

Der Home-Video-Markt im Jahr 2024

Eine Veröffentlichung der Filmförderungsanstalt

YouGov Shopper Intelligence | 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

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. Seit 2023 werden physische Leihvorgänge nicht mehr berücksichtigt.



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 2024: 65,7 Mio.) der deutschen Bevölkerung ab 10 Jahre hochgerechnet.



STICHPROBE

Kontinuierliches Panel von 20.000 deutschen Einzelpersonen ab 10 Jahren (brutto, Stand Januar 2024).



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).

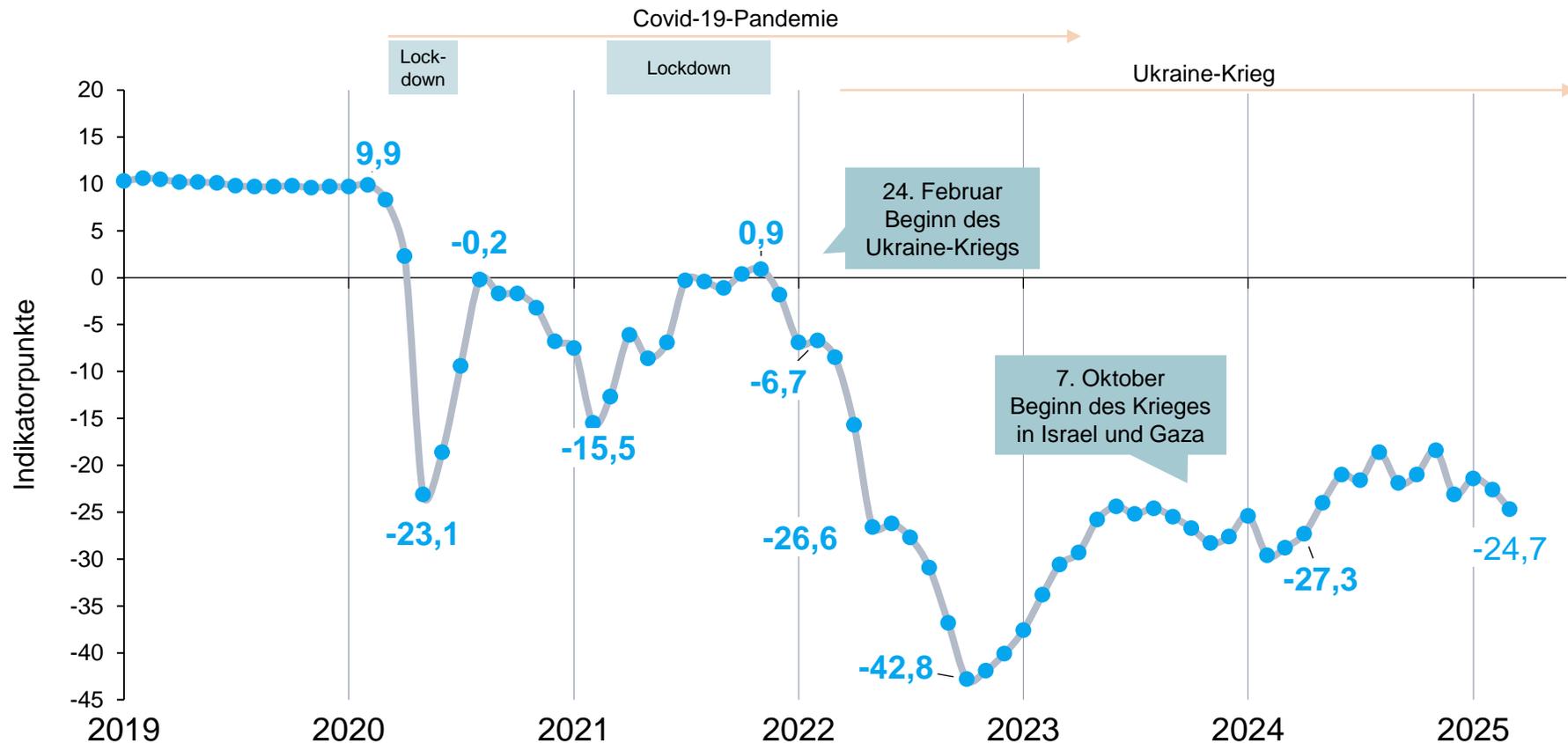


Filmförderungsanstalt German Federal Film Board

Wirtschaftliche Rahmendaten

DER RÜCKGANG DES KONSUMKLIMAS SETZT SICH FORT

Konsumklima: Prognose für März 2025



Kennzahlen

Stand: Februar 2025

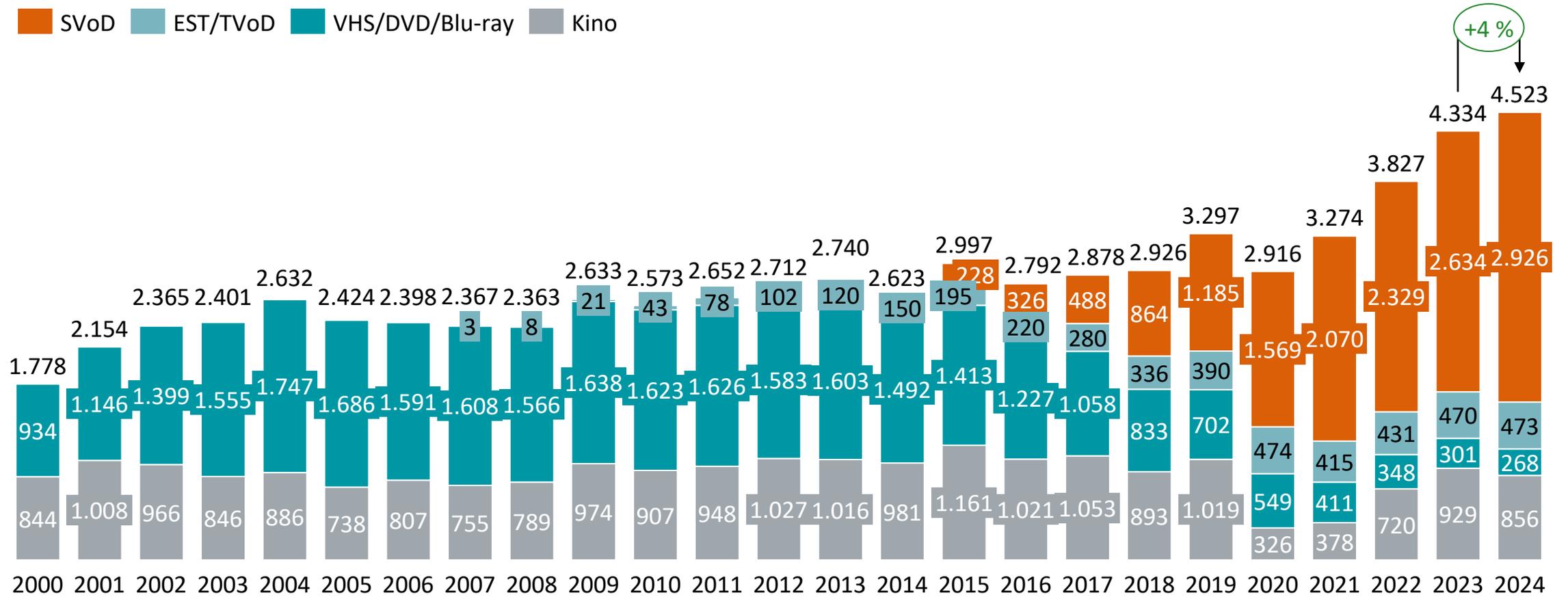
Konjunktur- erwartung	1,2	↗
Einkommens- erwartung	-5,4	↘
Anschaffungs- neigung	-11,4	↘
Sparneigung	9,2	↗

Die Pfeile zeigen die Entwicklung im Vergleich zum Vormonat

Der Home-Video- und Kinomarkt

Marktentwicklung im Langzeitverlauf

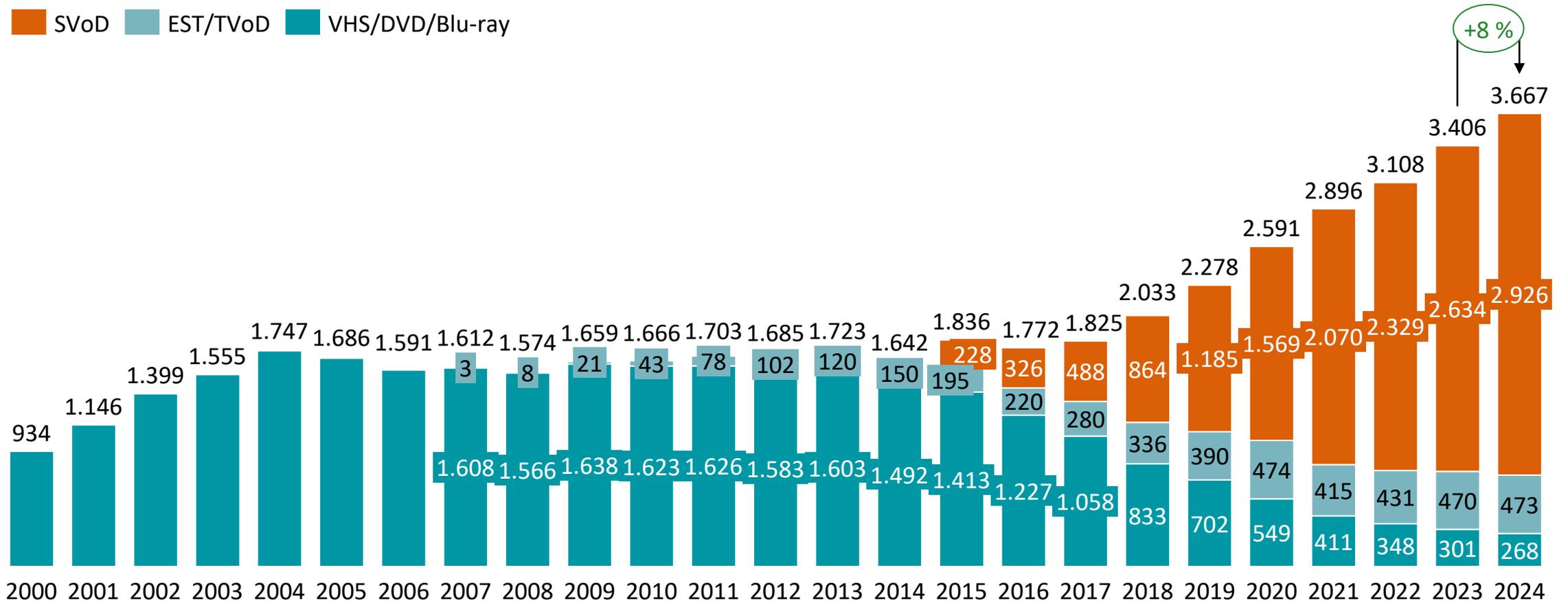
KINO/HOME VIDEO



Der Home-Video-Markt: Entwicklungen

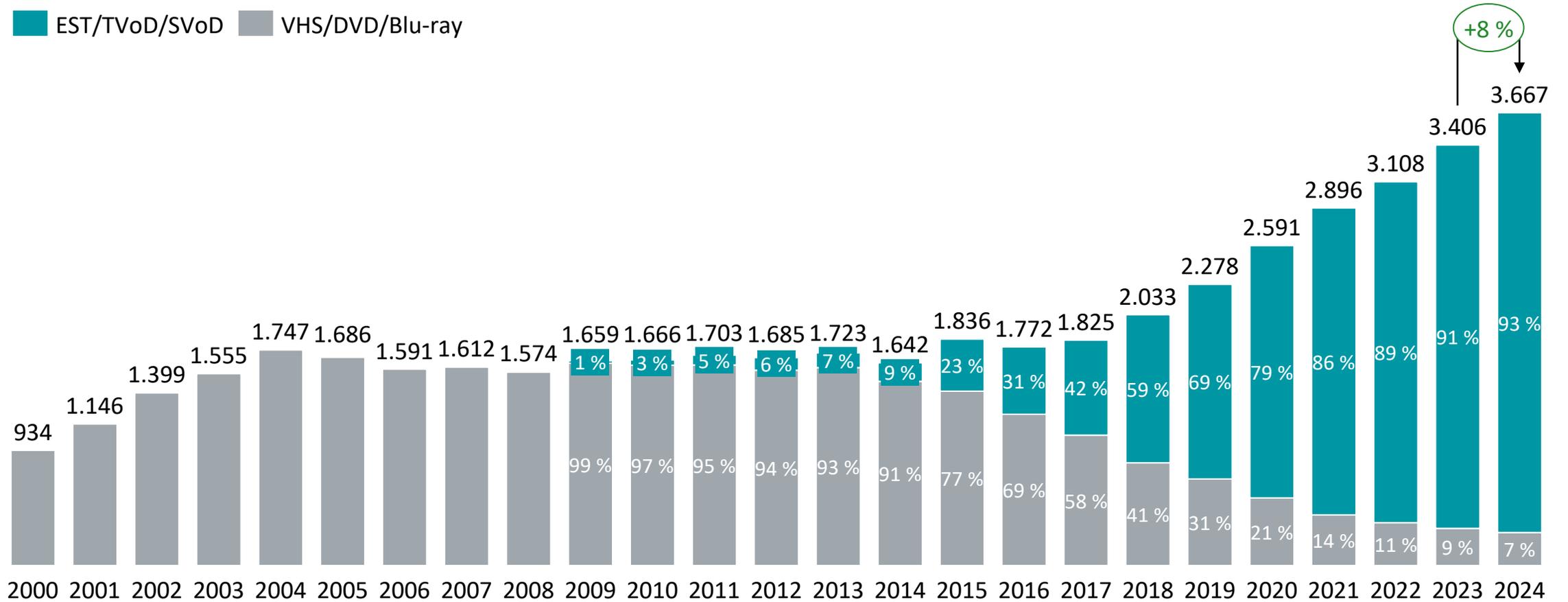
HOME-VIDEO-GESAMTMARKT

■ SVoD
 ■ EST/TVoD
 ■ VHS/DVD/Blu-ray



HOME-VIDEO-GESAMTMARKT

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



ÜBERSICHT DER FORMATENTWICKLUNG IM VERGLEICH ZUM VORJAHR

Lesebeispiel:		Home-Video-Markt Gesamt	
<p>Mit Kaufvideos wurden im Jahr 2024 557 Mio. € umgesetzt, dies entspricht einem Rückgang von -6 %. Auf Kaufvideos entfallen 15 % des Home-Video-Umsatzes.</p>		<p>3.667 Mio. € (+8 %)</p>	
Kaufvideos		TVoD	
<p>557 Mio. € (-6 %) (15 %)</p>		<p>185 Mio. € (+2 %) (5 %)</p>	
DVD/Blu-ray		EST/TVoD	
<p>268 Mio. € (-11 %) (7 %)</p>		<p>473 Mio. € (+1 %) (13 %)</p>	
DVD	Blu-ray	EST	
<p>134 Mio. € (-18 %) (4 %)</p>	<p>134 Mio. € (-3 %) (4 %)</p>	<p>289 Mio. € (±0 %) (8 %)</p>	
<p>2.926 Mio. € (+11 %) (80 %)</p>			

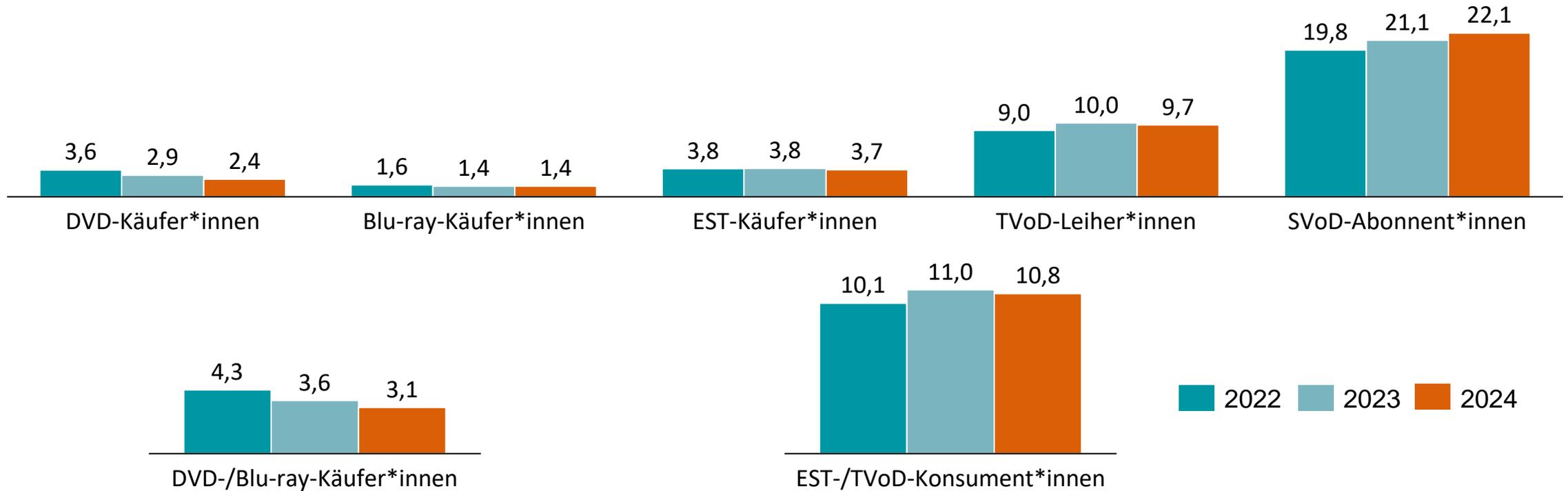
KONSUMENT*INNEN – KENNZAHLENÜBERSICHT

	Jahr 2023	Jahr 2024
Kaufende/Leihende/Abonnierende in Mio. Personen	25,2 Mio.	26,6 Mio.
Reichweite (vs. Bevölkerung) in %	38 %	41 %
Ausgaben pro Person in €	131,60 €	137,77 €
Ø Kauf-/Leihintensität in Stück/Transaktionen (exkl. SVoD)	8,2 pro Person	8,5 pro Person

HOME-VIDEO-GESAMTMARKT

Physische Formate

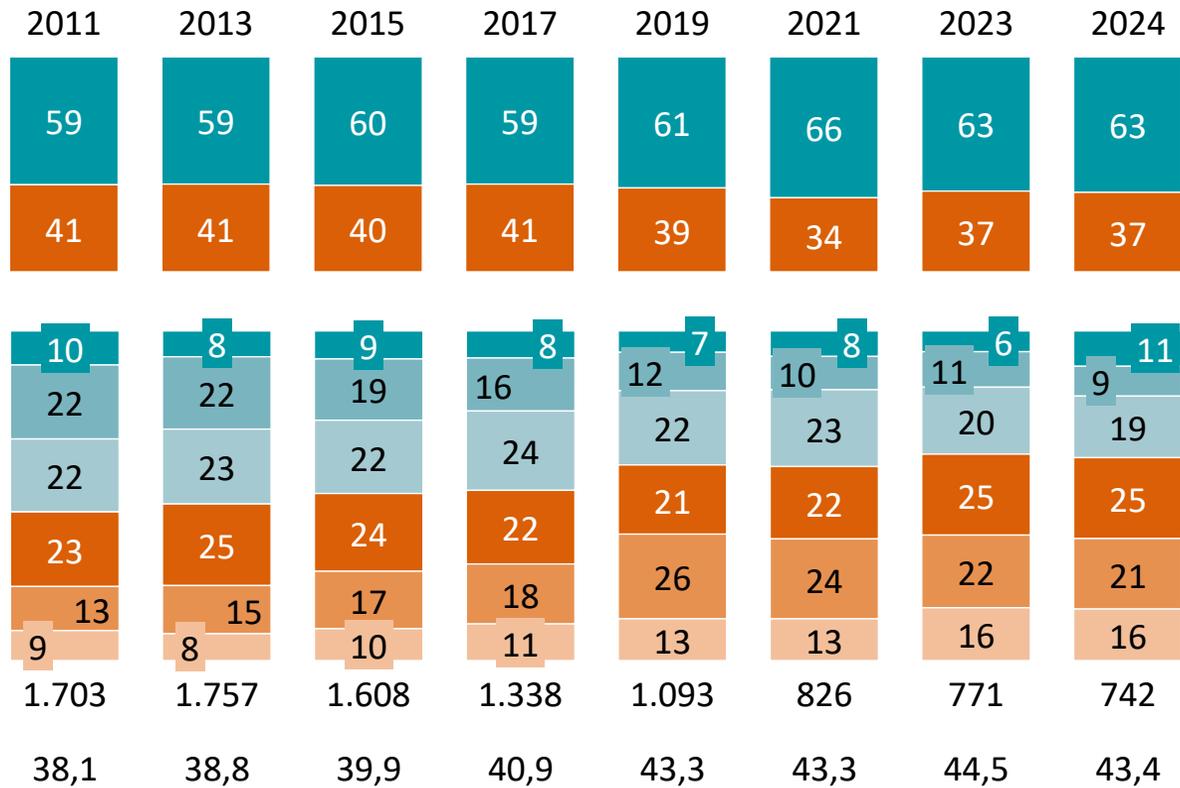
Digitale Formate



VERTEILUNG GESCHLECHT UND ALTER IM LANGZEITVERLAUF

Transaktional (exkl. SVoD)

Anteil Geschlecht und Alter



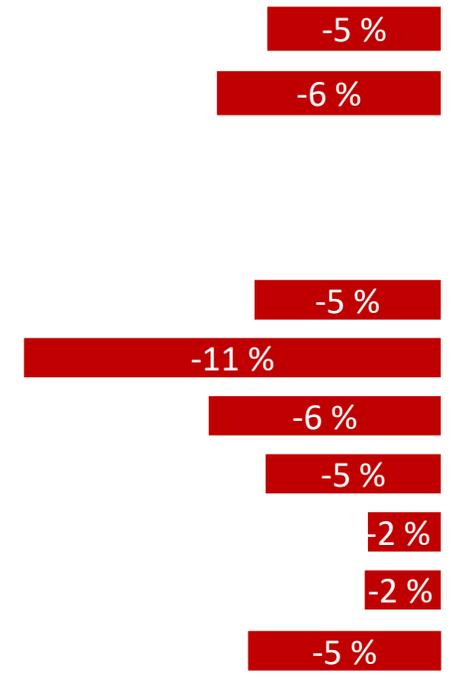
■ männlich
■ weiblich

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

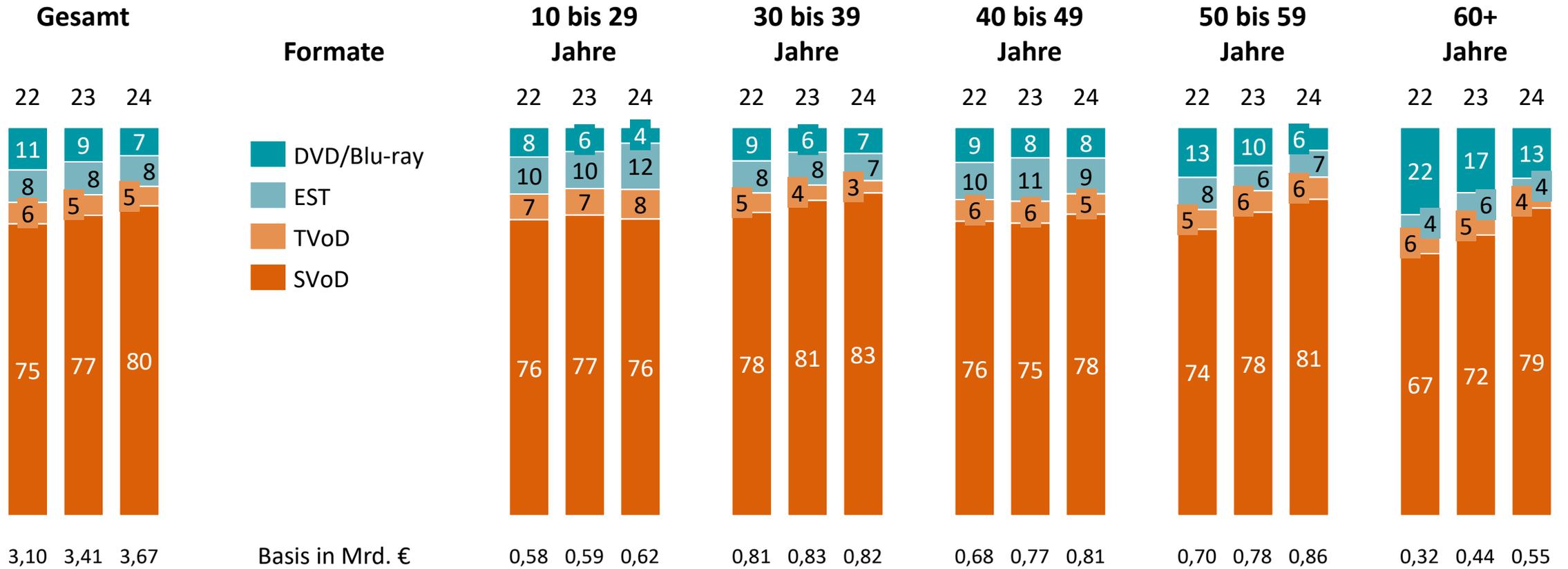
Basis in Mio. €

Ø Alter

Ø Veränderungsrate (CAGR 2024 vs. 2011)



HOME-VIDEO-MARKT

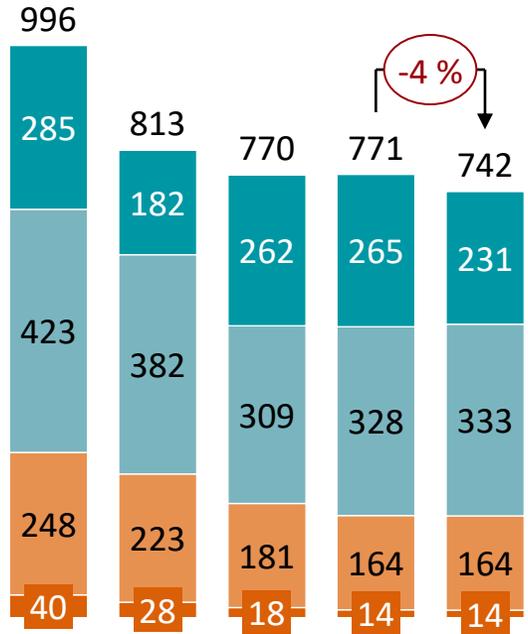


ENTWICKLUNG RELEASE UND SEGMENTE

Transaktional (exkl. SVoD)

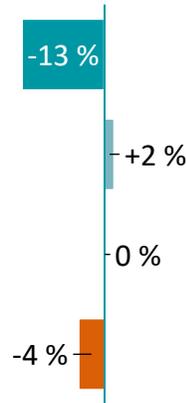
Release

2020 2021 2022 2023 2024



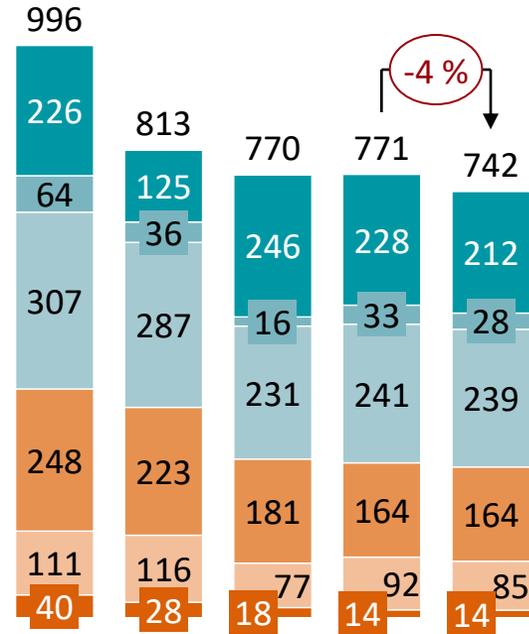
- New/Recent Release (exkl. TV)
- Catalog (exkl. TV)
- Made for TV
- Special Interest/Musik

Veränderungsrate (2024 vs. 2023)



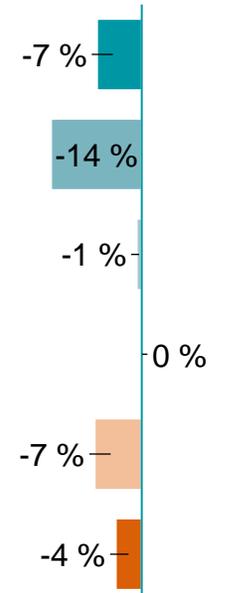
Segmente

2020 2021 2022 2023 2024



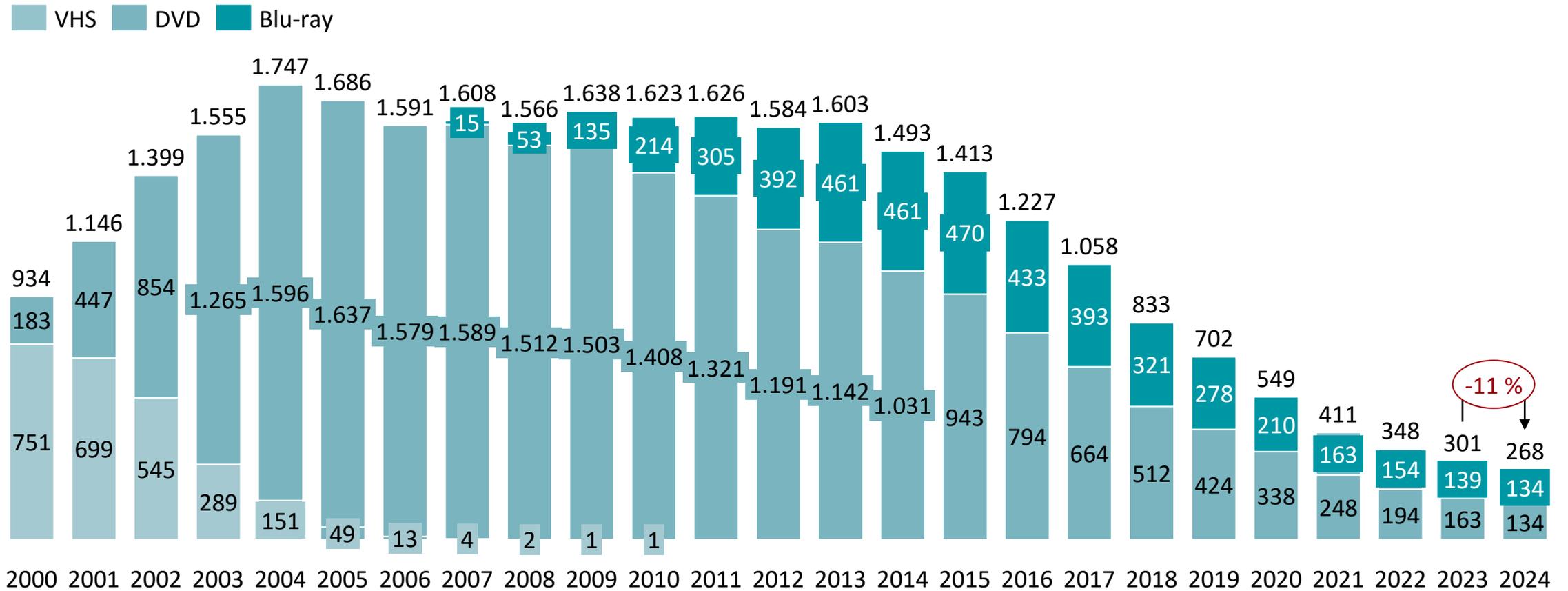
- Made for Cinema actual
- Made for Cinema recent
- Made for Cinema classic
- Made for TV
- Made for Video
- Special Interest/Musik

Veränderungsrate (2024 vs. 2023)



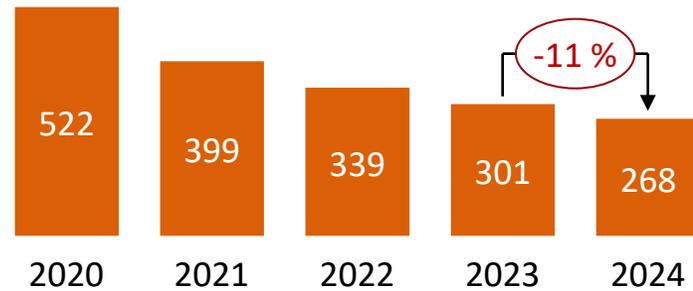
Physische Home-Video-Formate

PHYSISCHE FORMATE

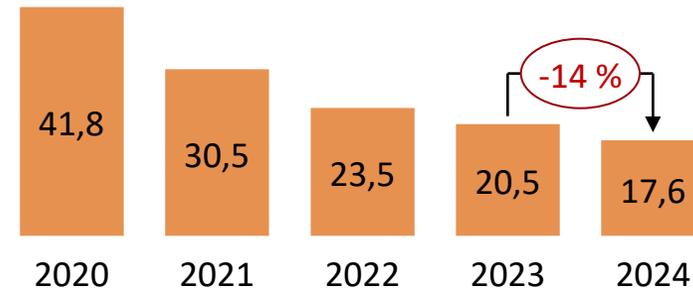


PHYSISCHE FORMATE

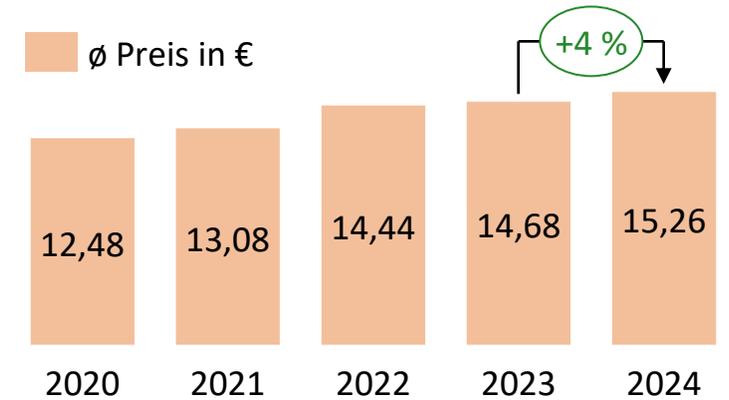
Ausgaben in Mio. €



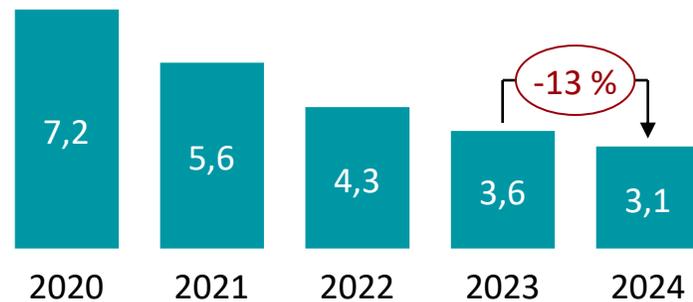
Absatz in Mio. Stück



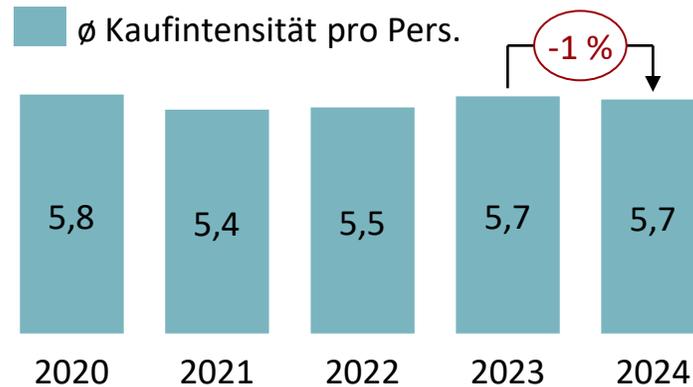
Ø Preis in €



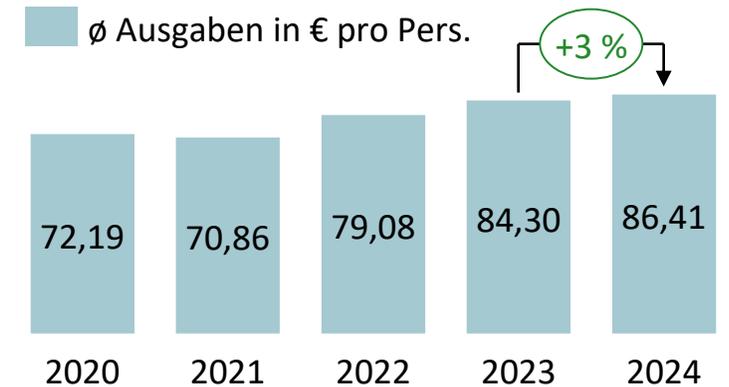
Käufer*innen in Mio. Personen



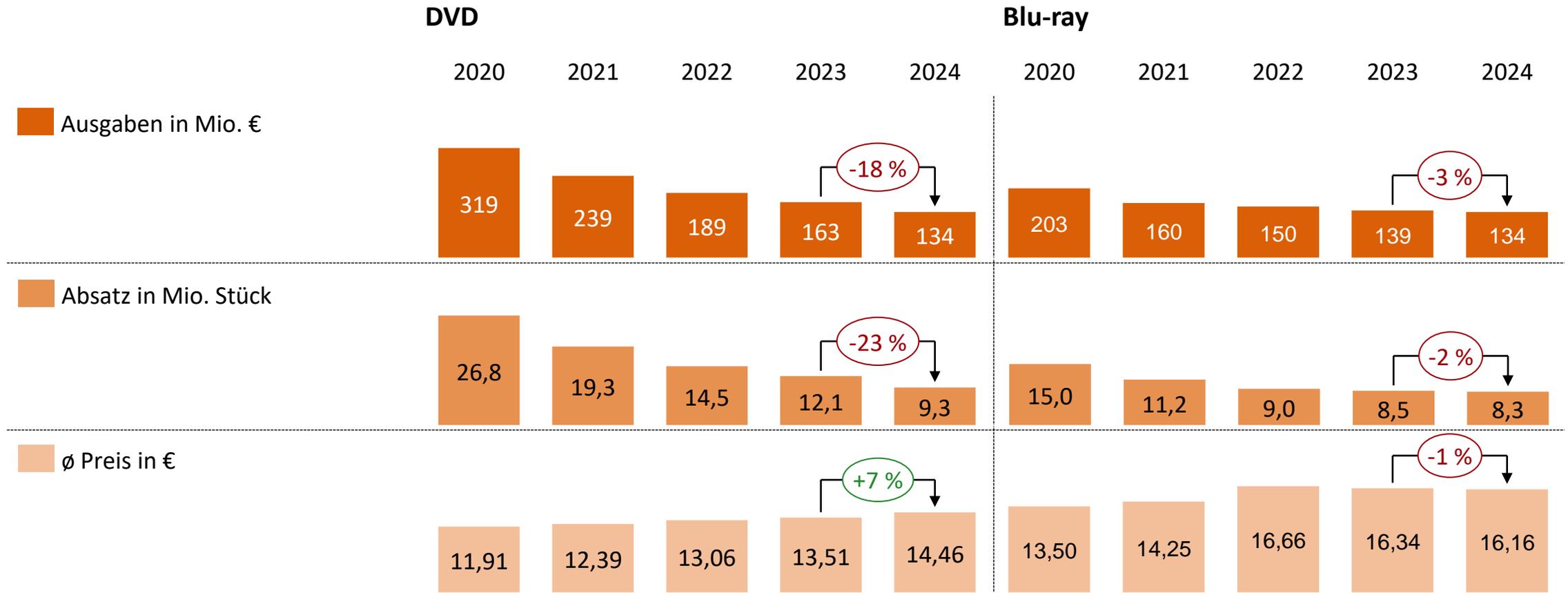
Ø Kaufintensität pro Pers.



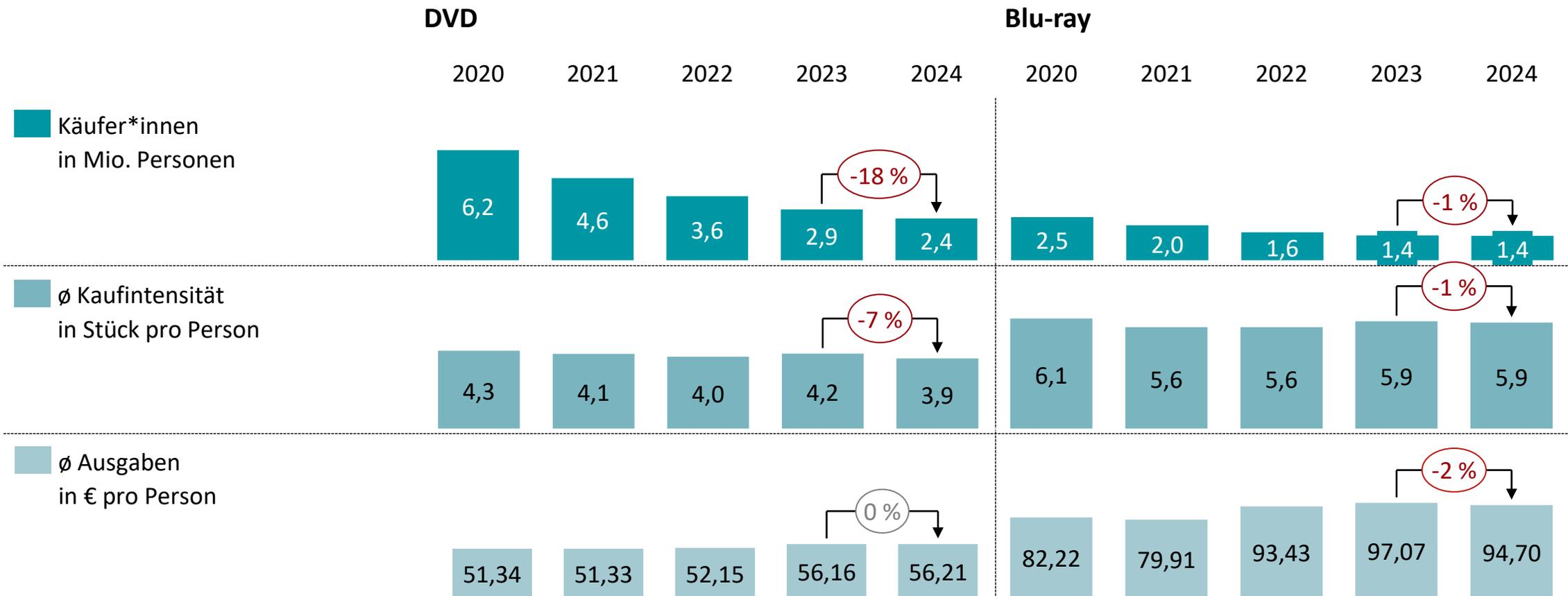
Ø Ausgaben in € pro Pers.



KENNZAHLEN IM 5-JAHRESVERLAUF NACH FORMAT

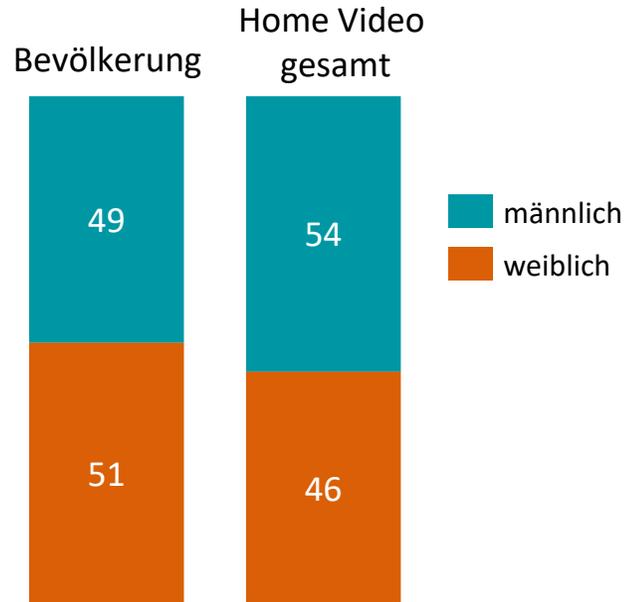


KENNZAHLEN IM 5-JAHRESVERLAUF NACH FORMAT

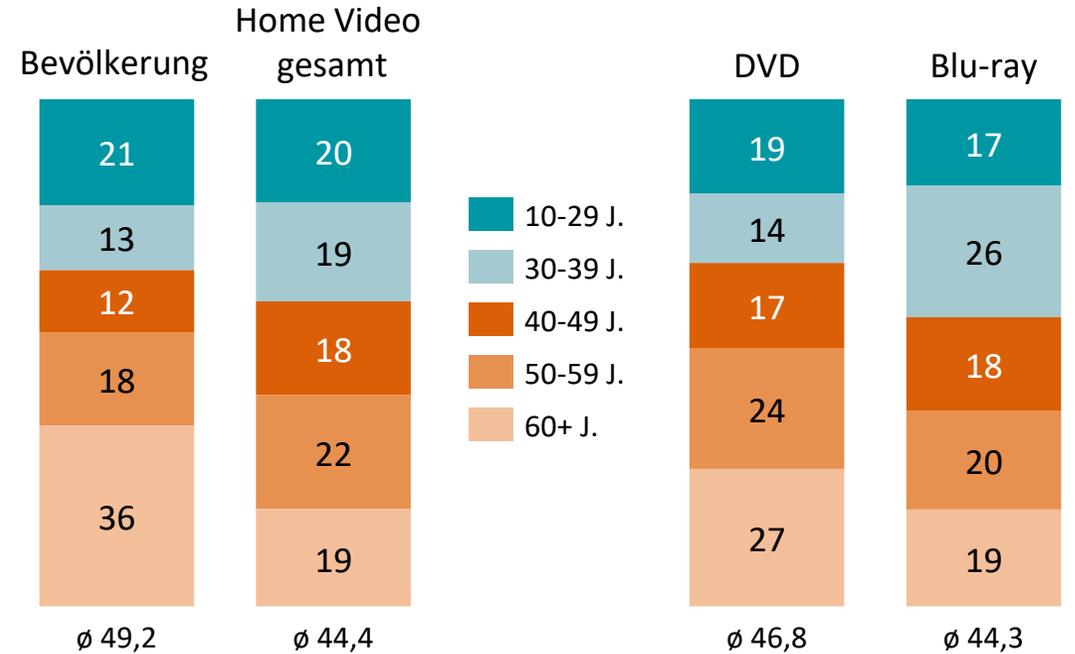


ANTEILE GESCHLECHT UND ALTER NACH FORMAT

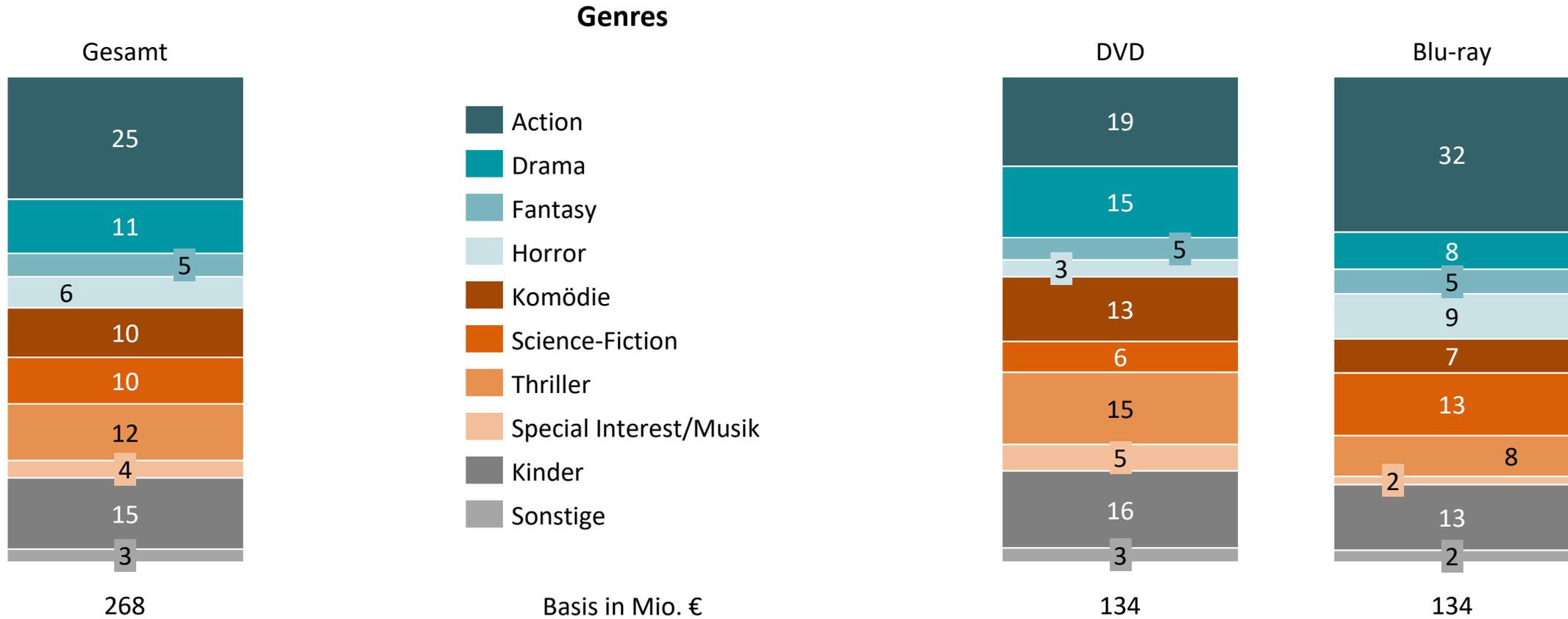
Geschlecht



Alter

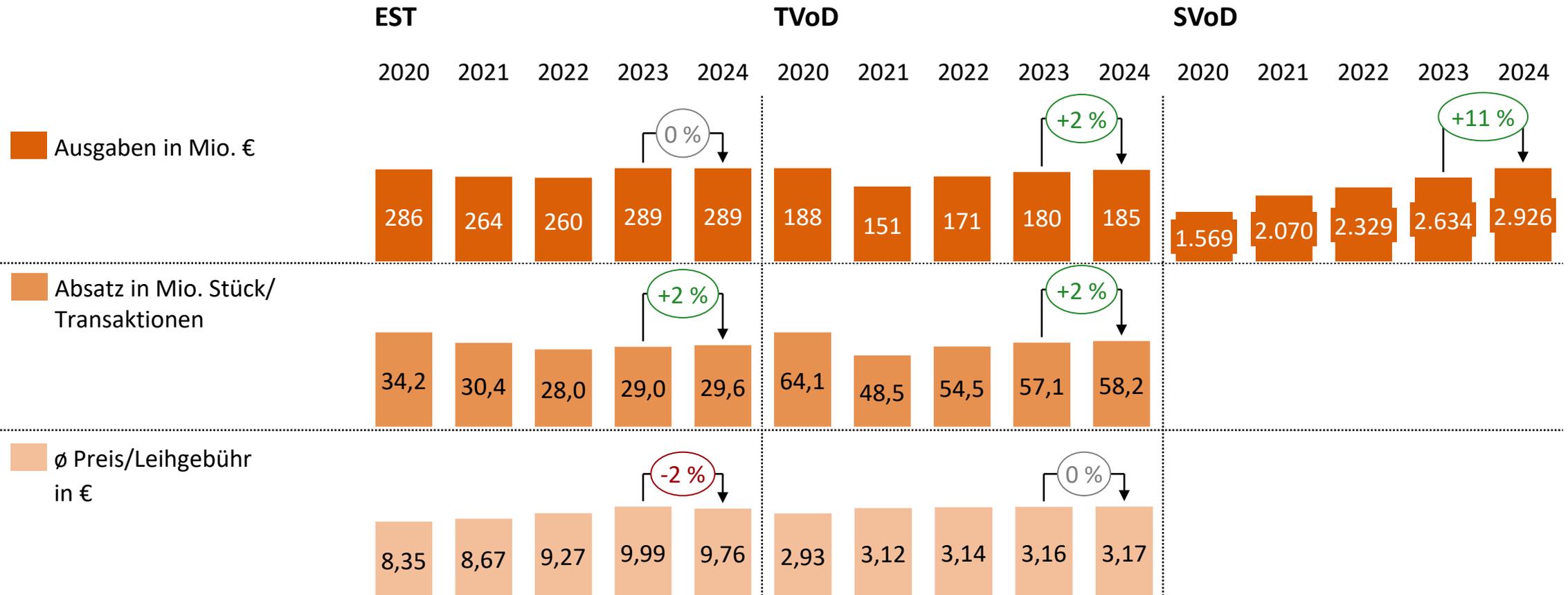


ANTEILE DER GENRES NACH FORMATEN

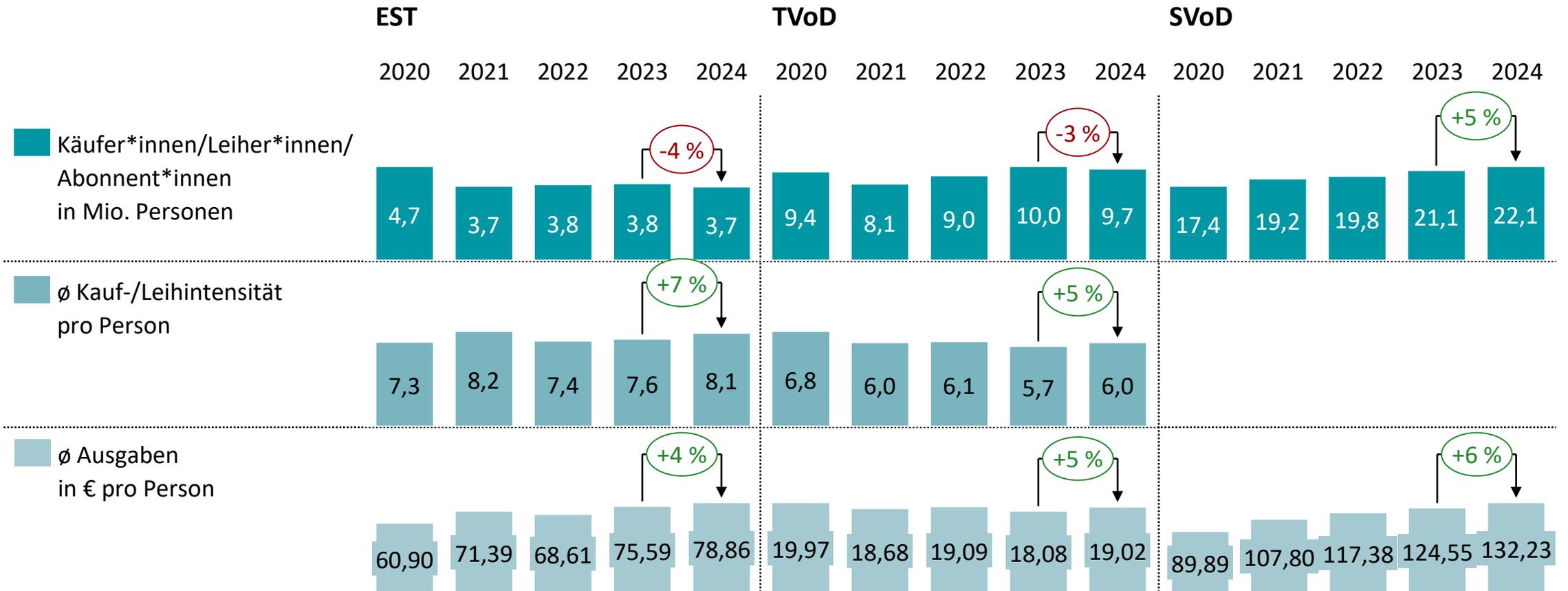


Digitale Home-Video-Formate

KENNZAHLEN IM 5-JAHRESVERLAUF NACH FORMAT

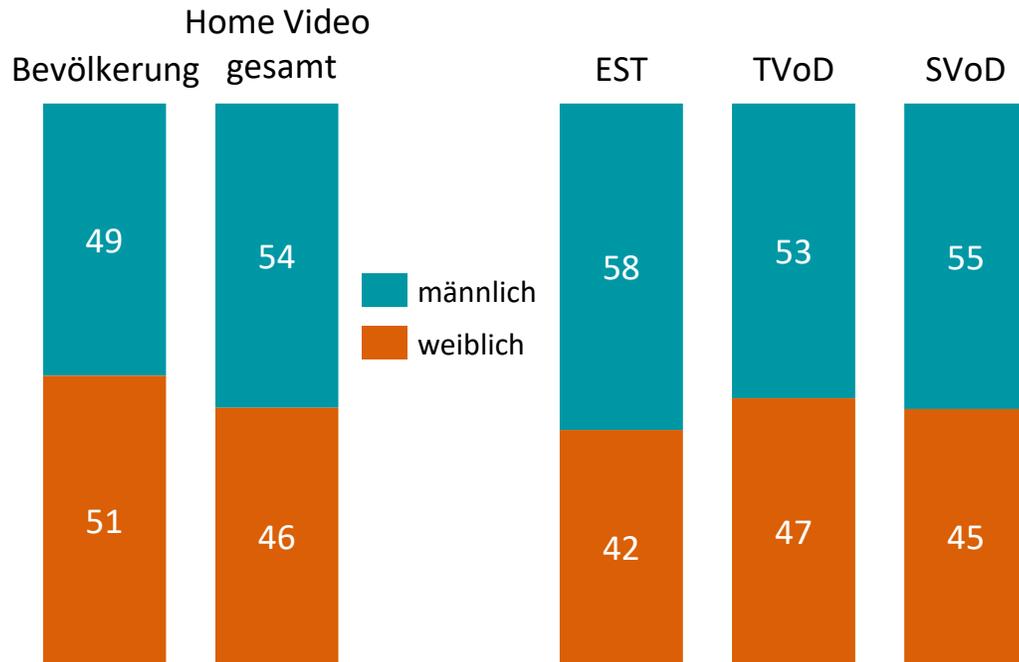


KENNZAHLEN IM 5-JAHRESVERLAUF NACH FORMAT

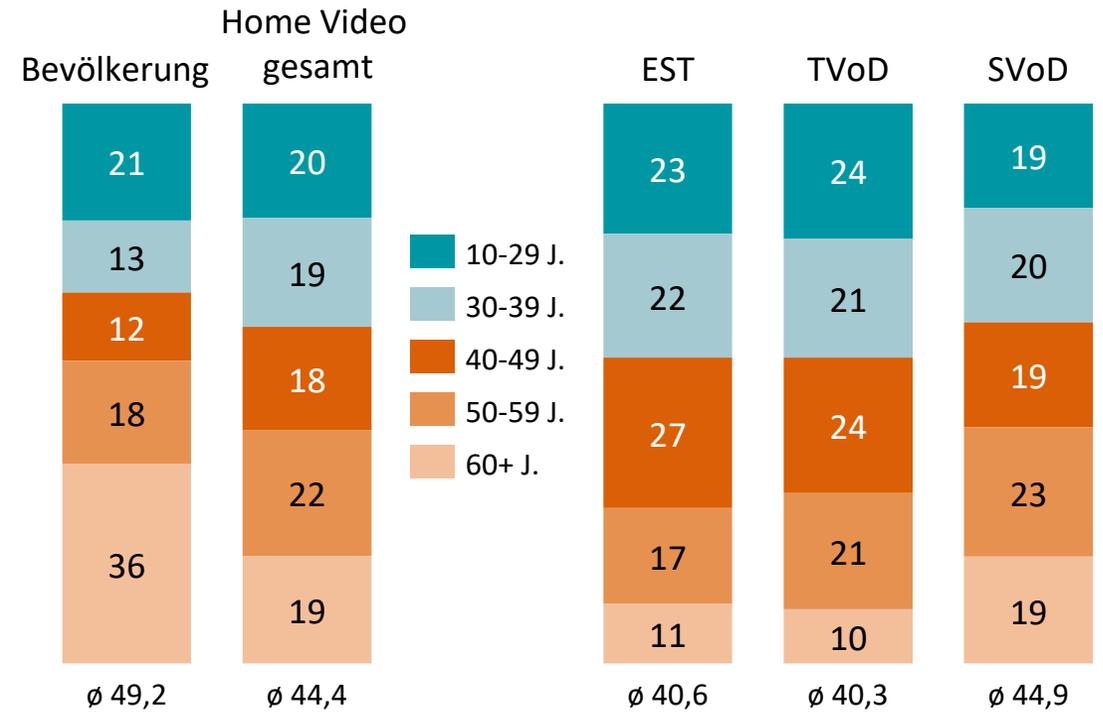


ANTEILE GESCHLECHT UND ALTER NACH FORMAT

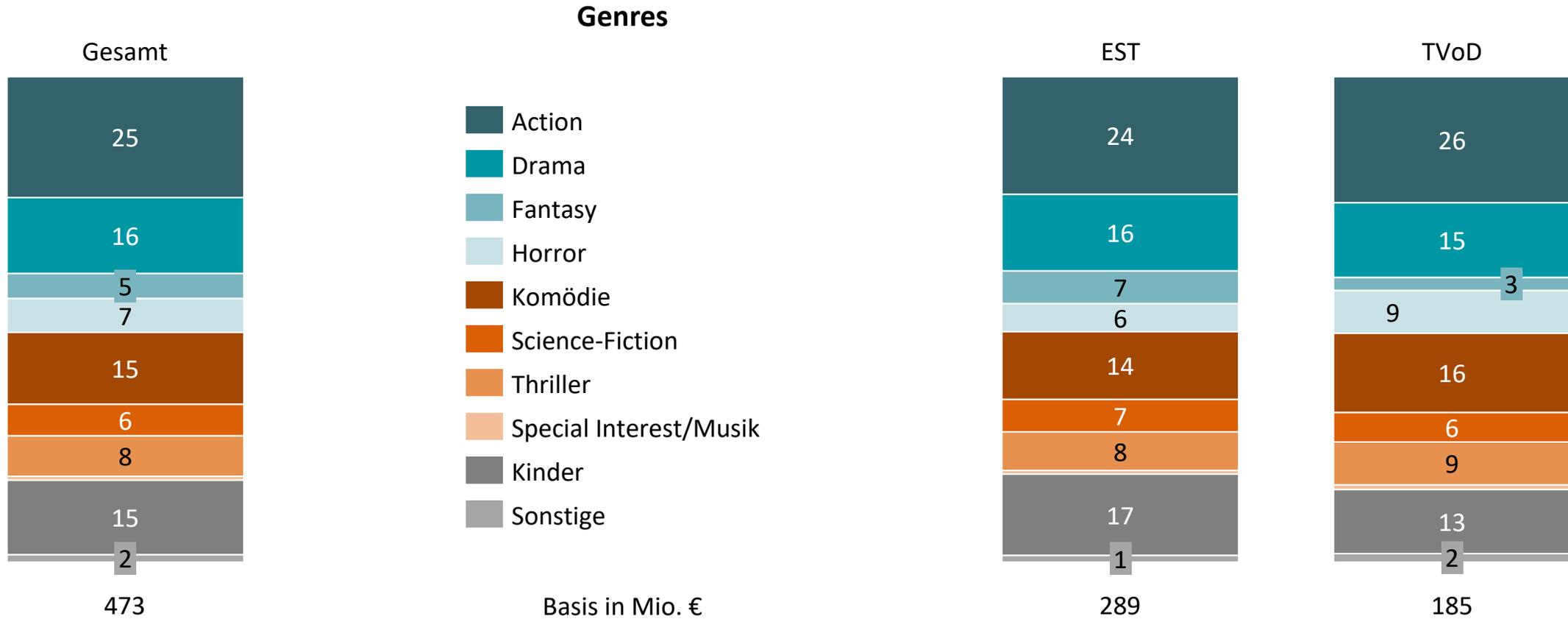
Geschlecht



Alter



ANTEILE DER GENRES NACH FORMATEN



Zusammenfassung

ZUSAMMENFASSUNG 1/2

- Die Marktentwicklung im Home-Video-Bereich zeigt zum Jahresende 2024 einen Anstieg auf 4,5 Mrd. Euro. Die Rückgänge in den Bereichen VHS/DVD/Blu-ray sowie im Kino werden durch das Wachstum bei SVoD nicht nur ausgeglichen, sondern führen insgesamt zu einem Zuwachs von 4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.
- SVoD bleibt mit einem Umsatz von 2,9 Mrd. Euro (80 % Marktanteil) das umsatzstärkste Segment im Home-Video-Markt. Es folgen der digitale Kaufmarkt EST mit 290 Mio. Euro (9 % Anteil), Kaufvideos auf DVD und Blu-ray mit 270 Mio. Euro (7 % Anteil) und der digitale Leihmarkt TVoD mit 190 Mio. Euro (5 % Anteil).
- Die Reichweite insgesamt stieg gegenüber dem Vorjahr um 3 Prozentpunkte.
- Die stärksten Konsument*innengruppen im transaktionalen Markt (ohne SVoD) sind die Altersgruppen 40 bis 49 und 50 bis 59 Jahre. Der Anteil der jüngeren Altersgruppen zeigt vor allem langfristig einen rückläufigen Trend.
- Das Profil der SVoD-Nutzer*innen ist mit durchschnittlich 44,9 Jahren weiterhin jünger als die Gesamtbevölkerung, im Vergleich zum Vorjahr mit durchschnittlich 40,0 Jahren jedoch älter geworden.

ZUSAMMENFASSUNG 2/2

- Der physische Markt schrumpft zweistellig um 11 Prozent und erreicht 2024 ein Volumen von 268 Mio. Euro. Dabei sinkt die Reichweite pro Person, während die durchschnittlichen Ausgaben und Preise steigen. Diese Zuwächse können die Verluste jedoch nicht vollständig ausgleichen. Besonders das DVD-Format verzeichnet mit einem Minus von 18 Prozent und einem Umsatz von 134 Mio. Euro einen stärkeren Rückgang als die Blu-ray, deren Umsatz ebenfalls bei 134 Mio. Euro liegt.
- Der digitale Kaufbereich EST zeigt eine stabile Entwicklung. Gemeinsam mit TVoD wurde ein Umsatz von 473 Mio. Euro erzielt, wodurch EST und TVoD einen Marktanteil von 13 Prozent im Home-Video-Markt erreichen.
- SVoD bleibt das umsatzstärkste Segment mit 2,9 Mrd. Euro Umsatz und einem Marktanteil von 80 Prozent. Der Bereich verzeichnete eine Steigerung von 11 Prozent, was weiterhin eine zweistellige Wachstumsrate im Vergleich zum Vorjahr bedeutet, obwohl das Wachstum im Vergleich zu den Vorjahren etwas langsamer ausfiel.
- Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der digitale Markt weiterwächst, während der physische Markt weiterhin unter Druck steht.

Anhang

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 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 Ersteinsatz im Kino 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 Ersteinsatz im Kino hatten und in den ersten 12 Monaten nach Kinostart gekauft/geliehen wurden.
Made for Cinema recent	Home-Video-Veröffentlichungen, die ihren Ersteinsatz im Kino hatten und zwischen dem 13. und 24. Monat nach Kinostart gekauft/geliehen wurden.
Made for Cinema classic	Home-Video-Veröffentlichungen, die ihren Ersteinsatz im Kino hatten und ab dem 25. Monat nach Kinostart gekauft/geliehen wurden.
Made for TV	Home-Video-Veröffentlichungen, die ihren Ersteinsatz im TV hatten.
Made for Video	Home-Video-Veröffentlichungen, die weder für das Kino noch TV produziert wurden und ihren Ersteinsatz im Home-Video-Markt 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 Subscription Video-on-Demand (SVoD) Services können Abonnent*innen gegen eine (meist monatliche) Gebühr auf Inhalte zugreifen und diese im Rahmen des Abonnements beliebig oft anschauen.
TVoD	Transactional Video-on-Demand (TVoD) ist ein Service zum gebührenpflichtigen Anschauen 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	Electronic Sell-Through (EST) ermöglicht das Herunterladen oder das dauerhafte Streaming von digitalem Content gegen eine einmalige Gebühr .
TRANSAKTIONAL	ohne SVoD

DEFINITION

SVoD

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)