

Videomarkt und Videonutzung 2013

▶ Rekordbilanz für Home-Entertainment-Branche

Von Gunnar Roters* und Oliver Turecek*

Home-Entertainment-Branche erzielt bestes Ergebnis ihrer Geschichte

Neun Jahre hat es gedauert, bis die deutsche Home-Entertainment-Branche ihren Rekordumsatz aus dem Jahr 2004 von 1,74 Mrd Euro übertreffen konnte. Mit einem Gesamtmarktumsatz in Höhe von 1,76 Mrd Euro konnte sie 2013 das beste Ergebnis ihrer Geschichte einfahren. Erstaunlicherweise ist dies jedoch weniger auf die moderat anwachsenden Online-Verkaufumsätze in Höhe von 52 Mio Euro (nach 46 Mio Euro in 2012) zurückzuführen als auf die weiterhin stark ansteigende Nachfrage nach physischen Produkten. Im Verleihmarkt liegt der Anteil digitaler Verleihumsätze nach einem weiteren Umsatzanstieg von 32 Prozent (nach 77 Mio Euro in 2012) mit 102 Mio Euro mittlerweile bei einem Drittel des gesamten Vermietergebnisses in Höhe von 312 Mio Euro.

Anhand aktueller Markt- und Nutzungsdaten sollen nachfolgend der deutsche Videomarkt und die Videonutzung im Jahr 2013 beschrieben werden. Grundlage hierfür bilden die Verleih- und Absatzzahlen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), die im Auftrag verschiedener Fachverbände (u.a. dem Bundesverband Audiovisuelle Medien, BVV) erhoben wurden, sowie eigene Berechnungen aus dem Datensatz des AGF/GfK-Fernsehpanels mittels der Auswertungssoftware TV Scope.

Umsätze der Videobranche 2013

Während die DVD mit einem Umsatz von 984 Mio Euro nach 1,02 Mrd Euro im Jahr 2012 leicht unter Vorjahresniveau notierte, konnte dieser Umsatzrückgang durch eine Steigerung des Blu-ray-Absatzes auf 410 Mio Euro Umsatz (nach 343 Mio Euro im Vorjahr) kompensiert werden (vgl. Tabelle 1). Der Durchschnittspreis einer DVD fiel um 2 Prozent von 11,39 Euro in 2012 auf 11,20 Euro und der einer Blu-ray-Scheibe im Schnitt um 6 Prozent von 14,86 Euro auf 14,00 Euro. In vielen Elektronikmärkten oder bei Onlinehändlern gibt es Blu-ray-Discs und DVDs – je nach Aktualität – allerdings auch schon für 10 Euro und weniger.

Umsatzanteil digitaler Inhalte bei 9 Prozent

Die ansteigende Nachfrage nach physischen und digitalen Videokaufprodukten führte mit 122,2 Millionen Stück auch zu einer bisher unerreichten Anzahl verkaufter Einheiten (eine Steigerung um 4% nach 117,4 Millionen Stück in 2012). Insgesamt ist der Digitalumsatz aus Verleih und Verkauf filmischer Inhalte von 123 Mio Euro auf 154 Mio Euro in 2013 um 25 Prozent angewachsen. Bei

einem Gesamtmarktumsatz in Höhe von 1,76 Mrd Euro liegt der Anteil digitaler Inhalte somit bei 9 Prozent.

Beim Verleihmarkt liegt der Anteil digitaler Verleihumsätze nach einem weiteren Umsatzanstieg um 32 Prozent (nach 77 Mio Euro in 2012) mit 102 Mio Euro mittlerweile bei einem Drittel (33%) des gesamten Vermietergebnisses in Höhe von 312 Mio Euro. Diese Onlineumsätze verteilen sich auf die digitalen Abo-Modelle (Subscriptional Video-on-Demand, SVoD) mit 34 Mio Euro und einer Zuwachsrate von 55 Prozent und auf die digitalen Einzelabrufe (Transactional Video-on-Demand, TVoD) mit Zuwachsraten von 24 Prozent und insgesamt 68 Mio Euro Umsatz.

Ein deutlicher Konzentrationsprozess hat sich in den vergangenen Jahren bezüglich der Vertriebswege abgezeichnet: im Jahr 2013 wurden jeweils 35 Prozent der Umsatzanteile über die Vertriebskanäle Internet und Elektrofachmärkte erwirtschaftet.

Video-on-Demand

Der Bereich mit dem stärksten Wachstum auf dem deutschen Bewegtbildmarkt ist laut einer Präsentation des VPRT auf dem Medienforum NRW 2014 (1) nach wie vor Video-on-Demand (VoD): Auf allen Plattformen steigt die Nachfrage, die Grenzen zwischen linearen und nonlinearen Angeboten verschwimmen allerdings immer mehr. Das Angebot auf dem deutschen VoD-Markt ist mit mehreren tausend Web-TV- und VoD-Angeboten zudem stark fragmentiert und in seiner Vielfalt kaum noch zu überblicken. Das Spektrum reicht von den Mediatheken der Fernsehveranstalter über die Catch-Up-TV-Angebote der Netz- und Plattformbetreiber, die großen Videoplattformen (MyVideo, Clipfish, Sky und Maxdome) bis hin zu Videoangeboten einzelner Publisher. Um sich in dieser Angebotsfülle zurechtzufinden, sind die Nutzer zunehmend auf Navigationshilfen wie EPGs angewiesen.

Der amerikanische Videodienst Netflix hat angekündigt, Ende 2014 sein Angebot nun auch in Deutschland zu starten. Netflix hat weltweit 48 Millionen Abonnenten, fast drei Viertel davon in den USA. Der Konzern geht aber davon aus, dass das Ausland irgendwann mehr Umsatz bringt als der Heimatmarkt. 2011 begann Netflix mit der Expansion nach Europa und brachte seinen Dienst unter anderem nach Großbritannien und Skandinavien. Der angekündigte Start in Deutschland, Frankreich, Österreich, der Schweiz, Belgien und Luxemburg ist der nächste große Schritt.

Netflix wurde 1997 gegründet und agierte zunächst als Versanddienst, der seinen Kunden gegen eine monatliche Gebühr DVDs per Post nach Hause lieferte, die sie beliebig lange behalten

Starker Zuwachs des digitalen Verleihs

VoD wächst weiterhin stark

Netflix startet Ende des Jahres in Deutschland

* SWR Medienforschung/Programmstrategie.

Tab. 1 Umsatzentwicklung im Videomarkt 2003 bis 2013
in Mio Euro (Endverbraucherpreise)

Jahr	Gesamtumsatz	Verleih					Verkauf			
		DVD	Blu-ray	VHS	TVoD ¹⁾	SVoD ²⁾	DVD	Blu-ray	VHS	Digital
2003	1 555	212	–	90	–	–	1 053	–	199	–
2004	1 747	272	–	34	–	–	1 323	–	117	–
2005	1 686	315	–	5	–	–	1 322	–	44	–
2006	1 591	283	–	1	–	–	1 295	–	12	–
2007	1 612	271	1	–	3	–	1 318	14	4	–
2008	1 574	260	5	–	6	–	1 253	48	1	2
2009	1 659	242	15	–	13	–	1 261	120	1	8
2010	1 666	217	24	–	21	–	1 193	191	1	22
2011	1 690	194	37	–	32	–	1 127	268	–	33
2012	1 707	173	49	–	55	22	1 018	343	–	46
2013	1 757	158	52	–	68	34	984	410	–	52

1) TVoD = Transactional Video-on-Demand (Inhalte werden nach Einzelabruf abgerechnet).

2) SVoD = Subscriptional Video-on-Demand (Abrechnung erfolgt pauschal, z.B. monatlich).

Quelle: GfK im Auftrag der FFA.

konnten. In den vergangenen Jahren hat sich das Gewicht aber mehr und mehr auf das Streamen von Filmen verlagert. In jüngster Zeit hat sich Netflix auch als Produzent eigener Inhalte wie den Serien wie „House of Cards“ oder „Orange Is the New Black“ etabliert. (2)

Nutzung der jederzeit auf Abruf verfügbaren Angebote steigt

Im vergangenen Jahr haben sich laut ARD/ZDF-Onlinestudie (3) bereits 74 Prozent der Onlinenutzer mindestens gelegentlich Videos im Netz angesehen, am häufigsten auf Videoportalen (60 %), gefolgt von zeitversetzter TV-Nutzung (36 %), Mediatheken (28 %) oder auch als Live-TV im Netz (26 %). Die privaten TV- und Videowebsites erreichten auf Basis von AGOF-Daten im März 2014 über 30 Millionen Unique User in Deutschland. Seit Anfang 2014 wird von der AGF zudem die Nutzung einzelner Videostreams in wöchentlichen Hitlisten veröffentlicht. Demnach erreichten zum Beispiel in der 18. Kalenderwoche Sendungen auf RTL NOW 917 954 Abrufe, Sendungen von Pro Sieben gar 1 713 643 Abrufe – dies vor allem durch die jüngste Staffel von „Germany's Next Topmodel“. (4)

VPRT rechnet im VoD-Segment mit starkem Wachstum

Vor diesem Hintergrund verwundert es nicht, daß die VoD-basierten Umsätze in Deutschland mittlerweile ein signifikantes Niveau erreicht haben. In Deutschland wurden 2013 nach Schätzungen des VPRT bereits 360 Mio Euro Erlöst, davon ca. 200 Mio Euro im Bereich der werbefinanzierten VoD-Angebote (Instream-Videowerbung). (5) Laut GfK wurden über 100 Mio Euro mit Bezahlangeboten auf Abruf (Subscriptional und Transactional Video-on-Demand) und zusätzliche Erlöse aus digitalen Verkäufen (Download-to-own) in Höhe von knapp 60 Mio Euro erzielt. (6) Für die kommenden Jahre stellen

sich die Marktteilnehmer nach Einschätzung des VPRT auf weiteres Wachstum in den VoD-Segmenten ein. Die TV-Anbieter bauen dementsprechend ihre konvergenten und interaktiven Angebote weiter aus. Zudem sind Markteintritte aus diversen Industriezweigen zu verzeichnen. Schon heute investieren Netz- und Plattformbetreiber, Gerätehersteller, Verlage und globale Netzanbieter in eigene Bewegtbildaktivitäten, was eine hohe Wettbewerbsintensität am Rechtemarkt, am Werbemarkt und natürlich im Wettstreit um die Aufmerksamkeit der Nutzer zur Folge haben wird.

Einschränkend muss jedoch hinzugefügt werden, dass sich der Anteil der digitalen Videonutzung am Gesamtgeschäft der Bewegtbildbranche nur schwer beziffern lässt – der Markt zeichnet sich nicht gerade durch Transparenz aus. Hinzu kommt das Phänomen, dass etwa die Gruppe der unter 30-Jährigen bei den Fernsehanbietern gleich doppelt präsent ist, da sie während des Fernsehens oftmals noch Tablet oder Smartphone zur Hand haben. (7)

Videoverleihmarkt und illegale Filmanbieter

Nach Angaben des Bundesverbandes Audiovisuelle Medien e.V. (BVV) geht das langsame Sterben der stationären Bezugswege wie klassische Videothek und der Automatenverleih unvermindert weiter. Gute Zeiten wie im Jahr 1990, als es noch rund 9 500 Videotheken in Deutschland gab, sind lange vorbei: Ende 2013 standen 1 740 herkömmlichen Videotheken (Vorjahr: 2 027) 108 Automatenvideotheken (Vorjahr: 181) gegenüber. Waren es 2012 noch 85 Millionen Ausleihen über diese Wege, ging die Zahl 2013 auf 77,2 Millionen zurück. Der Verband gibt den Umsatz aus Spielfilmverleihen im Jahr 2013 mit 210 Mio Euro an, das sind 6 Prozent weniger als im Jahr zuvor. (8)

Der Niedergang hat mittlerweile auch sogenannte Filmkunstvideotheken erreicht. Die Stuttgarter Filmgalerie 451, die Tiefenschärfe in Mön-

Weiterer Rückgang bei Verleihvorgängen und Umsatz in Videotheken

chengladbach oder die Filmgalerie in Düsseldorf, die sich über Jahre als ein Treffpunkt für Cineasten etabliert hatten, mussten allesamt in den vergangenen beiden Jahren schließen. Neben dem wirtschaftlichen Druck kommt hinzu, dass das Filmkunstangebot, verglichen mit England oder Frankreich, in Deutschland eher klein ist. (9)

Es darf auch nicht außer Acht gelassen werden, dass viele große Filmstudios eine völlig andere Distributionspolitik verfolgen als in früheren Jahren. Während in den 1980er oder 1990er Jahren ein Film (nach der Kinopremiere) zuerst in der Videothek angeboten wurde und dann in den Verkauf gelangte, machen viele Anbieter hier keinen Unterschied mehr. Die Studios möchten schließlich mit den Filmen, die sie finanzieren, auch gerne an der weiteren Verwertung verdienen. Je länger aber der zeitliche Abstand zwischen Kino- und DVD-/Internetauswertung ist, desto größer ist die Gefahr, dass sich die Zuschauer Filme bereits auf illegalem Weg besorgt haben.

Illegale Filmanbieter bleiben großes Problem der Branche

Die systematischen Verletzungen von Urheberrechten in Form von illegalen Filmdownloads sind nach wie vor ein großes Problem der Bewegtbildbranche. Zum Standardrepertoire der Seitenbetreiber mit illegalen Inhalten zählen intransparente Strukturen, undurchsichtige Firmengeflechte, das Anmieten von Speicherkapazitäten in Ländern mit unzureichender Rechtsdurchsetzung sowie die Vermietung von Werbeflächen an dubiose Diensteanbieter.

Eine vom Videofachhandel in Auftrag gegebene und durch die Filmförderanstalt (FFA) unterstützte Studie (10) hat die Nutzung von Zahlungsdienstleistern bei der illegalen Verbreitung urheberrechtlich geschützter Werke im Internet untersucht. Sie kommt zu dem Ergebnis, dass die meist anonymen Betreiber der Share- und Videohoster das gesamte Spektrum moderner Bezahlssysteme ausschöpfen, um sich ihre Dienste vom Endverbraucher bezahlen zu lassen – bei durchschnittlichen Gebühren von 8,30 Euro für ein Monats- und 54,30 Euro für ein Jahresabo ein Millionengeschäft für die Hoster.

Einnahmequellen der illegalen Videoanbieter

Im Rahmen der Studie wurden insgesamt 55 Video- und Sharehoster untersucht. Haupteinnahmequellen sind zum einen die Werbung, die in 89 Prozent der Angebote zu finden ist, zum anderen die Bezahlung durch den Konsumenten, die in 69 Prozent der Raubkopieplattformen zum Tragen kommt. 13 Prozent der untersuchten Portale setzen gar ausschließlich auf dieses Finanzierungsmodell. Die Hoster bieten ihren Kunden verschiedenste Bezahlmethoden an, am häufigsten über Kreditkarten, Prepaidkarten oder Überweisungen. Dabei können die Nutzer von Sharehostern unter mehr Zahlungsarten und -Anbietern auswählen als die Nutzer von Videohostern. Allen gemein ist aber, dass für den Nutzer meist nicht ersichtlich ist, wohin sein Geld tatsächlich fließt. Anerkannte Zahlungsdienstleister wie Micropayment, Paymentwall oder Docdata bieten den Hostern die Möglichkeit, über ihre Kon-

ten am normalen Zahlungsverkehr teilzunehmen und erwecken den Eindruck, dass der Zahlungsvorgang in einem seriösen Umfeld stattfindet.

Auch beim Thema Jugendschutz kommt die Untersuchung zu keinem guten Ergebnis. 95 Prozent der Hoster ignorieren die Jugendschutzvorgaben bei Filmen, 61 Prozent bieten sogar vollkommen frei zugängliche pornografische Inhalte über ihre Plattformen an.

Hits im Verkauf und Verleih 2013

Eine Jahreszusammenfassung der Verleih- und Verkaufscharts 2013 enthalten die Tabellen 2 und 3. Wöchentlich werden diese Daten auch auf Plakaten in Videotheken und auf verschiedenen Internetseiten veröffentlicht. (11) Im vergangenen Jahr hat Peter Jacksons „Herr der Ringe“-Prequel „Der Hobbit – Eine unerwartete Reise“ im physischen Kaufmarkt alle anderen Titel hinter sich gelassen. Am zweithäufigsten wurde das jüngste James-Bond-Abenteuer „Skyfall“ als Bildtonträger vor dem Abschluss der Vampir-Romanze „Breaking Dawn – Bis(s) zum Ende der Nacht, Teil 2“ auf dem dritten Rang verkauft.

Im physischen Verleihmarkt hat sich Quentin Tarantinos Western „Django Unchained“ auf Platz eins gesetzt. An zweiter Stelle folgt „Der Hobbit – Eine unerwartete Reise“ vor „Skyfall“ an dritter Position. Die Digitalcharts werden dagegen vom Science-Fiction-Epos „Oblivion“ vor „Der Hobbit – Eine unerwartete Reise“ und „Skyfall“ auf dem dritten Rang angeführt.

Exkurs: Kinobilanz 2013

In den deutschen Kinos wurde mit 1,02 Mrd Euro im vergangenen Jahr zum zweiten Mal in Folge die Umsatzmilliarde überschritten (2012: 1,03 Mrd). Während die Besucherzahlen mit 129,7 Millionen (minus 4 %) wie auch der Umsatz (minus 1 %) leicht rückläufig waren, konnte der deutsche Film kräftig zulegen: Mit 33,6 Millionen Besuchern (Vorjahr 24,0 Mio) wurde an den Kinokassen mehr als jede vierte Kinokarte für einen deutschen Film gelöst. Das verdankt die Branche vor allem dem Film „Fack Ju Göthe“, der mit 5,6 Millionen Besuchern zugleich erfolgreichster Film des Jahres 2013 war (vgl. Tabellen 4 und 5). Das war seit „Keinohrhasen“ im Jahr 2008 keinem deutschen Film mehr gelungen. Platz zwei der Jahrescharts belegt das Sequel „Der Hobbit: Smaugs Einöde“ (4,6 Mio Besucher) vor Quentin Tarantinos Westernparodie „Django Unchained“ (4,5 Mio). Mit „Kokowääh 2“ und „Schlussmacher“ waren zwei weitere deutsche Produktionen mit 2,7 bzw. 2,6 Millionen Besuchern unter den zehn erfolgreichsten Filmen des Jahres vertreten. Insgesamt erreichten sieben deutsche Filme mehr als eine Million Besucher.

**95 Prozent der
Illegalen ignorieren
Jugendschutz**

**Erneut Kinoumsatz
von über 1 Mrd Euro**

Tab. 2 Beliebteste Titel im Videokaufmarkt (Blu Ray/DVD) 2013

Rang	Titel
1	Der Hobbit: Eine unerwartete Reise
2	James Bond 007 – Skyfall
3	Breaking Dawn – Biss zum Ende der Nacht, Teil 2
4	Django Unchained
5	The Expendables 2 – Back for War
6	Ich – Einfach unverbesserlich
7	Ich – Einfach unverbesserlich 2
8	Iron Man 3
9	Madagascar 3: Flucht durch Europa
10	Fast & Furious 6

Quelle: GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA.

Tab. 3 Beliebteste Titel im Videoleihmarkt (Blu Ray/DVD) 2013

Rang	Titel
1	Django Unchained
2	96 Hours – Taken 2
3	Der Hobbit: Eine unerwartete Reise
4	The Expendables 2 – Back for War
5	Jack Reacher
6	Oblivion
7	Flight
8	Hänsel & Gretel: Hexenjäger
9	Parker
10	Das Bourne Vermächtnis

Quelle: GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA.

3D-Filme mit Marktanteil von rund einem Viertel

Der 3D-Film erreichte 2013 mit 31,3 Millionen Besuchern einen Marktanteil von 24,4 Prozent. Insgesamt liefen im letzten Jahr in den deutschen Kinos 48 3D-Filme an, acht mehr als im Jahr zuvor. 33 davon waren US-amerikanische, acht deutsche und sieben europäische Produktionen. Erfolgreichster 3D-Film des Jahres 2013 war „Der Hobbit: Smaugs Einöde“ mit 3,6 Millionen Besuchern. (12)

Ausstattung privater Haushalte mit Unterhaltungselektronik

DVD- und Festplattenrecordernutzung im GfK-Fernsehpanel

Eine Zeitreihen-Analyse der Ausstattungsquoten privater Haushalte mit Medientechnik zeigt im Jahresvergleich 2012 und 2013 sehr stabile Werte bezogen auf den traditionellen Fernseher (vgl. Tabelle 6). Mit 97,2 Prozent 2013 ist eine Vollausstattung der Haushalte seit Jahren nahezu gegeben. Ein leichter Anstieg ist lediglich bei Zweitgeräten zu verzeichnen. Deutlich fällt außerdem im Jahresvergleich der Anstieg bei der Ausstattung mit Flach-

bildschirmen aus. Mit 77 Prozent verfügen nun mehr als drei Viertel der Haushalte – im Vergleich zu knapp 70 Prozent 2012 – über einen Flachbildfernseher. Dieser Steigerungswert entspricht gleichzeitig dem Ausmaß aller Neuanschaffungen, da andere Geräte nicht mehr auf dem Markt sind.

Analog verhält es sich bei der Ausstattung mit Videorecordern und DVD-Geräten. Da analoge Videorecorder seit Jahren kaum mehr auf dem Markt sind, sinkt die Ausstattungsquote kontinuierlich ab. Digitale DVD-Player und -Recorder stellen eine Alternative dar und verzeichnen eine positive Entwicklung. Zunehmend werden aber auch durch moderne Fernsehgeräte oder Kabel- und Sat-Receiver Möglichkeiten geboten, Fernsehsendungen direkt auf einen USB-Stick bzw. eine externe Festplatte aufzuzeichnen. Diese Technik macht besonders den klassischen Festplattenrecorder Konkurrenz. Dennoch steigt die Verbreitung dieser Geräte in Privathaushalten weiterhin leicht an (vgl. Tabelle 6).

Ein vermehrter Bedarf und ein gesteigertes Kaufinteresse an Aufzeichnungsgeräten wird häufig auch mit sportlichen Großereignissen – Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften – in Verbindung gebracht. Immer wenn Liveübertragungen wegen des weit entfernten Ereignisorts für europäische Verhältnisse zu ungünstigen Tageszeiten stattfinden, wird ein größerer Bedarf an Speichergeräten unterstellt.

Zeitunabhängig verfügbare Online-Mediatheken von ARD und ZDF sowie Online-Video-Plattformen (YouTube etc.) dürften künftig in diesem Zusammenhang eine zunehmend wichtigere Rolle spielen.

Standardmäßig werden im GfK-Fernsehpanel drei unterschiedliche Nutzungsformen von Fernsehhalten zur Reichweitenberechnung herangezogen. Es handelt sich dabei um die so genannte Realtime-Nutzung, das zeitverzögerte sowie das zeitversetzte Fernsehen. Das Unterscheidungskriterium dieser unterschiedlichen Formen des Fernsehens ist der Zeitpunkt der Nutzung. Als Realtime-Nutzung bezeichnet man den zum Ausstrahlungszeitpunkt stattfindenden Nutzungsvorgang. Zeitverzögerte und zeitversetzte Nutzung erfassen das Ansehen von Sendungen in einem zeitlichen Abstand von bis zu drei Tagen. (13)

Demgemäß entspricht der Wiedergabe von Bewegtbildinhalten in privaten Haushalten am ehesten die zeitverzögerte und zeitversetzte Nutzung des Fernsehens. Allerdings ist eine Zuordnung zum jeweiligen Aufnahme- bzw. Speichergerät (VHS-Videorecorder, Blu-ray/DVD-Recorder, Festplattenrecorder, Memorystick oder interner Speicher des Fernsehers bzw. Digitalreceivers) mit der derzeitigen Version der Auswertungssoftware TV Scope nicht möglich. Diese und weitere Informationen zur AV-Nutzung sind zwar im Originaldatensatz des GfK-Panels vorhanden, aber nur mit erheblichem Aufwand zugänglich. An dieser Stelle wird aus Kostengründen auf eine Standardanalyse zurückgegriffen, wie sie AGF-Mitgliedern möglich ist.

Zeitverzögertes und zeitversetztes Fernsehen

Tab. 4 Deutsche Filmhitliste 2013

Rang	Titel	Land	Start	Verleiher	Besucher
1	Fack Ju Göthe (Spielfilm/Komödie)	D	07.11.13	Constantin	5 622 273
2	Kokowääh 2 (Spielfilm/Komödie)	D	07.02.13	Warner Bros.	2 749 139
3	Schlussmacher (Spielfilm/Komödie)	D	10.01.13	20th Century Fox	2 569 847
4	Hänsel und Gretel: Hexenjäger (Spielfilm/Fantasy/Märchen)	USA, D	28.02.13	Paramount	1 345 264
5	Frau Ella (Spielfilm/Komödie)	D	17.10.13	Warner Bros.	1 198 411
6	Fünf Freunde 2 (Kinderfilm/Abenteuer)	D	31.01.13	Constantin	1 131 838
7	Der Medicus (Spielfilm/Historienfilm)	D	25.12.13	Universal	1 019 881
8	Feuchtgebiete (Spielfilm/Komödie)	D	22.08.13	Majestic	945 128
9	Hanni & Nanni 3 (Kinderfilm/Abenteuer)	D	09.05.13	Universal	865 216
10	Ostwind – Zusammen sind wir frei (Kinderfilm/Abenteuer)	D	21.03.13	Constantin	844 581

Quelle: FFA.

Tab. 5 Internationale Filmhitliste 2013

Rang	Titel	Land	Start	Verleiher	Besucher
1	Fack Ju Göthe (Spielfilm/Komödie)	D	07.11.13	Constantin	5 622 273
2	Der Hobbit: Smaugs Einöde (Spielfilm/Fantasy/Märchen)	USA	12.12.13	Warner Bros.	4 598 732
3	Django Unchained (Spielfilm/Western)	USA	17.01.13	Sony	4 492 362
4	Ich – Einfach Unverbesserlich 2 (Kinderfilm/Animation/Zeichentrick)	USA	04.07.13	Universal	3 671 477
5	Die Tribute von Panem – Catching Fire (Spielfilm/Action)	USA	21.11.13	Studiocanal	3 454 421
6	Die Eiskönigin – Völlig unverfroren (Kinderfilm/Animation/Zeichentrick)	USA	22.11.12	Walt Disney	3 332 967
7	Hangover 3 (Spielfilm/Komödie)	USA	30.05.13	Warner Bros.	3 103 510
8	Fast & Furious 6 (Spielfilm/Action)	USA	23.05.13	Universal	2 864 866
9	Kokowääh 2 (Spielfilm/Komödie)	D	07.02.13	Warner Bros.	2 749 139
10	Schlussmacher (Spielfilm/Komödie)	D	10.01.13	20th Century Fox	2 569 847

Quelle: FFA.

Zeitversetzte Fernsehnutzung im Tagesverlauf

Die tageszeitliche Abfolge der zeitversetzten Nutzung von AV-Inhalten zeichnet sich seit Jahren durch hohe Stabilität aus. Die in Abbildung 1 dargestellten Tagesverläufe zeigen darüber hinaus deutliche Parallelen zur traditionellen Videorecordernutzung.

Die stärkste Nutzung fand 2013 – werktags und am Wochenende – in der Zeit zwischen 21.00 und 23.00 Uhr statt. Sonntags steigt die zeitversetzte Nutzung von AV-Inhalten auch in den Vormittagsstunden (ab ca. 10.00 Uhr) deutlich an und findet gegen 14.00 Uhr einen Höhepunkt. Gegenüber allen anderen Wochentagen verzeichnet der Sonntag allgemein die höchsten Nutzungswerte für das zeitversetzte Fernsehen. Samstage weisen demgegenüber deutlich geringere Werte auf. Besonders in der Hauptnutzungszeit am Abend schneidet der Samstag bezogen auf das zeitversetzte Fernsehen am schlechtesten ab. Einen Grund hierfür stellen zahlreiche Außer-Haus-Tätigkeiten dar, die primär am Samstag stattfinden: Gaststättenbesuche, Besuche bei Freunden, Kino- und Konzertbesuche.

Große Gemeinsamkeiten des Verlaufs der zeitversetzten Nutzung und der Realtime-Nutzung des Fernsehens sind unübersehbar. Der Nutzungshöhepunkt liegt bei der zeitversetzten Nutzung allerdings etwas in den Hauptabend verschoben um ca. 21.00 Uhr, während bei der klassischen Fernsehnutzung der Beginn der „Tagesschau“ um 20.00 Uhr weiterhin den Höhepunkt der tageszeitlichen Nutzungsabfolge darstellt.

Im Vergleich zu 2012 fallen die absoluten Nutzerzahlen des zeitversetzten Fernsehens auch 2013 geringfügig höher aus. Dies ist ein Trend, der sich im geringem Ausmaß seit Jahren abzeichnet. Dennoch spielt das zeitversetzte und zeitverzögerte Fernsehen verglichen mit der Realtime-Nutzung des Mediums eine weit ungeordnete Rolle. Inwiefern je-

Ähnlichkeiten im Verlauf von zeit- versetzter und Realtime-Nutzung

Tab. 6 Unterhaltungselektronik: Fernseh- und Videoausstattung¹⁾
in %

Personen aus Haushalten mit ...	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Fernsehgerät	98,0	98,1	98,0	97,9	97,9	97,7	97,7	97,0	97,2	96,9	97,0	96,9	97,2
ein Gerät	61,4	60,8	60,1	58,9	58,5	59,4	59,0	61,1	59,1	59,6	57,8	55,5	54,4
zwei und mehr Geräte	–	37,3	37,9	39,1	39,4	38,4	38,7	36,0	38,1	37,3	39,2	41,4	42,8
Mini-Fernseher/Watchman ³⁾	3,0	2,7	3,3	2,4	2,7	2,4	3,0	2,9	3,3	3,7	4,0	–	–
Fernseher mit Flachbildschirm ^{2) 3)}	–	–	–	–	5,2	7,4	13,0	20,8	32,1	47,1	57,9	69,3	77,2
Videorecorder ³⁾	67,8	61,5	63,5	67,0	67,8	64,6	61,1	57,5	55,2	49,4	49,6	48,0	45,5
DVD-Player ^{2) 3)}	–	–	–	–	51,1	55,7	58,6	64,1	64,0	55,2	55,9	55,6	57,4
DVD-Recorder ^{2) 3)}	–	–	–	–	16,8	20,4	25,7	18,8	19,6	20,6	22,9	24,3	24,0
Festplattenrecorder ^{2) 3)}	–	–	–	–	3,8	5,3	7,8	8,1	9,1	6,2	9,0	12,2	13,5

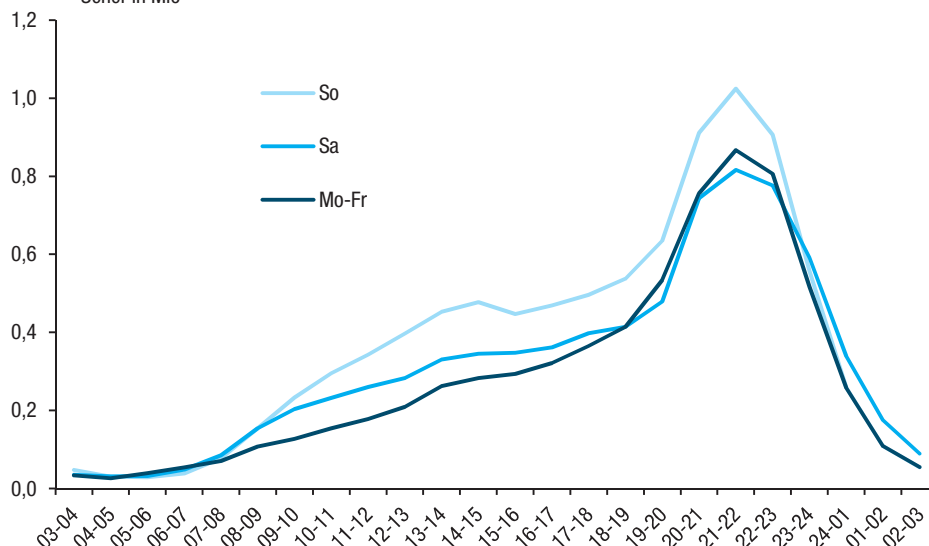
1) Basis: ma 2000 bis ma 2007: D14+; ma 2008 u. 2009: D+EU 10+, ab ma 2010: deutschsprachige Bevölkerung 10+.

2) Nicht in allen Jahren erhoben.

3) Ab 2010 nur in einer Welle der ma erhoben.

Quelle: Media Analyse, ma 2013 Radio II.

Abb. 1 Zeitversetzte Fernsehnutzung im Tagesverlauf 2013
Seher in Mio



Basis: Mindestens 1 Min. konsekutiv gesehen.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV Scope.

doch die geplante Messung der Onlinenutzung von Fernsehinhalten diese Feststellung durch zusätzliche Daten in einem anderen Licht erscheinen lässt, kann zum jetzigen Zeitpunkt nicht beantwortet werden.

Beliebteste TV-Sendungen bei der zeitversetzten Nutzung

Die „Tatort“-Reihe ist eine der erfolgreichsten Produktionen des deutschen Fernsehens. Diese Aussage spiegelt sich auch in der Jahreshitliste 2013 der zeitversetzt und zeitverzögert gesehenen Sendungen wider. Unter den 50 am häufigsten zeitver-

setzt oder zeitverzögert genutzten Produktionen des Gesamtjahres finden sich 29 Filme der „Tatort“-Reihe, dazu kommen zwei weitere Folgen der Reihe „Polizeiruf 110“ und ein „Schimanski“-Film. Verschiedene Folgen der „Tatort“-Reihe belegen die ersten sieben Plätze der Rangfolge, bevor sich auf dem achten Platz ein Teil aus der Sat.1-Krimireihe „Der letzte Bulle“ einreihen kann. Diese neue Sat.1-Reihe ist auch in der Realtime-Nutzung im ähnlichen Ausmaß wie einzelne „Tatort“-Filme erfolgreich (vgl. Tabelle 7).

Eindeutig dominiert das Krimigenre das zeitverzögerte und zeitversetzte Fernsehen. Seit der Erfassung dieser Nutzungsformen im GfK-Panel dominieren Krimis die Jahreshitlisten. Lediglich ein weiteres Format kann sich in der Jahresrangfolge der zeitversetzten Nutzung neben dem Krimi behaupten

Krimis dominieren bei zeitversetzter Nutzung

„Tatort“ ist weiter Spitzenreiter in der zeitversetzten und zeitverzögerten Nutzung

Tab. 7 Die 50 am häufigsten zeitverzögert und zeitversetzt genutzten Fernsehsendungen im Jahr 2013

Rang	Sender	Titel	Tag	Datum	Beginn	Dauer	Mio
1	ARD/Das Erste	Tatort: Summ, Summ, Summ	So	24.03.13	8:16:04 PM	1:28:19	0,68
2	ARD/Das Erste	Tatort: Willkommen in Hamburg	So	10.03.13	8:16:01 PM	1:30:06	0,58
3	ARD/Das Erste	Tatort: Die chinesische Prinzessin	So	20.10.13	8:15:25 PM	1:28:38	0,57
4	ARD/Das Erste	Tatort: Mord auf Langeoog	So	24.11.13	8:15:31 PM	1:28:27	0,50
5	ARD/Das Erste	Tatort: Kalter Engel	So	03.11.13	8:15:51 PM	1:27:06	0,43
6	ARD/Das Erste	Tatort: Angezählt	So	15.09.13	8:15:42 PM	1:27:15	0,39
7	ARD/Das Erste	Tatort: Happy Birthday, Sarah	So	01.12.13	8:16:04 PM	1:28:12	0,39
8	Sat.1	Der letzte Bulle	Mo	28.01.13	8:14:13 PM	0:43:19	0,38
9	ARD/Das Erste	Tatort: Trautes Heim	So	21.04.13	8:16:23 PM	1:26:58	0,37
10	ARD/Das Erste	Tatort: Schwarzer Afghane	So	17.03.13	8:16:22 PM	1:27:29	0,36
11	RTL	Ich bin ein Star – Holt mich hier raus, Folge 9	Sa	19.01.13	10:15:11 PM	1:32:46	0,36
12	ARD/Das Erste	Tatort: Eine andere Welt	So	17.11.13	8:15:23 PM	1:28:36	0,34
13	RTL	Ich bin ein Star – Holt mich hier raus, Folge 4	Mo	14.01.13	10:15:10 PM	0:51:25	0,33
14	Sat.1	Der letzte Bulle	Mo	08.04.13	8:15:14 PM	0:42:54	0,33
15	ARD/Das Erste	Tatort: Melinda	So	27.01.13	8:16:06 PM	1:26:39	0,33
16	ARD/Das Erste	Tatort: Spiel auf Zeit	So	26.05.13	8:15:31 PM	1:28:10	0,33
17	ARD/Das Erste	Tatort: Allmächtig	So	22.12.13	8:15:52 PM	1:27:49	0,33
18	ARD/Das Erste	Tatort: Wer das Schweigen bricht	So	14.04.13	8:15:42 PM	1:27:31	0,33
19	ARD/Das Erste	Tatort: Borowski und der Engel	So	29.12.13	8:15:39 PM	1:28:32	0,32
20	ARD/Das Erste	Schimanski: Loverboy	So	10.11.13	8:15:04 PM	1:28:10	0,32
21	ARD/Das Erste	Tatort: Aus der Tiefe der Zeit	So	27.10.13	8:15:32 PM	1:28:55	0,32
22	ARD/Das Erste	Tatort: Borowski und der brennende Mann	So	12.05.13	8:16:19 PM	1:25:35	0,31
23	RTL	Ich bin ein Star – Holt mich hier raus, Folge 1	Fr	11.01.13	9:15:30 PM	2:22:25	0,30
24	ARD/Das Erste	Tatort: Er wird töten	So	09.06.13	8:32:10 PM	1:28:12	0,30
25	Sat.1	Der letzte Bulle	Mo	22.04.13	8:14:02 PM	0:43:18	0,30
26	ARD/Das Erste	Tatort: Freunde bis in den Tod	So	06.10.13	8:16:01 PM	1:28:52	0,30
27	ARD/Das Erste	Tatort: Scheinwelten	Di	01.01.13	8:15:54 PM	1:28:29	0,29
28	Sat.1	Der letzte Bulle	Mo	21.01.13	8:14:39 PM	0:43:24	0,29
29	ARD/Das Erste	Tatort: Kaltblütig	So	13.01.13	8:16:02 PM	1:28:33	0,29
30	Sat.1	Der letzte Bulle	Mo	18.02.13	8:14:15 PM	0:42:53	0,28
31	ARD/Das Erste	Polizeiruf 110: Der verlorene Sohn	So	13.10.13	8:15:26 PM	1:29:10	0,28
32	RTL	Ich bin ein Star - Holt mich hier raus, Folge 5	Di	15.01.13	10:15:21 PM	1:24:46	0,28
33	Sat.1	Der letzte Bulle	Mo	11.02.13	8:14:19 PM	0:42:10	0,28
34	Sat.1	Der letzte Bulle	Mo	04.02.13	8:14:48 PM	0:43:59	0,27
35	Sat.1	Der letzte Bulle	Mo	25.02.13	8:14:27 PM	0:43:25	0,27
36	RTL	Ich bin ein Star – Holt mich hier raus, Folge 16	Sa	26.01.13	10:14:41 PM	1:41:49	0,27
37	ARD/Das Erste	Tatort: Die Fette Hoppe	Do	26.12.13	8:17:19 PM	1:26:32	0,27
38	ProSieben	Die Tribute von Panem – The Hunger Games	So	10.11.13	8:14:53 PM	2:08:14	0,27
39	ARD/Das Erste	Tatort: Puppenspieler	So	24.02.13	8:15:53 PM	1:28:50	0,27
40	ARD/Das Erste	Tatort: Feuerteufel	So	28.04.13	8:17:18 PM	1:24:41	0,26
41	ARD/Das Erste	Tatort: Schwindelfrei	So	08.12.13	8:15:42 PM	1:28:26	0,26
42	RTL	Ich bin ein Star – Holt mich hier raus, Folge 11	Mo	21.01.13	10:15:03 PM	0:49:49	0,26
43	ARD/Das Erste	Tatort: Letzte Tage	So	23.06.13	8:15:42 PM	1:28:20	0,26
44	RTL	Ich bin ein Star – Holt mich hier raus, Folge 8	Fr	18.01.13	10:15:19 PM	1:30:25	0,25
45	ZDF	Schneewittchen muss sterben	Mo	25.02.13	8:14:51 PM	1:28:36	0,25
46	ARD/Das Erste	Tatort: Gegen den Kopf	So	08.09.13	8:15:51 PM	1:28:31	0,25
47	RTL	Der gestiefelte Kater	Mi	25.12.13	8:15:02 PM	1:24:11	0,25
48	ARD/Das Erste	Tatort: Die Wahrheit stirbt zuerst	So	16.06.13	8:26:08 PM	1:27:48	0,25
49	RTL	Ich bin ein Star – Holt mich hier raus, Folge 13	Mi	23.01.13	10:15:10 PM	0:47:53	0,25
50	ARD/Das Erste	Polizeiruf 110: Wolfsland	So	15.12.13	8:16:15 PM	1:28:45	0,24

Sendeteile zusammengefasst, Sendelänge > 5 min.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope, 1.1.-31.12.2013, zeitversetzte Nutzung: produktbezogen (v,z).

ten. Dabei handelt es sich um das schon 2012 erfolgreiche private Unterhaltungsformat „Ich bin ein Star – holt mich hier raus“, das sich immerhin mit sieben Folgen unter den Top 50 im Jahr 2013 platzieren konnte.

In den Auswertungen zu den Genrepräferenzen der VHS-Videonutzung – die aus den Jahren vor der Messungsumstellung durch die GfK stammen – umfasste der Zeitraum zur Erfassung der zeitversetzten Wiedergabe noch 14 Tage. Im neuen System bezieht sich die Betrachtung nach Standard-Auswertungsmöglichkeiten auf drei Tage. Bei einem längeren Zeitintervall (Wiedergabe innerhalb von 14 Tagen nach Ausstrahlung) spielten neben den genannten Genres (Krimi und nonfiktionale Unterhaltung) auch Spielfilme und Mehrteiler eine größere Rolle.

Fazit

Home-Entertainment-Branche mit Rekordbilanz 2013

Die Home-Entertainment-Branche erlebte 2014 ein insgesamt sehr erfolgreiches Jahr. Der Rekordumsatz aus dem Jahr 2004 von 1,74 Mrd Euro konnte in Jahr 2013 noch übertroffen werden. Ein Gesamtmarktumsatz in Höhe von 1,76 Mrd Euro ist das beste jemals erzielte Ergebnis der Branche.

Kerngeschäft sind weiterhin DVD und Blu-ray

Angesichts der Höhe des Gesamtumsatzes trugen Online-Verkaufsumsätze nur zu einem kleinen Teil (mit derzeit 52 Mio Euro) dazu bei. Auch digitale Verleihumsätze machen derzeit nur ca. rund ein Drittel des Verleihgeschäfts aus. Beiden Bereichen wird hohes Wachstumspotenzial vorhergesagt. Kerngeschäft der Home-Entertainment-Branche

sind derzeit noch physikalische Produkte: DVDs und Blu-ray-Discs. Mit dem Verkauf dieser Produkte konnten im Geschäftsjahr 2013 984 Mio bzw. 410 Mio Euro Umsatz erzielt werden.

Der laufende Umstrukturierungsprozess des Videomarktes betrifft vor allem den Verleihbereich mit weiteren Schließungen von klassischen Videotheken und deutlichem Umsatzrückgang. Video-on-Demand hingegen befindet sich in unterschiedlichen Formen in einer positiven Entwicklung. Neue Videodienste – wie Netflix aus den Staaten – drängen auch auf den deutschen Markt und versprechen sich von Internetstreaming von Filmen sowie eigenen Produktionen Erfolg auch in Europa.

Klassische Videotheken verschwinden, Netflix kommt

Anmerkungen:

- 1) Vgl. „Marktüberblick – TV und VoD in Deutschland“ unter www.vprt.de, (21.5.2014).
- 2) Vgl. Der Videodienst Netflix kommt nach Deutschland. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 22.5.2014, S. 19.
- 3) Vgl. van Eimeren, Birgit/Beate Frees: Rasanter Anstieg des Internetkonsums – Online fast drei Stunden täglich im Netz. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2013. In: Media Perspektiven 7-8/2013, S. 358-372.
- 4) Vgl. www.agf.de/daten/videostreaming (21.5.2014).
- 5) Vgl. VPRT-Pressemitteilung „Der Video-on-Demand-Markt in Deutschland“ unter www.vprt.de (21.5.2014).
- 6) Vgl. ebd..
- 7) Vgl. Gangloff, Tilman P.: Revolution von oben. In: Funkkorrespondenz 11/2014, S. 3.
- 8) Vgl. www.ivd-online.de (21.5.2014).
- 9) Vgl. Klingenmeier, Thomas: Filmvermittler im Abwärtstrend. In: Stuttgarter Zeitung vom 20.8.2013, S. 26.
- 10) Vgl. Studie zur Nutzung von Zahlungsdienstleistern bei der illegalen Verbreitung urheberrechtlich geschützter Werke unter www.webschauder.de/downloads/zahlungsstudie.pdf (22.5.2014).
- 11) Vgl. www.bvv-medien.de oder www.ivd-online.de (22.5.2014).
- 12) Vgl. FFA info 1/2014.
- 13) Vgl. Hofsummer, Karl-Heinz/Bernhard Engel: Das AGF-Fernsehforschungssystem in Deutschland. Aktueller Stand und zukünftige Herausforderungen. In: Media Perspektiven 5/2013, S. 258-272.

