

Videomarkt und Videonutzung 2017

Home-Entertainment-Branche mit guten Ergebnissen

Von Oliver Turecek* und Gunnar Roters*

Jeder Dritte nutzte 2017 Videoangebote

Die deutsche Videobranche befand sich im Jahr 2017 mit einem Gesamtmarktumsatz in Höhe von 1,83 Mrd Euro im Aufwind und übertraf das Ergebnis von 2016 in Höhe von 1,77 Mrd Euro um 3 Prozent (vgl. Tabelle 1). Dieses Ergebnis ist vor allem auf die positive Entwicklung im digitalen Markt zurückzuführen, der ein Plus von 41 Prozent gegenüber dem Vorjahr vorweisen kann. Das umsatzstärkste Segment bleiben aber nach wie vor die Kaufvideos und hier insbesondere die physischen Kaufvideos DVD und Blu-ray mit einem Umsatz von 974 Mio Euro. Der digitale Leihmarkt (TVoD) war mit einem Gesamtumsatz in Höhe von rund 123 Mio Euro erstmals größer als der physische, dessen Umsatz im Vorjahresvergleich um 30 Prozent von 121 auf 84 Mio Euro zurückging. Insgesamt verzeichnete der Home-Video-Markt 2017 eine Leih- bzw. Käuferschaft von 22,7 Millionen Personen (Vorjahr: 23,9 Mio), was einer Reichweite von 33 Prozent in der deutschen Bevölkerung ab 10 Jahren entspricht. Jeder dritte Deutsche hat sich somit im Vorjahr mindestens einmal einen Film auf einem Bilddatenträger gekauft, geliehen, im Internet kostenpflichtig heruntergeladen oder gestreamt.

Anhand aktueller Markt- und Nutzungsdaten sollen nachfolgend der deutsche Videomarkt und die Videonutzung im Jahr 2017 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-Fernsehpanels mittels der Auswertungssoftware TV Scope. (1) Die Messung von Videostreaming von TV-Programmen und Sendungen befindet sich in der Aufbauphase und kann daher zum jetzigen Zeitpunkt nur bedingt in die Darstellung einbezogen werden.

Umsätze der Videobranche 2017

Innerhalb des Kaufmarktes sind nach wie vor Verschiebungen zu beobachten. Mit Blu-ray-Discs konnte 2017 ein Umsatz in Höhe von 364 Mio Euro umgesetzt werden, das sind 7 Prozent weniger als im Jahr zuvor. Die DVD hat 15 Prozent gegenüber 2016 verloren. Hier konnten 610 Mio Euro erwirtschaftet werden. Wachstumsdynamik verzeichnet

weiterhin das EST-Geschäft (Electronic Sell Through, d.h. ein über elektronische Medien erworbenes, zeitlich unbeschränktes Nutzungsrecht von Videoinhalten): Lag der Digitalabsatz 2013 noch bei 52 Mio Euro, hat sich dieser auf 157 Mio Euro in 2017 verdreifacht. Trotz dieses Aufschwungs dominiert der Absatz physischer Formate weiterhin, der Marktanteil liegt immer noch bei 53 Prozent gegenüber EST mit 9 Prozent.

Kurz und knapp

- Die deutsche Videobranche befand sich 2017 mit einem Gesamtumsatz von 1,83 Mrd Euro im Aufwind und übertraf das Vorjahresergebnis um 3 Prozent.
- Dieses Ergebnis ist vor allem auf die positive Entwicklung im digitalen Markt zurückzuführen.
- Das umsatzstärkste Segment bleiben aber nach wie vor die Kaufvideos, insbesondere DVD und Blu-ray.
- Jeder Dritte hat sich 2017 mindestens einmal einen Film auf Bilddatenträger gekauft, geliehen, im Internet heruntergeladen oder gestreamt.
- Anbieter von Streamingdiensten wie Netflix oder Amazon Prime drängen auf den deutschen Markt.

Der Umsatz mit Leihvideos lag 2017 bei 207 Mio Euro, der Anteil am Gesamtumsatz von 1 825 Mio Euro somit bei 11 Prozent. Während das digitale Leihformat TVoD (Transactional VoD) um 21 Prozent gegenüber dem Vorjahr auf 123 Mio Euro zulegen konnte, schrumpfte der Mietumsatz in den herkömmlichen Videotheken allerdings weiter: Nur noch 84 Mio Euro wurden hier umgesetzt. (2) Zum Vergleich: Im Jahr 2005 lag der Umsatz noch bei 350 Mio Euro. (3)

Streaming

Der SVoD-Bereich (4) legte 2017 am stärksten zu: Er generierte in Deutschland einen Gesamtumsatz von rund 488 Mio Euro, das ist ein Zuwachs von 50 Prozent gegenüber 2016. Gemessen am Gesamtmarkt kamen die digitalen Abonnementmodelle damit auf einen Marktanteil von 27 Prozent (Vorjahr: 18%). 17 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung nutzten laut ARD/ZDF-Onlinestudie 2017 ein- oder mehrmals pro Woche Video-Streamingdienste. Es gaben allerdings nur 6 Prozent der Befragten an, täglich Filme bei Netflix oder vergleichbaren Anbietern anzuschauen. Bei den 14- bis 29-Jährigen nutzten bereits 31 Prozent Filme, Serien oder Dokumentationen über Streamingdienste, täglich immerhin 14 Prozent. (5)

Vor allem Netflix konnte 2017 weltweit ein starkes Wachstum verzeichnen. Etwa 111 Millionen Menschen schauten über Netflix online Filme. Der Anbieter, der in über 190 Ländern verfügbar ist, gewann allein im letzten Quartal des Jahres rund acht Millionen neue Nutzer hinzu. Der Gewinn stieg in dieser Zeit gegenüber dem Vorjahreszeitraum von 66,7 Mio auf 185,5 Mio Dollar. Im Geschäfts-

Online-Umsätze stärken Videoverleihmarkt

Markt für Streamingdienste legt um 50 Prozent zu

Starkes Wachstum bei Netflix

Veränderungen innerhalb des Kaufmarktes

* SWR Medienforschung/Programmstrategie.

jahr 2017 verdiente Netflix insgesamt 559 Millionen Dollar, dreimal so viel wie im Jahr zuvor. Härteste Konkurrenten von Netflix sind Amazon Prime und Hulu, ein Zusammenschluss mehrerer Mediatheken von US-Sendern. Hulu bietet seine Flatrate allerdings nur in den USA an. (6)

Schätzungsweise 38 Millionen Deutsche mit Zugriff auf VoD-Dienste

Das Interesse an Markt- und Nutzerzahlen im SVoD-Markt ist groß, die Anbieter halten sich mit Informationen allerdings zurück. Die VoD-Ratings von Goldmedia bieten nun die Möglichkeit, Analysen zur Nutzung auf Pay-VoD-Portalen zu erstellen. Neben der generellen Darstellung der Plattformen anhand von Abonnentenzahlen und Nutzungsintensität wird auch die tatsächliche Anzahl von Zuschauern einzelner Titel ausgewiesen. (7) Demnach haben 38 Millionen Deutsche ab 18 Jahren Zugriff auf VoD-Dienste, 18 Millionen nutzen diese Angebote sogar täglich. Abonnenten von VoD-Diensten gibt es hierzulande insgesamt 14 Millionen. Es gibt also einen großen Unterschied zwischen den Kennzahlen Zugang, Nutzung und Abonnements. Ein nicht zu unterschätzender Faktor ist hier das Account Sharing, also die Weitergabe des Passwortes an Freunde oder Familienmitglieder. Aus der Anzahl der 14 Millionen Abonnenten könnte man zumindest schließen, dass die früher oft bemängelte Kostenloskultur im Internet offenbar nicht mehr dem Zeitgeist entspricht. Die Bereitschaft, für gute Angebote zu bezahlen ist anscheinend vorhanden. Mit 42 Prozent hält Amazon den größten Abonnenten-Anteil im SVoD Markt in Deutschland. Dies resultiert aus der großen Anzahl an Amazon-Prime-Nutzern, die im Rahmen ihrer Prime-Mitgliedschaft Zugriff auf das Videoportal Amazon-Prime Video erhalten. Danach folgt Netflix mit 23 Prozent im vierten Quartal 2017. Sky kommt mit Sky Go und Sky Ticket zusammen auf rund 20 Prozent und Maxdome auf 8 Prozent. (8)

Videoverleihmarkt

Rückgang bei Verleihvorgängen und Umsatz in Videotheken setzt sich fort

Der Bestand der Videotheken in Deutschland ist weiter rückläufig: Am Ende des Geschäftsjahres 2017 verzeichnete der Interessenverband des Video- und Medienfachhandels in Deutschland e.V. (IVD) noch 586 herkömmliche Videotheken (Vorjahr: 914) und 15 Automatenvideotheken (Vorjahr: 19). Zehn Jahre zuvor gab es nach Angaben des IVD bundesweit mehr als 3 000 Videotheken plus 1 000 Automatenvideotheken. Gegen die Anbieter wie Netflix oder Amazon, aber auch gegen illegale Streamingportale, sind klassische Videotheken mit ihrem Geschäftsmodell machtlos. Hinzu kommen die rasant steigenden Mieten in den meisten deutschen Großstädten. (9)

Filmhits 2017 im Verkauf

Bei den Blu-ray-Charts führten 2017 die Filme „Rogue One: A Star Wars Story“, „Phantastische Tierwesen und wo sie zu finden sind“ und „Guardians of the Galaxy Vol. 2“ die Hitliste an (vgl. Tabelle 2). Bei den DVDs finden sich „Phantastische Tierwesen und wo sie zu finden sind“, „Fifty Shades of Grey 2 – Gefährliche Liebe“ und „Vaiana – Das

Tab. 1 Umsatzentwicklung im Videomarkt 2015 bis 2017
in Mio Euro (Endverbraucherpreise)

	Gesamtumsatz	Leihvideos physisch/TVoD ¹⁾	Kaufvideos physisch/EST ²⁾	SVoD ³⁾
2017	1 825	207	1 131	488
2016	1 772	222	1 224	326
2015	1 836	259	1 349	228

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

2) EST = Electronic Sell Through

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

Quelle: GfK im Auftrag der FFA.

Tab. 2 Beliebteste Titel im Videokaufmarkt (Blu-ray) 2017

Rang	Titel
1	Rogue One: A Star Wars Story
2	Phantastische Tierwesen und wo sie zu finden sind
3	Guardians of the Galaxy Vol. 2
4	Doctor Strange
5	Fast & Furious 8
6	Pirates of the Caribbean: Salazars Rache
7	John Wick: Kapitel 2
8	Die Schöne und das Biest (2017)
9	Logan – The Wolverine
10	Kong: Skull Island

Quelle: GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA.

Tab. 3 Beliebteste Titel im Videokaufmarkt (DVD) 2017

Rang	Titel
1	Phantastische Tierwesen und wo sie zu finden sind
2	Fifty Shades of Grey 2 – Gefährliche Liebe
3	Vaiana – Das Paradies hat einen Haken
4	Die Schöne und das Biest (2017)
5	Willkommen bei den Hartmanns
6	Findet Dorie
7	Rogue One: A Star Wars Story
8	Pirates of the Caribbean: Salazars Rache
9	Sing
10	Guardians of the Galaxy Vol. 2

Quelle: GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA.

Paradies hat einen Haken“ auf den ersten drei Rängen (vgl. Tabelle 3).

Ende 2017 hat Netflix erstmalig einen eigenen Jahresrückblick veröffentlicht, der einen Einblick in das Nutzungsverhalten der Abonnenten in Deutschland gewährt. Überraschenderweise wird die Hitliste von „Greenleaf“, einer Serie von und

Tab. 4 Filmhittliste in deutschen Kinos 2017
nur deutsche Titel

Rang	Titel
1	Fack Ju Göthe 3
2	Bullyparade – der Film
3	Bibi & Tina – Tohuwabohu Total
4	Ostwind – Aufbruch nach Ora
5	Das Pubertier – der Film
6	Grießnockerlaffäre
7	Mein Blind Date mit dem Leben
8	Willkommen bei den Hartmanns
9	Dieses bescheuerte Herz
10	Vier gegen die Bank

Quelle: FFA.

Tab. 5 Filmhittliste in deutschen Kinos 2017
nur deutsche und internationale Titel

Rang	Titel
1	Fack Ju Göthe 3
2	Ich – einfach unverbesserlich 3
3	Star Wars: Der letzte Jedi
4	Fifty Shades Of Grey – Gefährliche Liebe
5	Die Schöne und das Biest
6	Fast & Furious 8
7	Es
8	Pirates Of The Caribbean: Salazars Rache
9	Guardians Of The Galaxy Vol. 2
10	Baywatch

Quelle: FFA.

mit Oprah Winfrey, angeführt. „American Vandal“ und „Suburra: Blood On Rome“ folgen auf den Plätzen 2 und 3. (10)

Exkurs: Kinobilanz 2017**Kinoumsatz von über 1 Mrd Euro**

Der Marktanteil für deutscher Filme am Gesamtmarkt der Kinobranche lag mit 23,9 Prozent über dem letzten Jahr (22,7%). Insgesamt wurden 28,3 Mio Tickets (27,7 Mio) für deutsche Filme gekauft. Unter den 28 „Besuchermillionären“ waren neben dem Spitzenreiter „Fack Ju Göthe 3“ (5,9 Mio Besucher) vier weitere deutsche Produktionen: „Bullyparade – Der Film“ (1,9 Mio), „Bibi & Tina – Tohuwabohu Total“ (1,7 Mio), „Ostwind – Aufbruch nach Ora“ (1,1 Mio) und „Vier gegen die Bank“ (1,1 Mio) (vgl. Tabellen 4 und 5). Von den 233 erstaufgeführten deutschen Filmen (Vorjahr 244) waren 143 Spielfilme, 90 Dokumentarfilme sowie 76 internationale Koproduktionen. Die Zahl der Kino-

standorte lag mit 899 (Vorjahr: 892) so hoch wie seit 2012 nicht mehr. 122,3 Millionen Kinobesucher (Vorjahr: 121,1 Mio) sorgten im letzten Jahr für ein Einspielergebnis von 1 056,1 Mio Euro (1 023,0 Mio Euro) – das ist der zweithöchste Gesamtumsatz aller Zeiten. (11)

Laut einer Studie der Filmförderungsanstalt (FFA) auf Grundlage des GfK-Besucherpanels gehen Abonnenten eines Streamingdienstes nicht nur außerordentlich oft ins Kino, sondern geben dort auch mehr Geld aus als andere Filmkonsumenten. Durchschnittlich haben SVoD-Abonnenten 5,5-mal (Gesamtmarkt: 4,7-mal) ein Ticket an der Kinokasse gelöst und dabei jeweils durchschnittlich 9,44 Euro (Vorjahr: 8,90 Euro) ausgegeben. 2017 hat mehr als jeder zweite SVoD-Abonnent (55 %) einen Film im Kino gesehen, während bezogen auf die gesamte deutsche Bevölkerung lediglich gut jeder Dritte (37 %) mindestens einmal im Kino war. Umgekehrt jedoch ist noch nicht einmal ein Viertel aller Kinobesucher (23 %) Abonnent eines Streamingdienstes. (12)

DVD- und Festplattenrecordernutzung im AGF-Fernsehpanel

Die Ausstattung privater Haushalte mit Mediengeräten ist einerseits ein Spiegelbild der technischen Innovationen der letzten Jahre und andererseits ein Ausdruck der veränderten Nutzungsgewohnheiten bzw. -interessen der Bevölkerung. Die Ausstattung mit Geräten, die eine DVD-Wiedergabemöglichkeit bieten (DVD-Player, DVD-Recorder, Blu-ray-Player), hat mit einer Verbreitung in rund 95 Prozent der deutschen Haushalte den Status der Vollabdeckung erreicht (vgl. Tabelle 6). Auch ist die Umstellung auf Flachbildfernseher in den Haushalten zwischenzeitlich erfolgt.

Die letzten Jahre haben Steigerungen im Segment „Smart-TV“, also der internetfähigen Fernsehgeräte, gezeigt. Nach Angaben der Verbrauchs- und Medienanalyse (VuMA) verfügt zurzeit mehr als jeder zehnte Privathaushalt in Deutschland über ein derartiges Gerät. Unter dem Aspekt der zunehmenden Angebote auf dem Markt des Videostreamings – aber auch im Bereich der Online-Mediatheken – ist diese Entwicklung nicht unwichtig.

Das Ausstattungsniveau mit klassischer Aufzeichnungstechnik (DVD-Recorder) ist im Jahresvergleich etwas rückläufig, während Festplattenrecorder bzw. digitale Videorecorder leicht zulegen konnten. Digitale Aufzeichnungstechnik (per Stick oder externer Festplatte) ist in modernen Fernsehgeräten vielfach bereits eingebaut, sodass sich dadurch der festgestellte Zuwachs erklärt.

Die Zugangsvoraussetzungen zur „Online-Bewegtbildnutzung“ haben sich in den deutschen Privathalten kontinuierlich verbessert. Besonders lassen die gerätebezogenen Daten eine Steigerung der „Mobilität“ erkennen. Die Gerätetypen iPad/Tablet, Laptops und Smartphone zeigen deut-

Wer Filme streamt, geht auch häufiger ins Kino

Ausstattung privater Haushalte mit Unterhaltungselektronik

Jeder Zehnte Haushalt verfügt über Smart-TV

Internetzugang und PC-Besitz als Faktor der Bewegtbildnutzung

Tab. 6 Unterhaltungselektronik: Fernseh- und Videoaustattung 2015 bis 2018
in %

Haushalte mit...	2015	2016	2017	2018
Fernsehgerät	99,5	99,4	99,2	97,4
ein Gerät	47,2	46,7	48,4	51,7
zwei und mehr Geräte	52,3	52,7	50,8	45,7
TV-Plasma-, LCD-, LED-, Flachbildschirm, HDTV-Fernsehgerät	71,0	76,2	78,5	78,9
3D-Fernsehgerät	6,9	9,1	10,1	10,0
Smart-TV (internetfähiges Fernsehgerät)	4,3	7,1	8,9	11,9
DVD-Player	65,7	65,2	63,2	62,8
DVD-Recorder	17,1	16,4	16,2	15,4
Blu-ray Player	12,2	14,8	16,5	16,5
Festplattenrecorder/digitaler Videorecorder (DVR)	12,4	12,0	11,4	11,8

Quelle: VuMA 2015-2018.

Tab. 7 PC-Besitz und Internetzugang 2015 bis 2018
in %

Haushalte mit...	2015	2016	2017	2018
PC/Personal Computer				
PC ist Tischgerät, Desktop, Tower	53,9	51,6	49,3	48,3
PC ist tragbar, Laptop, Notebook	49,2	51,4	53,1	57,8
Netbook	5,7	4,8	4,0	3,9
iPad/Tablett-PC	13,0	17,7	22,0	26,9
PDA/MDA/Smartphone	26,4	33,7	40,0	49,1
Internetzugang				
Modem (analog)	6,7	6,2	–	–
ISDN-Karte (digital)	8,5	8,2	8,3	8,4
DSL/VDSL	55,6	55,2	55,8	60,2
WLAN	47,1	52,0	56,1	65,6
Handy/Smartphone	40,8	49,7	57,3	67,4
UMTS/LTE ¹⁾	10,0	11,7	14,7	21,2

1) VuMA 2015: UMTS, VuMA 2016-2018: UMTS/LTE.

Quelle: VuMA 2015-2018.

liche Zuwachsraten im Abverkauf (vgl. Tabelle 7). Ein analoger Trend ist bezogen auf schnelle, breitbandige Verbindungen (UMTS/LTE, DSL, VDSL) feststellbar. Günstige Flatrate-Angebote seitens der Internet- und Telefonprovider befördern zusätzlich einen unkomplizierten Zugang zu Bewegtbildangeboten.

Streamingmessung erweitert Bewegtbildforschung

Die Arbeitsgemeinschaft Videoforschung (AGF) (13) arbeitet seit geraumer Zeit an der Erhebung der Videostreaming-Nutzung. Das dazu von Nielsen betriebene Videostreaming-Panel umfasst rund 15 000 Personen in deutschsprachigen Haushalten. Ziel ist es, Messwerte zur Online-TV-Nutzung zu sammeln, die mit den AGF-Zuschauerdaten zu anderen Verbreitungswegen (terrestrische und Kabel-Verbreitung sowie Satellitenausstrahlung) vergleichbar sind. (14)

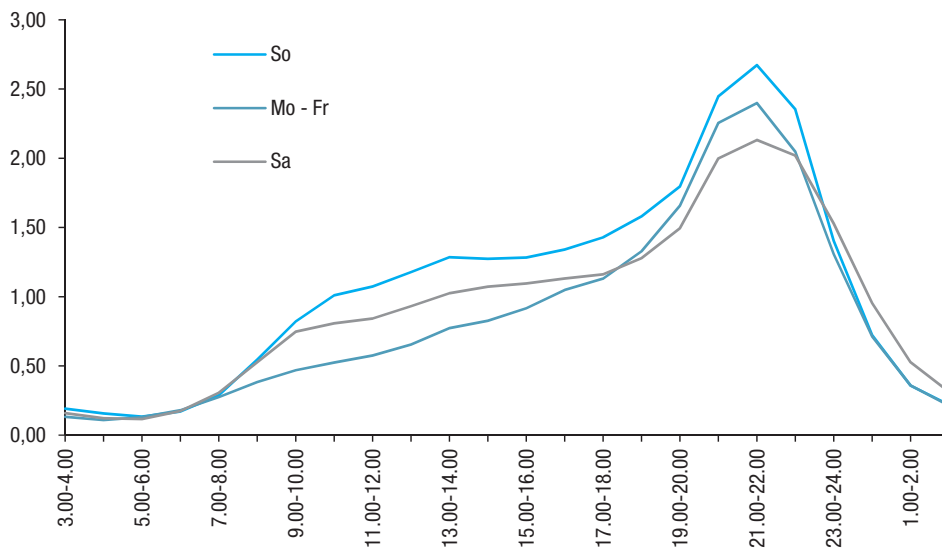
Seit Mai 2018 stehen diese Daten nun allen AGF-Mitgliedern mit der neuen Auswertungssoftware VideoScope 1.1 zur Verfügung. Eine Bericht-

erstattung der Streamingdaten befindet sich allerdings in vielen ARD-Rundfunkanstalten noch im Aufbau. Gegenüber den „reinen Fernsehnutzungsdaten“ besteht für die Daten der Streamingmessung noch ein erheblicher Zeitverzug. Einerseits begründet sich dieser Zeitverzug aus der Messung selbst, die vor der eigentlichen TV-Ausstrahlung beginnt und erst einige Tage nach der Ausstrahlung endet. Andererseits sind die weiteren Vorgänge der Datenzusammenführung von Fernseh- und Streaming-Daten sehr zeitaufwändig. Im Rahmen dieser Betrachtung bleiben diese Daten noch unberücksichtigt.

„Live“ bezeichnet im GfK-System den Teil der Fernsehnutzung, der zeitgleich zur Ausstrahlung der Sendung bzw. des Programms gemessen wird.

„Live“- und „non live“-Messwerte im GfK-System

Abb. 1 Zeitversetzte Fernsehnutzung im Tagesverlauf 2017
Seher in Mio



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE 1.1, 01.01.2016-31.12.2017, verschiedene Nutzungsfilter, Marktstandard: TV

Wenn es um die Wiedergabe von Bewegtbildern von Speichermedien (DVD oder Festplatte bzw. Memory-Stick) geht, bieten die „non live“-Nutzungswerte Anhaltspunkte über das Nutzungsverhalten der deutschsprachigen Bevölkerung. Allerdings ist eine Zuordnung zum jeweiligen Aufnahme- bzw. Speichergerät mit der derzeitigen Version der Auswertungssoftware VideoScope nicht möglich. Die Non-live-Verbreitung berücksichtigt in den hier vorgenommenen Auswertungen die bisherige zeitversetzte und zeitverzögerte Fernsehnutzung; der Online-Verbreitungsweg ist dabei nicht enthalten.

Non-live-Nutzung im Tagesverlauf

Die tageszeitliche Struktur der Non-live-Nutzung von Fernsehsendungen ist sehr stabil. Typisch für die Non-live-Nutzung ist ein Höhepunkt in den Abendstunden zwischen 21.00 und 22.00 Uhr (vgl. Abbildung 1). Im Vergleich zur Live-Nutzung des Fernsehens, die traditionell um 20.00 Uhr ihren Spitzenwert erreicht, beträgt der Zeitversatz der Non-live-Nutzung rund ein bis zwei Stunden. Das entspricht ungefähr der Länge einer Hauptnachrichtensendung sowie einem anschließenden Fernsehfilm bzw. einer Show oder anderen Unterhaltungsproduktion.

Non-live-Nutzung verstärkt an Sonntagen

Das Niveau der Tagesablaufkurven an Sonntagen liegt deutlich höher als an Werktagen, was sich mit dem Volumen der individuell verfügbaren Freizeit erklären lässt. An Wochenenden steht für die Mediennutzung im Durchschnitt die meiste Zeit zur Verfügung. Ein Teil der Freizeit wird aber offensichtlich auch für andere Aktivitäten verwandt.

Außer-Haus-Tätigkeiten wie etwa „Freunde besuchen“, „Einkaufen“ und Ähnliches tragen dazu bei, dass die Non-live-Nutzung an Samstagen – besonders morgens und in den Vorabendstunden – unterdurchschnittlich ausfällt.

Aus dem Jahresvergleich der Daten für 2016 und 2017 ergibt sich ein Anstieg der Non-live-Nutzung. Dieser Trend hatte sich auch schon in den Vorjahren 2014 und 2015 abgezeichnet. Die weitere Gerätedurchdringung der Haushalte könnte eine der Ursachen dafür sein. Letztlich bedarf es aber noch weiterer Forschungen, um die Frage nach den Ursachen zu klären.

Fernsehsendungen bei der Non-live-Nutzung

Die „Tatort“-Reihe ist und bleibt eine der erfolgreichsten Produktionen des deutschen Fernsehens. Weiterhin führen „Tatort“-Filme die Non-live-Jahreshitlisten 2016 und 2017 an (vgl. Tabellen 8 und 9). Gleichzeitig belegen „Tatort“-Ausstrahlungen auch den Hauptteil der weiteren Plätze. 2016 waren unter den 50 am häufigsten zeitversetzt genutzten Sendungen 34 „Tatorte“ und vier „Polizeiruf 110“-Folgen. 2017 fiel die Bilanz mit 33 „Tatort“-Folgen unter den Top 50 fast ebenso deutlich aus.

Das Krimiangebot ist für die Non-live-Nutzung ein bestimmender Faktor. Auch die Produktionen anderer Sender, die ebenfalls unter den Top 50 der meistgesehenen Sendungen zu finden sind, sind zumeist diesem Genre zuzurechnen. Beispiele für das Jahr 2017 sind „Die Toten vom Bodensee“ oder „Stralsund“ (beide ZDF). Neben Krimi-Produktionen erzielen allenfalls Unterhaltungsproduktionen relevante Nutzungswerte. „Das Traumschiff“, die „heute show“ vom ZDF sowie „Ich bin ein Star – holt mich hier raus“ von RTL sind öfter in den Top 50 gelistet.

Jahresvergleich zeigt Zuwachs der Non-live-Nutzung

„Tatort“ erzielt erneut die Spitzenposition in der Non-live-Nutzung

Tab. 8 Die 50 am häufigsten non-live genutzten Fernsehsendungen im Jahr 2016 (ohne Onlineverbreitung)

Rang	Sender	Titel	Tag	Datum	Startzeit	Dauer	Mio
1	Das Erste	Tatort: Ein Fuß kommt selten allein	So	08.05.16	20:15:54	01:28:10	1,17
2	Das Erste	Tatort – Taxi nach Leipzig	So	13.11.16	20:15:31	01:27:39	0,88
3	Das Erste	Tatort: Auf einen Schlag	So	06.03.16	20:15:27	01:28:48	0,82
4	Das Erste	Tatort: Feierstunde	So	25.09.16	20:15:20	01:28:20	0,76
5	Das Erste	Tatort: Der treue Roy	So	24.04.16	20:15:08	01:28:16	0,75
6	Das Erste	Tatort: Die Geschichte vom bösen Friederich	So	10.04.16	20:15:20	01:29:32	0,72
7	Das Erste	Tatort: Narben	So	01.05.16	20:15:00	01:28:29	0,71
8	Das Erste	Tatort: Das Recht, sich zu sorgen	So	22.05.16	20:15:16	01:28:52	0,69
9	Das Erste	Tatort: Zahltag	So	09.10.16	20:15:19	01:28:09	0,68
10	Das Erste	Tatort: Wir – Ihr – Sie	So	05.06.16	20:15:25	01:28:42	0,64
11	Das Erste	Tatort: Der hundertste Affe	Mo	16.05.16	20:15:23	01:28:51	0,61
12	Das Erste	Tatort: Im gelobten Land	So	21.02.16	20:15:15	01:28:34	0,59
13	Das Erste	Tatort: Echolot	So	30.10.16	20:15:32	01:28:51	0,58
14	Das Erste	Tatort: Du gehörst mir	So	14.02.16	20:14:58	01:28:04	0,56
15	Das Erste	Tatort: Mia san jetz da wo's weh tut	So	03.04.16	20:16:28	01:27:08	0,56
16	Das Erste	Tatort: Die Wahrheit	So	23.10.16	20:15:23	01:27:24	0,56
17	Das Erste	Tatort: Dunkelfeld	So	11.12.16	20:15:28	01:28:04	0,55
18	Das Erste	Tatort: Der König der Gosse	So	02.10.16	20:16:36	01:26:00	0,54
19	Das Erste	Tatort: Es lebe der Tod	So	20.11.16	20:15:22	01:28:09	0,54
20	Das Erste	Tatort: Sternschnuppe	So	07.02.16	20:15:00	01:28:41	0,54
21	Das Erste	Tatort: Rebecca	So	10.01.16	20:15:49	01:29:06	0,54
22	Das Erste	Tatort: Der große Schmerz	Fr	01.01.16	20:15:20	01:34:03	0,53
23	Das Erste	Tatort: Kartenhaus	So	28.02.16	20:15:26	01:27:50	0,53
24	Das Erste	Tatort: Zorn Gottes	So	20.03.16	20:15:16	01:28:08	0,53
25	Das Erste	Tatort: Hundstage	So	31.01.16	20:15:21	01:29:11	0,53
26	Das Erste	Polizeiruf 110: Im Schatten	So	16.10.16	20:15:36	01:26:36	0,51
27	Das Erste	Tatort: Fegefeuer	So	03.01.16	20:15:27	01:30:40	0,50
28	ZDF	heute-show	Fr	11.11.16	23:17:00	00:37:56	0,49
29	Das Erste	Polizeiruf 110: Sumpfbiete	So	27.11.16	20:15:14	01:29:04	0,48
30	Das Erste	Tatort: Fünf Minuten Himmel	Mo	28.03.16	20:14:56	01:28:59	0,48
31	ZDF	Die Chefin	Fr	02.12.16	20:15:18	00:58:17	0,48
32	Das Erste	Tatort: Wendehammer	So	18.12.16	20:15:22	01:28:21	0,47
34	Das Erste	Polizeiruf 110: Der Preis der Freiheit	So	17.04.16	20:15:28	01:28:30	0,46
35	Das Erste	Tatort: HAL	So	28.08.16	20:15:07	01:28:57	0,46
36	Das Erste	Tatort: Wofür es sich zu leben lohnt	So	04.12.16	20:15:03	01:27:21	0,46
37	Das Erste	Terror – Ihr Urteil	Mo	17.10.16	20:14:57	01:29:54	0,45
38	Das Erste	Tatort: Freitod	So	18.09.16	20:14:41	01:28:36	0,45
39	ZDF	heute-show – Der Jahresrückblick	Fr	16.12.16	22:28:04	00:46:50	0,44
40	ProSieben	Fack ju Göhte	So	09.10.16	20:14:47	01:44:12	0,44
41	Das Erste	Tatort: Die Kunst des Krieges	So	04.09.16	20:15:47	01:28:07	0,44
42	Das Erste	Tatort: Totenstille	So	24.01.16	20:15:11	01:28:29	0,44
43	ZDF	Die Chefin	Fr	27.05.16	20:15:42	00:57:31	0,44
44	ZDF	Wilsberg	Sa	17.12.16	20:16:25	01:29:23	0,44
45	Das Erste	Tatort: Borowski und das verlorene Mädchen	So	06.11.16	20:15:20	01:28:47	0,43
46	ZDF	Ein starkes Team	Sa	12.03.16	20:15:54	01:28:09	0,43
47	RTL	Ich bin ein Star – Holt mich hier raus! Folge1 Wdh	Sa	16.01.16	03:00:00	00:24:30	0,43
48	RTL	Sascha Grammel Live! Ich find's lustig Folge 1	Fr	18.11.16	20:14:59	01:15:28	0,43
49	Das Erste	Polizeiruf 110: Endstation	So	29.05.16	20:32:45	01:28:30	0,43
50	ZDF	heute-show	Fr	25.11.16	22:29:24	00:33:55	0,42

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE 1.1, 01.01.2016-31.12.2016, verschiedene Nutzungsfilter, Marktstandard: TV.

Tab. 9 Die 50 am häufigsten non-live genutzten Fernsehsendungen im Jahr 2017 (ohne Onlineverbreitung)

Rang	Sender	Titel	Tag	Datum	Startzeit	Dauer	Mio
1	Das Erste	Tatort: Fangschuss	So	02.04.17	20:15:32	01:28:33	1,09
2	Das Erste	Tatort: Gott ist auch nur ein Mensch	So	19.11.17	20:14:53	01:28:09	1,03
3	Das Erste	Tatort: Stau	So	10.09.17	20:15:14	01:28:46	0,87
4	Das Erste	Tatort: Der Fall Holdt	So	05.11.17	20:15:23	01:29:48	0,87
5	Das Erste	Tatort: Dunkle Zeit	So	17.12.17	20:14:53	01:28:40	0,85
6	Das Erste	Tatort: Goldbach	So	01.10.17	20:15:15	01:28:57	0,84
7	Das Erste	Tatort: Wehrlos	So	23.04.17	20:15:21	01:28:28	0,82
8	Das Erste	Tatort: Nachbarn	So	26.03.17	20:15:07	01:28:04	0,80
9	Das Erste	Tatort: Die Liebe, ein seltsames Spiel	So	21.05.17	20:15:08	01:28:29	0,74
10	Das Erste	Tatort: Sturm	Mo	17.04.17	20:15:01	01:28:20	0,74
11	Das Erste	Tatort: Böser Boden	So	26.11.17	20:15:19	01:28:34	0,73
12	Das Erste	Tatort: Borowski und das dunkle Netz	So	19.03.17	20:15:40	01:28:21	0,73
13	Das Erste	Tatort: Dein Name sei Harbinger	So	10.12.17	20:15:33	01:28:25	0,73
14	Das Erste	Tatort: Hardcore	So	08.10.17	20:15:08	01:27:51	0,72
15	Das Erste	Tatort: Schock	So	22.01.17	20:14:57	01:28:37	0,70
16	Das Erste	Tatort: Der wüste Gobi	Di	26.12.17	20:15:55	01:27:28	0,68
17	Das Erste	Tatort: Der Tod ist unser ganzes Leben	So	30.04.17	20:16:06	01:28:28	0,68
18	Das Erste	Tatort: Tanzmariechen	So	19.02.17	20:15:27	01:26:29	0,66
19	Das Erste	Tatort: Virus	So	27.08.17	20:15:06	01:25:59	0,66
20	Das Erste	Polizeiruf 110: Das Beste für mein Kind	So	03.12.17	20:15:10	01:28:32	0,64
21	Das Erste	Tatort: Der rote Schatten	So	15.10.17	20:15:22	01:29:54	0,64
22	Das Erste	Tatort: Zurück ins Licht	So	22.10.17	20:16:13	01:28:00	0,62
23	Das Erste	Tatort: Am Ende geht man nackt	So	09.04.17	20:16:12	01:26:31	0,62
24	Das Erste	Tatort: Level X	So	11.06.17	20:15:14	01:27:33	0,61
25	RTL	Ich bin ein Star – Holt mich hier raus Folge 11 Wdh	Mo	23.01.17	01:06:01	01:04:47	0,61
26	ZDF	Das Traumschiff	So	16.04.17	20:15:15	01:28:51	0,60
27	Das Erste	Tatort: Wacht am Rhein	So	15.01.17	20:15:32	01:28:10	0,60
28	Das Erste	Polizeiruf 110: Nachtdienst	So	07.05.17	20:31:50	01:28:29	0,59
29	Das Erste	Tatort: Auge um Auge	So	12.11.17	20:15:51	01:26:51	0,59
30	ZDF	Das Traumschiff	So	01.01.17	20:15:26	01:28:20	0,58
31	Das Erste	Polizeiruf 110: Einer für alle, alle für Rostock	So	28.05.17	20:15:24	01:28:43	0,58
32	Das Erste	Tatort: Zwei Leben	So	17.09.17	20:15:59	01:26:59	0,58
33	Das Erste	Tatort: Land in dieser Zeit	So	08.01.17	20:15:08	01:27:57	0,57
34	ZDF	Die Toten vom Bodensee - Abgrundtief	Mo	02.10.17	20:14:59	01:28:02	0,57
35	Das Erste	Tatort: Amour fou	Mo	05.06.17	20:15:19	01:28:29	0,57
36	Das Erste	Tatort: Der scheidende Schupo	So	05.02.17	20:15:19	01:29:22	0,57
37	Das Erste	Tatort: Söhne und Väter	So	29.01.17	20:15:04	01:28:42	0,56
38	ZDF	Stralsund - Kein Weg zurück	Sa	04.11.17	20:15:55	01:27:52	0,56
39	ZDF	Honigfrauen Folge 2	So	30.04.17	20:16:04	01:27:15	0,56
40	Das Erste	Tatort: Nachtsicht	So	12.03.17	20:15:21	01:28:33	0,56
41	ZDF	Ostfriesenkiller	Sa	01.04.17	20:15:30	01:29:30	0,56
42	ZDF	Friesland	Sa	25.02.17	20:15:06	01:28:40	0,56
43	Das Erste	Polizeiruf 110: Dünnes Eis	So	12.02.17	20:15:30	01:27:59	0,55
44	ZDF	heute-show	Fr	03.03.17	22:30:05	00:34:27	0,55
45	ZDF	Wilsberg	Sa	23.12.17	20:14:57	01:44:17	0,54
46	RTL	Ich bin ein Star – Holt mich hier raus Folge 10 Wdh	So	22.01.17	00:22:06	01:05:22	0,54
47	ZDF	heute-show	Fr	24.11.17	22:28:46	00:34:34	0,53
48	Das Erste	Tatort: Fürchte dich	So	29.10.17	20:15:58	01:28:46	0,53
49	ZDF	heute-show	Fr	01.12.17	22:27:56	00:34:13	0,52
50	Das Erste	Tatort: Borowski und das Fest des Nordens	So	18.06.17	20:15:28	01:27:51	0,52

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE 1.1, 01.01.2017-31.12.2017, verschiedene Nutzungsfilter, Marktstandard: TV.

Erfolgreiches Geschäftsjahr für die Home-Entertainment- Branche	<p>Fazit</p> <p>Mit einem Gesamtumsatz von 1,83 Mrd Euro im Jahr 2017 und einem Zuwachs von 3 Prozent gegenüber dem Vorjahr blickt die deutsche Videobranche auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. Motor der Entwicklung ist dabei der Digitalmarkt, der um 41 Prozent zulegte. Kaufvideos – speziell die physischen Datenträger – bleiben allerdings das umsatzstärkste Segment. Erstmals war der Umsatz des digitalen Leihmarkts mit 123 Mio Euro größer als der des physischen, dessen Umsätze seit Jahren rückläufig sind. Ebenso rückläufig ist weiterhin der Bestand an Videotheken in Deutschland: Ende 2017 gab es in Deutschland noch 586 herkömmliche Videotheken (Vorjahr: 914) und 15 Automatenvideotheken (Vorjahr: 19).</p>
Streamingdienste mit stärksten Zuwächsen	<p>Im Bereich des SVoD waren 2017 die stärksten Zuwächse zu verzeichnen: Hier konnte in Deutschland ein Gesamtumsatz von rund 488 Mio Euro generiert werden (plus 50 % gegenüber 2016). Gemessen am Gesamtmarkt kamen die digitalen Abonnementmodelle somit auf einen Marktanteil von 27 Prozent am Gesamtmarkt.</p> <p>Anbieter von Streamingdiensten wie Netflix oder Amazon Prime drängen mit Macht auf den deutschen Markt. Mit Marktzahlen halten sich die Anbieter nach wie vor bedeckt, laut vod-ratings.de haben 38 Millionen Deutsche ab 18 Jahren Zugriff auf VoD-Dienste und 18 Millionen nutzen diese Angebote sogar täglich.</p>
Wieder mehr deutsche Filme im Kino	<p>Im Kinobereich lag der Marktanteil für deutsche Filme mit 23,9 Prozent über dem von 2016. Für deutsche Filme wurden insgesamt 28,3 Millionen Tickets gekauft. Neben dem Spitzenreiter „Fack Ju Göthe 3“ (5,9 Mio Besucher) waren vier weitere deutsche Produktionen mit mehr als einer Million Besuchern zu verzeichnen.</p>
Streaming-Messung im AGF-System	<p>Genauere Daten zur Onlineverbreitung der Fernsehangebote (z. B. in Online-Mediatheken der Sender und auf anderen Plattformen) werden künftig zur Verfügung stehen. Die Aufbauarbeit ist dafür nahezu abgeschlossen.</p>

Anmerkungen:

- 1) Es wurde die Version 6.1 verwendet, die im Vergleich zu den Vorgängerversionen etwas eingeschränkte Auswertungsmöglichkeiten der zeitversetzten und zeitverzögerten Nutzung bietet.
- 2) Vgl. Pressemitteilung des Bundesverbands Audiovisuelle Medien e.V. (BVV) v. 23.4.2018.
- 3) Vgl. Turecek, Oliver/Helmut Bärner/Gunnar Roters: Videomarkt und Videonutzung 2006. Eine Zwischenbilanz des Strukturwandels. In: Media Perspektiven 7/2007, S. 345-352.
- 4) SVoD: Subscription-Video-on-Demand ist eine Form von Video-on-Demand, bei der Filme per Streaming abgerufen werden, wofür eine monatliche oder jährliche Summe bezahlt wird (wie z.B. bei Amazon Prime oder Netflix).
- 5) Vgl. Kupferschmitt, Thomas: Onlinevideo: Gesamtreichweite stagniert, aber Streamingdienste punkten mit Fiction bei Jüngeren. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2017. In: Media Perspektiven 9/2017, S. 447-462.
- 6) Vgl. Netflix knackt die 100 Milliarden. In: Handelsblatt v. 24.1.2018, S. 18.
- 7) Vgl. www.vod-ratings.de (abgerufen am 24.5.2018).
- 8) Vgl. Tektonischer Wandel. In: promedia Nr. 53 v. 1.3.2018, S. 41.
- 9) Vgl. Just, Marie: Die Videothek stirbt. In: Der Tagesspiegel v. 15.3.2018, S. 15.
- 10) Vgl. Diese Serien streamen die Deutschen. In: Stuttgarter Zeitung v. 8.12.2017, S. 34.
- 11) Vgl. FFA-Pressemeldung vom 14.2.2018 unter www.ffa.de (abgerufen am 24.5.2018).
- 12) Vgl. FFA-Studie „Kinobesucher 2017“. Quelle: www.ffa.de (abgerufen am 22.5.2018).
- 13) Ehemals Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF).
- 14) Siehe weitere Informationen hierzu unter www.agf.de/daten/videostreaming.

