

# Pressemitteilung

Gemeinsame Pressemitteilung von BLM, LFK und Goldmedia

01.07.2025

## Online-Video-Markt 2025: Lokal, kurz, KI-gestützt – aber sichtbar?

Neuer Online-Video-Monitor von BLM und LFK

Der Markt für Online-Video-Angebote wächst weiter rasant – über alle Plattformen hinweg. Trotz TikTok-Hype bleibt YouTube 2025 die Nummer eins unter den Video-Plattformen. 78% der Anbieter berichteten über gestiegene Abrufzahlen bei allen Plattformen, 67% haben ihre Videoaktivitäten ausgeweitet. Besonders gefragt sind kurze Videos bis drei Minuten Länge, mobil optimiert und zunehmend durch Künstliche Intelligenz (KI) unterstützt.

KI gilt inzwischen als wichtigster Markttreiber – 86% erwarten eine weiter wachsende Bedeutung. Regionale Inhalte bleiben ein klarer Schwerpunkt: Ein Viertel aller Angebote mit eigener Web-Präsenz setzt auf lokaljournalistische Formate – ein deutliches Zeichen für die Relevanz regionaler Berichterstattung im Netz. Das zeigt der von der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) und der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) herausgegebene Online-Video-Monitor 2025.

Dr. Thorsten Schmiege, Präsident der BLM: „Online-Video ist längst ein zentraler Kanal für Information, Unterhaltung und gesellschaftliche Teilhabe. Umso wichtiger ist es, dass wir nicht nur Wachstum ermöglichen, sondern Vielfalt sichern – gerade für den Lokaljournalismus. Sichtbarkeit darf kein Zufallsprodukt von Algorithmen sein.“

Wirtschaftlich ist die Stimmung verhalten optimistisch: Zwei Drittel der kommerziellen Anbieter zeigen sich mit ihrer Lage zufrieden, obwohl nur ein Viertel tatsächlich Gewinne erzielt. 79% erwarten steigende Erträge, vor allem durch Vermarktung auf Plattformen, Werbung auf der eigenen Website oder Pay-Angebote. Zugleich nennen viele Anbieter die Vielzahl konkurrierender Inhalte als größtes Hemmnis. Auch unklare Monetarisierungsmechanismen auf Plattformen wie X oder TikTok bereiten Sorge.

Der Ruf nach klareren Regeln wächst: 77% sehen Regulierung als Mittel zur Transparenz, 65% wünschen sich einen verlässlichen rechtlichen Rahmen. Dennoch weiß nur rund die Hälfte der Anbieter, dass sie der medienrechtlichen Aufsicht durch Landesmedienanstalten unterliegen. Auch Impressumspflichten oder journalistische Sorgfaltspflichten sind nicht flächendeckend bekannt.

Dr. Wolfgang Kreißig, Präsident der LFK: „Der Markt wächst, die Formate werden vielfältiger, und technologische Innovationen wie KI verändern die Produktionsbedingungen rasant. Unsere Aufgabe als Medienaufsicht ist es, faire Wettbewerbsbedingungen und verlässliche Regeln für alle Akteure zu sichern – vom Einzelcreator bis zum Verlagshaus.“

Auch der Werbemarkt entwickelt sich dynamisch: Für 2025 wird ein Netto-Werbervolumen von 2,45 Milliarden Euro erwartet – ein Anstieg um 14% im Vergleich zum Vorjahr. Bis 2029 soll der Markt laut Prognosen auf rund 3,18 Milliarden Euro wachsen. Am stärksten profitieren derzeit Plattformen wie TikTok mit besonders hohen Zuwächsen (+40%), doch auch YouTube bleibt zentraler Vermarktungskanal. Rund 60% des Werbemarkts entfallen auf Google (YouTube) und Meta (Facebook/Instagram). Das Online-Video-Segment bleibt damit nicht nur publizistisch, sondern auch wirtschaftlich ein Schlüsselbereich der digitalen Medienlandschaft.

### **Über die Studie**

Der Online-Video-Monitor wird von der Beratungs- und Forschungsgruppe Goldmedia im Auftrag von BLM und LFK erstellt. Ziel ist es, die Online-Video-Angebote im deutschen Markt systematisch zu erfassen und zu analysieren, um Entwicklungen, Trends und Markttreiber zu identifizieren. Neben Online-Video-Angeboten mit eigener Web-Präsenz werden die deutschen Top 5.000 YouTube-Kanäle sowie die größten Facebook-, Instagram-, TikTok und Twitch-Profile mit Video-Angebot einbezogen. Außerdem zeigt eine Anbieterbefragung (n=194) die Einschätzung der Video-Anbieter auf die Branchenentwicklungen.

Die Studie steht unter [www.goldmedia.com](http://www.goldmedia.com) kostenfrei zum Download zur Verfügung.

### **Über Goldmedia**

Goldmedia ist eine Beratungs- und Forschungsgruppe mit dem Fokus auf die Informations-, Kommunikations-, Medien- und Entertainmentmärkte sowie die damit verbundenen digitalen Infrastrukturen und Dienste.

Die Unternehmensgruppe unterstützt seit 1998 nationale und internationale Kunden bei allen Fragen der digitalen Transformation. Dazu bietet Goldmedia ein breites Leistungsspektrum in den Bereichen Consulting, Research und Politikberatung. Hauptsitz des Unternehmens ist Berlin.

[www.Goldmedia.com](http://www.Goldmedia.com)

## Pressegrafik

M 2

### ZUKÜNFTIGE BEDEUTUNG DER VIDEO-PLATTFORMEN

Bei der Frage nach den Plattformen mit dem größten Wachstumspotenzial liegt TikTok klar vorn: 63 % der Befragten erwarten, dass die Plattform in den kommenden drei Jahren an Bedeutung gewinnt. Dahinter folgen YouTube (53 %) und Instagram (49 %). Deutlich skeptischer werden hingegen Facebook und X eingeschätzt: sie gelten aus Sicht vieler Anbieter als Plattformen mit sinkender Relevanz. 2023 sahen noch 38 % für X (bzw. Twitter) einen Bedeutungszuwachs.

#### ANBIETER MIT EIGENER WEBSITE/APP

TOP 3 GEWINNER:  
55% TIKTOK  
46% YOUTUBE  
44% INSTAGRAM

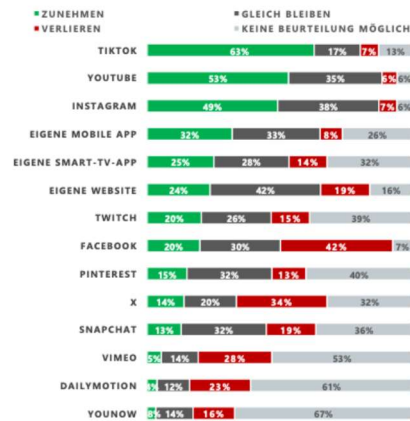
TOP 3 VERLIERER:  
52% FACEBOOK  
41% X  
29% VIMEO

#### ANBIETER OHNE EIGENE WEBSITE/APP

TOP 3 GEWINNER:  
67% TIKTOK  
57% YOUTUBE  
52% INSTAGRAM

TOP 3 VERLIERER:  
37% FACEBOOK  
31% X  
28% VIMEO

### 2025 BIS 2028: BEDEUTUNG DER VIDEO-PLATTFORMEN WIRD...



Quelle: BLM/LFK Online-Video-Monitor 2025, n=194 gesamt; n=68 Online-Video-Anbieter mit eigener Website/App; n=126 Online-Video-Anbieter ohne eigene Website/App; Rundungsdifferenzen möglich.  
Frage: Welche Kanäle bzw. Plattformen werden Ihrer Meinung nach in den nächsten drei Jahren an Bedeutung gewinnen oder verlieren?

22

## Bildunterschrift:

Kanäle bzw. Plattformen, die nach Meinung der Online-Video-Anbieter in den nächsten drei Jahren an Bedeutung gewinnen oder verlieren werden, BLM/LFK-Online-Video-Monitor 2025, Bildrechte: Goldmedia

## Goldmedia-Newsletter: Sie möchten informiert werden?

<https://www.goldmedia.com/aktuelles/newsletter.html>

## Social-Media-Kanäle

<https://www.linkedin.com/company/goldmedia-group>

## Kontakt

Goldmedia GmbH, Tel: +49-30-246 266-0, [berlin@goldmedia.de](mailto:berlin@goldmedia.de)