

Eine Zwischenbilanz des Strukturwandels

→ Videomarkt und Videonutzung 2006

Von Oliver Turecek, Helmut Bärner
und Gunnar Roters*

**Videomarkt: Positive
Gesamtentwicklung
trotz leichter
Umsatzeinbußen**

Die Home-Entertainment-Branche zieht trotz eines in den letzten zwei Jahren leicht rückläufigen Umsatzes ein insgesamt positives Fazit für die Jahre 2005 und 2006. (1) Das Käuferinteresse an DVDs ist ungebrochen groß – so wurden 2006 erstmals mehr als 100 Millionen DVDs verkauft. Die geringen Umsatzeinbußen der Branche sind dabei vorwiegend auf die gesunkenen Verkaufspreise der DVDs zurückzuführen. Auch trägt der in den Privathaushalten inzwischen weitgehend vollzogene Formatwechsel von VHS auf DVD zu dieser Gesamtentwicklung bei.

Weitaus negativer stellt sich die Entwicklung im Videoverleihgeschäft dar, wobei mehrere Faktoren eine Rolle spielen: Besonders die Fußballweltmeisterschaft in Deutschland und der Rekordsommer 2006 boten Alternativen zum DVD- oder Videokonsum in der Freizeit. Problematisch ist auch die weiterhin steigende Anzahl von Raubkopien.

**Digitalisierung und
Internet eröffnen
neue lukrative
Geschäftsfelder**

Neue Videoabrufdienste (Online-Videotheken) werden zunehmend ausgebaut und auch genutzt, so dass sich hier für die Zukunft eine Verlagerung auf ein neues lukratives Geschäftsfeld andeutet. Auf die Vielfalt der neuen technischen Möglichkeiten, die zunehmend auch von Fernsehanbietern genutzt werden, wird an späterer Stelle näher eingegangen.

Anhand aktueller Daten sollen nachfolgend der deutsche Videomarkt und die Videonutzung der Jahre 2005 und 2006 beschrieben werden. Grundlage hierfür bilden die Verleih- und Absatzzahlen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), die im Auftrag verschiedener Fachverbände erhoben wurden, sowie Daten des Interessenverbandes des Video- und Medienfachhandels (IVD) und eigene Berechnungen aus dem Datensatz des GfK-Fernsehpanels.

Allgemeine Marktentwicklung und Trends in der Videobranche

**DVD-Verkauf
„Zugpferd“
der Branche**

Im Jahr 2006 wurde mit 100,7 Millionen verkauften DVDs ein Umsatz von 1 295 Mio Euro erzielt (vgl. Tabelle 1). Das entspricht 81,4 Prozent des Gesamtumsatzes der Branche. Der DVD-Handel hat sich seit der Einführung und Verbreitung dieser Technik ab der Jahrtausendwende zum tragenden Kerngeschäft des gesamten Videomarktes (Verleih und Verkauf) entwickelt. Für 2007 erwartet der Bundesverband Audiovisuelle Medien (BVM) neue Bestmarken für den DVD-Absatz, denn allein im Dezember 2006 betrug die Stückzahl der verkauften digitalen Filmspeicher 18,6 Millionen. (2)

Ein Vergleich der Bilanzzahlen 2005 und 2006 im Gesamtverkauf (DVD und VHS) ergibt einen Umsatzrückgang um rund 4 Prozent (2005: 1 366 Mio Euro, 2006: 1 307 Mio Euro). Entscheidend hierfür ist ein leichter Preisverfall, der bei ebenfalls minus 4 Prozent liegt. Im Jahr 2005 kostete eine DVD noch 13,39 Euro, demgegenüber hat im Jahr 2006 der durchschnittliche Stückpreis 12,86 Euro betragen.

Insgesamt sprechen Vertreter der Home-Entertainment-Branche bei einem Gesamtumsatz aus DVD- und VHS-Verkauf und -Verleih in 2006 in der Größenordnung von 1 591 Mio Euro von einer Konsolidierung des Videomarktes, auch wenn das Verleihgeschäft deutliche Rückgänge zu verzeichnen hat. Gegenüber 2005 betrug der Umsatzrückgang im Verleih rund 11 Prozent.

Der Interessenverband des Video- und Medienfachhandels in Deutschland (IVD), in dem rund 80 Prozent aller 4 302 bundesdeutschen Videotheken organisiert sind, beziffert den Rückgang der Videoverleihvorgänge (VHS und DVD) im Jahresvergleich 2005/2006 auf etwa 10 Prozent und den Kundenrückgang auf 13 Prozent. Verantwortlich dafür sei vorwiegend die Fußball-WM in den Sommermonaten gewesen, bilanziert der geschäftsführende Vorstandsvorsitzende des IVD, Hans-Peter Lackhoff, im Geschäftsbericht 2006. (3) Zugleich wird für 2007 eine deutliche Entspannung der Marktlage erwartet, da vergleichbare Ausnahmeeignisse wie die WM in absehbarer Zeit nicht stattfinden.

Nach Angaben des IVD wurden über zwei Drittel (67,9%) der Videotheken-Umsätze 2006 durch den DVD-Verleih erzielt. Demgegenüber machte der Umsatzanteil der VHS-Vermietungen lediglich noch 2 Prozent aus. Der Verleih und Verkauf von Videospielen (CD-ROM und Playstation) trug zu 10,3 Prozent zum Videothekenumsatz bei und der Verkauf von Zusatzartikeln (Getränke, Lebensmittel, Poster, Zeitschriften etc.) hatte einen Umsatzanteil von 7,9 Prozent. (4)

Ein besonderer Bereich des Filmverleihs stellen Hardcore-DVDs und -Videos dar. Der Anteil der Filme dieses Typs am Verleihgeschäft in Videotheken betrug 2006 rund 23 Prozent. Im Vorjahr waren es 27 Prozent gewesen. Die Größenordnung dieses Geschäftsfeldes der Videothekenbranche ist demnach beachtlich. So verwundert es nicht, dass besonders der IVD alle rechtlichen Veränderungen und Neuregelungen bezogen auf Pornographie seit Jahren aufmerksam mit verbandspolitischer Arbeit begleitet. (5)

Die Filmauswertung auf DVD und VHS hat sich mittlerweile Umsatzmäßig deutlich vor der Kiniauswertung positioniert. Während der Kinoumsatz in Deutschland im Jahr 2006 bei 814 Mio Euro lag, fiel der Umsatz der zweiten Filmauswertungsstufe fast doppelt so hoch aus (1 591 Mio Euro).

**Videogesamtm
auf hohem Niveau
konsolidiert**

**Fußball-WM 2006
beeinträchtigte
Verleihgeschäft**

**DVDs sind
Umsatzträger
in Videotheken**

**Videobranche stützt
die deutsche
Filmwirtschaft**

* SWR Medienforschung/Programmstrategie.

① **Umsatzentwicklung im Videomarkt 1998 bis 2006**

Angaben in Mio Euro (Endverbraucherpreise)

Jahr	Gesamtumsatz	Verleih		Verkauf	
		DVD	VHS	DVD	VHS
1998	862	-	326	-	536
1999	860	-	340	42	478
2000	934	-	341	170	423
2001	1 146	41	316	407	383
2002	1 400	141	218	713	328
2003	1 555	212	90	1 053	200
2004	1 747	273	34	1 323	117
2005	1 686	315	5	1 322	45
2006	1 591	283	1	1 295	12

Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag der FFA.

② **Entwicklung der Film-Downloads im Quartalsverlauf 2004 bis 2006**

Quartal	Jahr	Anzahl der Abrufe in Tsd
1	2004	9
2	2004	15
3	2004	36
4	2004	53
1	2005	47
2	2005	84
3	2005	88
4	2005	126
1	2006	80
2	2006	130
3	2006	150
4	2006	300

Quelle: GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA.

Von 2 405 Mio Euro, die die Filmbranche 2006 umgesetzt hat, entfielen zwei von drei Euros (66%) auf die Videovermarktung und nur ein Drittel (34%) auf den Kinomarkt. Die Videoindustrie ist damit auch bedeutendster Abgabebzahler der in der FFA-Solidargemeinschaft organisierten Marktteilnehmer. Die FFA (Filmförderungsanstalt) erhebt von Filmtheaterbetreibern und Videoprogrammanbietern eine Filmabgabe, die in der Form von Fördermitteln deutschen Filmproduktionen zu Gute kommt. Insofern trägt die Videobranche wesentlich zur finanziellen Basis der Filmwirtschaft in Deutschland bei.

Raubkopien weiter ein ernstes Problem

Beide Fachverbände der Videobranche (BVV und IVD) beklagen seit einigen Jahren den immensen und wachsenden Schaden, der der deutschen Filmwirtschaft durch illegale Vervielfältigung entsteht. Kinospots, Hinweise im Vorspann der Kinofilme sowie Plakataktionen sollen in der Öffentlichkeit für Aufklärung sorgen. Auf Flohmärkten, auf de-

nen häufig Raubkopien gehandelt werden, werden verstärkt Ermittler eingesetzt. Trotz dieser Maßnahmen hat sich inzwischen auch das Internet mit seinen Online-Tauschbörsen zu einem bedeutenden illegalen Handelsplatz entwickelt.

Die so genannte AfD-Studie 2006 (AfD = Available for Download) im Auftrag der FFA belegt, dass alle Kinohits mit mehr als 100 000 Besuchern am Eröffnungswochenende im Netz standen. Von den Kinofilmen mit 50 000 bis 100 000 Besuchern am ersten Wochenende sind immerhin noch neun von zehn Titeln illegal zum Kinostart ins Netz gestellt worden.

Weiterhin ist die Film- und Videobranche mit einer Entwicklung konfrontiert, wie sie sich in der Musikbranche bereits vollzogen hat: Dem illegalen Kopieren als Massenphänomen. Im Internet wird von der Branche selbst der Versuch unternommen, den illegalen Download-Plattformen durch legale (kostenpflichtige) Angebote Konkurrenz zu machen. Dabei zeichnen sich auch bereits erste Erfolge ab.

Zwar fallen im Filmbereich die Download-Zahlen im Vergleich zur Musikbranche noch vergleichsweise gering aus, dennoch weist der Markt derzeit eine große Dynamik auf. Nach Angaben des BVV konnten im Musikgeschäft im Jahr 2006 26,2 Millionen Downloads gezählt werden und bei Film Anbietern (in2Movie, T-Online, Maxdome etc.) lediglich 660 000 Abrufe. (6) Beachtlich ist die 100-prozentige Steigerung des Filmabrufs zwischen dem dritten und vierten Quartal 2006. Eine derartig sprunghafte Entwicklung verweist auf weiteres Potenzial in diesem Sektor. Noch ist das verfügbare Datenmaterial allerdings sehr lückenhaft, was genauere Prognosen erschwert.

Das Angebot im Video-on-Demand-Bereich ist jedoch seit etwa zwei Jahren stetig im Aufbau. Die wichtigsten Anbieter in Deutschland sind bislang: T-Online Vision, MaxDome (ProSieben/Sat.1), In2Movies (Warner Bros.), RTLnow (RTL-Gruppe) und Arcor Video-on-Demand. Auch die Premiere Online Videothek, die in Kooperation mit Microsoft ab 2007 in das Medienangebot des neuen Betriebssystem Windows-Vista integriert wird, wird voraussichtlich kurzfristig zu den wichtigsten Anbietern stoßen.

Ein wichtiger Grund für die verhältnismäßig geringe Nutzung der On-Demand-Angebote ist die bislang noch unzureichende technische Ausstattung der meisten potenziellen Kunden. So wird für eine mit DVD-Qualität vergleichbare Wiedergabe aktuell ein DSL-2000-Anschluss empfohlen. Auch die langen Ladezeiten, bevor die Wiedergabe des Films überhaupt gestartet werden kann, dürften manchen Nutzer abgeschreckt haben. Mit der fortschreitenden Verbreitung von schnellen DSL-Anschlüssen sollte die On-Demand-Nutzung jedoch einen deutlichen Aufschwung nehmen. Auch mit neuer Preisgestaltung, wie zum Beispiel Flatrates für zeitlich begrenzte Nutzung ganzer Angebotsbereiche (statt wie bisher „Pay-per-view“-Angebote für einzelne Filme), können die Internetportale neue Kunden hinzugewinnen (vgl. Tabelle 2).

Legale Download-Plattformen gewinnen an Bedeutung

Mit steigender DSL-Verbreitung wird On-Demand-Nutzung steigen

Fernsehanbieter erschließen neue Übertragungswege audiovisueller Inhalte

Neben den Bestrebungen der Videobranche, im Internet mit audiovisuellen Inhalten neue Geschäftsfelder zu erschließen, gibt es auch verstärkte Initiativen von Rundfunkanbietern. Die Schlagworte dabei lauten: Internet-TV und IPTV.

Breites ö.-r. Programmangebot im Internet nutzbar

Internet-TV beschreibt die Übertragung von breitbandigen Anwendungen wie Fernseh- und Videoprogrammen mit Hilfe der Internettechnologie per Streaming bzw. auf Abruf (on demand) – hierauf beschränkt sich das Angebot in Deutschland derzeit noch zum größten Teil. Auch viele Angebote von ARD und ZDF stehen bereits als Livestream oder auf Abruf am heimischen PC zur Verfügung. Bis zur Internationalen Funkausstellung 2007 wollen beide öffentlich-rechtlichen Sender etwa die Hälfte ihres Programmangebotes im Internet anbieten. Die Sendungen stehen dann bis eine Woche nach der Fernsehausstrahlung für den zeitunabhängigen und unentgeltlichen Abruf bereit.

Fiktionale Spielfilme werden von den öffentlich-rechtlichen Programmen wegen ungeklärter Rechtfragen bislang nicht angeboten. Eigenproduzierte Serien sind jedoch teilweise bereits online abrufbar. So stellt beispielsweise das ZDF die Serie „KDD – Kriminaldauerdienst“ noch vor der Fernsehausstrahlung als exklusive Premiere ins Internet.

IPTV bietet darüber hinaus Zusatzdienste und bessere Bildqualität

Auch IPTV (Internet Protocol Television) bedient sich des Internetprotokolls über einen Breitbandanschluss, kann jedoch gegenüber dem Internet-TV mit einigen Zusatzdiensten und einer besseren Bildqualität aufwarten. Neben einer großen Bandbreite an Fernseh- und Hörfunkprogrammen ermöglicht IPTV beispielsweise den Empfang interaktiver Dienste, einer Elektronischen Programmorschau (EPG) sowie die Aufzeichnung und den Abruf von Sendungen.

In Europa gibt es mittlerweile 54 IPTV-Angebote – davon allein 19 in den fünf größten IPTV-Märkten Frankreich, Spanien, Italien, Deutschland und Großbritannien. Die Top 5 der europäischen IPTV-Anbieter wird von Orange (Frankreich) angeführt, gefolgt von Telefónica (Spanien), Free Telecom (Frankreich), Neuf Telecom (Frankreich) und Fastweb (Italien). In Deutschland gab es laut einer Studie von Goldmedia und Screen Digest (7) Ende 2006 allerdings erst rund 35 000 IPTV-Kunden. Als Gründe hierfür werden eine vergleichsweise geringe Anzahl von DSL-Anschlüssen, die starke Verbreitung von Kabelanschlüssen, die große Anzahl von Free-TV-Programmen und schleppende Vermarktung gesehen. Dennoch ist für die Zukunft von einem steigenden Angebot von IPTV-Sendern auszugehen. Auch kostenpflichtige Spartenkanäle, ähnlich wie heute Premiere, dürften zukünftig über diesen Verbreitungsweg angeboten werden.

Ausstattungsdaten, Video- und DVD-Nutzung

Hardware-Ausstattung der Haushalte: DVD vor VHS

Zum Jahresbeginn 2007 waren in den deutschen Haushalten erstmalig mehr DVD-Abspielgeräte als herkömmliche Videorecorder vorhanden. Verfügte noch 2002 nur etwa jeder elfte Haushalt über einen DVD-Player (9%), so hat diese Technik sich in den letzten fünf Jahren rasant verbreitet. Die von

der GfK im Auftrag der FFA zum Jahresanfang ermittelte Ausstattungsquote privater Haushalte mit DVD-Player beträgt 69 Prozent und die Quote der Videorecorderausstattung liegt bei 67 Prozent. (8) Andere Datenquellen – beispielsweise die Media Analyse 2007 Radio I – weisen eine noch höhere DVD-Geräteausstattung aus. Demnach verfügten bereits 77,8 Prozent der bundesdeutschen Haushalte über DVD-Aufzeichnungs- oder Abspielgeräte.

Neben den „reinen“ DVD-Geräten – gemeint sind Player und Recorder ohne weitere Funktionen – eignen sich Heimcomputer, Notebooks und verschiedene Spielekonsolen (Play-Station-2 und x-Box) ebenfalls zur DVD-Wiedergabe. Rechnet man diese alternativen Abspielplattformen in die Ausstattungsquote mit DVD-Geräten ein, dürfte nahezu die Stufe der Vollversorgung erreicht sein.

Bezogen auf die private Aufnahme aus dem Fernsehprogramm deutet sich ebenfalls ein Wechsel der Technik an. Die herkömmliche Aufnahmetechnik mit dem VHS-Videorecorder wird Stück für Stück durch den DVD-Recorder abgelöst. Anders als bei der Umstellung der Wiedergabetechnik fallen allerdings noch die jährlichen Zuwachsraten, die die DVD-Aufzeichnungstechnik betreffen, eher gering aus: Von 2004 bis 2007 ist die DVD-Recorderausstattungsquote von 2 auf 9 Prozent gestiegen. Ein weiterer Rückgang der Gerätepreise kann aber den Umstieg auf die bequemere DVD-Technik beschleunigen. Zudem haben Handel und Hersteller das Angebot an Neugeräten im VHS-Bereich drastisch reduziert. Dennoch wird der Umstellungsprozess noch einige Zeit in Anspruch nehmen. Derzeit wird überwiegend noch der herkömmliche VHS-Recorder mit analoger Technik für private Aufnahmen aus dem Fernsehprogramm bzw. das „zeitversetzte Fernsehen“ genutzt.

Nutzungspräferenzen in Verleih und Verkauf

Die Baden-Badener Firma media control ermittelt anhand der bundesweit in Videotheken gesammelten Abrechnungsdaten eine Rangliste mit den zehn meist verliehenen und verkauften VHS- und DVD-Titeln. (9) Eine Jahreszusammenfassung der VHS- und DVD-Verleihcharts 2006 zeigen die Tabellen 3 und 4. Wöchentlich werden diese Daten auch auf Plakaten in Videotheken veröffentlicht.

Die Verleih-Top-10 der DVDs sind seit Jahren ein relativ genaues Abbild der Kino- und Filmlandschaft in Deutschland. In der Publikumsgunst ganz oben rangieren in der Regel internationale Produktionen – vor allem US-amerikanischen Ursprungs. Im Jahr 2006 war die turbulente Actionkomödie „Mr. & Mrs. Smith“ mit Angelina Jolie und Brad Pitt in der Verleihliste die erfolgreichste Einzel-DVD. Daneben belegen die „Mission: Impossible“-Reihe sowie der Actionfilm „Flightplan – Ohne jede Spur“ vordere Plätze. Das Genre „Action“ dominiert die Hitliste des DVD-Verleihs deutlich.

Langsamer Ersatz von analoger durch digitale Technik in der Aufnahme

Verleih-Charts sind Abbild des Kinoerfolgs

③ **Titelrangfolge DVD-Verleih 2006**

Platz	Titel	Firma	Genre
1	Mission: Impossible III M.I:III	Paramount Home	Abenteuer
2	Mr. & Mrs. Smith (Einzel-DVD)	Kinowelt	Action
3	Flightplan – Ohne jede Spur	BVHE	Action
4	Inside Man	Universal	Thriller
5	16 Blocks	WHV	Thriller
6	Harry Potter und der Feuerkelch	WHV	Fantasy
7	Chaos	Kinowelt	Action
8	Jarhead – Willkommen im Dreck	Universal	Drama
9	X-Men: Der letzte Widerstand	20th Century Fox	Action
10	Syriana	WHV	Drama

Quelle: media control GfK International, Baden-Baden.

④ **Titelrangfolge VHS-Kassetten-Verleih 2006**

Platz	Titel	Firma	Genre
1	Scary Movie 2	Paramount Home Entertainment	Komödie
2	Ein Königreich für ein Lama	BVHE	Zeichentrick
3	Cats & Dogs – Wie Hund und Katz	Warner Home Video	Komödie
4	Shrek – Der tollkühne Held	Universal	Trickfilm
5	Jurassic Park III	Universal	Fantasy
6	Die Mumie kehrt zurück	Universal	Abenteuer
7	Der kleine Eisbär 1	Warner Home Video	Zeichentrick
8	Fluch der Karibik	BVHE	Abenteuer
9	American Pie 2	Universal	Komödie
10	Die fabelhafte Welt der Amélie	Universal	Komödie

Quelle: media control GfK International, Baden-Baden.

Top-10 des DVD- und VHS-Verkaufs

Im VHS-Verleih, der zum Umsatz der Videotheken nur noch unwesentlich beiträgt, sind traditionell Titel für das junge Publikum stark vertreten: „Ein Königreich für ein Lama“, „Cats & Dogs“, „Der kleine Eisbär 1“. Zusätzlich finden sich hier auch Titel für Erwachsene (u. a. „Fluch der Karibik“, „Jurassic Park III“), die vermutlich beim Entleihen für die Kinder von den Eltern mitgenommen werden.

In den Tabellen 5 und 6 sind analog zum Verleihmarkt die zehn größten Verkaufserfolge der Systeme VHS und DVD für das Jahr 2006 aufgelistet. Unter den Top-Sellern auf DVD sind auf den ersten drei Plätzen Fortsetzungsfilme zu finden: „Harry Potter (IV): Harry Potter und der Feuerkelch“, „Ice Age 2 – Jetzt taut's“ und „Fluch der Karibik 2“. Die Vorgänger der jeweiligen Filme sind und waren bereits als Kauf-DVD erfolgreich, insofern ist auch von einer gewissen Sammelleidenschaft unter der DVD-Käuferschaft auszugehen. Gleichzeitig verweist die gute Platzierung von Fortsetzungen auf ein eher schwaches Kinojahr, das mit wenig neuen herausragenden Produktionen und Stoffen aufwarten konnte.

Der Kauf-VHS-Bereich ist noch deutlicher als der VHS-Verleihmarkt geprägt von dem Genre „Kinder- und Jugendfilm“. Die Titel aus der „Bibi Blocksberg“-Reihe sind seit Jahren erfolgreich im

VHS-Verkauf. (10) Daneben fanden sich 2006 „Der kleine Eisbär“, „Lauras Stern“ und vergleichbare Produktionen. Lediglich ein Titel bildete unter den zehn meistverkauften VHS-Kassetten eine Ausnahme: „Operation: Broken Arrow“.

Während neue Produktionen kaum noch auf VHS-Kassetten angeboten werden, ist die Titelauswahl an Kauf-DVDs ziemlich unübersichtlich. Laut BVV und Media Control waren 2006 ca. 36 000 DVD-Produkte auf dem deutschen Markt „verkaufsfähig“, das heißt, diese Titel wurden mindestens einmal verkauft. (11) Die Anzahl der neuen Produkte wird mit ca. 8 200 angegeben. Die Marktneuheiten verteilen sich in unterschiedlicher Größenordnung auf vier grobe Bereiche: 1. „Aktuelle Kinofilme“ (7% Neuerscheinungen), 2. „Ältere Kinofilme/Backkatalog“ (14% Neuerscheinungen), TV-Produkte (14% Neuerscheinungen) und „Sonstige“ (61% Neuerscheinungen). In die letzte Kategorie fallen unter anderem „Musik-DVDs“ und „DVD-Premieren“, die nur als DVD veröffentlicht werden. Eine Ausstrahlung oder öffentliche Vorführung wäre in vielen Fällen bei diesen Titeln auch aus jugendschutzrechtlichen Gründen nicht möglich.

Das Publikums- und Kaufinteresse an TV-Formaten (Serien und Fernsehfilmen), die zusätzlich zur Ausstrahlung im Programm von den Rundfunkveranstaltern als DVD-Editionen angeboten werden, hat in den letzten Jahren erheblich zugenommen. 2006 wurde bereits jeder fünfte Euro im DVD-Kauf-

Großes DVD-Titelangebot

Wachsendes Interesse an TV-Produktionen

⑤ **Titelrangfolge DVD-Verkauf 2006**

Platz	Titel	Firma	Genre
1	Harry Potter und der Feuerkelch (2 DVDs)	WHV	Science Fiction
2	Ice Age 2 – Jetzt taut's (Special Edition, Steelbook, 2 DVDs)	20th Century Fox	Komödie
3	Pirates of the Caribbean – Fluch der Karibik 2 (Einzel-DVD)	BVHE	Sonstige
4	The Da Vinci Code – Sakrileg (Einzel-DVD, Kinoversion)	Sony Pictures	Thriller & Krimi
5	O.C., California – Staffel 2 (7 DVDs)	WHV	Unterhaltung
6	Mr. & Mrs. Smith (Einzel-DVD)	Kinowelt	Action
7	Der Herr der Ringe – Die Spielfilm Trilogie (12 DVDs)	WHV	Science Fiction
8	King Kong (Einzel-DVD)	Universal	Sonstige
9	Die wilden Kerle 3 – Die Attacke der biestigen Biester	BVHE	Kinder
10	Pirates of the Caribbean – Fluch der Karibik 2 (Special Edition, 2 DVDs)	BVHE	Sonstige

Quelle: media control GfK International, Baden-Baden.

⑥ **Titelrangfolge VHS-Kassetten-Verkauf 2006**

Platz	Titel	Firma	Genre
1	Lauras Stern – Der Kinofilm	Warner Home Video	Kinder
2	Rudolph mit der roten Nase – Package 2	WVG Medien	Kinder
3	Madagascar	Universal	Komödie
4	Lauras Stern 2	Warner Home Video	Kinder
5	Der kleine Eisbär – Der Traum vom Fliegen (Edited)	Warner Home Video	Kinder
6	Operation: Broken Arrow	AVU	Action
7	Thomas und seine Freunde 06 – Mit Vlldampf voraus	SBMGS	Kinder
8	Bibi Blocksberg – Geht's auch ohne Hexerei?	Kiddinx Entertainment	Kinder
9	Bibi Blocksberg und das Geheimnis der blauen Eulen	Kiddinx Entertainment	Kinder
10	Barbie und der geheimnisvolle Pegasus	Universal	Kinder

Quelle: media control GfK International, Baden-Baden.

markt mit TV-Programmen umgesetzt. Drei Jahre zuvor betrug der Anteil von TV-Produktionen am Gesamtverkaufsumsatz von DVDs lediglich 10 Prozent. (12) Die Anzahl der verkauften DVD-Einheiten (zumeist DVD-Boxen) stieg im Jahresvergleich 2005/2006 um 14 Prozent (2005: 10,7 Millionen Stück; 2006: 12,2 Millionen Stück).

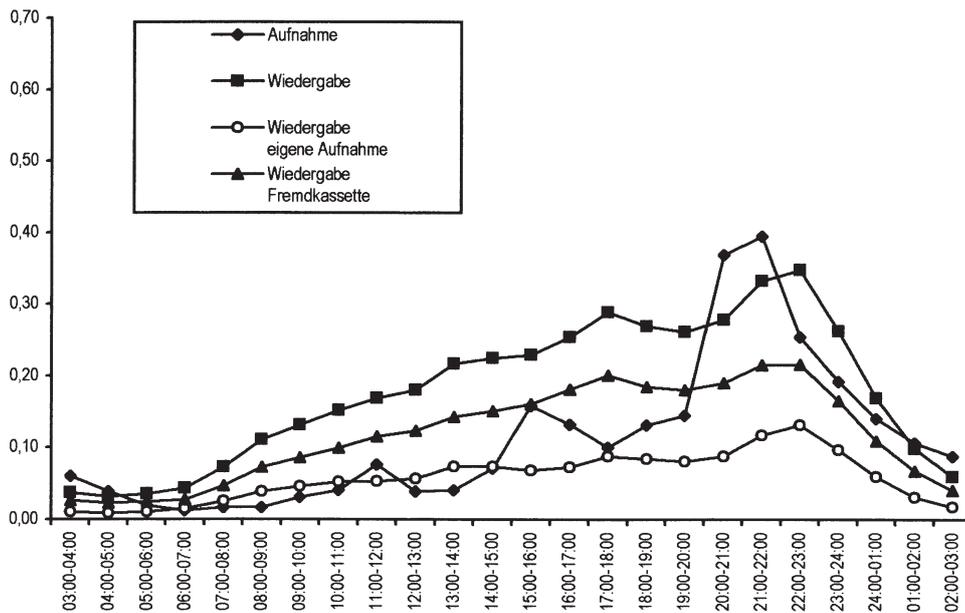
Angesichts dieses wachsenden Interesses, zumindest Teile des Fernsehprogramms auf DVD zeitunabhängig zu nutzen, können auch die oben beschriebenen Bestrebungen der Rundfunkanbieter, Fernsehprogramm verstärkt im Internet zur Verfügung zu stellen, auf einen gewissen Zuspruch hoffen. Da derzeit aber kaum valide Forschungsergebnisse und Daten zu dieser Fragestellung vorliegen, lässt sich diese These wissenschaftlich noch nicht absichern.

Videonutzung laut GfK-Fernsehpanel

Aus dem GfK-Fernsehpanel lassen sich derzeit nur Daten zur Nutzung der privaten VHS-Recorder gewinnen. Angaben zum Umgang mit DVD-Playern und -Recordern liegen auch aus anderen Quellen noch nicht vor, so dass sich an dieser Stelle keine datengestützten Aussagen zur DVD-Aufnahme und -Wiedergabe treffen lassen. Da jedoch nach wie vor der überwiegende Teil der privaten Aufnahmen mittels VHS-Technik stattfindet, dürften die Daten aus dem GfK-Fernsehpanel in dieser Hinsicht weiterhin über Aussagekraft verfügen.

Nur Daten zur Nutzung von VHS-Recordern verfügbar

Abb.1 Videorecordernutzung im Tagesverlauf 2006
Haushalte in Mio



Quelle: AGF/GfK PC#TV (Panel D+EU).

⑦ **Videonutzung 2006 im Wochenverlauf**

Zuschauer gesamt in Videorecorderhaushalten,
Sendetag, Wiedergabe gesamt

Wochentage	in Mio	netto	Sehdauer (in Min. ¹⁾)
Montag	4,90	9,6	5
Dienstag	4,89	9,5	5
Mittwoch	4,74	9,3	5
Donnerstag	4,76	9,3	5
Freitag	4,79	9,4	5
Samstag	4,81	9,4	6
Sonntag	5,44	10,6	7

1) Sehdauer der Nutzer, die mindestens 1 Minute konsekutiv genutzt haben.

Quelle: AFG/GfK PC#TV, Panel D+EU.

den Videorecorder überwiegend in der Zeit zwischen 21.00 und 22.00 Uhr zu nutzen, hat sich seit Jahren nichts geändert. Auch hat der Gesamtverlauf der Kurven zahlreiche Gemeinsamkeiten mit der allgemeinen Fernsehnutzung. Weiterhin bildet sich in den Verlaufskurven die generell stärkere Nutzung von Fremdkassetten deutlich ab: Über den gesamten Tag bewegt sich die Kurve der Wiedergabe von Fremdkassetten auf einem höheren Niveau als die Kurve der Wiedergabe von Eigenkassetten. Videoaufnahmen finden ganz überwiegend am Hauptabend statt. Ab ungefähr 20.00 Uhr beginnen die Aufnahmeaktivitäten, die dann gegen 22.00 Uhr enden.

Erwartungsgemäß ist die Videonutzung (Gesamtwiedergabe) am Wochenende (Samstag und Sonntag) besonders intensiv. Da an den Wochenenden die meiste Freizeit zur Verfügung steht, kann an diesen Tagen generell mehr Zeit für die Nutzung von Medien aufgebracht werden als zum Beispiel in der Wochenmitte. Dementsprechend fällt auch die Fernsehnutzung und Nutzung von PC-Spielen an Wochenenden höher aus. Die meiste Videonutzung entfällt auf Sonntage. Die Nutzungsgewohnheiten sind wie der tageszeitliche Nutzungsverlauf durch eine hohe Beständigkeit gekennzeichnet (vgl. Tabelle 7).

Das Anfertigen von Eigenaufnahmen aus dem Fernsehprogramm und die Wiedergabe dieser Aufnahmen werden allgemein als „zeitversetztes Fernsehen“ bezeichnet. Dieses „zeitversetzte Fernsehen“ betrifft nicht alle Programmsparten gleichermaßen. Bei den Aufnahmen aus dem Fernsehprogramm handelt es sich ganz überwiegend um fiktionale Inhalte (Spielfilme, Fernsehfilme, Serien). Eine Auflistung der 30 am häufigsten aufgenommenen und

Intensivste Nutzung am Wochenende

Bei Aufnahmen dominieren fiktionale Inhalte

Präferenz für Kaufkassetten hielt auch 2006 an

An einem durchschnittlichen Wochentag des Jahres 2006 nutzten 17,5 Prozent aller Personen, die über einen Videorecorder in ihrem Haushalt verfügten, das Gerät zumindest eine Minute für die Wiedergabe von Kassetten. (13) Die Sehdauer betrug 2006 durchschnittlich elf Minuten. Die generelle Präferenz für das Sehen von Kaufkassetten, die seit langem besteht, hielt 2006 weiter an. An einem Tag wurden im Durchschnitt nur von 5,4 Prozent der Videorecorderbesitzer Eigenaufnahmen aus dem Fernsehprogramm angesehen, demgegenüber betrug der Prozentsatz der Videokonsumenten von Fremdkassetten 12,1 Prozent.

Hauptnutzungszeit zwischen 21.00 und 22.00 Uhr

Die tageszeitliche Nutzung des Videorecorders, wie sie in Abbildung 1 dargestellt ist, weist eine hohe Konstanz zu den Vorjahren auf. An der Gewohnheit,

⑧ Die 30 am häufigsten aufgenommenen Fernsehsendungen 2006

Platz	Sender	Titel	Tag	Datum	Beginn	Dauer	Zuschauer in Mio
1	ARD	Deutschland. Ein Sommermärchen	Mi	06.12.2006	20:16:32	01:44:31	0,79
2	ARD	Nachspielzeit. Stimmen zum Film	Mi	06.12.2006	22:01:13	00:11:51	0,69
3	ZDF	Dresden Folge 2	Mo	06.03.2006	20:16:07	01:26:49	0,53
4	RTL	Die Sturmflut (2)	Mo	20.02.2006	20:17:40	01:28:24	0,48
5	ZDF	Dresden Folge 1	So	05.03.2006	20:25:07	01:27:02	0,41
6	RTL	Die Sturmflut (1)	So	19.02.2006	20:16:00	01:28:26	0,38
7	ZDF	„Neger, Neger, Schornsteinfeger“ Folge 2	Mo	02.10.2006	20:14:59	01:28:32	0,37
8	SAT.1	Verliebt in Berlin – Das Ja-Wort	Fr	01.09.2006	20:14:31	01:30:08	0,35
9	ProSieben	(T)Raumschiff Surprise – Periode 1	So	05.11.2006	20:14:43	01:29:20	0,30
10	ARD	Rose unter Dornen Folge 2	Fr	06.01.2006	20:15:22	01:29:48	0,29
11	ZDF	„Neger, Neger, Schornsteinfeger“ Folge 1	So	01.10.2006	20:15:11	01:28:51	0,29
12	SAT.1	Das Wunder von Bern	So	30.04.2006	20:14:34	01:46:02	0,28
13	ProSieben	Fluch der Karibik	So	15.10.2006	20:15:02	02:08:33	0,26
14	SAT.1	Verliebt in Berlin – Die Stars	Fr	01.09.2006	22:20:23	00:29:10	0,25
15	RTL	Die Liga der außergewöhnlichen Gentlemen	So	05.02.2006	20:15:58	01:38:27	0,24
16	SAT.1	Das Dschungelbuch 2	Sa	27.05.2006	20:14:49	01:06:04	0,23
17	RTL	Dieter – Der Film	Sa	04.03.2006	20:15:21	01:23:24	0,22
18	RTL II	Battlestar Galactica I	Mi	01.02.2006	20:14:03	01:29:12	0,22
19	VOX	C.S.I. Folge 117	Mi	31.05.2006	22:03:44	00:37:12	0,22
20	VOX	C.S.I. Folge 116	Mi	31.05.2006	21:11:24	00:42:28	0,20
21	SAT.1	Verliebt in Berlin – Der Countdown	Fr	01.09.2006	19:16:42	00:46:57	0,20
22	ZDF	Wilsberg	Sa	04.02.2006	20:15:24	01:28:19	0,20
23	ZDF	Eine Liebe in Königsberg	So	02.04.2006	20:16:11	01:28:10	0,20
24	RTL	Der Herr der Ringe – Die zwei Türme	So	16.04.2006	20:15:58	02:46:58	0,20
25	ProSieben	Bully Spezial					
		– „(T)Raumschiff Surprise – Periode 1“	So	05.11.2006	22:20:39	00:45:48	0,19
26	SAT.1	Verliebt in Berlin Folge 323	Mi	07.06.2006	20:14:41	00:22:10	0,19
27	SAT.1	Verliebt in Berlin Folge 324	Mi	07.06.2006	20:44:48	00:21:09	0,19
28	ZDF	Inspector Lynley	So	02.04.2006	22:02:22	01:27:33	0,19
29	ZDF	Im Tal der wilden Rosen					
		– Was das Herz befiehlt	So	29.01.2006	20:15:41	01:28:14	0,18
30	ARD	Störtebeker Folge 2	So	16.04.2006	20:15:08	01:29:58	0,18

Sendeteile zusammengefasst, Sendelänge > 5 min.

Quelle: AFG/GfK PC#TV, Panel D+EU.

wiedergegebenen Videoaufzeichnungen im Jahr 2006 zeigt, welche Produktionen am beliebtesten waren (vgl. Tabellen 8 und 9).

**WM-Dokumentation
„Deutschland: Ein
Sommermärchen“ in
beiden Listen (mit
an der Spitze**

In beiden Hitlisten nimmt eine Produktion eine herausragende Stellung ein, die von der sonst üblichen Dominanz des Fiktionalen abweicht. Dabei handelt es sich um die Dokumentation zur deutschen Fußballweltmeisterschaft „Deutschland: Ein Sommermärchen“. Regisseur Sönke Wortmann zeigt in seinem Film den Weg der deutschen Nationalmannschaft durch das Turnier. Das insgesamt gute Endergebnis und der besondere Verlauf der WM haben dazu beigetragen, dass diese Dokumentation in der Kinoauswertung und in der Fernsehauswertung durch die ARD im Dezember 2006 zu einem echten Publikumsmagneten geworden ist.

**Auch TV-Mehrteiler
zu historischen
Ereignissen erfolg-
reich**

Des Weiteren finden sich unter den Top 30 zwei Fernseherteiler, die 2006 besonderes Interesse in der Öffentlichkeit gefunden haben: der vom ZDF gesendete Kriegsfilm „Dresden“ und die von RTL gesendete Produktion „Die Sturmflut“. Beide Fernseherteiler beschreiben historische Ereignisse.

Neben Kinofilmen, die häufig aufgenommen und wiedergegeben wurden (beispielsweise „(T)Raumschiff Surprise“ (ProSieben), „Fluch der Karibik“ (ProSieben), „Dieter der Film“ (RTL)), sind auch Folgen der Serie „Verliebt in Berlin“ (SAT.1) gut platziert. Generell haben die reinen Spielfilme im Vergleich zu den Vorjahren – in denen sie fast ausschließlich die Aufnahme- und Wiedergabelisten beherrschten – etwas an Bedeutung bei den VHS-Eigenaufnahmen verloren. (14)

Fazit und Ausblick

Die Gesamtbilanz der Home-Entertainment-Branche fällt auch 2006 nicht schlecht aus. Trotz leichter Umsatzrückgänge blickt man daher optimistisch in die Zukunft. Auf der technischen Ebene hat sich die DVD als Träger- und Archivmedium endgültig durchgesetzt, sei es für die Veröffentlichung von AV-Produkten jeglicher Art, als nahezu verschleißfreies Medium im Verleih oder im (meist illegalen) Bereich der Reproduktion und Kopie. Raubkopien

**Videobranche
blickt optimistisch
in die Zukunft**

⑨ Die 30 am häufigsten wiedergegebenen Fernsehsendungen 2006

Platz	Sender	Titel	Tag	Datum	Beginn	Dauer	Zuschauer in Mio
1	RTL	Die Sturmflut (2)	Mo	20.02.2006	20:17:40	01:28:24	0,32
2	ARD	Deutschland. Ein Sommermärchen	Mi	06.12.2006	20:16:32	01:44:31	0,31
3	SAT.1	Matilda Wdh	Di	03.10.2006	16:02:56	01:33:43	0,24
4	SAT.1	Verliebt in Berlin – Das Ja-Wort	Fr	01.09.2006	20:14:31	01:30:08	0,23
5	ZDF	Dresden Folge 2	Mo	06.03.2006	20:16:07	01:26:49	0,22
6	ARD	Rose unter Dornen Folge 2	Fr	06.01.2006	20:15:22	01:29:48	0,22
7	RTL	Die Sturmflut (1)	So	19.02.2006	20:16:00	01:28:26	0,20
8	ZDF	„Neger, Neger, Schornsteinfeger“ Folge 2	Mo	02.10.2006	20:14:59	01:28:32	0,19
9	ZDF	Dresden Folge 1	So	05.03.2006	20:25:07	01:27:02	0,19
10	VOX	C.S.I. Folge 117	Mi	31.05.2006	22:03:44	00:37:12	0,18
11	ProSieben	Fluch der Karibik	So	15.10.2006	20:15:02	02:08:33	0,18
12	RTL	Hinter Gittern – Der Frauenknast Folge 395	Mo	04.12.2006	01:09:44	00:45:37	0,17
13	VOX	C.S.I. Folge 116	Mi	31.05.2006	21:11:24	00:42:28	0,16
14	ARD	Sturm der Liebe Folge 278	Do	07.12.2006	15:09:25	00:47:59	0,16
15	ARD	Sturm der Liebe Folge 287	Mi	20.12.2006	15:10:25	00:46:50	0,16
16	RTL	Dieter – Der Film	Sa	04.03.2006	20:15:21	01:23:24	0,15
17	ARD	Sturm der Liebe Folge 285	Mo	18.12.2006	15:09:45	00:46:50	0,15
18	ARD	Tatort	So	05.02.2006	20:15:07	01:27:46	0,15
19	ZDF	Rosamunde Pilcher: Land der Sehnsucht	So	22.01.2006	20:17:08	01:26:42	0,15
20	ARD	Um Himmels Willen Folge 65	Di	04.04.2006	20:15:58	00:48:17	0,15
21	ProSieben	(T)Raumschiff Surprise – Periode 1	So	05.11.2006	20:14:43	01:29:20	0,15
22	ARD	Verbotene Liebe Folge 2808	Mi	22.11.2006	17:55:48	00:23:28	0,15
23	ARD	Sturm der Liebe Folge 274	Fr	01.12.2006	15:09:19	00:48:23	0,14
24	ARD	Um Himmels Willen Folge 63	Di	21.03.2006	20:16:16	00:48:00	0,14
25	ProSieben	Endlich Sex!	Do	16.02.2006	20:15:55	01:33:28	0,14
26	ARD	Sturm der Liebe Folge 284	Fr	15.12.2006	15:11:01	00:47:33	0,14
27	ARD	Sturm der Liebe Folge 279	Fr	08.12.2006	15:09:15	00:47:56	0,14
28	ARD	Sturm der Liebe Folge 124	Do	06.04.2006	15:08:40	00:48:59	0,14
29	ARD	Verbotene Liebe Folge 2651	Do	16.03.2006	17:56:13	00:23:23	0,14
30	SAT.1	Das Wunder von Bern	So	30.04.2006	20:14:34	01:46:02	0,14

Sendeteile zusammengefasst, Sendelänge > 5 min.

Quelle: AFG/GfK PC#TV, Panel D+EU.

bleiben ein ernsthaftes Problem der Videobranche. Dazu kommen verstärkt illegale Downloads aus dem Internet, die wiederum vielfach auf DVD gebrannt Verbreitung finden. Anstrengungen der Fachverbände BVV und IVD zielen auf ein gesteigertes Problembewusstsein in der Öffentlichkeit und eine verstärkte Verfolgung von Verstößen. Legale Download-Plattformen sollen zudem eine attraktive Alternative darstellen.

**Strukturwandel:
Neue Vertriebswege
werden immer
wichtiger**

Unter dem Gesichtspunkt eines Strukturwandels im Home-Entertainment-Bereich gewinnt die Frage künftig an Bedeutung, welcher Inhalt über welchen Verbreitungsweg (Videothek, traditionelle Verkaufsstelle, Onlinehandel/-Plattform, IP-TV etc.) den Interessenten erreicht. In den Nutzungsdaten lassen sich Anhaltspunkte dafür finden, dass von den diversen neuen Möglichkeiten des Erwerbs und Entleihens audiovisueller Inhalte auch Gebrauch gemacht wird. Als ein Beispiel für eine derartige Entwicklung kann gelten, dass 2006 etwa jeder vierte Euro (23%) im DVD-Handel bei Onlinebuchhändlern (Amazon.de, Weltbild.de, Temeon.de u.a.)

erwirtschaftet wurde. (15) Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies ein Umsatzplus von etwa 7 Prozent.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. BVV Business Report 2006/07, Vorwort.
- 2) Vgl. BVV Business Report 2006/07, S. 1.
- 3) Vgl. IVD Geschäftsbericht 2006, S. 3f.
- 4) Vgl. IVD Geschäftsbericht 2006, S. 6.
- 5) Vgl. IVD Geschäftsbericht 2006, S. 13 sowie IVD Geschäftsbericht 2005.
- 6) Vgl. BVV Business Report 2006/07, S. 17.
- 7) Vgl. Goldmedia: IPTV 2010. Marktpotenziale für IP-basiertes Fernsehen in Deutschland. Berlin 2006.
- 8) Vgl. BVV Business Report 2006/07, S. 3.
- 9) Der Bundesverband audiovisuelle Medien veröffentlicht ebenfalls DVD- und VHS-Charts, die auch im Internet wöchentlich aktuell unter der Adresse www.bvv-medien.de abgerufen werden können. Diese Daten werden von der GfK qua Befragung im sog. Consumer Panel erhoben. Aufgrund der unterschiedlichen Datenquellen und Datengrundlagen kommt es zu Abweichungen in den Jahresrangfolgen von media control und GfK. In diesem Artikel wird primär auf die Listen der Firma media control Bezug genommen.
- 10) Vgl. Turecek, Oliver/Andreas Grajczyk/Gunnar Roters: Videomarkt und Videonutzung 2004. Gute Marktlage trotz Strukturwandels und Raubkopien. In: Media Perspektiven 11/2005, S. 582-589.
- 11) Vgl. BVV Business Report 2006/07, S. 11.
- 12) Vgl. BVV Business Report 2006/07, S. 8.
- 13) Daten laut eigener Berechnungen aus dem Fernsehpanel; Basis ist jeweils das Fernsehpanel D+EU.
- 14) Vgl. Turecek/Grajczyk/Roters (Anm. 10), S. 587.
- 15) Vgl. BVV Business Report 2006/07, S. 6.

