

FRIEDRICH-SCHILLER-UNIVERSITÄT JENA  
INSTITUT FÜR KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

SEMINAR: MEDIENWIRTSCHAFT

SEMINARLEITER: FELIX SATTELBERGER M.A.

REFERENTEN: SINDY GÄBLER, KÄTRIN JUNKERMANN

RICARDO KEHBEL, CHRISTINA TÜRK

02.01.2012

# KINO- UND HEIMVIDEOMARKT IN DEUTSCHLAND

Struktur, Entwicklung, Trends

## Gliederung

2

1. Darstellung der Märkte
2. Verflechtung der Märkte
3. Struktur der Märkte
  - 3.1 Der Kinomarkt
  - 3.2 Der Heimvideomarkt
    - 3.2.1 Videokaufmarkt<sup>WI1</sup>
    - 3.2.2 Videoleihmarkt
4. Trends in der Kinobranche
  - 4.1 Kinobranche im Umbruch
  - 4.2 Digitalisierung der Kinos
5. Trends auf dem Heimvideomarkt
6. Raubkopien als Sorgenkind
7. Fazit

# 1. Darstellung der Märkte

3

## □ Filmwirtschaft

- Kino- und Heimvideomarkt sind Branchen der Filmwirtschaft
- Unternehmen der Filmwirtschaft produzieren und vertreiben Filme für Kino, Fernsehen und Internet
- Zählt zur Kulturindustrie

## □ Filme

- Erfahrungs- und Vertrauensgüter
- Risikoprodukte = unsichere Investition

# 1. Darstellung der Märkte

4

- „Kinofilme ...“  
... sind im Kino aufgeführte Spiel- oder Dokumentarfilme, die länger als 59 Minuten sind.“
- „Videofilme ...“  
... sind Spiel- oder Dokumentarfilme, die länger als 59 Minuten sind und auf einem Bildträger ausgewertet werden, die der Nutzungsart Video zugeordnet ist, z.B. auf DVD oder Blu-ray.“

(Flechsig, Gastendyk, von Wahlert, Feil, Kreile: Filmstatistisches Jahrbuch 2011, S. 10)

# 1. Darstellung der Märkte - Kinomarkt

5

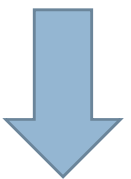
- Aktuelle Situation
    - Gewichtigster Teil der Filmindustrie
    - Umbruchphase
    - Verschiedene Interessengruppen
- ↓  
Konkurrenzkampf/  
Konzentrationstendenzen
- Neue, digitale Technologien

# 1. Darstellung der Märkte

## - Kinomarkt

6

- Reibungspunkte zwischen Filmtheater und Verleih
  - Entwicklung: Erhöhte Anzahl an Filmtheatern
    - ↻ Mehr Filmkopien notwendig
    - ↻ Filmverleihfirmen produzieren vermehrt Filmkopien



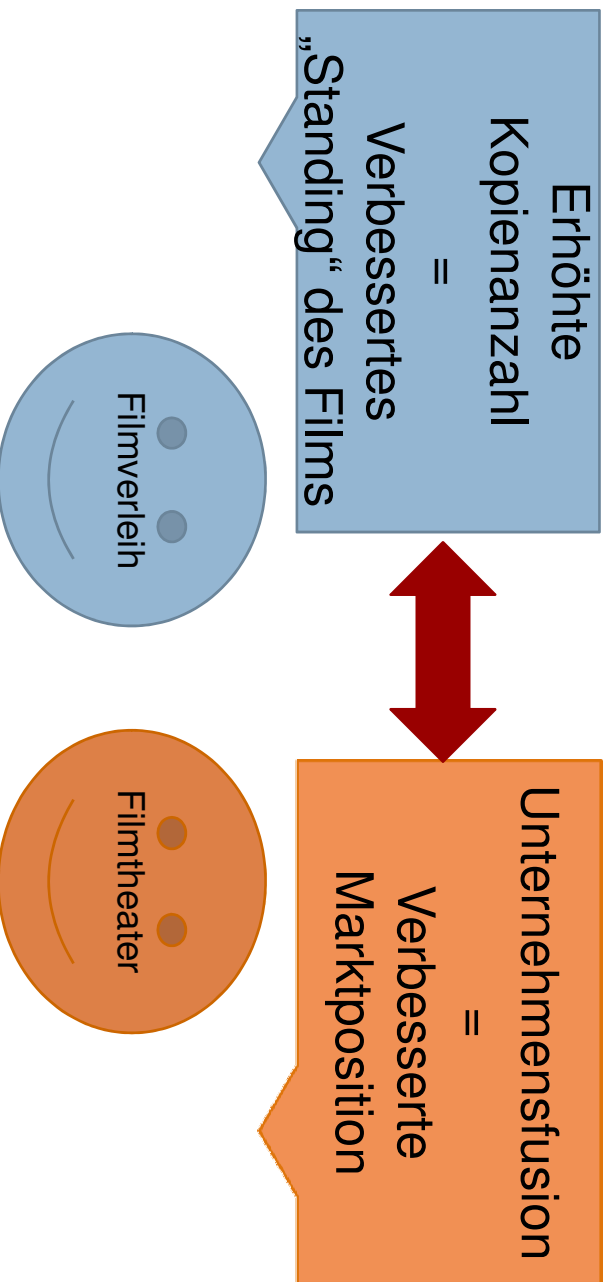
Negative Auswirkungen auf Angebotsvielfalt

# 1. Darstellung der Märkte

## - Kinomarkt

7

- Reibungspunkte zwischen Filmtheater und Verleih



# 1. Darstellung der Märkte - Kinomarkt

8

- Filmleihmieten
  - ▣ Werden von Filmtheatern an Filmverleihfirmen abgeführt
  - ▣ Unterliegen Schwanken nach Umsatz, Ortsgröße, Beginn des Filmstarts
  - ▣ Zwischen 47 und 53 Prozent des Eintrittspreises

# 1. Darstellung der Märkte - Kinomarkt

9

- Einnahmen
  - ▣ Kinokarten- und Konsumgüterverkauf
  - ▣ Werbung
- ➔ stetiger Aufwärtstrend
- ➔ Dennoch: Kinobranche schneidet schlecht
- ➔ ab Grund: geringeres Marktvolumen

# 1. Darstellung der Märkte - Heimvideomarkt

10

## □ Videokaufmarkt

### ▣ Stabile Lage

 Grund: Starke Zuwächse auf dem Blue-Ray-Kaufmarkt und im Bereich EST

 Rückgänge auf dem DVD-Kaufmarkt können kompensiert werden

(EST = Electronic Sell Through: Ein über elektronische Medien/ Netzwerke erworbenes, zeitlich unbeschränktes Nutzungsrecht von Videoinhalten)

# 1. Darstellung der Märkte - Heimvideomarkt

11

## □ Videoleihmarkt

▣ Gesamtumsatz rückläufig (2010)

▣ Zahl der Transaktionen ebenfalls rückläufig (2010)

▣ Grund: Entwicklungen im digitalen Verleihgeschäft  
 Videotheken geraten unter Druck durch

- 1.) illegale Downloads
- 2.) legale digitale Vertriebswege

## 2. Verflechtung der Märkte

12

### □ Windowing

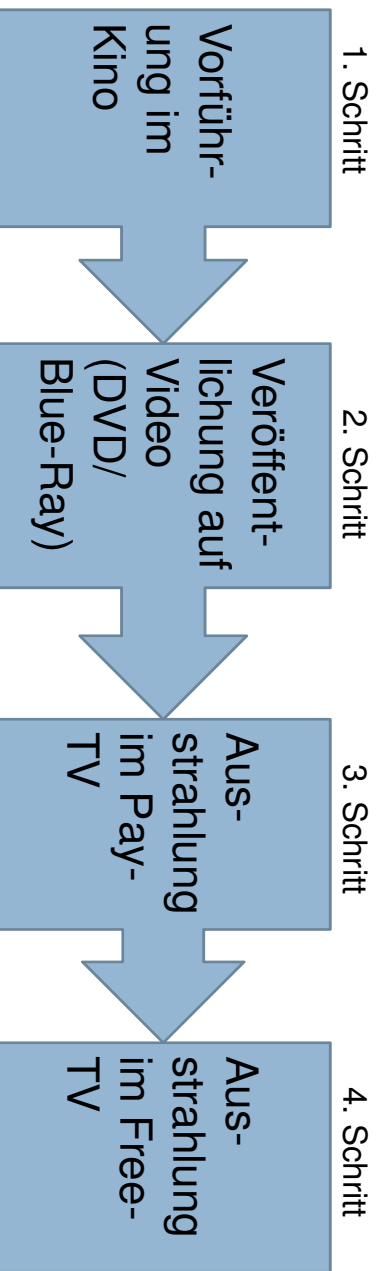
- Filme werden nacheinander und mit zeitlicher Verzögerung auf allen Medienträgern veröffentlicht
- Jedes Trägermedium wird auf diese Weise zu einem eigenen Verwertungsfenster des Films

## 2. Verflechtung der Märkte

13

### □ Windowing

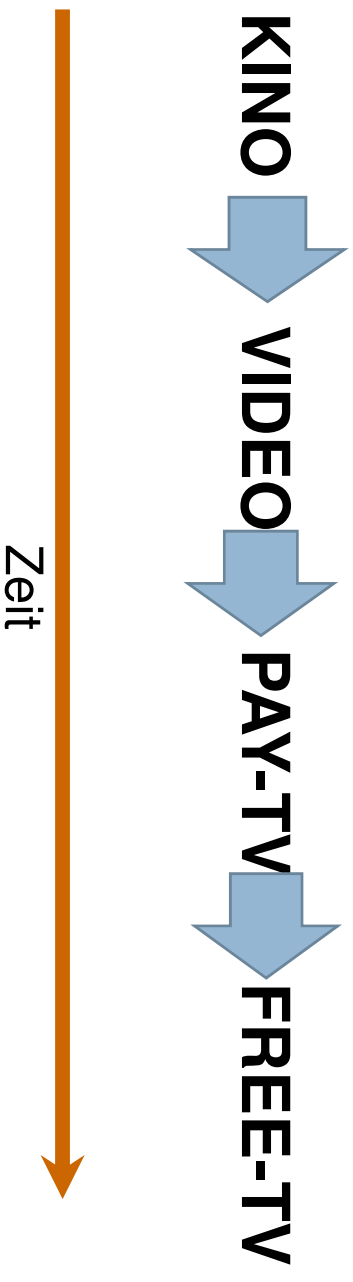
- Kinoproduktionen = hohe technische Qualität
- ↳ Besondere Eignung zur mehrstufigen Auswertung:



## 2. Verflechtung der Märkte

14

- Abbildung „Windowing“



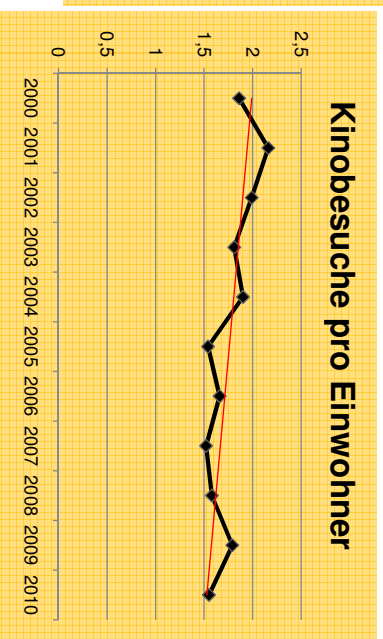
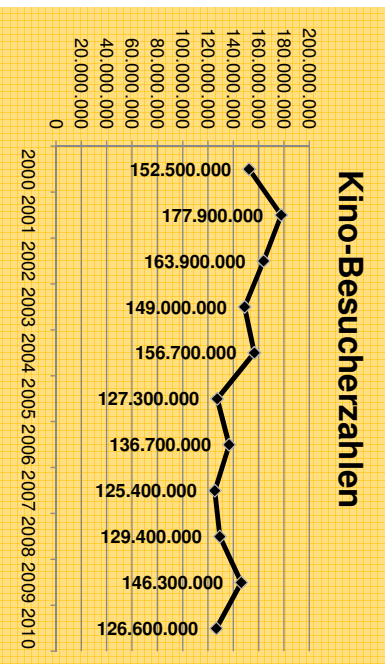
15

## 3. Struktur der Märkte

# 3.1 der Kinomarkt

16

## Besucherzahlen-Entwicklung von 2000-2010

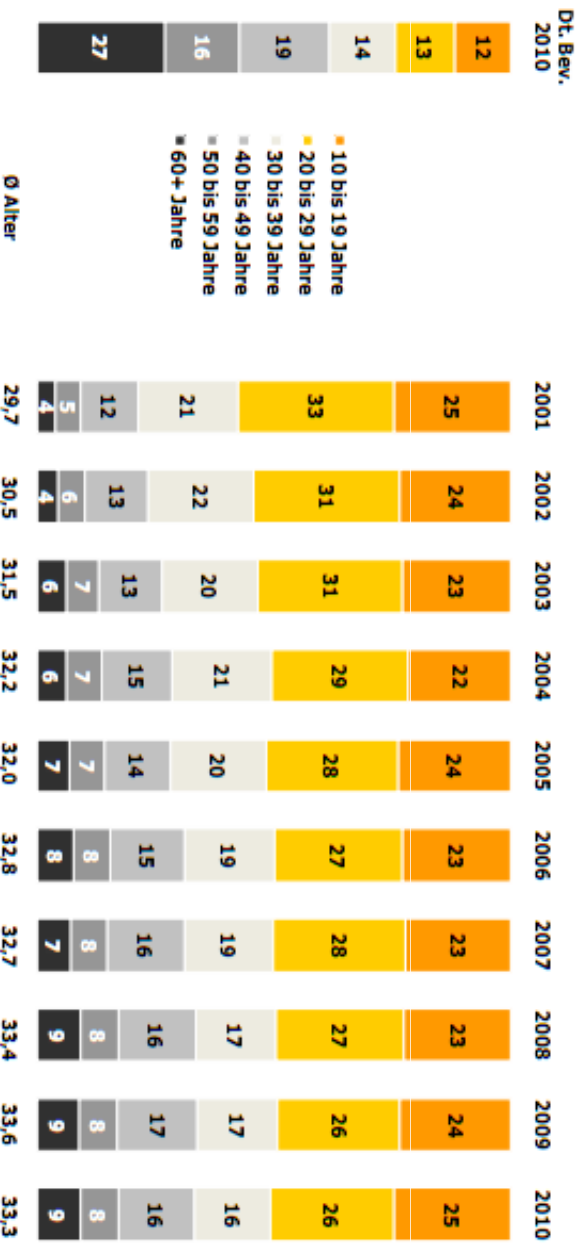


2010: 45 % Männer  
55 % Frauen

# 3.1 der Kinomarkt

17

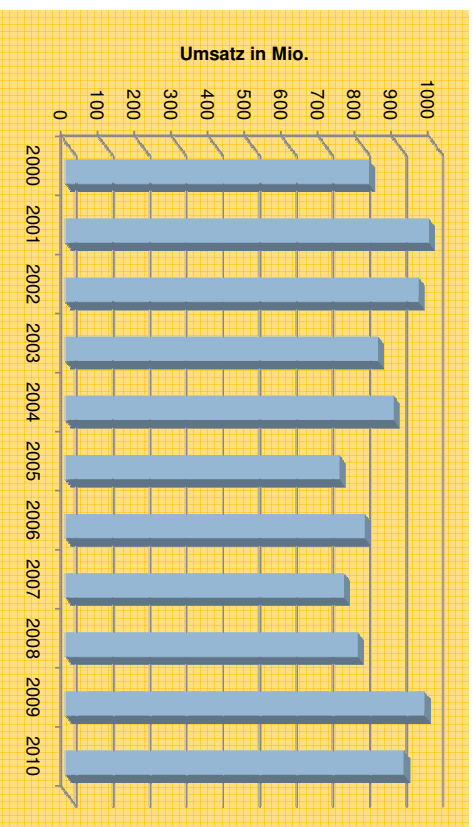
## Alter der Kinobesucher 2000-2010



## 3.1 der Kinomarkt

18

### Umsatz-Entwicklung von 2000-2010



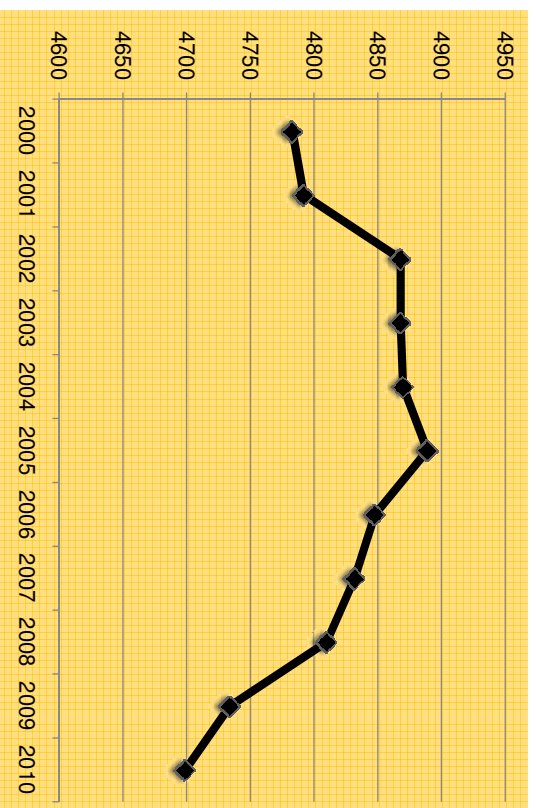
#### Vergleich 2010 zu 2009

- Besucherzahlen: -13,5 %
- Marktentwicklung der letzten 10 Jahre verlief zyklisch
- Umsatz: -5,7 %

## 3.1 der Kinomarkt

19

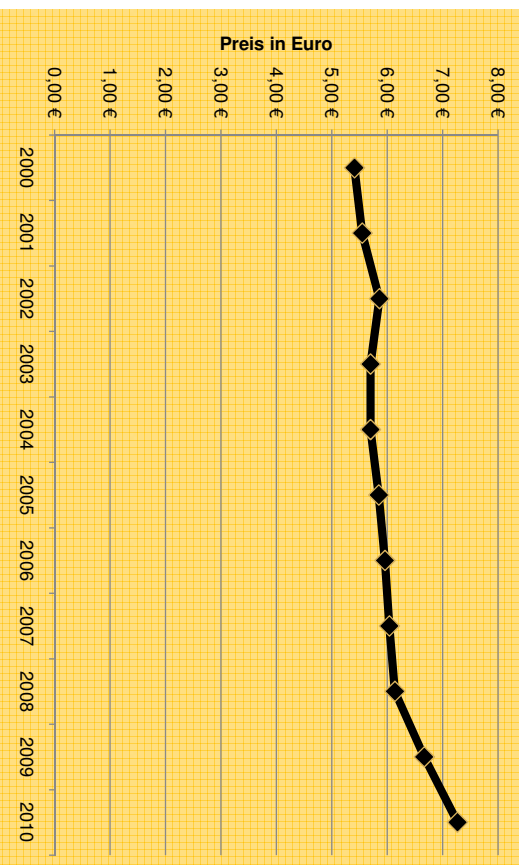
### Entwicklung der Anzahl der Kinoleinwände von 2000-2010



## 3.1 der Kinomarkt

20

- Entwicklung der durchschnittlichen Eintrittspreise von 2000-2010



## 3.1 der Kinomarkt

21

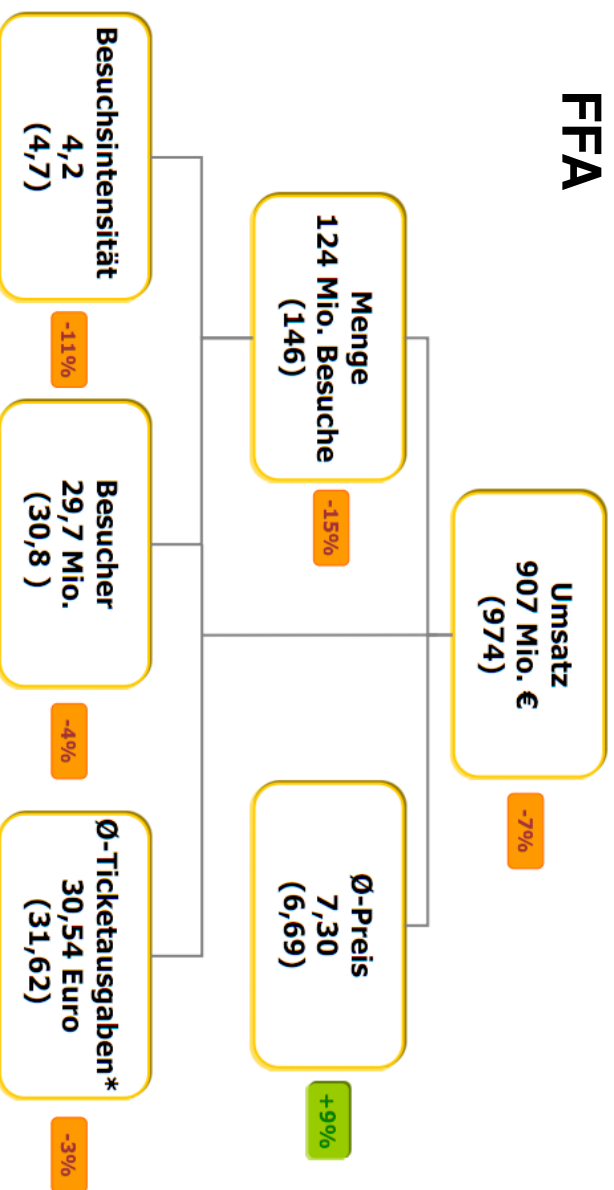
- Internationale Top-10 der Kinofilme 2010 laut FFA

	Titel	Start	Besucher	Verleiher	Land
1	Avatar – Aufbruch nach Pandora	12/2009	11 251 889	20th Century Fox	USA
2	Harry Potter und die Heiligtümer des Todes	11/2010	5 187 790	Warner Bros.	GB, USA
3	Eclipse – Bis(s) zum Abendrot	7/2010	3 710 149	Concorde	USA
4	Inception	7/2010	3 423 479	Warner Bros. Walt Disney	GB, USA
5	Alice im Wunderland	12/2010	2 968 430	Walt Disney	USA
6	Rapunzel – neu verhöhnt	12/2010	2 588 600	Walt Disney	USA
7	Sex and the City 2	5/2010	2 569 498	Warner Bros.	USA
8	Ich – einfach unverbessertlich	9/2010	2 466 275	Universal	USA
9	Für immer Shrek	6/2010	2 431 818	Paramount	USA
10	Kinderröhrchen	8/2010	2 007 177	Sony	USA

## 3.1 der Kinomarkt

22

### ➤ Key Facts zum Kinomarkt 2010 (2009) der FFA



~ 42% Besucherreichweite

\* pro Kinobesucher

Quelle: [http://www.ffa.de/downloads/publikationen/kinobesucher\\_2010.pdf](http://www.ffa.de/downloads/publikationen/kinobesucher_2010.pdf)

## 3.1 der Kinomarkt

23

### ➤ Besonderheit – 3D-Filme

- 24 Mio. Tickets = 19 % der verkauften Tickets
- 2010 Anstieg um 443% im Vergleich zu 2009
- 26% des Gesamt-Kinoumsatzes
- Reichweite von 12 Mio. Besuchern

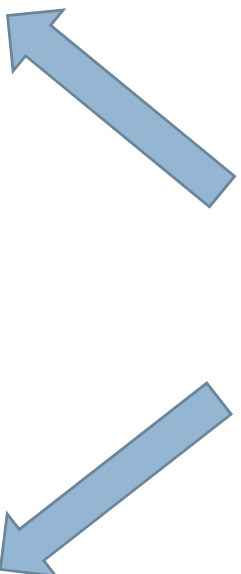
## 3.2 der Heimvideomarkt

24

# Heimvideomarkt

Videokaufmarkt

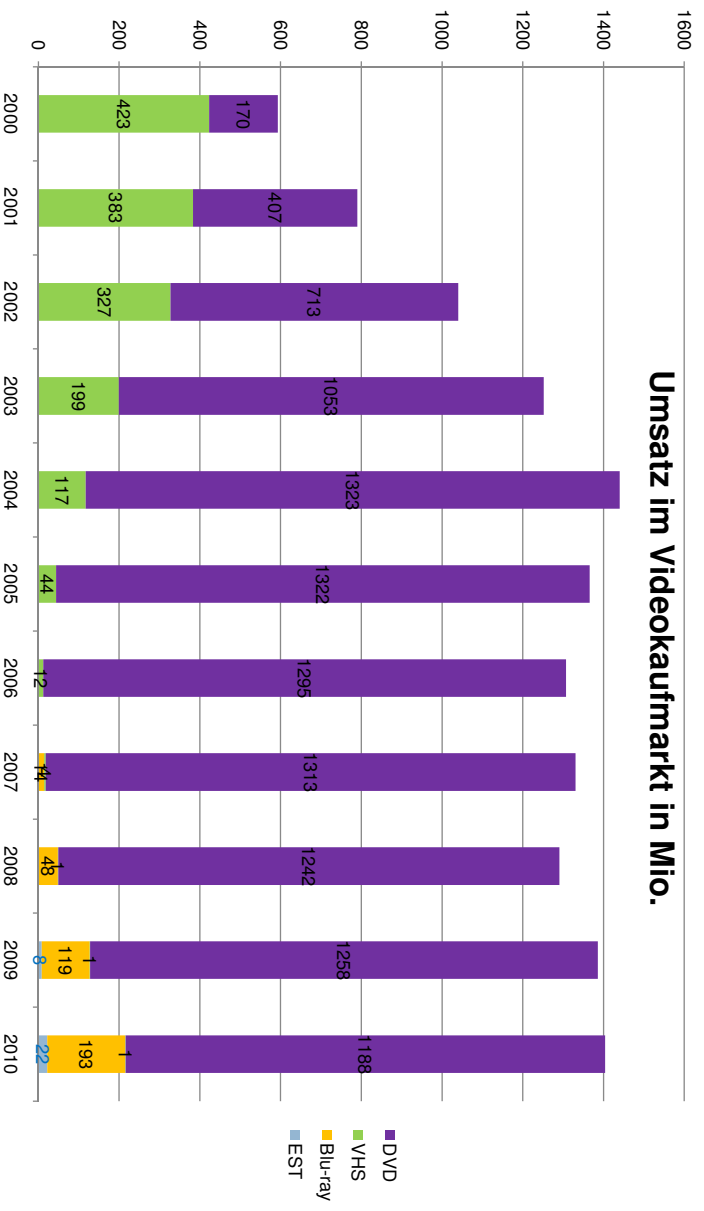
Videoleihmarkt



## 3.2.1 Videokaufmarkt

25

Umsatz im Videokaufmarkt in Mio.

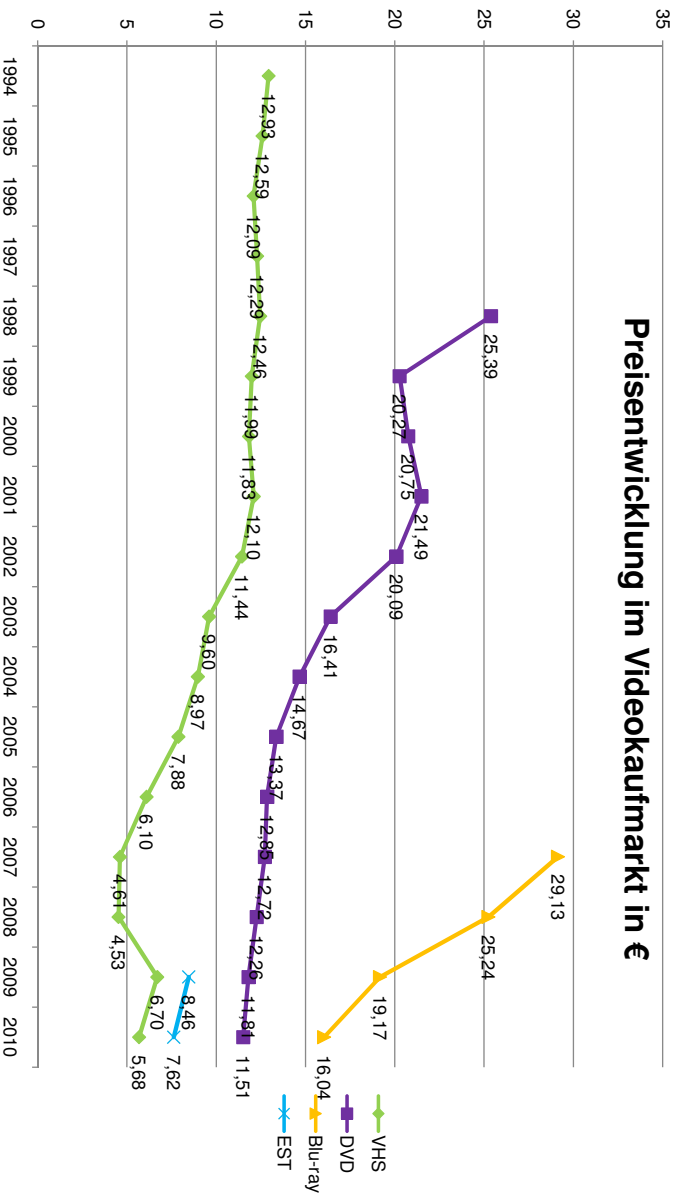


Quelle: [http://bv-mediendaten.de/jwb\\_pdfs/JWB2010.pdf](http://bv-mediendaten.de/jwb_pdfs/JWB2010.pdf)

# 3.2.1 Videokaufmarkt

26

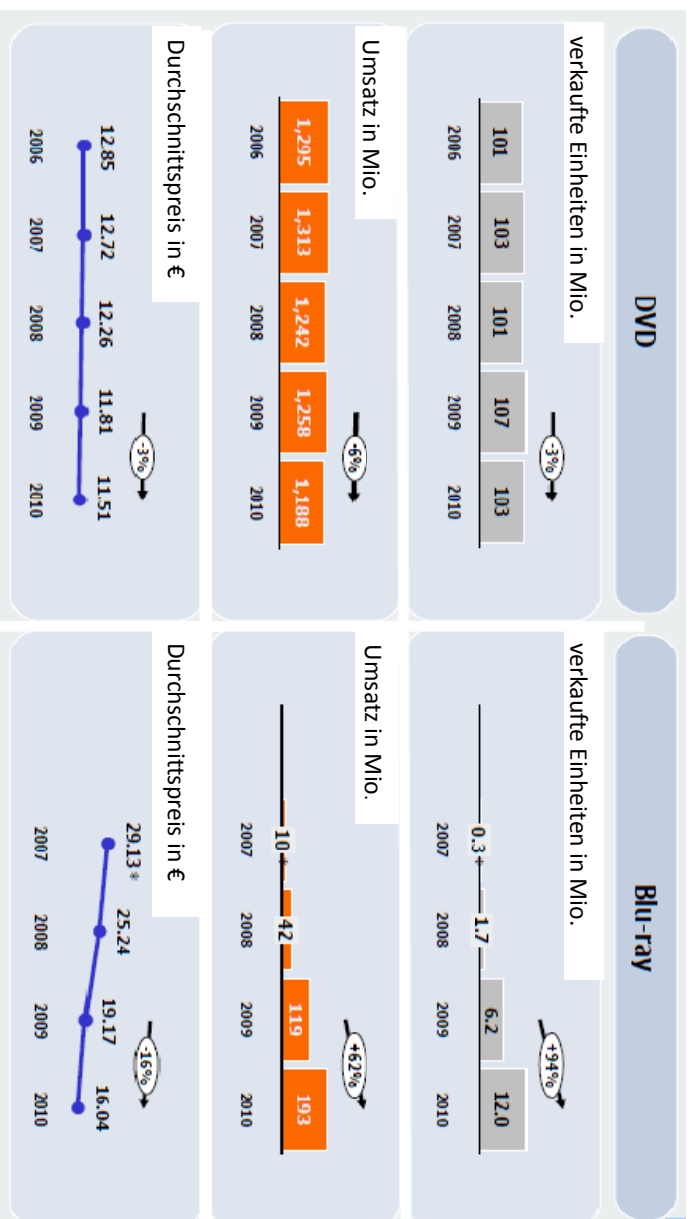
Preisentwicklung im Videokaufmarkt in €



Quelle: [http://bvv-medien.de/jwb\\_pdfs/JWB2010.pdf](http://bvv-medien.de/jwb_pdfs/JWB2010.pdf)

# 3.2.1 Videokaufmarkt

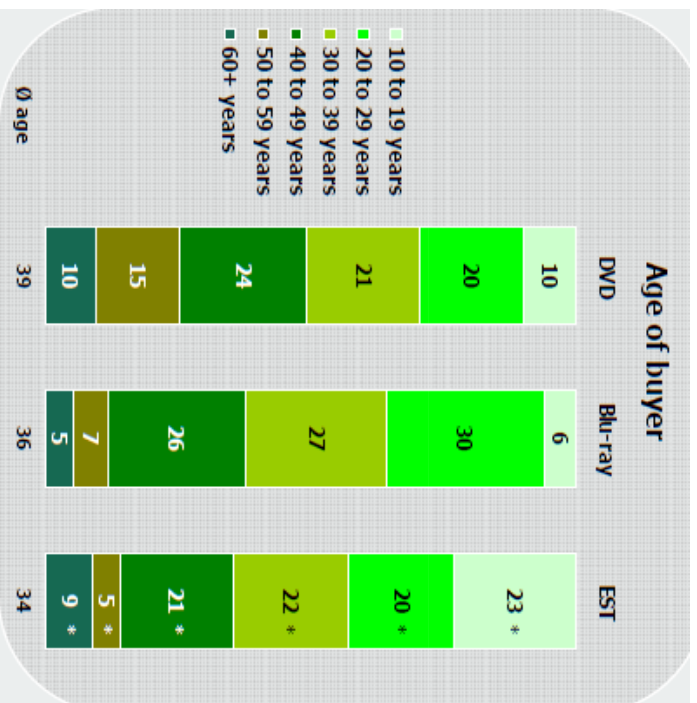
27



Quelle: [http://bvv-medien.de/jwb\\_pdfs/JWB2010.pdf](http://bvv-medien.de/jwb_pdfs/JWB2010.pdf)

## 3.2.1 Videokaufmarkt

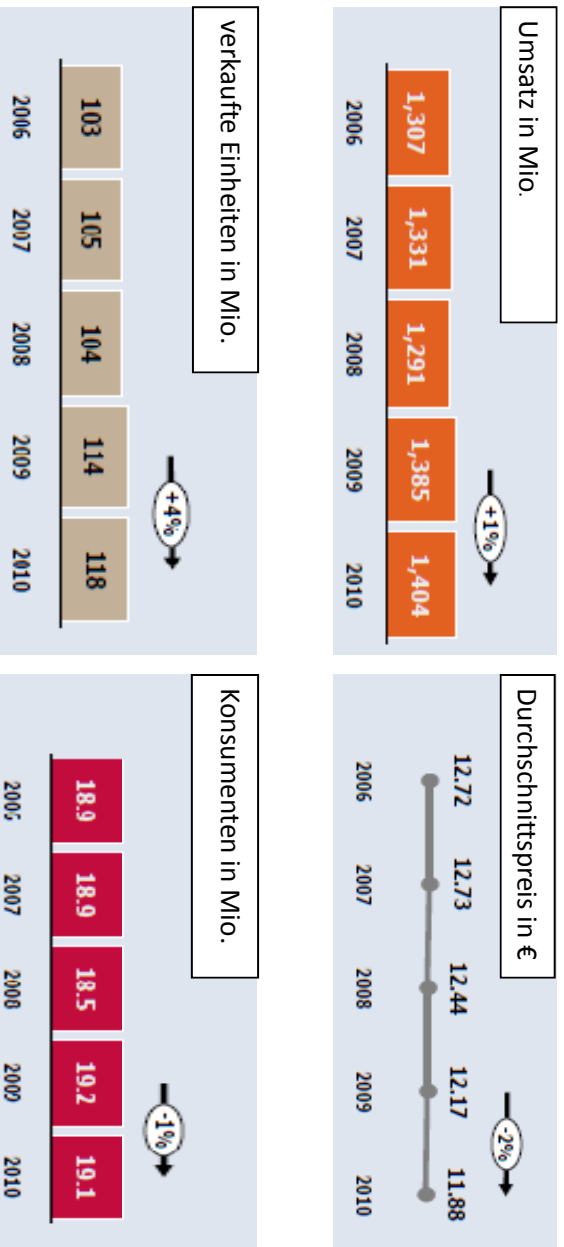
28



Quelle: [http://bvv-medien.de/jwb\\_pdfs/JWB2010.pdf](http://bvv-medien.de/jwb_pdfs/JWB2010.pdf)

## 3.2.1 Videokaufmarkt

29



Quelle: [http://bvv-medien.de/jwb\\_pdfs/JWB2010.pdf](http://bvv-medien.de/jwb_pdfs/JWB2010.pdf)

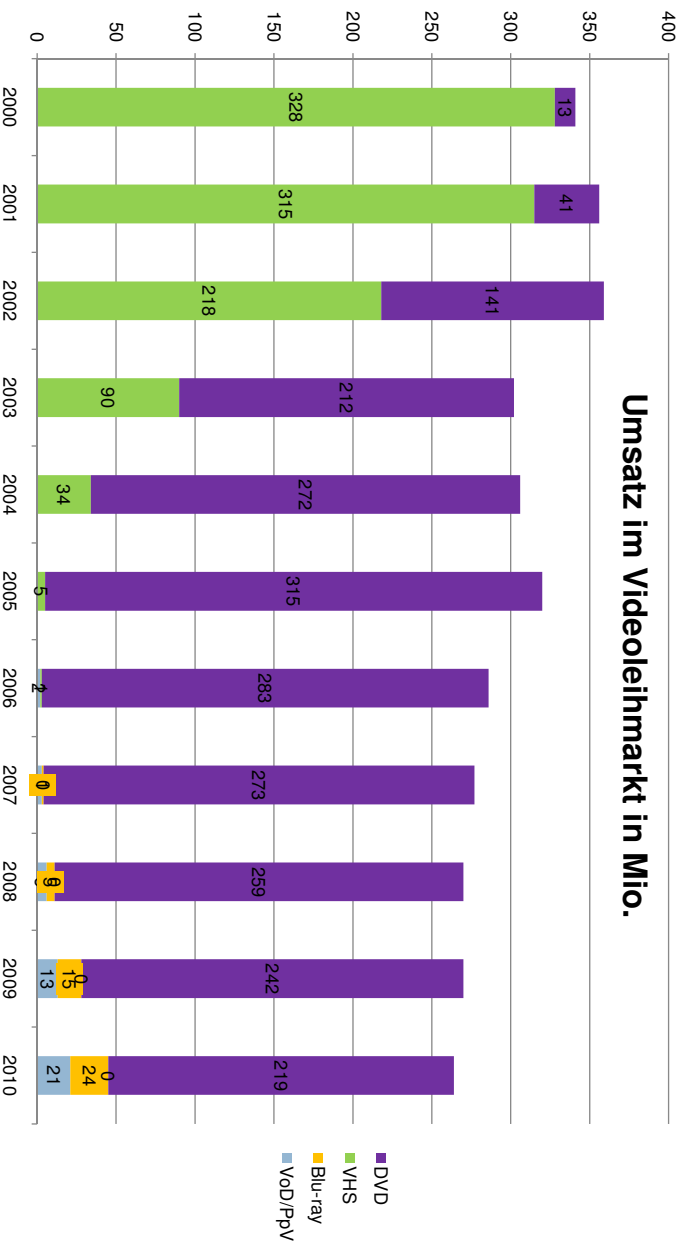
## 3.2.2 Videoleihmarkt

30

- **Vod**: Video-on-Demand
  - digitales Videomaterial auf Anfrage zum Downloaden
  - oder über einen Video-Stream
  - Käufer/Nutzer erwirbt das Nutzungsrecht nur für eine endliche Zeitspanne, etwa 24 oder 48 Stunden z.B. Maxdome
- **PpV**: Pay-per-View
  - Abrechnung im Einzelabruf-Verfahren
  - Zuschauer zahlt dabei nur für tatsächlich gesehene Sendungen, die zum angegebenen oder gewünschten Termin „freigeschaltet“ (decodiert) werden

## 3.2.2 Videoleihmarkt

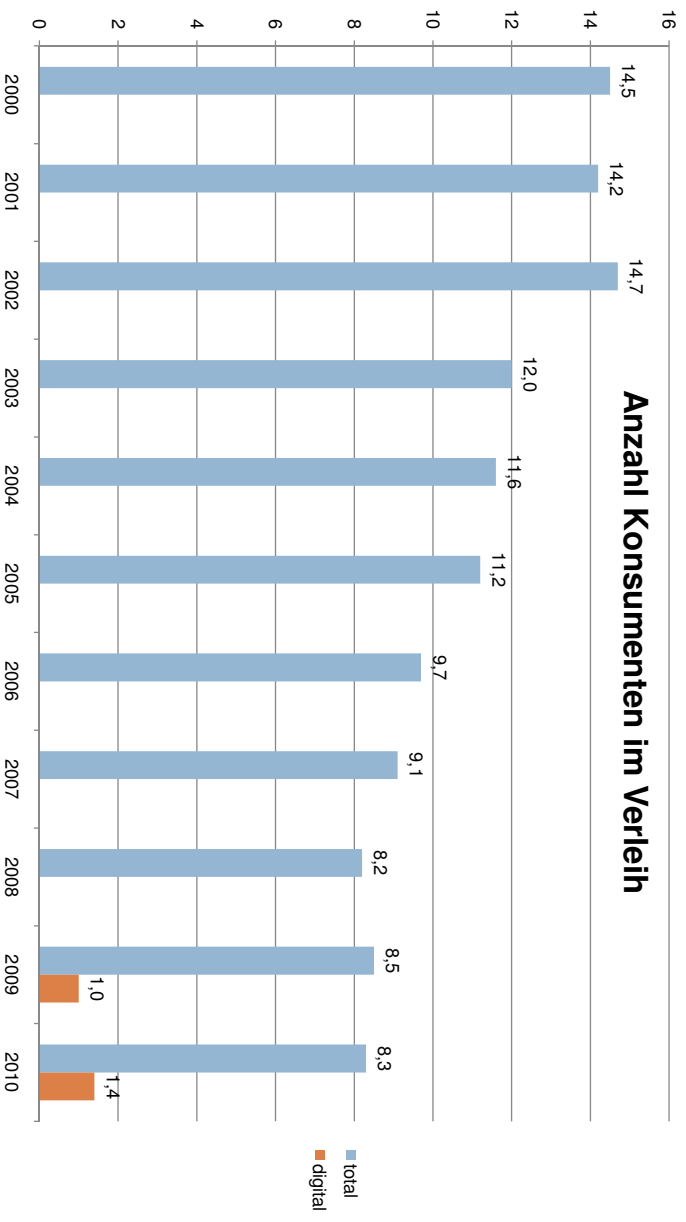
31



Quelle: [http://bvv-medien.de/jwb\\_pdfs/JWB2010.pdf](http://bvv-medien.de/jwb_pdfs/JWB2010.pdf)

## 3.2.2 Videoleihmarkt

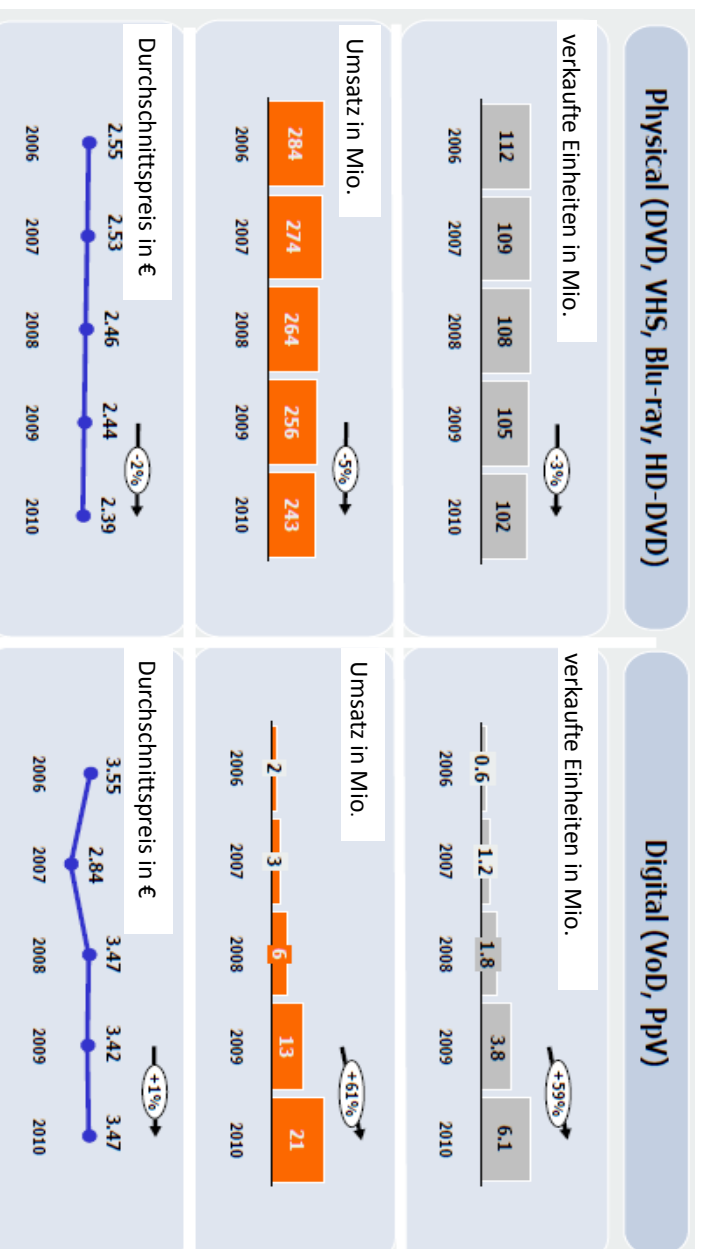
32



Quelle: [http://bvv-medien.de/jwb\\_pdfs/JWB2010.pdf](http://bvv-medien.de/jwb_pdfs/JWB2010.pdf)

## 3.2.2 Videoleihmarkt

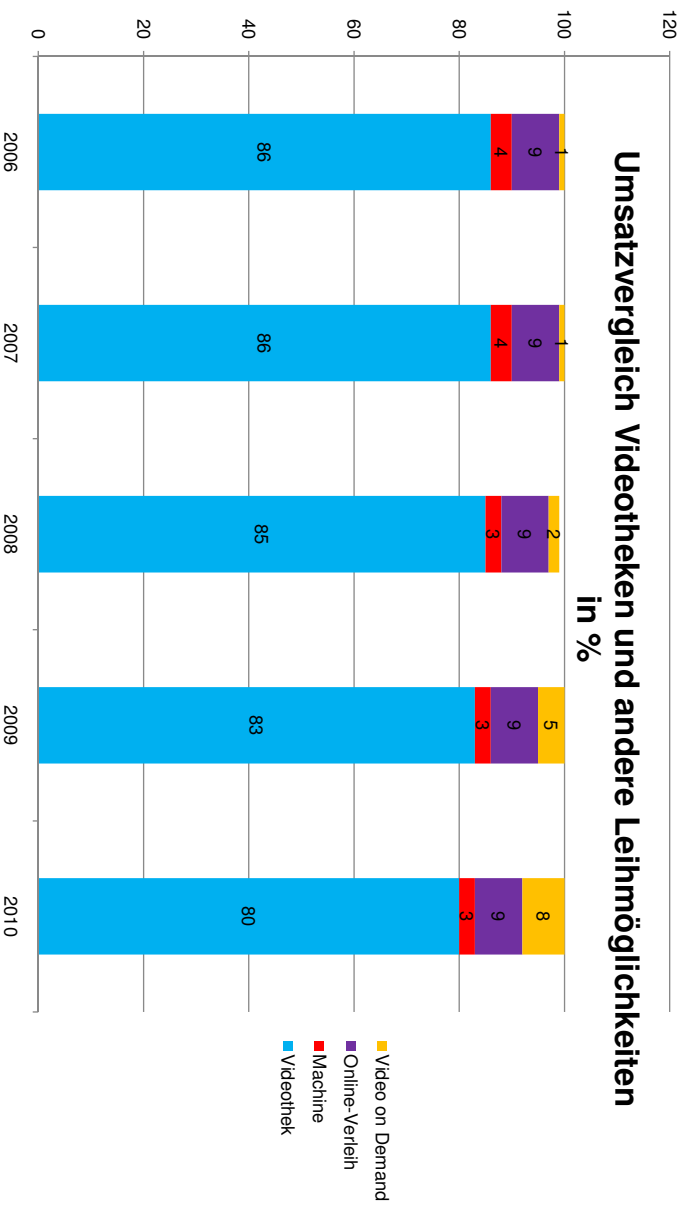
33



Quelle: [http://bvv-medien.de/jwb\\_pdfs/JWB2010.pdf](http://bvv-medien.de/jwb_pdfs/JWB2010.pdf)

## 3.2.2 Videoleihmarkt

34



## 3.2.2 Videoleihmarkt

35

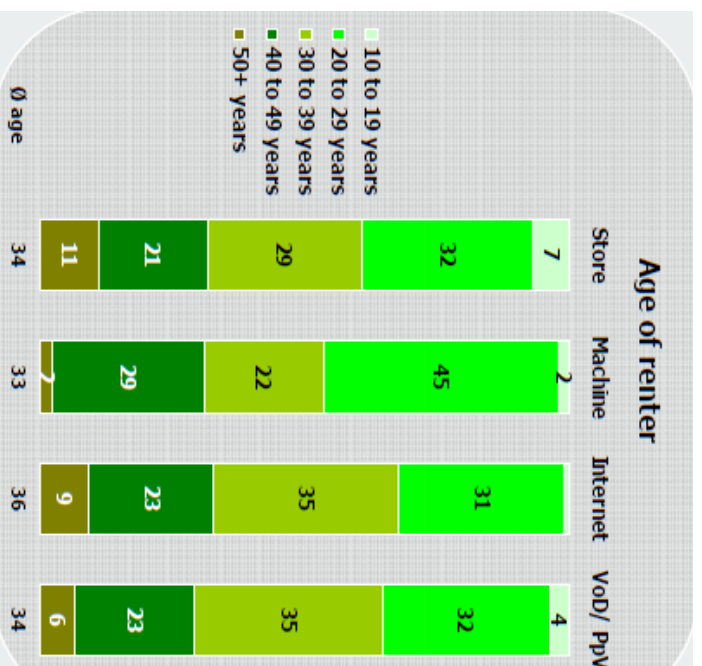
### Anzahl stationärer Verleihhändler und Automatenvideotheken

- 2008: minus 665 Videotheken
- 2009: minus 499 Videotheken
- 2010: minus 214 Videotheken

→ 2.795 Videotheken in Deutschland

## 3.2.2 Videoleihmarkt

36



Quelle: [http://bvv-medien.de/jwb\\_pdfs/JWB2010.pdf](http://bvv-medien.de/jwb_pdfs/JWB2010.pdf)

## Hitlisten DVD

37

Titelrangfolge DVD-Verkauf 2010		Titelrangfolge DVD-Verleih 2010	
Rang	Titel	Rang	Titel
1	<b>Avatar - Aufbruch nach Pandora</b>	1	Shutter Island
2	2012	2	2012
3	Zweiohrküken	3	<b>Avatar</b>
4	Harry Potter und der Halbblutprinz	4	IngLOURIOUS BASTERDS
5	IngLOURIOUS BASTERDS	5	Sherlock Holmes
6	New Moon	6	Hangover
7	Sherlock Holmes	7	Verblendung
8	Wickie und die starken Männer	8	Oben
9	Eclipse	9	Die Entführung der U-Bahn Pelham 123
10	Verblendung	10	Zweiohrküken

# Hitlisten Blu-ray

38

Titelrangfolge Blu-ray-Verkauf 2010		Titelrangfolge Blu-ray-Verleih 2010	
Rang	Titel	Rang	Titel
1	<b>Avatar - Aufbruch nach Pandora</b>	1	<b>Avatar</b>
2	Inception	2	Kampf der Titanen
3	2012	3	Sherlock Holmes
4	Sherlock Holmes	4	District 9
5	Avatar (extended)	5	Batman begins
6	Inglourious Basterds	6	Paranormal Activity
7	District 9	7	2012
8	Avatar (limitiert)	8	Die Päpstin
9	Zweiohrküken	9	Prince of Persia
10	The Dark Knight	10	Zombieland

Quelle: Turecek, O./Roters, G.: Videomarkt und Videonutzung 2010, S. 316

## 4. Trends in der Kinobranche

39

- **Stetiger Abwärtstrend** aufgrund von:
  - Verbreitung illegaler Filmkopien
  - Stets verbesserte Heimkinoausrüstungen
  - Konkurrenz mit neuen Medien (z.B. Internet)
- **Kontinuierlicher Zuschauerückgang**
- **Ziel in Deutschland: Qualität/Popularität deutscher Filme muss trotz vergleichsweise geringerer finanzieller Mittel steigen**

## 4.1 Kinobranche im Umbruch

40

- Veränderung der Struktur des Kinopublikums
  - Männer gehen immer seltener
  - Anteil der weiblichen Kinobesucher konstant oder sogar gestiegen
- Immer weniger „intensive Kinogänger“
- Trend zur Digitalisierung

## 4.2 Digitalisierung des Kinos

41

- „Digitales Kino“ im weiteren Sinne → Digitalisierung der gesamten Produktionskette von Filmaufnahmen über Postproduktion bis hin zu Archivierung, Distribution und Vorführung von Kinofilmen
- Kulturstatsminister Bernd Neumann (CDU):  
*„Unser Ziel ist die flächendeckende Digitalisierung der Kinolandschaft und der Erhalt ihrer Vielfalt.“*

## 4.2 Digitalisierung des Kinos

42

- Distributionsmöglichkeiten:
  - Wechsellmedien (Festplatten)
  - Datenleitung (Breitbandanschluss)
  - Satellitenverbindung
- Vorteil:
  - Vereinfachung von Werbung
  - keine Abnutzungserscheinung der Filmkopie
  - Verbesserung der Tonqualität
  - 3D-Filme darstellbar

Aber: kein sichtbarer Mehrwert für Zuschauer

## 4.2 Digitalisierung des Kinos

43

① Digital- und Analoginstallationen  
nach Anzahl der Leihwände

Land	Analoge Leihwände	Digitale Leihwände (mind. 2 K Projektion)
USA	39 668	5 242
Indien	13 000	34
Frankreich	5 362	192
China	5 220	623
Deutschland	4 832	155
Spanien	4 299	47
Großbritannien	3 440	298
Japan	3 221	100
Italien	2 968	65
Russland	1 510	123
Niederlande	679	37
Norwegen	665	41
Irland	615	41
Österreich	570	34
Schweiz	550	13
Belgien	512	97

Quellen: www.cinemadayr.com; Focus 2008 - World Film Market Trends; In: European Audiovisual Observatory (www.obs.coe.int); www.screenigest.com; „Japanese Film 2008“; In: Unifapan.

## 5. Trends auf dem Heimvideomarkt

- Lage der Videoanbieter durch Stabilität gekennzeichnet
- jährliche Rekordzahlen trotz gesunkener Durchschnittspreise
- Verkaufserfolge jedoch nur noch durch Zugeständnisse bei Preis-/Gewinnspannen realisierbar
- Verdrängungsmarkt im DVD Geschäft ist hart, Elektrogroßmärkte konkurrieren mit Internethändlern

## 5. Trends auf dem Heimvideomarkt

- Haushaltsausstattung mit reinen DVD Playern rückläufig
- Stattdessen:
  - DVD-fähige Multimediageräte wie PC/Spielekonsolen
  - 3D-TV in Verbindung mit BluRay-Technik

## 5. Trends auf dem Heimvideomarkt

46

### ⑧ Unterhaltungselektronik: Fernseh- und Videoausstattung<sup>1)</sup>

Angaben in %

Personen aus Haushalten mit ...	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Fernsehgerät ein Gerät	98,0	98,0	98,1	98,0	97,9	97,9	97,7	97,7	97,0	97,2	96,9
zwei und mehr Geräte	60,7	61,4	60,8	60,1	58,9	58,5	59,4	59,0	61,1	59,1	59,6
Mini-Fernseher/Waldman <sup>2)</sup>	37,1	36,6	37,5	37,9	39,1	39,4	38,4	38,7	36,0	38,1	37,5
Fernseher mit Flachbildschirm <sup>3)</sup>	3,4	3,0	2,7	3,5	2,4	2,7	2,4	3,0	2,9	3,5	3,7
Videorecorder <sup>3)</sup>	-	-	-	-	-	5,2	7,4	13,0	20,8	32,1	47,1
DVD-Player <sup>2) 3)</sup>	67,4	67,8	61,5	65,5	67,0	67,8	64,6	61,1	57,5	55,2	49,4
DVD-Recorder <sup>2) 3)</sup>	-	-	-	-	-	51,1	55,7	58,6	64,1	64,0	55,2
Festplattenrecorder <sup>2) 3)</sup>	-	-	-	-	-	16,8	20,4	25,7	18,8	19,6	20,6
	-	-	-	-	-	3,8	5,3	7,8	8,1	9,1	6,2

1) Basis: ma 2000 bis ma 2007; D14+, ma 2008 u. 2009: D+EU 10+, ma 2010 (Radio II: deutschsprachende Bev. 10+.

2) Nicht in allen Jahren erhoben.

3) Nur in einer Welle der ma 2010 erhoben.

Quelle: ma 2000 II bis ma 2010 I.

## 6. Raubkopien als Sorgenkind

47

- „*Neue illegale Filmportale ziehen Millionen Zuschauer an und rauben der Branche zahlende Kunden*“ (KölmeI 2009: 122)
- bereits 2009 listete die GVV (Gesellschaft zur Verfolgung von Urheberrechtsverletzungen) 90 illegale Streaming-Seiten
- Einbußen von Gewinn
- Verletzen des Jugendschutzes

## 6. Raubkopien als Sorgenkind

- in Deutschland beläuft sich der Schaden jährlich auf 300 Mio €, weltweit auf ca. 18 Mrd \$
- Rückgang von
  - Kinobesuchern um 12%
  - Videoverleih um 10%
  - DVD-Verkauf um 12%

## 6. Raubkopien als Sorgenkind

- besonders Videotheken leiden unter Folgen illegaler Downloads:
  - 2008 – 665 (im Vgl. zum Vorjahr)
  - 2009 – 499
  - 2010 – 214
- Insgesamt (noch) 2795
- Zahl der Videothekengänger 2010: 7,4 Mio. (halbiert seit 2000)
- Initiativen: → Leih-DVD per Post als Abonnement
  - Kombi Pizza/DVD- Service
  - Ausweitung Öffnungszeiten auf Sonntag

# 7. Fazit

50

- Erlösstruktur
  - Primär-Auswertung verliert an Bedeutung
    - Grund: Vervielfachung der Gesamterlöse über alle Windowing-Stufen
  - Kino hat sich im Gegensatz zur Videobranchen in den letzten Jahren negativer entwickelt (Gewinneinbußen)
  - 3D-Filme/Digitalisierungstechnik spielen eine immer wichtiger werdende Rolle im Kino
  - stetiger Zuwachs der Nutzung alternativer Angebote wie Web-TV oder Online-Videotheken (maxdome oder Videoload) auf dem Heimvideomarkt
  - Verbesserte Heimkinotechnik ermöglicht Kino-Feeling zu Hause

# Quellen

51

- Literatur
  - Backnan (2000): *Entwicklung und Struktur des deutschen Kinomarktes*. Stuttgart. Diplomarbeit.
  - Flechsig, Castendyk, von Wahlert, Feil und Kreil (2011): *Filmstatistisches Jahrbuch 2011*, Band 22, Wiesbaden. Nomos.
  - Jockenhövel, Jesko / Reber, Ursula / Wegener, Claudia (2009): *Digitaler Roll-out: Kinobranche im Umbruch*. In: Media Perspektiven Nr. 9/2009, S. 494-503.
  - Katzenbach (2006): *Die Filmwirtschaft und Breitband-Internet*. Online-Dokument.
  - Kölmel, Michael (2009): *Portfoliomanagement von Ketensägen und Sommermärchen*. In: Hennig-Thurau / Henning, Victor (Hrsg.): *Guru Talk. Die deutsche Filmindustrie im 21. Jahrhundert*. Marburg: Schüren Verlag, S. 109-123
  - Turecek, Gunnar (2011): *VideoMarkt und Videonutzung 2010*. In: Publizistik Nr. 6/2011, 311-320.
  - Turecek, Oliver / Bäner, Helmut / Roters, Gunnar (2011): *VideoMarkt und Videonutzung 2010*. In: Media Perspektiven Nr. 6/2011
- Internet
  - <http://de.statista.com>
  - <http://www.cultiv.net>
  - <http://www.fifa.de>
  - <http://www.bvv-medien.de>
  - <http://www.kino-zeit.de/news/aktuelle-trends-auf-dem-kinomarkt-nur-geringes-wachstum-erwartet>
  - [http://www.dradio.de/dlf/sendungen/interview\\_dlf/1384977/](http://www.dradio.de/dlf/sendungen/interview_dlf/1384977/)
  - <http://www.video-homevision.de/rajaeber/1a-2009-die-home-entertainment-trends-der-kommenden-monate-193456.html>
  - [http://www.epochtimes.de/572426\\_juengere-zuschauer-zielt-es-immer-weniger-in-die-kinos.html](http://www.epochtimes.de/572426_juengere-zuschauer-zielt-es-immer-weniger-in-die-kinos.html)
  - [http://www.focus.de/digital/Internet/id-13838/raubkopierer-kinos-to-start-kinos\\_aid\\_380416.html](http://www.focus.de/digital/Internet/id-13838/raubkopierer-kinos-to-start-kinos_aid_380416.html)
  - <http://www.nmz.de/kiz/nachrichten/rotz-schlechter-bilan-z-bund-foerdert-digitalisierung-des-kinos>