

GEMEINSAME PRESSEMITTEILUNG

Online-Video-Markt 2023: mehr Angebote, mehr live und immer kürzer

Gemeinsame Pressemitteilung von LFK, BLM und Goldmedia

Stuttgart, 22.06.2023. Der Online-Video-Markt in Deutschland wächst weiter. Die gestreamten Videos sind tendenziell kürzer und immer häufiger live. Als stärksten Markttreiber sehen die Online-Video-Anbieter Künstliche Intelligenz. Das zeigt der BLM/LFK-Online-Video-Monitor 2023, der erstmals Sonderanalysen zu Twitch und regionalen journalistischen Angeboten enthält.

Die Ergebnisse des Online-Video-Monitors 2023, den Goldmedia im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) und der Medienanstalt für Baden-Württemberg (LFK) erstellt, werden heute auf dem Innovations- und Kommunikationskongress Media Tasting 2023 vorgestellt.

Größere Vielfalt: Zahl der Angebote steigt schnell

2023 wurden im Rahmen der Studie über 900 Angebote mit eigener Website identifiziert, rund 170 mehr als vor zwei Jahren. Besonders stark wachsen die Angebote auf den Social-Video-Plattformen. Aktuell gibt es in Deutschland über 31.000 YouTube-Kanäle (plus 10.000 Kanäle in 2021). Befragt nach ihrem Output, gaben 73 Prozent der Online-Video-Anbieter an, in den letzten zwölf Monaten mehr Videos veröffentlicht zu haben (2021: 59 Prozent).

TikTokisierung: Plattformen-Wettbewerb - Trend zu Kurzvideos

Im Ranking der Video-Plattformen hat sich TikTok in die erste Liga gespielt: 70 Prozent der befragten Anbieter platzierten dort ihren Content. Bei YouTube sind es 71 Prozent. Short-Videos liegen im Trend: 44 Prozent der Online-Video-Anbieter produzierten zunehmend kürzere Videos. Auch Instagram ist mit seinen Reels inzwischen eine feste Größe für die Videodistribution.

Immer mehr Livestreams

37 Prozent der befragten Anbieter produzieren mehr Live-Video-Inhalte. Zu den Aufsteigern zählt auch Twitch: Rund ein Viertel der Anbieter nutzt bereits die populäre Livestreaming-Plattform. Die Erreichbarkeit neuer Zielgruppen und die Interaktion mit dem Publikum sind die wichtigsten Gründe dafür.

Regionale Inhalte und News dominieren

LFK-Präsident Dr. Wolfgang Kreißig zeigte sich erfreut über die hohe Regionalität der Inhalte: „Jedes vierte Angebot mit eigener Webpräsenz ist auf regionale Inhalte spezialisiert. News-Angebote bilden mit 23 Prozent die

zweitgrößte Gruppe, nehmen aber anteilig im Vergleich zu den Vorgängerstudien leicht ab. Diese Ergebnisse bestätigen, dass der deutsche Webvideo-Markt eine zunehmend entscheidende Rolle bei der Förderung der Medienvielfalt und der Stärkung regionaler Inhalte spielt.“

Künstliche Intelligenz als stärkster Markttreiber

Für den BLM-Präsidenten Dr. Thorsten Schmiege bestätigt die Prognose der Online-Video-Anbieter zur Marktentwicklung die hohe Relevanz Künstlicher Intelligenz für den Medienmarkt: „KI ist DAS Zukunfts-Thema für die Medienbranche und wird gerade den Online-Video-Markt radikal verändern: Mehr als die Hälfte (55 Prozent) der Anbieter sieht darin den wichtigsten Markttreiber. Deshalb müssen wir das Potenzial von KI nutzen, aber auch die Risiken im Rahmen einer verantwortungsvollen Regulierung abwägen.“

Anbieter ziehen positive Bilanz

Rund drei Viertel der Online-Video-Anbieter konnten steigende Abrufzahlen verzeichnen. Die meisten zeigten sich auch mit der wirtschaftlichen Situation zufrieden: So äußerten sich 84 Prozent der kommerziellen Anbieter positiv, im Corona-Jahr 2021 waren es nur 62 Prozent. Allerdings ist die Sorge um hohe Produktionskosten gestiegen.

Ansprechpartner für Presseanfragen:

Dominik Rudolph
Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg (LFK)
E-Mail: presse@lfk.de

Über die Landesanstalt für Kommunikation (LFK)

Die LFK ist die Medienanstalt für Baden-Württemberg. Sie lizenziert und beaufsichtigt den privaten Rundfunk, weist Übertragungskapazitäten zu und entwickelt und fördert eine vielfältige Medienlandschaft. Sie setzt sich für Meinungsfreiheit und -vielfalt ein, gerade auch auf digitalen Verbreitungswegen, Telemedien und Social Media. Die LFK ist außerdem zuständig für den Jugendmedienschutz und die Vermittlung von Medienkompetenz. Hierzu engagiert sie sich in zahlreichen Projekten und bietet Aus- und Fortbildungsmaßnahmen an.

Über die Studie

Der Online-Video-Monitor, ehemals Web-TV-Monitor, wird von der Beratungs- und Forschungsgruppe Goldmedia im Auftrag von BLM und LFK erstellt. Neben Online-Video-Angeboten mit eigener Web-Präsenz werden alle deutschen YouTube-Kanäle (mit mind. 500 Abonnenten) sowie die größten Facebook-, Instagram- und TikTok-Profile mit Video-Angebot einbezogen. Erstmals wurden 2023 auch die Aktivitäten von Video-Influencern auf Twitch untersucht. Zudem enthält die Branchenstudie eine Sonderanalyse regionaler, journalistischer Video-Angebote in Baden-Württemberg und Bayern.

Die Studie steht kostenfrei auf der [Website der LFK](#) zum Download zur Verfügung.