Web-TV in Deutschland: 1.275 Angebote (09/2010) – Verteilung und Typologie

Anteil an Basis 1.275 Web-TV-Angebote in Prozent

BLM-Web-TV-Monitor 2010

- 34% Web-TV-Sender (Online-Only)
- 31% Submarken klassischer Print- & Radio-Medien
- 16% Submarken klassischer TV-Medien
- 8% Corporate Video/Videoshopping
- 7% Nicht-kommerzielle Web-TV-Sender
- 4% Mediatheken/Videocenter
- 4% Video-Sharing-Pattformen
- 3% Kommunikations-Portale

Quelle: Goldmedia, BLM Web-TV-Monitor 2010, N=1.275 Angebote
Summe bei Prozentangaben weicht bedingt durch Rundungsfehler von 100% ab.