



# Der Home-Video-Markt im Jahr 2023

Eine Veröffentlichung der  
Filmförderungsanstalt

Consumer Panel Services GfK | YouGov  
*Media & Entertainment*

# Agenda

- 1 Wirtschaftliche Rahmendaten
- 2 Der Home-Video- und Kinomarkt
- 3 Der Home-Video-Markt: Entwicklungen
- 4 Physische Home-Video-Formate
- 5 Digitale Home-Video-Formate
- 6 Zusammenfassung
- 7 Anhang

# Methodik

Befragungsinhalt, Befragungsmethode, Hochrechnung, Stichprobe



## INHALT

Erfassung aller Käufe und Leihvorgänge von DVDs und Blu-rays sowie digitaler Käufe und Leihvorgänge inkl. der Ausgaben für Video-Streaming-Abonnements von deutschen Privatpersonen ab 10 Jahren.



## METHODE

Schriftlich (ca. 80 % online, ca. 20 % Paper & Pencil) in Form eines Tagebuchs, das von den Panelteilnehmenden selbst kontinuierlich geführt wird.



## EXTRAPOLATION

Die Ergebnisse werden auf die Grundgesamtheit (Stand Januar 2023: 65,9 Mio.) der deutschen Bevölkerung ab 10 Jahre hochgerechnet.



## STICHPROBE

Kontinuierliches Panel von 20.000 deutschen Einzelpersonen ab 10 Jahren (brutto, Stand Januar 2023).



## SVOD-DEFINITION

Aktuell enthaltene Plattformen: Amazon Prime Video, Apple TV+, Discovery+, Disney+, Netflix, Paramount+, WOW (exkl. Sport), sonstige Plattformen (Arthouse CNMA, Crunchyroll, Filmtastic, Home of Horror, Lionsgate+, Mubi, Netzkino, Realeyz).

1

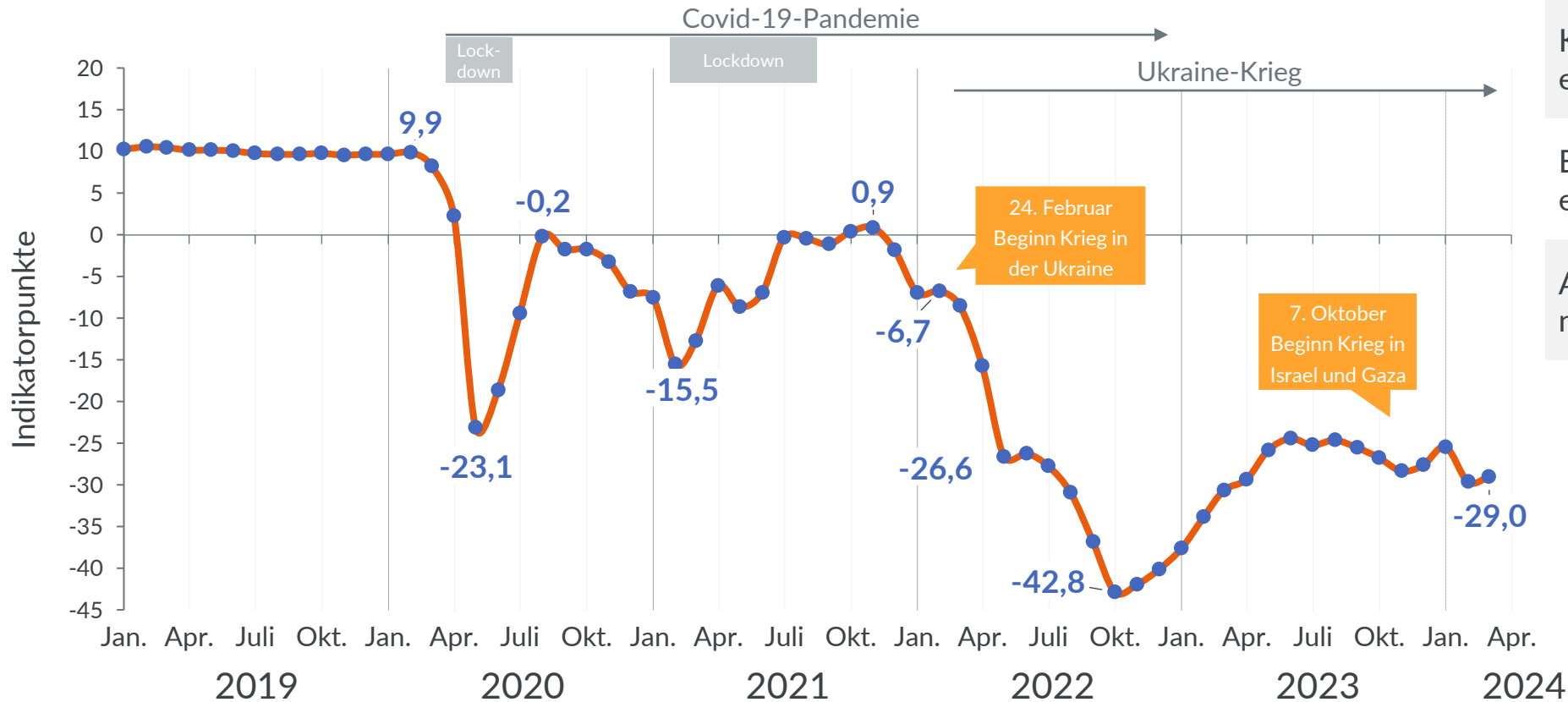
# Wirtschaftliche Rahmendaten

# Konsumklima in Deutschland

Konsumstimmung stabilisiert sich auf niedrigem Niveau



## Konsumklima: Prognose für März 2024



## Kennzahlen

Stand: Februar 2024

Konjunktur-  
erwartung -6,4 →

Einkommens-  
erwartung -4,8 ↗

Anschaffungs-  
neigung -15,0 →

Die Pfeile zeigen den Trend  
gegenüber dem Vormonat.

2

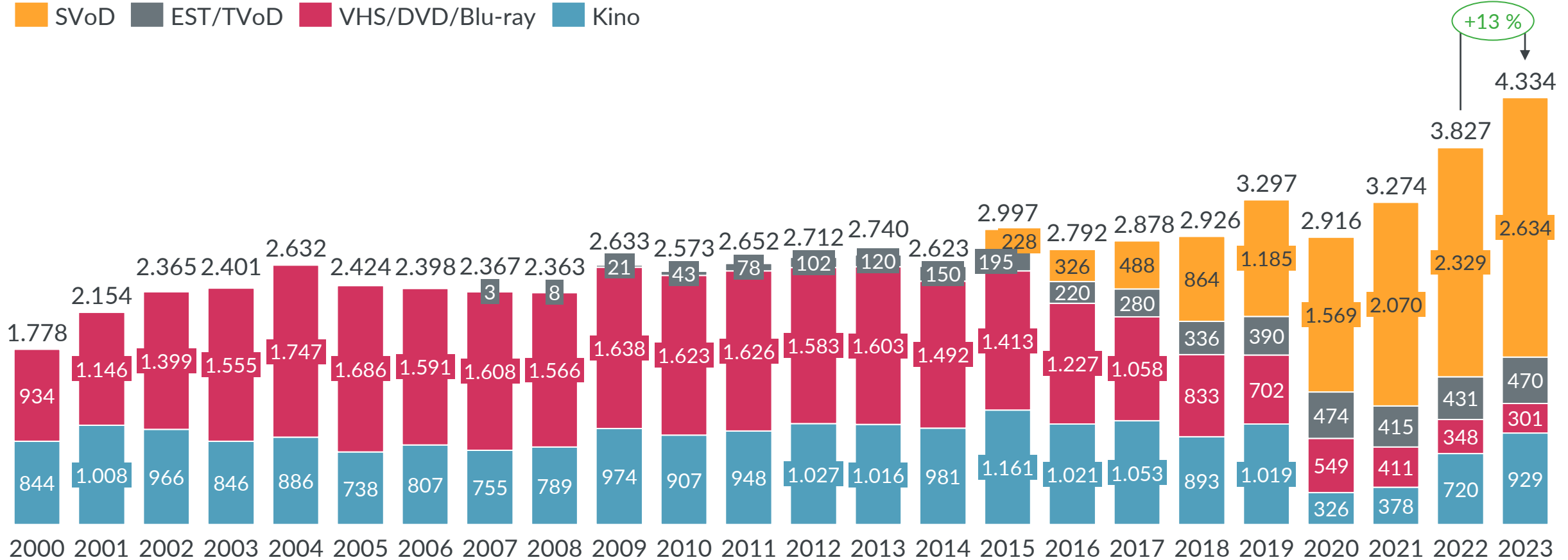
## Der Home-Video- und Kinomarkt

# Kino/Home-Video

## Marktentwicklung im Langezeitverlauf



■ SVoD 
 ■ EST/TVoD 
 ■ VHS/DVD/Blu-ray 
 ■ Kino



Kino/Home-Video (ab 2023 exkl. Leihvideos DVD/Blu-ray) | Alle Zeiträume: Januar-Dezember | Ausgaben in Mio. € | n 2023 = 94366  
 Neubewertung von Amazon Prime ab 2018, eine Vergleichbarkeit mit den Vorjahren ist nur eingeschränkt möglich.

# 3

## Der Home-Video-Markt: Entwicklungen

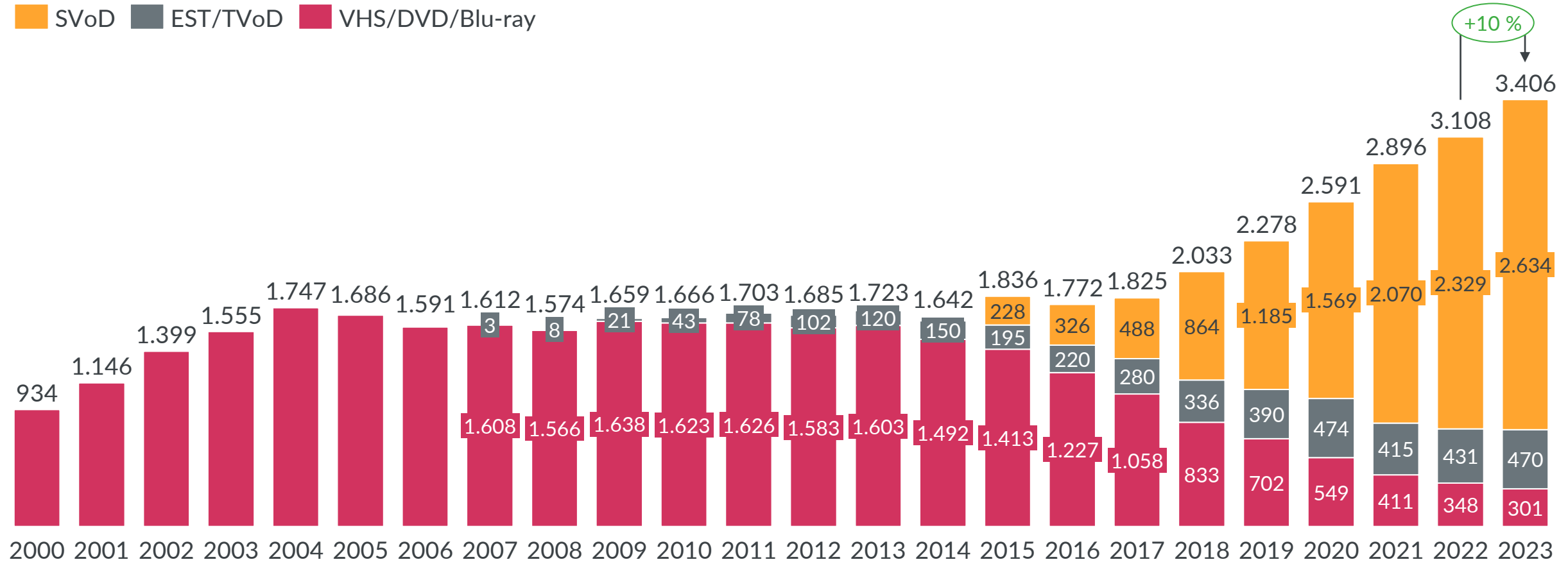


# Home-Video-Gesamtmarkt

## Marktentwicklung im Langezeitverlauf

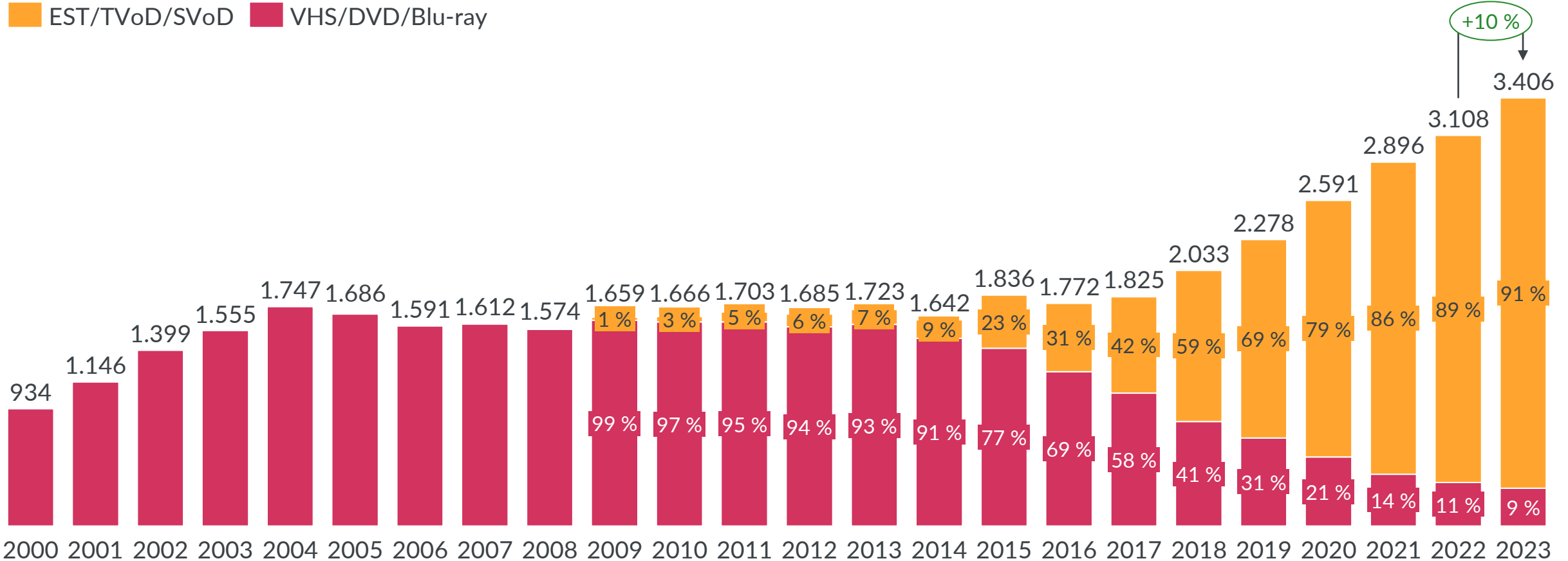


■ SVoD 
 ■ EST/TVoD 
 ■ VHS/DVD/Blu-ray



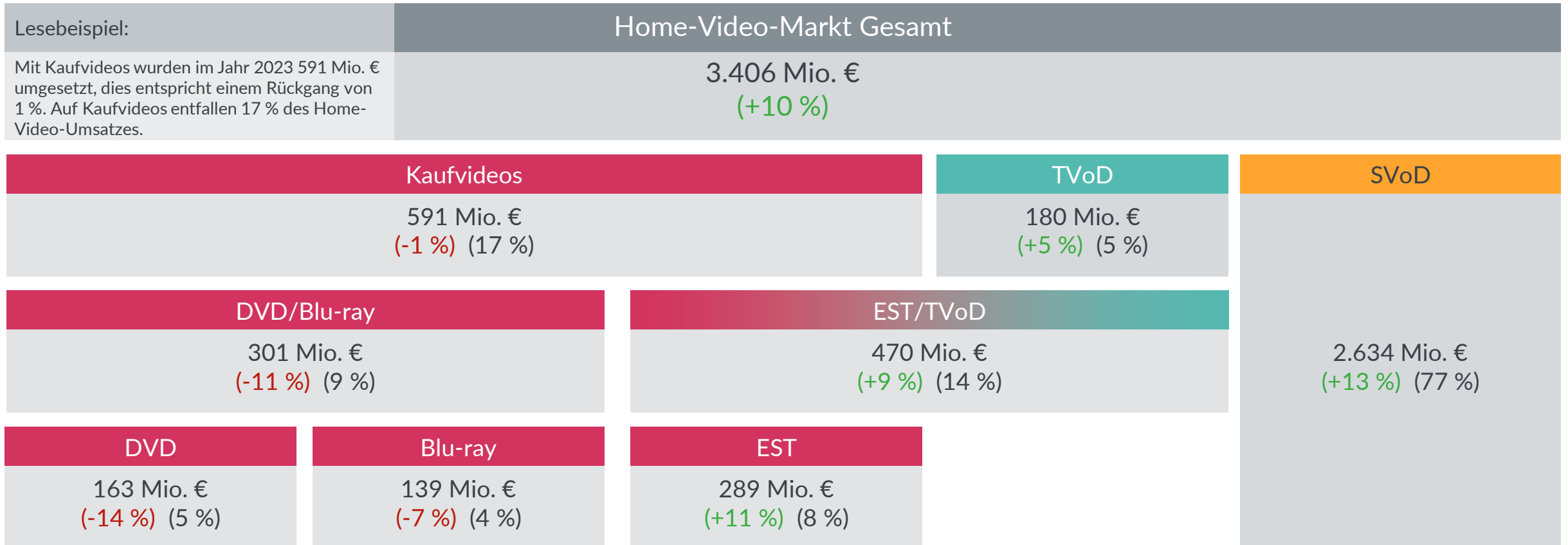
# Home-Video-Gesamtmarkt

Langzeitentwicklung digitaler vs. physischer Produkte



# Home-Video-Gesamtmarkt

Übersicht der Formatentwicklung im Vergleich zum Vorjahr



# Home-Video-Gesamtmarkt

Konsument\*innen – Kennzahlenübersicht



	Jahr 2022	Jahr 2023
Kaufende/Leihende/Abonnierende in Mio. Personen	25,2 Mio.	25,9 Mio.
Reichweite (vs. Bevölkerung) in %	38 %	39 %
Ausgaben pro Person in €	123,28 €	131,60 €
Ø Kauf-/Leihintensität in Stück/Transaktionen (exkl. SVoD)	8,2 pro Person	8,2 pro Person

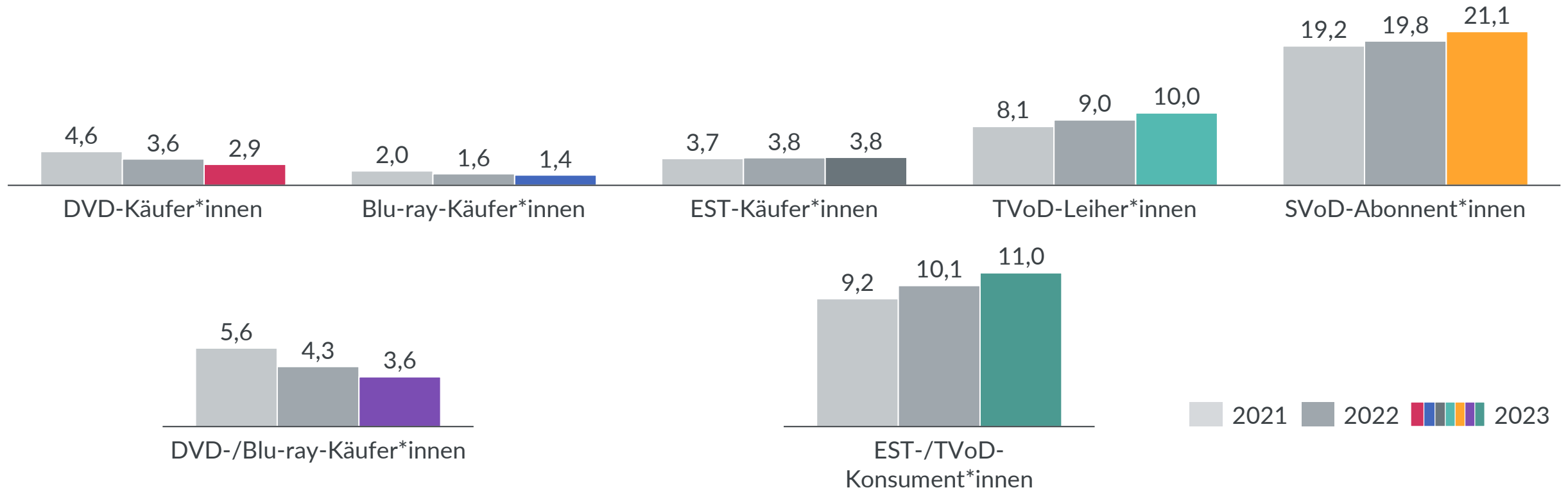
# Home-Video-Gesamtmarkt

Entwicklung der Konsument\*innen nach Format



## Physische Formate

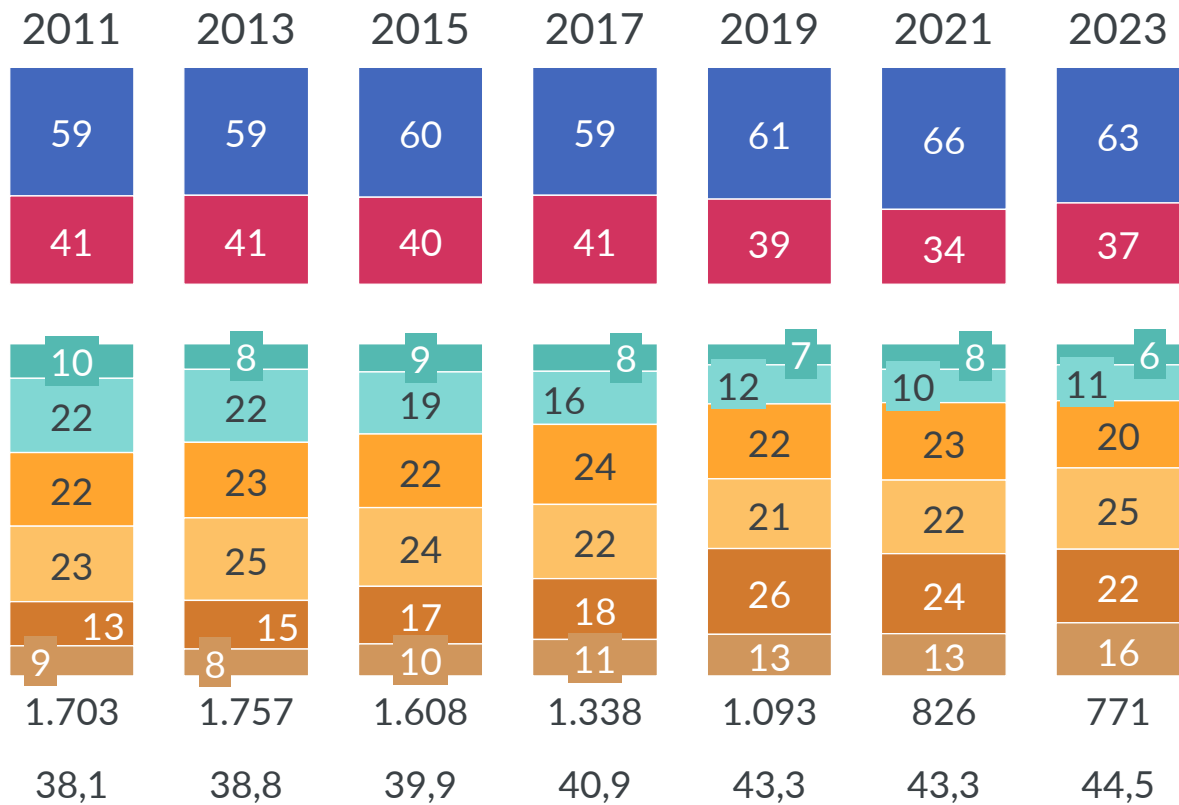
## Digitale Formate



# Home-Video-Markt transaktional

Verteilung Geschlecht und Alter im Langzeitverlauf

## Anteil Geschlecht und Alter

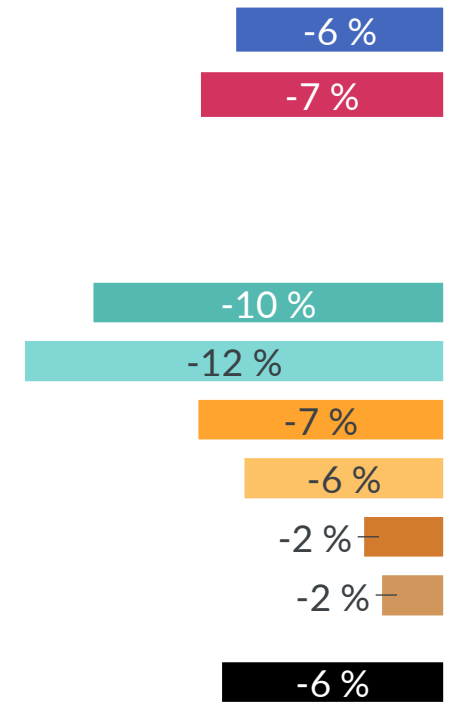


■ männlich  
■ weiblich

■ 10 bis 19 Jahre  
■ 20 bis 29 Jahre  
■ 30 bis 39 Jahre  
■ 40 bis 49 Jahre  
■ 50 bis 59 Jahre  
■ 60+ Jahre

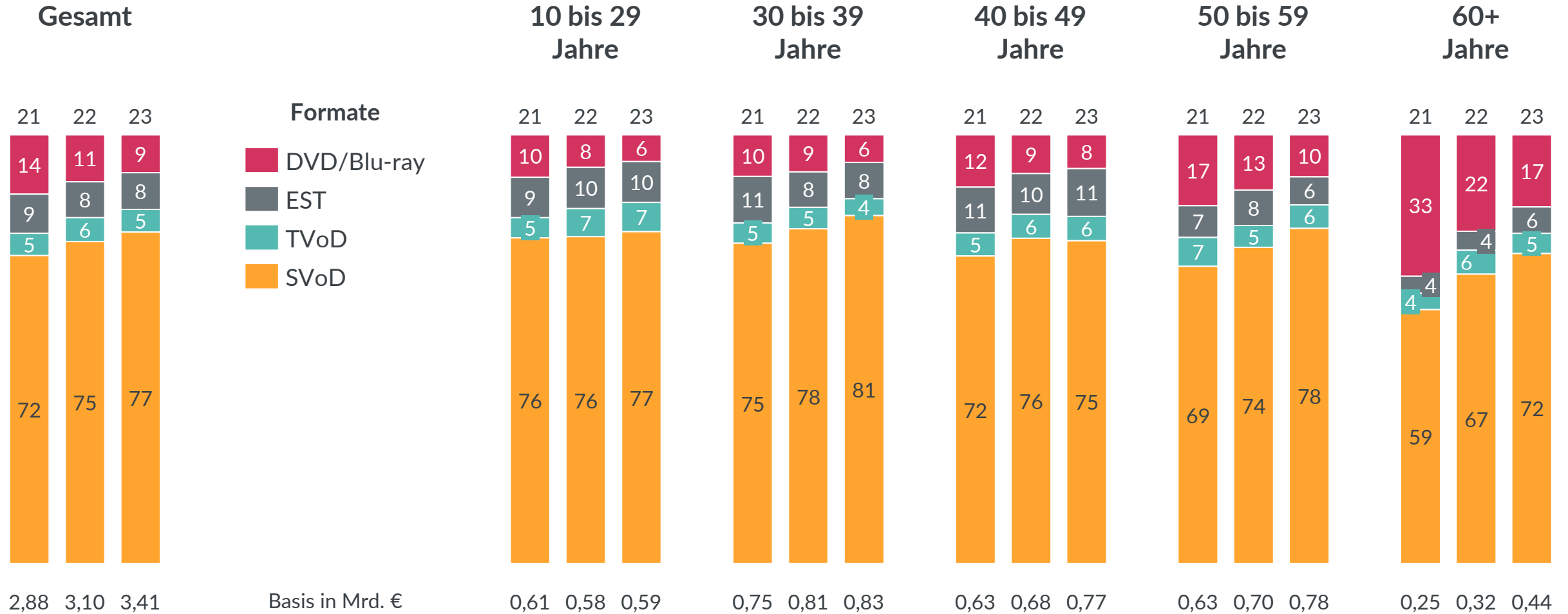
Basis in Mio. €  
Ø Alter

## Veränderungsrate (CAGR 2023 vs. 2011)



# Home-Video-Markt

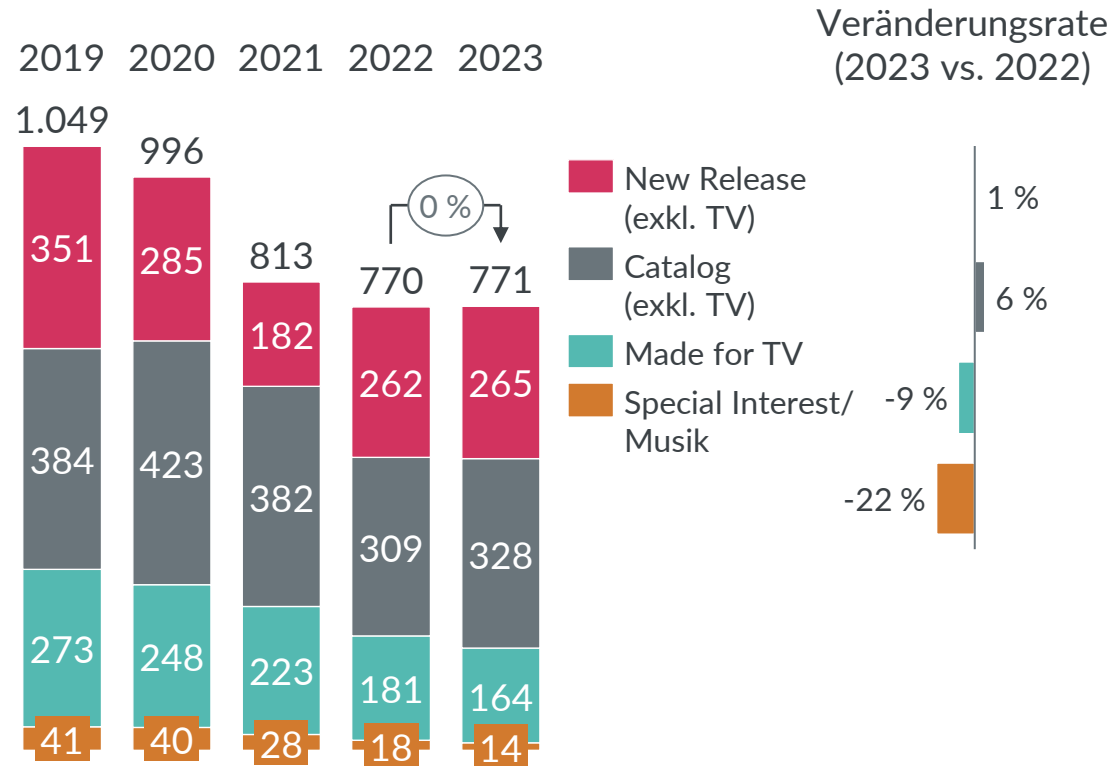
## Anteil Home-Video-Formate in Altersgruppen



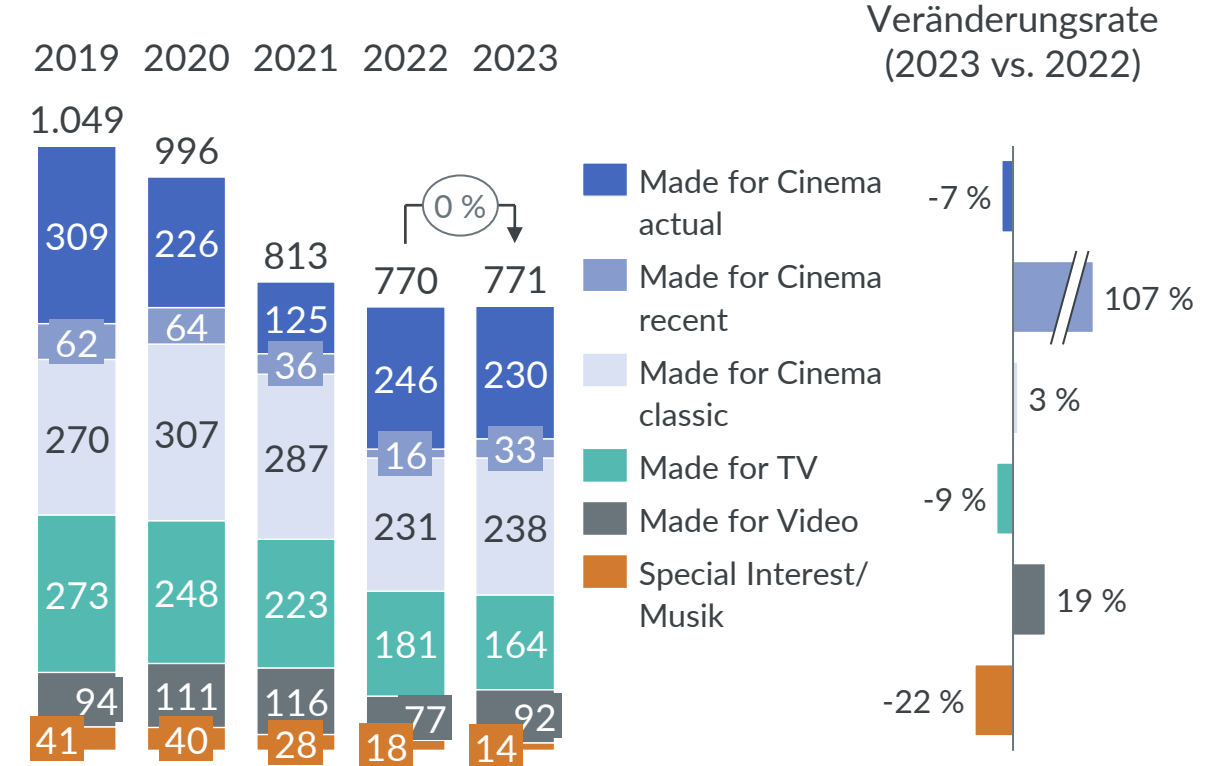
# Home-Video-Markt transaktional

## Entwicklung Release und Segmente

### Release



### Segmente





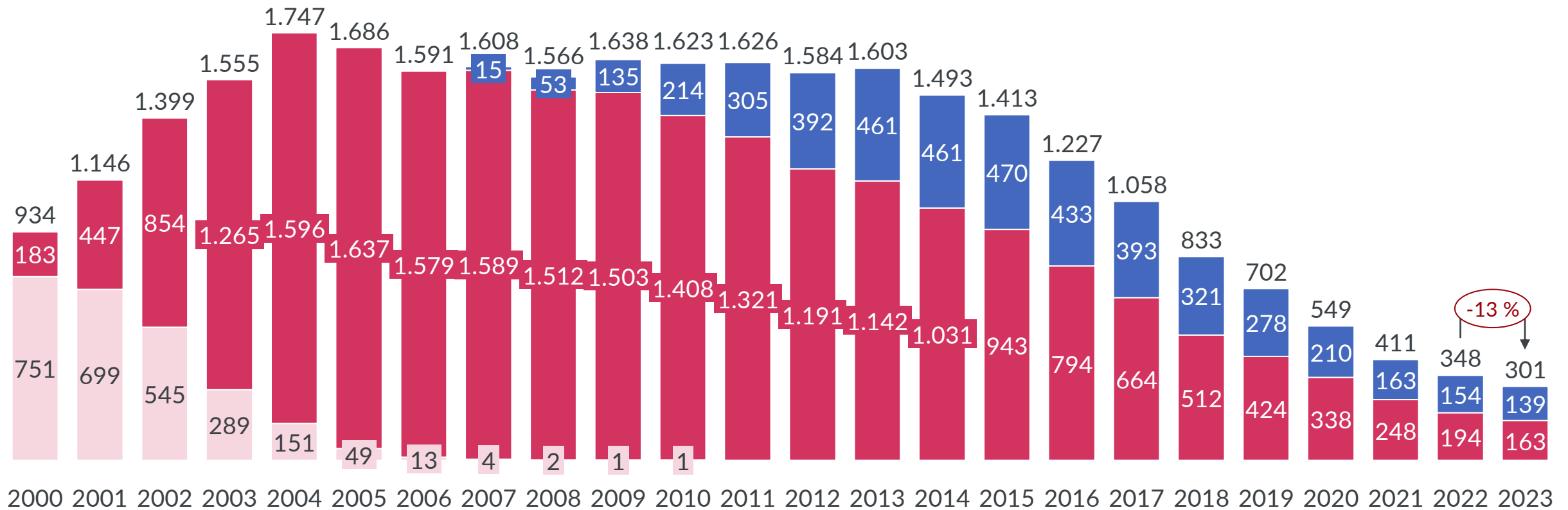
4

## Physische Home-Video- Formate

# Physische Formate

## Langzeitentwicklung

VHS DVD Blu-ray

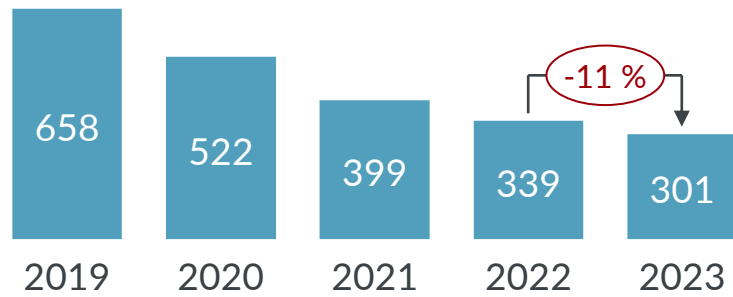


# Physische Formate

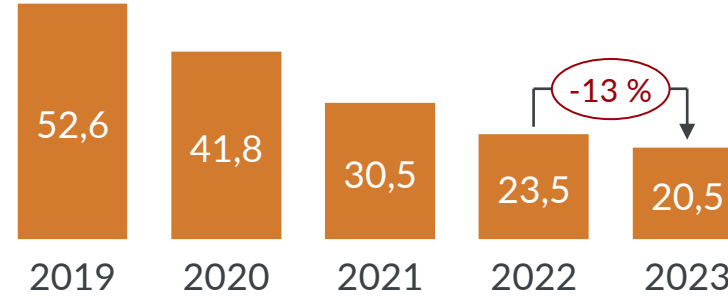
Kennzahlen im 5-Jahresverlauf



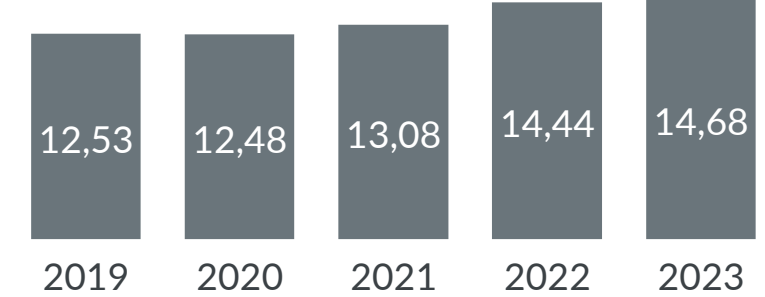
Ausgaben in Mio. €



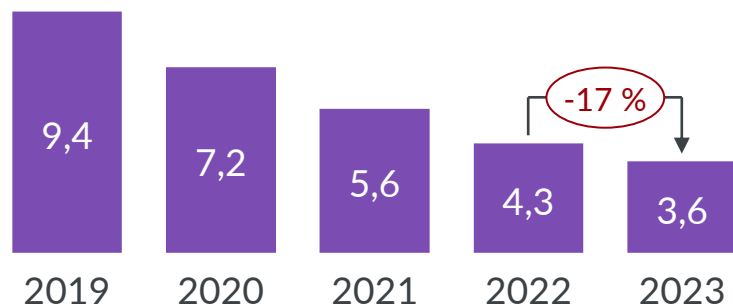
Absatz in Mio. Stück



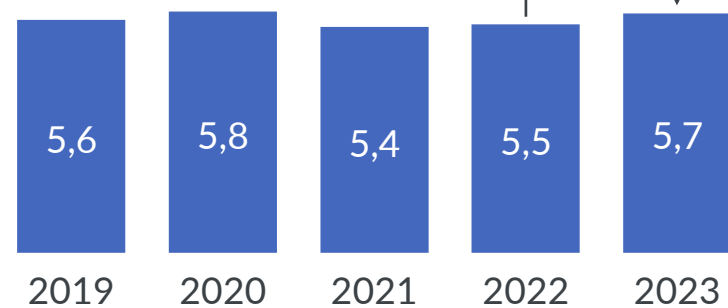
Ø Preis in €



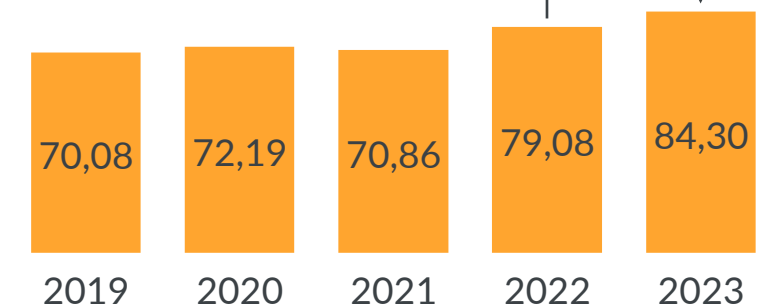
Käufer\*innen in Mio. Personen



Ø Kaufintensität pro Pers.

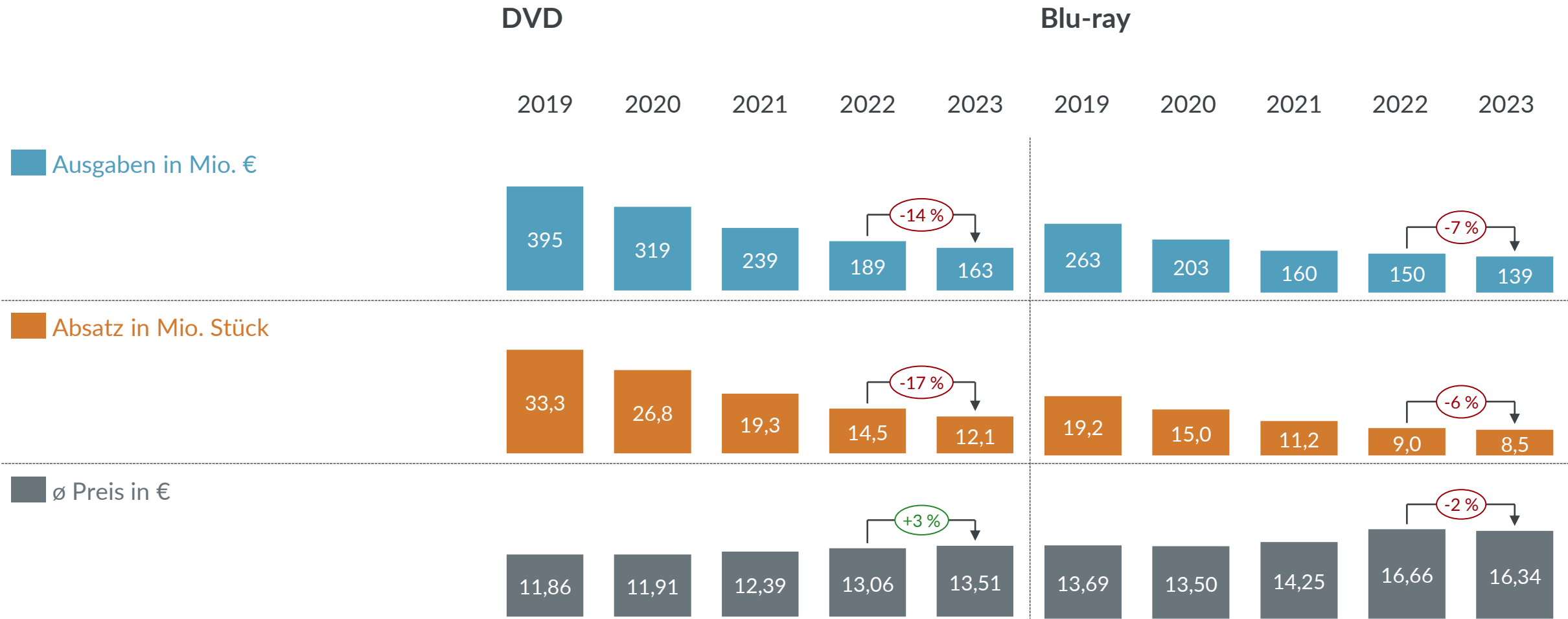


Ø Ausgaben in € pro Pers.



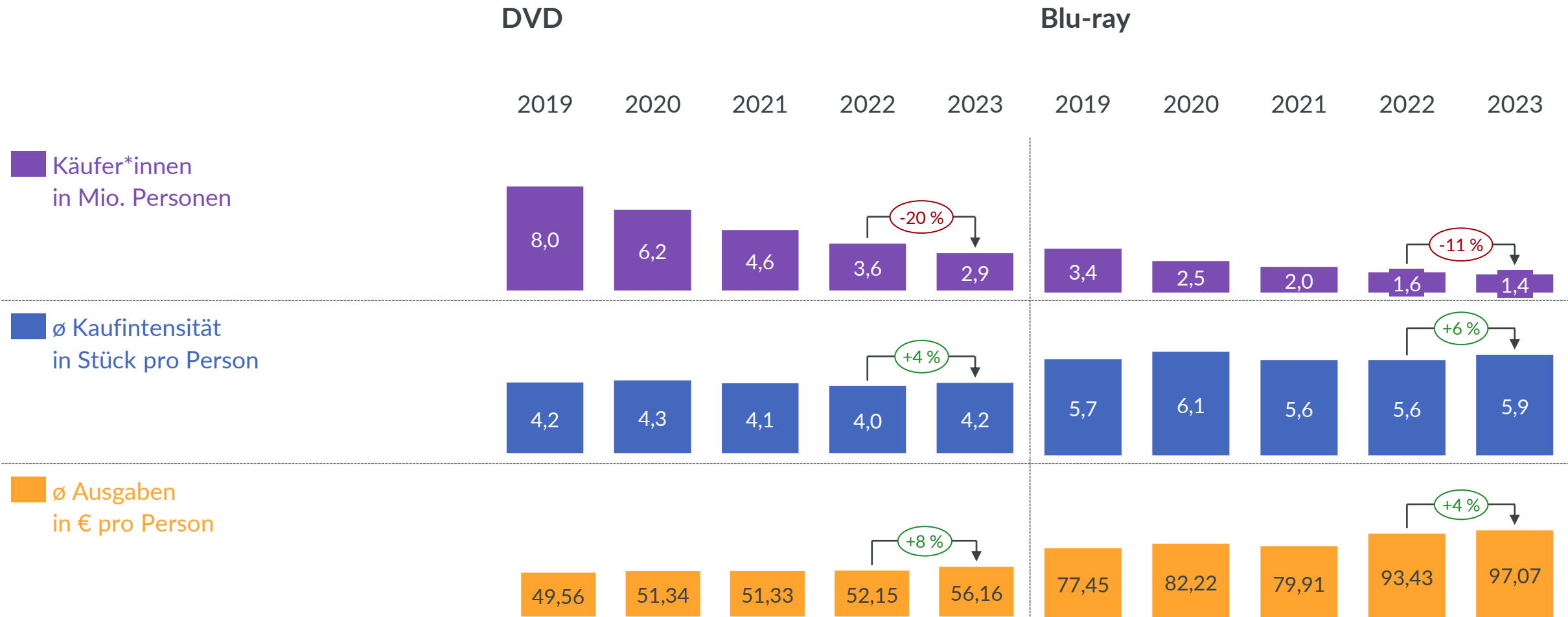
# Physische Formate

Kennzahlen im 5-Jahresverlauf nach Format



# Physische Formate

Kennzahlen im 5-Jahresverlauf nach Format

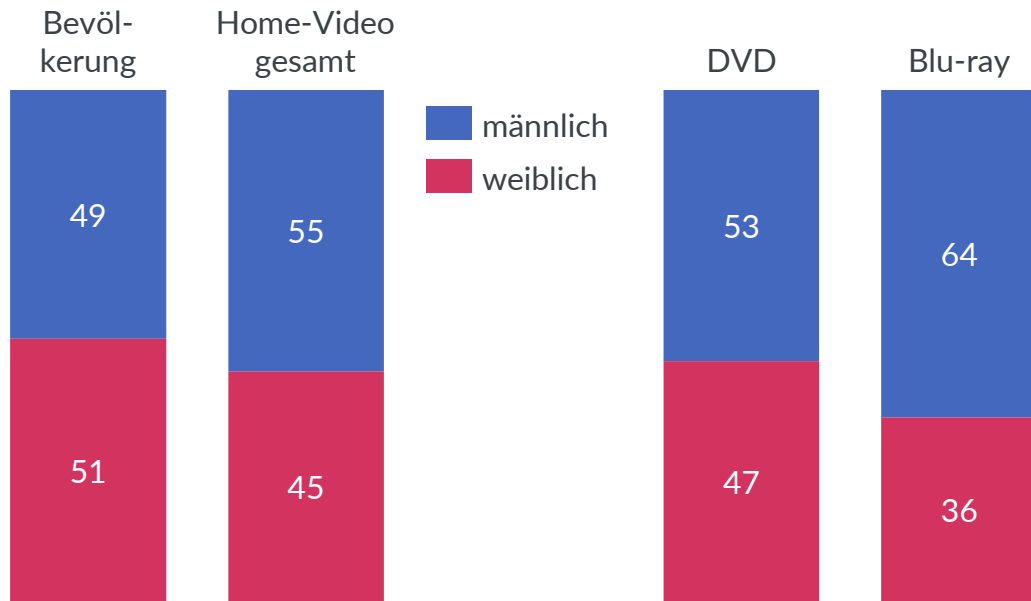


# Physische Formate

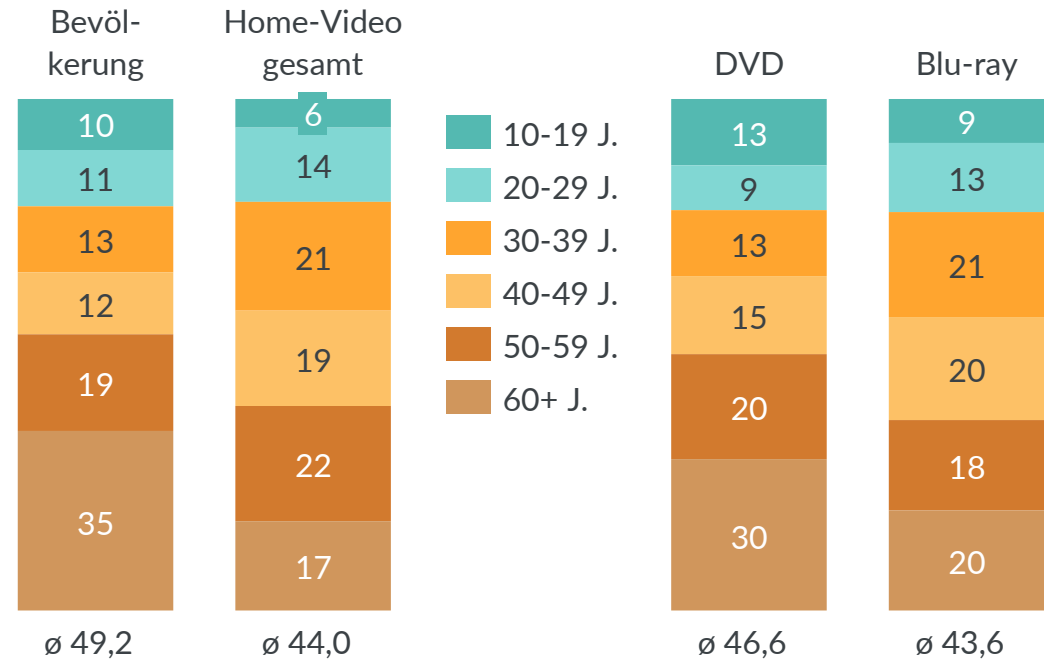
Anteile Geschlecht und Alter nach Format



## Geschlecht

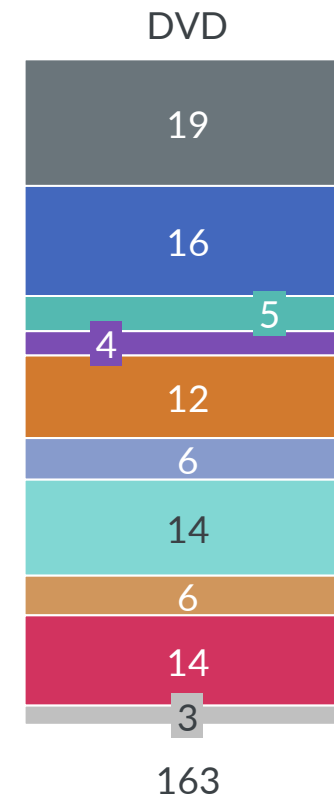
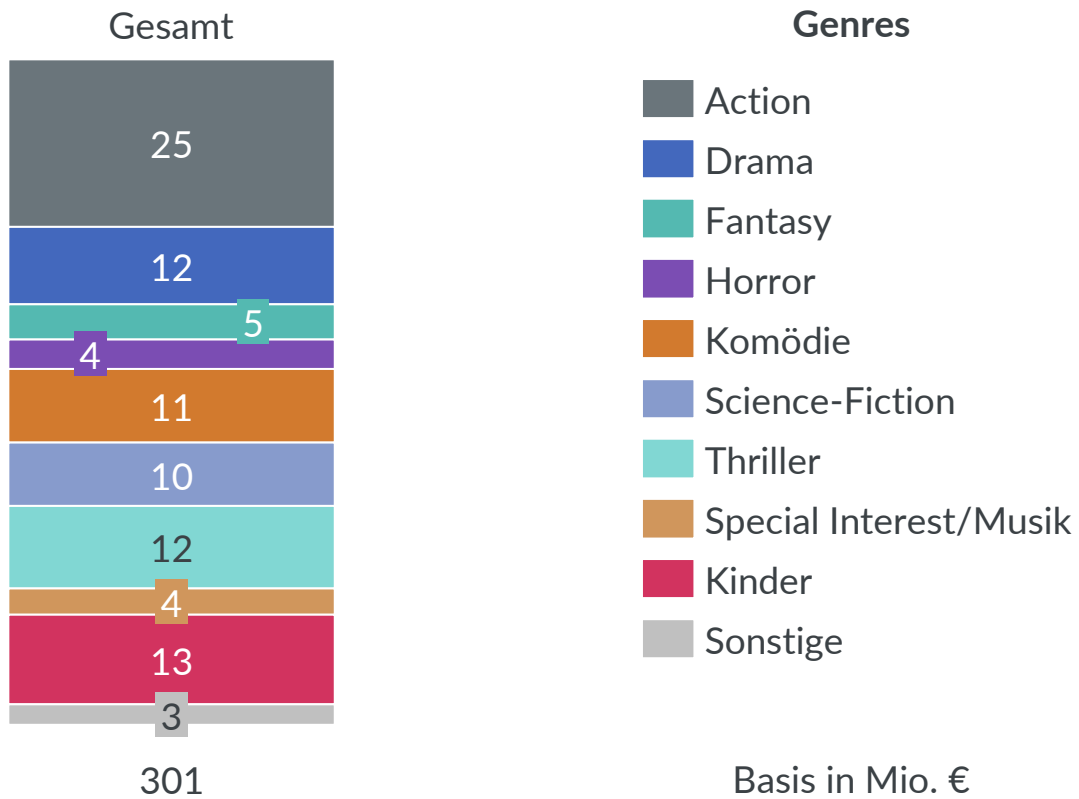


## Alter



# Physische Formate

Anteile der Genres nach Formaten



5

## Digitale Home-Video- Formate



# Digitale Formate

Kennzahlen im 5-Jahresverlauf nach Format



EST

TVoD

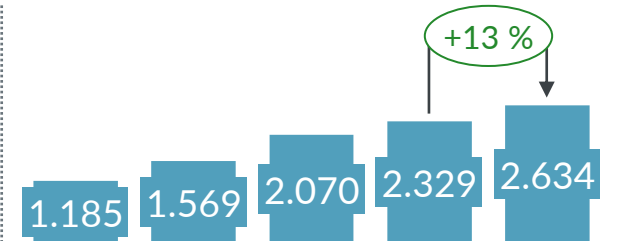
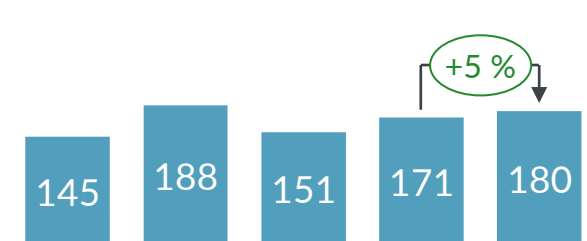
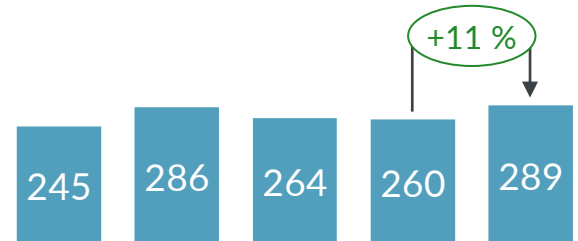
SVoD

2019 2020 2021 2022 2023

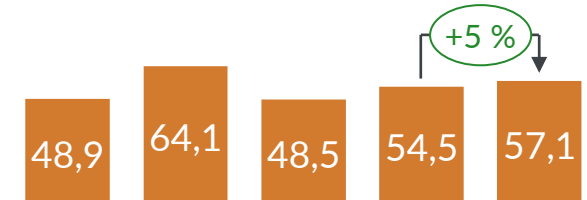
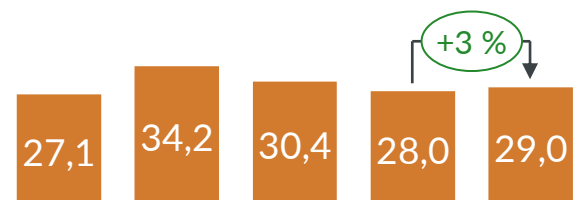
2019 2020 2021 2022 2023

2019 2020 2021 2022 2023

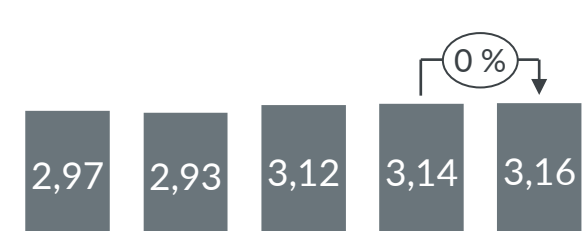
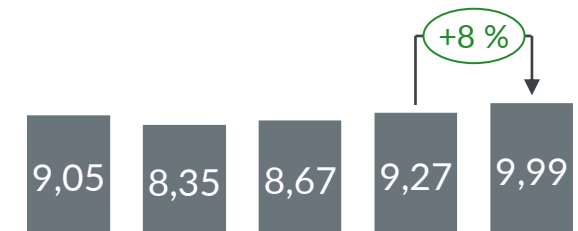
Ausgaben  
in Mio. €



Absatz  
in Mio. Stück/Transaktionen



Ø Preis/Leihgebühr  
in €



# Digitale Formate

Kennzahlen im 5-Jahresverlauf nach Format



EST

TVoD

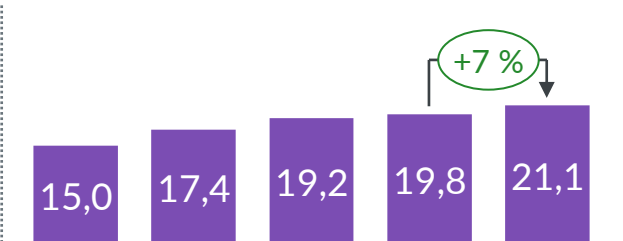
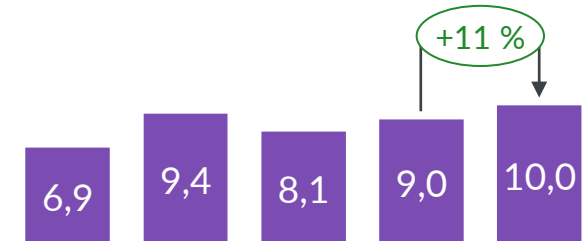
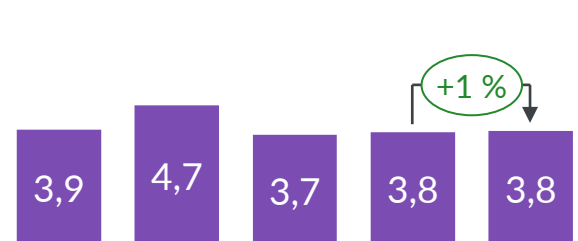
SVoD

2019 2020 2021 2022 2023

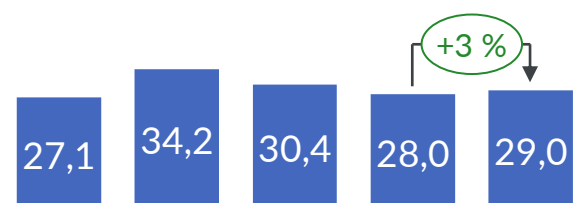
2019 2020 2021 2022 2023

2019 2020 2021 2022 2023

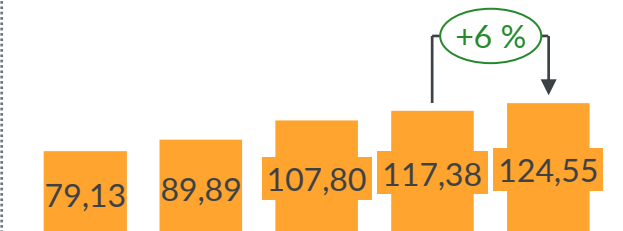
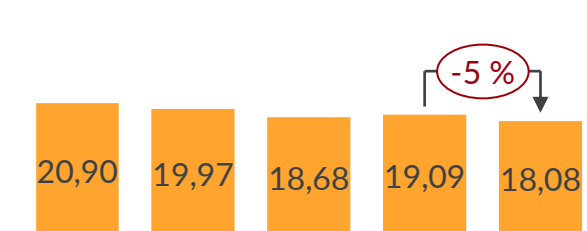
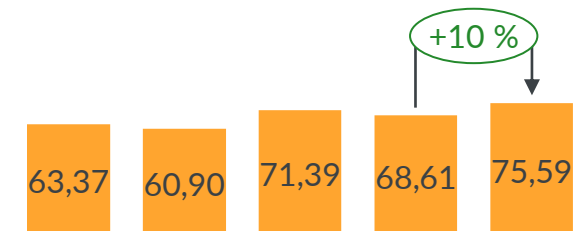
**Kaufende/Leihende/  
Abonnierende  
in Mio. Personen**



**Ø Kauf-/Leihintensität  
pro Person**



**Ø Ausgaben  
in € pro Person**

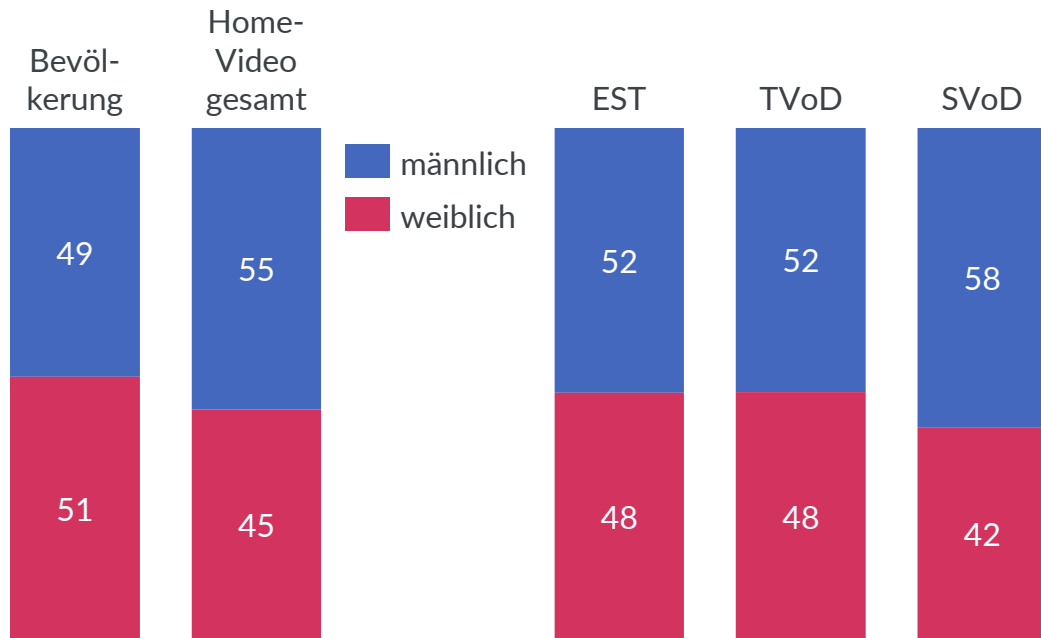


# Digitale Formate

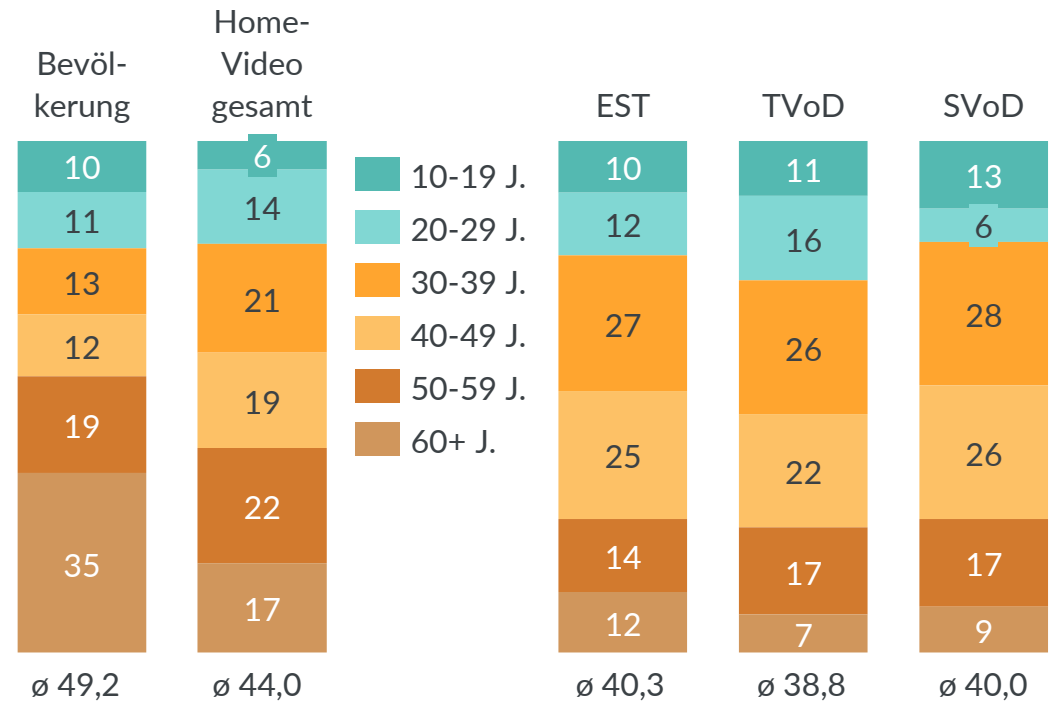
Anteile Geschlecht und Alter nach Format



## Geschlecht

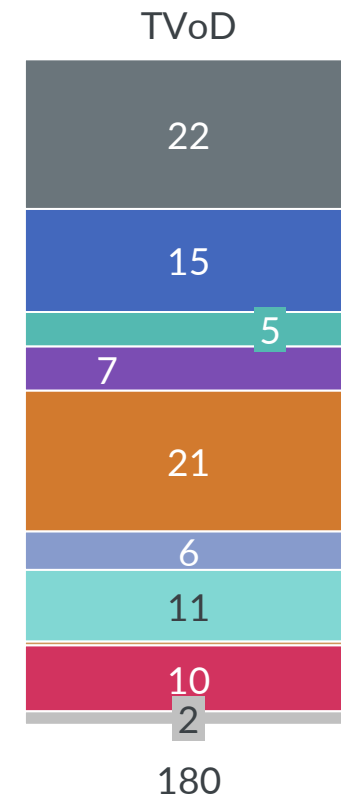
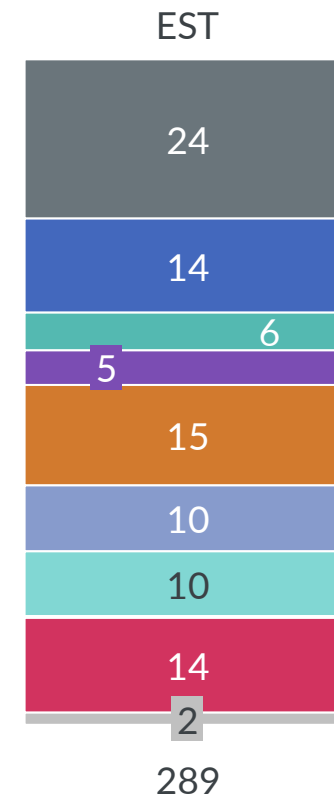
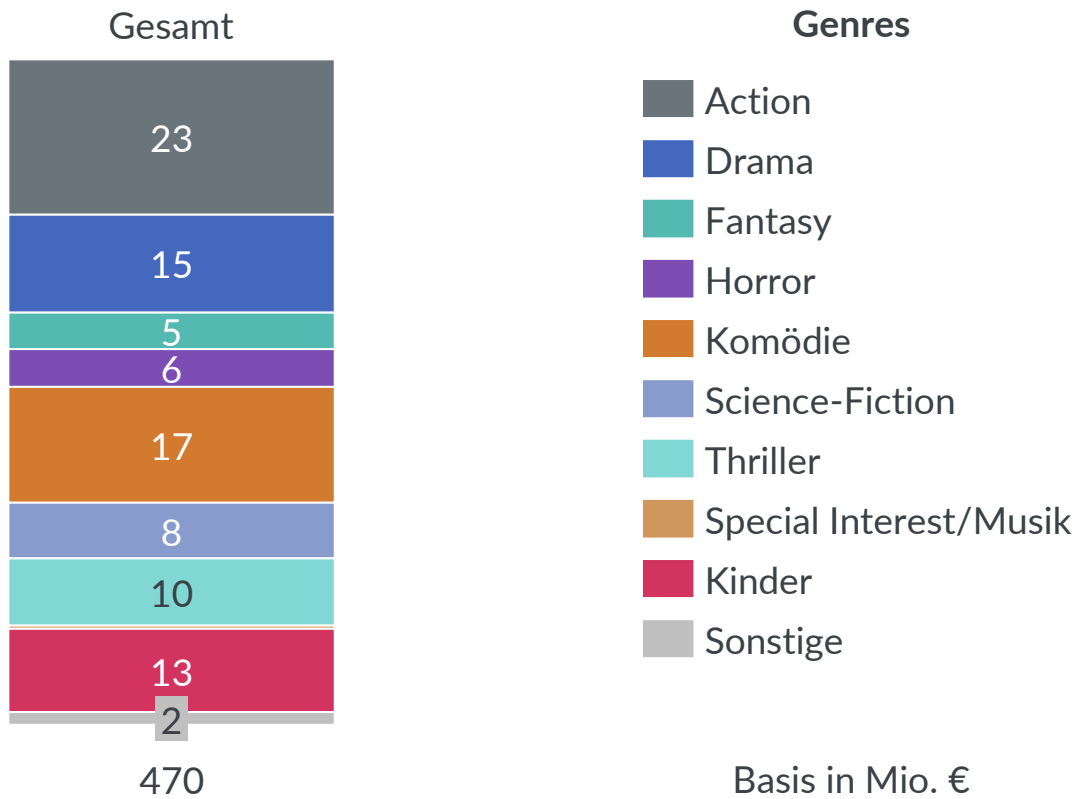


## Alter



# EST/TVoD

## Anteile der Genres nach Formaten



6

# Zusammenfassung

- Der Home-Entertainment-Markt für Filme und Serien (DVD, Blu-ray, EST, TVoD, SVoD) stieg 2023 erneut. Mit einem Gesamtumsatz von 3,41 Mrd. Euro erreichte die Home-Video-Branche (seit 2023 exkl. Leihvideos in Form von DVD/Blu-ray) ein Plus von 10 Prozent gegenüber dem Vorjahr und ein Rekordhoch im Zeitverlauf.
- Der Zuwachs lässt sich auf eine Erhöhung der Ausgaben pro Person um 8,32 Euro auf 131,60 Euro zurückführen. Auch die Reichweite stieg leicht auf 39 Prozent in der deutschen Bevölkerung ab 10 Jahren (2022: 38 %). Insgesamt 25,9 Mio. Personen, liehen oder kauften mind. 1x einen Film (physisch oder digital) bzw. nutzen SVoD im Jahr 2023.
- SVoD bleibt der umsatzstärkste Bereich im Home-Video-Markt (2,63 Mrd. Euro; +13 % gegenüber 2022). 77 % der Ausgaben entfallen auf dieses Segment. Auch TVoD und EST verzeichneten Zuwächse, während die physischen Formate weiter fallen.
- Gegenüber 2021 ist der Home-Video-Markt wieder etwas weiblicher geworden (exkl. SVoD / 2023: 37 % vs. 2021: 34 %), das Durchschnittsalter stieg auf 44,5 Jahre.

7

# Anhang

- Bitte beachten Sie, dass es vereinzelt (bei einem hohen Detaillierungsgrad) zu geringen Fallzahlen (<100) kommen kann. Die Streuung wird in diesen Fällen entsprechend groß, weshalb die zugrunde gelegten Zahlen nur eingeschränkt interpretierbar sind. Für eine verbesserte Transparenz wurden je nach Charttyp die Fallzahlen in diesen Chartsatz integriert und/oder geringe Fallzahlen markiert.
- Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern.
- Um Coveragelücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspaneldaten, exFactory Zahlen etc.) zur Korrektur verwendet.
- Aufgrund von kontinuierlichen Qualitätskontrollen können sich vereinzelt Vergangenheitswerte im Vergleich zu Publikationen in den Vorjahren in sehr geringem Maße ändern.
- Aus rechentechnischen Gründen können in den Grafiken und Texten Rundungsdifferenzen (€, % usw.) auftreten.



# Definition

## Segmente



Made for Cinema	Home-Video-Veröffentlichungen, die ihren <b>Ersteinsatz im Kino</b> hatten. Dies schließt alle Formen der Veröffentlichung (z. B. Single Edition, Special Edition, Deluxe Version, etc.) ein. Hierzu gehören auch sog. "Kino Boxsets".
Made for Cinema actual	Home-Video-Veröffentlichungen, die ihren <b>Ersteinsatz im Kino</b> hatten und in den ersten 12 Monaten nach Kinostart gekauft/geliehen wurden.
Made for Cinema recent	Home-Video-Veröffentlichungen, die ihren <b>Ersteinsatz im Kino</b> hatten und zwischen dem 13. und 24. Monat nach Kinostart gekauft/geliehen wurden.
Made for Cinema classic	Home-Video-Veröffentlichungen, die ihren <b>Ersteinsatz im Kino</b> hatten und ab dem 25. Monat nach Kinostart gekauft/geliehen wurden.
Made for TV	Home-Video-Veröffentlichungen, die ihren <b>Ersteinsatz im TV</b> hatten.
Made for Video	Home-Video-Veröffentlichungen, die weder für das Kino noch TV produziert wurden und ihren <b>Ersteinsatz im Home-Video-Markt</b> hatten.
Special Interest	
Musik(videos)	

# Definition

## Release



### New Release

Der Kauf-/Leihvorgang fand in den ersten drei Monaten nach **Home-Video-Veröffentlichung** statt.

### Recent Release

Der Kauf-/Leihvorgang fand zwischen dem 4. und 6. Monat nach **Home-Video-Veröffentlichung** statt.

### Katalog

Der Kauf-/Leihvorgang fand ab dem 7. Monat nach **Home-Video-Veröffentlichung** statt.

# Definition

## Home-Video Digital

SVoD	Bei <b>Subscription Video-on-Demand</b> (SVoD) Services können Abonnent*innen gegen eine <b>(meist monatliche) Gebühr</b> auf Inhalte zugreifen und diese im Rahmen des Abonnements beliebig oft anschauen.
TVoD	<b>Transactional Video-on-Demand</b> (TVoD) ist ein Service zum gebührenpflichtigen <b>Anschauen</b> von digitalem Content innerhalb eines begrenzten Zeitraumen. Nutzer*innen haben dabei 30 Tage Zeit, den Inhalt zu starten. Anschließend sind die Inhalte typischerweise für 48 Stunden verfügbar.
EST	<b>Electronic Sell-Through</b> (EST) ermöglicht das Herunterladen oder das <b>dauerhafte</b> Streaming von digitalem Content gegen eine <b>einmalige Gebühr</b> .

SVoD

### Derzeit erfasste Anbieter/Plattformen

- Amazon Prime Video (inkl. Channels ab 2. Quartal 2017)
- Apple TV+
- Discovery+ (ab 4. Quartal 2022)
- Disney+ (ab 1. Quartal 2020)
- Netflix
- Paramount+ (ab 4. Quartal 2022)
- WOW (exkl. Sport)
- Arthouse CNMA
- Crunchyroll
- Filmtastic
- Home of Horror
- Lionsgate+
- Mubi
- Netzkino
- Realeyz

### Eingestellte Angebote

- Lidl You (ab 2. Quartal 2018)
- Maxdome (ab 3. Quartal 2020)
- Watchever (ab 4. Quartal 2016)