

Sehr geehrte Damen und Herren,

die vorliegende Broschüre zum Videomarkt 2001 beschreibt die Entwicklung einer Branche mit einer bisher nicht gekannten Erfolgsgeschichte im Home Entertainment Bereich.

Ende der 90er Jahre hatte die Videowirtschaft mit der Digital Versatile Disc (DVD) ein neues Trägermedium erhalten, das den gesamten Videomarkt, analog zum Musikmarkt Anfang der 80er Jahre, durch ungeahnte Wachstumsimpulse revolutioniert hat.

Die DVD-Abspielgeräte haben sich, nach ihrer Markteinführung vor vier Jahren, bisher doppelt so schnell durchgesetzt, wie die CD-Player in den 80er Jahren, was dazu geführt hat, dass trotz vergleichsweise geringer DVD-Hardware-Penetration, im vergangenen Jahr erstmals höhere Umsätze mit dem Verkauf digitaler Filmformate als mit dem Vertrieb herkömmlicher Videokassetten erzielt wurden.

Diese, das Kinoeinspiel weit übertreffenden, Umsatzrekorde der Videobranche unterstreichen deutlich die Bedeutung der Videowirtschaft innerhalb der Solidargemeinschaft aller in der deutschen Filmförderungsanstalt (FFA) organisierten Filmverbände, da die Videoprogrammindustrie als größter Einzahler der gesamten Filmbranche maßgeblich zur Förderung des deutschen Films beiträgt.

Die nachfolgende Marktübersicht basiert auf Daten der GfK Panel Services Consumer Research GmbH, ermittelt im Auftrag des Bundesverbandes Audiovisuelle Medien.

Der Bundesverband Audiovisuelle Medien dankt dem Institut für seine Kooperation.



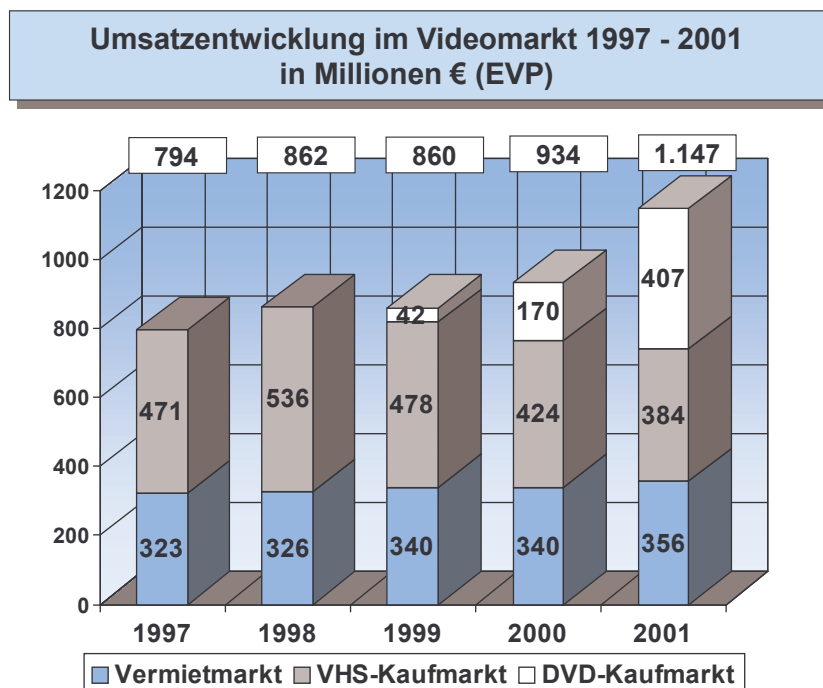
Joachim A. Birr
Geschäftsführendes Vorstandsmitglied
BUNDESVERBAND AUDIOVISUELLE MEDIEN

Umsatzentwicklung im Videomarkt	1
Käuferwanderung im Videomarkt	3
Umsatzentwicklung der gesamten Filmbranche	4
Hardware-Ausstattung deutscher Haushalte	5
VHS- und DVD-Kaufmarktprofil	6
DVD-Kaufmarkt	9
Top-Titel-Analyse des Kaufmarktes	11
VHS-Kaufmarkt	12
E-Commerce	15
Video-Vermietmarkt	16
Perspektiven der Videobranche	22

Der deutsche Videomarkt erzielt neue Rekordumsätze

Wie die Zahlen des GfK-Konsumentenpanels für das abgelaufene Jahr 2001 belegen, übertrifft der Videogesamtmarktumsatz in Deutschland erstmalig die 1 Milliarden € Schwelle. Im vergangenen Jahr konnte mit dem Verkauf und der Vermietung von DVD- und VHS-Bildtonträgern der Rekordumsatz von insgesamt 1,146 Mrd. € erwirtschaftet werden. Das entspricht einer Gesamtmarktsteigerung von +23%.

Grafik 1



Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVM

DVD-Verkauf um weitere +139% gestiegen

Analysiert man den Videokaufmarkt, sind die Ergebnisse besonders eindrucksvoll. Der Umsatz aus dem Verkauf von DVDs und VHS-Kassetten ist im vergangenen Jahr um +33% auf 790,4 Mio. € gestiegen, was in erster Linie auf den weiterhin stark ansteigenden Absatz von DVDs zurückzuführen ist. Der erwirtschaftete Umsatz digitaler Bildtonträger ist von 170,4 Mio. € um +139% auf 406,7 Mio. € gestiegen. Damit liegt der Umsatz aus dem DVD-Verkauf mittlerweile über dem des VHS-Kaufkassettengeschäfts (383,6 Mio. €). Der Rückgang des VHS-Verkaufumsatzes in Höhe von -9% wird somit mehr als kompensiert.

DVD-Vermietumsatz legt um +222% zu

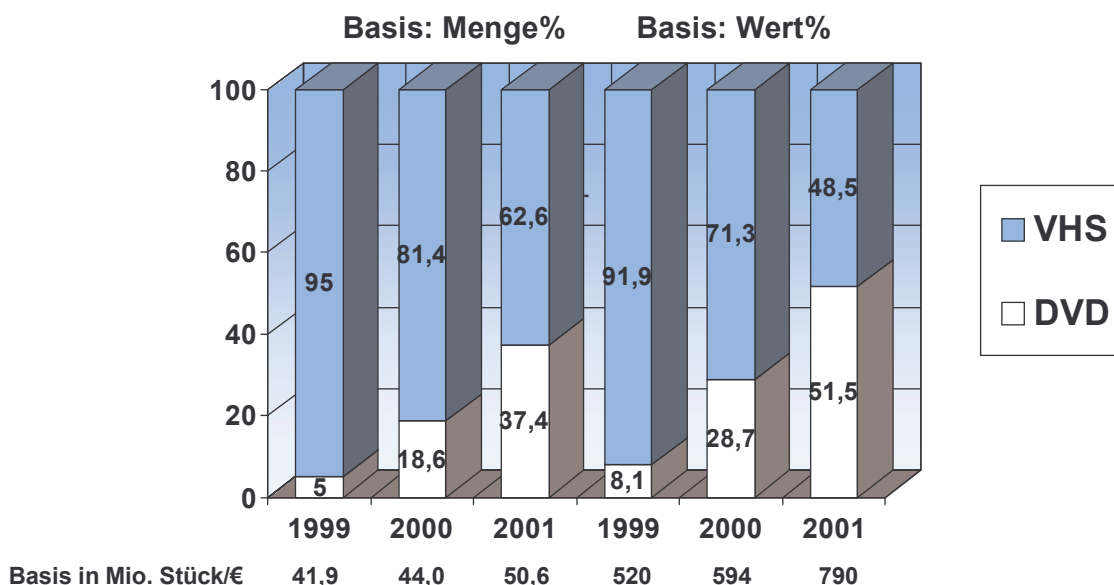
Die Entwicklungen im Videovermietmarkt werden von der Branche ebenfalls als höchst erfreulich beurteilt. Der Verleihumsatz von 356 Mio. € in 2001 bedeutet einen Anstieg um +5%. Während sich die Videothekenkunden jedoch etwas seltener (-4%) VHS-Kassetten mit nach Hause nahmen, ist der DVD-Vermietumsatz von 12,6 Mio. € auf 40,6 Mio. € um +222% angestiegen.

DVD-Geschäft übertrifft erstmalig den VHS-Verkaufumsatz

Mehr als jeder dritte vom Endverbraucher erworbene Bildtonträger (37,4%) des vergangenen Jahres war bereits eine DVD. 31,7 Mio. verkauften herkömmlichen Videokassetten standen 18,9 Mio. an den Endverbraucher abgesetzte digitale Speichermedien gegenüber. Der Umsatz aus dem DVD-Verkauf lag mit 51,5% des gesamten Verkaufumsatzes jedoch bereits im letzten Jahr über dem des Videokassettengeschäfts (48,5%). Diese Tatsache ist natürlich darauf zurück zu führen, dass die Durchschnittspreise einer Videokassette mit 12,10 € unter dem Durchschnittspreis einer Disc (21,50 €) lagen.

Grafik 2

DVD- und VHS-Anteil am Videokaufmarkt 1999 - 2001



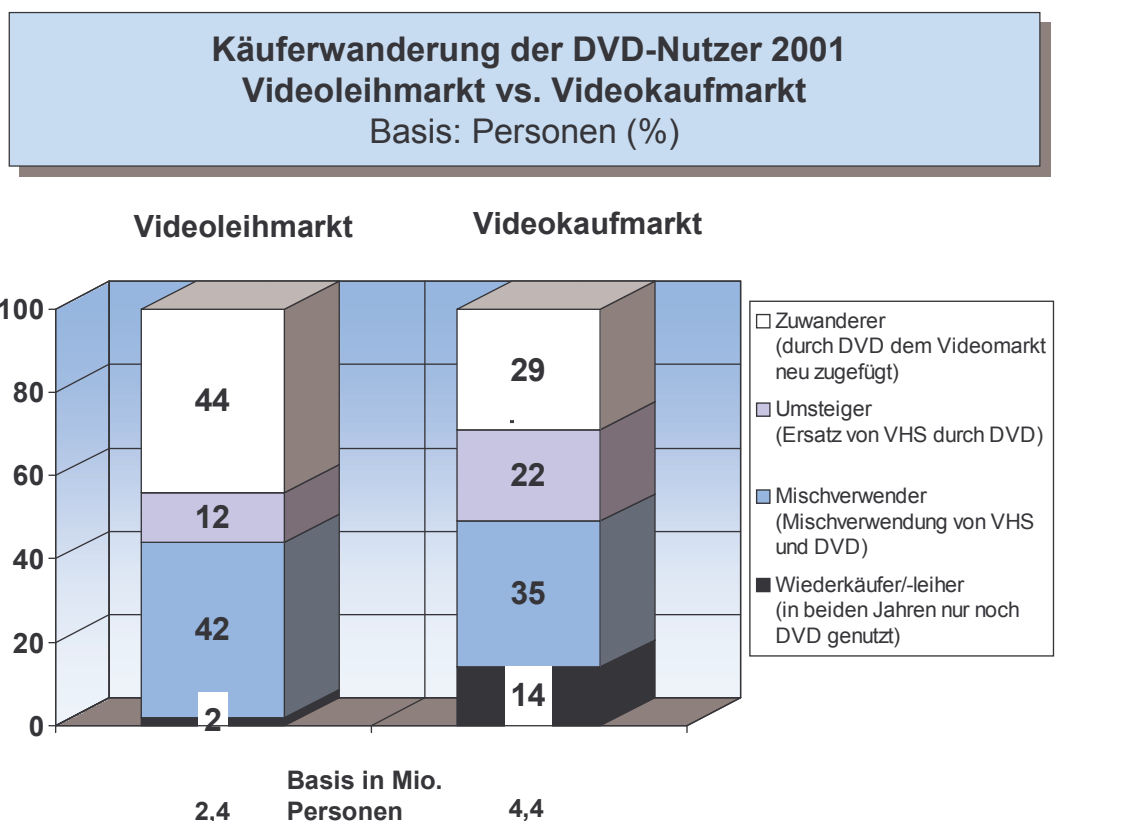
Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVV

Wie die nachfolgende Grafik zeigt, ist die qualitative Überlegenheit der digitalen Speichermedien offensichtlich so gewichtig, dass bereits jeder siebte der insgesamt 4,4 Mio. DVD-Käufer (14%) in den letzten beiden Jahren nur noch zur DVD gegriffen hat. Da im letzten Jahr zusätzlich 22% endgültig auf die Discs umgeschwenkt sind und weitere 29% aller DVD-Käufer dem Videomarkt durch die digitale Technologie erstmalig zugeführt wurden (in absoluten Zahlen bedeutet das: 1,28 Mio. Neukunden!), sind somit bereits zwei Drittel (65%) der insgesamt 4,4 Mio. DVD-Käufer vollständig auf die Silberscheiben umgeschwenkt. Lediglich ein Drittel der DVD kaufenden Filmfreunde (35%) haben im letzten Jahr auch VHS-Kassetten erworben.

44% der DVD-Leiher sind Neukunden

Mehr als zwei von fünf Videothekengängern, die im vergangenen Jahr DVDs ausgeliehen haben (44%), sind Neukunden oder ehemalige Kunden, die innerhalb der letzten beiden Jahre nicht mehr leihaktiv waren. Die Aufwertung des Home Entertainments durch digitale Software und Abspielgeräte konnte in absoluten Zahlen ausgedrückt 1,06 Mio. zusätzliche Videothekengänger generieren. Hier besteht angesichts des bisher noch vergleichsweise geringen Ausstattungsgrades mit DVD-Playern (Ende 2001 8,2%) offensichtlich noch großes Potenzial.

Grafik 3



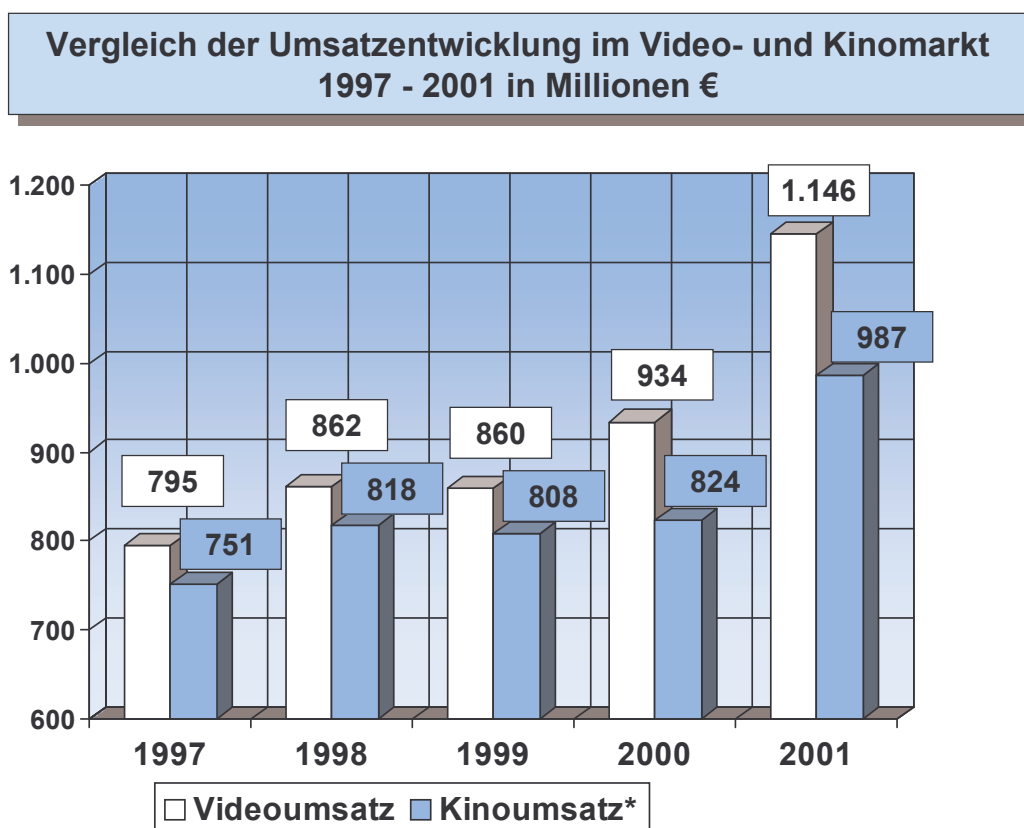
Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVV

Zählt man zu den 44% der oben beschriebenen Neukunden noch die 12% DVD-Anhänger, die im letzten Jahr auf DVD-Nutzung umgeschwenkt sind und die 2% Videothekenkunden, die bereits seit zwei Jahren ausschließlich Discs ausgeliehen haben, stellt man fest, dass bereits etwa drei von fünf DVD-Leihern (58%) in den Videooutlets nur noch auf digitale Bildspeicher zurückgreifen. Die übrigen 42% DVD-Nutzer machen es offensichtlich spontan von den vorhandenen Bildtonträgern abhängig, ob sie DVDs oder Videokassetten ausleihen.

Videoumsatz stiehlt der Leinwand die Schau

Wie in den Jahren zuvor, haben die Einkünfte aus dem Home-Entertainment-Segment, das die Bereiche Videoverleih sowie den Verkauf von Videokassetten und DVDs umfasst, die Erlöse an den deutschen Kinokassen weit übertroffen. Trotz eines Rekord-Kinohjahres und Ausnahme-Titeln wie „Herr der Ringe“, „Harry Potter“ und „Der Schuh des Manitu“, konnte das Kinoeinspielergebnis in Höhe von 987 Mio. € vom Videomarkt mit einem Gesamtumsatz von 1.147 Mio. €¹ um +16,2% übertroffen werden, was einer Mehreinnahme von 160 Mio. € entspricht.

Grafik 4



Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVV und der *FFA

DVD weiterhin der Wachstumsmotor der Filmbranche

Insbesondere auf den rasant steigenden DVD-Markt ist es zurückzuführen, dass die Videoprogrammindustrie als größter Einzahler der gesamten Filmbranche, mit 1,8% vom Nettoumsatz, jährlich einen signifikant hohen und weiter wachsenden Solidarbeitrag an die deutsche Filmförderungsanstalt (FFA) leistet. Nach aktuellen Schätzungen wird allein die Videoabgabe für 2001 ca. 10 Mio. € betragen. Die erfolgreiche Zweitverwertung trägt somit maßgeblich zur Refinanzierung und Gewinnerzielung der Filmproduktionen bei und unterstützt weitere Auswertungsstufen. Höhere Umsätze führen durch die gesetzliche Abgabe letztlich auch zu einem höheren Etat der FFA und ermöglichen neue deutsche Produktionen.

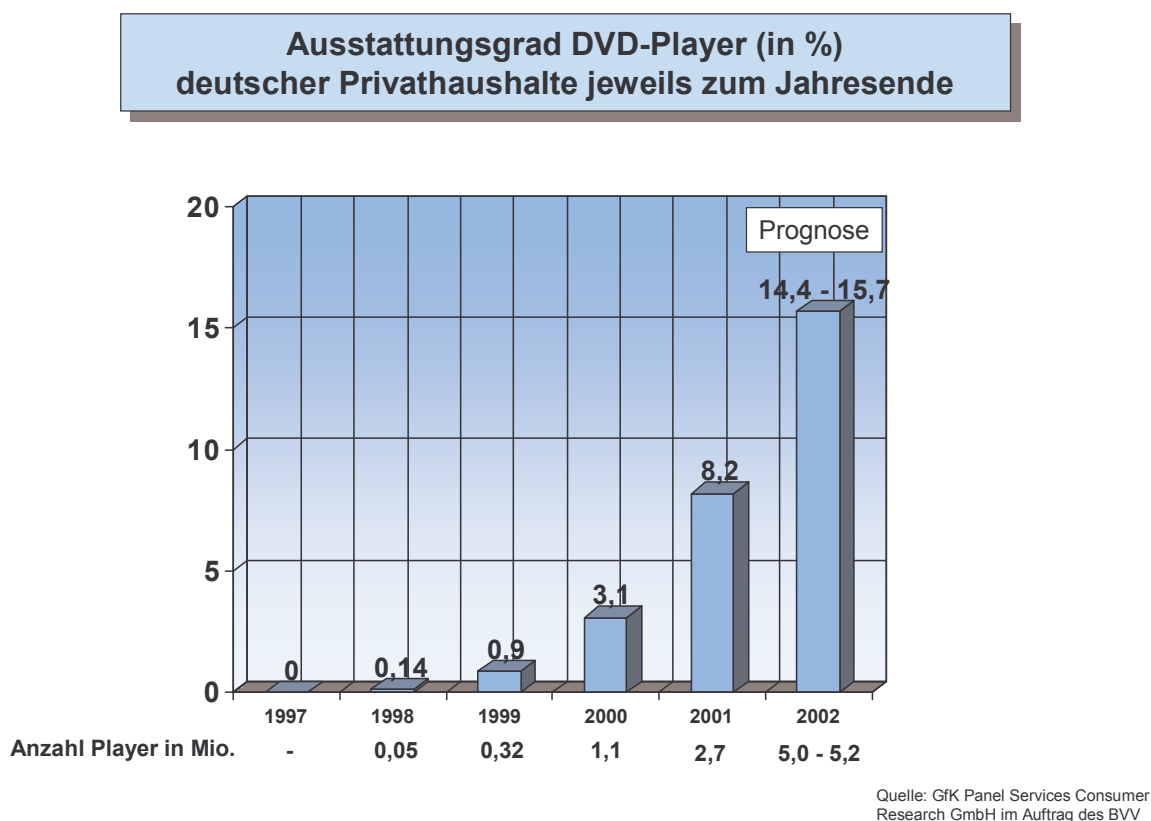
¹ alle Umsatzangaben ausschließlich für das Spielfilmsegment ohne Hardcore

Jeder zwölfte Haushalt mit DVD-Player ausgestattet

Im Vergleich zum Jahr 2000 (1,1 Mio. Stück) hat sich der DVD-Abspielgerätebestand um +145% auf 2,7 Mio. Einheiten in deutschen Haushalten erhöht. Ende des vergangenen Jahres verfügte somit bereits jeder zwölfte deutsche Haushalt (8,2%) über einen DVD-Player.

Nach einer Prognose der GfK wird die Haushaltspenetration dieser digitalen Abspielgeräte Ende 2002 zwischen 14,4% und 15,7% liegen. Ende des Jahres stünden demnach ca. 5 bis 5,2 Mio. DVD-Player in den Wohnstuben der deutschen Heimkinofreunde.

Grafik 5



Der vermehrte Absatz der DVD-Software ist auch auf die stetig wachsende Ausstattung mit DVD-kompatiblen Endbenutzergeräten wie Spielekonsolen und DVD-Computerlaufwerken zurückzuführen. Laut GfK verfügten bis Ende 2001 ca. 15% der bundesdeutschen Haushalte (ca. 5 Mio. Haushalte) über einen PC mit eingebautem DVD-Laufwerk. Darüber hinaus standen bis Ende vergangenen Jahres in 660.000 Haushalten DVD-abspiehfähige Sony-Play-Station-2-Konsolen.

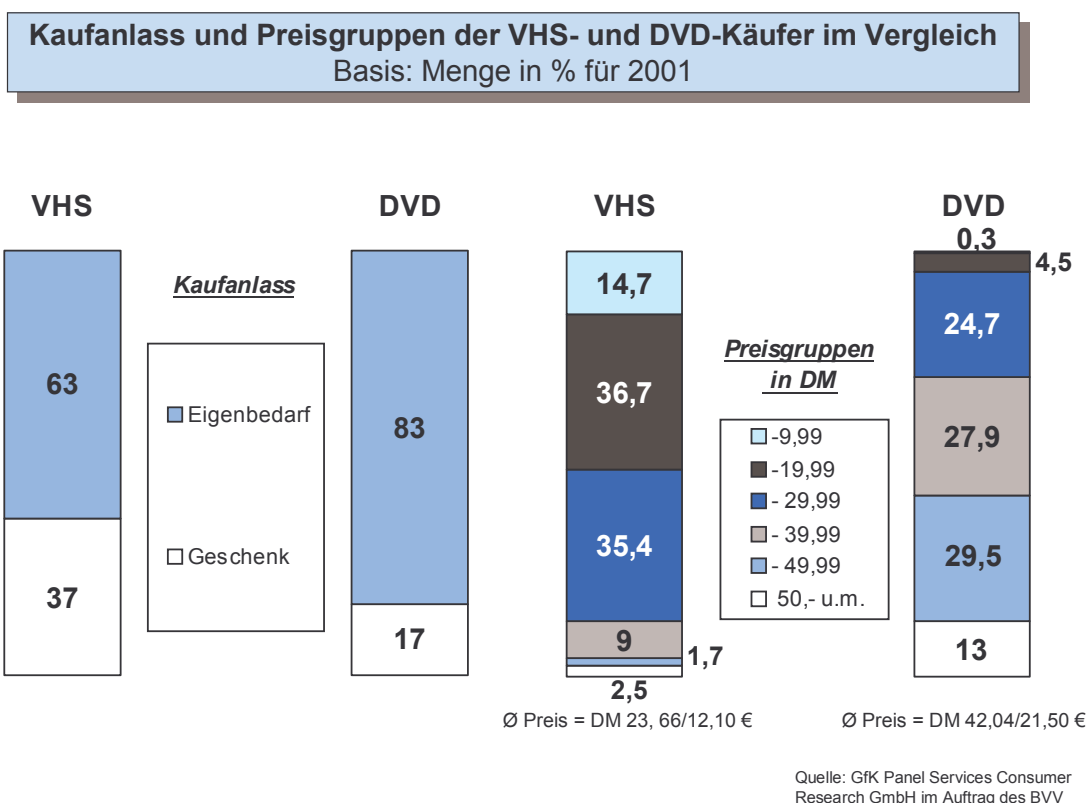
Videorecorder-Ausstattung auf hohem Niveau stabilisiert

Der Ausstattungsgrad der deutschen Bevölkerung mit Videorecordern hat sich dagegen auf hohem Niveau stabilisiert. Nach Angaben der GfK wurden im vergangenen Jahr insgesamt 2,68 Mio. Videorecorder verkauft (nach 2,89 Mio. -7% weniger als in 2000). Durch Substitution alter Geräte und Weitergabe innerhalb des Haushalts hat sich die Videorecorderausstattung deutscher Haushalte bei 72% nicht merklich verändert.

Videomarkt hat 600.000 zusätzliche Käufer gewonnen

Nachdem im Jahr 2000 noch insgesamt 16,5 Mio. Konsumenten mindestens einen Bildtonträger erworben hatten, ist die Anzahl der DVD- und Videokassettenkäufer im vergangenen Jahr um weitere +3,6% oder 600.000 Endverbraucher auf nunmehr 17,1 Mio. gestiegen. Dieser Käuferzuwachs ist primär auf den rasanten Anstieg der DVD-Käuferschicht zurückzuführen. Dagegen ist die durchschnittliche Anzahl erworbener Filme pro Käufer im Vergleich zu 2000 sowohl bei Anhängern der herkömmlichen Videokassette (2,3) als auch der DVD (4,3) in 2001 konstant geblieben.

Grafik 6



Der durchschnittliche DVD-Liebhaber hat im vergangenen Jahr mit 94,- € und Durchschnittspreisen von 21,50 € etwa 4,- € mehr als im Jahr zuvor für seine DVD-Sammlung ausgegeben. Dagegen haben die Videokassettenkäufer mit 27,61 € und Durchschnittspreisen von 12,10 € weniger als ein Drittel in ihre analogen Filmspeicher investiert.

Etwa drei von vier Videokassetten (72,1%) wurden in Preisschienen zwischen DM 10,- (5,11 €) und DM 29,99 (15,33 €) angeboten. Im DVD-Markt ist der Großteil auf die Preissegmente zwischen DM 20,- (10,21 €) und DM 49,99 (25,56 €) mit insgesamt 82,1% in etwa gleich verteilt. Im Vergleich zum Vorjahr hat insbesondere die Preisschiene zwischen DM 20,- (10,21 €) und DM 29,99 (15,33 €) signifikant an Bedeutung gewonnen, was offensichtlich in erster Linie zu Lasten des nächst höheren Preissegments ging.

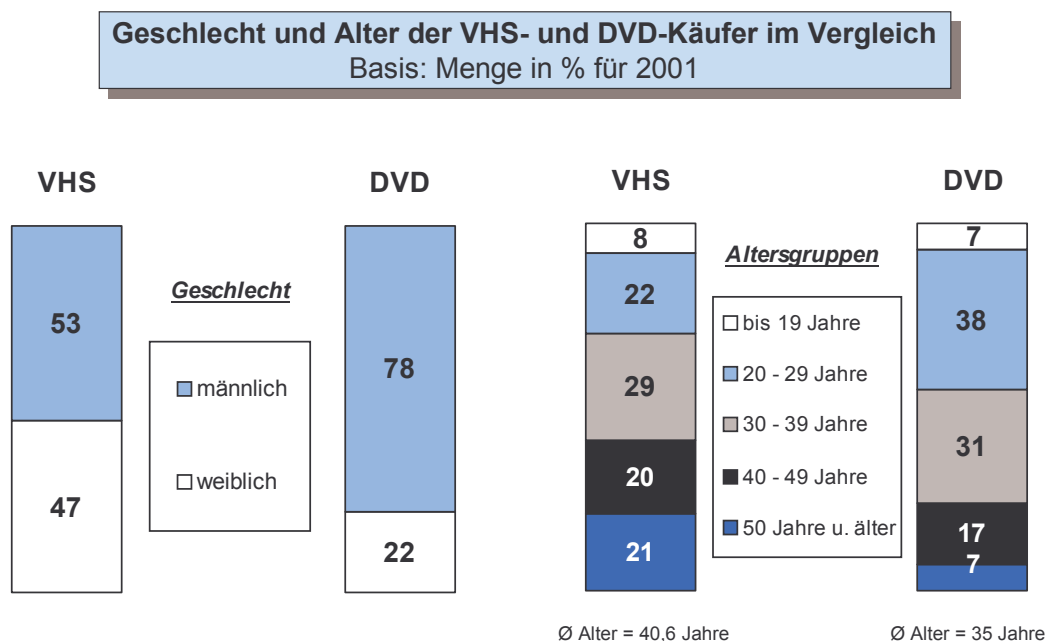
VHS häufiger Geschenkartikel

Nach 32% in 2000 waren im vergangenen Jahr mehr als ein Drittel der erworbenen Videokassetten (37%) als Geschenk gedacht. Auf die weiterhin stark steigende Verbreitung von DVD-Abspielgeräten ist es wohl zurückzuführen, dass die Silberscheiben mit 17% ebenfalls signifikant häufiger verschenkt wurden als in den Vorjahren (14% in 2000).

DVD-Käufer weiterhin überwiegend Männer

Wie in den Jahren zuvor, ist die DVD-Käuferschicht weiterhin überwiegend männlich geprägt. Etwa vier von fünf Kaufentscheidungen (78%) werden von Männern getroffen. Doch die Frauen sind langsam auf dem Vormarsch. Im Vergleich zu 2000 ist der Anteil von DVD-Käufen durch Frauen zwar nur um 1,5 Prozentpunkte gestiegen, in absoluten Zahlen ausgedrückt bedeutet das jedoch 2,5 Mio. zusätzliche DVD-Käufe durch Frauen bei insgesamt 4,2 Mio. von Frauen getroffener Kaufentscheidungen. Die relativ ausgeglichene Verteilung im VHS-Segment ist dagegen unverändert geblieben.

Grafik 7



Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVV

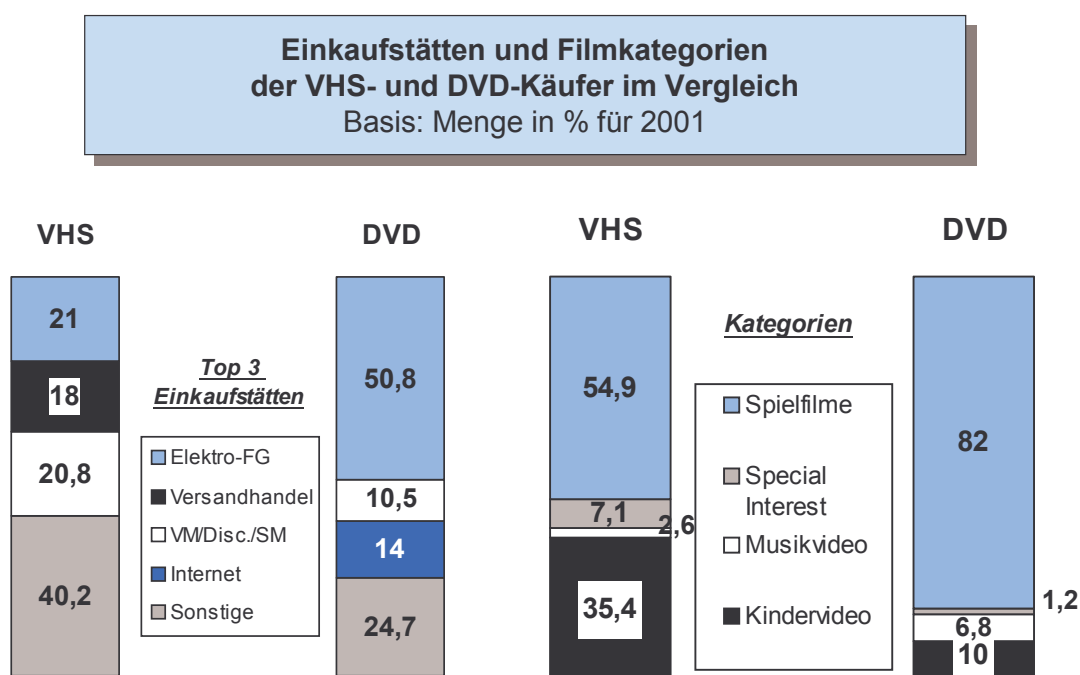
DVD-Käufer im Durchschnitt 6 Jahre jünger als Videokassettenkäufer

Die Verteilung der durchschnittlich 40,6 Jahre alten VHS-Käufer auf die unterschiedlichen Altersklassen fällt relativ homogen aus. Bemerkenswert ist jedoch, dass die Videokassettennutzer seit 1999 jedes Jahr um ein Jahr älter werden (1999: 38,6 / 2000: 39,5). Die Käufer digitaler Filmspeicher sind mit einem, seit drei Jahren konstanten, Durchschnittsalter von 35 Jahren dagegen sehr viel jünger. Mehr als zwei Drittel der Discs (68,4%) wurden von DVD-Usern im Alter zwischen 20 und 39 Jahren gekauft. Vermutlich aufgrund weiter gesunkener Hardware-Preise, gibt es mit einem Anstieg von 41,6% auf 45,1% signifikante Veränderungen insbesondere unter den jüngeren DVD-Anhängern bis zu 29 Jahren zu verzeichnen.

Elektrofachmarkt weiterhin führender Absatzkanal

Im Vergleich zum Vorjahr hat sich die Bedeutung der unterschiedlichen VHS- und DVD-Vertriebsschienen nur wenig verändert. Die Absatzkanäle beider Bildtonträger unterscheiden sich jedoch nach wie vor signifikant. Während es beim Absatz von Videokassetten keinen dominierenden Vertriebskanal zu verzeichnen gibt, wird jede zweite DVD (50,8%) in Elektrofachgeschäften (wie MediaMarkt, Saturn etc.) gekauft. Mittlerweile wird auch etwa jede siebte Silberscheibe (14%) bei virtuellen Anbietern wie Amazon, Primus etc. bestellt. Der VHS-Internethandel fällt dagegen mit 4,7% vergleichsweise unbedeutend aus. Drei von fünf Videokassetten werden entweder im Elektrofachgeschäft (21,0%), im Verbrauchermarkt (20,8%) oder im Versandhandel (18%) abgesetzt.

Grafik 8



Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BvV

Kinder- und Musik-DVDs auf dem Vormarsch

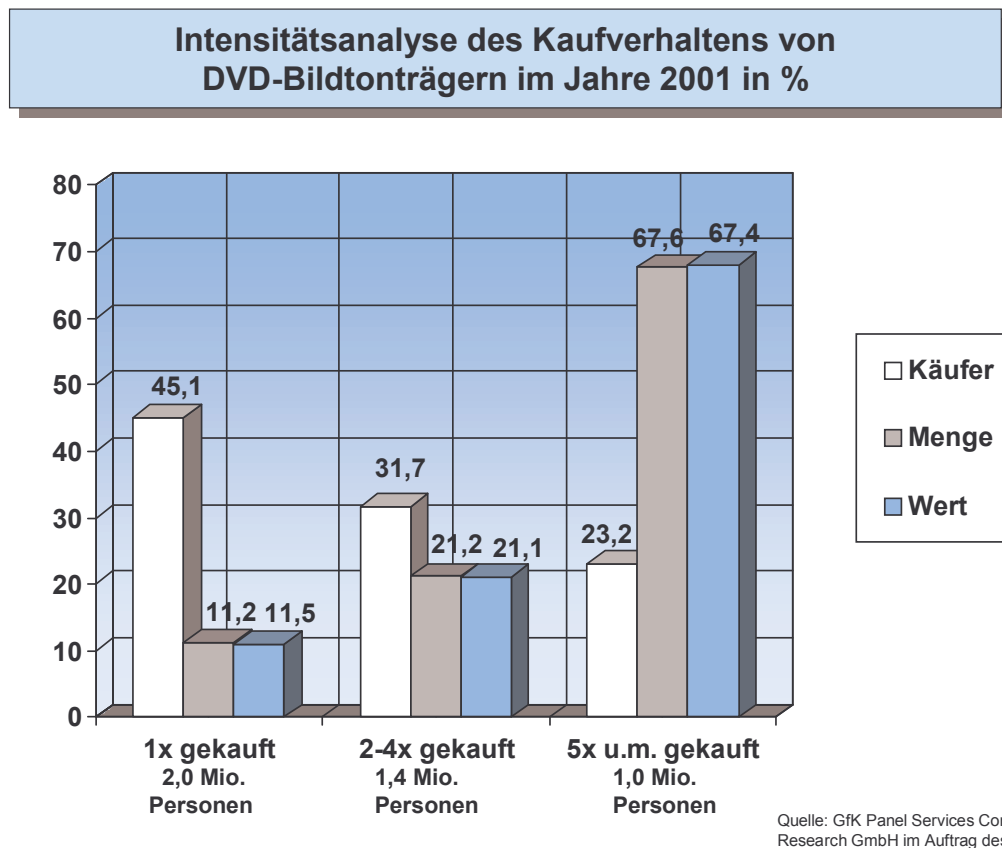
Mit einem Anteil von 82% ist der DVD-Markt weiterhin primär Spielfilm-orientiert. Im vergangenen Jahr war aber bereits jede zehnte verkaufte DVD (10%) ein Kinderfilm. Der Anteil dieses Genres ist im DVD-Segment somit um +58,7% gestiegen. Die Videokassette hat sich dagegen bereits seit Jahren als Kinderprogramm durchgesetzt. Die Möglichkeit, Kindern „kontrolliertes Sehen“ zu ermöglichen, hat dazu geführt, dass in 2001 mittlerweile mehr als jede dritte Videokassette (35,4%) für Kinder gekauft wurde.

Der Verkauf von Musik-DVDs ist um +78,9% auf nunmehr 6,8% angewachsen. Damit ist der Anteil digitaler Musikproduktionen etwa dreimal größer als im analogen VHS-Segment (2,6%), was neben den audiovisuellen Vorzügen digitaler Technik vor allem auf das stark ausgebaute DVD-Musikrepertoire zurückzuführen ist.

1 Mio. DVD-Intensivkäufer

Während mehr als drei Viertel aller DVD-Käufer (76,8%) im letzten Jahr bis zu vier DVDs erworben und damit für 32,6% des Softwareumsatzes gesorgt haben, ist ein Viertel der DVD-Anhänger (23,2%) so kauffreudig, dass sie für zwei Drittel des gesamten DVD-Verkaufumsatzes (67,4%) verantwortlich zeichnen. Die insgesamt 1 Mio. Intensivkäufer haben von sämtlichen 18,9 verkauften DVDs, die in 2001 über die deutschen Ladentheken gingen, allein 12,8 Mio. Stück für ihr Heimkino angeschafft.

Grafik 9



Die Heavy User (mehr als vier DVDs im letzten Jahr gekauft) waren überwiegend männlich (84%) im Alter zwischen 20 und 39 Jahren (72,4%) und haben ihre DVDs überdurchschnittlich häufig per Internetbestellung gekauft (16,3%). Sie erwarben - relativ homogen über das ganze Jahr verteilt und fast ausschließlich zum Eigenbedarf - überwiegend Spielfilme (87,4%) die vornehmlich dem Action/Thriller-Genre zuzurechnen sind.

Im Gegensatz dazu unterscheiden sich die Gelegenheitskäufer (eine DVD gekauft) dadurch, dass sie etwas älter und gleichmäßiger nach Männern (57,4%) und Frauen (42,4%) verteilt sind. Vergleichsweise häufig haben sie Musikprogramme (9,0%) und Dokumentarfilme (11,4%) erworben. Sie haben die Silberlinge zum großen Teil als Geschenk (43,1%) überwiegend im vierten Quartal (51,1%) erstanden, was den Schluss nahe legt, dass es sich vielfach um Weihnachtsgeschenke handelte.

DVD-Titelangebot in 2001 ein weiteres Mal verdoppelt

Zum Ende des vergangenen Jahres hat sich das DVD-Programm nach ca. 1.000 Titeln, die Ende 1999 in den Regalen des Handels lagen und 2.200 Discs in 2000, ein weiteres Mal auf ca. 4.200 Titel nahezu verdoppelt. Zum Erscheinungsdatum der vorliegenden Broschüre geht die Branche von ca. 5.000 erhältlichen Filmen auf DVD aus und erwartet bis Ende des Jahres ein Anwachsen auf ca. 6.700 digitale Bildspeicher.

„Shrek“ meistverkaufte DVD in 2001

Der meistverkaufte DVD-Titel im vergangenen Jahr war „Shrek“. Die Abenteuer des grünen Oger standen bis Ende 2001 in 312.000 deutschen Haushalten. Das Ergebnis ist umso bemerkenswerter, da diese Computer-animierte Produktion erst Ende des Jahres in der 49. KW veröffentlicht wurde.

Tabelle 1

TOP 10 DVD-Kaufmarkt 2001

Rang	Titel	Genre	Anbieter
1	Shrek - Der tollkühne Held	Trickfilm/Komödie	Universal Pictures
2	Star Wars - Episode I	SF/Action	20th Century Fox
3	Gladiator	Historienfilm/Action	Columbia TriStar
4	Der Patriot	Historienfilm/Action	Columbia TriStar
5	Pearl Harbor	Kriegsfilm/Drama	Buena Vista
6	Was Frauen wollen	Komödie	Warner
7	Terminator 2	Action/SF	Kinowelt
8	The Sixth Sense	Action/Thriller	VCL Communications
9	Die Mumie kehrt zurück	Abenteuer/Action	Columbia TriStar
10	Scary Movie	Komödie	Highlight

Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVV

Drei deutsche Produktionen unter den Top-100 der DVD-Bestseller

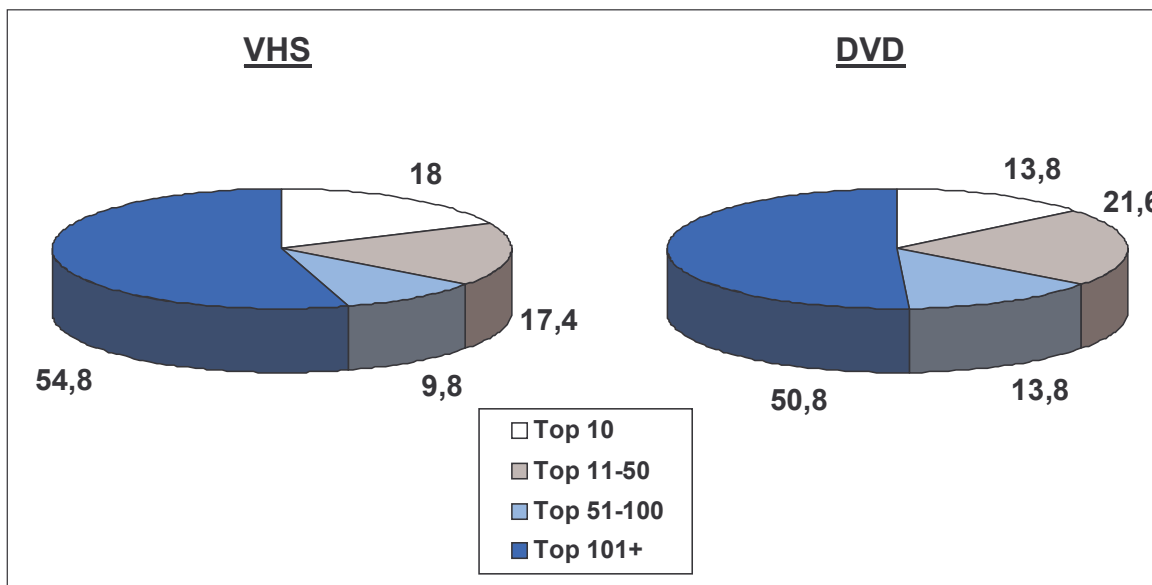
Unter den 100 meistverkauften DVDs befinden sich drei deutsche Produktionen. Wie im vergangenen Jahr ist die Grönemeyer DVD „Stand der Dinge“ am erfolgreichsten (Platz 90). Die bestverkaufte Spielfilmproduktion aus deutschen Landen ist der DVD-Evergreen „Das Boot“ als Director's Cut (Platz 95) dicht gefolgt von der Doppel-DVD „Pur und Friends auf Schalke“ (Platz 96).

DVD-Backkatalog wird immer beliebter

Mit den zehn meist verkauften DVDs ist in 2001 nur noch rund ein Siebtel (13,8%) des gesamten Verkaufumsatzes nach 18,4% in 2000 erwirtschaftet worden. Da mit den Ranglisteninhabern der Positionen 11-50 weitere 21,6% des Gesamtumsatzes erzielt werden konnten und die 50 folgenden Titel wiederum 13,8% der gesamten DVD-Einnahmen generiert haben, machen die DVD-Top-100 die Hälfte (49,2%) der Gesamteinnahmen aus. Im Vergleich zum Vorjahr (Top 100 in 2000: 65,5%) hat demnach insbesondere der Katalog-Verkauf mit Titeln jenseits der Top 100 an Bedeutung gewonnen, was natürlich auch auf das breitere Angebot zurückzuführen ist.

Grafik 10

Top-Titel-Analyse 2001 im VHS- und DVD-Kaufmarkt
Basis: Wert %



Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVV

Ein Fünftel des VHS-Kaufmarkterlöses mit Top-10-Titeln

Der Umsatzanteil der VHS-Top-10 am Gesamtergebnis liegt im Vergleich zu 2000 unverändert bei etwa einem Fünftel. Die zehn meist verkauften Videokassetten erzielten 18% des gesamten Verkaufumsatzes (Top-10 in 2000: 17,9%). Genau wie im Jahr zuvor, wurde mit dem Verkauf von Titeln, die sich nicht unter den ersten 100 platzieren konnten, mit 54,8% mehr als die Hälfte eingenommen (in 2000: 54,7%).

Disney's „Ein Königreich für ein Lama“ erfolgreichster VHS-Titel

Insgesamt ist die Disney Tochter „Buena Vista Home Entertainment GmbH“ sechs Mal in den Top-10 vertreten. An die Spitze der deutschen VHS-Verkaufcharts konnte sich dann auch Disney's „Ein Königreich für ein Lama“ setzen.

Wie in jedem Jahr platzierten sich vor allem Kinderprogramme unter den erfolgreichsten VHS-Verkäufen. So sind im abgelaufenen Jahr vier Zeichentrickfilme und zwei Computer-animierte Produktionen für die jüngsten Zuschauer unter den zehn meistverkauften Titeln vertreten.

Tabelle 2

TOP 10 VHS-Kaufmarkt 2001

Rang	Titel	Genre	Anbieter
1	Disney - Ein Königreich für ein Lama	Kinderfilm/Zeichentrick	Buena Vista
2	Disney - Dinosaurier	Spielfilm/Trickfilm	Buena Vista
3	Gladiator	Historienfilm/Action	Universal Pictures
4	Disney - Schneewittchen	Kinderfilm/Zeichentrick	Buena Vista
5	Shrek - Der tollkühne Held	Trickfilm/Komödie	Universal Pictures
6	Disney - Dschungelbuch	Kinderfilm/Zeichentrick	Buena Vista
7	Pearl Harbor	Kriegsfilm/Drama	Buena Vista
8	American Pie	Komödie	VCL Communications
9	Die Mumie kehrt zurück	Abenteuer/Action	Universal Pictures
10	Disney - Susi und Strolch 2	Kinderfilm/Zeichentrick	Buena Vista

Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVM

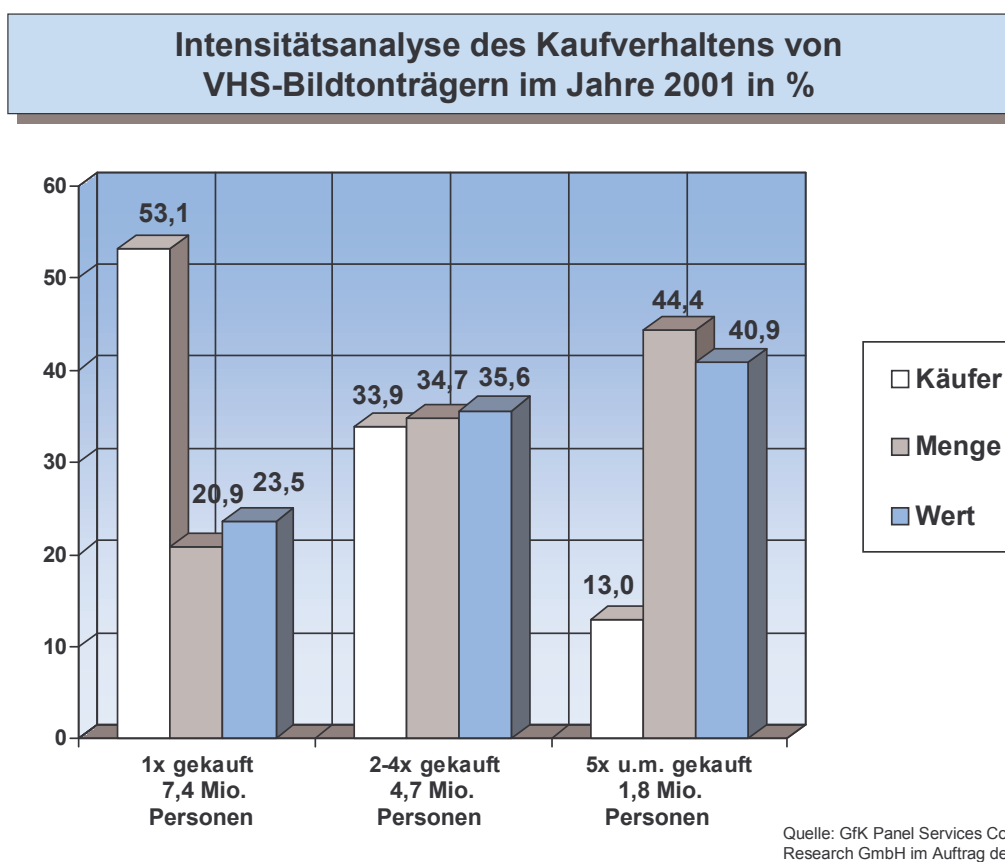
Sieben deutsche (Co-)Produktionen unter den Top-100 der VHS-Kaufcharts

Die erfolgreichste deutsche Produktion des vergangenen Jahres war „Käpt'n Blaubär“ der bis auf Platz 31 schipperte, gefolgt vom mittlerweile zum Kultfilm avancierten Singspiel „Sonnenallee“ (Platz 44). Auf Platz 48 hat sich mit „Der kleine Eisbär“ ein TV-Zeichentrickformat noch vor dem Top-100-Dauerbrenner „Asterix & Obelix“ (Platz 53) und „Der kleine Vampir“ (Platz 56) platziert. Mit den Zeichentrickformaten „Benjamin Blümchen - Als Weihnachtsmann“ (Platz 59) und „Petterson und Findus“ (Platz 78) als eine deutsche Co-Produktion, findet man zwei weitere Zeichentrickfilme für die jüngsten Filmfreunde in den Charts.

Heavy User dominieren weiterhin den Markt

Von den 13,9 Mio. VHS-Käufern, hat mehr als die Hälfte (53,1%) oder 7,4 Mio. Personen jeweils nur eine Videokassette erworben. Sie haben damit für einen Umsatzanteil von 23,5% gesorgt. Ein weiteres Drittel (33,9%) hat Videofilme für privates Abspiel in Höhe von 35,6% des VHS-Gesamtumsatzes erstanden. Doch den meisten Umsatz erzielen die Videoprogrammanbieter mit ihren Kernkunden, die pro Jahr mehr als vier VHS-Kassetten kaufen. Etwa jeder achte VHS-Käufer (13,0%) gehört zu dieser Gruppe der kaufaktiven Videonutzer und sorgt mit seinem Einkauf für einen Umsatzanteil von 40,9%, den dieses Kundensegment erwirtschaftet.

Grafik 11



Die ‚Intensivkäufer‘ (‚mehr als vier VHS-Kassetten im Jahr gekauft‘) sind mit leichtem Übergewicht männlich (54,8%) und relativ homogen über alle Altersklassen verteilt. Sie erwerben ihre Videokassetten bevorzugt im Versandhandel (26,8%) und am häufigsten (41,5%) zu Preisen zwischen DM 10,-- (5,11 €) und DM 19,99 (10,22 €). Die Käufe wurden verhältnismäßig gleich verteilt über das Jahr und in den meisten Fällen zum Eigenbedarf (75,6%) getätigt.

Die ‚Gelegenheitskäufer‘ (eine VHS gekauft) waren dagegen mehrheitlich Frauen (53,8%) und weisen eine ähnlich homogene Altersklassenverteilung auf. Dieses Kundensegment hat Videokassetten am häufigsten (36,8%) zu Preisen zwischen DM 20,-- (10,22 €) und DM 29,99 (15,33 €), bevorzugt im vierten Quartal (37,7%) und im Verbrauchermarkt gekauft. Bei den Kassetten hat es sich zu einem großen Teil (44,6%) um Geschenke gehandelt.

Viertes Quartal wieder am umsatzstärksten

Wie in den Jahren zuvor waren die letzten drei Monate des Jahres wieder am umsatzstärksten. Im vierten Quartal wurde sowohl im Kaufkassettenmarkt (39,4%) wie auch mit DVDs (40,2%) jeweils zwei Fünftel des Gesamtumsatzes eingenommen.

Männer deutlich kaufaktiver

Im vergangenen Jahr waren Frauen ausschließlich im Alterssegment zwischen 20 - 29 Jahren kaufaktiver (57%) als die Männer (43%). Die Kaufentscheidungsdominanz der ansonsten alle Altersklassen beherrschenden Männer ist am deutlichsten im Segment 50 Jahre und älter. Zwei Drittel aller Videokassetten (64,9%) werden in diesem Alterssegment von Männern gekauft. Kurioserweise ist der Frauenanteil beim Kauf von DVDs in genau dieser Altersklasse am größten (mit 37,3%).

Die einzige Film-Kategorie, in der der Anteil der weiblichen VHS-Käufer überwog, ist das Kindervideo-Segment (59,7%); im DVD-Markt fällt er ebenfalls am höchsten aus (33,3%). Eine detaillierte Betrachtung des Spielfilm-Segments zeigt, dass die Männer beim Kauf sowohl als VHS- wie auch als DVD-Format weiterhin das Action/Thriller-Genre (VHS: 34,2% / DVD: 39,6%) und Frauen Komödien (VHS: 34,0% / DVD: 31,3%) präferieren.

Elektrofachmärkte erstmals mit preiswertestem Kassettenangebot

Für die günstigste Preisschiene - mit Kassettenkosten bis zu DM 9,99 (5,11 €) - haben die Elektrofachmärkte (21,8%) mittlerweile die Verbrauchermärkte (19,1%) als führenden Absatzkanal abgelöst. Im Durchschnitt kosten die Videokassetten in diesem Budget-Segment 4,32 €. Die höchste Preisklasse wird mit Abstand am häufigsten (59,9%) im Versandhandel gefordert, der auch überdurchschnittlich häufig für die Bestellung von sogenannten ‚Boxen‘ gewählt wird. Der Verkauf dieser Sammlereditionen, vorzugsweise von TV-Serien, bringt es mit sich, dass der Durchschnittspreis im höchsten Preissegment bei 46,81 € lag. Interessanterweise liegt der Durchschnittspreis dieser VHS-Preisklasse über dem der DVDs (37,36 €), was vor allem daran liegt, dass noch eine Vielzahl von Einzel-DVDs in diesem Preissegment gehandelt werden.

Männer erwerben ihre Videokassetten am häufigsten in Elektro-Fachgeschäften (21,9%) während Frauen Videofilme bevorzugt in Verbrauchermärkten (23,3%) einkaufen. Die Elektrofachmärkte sind auch erste Anlaufstationen für die jüngste Zielgruppe bis 19 Jahre (29,7%), die auch die eifrigsten Internet-Besteller sind (6,8%). Die 20 - 39-jährigen VHS-Käufer präferieren das Elektrofachgeschäft (23,0%) und die Verbrauchermärkte (22,9%) zu gleichen Teilen. Dagegen kaufen die über 39-jährigen ihre Videofilme am häufigsten im Versandhandel (26,7%).

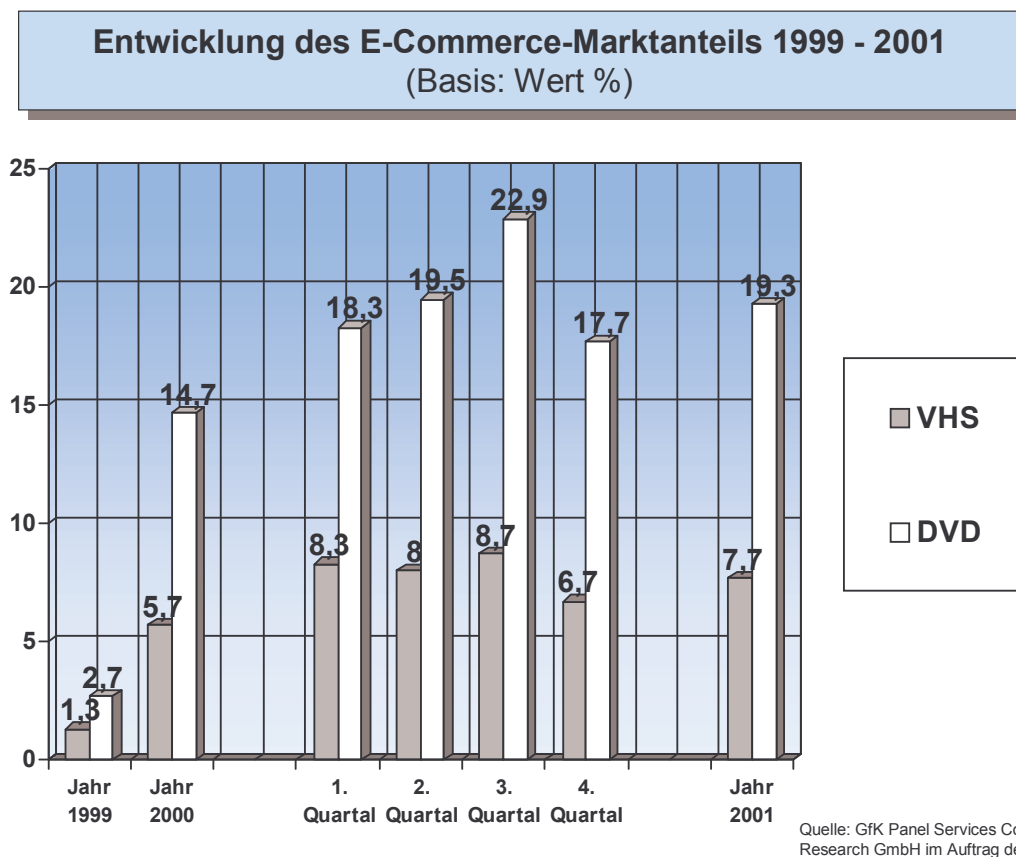
Spielfilme und Musikvideos werden bevorzugt im Elektrofachmarkt gekauft

Im Versandhandel werden überdurchschnittlich häufig (47,1%) Special Interest Kassetten abgesetzt. Spielfilme (24,4%) und Musikvideos (40,7%) werden dagegen am häufigsten im Elektrofachmarkt erworben. Für Kindervideos ist der Verbrauchermarkt mit 30,3% der bedeutendste Distributionskanal.

Drei Viertel des E-Commerce-Umsatzes mit DVD

Nachdem bis Ende 2001 in Deutschland bereits 11,9 Mio. Personen virtuell auf Einkaufstour gingen, ist der Umsatz der Online-Bestellungen bei virtuellen Anbietern, Versandhändlern und stationären Anbietern im DVD-Segment von 14,7% auf 19,3% und im VHS-Geschäft von 5,7% auf 7,7% gestiegen. Im letzten Jahr wurde somit bereits jede fünfte DVD und jede dreizehnte Videokassette online bestellt. Der Online-Bestellumsatz teilt sich daher auf in 73% DVD und 27% VHS. Dabei entfielen drei Viertel aller Internet-Bestellungen (77,3%) auf virtuelle Anbieter (nur im Internet existent wie z.B. ‚Amazon‘, ‚Primus Media‘) und 22,7% auf ‚existierende Unternehmen‘ (klassischer Versender wie z.B. ‚Weltbild‘ oder stationärer Handel mit Online-Bestellangeboten wie z.B. ‚Karstadt‘). Die beiden bedeutendsten Online-Anbieter sind ‚Amazon‘ mit einem E-Commerce-Marktanteil von 42,9% und ‚Weltbild‘ mit 9,7%. Jede zweite Web-Bestellung (52,6%) ging demnach bei diesen beiden Anbietern ein.

Grafik 12

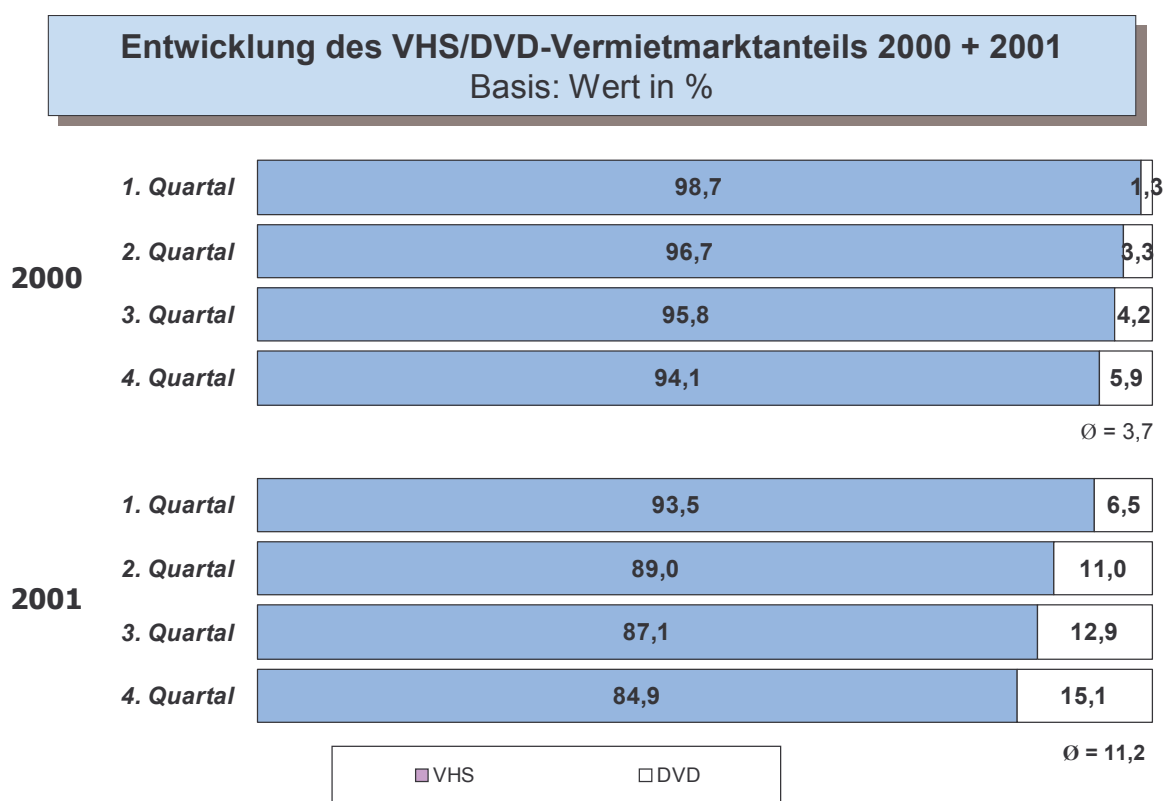


In 2001 sind bereits Bildtonträger im Wert von 107,8 Mio. € (in 2000 49,1 Mio. €) im Internet bestellt und an die Endverbraucher ausgeliefert worden. Drei Viertel dieses Internet-Umsatzes (77%) ist männlichen DVD-Anhängern zuzuschreiben. Die Nutzer dieses Vertriebswegs sind am häufigsten im Alter zwischen 20 und 39 Jahren (73%). Zum größten Teil sind es Intensivkäufer (82%), mit mindestens fünf Bildtonträgerkäufen im Jahr, die vom Vertrieb über das World Wide Web Gebrauch machen. Überdurchschnittlich häufig werden auf virtuellem Weg Spielfilme (75% im Gegensatz zu 68% Gesamtmarktumsatz) und Musikvideos/-DVDs (8% im Gegensatz zu 5% Gesamtmarktumsatz) erworben.

DVD schiebt den Vermietmarkt an

Wie oben bereits festgestellt, ist der Videovermietumsatz auf insgesamt 356 Mio. € angestiegen. Nach 340,4 Mio. € Umsatz aus dem Vermietgeschäft in 2000 konnte somit eine Steigerungsrate von +5% erreicht werden, was in erster Linie auf die stetig zunehmende Vermietung von DVDs (+222%) zurückzuführen ist. Mit einem Umsatzanteil von 40,6 Mio. € hat die DVD-Vermietung dafür gesorgt, dass der Rückgang im Videokassettengeschäft (-4%) mehr als kompensiert wurde. 15 Mio. verliehene DVDs und 119,3 vermietete Videokassetten bedeuten insgesamt 134,3 Verleihvorgänge in deutschen Videotheken. Nach 130,7 Mio. Verleihvorgängen in 2000 ist somit ein Anstieg der Transaktionen um +3% zu verzeichnen. Der durchschnittliche Vermietpreis einer VHS-Kassette lag bei 2,64 €, der einer DVD bei 2,70 €.

Grafik 13



Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVV

Nach 3,7%-igem DVD-Verleihanteil in 2000, war im vergangenen Jahr bereits jeder neunte Vermietvorgang (11,2%) der einer Disc. Der stetig ansteigende DVD-Vermietmarktanteil soll durch die vorstehende Grafik verdeutlicht werden. Während im ersten Quartal 2000 demnach nur 1,3% aller ausgeliehenen Bildträger digitalen Formats waren, lag dieser Anteil im vierten Quartal 2001 bereits bei 15,1%. Wie oben bereits erwähnt (s. S. 3), handelt es sich bei den 2,4 Mio. DVD-Leihern nicht nur um Personen, die Videokassetten durch Discs substituieren, sondern zum großen Teil (44%) um Personen, die dem Videoleihmarkt erst durch die digitale Technologie (wieder) neu zugeführt wurden.

„Heavy User“ dominieren DVD- und VHS-Vermietmarkt

Der Videothekenumsatz wird insbesondere von der kleinen Kundengruppe intensiver Leiher eingefahren. Jeder zwanzigste Videothekenkunde (5,3%) oder 0,7 Mio. der 13,7 Mio. VHS-Leiher hat sich im vergangenen Jahr mehr als 19 Filme ausgeliehen. Dieses Kundensegment war damit so mietaktiv, dass es für mehr als ein Drittel des gesamten Videothekenumsatzes (34,6%) verantwortlich zeichnet. Mit den 7,1% VHS-Leihern, die im Jahr zwischen 10 und 19 Kassetten ausleihen, wird also bereits mehr als die Hälfte des VHS-Verleihumsatzes (53,1%) eingefahren.

Jeder 40. DVD-Anhänger (2,5%) oder 0,1 Mio. aller 2,4 DVD-Leiher tätigt mehr als 19 Transaktionen im Jahr, so dass 18,7% des gesamten DVD-Videothekenumsatzes durch diese Intensiv-Nutzer erwirtschaftet wird. Zuzüglich der 9,1% oder 0,2 Mio. DVD-Nutzer, die zwischen 10 und 19 Discs ausleihen (24,8%), generieren die Videothekare also 43,5% ihres DVD Umsatzes mit jedem neunten DVD-Kunden (11,6%).

Der Großteil der Klientel kommt dagegen nur ein bis drei Mal im Jahr in die Verleihoutlets, so dass die 66,5% VHS-Seltenleiher lediglich 22,2% und die zurückhaltenden 69,0% DVD-Leiher nur 27,4% Umsatz generieren.

Eifrigste Videothekenkunden zwischen 20 und 29 Jahre alt

Während Videokassetten zu 60% von Männern und zu 40% von Frauen ausgeliehen werden, liegt der Männeranteil bei der DVD-Vermietung mit 72% zu 28% Frauenanteil noch höher.

Wie im vergangenen Jahr, sind die eifrigsten Videothekenkunden zwischen 20 und 29 Jahre alt, mit 47% (VHS) und 48% (DVD) ist die Hälfte der Filmfreunde in diesem Alter.

Signifikante Abweichungen gibt es hinsichtlich der Haushaltsgröße zwischen DVD- und VHS-Nutzern zu verzeichnen. Im Gegensatz zu den VHS-Leihern, die häufiger in Mehrpersonenhaushalten und nur zu 16,0% in Single-Haushalten anzutreffen sind, lebt der größte Teil der DVD-Mietkunden in Ein- (28,9%) oder Zweipersonenhaushalten (28,7%). Überraschenderweise differiert die Anzahl der Sehpersonen beider Filmformate dagegen kaum. VHS-Nutzer schauen sich geliehene Filme zu 29,9% allein, zu 53,5% zu zweit und zu 9,9% zu dritt an, ähnlich wie die DVD-Anhänger: 33,1% DVD Alleinseher, 50,2% zu zweit und 10,1% zu dritt.

Action/Thriller beliebtestes Genre

Thriller/Action ist nach wie vor das beliebteste Genre im Videoverleih. Sowohl als DVD-Format (35,8%), wie auch als Videokassette (30,3%) werden in den deutschen Wohnstuben bevorzugt spannende Filme gesehen. Während im VHS-Verleih dagegen der Komödienanteil mit 29,1% ähnlich gleich groß ist, folgt dieses Genre im DVD-Verleih mit weitem Abstand (26,2%).

Die Videothekenkundinnen schauen sich auf VHS am liebsten Komödien an (32,1%), greifen bei DVDs aber am häufigsten zu Thrillern-/bzw. Actionfilmen (33,8%). Männer dagegen präferieren dieses Genre unabhängig vom Format des Bildträgers als Videokassette (32,2%) oder Silberscheibe (36,5%).

„Gladiator“ erfolgreichster VHS-Verleihtitel

Der am häufigsten verliehene VHS-Titel des vergangenen Jahres war „Der Gladiator“. Dieses Oscar-prämierte Historiendrama setzte sich gegen „Scary Movie“ (Platz 2) und „Mission Impossible-2“ (Platz 3) durch. Wie in den Jahren zuvor ist die Top-10 Rangliste der Vermiettitel offensichtlich wieder ein zeitlich nachgelagertes Abbild der Kinocharts.

Tabelle 3

**TOP 10
VHS-Vermietmarkt 2001**

Rang	Titel	Genre	Anbieter
1	Gladiator	Historienfilm/Action	Universal Pictures
2	Scary Movie	Komödie	Highlight
3	M:I-2	Action	Paramount
4	Miss Undercover	Komödie/Thriller	Warner
5	Der Patriot	Historienfilm/Action	Columbia TriStar
6	Castaway	Drama	Kinowelt
7	Hannibal	Thriller	BMG
8	Road Trip	Komödie	Universal Pictures
9	Was Frauen wollen	Komödie	Warner
10	Erin Brockovich	Drama/Thriller	Columbia TriStar

Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVV

Rekordanteil deutscher (Co-)Produktionen

Unter den 100 beliebtesten Filmen der VHS-Verleihcharts sind erstmals zehn deutsche (Co-)Produktionen zu finden. Wie im vergangenen Jahr, ist der Thriller „Anatomie“ mit Franca Potente der erfolgreichste VHS-Verleihtitel (Platz 36, nach Platz 17 in 2000). Mit „Das Experiment“ folgt auf Platz 41 ein weiterer deutscher Schocker. Auf den Rängen 47, 48 und 58 haben sich dagegen drei Komödien ‚Made in Germany‘ festgesetzt: „Crazy“, „Harte Jungs“ (nach Platz 37 in 2000) und „Erkan und Stefan“. Auf dem 59. Rang folgt die deutsch/französische Co-Produktion „Chocolat“. Da mit „Schule“ (Platz 62), „Duell - Enemy at the Gates“ (Platz 77), dem auch im Vermietgeschäft lang laufenden Dauerbrenner „Sonnentallee“ (Platz 80, nach Platz 81 in 2000) und auf Ranglistenplatz 99 „Jetzt oder nie - Zeit ist Geld“ weitere deutsche (Co-)Produktionen zu finden sind, gibt es einen neuen Rekordanteil deutscher Produktionen im Vermiethandel zu verzeichnen.

„Gladiator“ siegt auch im DVD-Verleih

„Der Gladiator“ hat auch als DVD-Verleihtitel alle ‚Gegner besiegt‘. Am zweithäufigsten wurde der Tom Hanks Titel „Castaway - Verschollen“ von den Videothekenkunden mit nach Hause genommen. Dicht gefolgt von der Mel Gibson Komödie „Was Frauen wollen“.

Tabelle 4

**TOP 10
DVD-Vermietmarkt 2001**

Rang	Titel	Genre	Anbieter
1	Gladiator	Historienfilm/Action	Columbia TriStar
2	Castaway	Drama	Kinowelt
3	Was Frauen wollen	Komödie	Warner
4	Pearl Harbor	Kriegsfilm/Drama	Buena Vista
5	Meine Braut, ihr Vater ...	Komödie	Universal Pictures
6	Miss Undercover	Komödie/Thriller	Warner
7	The Art of War	Action/Thriller	20th Century Fox
8	The 6th Day	Action/SF	Columbia TriStar
9	Scary Movie	Komödie	Highlight
10	Drei Engel für Charlie	Action	Columbia TriStar

Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVV

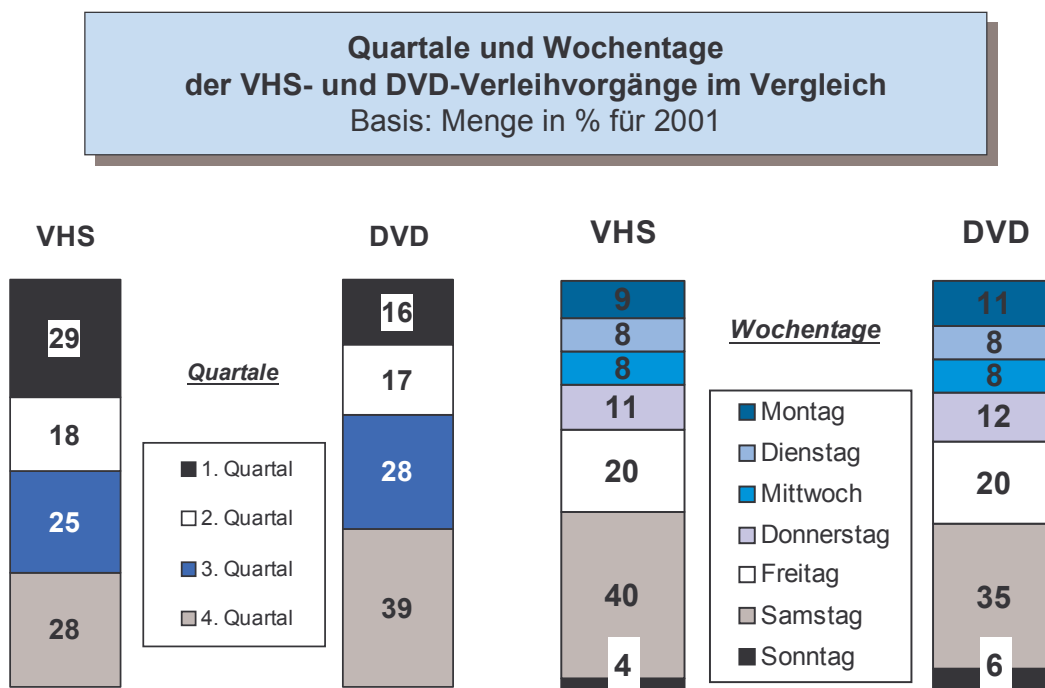
Neun deutsche (Co-)Produktionen unter den erfolgreichsten DVD-Verleihtiteln

Die erfolgreichste deutsche Co-Produktion im DVD-Verleih war im vergangenen Jahr der letztjährige Eröffnungsfilm der Berlinale „Duell – Enemy at the Gates“ (Platz 26). Auch auf DVD erfolgreich gelaufen ist der Kultfilm „Sonnenallee“ (Platz 50) gefolgt von „Anatomie“ (Platz 57), „Erkan und Stefan“ (Platz 62) und „Viktor Vogel - Commercial man“ (Platz 66). Weitere deutsche Produktionen sind „Crazy“ (Platz 78), „Das Experiment“ (Platz 83) sowie „Schule“ auf Platz 89. Für die DVD Top 100 hat sich zudem noch „Chocolat“ mit dem 95. Ranglistenplatz qualifiziert.

Kontinuierlicher Anstieg der DVD-Vermietvorgänge

Im Vergleich zum Verkauf verlief das VHS-Vermietgeschäft relativ ausgeglichen über das Jahr verteilt. Nach 29% Verleihvorgängen im 1. Quartal und einem 18%-igen Anteil in den folgenden drei Monaten, folgten 25% der Verleihvorgänge im dritten und 28% im letzten Quartal. Die Verteilung der DVD-Verleihvorgänge wies dagegen einen abweichenden Verlauf auf. Mit der, im Jahresverlauf stetig ansteigenden, DVD-Hardwareausstattung ist es offensichtlich zu begründen, dass die Anzahl der DVD-Vermietvorgänge von 16% im ersten Quartal über 17% im zweiten und 28% im dritten Quartal auf 39% innerhalb der letzten drei Monate angestiegen ist.

Grafik 14



Quelle: GfK Panel Services Consumer Research GmbH im Auftrag des BVV

Anzahl der Verleihvorgänge am Sonntag um +80% angestiegen

Samstags werden auch weiterhin die meisten Filme ausgeliehen. Zwei von fünf Videokassetten (40%) und 35% der DVDs gehen an diesem Wochentag über die Ladentheken der Verleihoutlets. Mit jeweils 20% der DVD- und VHS-Transaktionen folgt der Freitag in der Kundenpräferenz. Bemerkenswert ist jedoch die Nutzung der Sonntagsöffnungszeiten. 5,4 Mio. aller 134,3 Mio. Verleihvorgänge sind im vergangenen Jahr bereits sonntags erfolgt. Nach 3 Mio. sonntäglichen Transaktionen in 2000 hat die Gleichstellung der Videotheken mit Kinos und Theatern demnach einen Anstieg der Nutzung um +80% bewirkt. Die Akzeptanz der Öffnungszeiten ist um so beachtlicher, da die Ausweitung der Öffnungszeiten nur in drei Bundesländern offiziell genehmigt war. Nachdem im letzten Jahr bereits Hamburg, Schleswig Holstein und Niedersachsen einer Ausweitung der Geschäftszeiten an Sonn- und Feiertagen zugestimmt haben, sorgen ab April 2002 auch die Bremer Videotheken für eine erhöhte Attraktivität des Freizeitangebots an Sonn- und Feiertagen.

Sonntagsleiher besonders DVD-affin

Wie die Analysen der GfK ergeben, war der DVD-Anteil an den täglichen Verleihvorgängen sonntags am höchsten. Während samstags nur jeder zehnte Film im DVD-Format vermietet wurde (10,3%), war am Sonntag bereits mehr als jeder siebte ausgeliehene Bildtonträger (15,4%) eine digitale Silberscheibe. Die GfK-Erhebungen können auch belegen, dass die Ausweitung der Öffnungszeiten neue Kundenpotentiale anzieht. Etwa ein Viertel der ‚Sonntagsleiher‘ (22%) kommt ausschließlich an diesem Tag in die Verleihoutlets.

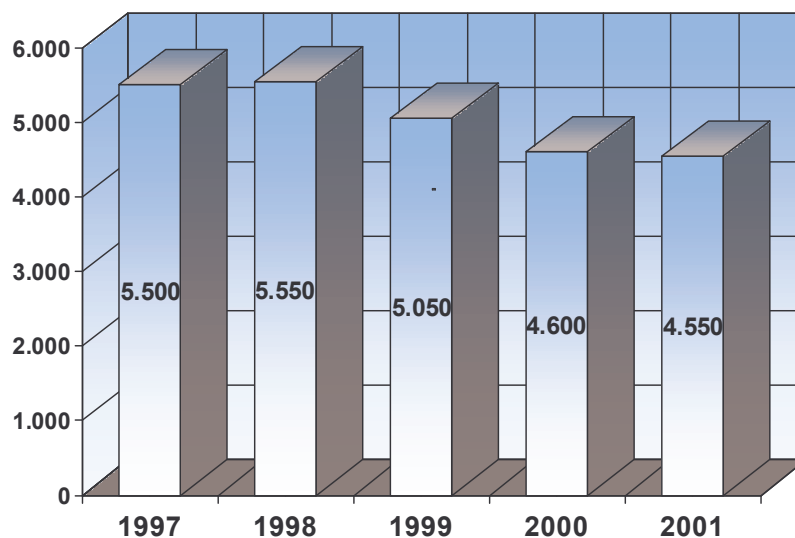
Dieses Kundensegment ‚Reine Sonntagsleiher‘ besteht überdurchschnittlich häufig aus Frauen und Kunden im Alter bis zu 19 Jahren sowie der Alterskategorie 30 bis 39 Jahre. Da am Sonntag besonders häufig Kinder-/und Jugendfilme sowie Komödien ausgeliehen werden und die sonntäglichen Filmvorführungen im eigenen Heim zudem mit einer größeren Anzahl von Personen als üblich stattfinden, kann man davon ausgehen, dass die Filme sonntags häufiger bewusst für die ganze Familie ausgewählt werden. Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang auch die Tatsache, dass ‚Light-User‘ überproportional häufig die ausgedehnten Geschäftszeiten nutzen, was darauf schließen lässt, dass viele Kunden durch Zeitmangel auf ausgeweitete Geschäftszeiten angewiesen sind.

Anzahl der Vermietoutlets stabilisiert

Nach den starken Marktberäumungsprozessen der vergangenen Jahre hat sich die Anzahl der Videoverleihoutlets bei derzeit ca. 4.550 stabilisiert (nach 4.600 in 2000). Mit diesem Angebot scheint der Konzentrationsprozess der Videothekenlandschaft, der zu einer weiteren Professionalisierung des Verleihhandels geführt hat, langsam abgeschlossen zu sein.

Grafik 15

Anzahl Videotheken/Mediatheken 1997 - 2001



Das Geschäftsjahr 2002 verspricht neue Rekorde

Neben einer weiteren Verbreitung der DVD-Abspielbasis sind es vor allem die Top-Kino-Titel des vergangenen Jahres, die in diesem Jahr neue Rekordumsätze der Videobranche erwarten lassen.

Die GfK geht davon aus, dass Ende diesen Jahres in jedem siebten deutschen Haushalt ein DVD-Player steht und erwartet einen Absatz von 30,7 Mio. DVDs. Dass diese Prognose durchaus begründet ist, belegen die Absatzzahlen des ersten Top-Titels in diesem Jahr. „Der Schuh des Manitu“ wurde im ersten Quartal diesen Jahres 2,7 Mio. Mal als Videokassette oder DVD an den Handel ausgeliefert. Damit wäre auch bewiesen, dass die Videokassette weiterhin von großer Bedeutung sein wird und noch lange nicht abzuschreiben ist. Da in diesem Jahr zudem noch die Ausnahmetitel „Harry Potter“ und „Der Herr der Ringe“ als VHS-/ und DVD-Format veröffentlicht werden, sind Videohandel und -industrie zuversichtlich, neue Rekorde einzufahren.

Der Vermiethandel erfährt durch die digitalen Bildspeicher ebenfalls eine zusätzliche Belebung. Nach Jahren gleichbleibenden Kundenstamms, gelingt es mit Hilfe der neuen Technologie, Neukunden in die Verleihoutlets zu ziehen. Dieser Trend wird natürlich dadurch unterstützt, dass die Videofachgeschäfte durch Professionalisierung und die Umwandlung vieler Läden in regelrechte Entertainment Center für die Endverbraucher immer attraktiver werden.

Einen zusätzlichen Impuls wird die Verleihbranche durch die Ausweitung der Sonn- und Feiertagsöffnungszeiten erfahren. Dieses vergrößerte Freizeitangebot erfreut sich starker Nachfrage und generiert zusätzliche Kundschaft. Mittlerweile auf vier Bundesländer ausgedehnt, wird eine Änderung bestehender Öffnungszeiten bereits in weiteren Bundesländern diskutiert.

Nach den Erfolgen der bereits durchgeführten Marketingkampagnen plant die Videobranche in diesem Jahr eine generische DVD-Kampagne, um die Marktdurchdringung und Neukundengewinnung weiterhin zu forcieren.

Möglich werden diese Kampagnen vor allem durch die Unterstützung der Filmförderungsanstalt (FFA), die der Videoindustrie wiederum die größte Abgabenleistung der Filmwirtschaft sowie einen maßgeblichen Beitrag zur Refinanzierung und Gewinnerzielung deutscher Produktionen zu verdanken hat.

Der einzige Wermutstropfen, der die ansonsten ausnehmend positiven Perspektiven der Branche trüben, sind die zunehmenden Raubkopien, die ihre Verbreitung vornehmlich über das Internet finden. Es müssen daher dringend juristische Lösungen gefunden werden (→ „Verbot der digitalen Privatkopie“), die zu einer schnellen und praktikablen Umsetzung des Verbots und somit zu einer raschen Eindämmung der Piraterie führen.

Insbesondere die DVD wird jedoch auch in diesem Jahr bei Industrie und Handel für viel Spaß und volle Kassen sorgen!