

Sehr geehrte Damen und Herren,

der vorliegende Business Report zum Videomarkt 2004 beschreibt einen weiterhin wachsenden Home Entertainment Markt, der geprägt ist von der anhaltenden Erfolgsgeschichte der DVD. Die Attraktivität dieses Mediums und die preisgünstigen Abspielgeräte haben dafür gesorgt, dass die deutschen Filmfreunde Bildtonträger in zuvor nie erreichtem Ausmaß erworben haben. Die technischen Vorzüge der digitalen Filmspeicher in Bild und Ton haben auch der Hardwarebranche die entscheidenden Impulse geliefert, damit in deutschen Wohnzimmern technisch hervorragend ausgestattete Heimkinoanlagen stehen.

Seit ihrer Markteinführung vor nunmehr sechs Jahren haben die Discs für eine Verdoppelung des Videogesamtmarktumsatzes gesorgt. Die Videoindustrie konnte somit auch in 2004 ein weiteres Mal die Tatsache bestätigen, ein verlässlicher Partner der deutschen Filmwirtschaft zu sein und als größter Einzahler der in der Filmförderungsanstalt (FFA) organisierten Verbände weiterhin maßgeblich zur Förderung des Deutschen Films beizutragen.

Die digitale Technologie ist jedoch gleichzeitig auch ihr größter Feind. Die Möglichkeit, unendlich viele Klone von illegal kopierten Filmen oder Internet-Downloads aktueller Kinofilme anzufertigen und diese im Schneeballsystem weiter zu geben, stellt eine massive Bedrohung der gesamten Filmbranche dar. Nach den negativen Entwicklungen in der Musikwirtschaft und den daraus resultierenden Massenentlassungen ist hier insbesondere der Gesetzgeber bei der Novellierung des Urheberrechts im so genannten „2. Korb“ gefordert.

Die Home Entertainment Branche ist sich ihrer Verantwortung bewusst und wird die an sie gestellten Herausforderungen auch in diesem Jahr annehmen.

Die vorliegende Marktübersicht basiert auf Daten der GfK Panel Services Deutschland und media control GfK International ermittelt im Auftrag der Filmförderungsanstalt (FFA).

Der Bundesverband Audiovisuelle Medien dankt beiden Instituten und der FFA für ihre Kooperation.



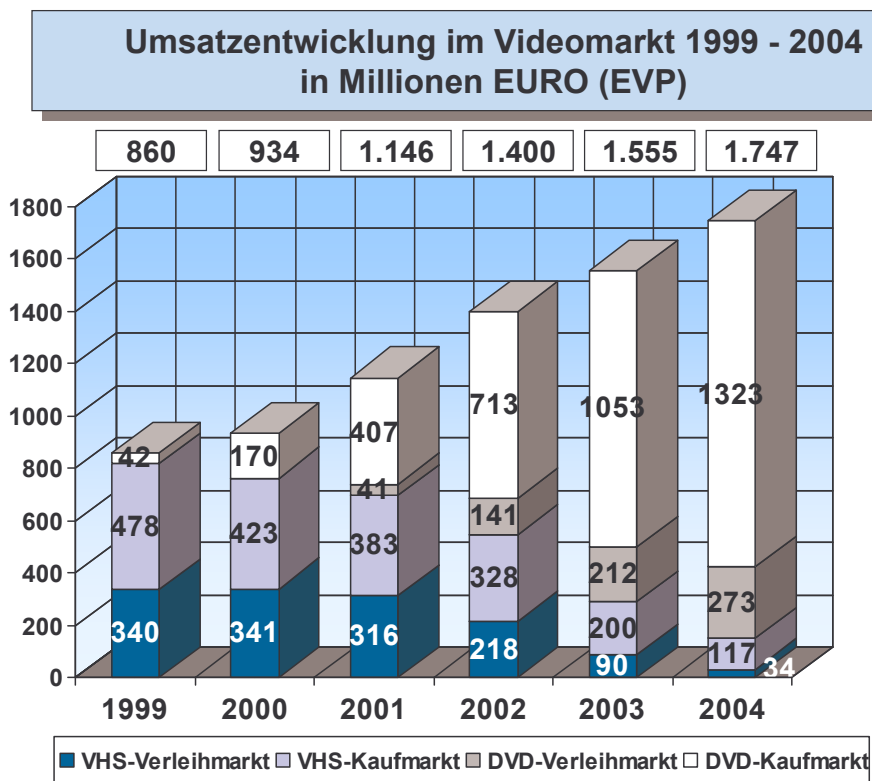
Joachim A. Birr
Geschäftsführendes Vorstandsmitglied
BUNDESVERBAND AUDIOVISUELLE MEDIEN

Umsatzentwicklung im Videomarkt	1
Umsatzentwicklung der gesamten Filmbranche	2
Substitution der analogen durch digitale Technik	3
Hardware-Ausstattung deutscher Haushalte	5
VHS- und DVD-Kaufmarktprofil	6
DVD-Sondervermarktungen	10
Analyse des DVD- und VHS-Intensivkäufermarktes	11
Top-Titel-Analyse des Kaufmarktes	12
Video-Vermietmarkt	15
Top-Titel-Analyse des Vermietmarktes	19
Bedrohung der Branche durch illegale Vervielfältigung	21

Videogesamtmarktumsatz seit 1999 verdoppelt

Nach Angaben der GfK Panel Services Deutschland hat sich der Gesamtmarktumsatz seit 1999 - dem Jahr, in dem in Deutschland mit der DVD erstmalig signifikante Erträge erwirtschaftet wurden - mehr als verdoppelt (+103%). Dem damaligen Branchenumsatz in Höhe von 860 Mio. € aus dem Jahre 1999 steht mittlerweile ein Umsatzvolumen aus Bildtonträgerverkauf und -verleih in Höhe von 1.747 Mio. € in 2004 gegenüber.

Grafik 1



Quelle: GfK Panel Services Deutschland

Erstmalig mehr als 100 Mio. verkaufte Bildtonträger

Die GfK-Analysen belegen zudem, dass mit 103,1 Mio. verkauften Bildtonträgern in 2004 erstmalig die 100 Mio.-Schwelle übertroffen wurde. Die verkauften Filmspeicher teilen sich auf in 90,1 Mio. DVDs mit einem Verkaufsumsatz von 1.323 Mio. € und 13 Mio. herkömmlichen Videokassetten mit einem Umsatzvolumen von 117 Mio. €. Der Gesamtumsatz aus dem Verkauf der digitalen (DVD) und analogen Filmspeicher (VHS) ist daher nach 1.253 Mio. € in 2003 um weitere +15% auf nunmehr 1.440 Mio. € in 2004 gestiegen.

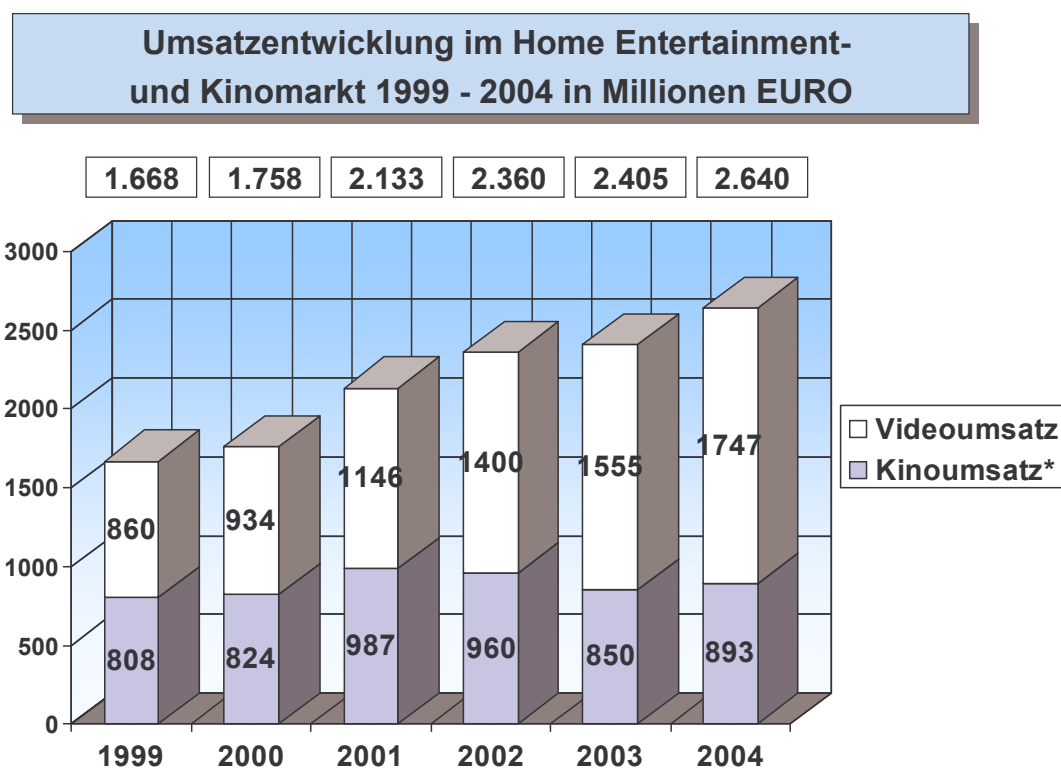
Videovermietmarkt im Aufwärtstrend

Der durch die Filmpiraterie stark geschädigte Vermietmarkt kann mit einem Umsatzanstieg von +1,4% auf 306,4 Mio. € nach den Einbrüchen der vergangenen Jahre erstmals wieder Zuwächse vermelden. Diese positiven Entwicklungen im Vermietmarkt sind vor allem auf die belebenden Impulse zusätzlicher Serviceangebote wie Internet- und Automatenvermietung (9,6% aller Verleihvorgänge über diese beiden Zusatzdienste) sowie auf die Sonn- und Feiertagsöffnung, die mittlerweile auf neun Bundesländer ausgedehnt ist, zurückzuführen.

Videogesamtmarktumsatz doppelt so hoch wie Kinoeinspielergebnis

Mit einem erneuten Rekordergebnis von 1.747 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. Der Umsatz der zweiten Filmauswertungsstufe fiel damit sogar fast doppelt so hoch aus (+96%), wie das ebenfalls schon außerordentlich positive Kinoeinspielergebnis des vergangenen Jahres in Höhe von 893 Mio. € (lt. FFA). Die Home-Entertainment-Branche bewährt sich somit weiterhin als Lokomotive der Filmwirtschaft. Der Umsatz aus dem Boxofficeergebnis und der Videowirtschaft ergab in 2004 einen bisher nie erreichten Rekordumsatz von 2.640 Mio. €; das bedeutet im Vergleich zu 2003 einen Umsatzanstieg beider Auswertungsstufen um +10%. Seit Markteintritt der DVD in 1999 hat sich der gesamte Branchenumsatz somit um +58% erhöht.

Grafik 2



Quelle: *FFA und GfK Panel Services Deutschland

Videoindustrie weiterhin bedeutendster Partner der Filmförderungsanstalt (FFA)

Mit einem Aufkommen von 17 Mio. € war die Videoindustrie auch in 2004 der bedeutendste Partner der deutschen Filmförderungsanstalt. Die weiter ansteigenden DVD/Videoprogrammanbieterabgaben trugen somit allein zu einem Drittel (ca. 32%) des Aufkommens des FFA-Förderungsvolumens bei, wodurch vor allem die umfangreichere Förderung deutscher Produktionen ermöglicht wird. Die erfolgreiche Vermarktung deutscher Filme auf DVD und Videokassetten durch die Home-Entertainment-Unternehmen ist zur Refinanzierung und Gewinnerzielung deutscher Filmproduktionen mittlerweile unerlässlich.

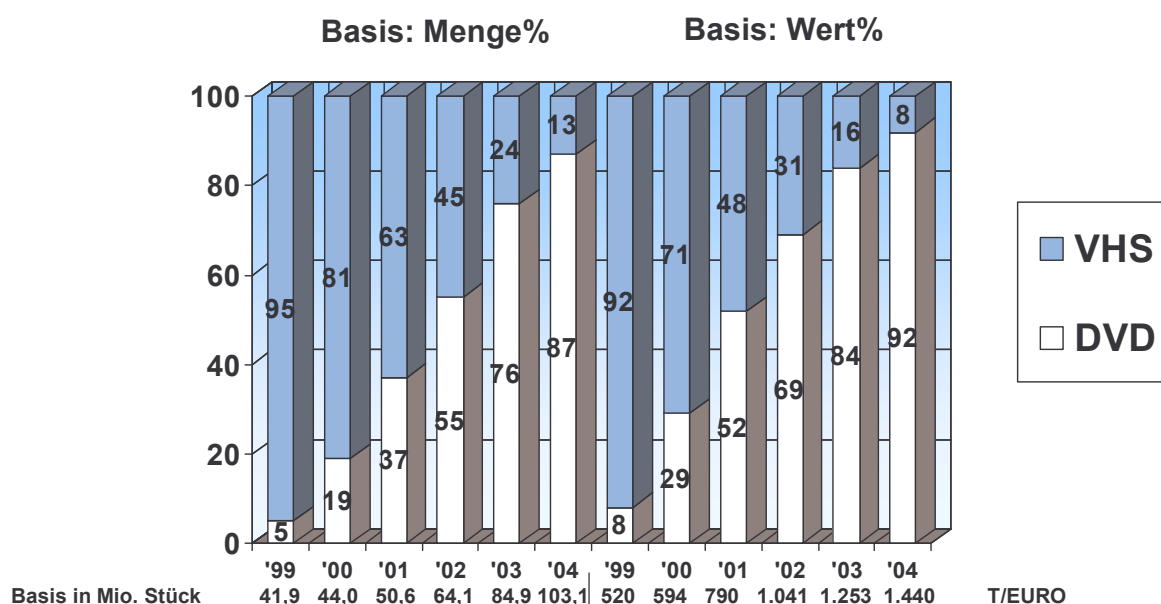
Neun von zehn verkauften Bildtonträgern sind DVDs

Im Verkaufsmarkt hat sich der Formatwandel weiter fortgesetzt. Mittlerweile sind fast neun von zehn verkauften Bildtonträgern (87%) digitale Silberscheiben. Nach 64,1 Mio. verkauften DVDs in 2003 ist die Anzahl abgesetzter Silberlinge im vergangenen Jahr um weitere +41% auf 90,1 Mio. Stück gestiegen. Der Absatz der herkömmlichen Videokassette ist dagegen im gleichen Zeitraum von 20,8 Mio. Einheiten in 2003 um -38% auf 13 Mio. Stück in 2004 zurückgegangen.

Bei einem durchschnittlichen Verkaufspreis von 14,68 € pro Disc im Vergleich zu einem Durchschnittspreis von 9,- € für eine VHS-Kassette werden mittlerweile mehr als neun von zehn EUROS (92%) des Videoverkaufmarktes mit DVDs erwirtschaftet.

Grafik 3

DVD- und VHS-Anteil am Videokaufmarkt 1999 - 2004



Quelle: GfK Panel Services Deutschland

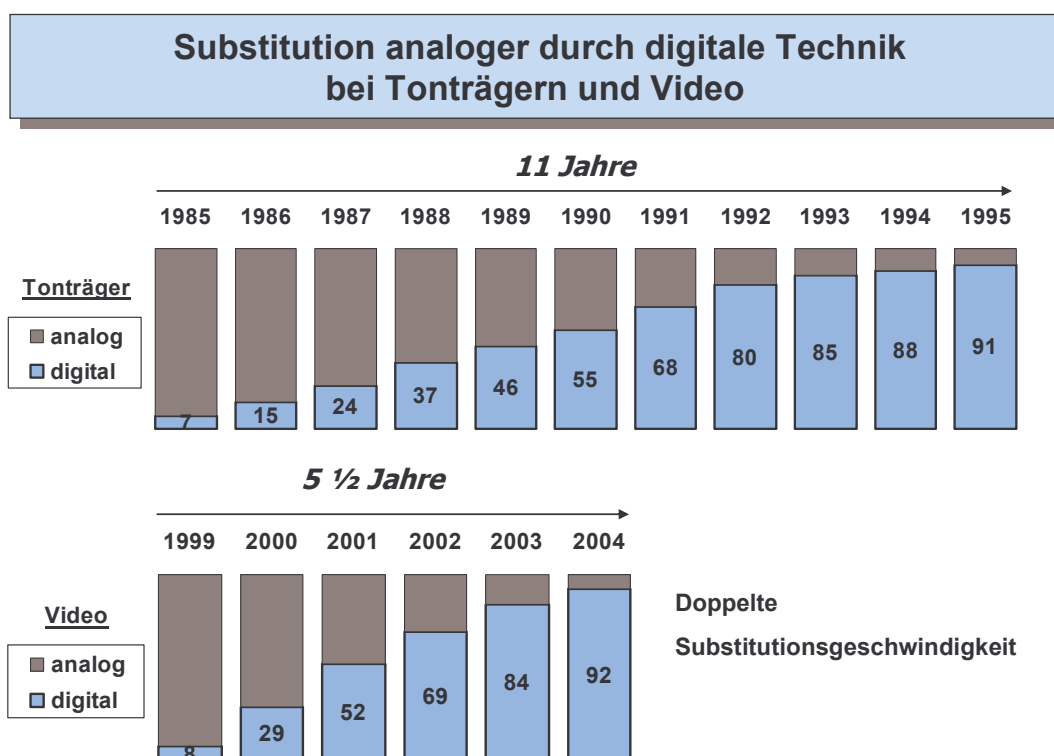
GfK-Prognose: Bis Ende 2005 weiterer Anstieg des Kaufmarktumsatzes

Nach einer Prognose der GfK Panel Services Deutschland setzt sich der DVD-Verkaufsboom in 2005 fort. Der Umsatz aus dem Verkauf der digitalen Filmspeicher und der Videokassetten wird lt. GfK mit einer erneuten Steigerungsrate von ca. 6% zum sechsten mal in Folge einen neuen Rekordumsatz in Höhe von 1.521 Mio. € erreichen. Der zunehmende Formatwechsel führt dazu, dass der Umsatzanteil der Silberscheiben nach Ansicht der Nürnberger Marktforscher in 2005 auf 95% anwachsen und der Umsatz aus dem Verkauf der Videokassetten um ein Drittel (-33%) auf 79 Mio. sinken wird.

Videokassetten doppelt so schnell wie Musikdatenträger abgelöst

Wenn man die Substitution der analogen Datenträger im Musikmarkt und der Home Entertainment Branche vergleicht, stellt man fest, dass die Ablösung der VHS-Kassette im Vergleich zur Langspielplatte mit der doppelten Geschwindigkeit erfolgt. Während es im Musikbereich noch ungefähr elf Jahre gedauert hat, bis die digitalen Datenträger die alten Vinylscheiben in einem Verhältnis von 9 zu 1 ersetzt hatten, wurden die analogen Bildspeicher bereits nach etwa 5 ½ Jahren in gleichem Umfang durch die - den Verbrauchern mittlerweile bekannten - Silberlinge abgelöst.

Grafik 4



Quelle: GfK Panel Services Deutschland

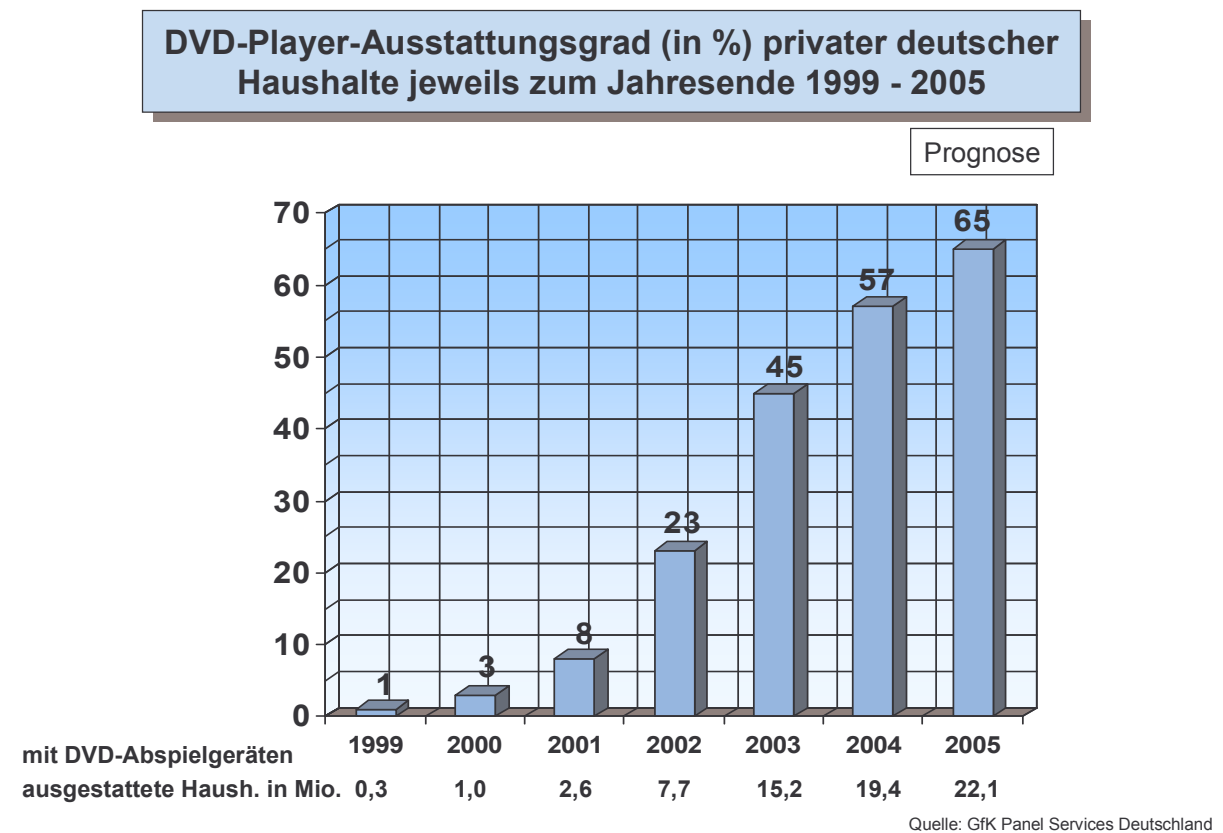
5,5 Mio. neue DVD-Käufer in 2004

Nachdem in 2003 noch 20,5 Mio. Personen entweder eine Videokassette oder eine DVD gekauft haben, ist die Anzahl der Personen, die in 2004 mindestens einen Bildtonträger erworben haben, um 2,9 Mio. Personen oder +14% auf nunmehr 23,4 Mio. angewachsen. Unter Berücksichtigung der Tatsache, dass einige Filmfreunde beide Formate erwerben, teilen sich die Käufer in 18,2 Mio. DVD- und 5,9 Mio. VHS-Käufer auf. Die Gruppe der DVD-Anhänger ist in 2004 gegenüber 2003 (12,7 Mio.) somit um +43% oder um 5,5 Mio. Personen angewachsen. Demgegenüber ist die Schar der Videokassettenkäufer von 8,9 Mio. um ein Drittel (-34%) auf 5,9 Mio. gesunken. Mit durchschnittlich fünf erworbenen Silberscheiben sind die Freunde digitaler Filmspeicher deutlich kaufintensiver als die Videokassettenanhänger die sich im Schnitt 2,2 Kassetten zugelegt haben. Die eifrigsten Käufer bildet die Altersgruppe der 20-29-jährigen, die pro Jahr durchschnittlich 7,5 DVDs erwerben.

2005 zwei Drittel der deutschen Haushalte mit DVD-Playern ausgestattet

Im Vergleich zu 2003 (45%) ist der Ausstattungsgrad deutscher Haushalte mit DVD-Playern und -recordern bis Ende 2004 auf 57% der deutschen Haushalte angewachsen. Die ursprünglichen Prognosen der GfK wurden damit weit übertroffen. Bis Ende diesen Jahres gehen die Nürnberger Marktforscher von einem Ausstattungsgrad von bis zu 65% aus. Zu diesem Zeitpunkt stünden somit in zwei von drei deutschen Haushalten DVD-Abspielgeräte. Eine Quote, die dem Ausstattungsgrad der Videorecorder nahe käme, der vor einigen Jahren in bis zu 75% der deutschen Haushalte stand.

Grafik 5



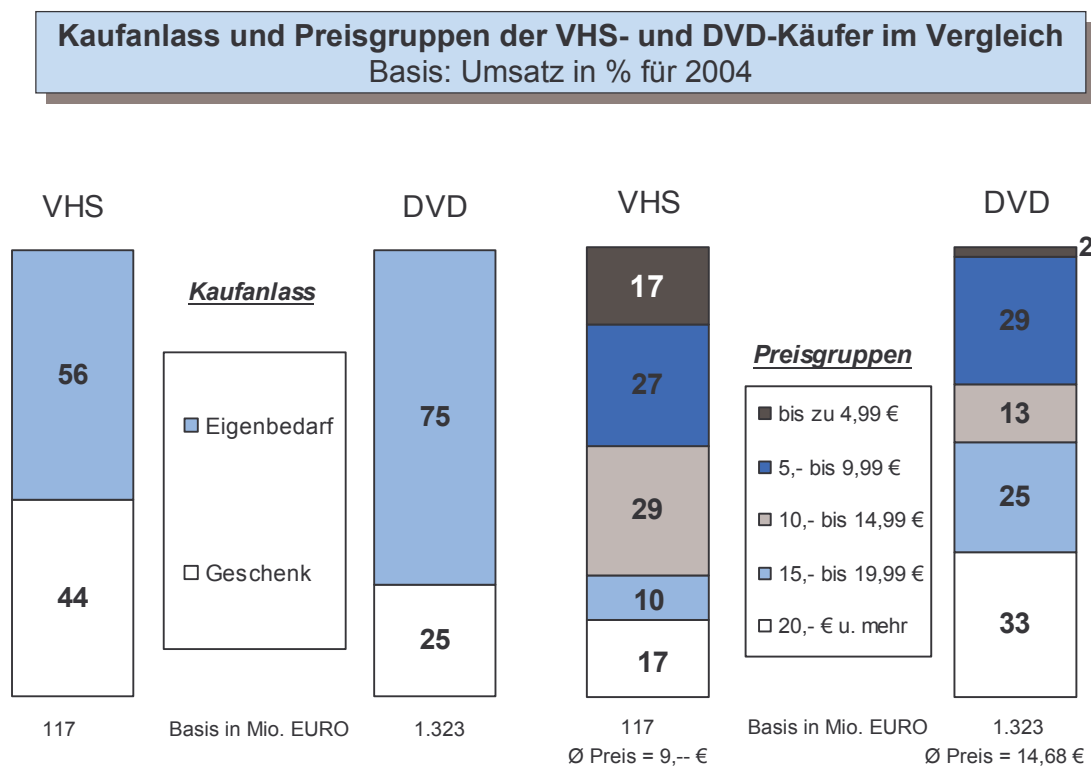
Alternative DVD-Abspielplattformen immer beliebter

Die GfK-Analysen des vergangenen Jahres haben ergeben, dass ein großer Teil der Bevölkerung DVDs in der Regel anders als über den Fernseher mit angeschlossenem DVD-Player konsumiert. Zwar dominiert diese Nutzungsart weiterhin mit 60%, doch bereits mehr als ein Fünftel der Befragten (21%) gaben an, DVDs mit eigenem Heimkinosystem anzuschauen. Der Vertrieb dieser z.T. sehr aufwendigen Unterhaltungselektronikgeräte ist mit dem Aufkommen der digitalen Bildträger förmlich explodiert, da die überlegene digitale Technik das Heimkinoerlebnis revolutionierte. Insbesondere die Film-affine Kernzielgruppe der 20 - 39-jährigen hat entsprechend aufgerüstet, so dass in diesem Altersegment bereits jeder Vierte (25%) das pure Filmerlebnis zu Hause genießen kann. Neben der DVD-Nutzung per Laptop, TV mit PC-Karte und über eine Spielekonsole ist mittlerweile aber vor allem der DVD-Konsum am PC-Monitor weit verbreitet (14%). Die jüngsten DVD-Anhänger (bis 19 Jahre) schauen ihre Filme bereits zu 22% üblicherweise am PC. In dieser Altersgruppe ist auch die regelmäßige Nutzung über die Spielekonsole (7%) sehr beliebt.

DVD-Durchschnittspreis weiter gesunken

Im Vergleich zu 2003 (16,43 €) ist der Durchschnittspreis der DVD in 2004 um weitere 1,75 € auf nunmehr 14,68 € gesunken. Bei diesem Durchschnittswert muss man jedoch berücksichtigen, dass es zwischen dem Preis für Neuveröffentlichungen und den so genannten Backkatalogtiteln eine signifikante Preisspanne gibt. So kosten die aktuellen Filmhits als Silberscheibe durchschnittlich 20,51 €, während der Preis für ältere Spielfilme im Schnitt bei 11,04 € liegt. Bei einer durchschnittlichen Kaufintensität von fünf Discs pro DVD-Käufer haben die Anhänger der Silberscheiben durchschnittlich 73,-- € ausgegeben. Mehr als jede zweite DVD (53%) hat weniger als 10,-- € gekostet womit 31% des DVD-Umsatzes generiert wurden. Die bedeutendste Preisschiene ist aber weiterhin das Segment 20,- € und mehr, das für 33% des DVD-Umsatzes sorgte. Im Vergleich zu 2003 (43%) ist die Bedeutung dieser Preisgruppe jedoch stark gesunken.

Grafik 6



Quelle: GfK Panel Services Deutschland

Die Anhänger der herkömmlichen Videokassette haben bei einem relativ stabilen Preis von 9,- € im Vergleich zu 9,61 € in 2003 im Durchschnitt 20,- € in Ihre Videosammlung investiert. Zwar haben die Konsumenten für etwa drei Viertel aller Videokassetten (72%) weniger als 10,-- € ausgegeben, damit aber nur 44% des VHS-Umsatzes erwirtschaftet.

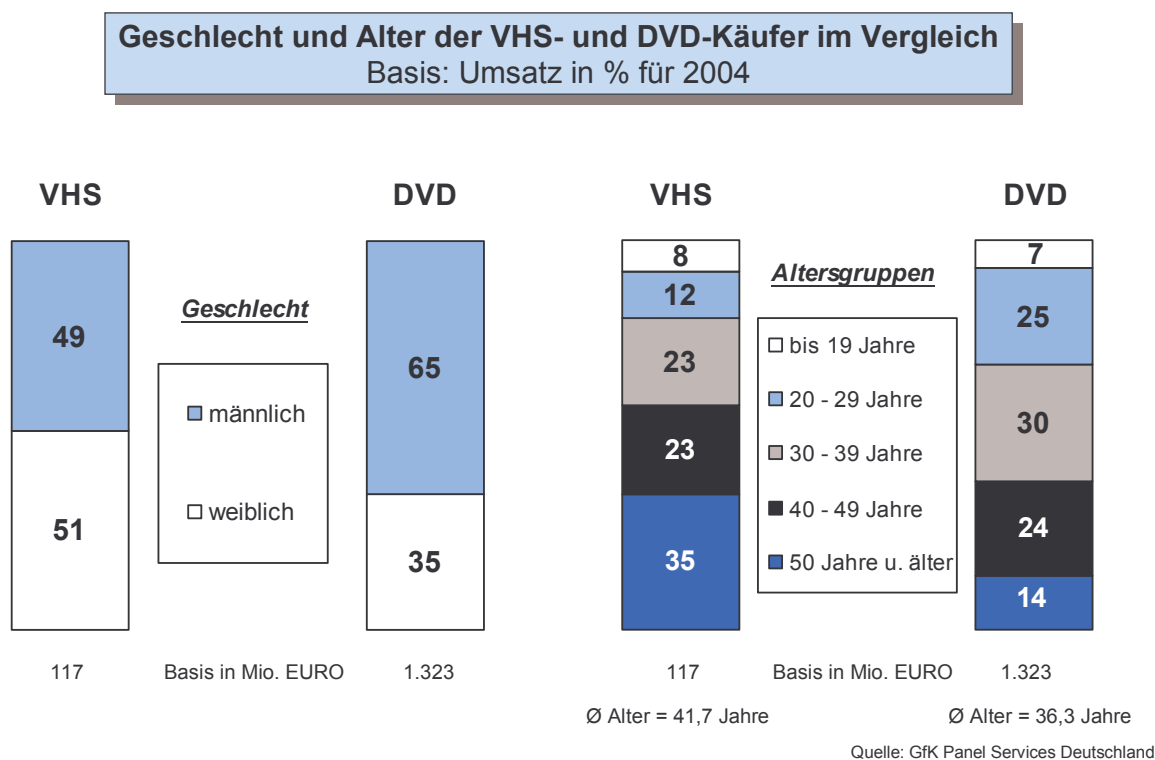
DVDs beliebte Geschenkartikel

Die oben bereits dargestellte Verbreitung der DVD-Abspielgeräte führte dazu, dass sich die digitalen Bildträger als Geschenk anhaltender Beliebtheit erfreuen. In 2004 wurden etwa 22 Mio. Silberscheiben als Präsent weitergegeben und damit ein Viertel des DVD-Verkaufsumsatzes (25 %) generiert.

Frauenanteil unter den DVD-Käufern stark angestiegen

Wie in den Jahren zuvor, resultiert der Umsatz aus dem Verkauf herkömmlicher Videokassetten nahezu gleich verteilt aus der Nachfrage von Männern (49%) und Frauen (51%). Anders verhält es sich mit dem Verkaufsumsatz digitaler Filmspeicher, der noch zu 65% von Männern und zu 35% von Frauen erwirtschaftet wurde. Im Vergleich zu 2003 (31%) ist der Umsatzanteil durch von Frauen geprägte Käufe aber von 326 Mio. € auf 458 Mio. gestiegen. Die Zunahme des DVD-Kaufumsatzes von insgesamt +26% ist daher vor allem auch auf den starken Umsatzanstieg durch Kaufentscheidungen der Frauen (+41%) zurückzuführen. Der Umsatz durch DVD-Käufe der Männer haben demgegenüber „nur“ um unterdurchschnittliche +19% zugelegt. Von 38,2 Mio. Bildtonträgern, die die Frauen erworben haben, waren 82% Silberscheiben. Die Männer haben beim Kauf ihrer 65 Mio. Filmspeicher dagegen bereits zu 91% zur DVD gegriffen.

Grafik 7



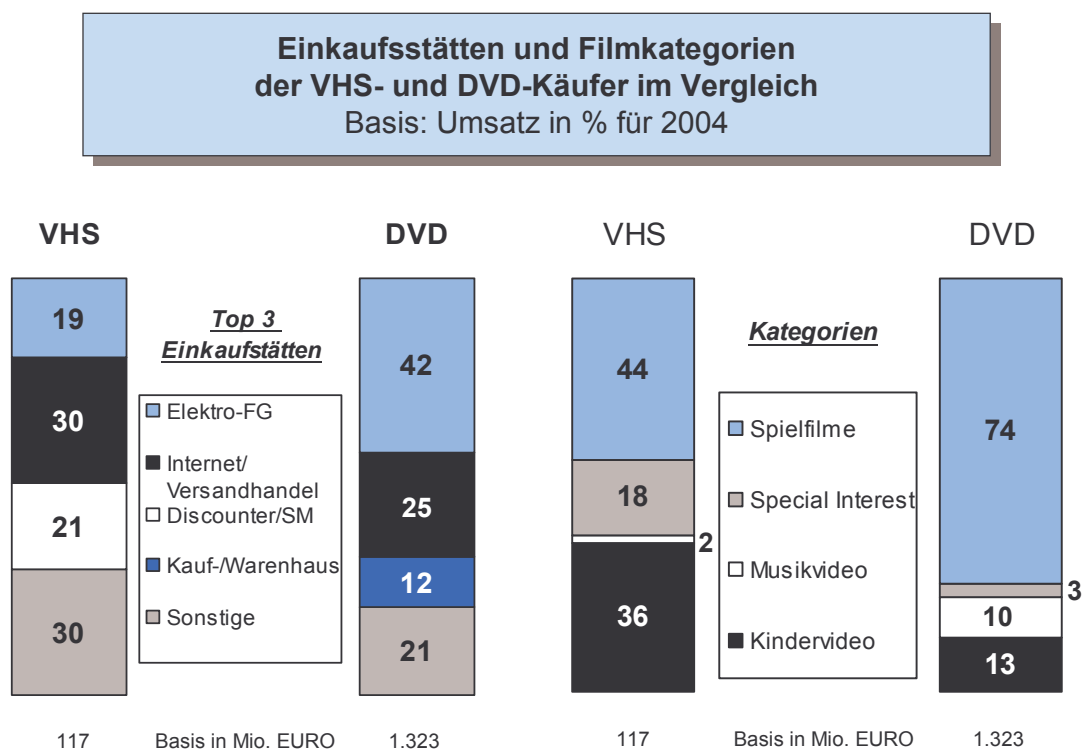
Größte Umsatzsteigerungen in den älteren DVD-Käufersegmenten

Nach 33% in 2003 haben die mindestens 40 Jahre alten DVD-Anhänger in 2004 bereits für mehr als ein Drittel (38%) des DVD-Verkaufumsatzes gesorgt. Der größte Umsatzzuwachs ist dabei unter der ältesten Kundengruppe der mindestens 50 Jahre alten Konsumenten zu verzeichnen (+57%). Damit einhergehend ist das Durchschnittsalter der DVD-Käufer im Vergleich zu 2003 (35,1 Jahre) um weitere 1,2 Jahre auf nunmehr 36,3 Jahre gestiegen. Der Anstieg des Durchschnittsalters spricht somit deutlich für eine weiter zunehmende Diversifizierung der DVD-Käuferschichten. Das Durchschnittsalter der DVD-Anhänger liegt jedoch immer noch weit unter dem der Videokassettenkäufer, die im Schnitt 41,7 Jahre alt sind.

Einkaufsstättenverteilung relativ stabil geblieben

Die Bedeutung der unterschiedlichen DVD- und VHS-Vertriebsschienen hat sich im Vergleich zu 2003 nur geringfügig verändert. Auch in 2004 stellten die Elektrofachmärkte (wie z.B. MediaMarkt und Saturn) mit einem Umsatzanteil von 42% am DVD-Gesamtmarkt den bedeutendsten Absatzkanal für digitale Formate. Während die Bedeutung dieses Vertriebswegs im längerfristigen Vergleich jedoch ständig abnahm (von 54% Umsatzanteil in 2000), hat besonders der Verkauf per Fernbestellung stetig an Bedeutung gewonnen. In 2004 wurde bereits jeder vierte EURO (25%) im DVD-Geschäft per Internetbestellung oder im Versandhandel erwirtschaftet. Die Vertriebsstruktur der VHS-Kassetten ist weiterhin vergleichsweise homogen verteilt und unverändert geblieben.

Grafik 8



Quelle: GfK Panel Services Deutschland

Bedeutung des DVD-Kinderfilmsegments wächst

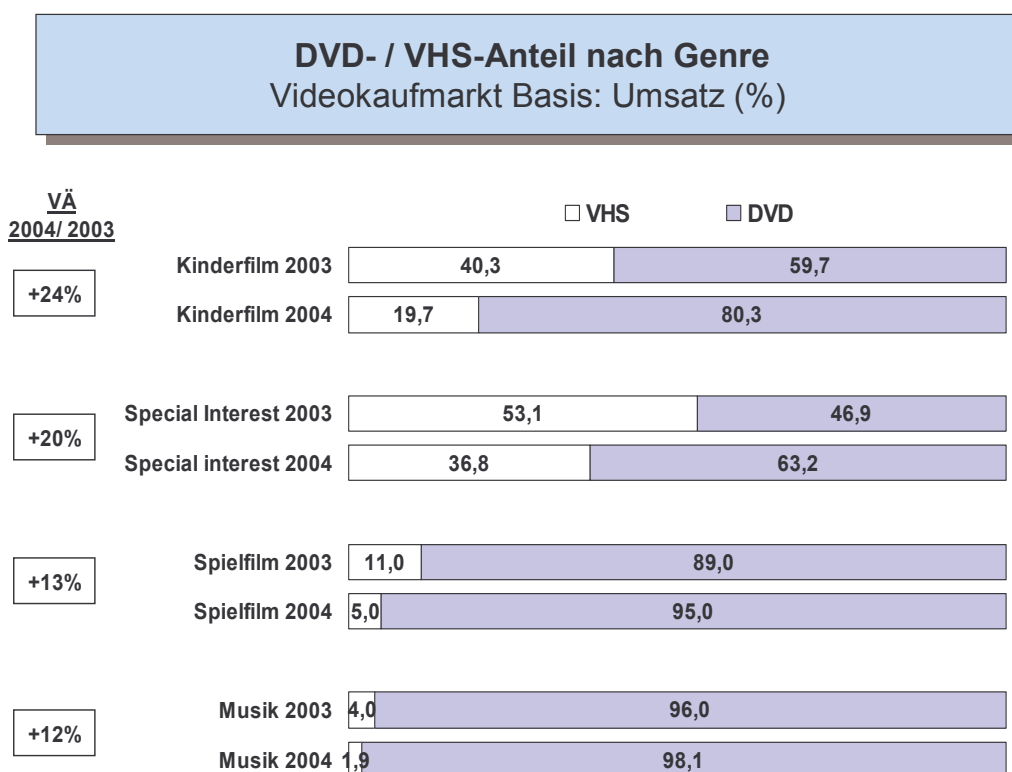
Mit einem Anteil von mittlerweile 13% oder 172 Mio. € am gesamten DVD-Verkaufsumsatz in 2004 und einer in Stückzahlen ausgedrückten Zunahme von 6,7 Mio. DVDs auf 12,5 Mio. Einheiten hat sich das Kinderfilmsegment endgültig im digitalen Home-Entertainment-Markt etabliert. Nach 6,2 Mio. verkauften Kinderfilm-DVDs in 2003 hat sich der Absatz somit mehr als verdoppelt. Nicht zu verkennen ist aber auch der Zuwachs des Special-Interest-Umsatzanteils, da mit den Bildungs- und Hobby-DVDs in 2004 bereits 40 Mio. € erwirtschaftet wurden. Mit 74%-igem Umsatzanteil ist der DVD-Markt aber weiterhin vor allem Spielfilmorientiert. Im Videokassettengeschäft wird dagegen mehr als die Hälfte des Umsatzes (54%) mit Kinderfilmen (36%) und Special Interest (18%) verdient.

Substitution der Videokassette im Musikmarkt erfolgt

Durch die Gegenüberstellung der Anteile beider Bildtonträgerformate VHS und DVD in den nach Genre unterteilten Kaufmärkten veranschaulicht die nachfolgende Grafik noch einmal deutlich die wachsende Bedeutung der DVD im Kinderfilmsegment. Insgesamt hat dieser Markt um +24% zugelegt.

Innerhalb des Kinderfilmrepertoires wurden in 2004 bereits vier von fünf EUROs (80,3%) mit DVDs erwirtschaftet. Auch in dieser Kategorie haben die Silberscheiben die herkömmliche Videokassette mittlerweile zum größten Teil abgelöst.

Grafik 9



Quelle: GfK Panel Services Deutschland

In 2004 gab es in jedem Genre Anteilszuwächse der DVD zu verzeichnen. Mit dem ebenfalls starken Zuwachs (+20%) im Special-Interest-Segment auf insgesamt 63,2% Umsatz aller verkauften Bildtonträger ist im vergangenen Jahr auch in diesem traditionell sehr VHS-lastigen Bereich der Durchbruch erfolgt.

Im Spielfilm- und vor allem im Musikvideo-Segment ist die Ablösung der herkömmlichen Videokassetten nahezu vollzogen. Mit einem Umsatzanteil von 95% bei Spielfilmen und 98,1% bei Musiktiteln ist die Substitution des analogen Mediums fast vollständig erfolgt.

DVD-Boom der TV-Vermarktungen

Nach den bereits beeindruckenden Verkaufszahlen des Vorjahres hat die Vermarktung der TV-Formate auf DVD in 2004 für einen regelrechten Boom gesorgt. Die Möglichkeit, eine Vielzahl von Episoden auf mehreren DVDs unterzubringen sowie die zusätzliche Ausstattung der TV-Serien mit originaler Sprachfassung, Hintergrundberichten und anderen Ausstattungsmerkmalen sowie insbesondere die „Werbefreiheit“ der Discs haben maßgeblichen Anteil an den erfolgreichen DVD-Veröffentlichungen. Der zunehmende Erfolg von TV-Serien wie z.B. „CSI“, „Six Feet Under“ oder auch der „Augsburger Puppenkiste“ führen nach 2 Mio. verkauften TV-Boxen in 2003 mit 4,7 Mio. abgesetzten TV-Editionen in 2004 zu einem Anstieg von +135%. Bei einem Durchschnittspreis von 31,53 € (nach 40,42 € in 2003) hat sich der Umsatz mit TV-Produkten im Vergleich zu 2003 (82 Mio. €) um weitere +82% auf 149 Mio. € nahezu verdoppelt. Damit trägt die Auswertung der Fernsehproduktionen zu 11,3% des gesamten DVD-Verkaufsumsatzes in Höhe von 1.323 Mio. € bei.

Die meist in ganzen Staffeln veröffentlichten Serieneeditionen weisen im Vergleich zum vergangenen Jahr eine signifikant abweichende Preisstruktur auf. Mittlerweile werden ein Drittel der DVDs (33%) in der Preisspanne „bis 9,99 €“ verkauft, mit denen allerdings nur ein Umsatzanteil von 9,2% erzielt wird. Mit dem Viertel verkaufter TV-Editionen zu mehr als 39,99 € (26%) wurden dagegen 56,1% des TV-DVD-Umsatzes verdient. Zwar werden auch die Fernsehstoffe am häufigsten über den Elektronikfachmarkt vertrieben (38%), doch bereits jede dritte TV-DVD (36%) wird entweder per Internet (27%) oder im Versandhandel (9%) bestellt.

Wie in den Jahren zuvor wurden die TV-Editionen zwar überwiegend von Männern (65%) erworben, doch die Nachfrage der Frauen (35%) nach Fernsehproduktionen hat in den letzten Jahren stark zugenommen, nicht zuletzt durch die erfolgreichen Vermarktungen Frauenaffiner Themen wie z.B. „Sex and the City“ und „Emergency Room“. Im Vergleich zu den Vorjahren fällt außerdem auf, dass die Käufer dieser Serieneeditionen immer älter werden und mit durchschnittlich 36,4 Jahren erstmalig über dem Durchschnittsalter (36,3 Jahre) aller DVD-Käufer liegen. Während in den Jahren zuvor jedoch vor allem Science Fiction- und Fantasy-Serien nachgefragt wurden, dominierte in 2004 erstmalig der TV-Kinderfilm (37%).

Umsatzzuwachs bei DVD-Boxsets von +68%

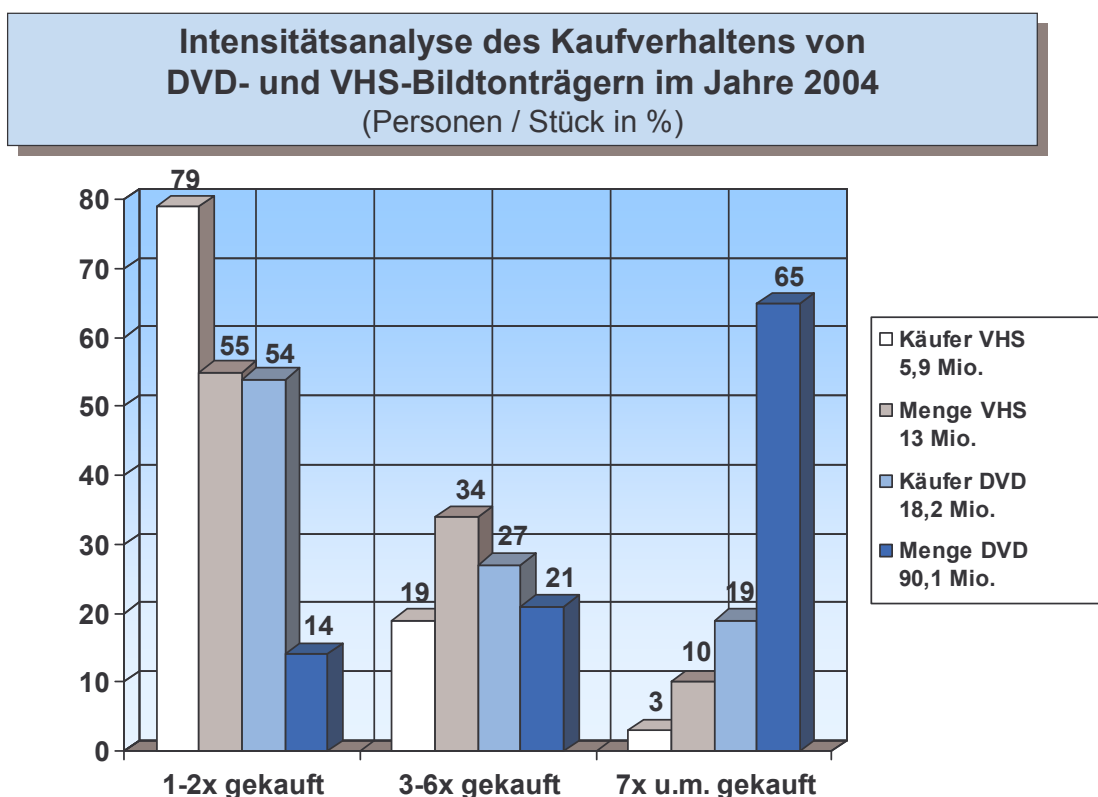
Die Vermarktung der so genannten Boxsets ist in 2004 ebenfalls erfolgreich ausgebaut worden. Diese Zusammenstellungen verschiedener Filme zu einem DVD-Paket haben in 2004 mit einem Umsatz von 259 Mio. € zu einem Fünftel (19,6%) des DVD-Gesamtumsatzes beigetragen. Insgesamt wurden 6,5 Mio. Boxsets zu einem Durchschnittspreis von 39,87 € verkauft.

Diese Filmeditionen haben zu zwei Dritteln Männern (66%) und einem Drittel Frauen (34%) gekauft. Mit durchschnittlich 35,8 Jahren waren die Käufer etwas jünger als der durchschnittliche DVD-Käufer. Das bevorzugte Genre dieser Filmzusammenstellungen war Science Fiction und Fantasy (33,1%), was nicht zuletzt an der überaus erfolgreichen Veröffentlichung der „Star Wars-Box“ lag. Das mengenmäßig bedeutendste Preissegment der Boxen lag mit 20,9% zwischen 25,- und 29,99 €. Ebenso wie die TV-Editionen werden die Boxsets überdurchschnittlich häufig per Internet (26,1%) oder im Versandhandel (10,6%) vertrieben.

3,5 Mio. DVD-Intensivkäufer

19% der insgesamt 18,2 Mio. DVD-Käufer haben im letzten Jahr mindestens sieben DVDs erworben. Diese 3,5 Mio. Intensivkäufer haben damit 65% oder in absoluten Zahlen ausgedrückt etwa 58,6 Mio. Stück aller verkauften Discs gekauft. Mehr als die Hälfte der DVD-Konsumenten (54%) haben dagegen ein bis zwei digitale Filmspeicher gekauft und damit nur etwas mehr als ein Siebtel (14%) des gesamten DVD-Absatzes oder 12,6 Mio. Stück erworben. In den vergangenen Jahren ist der Trend festzustellen, dass die Gruppe der Extensivkäufer in Relation immer kleiner wird (von 67% in 2000 auf nunmehr 54% in 2004). Die Gruppen der gemäßigten (von 19% in 2000 auf 27% in 2004) und der Intensiv-Käufer (von 15% in 2000 auf 19% in 2004) wachsen dagegen jedoch stetig an.

Grafik 10



Quelle: GfK Panel Services Deutschland

DVD-Intensivkäufer sind angebotsorientiert

DVD-Intensivkäufer sind zumeist Männer (72%), die am häufigsten dem Alterssegment der 30 - 39-jährigen angehören (33%) und mit 36,3 Jahren exakt im Schnitt der durchschnittlichen DVD-Käufer (36,3 Jahre) liegen. Sie wählen primär Spielfilme (80%), die sie überwiegend im Elektrofachmarkt (46%) und per Internetbestellung (14%) erwerben. Der Durchschnittspreis der von diesem Kundensegment erworbenen DVDs liegt mit 14,32 € geringfügig unter dem Durchschnittspreisniveau. Das hängt damit zusammen, dass diese kaufaktiven DVD-Anhänger mehr als die Hälfte ihrer Discs (56%) zum (Aktions-)Preis von unter 10,- € erwerben. Für diese Preis-orientierten Spontankäufe spricht auch die Tatsache, dass sich Intensivkäufer überproportional häufig für die meist preiswerteren Katalogtitel (66%) entscheiden.

DVD-Angebot auf ca. 22.000 Titel angewachsen

Laut media control GfK International gab es im Jahr 2004 22.000 DVD-Titel am Markt. Allein im vergangenen Jahr haben die deutschen DVD-Programmanbieter ca. 6.400 Discs neu veröffentlicht, die sich in ca. 850 TV-Formate, 1.150 Kinofilme und ca. 4.400 „direct to Video“-Veröffentlichungen (inkl. Musik und Special Interest) aufteilen.

„Herr der Ringe III“ und „Fluch der Karibik“ gleich zweimal unter den Top 10

Warner Home Video und Buena Vista Home Entertainment gelang es im vergangenen Jahr, jeweils einen Film gleich zweimal unter den zehn meistverkauften DVD-Titeln zu platzieren. „Der Herr der Ringe III- Die Rückkehr des Königs“ an erster und achter Position und der „Der Fluch der Karibik“ auf Platz fünf und sieben, rangieren sowohl als reguläre DVD-Ausgaben der Kinofilme als auch als Special Editions unter den zehn meistverkauften DVD-Veröffentlichungen.

Tabelle 1

**TOP 10
DVD-Kaufmarkt 2004**

Rang	Titel	Genre	Anbieter
1	D. Herr d. Ringe – D. Rückkehr d. K.	Fantasy	Warner Home Video
2	Harry Potter und d. Gefangene v. A.	Fantasy	Warner Home Video
3	Findet Nemo	Trickfilm	Buena Vista
4	Last Samurai	Action	Warner Home Video
5	Fluch der Karibik – 2er DVD	Abenteuer	Buena Vista
6	Harry Potter und d. Kammer d. Sch.	Fantasy	Warner Home Video
7	Fluch der Karibik	Abenteuer	Buena Vista
8	D. Herr d. Ringe III – Special E. E.	Fantasy	Warner Home Video
9	Matrix Revolutions	Science Fiction	Warner Home Video
10	D. Herr d. Ringe – Die zwei Türme	Fantasy	Warner Home Video

Quelle: GfK Panel Services Deutschland

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

Nach 2003 ist der Super-Erfolg „Good Bye, Lenin“ auf Platz 11 auch in 2004 als bestplatziertes deutscher Titel unter den Top 100 der meistverkauften DVDs zu finden. Mit „Der Schuh des Manitu“ auf Platz 13, „Der Wixxer“ (Platz 18), „Das Wunder von Bern“ (Platz 24), „Luther“ (Platz 43), „Lauras Stern“ (Platz 48), „Der kleine Eisbär“ (Platz 54), „Werner - gekotzt wird später“ (Platz 73) und „Bibi Blocksberg“ (Platz 89) setzen die deutschen Kinoerfolge der letzten Jahre ihren Siegeszug auch als DVD fort.

Zwei deutsche Produktionen unter den VHS-Top 10

Den ersten Platz der stark Kinderfilm-orientierten VHS-Verkaufscharts hat sich Disneys Animationsfilm „Findet Nemo“ gesichert. Sönke Wortmanns Fußballdrama „Das Wunder von Bern“ hat sich als erfolgreichste deutsche Videokassettenauswertung auf Position sieben der Top 10 Rangliste platziert. Mit dem Kinderfilm „Lauras Stern I“ (Platz 9) ist eine weitere deutsche Produktion unter den zehn meistverkauften VHS-Bildtonträgern vertreten.

Tabelle 2

TOP 10 VHS-Kaufmarkt 2004

Rang	Titel	Genre	Anbieter
1	Findet Nemo	Trickfilm	Buena Vista
2	D. Herr d. Ringe – D. Rückkehr d. K.	Fantasy	Warner Home Video
3	Harry Potter und d. Gefangene v. A.	Fantasy	Warner Home Video
4	Harry Potter und d. Stein der Weisen	Fantasy	Warner Home Video
5	Harry Potter und d. Kammer d. Sch.	Fantasy	Warner Home Video
6	Ice Age	Trickfilm/Komödie	20th Century Fox
7	Das Wunder von Bern	Drama	Universal Pictures
8	D. Herr d. Ringe – Die zwei Türme	Fantasy	Warner Home Video
9	Lauras Stern I	Kinderfilm	Warner Home Video
10	Fluch der Karibik	Abenteuer	Buena Vista

Quelle: GfK Panel Services Deutschland

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

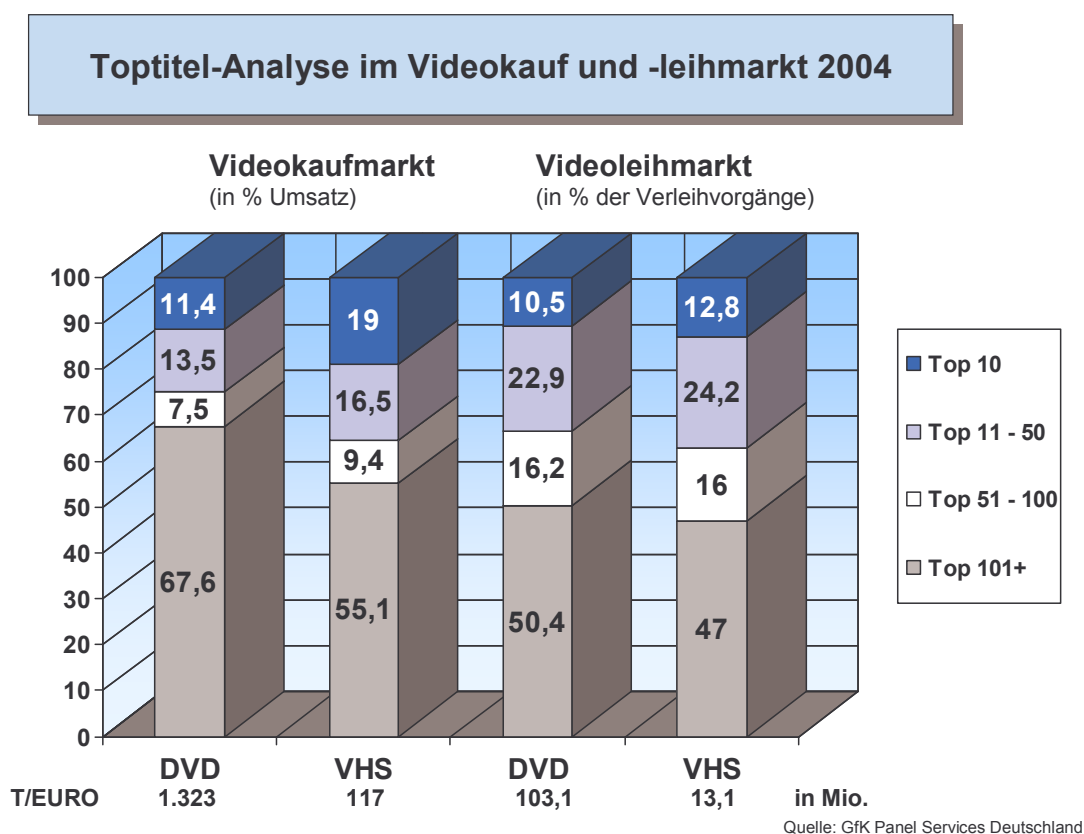
In 2004 haben sich mit insgesamt 31 deutschen (Co-)Produktionen so viele Titel wie nie zuvor unter den 100 meistverkauften Videokassetten platziert. Dabei wird deutlich, dass die analogen Bildtonträger vor allem für Kinder gekauft werden. Nach den o.g. beiden Titeln ist auf dem 11. Rang „Lauras Stern II“ und auf Rang 16 der Fußballfilm für Kinder „Die wilden Kerle“ zu finden, bevor mit „Good Bye, Lenin“ (Platz 18) ein Film für das etwas ältere Publikum folgt. Die weiteren deutschen Platzierungen sind fast ausnahmslos Kinderfilmproduktionen, von denen der erfolgreiche Dokumentarfilm „Nomaden der Lüfte“ (Platz 88) thematisch abweicht und die erfolgreichen Platzierungen der fünf DEFA Produktionen „Das singende, klingende Bäumchen“ (Platz 38), „Drei Haselnüsse für Aschenbrödel“ (Platz 44), „Frau Holle“ (Platz 63), „Die goldene Gans“ (Platz 73) sowie „Das tapfere Schneiderlein“ (Platz 93) bei der großen Konkurrenz besonders erwähnenswert scheinen.

DVD-Neuerscheinungen umsatzstärker als Backkatalog

Mit den Titeln jenseits der Top 100 wurden im vergangenen Jahr mehr als zwei Drittel des gesamten DVD-Verkaufsumsatzes (67,6%) generiert. Zu diesen Titeln ist insbesondere der so genannte „Backkatalog“ zu zählen, der Filmtitel beinhaltet, deren DVD-Veröffentlichungen länger als sechs Monate zurückliegen oder 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.

Betrachtet man ausschließlich das fiktionale Programm (insgesamt 80,3 Mio. DVDs und 1.157 Mio. € Umsatz, ohne Musik und Special Interest), stellt man fest, dass der Anteil der „reinen“ Neuerscheinungen (erstmalig als DVD veröffentlicht und vorher nicht vermarktet) bei 28,5 Mio. Einheiten liegt (20,4 Mio. in 2003), mit denen 585 Mio. € erwirtschaftet wurden. Im Vergleich dazu ist die Anzahl verkaufter Katalogtitel von 36,8 Mio. in 2003 auf 51,8 Mio. Stück in 2004 rapide angestiegen, doch wegen der niedrigeren Durchschnittspreise der Katalogware haben diese mit 572 Mio. € jedoch weniger Umsatz generiert.

Grafik 11



Verleihmarkt stark Top-Titel orientiert

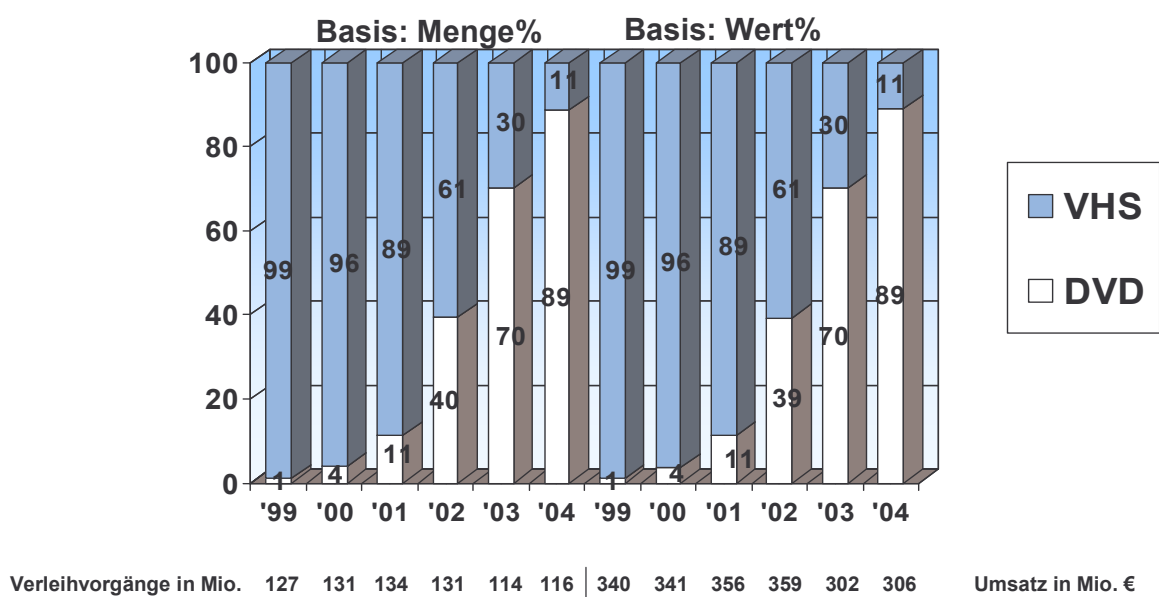
Der Verleihmarkt ist vergleichsweise Top-Titel-orientiert, da im DVD-Verleih jeder zweite Verleihvorgang (49,6%) mit dem Verleih eines Titels aus den Top 100 generiert wurde. Im VHS-Markt liegt dieser Anteil mit 53% sogar noch etwas höher.

Videovermietmarkt im Aufwärtstrend

Wie oben bereits dargestellt, konnten die Videotheken nach den Rückgängen der letzten Jahre im vergangenen Jahr mit +1,4% erstmals wieder einen Umsatzanstieg auf 306,4 Mio. € vermelden. Die Vermiettransaktionen konnten ebenfalls um +2,3% zulegen von 113,6 Mio. in 2003 auf 116,2 Mio. Verleihvorgänge in 2004. Da die Anzahl der Videothekengänger aber von 12 Mio. in 2003 auf 11,6 Mio. Kunden zurückgegangen ist, konnte das positive Gesamtergebnis nur durch eine erhöhte Leihaktivität der Kunden kompensiert werden. Nach durchschnittlich 9,5 Bildtonträgern in 2003 haben sich die Filmfreunde in 2004 im Schnitt 10 Kassetten oder Discs mit nach Hause genommen. Während die Nutzer herkömmlicher Videorecorder jedoch nur noch 5,7 Kassetten im Jahr ausgeliehen haben, ist die Vermietung der DVDs von durchschnittlich 9,6 Verleihvorgängen auf 11,2 Transaktionen stark angestiegen. Die durchschnittlichen Leihgebühren sind im vergangenen Jahr weiter gesunken, auf 2,59 € für die Ausleihe einer VHS-Kassette (2,66 € in 2003) und 2,64 € für eine DVD (2,66 € in 2003).

Grafik 12

DVD- und VHS-Anteil am Videovermietmarkt 1999 - 2004



Quelle: GfK Panel Services Deutschland

Formatwandel im Verleih fast vollständig vollzogen

Wie obige Grafik verdeutlicht, ist der Formatwandel im Verleihgeschäft bereits nahezu vollzogen. Zwar war über das ganze Jahr 2004 gesehen noch jeder zehnte verliehene Bildtonträger eine Videokassette, doch im letzten Quartal des vergangenen Jahres lag dieser Anteil bereits nur noch bei etwa 6%. Da viele Verleihoutlets VHS-Kassetten nur noch für absolute Topfilme führen oder gar nicht mehr im Programm haben, kann man davon ausgehen, dass sich dieses Medium in 2005 aus dem Verleihgeschäft verabschiedet.

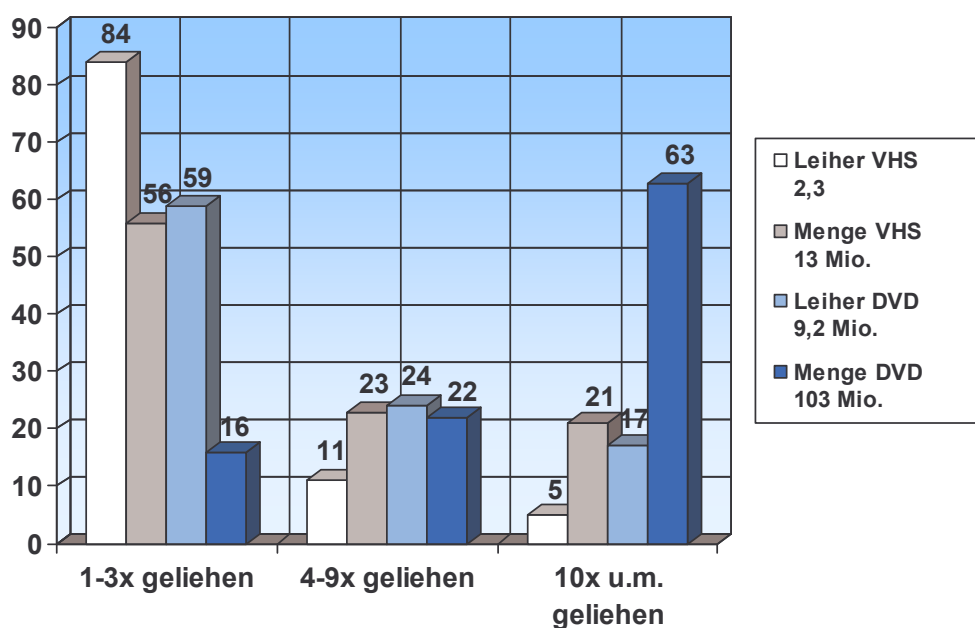
Signifikanter Rückgang der jüngeren Kundengruppen

Nachdem die Videothekenkunden in 2003 im Schnitt noch 29,8 Jahre alt waren, ist das Durchschnittsalter in 2004 um 1,1 Jahre auf 30,9 Jahre deutlich angestiegen. Ursächlich für diese signifikante Veränderung ist vor allem der mit -21% exorbitante Rückgang der Verleihvorgänge aus dem jüngsten Alterssegment der unter 20-jährigen auf nur noch 12%. Zudem gab es einen Rückgang in der Kernzielgruppe der 20 - 29-jährigen (43%) um -1% zu verzeichnen. Es liegt die Vermutung nahe, dass der Filmkonsum dieser vorher sehr aktiven Videothekenkunden z.T. durch alternative bzw. illegale Quellen gedeckt wird.

Das Leihverhalten von Männern und Frauen unterscheidet sich vor allem darin, dass die Männer den DVD-Verleih (62%) dominieren, während die Frauen häufiger Videokassetten (54,8%) nachfragen. In beiden Formaten werden überwiegend Spielfilme ausgeliehen (DVD 94% und VHS 88%), die ähnliche Genrepräferenzen abbilden. Das Action/Thriller-Genre ist nach wie vor in beiden Formaten am beliebtesten (VHS: 32,1%, DVD: 36,5%).

Grafik 13

**Intensitätsanalyse des Leihverhaltens von
DVD- und VHS-Bildtonträgern im Jahre 2004**
(Personen / Transaktionen in %)



Quelle: GfK Panel Services Deutschland

Anteil der DVD-Intensiv-Leiher angewachsen

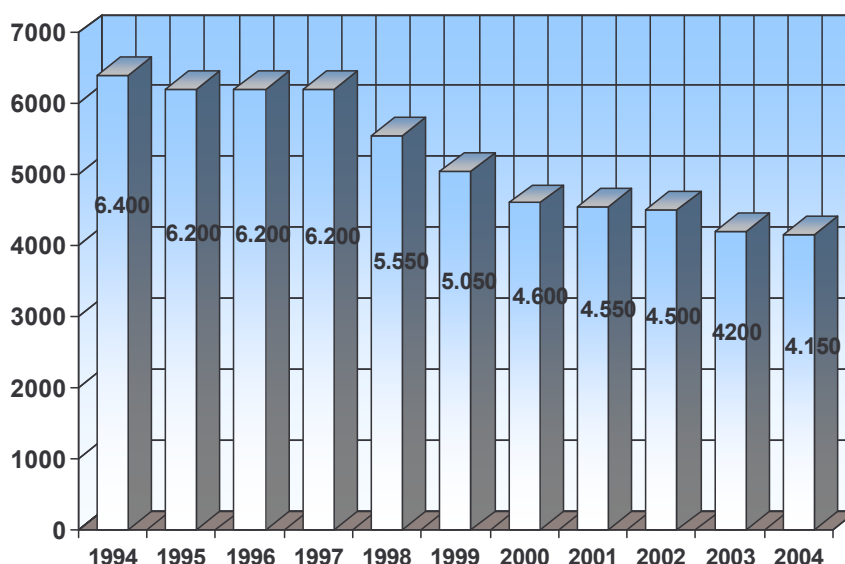
Die obige Abbildung zeigt, dass für den größten Teil des Videothekenumsatzes die kleine Gruppe der DVD-Intensiv-Leiher verantwortlich zeichnet, die im vergangenen Jahr mindestens zehn Filme ausgeliehen haben. Der Anteil dieser 1,6 Mio. Kunden umfassenden Gruppe ist in 2004 auf 17% angewachsen (nach 14% in 2003). Dieses leihaktive Videothekenklientel generiert allein 63% oder 65 Mio. aller 103 Mio. DVD-Vermietvorgänge.

Rückgang der stationären Verleihgeschäfte setzt sich fort

Mit der Schließung weiterer Videotheken hat sich die Entwicklung der letzten Jahre auch in 2004 fortgesetzt. Die Anzahl der Videotheken hat sich im vergangenen Jahr nach einer Schätzung des Interessenverbandes des Video- und Medienfachhandels ungefähr um weitere 50 Geschäfte reduziert. Nach dem „Wende“-bedingten Videothekenboom Anfang der 90er Jahre hat sich die Anzahl der Verleihoutlets Ende 2004 nun bei ca. 4.150 Läden stabilisiert.

Grafik 14

Anzahl Video-/Mediatheken 1994 - 2004



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

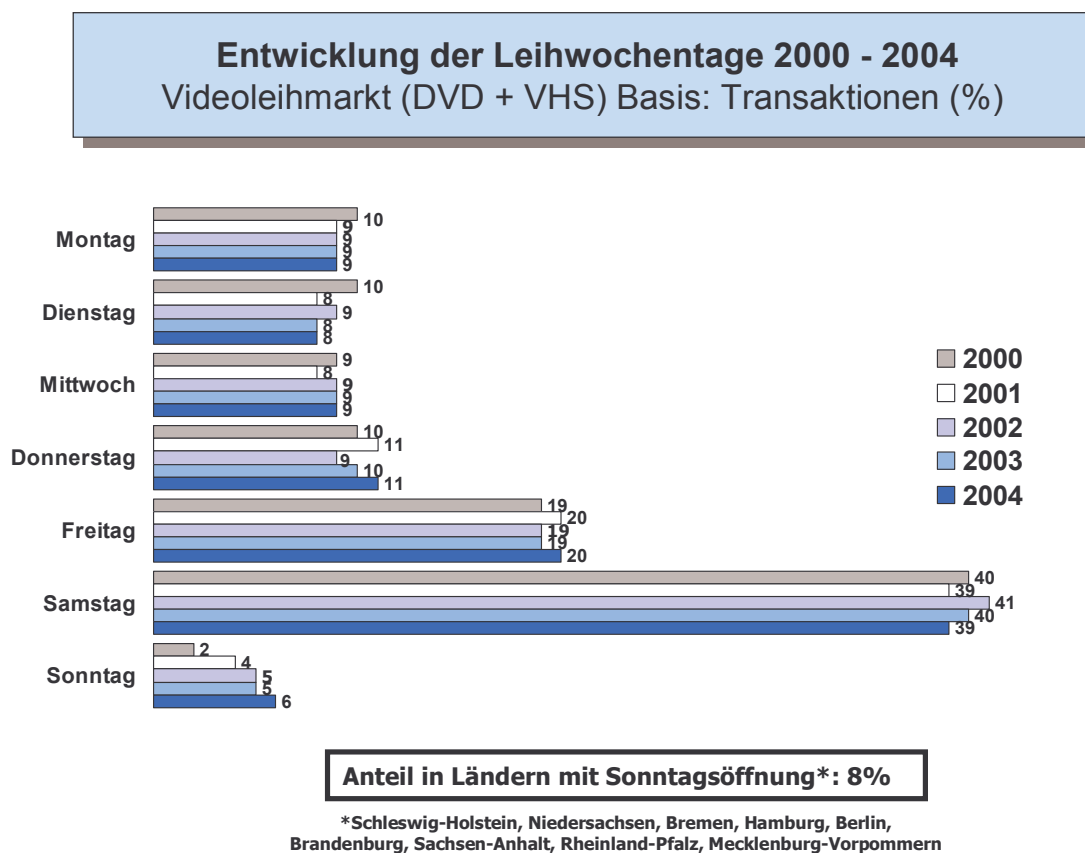
Boom des Internet- und Automatenverleihs

Die Bereinigung der stationären Videothekenlandschaft ist nicht zuletzt auch auf die steigenden Angebote durch Verleihautomaten und Internetvideotheken zurückzuführen. Mittlerweile wird jeder zehnte Verleihvorgang (9,6%) entweder per Internetbestellung und anschließendem Postversand (6,7%) oder am Automaten (2,9%) durchgeführt. Dass die Nachfrage nach diesen Serviceangeboten weiterhin zunimmt, belegen die Dezemberzahlen 2004, in dem der Anteil bereits bei 10,7% lag. Während die Kundschaft der Internetvideotheken zum größten Teil aus Männern besteht (83%), werden die Automaten von Männern (51%) und Frauen (49%) gleichermaßen genutzt. Signifikante Unterschiede gibt es dagegen in Bezug auf die Altersstruktur beider Vermietmöglichkeiten, da Automaten überwiegend von 20 - 29-jährigen (65%) genutzt werden, in deren Alterssegment auch das Durchschnittsalter liegt (27,8 Jahre). Demgegenüber sind die Internetleiher mit durchschnittlich 31,6 Jahren deutlich älter und homogener über die unterschiedlichen Altersgruppen verteilt. Während die Automaten besonders häufig am Samstag (31%) und Sonntag (25%) genutzt wurden, sind die Ausleihvorgänge per Internet über die Woche vergleichsweise ausgewogen verteilt.

Zunehmende Nachfrage nach Sonn- und Feiertagsöffnung

Mittlerweile ist die Ausweitung der Geschäftszeiten für Videotheken an Sonn- und Feiertagen auf die unten aufgeführten neun Bundesländer ausgedehnt. In diesen Ländern sorgt die überfällige Gleichstellung des Filmvermiethandels mit Kinos und Theatern für eine erhöhte Attraktivität des Freizeitangebotes, die von den Endkonsumenten bereits in bemerkenswertem Ausmaß angenommen wird. Die folgende Grafik veranschaulicht die stetig zunehmende Akzeptanz der Geschäftszeitemausweitung. Bundesweit wurden in 2004 6% aller Verleihvorgänge am Sonntag durchgeführt, in den Ländern mit liberalen Öffnungszeiten sogar 8%. In absoluten Zahlen ausgedrückt sind das etwa 10 Mio. Vermietvorgänge.

Grafik 15



Quelle: GfK Panel Services Deutschland

Bedeutende Handelsbelegung durch Öffnungszeitemausweitung

Welche wirtschaftliche Bedeutung die Ausweitung dieses Freizeitangebotes für die einzelnen Geschäfte hat, belegt die Analyse der GfK deutlich mit der Aussage, dass die Anzahl der Verleihtransaktionen in den Ländern mit Öffnungszeitemausweitung um +6% angestiegen und in den Ländern ohne liberalisiertes Angebot um -4% gesunken ist.

Sonntagsangebot besonders bei jüngeren Zielgruppen beliebt

Im Vergleich zur Gesamtheit aller Videothekenkunden sind die Nutzer der ausgeweiteten Öffnungszeiten mit 43,5% überdurchschnittlich häufig weiblichen Geschlechts. Sie leben zumeist in Zwei-Personen-Haushalten (58,5%), sind mit 28 Jahren um 2,9 Jahre jünger als der Durchschnitt aller Kunden und am häufigsten im Alter zwischen 20 - 29 Jahren (55,9%).

„Fluch der Karibik“ erfolgreichster Titel im DVD-Verleih

Nach dem Kinoboxoffice-Erfolg mit sechs Millionen deutschen Kinobesuchern hat das Piratenspektakel mit Johnny Depp in Deutschland auch im DVD-Verleih alle anderen Titel abgehängt und wurde die Nummer eins der DVD-Verleihcharts. Der Titel setzte sich damit gegen den aufwendigen Ökothriller „The Day After Tomorrow“ durch und liegt damit auch noch vor dem zweiten Abenteuerfilm auf See „Master and Commander“ mit Russell Crowe, der an dritter Stelle liegt.

Tabelle 3

**TOP 10
DVD-Vermietmarkt 2004**

Rang	Titel	Genre	Anbieter
1	Fluch der Karibik	Abenteuer	Buena Vista
2	The Day After Tomorrow	Science Fiction	20th Century Fox
3	Master and Commander	Abenteuer	20th Century Fox
4	Last Samurai	Action	Warner Home Video
5	Van Helsing	Horror	Universal Pictures
6	Kill Bill – Vol. I	Action	Buena Vista
7	Troja	Historienfilm	Warner Home Video
8	Und dann kam Polly	Komödie	Universal Pictures
9	I, Robot	Science Fiction	20th Century Fox
10	Bruce Allmächtig	Komödie	Buena Vista

Quelle: GfK Panel Services Deutschland

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

Im DVD-Verleihgeschäft konnten sich in 2004 nur fünf deutsche Titel unter den 100 am häufigsten verliehenen Titeln platzieren. Nur knapp an den Top-10 gescheitert und aus deutscher Sicht somit am erfolgreichsten war die Edgar Wallace Persiflage „Der Wixxer“ von Oliver Kalkofe auf dem 12. Rang. Danach folgte mit „Good Bye, Lenin“ auch bereits der erfolgreichste Vermiettitel des vergangenen Jahres an 18. Stelle, gefolgt vom Historienfilm „Luther“ auf dem 33. Rang. Ebenfalls historisch, aber nicht so weit zurückliegend, ist die Thematik des Ranglistenplatzes 65 mit dem „Wunder von Bern“. Als letzter deutscher Titel unter den Top-100 liegt die Zeichentrickkomödie „Werner - Gekotzt wird später“ auf Platz 86.

„Fluch der Karibik“ auch erfolgreichste Verleihkassette

Wie im DVD-Verleih ist der Erfolgsfilm der Buena Vista Home Entertainment GmbH „Fluch der Karibik“ auch als Videokassette in 2004 am häufigsten verliehen worden. An zweiter Stelle folgt der letzte Teil von Peter Jacksons Trilogie „Der Herr der Ringe - Die Rückkehr des Königs“. Den dritten Platz im Verleihkassettengeschäft konnte sich „The Day After Tomorrow“ sichern.

Tabelle 4

**TOP 10
VHS-Vermietmarkt 2004**

Rang	Titel	Genre	Anbieter
1	Fluch der Karibik	Abenteuer	Buena Vista
2	D. Herr d. Ringe – Die zwei Türme	Fantasy	Warner Home Video
3	The Day After Tomorrow	Science Fiction	20th Century Fox
4	Last Samurai	Action	Warner Home Video
5	Ocean´s Eleven	Thriller	Warner Home Video
6	Bruce Allmächtig	Komödie	Buena Vista
7	Findet Nemo	Trickfilm	Buena Vista
8	Tränen der Sonne	Action	Columbia TriStar
9	Ein Chef zum Verlieben	Komödie	Warner Home Video
10	D. Liga d. ausserg. Gentleman	Action	20th Century Fox

Quelle: GfK Panel Services Deutschland

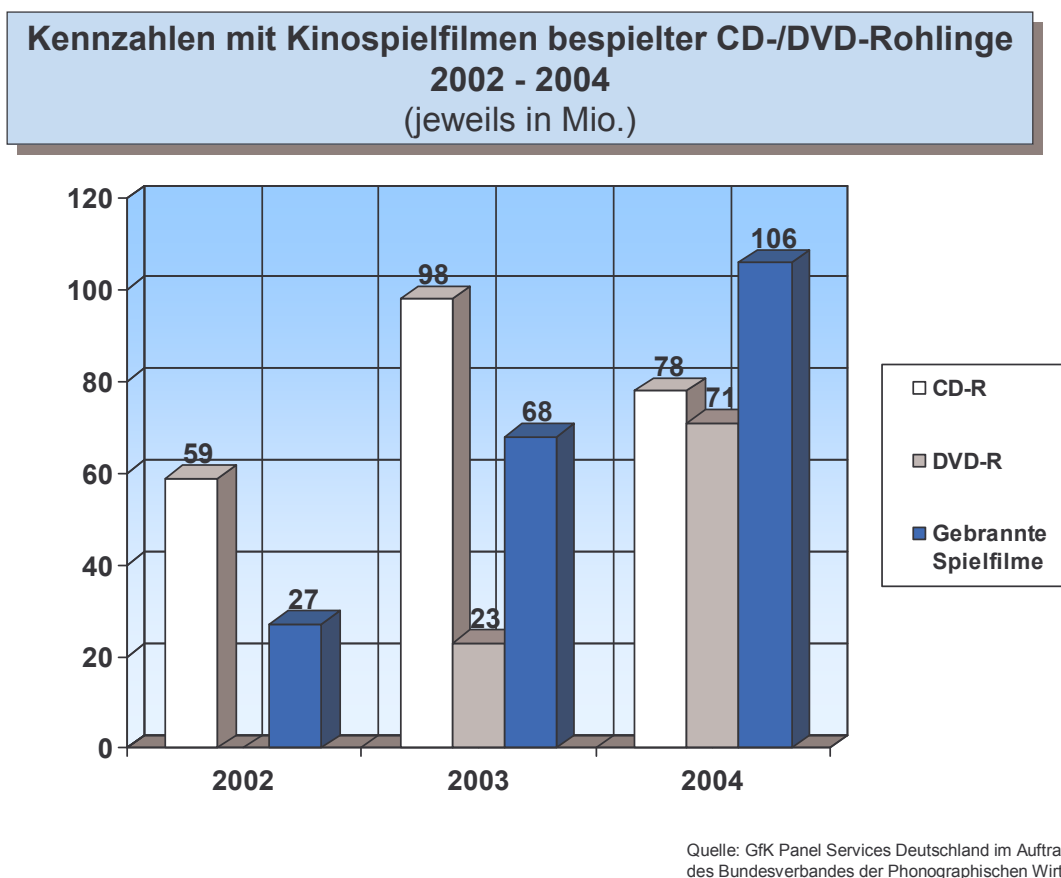
Acht deutsche (Co-)Produktionen unter den Top 100 VHS-Verleihtiteln

Die Erfolgsstory von Wolfgang Beckers Wende-Drama „Good Bye, Lenin“ setzt sich auch im Verleihkassettengeschäft fort. Nachdem der Film bereits im vergangenen Jahr als erfolgreichster deutscher VHS-Vermiettitel reüssierte, nimmt er diese Position in 2004 auf Rang 14 zum zweiten mal ein. Mit dem Kinderfilm „Das Sams“ folgt auf dem 27. Platz die zweite deutsche Produktion. Auf dem 32. Rang liegt „Grosse Mädchen weinen nicht“, dicht gefolgt von „Das Experiment“ (Platz 37) und der Erich Kästner-Verfilmung „Emil und die Detektive“ (Platz 49). An Position 78 rangiert der deutsche Thriller „Anatomie 2“ vor „Vaya con Dios“ (Platz 98) und „Fear dot com“ (Platz 99).

Bedrohung der Filmindustrie durch illegale Vervielfältigung nimmt weiter zu

Obwohl die Videowirtschaft in 2004 steigende Umsätze erzielt hat und sich die Kinoeinspielergebnisse im vergangenen Jahr insbesondere dank deutscher Erfolgsfilme leicht erholt haben, liegt mit der anhaltenden Verbreitung von Raubkopien weiterhin eine große Bedrohung über der gesamten Filmbranche. Durch das Herunterladen illegal ins Netz gestellter Kinofilme und anschließendes Brennen auf digitale Datenträger (CDs und DVDs) erleidet die Kino- und Videowirtschaft enorme Einnahmeverluste. Die nachfolgende Grafik verdeutlicht die Verdrängung des üblichen legalen Kino- und Videokonsums durch illegale Vervielfältigung.

Grafik 16



106 Mio. Spielfilmkopien

Laut GfK-Untersuchung steht mehr als der Hälfte der Bundesbürger ein CD- oder DVD-Brenner zur Verfügung. Dass diese Vervielfältigungsgeräte auch ausgiebig genutzt werden, unterstreichen die Verkaufszahlen der CD- und DVD-Rohlinge, die an private Haushalte verkauft werden, nachhaltig. Laut aktueller GfK-Einfrage im Auftrag des Bundesverbandes der Phonographischen Wirtschaft haben die Konsumenten im vergangenen Jahr 688 Mio. CD- und 130 Mio. DVD-Rohlinge erworben. Von diesen Speichermedien wurden im vergangenen Jahr 78 Mio. CDs und 71 Mio. DVDs dazu genutzt, insgesamt 106 Mio. Spielfilmkopien anzufertigen. Dabei kommt insbesondere der DVD-R besondere Bedeutung zu, da diese bespielbaren Discs mit ihrer im Vergleich zur CD achtmal höheren Speicherkapazität Filme sehr viel schneller auf nur einer Scheibe speichern können. Da die digitalen Daten in kürzester Zeit Klone ohne Qualitätsverlust ermöglichen, besteht die größte Gefahr insbesondere in der lawinenartigen Verbreitung der vorher meist aus dem Internet gezogenen illegalen Filmkopien.

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

Unterstützt wird diese Entwicklung natürlich auch durch die weiterhin rapide sinkenden Preise für Kopiermedien. Nach Auskunft der Nürnberger Marktforscher sind die Preise für CD-Rohlinge im vergangenen Jahr auf einen Durchschnittspreis von 0,31 € gefallen. Auch für DVD-Rohlinge ist ein starker Preisverfall zu verzeichnen, da diese digitalen Speichermedien nach 2,14 € in 2003 im vergangenen Jahr durchschnittlich nur noch 1,18 € kosteten.

Illegaler Konsum als die Filmwirtschaft bedrohendes Massenphänomen

Wie o.g. GfK-Studie belegt, ist die Anzahl der Bundesbürger, die im vergangenen Jahr Spielfilme auf CD- und DVD-Rohlinge kopiert haben oder sich kopieren ließen, auf 8,7 Mio. Personen angewachsen. Die Studie zeigt außerdem, dass lediglich 25% aller auf Rohlinge gebrannten Spielfilme ursprünglich aus dem TV aufgenommen wurden. Damit wird deutlich, dass der überwiegende Teil der gebrannten Filme illegalen Ursprungs ist. Die Filmbranche hat es mit einem Massenphänomen zu tun, dass nach dem Musikbereich, indem es als Folge illegaler Substitution legaler Musikangebote eine Unzahl an Arbeitsplatzverlusten zu verzeichnen gab, eine akute Bedrohung der Filmwirtschaft darstellt. Wie die letztjährige Brennerstudie der FFA belegt, hat bereits mehr als jeder fünfte 20 - 29-jährige (21,8%) aus der Kinokernzielgruppe in 2004 Filmkopien erstellt oder erstellen lassen. Da diese Studie zudem beweist, dass eine Vielzahl dieser zumeist illegalen Kopien für andere Personen außerhalb des eigenen Haushaltes durchgeführt werden und die Kopien zusätzlich noch häufig getauscht oder mit mehreren Personen konsumiert werden, wird das Ausmaß dieser schneeballartigen illegalen Verbreitung und die damit einhergehende Bedrohung für die Filmbranche deutlich.

Die deutsche Videoindustrie hat sich auch im vergangenen Jahr den Herausforderungen durch die illegale Vervielfältigung gestellt. Dazu gehört es, die illegalen Downloadaktivitäten mit Hilfe legaler Angebote einzuschränken. Im vergangenen Jahr wurden daher erste Angebote installiert. In absoluten Zahlen ausgedrückt ist dieser legale Downloadmarkt zwar noch ein zartes Pflänzlein, doch Quartals-Zuwachsraten von jeweils +150% zeigen, dass eine große Nachfrage nach diesen legalen Angeboten besteht.

Darüber hinaus ist natürlich der Gesetzgeber weiterhin insbesondere bei der derzeit diskutierten Gesetzesnovellierung des Urheberrechts im so genannten „2. Korb“ gefordert. Bisher genügt die Gesetzeslage insbesondere hinsichtlich „Bagatellklausel“ und „Auskunftsanspruch“ nicht den Bedürfnissen der Filmwirtschaft. Der Gesetzgeber sollte seine Pflicht wahrnehmen und das geistige Eigentum genauso behandeln und schützen, wie er es für materielle Güter vorgesehen hat.