

Video Market 2010 BVV-Business-Report

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 Counts in diesen Chartsatz integriert und/oder geringe Counts 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.

- 1** **Entwicklung des Entertainment-Bereichs**
- 2** **E-Commerce und Download**
- 3** **Video Hardware**
- 4** **Der Videokaufmarkt**
- 5** **Der Videoleihmarkt**
- 6** **Forecast**

1 Entwicklung des Entertainment-Bereichs**2 E-Commerce und Download****3 Video Hardware****4 Der Videokaufmarkt****5 Der Videoleihmarkt****6 Forecast**

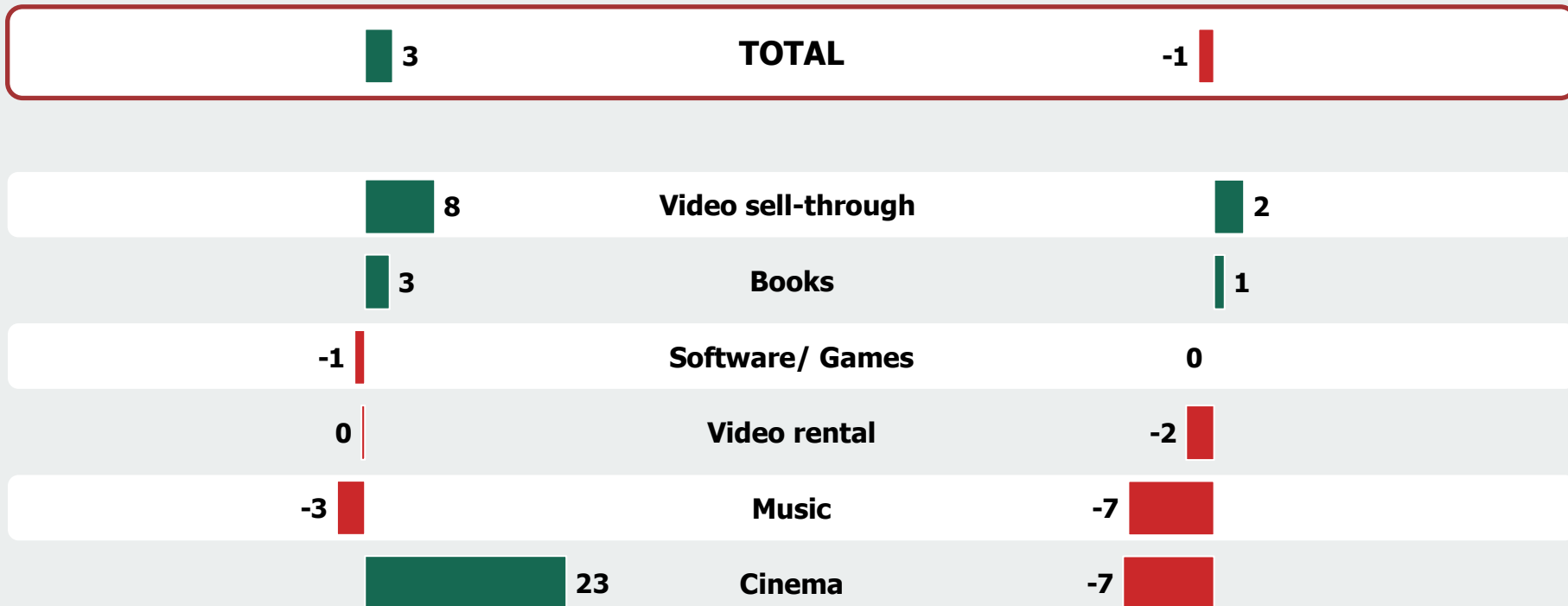
Im Vergleich zum starken Vorjahr 2009 liegen die Entertainment-Ausgaben leicht im Minus



09 vs 08
(Jan-Dec)



10 vs 09
(Jan-Dec)

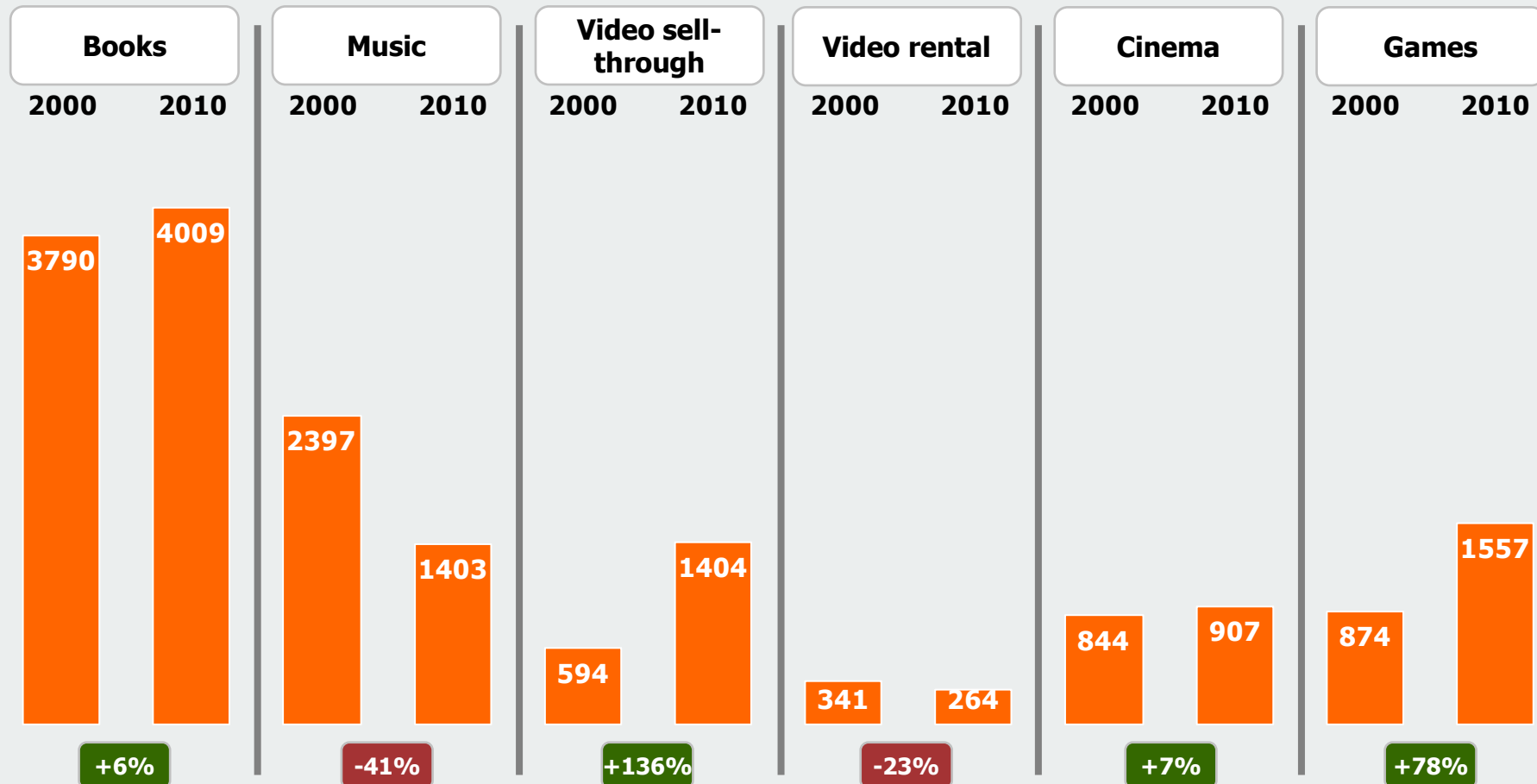


The markets include Physical + Download + Mobile
Value in %

© GfK Panel Services Deutschland

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverage-lücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

Entwicklung 2010 vs. 2000: Videokauf und Games mit deutlichen Zuwächsen, Musik und Verleih mit starken Rückgängen



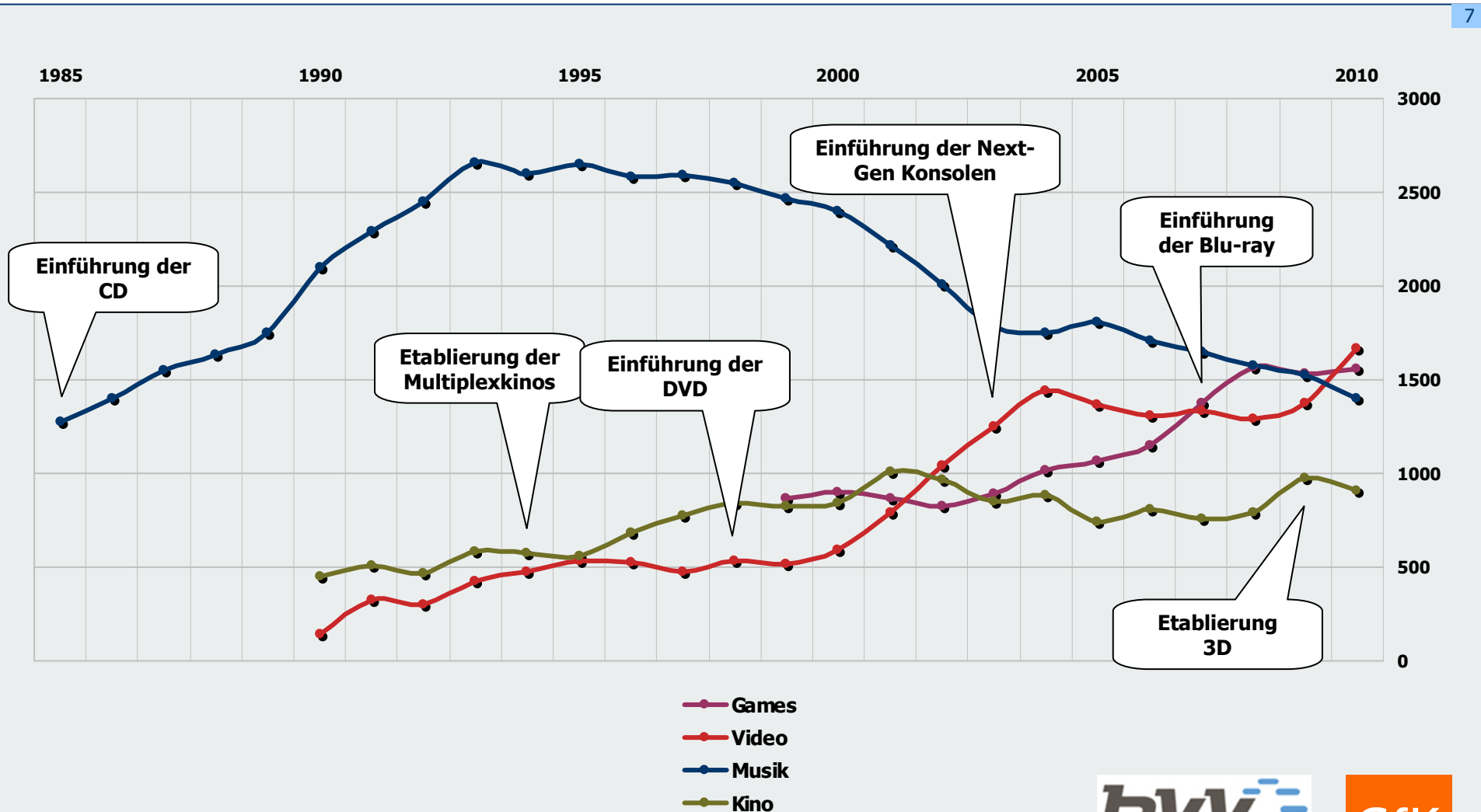
All periods: January-December

Value in m €

© GfK Panel Services Deutschland

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

Technische Innovationen sorgen für Wachstum in den Märkten

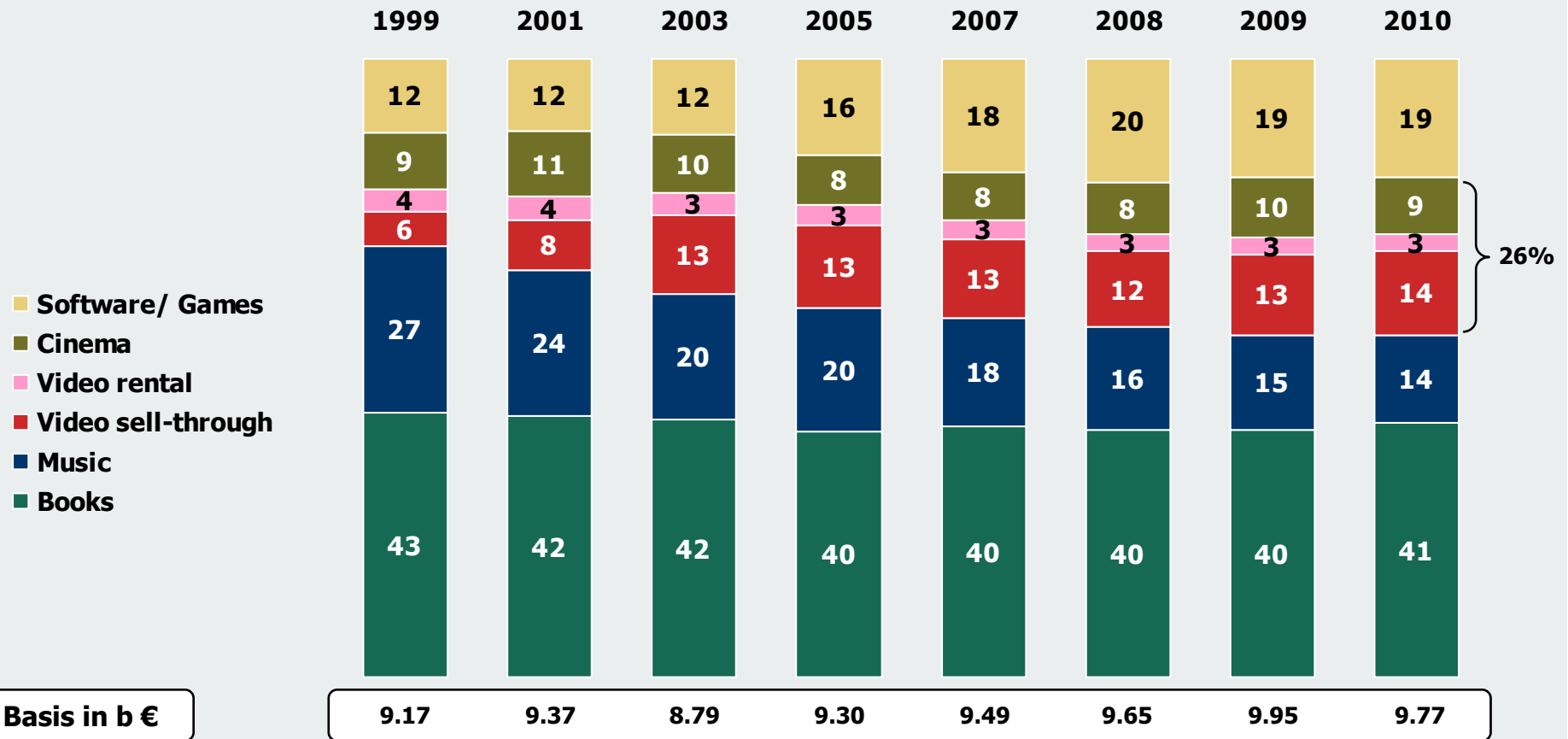


Umsatz in Mio. €

© GfK Panel Services Deutschland

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverageücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

Auf das Thema Filme (Kino, Video) entfällt mehr als jeder vierte Euro....



The markets include Physical + Download + Mobile
Value in %

© GfK Panel Services Deutschland

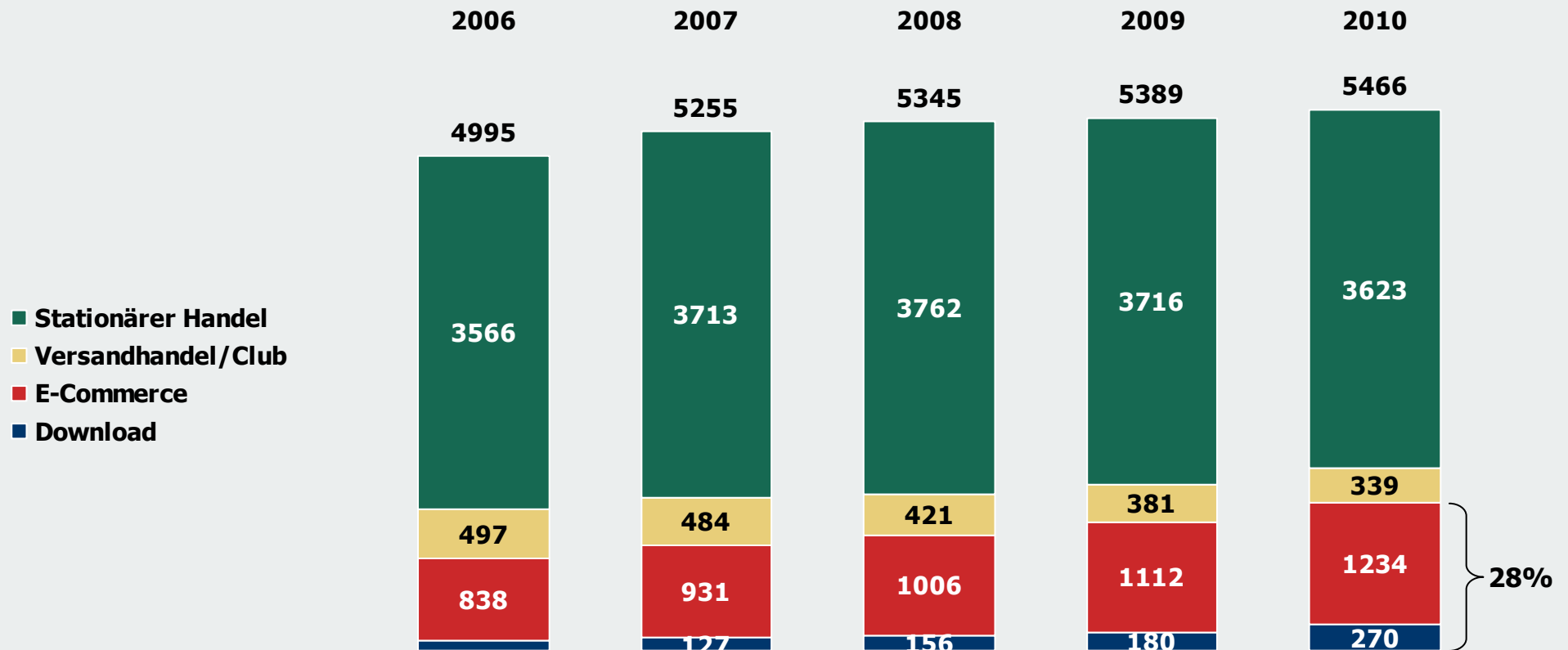
Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (*) (<100) kommen kann. Die Streuung wird in diesen Fällen entsprechend groß, weshalb die zugrunde gelegten Zahlen nur eingeschränkt interpretierbar sind. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverage-lücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.



- 1 Entwicklung des Entertainment-Bereichs
- 2 **E-Commerce und Download**
- 3 Video Hardware
- 4 Der Videokaufmarkt
- 5 Der Videoleihmarkt
- 6 Forecast

E-Commerce und Download gewinnen weiter Anteile und stehen erstmals für mehr als ein Viertel der Umsätze

10



Musik, Bücher, Software/ Games, Kaufvideos

Alle Zeiträume: Januar-September

Umsatz in Mio. €

© GfK Panel Services Deutschland

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

- 1 Entwicklung des Entertainment-Bereichs
- 2 E-Commerce und Download
- 3 **Video Hardware**
- 4 Der Videokaufmarkt
- 5 Der Videoleihmarkt
- 6 Forecast

Estimation: 3D TV development 2010/2011

(done Jan 2011, sales units)

Only Flat-TV	2010	2011
Germany	200 TSD	1 MIO
Europe (East+West)	900 TSD	4,5 MIO
World	1,8 MIO	12 MIO



12

Source: GfK Retail & Technology

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

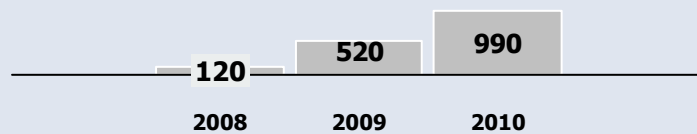
Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (*) (<100) kommen kann. Die Streuung wird in diesen Fällen entsprechend groß, weshalb die zugrunde gelegten Zahlen nur eingeschränkt interpretierbar sind. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverageücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

Die HH-Ausstattung mit BD-Playern nähert sich der 5%-Marke. Über 2 Mio. HH besitzen mittlerweile eine PlayStation 3

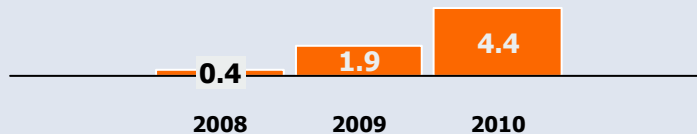
13

Blu-ray player

Sales in thsd units



Household penetration in %

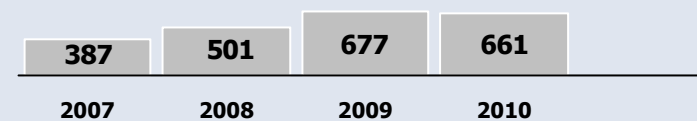


Ø price in €



PlayStation 3

Sales in thsd units



Household penetration in %



Ø price in €



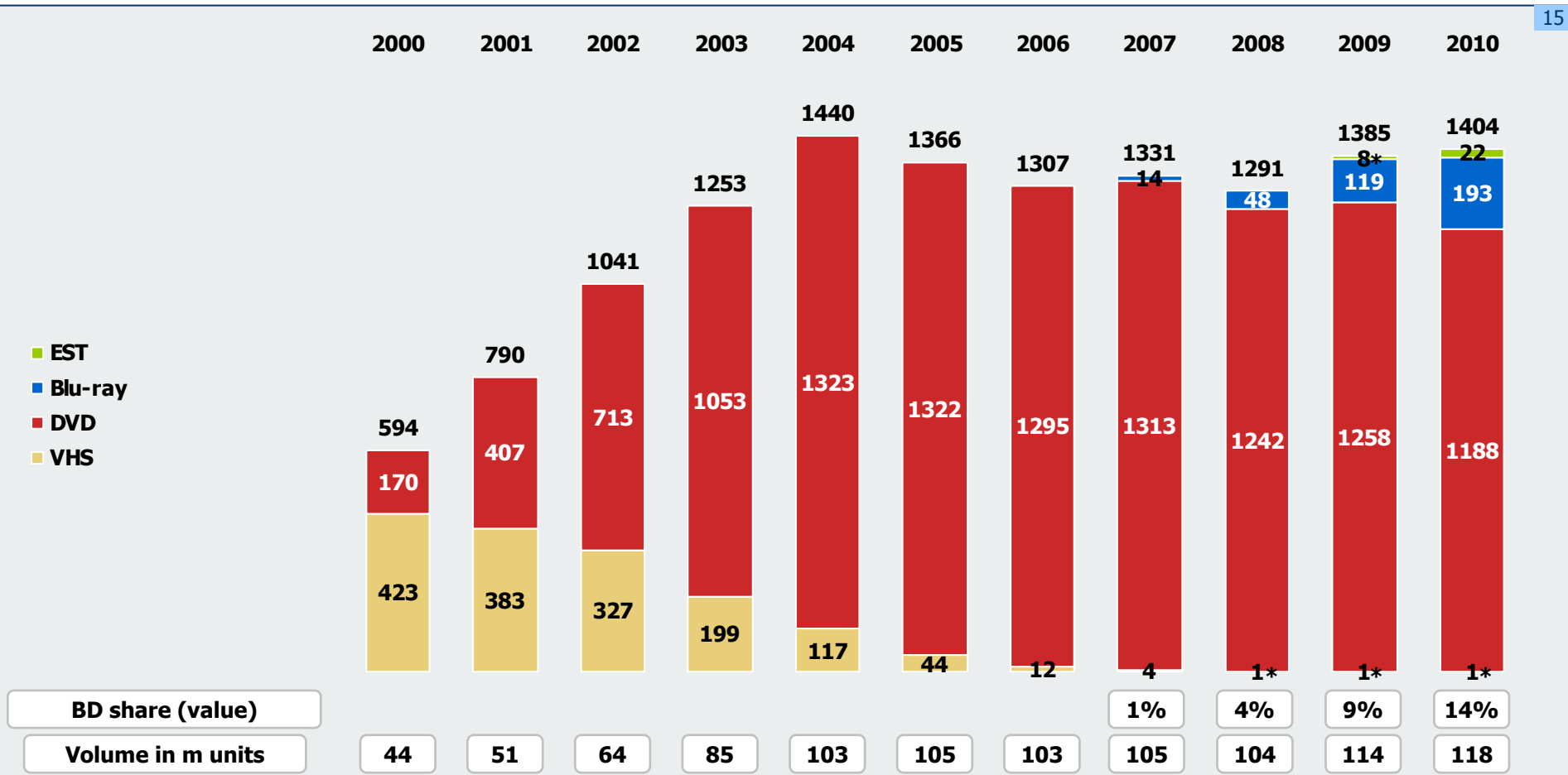
Blu-ray player/ PlayStation 3
All periods: January-December
Source: GfK Retail & Technology

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

- 1 **Entwicklung des Entertainment-Bereichs**
- 2 **E-Commerce und Download**
- 3 **Video Hardware**
- 4 **Der Videokaufmarkt**
Entwicklung des Gesamtmarktes
- 5 **Der Videoleihmarkt**
- 6 **Forecast**

Mit mehr als 1,4 Mrd. Euro Umsatz erreicht der Videokaufmarkt im Jahr 2010 das zweitbeste Ergebnis nach 2004. 118 Mio. verkaufte Filme stellen ein neues Rekordergebnis dar.



DVD+VHS+Blu-ray+HD-DVD+EST
 All periods: January-December
 Value in m €

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverageücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.



Wachsende Umsätze der neuen Formate Blu-ray und EST überkompensieren die Rückgänge im DVD-Bereich

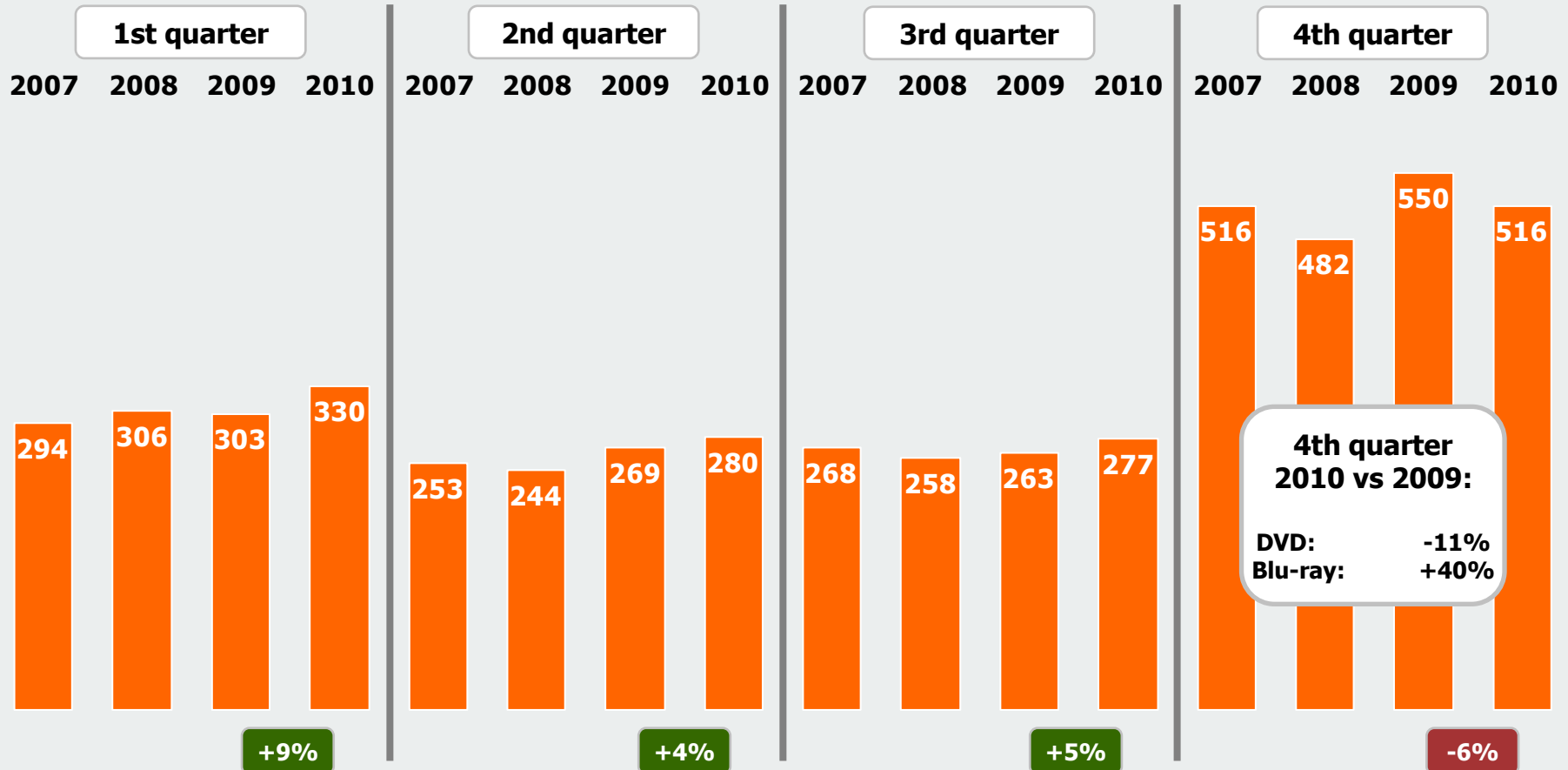
		2009	2010	10 vs 09
TOTAL	Volume in m units	113.8	118.2	4%
	Value in m €	1385	1404	1%
	Ø price in €	12.17	11.88	-2%
DVD/ VHS	Volume in m units	106.6	103.2	-3%
	Value in m €	1258	1189	-6%
	Ø price in €	11.80	11.51	-2%
Blu-ray	Volume in m units	6.2	12.0	94%
	Value in m €	119	193	62%
	Ø price in €	19.14	16.03	-16%
EST	Volume in m units	0.9 *	2.9	210%
	Value in m €	8 *	22	179%
	Ø price in €	8.46 *	7.62	-10%

All periods: January-December

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

Ein im Vergleich zum Vorjahr schwächeres Weihnachtsgeschäft verhindert ein besseres Abschneiden des Kaufmarktes im Jahr 2010



4th quarter 2010 vs 2009:
 DVD: -11%
 Blu-ray: +40%

DVD+VHS+Blu-ray+HD-DVD+EST
 Value in m €

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

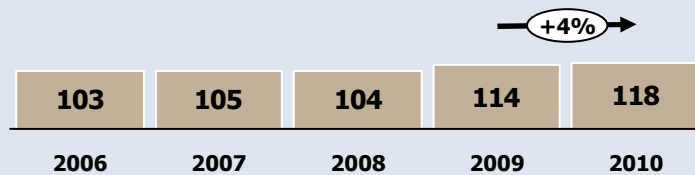
Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (*) (<100) kommen kann. Die Streuung wird in diesen Fällen entsprechend groß, weshalb die zugrunde gelegten Zahlen nur eingeschränkt interpretierbar sind. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverage-lücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.



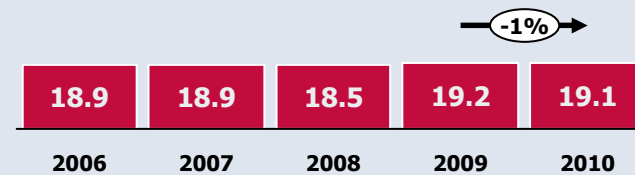
Leicht sinkende Käuferzahlen und sinkende Preise werden von einer gestiegenen Kaufintensität kompensiert und sorgen für ein leichtes Plus im Markt

18

Volume in m units



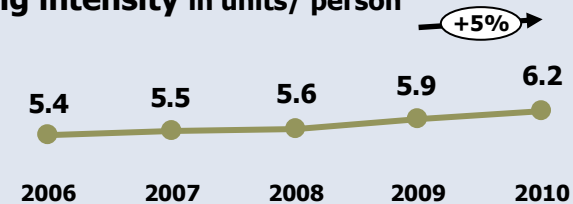
Buyer in m persons



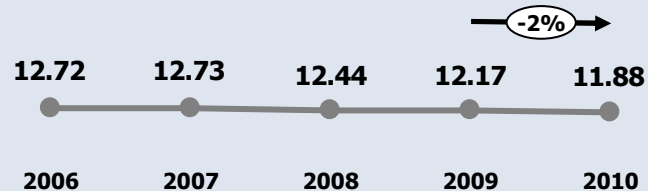
Value in m €



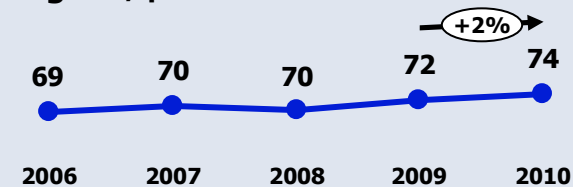
Ø buying intensity in units/ person



Ø price in €



Ø spending in €/ person



DVD+VHS+Blu-ray+HD-DVD+EST

All periods: January-December

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

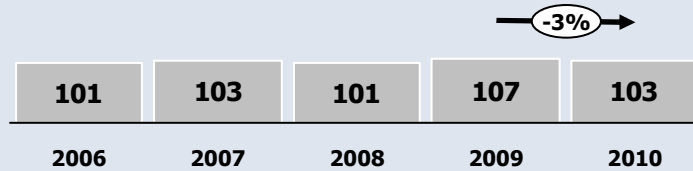
Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (*) (<100) kommen kann. Die Streuung wird in diesen Fällen entsprechend groß, weshalb die zugrunde gelegten Zahlen nur eingeschränkt interpretierbar sind. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverageücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

Das DVD-Format verliert rund 6%, die Absätze liegen aber nach wie vor deutlich über der 100 Mio. Marke. Die Blu-ray Absätze verdoppeln sich bei anhaltendem drastischen Preisverfall

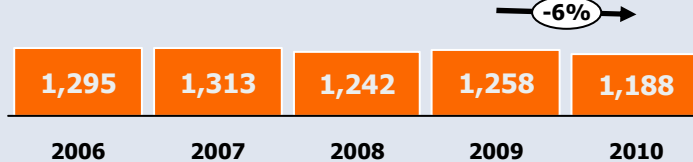
19

DVD

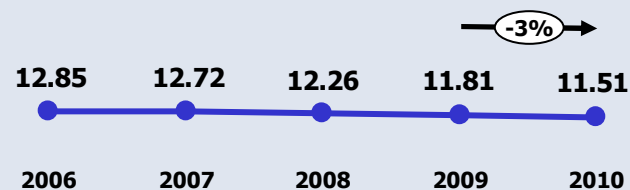
Volume in m units



Value in m €

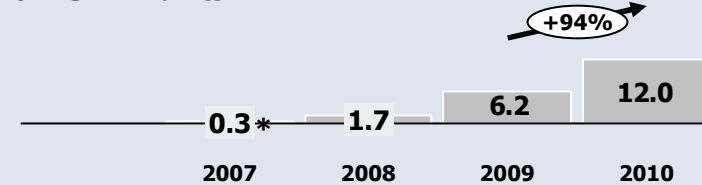


Ø price in €

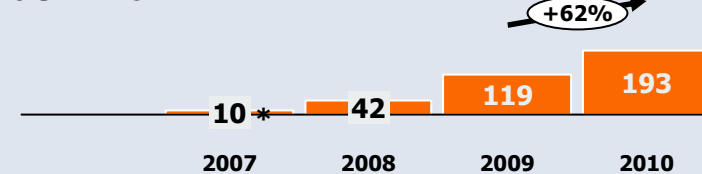


Blu-ray

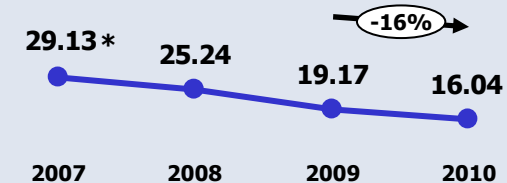
Volume in m units



Value in m €



Ø price in €



DVD+Blu-ray

All periods: January-December

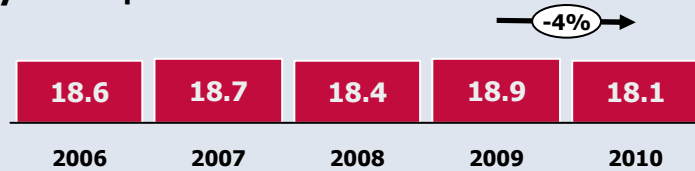
© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverageücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

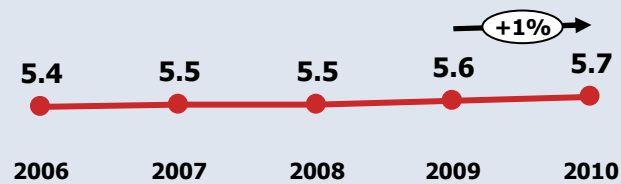
Auf einen Blu-ray Käufer kommen knapp 8 DVD Käufer. Sinkende Käuferzahlen bei der DVD – erstmals mehr als zwei Millionen Blu-ray Käufer, die etwas intensiver einkaufen und aufgrund sinkender Preise im Durchschnitt weniger ausgeben

DVD

Buyer in m persons



Ø buying intensity in units/ person

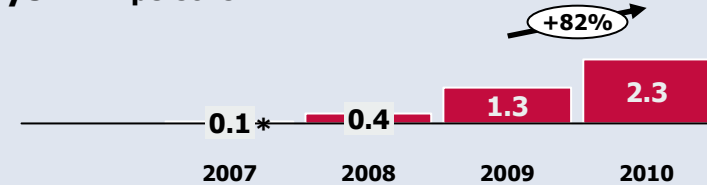


Ø spending in €/ person

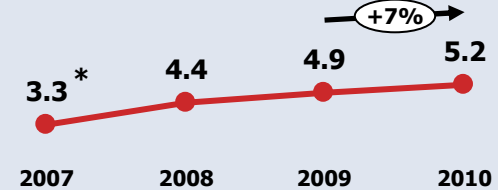


Blu-ray

Buyer in m persons



Ø buying intensity in units/ person



Ø spending in €/ person



DVD+Blu-ray

All periods: January-December

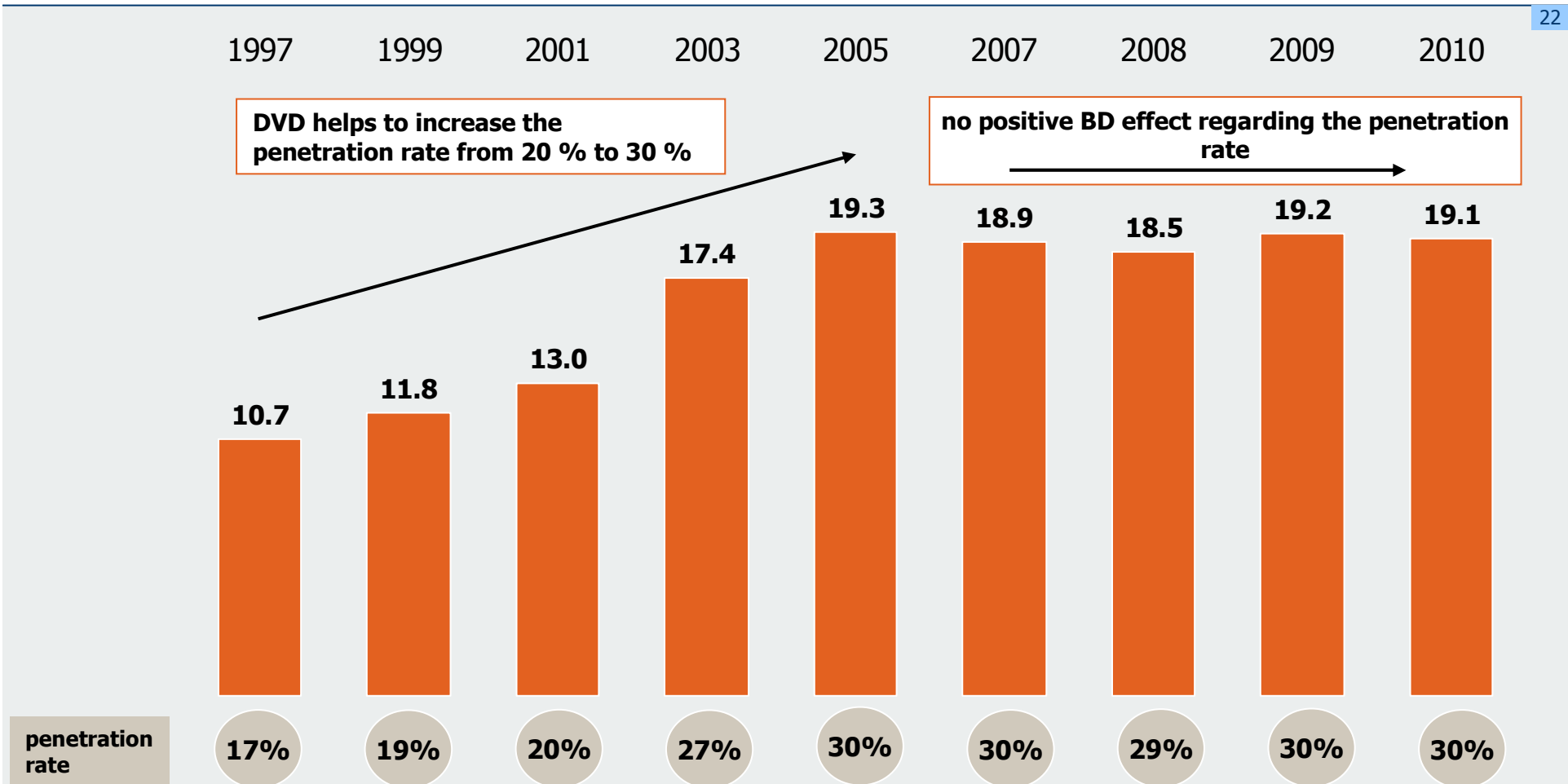
© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverageücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

- 1 **Entwicklung des Entertainment-Bereichs**
- 2 **E-Commerce und Download**
- 3 **Video Hardware**
- 4 **Der Videokaufmarkt**
Käufer und Konsumentenstrukturen
- 5 **Der Videoleihmarkt**
- 6 **Forecast**

Langzeit-Entwicklung der Käuferreichweite im Kaufmarkt – die Zahl der aktiven Käufer stagniert bei 19 Mio.

22



DVD+VHS+Blu-ray+HD-DVD+EST

All periods: January-December

Buyer in m persons

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

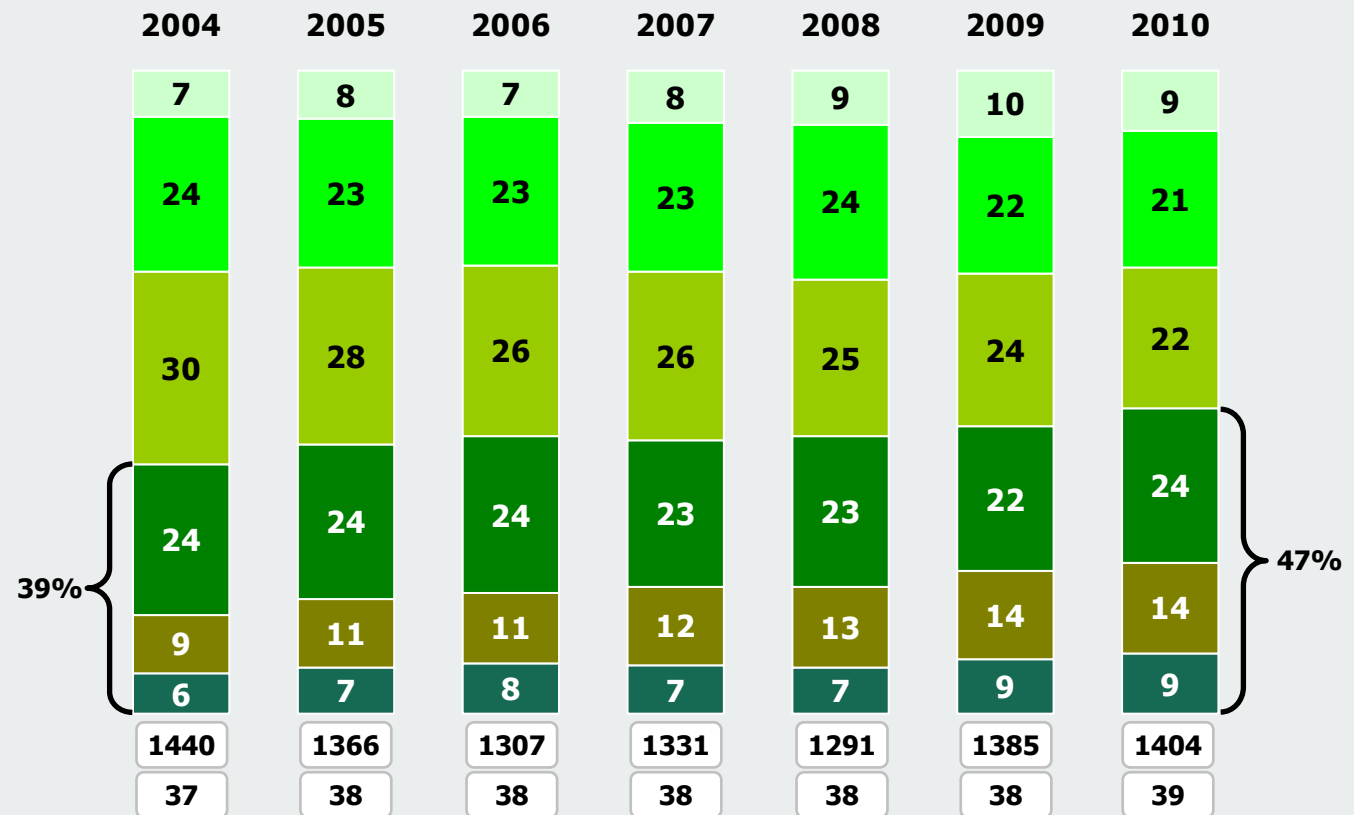
Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (*) (<100) kommen kann. Die Streuung wird in diesen Fällen entsprechend groß, weshalb die zugrunde gelegten Zahlen nur eingeschränkt interpretierbar sind. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverage-lücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

Der Videokäufer wird im Durchschnitt ein Jahr älter, die Altersgruppen unter 40 Jahre verlieren weiter Anteile

German popul. 2010



- 10 to 19 years
- 20 to 29 years
- 30 to 39 years
- 40 to 49 years
- 50 to 59 years
- 60+ years



DVD+VHS+Blu-ray+HD-DVD+EST
 All periods: January-December
 Value in %

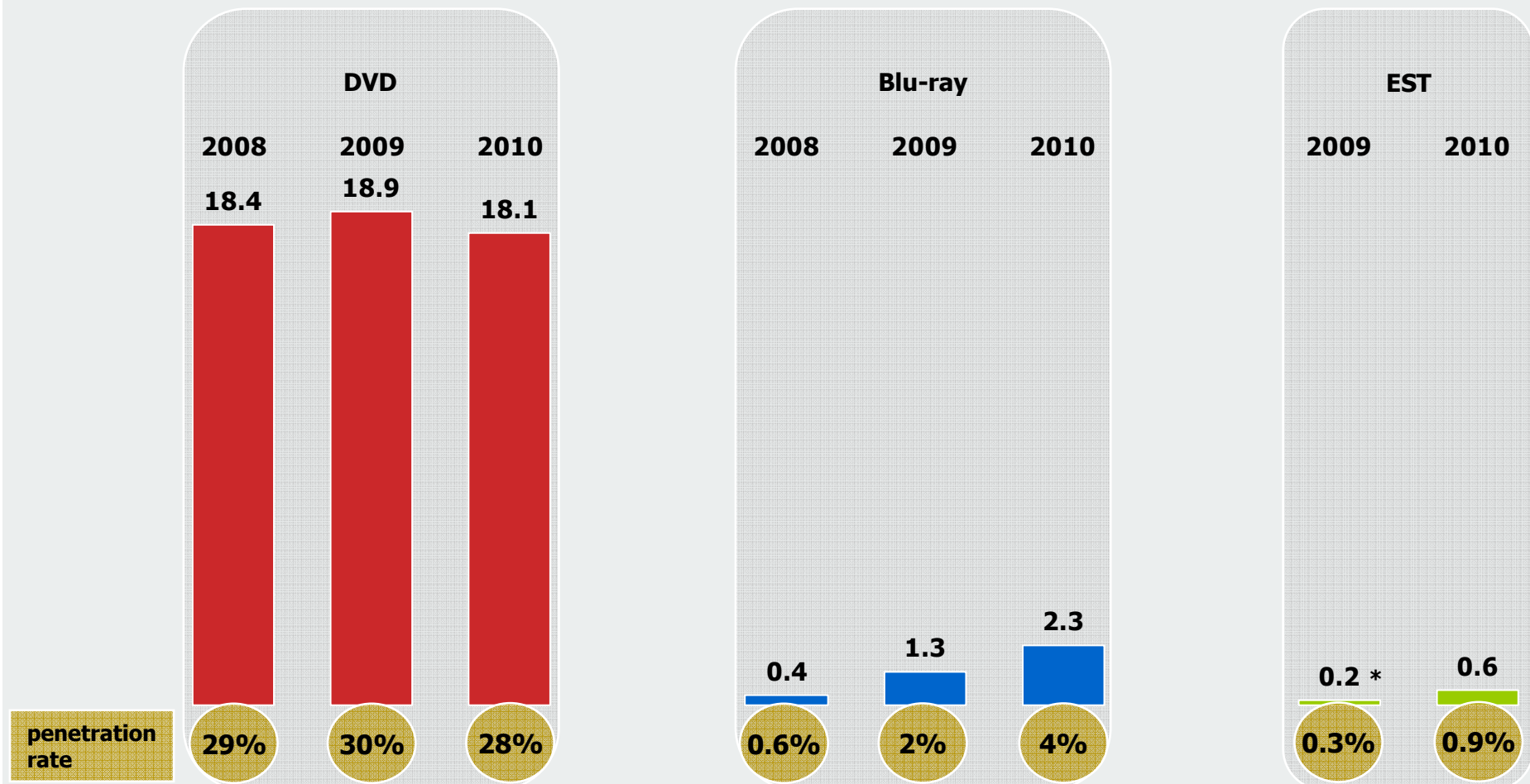
© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.



95% der Videokäufer sind DVD-Konsumenten, Blu-ray nähert sich der 5%-Marke, EST ist aktuell noch ein Nischenmarkt

24



DVD+Blu-ray+EST
All periods: January-December
Buyer in m persons

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

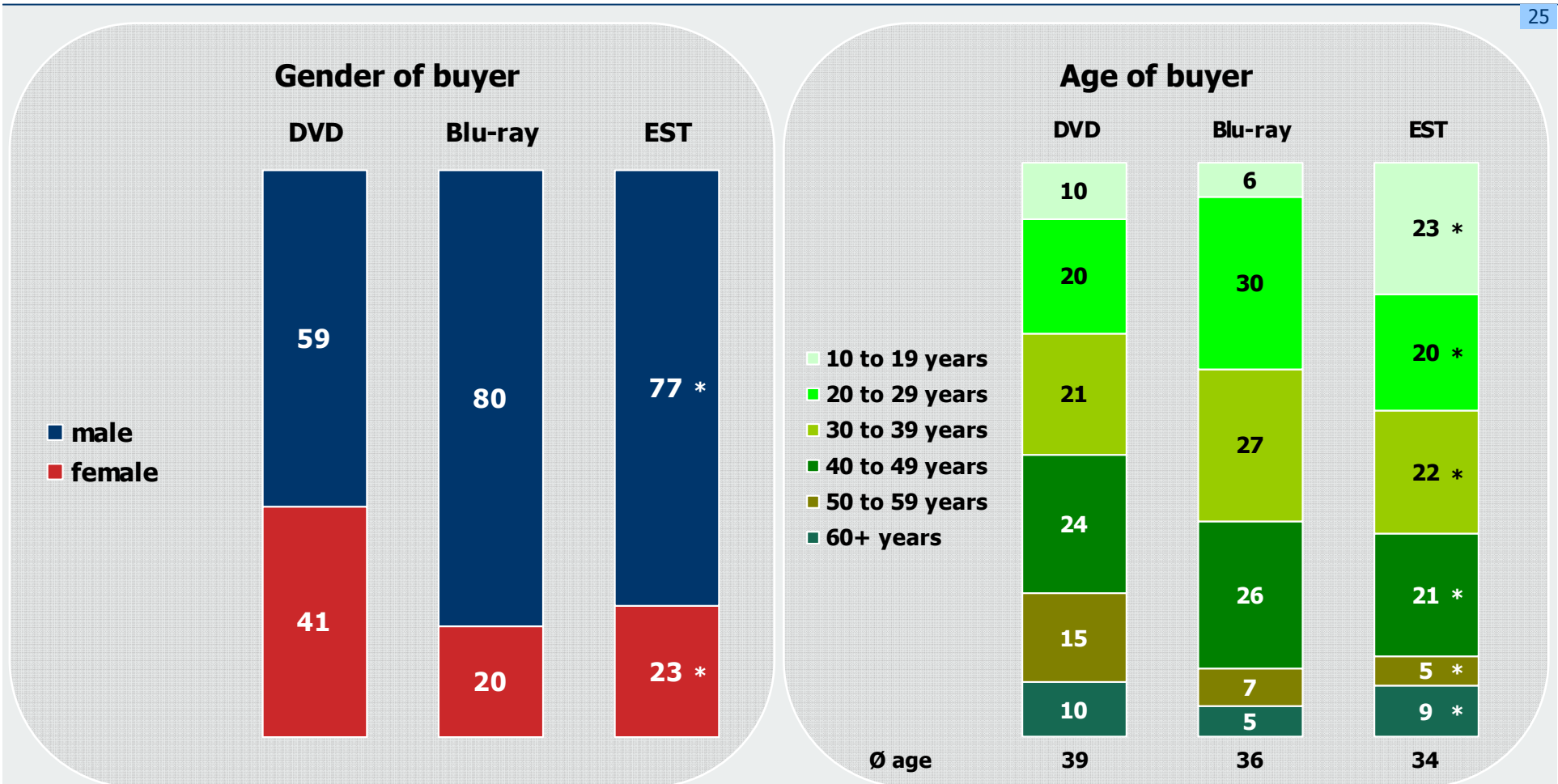
Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (*) (<100) kommen kann. Die Streuung wird in diesen Fällen entsprechend groß, weshalb die zugrunde gelegten Zahlen nur eingeschränkt interpretierbar sind. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

Buyer total:

2008: 18.5 m pers.
2009: 19.2 m pers.
2010: 19.1 m pers.



Blu-ray und EST mit hohem Männer-Anteil, EST mit der jüngsten Zielgruppe, 25% der Umsätze bei DVD finden mittlerweile in der Altersgruppe 50+ statt



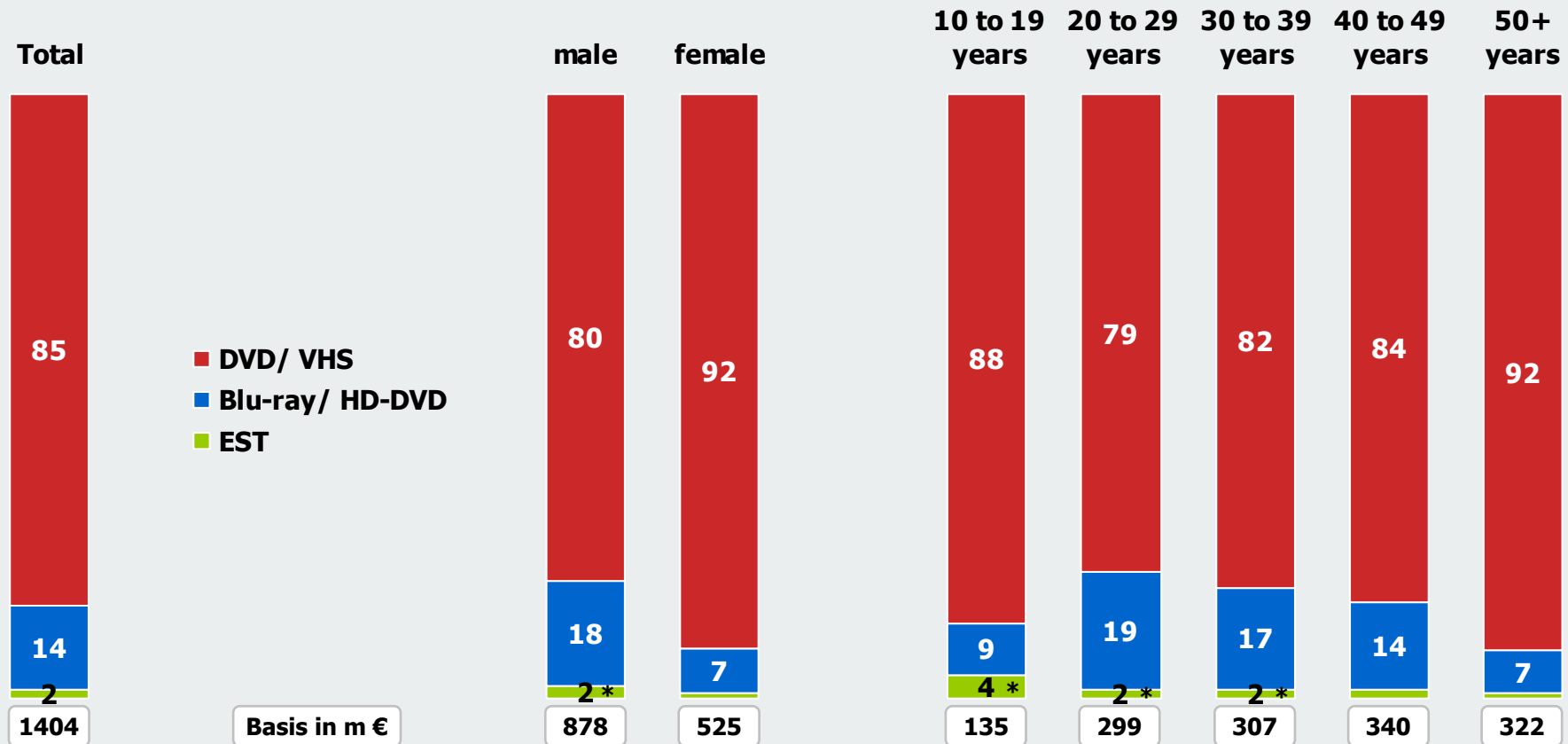
DVD+Blu-ray+EST
 Period: January-December 2010
 Value in %

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.



In der Zielgruppe der Männer 20-39 Jahre werden mittlerweile rund 20% des Umsatzes über die neuen Formate Blu-ray und EST erzielt



DVD+VHS+Blu-ray+HD-DVD+EST
 Period: January-December 2010
 Value in %

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.



Avatar in allen Altersgruppen der Top-Titel des Jahres 2010

27

10 to 19 years	20 to 29 years	30 to 39 years	40 to 49 years	50+ years
Avatar - Aufbruch nach Pandora	Avatar - Aufbruch nach Pandora	Avatar - Aufbruch nach Pandora	Avatar - Aufbruch nach Pandora	Avatar - Aufbruch nach Pandora
New Moon - Biss zur Mittagsstunde	Inglourious Basterds	2012	2012	2012
Percy Jackson - Diebe im Olymp	2012	Harry Potter und Halbblutprinz	Sherlock Holmes	Sherlock Holmes
Inglourious Basterds	Zweiohrküken	Zweiohrküken	Inglourious Basterds	Zweiohrküken
Keinohrhasen	Inception	Inglourious Basterds	Zweiohrküken	Harry Potter und Halbblutprinz
Eclipse - Biss zum Abendrot	Hangover	Wickie und die starken Männer	Wickie und die starken Männer	Verblendung
Sherlock Holmes	New Moon - Biss zur Mittagsstunde	New Moon - Biss zur Mittagsstunde	Harry Potter und Halbblutprinz	Inglourious Basterds
Zweiohrküken	Männerherzen	Sherlock Holmes	Inception	Illuminati
2012	Sherlock Holmes	Inception	Illuminati	Sex and the City
Inception	Harry Potter und Halbblutprinz	Drachenzähmen leicht gemacht	Eclipse - Biss zum Abendrot	Verdammnis

DVD+VHS+Blu-ray+HD-DVD+EST

Period: January-December 2010

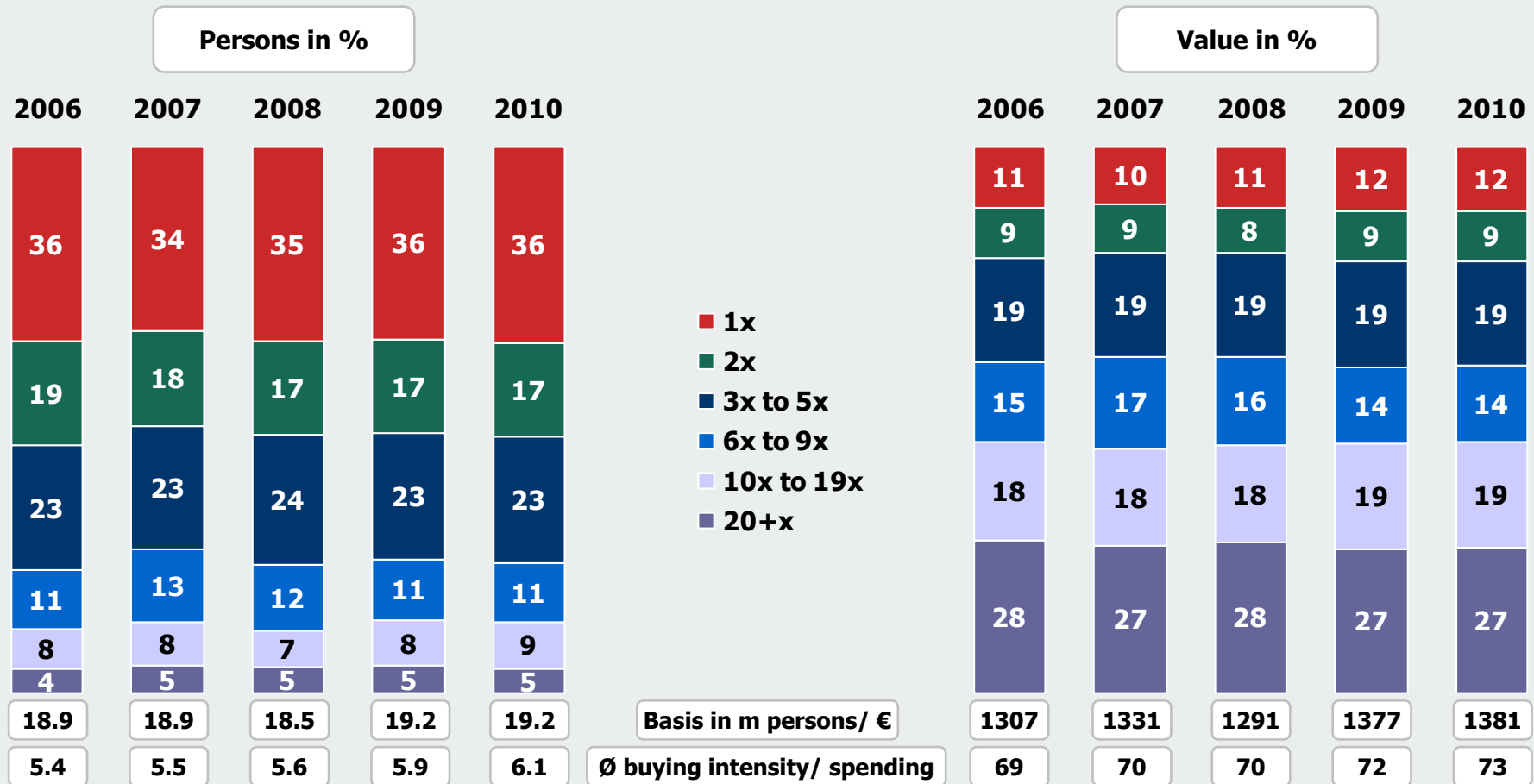
Volume

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.



Verteilung nach Intensitätsgruppen: 5% der Käufer sind für mehr als ein Viertel des Marktes verantwortlich



DVD+VHS+Blu-ray+HD-DVD

All periods: January-December

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

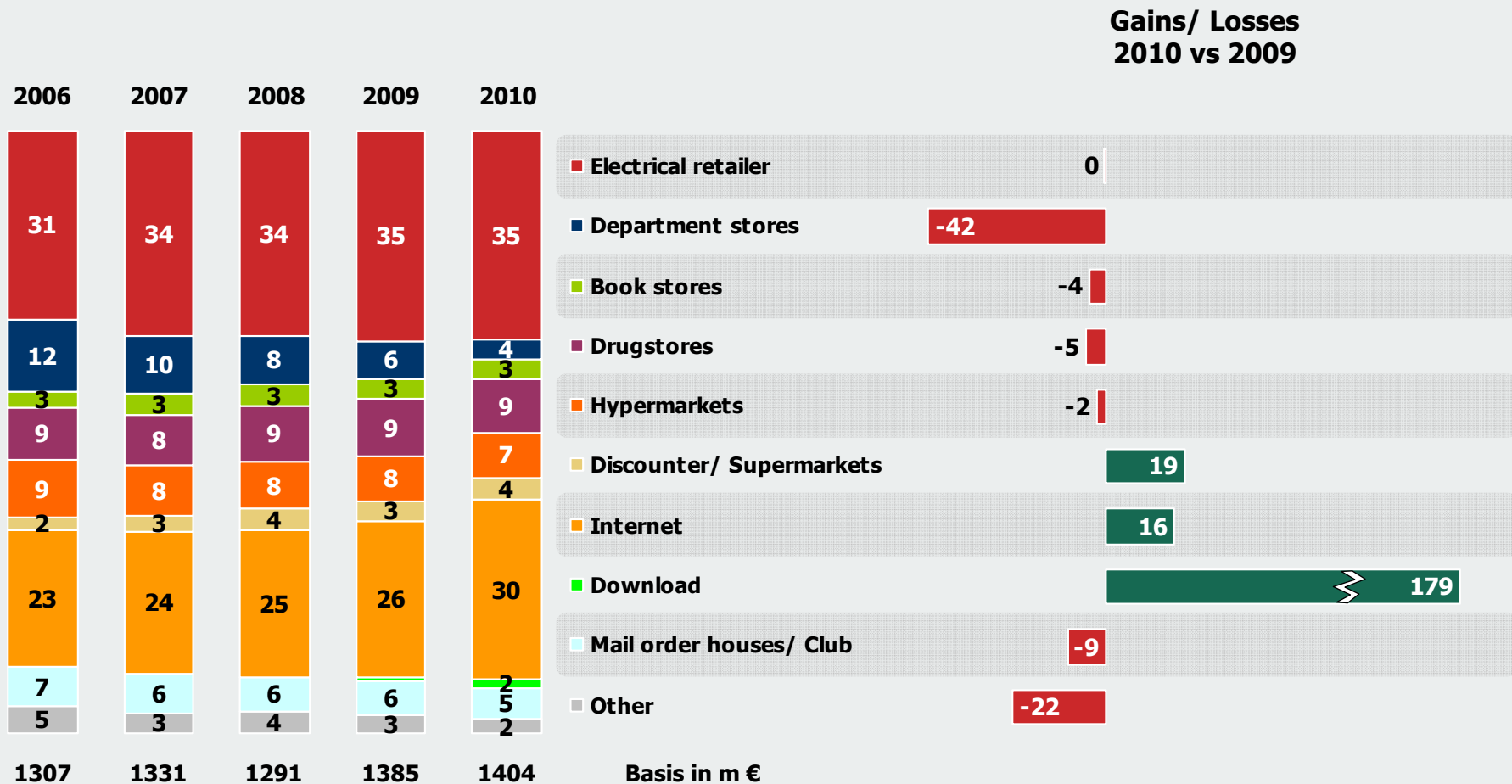
Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (*) (<100) kommen kann. Die Streuung wird in diesen Fällen entsprechend groß, weshalb die zugrunde gelegten Zahlen nur eingeschränkt interpretierbar sind. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.



- 1 **Entwicklung des Entertainment-Bereichs**
- 2 **E-Commerce und Download**
- 3 **Video Hardware**
- 4 **Der Videokaufmarkt**
Einkaufsstätten und Einzelhändler
- 5 **Der Videoleihmarkt**
- 6 **Forecast**

Das Internet (E-Commerce/Download) steht erstmals für ein Drittel der Umsätze. Discounter ebenfalls deutlich im Plus, alle anderen Vertriebsformen weisen stagnierende oder rückläufige Umsätze auf.

30



DVD+VHS+Blu-ray+HD-DVD+EST

All periods: January-December

Value in %

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

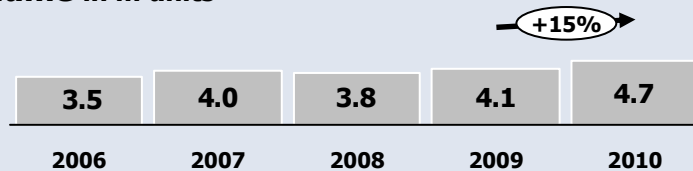
Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (*) (<100) kommen kann. Die Streuung wird in diesen Fällen entsprechend groß, weshalb die zugrunde gelegten Zahlen nur eingeschränkt interpretierbar sind. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

Der Buchhandel verzeichnet mit knapp 5 Mio., Discounter mit knapp 6 Mio. verkauften Filmen neue Rekordwerte, Discounter wachsen um knapp 20%

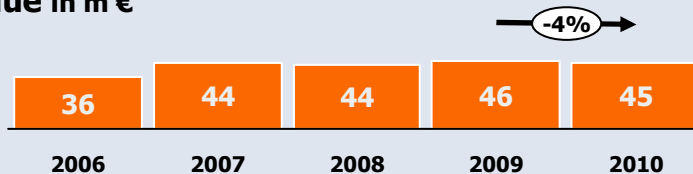
31

Book stores

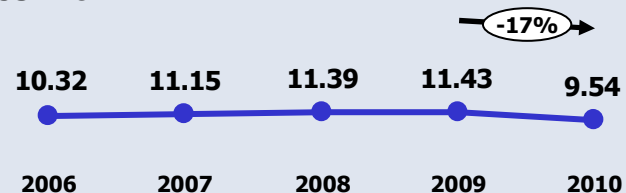
Volume in m units



Value in m €

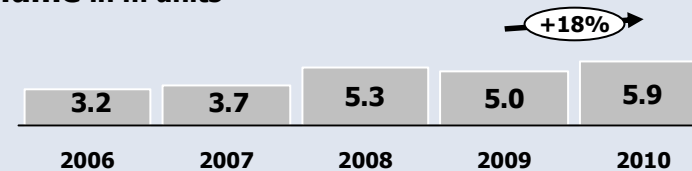


Ø price in €

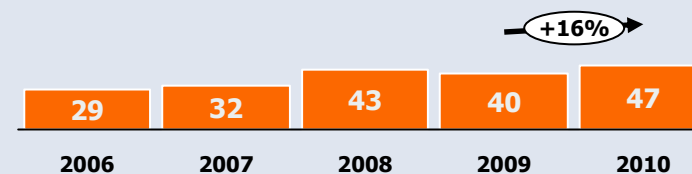


Discounter

Volume in m units



Value in m €



Ø price in €



DVD+VHS+Blu-ray+HD-DVD

All periods: January-December

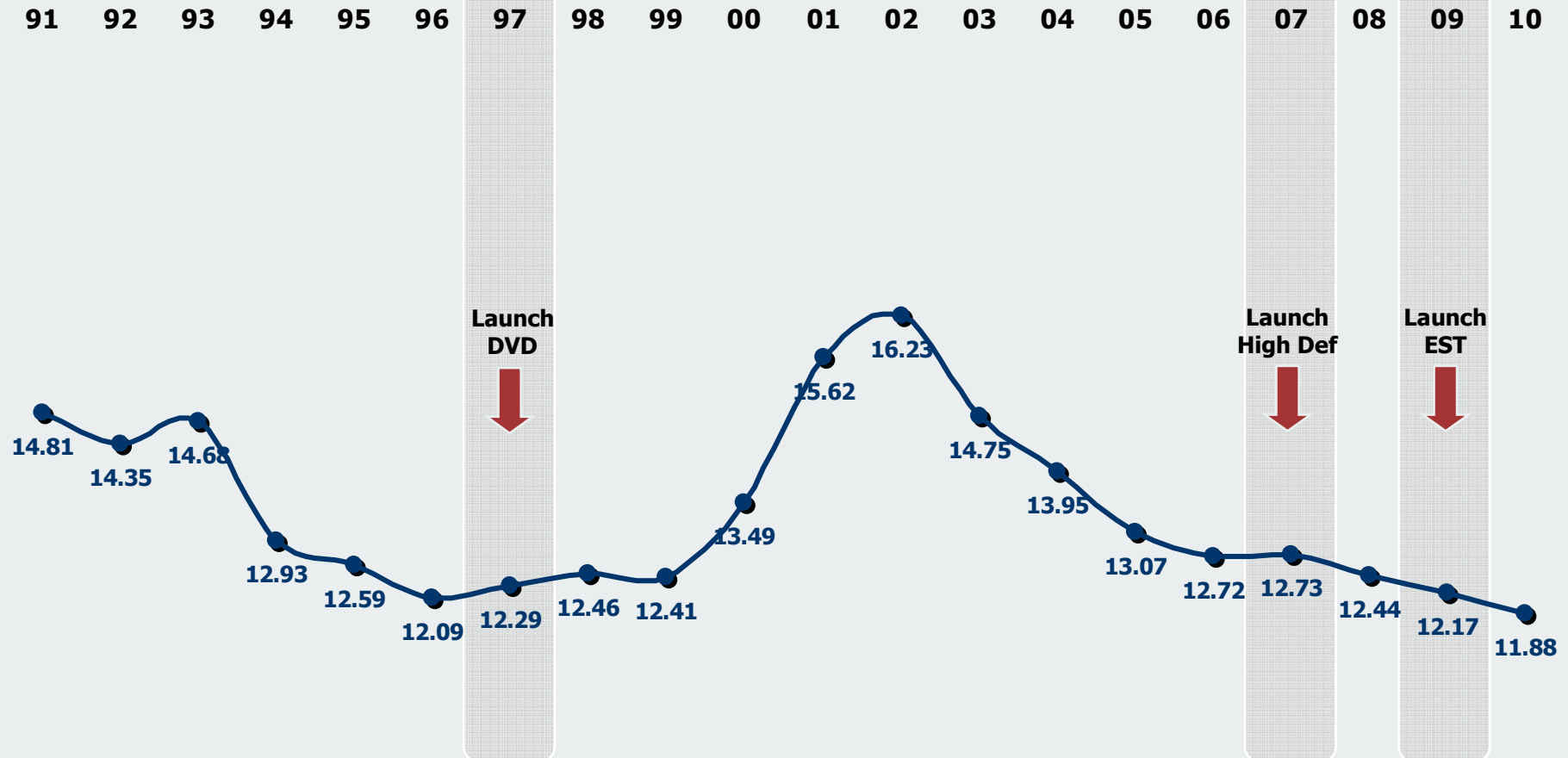
© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverageücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

- 1 **Entwicklung des Entertainment-Bereichs**
- 2 **E-Commerce und Download**
- 3 **Video Hardware**
- 4 **Der Videokaufmarkt
Preise**
- 5 **Der Videoleihmarkt**
- 6 **Forecast**

Durchschnittspreis im Kaufmarkt erstmals unter 12 Euro, der positive Preis-Effekt der DVD bleibt bei Blu-ray aus

33



DVD+VHS+Blu-ray+HD-DVD+EST

All periods: January-December

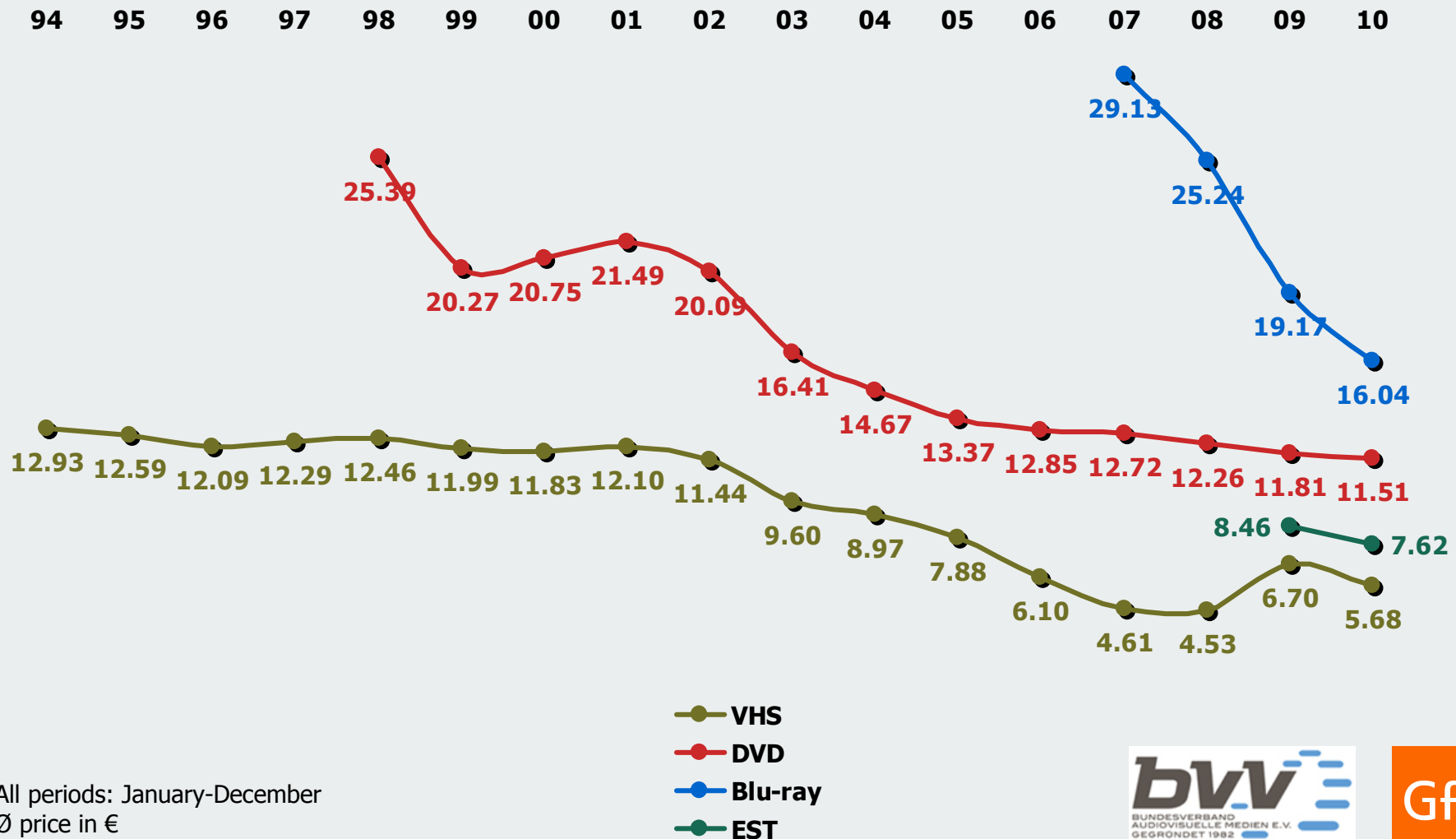
Ø price in €

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverageücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

Preis-Entwicklung im Kaufmarkt: Deutliche Unterschiede in der Preis-Entwicklung zwischen DVD und Blu-ray in den ersten Jahren nach Launch

34



All periods: January-December

Ø price in €

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverageücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

Moderater Preisrückgang bei der DVD, drastischer Preisverfall bei Blu-ray, digitale Produkte bei Neuheiten knapp über, bei Katalog-Produkten deutlich unter den entsprechenden DVD-Preisen

35

		2006	2007	2008	2009	2010	10 vs 09
Total	DVD	12,85	12,72	12,26	11,81	11,52	-2%
	Blu-ray	-	29,13	25,24	19,17	16,04	-16%
	EST	-	-	-	8,46 *	7,62	-10%
Catalog *	DVD	8,55	8,41	8,17	8,00	7,88	-2%
	Blu-ray	-	26,18 *	22,66	16,45	13,41	-18%
	EST	-	-	-	8,75 *	6,29 *	-28%
Made for Cinema New Release **	DVD	14,54	14,02	13,95	12,65	12,10	-4%
	Blu-ray	-	29,36 *	24,03	19,43	16,04	-17%
	EST	-	-	-	12,52 *	12,48 *	0%

* Feature film/ Kids Catalog w/o Boxsets

** Feature film/ Kids Made for Cinema New Release w/o Special Edition (EST = non TV)

All periods: January-December; Ø price in €

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

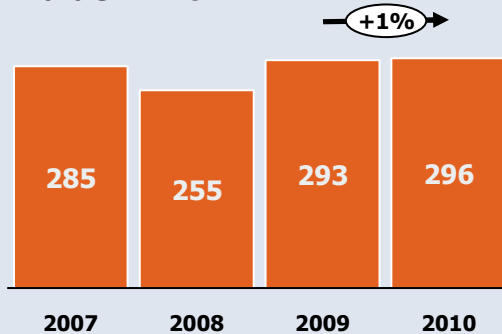
Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (*) (<100) kommen kann. Die Streuung wird in diesen Fällen entsprechend groß, weshalb die zugrunde gelegten Zahlen nur eingeschränkt interpretierbar sind. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

- 1 **Entwicklung des Entertainment-Bereichs**
- 2 **E-Commerce und Download**
- 3 **Video Hardware**
- 4 **Der Videokaufmarkt
Segmente**
- 5 **Der Videoleihmarkt**
- 6 **Forecast**

Umsätze bei Neuheiten und Katalog-Produkten stabil und bei TV-Serien aufgrund deutlich sinkender Preise rückläufig

New Rel. (non TV)

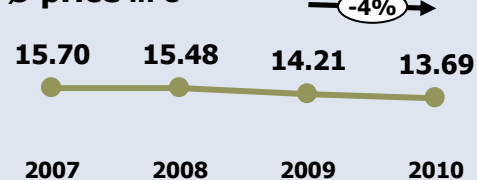
Value in m €



Volume in m units

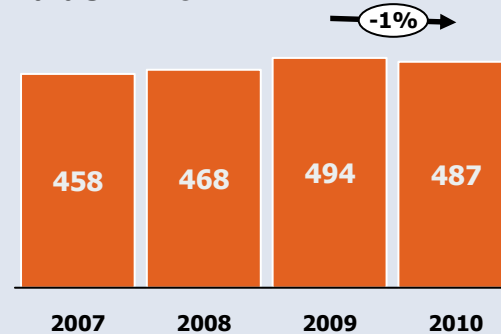
18.2	16.5	20.6	21.6
2007	2008	2009	2010

Ø price in €



Catalog (non TV)

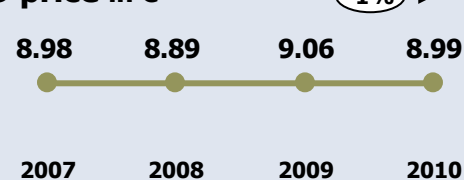
Value in m €



Volume in m units

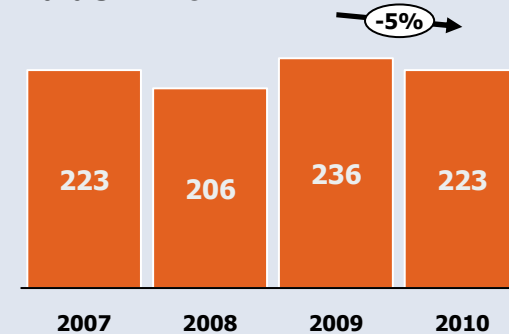
51.0	52.7	54.6	54.2
2007	2008	2009	2010

Ø price in €



TV series

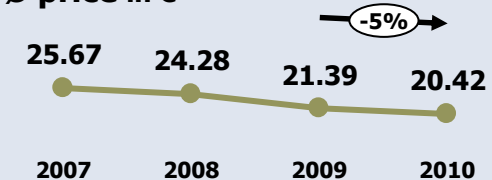
Value in m €



Volume in m units

8.7	8.5	11.0	10.9
2007	2008	2009	2010

Ø price in €



DVD+Blu-ray+HD-DVD Feature film/ Kids

All periods: January-December

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

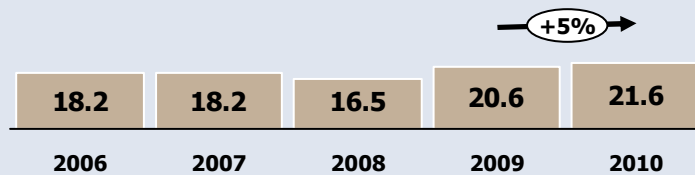
Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (*) (<100) kommen kann. Die Streuung wird in diesen Fällen entsprechend groß, weshalb die zugrunde gelegten Zahlen nur eingeschränkt interpretierbar sind. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverage-lücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

Durch stagnierende Käuferzahl und sinkende Preise ist trotz 1 Mio. mehr verkaufter Produkte bei Neuheiten nur ein leichter Umsatzzuwachs zu verzeichnen

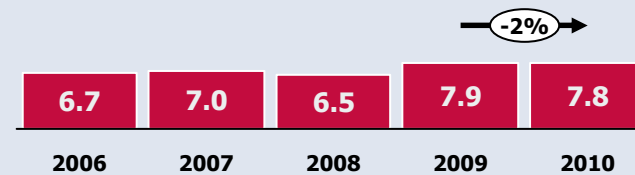
38

New Rel. (non TV)

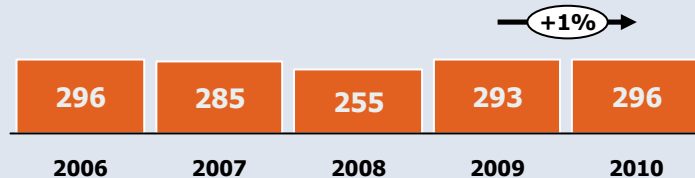
Volume in m units



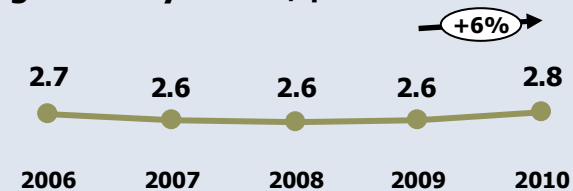
Buyer in m persons



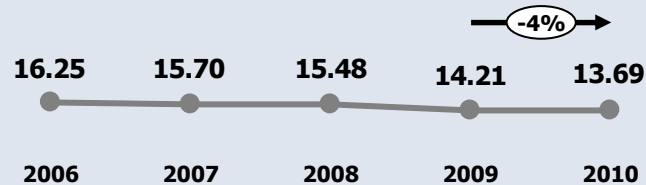
Value in m €



Ø buying intensity in units/ person



Ø price in €



Ø spending in €/ person



DVD+Blu-ray+HD-DVD Feature film/ Kids New Release (non TV)

All periods: January-December

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

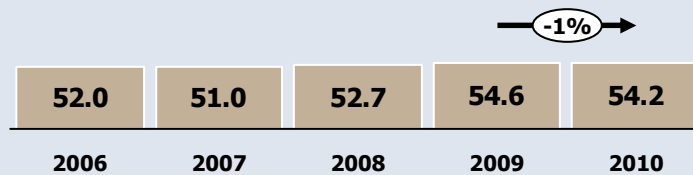
Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (*) (<100) kommen kann. Die Streuung wird in diesen Fällen entsprechend groß, weshalb die zugrunde gelegten Zahlen nur eingeschränkt interpretierbar sind. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

Durch sinkende Käuferzahlen leicht fallende Katalog Um- und Absätze

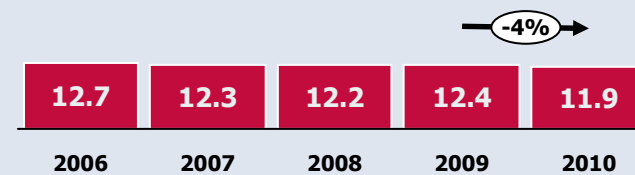
39

Catalog (non TV)

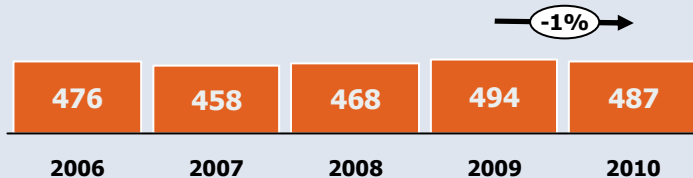
Volume in m units



Buyer in m persons



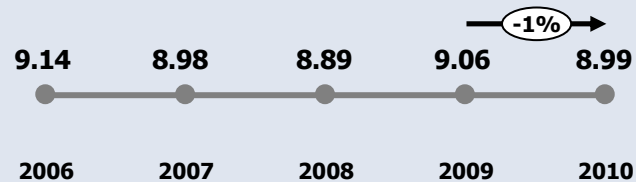
Value in m €



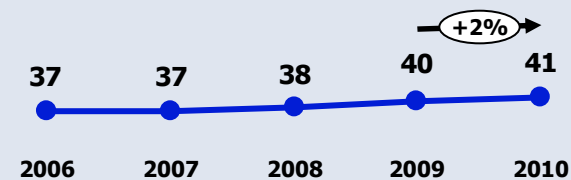
Ø buying intensity in units/ person



Ø price in €



Ø spending in €/ person



DVD+Blu-ray+HD-DVD Feature film/ Kids Catalog (non TV)

All periods: January-December

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

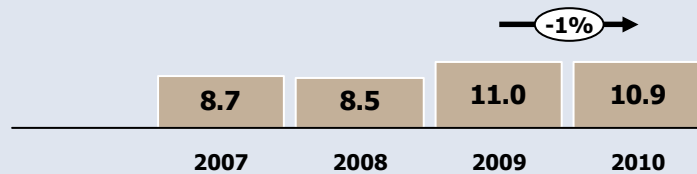
Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (*) (<100) kommen kann. Die Streuung wird in diesen Fällen entsprechend groß, weshalb die zugrunde gelegten Zahlen nur eingeschränkt interpretierbar sind. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

Umsatzseitig befinden sich TV-Serien auf dem Niveau von 2007 trotz 2,2 Mio. mehr verkaufter Units

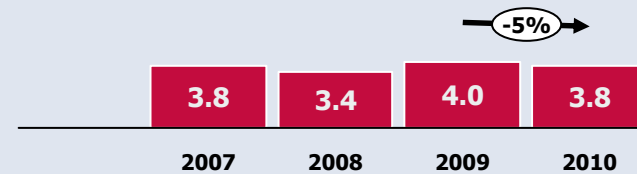
TV series

40

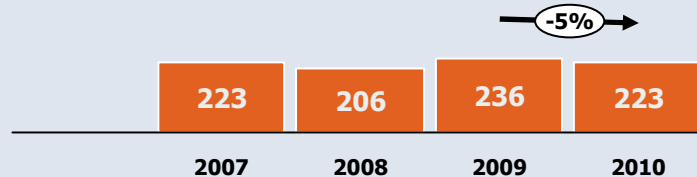
Volume in m units



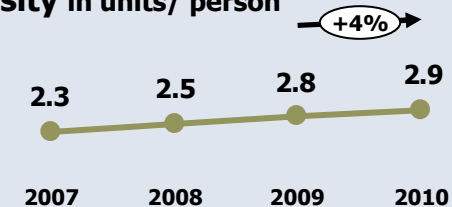
Buyer in m persons



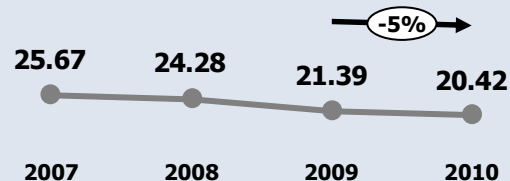
Value in m €



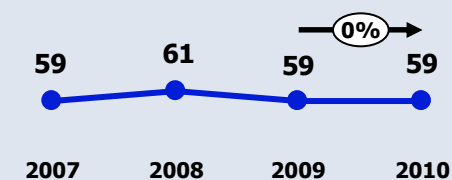
Ø buying intensity in units/ person



Ø price in €



Ø spending in €/ person



DVD+Blu-ray+HD-DVD Feature film/ Kids TV series

All periods: January-December

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

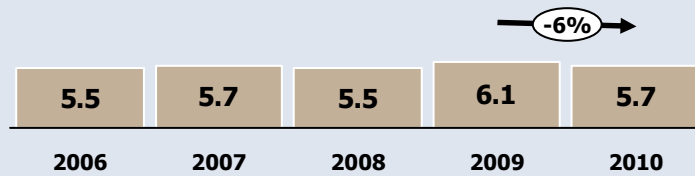
Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (*) (<100) kommen kann. Die Streuung wird in diesen Fällen entsprechend groß, weshalb die zugrunde gelegten Zahlen nur eingeschränkt interpretierbar sind. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

Special Interest Markt sinkt auf das Niveau von 2007

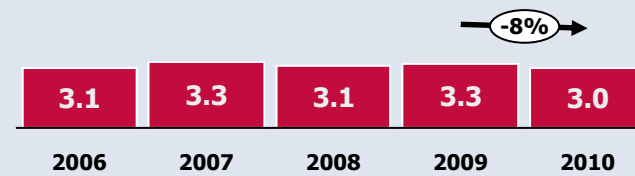
41

Special Interest

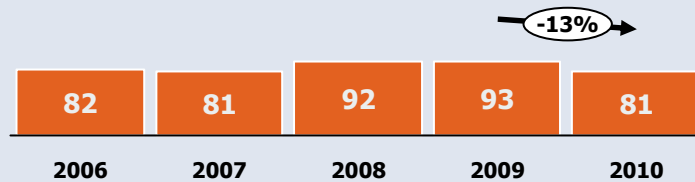
Volume in m units



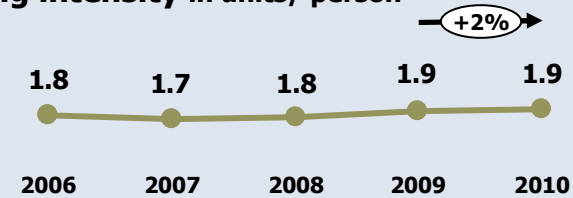
Buyer in m persons



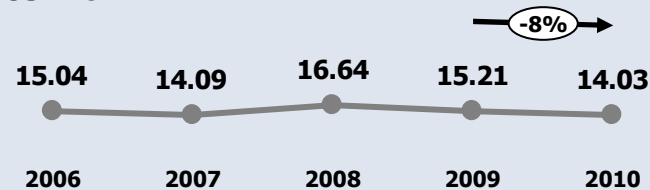
Value in m €



Ø buying intensity in units/ person



Ø price in €



Ø spending in €/ person



DVD+VHS+Blu-ray+HD-DVD Special Interest

All periods: January-December

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

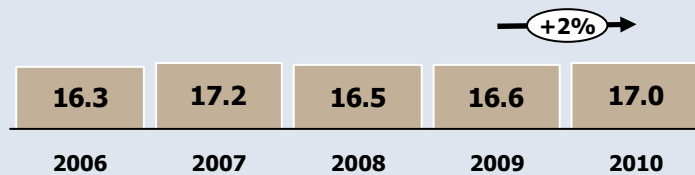
Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Die Streuung wird in diesen Fällen entsprechend groß, weshalb die zugrunde gelegten Zahlen nur eingeschränkt interpretierbar sind. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverageücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

Rekordjahr für den Kindervideomarkt: Trotz sinkender Käuferzahlen können durch Intensivierung und höhere Preise Umsatz- und Absatzzuwächse verzeichnet werden

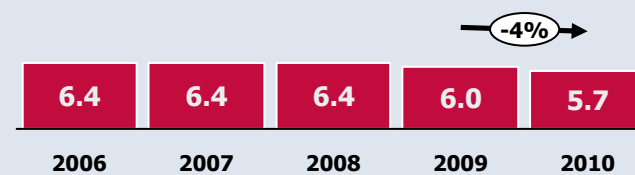
42

Kids

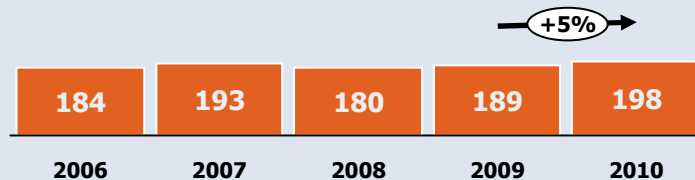
Volume in m units



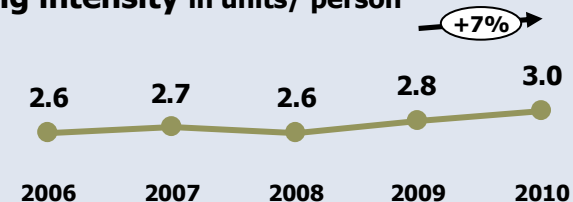
Buyer in m persons



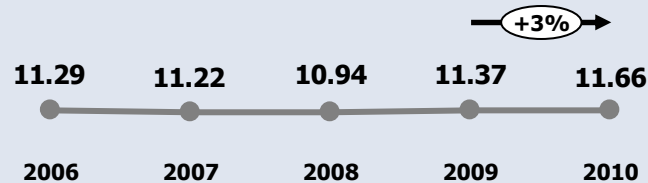
Value in m €



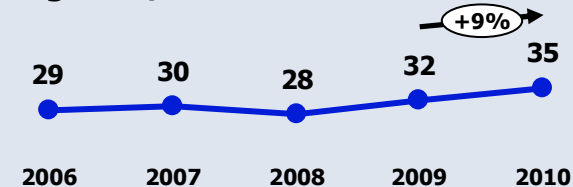
Ø buying intensity in units/ person



Ø price in €



Ø spending in €/ person



DVD+VHS+Blu-ray+HD-DVD Kids

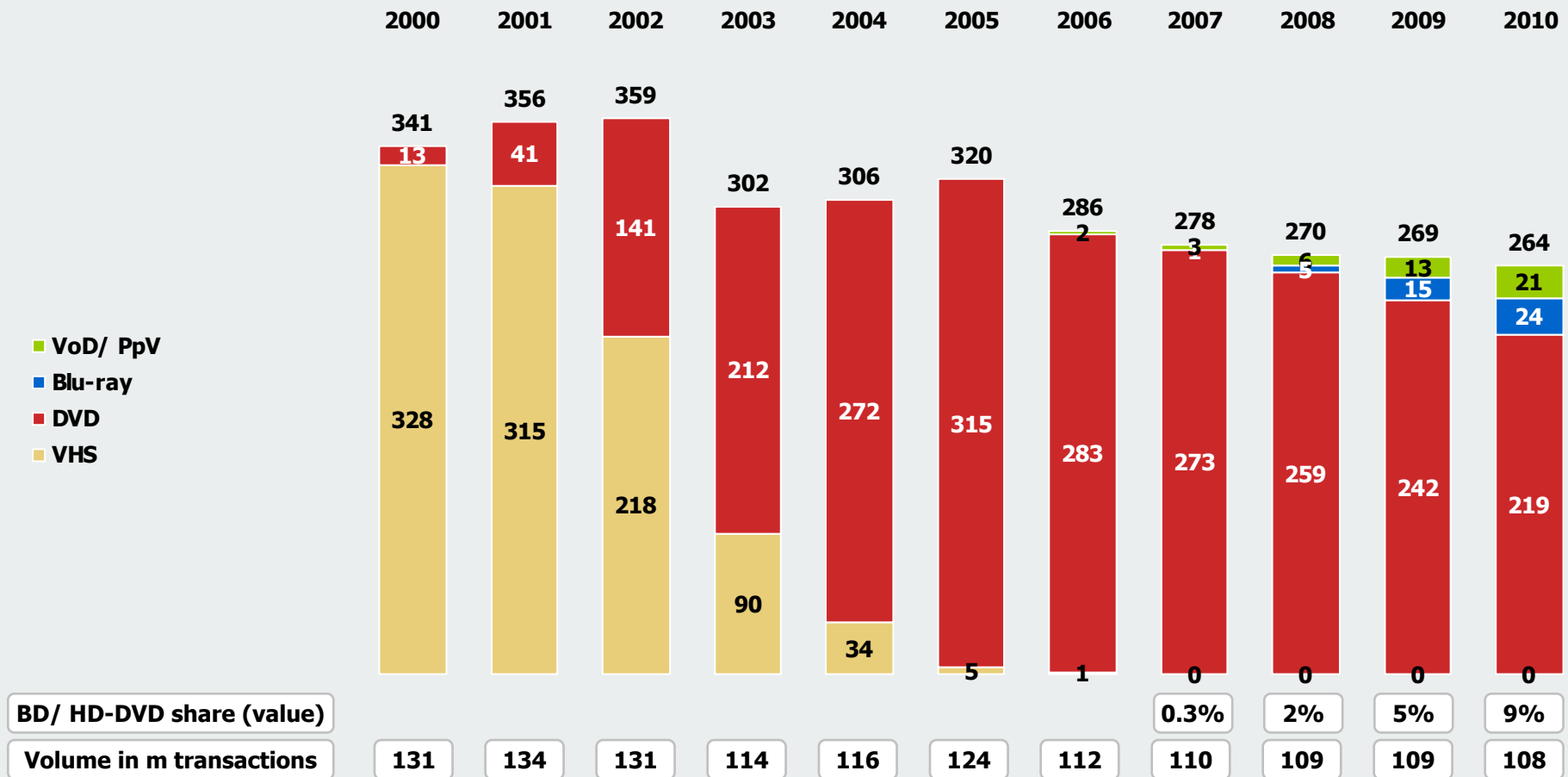
All periods: January-December

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverageücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

- 1 **Entwicklung des Entertainment-Bereichs**
- 2 **E-Commerce und Download**
- 3 **Video Hardware**
- 4 **Der Videokaufmarkt**
- 5 **Der Videoleihmarkt**
- 6 **Forecast**

Der Rückgang im Leihmarkt hält an – trotz wachsender Umsätze durch die neuen Formate Blu-ray und VoD/PpV können die Rückgänge im DVD-Verleih nicht gänzlich kompensiert werden



All periods: January-December

Value in m €

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverage-lücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.



Der Rückgang im Leihmarkt hält an – trotz wachsender Umsätze durch die neuen Formate Blu-ray und VoD/PpV können die Rückgänge im DVD-Verleih nicht gänzlich kompensiert werden

45

		2009	2010	10 vs 09
TOTAL	Volume in m transactions	109.0	107.8	-1%
	Value in m €	269	264	-2%
	Ø rental fee in €	2.47	2.45	-1%
DVD/ VHS	Volume in m transactions	99.6	92.0	-8%
	Value in m €	242	219	-9%
	Ø rental fee in €	2.43	2.38	-2%
Blu-ray/ HD-DVD	Volume in m transactions	5.6	9.7	74%
	Value in m €	15	24	61%
	Ø rental fee in €	2.61	2.42	-7%
VoD/ PpV	Volume in m transactions	3.8	6.1	59%
	Value in m €	13	21	61%
	Ø rental fee in €	3.42	3.50	2%

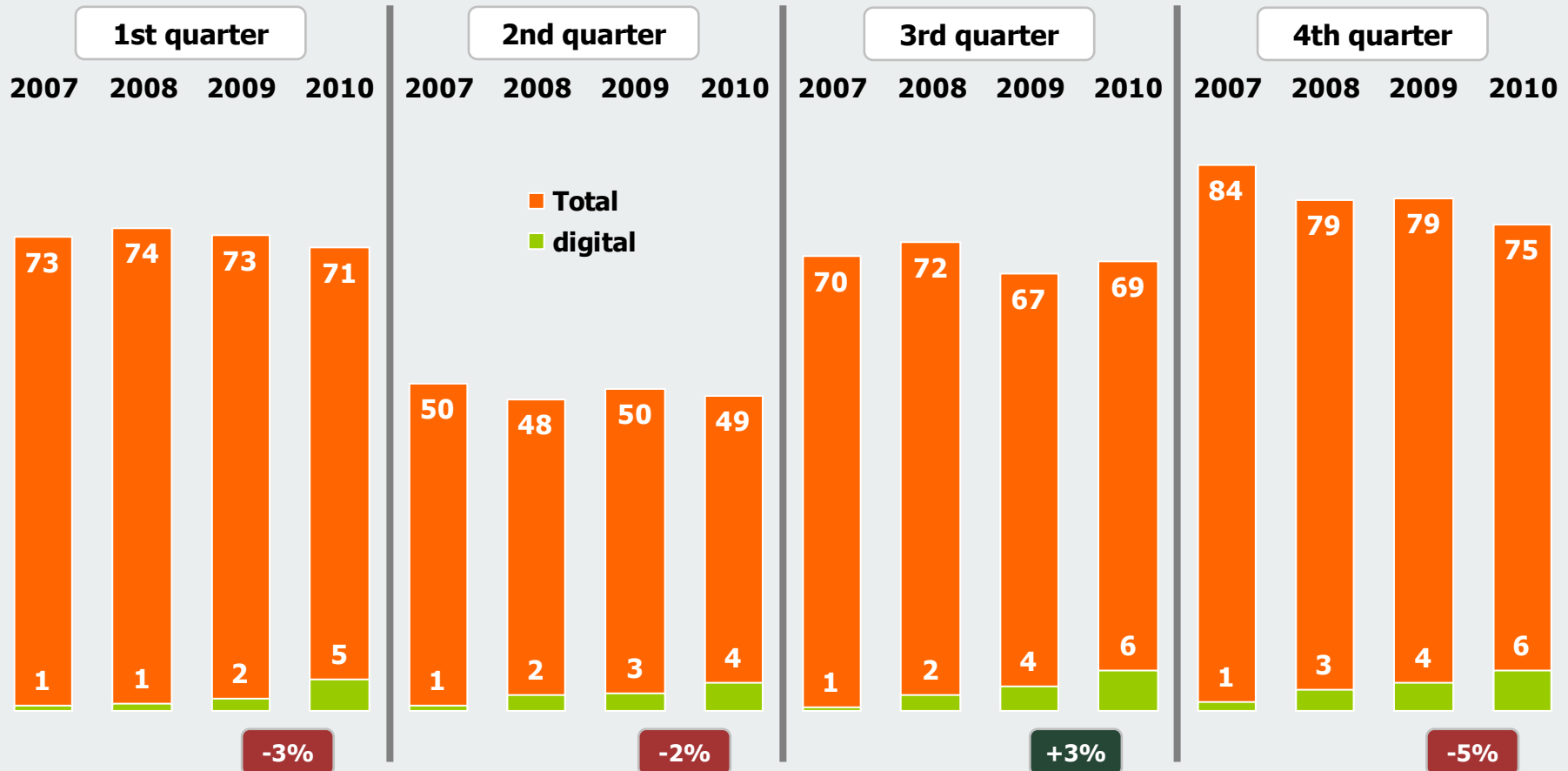
DVD+VHS+Blu-ray+HD-DVD+VoD+PpV w/o subscriptions

All periods: January-December

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

Saisonverlauf: Bis auf das dritte Quartal lag der Markt ganzjährig unter dem Vorjahresniveau – im Vergleich zum Vorjahr steigende digitale Umsätze verhindern ein stärkeres Minus im Jahresergebnis



Year 2010 vs 2009

-2%

DVD+VHS+Blu-ray+HD-DVD+VoD+PpV w/o subscriptions

Value in m €

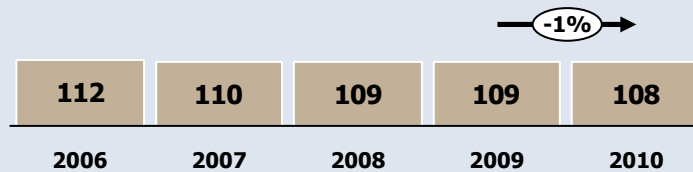
© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverage-lücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

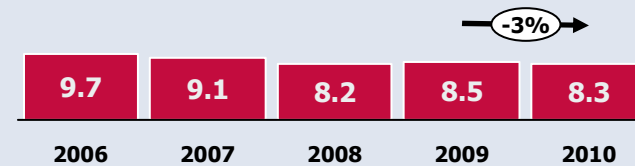


Leicht sinkende Käuferzahlen und Preise verursachen trotz Intensivierung die Rückgänge im Videoleihmarkt

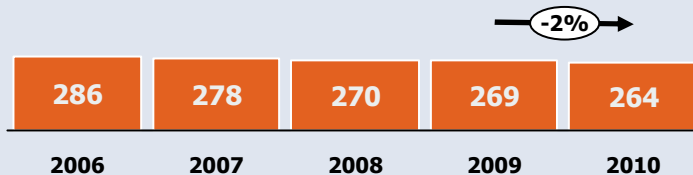
Volume in m transactions



Renter in m persons



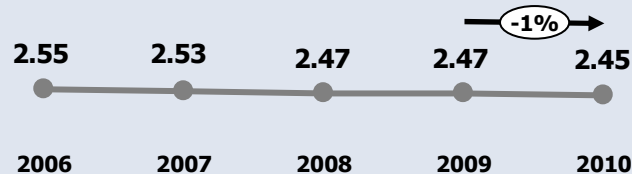
Value in m €



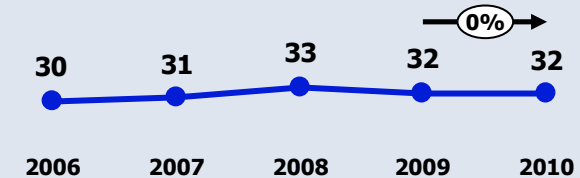
Ø renting intensity in transactions/ person



Ø rental fee in €



Ø spending in €/ person



DVD+VHS+Blu-ray+HD-DVD+VoD+PpV w/o subscriptions

All periods: January-December

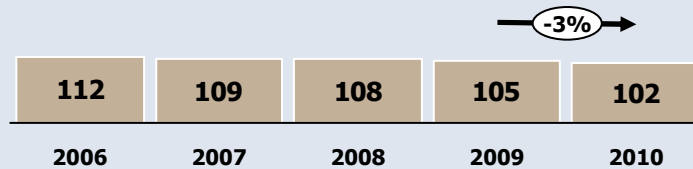
© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

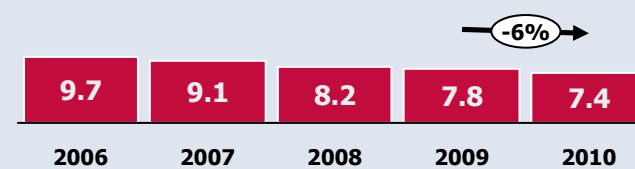
Der physische Leihmarkt: Die Anzahl der Konsumenten, die physische Produkte ausleihen geht kontinuierlich zurück

48

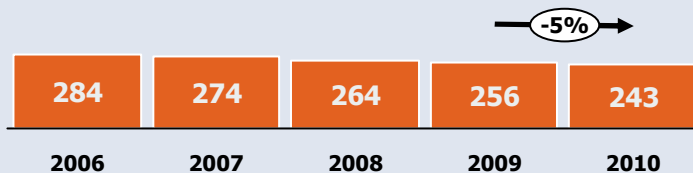
Volume in m transactions



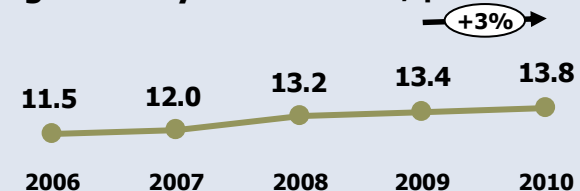
Renter in m persons



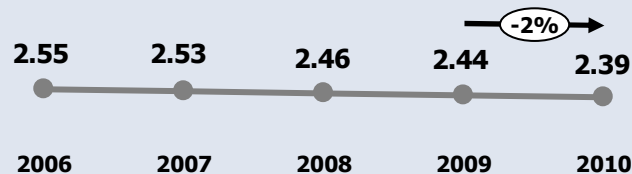
Value in m €



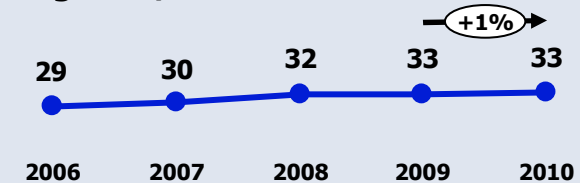
Ø renting intensity in transactions/ person



Ø rental fee in €



Ø spending in €/ person



DVD+VHS+Blu-ray+HD-DVD

All periods: January-December

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

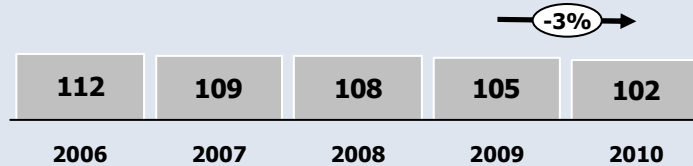
Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (*) (<100) kommen kann. Die Streuung wird in diesen Fällen entsprechend groß, weshalb die zugrunde gelegten Zahlen nur eingeschränkt interpretierbar sind. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverageücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

Die Rückgänge bei den physischen Formaten können vom digitalen Verleih, der hohe Zuwachsraten aufweist, gebremst, aber (noch) nicht kompensiert werden

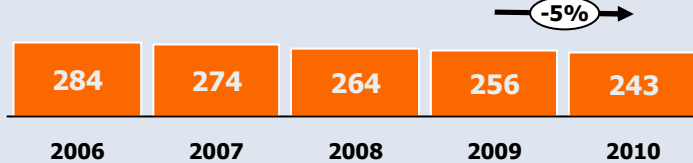
49

Physical (DVD, VHS, Blu-ray, HD-DVD)

Volume in m transactions



Value in m €

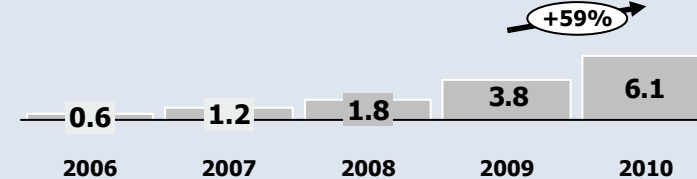


Ø rental fee in €

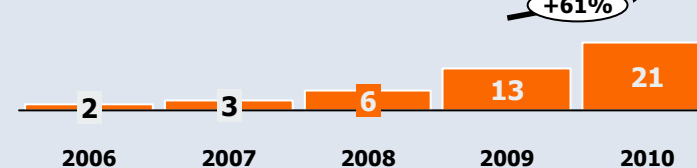


Digital (VoD, PpV)

Volume in m transactions



Value in m €



Ø rental fee in €



DVD+VHS+Blu-ray+HD-DVD+VoD+PpV w/o subscriptions

All periods: January-December

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

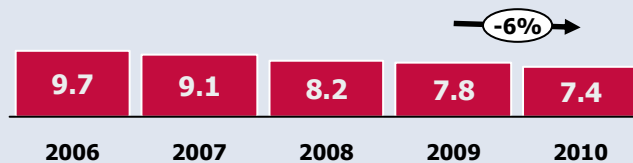
Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (*) (<100) kommen kann. Die Streuung wird in diesen Fällen entsprechend groß, weshalb die zugrunde gelegten Zahlen nur eingeschränkt interpretierbar sind. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

400 TSD verlorenen Konsumenten im physischen Bereich stehen Gewinne in gleicher Höhe im digitalen Verleih gegenüber. Digital wird weiterhin eher sporadisch geliehen, die Intensität im physischen Bereich steigt weiter an

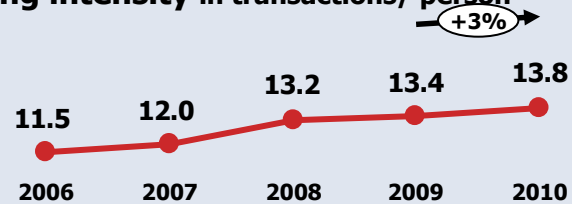
50

Physical (DVD, VHS, Blu-ray, HD-DVD)

Renter in m persons



Ø renting intensity in transactions/ person



Ø spending in €/ person

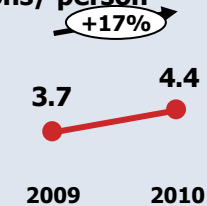


Digital (VoD, PpV)

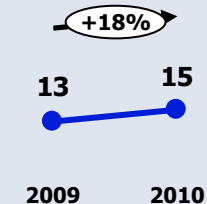
Renter in m persons



Ø renting intensity in transactions/ person



Ø spending in €/ person



DVD+VHS+Blu-ray+HD-DVD+VoD+PpV w/o subscriptions

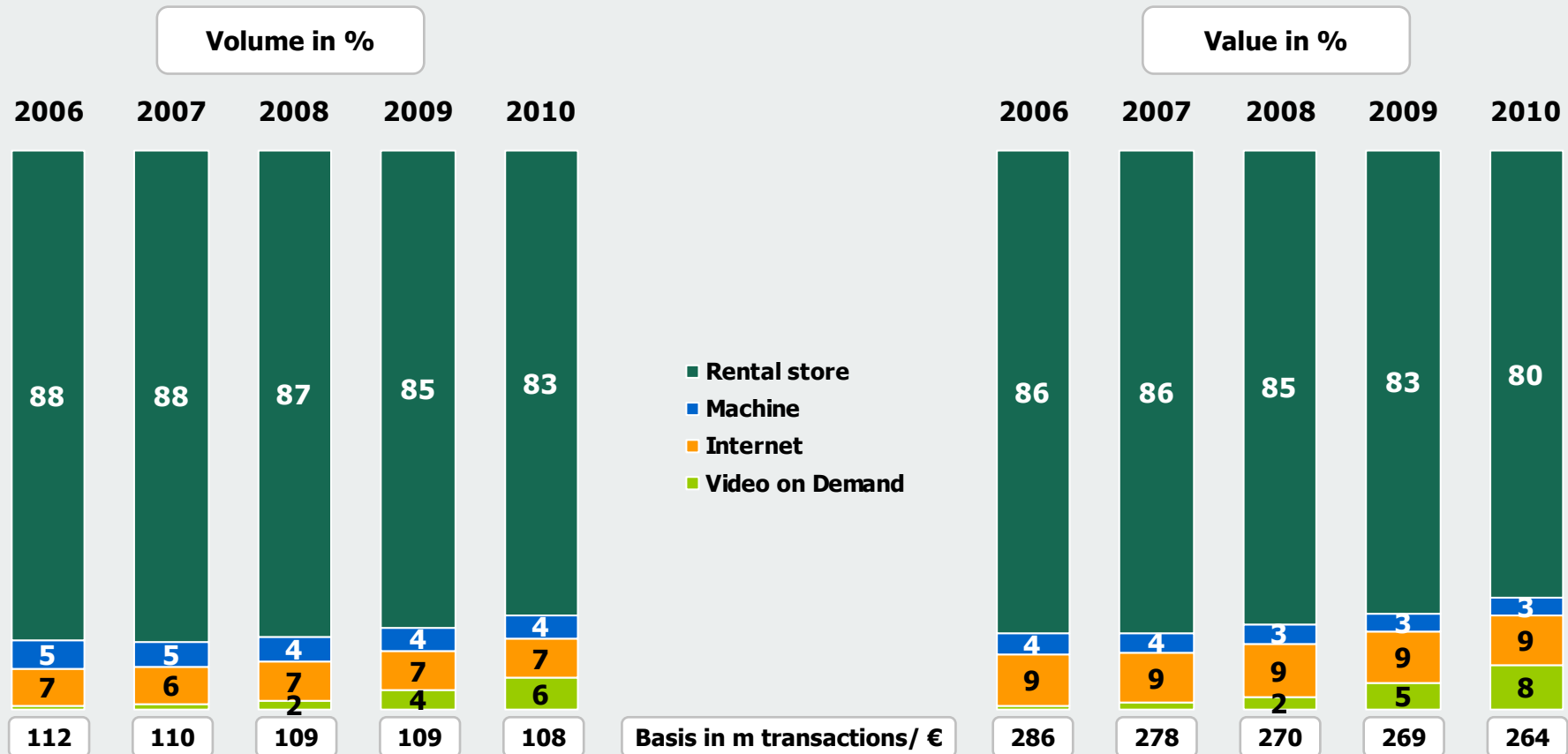
All periods: January-December

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverageücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

Videotheken dominieren weiterhin den Markt, nehmen in Ihrer Umsatzbedeutung aber weiter ab. Online-Verleih und VoD/PpV stehen mittlerweile für knapp 20% des Verleihumsatzes

51



DVD+VHS+Blu-ray+HD-DVD+VoD+PpV w/o subscriptions

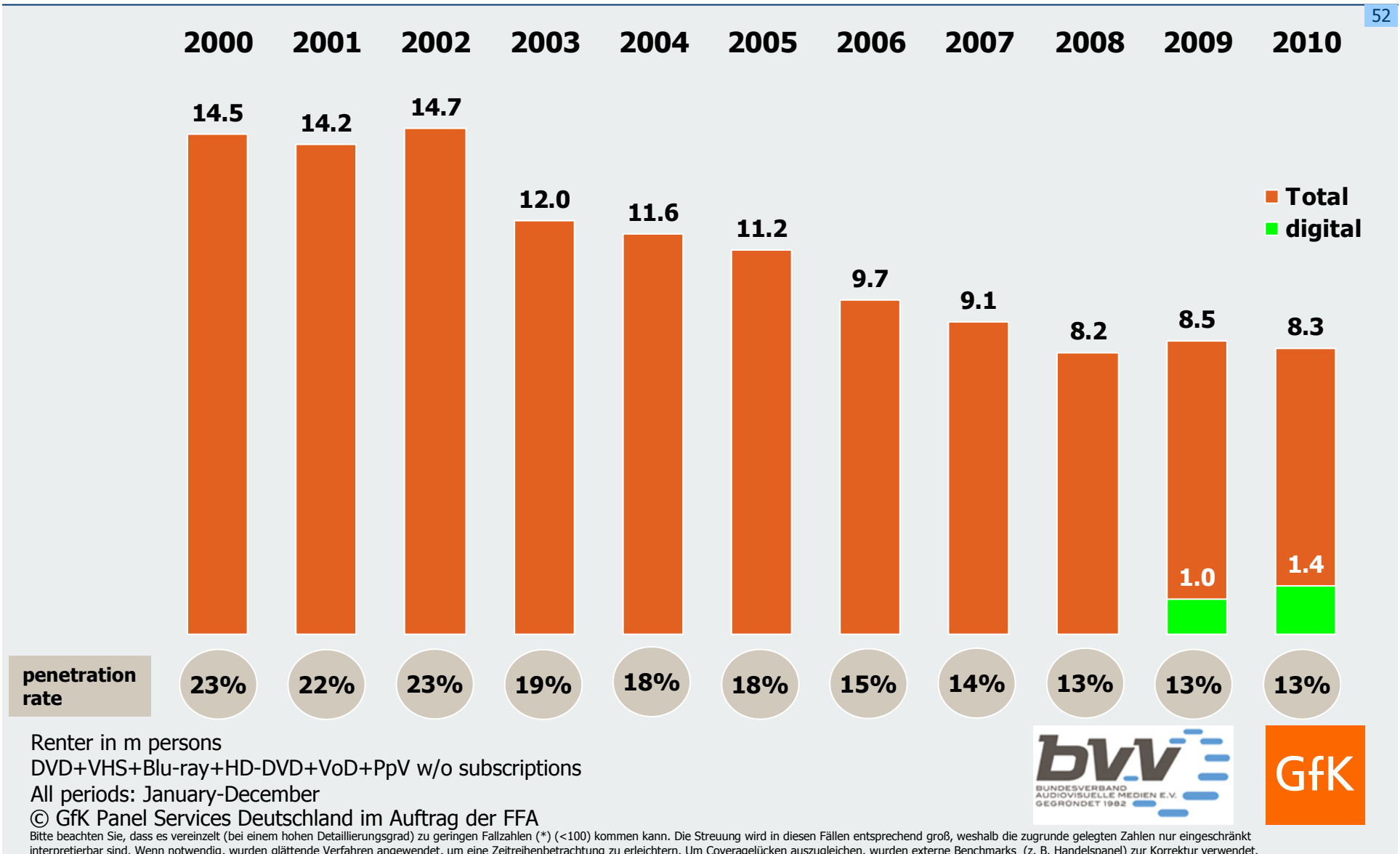
All periods: January-December

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

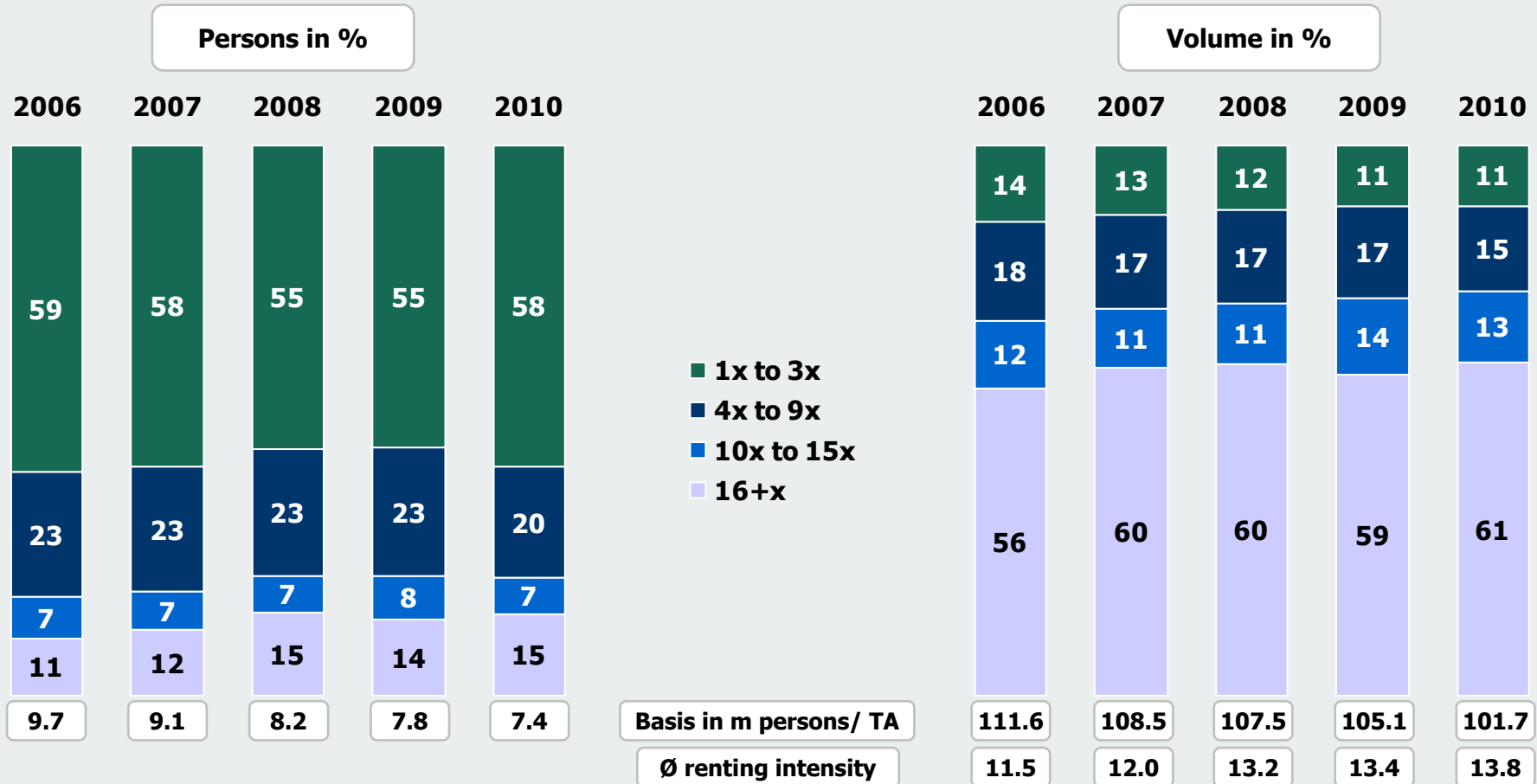
Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (*) (<100) kommen kann. Die Streuung wird in diesen Fällen entsprechend groß, weshalb die zugrunde gelegten Zahlen nur eingeschränkt interpretierbar sind. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

Die Zahl der Konsumenten, die Filme physisch ausleihen, hat sich seit dem Jahr 2000 halbiert. Der Zuwachs im digitalen Bereich sorgt in Summe seit 2009 für eine stabile Käuferreichweite.

52



Die Leihintensität steigt 2010 fast um einen halben Leihakt



DVD+VHS+Blu-ray+HD-DVD

Persons in %

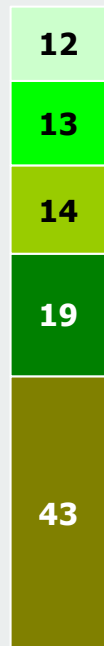
© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

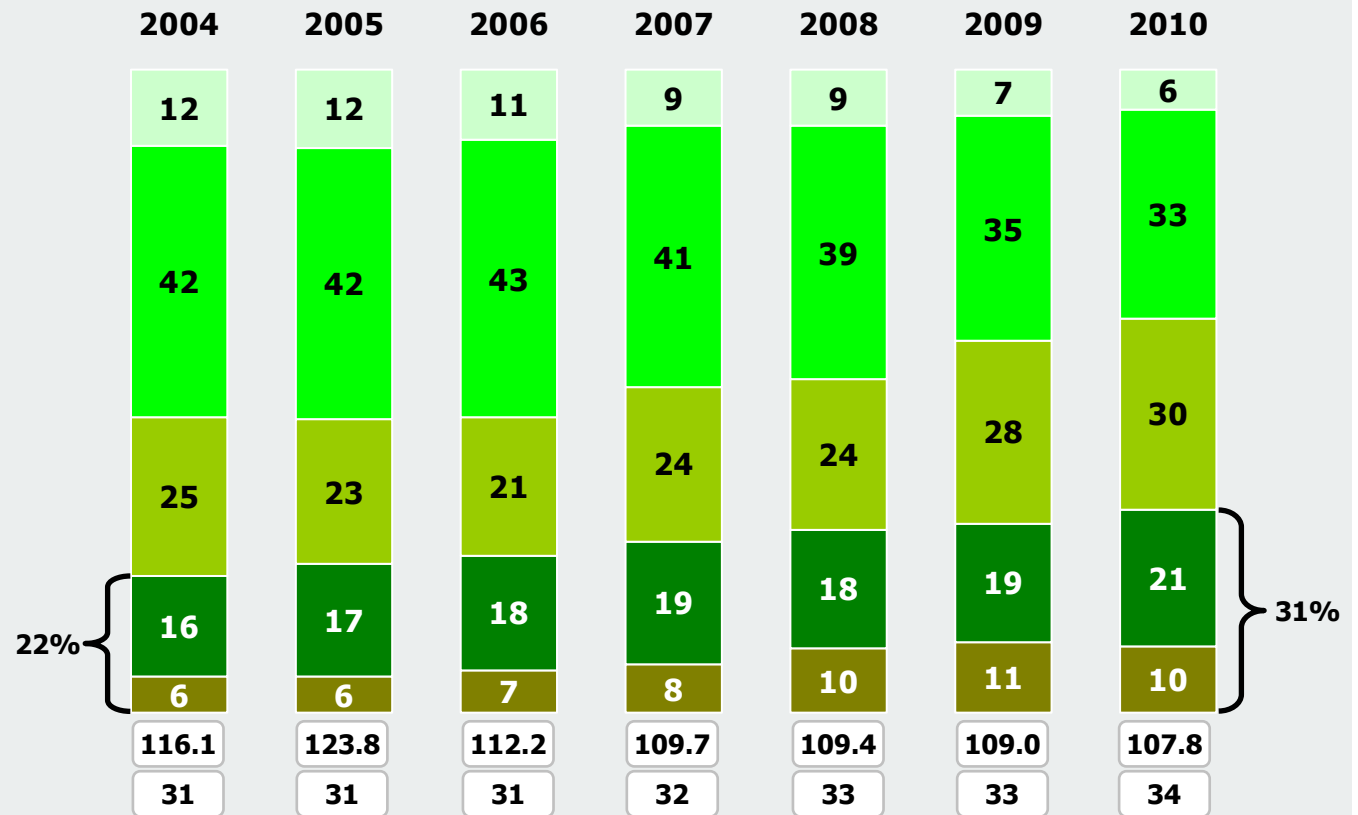


Der Leihmarkt altert weiter, der Anteil der unter 30-Jährigen sinkt seit 2004 auf 69%.

German popul. 2010



- 10 to 19 years
- 20 to 29 years
- 30 to 39 years
- 40 to 49 years
- 50+ years



Basis in m transactions

Ø age

DVD+VHS+Blu-ray+HD-DVD+VoD+PpV w/o subscriptions

All periods: January-December

Volume in %

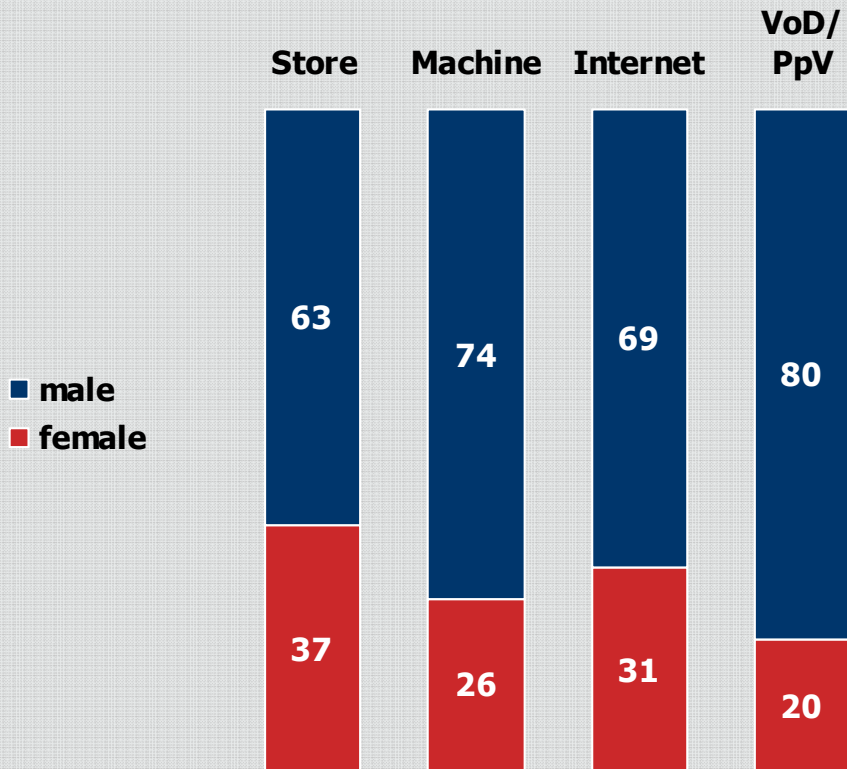
© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverage-lücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.

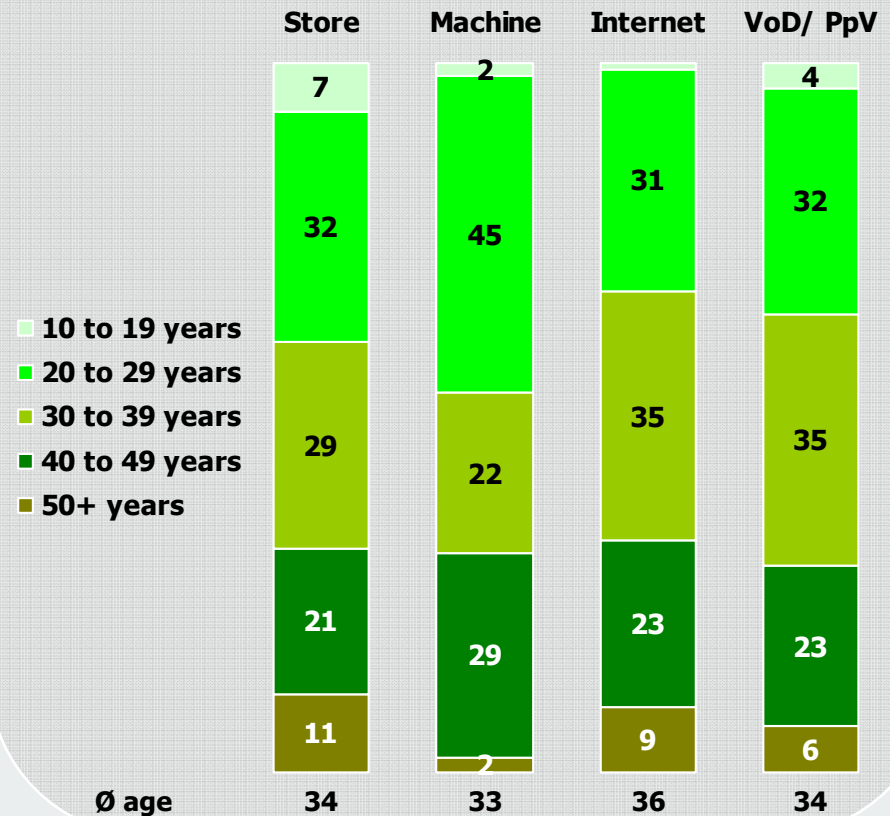


Höchster Frauenanteil in Videotheken. Technisch geprägte Leihmöglichkeiten sind deutlich männlich geprägt. Die jüngste Zielgruppe ist mit einem Durchschnittsalter von 33 Jahren beim Automaten zu finden.

Gender of renter



Age of renter



DVD+VHS+Blu-ray+HD-DVD+VoD+PpV w/o subscriptions

Period: January-December 2010

Volume in %

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

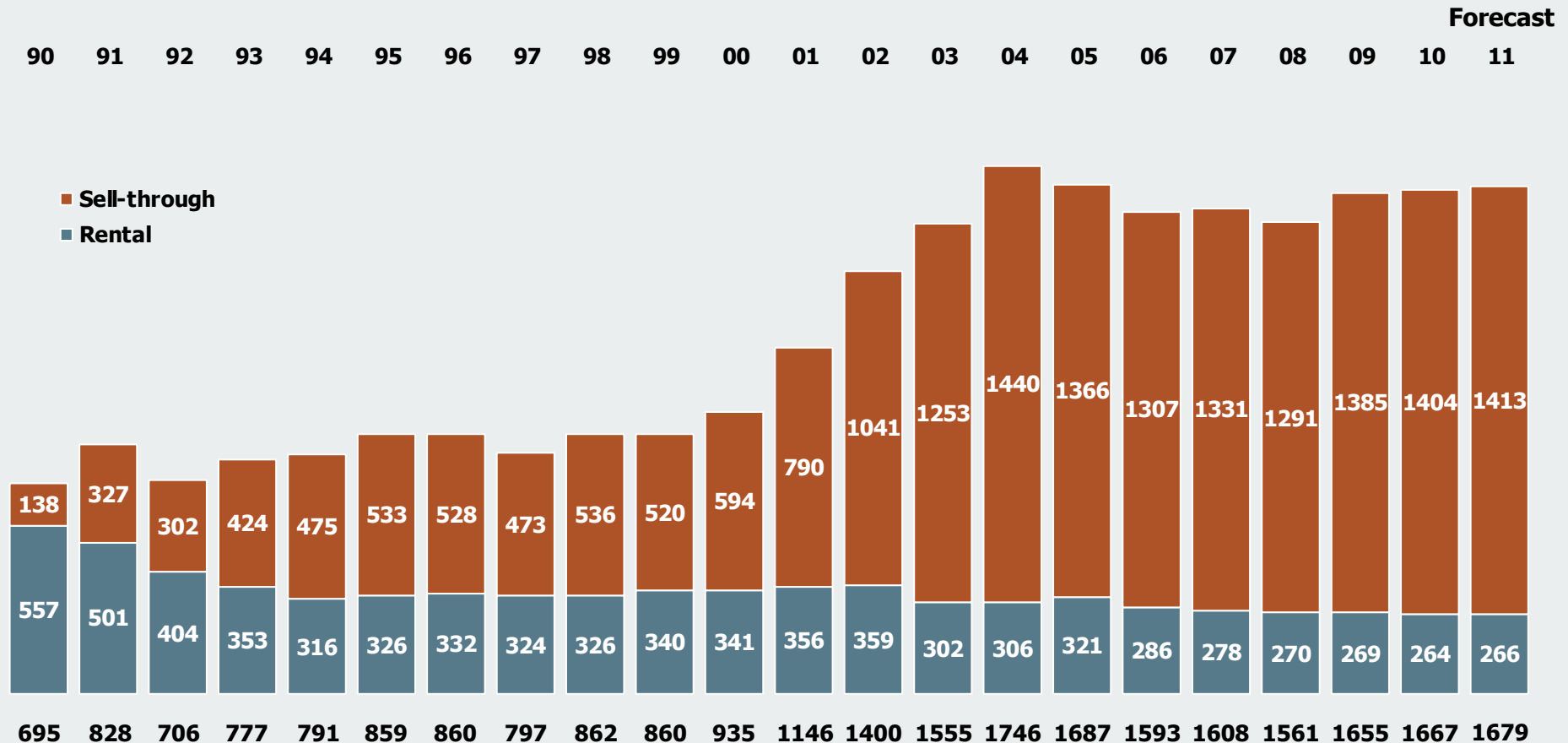
Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Die Streuung wird in diesen Fällen entsprechend groß, weshalb die zugrunde gelegten Zahlen nur eingeschränkt interpretierbar sind. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Covergelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.



- 1 **Entwicklung des Entertainment-Bereichs**
- 2 **E-Commerce und Download**
- 3 **Video Hardware**
- 4 **Der Videokaufmarkt**
- 5 **Der Videoleihmarkt**
- 6 **Forecast**

Prognose Home Video: Wachsender Kaufmarkt, sich stabilisierender Verleihmarkt

57



DVD+VHS+Blu-ray+HD-DVD+EST+VoD+PpV w/o subscriptions

All periods: January-December

Value in m €

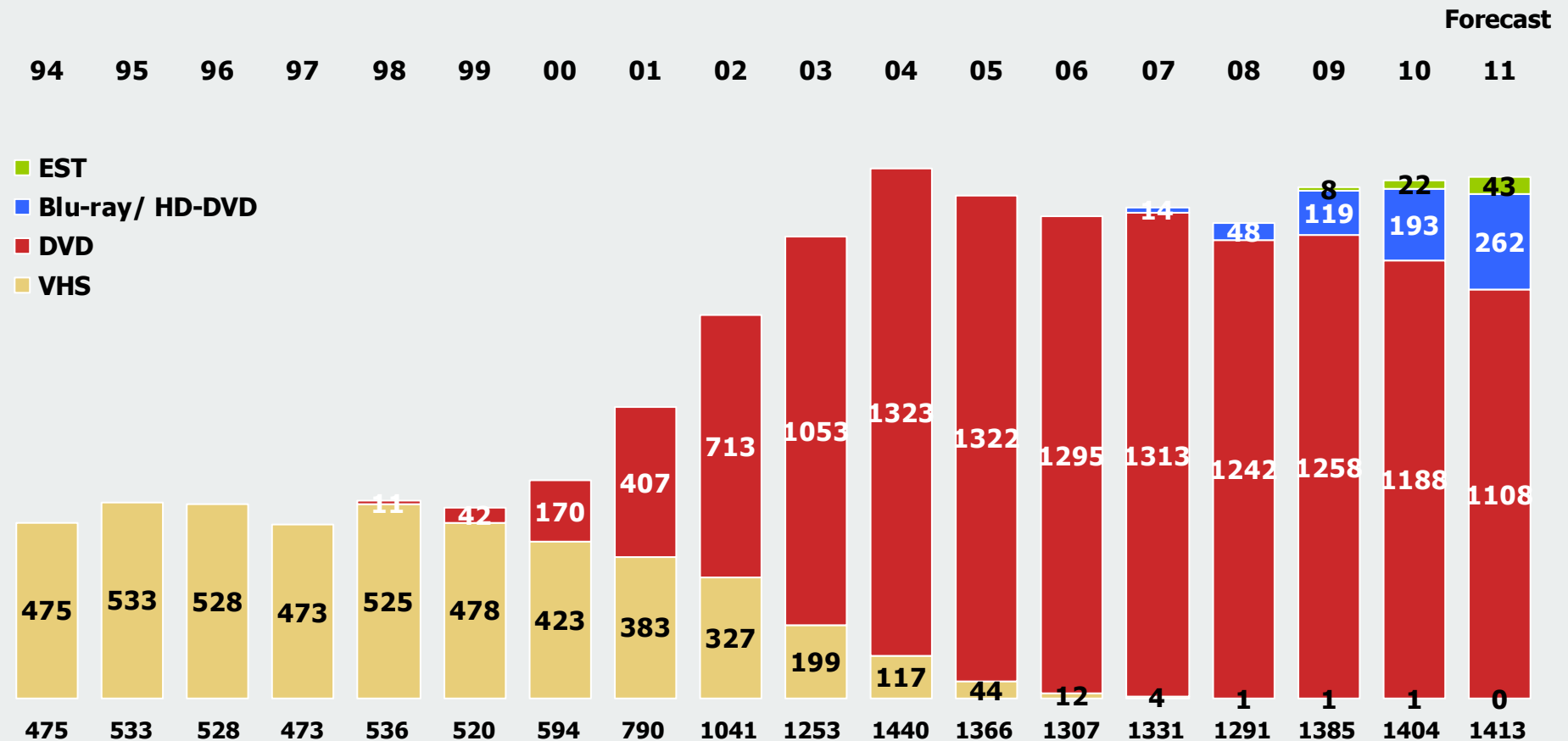
© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverage-lücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.



Prognose Kaufmarkt: Blu-ray und Downloads (EST) als Wachstumstreiber

58



DVD+VHS+Blu-ray+HD-DVD+EST

All periods: January-December

Value in m €

© GfK Panel Services Deutschland im Auftrag der FFA

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. Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern. Um Coverage-lücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspanel) zur Korrektur verwendet.