



VAUNET-Marktdaten

Umsätze Audio- & audiovisueller Medien in Deutschland 2022-23

VAUNET

Inhalt

Methodik.....	3
Haftungsausschluss	3
Editorial.....	4
Executive Summary: Audio- und audiovisuelle Gesamtumsätze	5
Bewegbildumsätze.....	9
Bewegbildumsätze 2022	9
TV- und Bewegbildwerbung 2023.....	10
Pay-TV- und Paid-Video-Umsätze 2023.....	11
Teleshopping 2023	12
Audio-Umsätze.....	14
Audio-Umsätze 2022	14
Radio- und Audiowerbung 2023.....	15
Paid Audio 2023.....	16
Interneterlöse 2022.....	18
Werbeumsätze der Medien 2022	20
Medienumsätze im dualen System 2022	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 Expertenbefragungen.

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 Informationen verursacht worden sein sollen, sind grundsätzlich ausgeschlossen.

Editorial



Johannes Leibiger
Leiter Medienwirtschaft & Forschung



Frank Giersberg
Geschäftsführer

Sehr geehrte Damen und Herren,

die aktuelle weltpolitische Lage sorgt auch in Deutschland weiter für Unsicherheiten bei Wirtschaft und Verbraucher:innen und belastet die Werbewirtschaft. Dies schlägt sich in der Werbeumsatzentwicklung der privaten Medien nieder. Zwar steigen die Gesamtumsätze der Audio- und audiovisuellen Medien gemäß VAUNET-Prognose 2023 weiter an. Im Bereich der Werbefinanzierung mussten jedoch Umsatzprognosen aus dem Frühjahr nach unten korrigiert werden.

Die Entwicklung einzelner Marktsegmente führt nun deutlich vor Augen, dass es in dieser Situation keine zusätzlichen Belastungen der Branche durch Werbeverbote oder Investitionsverpflichtungen geben darf. Vielmehr braucht es jetzt klare politische Bekenntnisse zur Stärkung der privaten Medien im Wettbewerb. Denn die hohe gesellschaftliche Relevanz der privaten Medien ist unbestritten und der volkswirtschaftliche Stellenwert der Branche enorm. Das kann sich weiter entwickeln und gestärkt werden, wenn die Rahmenbedingungen stimmen.

Mit der vorliegenden Publikation zur VAUNET-Umsatzstatistik 2022 sowie zur VAUNET-Prognose zum Medienmarkt in Deutschland 2023 dokumentieren wir die Entwicklung der einzelnen Branchensegmente und wollen damit auch den Dialog zur weiteren Marktentwicklung und den notwendigen Rahmenbedingungen fördern.

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

Johannes Leibiger

Frank Giersberg

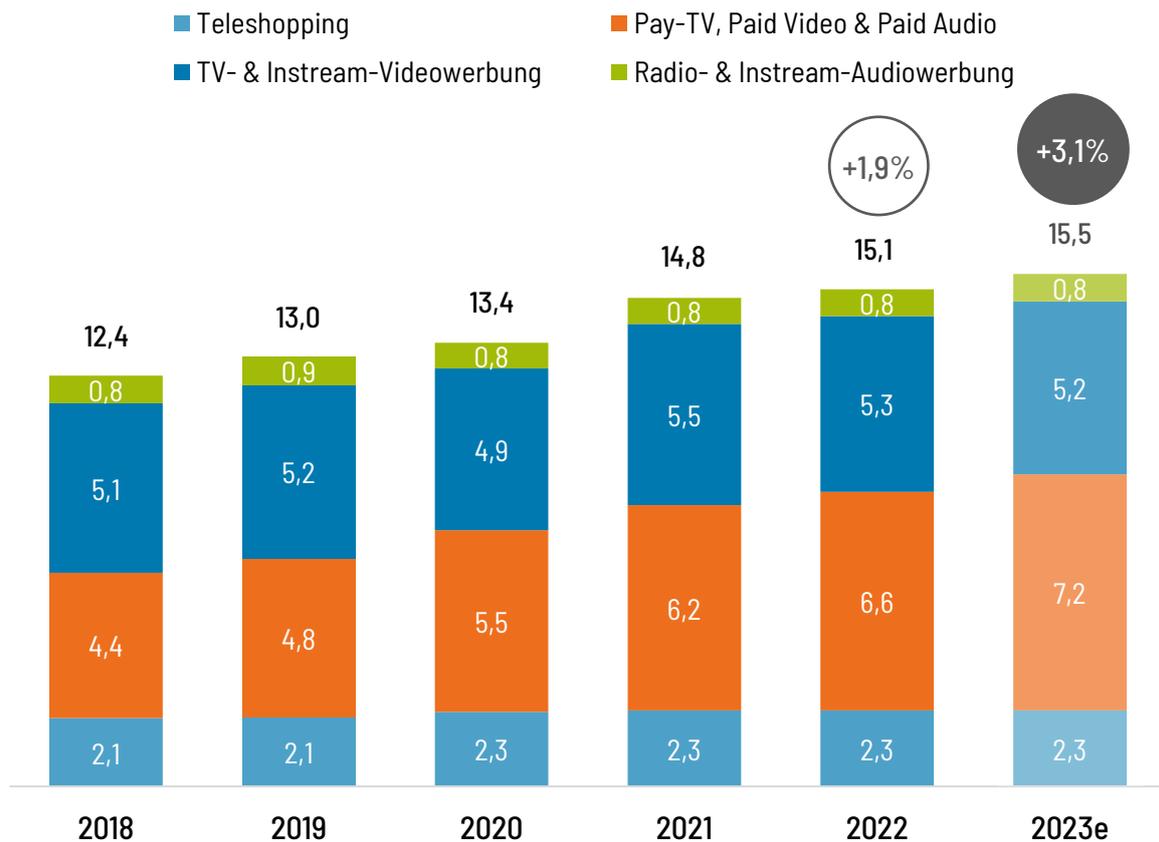
Executive Summary: Audio- und audiovisuelle Gesamtumsätze

Die Umsätze aller Audio- und audiovisuellen Medien – einschließlich Streaming, Pay-Angebote und Teleshopping – wuchsen 2022 um 1,9 Prozent auf 15,1 Milliarden Euro. Dabei erzielten die werbefinanzierten Audioangebote (Radio- und Streaming-Audiowerbung) ein Wachstum von 2,9 Prozent auf 0,8 Milliarden Euro, lagen damit jedoch weiterhin unter dem Vorkrisenniveau von 2019. Die entsprechenden werbefinanzierten Bewegtbildangebote (TV- und Online-Videowerbung) verbuchten einen Rückgang der Netto-Erlöse von 3,0 Prozent auf 5,3 Milliarden Euro.

Für das laufende Jahr 2023 wird eine Steigerung der Umsatzerlöse der Gesamtbranche von 3,1 Prozent auf insgesamt 15,5 Milliarden Euro erwartet. Dabei werden die Umsätze aus der Bewegtbildwerbung voraussichtlich nochmals um 1,6 Prozent zurückgehen, während die Umsätze aus Audiowerbung voraussichtlich um 2,1 Prozent leicht zulegen.

Entwicklung der Audio- & audiovisuellen Medienumsätze

in Mrd. Euro, VAUNET-Prognose in Prozent, 2018-2023e, in Deutschland



Quelle: VAUNET-Prognose zum Medienmarkt in Deutschland 2023 (Basis: eigene Erhebungen/Hochrechnungen/Drittquellen; Stand: Oktober 2023)

Werbung

Die **Audio- und audiovisuellen Werbeumsätze** in Deutschland verzeichneten im zurückliegenden Jahr 2022 einen Rückgang von 2,3 Prozent auf insgesamt 6,14 Milliarden Euro. Laut VAUNET-Prognose sollen die Audio- und audiovisuellen Werbeumsätze im Gesamtjahr 2023 um weitere 1,1 Prozent auf insgesamt 6,07 Milliarden Euro zurückgehen.

Bei der **Audiowerbung** (linear und nonlinear) sind die Umsätze 2022 um 2,9 Prozent auf 814 Millionen Euro gestiegen. Dabei verzeichnete die lineare Radiowerbung aller privaten und öffentlich-rechtlichen Angebote ein leichtes Plus von 1,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum sowie einen Umsatzanstieg auf 717 Millionen Euro (2022: 707 Mio. Euro). Im Vergleich dazu wuchsen die Netto-Werbeumsätze aus Werbung in Audio-Streamingangeboten 2022 – auf einem vergleichsweise niedrigeren Niveau – um 15,0 Prozent auf 97 Millionen Euro dynamisch weiter. Für das Gesamtjahr 2023 prognostiziert der VAUNET für die Audiowerbung einen weiteren Anstieg der Netto-Umsätze von 2,1 Prozent auf rund 830 Millionen Euro. Dabei wird für lineare Radiowerbung ein Umsatzplus von 1 Prozent auf 724 Millionen Euro sowie für Werbung in Audio-Streamingangeboten ein zweistelliges Umsatzwachstum von 10 Prozent auf erstmals über 100 Millionen Euro (106 Mio. Euro) prognostiziert.

Bei der **Bewegtbildwerbung** sind die Netto-Umsätze im zurückliegenden Jahr 2022 um 3,0 Prozent auf 5,32 Milliarden Euro gesunken. Während die Netto-Umsätze von linearer TV-Werbung um -7,4 Prozent auf 4,02 Milliarden Euro zurückgingen, verzeichneten die Netto-Werbeumsätze in Streamingangeboten ein Wachstum in Höhe von 13,7 Prozent auf 1,30 Milliarden Euro. Für das laufende Jahr 2023 erwartet der VAUNET im Segment Bewegtbildwerbung insgesamt leicht rückläufige Netto-Umsätze von circa 1,6 Prozent auf 5,24 Milliarden Euro. Dabei wird für die Fernsehwerbung mit einem weiteren Rückgang von 6 Prozent auf 3,78 Milliarden Euro gerechnet. Für den Bereich der Online-Videowerbung wird hingegen ein Wachstum von 12 Prozent auf rund 1,46 Milliarden Euro prognostiziert.

Paid Content & Teleshopping

Die **Pay-Umsätze** im Bereich der Audio- und audiovisuellen Medien stiegen 2022 um 6,8 Prozent auf 6,62 Milliarden Euro und überstiegen erstmals die Umsätze aus Audio- und audiovisueller Werbung. Das Wachstum wurde hauptsächlich durch Paid Video mit einem Plus von 11,1 Prozent auf 2,76 Milliarden Euro sowie Paid Audio mit einem Plus von 11,7 Prozent auf 1,66 Milliarden Euro generiert. Im laufenden Jahr 2023 werden die gesamten Umsätze mit Bezahlhalten laut VAUNET-Prognose voraussichtlich um 8,0 Prozent auf rund 7,15 Milliarden Euro ansteigen. Für den Teilbereich Pay-TV wird mit einer stabilen Entwicklung auf Vorjahresniveau gerechnet. Im Vergleich dazu sollen die Umsätze aus Paid-Video-on-Demand voraussichtlich um 13 Prozent auf rund 3,13 Milliarden Euro und die Erlöse aus Audio-Abrufangeboten um 10 Prozent auf rund 1,83 Milliarden Euro steigen.

Das Segment **Teleshopping** wirtschaftete im Jahr 2022 mit 2,3 Milliarden Euro auf Vorjahresniveau und soll sich im Gesamtjahr 2023 ebenfalls stabil auf gleichem Niveau (+/-0 Prozent) weiterentwickeln.

Umsätze¹ der audiovisuellen Medien in Deutschland

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

	2021 in Mio. Euro	2022 in Mio. Euro	VÄ in Prozent	2023e in Mio. Euro	VÄ in Prozent
Radiowerbung	707	717	+1,4	724	+1
Streaming-Audiowerbung ²	84	97	+15,0	106	+10
Audiowerbung	791	814	+2,9	830	+2,1
Fernsehwerbung	4.341	4.018	-7,4	3.777	-6
Instream-Videowerbung ²	1.146	1.303	+13,7	1.459	+12
Bewegtbeeldwerbung	5.487	5.321	-3,0	5.236	-1,6
Audio- & audiovisuelle Werbung³	6.278	6.135	-2,3	6.067	-1,1
Pay-TV	2.230	2.200	-1,3	2.200	+/-0
Paid Video	2.485	2.760	+11,1	3.126	+13
Pay-TV & Paid Video	4.725	4.960	+5,2	5.326	+7,4
Paid Audio	1.487	1.661	+11,7	1.827	+10
Paid AV-Content	6.202	6.621	+6,8	7.153	+8,0
Teleshopping ⁴	2.300	2.300	+/-0,0	2.300	+/-0
Audio- & audiovisuelle Medien⁵	14.780	15.056	+1,9	15.520	+3,1

¹Netto-Umsätze aller Anbieter im Gesamtmarkt in Deutschland; ²Inklusive internationaler Anbieter; ³Noch nicht in „Audio- & audiovisuelle Werbung“ erfasst: In-Game, Kino- und audiovisuelle Outdoor-Werbung; ⁴Vorläufige Schätzungen für 2022 und 2023e; ⁵Noch nicht in „Audio- & 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 2023

The background of the entire page consists of a pattern of thin, parallel, light gray diagonal lines running from the top-left to the bottom-right. In the center of the page, there is a white rectangular area containing the main title.

BEWEGTBILD- UMSÄTZE

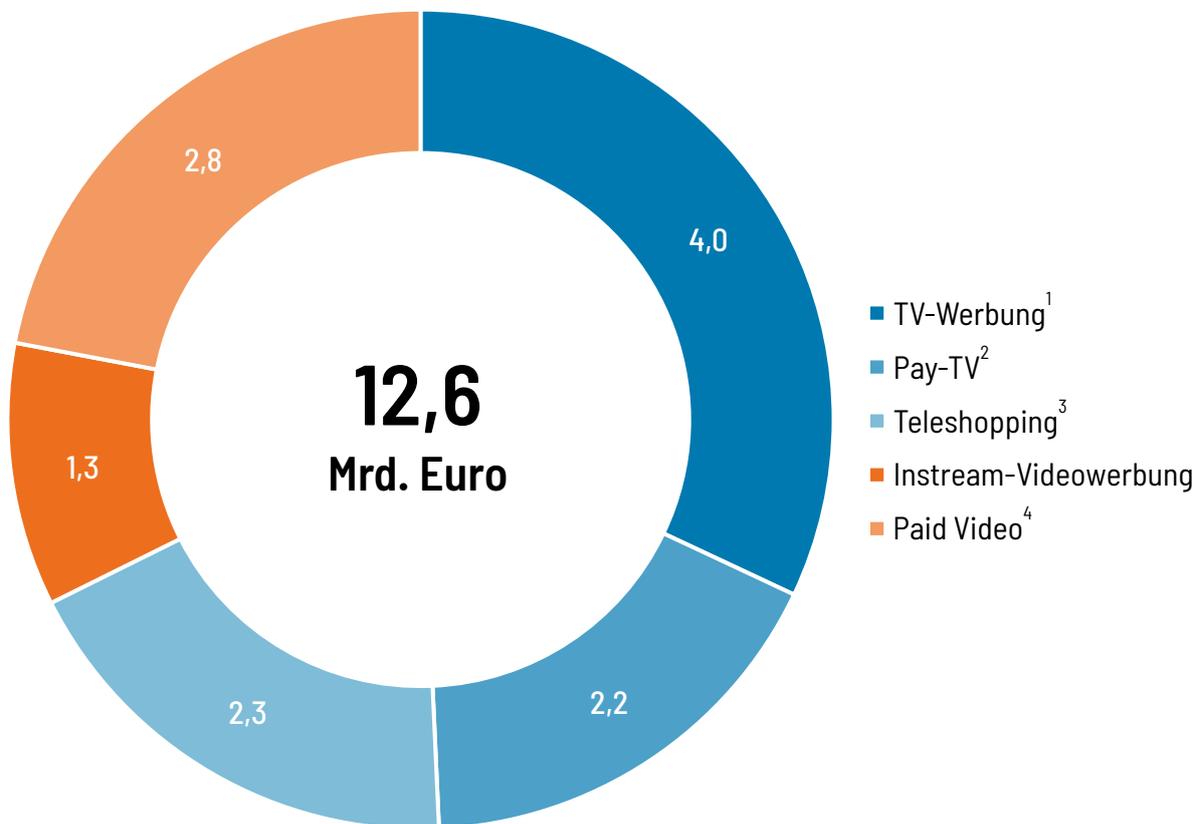
Bewegtbildumsätze 2022

Die erfassten Umsätze der Bewegtbildmedien (exklusive öffentlich-rechtlicher Beiträge und sonstiger Erlöse) lagen 2022 bei rund 12,5 Milliarden Euro (2021: 12,5 Mrd. Euro).

Davon entfielen 4,0 Milliarden Euro auf die (private und öffentlich-rechtliche) **TV-Werbung**, 1,3 Milliarden Euro auf **Instream-Videowerbung**, 2,2 Milliarden Euro auf **Pay-TV**, 2,8 Milliarden Euro auf **Paid Video** und 2,3 Milliarden Euro auf **Teleshopping**.

Bewegtbildumsätze 2022 in Deutschland

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



¹Inklusive private und öffentlich-rechtliche TV-Werbung; ²Pay-TV und inkludiertes Pay-TV-on-Demand; ³Schätzung/Hochrechnung auf Basis älterer Quellen, eCommerce teilweise inkludiert; ⁴Inklusive Subscription- (SVoD), Transaction-Video-on-Demand (TVoD) sowie Electronic-Sell-Through (EST).
Quelle: VAUNET (Basis: eigene Erhebungen, Hochrechnungen und Drittquellen)

Für das Gesamtjahr 2023 prognostiziert der VAUNET ein Umsatzwachstum der Bewegtbildmedien in Höhe von 2,2 Prozent auf 12,9 Milliarden Euro. Eine Übersicht der Entwicklung der einzelnen Bewegtbild-Segmente folgt auf den folgenden Seiten.

TV- und Bewegtbildwerbung 2023

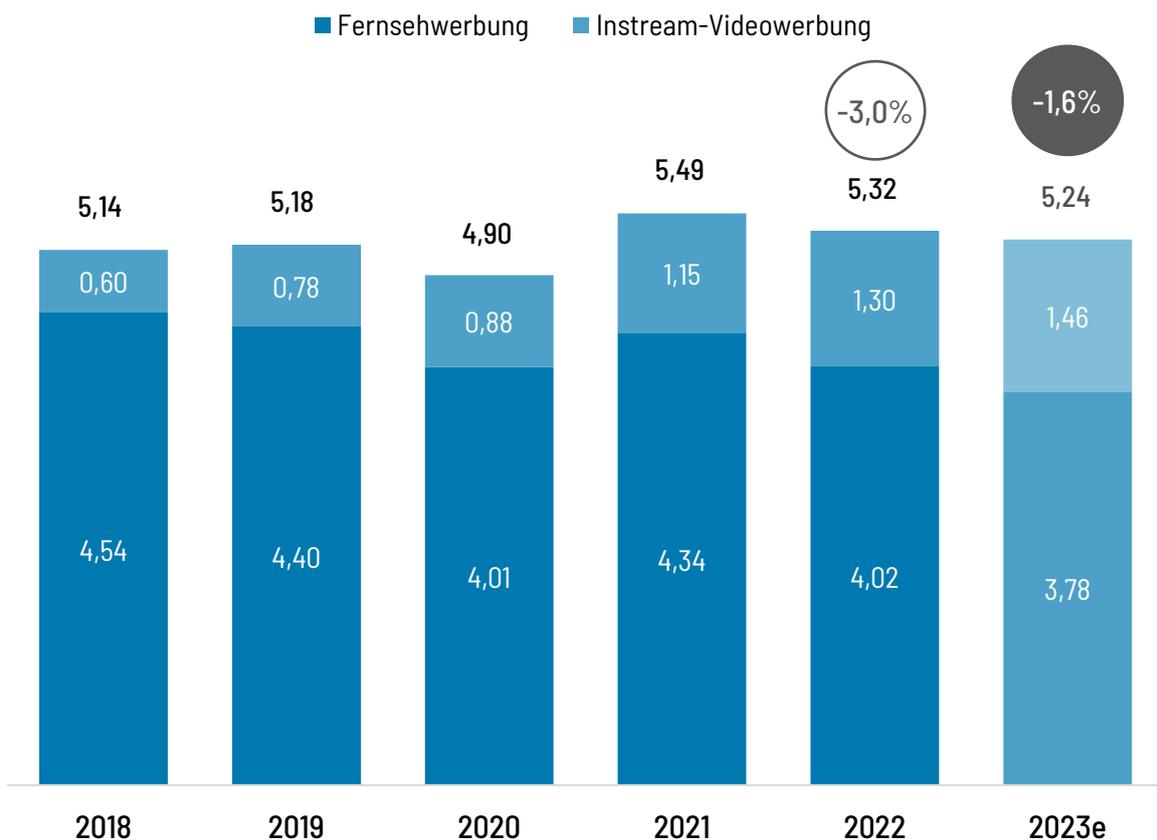
Für die Bewegtbildwerbung (linear und nonlinear) in Deutschland prognostiziert der VAUNET im Gesamtjahr 2023 einen leichten Rückgang des Netto-Umsatzes von circa 1,6 Prozent auf rund 5,24 Milliarden Euro (2022: 5,32 Mrd. Euro).

Dabei wird für den Bereich der **Fernsehwerbung** (private und öffentlich-rechtliche Angebote) ein Rückgang der Netto-Umsätze von circa 6 Prozent auf rund 3,78 Milliarden Euro prognostiziert. Das würde einer Verringerung um ca. 241 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahreszeitraum entsprechen.

Für die **Instream-Videowerbung** prognostiziert der VAUNET für das Jahr 2023 einen Anstieg um rund 12 Prozent beziehungsweise um ca. 156 Millionen Euro auf 1,46 Milliarden Euro.

Netto-Werbeerlöse Bewegtbild (TV & Streaming)

in Mrd. Euro, 2018-2023e, VAUNET-Prognose in Prozent, in Deutschland



Quelle: VAUNET, ZAW-Statistik 2019-2023, VAUNET-Prognose zum Medienmarkt in Deutschland 2023 (Stand: Oktober 2023)

Pay-TV- und Paid-Video-Umsätze 2023

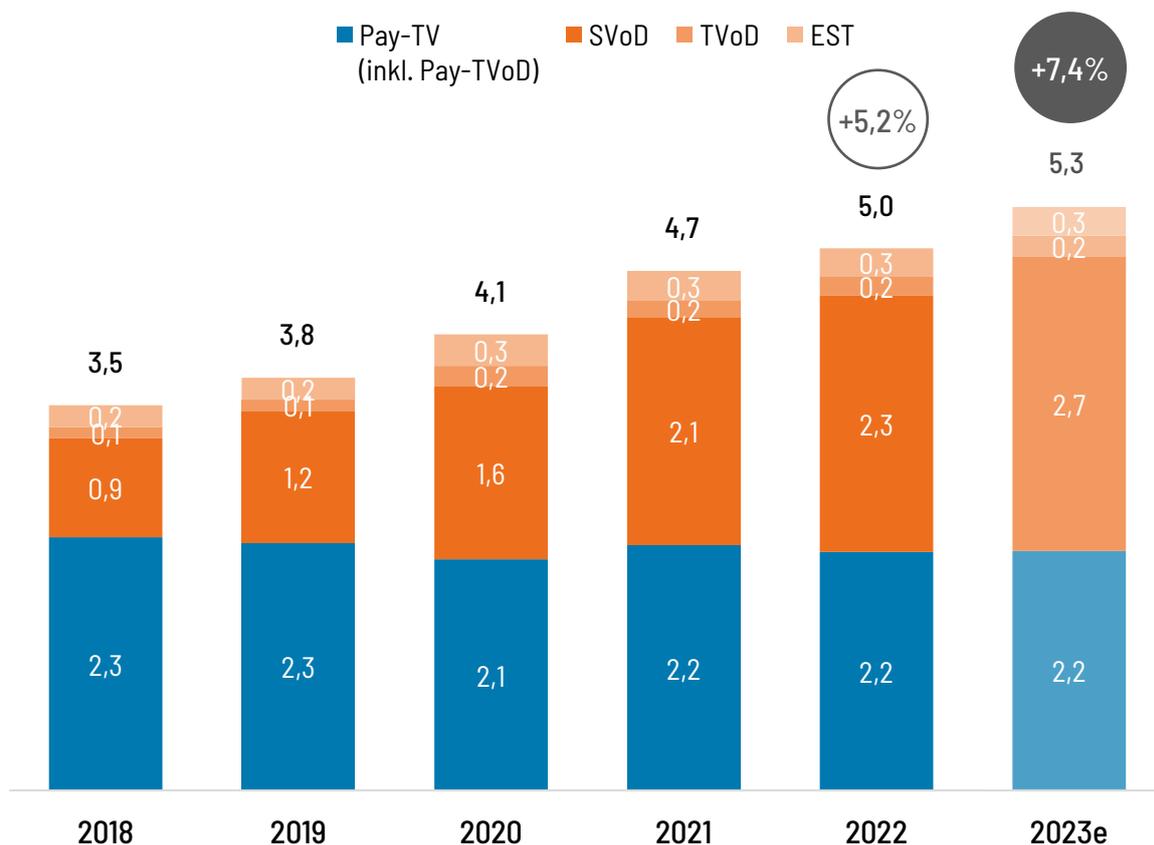
Die Umsätze aus Pay-TV und Paid-Video-on-Demand werden im Gesamtjahr 2023 voraussichtlich um circa 366 Millionen Euro auf rund 5,3 Milliarden Euro steigen. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht das einem Anstieg um 7,4 Prozent (2022: 4,9 Mrd. Euro).

Dabei wird für das **Pay-TV-Segment** im Jahr 2023 eine stabile Umsatzentwicklung von +/-0 Prozent auf Vorjahresniveau in Höhe von 2,2 Milliarden Euro prognostiziert.

Im Segment **Paid Video** wird ein Zuwachs um circa 366 Millionen Euro bzw. 13 Prozent auf rund 3,1 Milliarden Euro erwartet.

Pay-TV- und Paid-Video-Umsätze in Deutschland

in Mrd. Euro, 2018-2023e, VAUNET-Prognose in Prozent



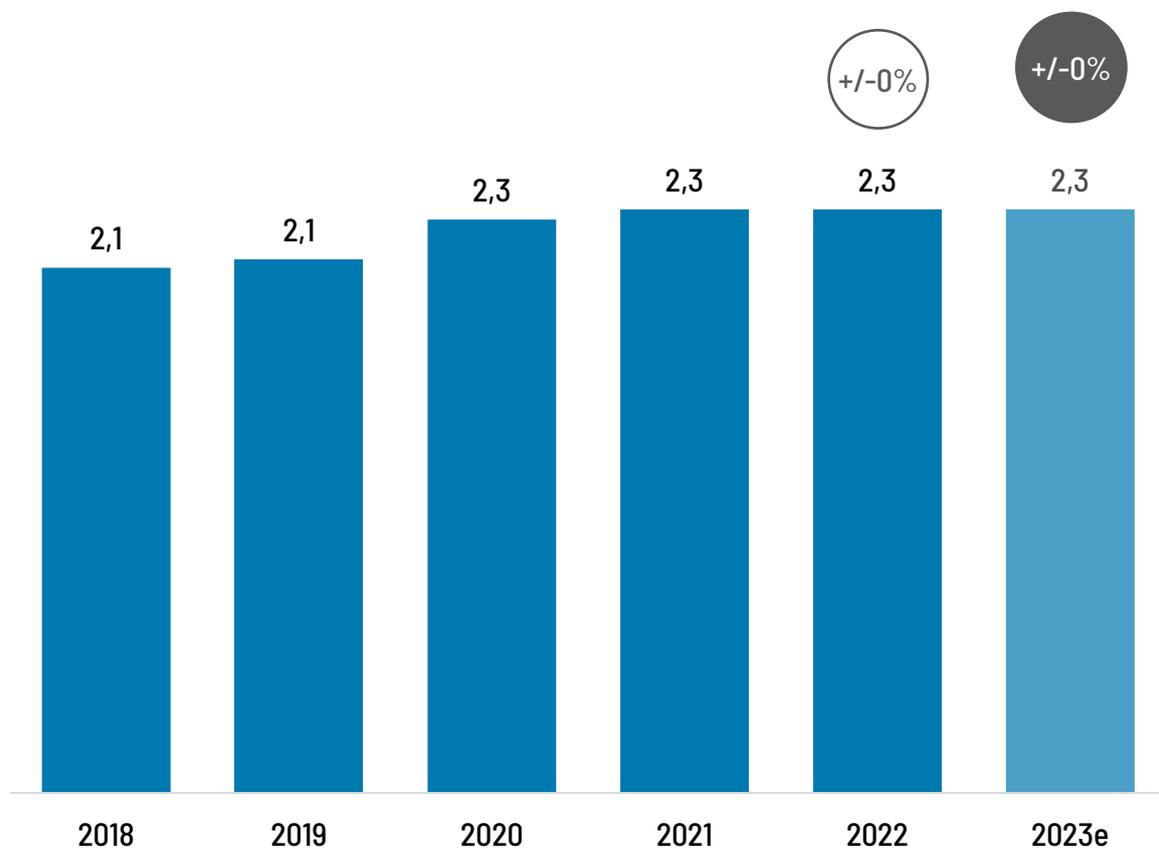
Quelle: VAUNET, GfK/FFA, VAUNET-Prognose zum Medienmarkt in Deutschland 2023 (Stand: Oktober 2023)

Teleshopping 2023

Die Umsätze im Segment Teleshopping haben sich in den letzten Jahren schätzungsweise auf stabilem Niveau entwickelt. Für das Gesamtjahr 2023 rechnet der VAUNET weiter mit einer stabilen Umsatzentwicklung auf Vorjahresniveau in Höhe von 2,3 Milliarden Euro (2022: 2,3 Mrd. Euro).

Teleshopping-Umsätze¹ in Deutschland

in Mrd. Euro, 2018-2023e, VAUNET-Prognose in Prozent



¹Schätzungen / Hochrechnungen auf Basis älterer Quellen, eCommerce teilweise inkludiert
Quelle: VAUNET-Prognose zum Medienmarkt in Deutschland 2023 (Stand: Oktober 2023)

AUDIO- UMSÄTZE

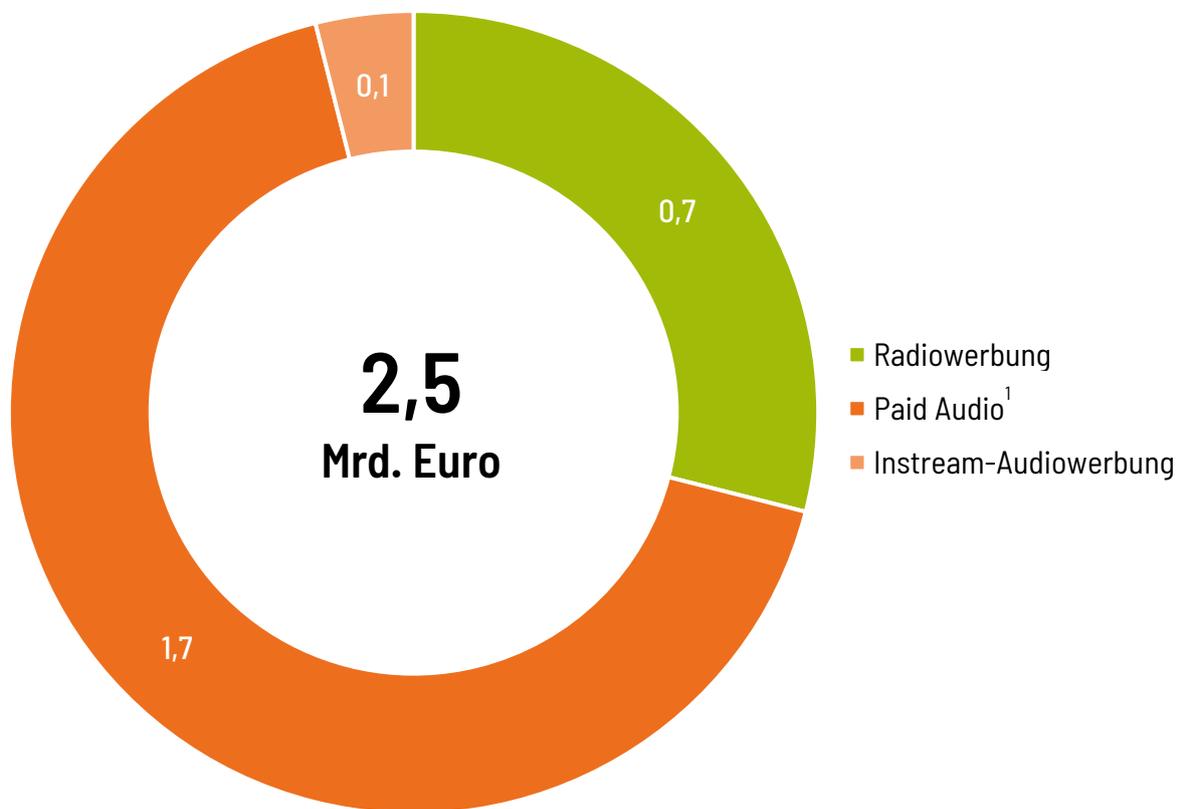
Audio-Umsätze 2022

Die gesamten Umsätze der Radio- und Audiosegmente (exklusive öffentlich-rechtlicher Beiträge sowie sonstiger Erlöse) erreichten im zurückliegenden Jahr 2022 rund 2,5 Milliarden Euro (2021: 2,3 Mrd. Euro).

Davon entfielen 0,7 Milliarden Euro auf (private und öffentlich-rechtliche) **Radiowerbung**, knapp 0,1 Milliarden Euro auf **Instream-Audiowerbung** und rund 1,7 Milliarden Euro auf **Paid Audio**.

Audio-Umsätze 2022

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



¹Inkl. Subscription- und Transaction-Audio-on-Demand.

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

Für das laufende Gesamtjahr 2023 prognostiziert der VAUNET ein Umsatzwachstum der Audio-Medien in Höhe von 7,4 Prozent auf 2,7 Milliarden Euro. Eine Übersicht der Entwicklung der einzelnen Audio-Segmente folgt auf den folgenden Seiten.

Radio- und Audiowerbung 2023

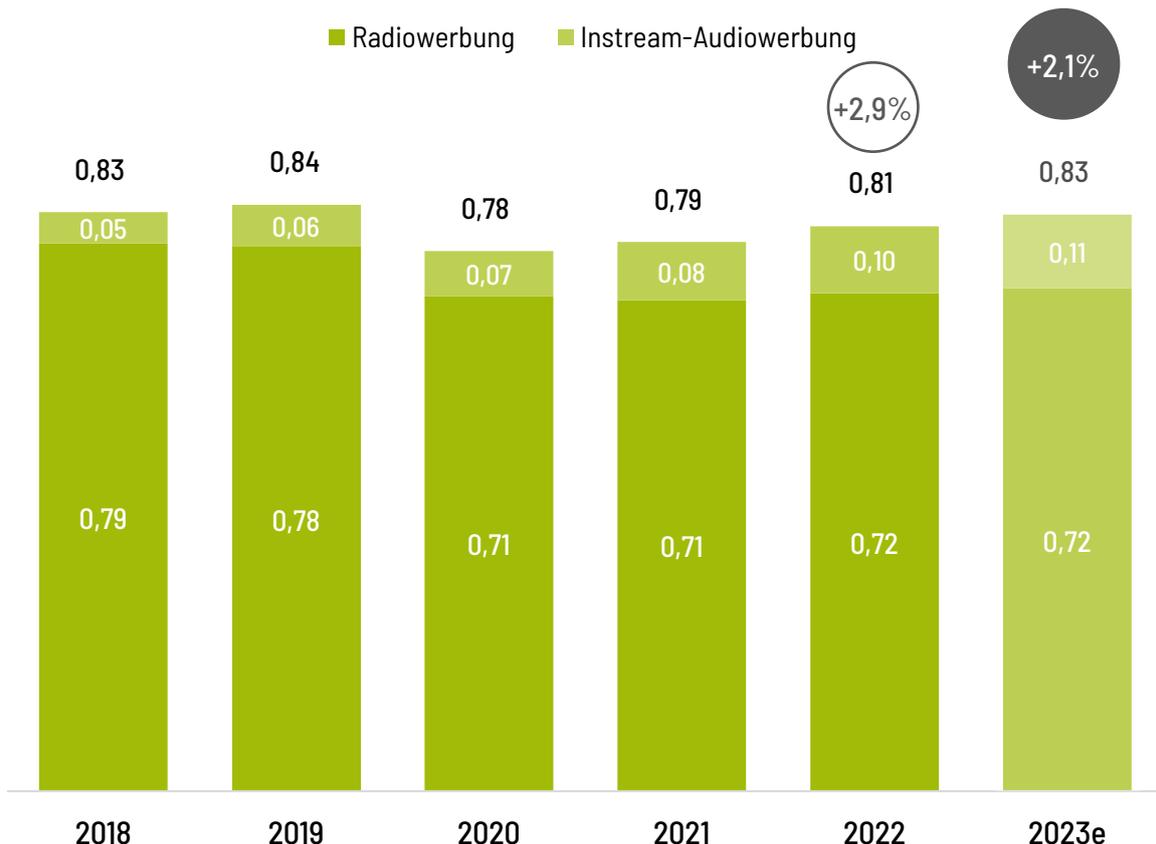
Für das Segment der Audiowerbung (linear und nonlinear) in Deutschland prognostiziert der VAUNET im Gesamtjahr 2023 einen Anstieg der Netto-Umsätze von circa 2,1 Prozent bzw. 17 Millionen Euro auf rund 830 Millionen Euro (2022: 814 Mio. Euro).

Für die **Radiowerbung** (private und öffentlich-rechtliche Angebote) prognostiziert der VAUNET im Gesamtjahr 2023 eine leichte Zunahme in Höhe von 1 Prozent bzw. 7 Millionen Euro auf 724 Millionen Euro.

Für den Bereich der **Instream-Audiowerbung**, also in Audiostreams eingebundene Onlinewerbung, erwartet der VAUNET – auf deutlich niedrigerer Basis – ein Wachstum um circa 10 Prozent bzw. 10 Millionen Euro auf rund 106 Millionen Euro.

Netto-Werbeerlöse Audio (Radio & Streaming)

in Mrd. Euro, 2018-2023e, VAUNET-Prognose in Prozent, in Deutschland



Quelle: VAUNET, ZAW-Statistik 2018-2022, VAUNET-Prognose zum Medienmarkt in Deutschland 2023 (Stand: Oktober 2023)

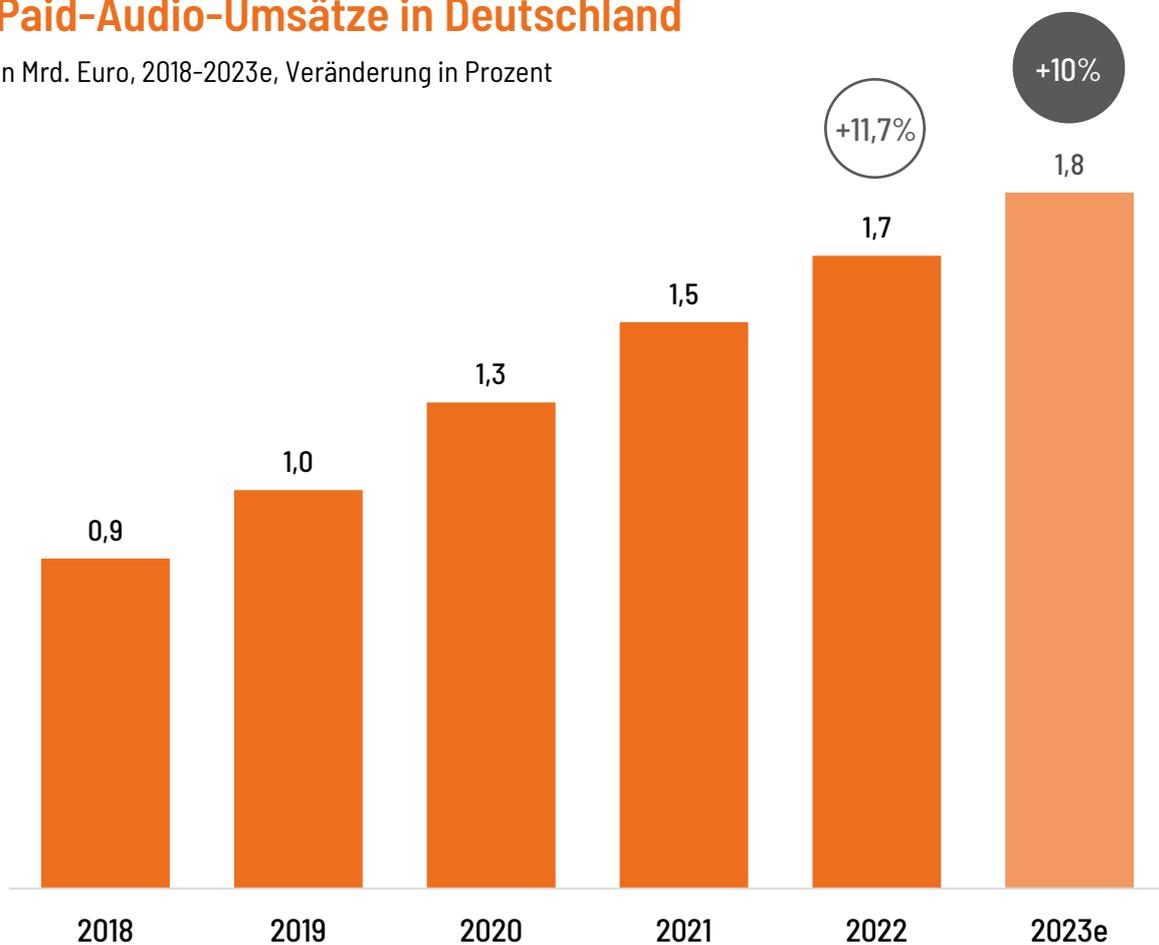
Paid Audio 2023

Das Segment **Paid Audio** erwirtschaftete im zurückliegenden Jahr 2022 Umsätze in Höhe von 1,7 Milliarden Euro. Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Umsätze um 11,7 Prozent (2021: 1,5 Mrd. Euro).

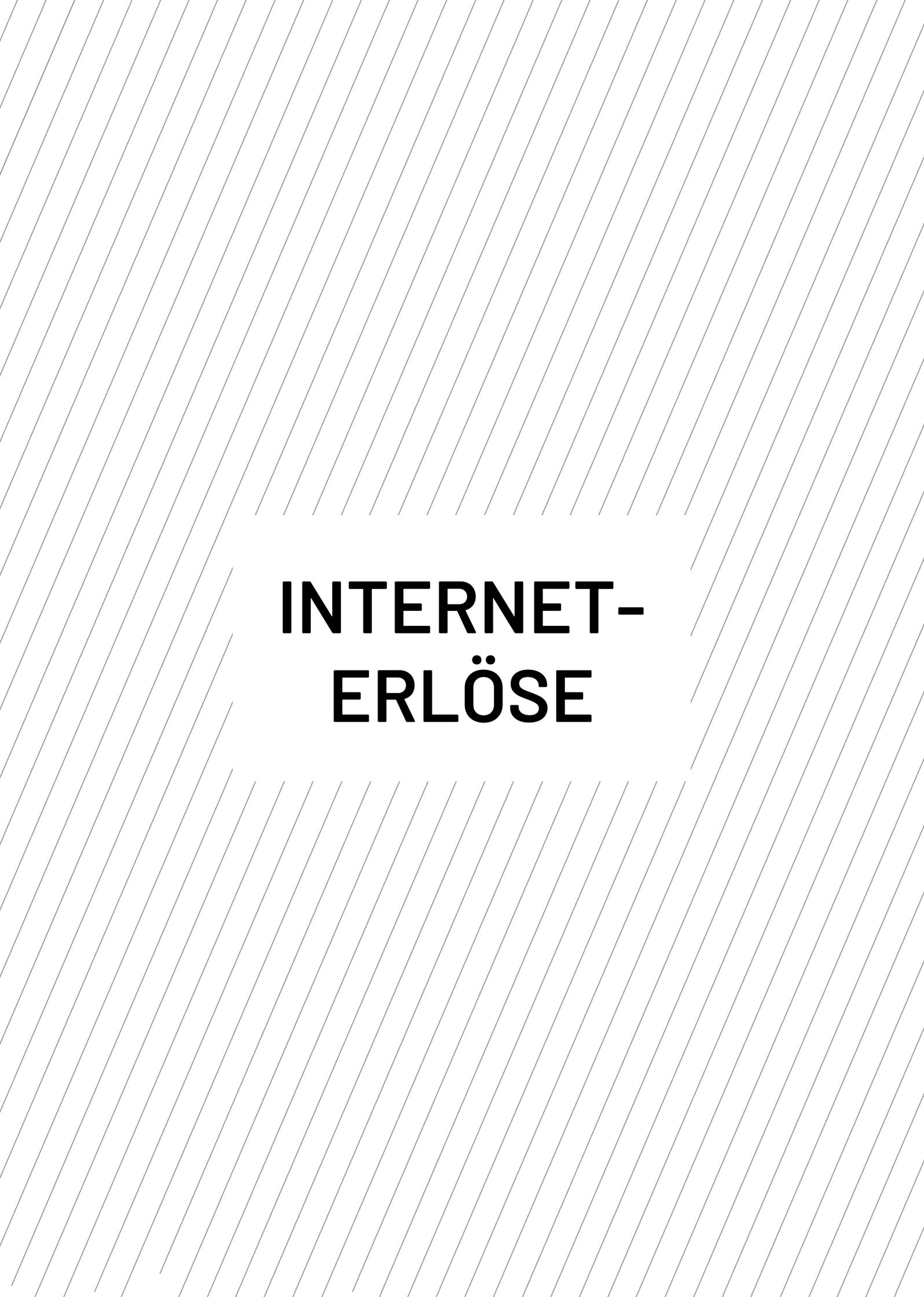
Für das Gesamtjahr 2023 prognostiziert der VAUNET weiteres Wachstum in Höhe von ca. 10 Prozent bzw. 166 Millionen auf circa 1,8 Milliarden Euro.

Paid-Audio-Umsätze in Deutschland

in Mrd. Euro, 2018-2023e, Veränderung in Prozent



Quelle: VAUNET, BVMI, VAUNET-Prognose zum Medienmarkt in Deutschland 2023 (Stand: Oktober 2023)



INTERNET- ERLÖSE

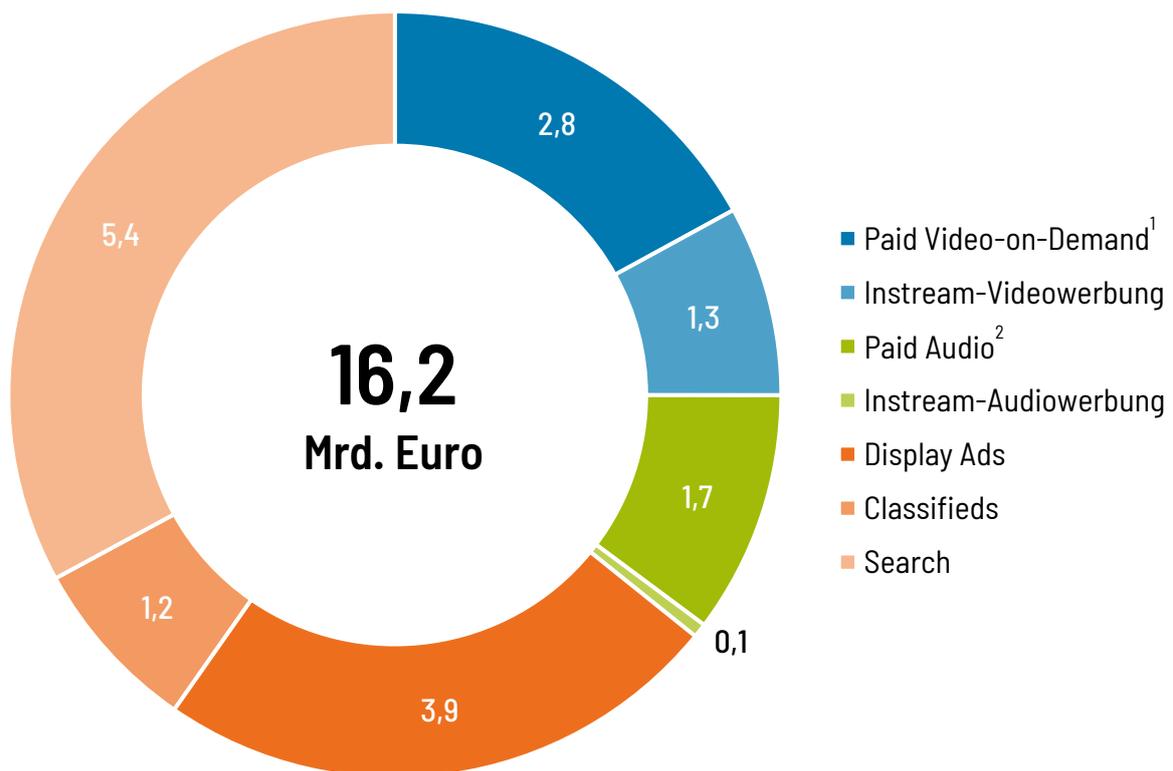
Interneterlöse 2022

Die Interneterlöse erreichten in Deutschland im Jahr 2022 rund 16,2 Milliarden Euro (exklusive eCommerce). Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entspricht dies einem Wachstum von 6,0 Prozent (2021: 15,3 Mrd. Euro).

Erlöse aus klassischer **Display-Werbung** machten davon 3,9 Milliarden Euro aus. Die Umsätze aus **Instream-Videowerbung** lagen bei rund 1,3 Milliarden Euro, **Instream-Audiowerbung** bei knapp 0,1 Milliarden Euro. Die **Paid Video-on-Demand-Umsätze** erreichten etwa 2,8 Milliarden Euro, **Paid Audio** rund 1,7 Milliarden Euro. Das mit Abstand größte Segment war **Search** bzw. die Suchmaschinenvermarktung mit Umsätzen von rund 5,4 Milliarden Euro.

Interneterlöse 2022

in Mrd. Euro, exkl. eCommerce, in Deutschland



¹Inklusive SVoD, TVoD und Electronic-Sell-Through (EST). ²Inklusive Subscription- und Transaction-Audio-on-Demand.
Quelle: VAUNET (Basis: eigene Erhebungen, Hochrechnungen und Drittquellen)

The background of the image consists of a series of thin, parallel, light gray diagonal lines that create a textured, hatched effect. In the center of the image, there is a white rectangular area where the text is located.

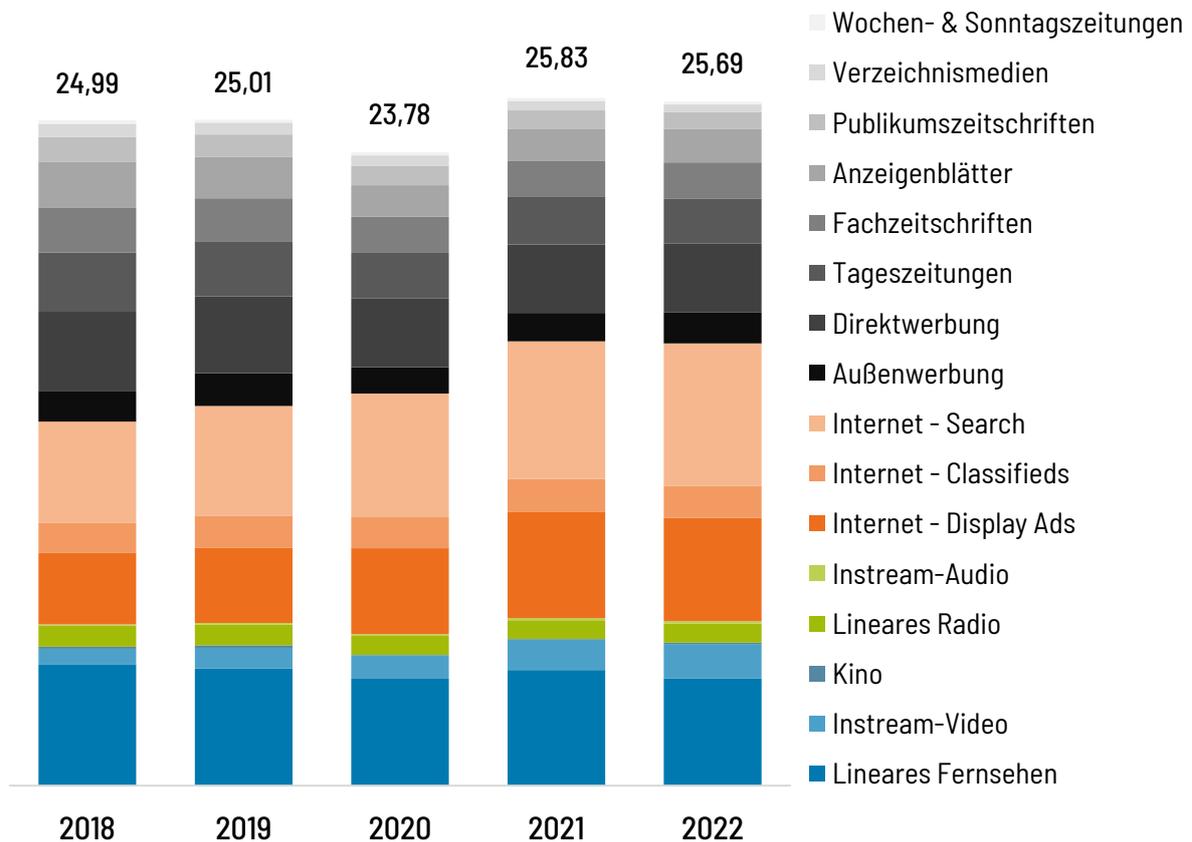
WERBEUMSÄTZE DER MEDIEN

Werbeumsätze der Medien 2022

Die Netto-Werbeinnahmen der elektronischen Medien (Radio, TV, Kino und Internet) verzeichneten in den vergangenen Jahren ein kontinuierliches Wachstum – auch während der Corona-Krise. Im zurückliegenden Jahr 2022 gingen die Werbeeinnahmen leicht zurück und die elektronischen Medien erreichten ein kumuliertes Netto-Umsatzvolumen von 16,61 Milliarden Euro (2021: 16,69 Mrd. Euro). Damit erreichten die elektronischen Medien 2022 einen kumulierten Anteil von 64,7 Prozent an den in der ZAW-Statistik erfassten Netto-Werbeumsätzen (2021: 64,5 Prozent).

Netto-Werbeerlöse der Medien in Deutschland

in Mrd. Euro, 2018-2022



Quelle: VAUNET, ZAW-Statistik

Netto-Werbeerlöse der erfassbaren Werbeträger in Deutschland 2021 und 2022

Werbeträger*	2021	2022	Veränderung	
	in Mrd. Euro	in Mrd. Euro	in %	in Mio. Euro
Lineares Fernsehen	4,34	4,02	-7,4%	-323
Instream-Video	1,15	1,30	+13,7%	+157
Kino	0,02	0,05	+119,6%	+27
Lineares Radio	0,71	0,72	+1,5%	+10
Streaming-Audio	0,08	0,10	+15,0%	+13
Internet - Display Ads	3,97	3,88	-2,5%	-99
Internet - Classifieds	1,24	1,20	-3,4%	-42
Internet - Search	5,17	5,35	+3,5%	+180
Außenwerbung	1,07	1,16	+8,0%	+86
Direktwerbung	2,57	2,60	+1,5%	+38
Tageszeitungen	1,82	1,68	-5,6%	-99
Fachzeitschriften	1,35	1,36	+0,4%	+6
Anzeigenblätter	1,20	1,26	+5,4%	+65
Publikumszeitschriften	0,71	0,63	-10,9%	-77
Verzeichnismedien	0,35	0,28	-20,8%	-73
Wochen- & Sonntagszeitungen	0,11	0,10	-9,7%	-11
Gesamt	25,87	25,69	-0,6%	-143

Quelle: VAUNET, ZAW-Statistik 2023

**MEDIENUMSÄTZE
IM DUALEN
SYSTEM**

Medienumsätze im dualen System 2022

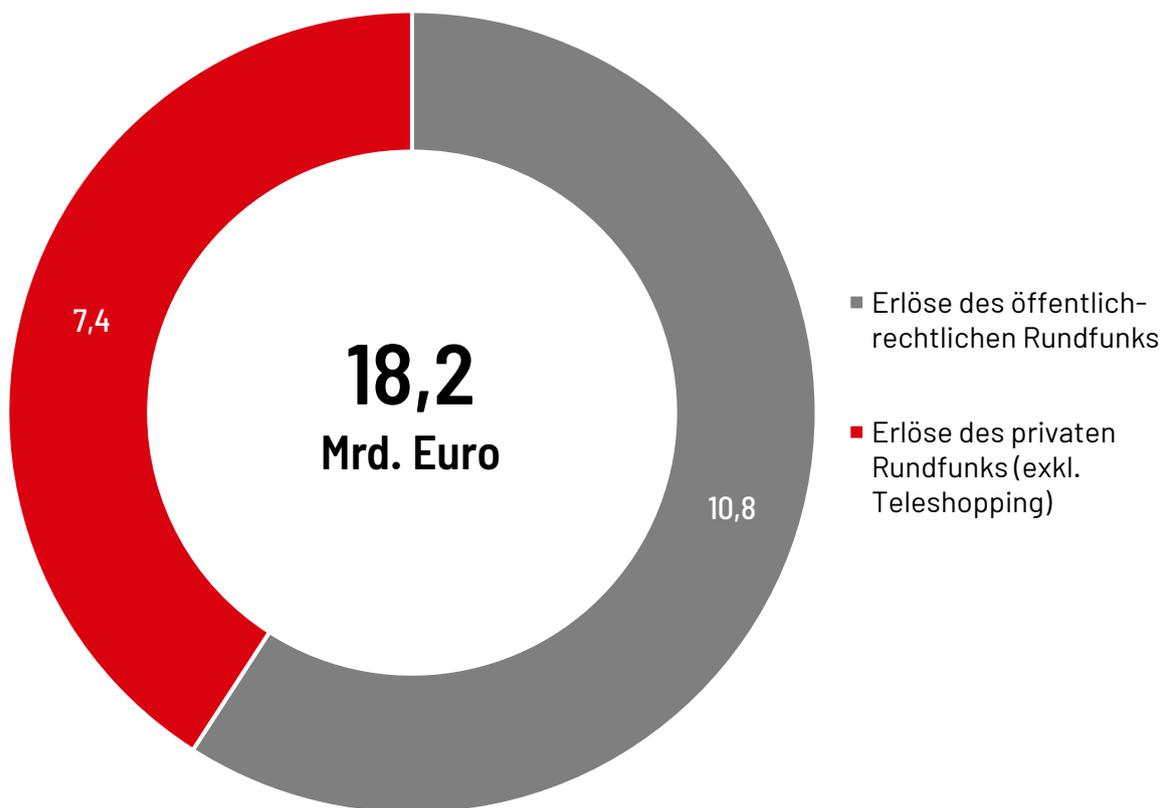
Rundfunkerlöse 2022

Die Rundfunkerlöse in Deutschland lagen im Jahr 2022 bei insgesamt ca. 18,2 Milliarden Euro (2021: 18,4 Mrd. Euro).

Davon entfielen etwa 10,8 Milliarden Euro auf den **öffentlich-rechtlichen Rundfunk** und etwa 7,4 Milliarden Euro auf den **privaten Rundfunk** (exklusive Teleshopping).

Rundfunkerlöse in Deutschland 2022

in Mrd. Euro



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

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 160 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. Der 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/verband/organisation-struktur/unsere-gremien/

VAUNET-Publikationen

www.vau.net/presse/publikationen/

Impressum

© Oktober 2023, VAUNET – Verband Privater Medien e. V.

V. i. S. d. P.: Frank Giersberg, Geschäftsführer

Autoren: Frank Giersberg, Johannes Leibiger

Recherchen, Auswertungen und Grafiken: Johannes Leibiger

Lektorat: Betty Seberova

Redaktionsschluss: 20. Oktober 2023

Bildnachweis Deckblatt: Pexels / Nataliya Vaitkevich

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

