicher Beiträge) lagen 2018 bei rund 10,7 Milliarden Euro.

Davon entfielen 4,5 Milliarden Euro auf die (private und öffentlich-rechtliche) TV-Werbung, 0,6 Milliarden Euro auf Instream-Videowerbung, 2,3 Milliarden Euro auf Pay-TV, 1,2 Milliarden Euro auf Paid Video und 2,1 Milliarden Euro auf Teleshopping.

Bewegtbumsätze 2018

in Mrd. Euro, exkl. öffentlich-rechtlicher Beiträge und sonstige Erlöse, in Deutschland



*Inkl. private und öffentlich-rechtliche TV-Werbung; **Pay-TV und inkludiertes Pay-TV-on-Demand; ***Schätzung/Hochrechnung auf Basis älterer Quellen, eCommerce teilweise inkludiert; ****Inkl. Subscription-(SVoD), Transaction-Video-on-Demand (TVoD) sowie Electronic-Sell-Through (EST).
Quelle: VAUNET (Basis: eigene Erhebungen, Hochrechnungen und Drittquellen)

Rundfunklöhne Radio 2018

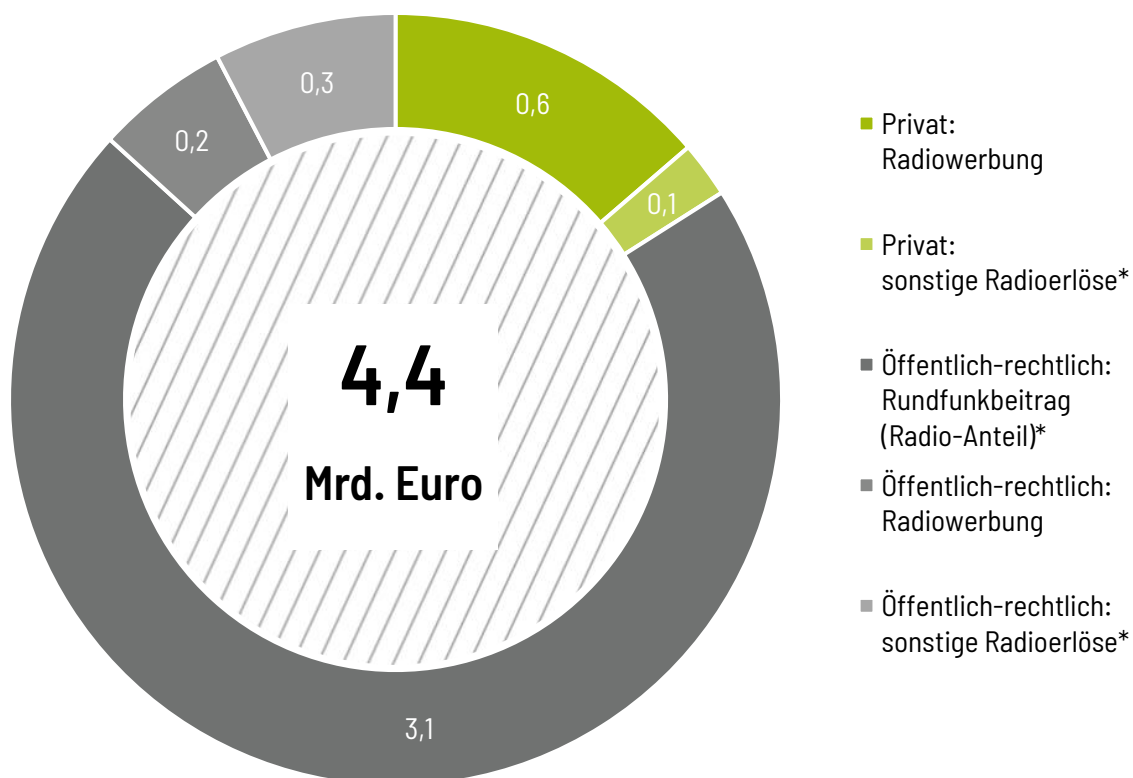
Die Rundfunklöhne Radio lagen in Deutschland im Jahr 2018 bei rund 4,4 Milliarden Euro.

Im **Privatradio** lagen die Gesamterlöse bei rund 0,7 Milliarden Euro. Davon entfielen auf die privaten Radio-Werbeerlöse rund 0,6 Milliarden Euro. Die sonstigen Erlöse der privaten Radiounternehmen lagen grob geschätzt bei etwa 0,1 Milliarden Euro.

Die Gesamterlöse im **öffentlich-rechtlichen Radio** lagen im selben Zeitraum bei – ebenfalls geschätzten – 3,7 Milliarden Euro. Davon waren rund 0,2 Milliarden Euro öffentlich-rechtliche Radio-Werbeerlöse, die sonstigen Einnahmen erreichten ein Niveau von etwa 0,3 Milliarden Euro. Das mit Abstand größte Einnahmensegment im deutschen Radiomarkt sind die öffentlich-rechtlichen Radiogeühren, die auf rund 3,1 Milliarden Euro geschätzt werden.

Rundfunklöhne Radio 2018

in Mrd. Euro, in Deutschland



*Schätzung auf Basis älterer Veröffentlichungen der Landesmedienanstalten
Quelle: VAUNET (Basis: eigene Erhebungen, Hochrechnungen und Drittquellen)

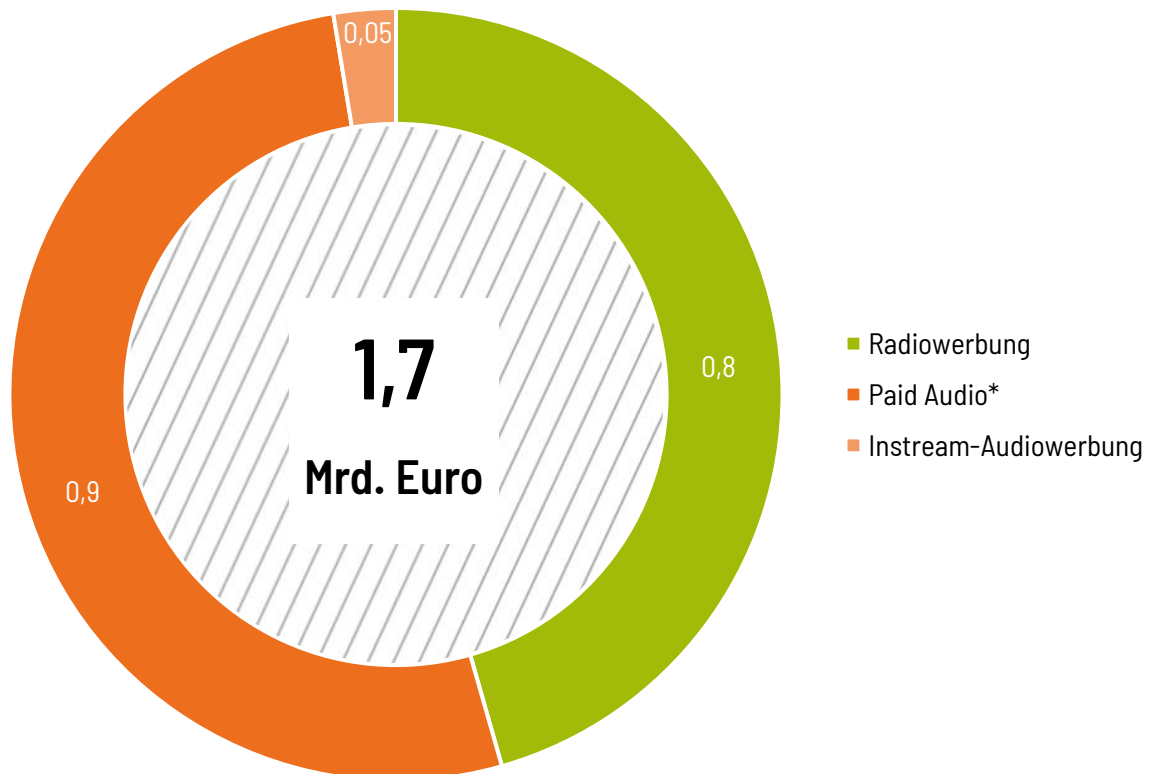
Audio-Medienumsätze 2018

Die gesamten Umsätze der Radio- und Audiosegmente (exklusive öffentlich-rechtlicher Beiträge sowie sonstige Erlöse) erreichten 2018 rund 1,7 Milliarden Euro.

Davon entfielen 0,8 Milliarden Euro auf (private und öffentlich-rechtliche) Radiowerbung, knapp 0,05 Milliarden Euro auf Instream-Audiowerbung und rund 0,9 Milliarden Euro auf Paid Audio.

Audio-Medienumsätze 2018

in Mrd. Euro, exkl. öffentlich-rechtliche Beiträge und sonstige Erlöse, in Deutschland



**Inkl. Subscription- und Transaction-Audio-on-Demand.*

Quelle: VAUNET (Basis: eigene Erhebungen, Hochrechnungen und Drittquellen)

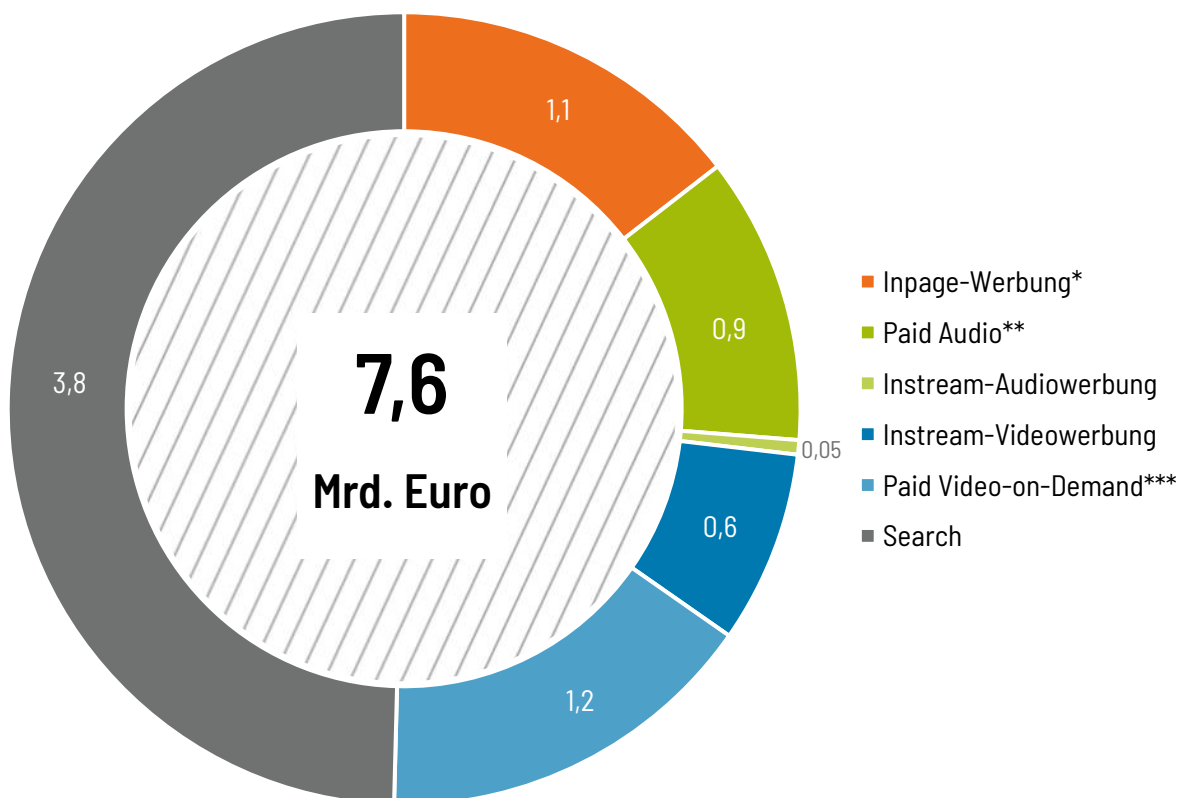
Online- und Mobileerlöse 2018

Die Online- und Mobileerlöse erreichten in Deutschland im Jahr 2018 rund 7,6 Milliarden Euro (exklusive eCommerce).

Erlöse aus klassischer Online- und Mobilewerbung (Inpage) machten davon geschätzte 1,1 Milliarden Euro aus. Die Umsätze aus Instream-Videowerbung lagen bei rund 0,6 Milliarden Euro, Instream-Audiowerbung bei knapp 0,05 Milliarden Euro. Die Paid Video-on-Demand-Umsätze erreichten etwa 1,2 Milliarden Euro, Paid Audio rund 0,9 Milliarden Euro. Das mit Abstand größte Segment war die Suchmaschinenvermarktung mit Umsätzen von rund 3,8 Milliarden Euro.

Online- und Mobileerlöse 2018

in Mrd. Euro, exkl. eCommerce, in Deutschland



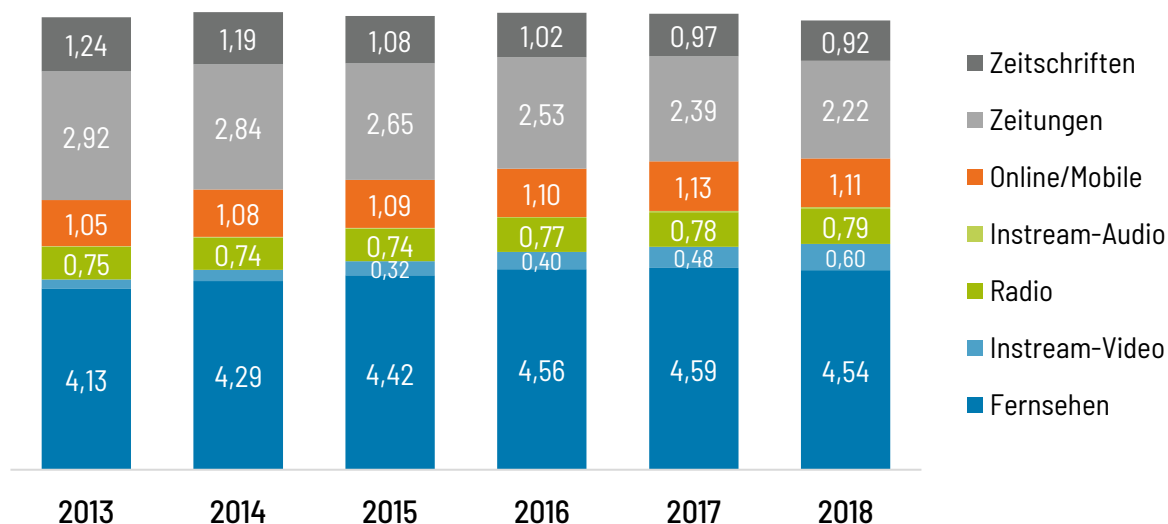
*VAUNET-Schätzung; **Inkl. Subscription- und Transaction-Audio-on-Demand; ***Inkl. SVoD, TVoD und Electronic-Sell-Through (EST).
Quelle: VAUNET (Basis: eigene Erhebungen, Hochrechnungen und Drittquellen)

Werbeumsätze der Medien 2018

Die Netto-Werbeinnahmen der elektronischen Medien (Radio, TV, Online und Mobile) verzeichneten in den zurückliegenden Jahren Wachstum und erreichten 2018 ein gemeinsames Netto-Umsatzvolumen von 7,1 Milliarden Euro (2017: 7,0 Mrd. Euro). Damit erreichten die elektronischen Medien 2018 einen kumulierten Anteil von 44,8 Prozent an den in der ZAW-Statistik erfassten Netto-Werbeumsätzen (2017: 43,2 Prozent).

Netto-Werbeerlöse der Medien in Deutschland

in Mrd. Euro, 2013-2018



Quelle: VAUNET, ZAW-Statistik 2013-2018

Werbeträger in Mrd. Euro	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Fernsehen	4,13	4,29	4,42	4,56	4,59	4,54
Tageszeitungen	2,92	2,84	2,65	2,53	2,39	2,22
Anzeigenblätter	1,93	1,85	1,81	1,92	1,86	1,72
Online und Mobile	1,26	1,34	1,42	1,52	1,64	1,76
Außenwerbung	0,89	0,93	1,01	1,03	1,15	1,16
Publikumszeitschriften	1,24	1,19	1,08	1,01	0,96	0,92
Fachzeitschriften	0,89	0,87	0,86	0,86	1,73*	1,69
Verzeichnismedien	1,02	0,97	0,89	0,84	0,79	0,74
Radio	0,75	0,74	0,74	0,77	0,78	0,79
Wochenzeitungen	0,18	0,15	0,15	0,14	0,14	0,13
Kino	0,08	0,08	0,10	0,09	0,09	0,08
Zeitungssupplements	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08
Gesamt					16,21*	15,82

*Werte rückwirkend geändert, aufgrund neuer Erhebungsmethoden eines Werbeträgers

Quelle: VAUNET, ZAW-Statistik 2013-2018

PROGNOSEN
2019

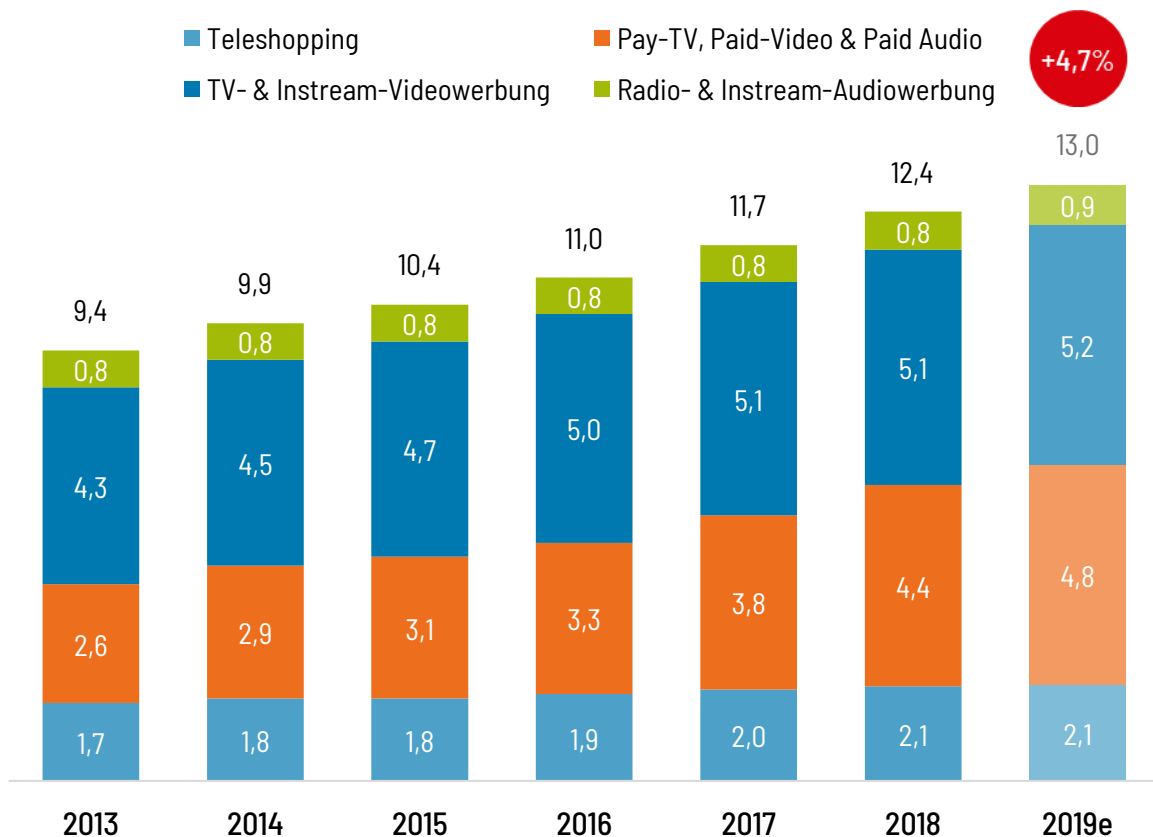
Umsatzprognosen 2019

Entwicklung der audiovisuellen Gesamtumsätze 2019

Die Umsätze der audiovisuellen Medien in Deutschland (ohne öffentlich-rechtliche Beiträge) werden laut der Prognose zum Medienmarkt in Deutschland des VAUNET im Gesamtjahr 2019 voraussichtlich um 579 Millionen Euro (+ 4,7 Prozent) auf insgesamt 13,02 Milliarden Euro anwachsen. Seit 2013 lag das durchschnittliche Wachstum bei ca. 600 Millionen Euro jährlich.

Entwicklung der audiovisuellen Medienumsätze

in Mrd. Euro, VAUNET-Prognose in Prozent, 2013-2019e, in Deutschland



Quelle: VAUNET-Prognose zum Medienmarkt in Deutschland 2019 (Basis: eigene Erhebungen, Hochrechnungen und Drittquellen)

Umsätze* der audiovisuellen Medien in Deutschland

Prognostizierte Netto-Umsätze in Mio. Euro, Veränderungen in Prozent und in Mio. Euro

	2018	2019e	Veränderung	
	in Mio. Euro	in Mio. Euro	in Prozent	in Mio. Euro
Radiowerbung**	789 Mio. €	805 Mio. €	+ 2,0 %	+ 16 Mio. €
Instream-Audiowerbung***	45 Mio. €	59 Mio. €	+ 30 %	+ 14 Mio. €
Audiowerbung	834 Mio. €	864 Mio. €	+ 3,6 %	+ 30 Mio. €
Fernsehwerbung**	4.537 Mio. €	4.492 Mio. €	- 1,0 %	- 45 Mio. €
Instream-Videowerbung***	600 Mio. €	750 Mio. €	+ 25 %	+ 150 Mio. €
Bewegtbildwerbung	5.137 Mio. €	5.242 Mio. €	+ 2,0 %	+ 105 Mio. €
Audiovisuelle Werbung****	5.971 Mio. €	6.106 Mio. €	+ 2,3 %	+ 135 Mio. €
Pay-TV	2.300 Mio. €	2.392 Mio. €	+ 4,0 %	+ 92 Mio. €
Paid Video	1.200 Mio. €	1.440 Mio. €	+ 20 %	+ 240 Mio. €
Pay-TV & Paid Video	3.500 Mio. €	3.832 Mio. €	+ 9,5 %	+ 332 Mio. €
Paid Audio	897 Mio. €	978 Mio. €	+ 9,0 %	+ 81 Mio. €
Paid AV-Content	4.397 Mio. €	4.810 Mio. €	+ 9,4 %	+ 413 Mio. €
Teleshopping	2.070 Mio. €	2.101 Mio. €	+ 1,5 %	+ 31 Mio. €
Audiovisuelle Medien*****	12.438 Mio. €	13.017 Mio. €	+ 4,7 %	+ 579 Mio. €

*Prognosewerte jeweils für den Gesamtmarkt in Deutschland im Gesamtjahr; **Inkl. privater und öffentlich-rechtlicher Anbieter;

Inkl. internationaler Anbieter; *Noch nicht in „Audiovisuelle Werbung“ erfasst: In-Game, Kino- und audiovisuelle Outdoor-Werbung;

*****Noch nicht in „Audiovisuelle Medien“ erfasst sind sonstige Umsätze der audiovisuellen Medienunternehmen (z. B. aus Rechtehandel und Lizenzen) oder Beitragseinnahmen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Ebenfalls noch nicht berücksichtigt sind die Umsätze auf vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen (Produzenten, Netze, Plattformen, Geräte, Agenturen, Dienstleister, etc.)

Quelle: VAUNET-Prognose zu Medienmarkt in Deutschland 2019 (Stand: Oktober 2019)

TV- und Bewegtbildwerbung 2019

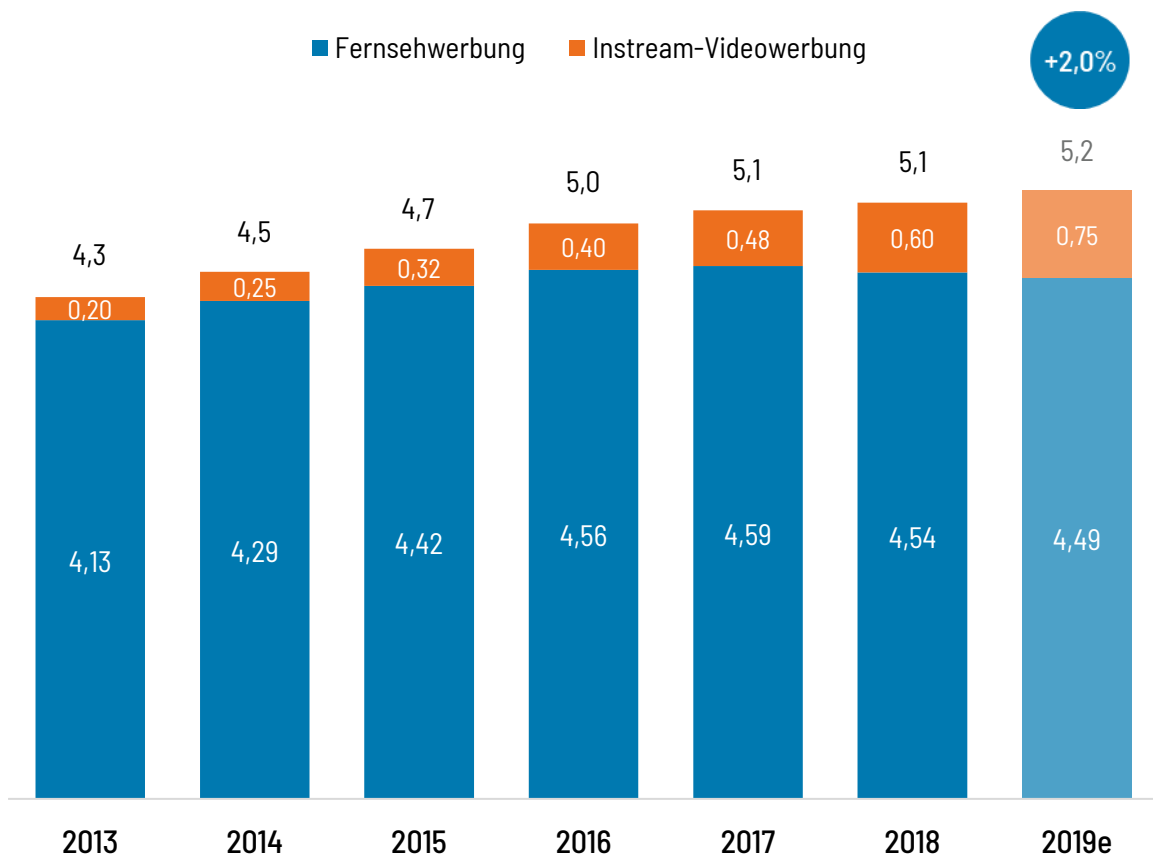
Für die Bewegtbildwerbung (linear und nonlinear) in Deutschland prognostiziert der VAUNET im Gesamtjahr 2019 einen Netto-Umsatzwachstum von ca. 2,0 Prozent auf rund 5,24 Milliarden Euro (2018: 5,14 Mrd. Euro).

Für die **Fernsehwerbung** wird ein leichter Netto-Umsatzrückgang von ca. - 1,0 Prozent auf rund 4,49 Milliarden Euro prognostiziert. Das würde einer Abnahme um ca. 45 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahreszeitraum entsprechen. Das Fernsehen bleibt der mit Abstand stärkste Umsatzträger im deutschen Werbemarkt.

Für die **Instream-Videowerbung** prognostiziert der VAUNET einen Anstieg um rund 25 Prozent beziehungsweise um ca. 150 Millionen Euro auf dann 750 Millionen Euro.

Netto-Werbeerlöse Bewegtbild (TV & Streaming)

in Mrd. Euro, VAUNET-Prognose in Prozent, 2013-2019e, in Deutschland



Quelle: VAUNET, ZAW-Statistik 2013-2018, VAUNET-Prognose zum Medienmarkt in Deutschland 2019 (Stand: Oktober 2019)

Radio- und Audiowerbung 2019

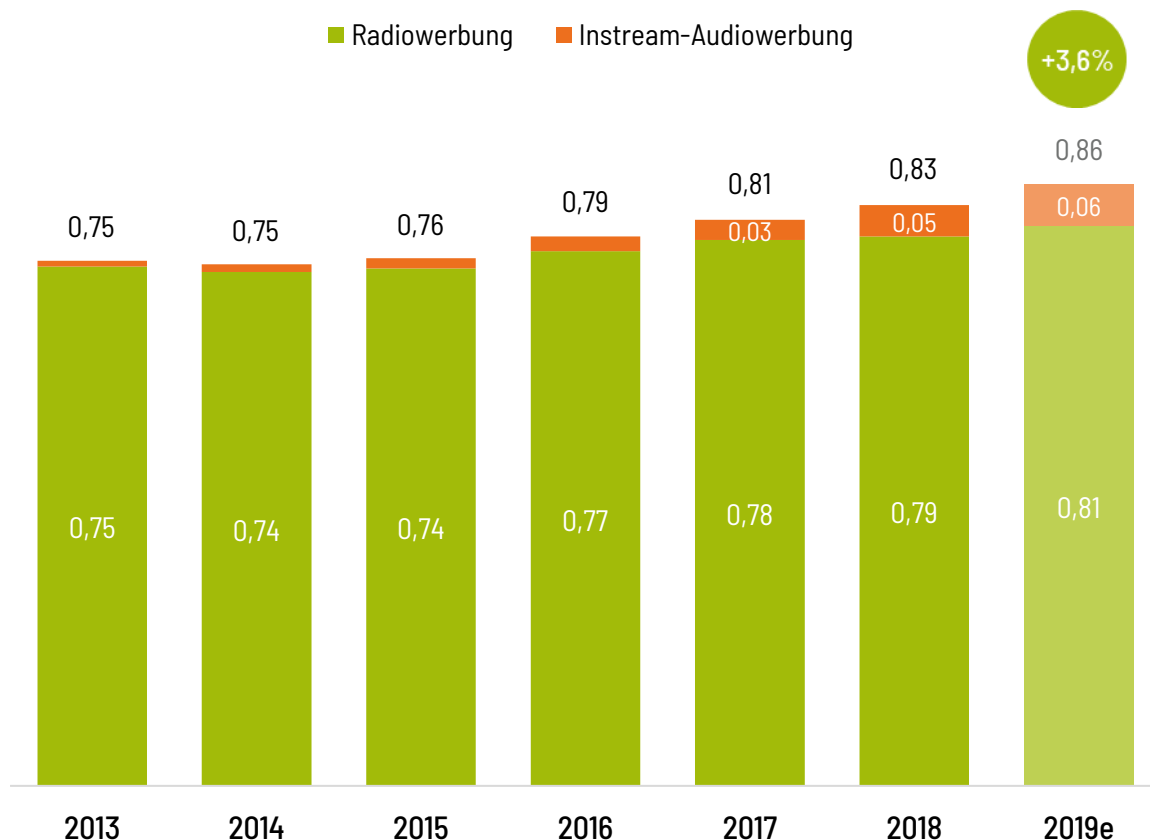
Für die Audiowerbung (linear und nonlinear) in Deutschland prognostiziert der VAUNET im Gesamtjahr 2019 ein Netto-Umsatzwachstum von ca. 3,6 Prozent auf rund 864 Millionen Euro (2018: 834 Mio. Euro).

Für die **Radiowerbung** (private und öffentlich-rechtliche Angebote) prognostiziert der VAUNET im Gesamtjahr 2019 ein Wachstum von 2,0 Prozent auf 805 Millionen Euro (2018: 789 Mio. Euro). Das würde einem Zuwachs um rund 16 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahreszeitraum entsprechen.

Für den Bereich der **Instream-Audiowerbung**, also den in Audiostreams eingebundene Online-Audiowerbung, erwartet der VAUNET – auf deutlich niedriger Basis – ein Wachstum um 30 Prozent auf rund 59 Millionen Euro (2018: 45 Mio. Euro).

Netto-Werbeerlöse Audio (Radio & Streaming)

in Mrd. Euro, VAUNET-Prognose in Prozent, 2013-2019e, in Deutschland



Quelle: VAUNET, ZAW-Statistik 2013-2018, VAUNET-Prognose zum Medienmarkt in Deutschland 2019 (Stand: Oktober 2019)

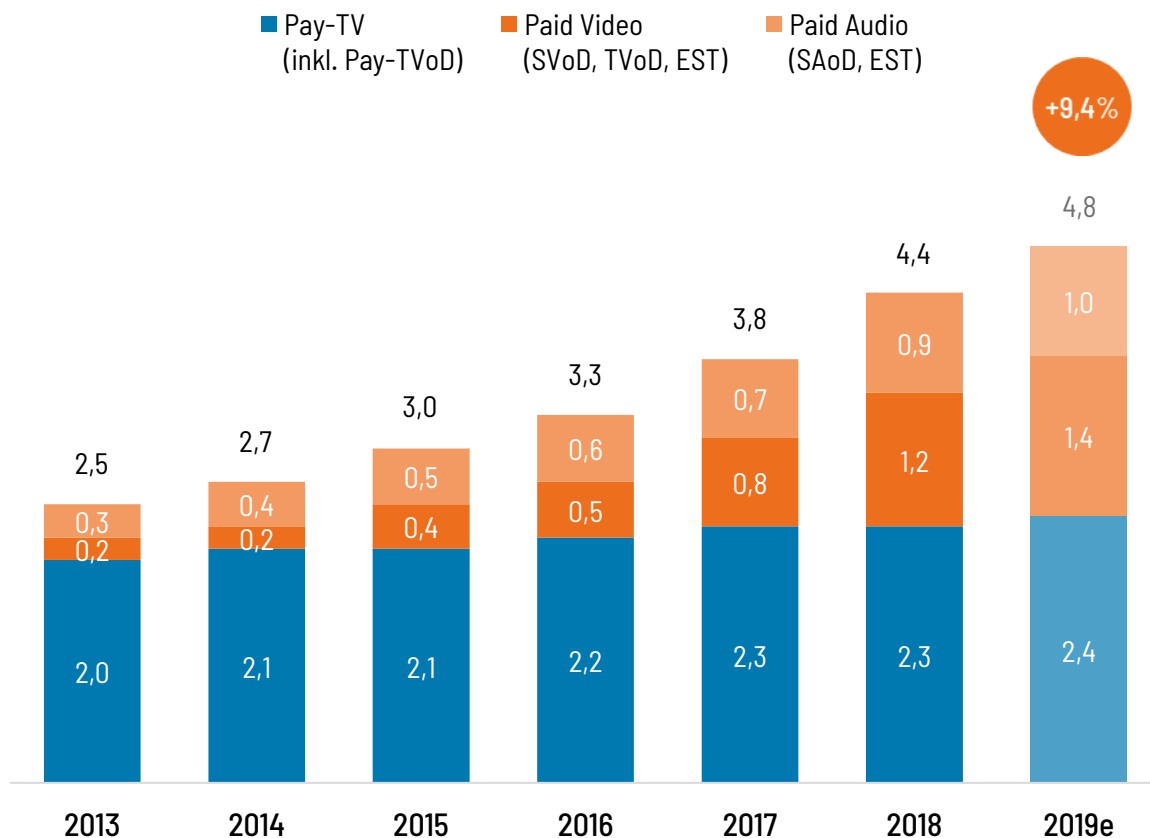
Paid AV-Content 2019

Die Umsätze aus Paid Content im Bereich der audiovisuellen Medien werden im Gesamtjahr 2019 voraussichtlich um 413 Millionen Euro auf rund 4,81 Milliarden Euro ansteigen. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht das einem Anstieg um 9,4 Prozent (2018: 4,40 Mrd. Euro).

Dabei wird für das umsatzstärkste Segment **Pay-TV** ein Umsatzwachstum um 92 Millionen Euro bzw. 4,0 Prozent auf 2,4 Milliarden Euro prognostiziert (2018: 2,3 Mrd. Euro). Im Segment **Paid Video** wird ein Zuwachs um rund 240 Millionen Euro bzw. 20 Prozent auf rund 1,4 Milliarden Euro erwartet (2018: 1,2 Mrd. Euro), das Segment **Paid Audio** soll um 81 Millionen Euro bzw. 9,0 Prozent auf circa 0,98 Milliarden Euro zulegen (2018: 0,90 Mrd. Euro).

Paid AV-Content-Umsätze

in Mrd. Euro, VAUNET-Prognose in Prozent, 2013-2019e, in Deutschland



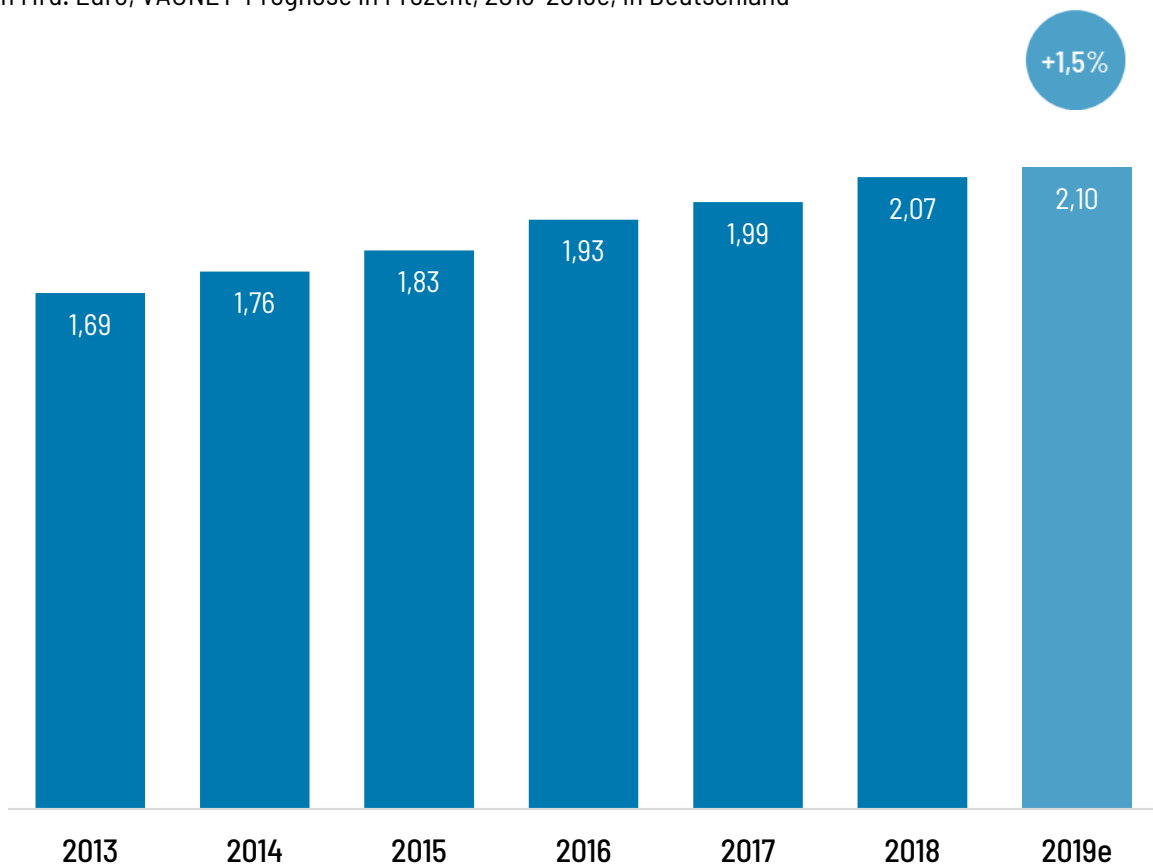
Quelle: VAUNET-Prognose zum Medienmarkt in Deutschland 2019 (Stand: Oktober 2019)

Teleshopping 2019

Für Teleshopping wird 2019 mit einem Umsatzwachstum von 1,5 Prozent auf 2,10 Milliarden Euro gerechnet. Dies entspricht einem absoluten Zuwachs um rund 31 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr (2018: 2,07 Mrd. Euro).

Teleshopping-Umsätze

in Mrd. Euro, VAUNET-Prognose in Prozent, 2013-2019e, in Deutschland



Schätzungen / Hochrechnungen auf Basis älterer Quellen, eCommerce teilweise inkludiert
Quelle: VAUNET-Prognose zum Medienmarkt in Deutschland 2019 (Stand: Oktober 2019)

Ausblick 2020-2024

Für die Jahre 2020 bis 2024 gehen Experten weiterhin von positiven Entwicklungsperspektiven für die audiovisuellen Medien in Deutschland aus.

Die Nachfrage nach audiovisuellen Medieninhalten soll in den kommenden Jahren, insbesondere im Bereich der non-linearen Angebotsformen, weiter steigen. Die Angebote werden immer konvergenter. Marktteilnehmer erwarten zudem einen weiter steigenden internationalen Wettbewerbsdruck bei gleichzeitiger Marktkonsolidierung.

Für die Refinanzierung der Angebote wird mit weiter wachsender Zahlungsbereitschaft der Nutzer für hochwertige audiovisuelle Medieninhalte sowie - insbesondere im Bereich der Werbung - mit zunehmender Bedeutung datengetriebener Geschäftsmodelle, wie Programmatic Advertising, Addressable TV oder Real-Time-Bidding, gerechnet.

Die größte Herausforderung bleibt die Schaffung fairer Wettbewerbsbedingungen gegenüber global agierenden Konzernen, Plattformen und Infrastrukturen sowie gegenüber öffentlich-rechtlichen Wettbewerbern. Daneben wird vermehrt auch auf konjunkturelle Risiken hingewiesen, die sich unter anderem aus internationalen Entwicklungen, etwa dem Brexit oder dem Handelsstreit zwischen den USA und China, ergeben können. Auch im Falle einer konjunkturellen Abkühlung wird aber für die audiovisuelle Medien mit einer relativ stabilen Binnennachfrage gerechnet.

Politischer Handlungsbedarf

Inwieweit die zu erwartenden Wertschöpfungspotentiale am Standort Deutschland realisierbar sein werden, hängt maßgeblich von der Schaffung fairer Rahmenbedingungen für inländische Marktteilnehmer im internationalen Wettbewerbsumfeld ab.

Politischer Handlungsbedarf wird vor diesem Hintergrund insbesondere in den folgenden zentralen Handlungsfeldern gesehen:

- Schaffung eines konvergenten Regulierungsrahmens
- Auffindbarkeit der Angebote auf Plattformen
- Durchsetzung fairer Wettbewerbsbedingungen gegenüber „Global Giants“ und marktmächtigen Marktpartnern
- Begrenzung der fortschreitenden Expansion öffentlich-rechtlicher Angebote
- Flexibilisierung der Werbevorgaben und Verzicht auf Werbeverbote
- Etablierung innovationsfreundlicher Datenschutzregelungen
- Sicherung von Zugang zu Netzen, Geräten und Plattformen
- Effektiver Schutz der Inhalte

Über VAUNET

VAUNET – Verband Privater Medien e. V.

VAUNET ist der Spitzenverband der audiovisuellen Medienunternehmen in Deutschland.

VAUNET leitet sich aus den Anfangsbuchstaben von „Video“ und „Audio“, welche die Eckpfeiler des Verbandes bilden, sowie dem Begriff „Network“ ab. Seine rund 150 Mitglieder bereichern Deutschlands Medienlandschaft durch Vielfalt, Kreativität und Innovation.

Die privaten Sendeunternehmen erreichen mit ihren Angeboten ein Millionenpublikum. Und sie sind inzwischen schon lange nicht mehr nur Fernsehen und Radio im klassischen Sinne, sondern bieten den Menschen auch eine große Auswahl an On-Demand, User-Generated-Content- und Social-Media-Plattformen sowie viele andere attraktive interaktive Dienste an.

Damit die Unternehmen ihren Beitrag zur Medien- und Meinungsvielfalt in Deutschland auch in der digitalen Welt erfolgreich leisten können, müssen die regulatorischen, technologischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen stimmen. VAUNET unterstützt die Unternehmen als Wirtschaftsverband im Dialog mit Politik, Aufsichtsgremien und Marktpartnern beim Erreichen dieser Ziele – national und auf EU-Ebene.

Mehr unter www.vau.net

VAUNET-Arbeitskreise

www.vau.net/themen/verband/uber-vaUNET/organisation/arbeitskreise

VAUNET-Publikationen

www.vau.net/themen/publikationen

Impressum

© Oktober 2019, VAUNET – Verband Privater Medien e. V.
V. i. S. d. P.: Frank Giersberg, Mitglied der Geschäftsleitung

Autoren: Frank Giersberg, Johannes Leibiger
Recherchen/Auswertungen/Grafiken: Johannes Leibiger
Lektorat: Alzbeta Seberova

Redaktionsschluss: 22. Oktober 2019

Adresse: VAUNET – Verband Privater Medien e. V., Stromstraße 1, 10555 Berlin
Telefon: +49 30 39 88 0-0
E-Mail: info@vau.net
www.vau.net

