

<b>Prognostizierte Umsätze* der audiovisuellen Medien in Deutschland 2015</b>	<b>Umsätze 2015e in Mio. Euro</b>	<b>Veränderung 2015e vs. 2014 in Prozent</b>	<b>Veränderung 2015e vs. 2014 in Mio. Euro</b>
<b>Audiovisuelle Werbung</b>	<b>5.456 Mio. €</b>	<b>+ 3,2%</b>	<b>+ 168 Mio. €</b>
Radio- & Audiowerbung	750 Mio. €	+ 0,3 %	+ 2 Mio. €
Radiowerbung	740 Mio. €	+/- 0 %	+/- 0 Mio. €
Instream-Audiowerbung	rd. 10 Mio. €	+ 26 %	+ 2 Mio. €
Bewegtbildwerbung	4.706 Mio. €	+ 3,7 %	+ 166 Mio. €
Fernsehwerbung	4.399 Mio. €	+ 2,5 %	+ 109 Mio. €
Instream-Videowerbung	307 Mio. €	+ 23 %	+ 57 Mio. €
<b>Paid Content (A/V)</b>	<b>2.950 Mio. €</b>	<b>+ 11 %</b>	<b>+ 292 Mio. €</b>
Pay-TV- & Pay-TV-on-Demand	2.257 Mio. €	+ 8,3 %	+ 172 Mio. €
Paid Video (SVoD, TVoD & EST)	229 Mio. €	+ 13 %	+ 27 Mio. €
Paid Audio (SAoD & EST)	464 Mio. €	+ 25 %	+ 93 Mio. €
<b>Teleshopping</b>	<b>1.830 Mio. €</b>	<b>+ 4,0 %</b>	<b>+ 70 Mio. €</b>
<b>Audiovisuelle Medien **</b>	<b>10.237 Mio. €</b>	<b>+ 5,5 %</b>	<b>+ 531 Mio. €</b>

\* Prognosewerte jeweils für den Gesamtmarkt in Deutschland im Gesamtjahr 2015

\*\* noch nicht in „audiovisuellen 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-Prognose