

# **Brenner-Studie 3**

## **Studie über das Kopieren und Downloaden von Spielfilmen**

**Auf Basis der dritten GfK-Sonderbefragung im Juli 2004  
für den Zeitraum Januar bis Juni 2004**



**Filmförderungsanstalt** German Federal Film Board

# Stichprobe/Methodik

# FFA Brenner-Studie 2004:

## Zielsetzung/Stichprobe/Methodik der Untersuchung

### Zielsetzung der Studie:

- Ermittlung der aktuellen Hardware-Bestände von CD-Brennern, DVD-Brennern, DVD-Recordern
- Analyse des Nutzungsverhaltens in Bezug auf digitales Kopieren / Aufnehmen von Inhalten, insbesondere Spielfilmen
- Analyse des Nutzungsverhaltens in Bezug auf Herunterladen (Download) von Spielfilmen aus dem Internet

### Befragungsmethodik:

Schriftliche Befragung innerhalb des GfK-Media\*Scope Panels

### Stichprobe:

10.000 Personen, repräsentativ für 63,7 Millionen deutsche Personen ab 10 Jahren

### Feld:

Juli 2004

# Hardware

# FFA Brenner-Studie 2004:

## Hardware-Kennzahlen

Stand: Juli 2004

5

**Frage :** Besitzen Sie oder andere Personen in Ihrem Haushalt eines dieser Geräte?

	<b>Zugriffsmöglichkeit im Haushalt in Millionen Personen</b>			
<b>Für den Zeitraum:</b>	<b>Januar - Juni 2004</b>		<b>Januar – August 2003</b>	
<b>CD-Brenner:</b>	<b>28,0</b>	<b>( = 43,9 %)</b>	<b>23,6</b>	<b>( = 37,0 %)</b>
<b>DVD-Brenner:</b>	<b>3,1</b>	<b>( = 4,9 %)</b>	<b>0,6</b>	<b>( = 0,9 %)</b>
<b>DVD-Recorder:</b>	<b>1,1</b>	<b>( = 1,8%)</b>	<b>0,25</b>	<b>( = 0,4 %)</b>

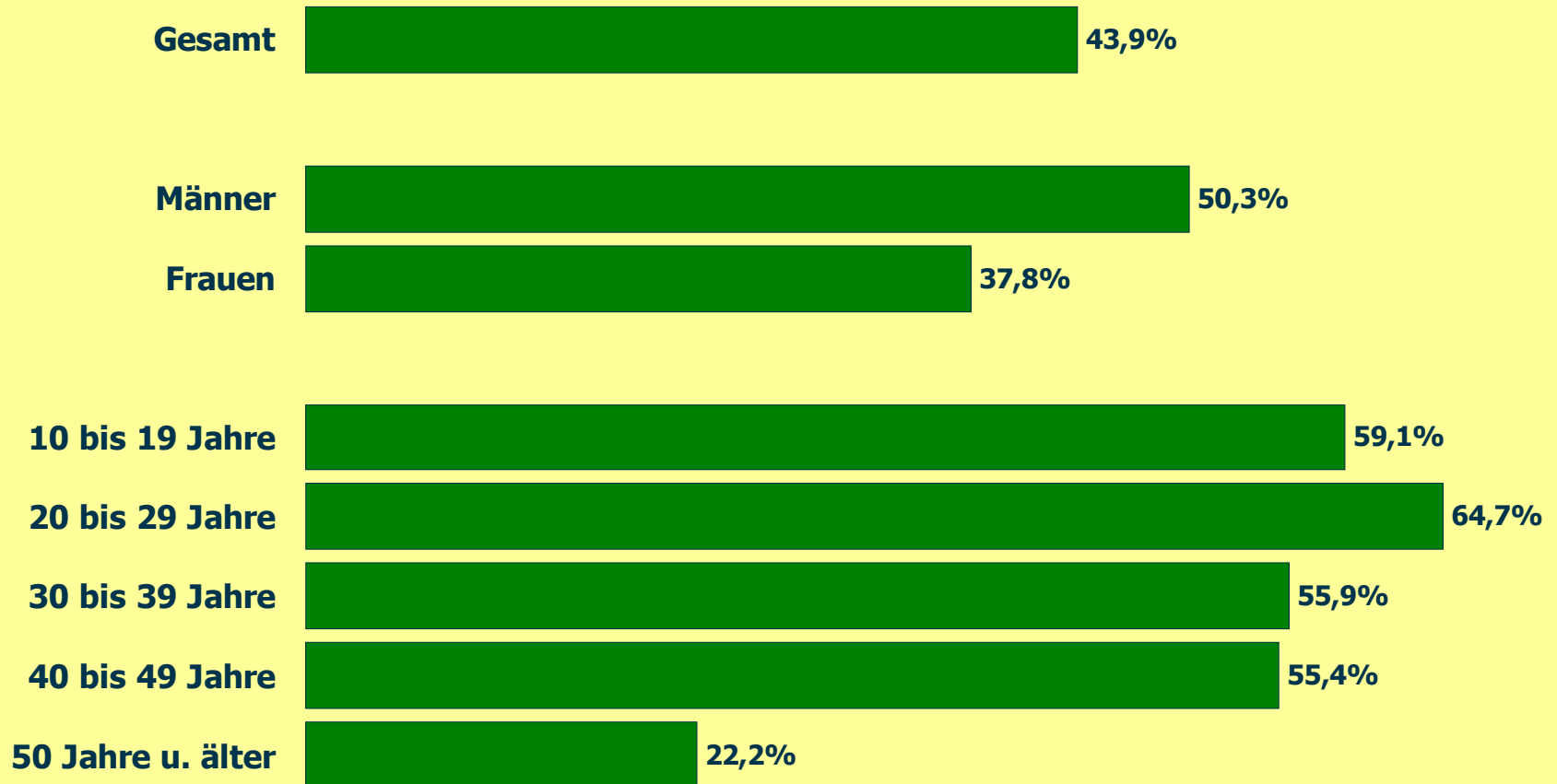
Basis: 63,7 Millionen private Deutsche ab 10 Jahre

# FFA Brenner-Studie 2004:

## Hardware-Kennzahlen „CD - Brenner“

Stand: Juli 2004

**Frage :** Besitzen Sie oder andere Personen in Ihrem Haushalt eines dieser Geräte?



Basis: 63,7 Millionen private Deutsche ab 10 Jahre

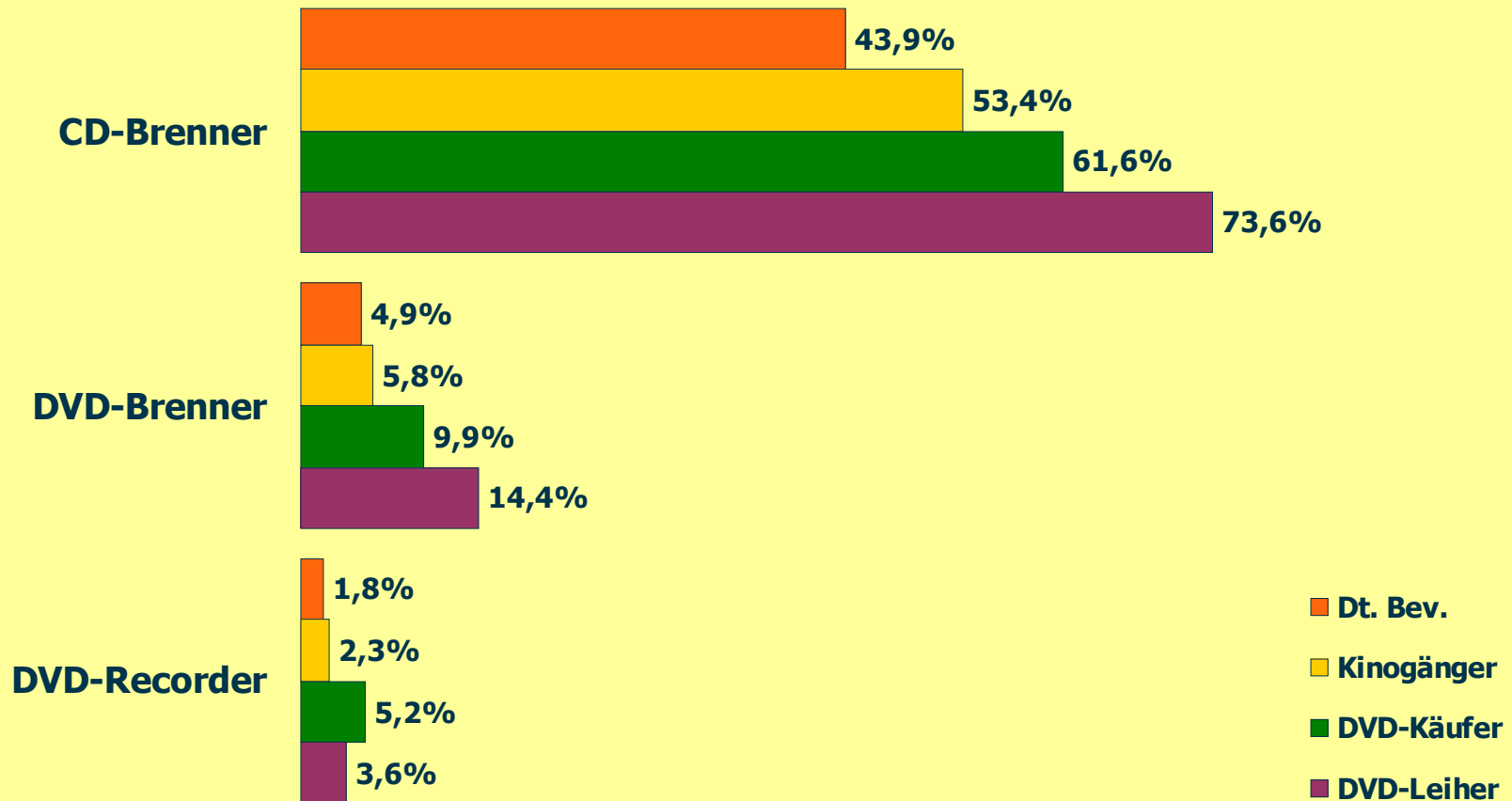
# FFA Brenner-Studie 2004:

## Hardware-Kennzahlen

Stand: Juli 2004

7

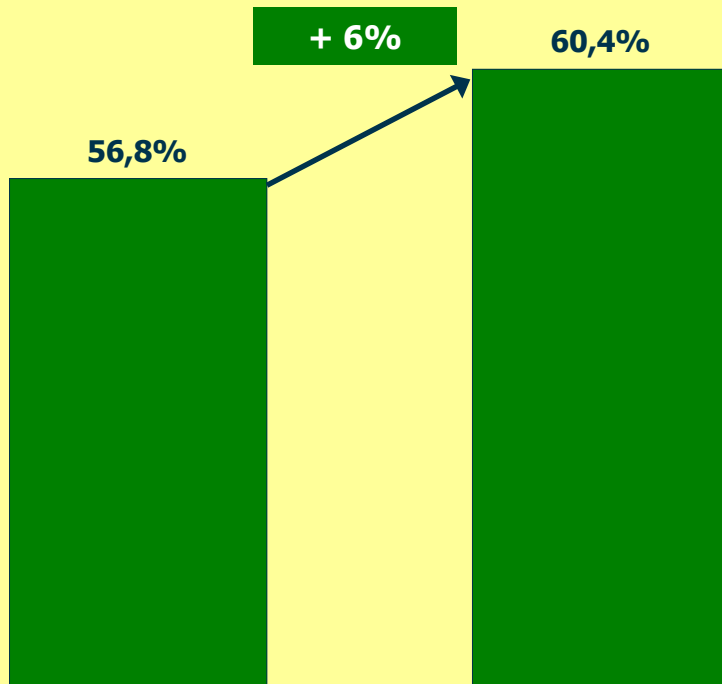
**Frage:** Besitzen Sie oder andere Personen in Ihrem Haushalt eines dieser Geräte?



## Internetzugang von zu Hause

01/2004

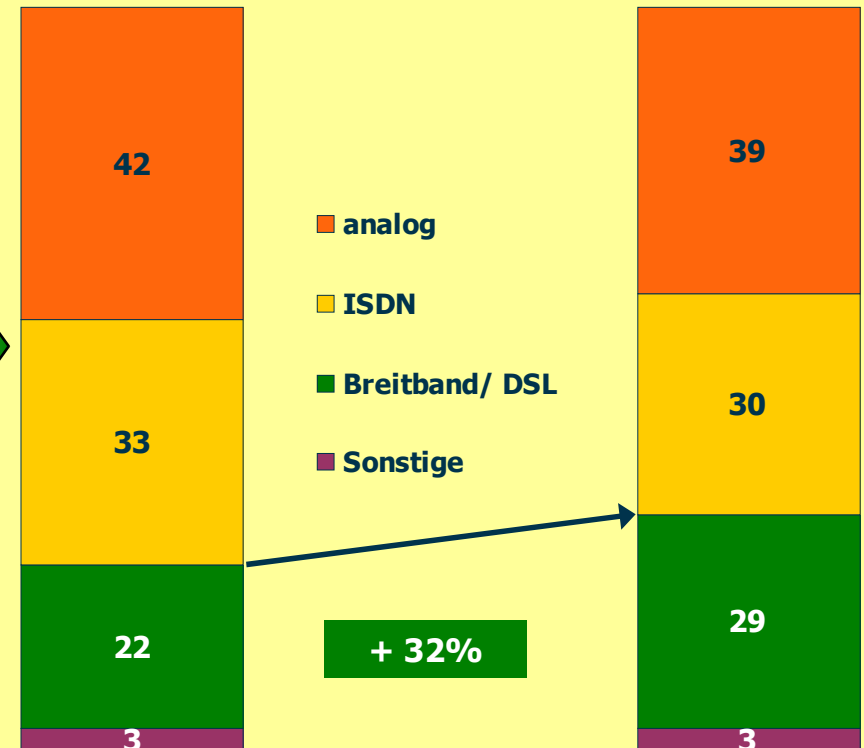
06/2004



## Verbindungsart

01/2004

06/2004



Basis: 63,7 Millionen private Deutsche ab 10 Jahre



## Key-Facts

### Key-Facts Hardware:

- Die Ausstattung mit Hardware zur Vervielfältigung von Content (Musik, Fotos, Filme, etc.) steigt weiterhin deutlich an.
- DVD-Brenner und DVD-Recorder werden aufgrund rasant steigender Ausstattungsgrade in Kürze einer breiteren Masse zur Verfügung stehen.
- Besonders hohe Ausstattungsgrade finden sich in der für die Filmwirtschaft so wichtigen Zielgruppe der Männer im Alter 16-29 Jahre; das Videotheken-Klientel verfügt über die höchsten Ausstattungsgrade.
- Die Internet-Ausstattung wächst kontinuierlich, wobei die Zugangsart sich immer stärker auf Breitband verlagert, was den Download von Content deutlich erleichtert und beschleunigt.

# Bespielen/Brennen von Spielfilmen

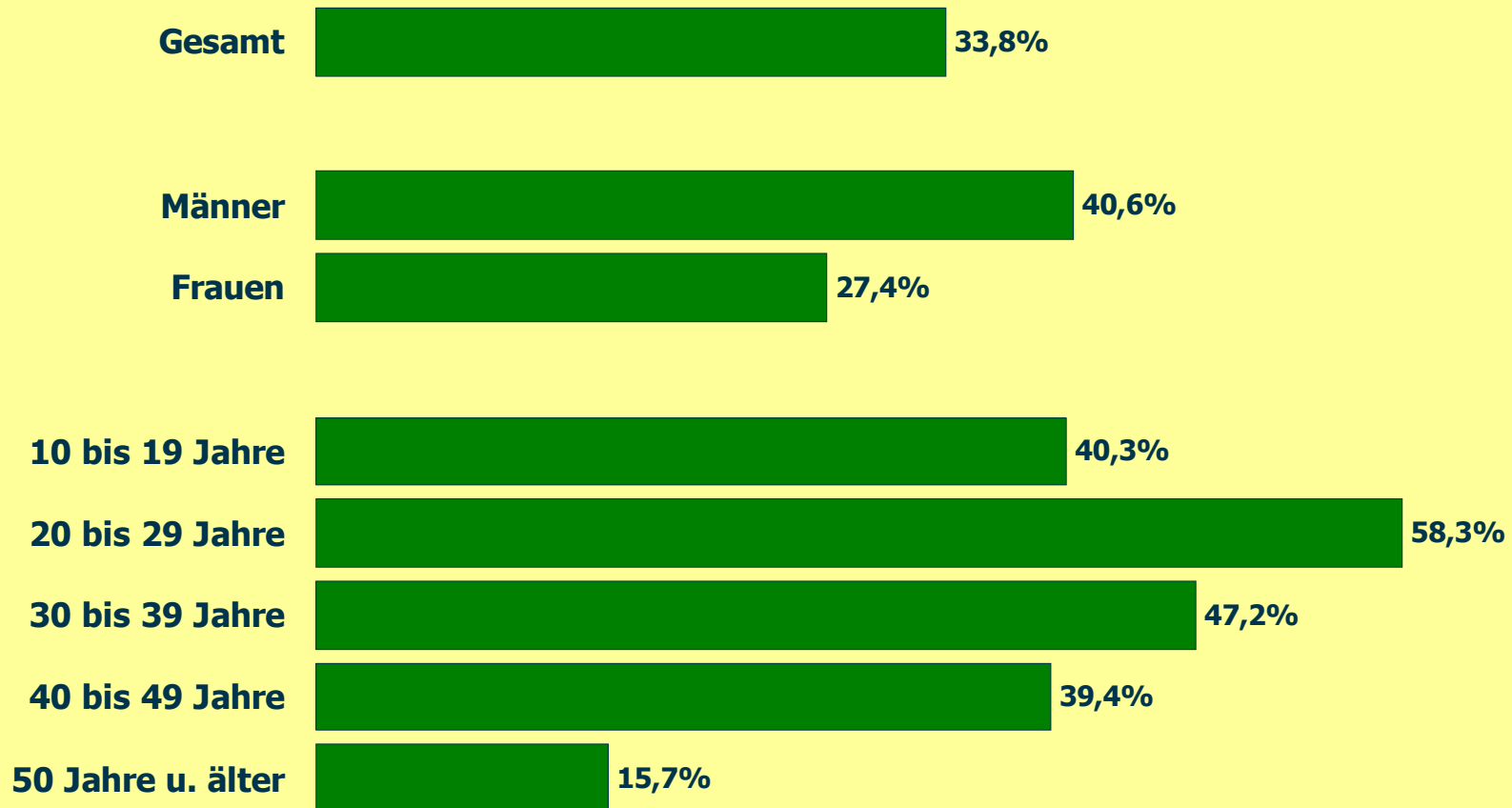
# FFA Brenner-Studie 2004:

## Brenner-Reichweite

### 1. Halbjahr 2004

11

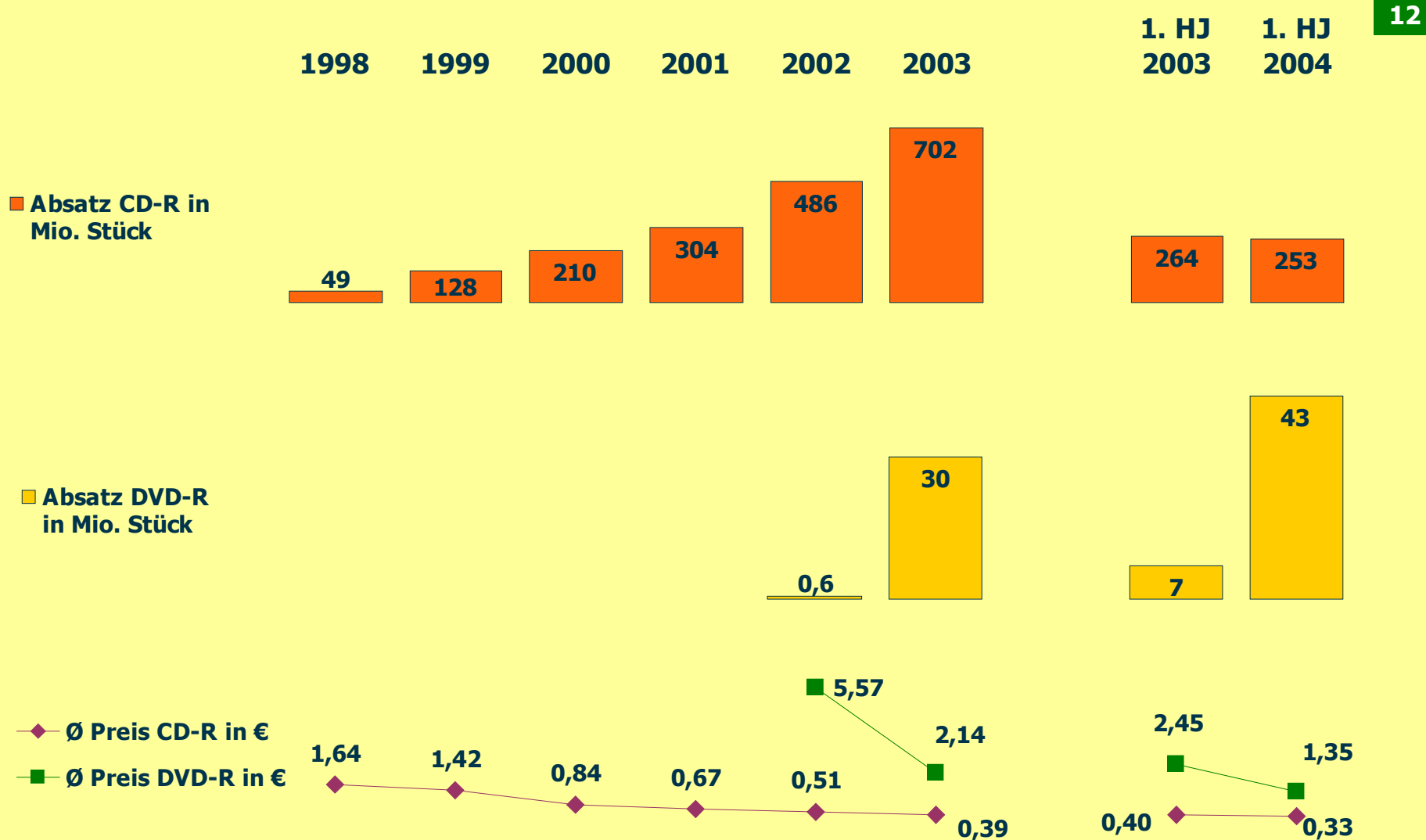
**Frage:** Wurden im Zeitraum Januar-Juni 2004 CD- bzw. DVD- Rohlinge mit Inhalten (Musik, Fotos, Filme, etc.) bespielt / gebrannt?



Basis: 63,7 Millionen private Deutsche ab 10 Jahre

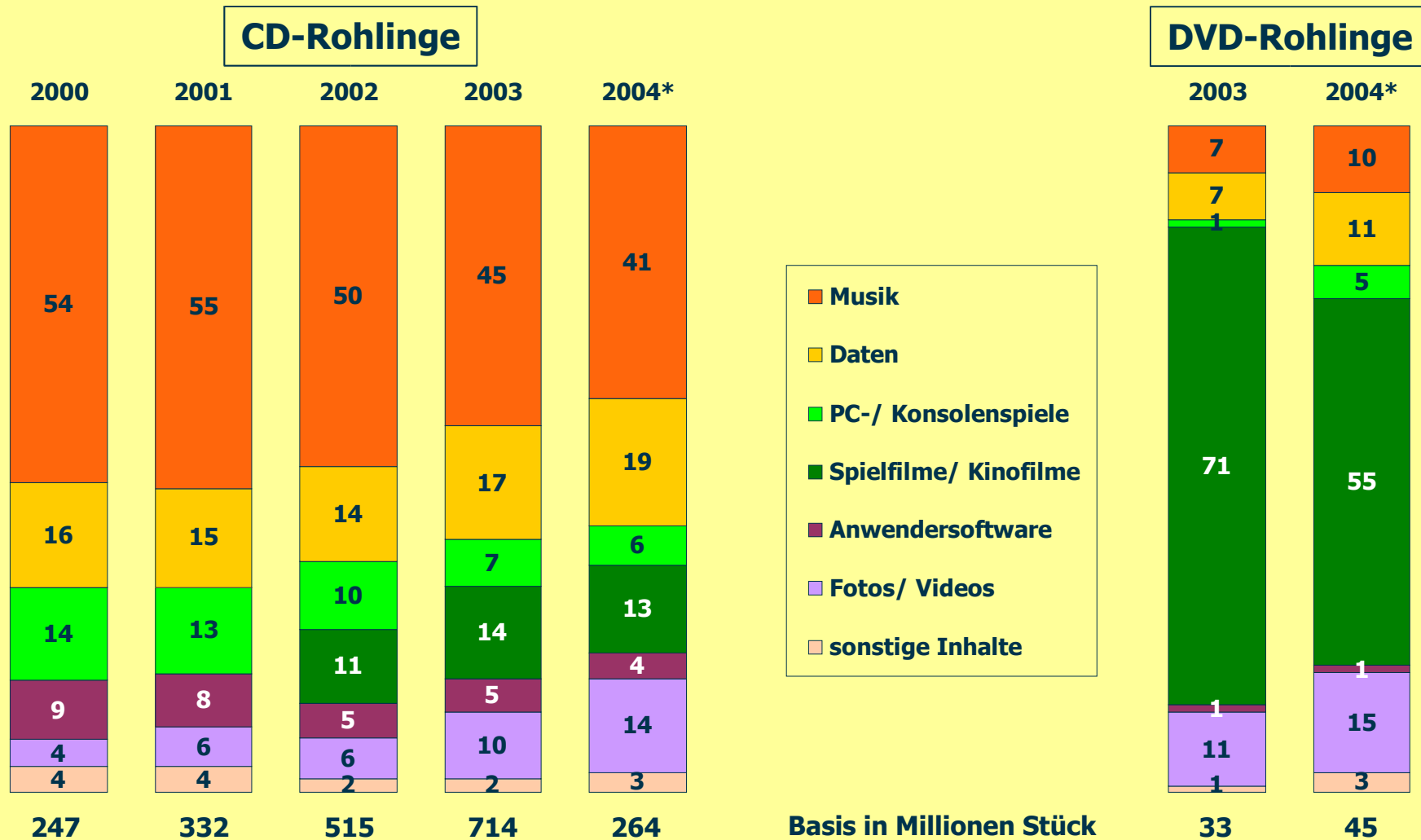
# Generelle Marktentwicklung

## Verkaufte CD-Rohlinge / DVD-Rohlinge



# FFA Brenner-Studie 2004:

## Inhalte der bespielten CD-Rohlinge / DVD-Rohlinge



Basis in Millionen Stück

\* Halbjahr

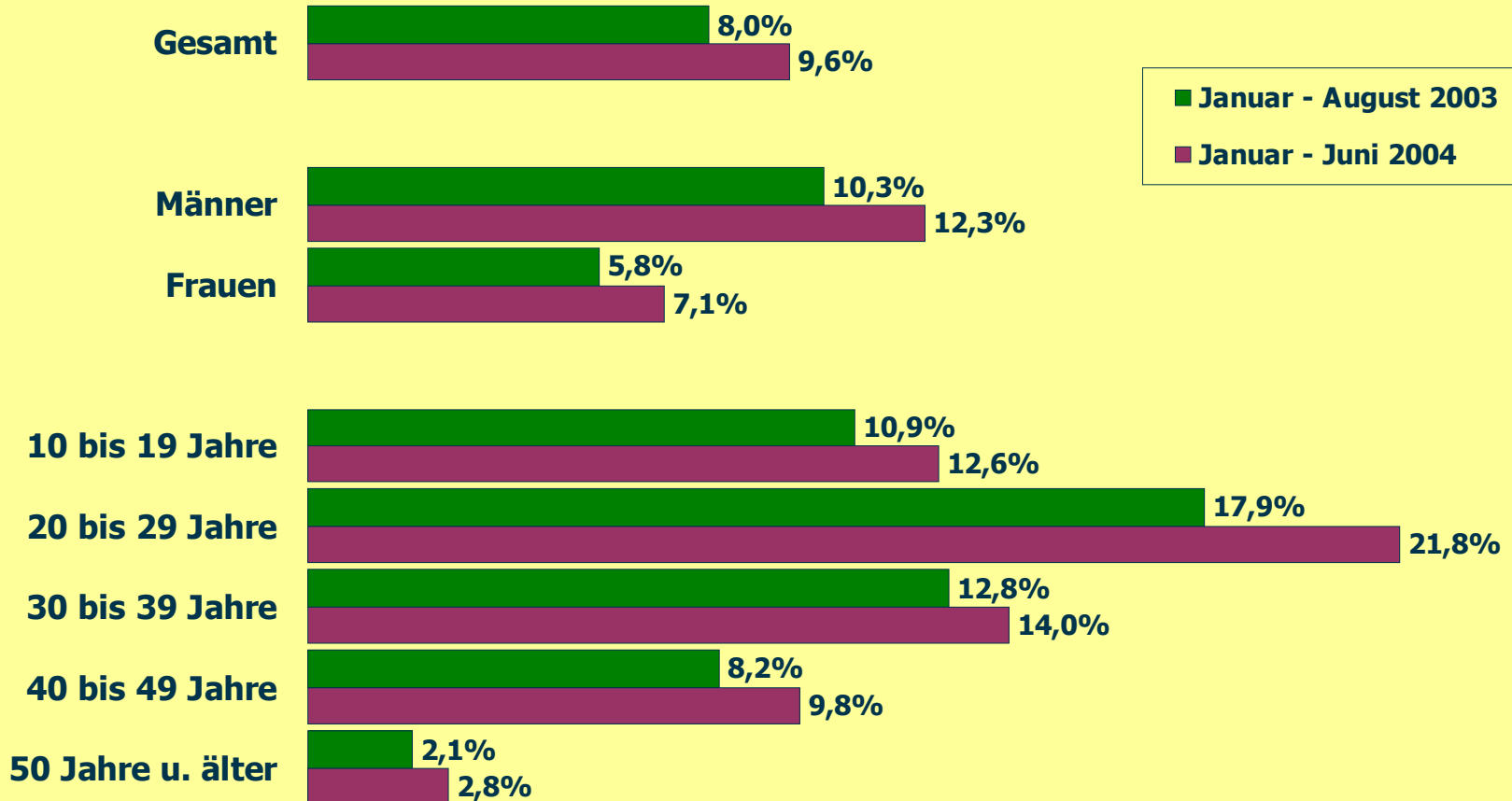
Quelle: FFA auf Grundlage der GfK-Sonderbefragung

# FFA Brenner-Studie 2004:

## Brenner-Reichweite Film

14

**Frage:** Wurden CD- bzw. DVD-Rohlinge mit Filmen bespielt / gebrannt?



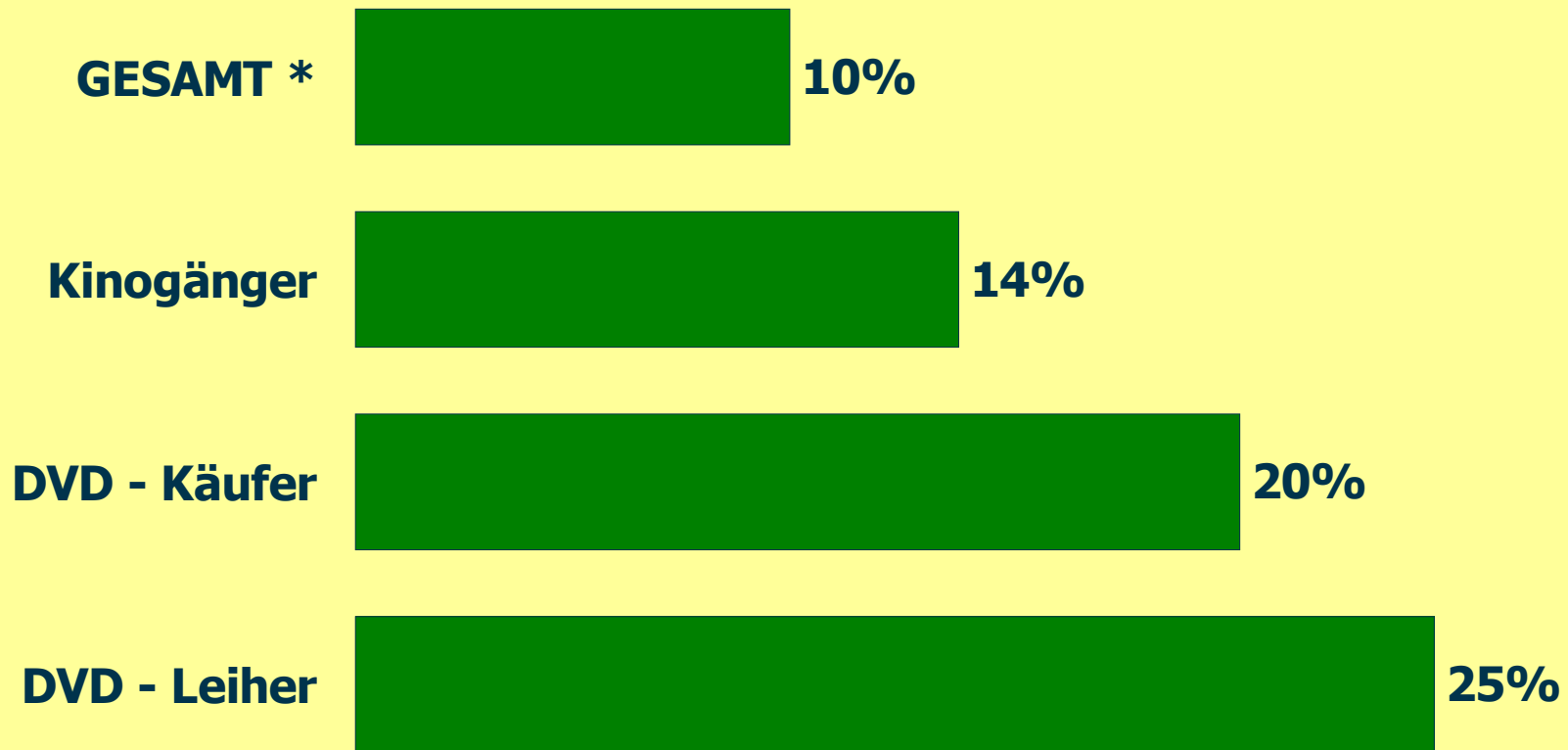
Basis: 63,7 Millionen private Deutsche ab 10 Jahre

# FFA Brenner-Studie 2004

## Film Brenner-Reichweite

1. Halbjahr 2004

15



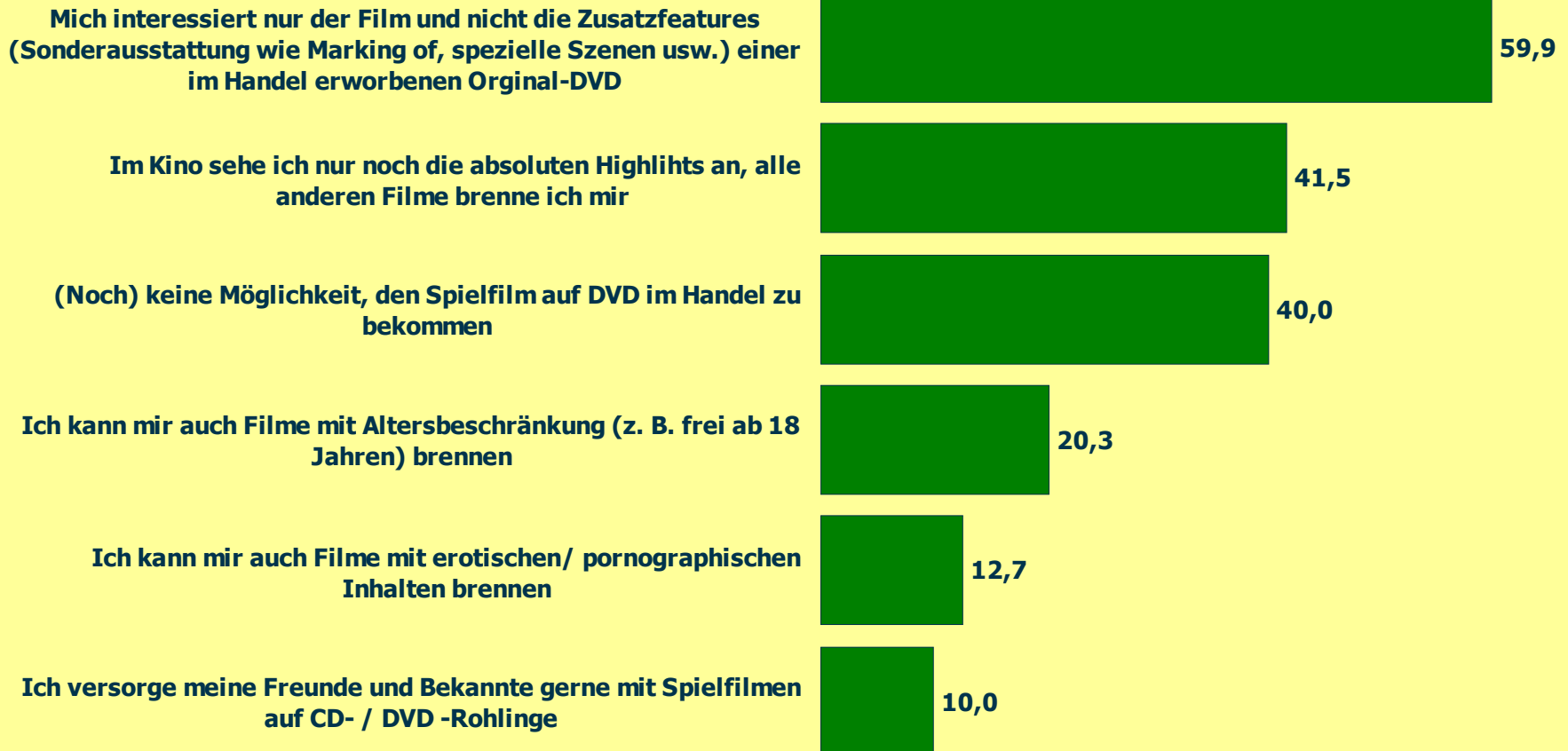
\*Basis: 63,7 Millionen private Deutsche ab 10 Jahre

# FFA Brenner-Studie 2004:

## Gründe für das Brennen von Spielfilmen/ Kinofilmen

16

### Top Boxes trifft eher/ voll und ganz zu in %



Basis: 6,1 Millionen Personen, die Filme gebrannt haben



# FFA Brenner-Studie 2004:

## Gründe für das Brennen von Spielfilmen/ Kinofilmen

17

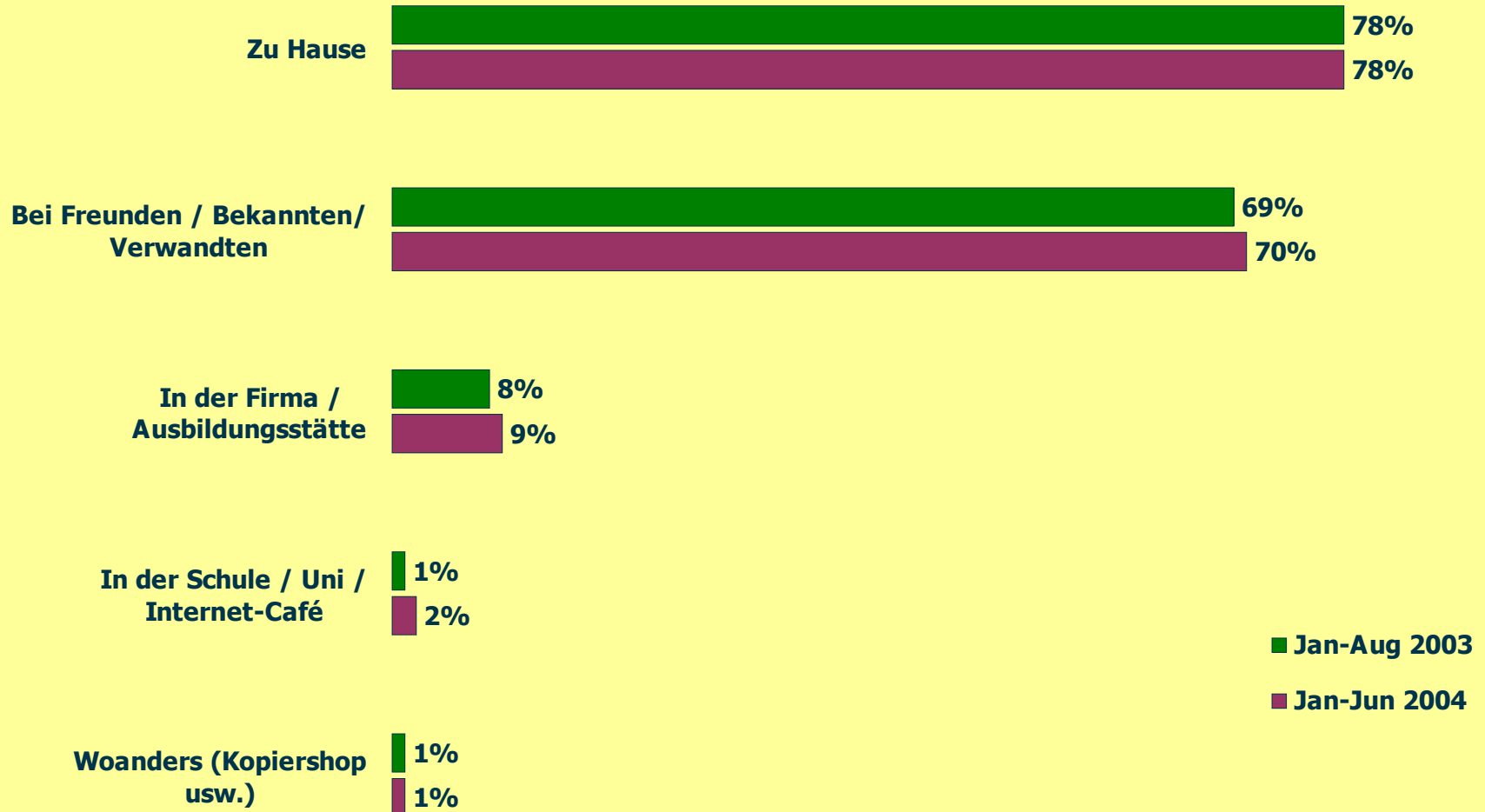
### Top Boxes wichtig / sehr wichtig in %

Gesamt	Gründe	- 17 Jahre	18 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 Jahre u. älter
60%	Mich interessiert nur der Film und nicht die Zusatzfeatures	55%	59%	55%	63%	51%
42%	Im Kino sehe ich mir nur noch die absoluten Highlights an, alle anderen Filme brenne ich mir	56%	43%	38%	31%	27%
40%	(Noch) keine Möglichkeit, den Spielfilm auf DVD im Handel zu bekommen	47%	41%	39%	33%	24%
20%	Ich kann mir auch Filme mit Altersbeschränkung (z. B. frei ab 18 Jahren) brennen	37%	16%	15%	18%	15%
13%	Ich kann mir auch Filme mit erotischen / pornographischen Inhalten brennen	10%	13%	14%	11%	10%
10%	Ich versorge meine Freunde und Bekannte gerne mit Spielfilmen auf CD-/ DVD - Rohlingen	24%	10%	5%	8%	6%

# FFA Brenner-Studie 2004:

## Wo werden Spielfilme / Kinofilme gebrannt

18

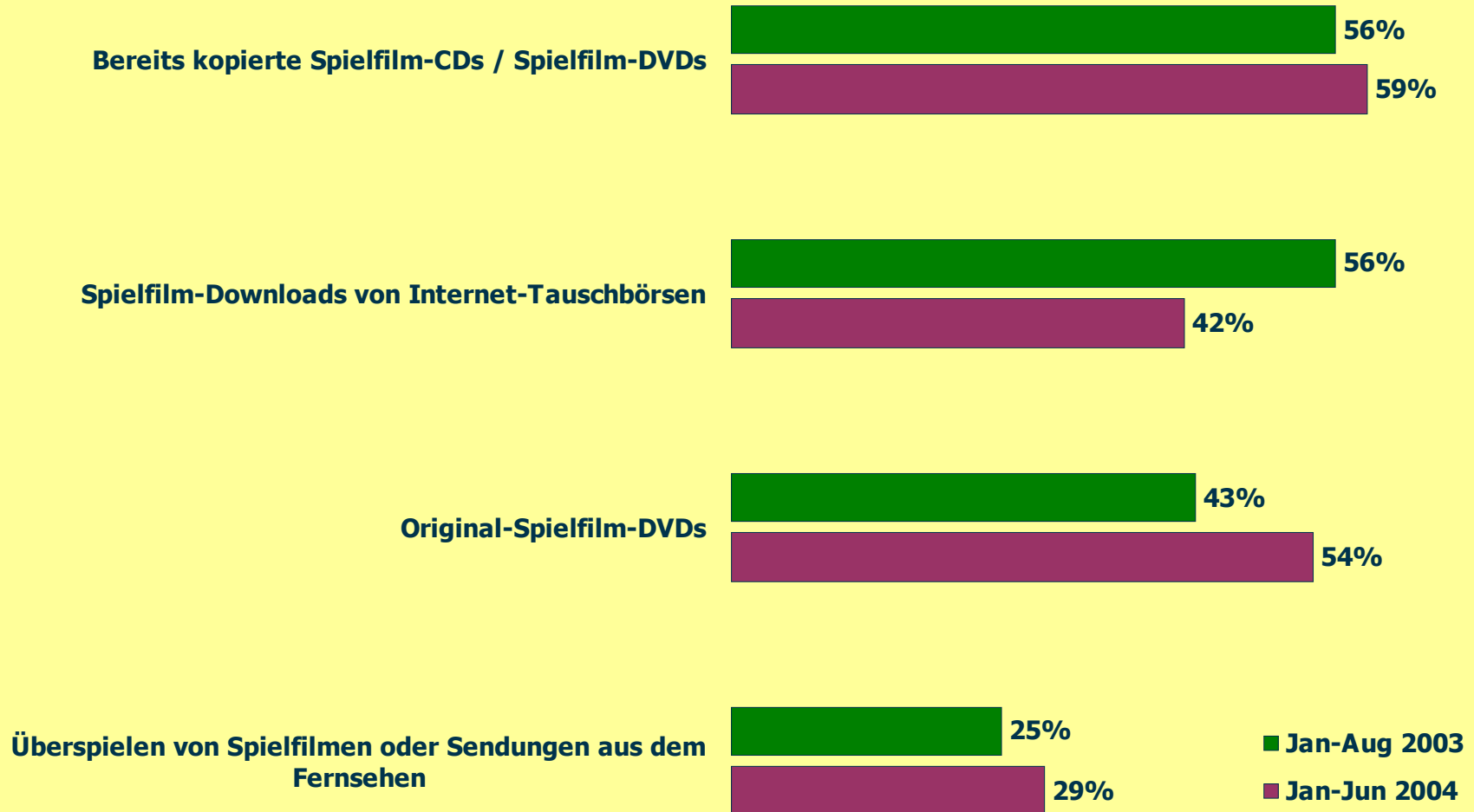


Basis: 6,1 Millionen Personen, die Filme gebrannt haben

# FFA Brenner-Studie 2004:

## Was ist der Ursprung gebrannter Spielfilme / Kinofilme

19



Basis: 6,1 Millionen Personen, die Filme gebrannt haben

## Key-Facts

### Key-Facts Brennen:

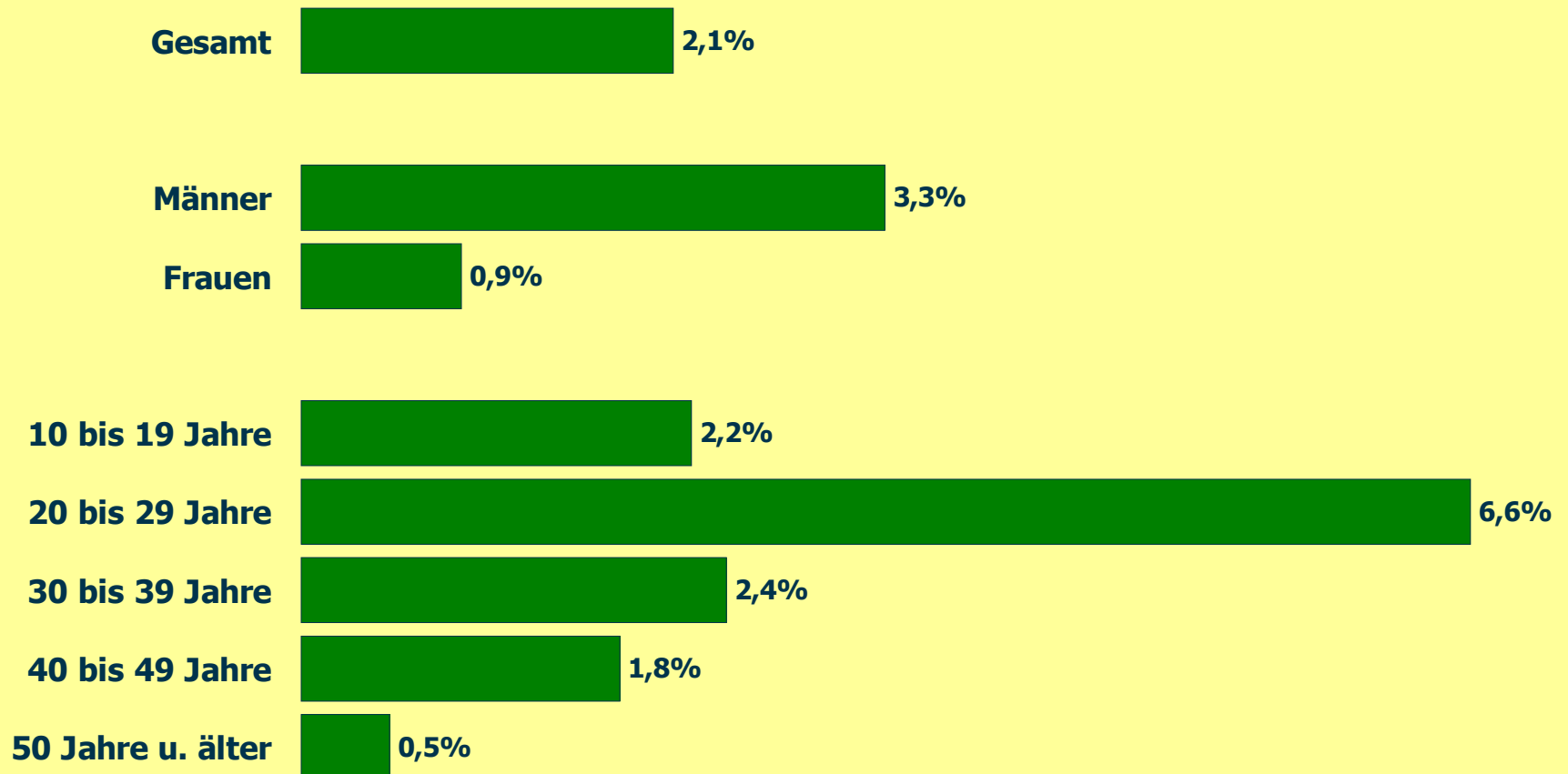
- **Brennen von Content jeglicher Art ist mittlerweile ein Massenphänomen, jeder dritte Deutsche ab 10 Jahren hat sich im 1. Halbjahr 2004 Inhalte gebrannt / brennen lassen.**
- **Es wird zunehmend Content gebrannt, vor allem das Brennen von Fotos nimmt stark zu.**
- **Musik wird immer noch am häufigsten gebrannt.**
- **Brennen von Content verlagert sich von CD- auf DVD-Rohlinge, bei denen das Kopieren von Filmen (alle Filme, auch TV-Aufnahmen, legale Kopie des Original, etc.) dominiert.**
- **Bereits kopierte Filme sind eine beliebte Quelle für weitere Kopien (Schneeball-Effekt).**
- **Wichtig ist den jungen Zielgruppen die Umgehung der Altersbeschränkung.**
- **Die Personen, die Filme brennen, haben zu einem hohen Prozentsatz kein Interesse an Zusatzfeatures, sehen sich im Kino oftmals nur noch die Highlights an und möchten den Film vor der DVD-Veröffentlichung besitzen.**

# Download von Spielfilmen

## FFA Brenner-Studie 2004: Downloader-Reichweite Film

22

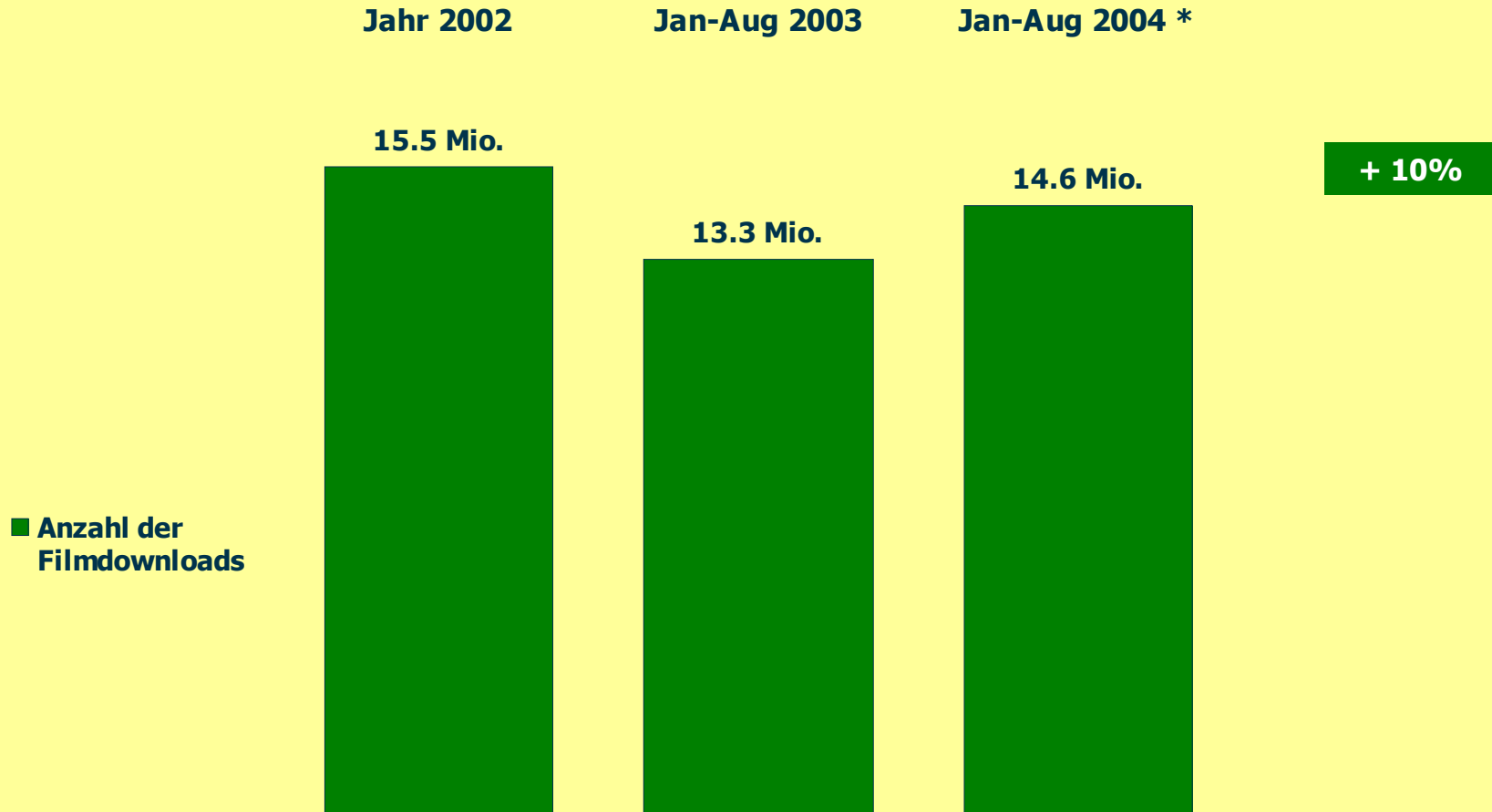
**Frage:** Wurden im Zeitraum Januar bis Juni 2004 Spielfilme aus dem Internet gedownloadet?



Basis: 63,7 Millionen private Deutsche ab 10 Jahre

# FFA Brenner-Studie 2004: Kennzahlen Filmdownloads

23



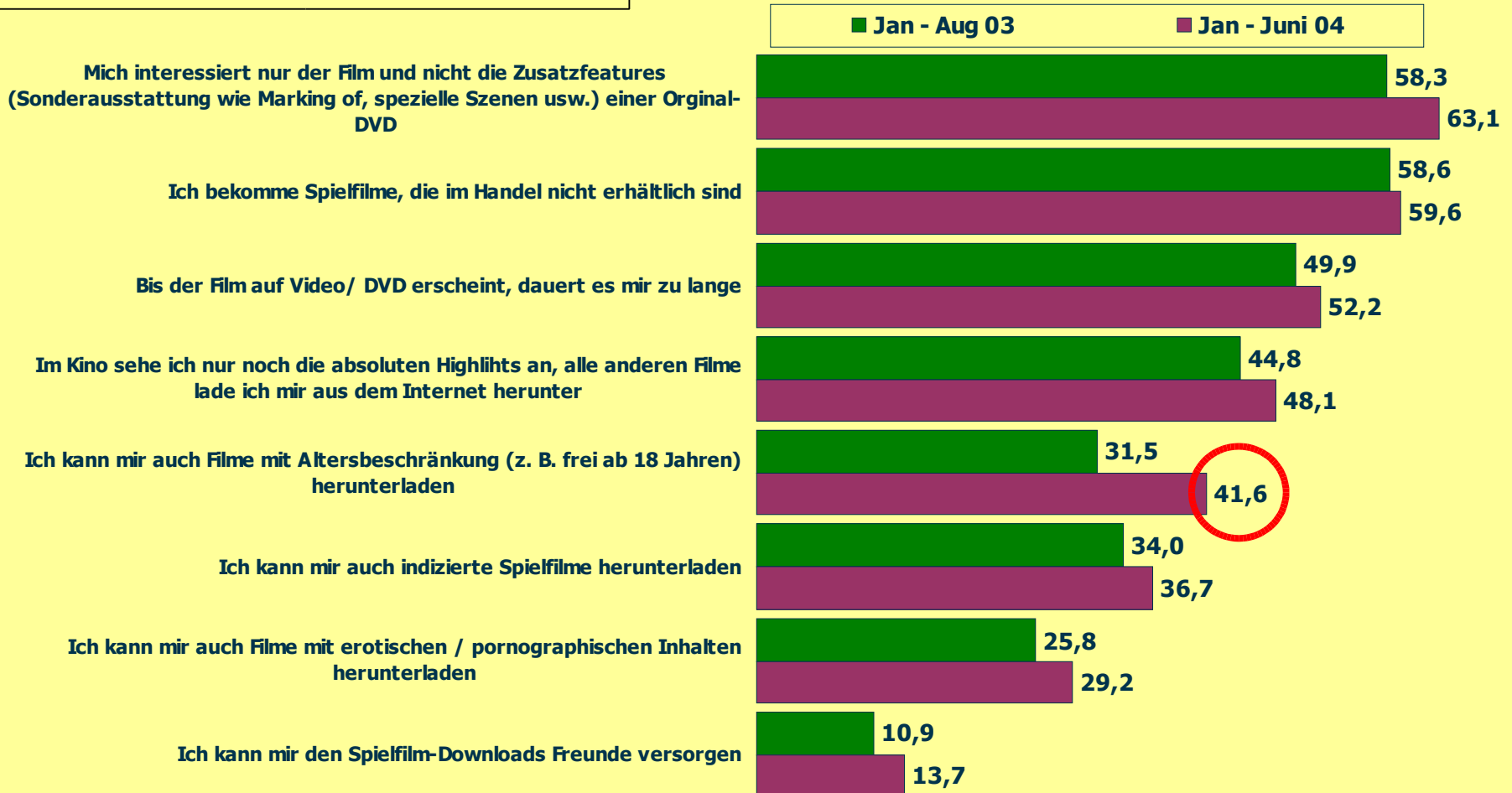
\* Prognose, d. h. Monatsdurchschnitt 1. Halbj. 2004 plus Dynamik

# FFA Brenner-Studie 2004:

## Gründe für das Herunterladen von Spielfilmen / Kinofilmen aus dem Internet

### Top Boxes wichtig / sehr wichtig in %

24



Basis: 1,3 Millionen Personen, die Filme heruntergeladen haben

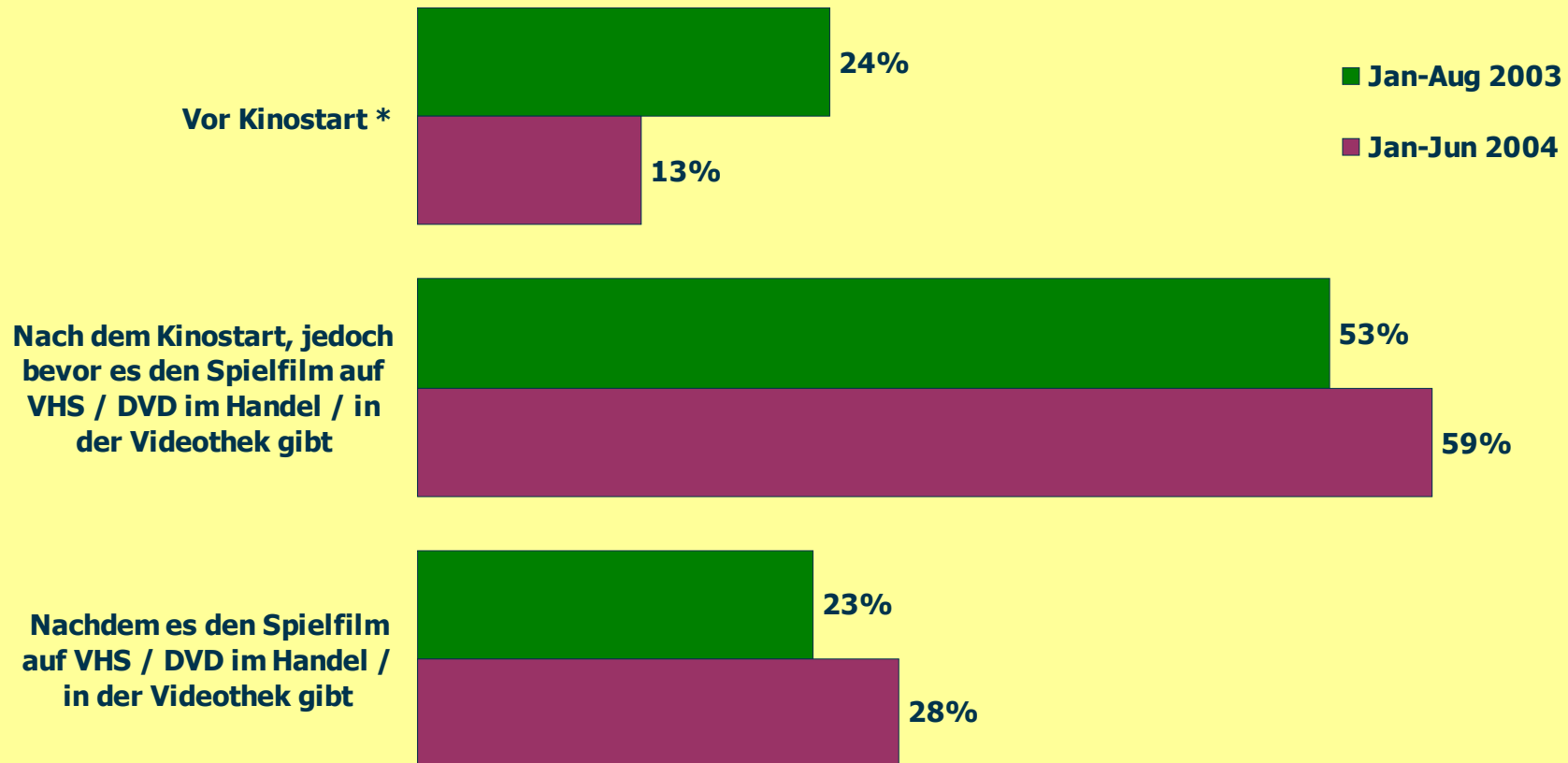


# FFA Brenner-Studie 2004:

## Zeitpunkt des Downloads von Spielfilmen

25

Üblicherweise zu diesem Zeitpunkt gedownloadet:



\* 2003: Vor Kinostart in Deutschland und USA

Basis: Personen, die Filme downloaden

## Key-Facts

### Key-Facts Download:

- Downloads von Spielfilmen legen trotz besserer technischer Ausstattung im Vergleich zum Vorjahr nur gering zu (über 30 % Prozent Zuwachs DSL). Die mit Abstand aktivste Usergruppe sind hierbei die 20-29 Jährigen.
- Downloader wollen die Filme zeitnah besitzen, wobei für sie wichtig ist, dass sie Altersbeschränkungen bzw. Indizierungen leicht umgehen können.
- Spielfilme werden am häufigsten nach Kinostart, aber vor Handelsstart aus dem Internet heruntergeladen. Der Download vor Kinostart nimmt im Vergleich zur Vorjahresuntersuchung deutlich ab.
- Der Trend geht von Downloads weg (via P2P/ftp etc.), hin zum Kopieren der Originale.

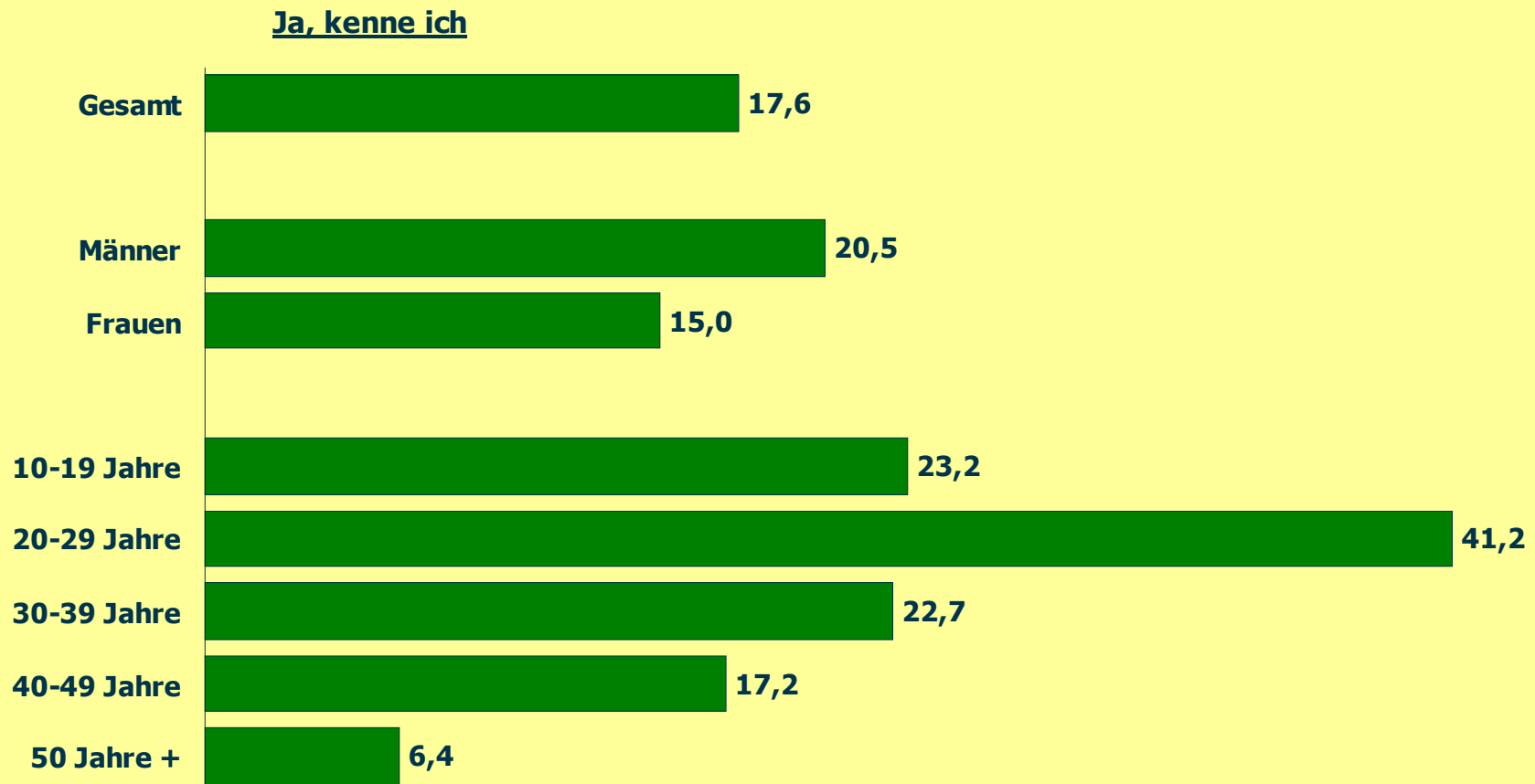
# Kampagnen-Test und Urheberrecht

## FFA Brenner-Studie 2004:

### Bekanntheit der Kampagne „Raubkopierer sind Verbrecher“

28

Frage : Kennen Sie diese Kampagne?

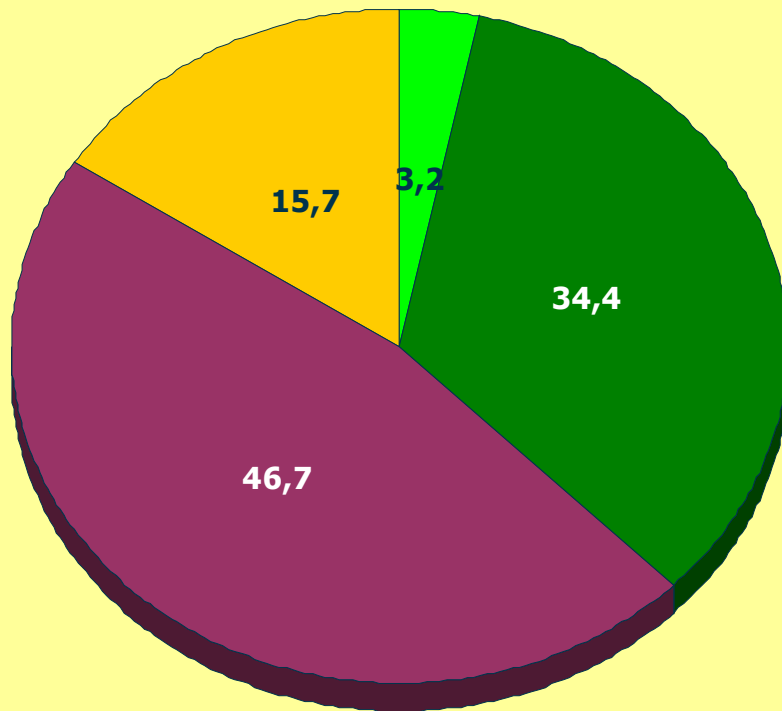


Basis: 63,7 Millionen Deutsche ab 10 Jahren  
Angaben in Prozent

## FFA Brenner-Studie 2004:

### Bekanntheit der Kampagne „Raubkopierer sind Verbrecher“

**Frage :** Glauben Sie, dass eine solche Kampagne geeignet ist, dass die Personen, die digitale Aufnahmegeräte (CD-Brenner, DVD-Brenner, DVD-Recorder) zum Bespielen (Brennen) von Spielfilmen nutzen, ihr Verhalten ändern?



- Ja, die Kampagne trägt dazu bei, dass sehr viel weniger bespielt / gebrannt wird
- Ja, zumindest einige wenige werden durch die Kampagne von Bespielen / Brennen abgehalten
- Nein, die Kampagne wird nicht dazu beitragen, dass weniger bespielt / gebrannt wird
- weiss nicht / kann ich nicht einschätzen

Basis: Personen, die das Logo/ Kampagne kennen  
Angaben in Prozent

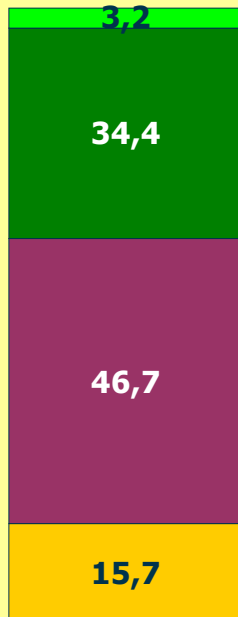
## FFA Brenner-Studie 2004:

### Bekanntheit der Kampagne „Raubkopierer sind Verbrecher“

30

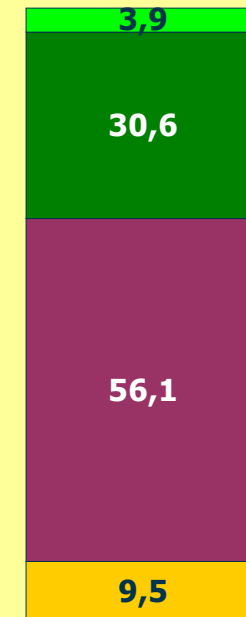
**Frage :** Glauben Sie, dass eine solche Kampagne geeignet ist, dass die Personen, die digitale Aufnahmegeräte (CD-Brenner, DVD-Brenner, DVD-Recorder) zum Bespielen (Brennen) von Spielfilmen nutzen, ihr Verhalten ändern?

**Dt. Bevölkerung**



- Ja, die Kampagne trägt dazu bei, dass sehr viel weniger bespielt/gebrannt wird
- Ja, zumindest einige wenige werden durch die Kampagne von Bespielen/Brennen abgehalten
- Nein, die Kampagne wird nicht dazu beitragen, dass weniger bespielt/gebrannt wird
- weiss nicht/ kann ich nicht einschätzen

**Film-Brenner/ -Downloader**



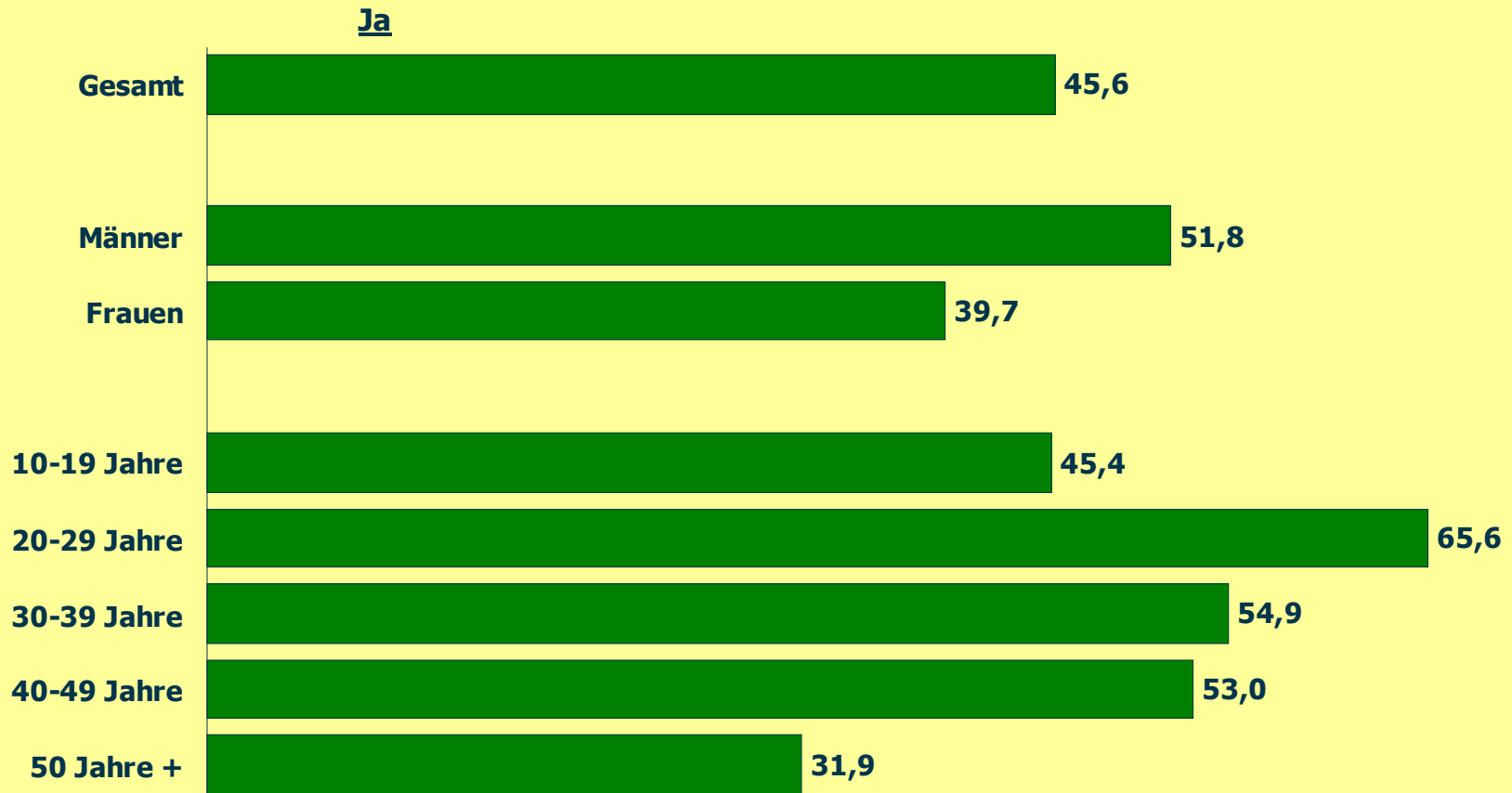
Basis: Personen, die das Logo/ Kampagne kennen  
Angaben in Prozent

# FFA Brenner-Studie 2004:

## Bekanntheit der Neuregelung des Urheberrechts

31

**Frage :** Ist Ihnen bekannt bzw. haben Sie davon gehört, dass im vergangenen Jahr (am 13.September 2003) das Urheberrecht gesetzlich neu geregelt wurde?

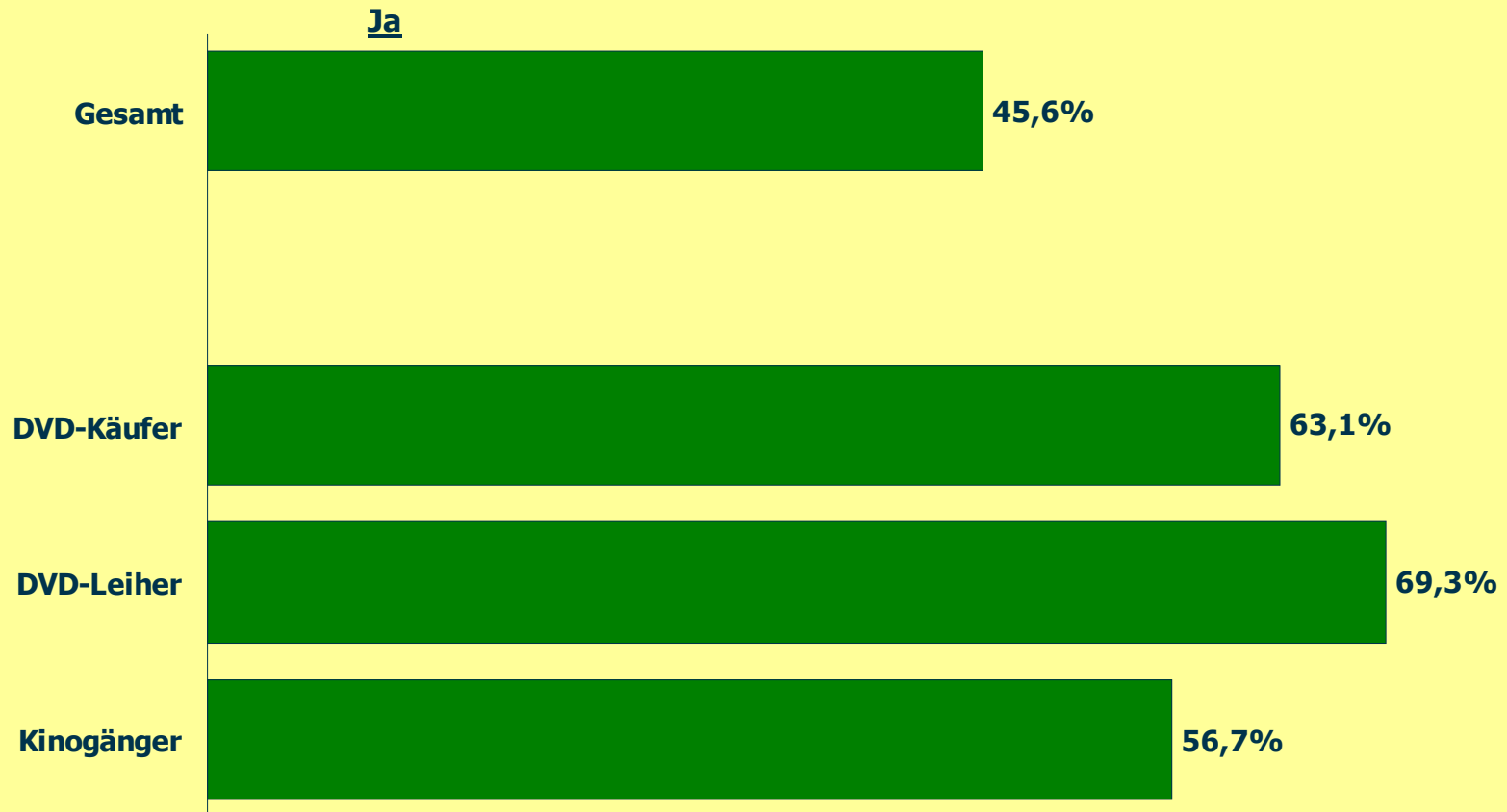


Basis: 63,7 Millionen Deutsche ab 10 Jahren  
Angaben in Prozent

## FFA Brenner-Studie 2004: Bekanntheit der Neuregelung des Urheberrechts

32

**Frage : Ist Ihnen bekannt bzw. haben Sie davon gehört, dass im vergangenen Jahr (am 13.September 2003) das Urheberrecht gesetzlich neu geregelt wurde?**



Basis: 63,7 Millionen Deutsche ab 10 Jahren

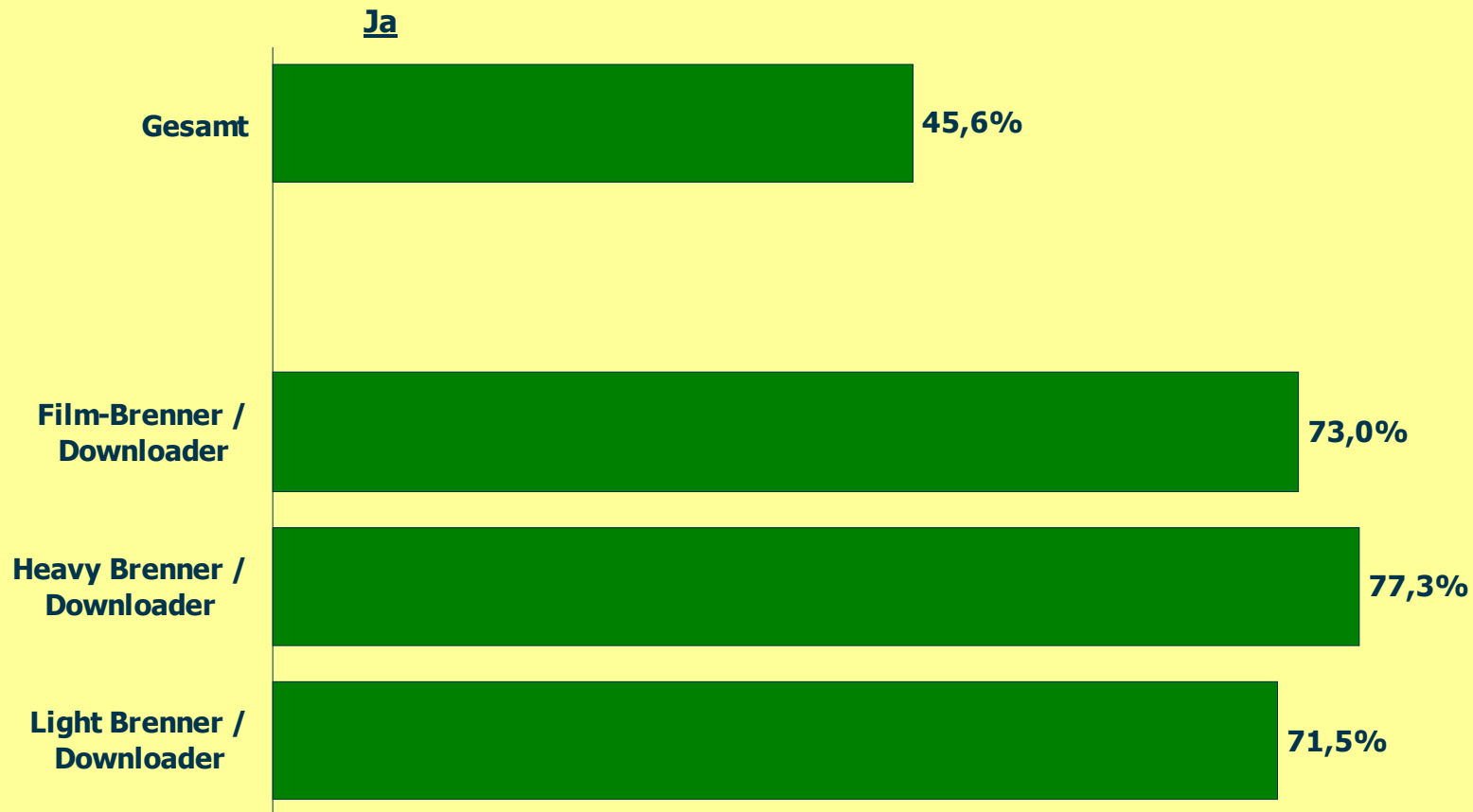


# FFA Brenner-Studie 2004:

## Bekanntheit der Neuregelung des Urheberrechts

33

**Frage : Ist Ihnen bekannt bzw. haben Sie davon gehört, dass im vergangenen Jahr (am 13.September 2003) das Urheberrecht gesetzlich neu geregelt wurde?**



Basis: 63,7 Millionen Deutsche ab 10 Jahren

## Key-Facts

### Key-Facts Kampagne-Test und Urheberrecht:

- 18% der Bevölkerung ist die Kampagne „Raubkopierer sind Verbrecher“ bekannt, wobei die Bekanntheit zielgruppenspezifisch sehr stark variiert.
- Ein gutes Drittel der Film-Brenner/-Downloader denkt, dass die Kampagne zu geringeren Brenner- und Downloader-Raten führen wird.
- Die Änderung des Urheberrechts ist bei fast der Hälfte der Bevölkerung bekannt.

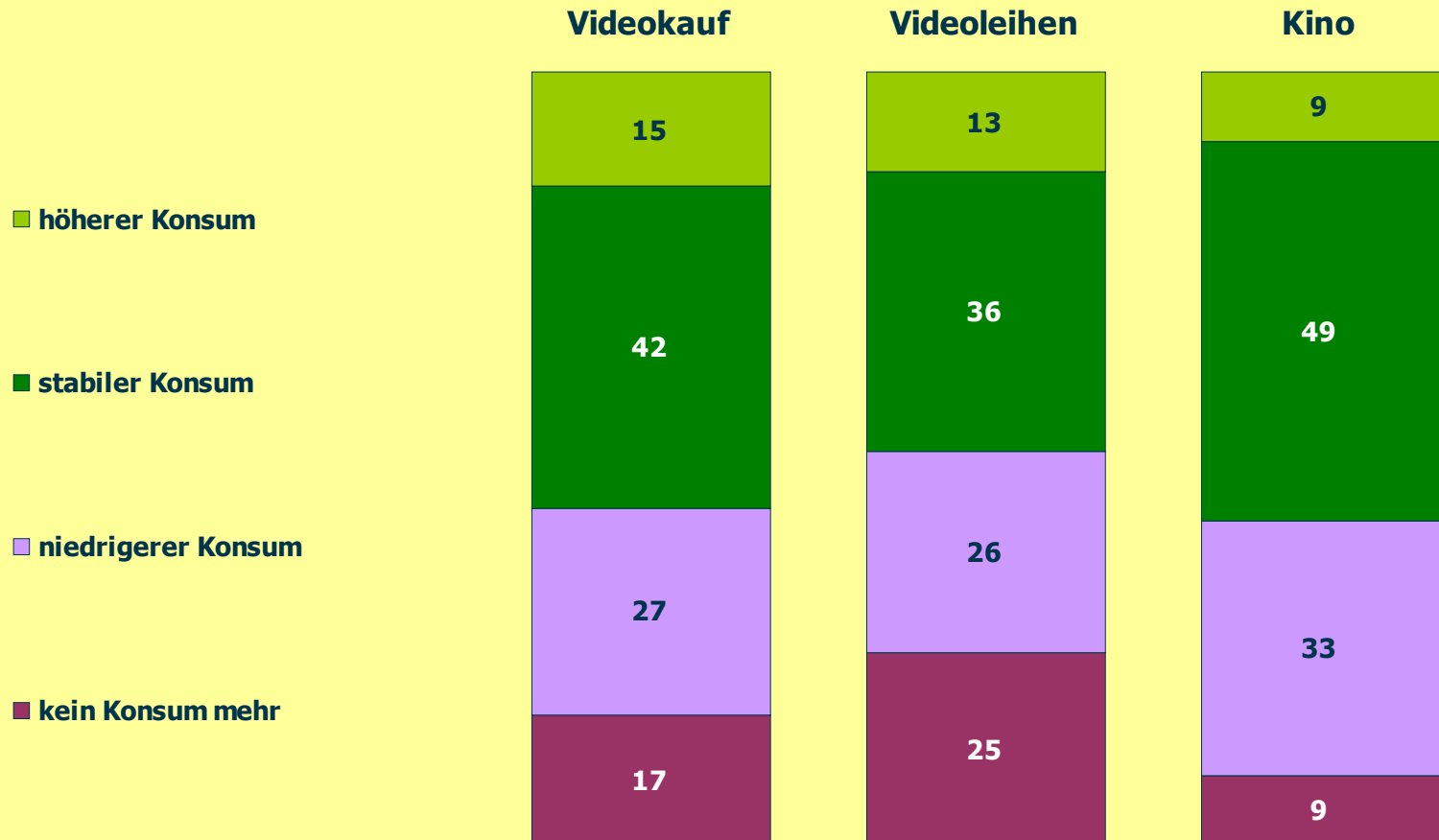
# Auswirkungen auf das Kaufverhalten

## FFA Brenner-Studie 2004:

Selbst eingeschätztes Konsumverhalten im Bezug auf Kino /  
Video von Film-Brennern / -Downloadern

**Frage:** Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu, seitdem Sie die Möglichkeit haben, Spielfilme zu brennen bzw. downzuloaden?

36



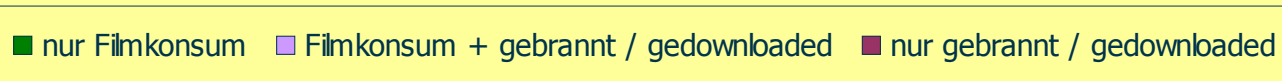
Basis: Personen, die Filme gebrannt / gedownloadet haben, exkl. der Personen, die nie / selten ins Kino gehen oder Videos kaufen / leihen  
Angaben in Prozent

# FFA Brenner-Studie 2004

## Reichweiten nach Filmkonsum\* und Brenner / Downloader

### 1. Halbjahr 2004

37


**Gesamt**

**41%**
**10–19 Jahre**

**57%**
**20-29 Jahre**

**69%**
**30-39 Jahre**

**55%**
**40-49 Jahre**

**46%**
**50 Jahre +**

**21%**
**Reichweite**