
VPRT-Prognose zum Medienmarkt 2016: Audiovisuelle Medien in Deutschland werden erstmals über 11 Milliarden Euro Umsatz erzielen – Vorjahresprognose deutlich über- troffen

Berlin, 24. Oktober 2016

Im laufenden Jahr werden die audiovisuellen Medien in Deutschland erstmals einen Umsatz von mehr als 11 Milliarden Euro erzielen. Über alle Marktsegmente der Branche hinweg (Radio und Audio sowie TV und Video) prognostiziert der Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT) für das Gesamtjahr 2016 ein Umsatzwachstum von 6,2 Prozent bzw. 650 Millionen Euro auf insgesamt 11,1 Milliarden Euro. Zu diesem Ergebnis gelangt die jährliche Marktprognose des VPRT, die der Verband heute im Vorfeld der Medientage München vorgestellt hat. 2015 waren die Umsätze der audiovisuellen Medien um 730 Millionen Euro (+ 7,5 Prozent) auf 10,4 Milliarden Euro angestiegen. Damit haben sie im letzten Jahr erstmals die 10 Milliarden Euro Umsatzmarke durchbrochen und lagen noch einmal deutlich über dem zuletzt in der VPRT-Herbstprognose 2015 geschätztem Wachstum von + 5,5 Prozent.

Hans Demmel, Geschäftsführer n-tv und Vorstandsvorsitzender des VPRT: „Die audiovisuellen Medien gehören mittlerweile zu den wichtigsten Wachstums- und Innovationstreibern der deutschen Volkswirtschaft und wir sehen auch für die kommenden Jahre außerordentlich gute Marktperspektiven im AV-Bereich. Inwieweit die damit verbundenen Wertschöpfungspotenziale allerdings am Standort Deutschland realisiert werden können, hängt in erheblichem Maße von der Schaffung fairer Bedingungen für inländische Marktteilnehmer im internationalen Wettbewerbsumfeld ab.“

Dringenden politischen Handlungsbedarf sieht der VPRT besonders bei der Schaffung eines konvergenten Regulierungsrahmens, gleicher Wettbewerbsbedingungen gegenüber den „Global Giants“ wie z.B. bei der Werbung, in der Sicherung von Zugang und Auffindbarkeit der Angebote auf Plattformen sowie für innovationsfreundliche Datenschutzregeln und einen effektiven Schutz der Inhalte.

Frank Giersberg, Mitglied der Geschäftsleitung und für den Bereich Markt und Geschäftsentwicklung im VPRT verantwortlich: „Die Umsätze der audiovisuellen Medien haben im vergangenen Jahr erstmals die 10 Milliarden Euro Umsatzmarke durchbrochen. Für das laufende Jahr rechnen wir mit über 11 Milliarden Euro und nachhaltigem Wachstum über alle Segmente hinweg, mit den größten absoluten Zuwächsen im Bereich der linearen Angebote und dem stärksten prozentualen Wachstum bei den On-Demand-Angeboten.“

Für die Fernsehwerbung erwartet der Verband 2016 ein Netto-Wachstum von ca. 2,4 Prozent auf 4,5 Milliarden Euro. Damit bleibt das Fernsehen erneut die mit Abstand umsatzstärkste Gattung im deutschen Werbemarkt. Für den Bereich der in Streaming eingebundenen Online-Videowerbung (Instream-Videowerbung) prognostiziert der VPRT einen Anstieg um 24 Prozent auf rund 400 Millionen Euro. Insgesamt werden die Umsätze aus Bewegtbildwerbung (linear und nonlinear) nach der VPRT-Prognose um 3,9 Prozent auf rund 4,9 Milliarden Euro steigen.

Für die Radiowerbung rechnet der VPRT mit einem Netto-Umsatzwachstum von 1,9 Prozent auf rund 0,76 Milliarden Euro im Gesamtjahr 2016 (privat und öffentlich-rechtlich). Bei der Instream-Audiowerbung wird ein Wachstum von 40 Prozent auf rund 20 Millionen Euro (inkl. Online-Only-Anbieter) erwartet. Dabei wird für die Radio- und Audiowerbeumsätze insgesamt (linear und nonlinear) mit einem Anstieg um 2,6 Prozent auf etwa 0,78 Milliarden Euro gerechnet.

Die Paid-Content-Umsätze im Bereich der audiovisuellen Medien werden zum Jahresende 2016 voraussichtlich um 13,6 Prozent auf rund 3,5 Milliarden Euro ansteigen. Pay-TV ist dabei das umsatzstärkste Segment mit einem Umsatzwachstum von ca. 6 Prozent auf 2,3 Milliarden Euro. Paid Video wächst voraussichtlich um 25 Prozent auf rund 0,5 Milliarden Euro, Paid Audio um 32 Prozent auf rund 0,6 Milliarden Euro.

Auch der Bereich Teleshopping wächst weiter: Hier rechnet der VPRT mit einem Umsatzwachstum von 3 Prozent auf ca. 1,9 Milliarden Euro.

Umsätze* der audiovisuellen Medien in Deutschland

Prognostizierte Netto-Umsätze in Mrd. Euro, Veränderungen in % und in Mio. Euro

	2016e	VÄ in %	VÄ in €	2015
Radiowerbung**	0,76 Mrd. €	+ 1,9 %	+ 14 Mio. €	0,74 Mrd. €
Instream-Audiowerbung***	0,02 Mrd. €	+ 40 %	+ 6 Mio. €	0,02 Mrd. €
Radio- & Audiowerbung	0,78 Mrd. €	+ 2,6 %	+ 20 Mio. €	0,76 Mrd. €
Fernsehwerbung**	4,5 Mrd. €	+ 2,4 %	+ 106 Mio. €	4,4 Mrd. €
Instream-Videowerbung***	0,4 Mrd. €	+ 24 %	+ 77 Mio. €	0,3 Mrd. €
Bewegtbildwerbung	4,9 Mrd. €	+ 3,9 %	+ 183 Mio. €	4,7 Mrd. €
Audiovisuelle Werbung****	5,7 Mrd. €	+ 3,7 %	+ 203 Mio. €	5,5 Mrd. €
Pay-TV	2,3 Mrd. €	+ 6 %	+ 132 Mio. €	2,2 Mrd. €
Paid Video	0,5 Mrd. €	+ 25 %	+ 105 Mio. €	0,4 Mrd. €
Pay-TV & Paid Video	2,9 Mrd. €	+ 9 %	+ 237 Mio. €	2,6 Mrd. €
Paid Audio	0,6 Mrd. €	+ 32 %	+ 156 Mio. €	0,5 Mrd. €
Paid Content (A/V) - gesamt	3,5 Mrd. €	+ 13,6 %	+ 393 Mio. €	3,1 Mrd. €
Teleshopping	1,9 Mrd. €	+ 3,0 %	+ 55 Mio. €	1,8 Mrd. €
Audiovisuelle Medien*****	11,1 Mrd. €	+ 6,2	+ 650 Mio. €	10,4 Mrd. €

* Netto-Umsätze aller Anbieter im Gesamtmarkt in Deutschland; ** einschließlich privater und öffentlich-rechtlicher Anbieter; *** einschließlich internationaler Player; **** noch nicht in „Audiovisuelle Werbung“ mit 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: VPRT-Herbstprognose 2016 (Stand: Oktober 2016)



Für die Jahre 2017 bis 2021 sehen die befragten Experten weiterhin positive Marktperspektiven mit steigenden Investitionen trotz zunehmender Wettbewerbsintensität. Prognostiziert wird insbesondere der weitere Ausbau non-linearer Angebote, steigende Investitionen in interaktive Angebotsformen (z.B. Smart TV, Smart Radio), die Einführung neuer Angebotsformen (z.B. Virtual Reality, 360 Grad Videos) und die fortschreitende Digitalisierung und Automatisierung auf immer mehr Ebenen (z.B. Adressable TV, intelligente Benutzeroberflächen, Empfehlungssysteme, Metadaten, automatisierte Buchungssysteme und Programmatic Advertising Modelle).

Downloads:

VPRT-Publikation „Umsätze der audiovisuellen Medien in Deutschland 2016“:

<http://www.vprt.de/publikationen>

Grafiken zur VPRT-Prognose zum Medienmarkt 2016:

<http://www.vprt.de/verband/presse/pressebilder>

Für Rückfragen:

Frank Giersberg, Mitglied der Geschäftsleitung, Markt und Geschäftsentwicklung
T | +49 30 3 98 80-100, E | giersberg@vpert.de

Pressesprecher Hartmut Schultz, Hartmut Schultz Kommunikation GmbH
T | +49 30 3 98 80-101, E | schultz@schultz-kommunikation.de

Über den VPRT:

Der VPRT ist die Interessenvertretung der privaten Rundfunk- und Telemedienunternehmen. Mit ihren TV-, Radio-, Online- und Mobileangeboten bereichern seine rund 150 Mitglieder Deutschlands Medienlandschaft durch Vielfalt, Kreativität und Innovation. Damit das auch in der digitalen Welt so bleibt, müssen die regulatorischen, technologischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen stimmen. Als Wirtschaftsverband unterstützen wir unsere Unternehmen im Dialog mit Politik und Marktpartnern beim Erreichen dieses Ziels – national und auf EU-Ebene.

Verband Privater Rundfunk und Telemedien e.V.

Stromstraße 1, 10555 Berlin

Rue des Deux Eglises 26, B-1000 Bruxelles – Büro Brüssel

T | +49 30 3 98 80-0, F | +49 30 3 98 80-148

E | info@vpert.de

www.vprt.de