

Sehr geehrte Damen und Herren,

der vorliegende Business Report zum Videomarkt 2003 beschreibt die Fortsetzung der DVD-Erfolgsgeschichte und einen Home Entertainment Markt im Wandel. Denn neben der sich langsam abzeichnenden Ablösung der herkömmlichen Videokassette durch die Digital Versatile Disc (DVD) gilt es vor allem, die Marktbedrohung durch illegale Vervielfältigung entschlossen zu bekämpfen.

Die Attraktivität des Produktes und die immer breiter werdenden Nutzerschichten in der Bevölkerung haben dazu geführt, dass mittlerweile jedem zweiten deutschen Haushalt ein DVD-Abspielgerät zur Verfügung steht. Diese zunehmende Verbreitung der Abspielbasis war vor allem für den Erfolg der digitalen Filmspeicher und die damit verbundenen neuen Umsatzrekorde ausschlaggebend. Die Videoindustrie wird somit als verlässlicher Partner der deutschen Filmwirtschaft bestätigt und trägt als größter Einzahler der in der Filmförderungsanstalt (FFA) organisierten Verbände weiterhin maßgeblich zur Förderung des Deutschen Films bei.

Doch insbesondere die gesunkenen Kinobesucherzahlen und Videothekenverleihvorgänge des vergangenen Jahres haben die Industrie im Kampf gegen die Raubkopier sensibilisiert. Die Industrie ist diesen Herausforderungen im vergangenen Jahr mit der Durchführung eigener Kampagnen begegnet und wurde in ihrem Streben zusätzlich durch eine Novellierung des Gesetzes zur Regelung des Urheberrechts in der Informationsgesellschaft unterstützt.

Die nachweislichen Erfolge der Branchenkampagnen durch messbare Verhaltens- und Bewusstseinsveränderungen der Konsumenten sowie die jüngsten Ermittlungserfolge der GfK lassen uns mit Zuversicht in die Zukunft schauen.

Die vorliegende Marktübersicht basiert auf Daten der GfK Panel Services Consumer Research GmbH, ermittelt im Auftrag des Bundesverbandes Audiovisuelle Medien.

Der Bundesverband Audiovisuelle Medien dankt dem Institut für seine Kooperation.



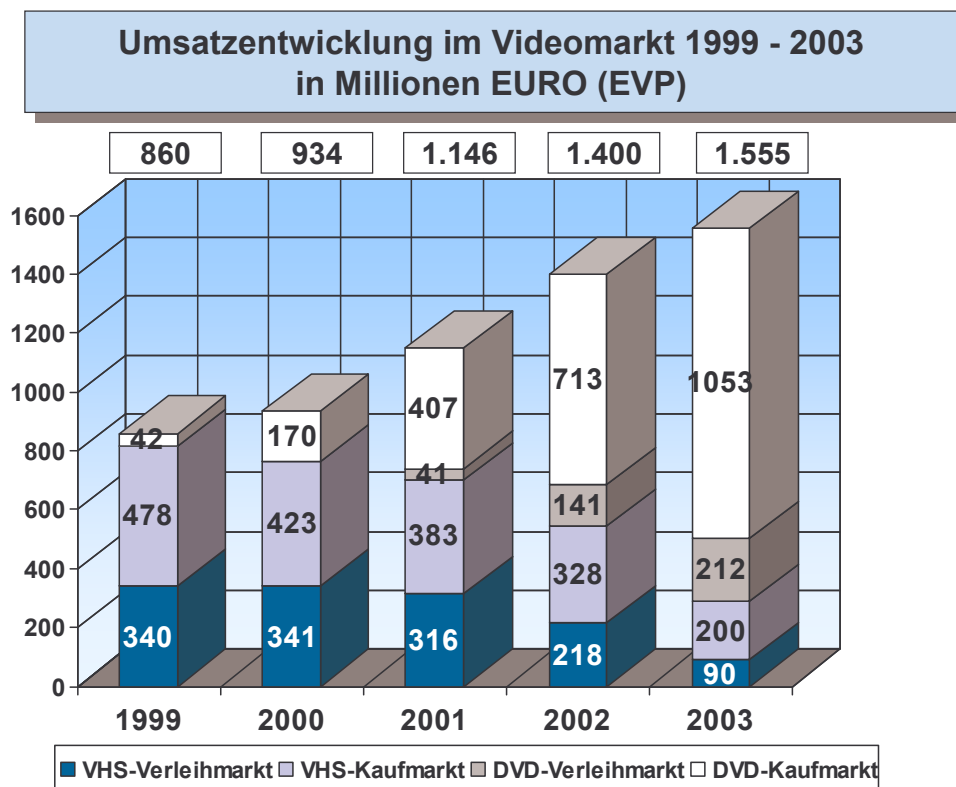
Joachim A. Birr
Geschäftsführendes Vorstandsmitglied
BUNDESVERBAND AUDIOVISUELLE MEDIEN

Umsatzentwicklung im Videomarkt	1
Umsatzentwicklung der gesamten Filmbranche	3
Käuferwanderung im Videomarkt	4
Hardware-Ausstattung deutscher Haushalte	5
VHS- und DVD-Kaufmarktprofil	6
DVD-Sondereditionen	10
Analyse des DVD- und VHS-Intensivkäufermarktes	11
Top-Titel-Analyse des Kaufmarktes	13
Video-Vermietmarkt	16
Top-Titel-Analyse des Vermietmarktes	19
Perspektiven der Videobranche	21

DVD-Erfolgsgeschichte setzt sich mit erneuten Rekordumsätzen fort

Nach Angaben der GfK Panel Consumer Research GmbH hat die Home Entertainment Branche in 2003 trotz Traumsommer und stark angestiegener Raubkopierkriminalität im vierten Jahr hintereinander neue Rekordumsätze verzeichnen können. Mit dem Verkauf und der Vermietung von Bildtonträgern sind im vergangenen Jahr insgesamt 1,555 Mrd. € erwirtschaftet worden, was nach 1,4 Mrd. € in 2002 einem erneuten Zuwachs um +11% entspricht.

Grafik 1



Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVV

DVD-Verkaufumsatz übertrifft erstmalig die 1 Mrd. EURO-Schwelle

Die Ergebnisse des Kaufmarktes sind besonders eindrucksvoll, da der Umsatz aus dem Verkauf der digitalen Filmspeicher und der herkömmlichen Videokassette nach 1.041 Mio. € in 2002 im vergangenen Jahr um +20,4% auf nunmehr 1.253 Mio. € gestiegen ist. Dieser Zuwachs ist vor allem auf den starken DVD-Verkaufumsatz zurückzuführen, da dieser im vergangenen Jahr um +47,7% auf 1.053 Mio. € angestiegen ist, während der Umsatz aus dem Verkauf der VHS-Kassetten um -39,1% auf nunmehr 200 Mio. € gesunken ist.

Videovermietmarkt mit historischem Tiefststand

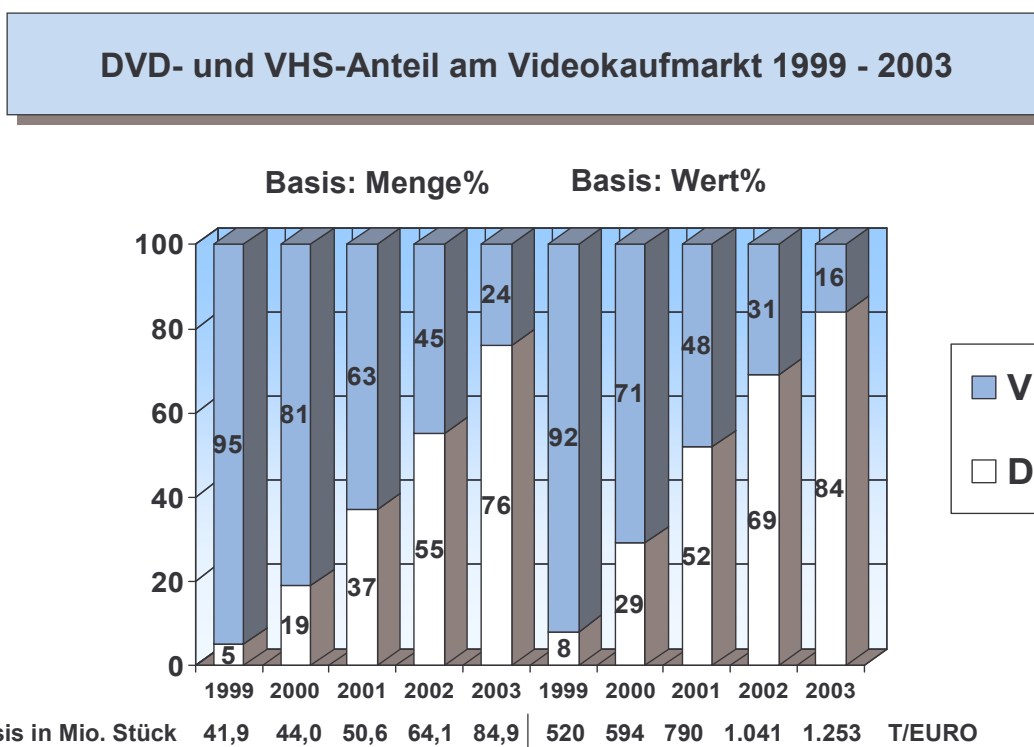
Die Videotheken mussten im vergangenen Jahr einen Rückgang des Vermietumsatzes in Höhe von -15,8% auf 302,1 Mio. € hinnehmen (nach 358,6 Mio. € in 2002). Mit einem Rückgang der Vermiettransaktionen in 2003 um 17 Mio. auf nur noch 113,6 Mio. verzeichnet die GfK die wenigsten Vermietvorgänge seit Beginn ihrer Analysen im Jahre 1985. Auch die um +54,8% auf 79,8 Mio. angestiegene Anzahl der DVD-Vermietvorgänge konnte den Rückgang des Videokassettenverleihs von -57,2% auf 33,8 Mio. Transaktionen nicht kompensieren.

Mehr als drei Viertel aller verkauften Bildtonträger sind DVDs

Von den insgesamt 84,9 Mio. verkauften Bildtonträgern waren im vergangenen Jahr bereits mehr als drei von vier (76%) digitale Filmspeicher. Nach 35,5 Mio. verkauften DVDs in 2002 hat sich der Absatz der Silberlinge in 2003 mit 64,1 Mio. Stück nahezu verdoppelt (+80,5%). Der Verkauf der herkömmlichen Videokassette ist demgegenüber von 28,6 Mio. in 2002 auf 20,8 Mio. um -27,3% zurückgegangen.

Bei einem durchschnittlichen Verkaufspreis von 16,43 € pro Disc im Gegensatz zu einem Durchschnittspreis von 9,61 € für eine VHS-Kassette werden mittlerweile bereits mehr als vier von fünf EUROS (84%) des Videokaufmarktes mit DVDs erwirtschaftet.

Grafik 2



Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVV

GfK-Prognose: Bis Ende 2004 weiterer Anstieg des Kaufmarktumsatzes

Nach einer Prognose der GfK Panel Consumer Research GmbH wird der Umsatz aus dem Verkauf der digitalen Filmspeicher und der Videokassetten in diesem Jahr auf etwa 1.400 Mio. € weiter ansteigen. Der Anteil der Silberscheiben wird nach Ansicht der Nürnberger Marktforscher auf 89% weiter anwachsen. Doch mit einem erwarteten Umsatz von immerhin ca. 150 Mio. € wird die Videokassette ihre Daseinsberechtigung weiterhin unterstreichen.

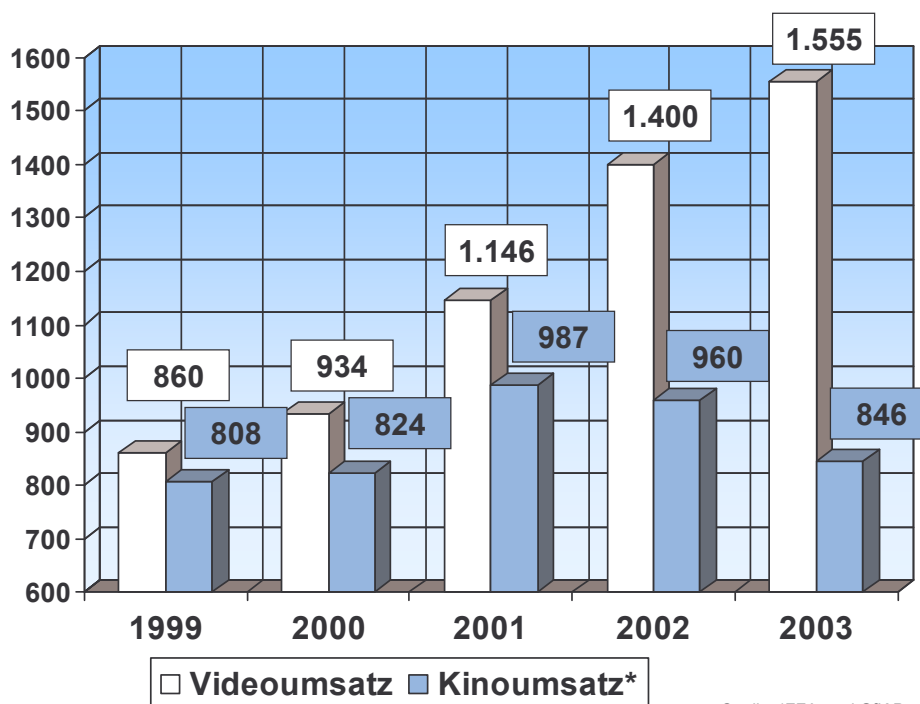
DVD/Video-Home Entertainment weiterhin bedeutendste Filmauswertungsstufe

Mit einem erneuten Rekordergebnis von 1.555 Mio. € Gesamtmarktumsatz konnte der Home Entertainment Markt - wie in den Jahren zuvor - wieder einmal eindrucksvoll die Tatsache untermauern, dass das Geschäft mit DVDs und Videokassetten die umsatzstärkste Filmauswertungsstufe darstellt.

Das nach einem Jahresumsatz von 960 Mio. € in 2002 um -12% gesunkene Kinoeinspielergebnis des letzten Jahres in Höhe von 846 Mio. € wurde durch das Resultat der so genannten zweiten Filmauswertungsstufe um 709 Mio. € oder 83% übertroffen.

Grafik 3

Vergleich der Umsatzentwicklung im Home Entertainment- und Kinomarkt 1999 - 2003 in Millionen EURO



Quelle: *FFA und GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVV

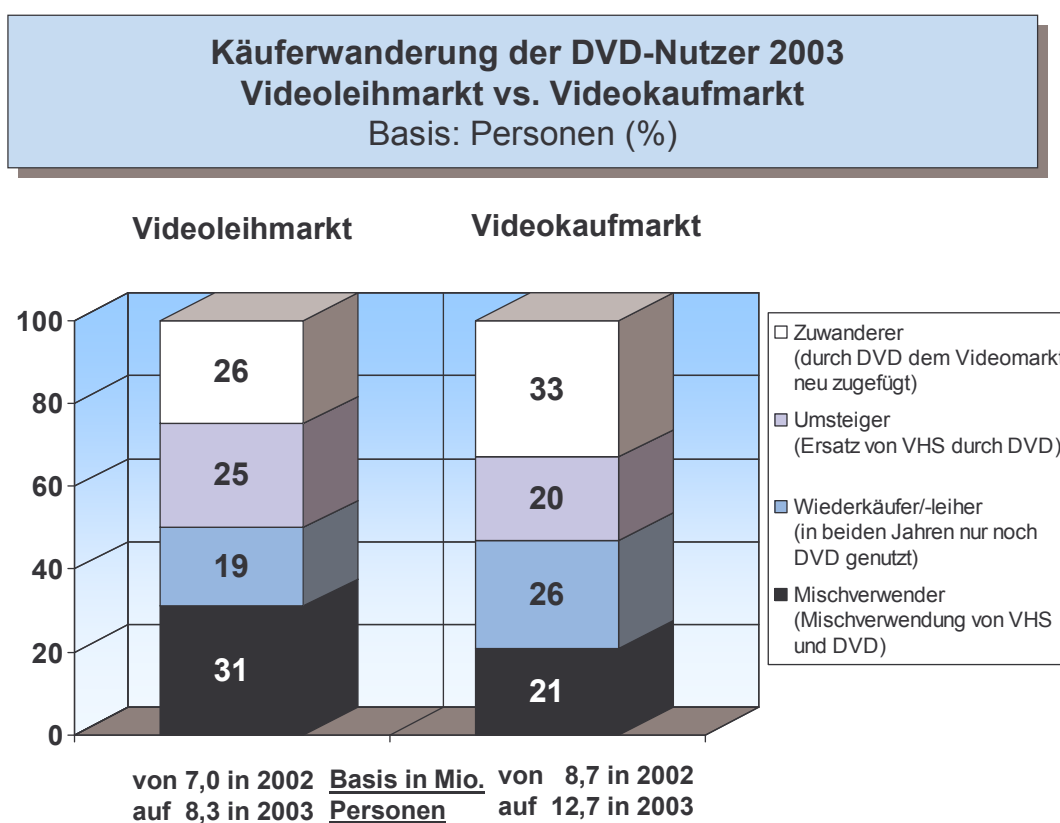
Videointerindustrie weiterhin bedeutendster Einzahler der Filmförderungsanstalt (FFA)

Die auf den weiterhin anhaltenden DVD-Boom zurückzuführenden Einnahmezunahmen der Videobranche führen zu weiteren Steigerungen der DVD/Video-Programmanbieterabgabe. Mit einem für das Jahr 2004 erwarteten Ergebnis von 17 Mio. € wird die Filmabgabe der Videointerindustrie gegenüber der letztjährigen Abgabe von 15,5 Mio. € um weitere 1,5 Mio. € ein neues Rekordniveau erreichen und allein zu einem Drittel (34%) des Aufkommens des FFA-Förderungs volumens beitragen. Die erfolgreiche Zweitverwertung trägt somit maßgeblich zur Refinanzierung und Gewinnerzielung der Filmproduktionen bei und führt durch die gesetzliche Abgabe zu einem höheren Etat der FFA, was wiederum eine umfangreichere Förderung deutscher Produktionen ermöglicht.

Ein Drittel der DVD-Käufer sind Neukunden

Analysiert man die Struktur der DVD-Nutzer, so stellt man fest, dass jeder dritte DVD-Käufer (33%) im vergangenen Jahr zum ersten Mal einen Bildtonträger erworben hat. Sie sind dem Videokaufmarkt also erst durch die Attraktivität der digitalen Filmspeicher zugeführt worden. In absoluten Zahlen ausgedrückt bedeutet das: etwa 4,2 Mio. Neukunden in 2003! Dass der DVD-Kaufmarkt starke Zuwächse verzeichnen kann, liegt auch daran, dass neben diesen „Neukunden“ 20% der 12,7 Mio. DVD-Käufer endgültig von VHS auf DVD umgestiegen sind und mittlerweile ebenso wie die 26% so genannten „DVD-Wiederkäufer“ ausschließlich auf Discs zurückgreifen. Nach 28% in 2002 waren im letzten Jahr nur noch 21% aller DVD-Käufer bereit, als „Mischverwender“ sowohl Videokassetten als auch DVDs zu kaufen.

Grafik 4



Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVV

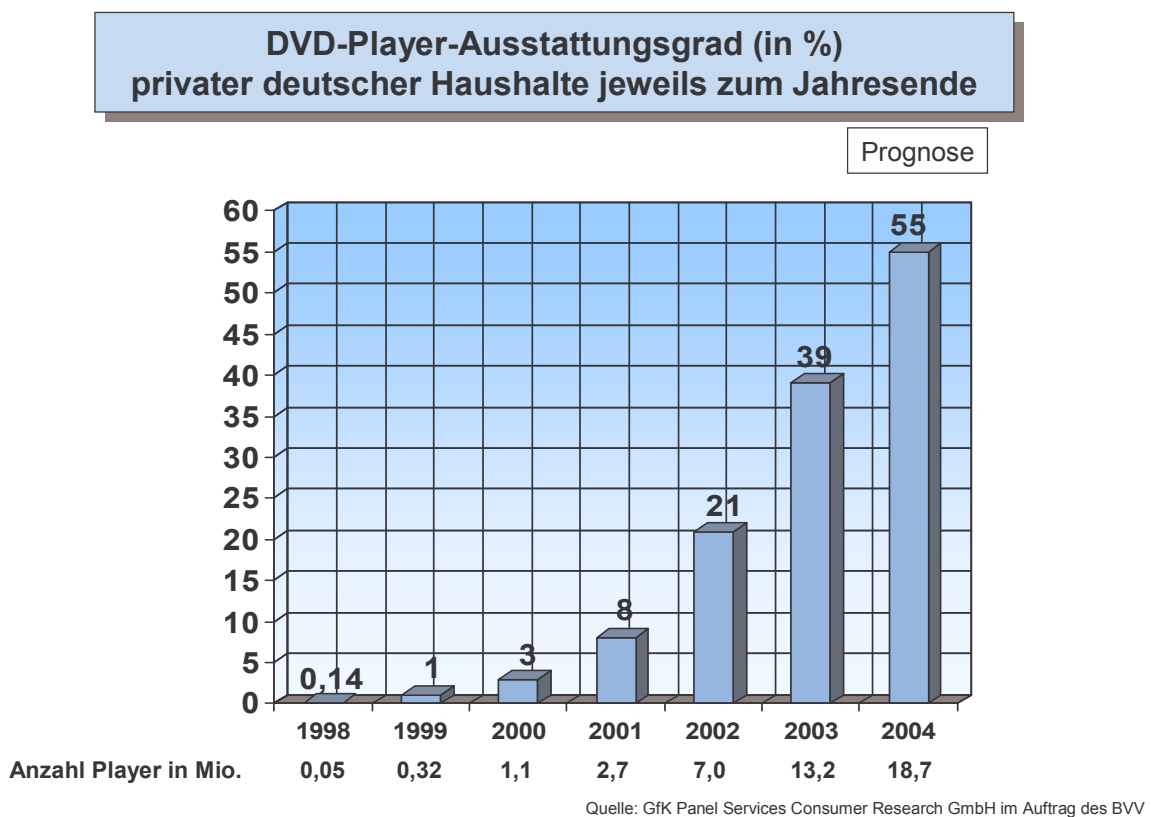
DVD-Angebot generiert 1,8 Mio. Videothekenneukunden

Etwas mehr als ein Viertel der Videothekenkunden (26%) sind in 2003 zum ersten mal in ein Verleihoutlet gegangen oder hatten zumindest in den letzten zwei beobachteten Jahren keinen Bildtonträger ausgeliehen. Diese 1,8 Mio. „Neukunden“ haben dazu beigetragen, dass die Umsätze der Videoverleihgeschäfte nicht noch weiter abgerutscht sind. Da ein Großteil der Leihkundschaft nach wie vor Videorecorder besitzt, liegt der Anteil der „Mischverwender“ von Videokassetten und Silberlingen bei 31%. Die Umstellung des Verleihprogramms in den Fachgeschäften wird jedoch weiter voranschreiten, zumal 25% der Videothekengänger endgültig von analogen auf digitale Bildspeicher umgeschwenkt sind und weitere 19% in den letzten beiden Jahren bereits ausschließlich DVDs ausgeliehen haben.

DVD-Playerbestand fast verdoppelt

Im Vergleich zum Vorjahr (7 Mio. Stück) hat sich der DVD-Playerbestand um weitere +86% auf nunmehr 13,2 Mio. Einheiten in deutschen Haushalten nahezu verdoppelt. Ende des vergangenen Jahres stand somit bereits in zwei von fünf deutschen Haushalten (39%) mindestens ein DVD-Player. Diese Entwicklung wurde insbesondere dadurch begünstigt, dass nach einer Erhebung des GfK-Handelspanels der Durchschnittspreis eines DVD-Players in Deutschland von 94,-- € unter dem Europäischen Durchschnittspreis von 115,-- lag und europaweit am günstigsten war. Mehr als zwei Drittel (69%) der verkauften DVD-Abspielgeräte kosteten unter 100,-- €. Nach einer Prognose der GfK werden Ende 2004 etwa 55% (in absoluten Zahlen 18,7 Mio.) deutsche Haushalte über mindestens einen DVD-Player verfügen.

Grafik 5



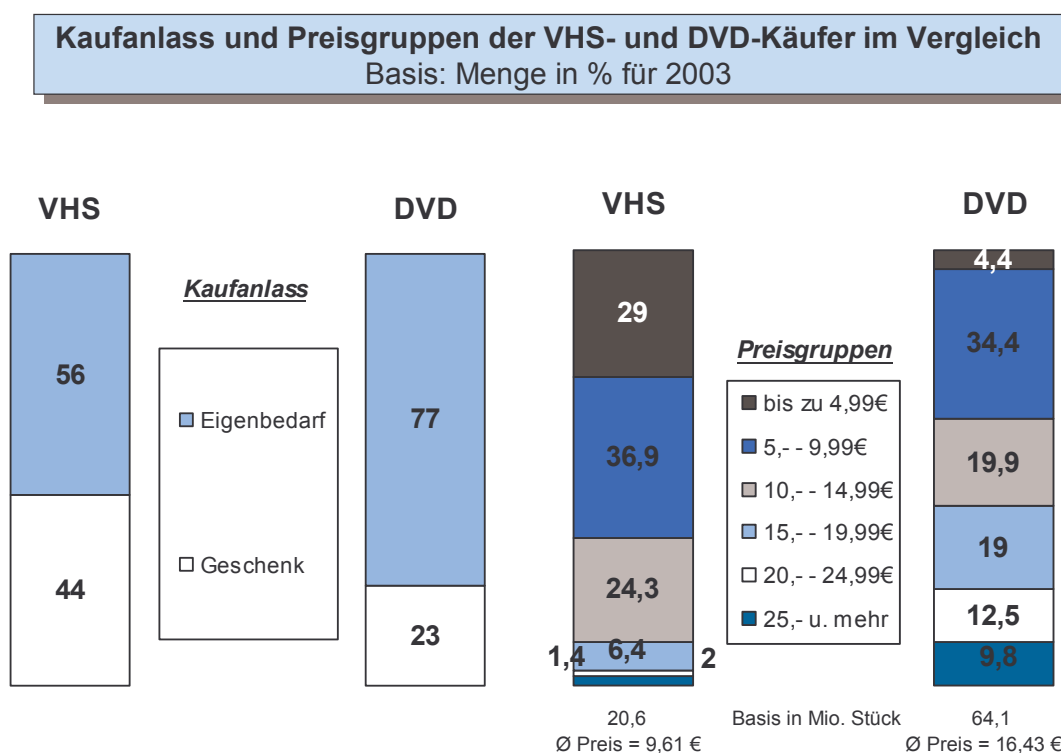
Die Hälfte aller deutschen Haushalte hat Zugriff auf DVD-Abspielgeräte

Der weiterhin steigende Absatz der DVD-Software ist aber auch auf die kontinuierlich anwachsende Ausstattung mit DVD-kompatiblen Endbenutzergeräten wie Spielekonsolen und DVD-Computerlaufwerke zurückzuführen. Laut GfK verfügten im Januar 2004 24,2% der bundesdeutschen Haushalte (etwa 8,2 Mio. Haushalte) über einen PC mit eingebautem DVD-Laufwerk. Zusätzlich standen zu diesem Zeitpunkt in 2,4 Mio. Haushalten DVD-abspielfähige Spielekonsolen wie die Play-Station-2 von Sony oder die X-Box von Microsoft. Nach massiven Preissenkungen für DVD-Recorder haben 1,3% der bundesdeutschen Haushalte einen DVD-Rekorder, deren Absatzboom für dieses Jahr erwartet wird. Damit haben bereits mehr als die Hälfte aller Haushalte (50,2%) Zugriff auf ein DVD-Abspielgerät.

Gesamtmarkt verzeichnet 700.000 zusätzliche Käufer

Eine Analyse des Home Entertainment Marktes ergibt nach 19,8 Mio. DVD- und Videokassettenkäufern in 2002 eine Zunahme der kaufaktiven Konsumenten im vergangenen Jahr um insgesamt 700.000 Endverbraucher auf nunmehr 20,5 Mio. Personen, die mindestens einen Bildtonträger erworben haben. Dieser Käuferzuwachs ist einzig auf den weiterhin rasanten Anstieg der DVD-Käuferschicht (von 8,7 Mio. in 2002 auf 12,7 Mio. in 2003) zurückzuführen, der die abnehmenden VHS-Käuferzahlen (von 13,1 Mio. in 2002 auf 8,9 Mio. in 2003) mehr als ausgleicht. Die durchschnittliche Anzahl erworbener Filme pro Käufer ist im Vergleich zu 2002 (4,1) bei Anhängern digitaler Filmspeicher auf 5 Stück gestiegen. Die Kaufintensität von Videokassettenkäufern hat von 2,2 Stück in 2002 leicht auf 2,3 Stück in 2003 zugelegt.

Grafik 6



Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVV

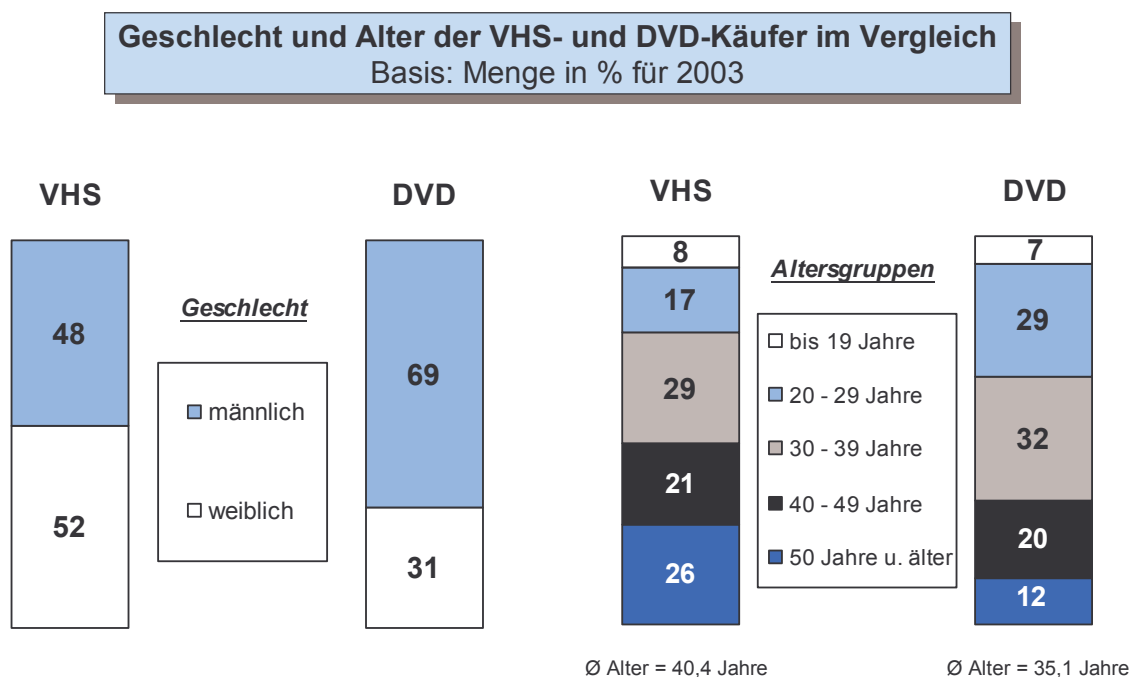
Stark gesunkene Durchschnittspreise der DVD

Durch den stark gesunkenen Durchschnittspreis der DVDs von 20,08 € in 2002 auf 16,43 € in 2003 haben die DVD-Anhänger trotz gesteigerter Kaufintensität im vergangenen Jahr mit durchschnittlichen 83,- € nur 1,- € mehr als im Jahr zuvor für ihre DVD-Sammlung ausgegeben. Etwa drei von fünf verkauften DVDs (58,7%) haben dabei weniger als 15,- € gekostet. Im Vergleich zum Vorjahr hat sich insbesondere die Preisschiene 5,- bis 9,99 € von 10,4% in 2002 auf 34,4% mehr als verdreifacht. Die Videokassettenkäufer haben im Schnitt mit 22,- € und einem durchschnittlichen Preis von 9,61 € ungefähr 3,- € weniger als im Vorjahr in ihre analogen Filmspeicher investiert. Zwei Drittel der Videokassetten (65,9%) wurden zu Preisen bis 9,99,- € angeboten. Wie obige Grafik verdeutlicht, wurde fast ein Viertel der verkauften DVDs (23%) oder 14,5 Mio. Stück als Geschenk erworben, was die weiter ansteigende Verbreitung der DVD belegt.

Stark ansteigender Frauenanteil unter den DVD-Käufern

Im Vergleich zu herkömmlichen Videokassetten, die zumeist von Frauen erworben werden (52%), ist die DVD-Käuferschicht weiterhin überwiegend männlich geprägt, denn sieben von zehn Kaufentscheidungen (69%) wurden in 2003 von Männern getroffen. Die Kaufintensität der Männer (6,1 Stück) ist auch deutlich ausgeprägter als die der Frauen (3,6 Stück). Analysiert man jedoch die Einkäufe der 30,7 Mio. Bildtonträger, die im vergangenen Jahr von Frauen gekauft wurden, stellt man fest, dass diese bereits zu zwei Dritteln (64,9%) aus DVDs bestanden. Demgegenüber sind die 54,2 Mio. Filme, die die Männer erworben haben, zu 81,6% Silberscheiben. Die Gesamtzunahme der DVD-Käufe von 81% auf 64,1 Mio. Einheiten ist aber auch Resultat einer stärkeren Zunahme weiblicher (91%) gegenüber einer unterdurchschnittlichen Zunahme männlicher DVD-Käufe (76%).

Grafik 7



Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVV

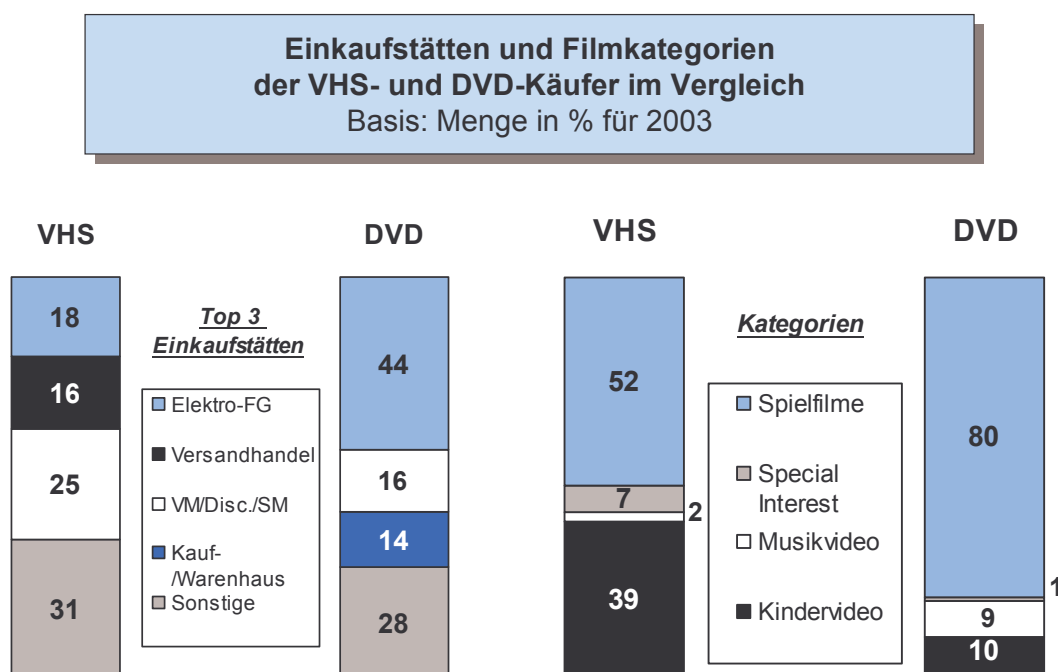
Durchschnittsalter der DVD-Käufer in den letzten zwei Jahren um 2 ½ Jahre gestiegen

Im Vergleich zu 2001 (32,6 Jahre) ist das Durchschnittsalter der DVD-Käufer mittlerweile um 2 ½ Jahre auf nunmehr 35,1 Jahre gestiegen, liegt damit aber immer noch weit unter dem Durchschnittsalter der Videokassettenkäufer mit 40,4 Jahren in 2003. Dass das Durchschnittsalter der DVD-Käufer signifikant angestiegen ist, spricht für eine zunehmende Diversifizierung der DVD-Käufersegmente. Gegenüber der allgemeinen Zunahme der DVD-Käufe von +81% sind insbesondere die Käufe der „40 - 49-jährigen“ um +117% und die „der älter als 49-jährigen“ sogar um +130% überdurchschnittlich stark angestiegen. Nach 24,3% in 2001 wird mittlerweile fast jede dritte DVD (32,1%) von einem älter als 39-jährigem DVD-Anhänger erworben. Die größte Kauflust ist mit einer durchschnittlichen Kaufintensität von 6,2 DVD-Käufen pro Jahr unter den 20 bis 29-jährigen ausgeprägt.

Bedeutung der Elektrofachmärkte als führender Absatzkanal verringert sich

Im Vergleich zu 2002 hat sich die Bedeutung der unterschiedlichen VHS- und DVD-Vertriebsschienen nur geringfügig verändert. Während die Elektrofachmärkte (wie Media-Markt, Saturn etc.) für den Absatz von digitalen Bildtonträgern weiterhin den bedeutendsten Absatzkanal darstellen (44%), werden Videokassetten am häufigsten über die großen Verkaufsauslets wie Verbraucher- und Supermärkte bzw. Discounter vertrieben (25%). In einer längerfristigen Analyse stellt man jedoch fest, dass der DVD-Absatz innerhalb der letzten vier Jahre sehr viel diversifizierter ausfällt und die Bedeutung der Elektrofachmärkte mit 54% in 2000 bis 2003 um 10 Prozentpunkte abgenommen hat. Demgegenüber haben in dieser Zeit insbesondere Kauf- und Warenhäuser (von 10% auf 14%) und Verbrauchermärkte (von 6% auf 12%) für den Vertrieb von Discs an Bedeutung gewonnen. Die Vertriebsstruktur der VHS-Kassetten ist in diesen Jahren vergleichsweise homogen geblieben.

Grafik 8



Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BfV

Musik-DVDs gewinnen weiter an Bedeutung

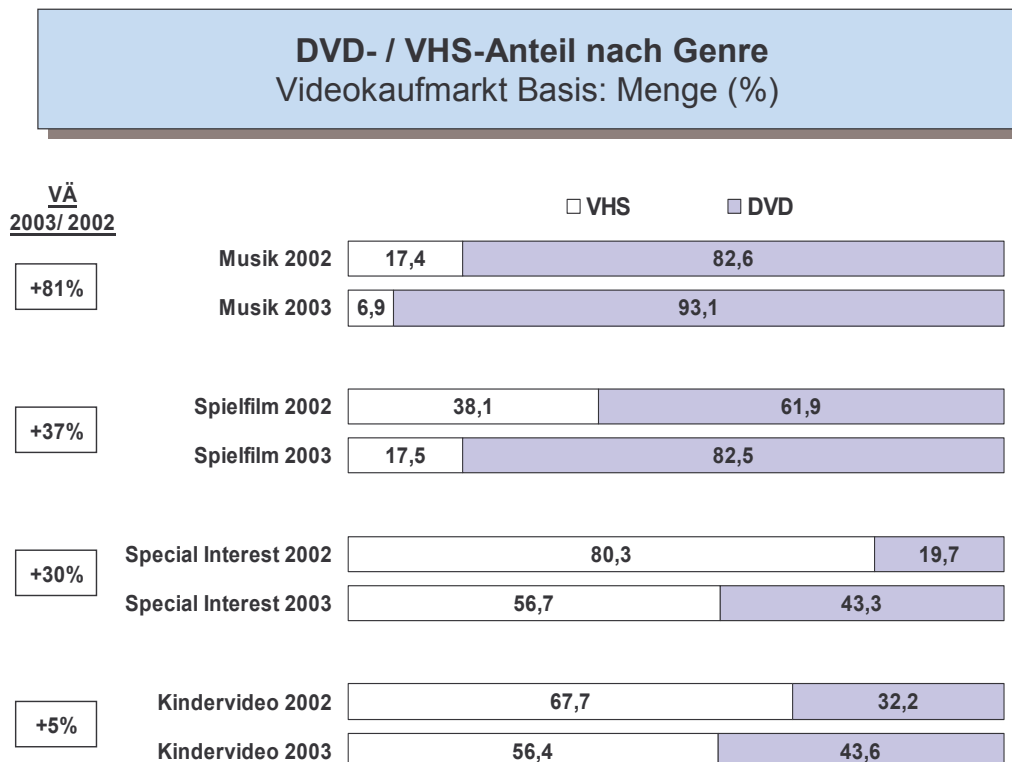
Mit einem mittlerweile 9%-igen Anteil unter allen verkauften Silberscheiben in 2003 und einer in absoluten Zahlen ausgedrückten Zunahme von 3 Mio. Stück auf 5,8 Mio. hat sich mit Musik-DVDs ein Erfolg versprechendes Segment gebildet, das besonders von den audiovisuellen Vorzügen der digitalen Technik profitiert. Mit vier von fünf gekauften DVDs (80%) ist der DVD-Markt aber weiterhin vor allem Spielfilm-orientiert. Das Kinderfilm-Segment ist dagegen vor allem für den Absatz der herkömmlichen Videokassetten von Bedeutung (39%).

Musikmarkt mit größten Umsatzzuwächsen

Durch die Gegenüberstellung der Anteile beider Bildträgerformate VHS und DVD in den nach Genre unterteilten Kaufmärkten veranschaulicht die nachfolgende Grafik noch einmal deutlich die wachsende Bedeutung des DVD-Musikmarktes. Insgesamt hat der Musikmarkt dementsprechend um +81% zugelegt.

Innerhalb des Musiksegments war in 2003 bereits mehr als jeder neunte verkaufte Bildtonträger eine DVD (93,1%). In dieser Kategorie haben die Silberscheiben die herkömmliche Videokassette fast vollständig abgelöst.

Grafik 9



Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVV

In 2003 gab es in jedem Genre Anteilzuwächse der DVD zu verzeichnen. Neben dem weiterhin starken Zuwachs im Spielfilm-Segment auf insgesamt 82,5% aller verkauften Bildtonträger sollte mit einem starken DVD-Anteilzuwachs auf mittlerweile 43,3% auch im Special-Interest-Bereich langsam der Durchbruch erreicht sein.

Nur im Kindervideo-Segment verläuft die Ablösung der herkömmlichen Videokassetten vergleichsweise langsam. Die Anzahl der Bildträger, die mit Kindervideos bespielt sind, ist zwar insgesamt ebenfalls angestiegen (+5%), doch mit einem DVD-Anteil von 43,6% nach 32,2% in 2002 ist in diesem Segment eine vergleichsweise langsame Substitution des analogen Mediums zu beobachten.

Erfolgreiche Sondervermarktungen durch DVD-Special Editions und DVD-Boxsets

Das Geschäft mit so genannten Special Editions und Boxsets ist erst durch das digitale Speichermedium richtig interessant geworden. Bei Special Editions handelt es sich um spezielle Filmeditionen, die entweder nur aus einer oder (meist) aus mehreren Discs bestehen und den Filmfreunden eine überdurchschnittliche Menge an zusätzlichen Inhalten zum Kinofilm bieten. Als Boxsets werden Zusammenstellungen verschiedener Filme einer Thematik wie z.B. einer Serie, eines Schauspielers oder eines Regisseurs bezeichnet.

Umsatzsteigerungen bei Special Editions von +57,4%

Der Umsatz mit Special Editions ist im vergangenen Jahr von 61,8 Mio € in 2002 um +57,4% auf 97,3 € in 2003 angewachsen. Im gesamten DVD-Kaufmarkt wurde somit etwas mehr als jeder zehnte EURO durch den Verkauf einer Special Edition erwirtschaftet (10,6%). Bei einem durchschnittlichen Stückpreis von 19,05 € konnten in 2003 insgesamt 5,11 Mio. Special Editions abgesetzt werden. Im Vergleich zu 2,69 Mio. in 2002 entspricht das einem mengenmäßigen Anstieg von +90%.

Umsatzzuwachs bei DVD-Boxsets von +87,6%

Wie interessant die Vermarktung sogenannter Boxsets mit meist bereits einzeln veröffentlichten Titeln ist, wird dadurch deutlich, dass in 2003 bereits 4,38 Mio. dieser Filmzusammenstellungen verkauft wurden. Nach 1,86 Mio. verkauften Boxen in 2002 ist dieses Marktsegment somit um weitere +135,5% angewachsen. Diese mehrere Filme umfassenden Veröffentlichungen kosteten in 2003 durchschnittlich 37,36 € und erwirtschafteten nach 13,5% in 2002 bereits 17,8% oder in absoluten Zahlen ausgedrückt 163,6 Mio. € des gesamten DVD-Verkaufumsatzes von 1.053 Mio. €.

TV-Produkte als erfolgreiche DVD-Sondervermarktung

Die hohe Speicherkapazität der DVDs verbunden mit der Möglichkeit, eine Vielzahl von Episoden auf mehreren DVDs unterzubringen sowie die zusätzliche Ausstattung der TV-Serien mit Originalfassung u.ä. und insbesondere die „Werbefreiheit“ sind dafür ausschlaggebend, dass die DVD-Veröffentlichungen vieler TV-Serien zu einem Riesengeschäft geworden sind.

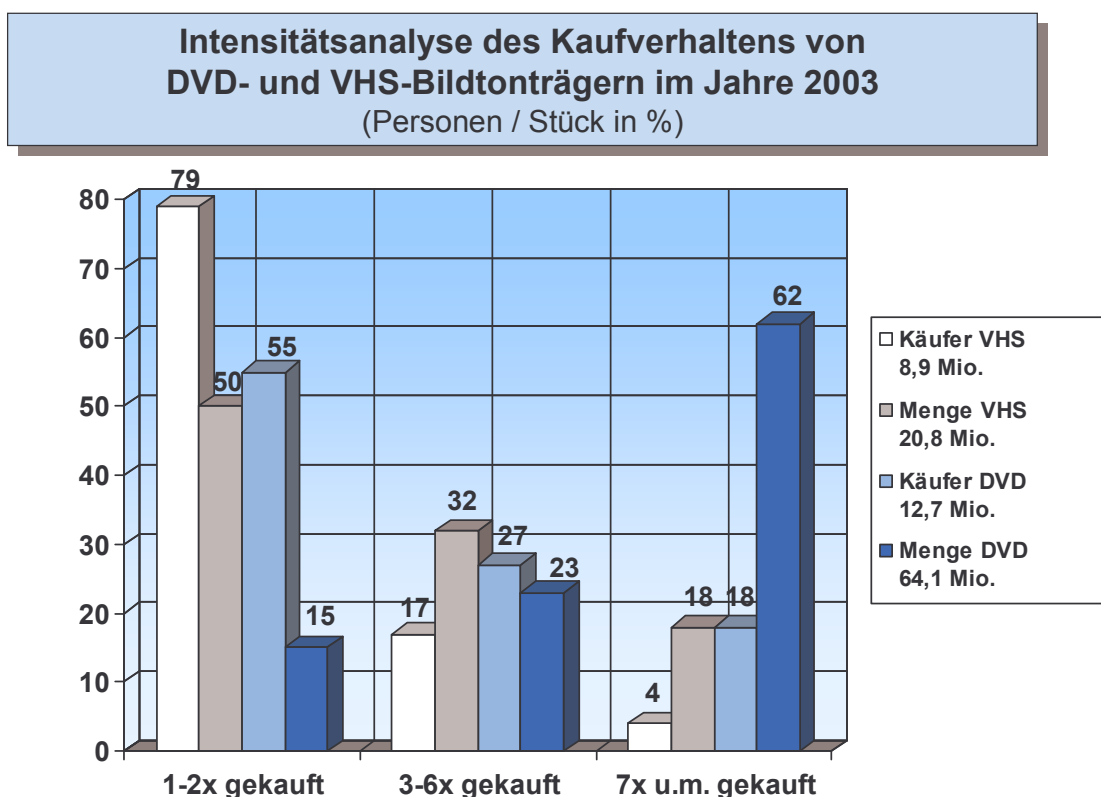
Der zunehmende Erfolg der DVD-Veröffentlichungen von TV-Serien wie z.B. „Star Trek“, „Akte X“ oder „Sex and the City“ führen nach 1 Mio. verkauften TV-Boxen in 2002 zu einer Verdoppelung dieser Menge auf 2 Mio. Stück in 2003. Bei einem durchschnittlichen Preis von 40,42 € hat sich der Umsatz mit derartigen TV-Produkten im vergangenen Jahr auf 80,8 Mio. € verdoppelt und damit zu 7,7% des gesamten DVD-Verkaufumsatzes beigetragen.

Gekauft werden diese Fernsehstoffe in erster Linie von Männern (72%), doch der Frauenanteil ist in den letzten beiden Jahren vergleichsweise stark gestiegen (von 15,8% in 2001 auf 28% in 2003), was damit zusammenhängen kann, dass mittlerweile auch immer mehr Frauen-affine Kultserien aufgelegt werden (z.B. „Ally McBeal“ oder „Friends“). Am häufigsten wurden jedoch „SciFi/Fantasy“ (32,0%) und „Horror“-Serien (19,9%) nachgefragt, die zumeist angeschafft wurden, weil der Käufer „die Serie sammelt und/oder Fan der Serie ist“ (42%). Die Anhänger dieser Serieneditionen sind mit einem Durchschnittsalter von 33,2 Jahren signifikant jünger als der durchschnittliche DVD-Käufer (35,1 Jahre).

2,3 Mio. DVD-Intensivkäufer

18% der insgesamt 12,7 Mio. DVD-Käufer haben im letzten Jahr mindestens sieben DVDs erworben. Diese 2,3 Mio. Intensivkäufer haben damit 62% oder in absoluten Zahlen ausgedrückt etwa 39,7 Mio. Stück aller verkauften Discs angeschafft. Mehr als die Hälfte der DVD-Kundschaft (55%) hat dagegen ein bis zwei digitale Filmspeicher gekauft und damit nur etwas mehr als ein Siebtel (15%) des gesamten DVD-Absatzes oder 9,6 Mio. Stück erworben. In den vergangenen drei Jahren ist der Trend festzustellen, dass die Gruppe der Extensivkäufer in Relation immer kleiner wird (von 67% in 2000 auf nunmehr 55% in 2003). Die Gruppen der gemäßigten (von 19% in 2000 auf 27% in 2003) und der Intensiv-Käufer (von 15% in 2000 auf 18%) wachsen jedoch stetig an.

Grafik 10



Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVV

DVD-Intensivkäufer sind angebotsorientiert

DVD-Intensivkäufer sind zumeist Männer (77%), die am häufigsten dem Alterssegment der 30 - 39-jährigen angehören (34%) und mit 35,4 Jahren im Schnitt etwas älter als der durchschnittliche DVD-Käufer (35,1 Jahre) sind. Sie wählen primär Spielfilme (83%), die sie überwiegend im Elektrofachmarkt (46%) und per Internetbestellung (15%) erwerben. Der Durchschnittspreis der von diesem Kundensegment erworbenen DVDs liegt mit 16,38 € geringfügig unter dem Durchschnittspreisniveau. Das hängt vor allem damit zusammen, dass die Intensiv- im Gegensatz zu Gelegenheitskäufern (34%) zwei von fünf Discs (40%) zum (Aktions-)Preis von unter 10,- € erwerben. Für diese Preis-orientierten Spontankäufe spricht auch die Tatsache, dass sich Intensivkäufer bei der Kaufentscheidung offensichtlich häufig erst im Geschäft am „Point-of Sale“ durch „Umschauen und Stöbern“ zum DVD-Kauf animieren lassen (40,1%).

Die überwiegende Mehrheit der VHS-Anhänger kauft höchstens zwei Videokassetten

Das Kaufverhalten der insgesamt 8,9 Mio. Videokassettenkäufer weist signifikante Unterschiede zum DVD-Markt auf.

Etwa vier von fünf VHS-Käufern (79%) haben im vergangenen Jahr lediglich ein bis zwei analoge Bildträger und somit die Hälfte aller Videokassetten (50%) erworben. Lediglich 4% der VHS-Käufer waren so kaufaktiv, dass sie sieben und mehr herkömmliche Filmspeicher und damit einen Anteil von 18% aller verkauften Videokassetten erstanden haben.

Der Anteil der so genannten Intensivkäufer hat sich von 8% in 2000 auf 4% in 2003 halbiert. Während dieses kaufaktive Käufersegment 2000 noch für den Kauf von 10,4 Mio. Videokassetten verantwortlich zeichnete, haben sie in 2003 nur noch 3,7 Mio. VHS-Kaufentscheidungen getroffen. Entsprechend angestiegen ist der Anteil der Gelegenheitskäufer von 70% in 2000 auf nunmehr 79% in 2003.

Dadurch, dass die Gruppe der VHS-Intensivkäufer zu zwei Dritteln (64%) aus Männern besteht, weicht diese geschlechtsspezifische Verteilung signifikant von der Gesamtheit aller VHS-Käufer ab, da der Männeranteil unter allen VHS-Käufern lediglich bei 48% liegt.

Das Durchschnittsalter der VHS-Heavy Buyer liegt mit 43,7 Jahren um 3,3 Jahre über dem allgemeinen Durchschnittsalter von 40,4 Jahren. Die bedeutendste Altersklasse unter den kaufaktiven Videokassettenanhängern ist folgerichtig auch das Segment der „älter als 49-jährigen“ mit 35%. „Unter 20-jährige“ erwerben dagegen nur noch selten herkömmliche Bildtonträger (5%).

Im Vergleich zur Allgemeinheit haben die Intensivkäufer überproportional häufig Spielfilme (59%) und selten Kinderfilme erworben (29%). Konsumenten, die nur gelegentlich herkömmliche Filmspeicher erwerben, kaufen dagegen relativ häufig Kinderfilme (39%) und vergleichsweise wenig Spielfilme (51%).

Die kaufaktiven Videokassettenanhänger erwerben ihre Filme bevorzugt im Versandhandel (20%) und im Kaufhaus (19%). Im Durchschnitt geben diese Verbraucher am wenigsten für Videokassetten aus. Mit einem Durchschnittspreis von 8,68 € pro Kassette zahlen sie weit weniger als der allgemeine Durchschnitt (9,61 €) und die Gelegenheitskäufer (10,40 €). Es erscheint daher auch plausibel, dass sie die niedrigste Preisschiene von unter 5,-- € präferieren (38%).

Die meisten Kaufentscheidungen haben die Intensivkäufer vor Ort in den Geschäften getroffen, da mehr als die Hälfte ihrer VHS-Einkäufe (50,5%) erst durch „Umschauen, Stöbern in den Geschäften“ zustande kamen. Man kann also davon ausgehen, dass viele dieser Kaufentscheidungen spontan und vor allem preisorientiert getroffen wurden. Relativ häufig ist auch noch der „Bestellkatalog“ mit 14,9% für den Erwerb der Videokassetten unter Heavy-Buyern entscheidend gewesen. Gelegenheitskäufer lassen sich dagegen sehr viel seltener durch „Umschauen und Stöbern im Geschäft“ zum Kauf animieren (30,7%). Für diese Käuferschichten waren vor allem „Fernsehwerbung“ (14,2%) und „Geschenkwünsche“ (11,3%) überdurchschnittlich kaufentscheidend.

DVD-Angebot auf ca. 14.000 Titel angewachsen

Mit einer Auswahl von zur Zeit (Stand: März 2004) etwa 14.000 verfügbaren DVD-Titeln (*nach Auskunft des Entertainment Media Verlages*) sind sämtliche Erwartungen bis zu diesem Zeitpunkt übertroffen worden. Allein im vergangenen Jahr haben die deutschen DVD-Programmanbieter ca. 4.200 Filme als digitale Datenträger veröffentlicht.

„Herr der Ringe - gleich dreimal unter den Top 10

Wie in 2002 gelang es Warner Home Video einen Titel gleich zweimal unter den zehn meistverkauften DVD-Titeln zu platzieren. „Der Herr der Ringe - Die zwei Türme“ liegt als reguläre DVD-Ausgabe des Kinofilms auf dem ersten Rang und als Special Extended Edition auf dem vierten Platz. Zusätzlich rangiert auch noch der erste Teil von Tolkiens Saga „Der Herr der Ringe - Die Gefährten“ an fünfter Stelle.

Tabelle 1

TOP 10 DVD-Kaufmarkt 2003

Rang	Titel	Genre	Anbieter
1	D. Herr d.Ringe – Die zwei T.	Fantasy	Warner Home Video
2	Matrix	Science Fiction	Warner Home Video
3	Harry Potter u.d. Kammer...	Fantasy	Warner Home Video
4	D. Herr d. Ringe II - SEE	Fantasy	Warner Home Video
5	D. Herr d. Ringe – Die Gef.	Fantasy	Warner Home Video
6	Matrix Reloaded	Science Fiction	Warner Home Video
7	Stirb an einem anderen Tag	Action/Thriller	MGM Home Entertmt.
8	Harry Potter u. d. Stein...	Fantasy	Warner Home Video
9	Ice Age	Trickfilm/Komödie	20th Century Fox
10	Good bye, Lenin	Komödie	Warner Home Video

Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVM

Zehn deutsche (Co-)Produktionen unter den Top 100 der DVD-Bestseller

Als bestplatziertes deutsches Titel unter den Top 100 der meistverkauften DVDs ist der Super-Erfolg „Good Bye, Lenin“ auf Platz 10 zu finden. Mit „Der Schuh des Manitu“ auf Platz 12 folgt die letztjährige Nummer 2, dicht gefolgt von der erfolgreichsten Musik-DVD des letzten Jahres „Mensch, LIVE“ von Herbert Grönemeyer auf Rang 14. Vertreten sind des weiteren noch „Der kleine Eisbär“ (Platz 23), „Resident Evil“ (26), der Long-Seller „Das Boot - Director's Cut“ (31), „Knockin' on Heaven's Door“ (60), „Anatomie“ (77), der Spielfilm „Bibi Blocksberg“ (84) und die DVD-Auswertung von „Deutschland sucht den Superstar“ (97).

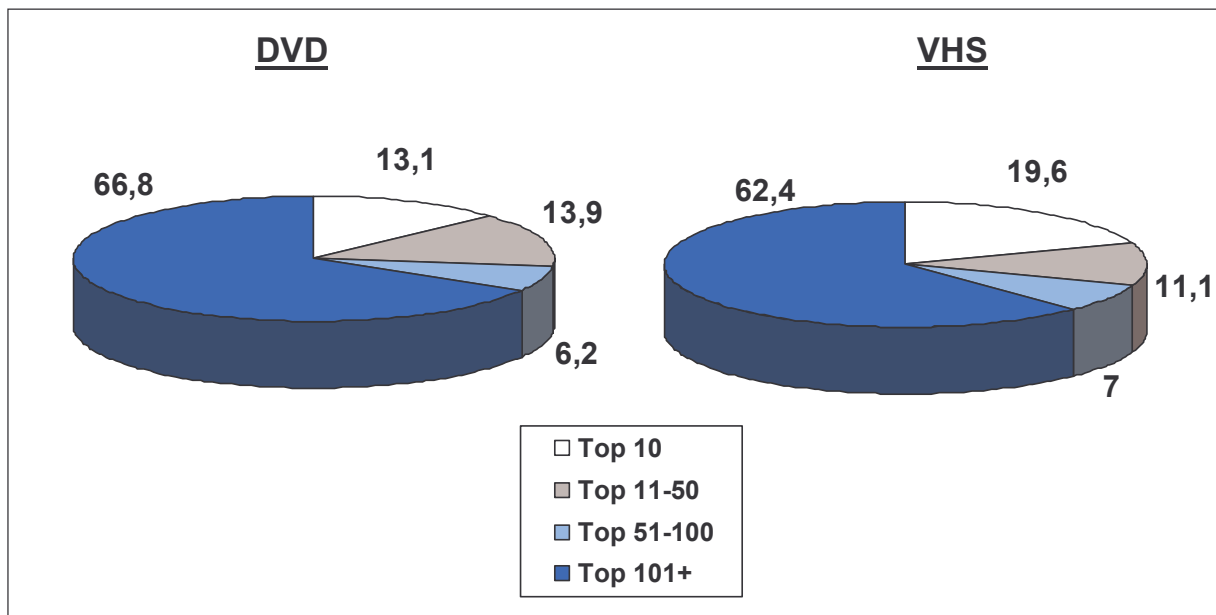
DVD-Backkatalogauswertung nimmt weiter zu

Mit den Titeln jenseits der Top 100 wurden im vergangenen Jahr zwei Drittel des gesamten DVD-Verkaufsumsatzes (66,8%) generiert. Zu diesen Titeln ist insbesondere der sogenannte „Backkatalog“ zu zählen, der Filmtitel beinhaltet, die (z.T. weit vorher) bereits als herkömmliche Videokassetten erschienen sind und jetzt noch einmal als digitale Bildträger - in häufig sehr aufwendigen Editionen - vermarktet werden. Bei mittlerweile insgesamt 14.000 erhältlichen DVD-Titeln ist der Umsatz dieses Titelsegments im Vergleich zu 2002 (51,0%) im letzten Jahr um 15,8 Prozentpunkte oder in absoluten Zahlen ausgedrückt auf 703 Mio. € gestiegen, was die wachsende Bedeutung des Backkatalogs unterstreicht.

Der Anteil der „reinen“ Neuerscheinungen (erstmalig als DVD veröffentlicht und vorher nicht vermarktet) liegt bei 20,4 Mio. Einheiten (16,7 Mio. in 2002). Der Durchschnittspreis dieser Erstveröffentlichungen ist mit 22,30 € im Vergleich zu 23,56 € in 2002 weiterhin recht stabil. Im Gegensatz dazu ist der Preis für das Segment „DVDs, die länger als ein halbes Jahr im Handel sind“ von 16,15 € in 2002 um -23% auf durchschnittlich 12,52 € gesunken. Zu diesem Segment zählten in 2003 insgesamt 36,8 Mio. Einheiten nach 15,6 Mio. in 2002 (ohne Musik und Special-Interest-Titel).

Grafik 11

Top-Titel-Analyse 2003 im VHS- und DVD-Kaufmarkt
Basis: Wert %



Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVV

Jede fünfte gekaufte Videokassette unter den Top 10

Der VHS-Markt ist vergleichsweise Top-Titel-orientiert, da jeder fünfte EURO (19,6%) mit dem Verkauf eines Titels aus den Top 10 generiert wurde. In erster Linie waren dafür die beiden Fortsetzungen von „Harry Potter“ und „Der Herr der Ringe“ verantwortlich.

Drei deutsche Produktionen unter den VHS-Top 10

Wolfgang Beckers Ost-West-Wende Komödie „Good bye, Lenin“ hat sich als erfolgreichste deutsche Videokassettenauswertung auf Position vier der Top 10 Rangliste platziert. Mit dem Kinderfilm „Der kleine Eisbär“ (Platz 7) und dem schon legendären „Der Schuh des Manitu“ (8) sind zwei weitere deutsche Produktionen vertreten, die bereits in 2002 zu den zehn meistverkauften VHS-Bildtonträgern gehörten.

Tabelle 2

TOP 10 VHS-Kaufmarkt 2003

Rang	Titel	Genre	Anbieter
1	Harry Potter u. d. Kammer...	Fantasy	Warner Home Video
2	D. Herr d. Ringe - Die zwei Tür.	Fantasy	Warner Home Video
3	Ice Age	Trickfilm/Komödie	20th Century Fox
4	Good bye, Lenin	Komödie	Warner Home Video
5	Harry Potter u.d. Stein...	Fantasy	Warner Home Video
6	D. Herr d. Ringe - Die Gef.	Fantasy	Warner Home Video
7	Der kleine Eisbär	Kinderfilm/Zeichentrick	Warner Home Video
8	Der Schuh des Manitu	Komödie/Western	Universum Film
9	Men in Black II	Science F./Komödie	Columbia TriStar
10	In einem Land vor u. Zeit IX	Kinderfilm/Zeichentrick	Universal Pictures

Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVV

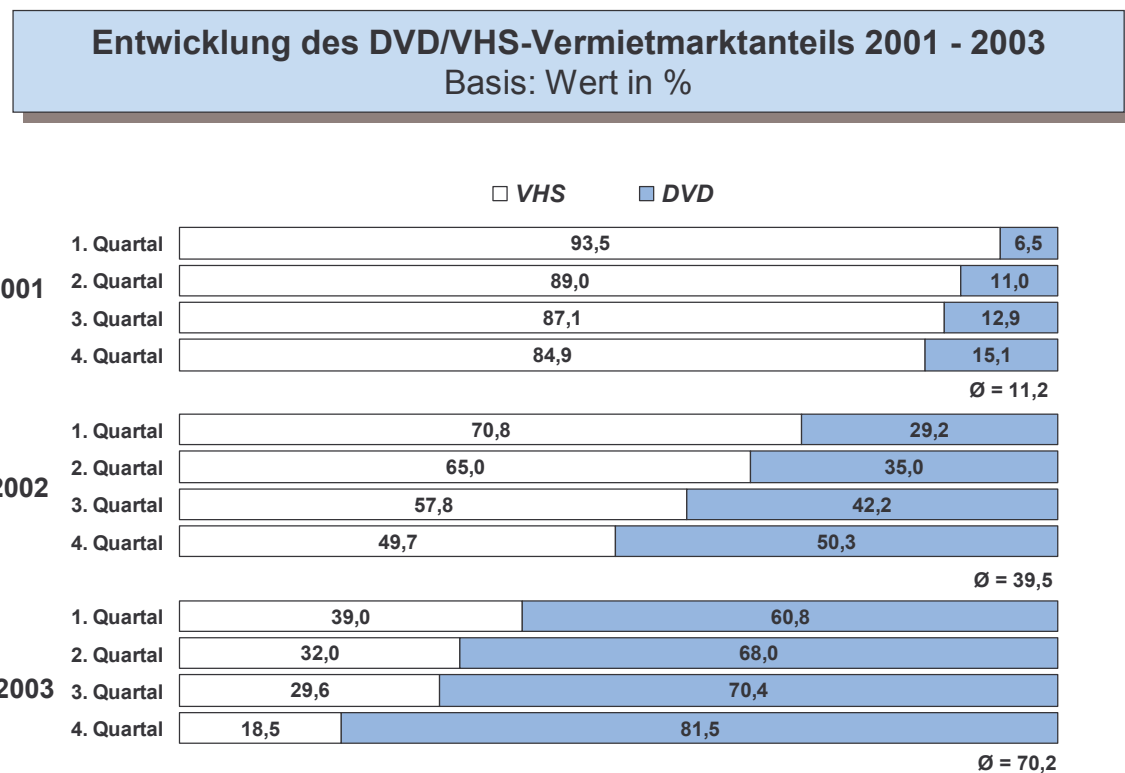
23 deutsche (Co-)Produktionen unter den Top 100 der VHS-Kaufcharts

In 2003 haben sich mit insgesamt 23 deutschen (Co-)Produktionen so viele Titel wie nie zuvor unter den 100 meistverkauften Videokassetten platziert. Dabei wird anhand dieser Titel deutlich, dass die analogen Bildträger vor allem für Kinder gekauft werden. Nach den o.g. drei Titeln ist auf dem 20. Rang erst „Gloomy Sunday - Ein Lied von Liebe und Tod“ zu finden, bevor eine ganze Reihe von Kinder(serien)titeln folgt, wie „Bibi Blocksberg“ (22), „Das Sams“ (27), „Lauras Stern, Teil 1“ (35), „Benjamin Blümchen - Das goldene Ei“ (41), „Der kleine Eisbär - Nanouks Rettung“ (43), „Der kleine Eisbär - Neue Abenteuer, neue Freunde“ (44) und „Das fliegende Klassenzimmer“ (47). Auf „Deutschland sucht den Superstar“ (48) folgen dann noch eine Reihe weiterer deutscher Kinder(Co-)Produktionen: „Benjamin Blümchen - Als Leuchtturmwärter“ (51), „Pippi Langstrumpf“ (56), „Neues von Petterson und Findus“ (58), „Bibi Blocksberg - Der Hexenspruch“ (61), „Bibi und Tina 2 - Sabrinas Fohlen“ (70), „Käpt'n'Blaubär“ (71), „Der Räuber Hotzenplotz“ (80), „Der kleine Eisbär 2“ (89) und „Der kleine Eisbär 1“ (94) sowie zuvor noch die beiden DEFA-Produktionen „Der Froschkönig“ (84) und „Die Geschichte vom kleinen Muck“ (92).

Formatwandel im Vermietmarkt steht bevor

Wie oben bereits dargestellt, haben die Videotheken im vergangenen Jahr einen Rückgang des Vermietumsatzes in Höhe von -15,8% verkraften müssen. Nach einem Umsatz von 359 Mio. € in 2002 ist das Vermietgeschäft in 2003 auf 302 Mio. € zurückgegangen. Trotz eines Anstiegs der DVD-Vermiettransaktionen von +54,8% auf 79,8 Mio., konnte der Rückgang der VHS-Vermietvorgänge um -57,2% auf 33,8 Mio. nicht aufgefangen werden. Die Anzahl der Videothekengänger, die sich Videokassetten ausleihen, ist im vergangenen Jahr von 10,5 Mio. in 2002 auf nunmehr 5,5 Mio. (-48%) gesunken. Demgegenüber ist die Gruppe der DVD-Leiher von 7 Mio. auf 8,3 Mio. um +19% angewachsen. Die Leihintensität der DVD-Kunden liegt mit 9,5 Stück pro Jahr auch weit über den 6,2 Verleihvorgängen der Videokassettenkunden. Die durchschnittlichen Leihgebühren waren im letzten Jahr für beide Datenträger leicht auf identische 2,66 € gesunken (2002: VHS 2,75 € und DVD 2,74 €).

Grafik 12



Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVV

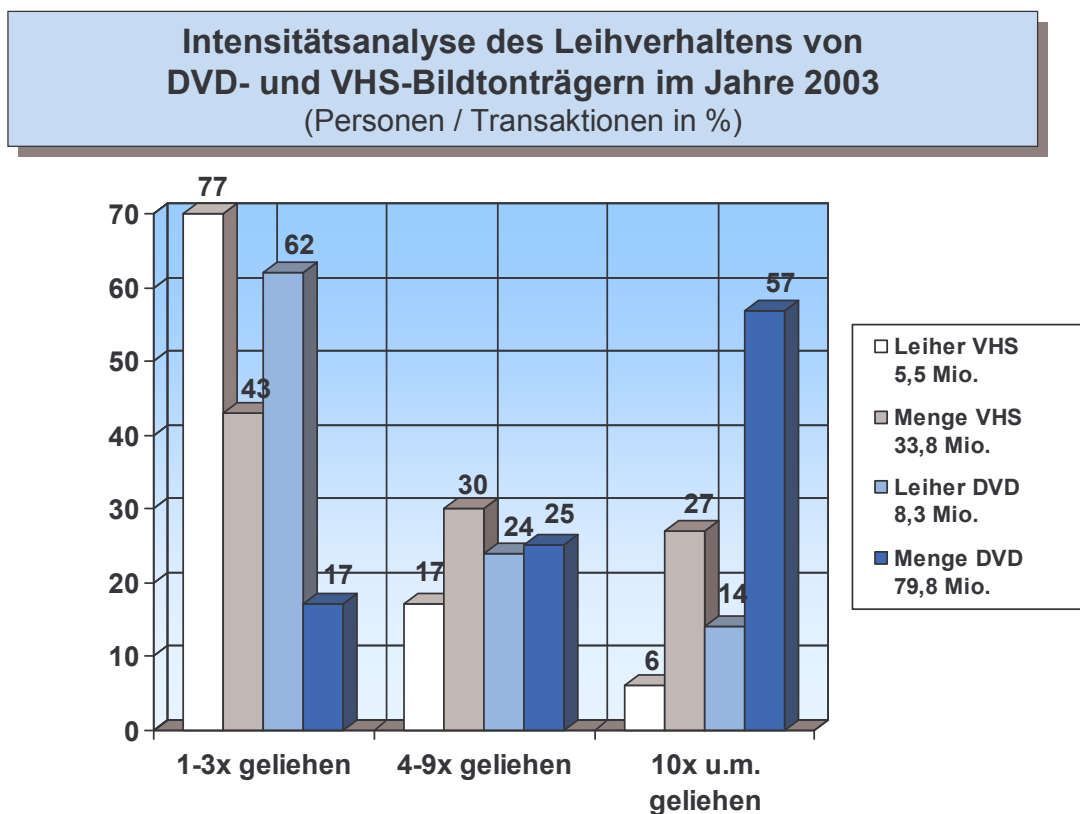
Formatwandel im Verleih bald vollständig vollzogen

Nach einem durchschnittlichen DVD-Anteil der Vermietumsätze von 11,2% in 2001 und 39,5% in 2002 ist dieser Anteil im vergangenen Jahr bereits auf 70,2% geklettert. Analysiert man die einzelnen Quartale, stellt man fest, dass nach einem Anteil von 60,8% im ersten Quartal 2003 im vierten Quartal des gleichen Jahres bereits mehr als jeder vierte vermietete Bildtonträger (81,5%) eine Silberscheibe war. Dass sich diese Tendenz im gleichen Tempo fortsetzt, wird dadurch deutlich, dass im Januar 2004 bereits 83% der Videothekenverleihsätze mit Discs erwirtschaftet wurden. Man kann also davon ausgehen, dass im Sommer diesen Jahres bereits bei neun von zehn Verleihvorgängen DVDs gewählt werden.

Frauenanteil unter der Videothekenkundschaft weiterhin steigend

Der Männeranteil liegt im DVD- (59,6%) und im VHS-Verleihmarkt (54,9%) nach wie vor über dem der Frauen. Doch der Frauenanteil unter den DVD-Mietkunden ist im vergangenen Jahr von 37,4% auf 40,4% gestiegen, unter den VHS-Leihkunden von 42,2% auf 45,1%. Kernzielgruppe der Videotheken bleiben weiterhin die 20-29-jährigen mit 45,4% unter den DVD- und mit 39,0% unter den VHS-Kunden. Mit einem Durchschnittsalter von 29,6 Jahren sind die Videokassettenleiher nur unwesentlich jünger als die DVD-Kundschaft mit durchschnittlich 29,9 Jahren. In beiden Formaten werden überwiegend Spielfilme ausgeliehen (DVD 94,6% und VHS 92,3%), die auch eine relativ ähnliche Präferenz der Genres abbilden. Bei beiden Formaten bevorzugen die Videothekengänger Action/Thriller (DVD 32,9% und VHS 28,5%) sowie Komödien (DVD 26,8% und VHS 28,5%).

Grafik 13



Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVV

Intensiv-Leiher präferieren DVD

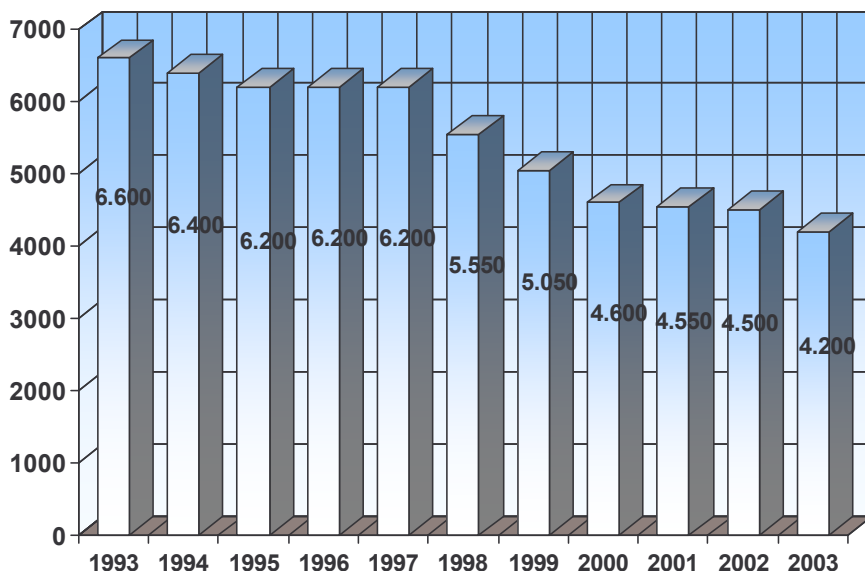
Für den größten Teil des Videothekenumsatzes zeichnet die kleine Gruppe der Intensiv-Leiher verantwortlich, die im Jahr mehr als neun Filme ausgeliehen haben. Von 8,3 Mio. Videothekenkunden, die sich DVDs ausleihen, gehört zwar nur etwas mehr als ein Viertel (27%) zur leihaktivsten Kundengruppe, doch diese Videothekenklientel generiert 57% der DVD-Vermietumsätze. Dadurch, dass diese Heavy-User den Formatwechsel von analog zu digital als erste vollzogen haben, gehören nur noch 6% der Videothekenkunden zu den eifrigsten Videokassettenmietern.

Stationärer Vermiethandel bekommt Konkurrenz

Nach dem „Wende“-bedingten Videothekenboom Anfang der 90er Jahre hat sich die Anzahl der Verleihoutlets mittlerweile bei ca. 4.200 Geschäften stabilisiert. Im Zehnjahresvergleich hat die Anzahl der Video- und Mediatheken zwar um -37% abgenommen, es hat jedoch auch eine - für den Markt vorteilhafte - Bereinigung stattgefunden, da sich die professionell geführten Geschäfte durchsetzen konnten und „Garagenvideotheken“ der Vergangenheit angehören. Die stationären Verleihoutlets haben im vergangenen Jahr durch Verleihautomaten und Internetvideotheken jedoch neue Konkurrenz bekommen. Im Gegensatz zu Verleihautomaten, die meist einer bereits bestehenden Videothek angeschlossen sind, handelt es sich bei den Internetversendern von Leihmedien um substituierende Geschäftsbetriebe. Im vierten Quartal 2003 ist bereits jeder 14. Verleihvorgang entweder über einen Automaten oder per Internetbestellung abgewickelt worden. Von 30,7 Mio. Verleihvorgängen in den letzten drei Monaten 2003 waren das immerhin 2,2 Mio. Transaktionen, die sich auf 1,3 Mio. Internetverleihvorgänge und 0,9 Mio. Automatenvermietungen verteilen. Das Internet-Angebot wird besonders von 40 - 49-jährigen, der Automat von 20 - 29-jährigen Kunden präferiert.

Grafik 14

Anzahl Video-/Mediatheken 1993 - 2003



Quelle: Schätzung Interessenverband des Video- und Medien-Fachhandels (IVD)

Sonntagsöffnung mittlerweile auf acht Bundesländer ausgedehnt

Neben dem oben angesprochenen Zeit ungebundenen Videoverleih bietet der stationäre Vermiethandel mittlerweile in acht Bundesländern eine Sonn- und bis auf Sachsen-Anhalt und Rheinland-Pfalz auch eine Feiertagsöffnung. Sonntags sind die Videotheken mittlerweile in Schleswig-Holstein, Niedersachsen, Bremen, Hamburg, Berlin und Brandenburg ab 13:00 Uhr geöffnet und somit anderen Freizeiteinrichtungen wie Kino und Theater gleich gestellt.

Mit „Good bye, Lenin“ siegt erstmalig ein deutscher Titel im DVD-Verleih

Nach dem Boxoffice-Erfolg mit mehr als sechs Millionen Kinobesuchern hat der neunmal mit dem Deutschen Filmpreis ausgezeichnete Streifen „Good bye, Lenin“ in Deutschland auch im DVD-Verleih alle anderen Titel abgehängt und wurde als erster deutscher Titel die Nummer eins der DVD-Verleihcharts. Er setzte sich damit gegen die aufwendige Fortsetzung „Der Herr der Ringe - Die zwei Türme“ und die Hugh Grant / Sandra Bullock Romanze „Ein Chef zum Verlieben“ durch.

Tabelle 3

TOP 10 DVD-Vermietmarkt 2003

Rang	Titel	Genre	Anbieter
1	Good bye, Lenin	Komödie	Warner Home Video
2	D. Herr d. Ringe - Die zwei Tür.	Fantasy	Warner Home Video
3	Ein Chef zum Verlieben	Komödie	Warner Home Video
4	Men in Black II	Science F./Komödie	Columbia TriStar
5	Minority Report	Thriller/Science F.	20th Century Fox
6	Matrix Reloaded	Science Fiction	Warner Home Video
7	Harry Potter u. d. Kammer...	Fantasy	Warner Home Video
8	Signs - Zeichen	Thriller/Science F.	Buena Vista
9	Catch me if you can	Komödie/Kriminalfilm	Universal Pictures
10	Ghost Ship	Horror/Abenteuer	Warner Home Video

Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVM

Acht deutsche (Co-)Produktionen unter den Top 100 der DVD-Vermietcharts

Außer dem grandiosen Durchmarsch des oben bereits erwähnten „Good bye, Lenin“ an erster Position der Rangliste konnten sich sieben weitere deutsche (Co-)Produktionen unter den Top 100 des deutschen Vermiethandels durchsetzen. Unter den 100 beliebtesten Filmen der DVD-Verleihcharts folgen auf dem 13. Rang mit „Resident Evil“ und „Tattoo“ (49) zwei Thriller. Nach „Der Schuh des Manitu“ an 58. Stelle hat sich die deutsch/englische Co-Produktion „Kick it like Beckham“ (60) platziert. Es folgt mit „Anatomie 2“ die Fortsetzung des Franka Potente Thrillers und auf Ranglistenplatz 96 die Doris Dörrie Produktion „Nackt“ sowie die Slacker-Komödie „Feuer, Eis und Dosenbier“ auf 97.

Übersinnliche „Signs“ als erfolgreichste Verleihkassette

Der Mystery Thriller „Signs“ mit Mel Gibson ist der am häufigsten als Videokassette ausgeliehene Film des letzten Jahres gewesen. Im Gegensatz zur DVD-Vermietung hat sich der erste Teil der Ringe-Trilogie auf dem zweiten Rang platziert gefolgt von den „Men in Black II“.

Tabelle 4

TOP 10 VHS-Vermietmarkt 2003

Rang	Titel	Genre	Anbieter
1	Signs - Zeichen	Thriller/Science F.	Buena Vista
2	D. Herr d. Ringe - Die Gef.	Fantasy	Warner Home Video
3	Men in Black II	Science F./Komödie	Columbia TriStar
4	Ice Age	Trickfilm/Komödie	20th Century Fox
5	Good bye, Lenin	Komödie	Warner Home Video
6	Harry Potter u. d. Kammer...	Fantasy	Warner Home Video
7	D. Herr d. Ringe - Die zwei T.	Fantasy	Warner Home Video
8	Spider Man	Action/Abenteuer	Columbia TriStar
9	Ein Chef zum Verlieben	Komödie	Warner Home Video
10	Snowdogs - 8 Helden auf ...	Komödie	Buena Vista

Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVV

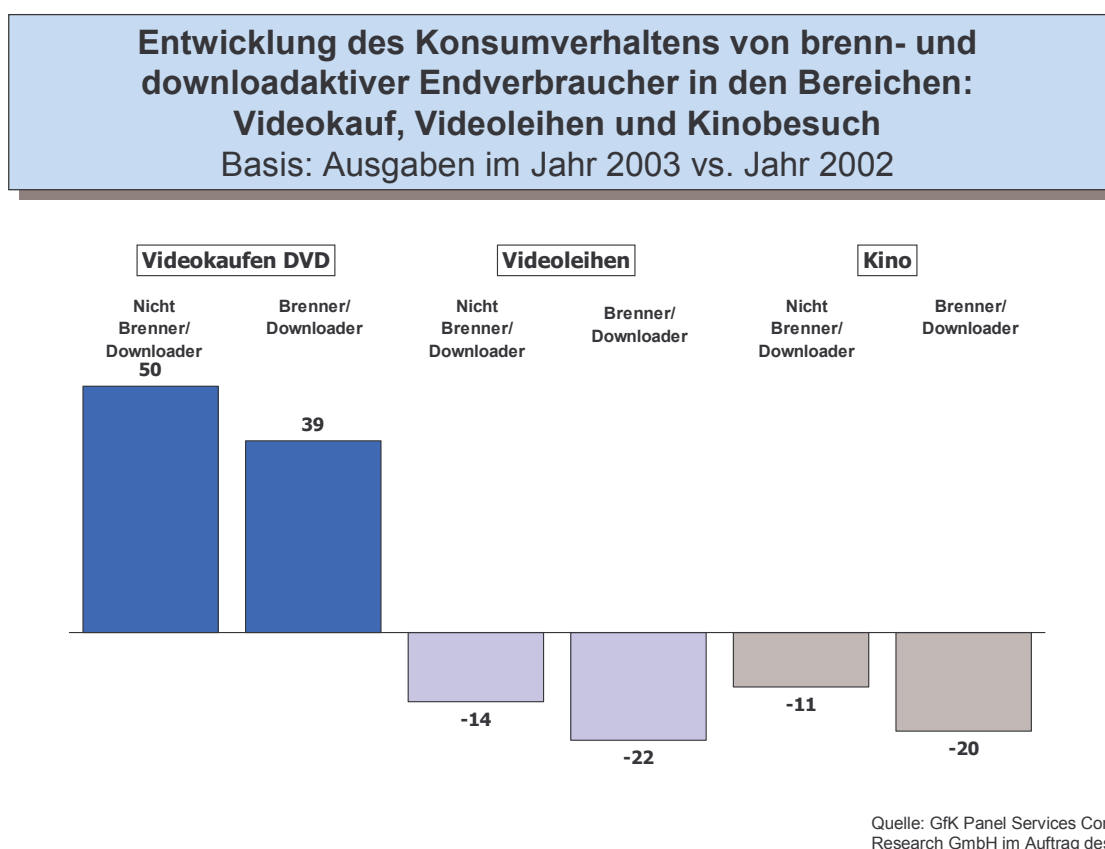
Zwölf deutsche (Co-)Produktionen unter den Top 100 VHS-Verleihtiteln

Außer dem auch als Verleihkassette erfolgreichen Kassenschlager „Good bye, Lenin“ an fünfter Position befinden sich noch elf weitere deutsche (Co-)Produktionen unter den Top 100 der deutschen Verleihcharts. Auf Rang 30 und 36 folgen die Thriller „Tattoo“ und „Anatomie 2“, bevor sich die drei internationalen Co-Produktionen mit deutscher Beteiligung „Kick it like Beckham“, „Die fabelhafte Welt der Amelie“ und „Resident Evil“ auf den Plätzen 38, 39 und 41 positionieren. Es folgen drei deutsche Komödien mit „Was nicht passt, wird passend gemacht“ (45), „Erkan und Stefan und die Mächte der Finsternis“ (57) sowie die letztjährige Nummer eins „Der Schuh des Manitu“ (60). Etwas gruseliger geht es dann auf den Plätzen 75 „Swimming Pool - Der Tod feiert mit“ und 90 „Anatomie“ zu, bis Sönke Wortmanns Kifferkomödie „Lammbock“ auf Ranglistenplatz 93 als letzter deutscher Film unter den am häufigsten vermieteten 100 Videokassetten vertreten ist.

Illegale Vervielfältigung weiterhin größte Herausforderung der Filmindustrie

Obwohl die Videobranche das vierte Jahr in Folge steigende Umsätze erzielt hat und im vergangenen Jahr mit der Zweitauswertung der Filmhits sogar fast das Doppelte des Kinoeinspielergebnisses erwirtschaftet hat, liegt mit der Zunahme von Raubkopien eine große Bedrohung über der gesamten Filmbranche. Durch das Herunterladen illegal ins Netz gestellter Kinofilme und anschließenden Brennens auf digitale Datenträger (CDs und DVDs) erleidet die Kino- und Videowirtschaft riesige Einnahmeverluste. Die nachfolgende Grafik verdeutlicht die Substitution des üblichen legalen Kino- und Videokonsums durch illegale Vervielfältigung.

Grafik 15



Die Gegenüberstellung des Konsumverhaltens von Endverbrauchern, die brennen bzw. downloaden und denen, die Filme nur legal konsumieren, ergibt ein für die Branche erschreckendes Ergebnis. Während der Kinobesuch unter der allgemeinen Bevölkerung um -11% zurückgegangen ist, wurde dieser Trend unter den Raubkopierern sogar auf -20% verstärkt. Ähnlich verhält es sich mit dem Videothekenbesuch dieser Personengruppe, der im Gegensatz zur Allgemeinheit (-14%) um -22% überproportional stark gesunken ist, da die angebotenen Filme der Verleihoutlets z.T. schon vor der deutschen Kinoveröffentlichung im Internet zum Download zur Verfügung standen. Die Zunahme der DVD-Käufe von brenn-/downloadaktiven Filmfreunden um +39% ist zwar generell zu begrüßen. Zieht man jedoch als Maßstab wieder die Gesamtbevölkerung heran (+50%), ergibt sich, dass diese Zunahme elf Prozentpunkte unter dem allgemeinen Konsum liegt.

Besonders ausgeprägte Substitution unter den Kernzielgruppen

Wie die letztjährige Marktforschungsanalyse der GfK belegt, ist das Brennen und Downloaden von Spielfilmen in der DVD-kaufaktivsten Altersgruppe der 20 - 39-jährigen besonders ausgeprägt, was sich natürlich stark geschäftsschädigend auf die Branche auswirkt. Für eine Substitution des legalen DVD-Konsums im Verleih spricht bspw. auch der überdurchschnittliche Rückgang dieser Altersklassenvertreter unter den Videothekenkunden. Diese beiden Alterssegmente waren zwar immer noch zu zwei Dritteln (66%) für sämtliche Vermiettransaktionen verantwortlich, doch der Rückgang der Verleihvorgänge durch diese Altersklassenvertreter unter den Videothekengängern (20 - 29-jährige um -16% und 30 - 39-jährige um -19%) ist im Vergleich zum Gesamtmarkt (-13%) überdurchschnittlich hoch. Aus diesem Grund ist auch der mengenmäßige Zuwachs an DVD-Käufen dieser Altersgruppen kritisch zu betrachten, da dieser im Vergleich zur allgemeinen Kauflust (+81%) zurückhaltender ausfällt (20 - 29-jährige um +58%, 30 - 39-jährige um +74%).

Preisverfall der CD-/DVD-Rohlinge unterstützen die illegale Vervielfältigung

Nach Auskunft der Nürnberger Marktforscher sind die Preise für CD-Rohlinge im vergangenen Jahr auf einen Durchschnittspreis von 0,39 € gefallen. Auch für DVD-Rohlinge ist ein starker Preisverfall zu verzeichnen, da diese digitalen Speichermedien im Durchschnitt nur noch 2,14 € kosten. Zieht man die Nutzerquoten der im vergangenen August erstellten Brennerstudie der GfK heran, so stellt man fest, dass von den 702 Mio. verkauften CD-Rohlingen in 2003 (bei Verwendung der ermittelten Nutzerquote von 15%) 105,3 Mio. Stück zum Überspielen von Spiel-/Kinofilmen genutzt wurden. Da laut o.g. Brennerstudie vier von fünf DVD-Rohlingen (79%) zum Kopieren von Filmen verwendet werden, kann man davon ausgehen, dass ungefähr 24 Mio. der 30 Mio. verkauften DVD-Rohlinge zum zumeist illegalen Überspielen von Filmen dienen.

Trendwende wird in 2004 erwartet

Die deutsche Videoindustrie hat sich im vergangenen Jahr der illegalen Vervielfältigung - als derzeit größtes Problem der Filmbranche - gestellt. Nach der Urheberrechtsnovellierung im September 2003, die allerdings noch nicht allen Ansprüchen der Home Entertainment Branche genügen kann, hat auch der Gesetzgeber ein erstes Zeichen im Kampf gegen Raubkopierer gesetzt. Mittlerweile wird über eine weitere Verschärfung der derzeit gültigen Gesetzeslage im so genannten „2. Korb“ der Gesetzesnovellierung verhandelt.

Mit Unterstützung der Filmförderungsanstalt ist es der Filmindustrie im vergangenen Jahr gelungen, zwei Kampagnen zur Bekämpfung illegaler Verbreitung von Raubkopien und zur Aufklärung der Endkonsumenten ins Leben zu rufen. Während die Kampagne „Raubkopierer sind Verbrecher“ insbesondere im Kino kommuniziert wird, spielen die Videoprogrammanbieter zusätzlich noch den Trailer der Kampagne „Nur original ist legal“ auf DVDs und Videokassetten auf.

Das Jahr 2004 wird somit im Hinblick auf den Erhalt der traditionellen Auswertungskette richtungsweisend sein. Doch allen Widerständen zum Trotz sind wir zuversichtlich, dass auch 2004 ein erfolgreiches Jahr für die deutschen Videoprogrammanbieter werden kann.