

Der Home Video Markt im Jahr 2016



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. Handelspanelraten, exFactory-Zahlen, etc.) zur Korrektur verwendet.

Befragungsinhalt		Erfassung aller Einkäufe (Neuprodukte) / Leihvorgänge von Videos (alle Formate inkl. digital (nur kostenpflichtige Modelle), von deutschen Privatpersonen ab 10 Jahren.
Befragungsmethode		Schriftlich (ca. 80% Online, ca. 20% Paper & Pencil) in Form eines Tagebuchs, das von den Panelteilnehmern selbst kontinuierlich geführt wird.
Hochrechnung		Die Ergebnisse werden auf die Grundgesamtheit (Stand Januar 2017: 67,7 Mio.) der deutschen Bevölkerung ab 10 Jahre hochgerechnet
Stichprobe		Kontinuierliches Panel von 25.000 deutschen Einzelpersonen ab 10 Jahren (brutto, Stand Januar 2017).

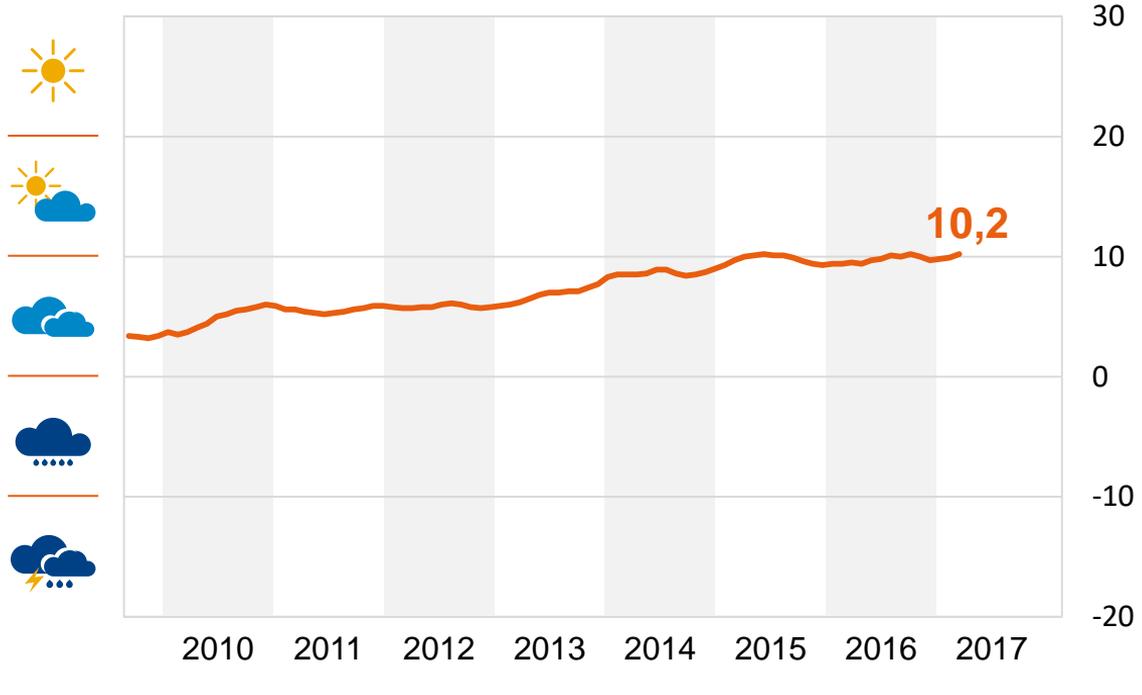
Konsumklima und Verbrauchernachfrage

Konsumklima Januar 2017 – Positiver Trend setzt sich fort

Konsumklima

Deutschland

Indikatorpunkte



VÄ ggü.
Vormonat

**Konjunktur-
erwartung:**

+5,2

**Preis-
erwartung:**

+6,6

**Einkommens-
erwartung:**

+2,7

**Anschaffungs-
neigung:**

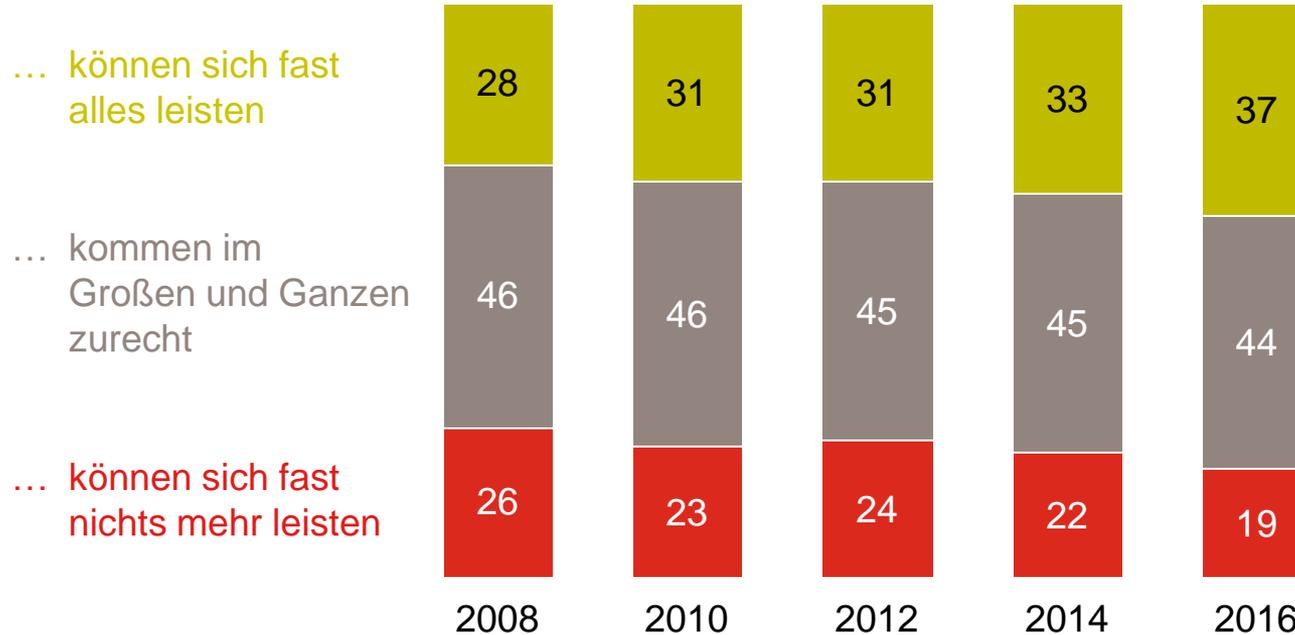
+9,6

Sparneigung:

+3,8

Positives Konsumklima beflügelt finanziellen Optimismus

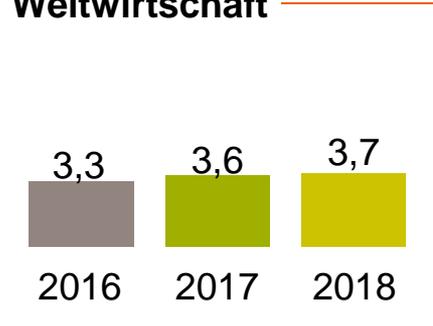
% aller Haushalte ...



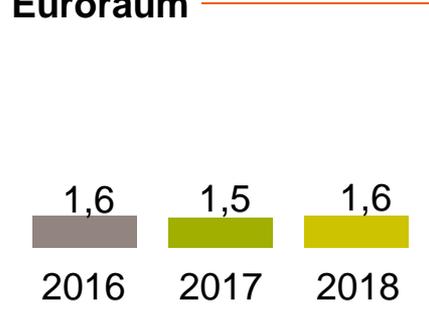
Weltwirtschaft bleibt auf Erholungskurs

Veränderung des realen Bruttoinlandsprodukts vs. Vorjahr (in %)

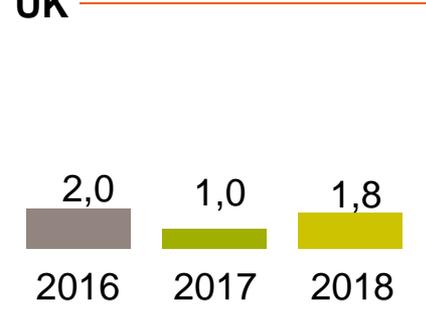
Weltwirtschaft



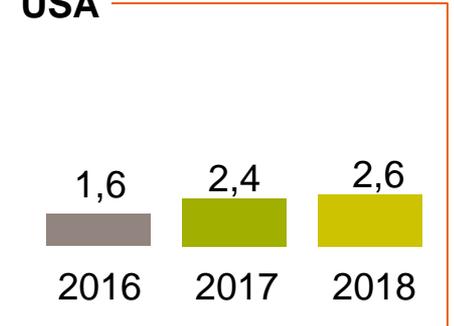
Euroraum



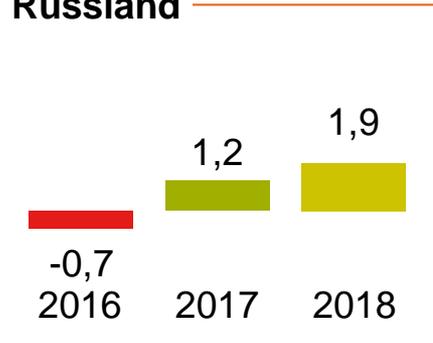
UK



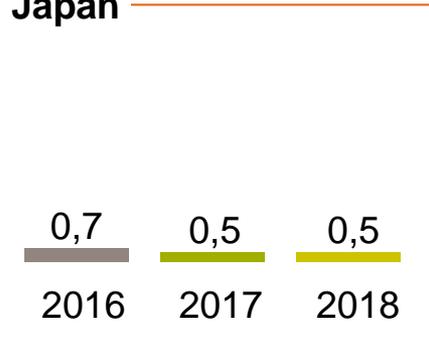
USA



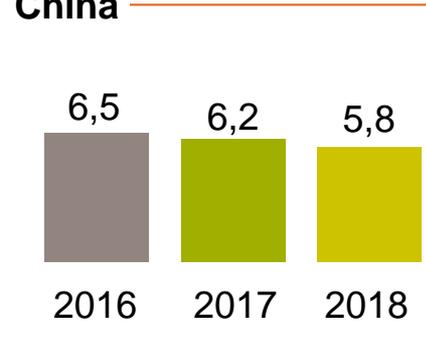
Russland



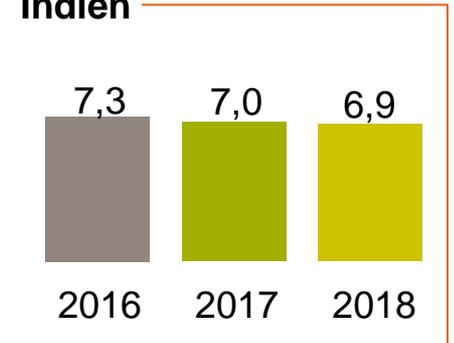
Japan



China



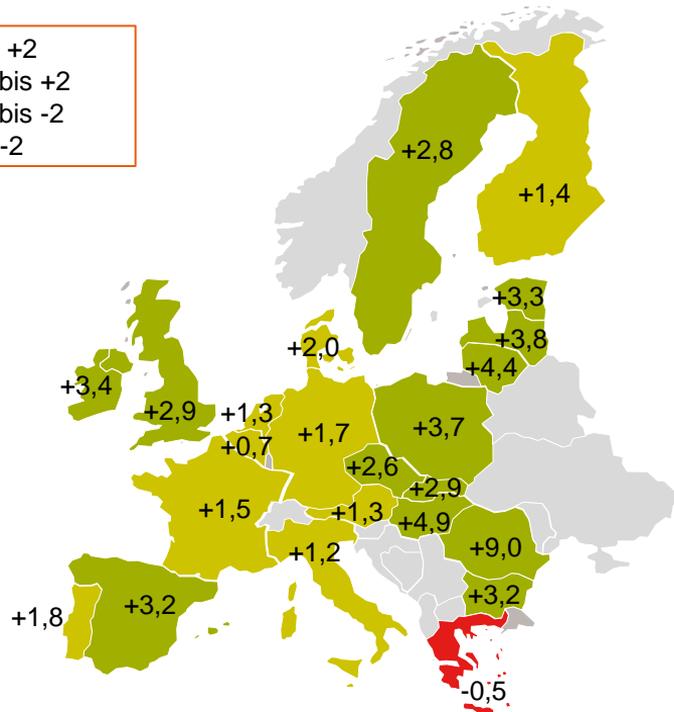
Indien



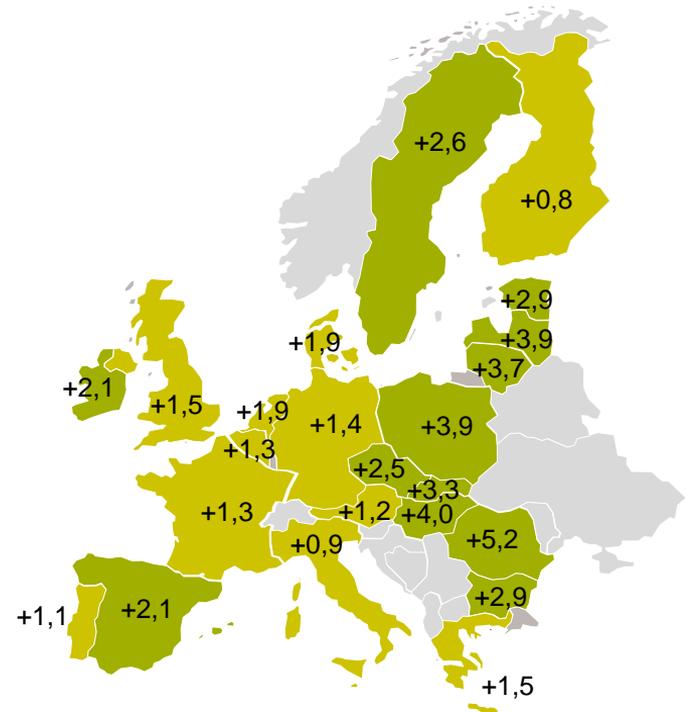
Realer Privater Konsum: Die Sicht der Ökonomen

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

2016



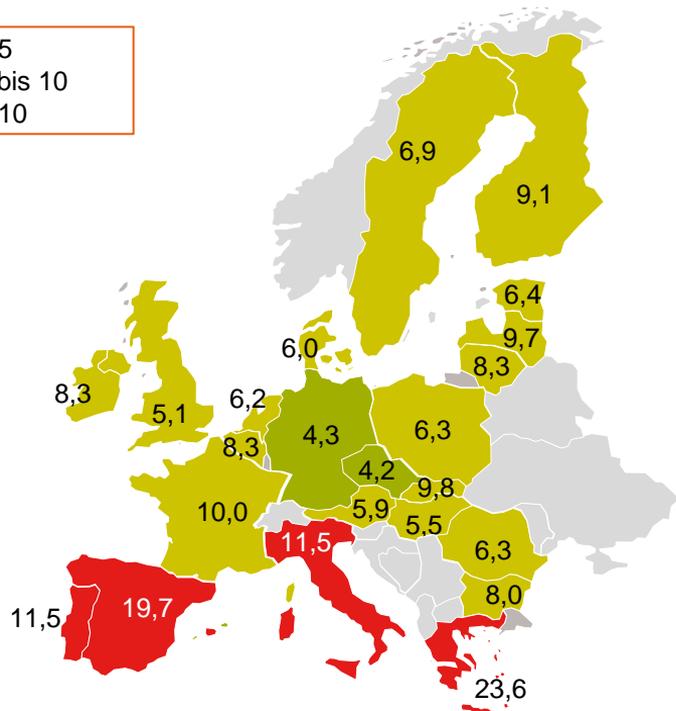
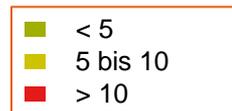
2017



Stabilisierung am Arbeitsmarkt – Das Gefühl der Arbeitsplatzsicherheit ist ein Treiber für den Konsum

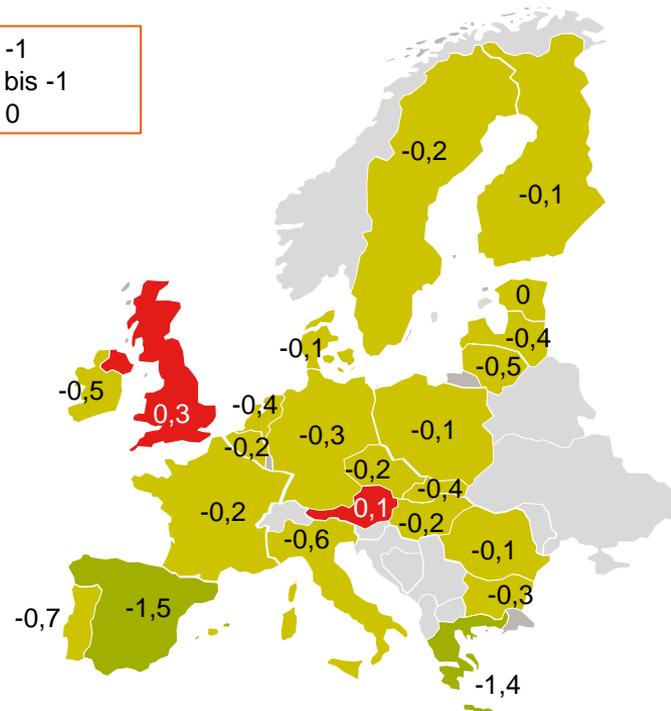
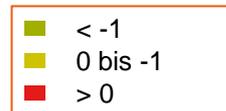
Arbeitslosenquote (in %)

2016



(Veränderung in Prozentpunkten)

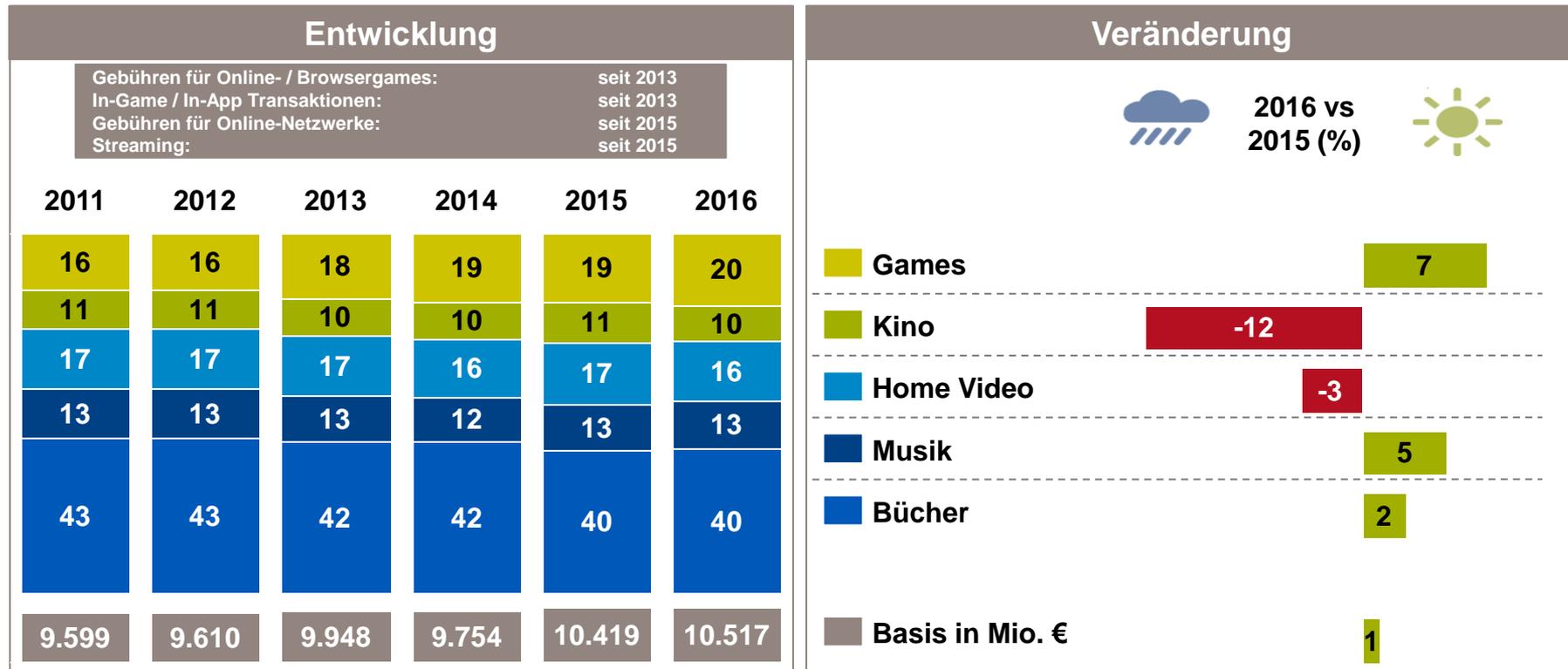
2017 vs. 2016



Entertainment Märkte – Definition

Bücher inkl. Hörbücher	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Physische Käufe von Büchern / Hörbüchern ▪ Digitale Käufe von E-Books / Hörbüchern ▪ Ausleihen von E-Books (seit 2015)
Musik inkl. Musikvideos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Physische Käufe von Musikprodukten ▪ Digitale Käufe von Musikprodukten ▪ Musik-Streaming (seit 2015)
Home Video	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Physische Käufe / Leihvorgänge von Videoprodukten ▪ Digitale Käufe / Leihvorgänge von Videoprodukten als Einzelkauf / Abruf ▪ Video-Streaming (seit 2015)
Games	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Physische Käufe von Gamesprodukten ▪ Digitale Käufe von Gamesprodukten ▪ Mobile Käufe von Gamesprodukten ▪ In-Game / In-App Transaktionen (Item selling / Microtransactions) ▪ Gebühren für Online- / Browsergames / Netzwerke (seit 2013/2015)

Leicht steigende Entertainment Ausgaben im Jahr 2016 mit unterschiedlicher Entwicklung innerhalb der Märkte



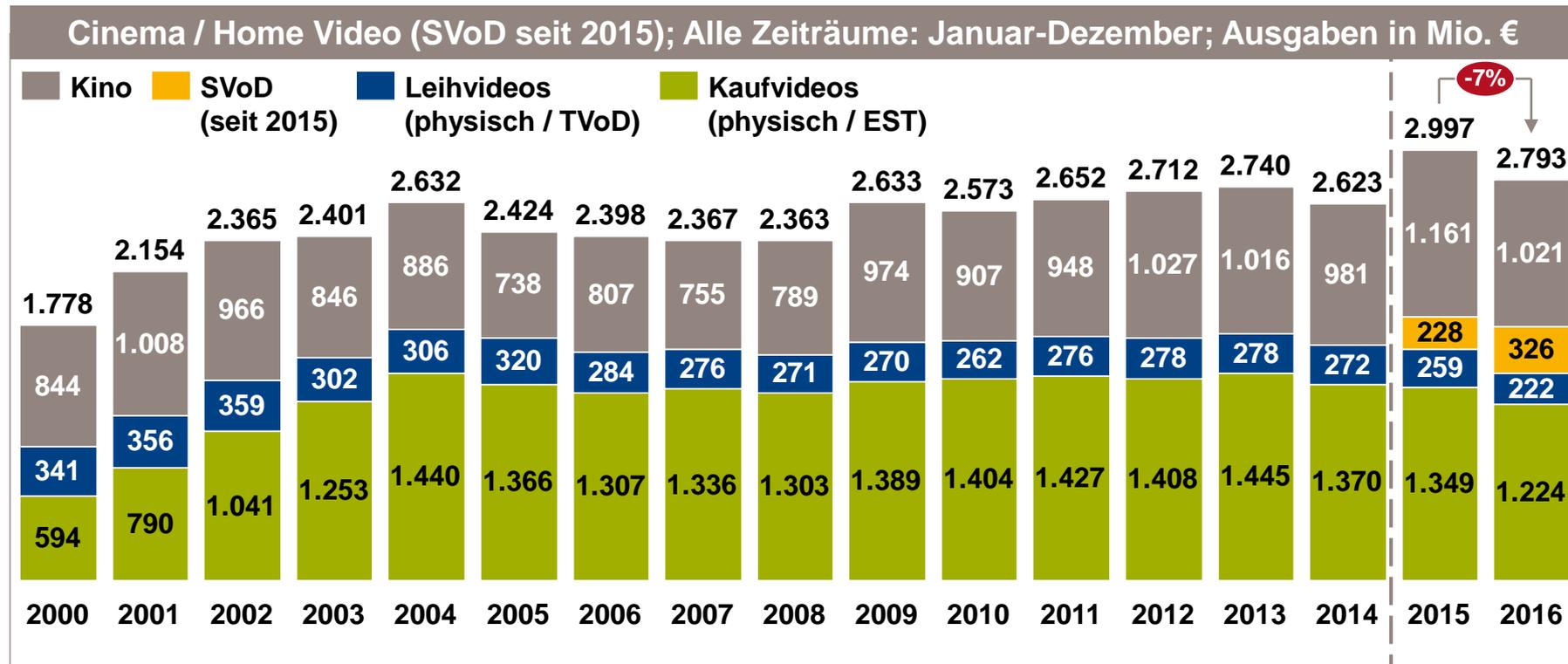
Bücher inkl. Hörbücher / Musik inkl. Musikvideos / Home Video / Kino / Games; Alle Zeiträume: Januar-Dezember; Ausgaben in %

© GfK 2017 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2016

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 Chartyp die Fallzahlen in diesen Chartsatz integriert und/oder geringe Fallzahlen markiert.

Kino & Video

Durchwachsene Entwicklung nach dem Rekordjahr 2015. SVoD macht sich im Rahmen der Filmausgaben immer deutlicher bemerkbar



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

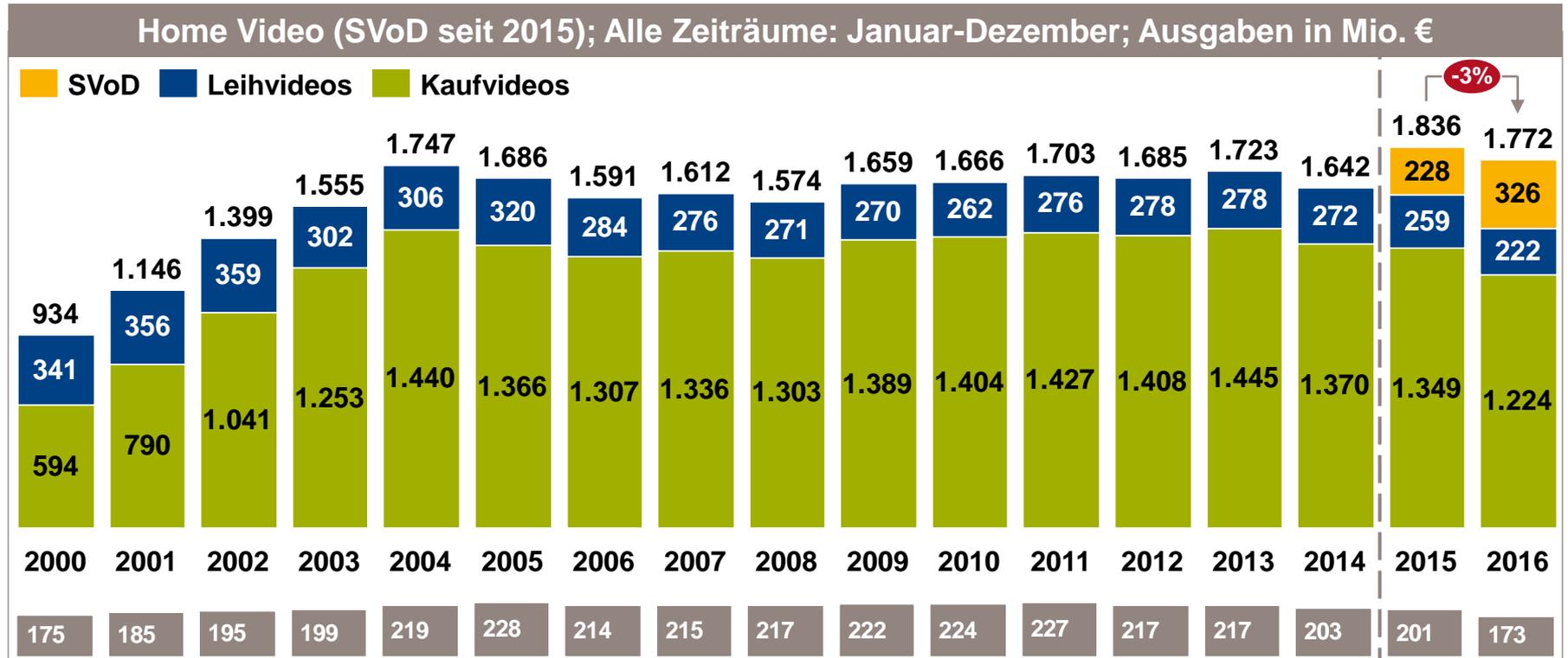
n 2016 = 65873

© GfK 2017 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2016

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.

Home Videomarkt Gesamt

Inklusive des stark wachsenden SVoD Marktes erreicht der Home Video Markt das zweitbeste Ergebnis im Zeitverlauf



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

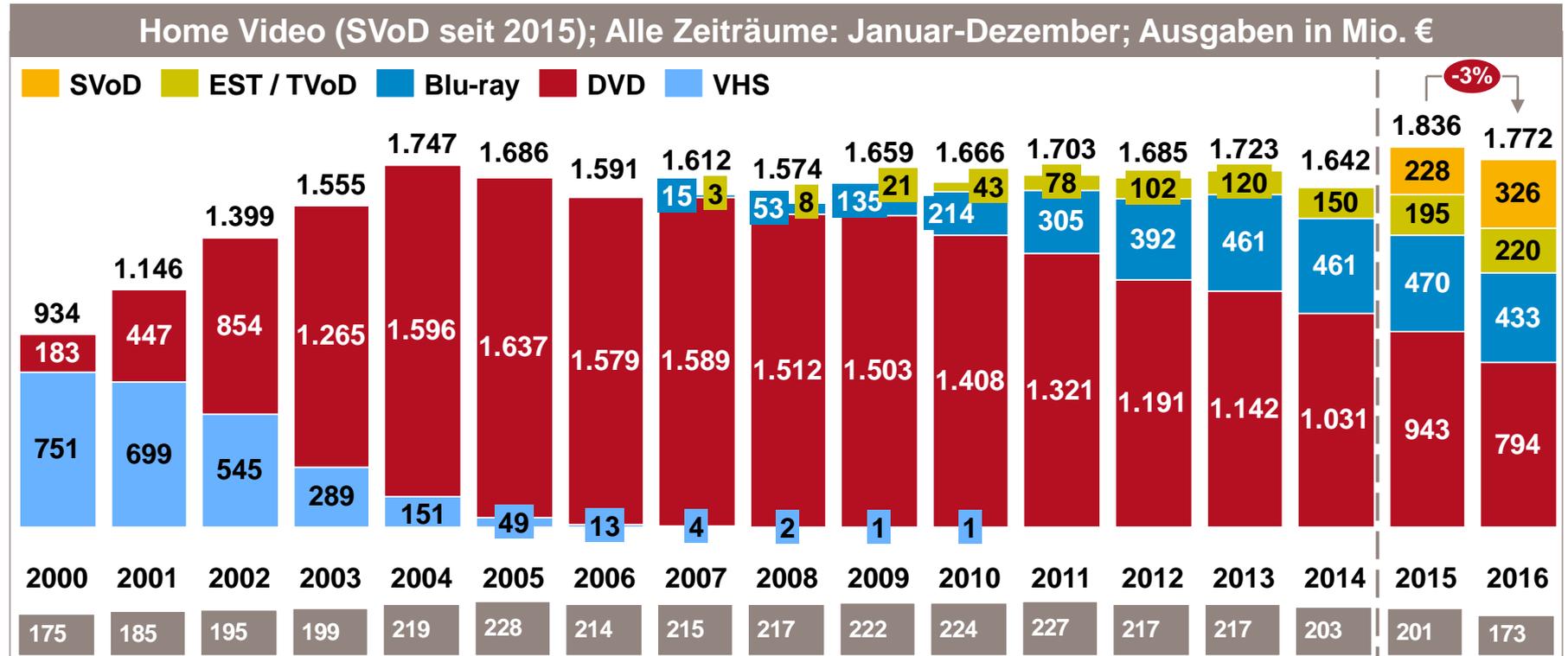
© GfK 2017 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2016

■ Mio. Stück / Transaktionen
 (exkl. SVoD)

n 2016 = 46219

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.

Home Video (inkl. SVoD): Steigende SVoD und EST / TVoD Umsätze sorgen für das zweitbeste Ergebnis im Zeitverlauf



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

© GfK 2017 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2016

Mio. Stück / Transaktionen
 (exkl. SVoD)

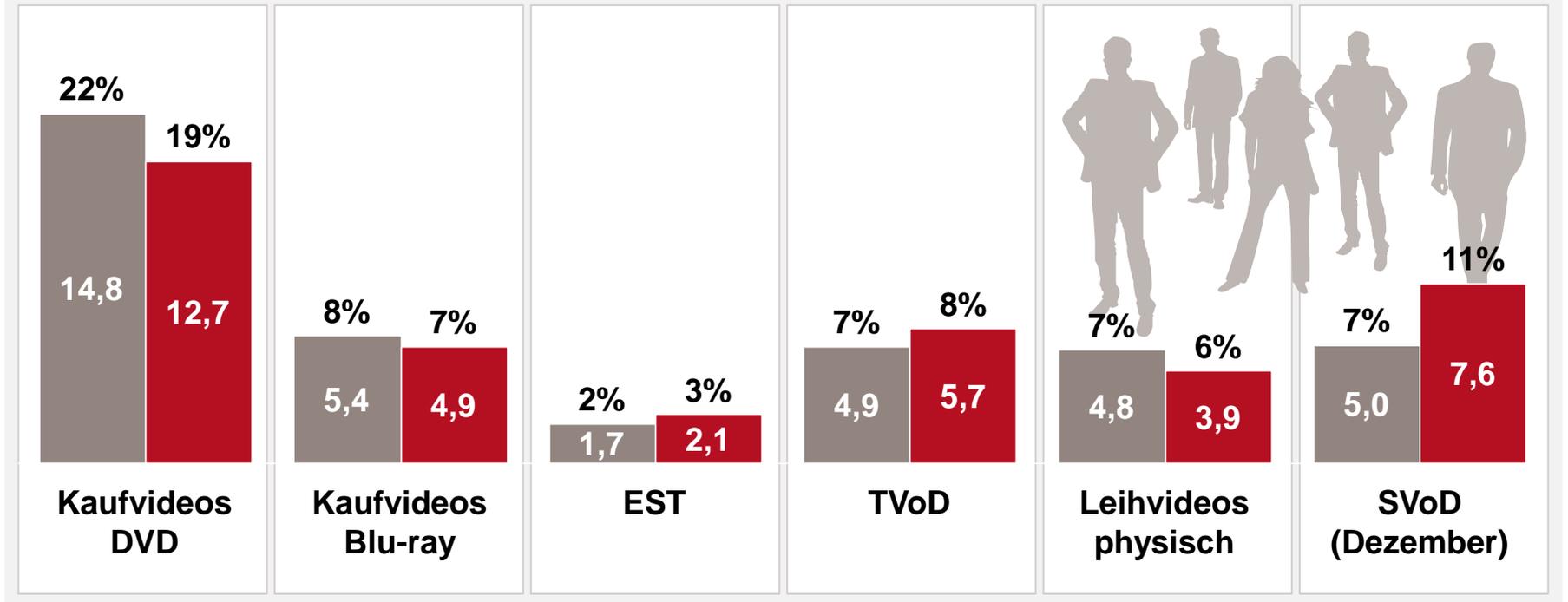
n 2016 = 46219

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.

Im Kaufbereich dominieren die physischen (DVD) Käufer. Innerhalb der digitalen Formate sind SVoD Subscriber die größte Gruppe



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



Repräsentativ für die Dt.Bevölkerung ab 10 Jahren (2016 = 67,7 Mio. Pers.); Alle Zeiträume: Jan-Dez

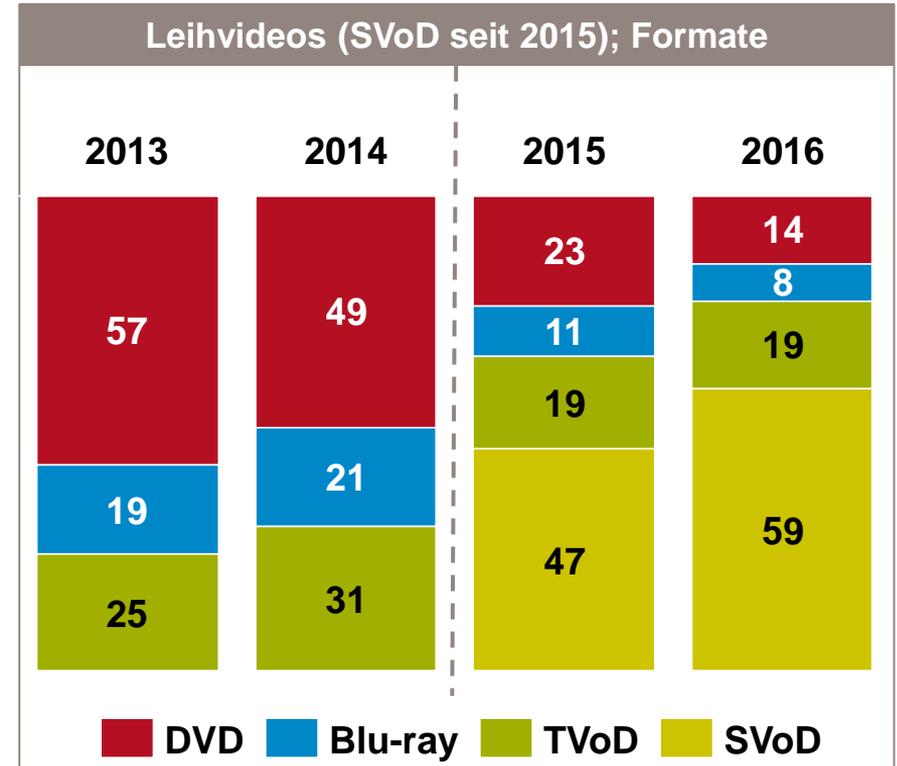
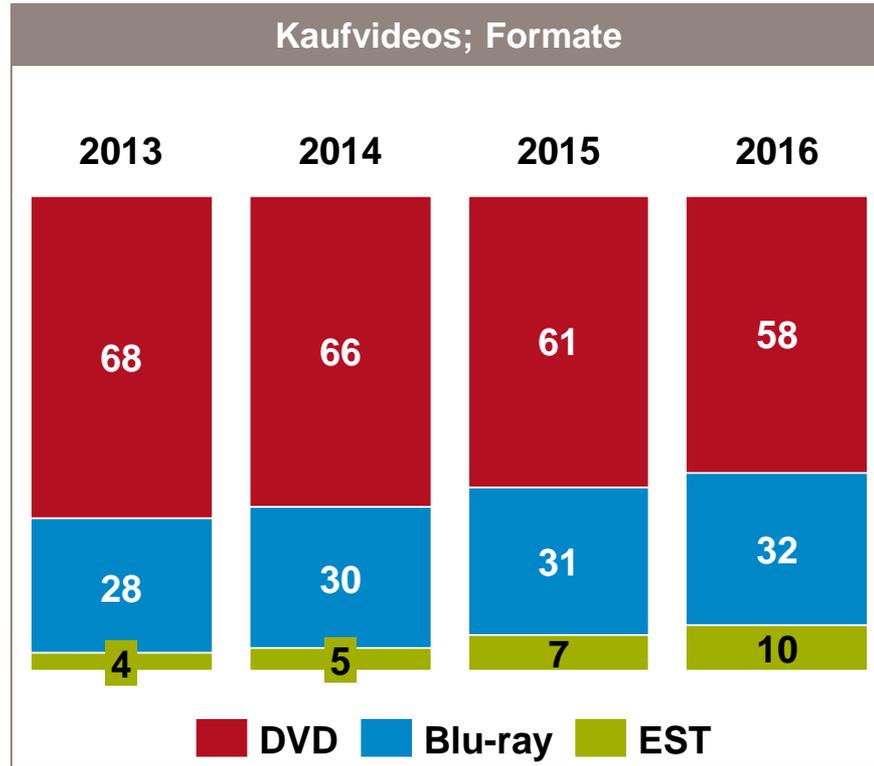
© GfK 2017 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2016

■ 2015 ■ 2016

n Gesamt 2016 = 5188

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.

Verteilung der Formate im Videokauf und Videoleihmarkt



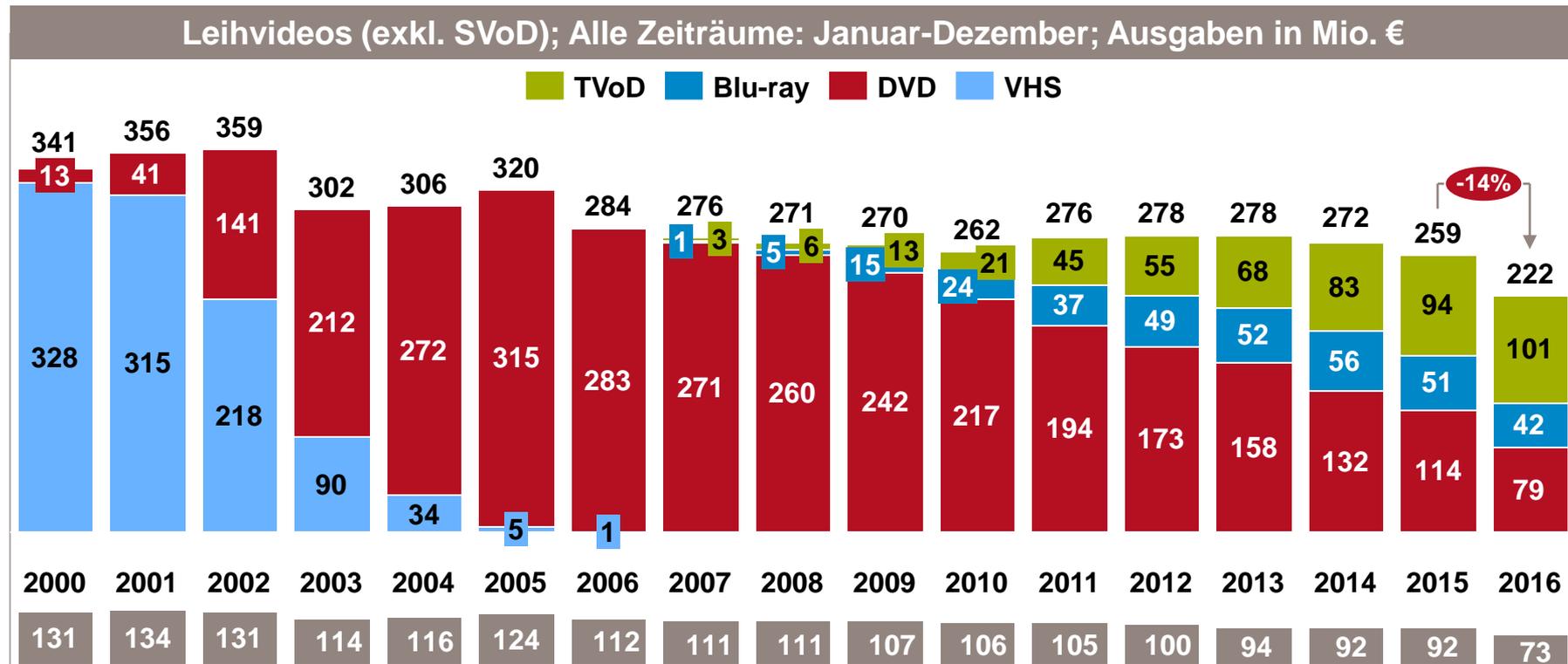
Home Video (SVoD seit 2015); Alle Zeiträume: Januar-Dezember; Ausgaben in %
 © GfK 2017 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2016

n 2016: Kaufvideos = 16523; Leihvideos = 29696

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.

Der Verleihmarkt

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



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

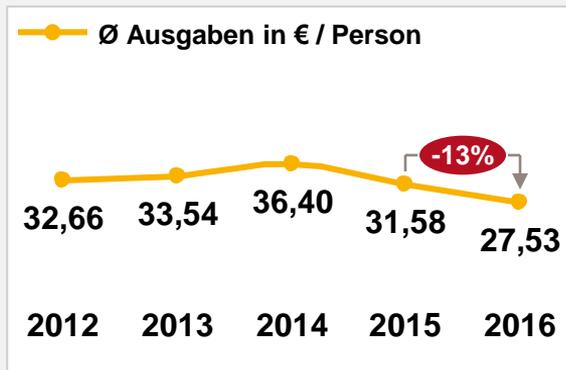
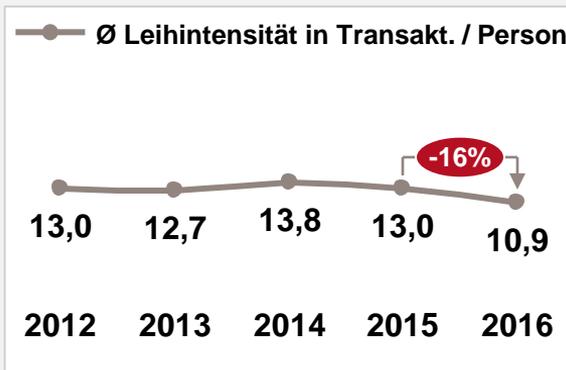
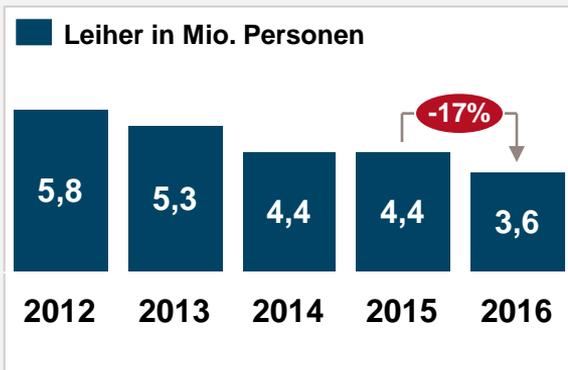
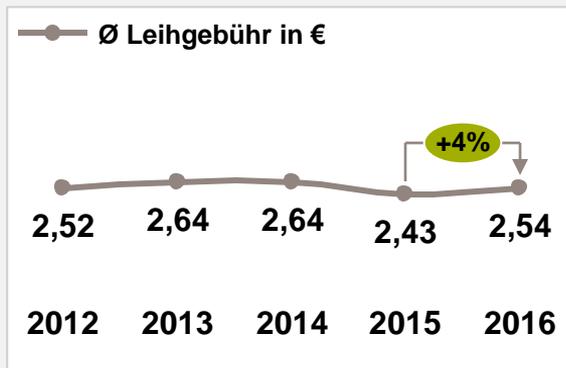
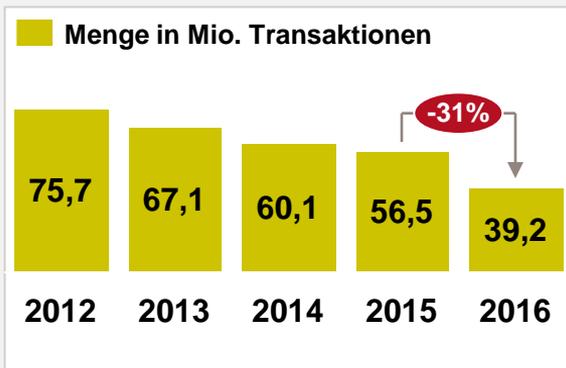
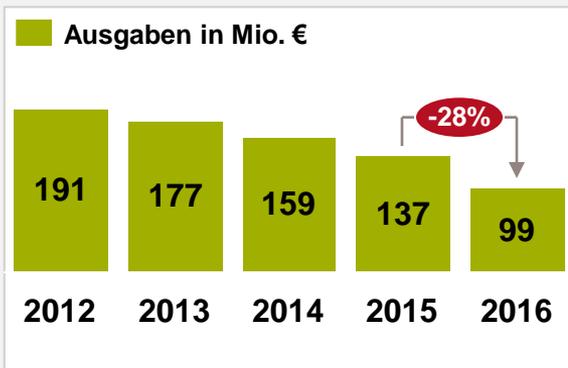
Mio. Transaktionen

n 2016 = 5961

© GfK 2017 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2016

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.

Videothek: Die Zahl der Kunden sinkt unter 4 Mio. Personen bei gleichzeitig rückläufiger Intensität und Ausgaben pro Leiher



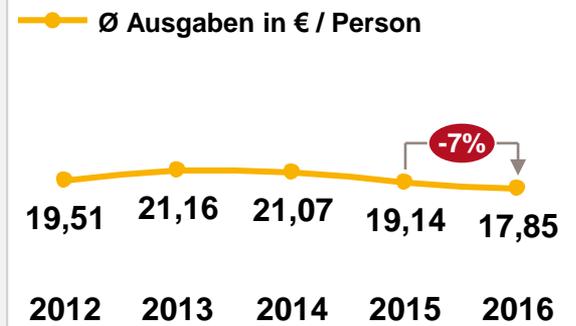
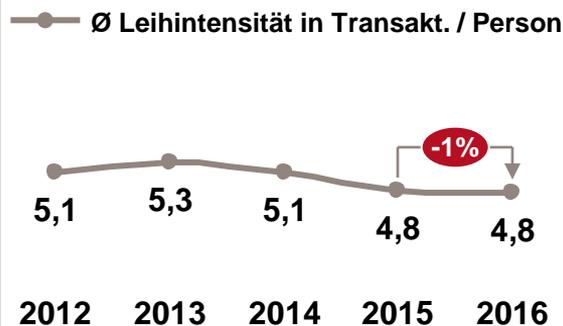
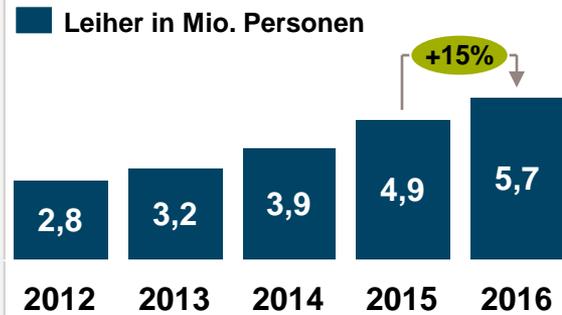
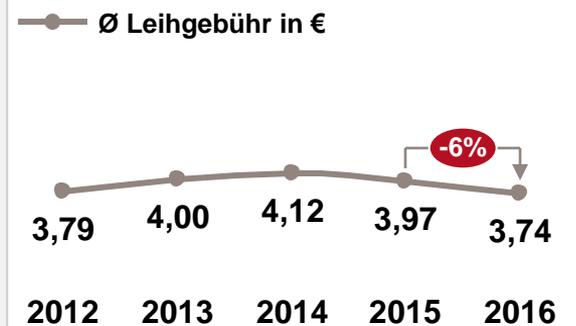
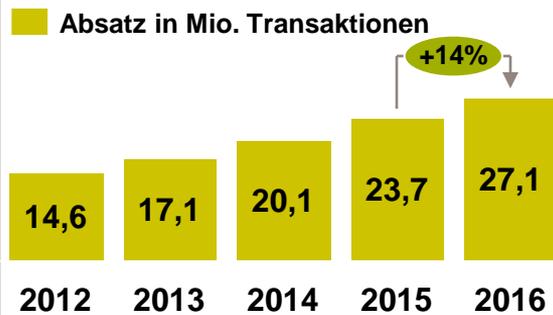
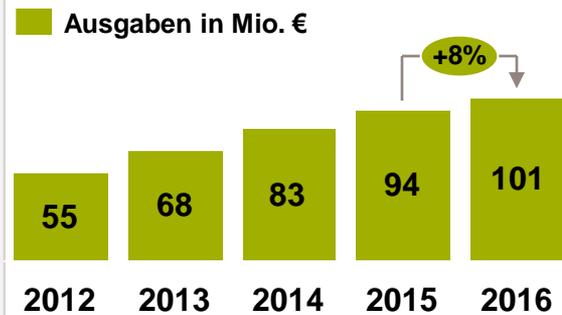
Leihvideos physisch @Videothek (inkl. Automat); Alle Zeiträume: Januar-Dezember

n 2016 = 1240

© GfK 2017 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2016

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.

TVoD-Kennzahlen: Eine deutlich gestiegene Zahl an Konsumenten sorgt trotz nachlassender Intensität und gesunkenen Preisen für ein Plus



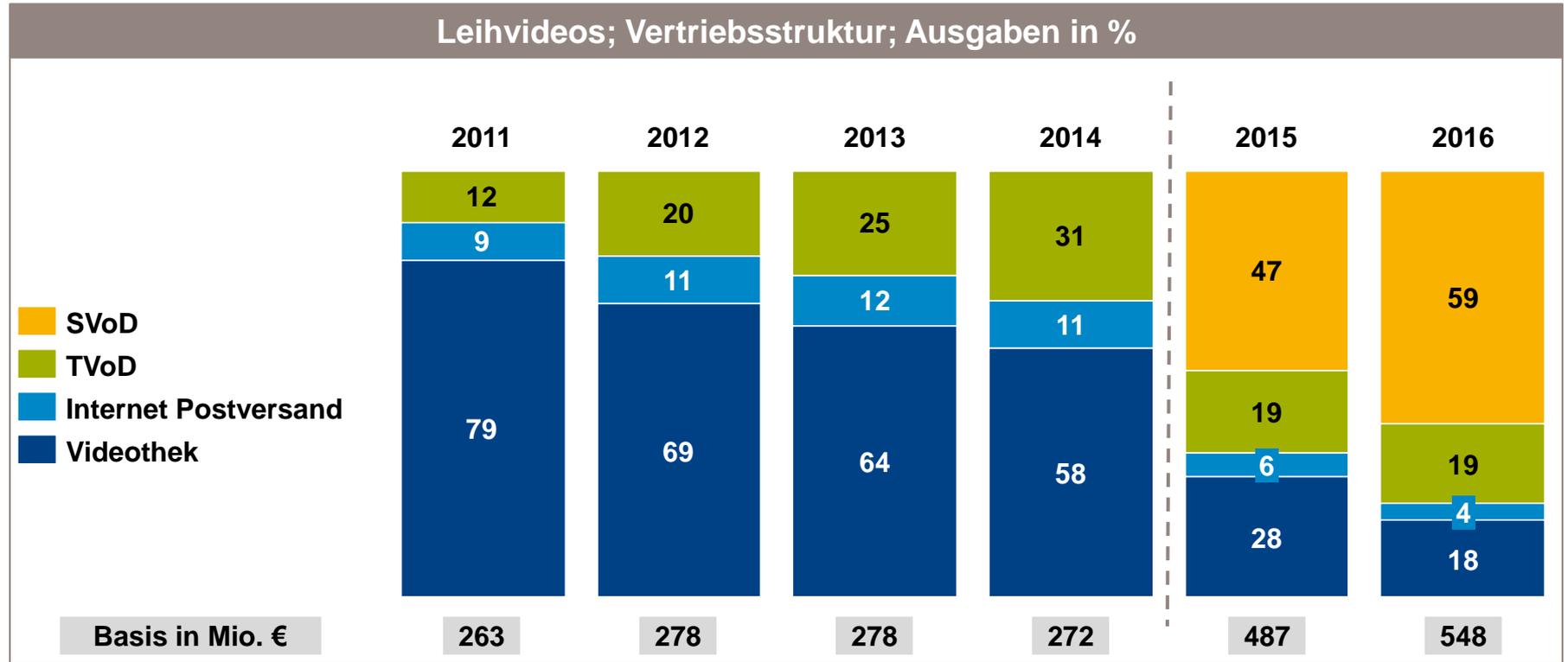
Leihvideos TVoD; Alle Zeiträume: Januar-Dezember

n 2016 = 1897

© GfK 2017 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2016

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.

Videoleihmarkt inklusive digitaler Formate



Leihvideos (SVoD seit 2015); Alle Zeiträume: Januar-Dezember; Ausgaben in %

© GfK 2017 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2016

n 2016 = 8174

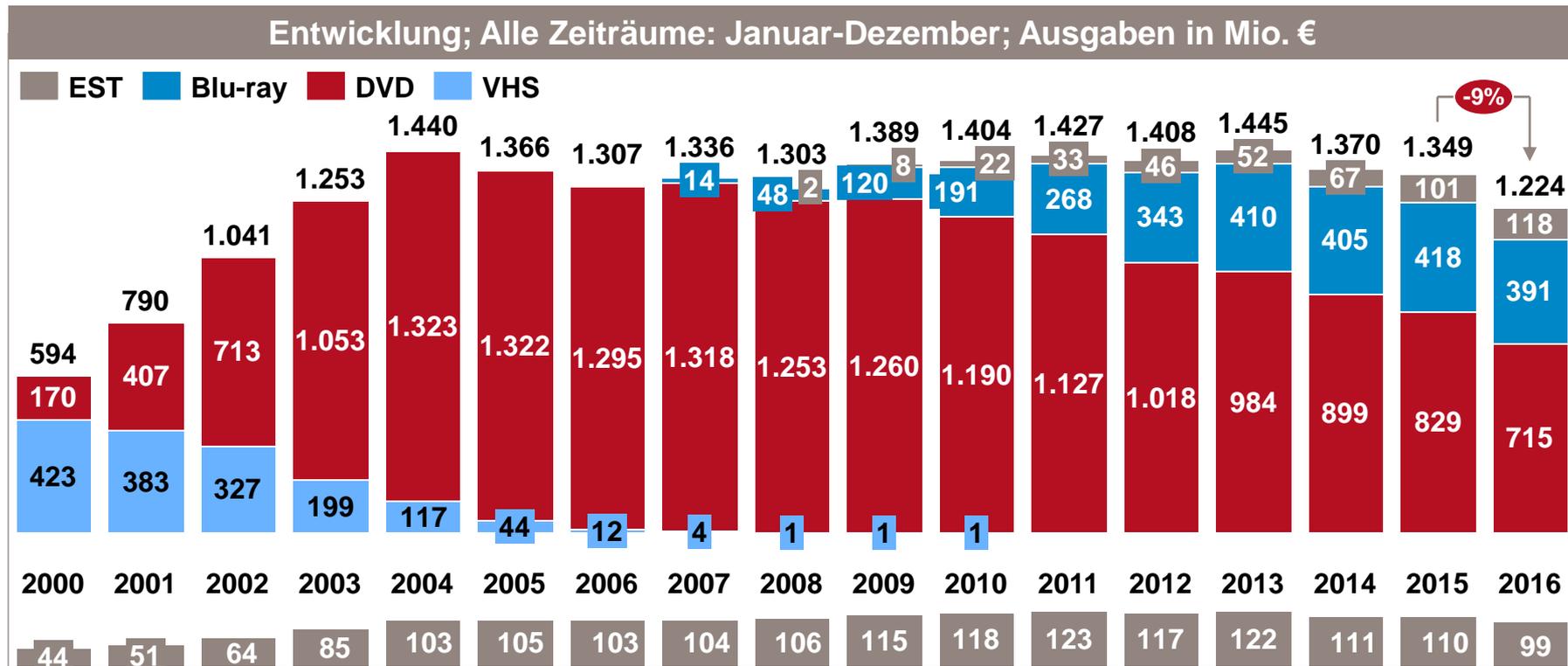
Videothek inkl. Automat

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.

Der Videokaufmarkt

Kaufvideos: Der Markt verliert im Vergleich zum Vorjahr 9%.

EST mit deutlichem Zuwachs und einem Anteil von zehn Prozent



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

Mio. Stück

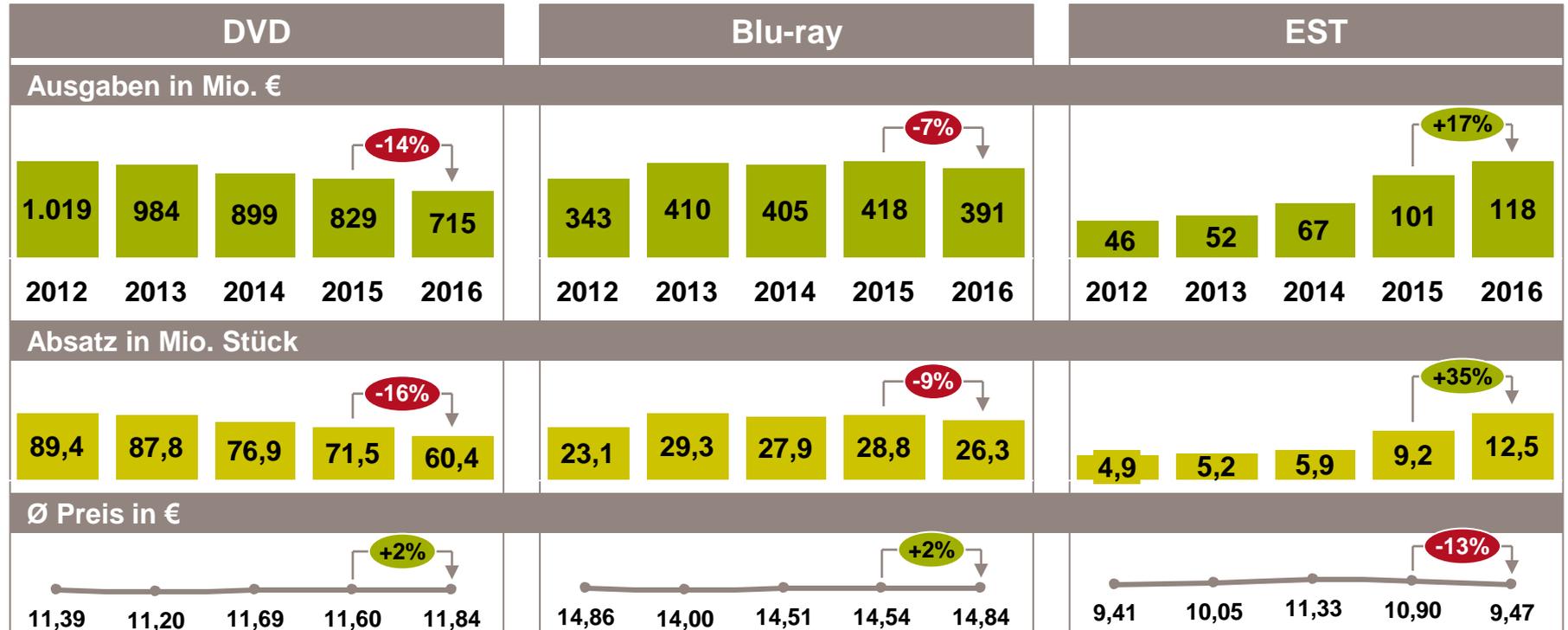
n 2016 = 16523

© GfK 2017 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2016

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.

Formate

Kennzahlen Videokaufmarkt: Formate



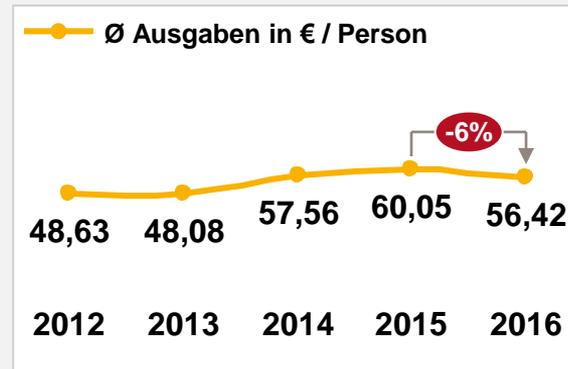
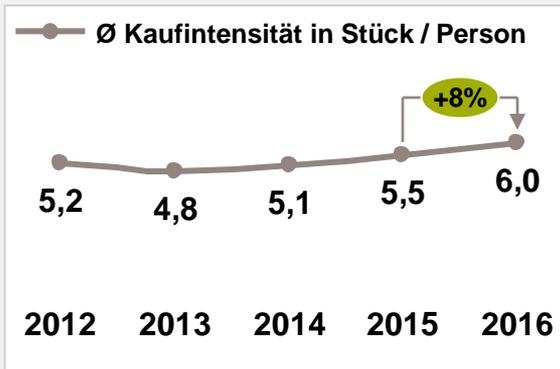
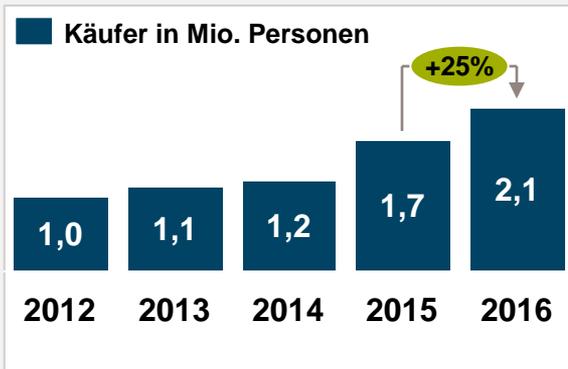
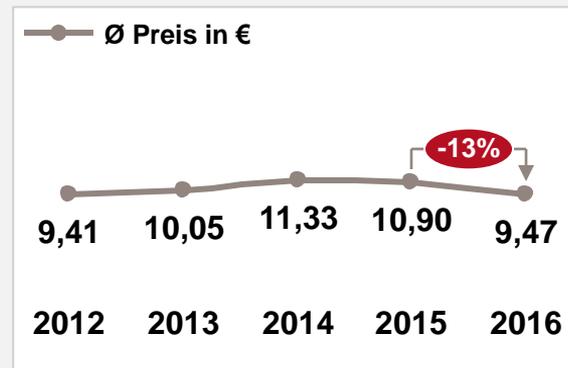
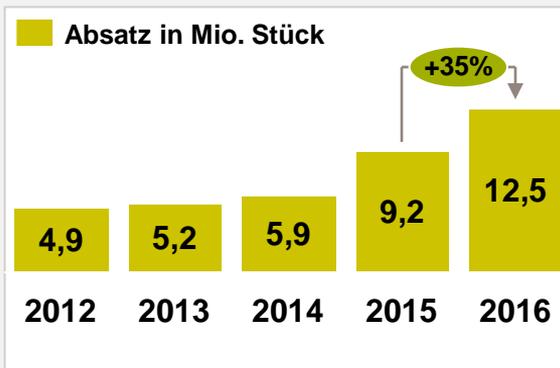
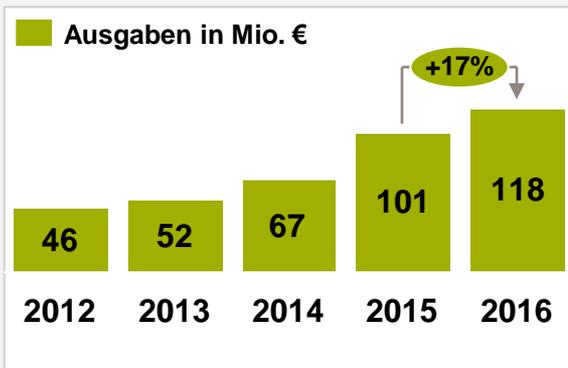
Kaufvideos; Alle Zeiträume: Januar-Dezember

n 2016: DVD = 10629; Blu-ray = 5014; EST = 880

© GfK 2017 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2016

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.

EST Käufer steigen deutlich an und Intensivieren. Aufgrund des gesunkenen Durchschnittspreises wird das Ausgabenwachstum gebremst



Kaufvideos EST; Alle Zeiträume: Januar-Dezember

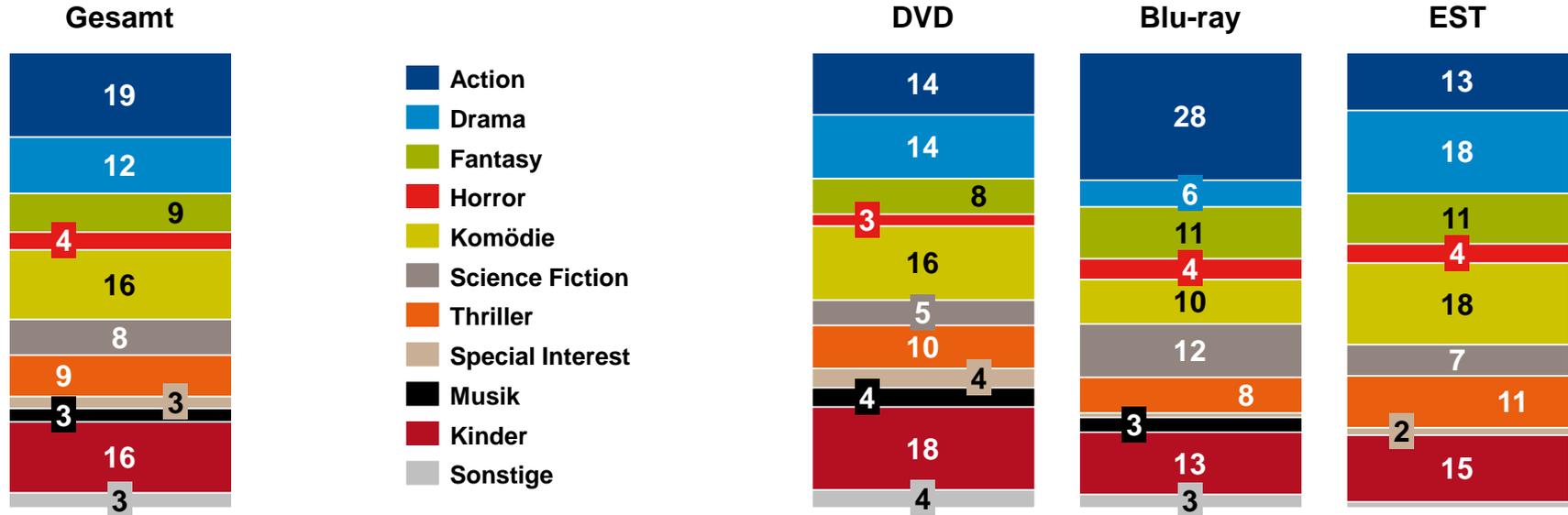
n 2016 = 880

© GfK 2017 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2016

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.

Genreanteile nach unterschiedlichen Formaten

Videokaufmarkt; Genres; Zeitraum: Januar-Dezember 2016; Ausgaben in %



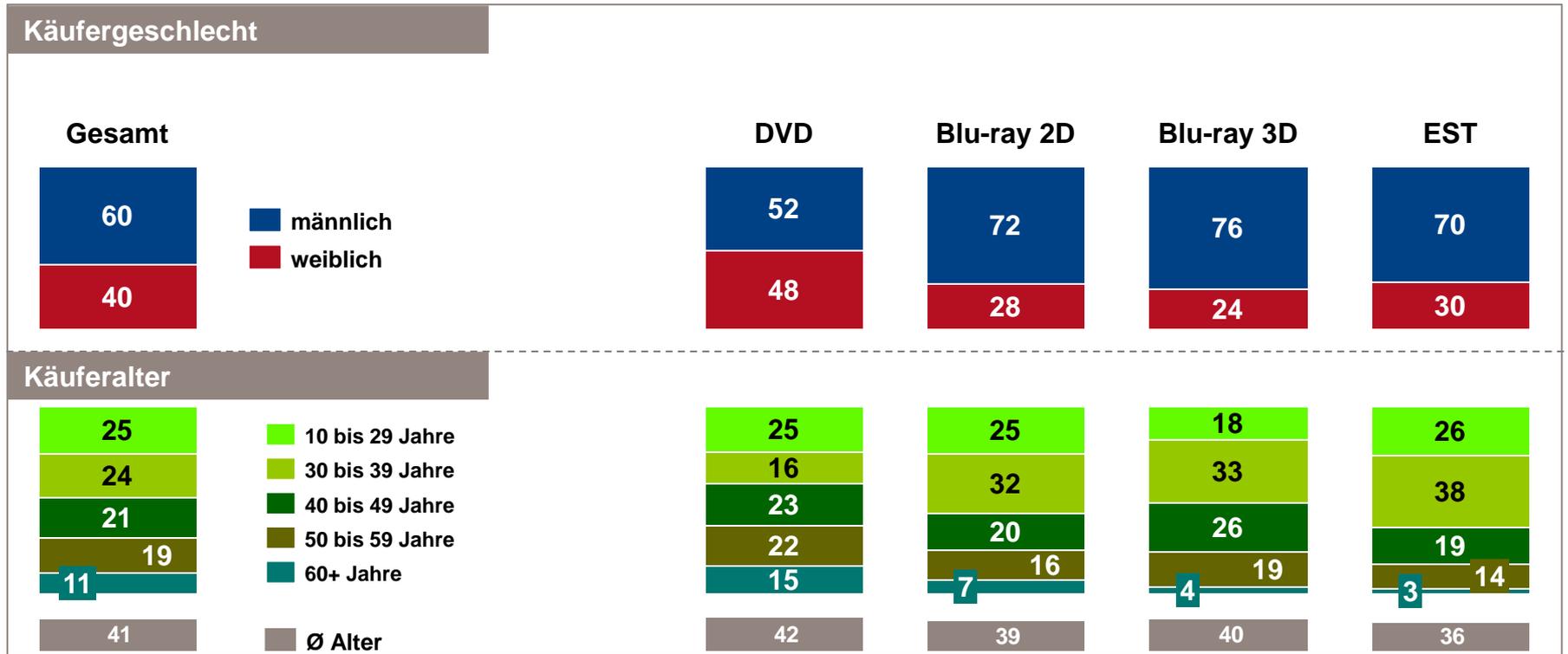
Home Video (exkl. SVoD); Zeitraum: Januar-Dezember 2016; Ausgaben in %

n Gesamt = 22484

© GfK 2017 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2016

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.

Blu-ray und EST mit Potential in den weiblichen Zielgruppen, EST-Käufer stellen die jüngste Zielgruppe dar



Kaufvideos; Zeitraum: Januar-Dezember 2016; Ausgaben in %
 © GfK 2017 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2016

n: Gesamt = 16523; DVD = 10629; Blu-ray 2D = 4559; Blu-ray 3D = 455; EST = 880

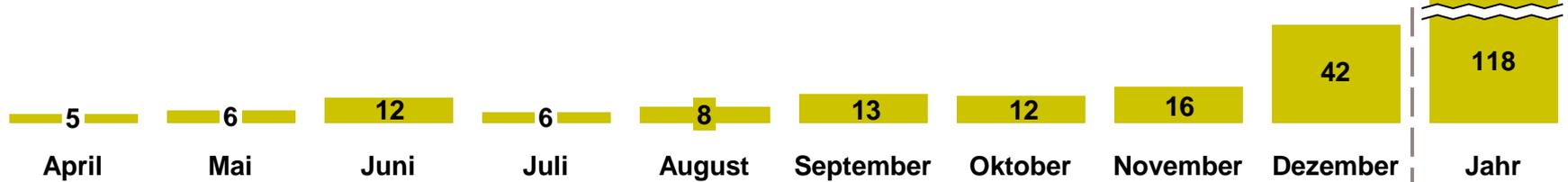
Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Die Streuung wird in diesen Fällen entsprechend groß, weshalb die zugrunde gelegten Zahlen nur eingeschränkt interpretierbar sind. Für eine verbesserte Transparenz wurden je nach Charttyp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

Marktentwicklung 4K - 2016

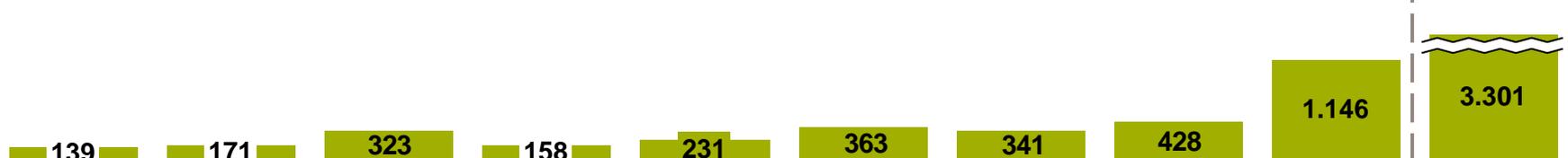
Handelspanel: Blu-ray Menge / Umsatz 100 % / April – Dezember 2016



Absatz in Tsd. Stück



Umsatz in Tsd. €



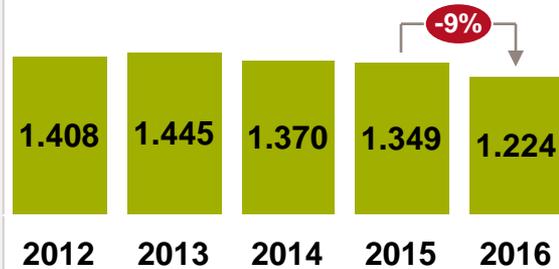
Ø Preis in €



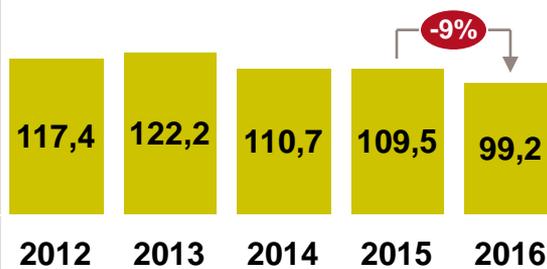
Käufer und Reichweite

Kennzahlen Videokaufmarkt

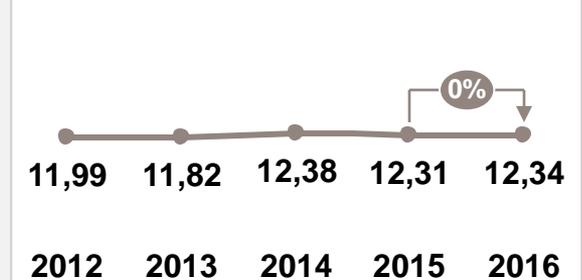
Ausgaben in Mio. €



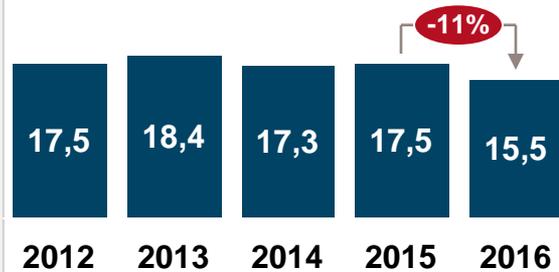
Absatz in Mio. Stück



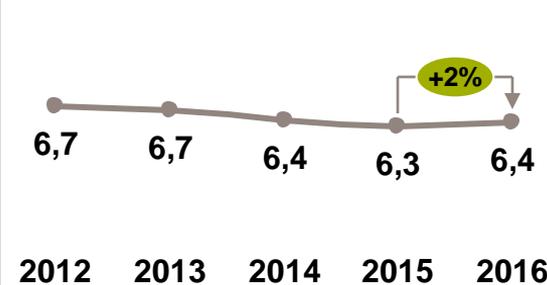
Ø Preis in €



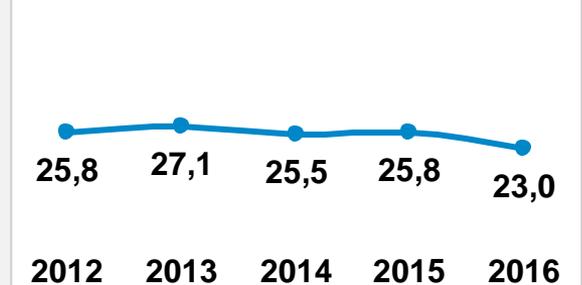
Käufer in Mio. Personen



Ø Kaufintensität in Stück / Person



Reichweite vs Bevölkerung in %



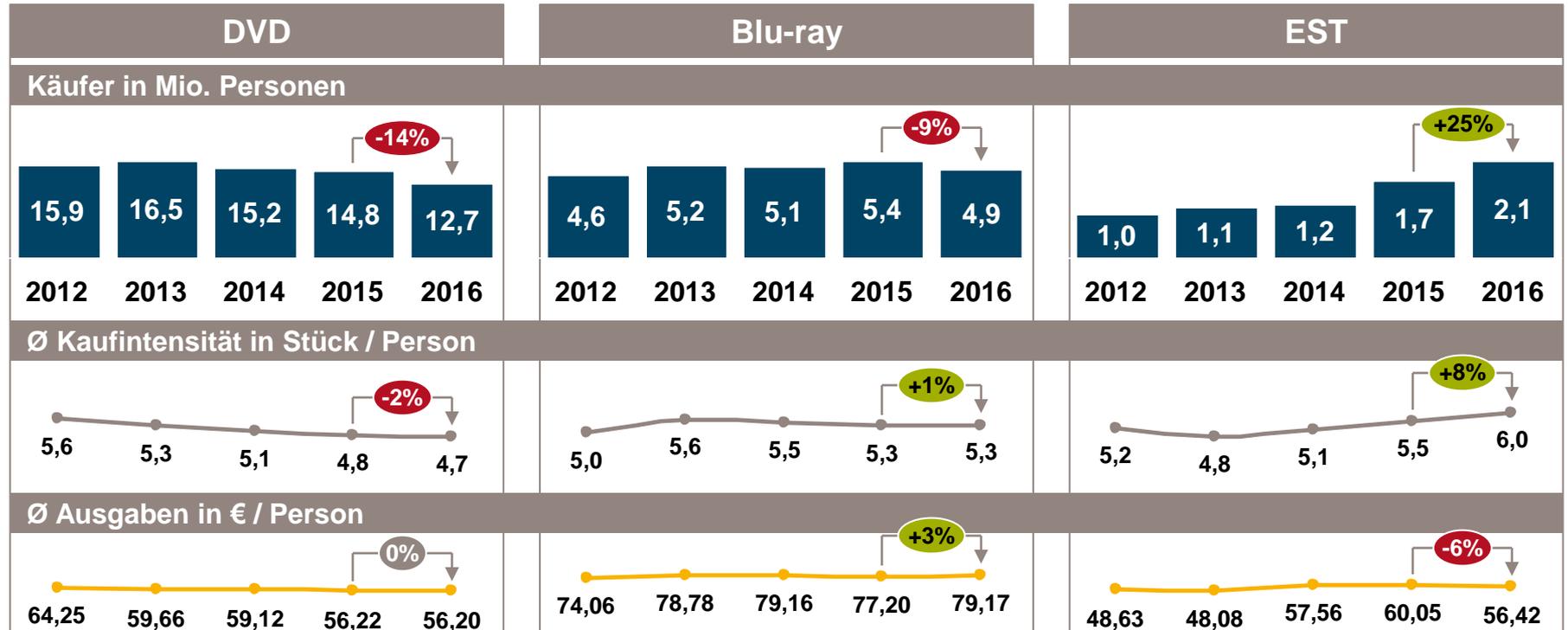
Kaufvideos; Alle Zeiträume: Januar-Dezember

n 2016 = 16523

© GfK 2017 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2016

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.

Kennzahlen Videokaufmarkt: Formate



Kaufvideos; Alle Zeiträume: Januar-Dezember

n 2016: DVD = 2493; Blu-ray = 966; EST = 274

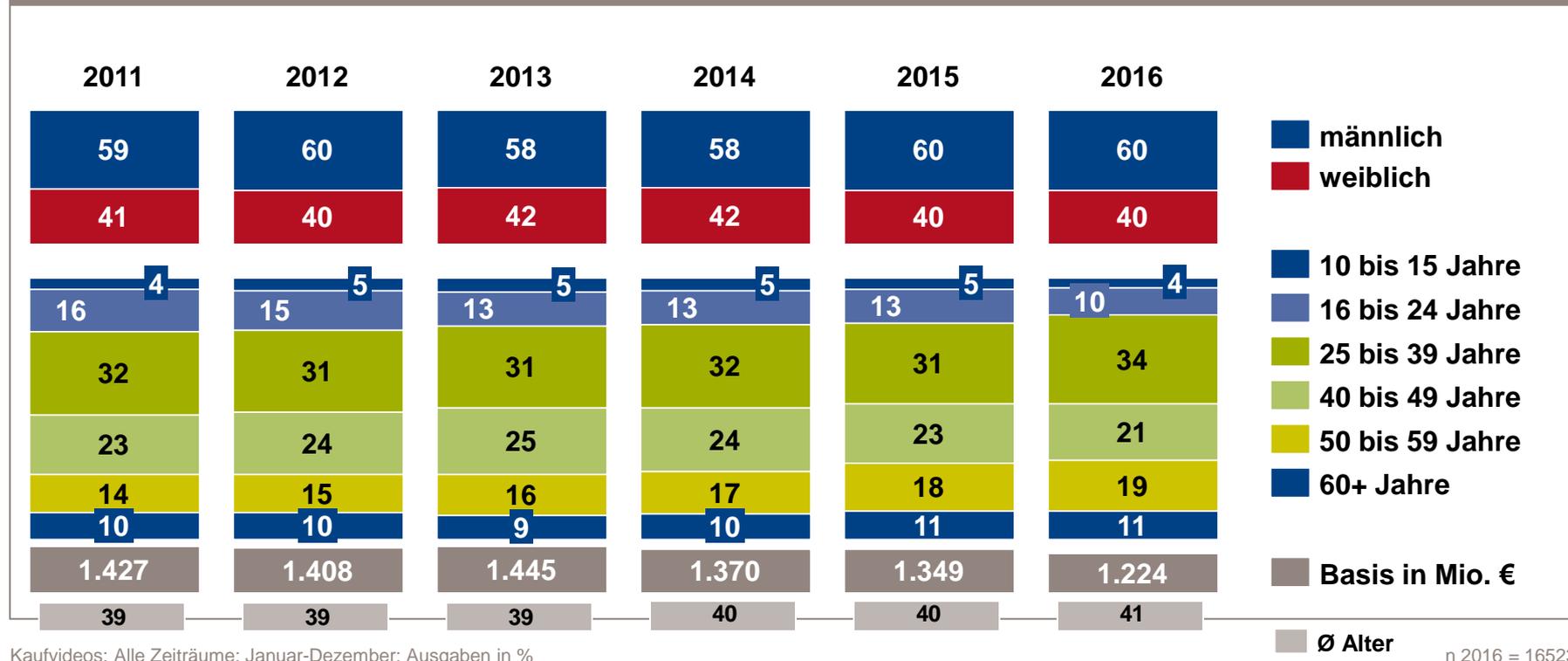
© GfK 2017 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2016

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.

Jüngere Zielgruppen verlieren Marktanteile. Die Zielgruppen über 50 Jahre können Anteile gewinnen



Käufergeschlecht / -alter; Alle Zeiträume: Januar-Dezember; Ausgaben in %



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

© GfK 2017 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2016

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.

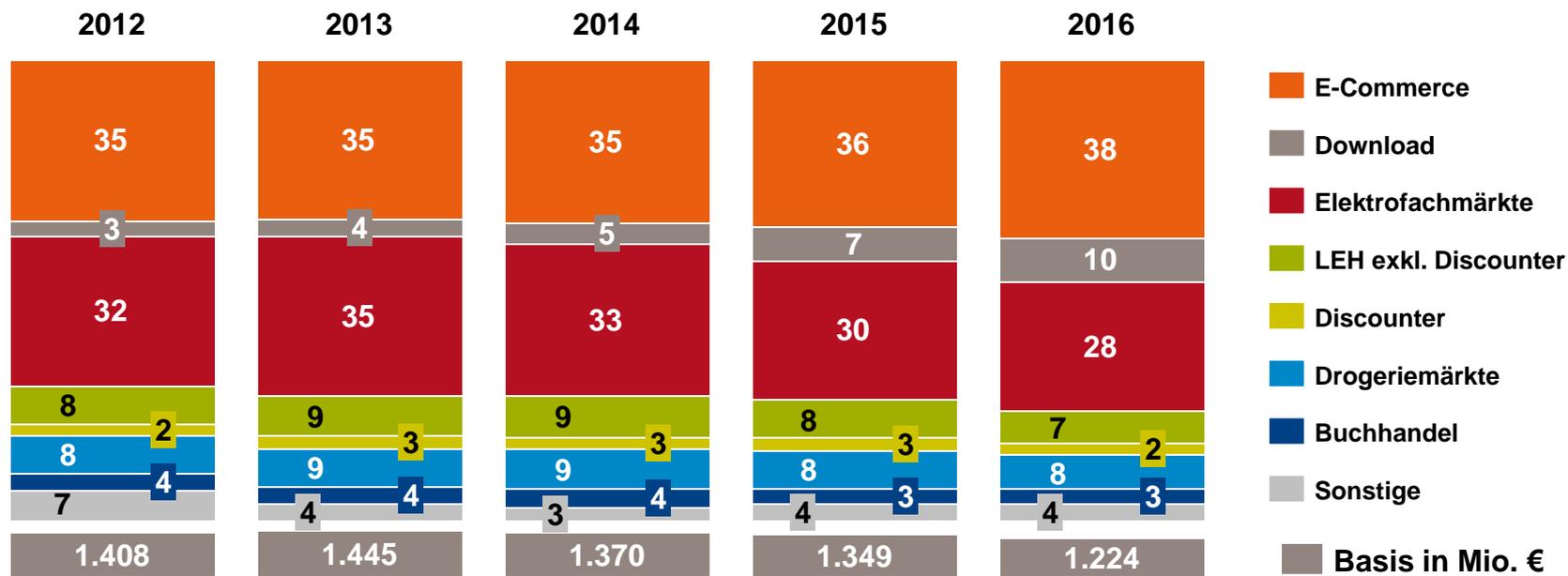
n 2016 = 16523

Distribution

Videokaufmarkt: Stationäre Händler stehen noch für über 50 Prozent der Ausgaben. E-Commerce und EST mit steigenden Marktanteilen



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



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

n 2016 = 16523

© GfK 2017 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2016

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.

Preise

Leicht steigende Durchschnittspreise bei Neuheiten. Stabile Entwicklung bei Katalog und ein Plus im TV Boxen Bereich

Handelspanel: Jan - Dezember



Segment	2012 Ø Preis in €	2013 Ø Preis in €	2014 Ø Preis in €	2015 Ø Preis in €	2016 Ø Preis in €	16 vs 15
Cinema Neuheiten DVD*	12,77	12,59	12,94	12,76	13,06	+2,4%
Cinema Neuheiten BD – 2D*	15,67	15,41	15,49	15,46	16,04	+3,8%
Cinema Neuheiten BD – 3D*	23,86	24,35	24,54	24,42	24,11	-1,3%
Katalog Non-TV DVD*	7,94	7,88	7,96	7,99	7,97	-0,3%
Katalog Non-TV BD – 2D*	10,78	9,99	10,01	9,64	9,50	-1,5%
Katalog Non-TV BD – 3D*	19,97	18,75	18,35	17,29	15,51	-10,3%
TV-Boxen Neuheiten DVD	27,64	27,51	27,70	26,70	27,83	+4,2%
TV-Boxen Neuheiten BD	34,72	35,65	33,42	33,15	34,44	+3,9%
TV-Boxen Katalog DVD	16,67	15,77	16,50	16,78	16,82	+0,2%
TV-Boxen Katalog BD	24,93	24,97	26,89	25,77	26,05	+1,1%

* exkl. Boxen

© GfK 2017 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2016

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.

Toplisten DVD / Blu-ray 2016

Top 10 DVD / Blu-ray Kinospieelfilm 2016

Basis Handelspanel Menge 100%

Pos.	Titel*	Publisher
1	Star Wars: Episode VII - Das Erwachen der Macht	Walt Disney Studios Home Entertainment
2	Fack Ju Göhte 2	Highlight
3	James Bond 007 - Spectre	MGM Vertrieb über FOX
4	Alles steht Kopf	Walt Disney Studios Home Entertainment
5	Die Tribute von Panem - Mockingjay, Teil 2	STUDIOCANAL
6	Zoomania - Ganz schön ausgefuchst!	Walt Disney Studios Home Entertainment
7	Deadpool	Tw. Century Fox Home Entertainment
8	The Revenant - Der Rückkehrer	Tw. Century Fox Home Entertainment
9	Die Eiskönigin - Völlig unverfroren	Walt Disney Studios Home Entertainment
10	Ice Age 5 - Kollision voraus	Tw. Century Fox Home Entertainment

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

© GfK 2017 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2016

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.

Top 10 DVD / Blu-ray Special Interest 2016

Basis Handelspanel Menge 100%

Pos.	Titel*	Publisher
1	Sascha Grammel - Ich find's lustig	Universal Music
2	Jillian Michaels - Shred: Schlank in 30 Tagen	Polyband
3	Mario Barth - Männer sind bekloppt, aber sexy!	Sony Music Entertainment Germany GmbH
4	The Beatles: Eight Days a Week - The Touring Years	STUDIOCANAL
5	Jillian Michaels - Bauch, Beine, Po intensiv	WVG Medien
6	Die Mannschaft	Studio Hamburg Enterprises
7	Luke Mockridge - I'm Lucky, I'm Luke	Sony Music Entertainment Germany GmbH
8	Jillian Michaels - Shred für Einsteiger	Polyband
9	Prof. Dr. Grönemeyer - Dein gesunder Rücken	Polyband
10	Tomorrow - Die Welt ist voller Lösungen	Alive

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

© GfK 2017 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2016

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.

Top 10 DVD / Blu-ray TV-Serien 2016

Basis Handelspanel Menge 100%

Pos.	Titel*	Publisher
1	Game of Thrones - Season 5	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 2	Warner Home Video
5	Game of Thrones - Season 3	Warner Home Video
6	Game of Thrones - Season 4	Warner Home Video
7	Downton Abbey - Season 6	Universal
8	Club der roten Bänder - Season 1	universum film
9	The Big Bang Theory - Season 8	Warner Home Video
10	The Walking Dead - Season 6	WVG Medien

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

© GfK 2017 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2016

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.

Top 10 4K 2016

Basis Handelspanel Menge 100%

Pos.	Titel*	Publisher
1	Deadpool	Tw. Century Fox Home Entertainment
2	The Revenant - Der Rückkehrer	Tw. Century Fox Home Entertainment
3	Warcraft: The Beginning	Universal
4	Independence Day 2 - Wiederkehr	Tw. Century Fox Home Entertainment
5	Star Trek Beyond	Paramount
6	Der Marsianer - Rettet Mark Watney	Tw. Century Fox Home Entertainment
7	Independence Day	Tw. Century Fox Home Entertainment
8	X-Men: Apocalypse	Tw. Century Fox Home Entertainment
9	Suicide Squad	Warner Home Video
10	Batman v Superman: Dawn of Justice	Warner Home Video

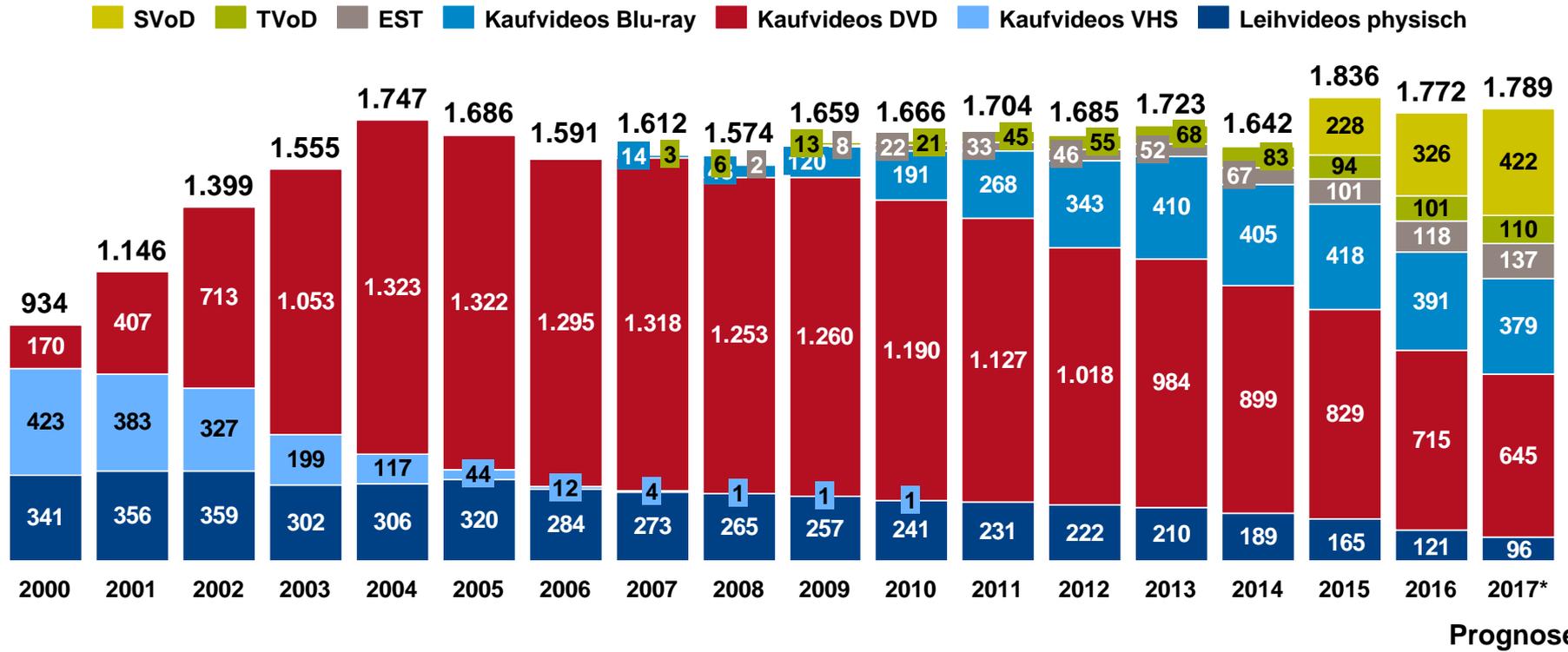
* Alle EANs/physische Abverkäufe Panel 100% hochgerechnet/alle Versionen (DVD/BD) auf Produkt/Titel zusammengefasst

© GfK 2017 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2016

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.

Forecast

Forecast Home Video



Prognose*

* Prognose erstellt im Januar 2017 auf Basis der Daten des Jahres 2016
 Home Video (SVoD seit 2015); Alle Zeiträume: Januar-Dezember; Ausgaben in Mio. €
 © GfK 2017 im Auftrag der FFA | Der Home Video Markt im Jahr 2016

n 2016 = 46219

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.