

# Der Home Video Markt im Jahr 2017






# Information

**Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Die Streuung wird in diesen Fällen entsprechend groß, weshalb die zugrunde gelegten Zahlen nur eingeschränkt interpretierbar sind. Für eine verbesserte Transparenz wurden je nach Charttyp die Fallzahlen in diesen Chartsatz integriert und / oder geringe Fallzahlen markiert.**

**Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern.**

**Um Coveragelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspaneldaten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.**

# Methodensteckbrief Consumer Panel

<p>Befragungsinhalt </p>	<p>Erfassung aller Einkäufe (Neuprodukte) / Leihvorgänge von Videos (alle Formate inkl. digital (nur kostenpflichtige Modelle), von deutschen Privatpersonen ab 10 Jahren.</p>
<p>Befragungsmethode </p>	<p>Schriftlich (ca. 80% Online, ca. 20% Paper &amp; Pencil) in Form eines Tagebuchs, das von den Panelteilnehmern selbst kontinuierlich geführt wird.</p>
<p>Hochrechnung </p>	<p>Die Ergebnisse werden auf die Grundgesamtheit (Stand 2017: 67,7 Mio.) der deutschen Bevölkerung ab 10 Jahre hochgerechnet</p>

# Der USP des Consumer Panels: Ganzheitlicher Blick auf die Entertainment Märkte inkl. der digitalen Formate



<b>Buch</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Physische Käufe von Büchern / Hörbüchern</b></li><li>▪ <b>Digitale Käufe von E-Books / Hörbüchern</b></li><li>▪ <b>E-Book Flatrate Modelle</b></li></ul>
<b>Musik</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Physische Käufe von Musikprodukten / Musikvideos</b></li><li>▪ <b>Digitale Käufe von Musikprodukten / Musikvideos</b></li><li>▪ <b>Musik-Streaming</b></li></ul>
<b>Home Video Kino</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Physische Käufe / Leihvorgänge von Videos</b></li><li>▪ <b>Digitale Käufe / Leihvorgänge als Einzelkauf / Abruf</b></li><li>▪ <b>Video-Streaming</b></li></ul>
<b>Games</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Physische Käufe von Games</b></li><li>▪ <b>Digitale Käufe von Games</b></li><li>▪ <b>In App/In Game Käufe</b></li><li>▪ <b>Gebühren für Online-Networks und Subscriptions</b></li></ul>

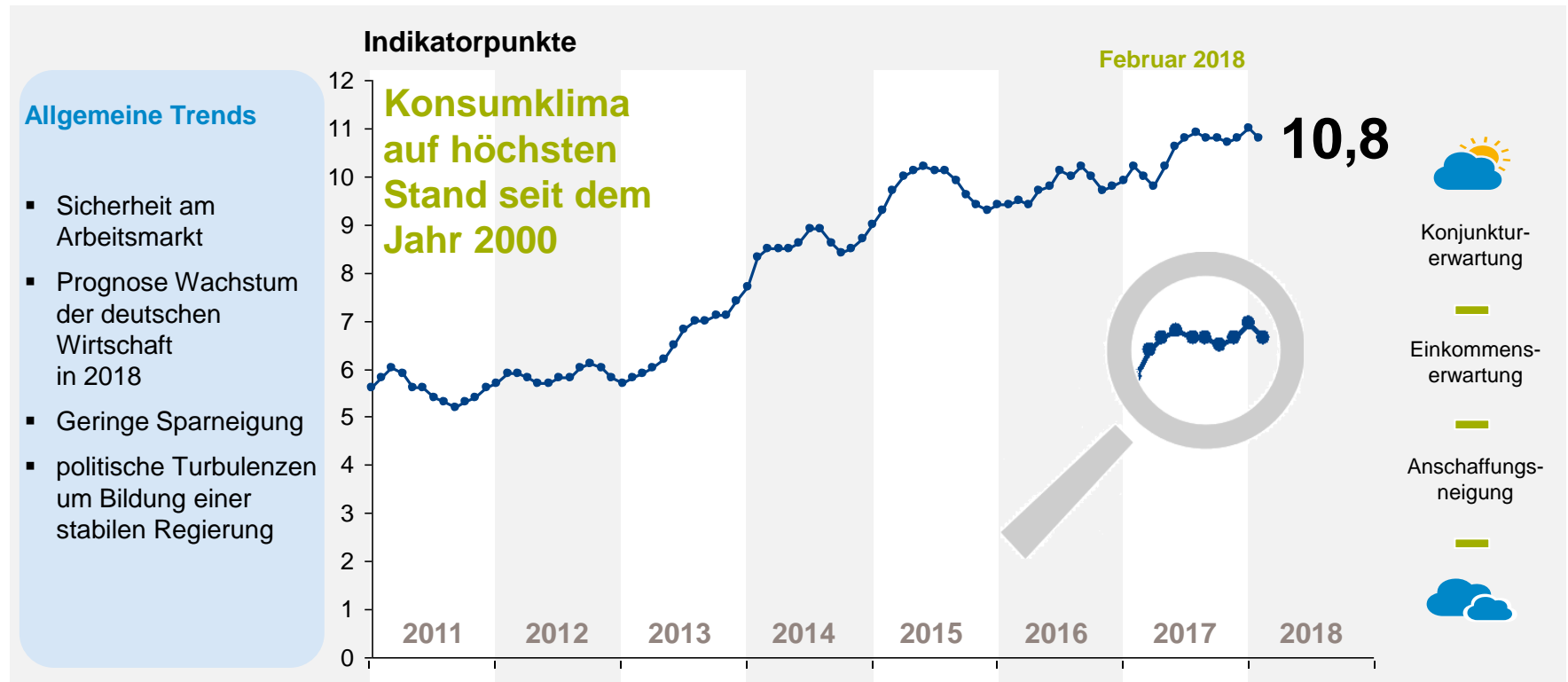
1

# Wirtschaftliche Rahmendaten

# Konsumklima: Nach exzellentem Start in das Jahr 2018 erleidet Verbraucherstimmung kleinen Rückgang



## Konsumklima Deutschland

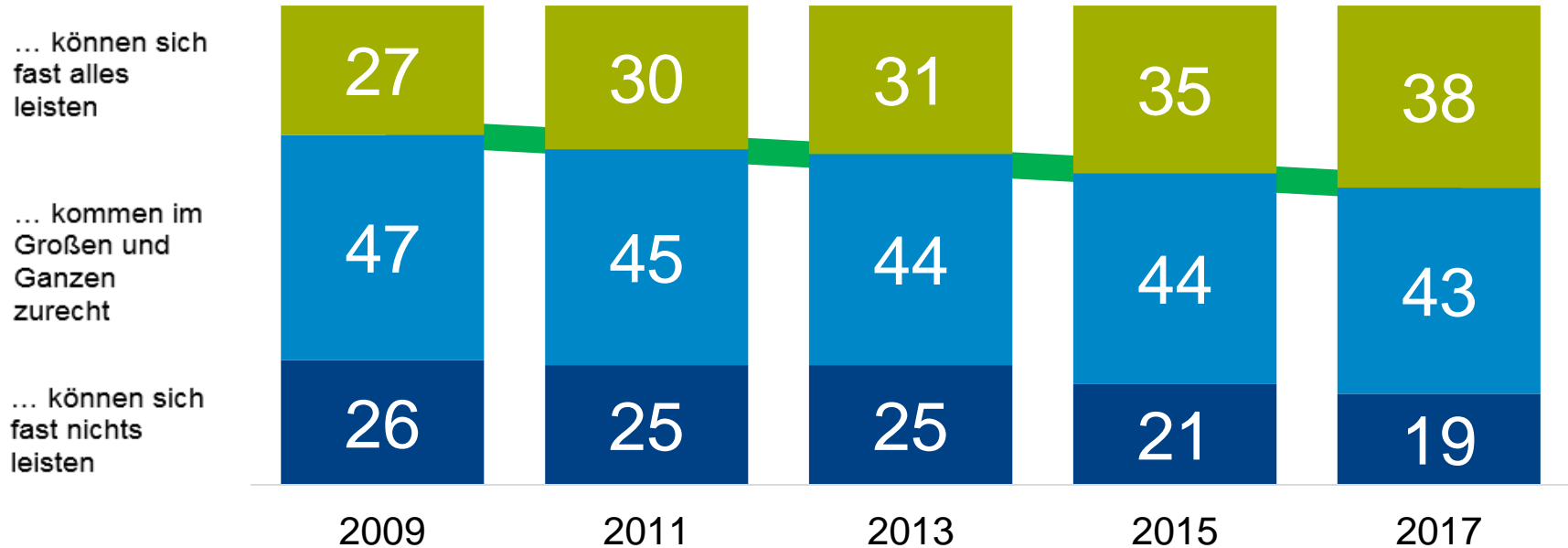


Quelle: GfK | EU-Kommission; GfK, Pressemeldung vom 28.02.2018  
© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coveragelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspaneldata, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

# Starker Anstieg des finanziellen Optimismus des Verbrauchers

## Einschätzung der eigenen finanziellen Situation % aller Haushalte...



Quelle: GfK ConsumerScan (CP+), jeweils Oktober

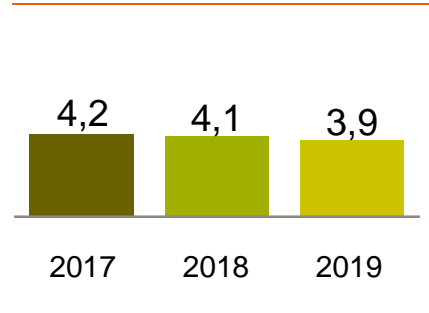
© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coveragelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanelraten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

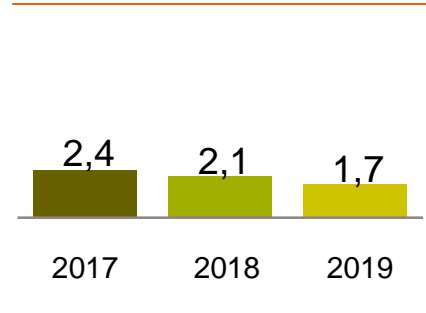
# Europa und die Weltwirtschaft

Veränderung des realen Bruttoinlandsprodukts vs. Vorjahr (in %)

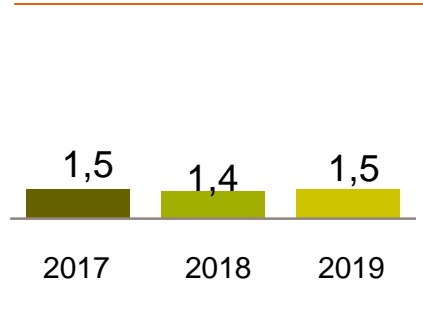
## Weltwirtschaft



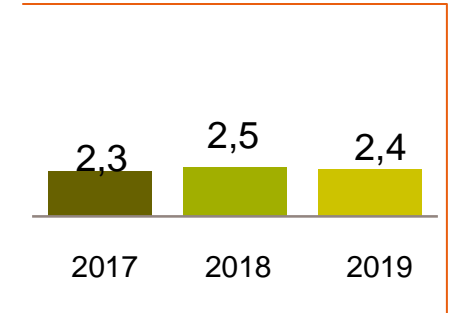
## Euroraum



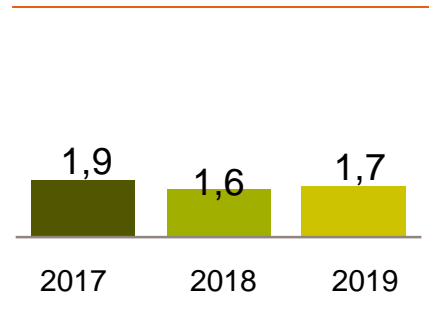
## UK



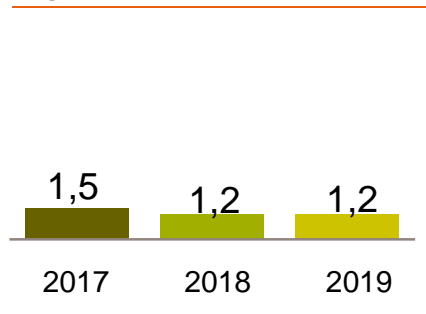
## USA



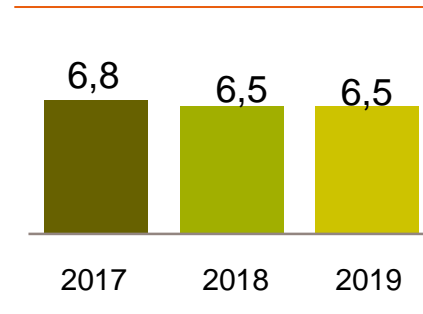
## Russland



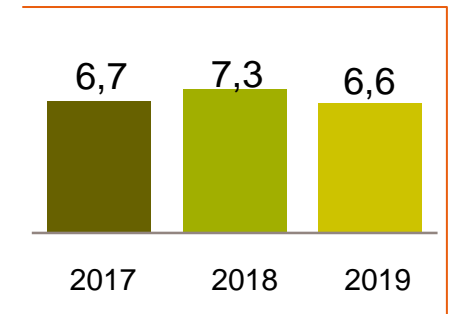
## Japan



## China



## Indien



Quelle: DIW (Stand: 13.12.2017)

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

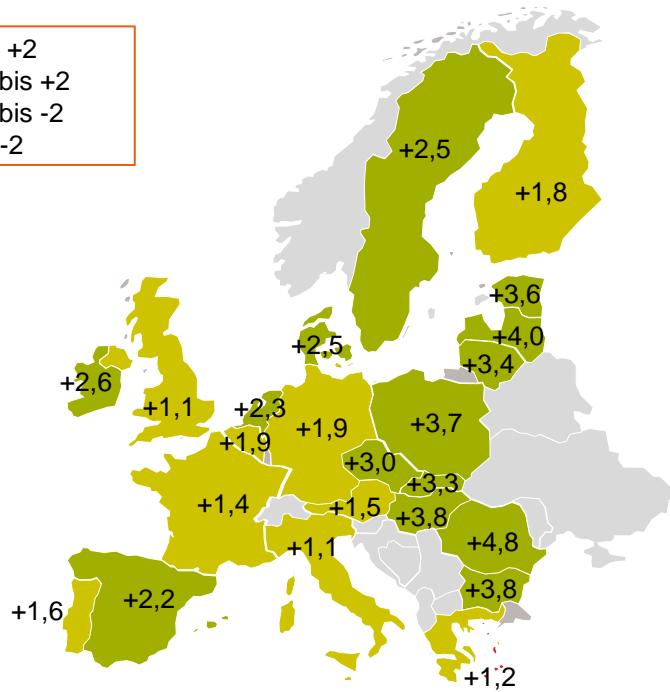
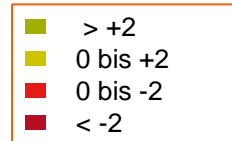
Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coveragelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanelndaten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.



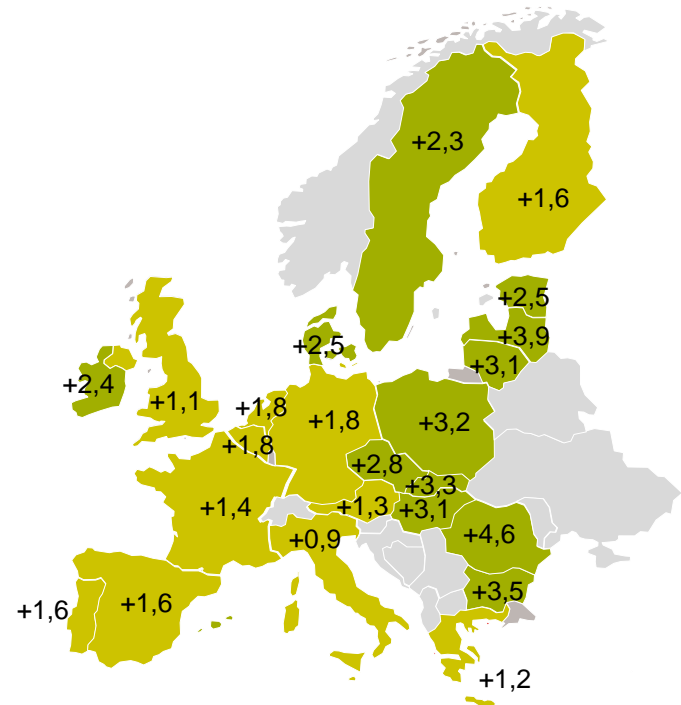
# Realer Privater Konsum: Die Sicht der Ökonomen

Veränderung des realen privaten Konsums vs. Vorjahr (in %)

2018



2019



Quelle: EUROSTAT, Herbst Prognose der EU Kommission, November 2017

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coveragelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel-daten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

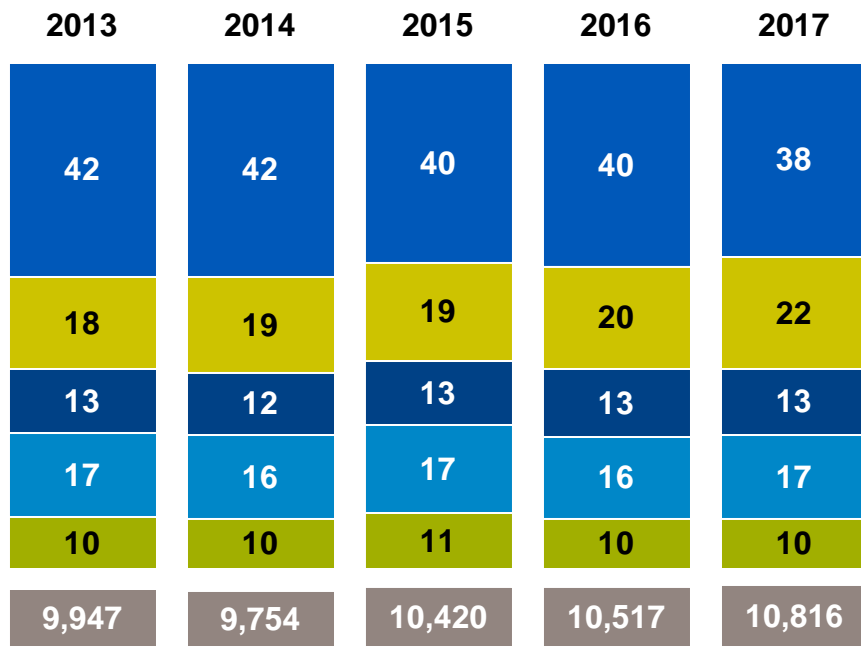
2

## Entertainment Märkte

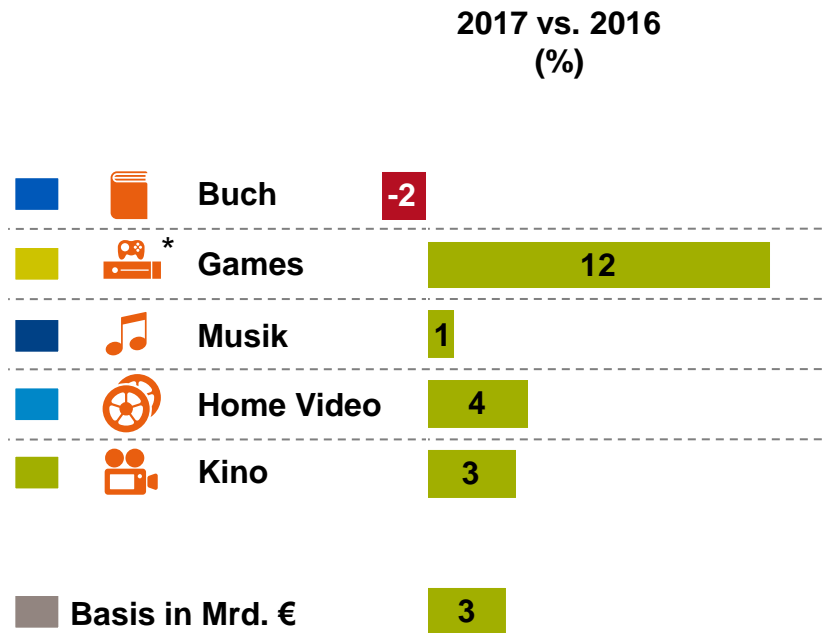
# Jahr 2017: Positive Entwicklungen in den Entertainment Märkten mit Ausnahme Buch



## Entwicklung der Anteile in %



## Veränderungsrate in %



Buch, Musik, Video, Games, Kino (physische und digitale Formate), Alle Zeiträume: Januar-Dezember; Ausgaben in %

\*Gebühren für Online Netzwerke seit 2015

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

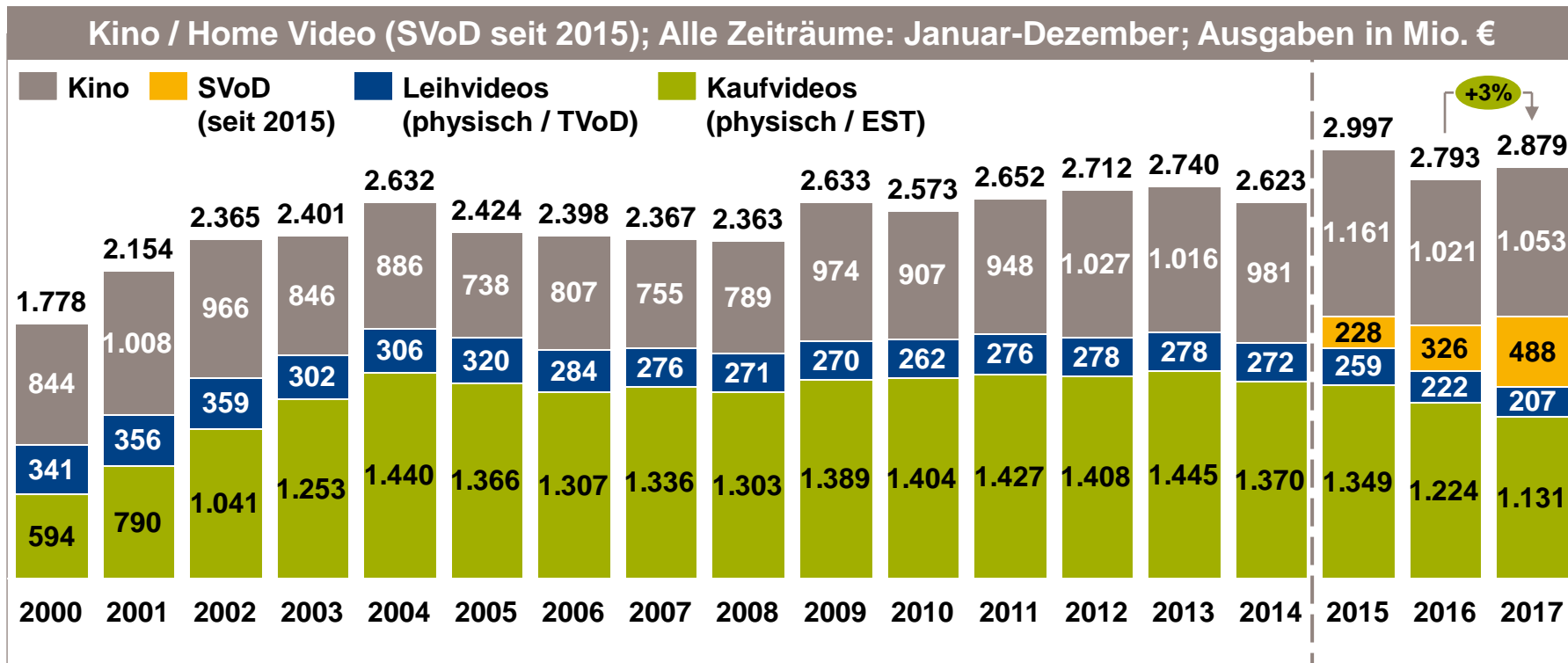
Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanelndaten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

# Kino & Video



**Kino dank der gestiegenen Preise mit dem zweitbesten Boxoffice Ergebnis im Zeitverlauf aber Besucherzahlen auf niedrigem Niveau. Videomarkt ohne SVOD mit deutlichen Verlusten. SVOD mit weiter wachsender Bedeutung.**

# Die Ausgaben für Filme und TV-Serien erreichen mit knapp 2,9 Mrd. Euro das zweithöchste Ergebnis. SVOD mit steigender Bedeutung



Kino / Home Video (SVoD seit 2015); Alle Zeiträume: Januar-Dezember; Ausgaben in Mio. €

n 2017 = 64940

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanelraten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

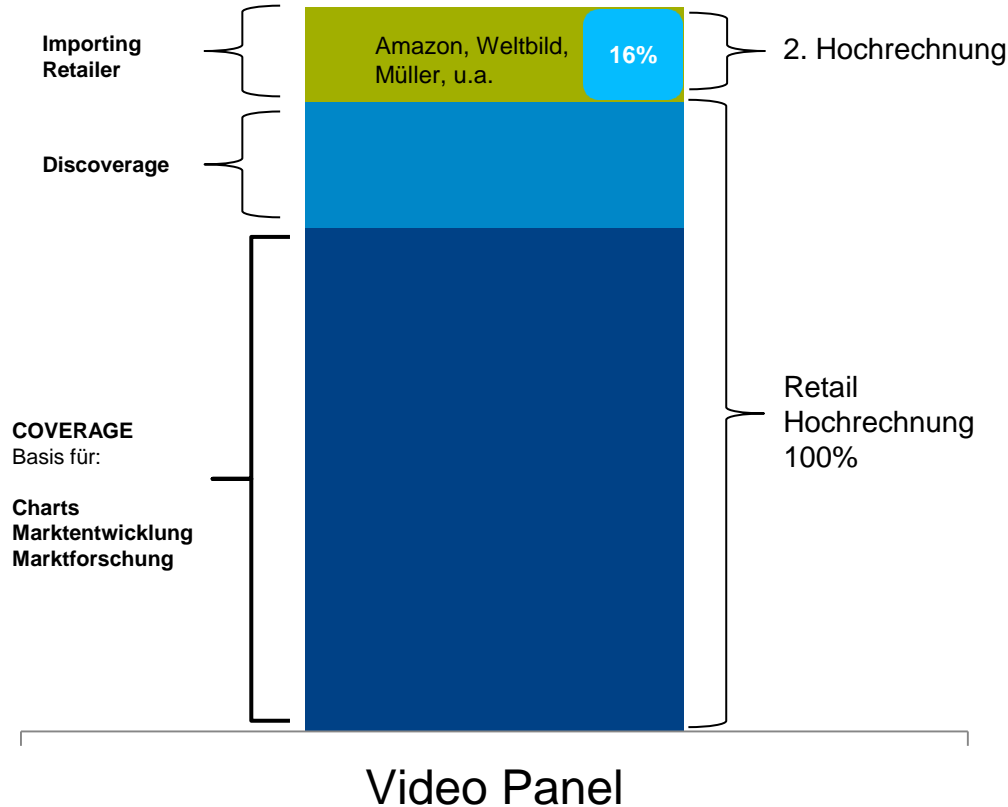
a) DACH

3

Der Home  
Video Markt

# Panel Schweiz - Hinweis

Retail Panel: DVD + Blu-ray



- Importing Retailer
- Discoverage
- Coverage

Die in dieser Präsentation enthaltenen Daten für den Schweizer Markt enthalten keine 2. Hochrechnung der Importing Retailer.



# Marktentwicklung YTD\*

Retail Panel: DVD + Blu-ray Units/Value 100 % - 2016 / 2017

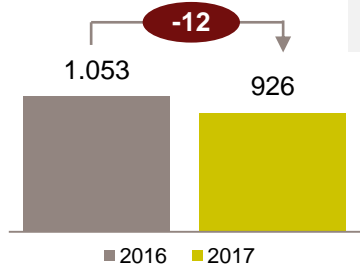


## DEUTSCHLAND

Value in Mio. € / Growth in %

2015/2016

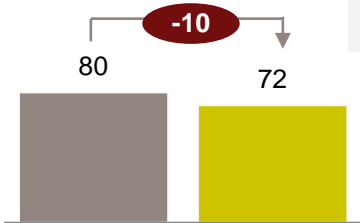
-13



Units in Mio. / Growth in %

2015/2016

-14

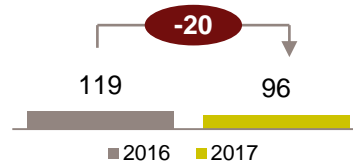


## ÖSTERREICH

Value in Mio. € / Growth in %

2015/2016

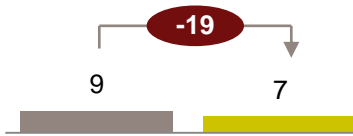
-27



Units in Mio. / Growth in %

2015/2016

-27



## SCHWEIZ

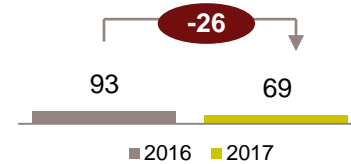
w/o HR Importing Retailer (16%)

Value in Mio. € / Growth in %

(Beachte Wechselkurs!)

2015/2016

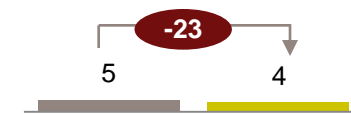
-19



Units in Mio. / Growth in %

2015/2016

-16



In Deutschland und Österreich verringert sich der Marktrückgang. Im Valuebereich gibt der Markt in der Schweiz stärker nach als im Vergleichszeitraum 2015 / 2016. Unitsbasiert schwächt sich das Minus leicht ab.



# Entwicklung DVD – Blu-ray YTD

Retail Panel: DVD + Blu-ray Units/Value 100 % - 2016 / 2017

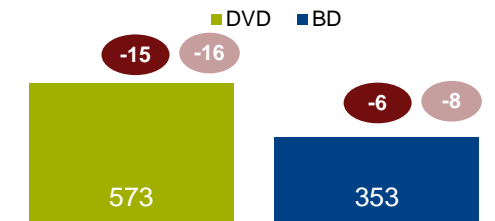


## DEUTSCHLAND



### Value in Mio. €

Growth in % YTD 2016 / 2017  
Growth in % YTD 2015 / 2016



### Units in Mio.

Growth in % YTD 2016 / 2017  
Growth in % YTD 2015 / 2016

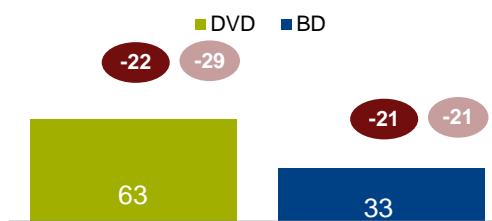


## ÖSTERREICH



### Value in Mio. €

Growth in % YTD 2016 / 2017  
Growth in % YTD 2015 / 2016



### Units in Mio.

Growth in % YTD 2016 / 2017  
Growth in % YTD 2015 / 2016

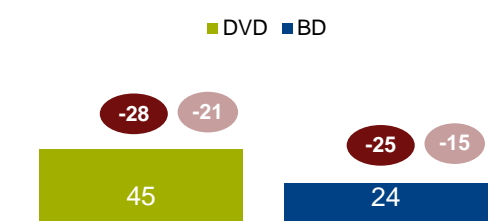


## SCHWEIZ w/o HR Importing Retailer (16%)



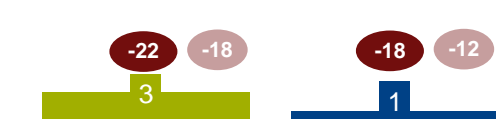
### Value in Mio. €

Growth in % YTD 2016 / 2017  
Growth in % YTD 2015 / 2016



### Units in Mio.

Growth in % YTD 2016 / 2017  
Growth in % YTD 2015 / 2016



In Deutschland und Österreich schwächt sich der Marktrückgang gegenüber dem Vorjahr ab bzw. bleibt prozentual konstant. In der Schweiz nimmt das Negativwachstum bei beiden Medien weiter zu.

# Anteil DVD – Blu-ray YTD

Retail Panel: DVD + Blu-ray Units/Value 100 % - 2016 / 2017



**DEUTSCHLAND** Share in %



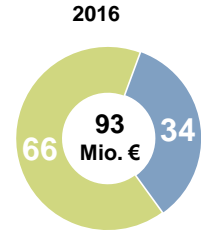
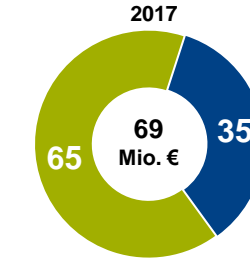
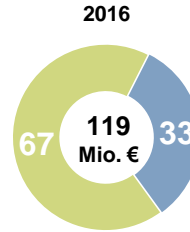
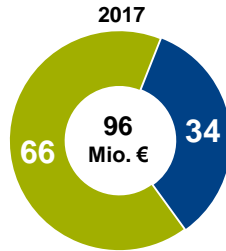
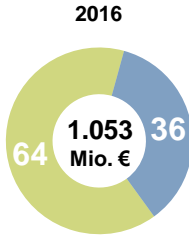
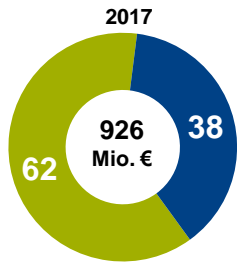
**ÖSTERREICH** Share in %



**SCHWEIZ** Share in %

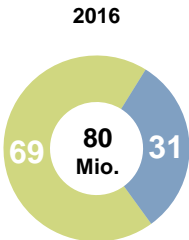
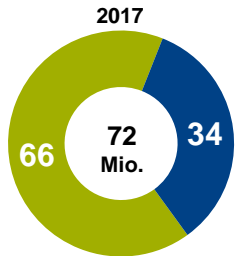


Value in Mio. €

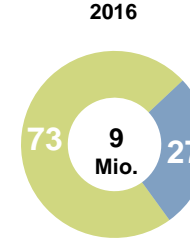
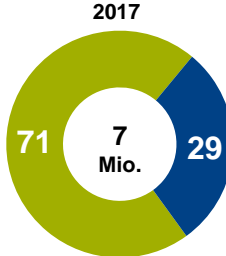


w/o HR Importing Retailer (16%)

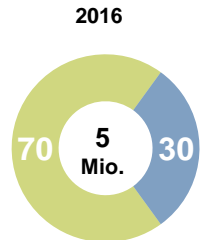
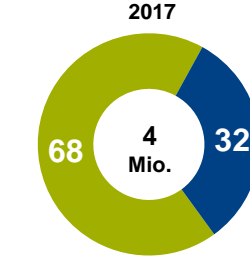
Units in Mio.



■ DVD  
■ BLU-RAY



■ DVD  
■ BLU-RAY



Die Verschiebung des Verhältnisses der beiden Medien von der DVD hin zur Blu-ray ist in allen drei Ländern besonders bei den Units sichtbar.

# Die Release-Kategorien YTD

Retail Panel: DVD + Blu-ray Units/Value 100 % - 2016 / 2017; based on first release

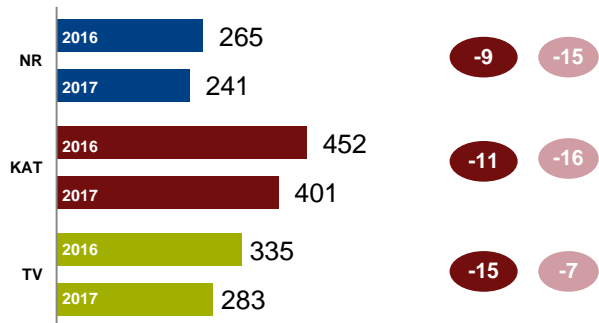


## DEUTSCHLAND

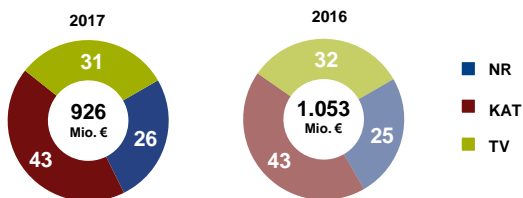


Value in Mio. €

Growth in %  
2016/2017 2015/2016



Share Value in %

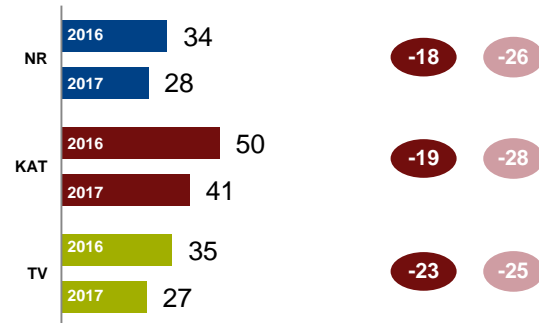


## ÖSTERREICH

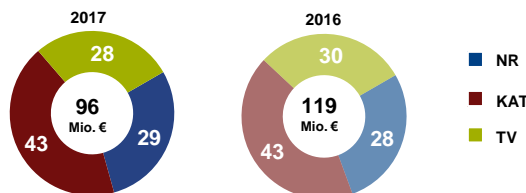


Value in Mio. €

Growth in %  
2016/2017 2015/2016



Share Value in %

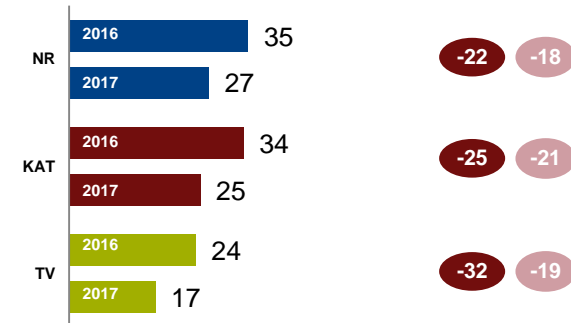


## SCHWEIZ w/o HR Importing Retailer (16%)

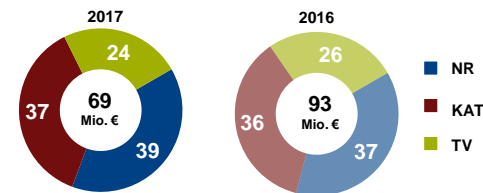


Value in Mio. €

Growth in %  
2016/2017 2015/2016



Share Value in %



In Deutschland und Österreich wird der Rückgang im Bereich New Release und Katalog gegenüber dem Vorjahresvergleich 2015 / 2016 gebremst. In der Schweiz nimmt das negative Marktwachstum in diesen Kategorien weiter zu. Der TV-Bereich verliert in allen drei Ländern. Anteilig kann der New Release-Bereich in allen Ländern leicht zulegen, während der Katalog relative konstant bleibt

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

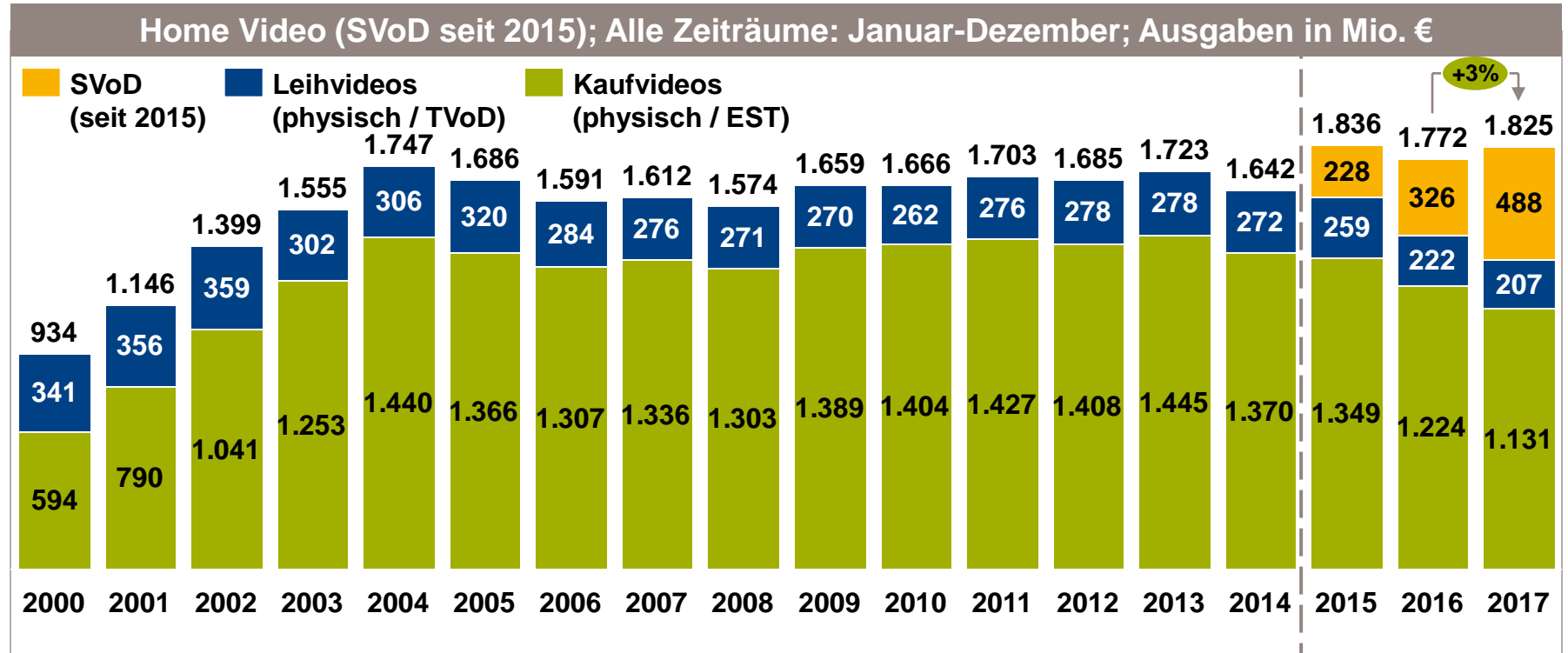
Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspaneldaten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

b) Deutschland

3

Der Home  
Video Markt

# Langfristige Entwicklung Home Video Markt



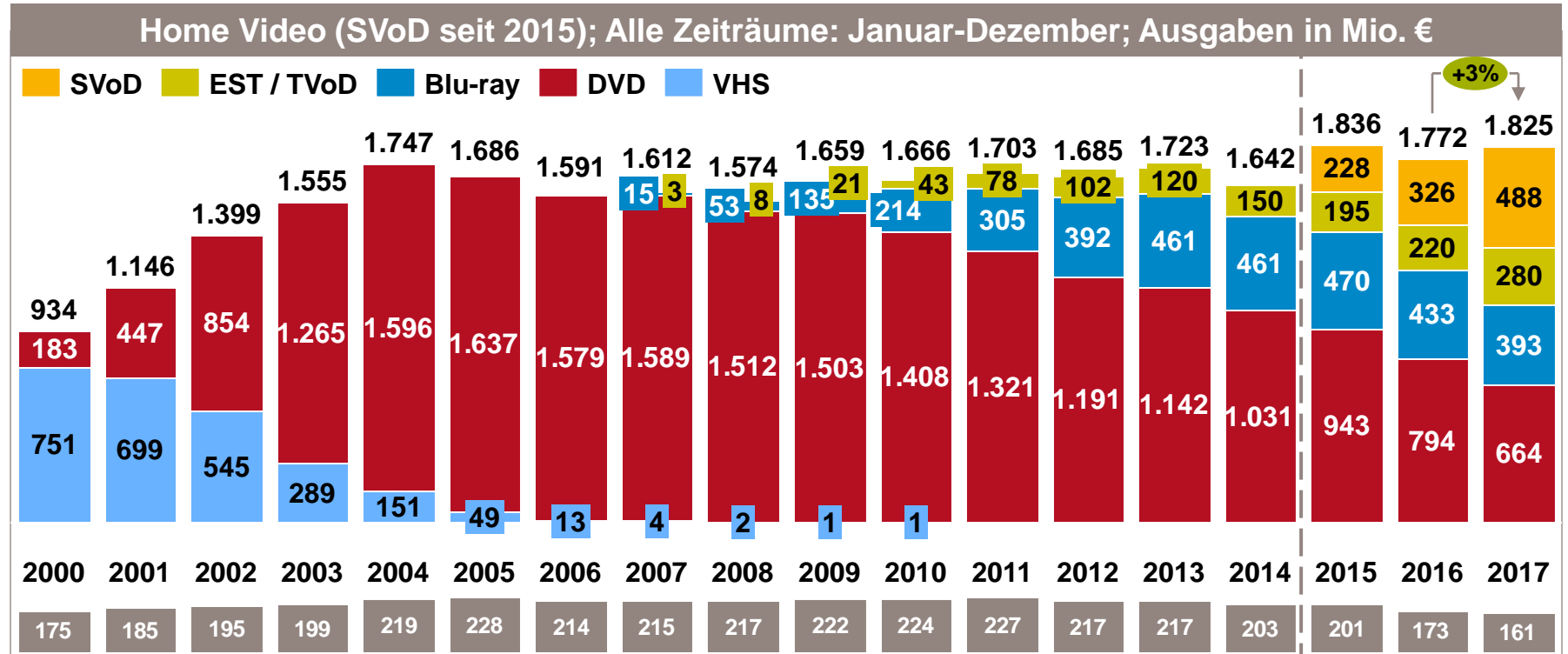
Home Video (SVoD seit 2015); Alle Zeiträume: Januar-Dezember; Ausgaben in Mio. €

n 2017 = 46052

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverageücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanelndaten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

# Langfristige Entwicklung Home Video Markt



Home Video (SVoD seit 2015); Alle Zeiträume: Januar-Dezember; Ausgaben in Mio. €

Mio. Stück / Transaktionen (exkl. SVoD)

n 2017 = 46052

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern.

Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel-daten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

# Der Home Video Markt auf einen Blick

**Lesebeispiel:**

Der Videokaufmarkt hat im Jahr 2017 1.131 Mio. € umgesetzt, dies entspricht einer Entwicklung von -8%. Der Videokaufmarkt macht 62% der Home Video Ausgaben aus.

## Home Video Gesamt

1.825 Mio. € **+3%**

<b>Kaufvideos Gesamt</b> 1.131 Mio. € <b>-8%</b> (62%)		<b>Leihvideos transaktionell</b> 207 Mio. € <b>-7%</b> (11%)		<b>SVoD</b>  488 Mio. € <b>+50%</b> (27%)
<b>Kaufvideos physisch</b> 974 Mio. € <b>-12%</b> (53%)	<b>EST / TVoD</b> 280 Mio. € <b>+27%</b> (15%)		<b>Leihvideos physisch</b>  84 Mio. € <b>-30%</b> (5%)	
<b>DVD</b> 610 Mio. € <b>-15%</b> (33%)	<b>Blu-ray</b> 364 Mio. € <b>-7%</b> (20%)	<b>EST</b> 157 Mio. € <b>+33%</b> (9%)	<b>TVoD</b> 123 Mio. € <b>+21%</b> (7%)	

Home Video; Zeitraum: Januar-Dezember 2017; Ausgaben in Mio. € / Anteil in %; Veränderung vs. Vorjahr

n 2017 = 46052

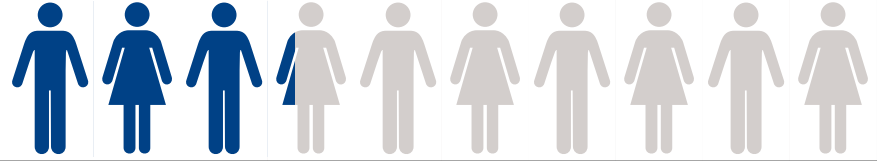
© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coveragelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanelraten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

# Kennzahlen Home Video Markt

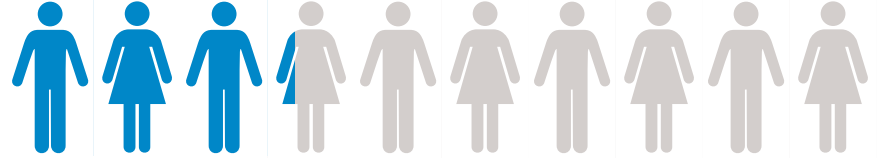
Käufer / Leihher in Mio. Pers.

22,7m



Reichweite (vs Bevölkerung)

33%



Ø Ausgaben in € / Person

80,28 €



Ø Kauf- / Leihintensität  
in Stück / Transaktionen  
pro Person (exkl. SVOD)

7,1 / Pers.



Home Video; Zeitraum: Januar-Dezember 2017

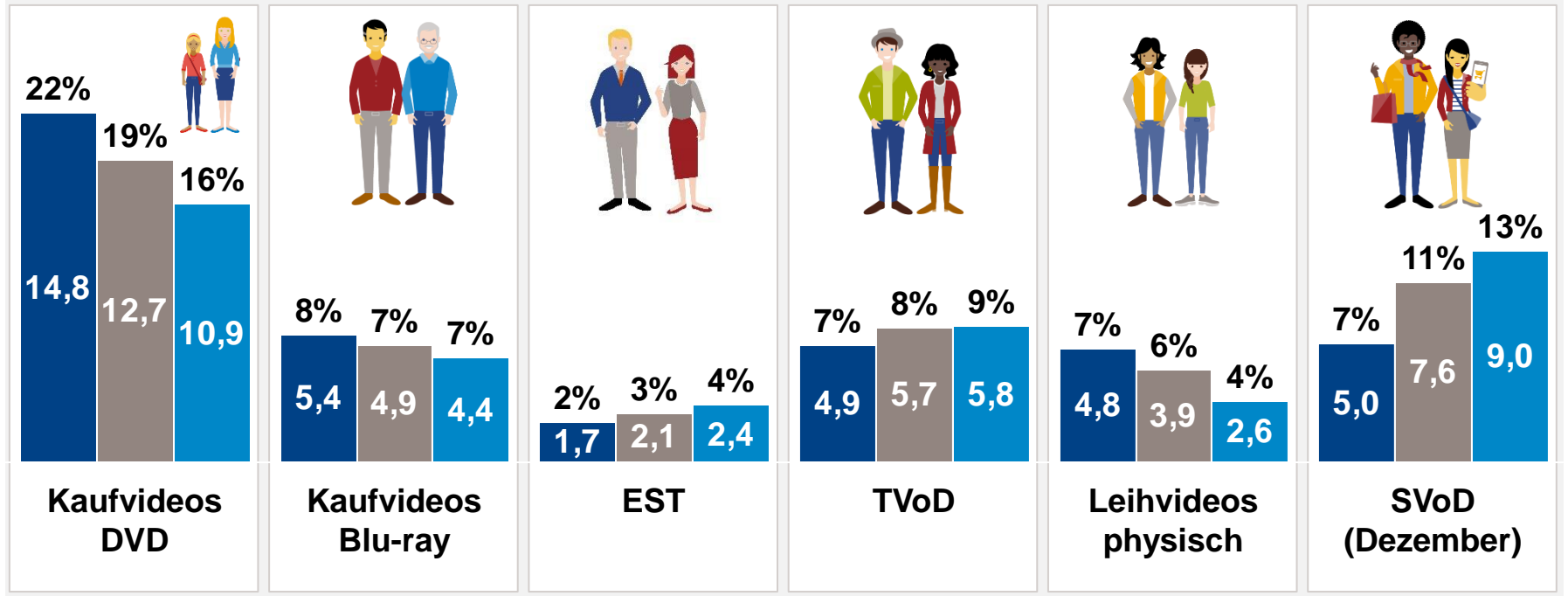
© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coveragelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspaneldata, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.



# Anzahl Käufer und Käuferreichweiten nach Formaten

## Home Video; Alle Zeiträume: Januar-Dezember; Reichweite in % / Personen in Mio.



Home Video; Alle Zeiträume: Januar-Dezember; Reichweite (vs Bevölkerung) in % / Personen in Mio.

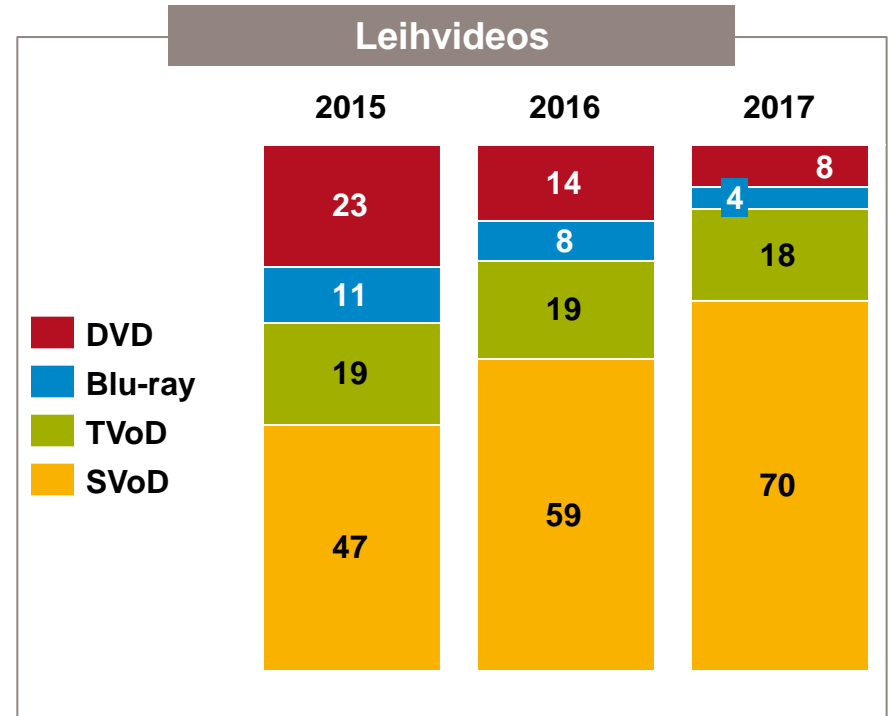
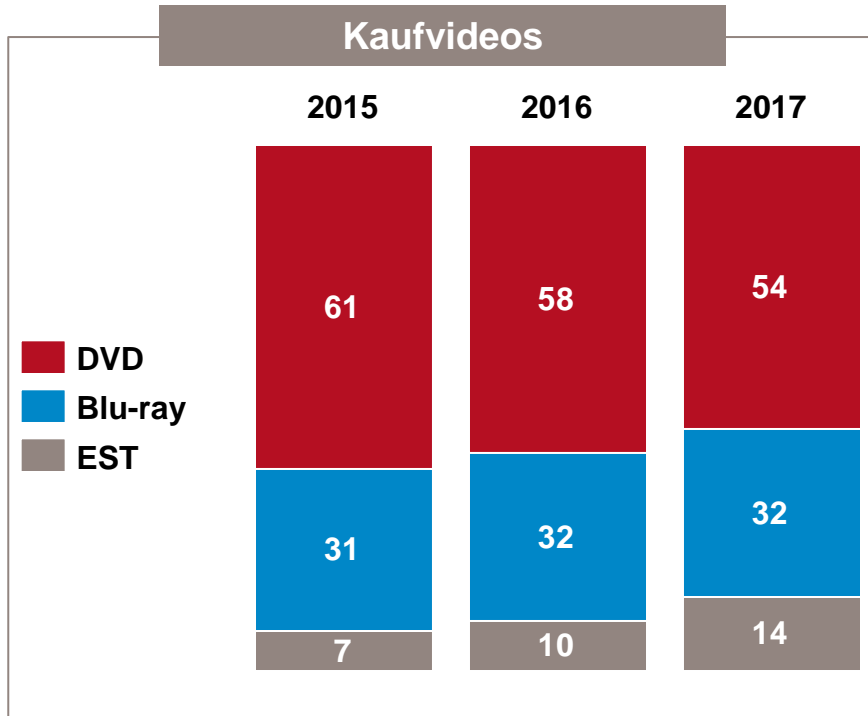
■ 2015 ■ 2016 ■ 2017

n Gesamt 2017 = 4858

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverageücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspaneldata, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

# Verteilung der Formate im Videokauf- und Videoleihmarkt



A yellow callout box with a trapezoidal shape, pointing towards the center of the slide. It contains the text 'c) Der Verleihmarkt' in white, bold, sans-serif font.

**c) Der Verleihmarkt**

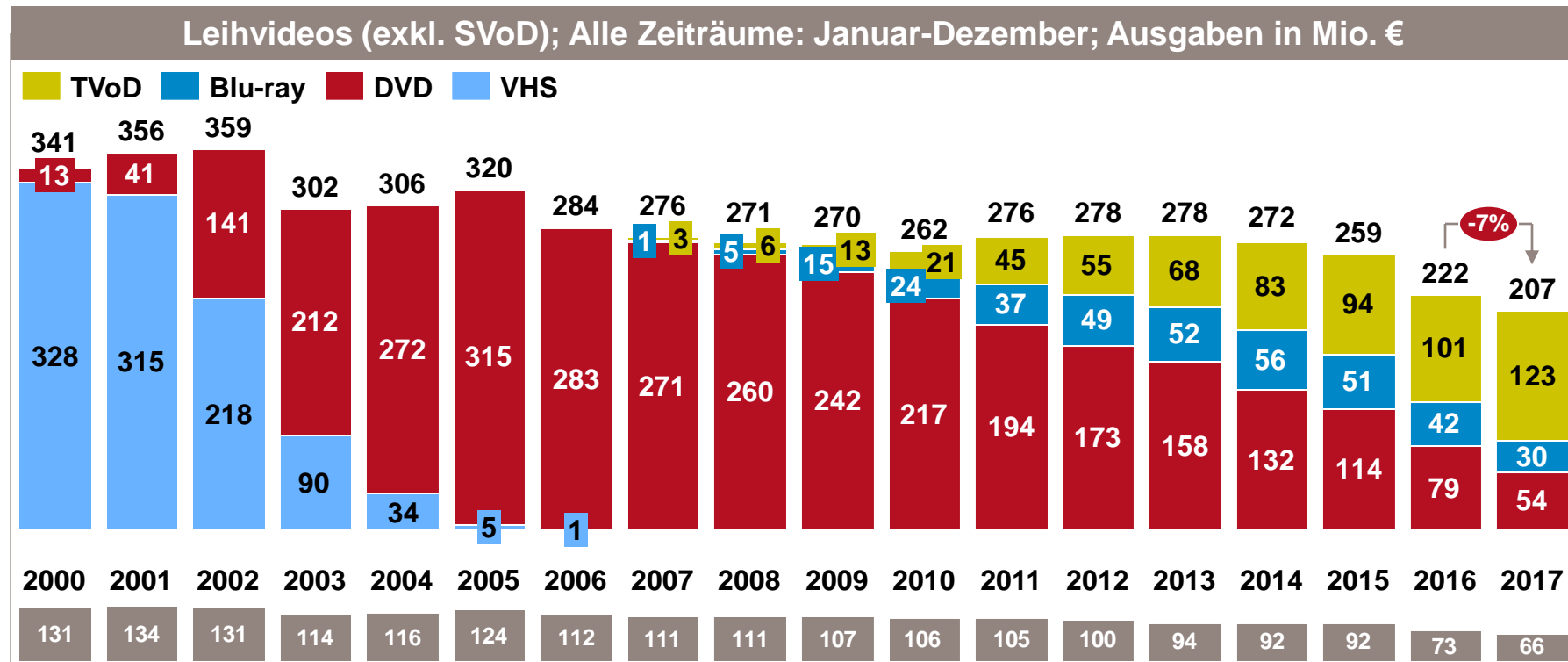
A yellow circle containing the number '3' in white, sans-serif font. It is connected to the main callout box by a thin yellow line.

**3**

A large yellow circle containing the text 'Der Home Video Markt' in white, sans-serif font. It is connected to the callout box by a thin yellow line.

**Der Home  
Video Markt**

# Videoleihmarkt exkl. SVoD: Die Rückgänge der Formate DVD und Blu-ray können durch das Wachstum von TVoD nicht kompensiert werden



Leihvideos (exkl. SVoD); Alle Zeiträume: Januar-Dezember; Ausgaben in Mio. €

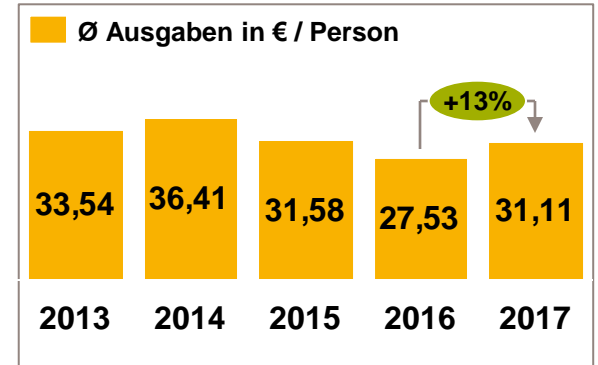
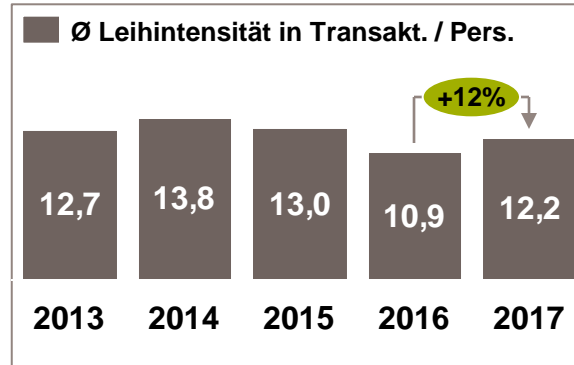
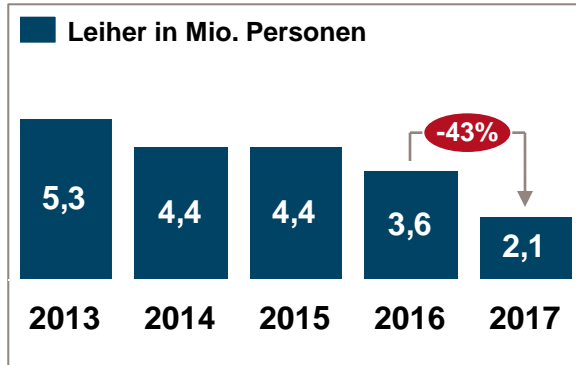
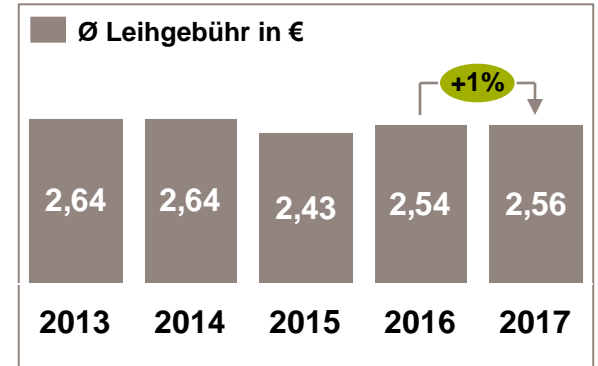
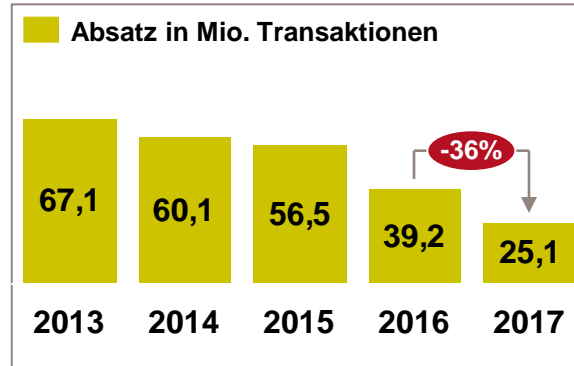
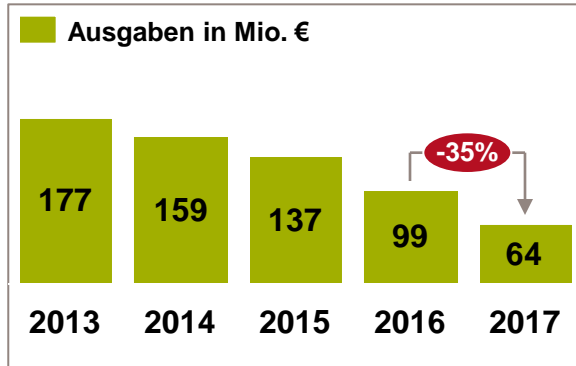
Mio. Transaktionen

n 2017 = 5527

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverage-lücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel-daten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

# Kennzahlen Videotheken



Leihvideos @Videothek; Alle Zeiträume: Januar-Dezember

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

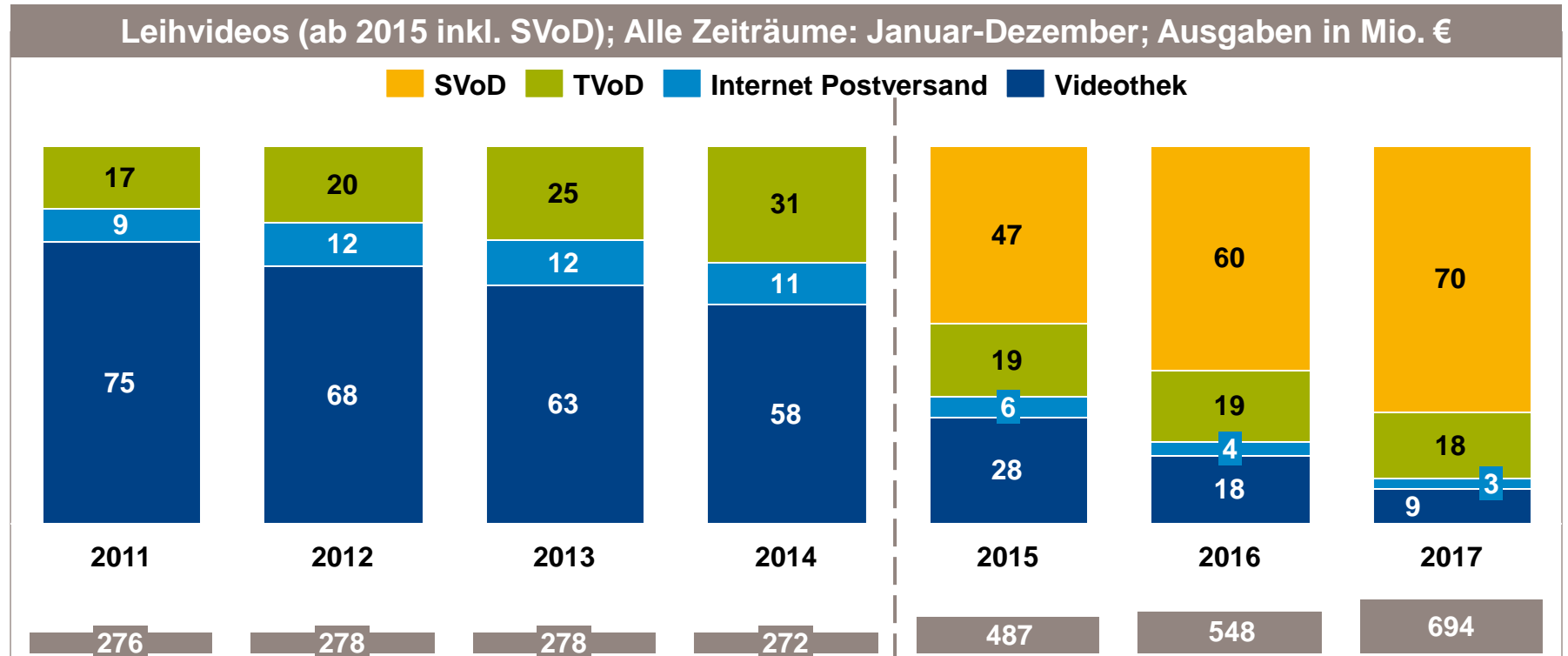
Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern.

Um Coveragelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanelndaten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

n 2017 = 807

Videothek inkl. Automat

# Videoleihmarkt inkl. digitaler Formate



Leihvideos (ab 2015 inkl. SVoD); Alle Zeiträume: Januar-Dezember; Ausgaben in Mio. €

**Basis in Mio. €**

n 2017 = 30944

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

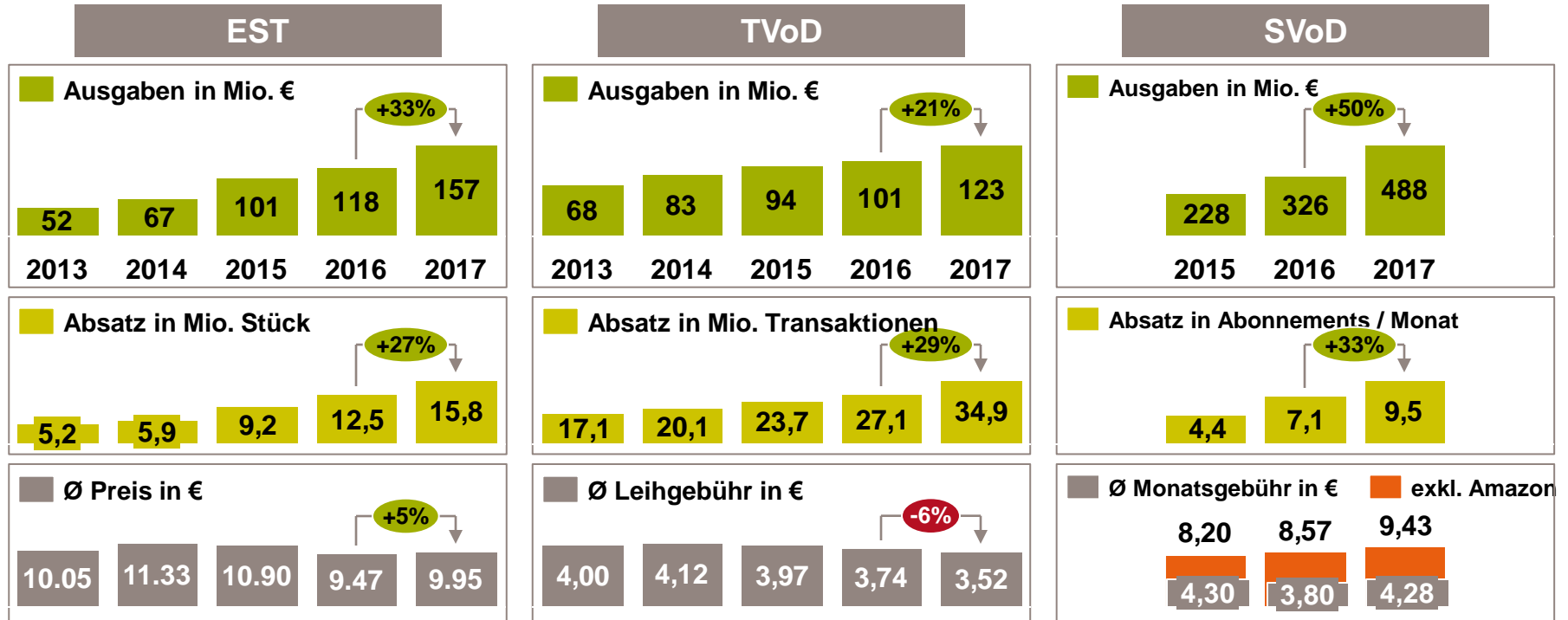
Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverageücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanelndaten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

## d) Der Digitalmarkt

3

Der Home  
Video Markt

# Entwicklung digitale Formate



Home Video digital; Alle Zeiträume: Januar-Dezember

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern.

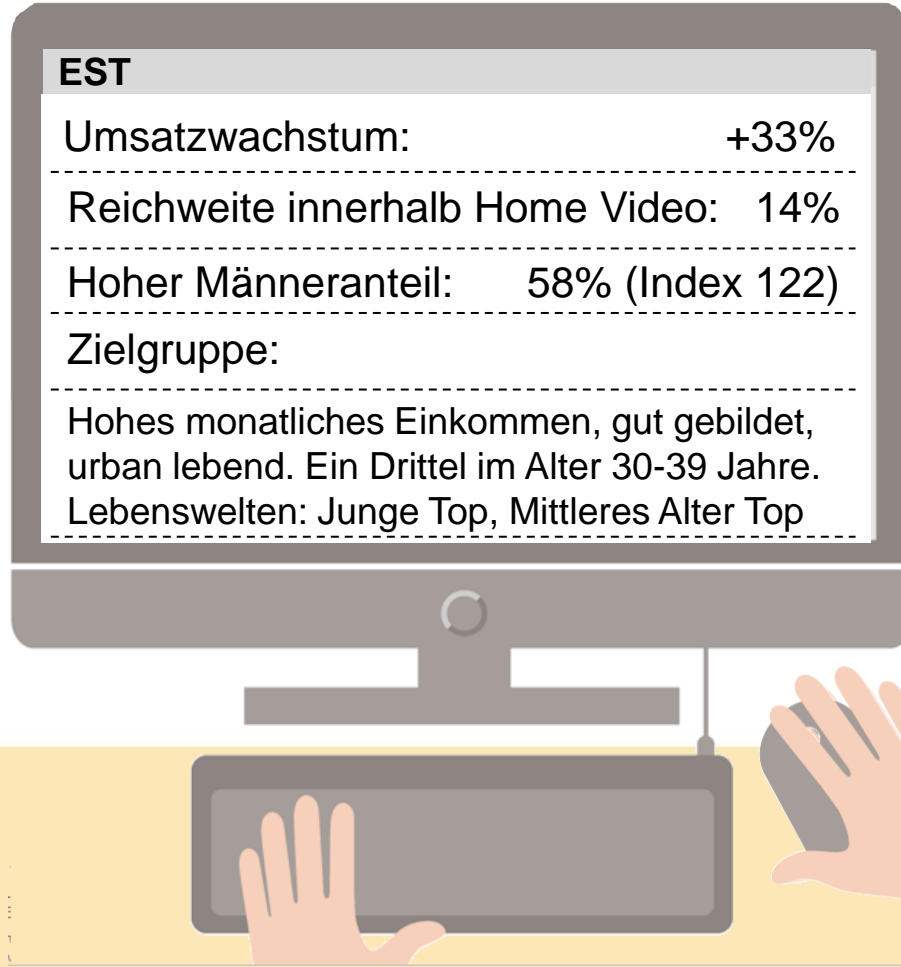
Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanelraten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

n 2017: EST = 1038; TVoD = 2448; SVoD = 25417

Amazon Prime within SVoD is valued with a monthly fee of 1.67 €



# Digital

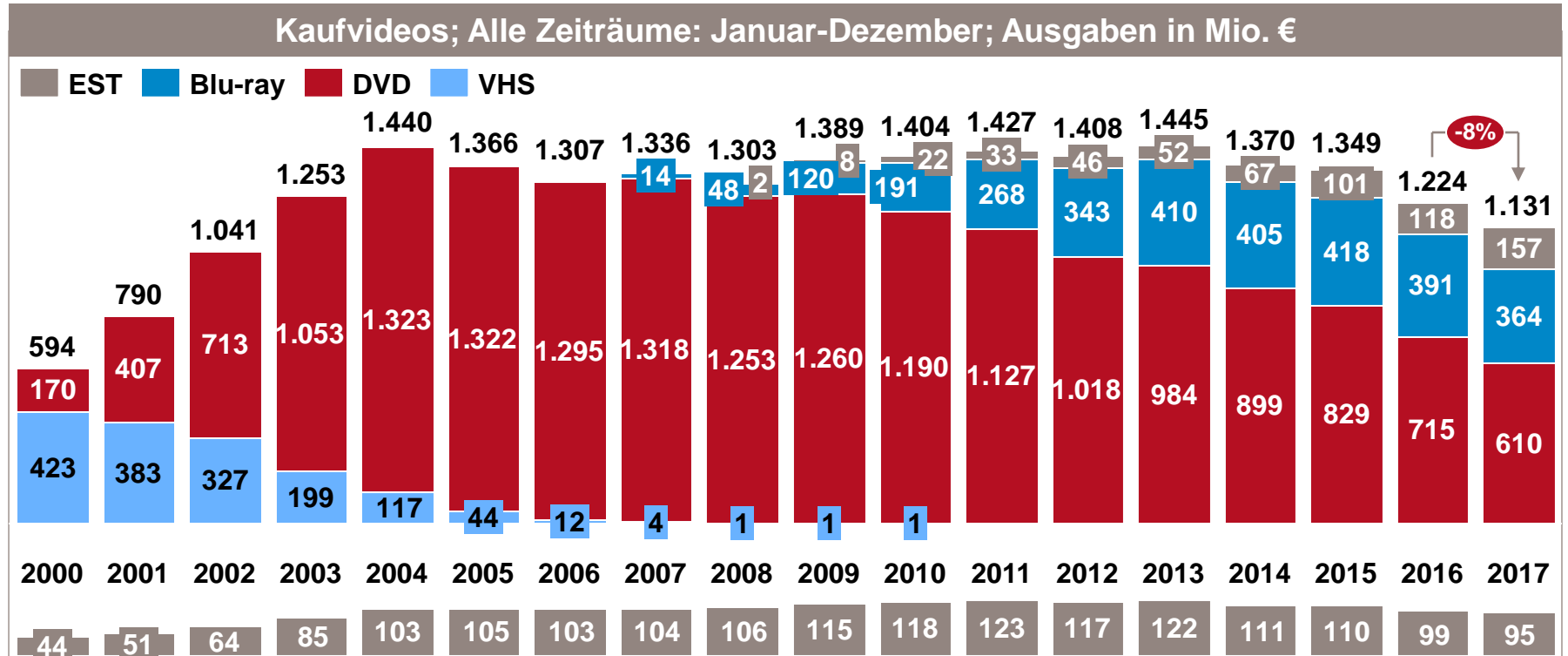


4

# Der Videokauf- markt



# Kaufvideos: Der Markt verliert im Vergleich zum Vorjahr 93 Mio. Euro. EST mit erneutem Zuwachs und einem Anteil von 14 Prozent



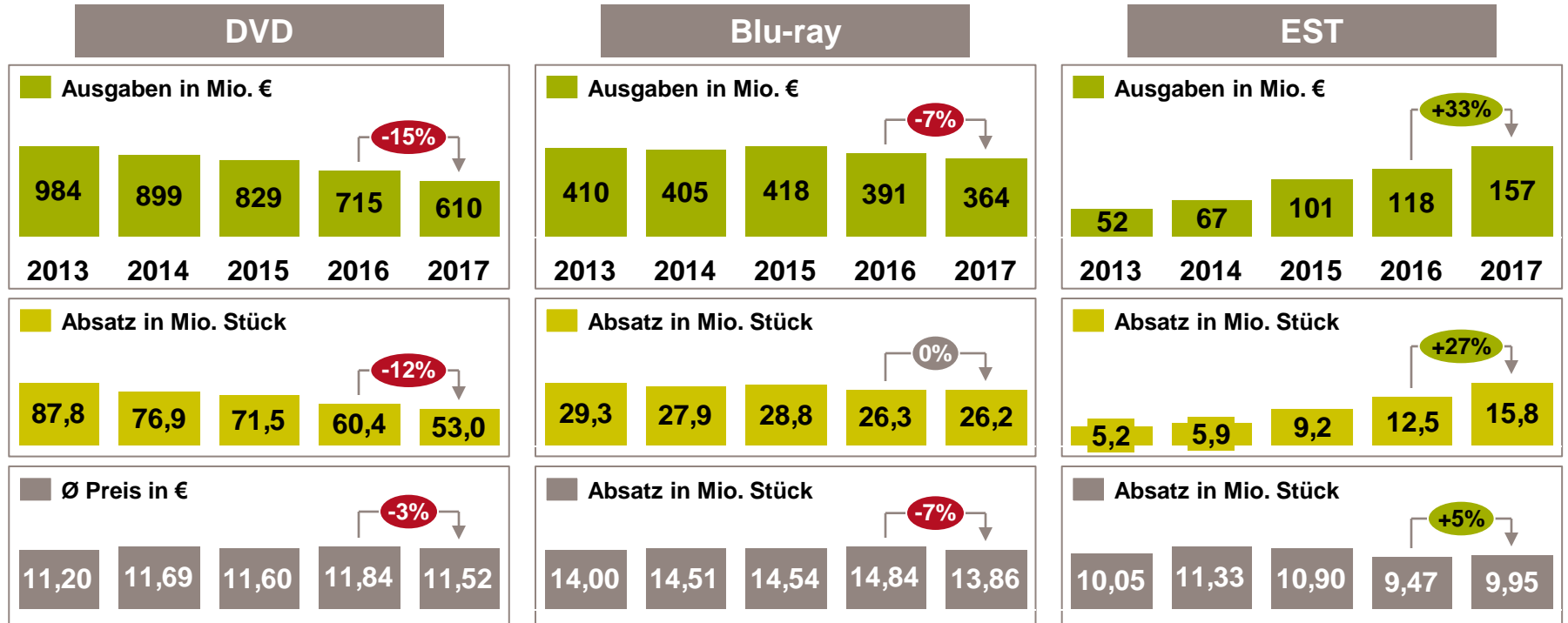
Kaufvideos; Alle Zeiträume: Januar-Dezember; Ausgaben in Mio. €

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspaneldata, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

The text 'a) Formate' is written in white, sans-serif font inside a red, trapezoidal shape that points towards the television in the background. The background image shows a family (a man, a woman, and a child) sitting on a sofa in a living room, watching a television. The room has white shelves and a wooden floor.The number '4' is written in white, sans-serif font inside a small red circle. This circle is part of a larger red graphic element that also contains the main title.The text 'Der Videokaufmarkt' is written in white, sans-serif font inside a large red circle. This circle is the central focus of the graphic overlay. The background image shows a family (a man, a woman, and a child) sitting on a sofa in a living room, watching a television. The room has white shelves and a wooden floor.

# Entwicklung Formate



Kaufvideos; Alle Zeiträume: Januar-Dezember

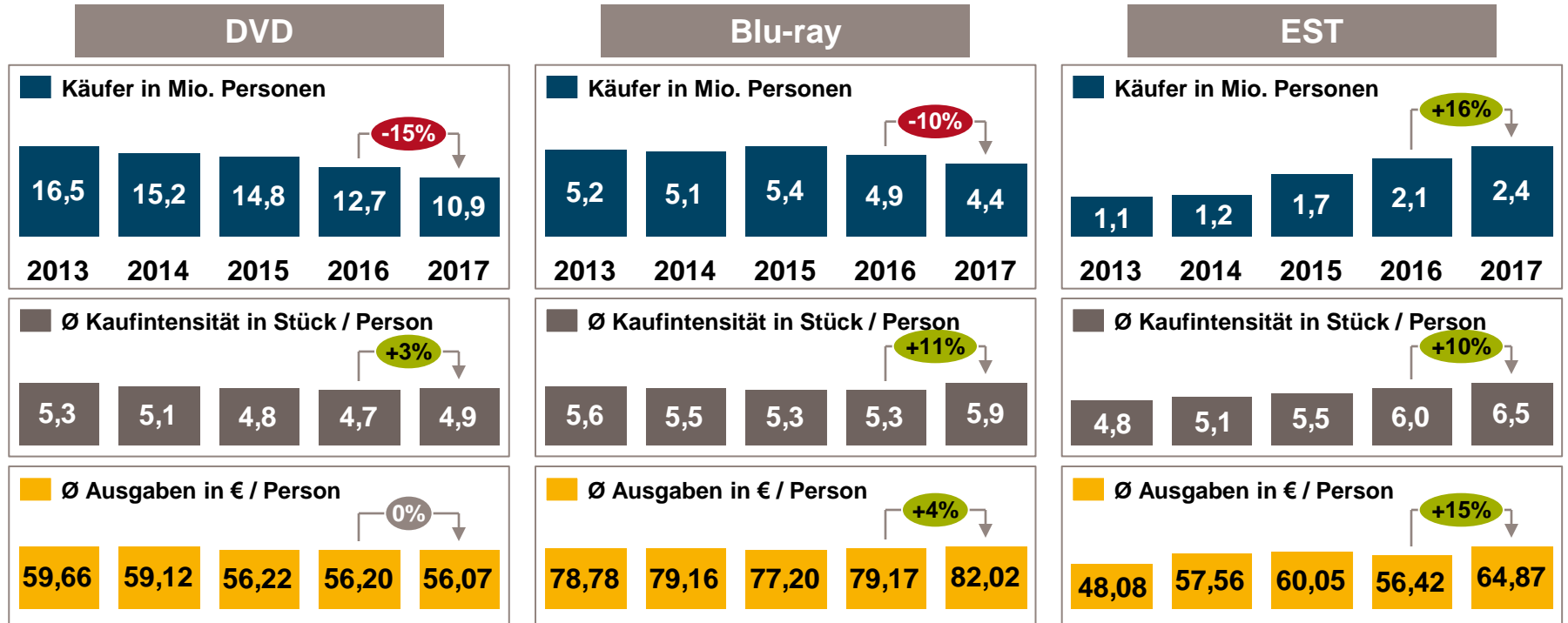
© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

n 2017: DVD = 8963; Blu-ray = 5107; EST = 1038

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern.

Um Coveragelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanelndaten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

# Entwicklung Formate



Kaufvideos; Alle Zeiträume: Januar-Dezember

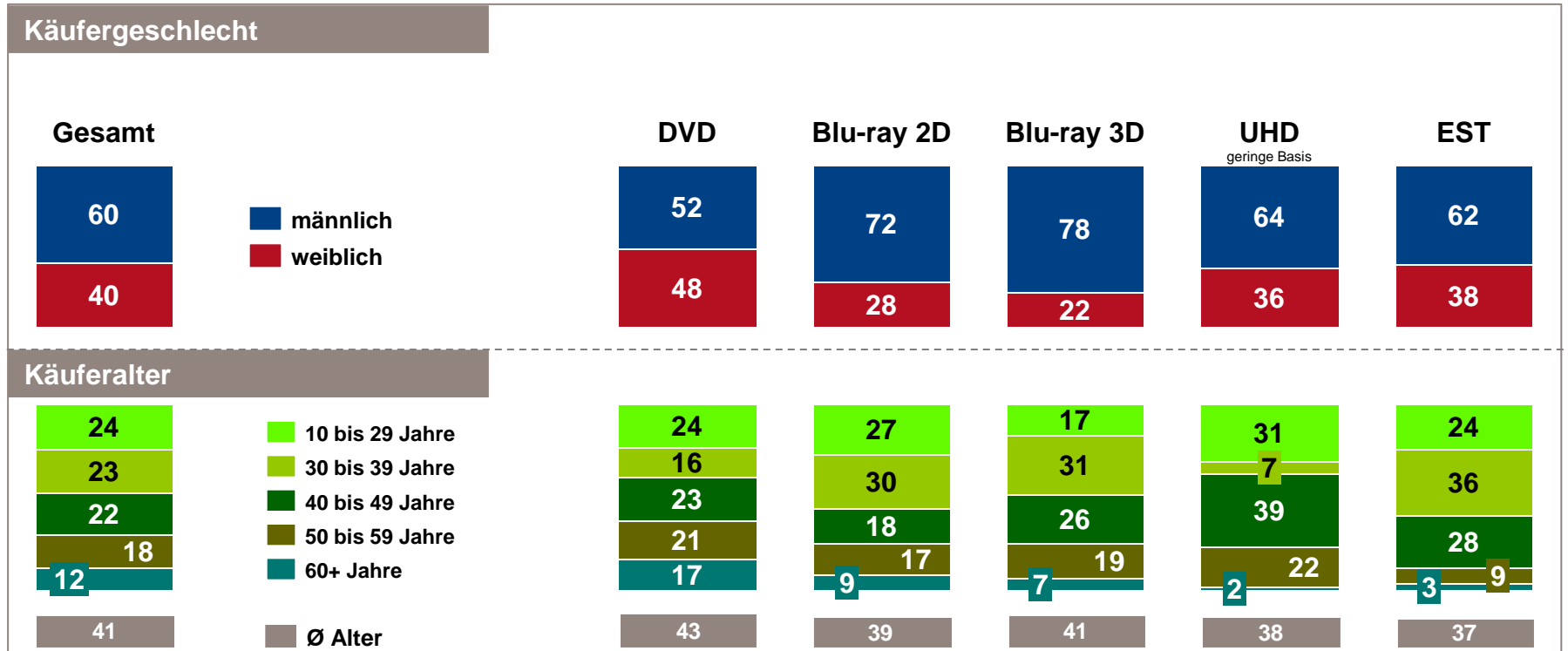
n 2017: DVD = 2075; Blu-ray = 939; EST = 278

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern.

Um Coveragelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspaneldata, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

# Verteilung Geschlecht und Alter innerhalb der einzelnen Video-Formate



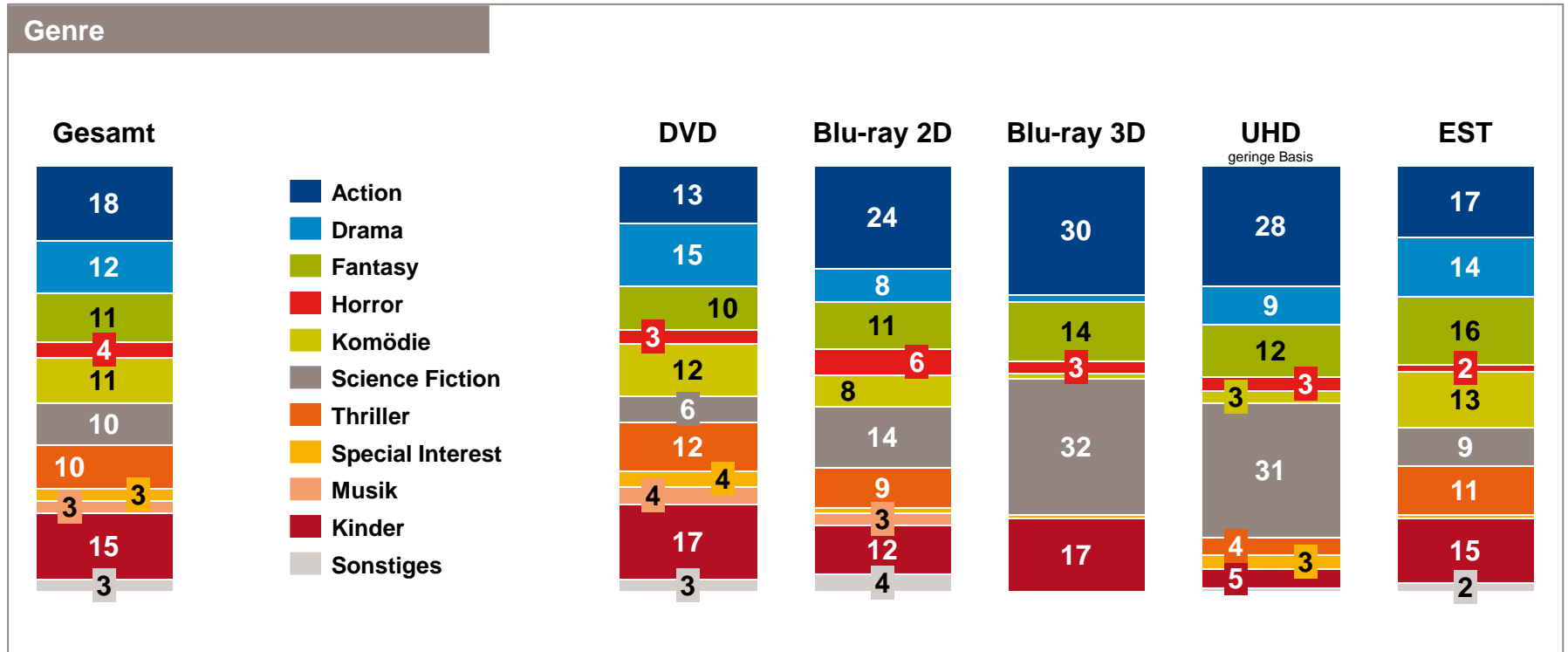
Kaufvideos; Zeitraum: Januar-Dezember 2017; Ausgaben in %

n: Gesamt = 15108; DVD = 8963; BD 2D = 4590; BD 3D = 434; UHD = 84; EST = 1038

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanelndaten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

# Verteilung der Genre innerhalb der einzelnen Video-Formate



Kaufvideos; Zeitraum: Januar-Dezember 2017; Ausgaben in %

n: Gesamt = 15108; DVD = 8963; BD 2D = 4590; BD 3D = 434; UHD = 84; EST = 1038

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern.

Um Coveragelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanelraten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

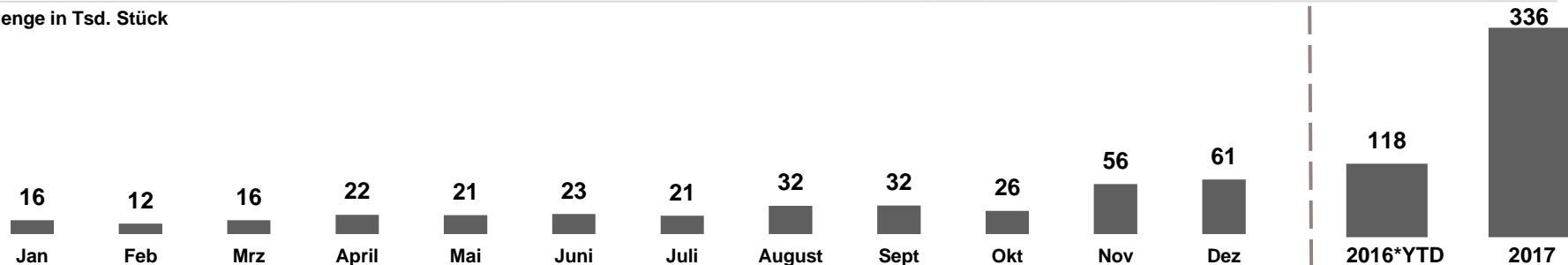


# Marktentwicklung 4K seit Start KW 14.2016\*

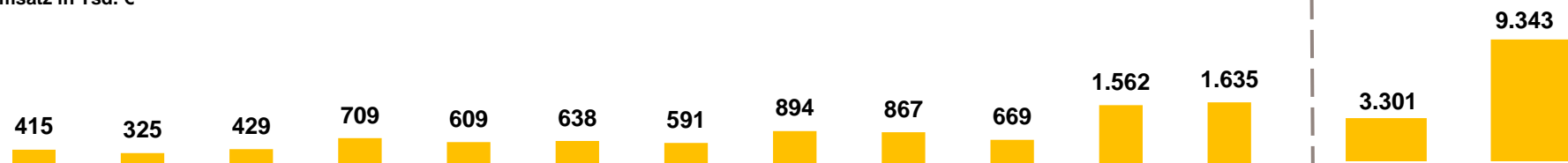
Retail Panel: Blu-ray Menge / Umsatz 100 %



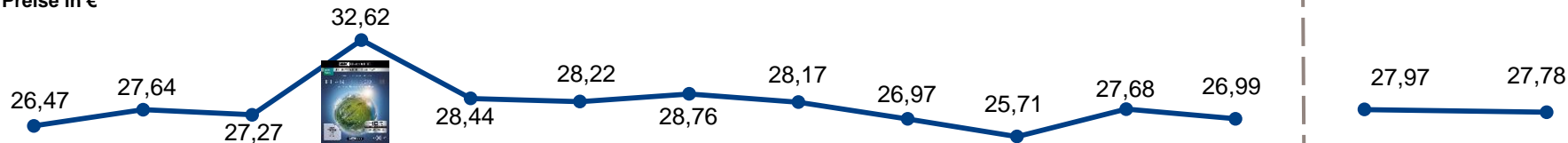
Menge in Tsd. Stück



Umsatz in Tsd. €



Ø – Preise in €

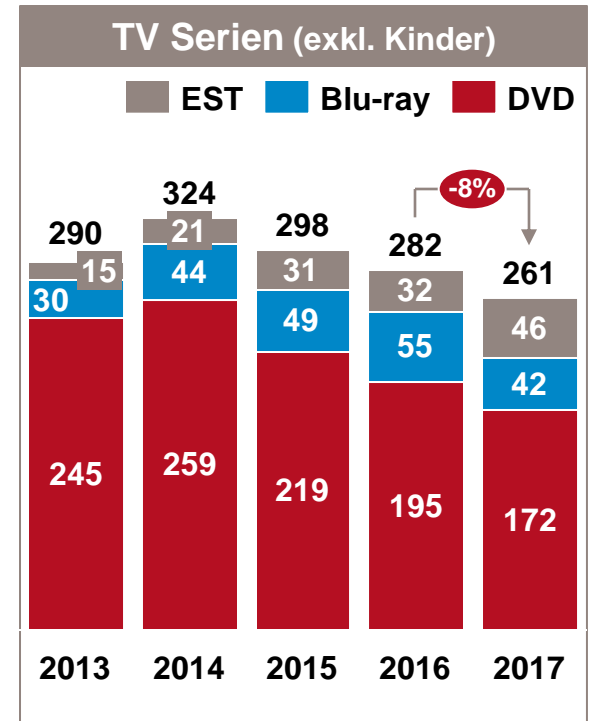
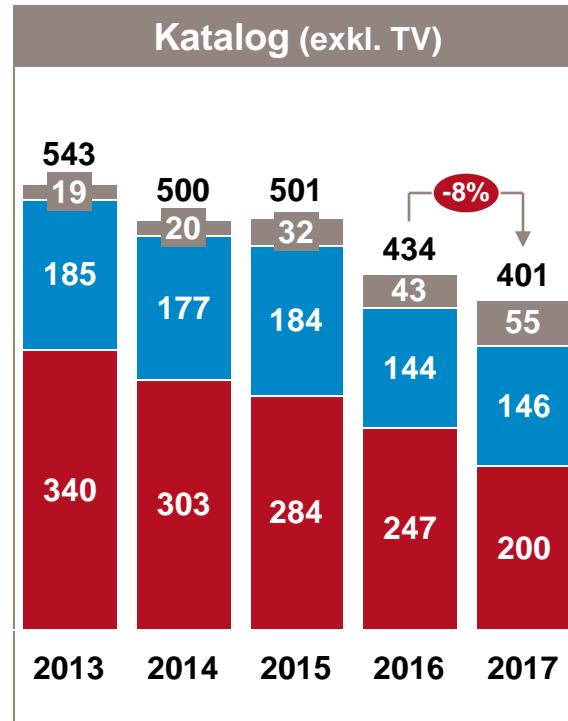
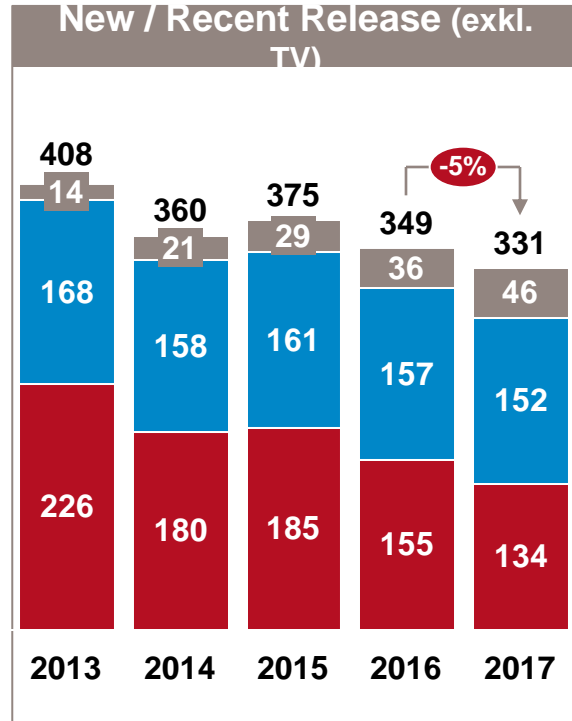


**b) Teilmärkte**

4

**Der  
Videokauf-  
markt**

# Kaufvideos: Katalog und TV-Serien mit minus 8 Prozent zum Vorjahr. Neuheiten verlieren 5 Prozent zum Vorjahr.



Kaufvideos Spielfilm / Kinder; Alle Zeiträume: Januar-Dezember; Ausgaben in Mio. €

n 2017: New Release = 3902; Katalog = 7218; TV = 2397

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

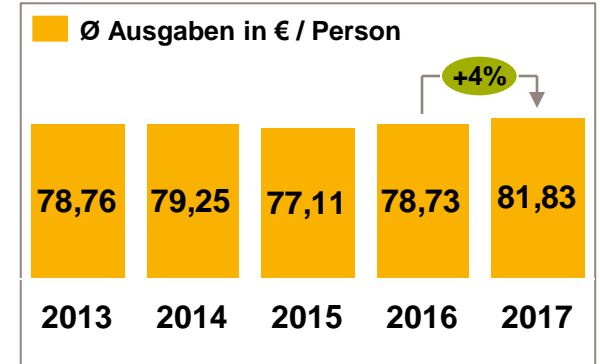
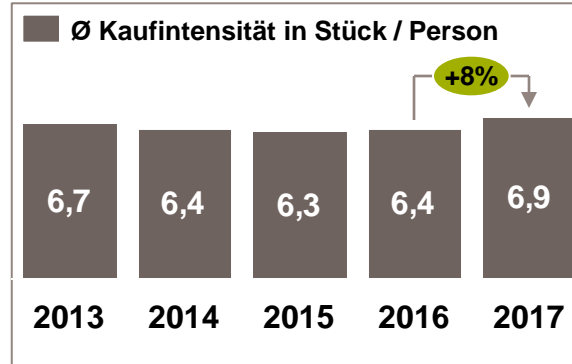
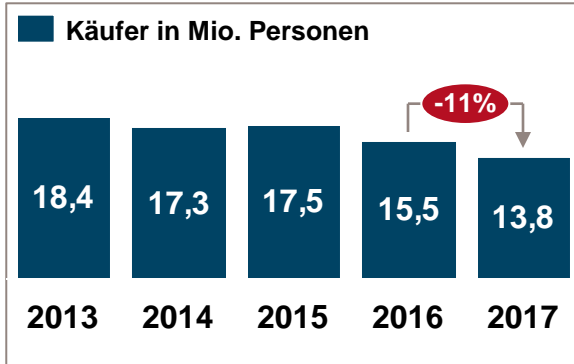
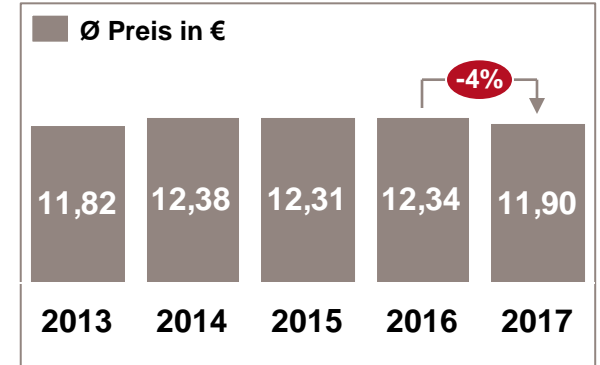
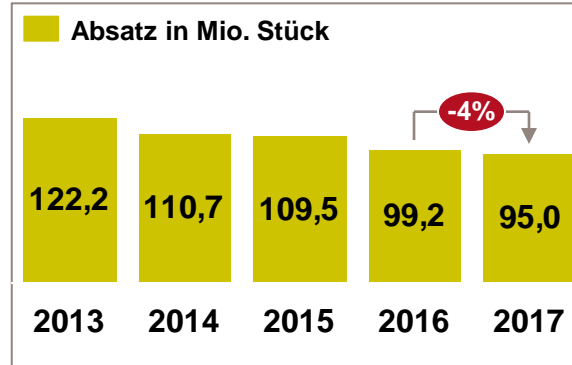
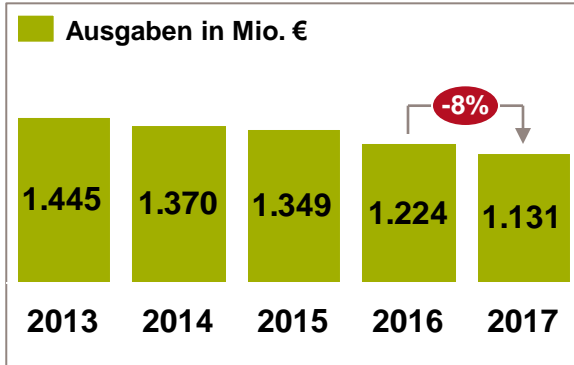
Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern.  
Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanelndaten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

c) Käufer

4

Der  
Videokauf-  
markt

# Entwicklung Videokaufmarkt



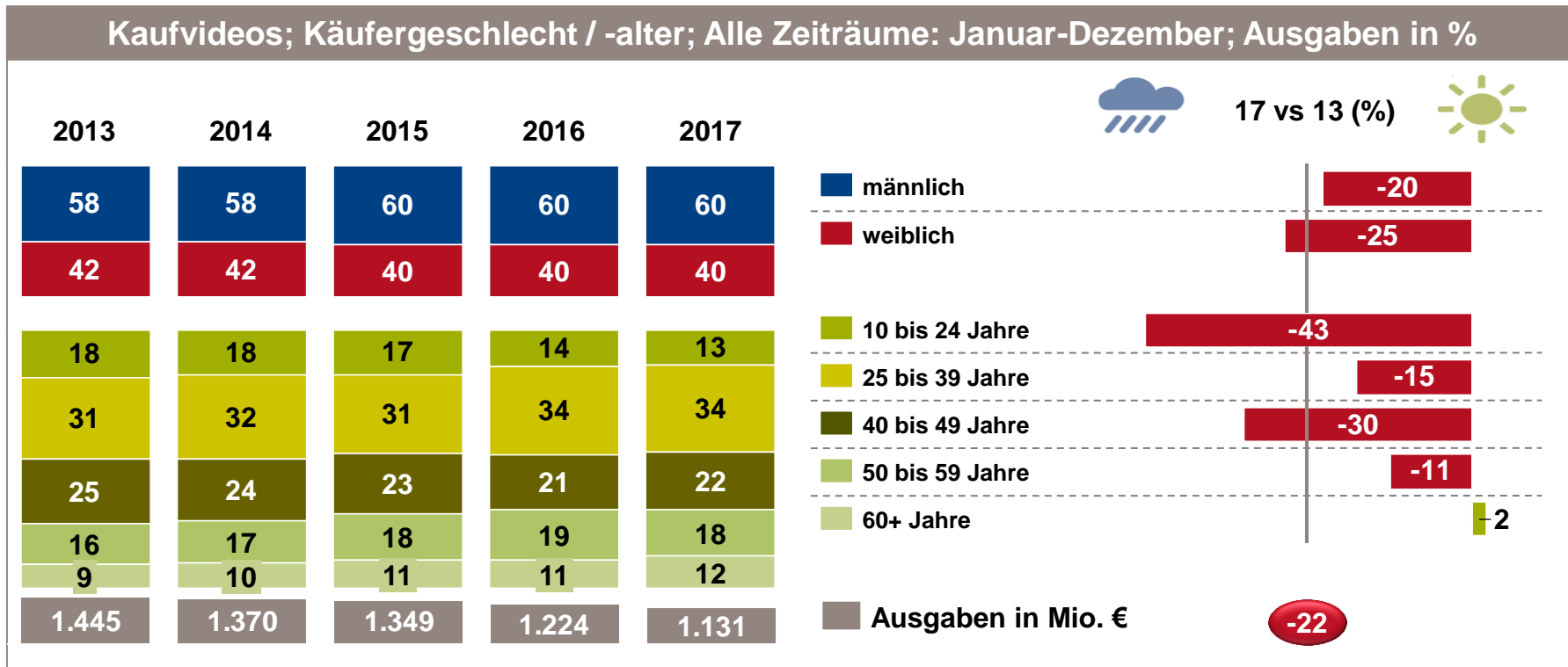
Kaufvideos; Alle Zeiträume: Januar-Dezember

n 2017 = 15108

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanelndaten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

# Insbesondere jüngere Zielgruppen bis 24 Jahre verlieren überproportional im Videokaufmarkt



Kaufvideos; Alle Zeiträume: Januar-Dezember; Ausgaben in %

n 2017 = 15108

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverageücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanelndaten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.



d) Physische Käufer

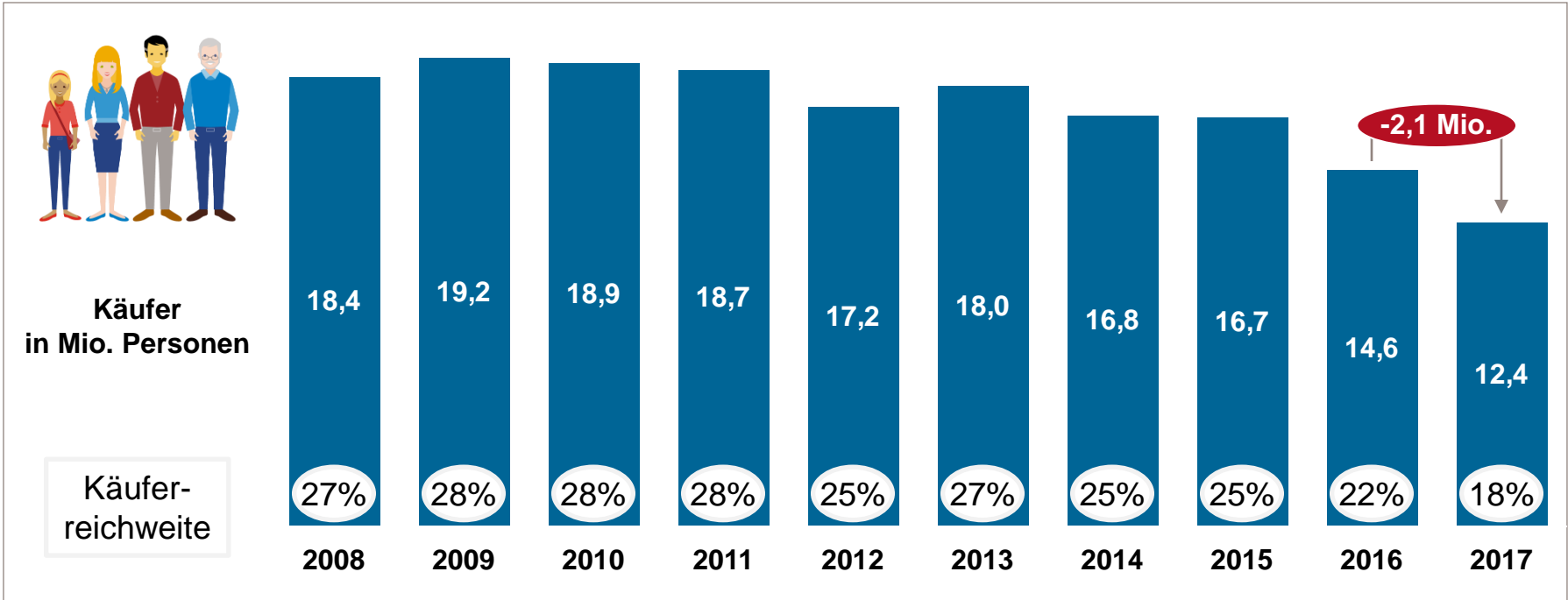
4

Der  
Videokauf-  
markt

Im Jahr 2017 kauften 12,4 Mio. Personen ein physisches Video Produkt.  
Das sind 2,1 Mio. Käufer weniger als im Vorjahr



**Kaufvideos physisch; Alle Zeiträume: Januar-Dezember, Personen in Mio.**



Kaufvideos physisch; Alle Zeiträume: Januar-Dezember; Käufer in Mio. Personen / Käuferreichweite (vs Bevölkerung) in %

n 2017 = 2543

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coveragelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspaneldata, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

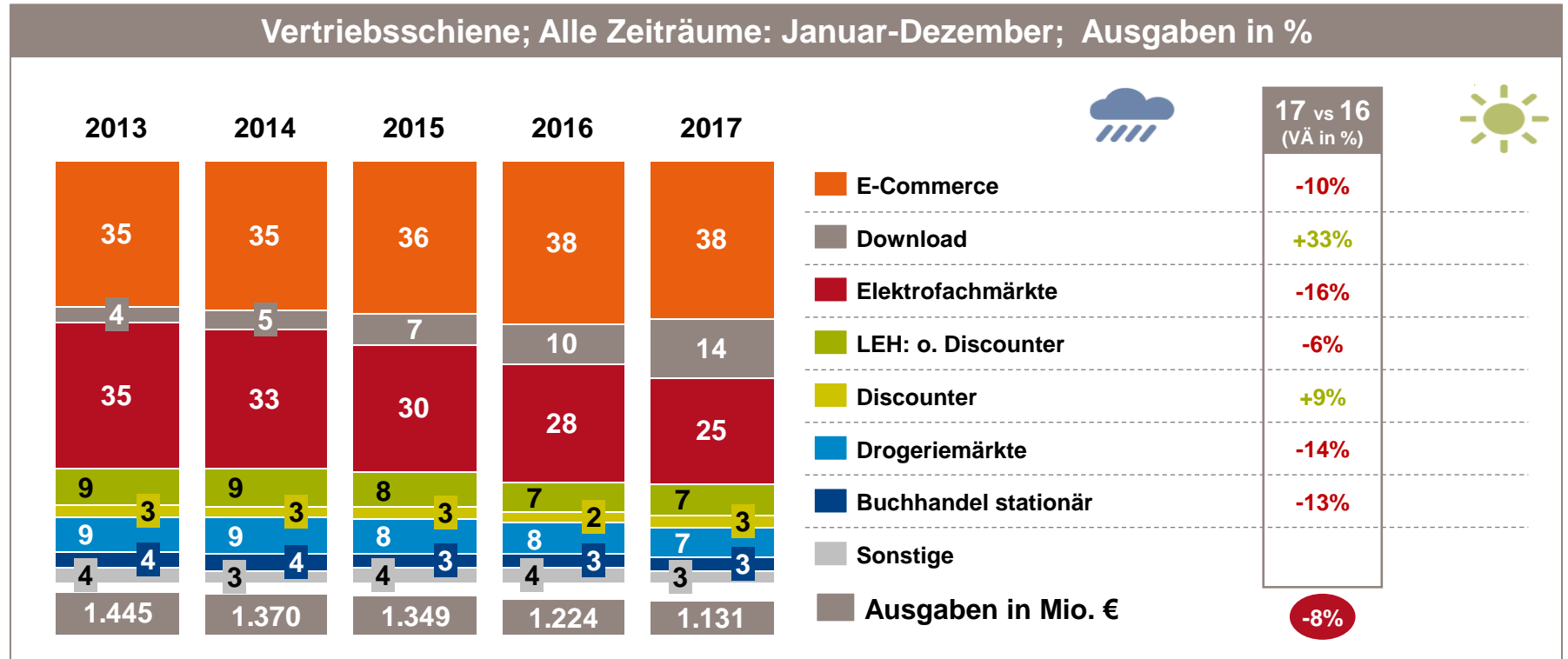


A red banner with a white border and a pointed right side, containing the text 'e) Vertriebschienen' in white, bold, sans-serif font. The banner is positioned at the top of a red graphic element that also contains a circle with the number '4' and a larger circle with the title 'Der Videokaufmarkt'.

4

A large red circle with a white border, containing the text 'Der Videokaufmarkt' in white, bold, sans-serif font. The circle is positioned in the center of the image, overlapping the family and the television.

# Videokaufmarkt: Entwicklung der Vertriebschienen



Kaufvideos; Alle Zeiträume: Januar-Dezember; Ausgaben in % / Veränderungsrate in %

n 2017 = 15108

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanelndaten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

d) Preise

4

Der  
Videokauf-  
markt

# Sinkende Preise im Katalog-Markt

Retail Panel: Jan-Dez



Segment	2013 Ø price in €	2014 Ø price in €	2015 Ø price in €	2016 Ø price in €	2017 Ø price in €	17 vs 16
Cinema Neuheiten DVD*	12,59	12,94	12,76	13,06	13,09	+0,2%
Cinema Neuheiten BD – 2D*	15,41	15,49	15,46	16,04	15,71	-2,1%
Cinema Neuheiten BD – 3D*	24,35	24,54	24,42	24,11	24,73	+2,6%
Katalog Non-TV DVD*	7,88	7,96	7,99	7,97	7,74	-2,9%
Katalog Non-TV BD – 2D*	9,99	10,01	9,64	9,50	9,10	-4,2%
Katalog Non-TV BD – 3D*	18,75	18,35	17,29	15,51	14,48	-6,6%
TV-Boxen Neuheiten DVD	27,51	27,70	26,70	27,83	26,78	-3,8%
TV-Boxen Neuheiten BD	35,65	33,42	33,15	34,44	31,43	-8,7%
TV-Boxen Katalog DVD	15,77	16,50	16,78	16,82	17,38	+3,3%
TV-Boxen Katalog BD	24,97	26,89	25,77	26,05	24,63	-5,5%

\* w/o Boxen

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern.

Um Coveragelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspaneldata, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

# Toplisten DVD / Blu-ray 2017

# Top 10 DVD / Blu-ray Kinospieelfilm 2017

Basis Handelspanel Menge 100%

Pos.	Titel*	Publisher
1	Phantastische Tierwesen und wo sie zu finden sind	Warner Home Video
2	Rogue One: A Star Wars Story	Walt Disney Studios Home Entertainment
3	Guardians of the Galaxy Vol. 2	Walt Disney Studios Home Entertainment
4	Die Schöne und das Biest (2017)	Walt Disney Studios Home Entertainment
5	Fifty Shades of Grey 2 - Gefährliche Liebe	Universal
6	Vaiana - Das Paradies hat einen Haken	Walt Disney Studios Home Entertainment
7	Pirates of the Caribbean: Salazars Rache	Walt Disney Studios Home Entertainment
8	Fast & Furious 8	Universal
9	Doctor Strange	Walt Disney Studios Home Entertainment
10	Findet Dorie	Walt Disney Studios Home Entertainment

\* Alle EANs/physische Abverkäufe Panel 100% hochgerechnet/alle Versionen (DVD/BD) auf Produkt/Titel zusammengefasst

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverage-Lücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel-Daten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

# Top 10 DVD / Blu-ray Special Interest 2017

Basis Handelspanel Menge 100%

Pos.	Titel*	Publisher
1	Embrace: Du bist schön!	Tw. Century Fox Home Entertainment
2	Planet Erde II: Eine Erde - viele Welten	Polyband
3	Sascha Grammel - Ich find's lustig	Universal Music
4	Prof. Dr. Grönemeyer - Dein gesunder Rücken	Polyband
5	Heimische Singvögel	Delta Music
6	Tomorrow - Die Welt ist voller Lösungen	Alive
7	Mario Barth - Männer sind bekloppt, aber sexy!	Sony Music Entertainment Germany GmbH
8	Mr. Bean - Die komplette TV-Serie	Universal
9	The Beatles: Eight Days a Week - The Touring Years	STUDIOCANAL
10	Kedi - Von Katzen und Menschen	universum film

\* Alle EANs/physische Abverkäufe Panel 100% hochgerechnet/alle Versionen (DVD/BD) auf Produkt/Titel zusammengefasst

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverageücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanelndaten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

# Top 10 DVD / Blu-ray TV-Serien 2017

Basis Handelspanel Menge 100%

Pos.	Titel*	Publisher
1	Game of Thrones - Season 7	Warner Home Video
2	Game of Thrones - Season 6	Warner Home Video
3	Game of Thrones - Season 1	Warner Home Video
4	Game of Thrones - Season 3	Warner Home Video
5	Game of Thrones - Season 2	Warner Home Video
6	Game of Thrones - Season 4	Warner Home Video
7	Game of Thrones - Season 5	Warner Home Video
8	Stephen Kings Es	Warner Home Video
9	Sherlock - Eine Legende... - Season 4	Polyband
10	The Walking Dead - Season 7	Tw. Century Fox Home Entertainment

\* Alle EANs/physische Abverkäufe Panel 100% hochgerechnet/alle Versionen (DVD/BD) auf Produkt/Titel zusammengefasst

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverageücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspaneldata, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.



# Top 10 4K 2017

Basis Handelspanel Menge 100%

Pos.	Titel*	Publisher
1	Planet Erde II: Eine Erde - viele Welten	Polyband
2	Wonder Woman (2017)	Warner Home Video
3	Phantastische Tierwesen und wo sie zu finden sind	Warner Home Video
4	Guardians of the Galaxy Vol. 2	Walt Disney Studios Home Entertainment
5	Kong: Skull Island	Warner Home Video
6	Valerian - Die Stadt der tausend Planeten	universum film
7	Fast & Furious 8	Universal
8	Alien - Covenant	Tw. Century Fox Home Entertainment
9	Transformers: The Last Knight	Paramount Home Entertainment
10	John Wick: Kapitel 2	Concorde Home Entertainment

\* Alle EANs/physische Abverkäufe Panel 100% hochgerechnet/alle Versionen (DVD/BD) auf Produkt/Titel zusammengefasst

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverageücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanelndaten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

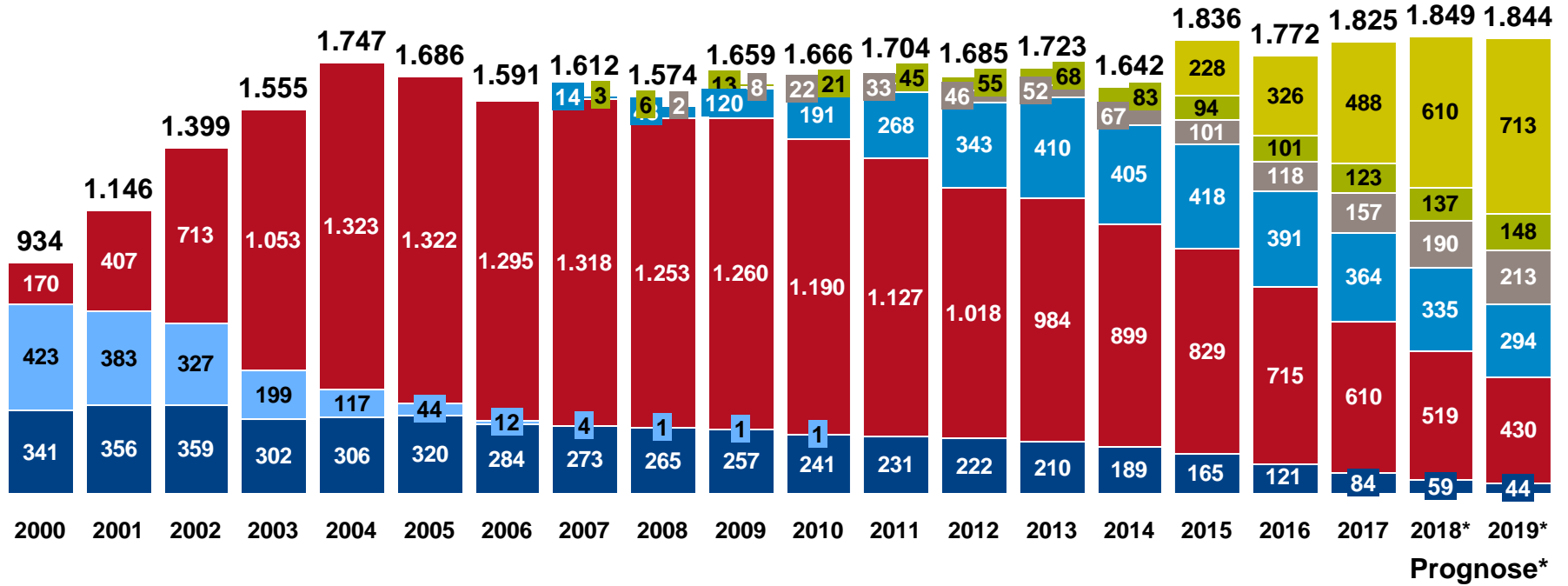
A hiker with a large blue backpack is seen from behind, standing on a rocky mountain peak. The sun is setting or rising in the background, creating a warm, orange glow. The sky is a mix of blue and orange. An orange line starts from the top left, goes to the top right, then down to a small orange circle containing the number '5', and finally down to a larger orange circle containing the word 'Prognose'.

5

Prognose

# Forecast Home Video

■ SVoD 
 ■ TVoD 
 ■ EST 
 ■ Kaufvideos Blu-ray 
 ■ Kaufvideos DVD 
 ■ Kaufvideos VHS 
 ■ Leihvideos physisch



\* Prognose erstellt im Februar 2018, basierend auf den Daten des Jahres 2017

Home Video; Alle Zeiträume: Januar-Dezember; Ausgaben in Mio. €

© GfK 2018 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2017 |

Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanelndaten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

n 2017 = 46052