



Brennerstudie 2005

Kopieren und Downloaden von Spiel-/Kinofilmen

erstellt für: Filmförderungsanstalt, Berlin

Studiendesign



Zielsetzung der Studie:

- Ermittlung der aktuellen Hardware-Bestände von CD-Brennern, DVD-Brennern, DVD-Recordern und der Internetverfügbarkeit
- Analyse des Nutzungsverhaltens in Bezug auf Herunterladen (Downloaden) von Spiel- / Kinofilmen aus dem Internet
- Analyse des Nutzungsverhaltens in Bezug auf digitales Kopieren/ Brennen von Inhalten, insb. von Spiel- / Kinofilmen

Befragungsmethodik:

Schriftliche Befragung innerhalb GfK-Media*Scope

Stichprobe:

10.000 Personen, repräsentativ für 63,8 Mio. private Deutsche ab 10 Jahren

Feld:

August 2005

FFA Brennerstudie 2005:

Hardware-Kennzahlen

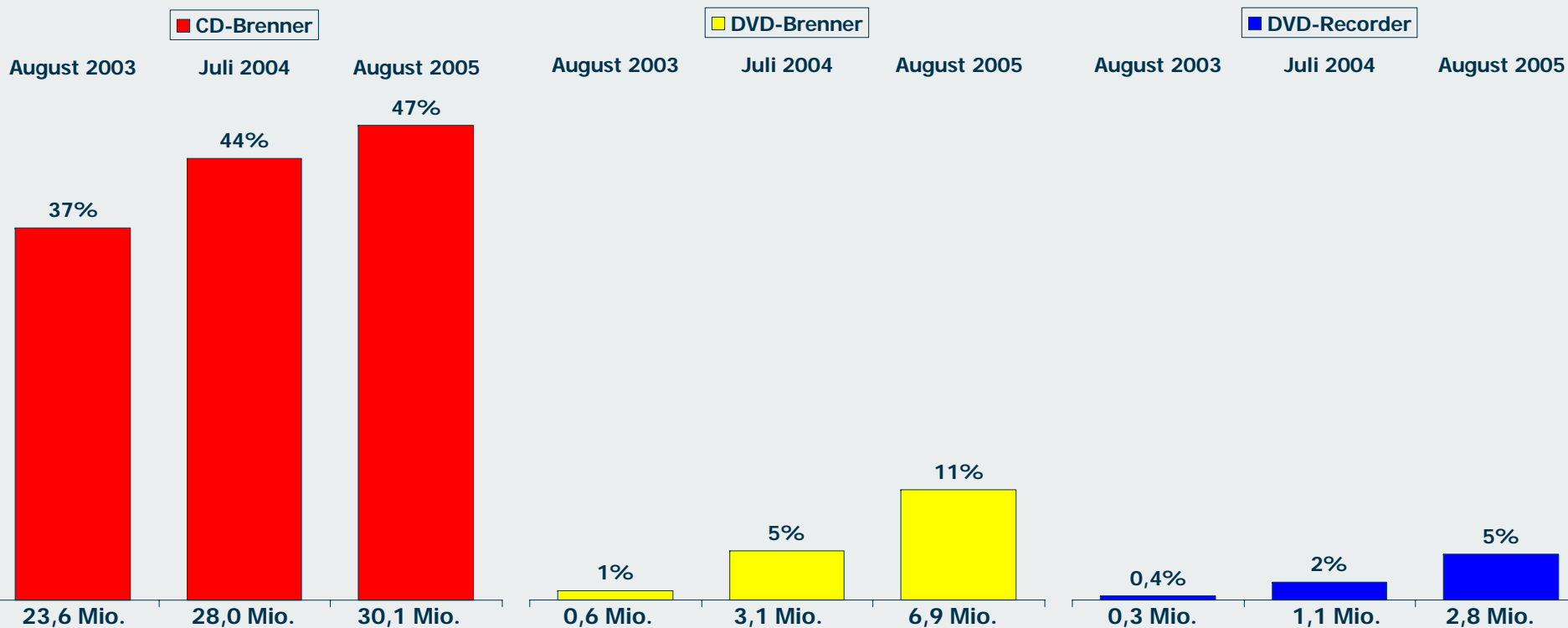
Stand: August 2005



3

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

Zugriffsmöglichkeit im Haushalt in Mio. Personen

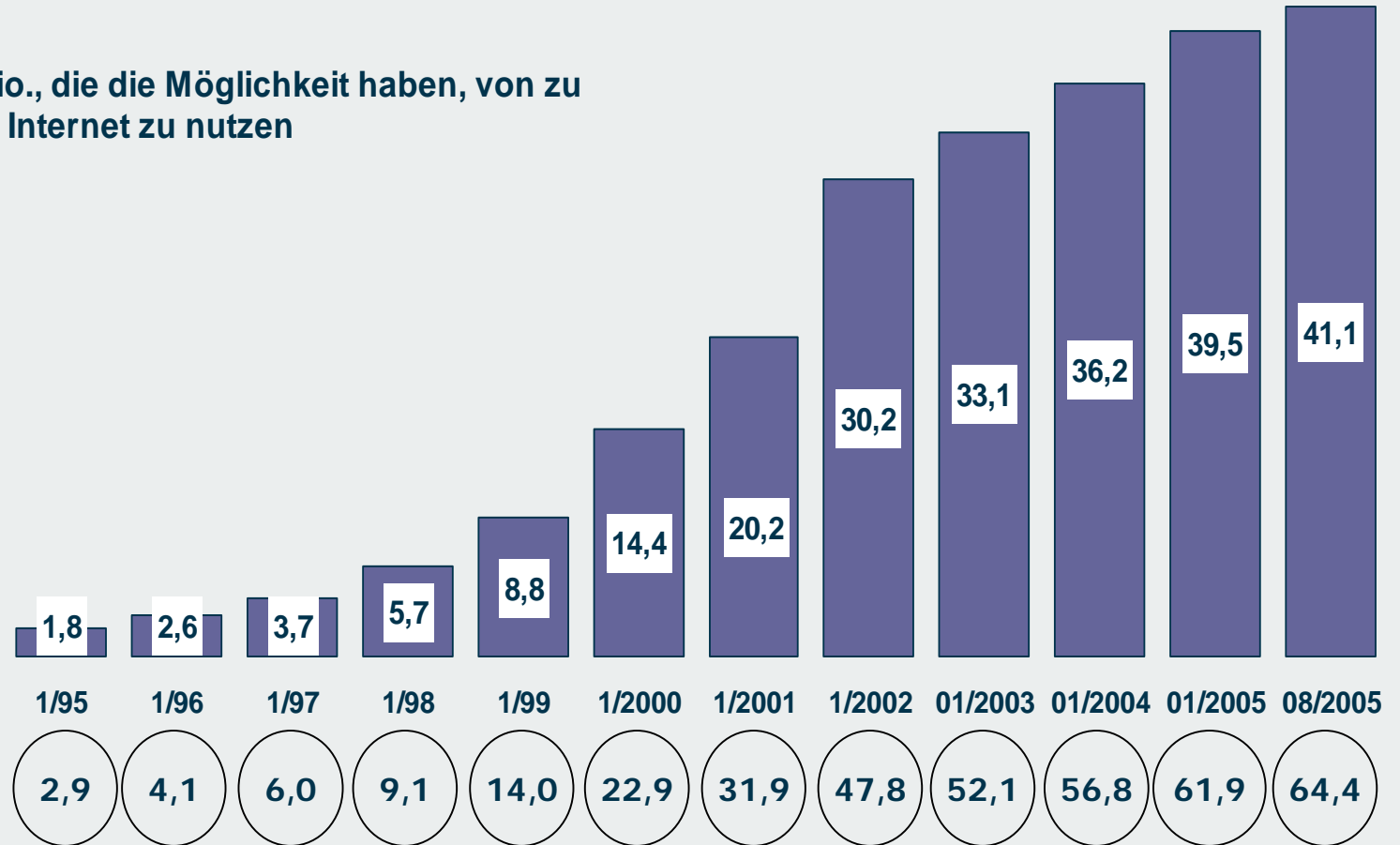


Zugangsmöglichkeit zum Internet in privaten deutschen Haushalten



4

■ Personen in Mio., die die Möglichkeit haben, von zu Hause aus das Internet zu nutzen

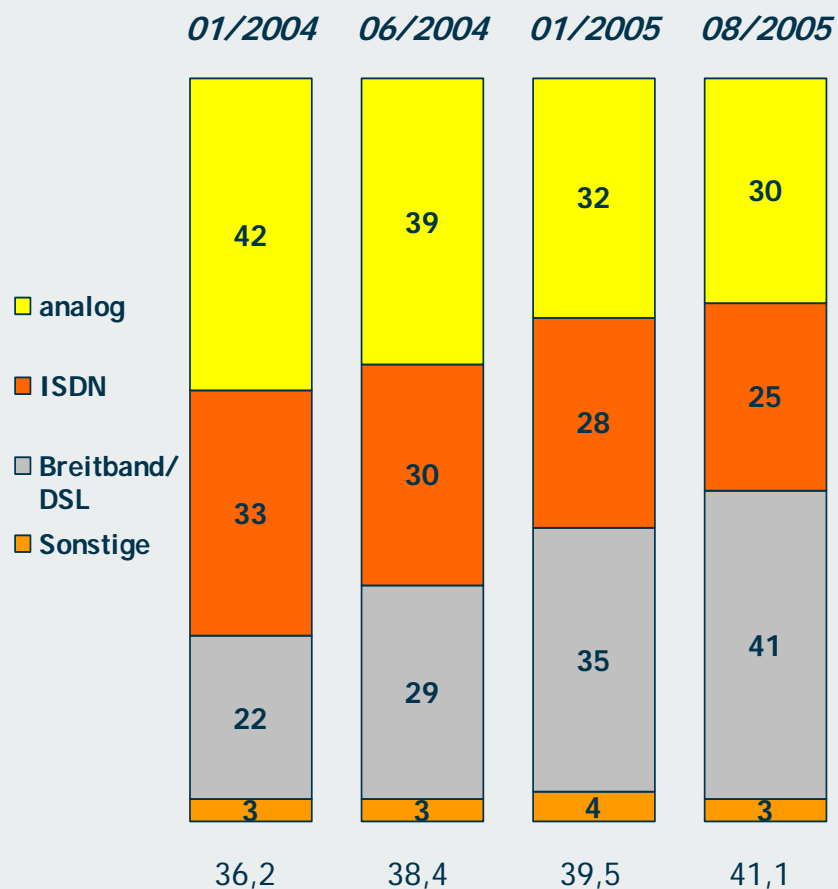


FFA Brennerstudie 2005: Verbindungsart ins Internet



5

Verbindungsart



Zugang zum Internet per Flatrate

Internet-User Gesamt

Breitband-User

Von allen Internet-Usern haben 23,6% Zugang per Flatrate.

Davon sind 48,4% Breitband-User.

23,6%

48,4%



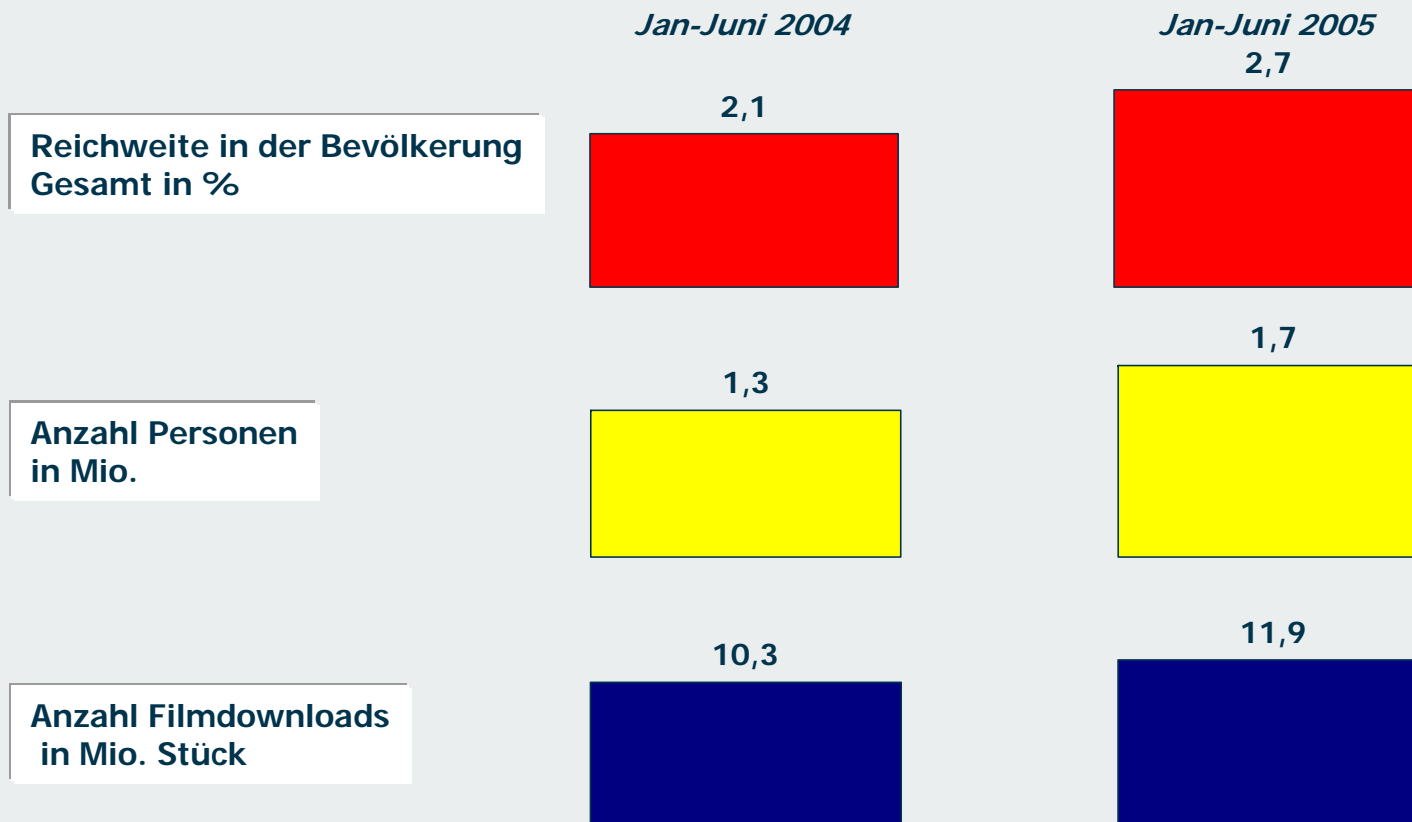
Kostenlose Filmdownloads

Kennzahlen



Frage: Wurden kostenlose Spiel-/ Kinofilme aus dem Internet gedownloadet?

6

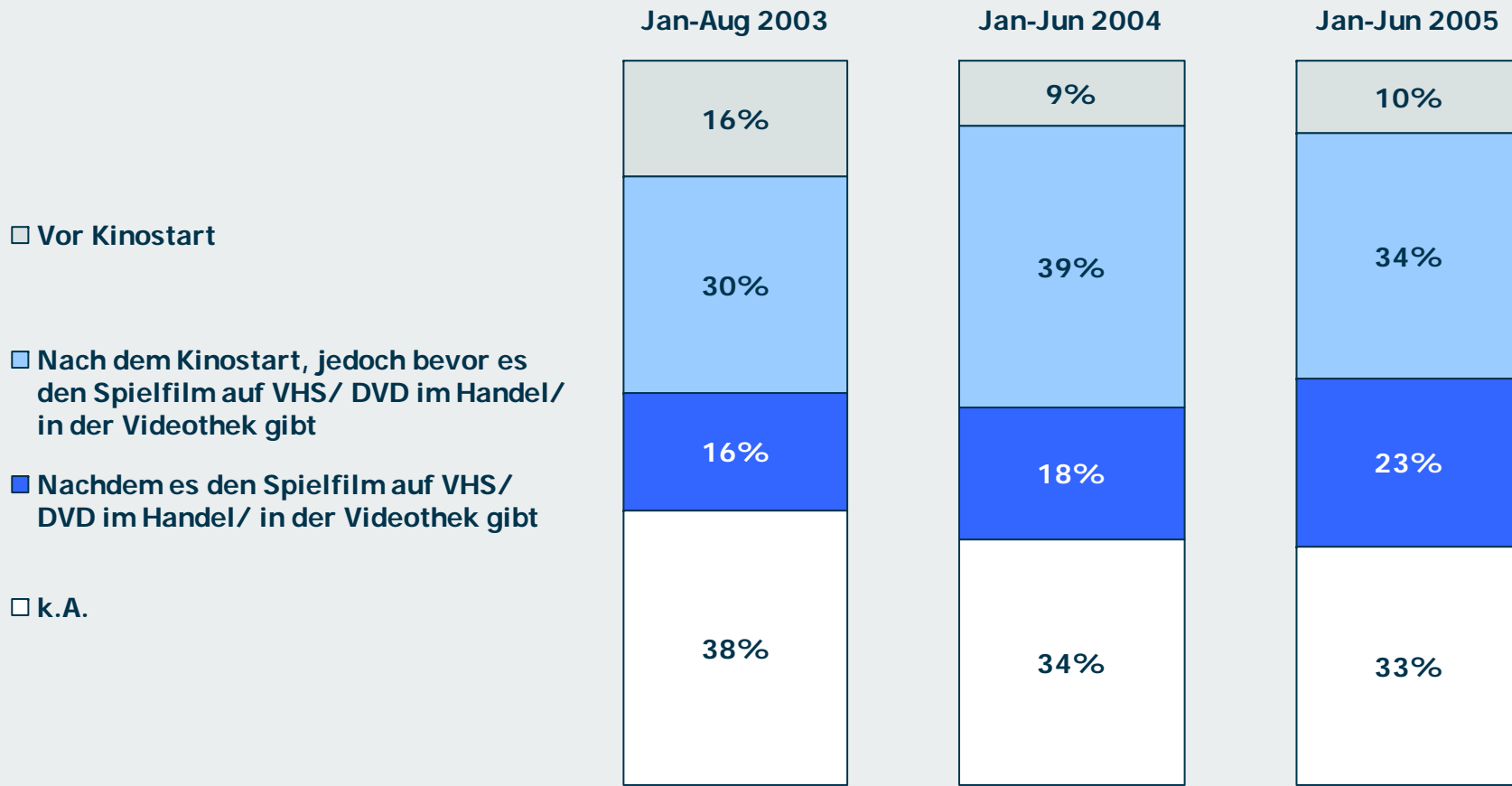


Zeitpunkt des Downloads von Spiel-/ Kinofilmen*

Basis: Personen in %



7



*Zeitpunkt, zu dem üblicherweise Spiel-/ Kinofilme gedownloadet wurden

Basis 2005: 1,7 Mio. Personen, die kostenlose Spiel-/ Kinofilme gedownloadet haben

Download von Spiel-/ Kinofilmen

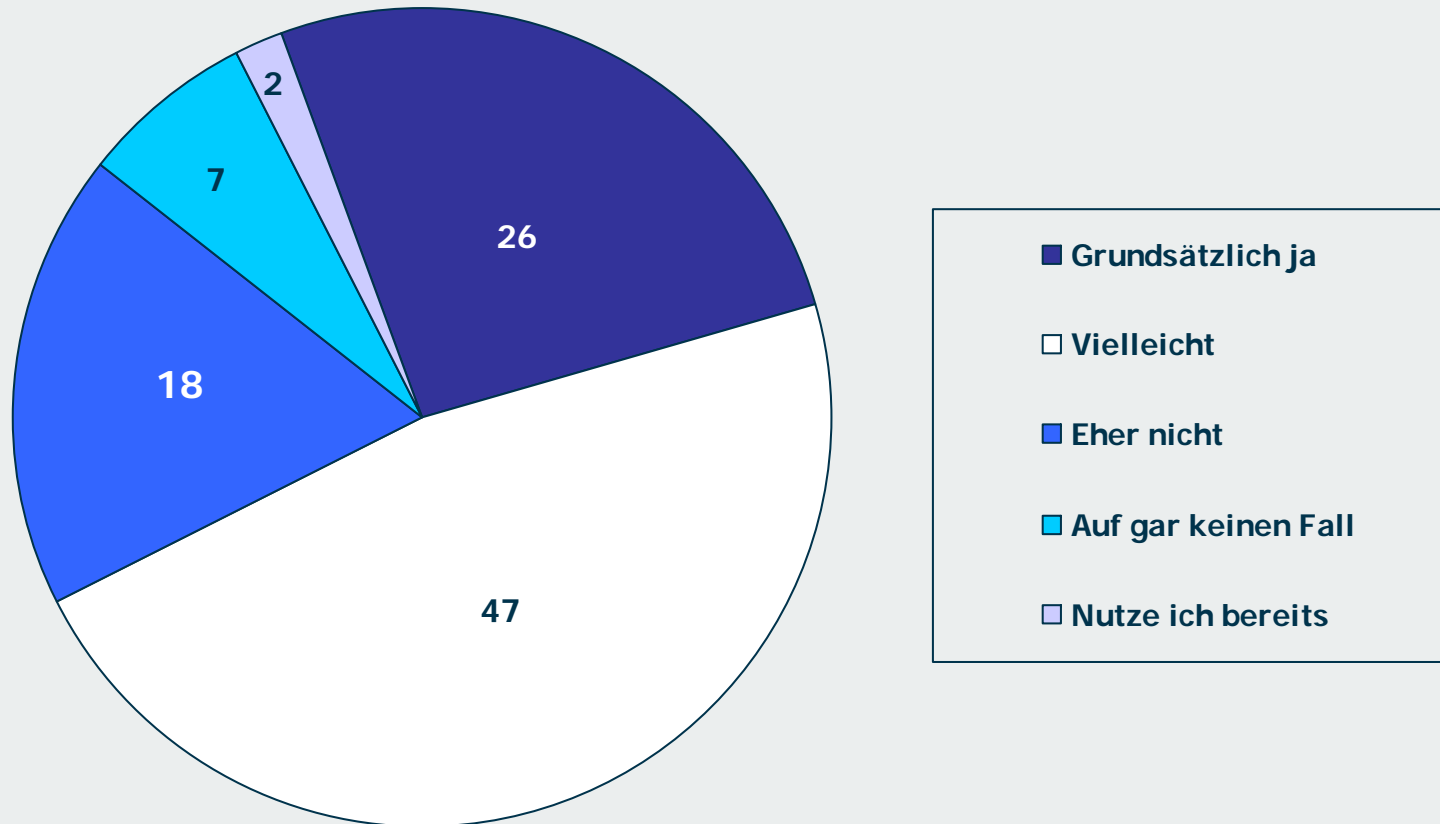
– Interesse an der Nutzung von kostenpfl. Angeboten

Basis: Personen in % - 1. Halbjahr 2005



Frage: Wenn es Internet Plattformen gäbe, bei denen Sie Spiel-/Kinofilme gegen eine bestimmte Gebühr beziehen und zu Hause (auf PC oder TV) ansehen können, wären Sie interessiert, eine solche Plattform zu nutzen?

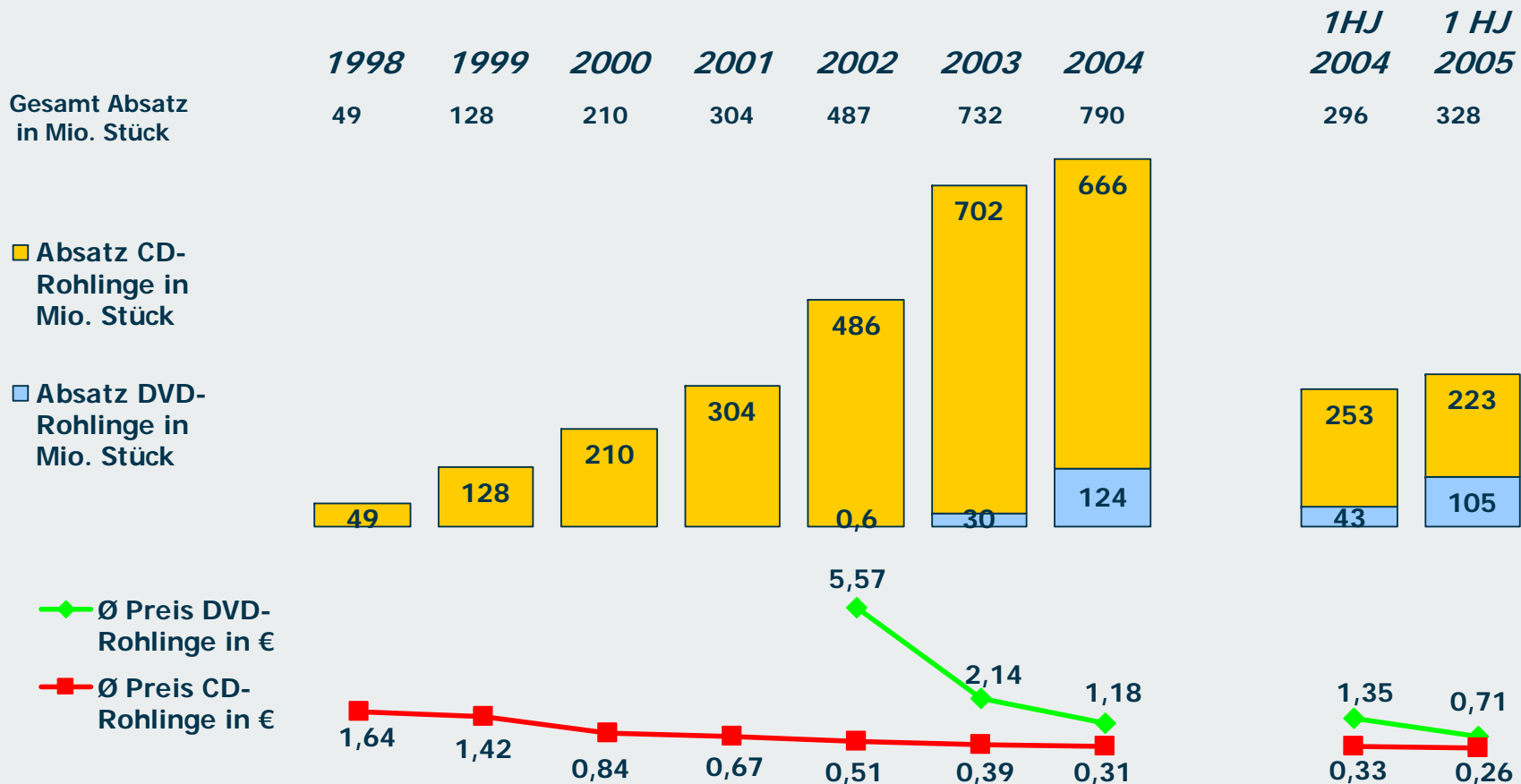
8



Basis: 1,7 Mio. Personen, die Spiel-/ Kinofilme downloaden



Entwicklung: CD-Rohlinge / DVD Rohlinge*

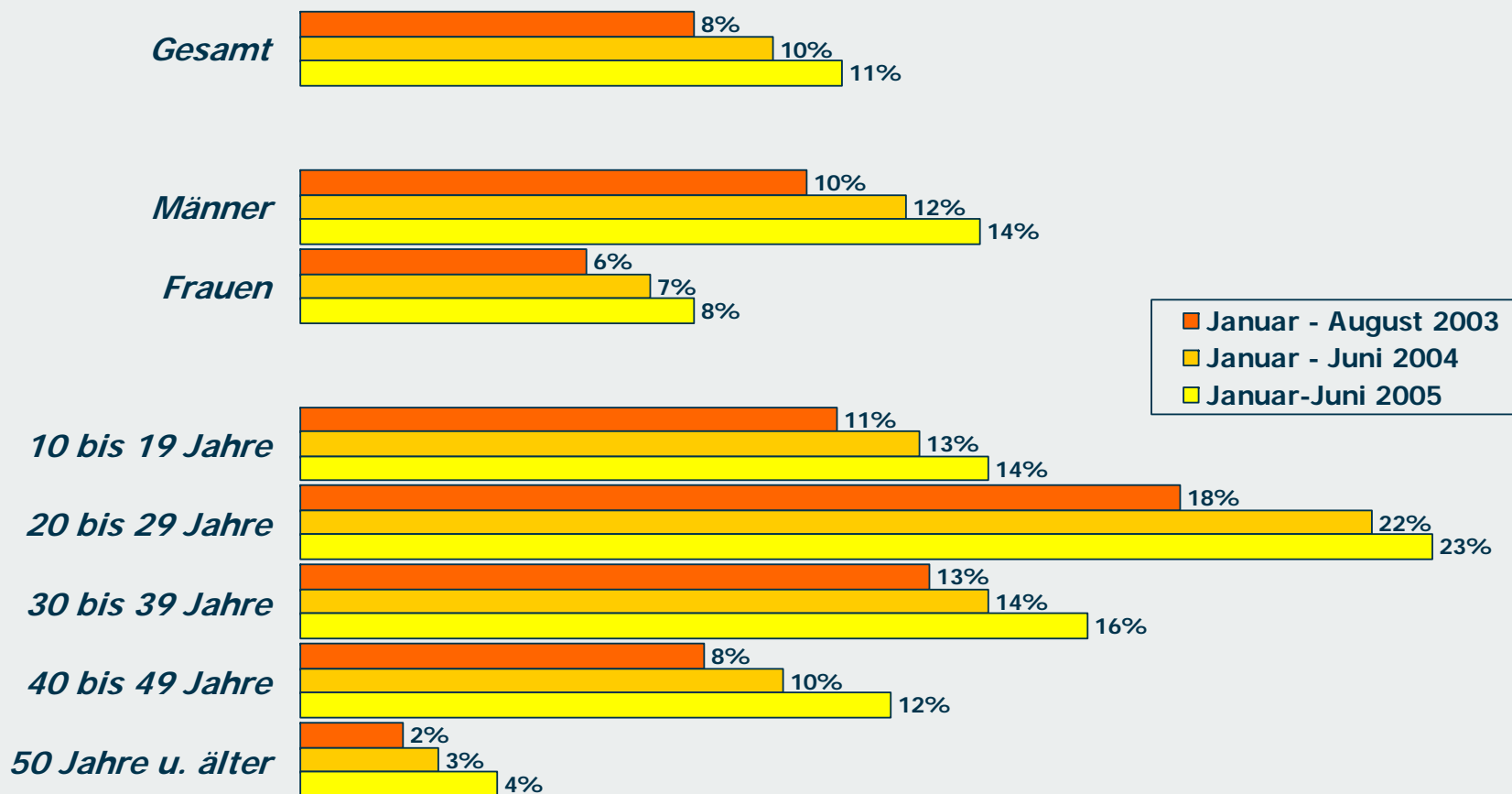


Brenner-Reichweite Film



10

Frage: Wurden CD- bzw. DVD-Rohlinge mit Spiel- / Kinofilmen bespielt (gebrannt)?



Basis: 63,8 Mio. priv. Deutsche ab 10 Jahre

Gebrannte Spiel- / Kinofilme

Kennzahlen



11

*1. Halbjahr 2004**1. Halbjahr 2005*

Anzahl gebrannter Spiel- / Kinofilme
in Mio. Stck.

48,3



58,4



Anzahl der Personen, die Spiel- /
Kinofilme brennen in Mio.

6,1



7,0



Ø Intensität pro Person in
Stck.

7,9



8,3



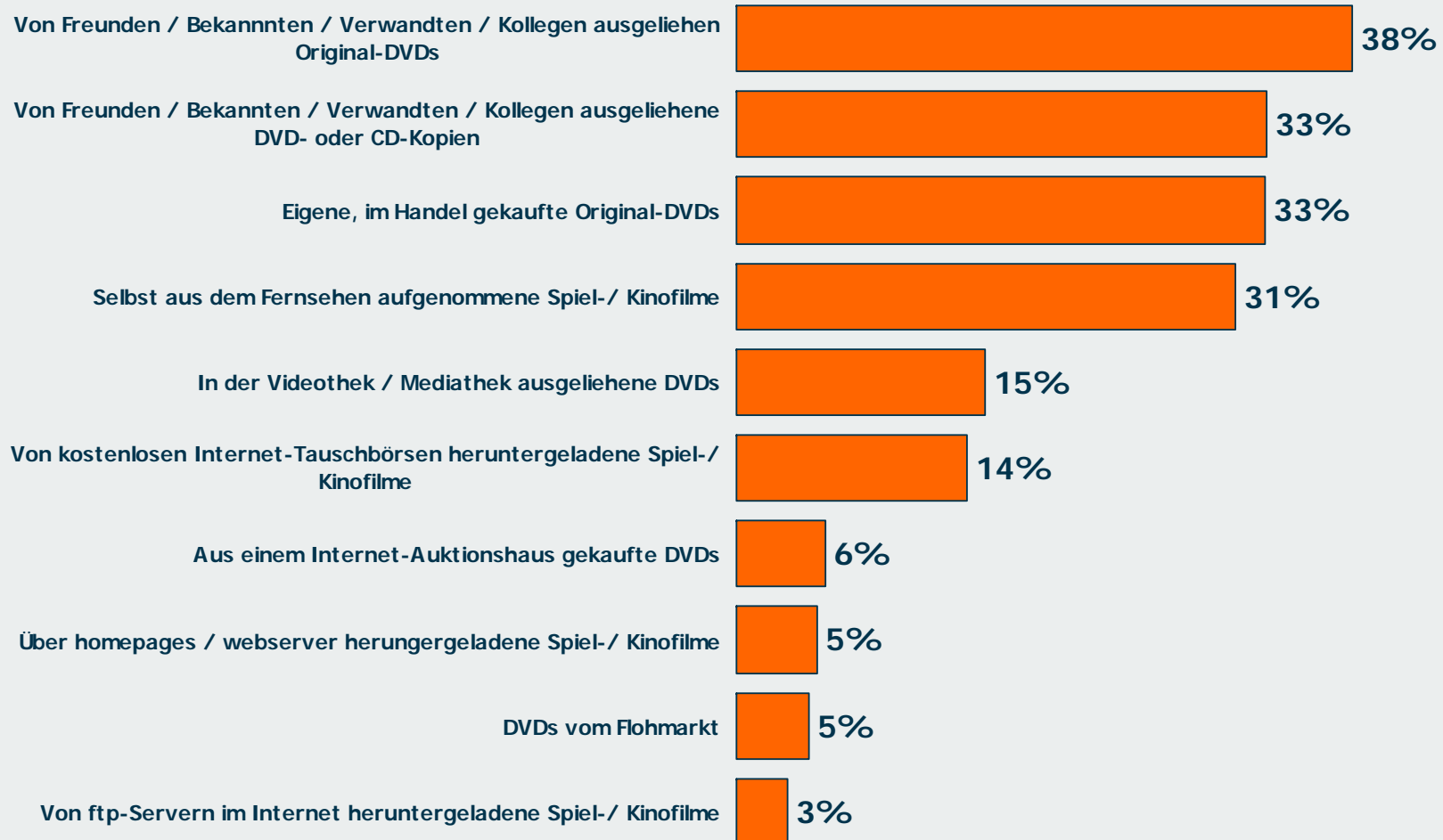
Bezugsquelle gebrannter Spiel-/ Kinofilme

Basis: Personen in %

1. Halbjahr 2005



12



Basis: 7,0 Mio. Personen, die Spiel-/ Kinofilme gebrannt haben

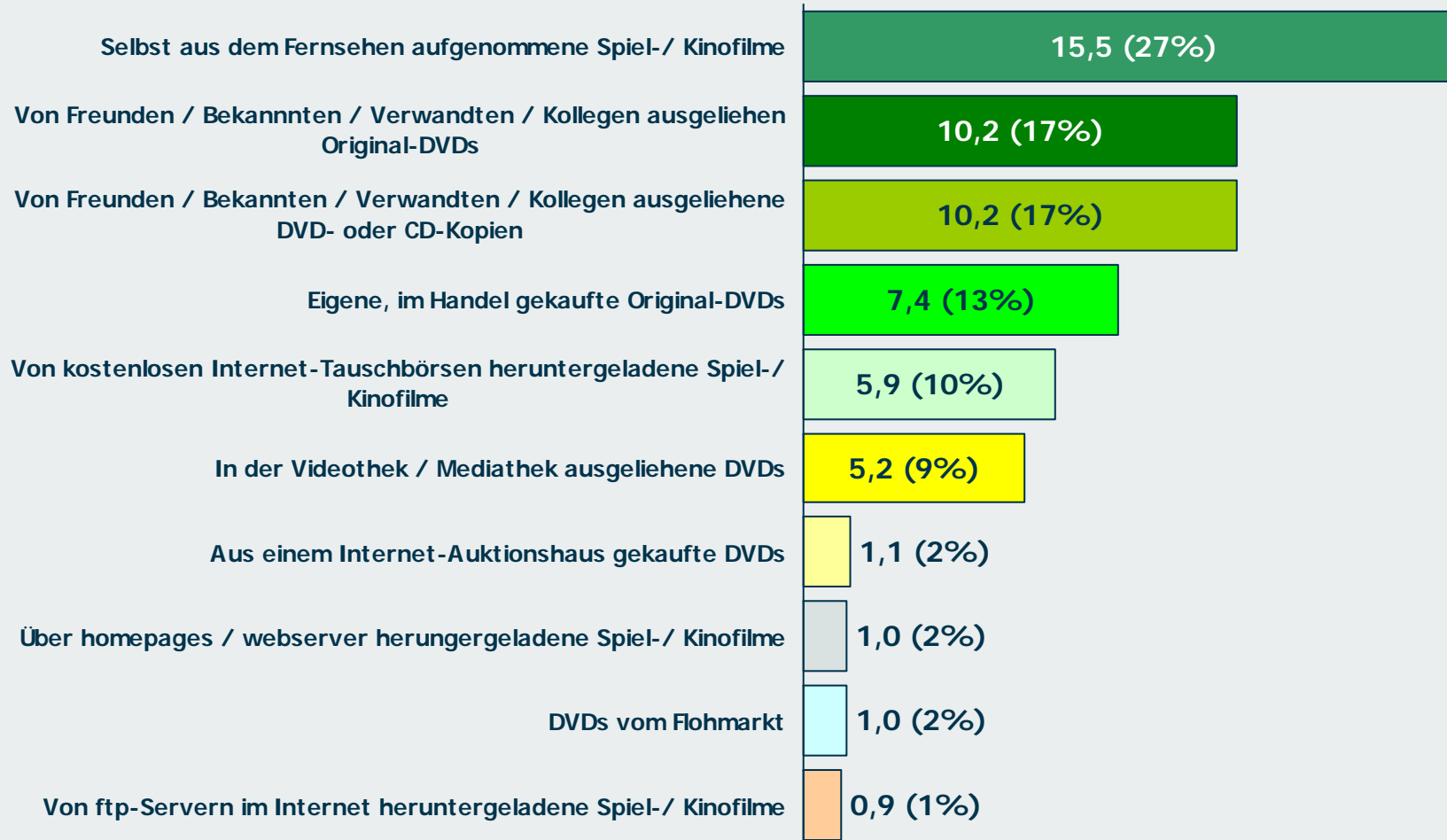
Bezugsquelle gebrannter Spiel-/ Kinofilme

Basis: Menge in Mio. Stück (Anteil in %)

1. Halbjahr 2005



13

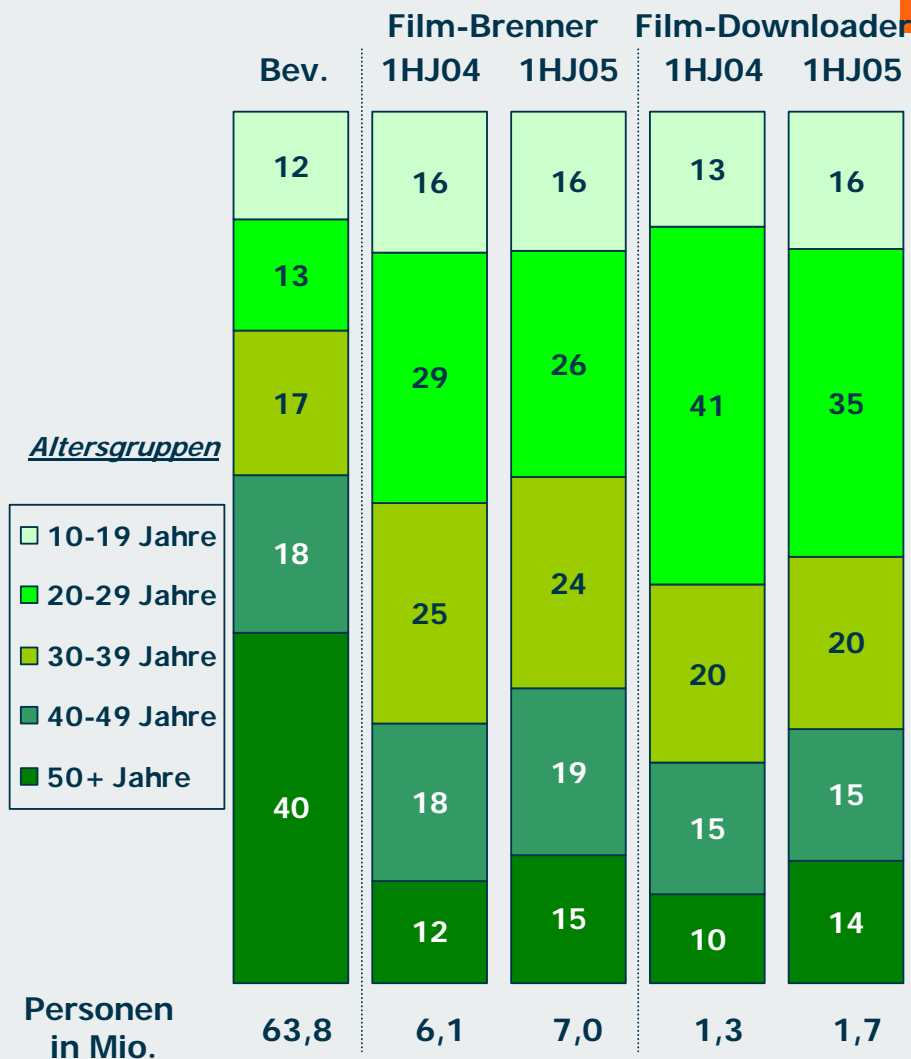
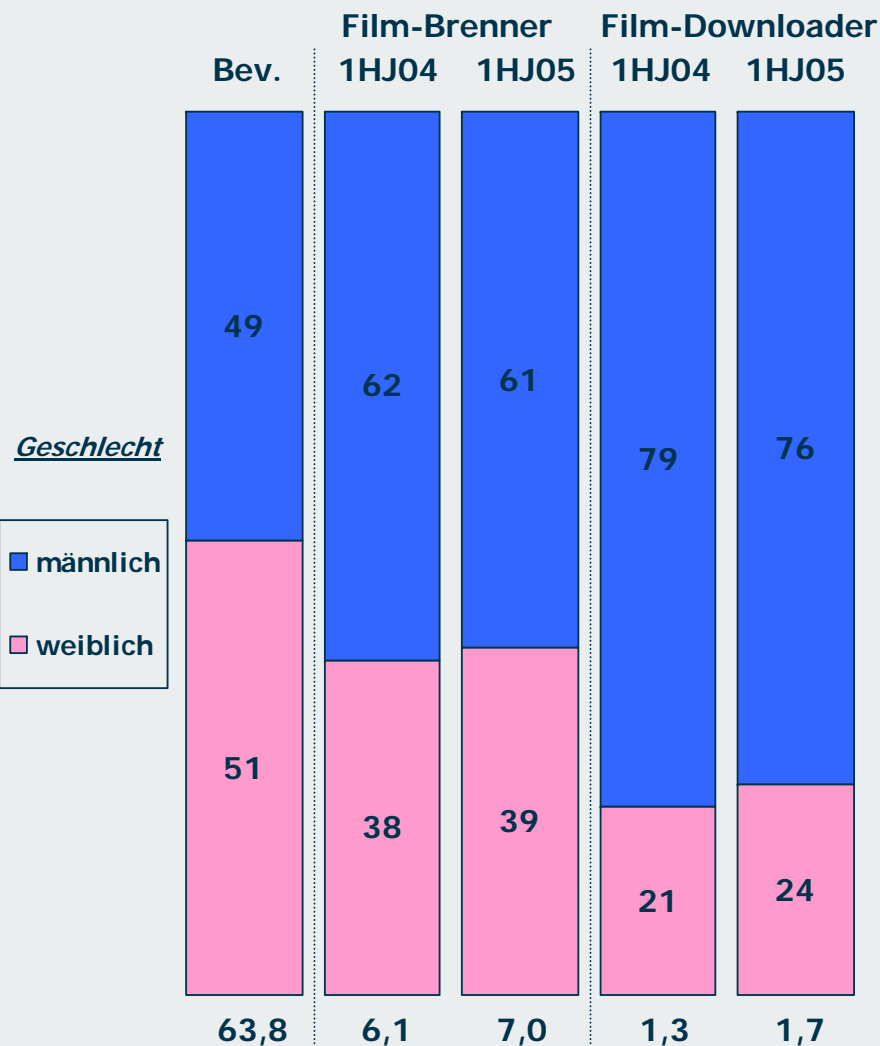


Basis: Anzahl gebrannter Spiel-/Kinofilme Gesamt: 58,4 Mio.

Demograph. Profil Spielfilm-Brenner / Downloader

Basis: Personen in %

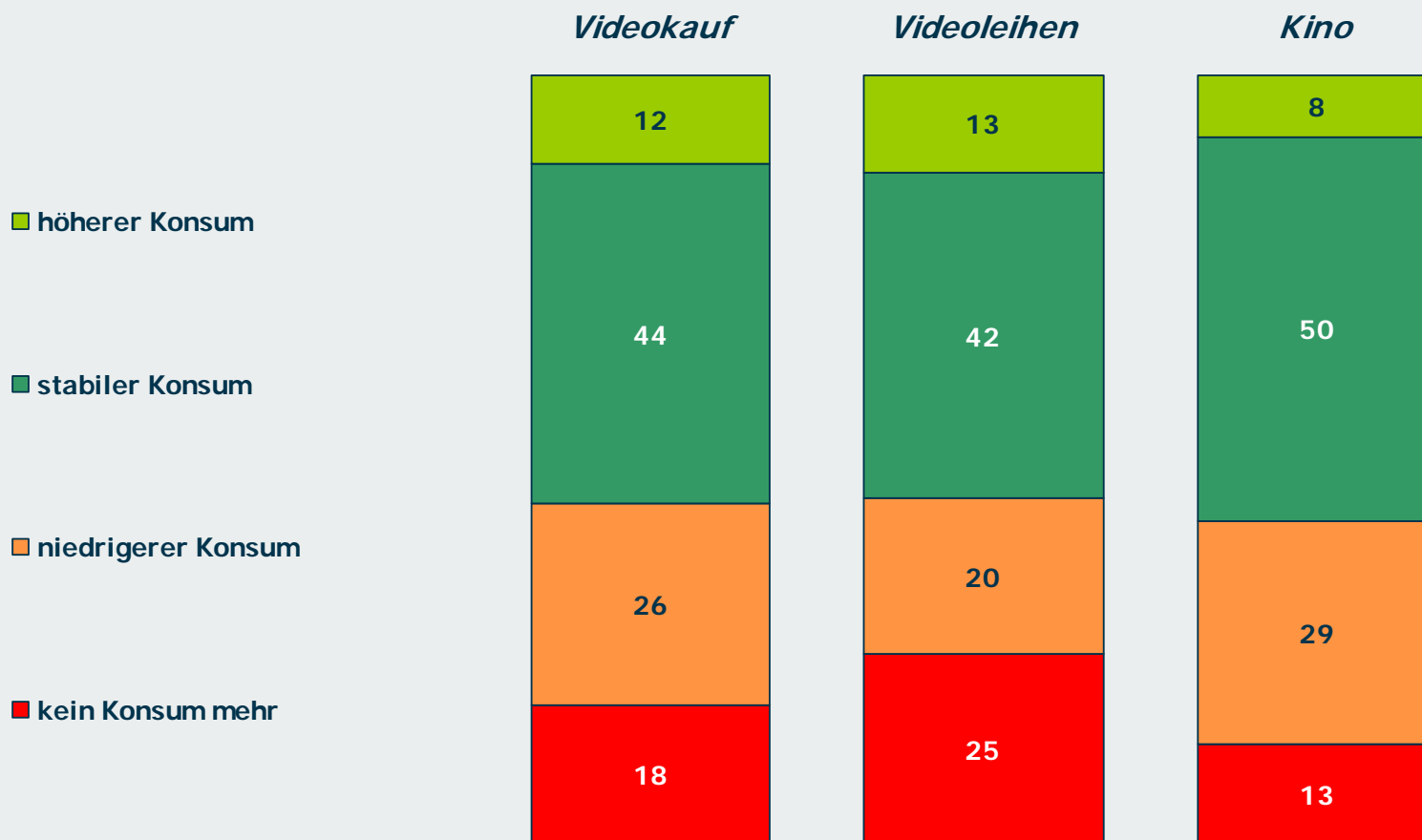
1. HJ 2005



Selbst eingeschätztes Konsumverhalten im Bezug auf Kino/Video

Frage: Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie zu, seitdem Sie die Möglichkeit haben, Spiel-/Kinofilme zu brennen bzw. downzuladen?

15



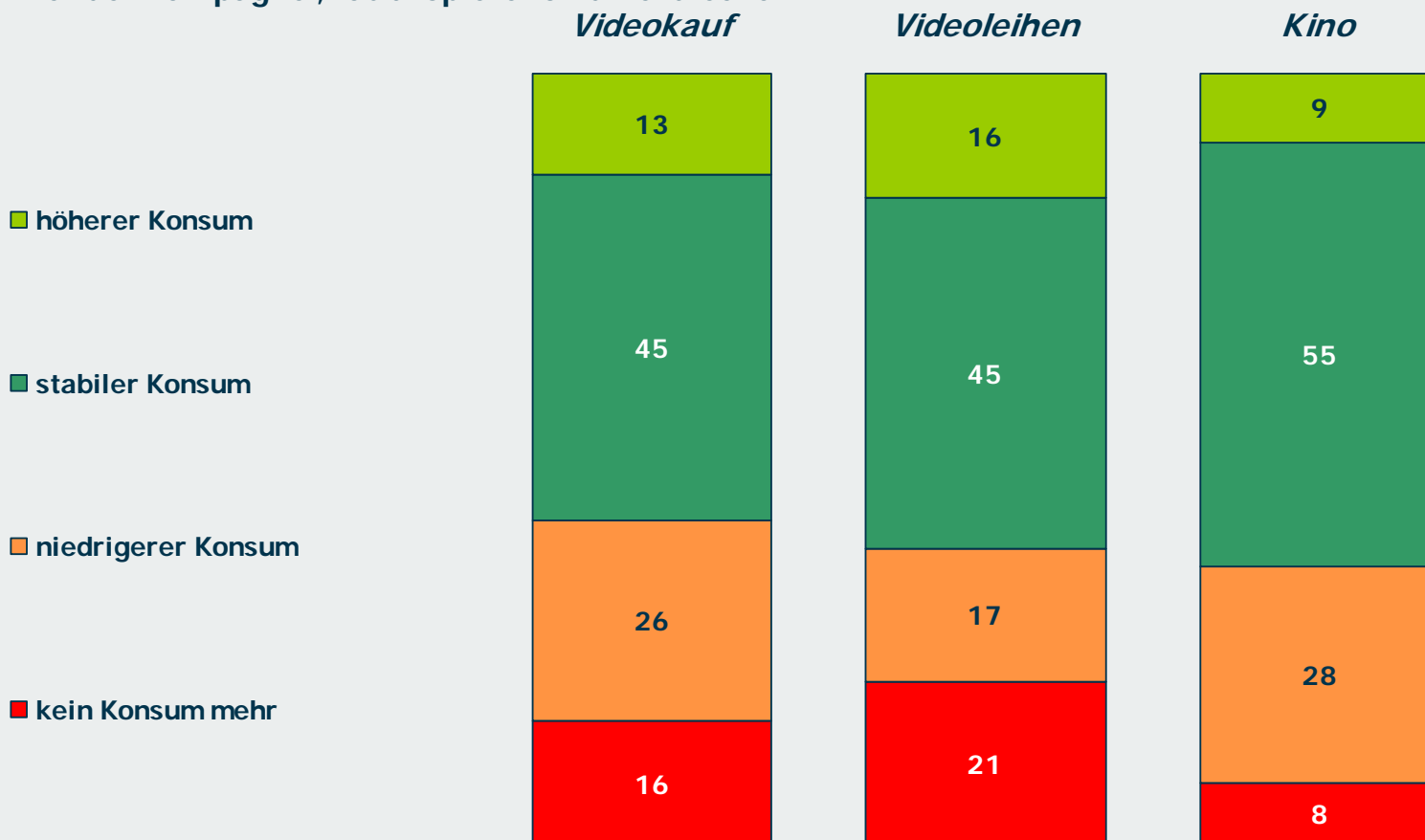
Basis: Personen, die Filme gebrannt/ gedownloadet haben, inkl. kino- und videoaffiner Personen

Selbst eingeschätztes Konsumverhalten im Bezug auf Kino/Video

Frage: Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie zu, seitdem Sie die Möglichkeit haben, Spiel-/Kinofilme zu brennen bzw. downzuloaden?

Teilgruppe: Kenner der Kampagne ‚Raubkopierer sind Verbrecher‘

16



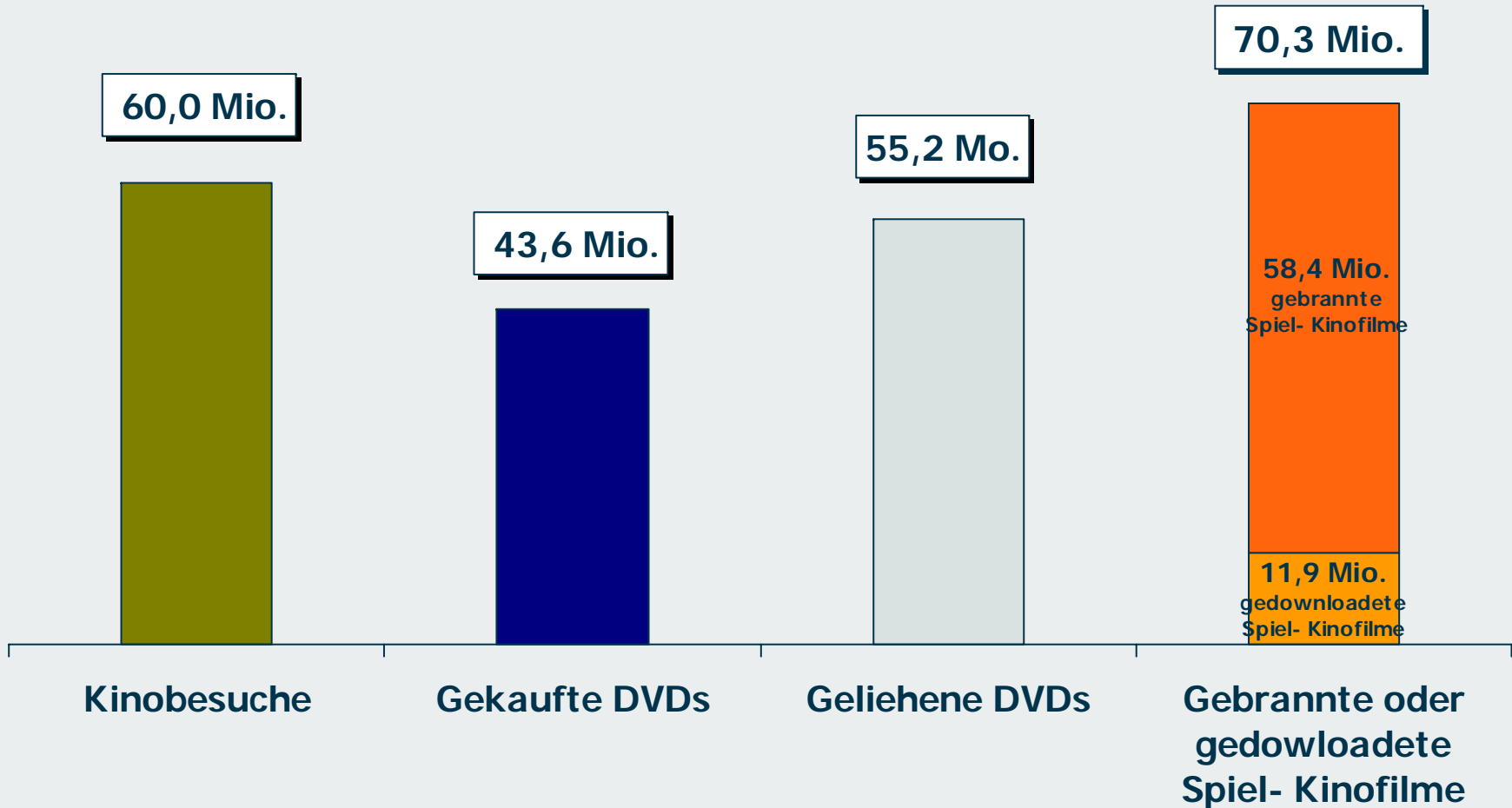
Basis: Personen, die Filme gebrannt/ gedownloadet haben, inkl. kino- und videoaffiner Personen und die Kampagne ‚Raubkopierer sind Verbrecher‘ kennen.

Alternative Filmnutzung im 1. Halbjahr 2005

Basis: Menge in Mio. Stück



17

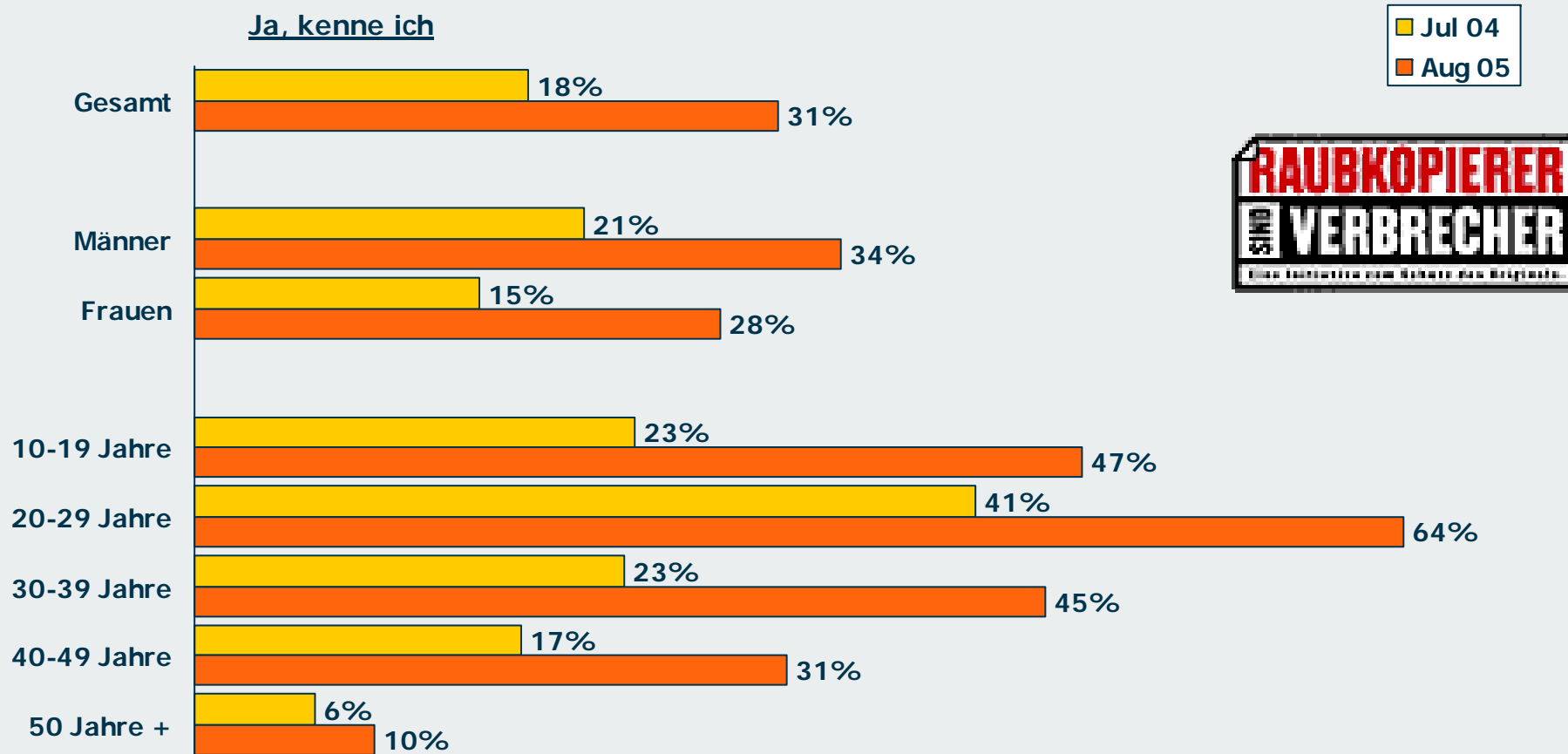


Bekanntheit der Kampagne „Raubkopierer sind Verbrecher“



18

Frage: Kennen Sie dieses Logo bzw. die Kampagne, in der das Logo verwendet wird?
Haben Sie es bereits irgendwo gesehen?



Basis 2005: 63,8 Mio. private Deutsche ab 10 Jahre

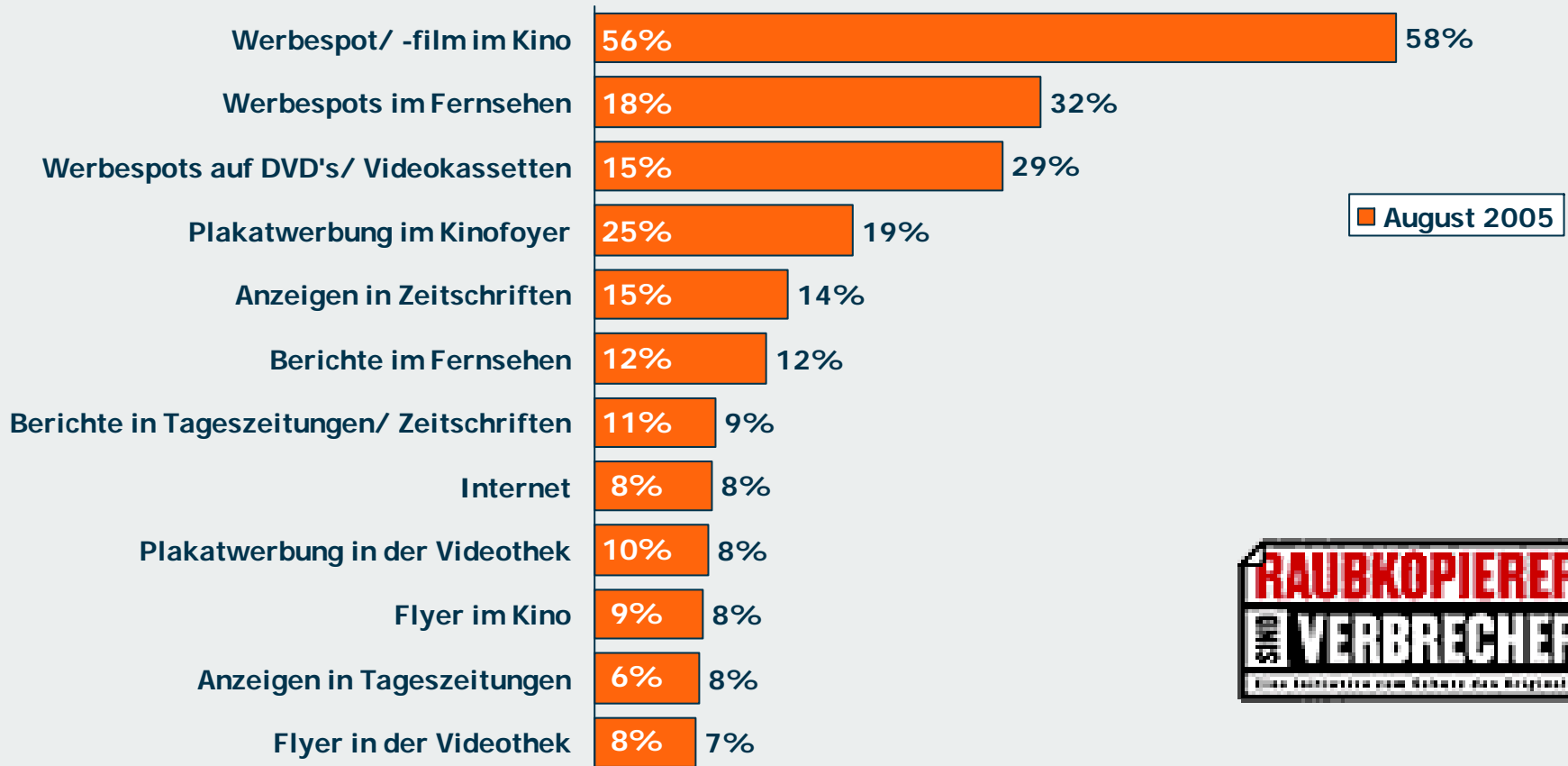
Bekanntheit der Kampagne „Raubkopierer sind Verbrecher“



19

Frage: Woher kennen Sie dieses Logo / Kampagne bzw. wo haben Sie dieses Logo bereits gesehen?

Juli 2004



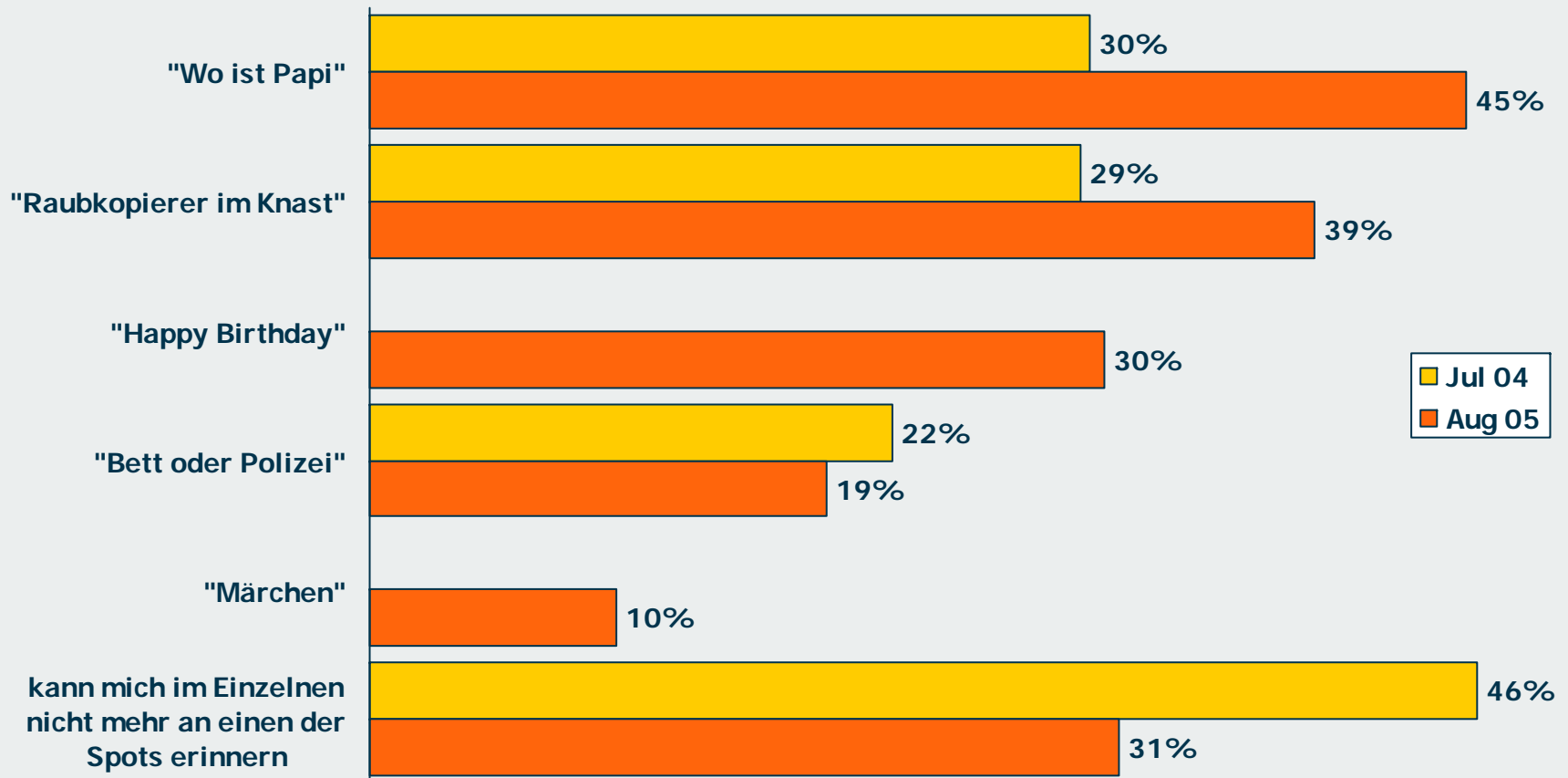
Basis: Personen, die das Logo/ die Kampagne kennen

Bekanntheit der Kampagne „Raubkopierer sind Verbrecher“



20

Frage: Im Rahmen dieser Kampagne gibt es drei/fünf Kino/ Fernseh-Spots. Falls Sie einen oder mehrere der insgesamt drei Kino-/ Fernsehspot(s) gesehen haben, an welche(n) können Sie sich erinnern?



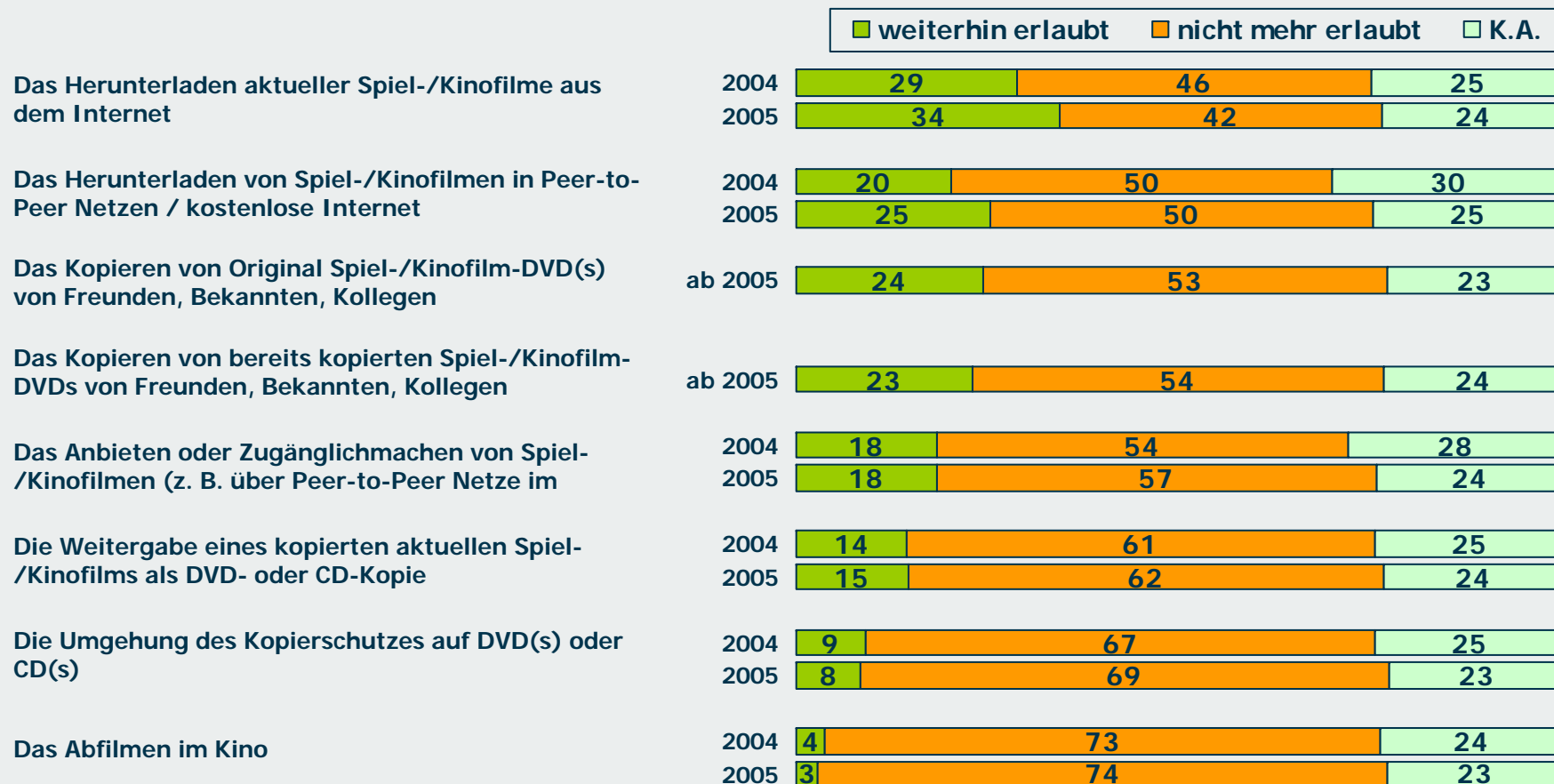
Basis: Personen, die das Logo/ Kampagne kennen

Bekanntheit der Neuregelung des Urheberrechts



21

Frage: Welche der folgenden Möglichkeiten sind Ihrer Meinung nach weiterhin erlaubt bzw. nicht mehr erlaubt?



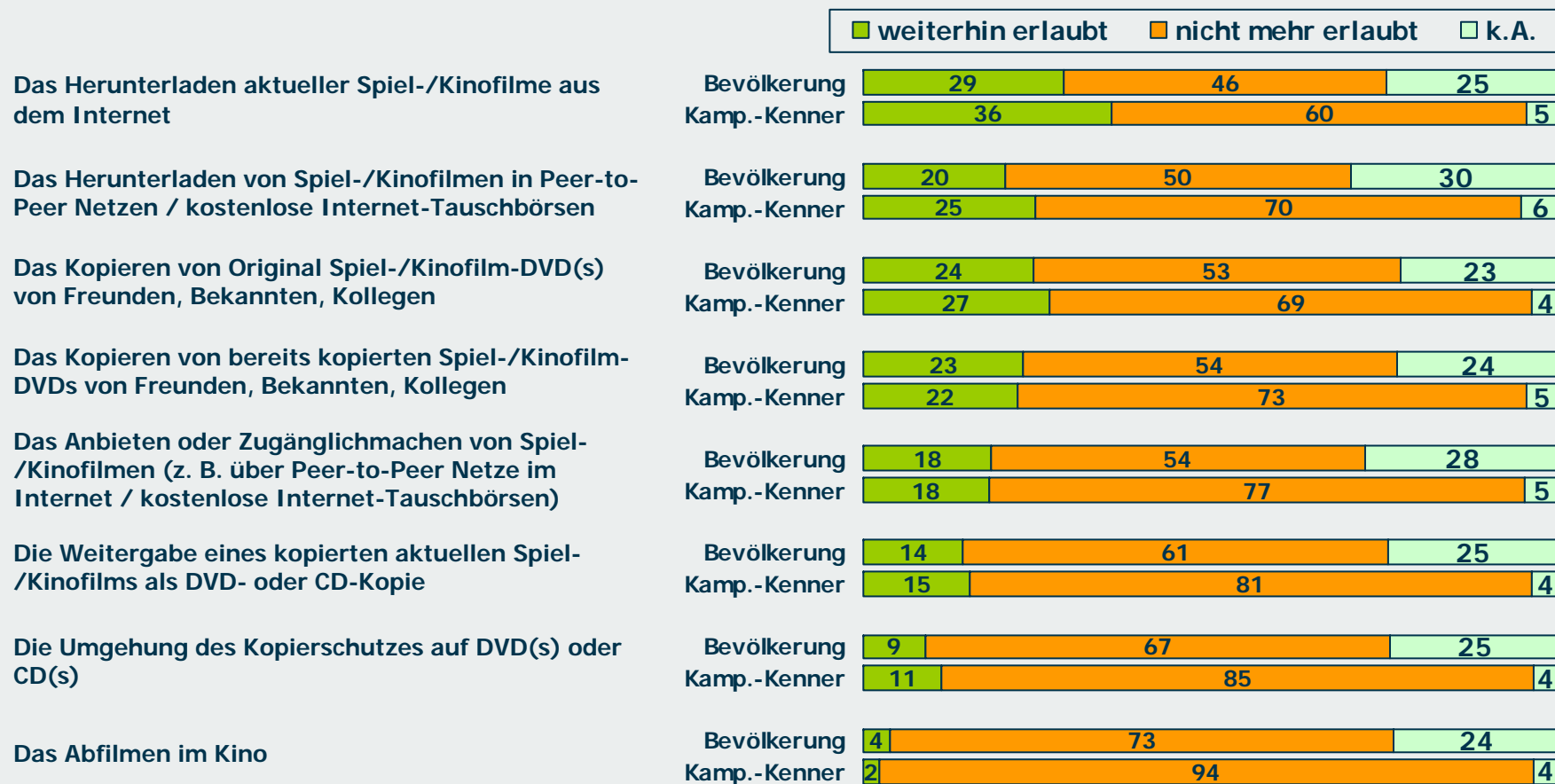
Basis 2005: 63,8 Mio. private Deutsche ab 10 Jahre

Bekanntheit der Neuregelung des Urheberrechts



22

Frage: Welche der folgenden Möglichkeiten sind Ihrer Meinung nach weiterhin erlaubt bzw. nicht mehr erlaubt?



Key Facts FFA Brennerstudie 2005



23

- Die Zugriffsmöglichkeiten in deutschen Haushalten auf DVD-Brenner (11%) und DVD-Recorder (5%) haben sich gegenüber der Vorjahresperiode mehr als verdoppelt. Fast der Hälfte (47%) der Deutschen ab 10 Jahren steht inzwischen zu Hause ein CD-Brenner zur Verfügung.
- Die Verbindungen in das Internet werden immer schneller. 64,4% der Deutschen ab 10 Jahren haben zu Hause einen Internetzugang, zwei Drittel davon Breitband oder zumindest ISDN.
- Fast ein Viertel der Internetuser (23,6%) haben eine sog. Flatrate. Je schneller der Zugang ins Internet erfolgt, desto häufiger wird eine Flatrate genutzt. 48,4% der Breitband-Anschlüsse werden zusammen mit einer Flatrate verwendet.
- Im 1. Halbjahr 2005 haben 1,7 Millionen Personen 11,9 Millionen Filme gedownloadet – dies entspricht einem Plus von 16%.
- In den ersten sechs Monaten des Jahres 2005 wurden von 7 Millionen Personen 58,4 Millionen Spiel-/Kinofilme gebrannt und damit 15% mehr als im Vorjahreszeitraum.
- Die Haupt-Bezugsquelle kopierter Filme sind physische Träger (Originale und Kopien), die überwiegend von Freunden/Bekanntem/Verwandten/Kollegen ausgeliehen wurden sowie Aufnahmen aus dem Fernsehen.
- Die Bekanntheit der Kampagne ‚Raubkopierer sind Verbrecher‘ konnte gegenüber Juli 2004 deutlich gesteigert werden (18%→31%). In der Kernzielgruppe (20-29 Jahre) liegt der Wert sogar bei 64%.
- Den höchsten Erinnerungswert der Kampagne haben die Werbespots im Kino, im Fernsehen und auf DVD's/Videokassetten. Während die Werte für die Spots im Fernsehen und auf DVD's/Video-kassetten deutlich zugenommen haben, ist die Bekanntheit der Plakatwerbung im Kino stark zurückgegangen.