

Der Home-Video-Markt im Jahr 2025

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 in Deutschland lebenden Personen 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 2025: 75,5 Mio.) der in Deutschland lebenden Privatpersonen ab 10 Jahren hochgerechnet.



STICHPROBE

Kontinuierliches Konsument*innenpanel von 20.000 (brutto) in Deutschland lebenden Privatpersonen ab 10 Jahren (Stand Januar 2025).



SVOD-DEFINITION

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

YUOGOV SHOPPER – GRUNDGESAMTHEIT

Anpassung der Grundgesamtheit auf die in Deutschland lebende Bevölkerung

Die Grundgesamtheit des Konsument*innenpanels Media Scope (bereitgestellt durch YouGov Shopper) wurde nach mehreren Jahren der Vorbereitung mit dem Jahr 2025 umgestellt: Untersucht werden nun nicht mehr nur deutsche Staatsbürger*innen ab 10 Jahren, sondern alle in Deutschland lebenden Menschen ab 10 Jahren. Durch diese Umstellung wird die Repräsentativität weiter erhöht und die aktuelle Bevölkerungsstruktur noch genauer abgebildet.

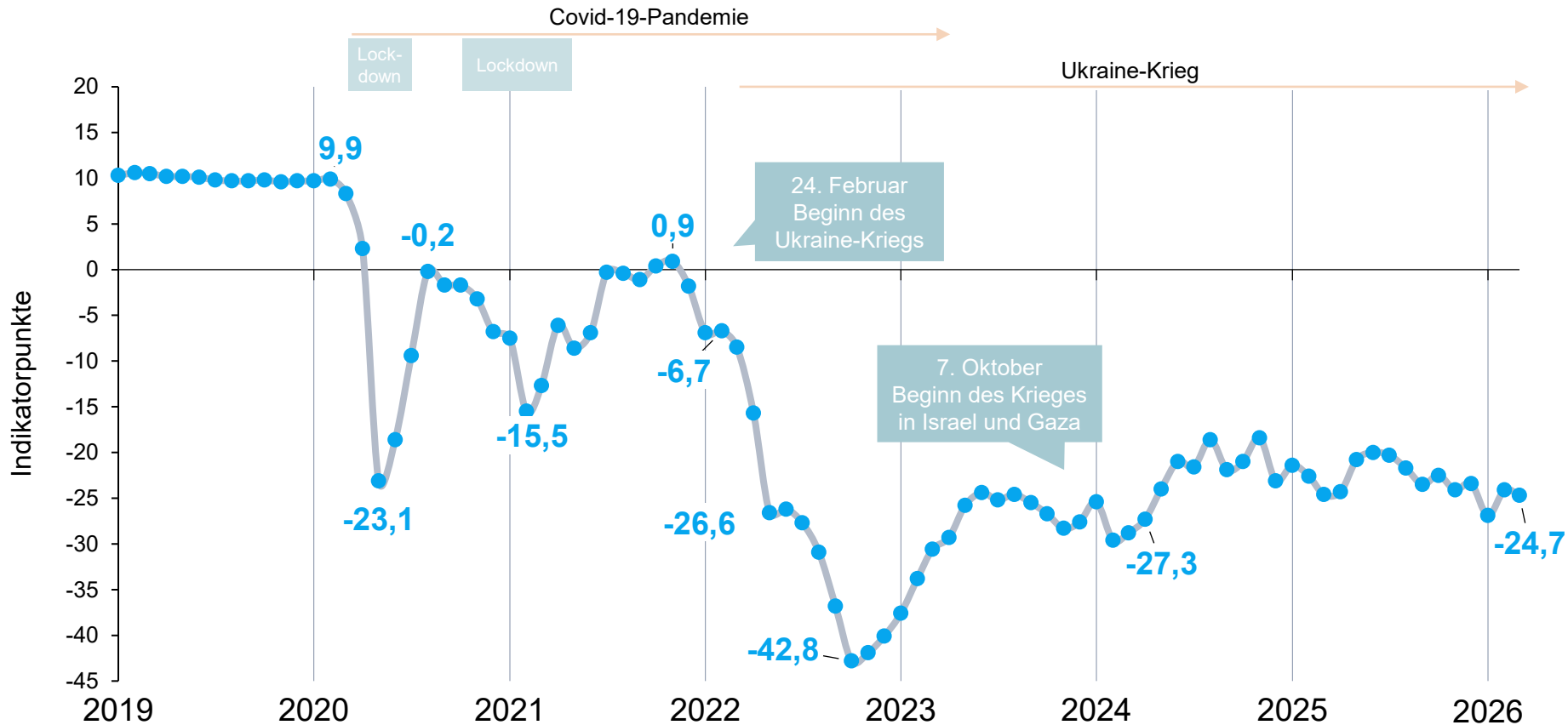
Die Umstellung führt zu einer Erhöhung der absoluten Käufer*innen. Im Vergleich zu Publikationen in den Vorjahren können sich berichtete Volumina (Ausgaben, Mengen) in sehr geringem Maße ändern.

Um die Vergleichbarkeit der Zeitreihen zu gewährleisten, erfolgt die Umstellung auf die neue Grundgesamtheit rückwirkend für die vorliegenden Zahlen ab dem Jahr 2019.

Wirtschaftliche Rahmendaten

DER RÜCKGANG DES KONSUMKLIMAS SETZT SICH FORT

Konsumklima: Prognose für März 2026



Kennzahlen

Stand: Februar 2026

Konjunktur- erwartung	4,3	↘
Einkommens- erwartung	6,3	↗
Anschaffungs- neigung	-9,3	↘
Sparneigung	18,9	↗

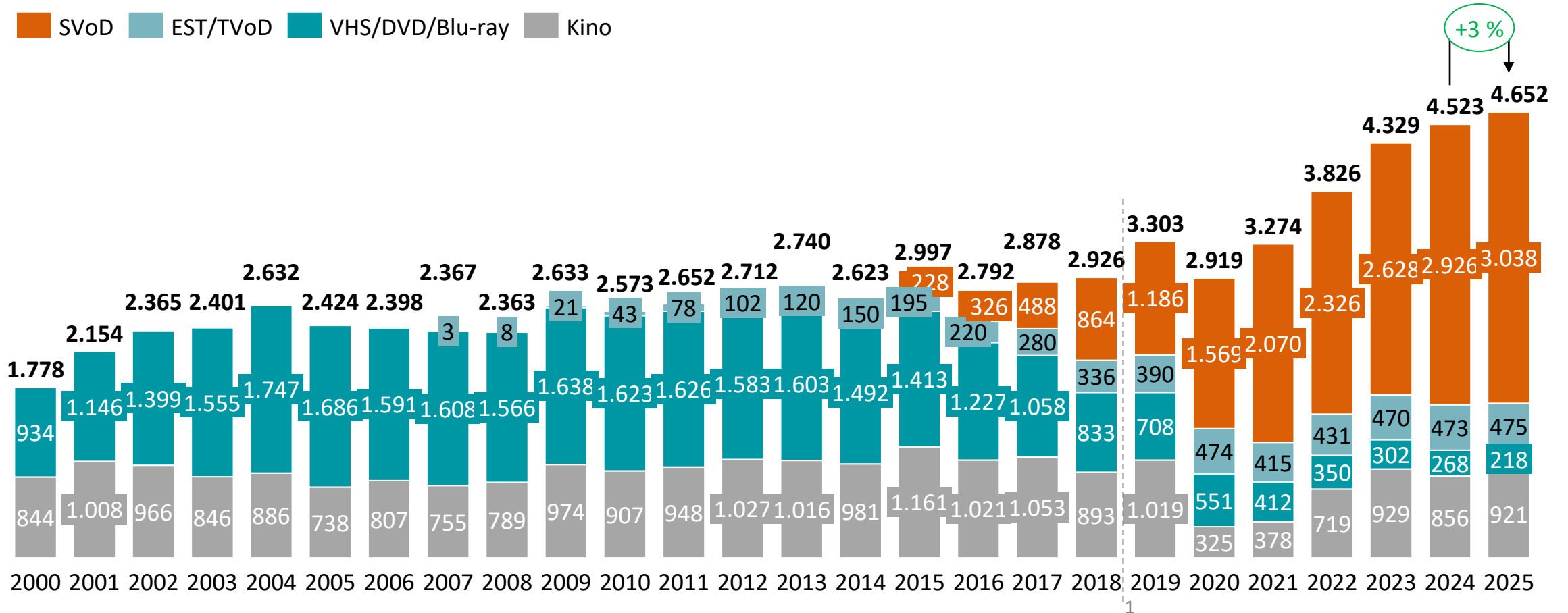
Die Pfeile zeigen die Entwicklung im Vergleich zum Vormonat

Der Home-Video- und Kinomarkt

MARKTENTWICKLUNG IM LANGZEITVERLAUF

Ausgaben in Mio. €

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



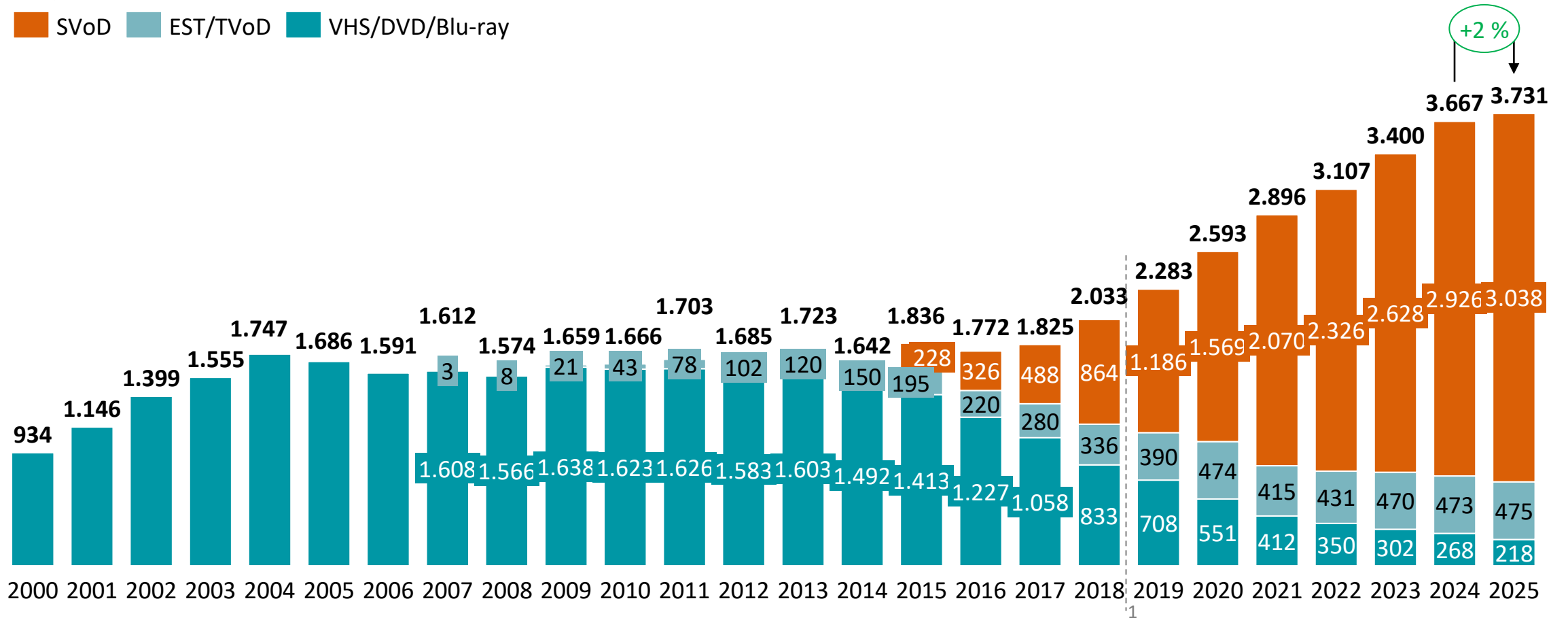
Kino/Home-Video (ab 2023 exkl. Leihvideos DVD/Blu-ray) | Alle Zeiträume: Januar-Dezember | Ausgaben in Mio. € | n 2025 = 93500
 Neubewertung von Amazon Prime ab 2018, eine Vergleichbarkeit mit den Vorjahren ist nur eingeschränkt möglich.
 1 Grundgesamtheit bis 2018: Deutsche Bevölkerung ab 10 Jahren. Grundgesamtheit ab 2019: In Deutschland lebende Bevölkerung ab 10 Jahren.

Der Home-Video-Markt: Entwicklungen

MARKTENTWICKLUNG IM LANGEZEITVERLAUF

Ausgaben in Mio. €

■ SVoD
 ■ EST/TVoD
 ■ VHS/DVD/Blu-ray

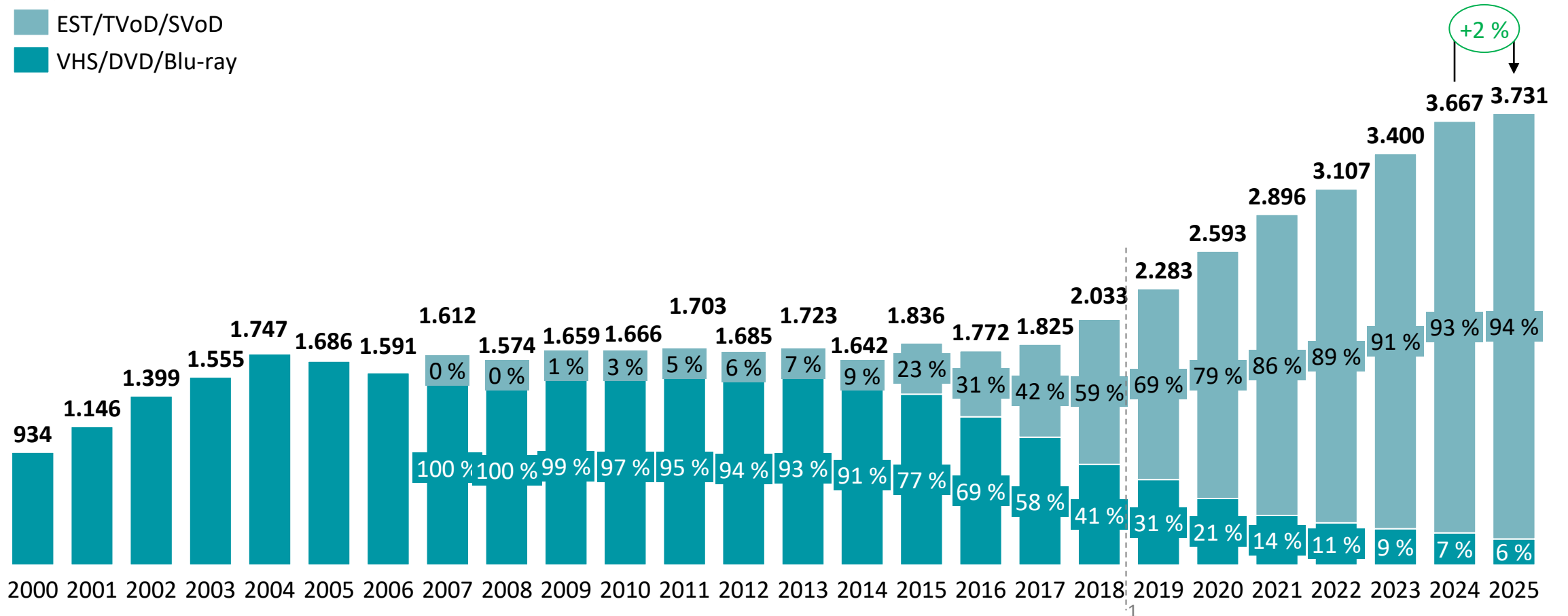


LANGZEITENTWICKLUNG DIGITALER VS. PHYSISCHER PRODUKTE

Ausgaben in Mio. €

EST/TVoD/SVoD

VHS/DVD/Blu-ray



Home-Video transaktional (ab 2023 exkl. Leihvideos DVD/Blu-ray) | Alle Zeiträume: Januar-Dezember | Ausgaben in Mio. € | n 2025 = 6001
 Neubewertung von Amazon Prime ab 2018, eine Vergleichbarkeit mit den Vorjahren ist nur eingeschränkt möglich.
 1 Grundgesamtheit bis 2018: Deutsche Bevölkerung ab 10 Jahren. Grundgesamtheit ab 2019: In Deutschland lebende Bevölkerung ab 10 Jahren.

ÜBERSICHT DER FORMATENTWICKLUNG IM VERGLEICH ZUM VORJAHR

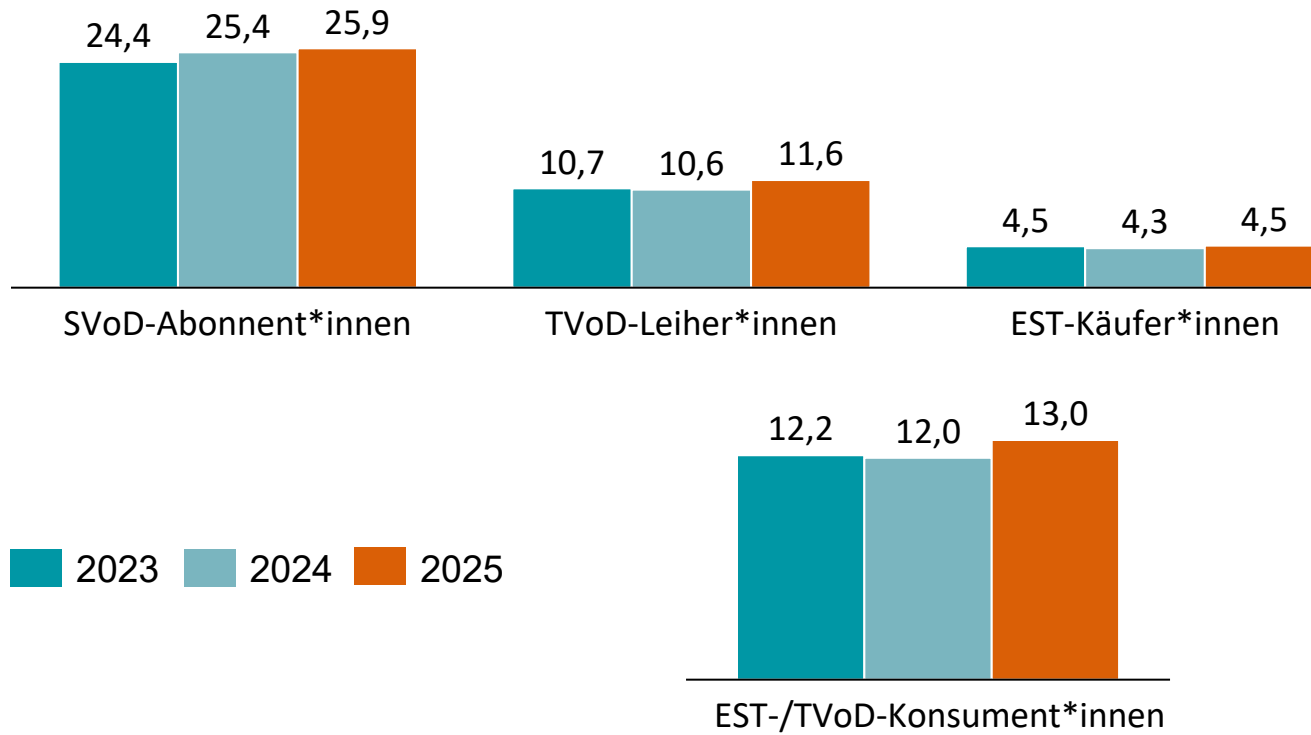
Lesebeispiel		Home-Video-Markt Gesamt	
<p>2025 wurden 501 Mio. € für Kaufvideos ausgegeben, dies entspricht einem Rückgang von -10 %. Auf Kaufvideos entfallen 13 % der Home-Video-Ausgaben.</p>		<p>3.731 Mio. € (+2 %)</p>	
<p>Kaufvideos</p> <p>501 Mio. € (-10 %) (13 %)</p>		<p>TVoD</p> <p>192 Mio. € (+4 %) (5 %)</p>	<p>SVoD</p> <p>3.038 Mio. € (+4 %) (81 %)</p>
<p>DVD/Blu-ray</p> <p>218 Mio. € (-18 %) (6 %)</p>	<p>EST/TVoD</p> <p>475 Mio. € (±0 %) (13 %)</p>		
<p>DVD</p> <p>105 Mio. € (-21 %) (3 %)</p>	<p>Blu-ray</p> <p>113 Mio. € (-16 %) (3 %)</p>	<p>EST</p> <p>283 Mio. € (-2 %) (8 %)</p>	

KONSUMENT*INNEN – KENNZAHLENÜBERSICHT

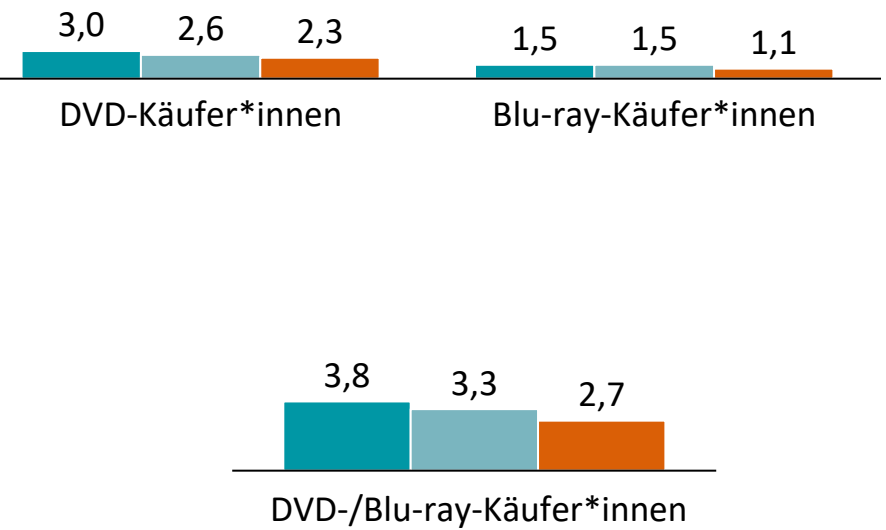
	2024	2025
Kaufende/Leihende/Abonnierende in Mio. Personen	30,6 Mio.	31,5 Mio.
Reichweite (vs. Bevölkerung) in %	41 %	42 %
<small>Lesebeispiel Reichweite: 42 Prozent der Bevölkerung haben in den letzten 12 Monaten Ausgaben im Home-Video-Markt getätigt (Kaufende/Leihende/Abonnierende).</small>		
Ausgaben pro Person in €	120,07 €	118,64 €
Ø Kauf-/Leihintensität in Stück/Transaktionen (exkl. SVoD)	7,7 pro Person	7,0 pro Person

ENTWICKLUNG DER KONSUMENT*INNEN NACH FORMAT

Digitale Formate (in Mio.)

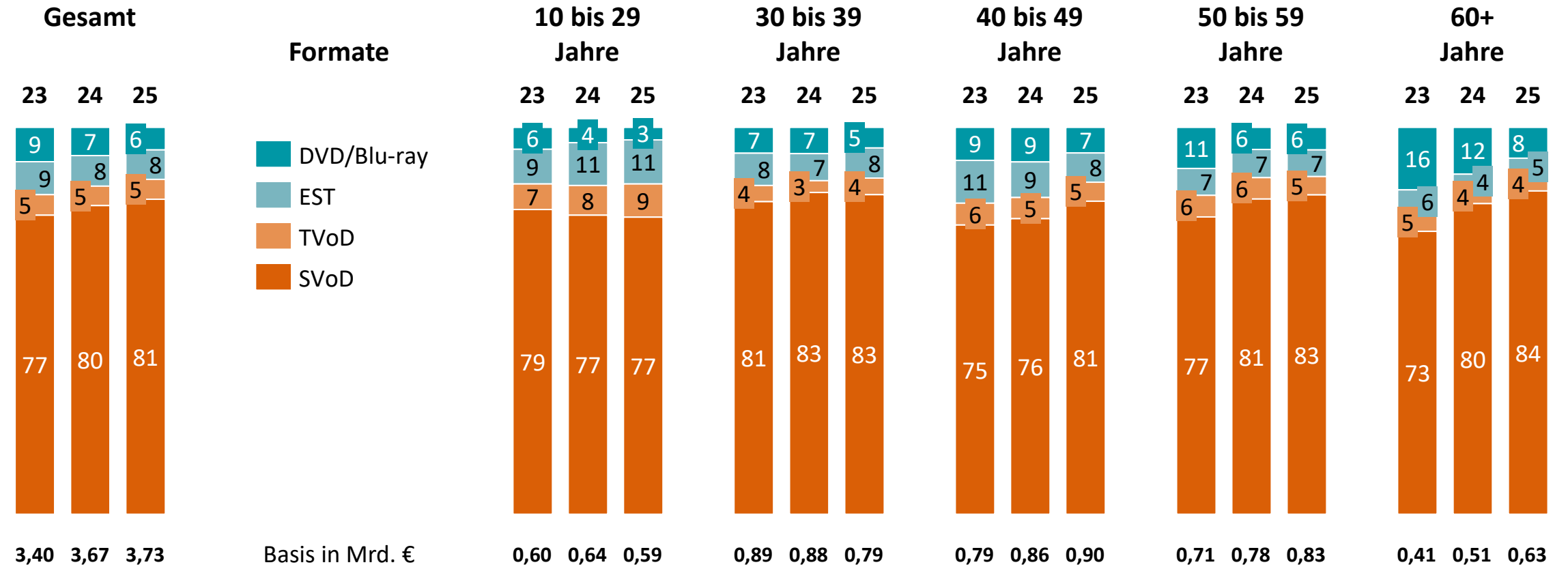


Physische Formate (in Mio.)



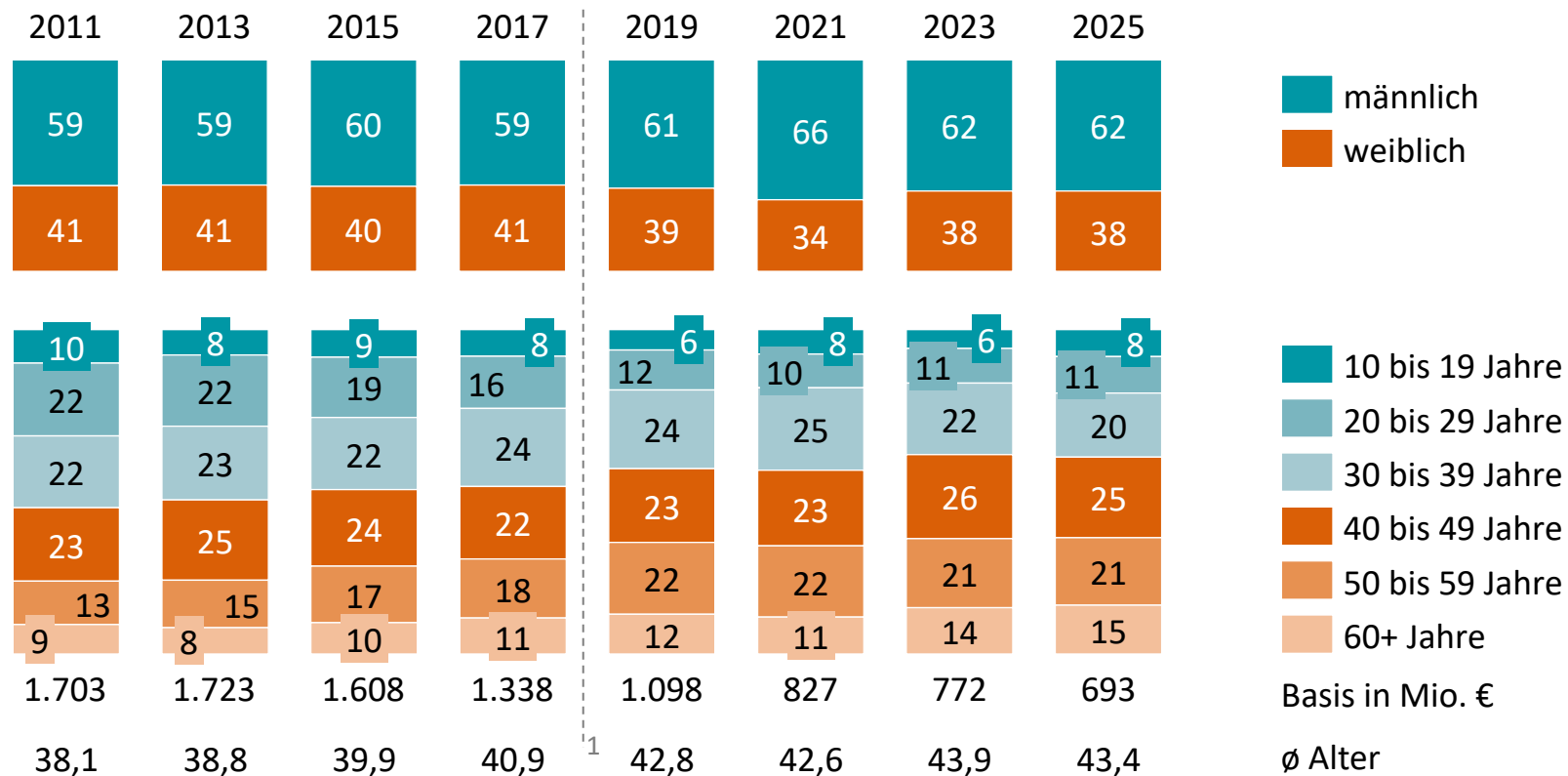
ANTEIL HOME-VIDEO-FORMATE IN ALTERSGRUPPEN

Ausgaben in %

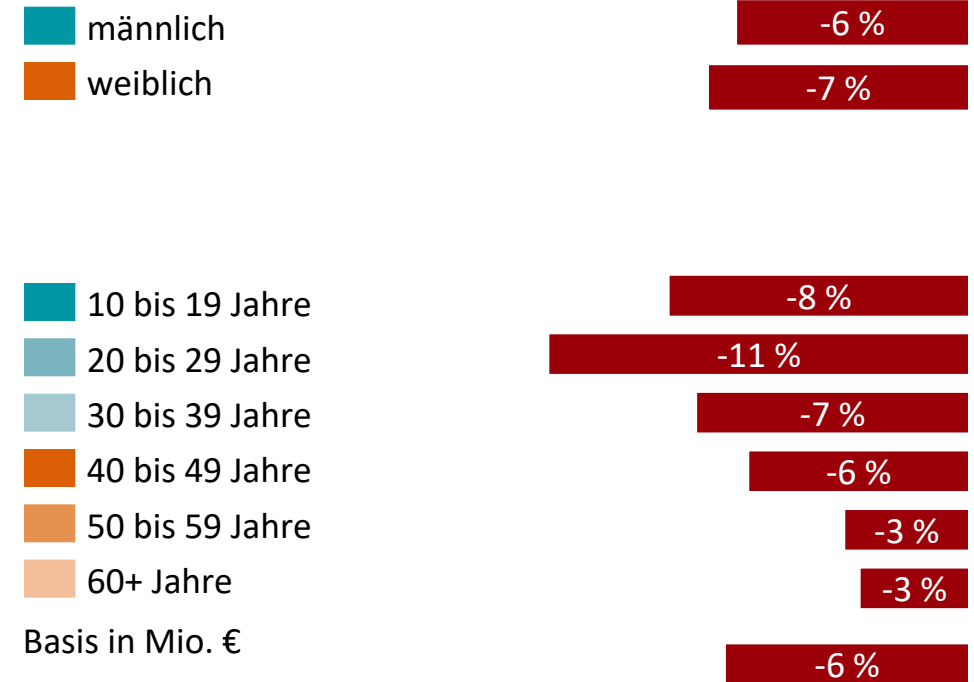


VERTEILUNG GESCHLECHT UND ALTER

Anteil Geschlecht und Alter - Ausgaben in %



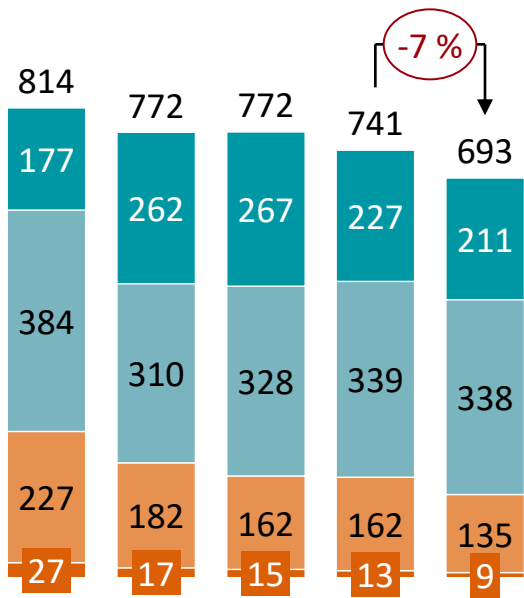
Ø Veränderungsrate in % auf Basis Personen in Mio. (CAGR 2025 vs. 2011)



ENTWICKLUNG RELEASE UND SEGMENTE

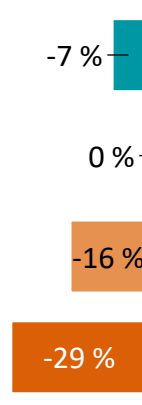
Release

2021 2022 2023 2024 2025



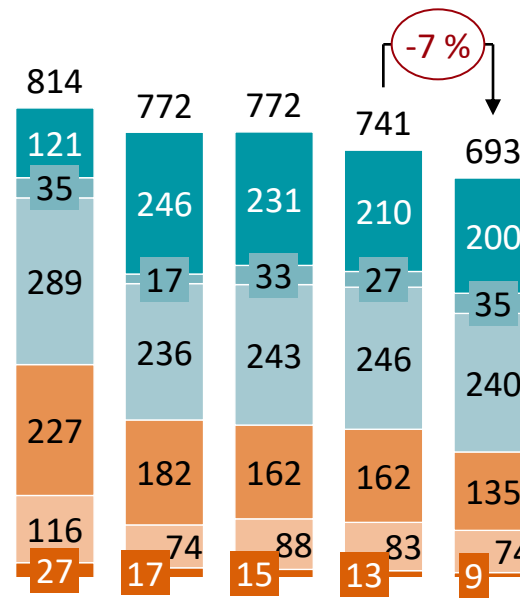
- New Release (exkl. TV)
- Katalog (exkl. TV)
- Made for TV
- Special Interest/Musik

Veränderungsrate
(2025 vs. 2024)



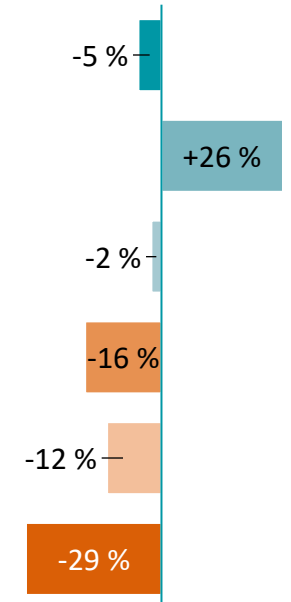
Segmente

2021 2022 2023 2024 2025



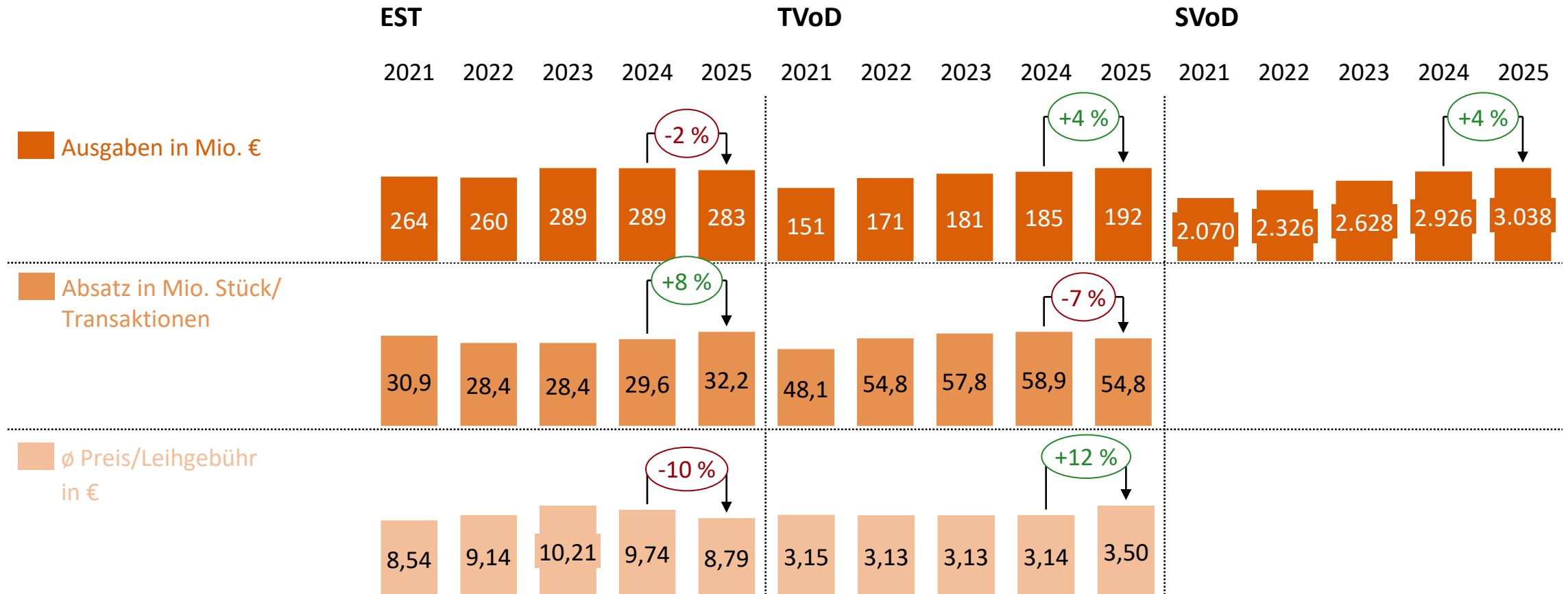
- Made for Cinema current
- Made for Cinema recent
- Made for Cinema classic
- Made for TV
- Made for Video
- Special Interest/Musik

Veränderungsrate
(2025 vs. 2024)

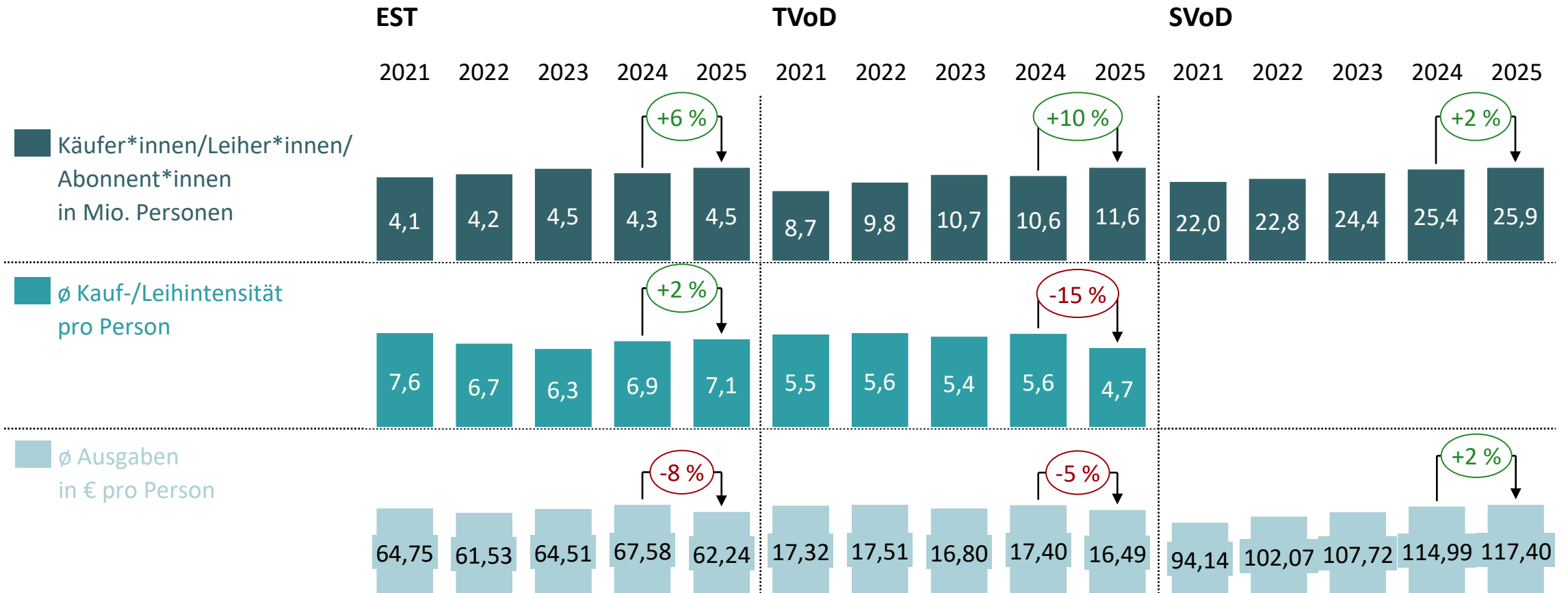


Digitale Home-Video-Formate

KENNZAHLEN IM 5-JAHRESVERLAUF NACH FORMAT

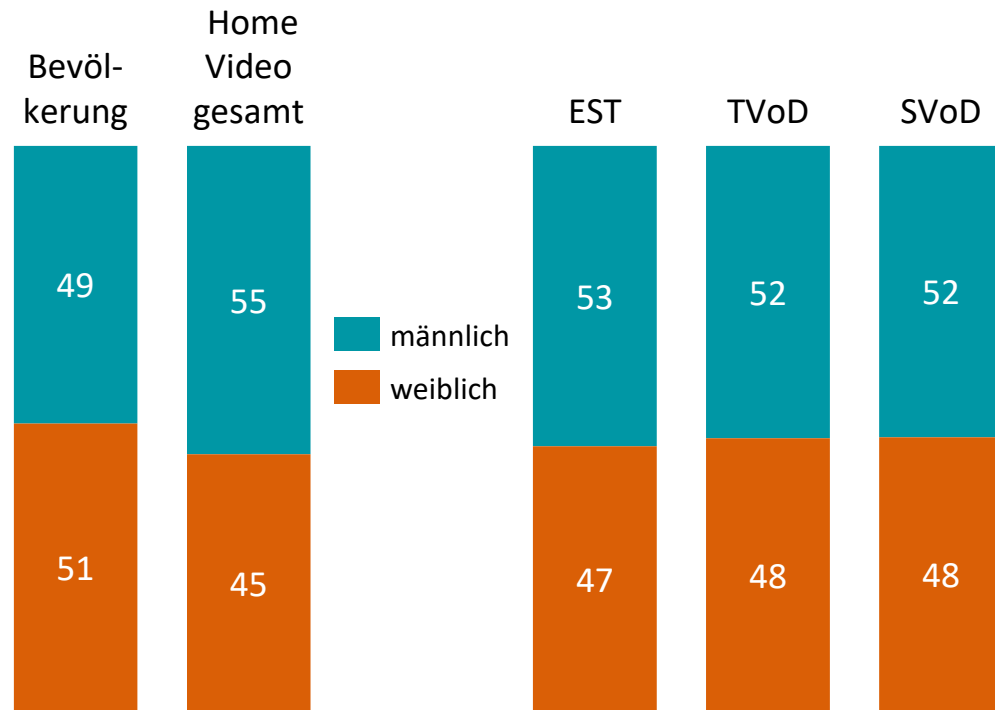


KENNZAHLEN IM 5-JAHRESVERLAUF NACH FORMAT

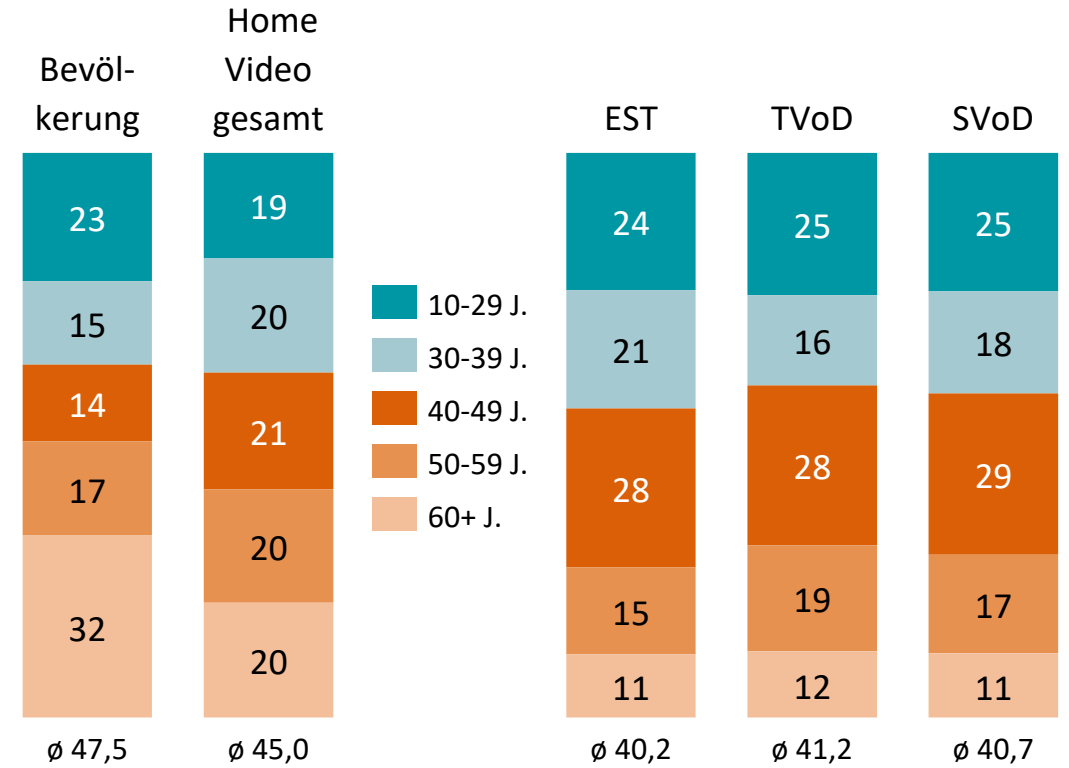


ANTEILE GESCHLECHT UND ALTER NACH FORMAT

Geschlecht in %

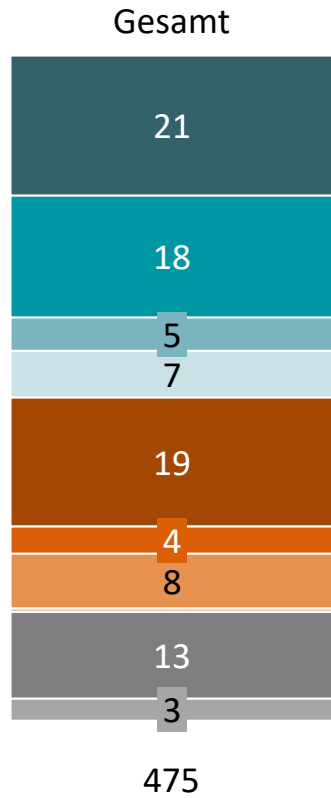


Alter in %



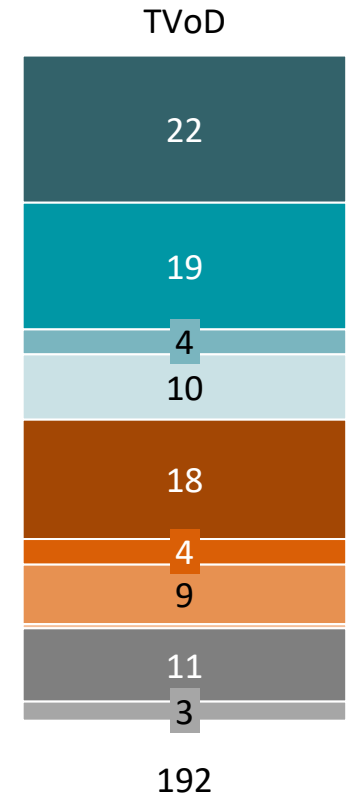
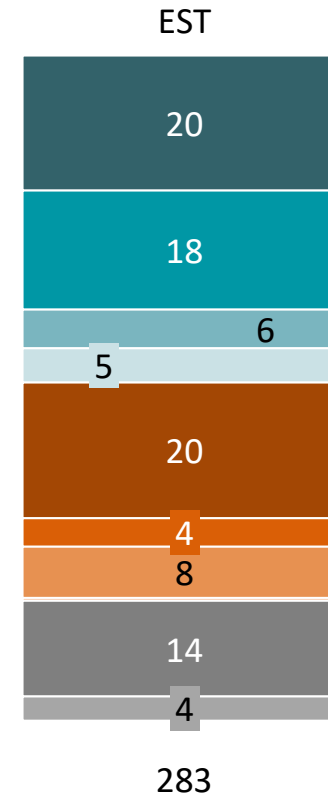
ANTEILE DER GENRES NACH FORMATEN

Genres - Ausgaben in %



- Action
- Drama
- Fantasy
- Horror
- Komödie
- Science-Fiction
- Thriller
- Special Interest/Musik
- Kinder
- Sonstige

Basis in Mio. €

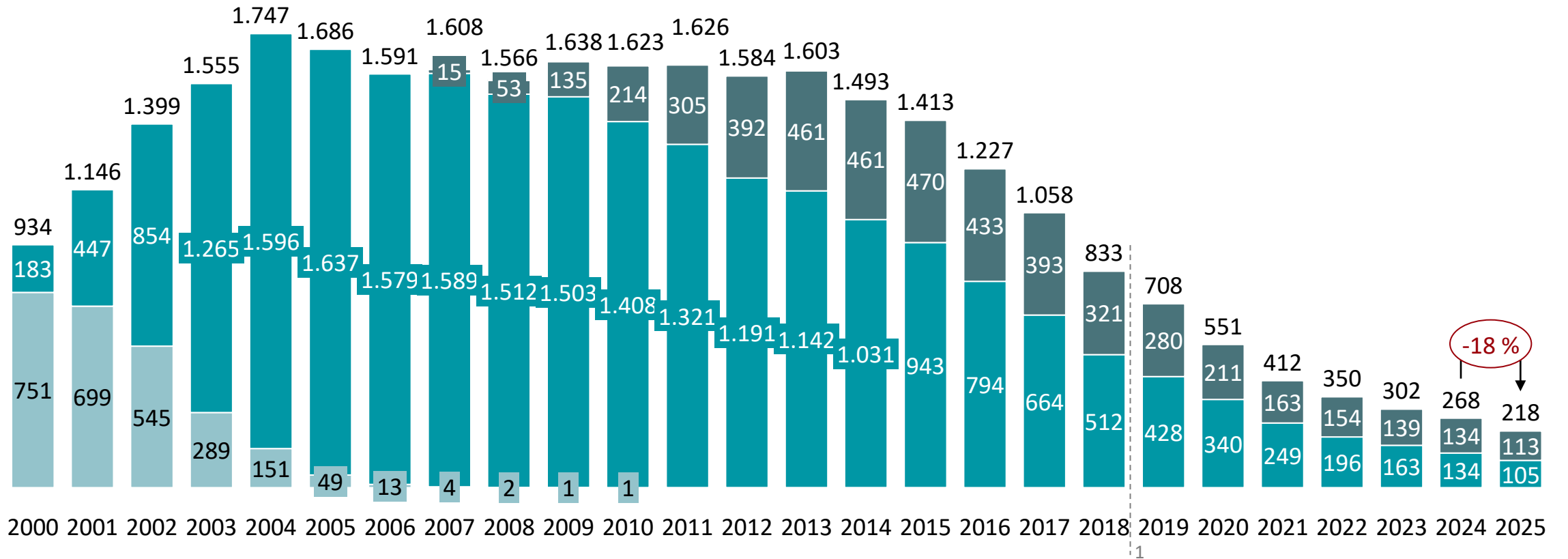


Physische Home-Video-Formate

MARKTENTWICKLUNG IM LANGEZEITVERLAUF

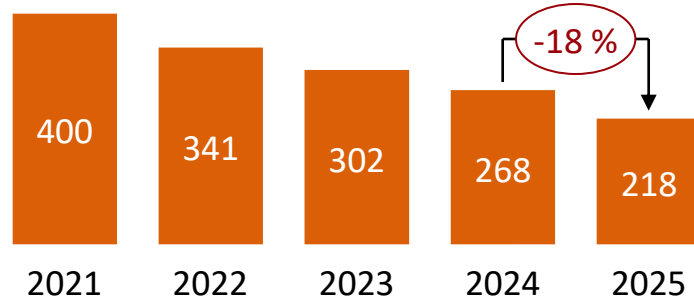
Ausgaben in Mio. €

VHS DVD Blu-ray

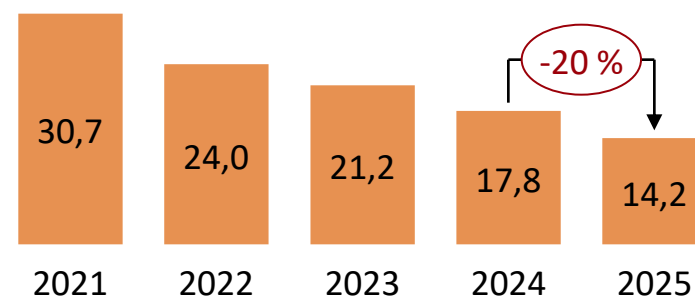


KENNZAHLEN IM 5-JAHRESVERLAUF

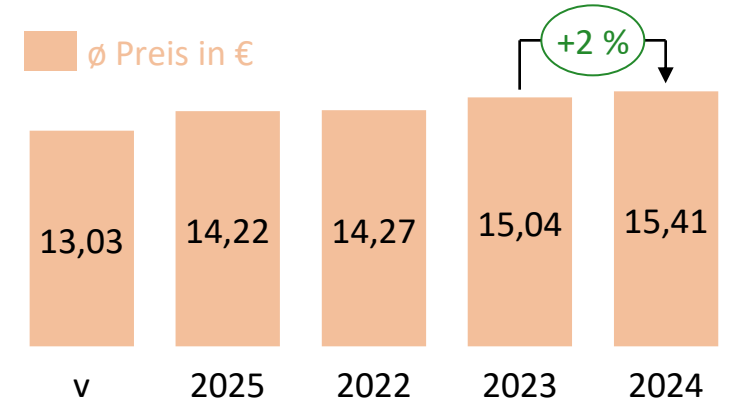
Ausgaben in Mio. €



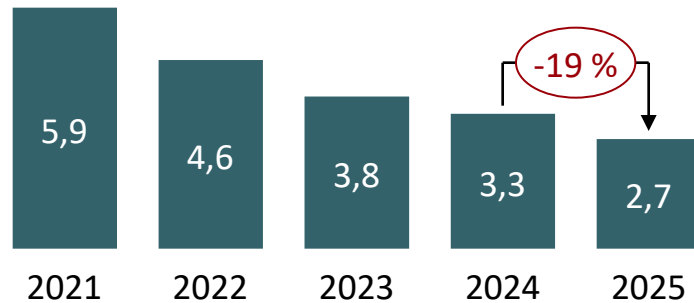
Absatz in Mio. Stück



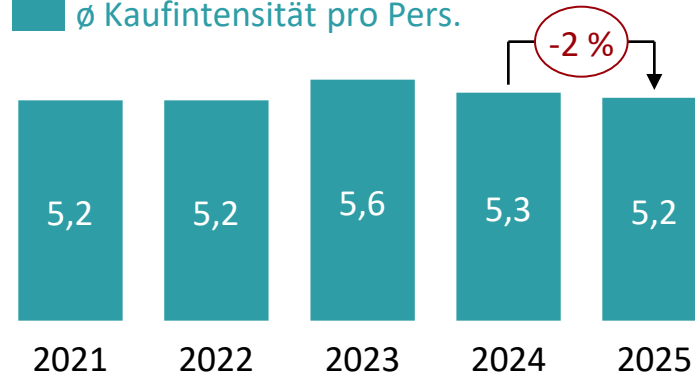
Ø Preis in €



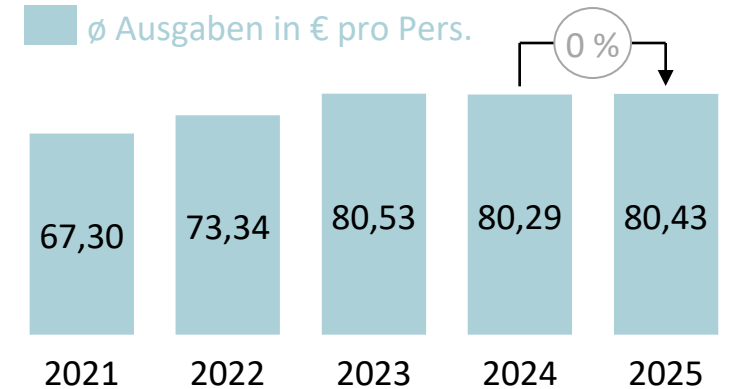
Käufer*innen in Mio. Personen



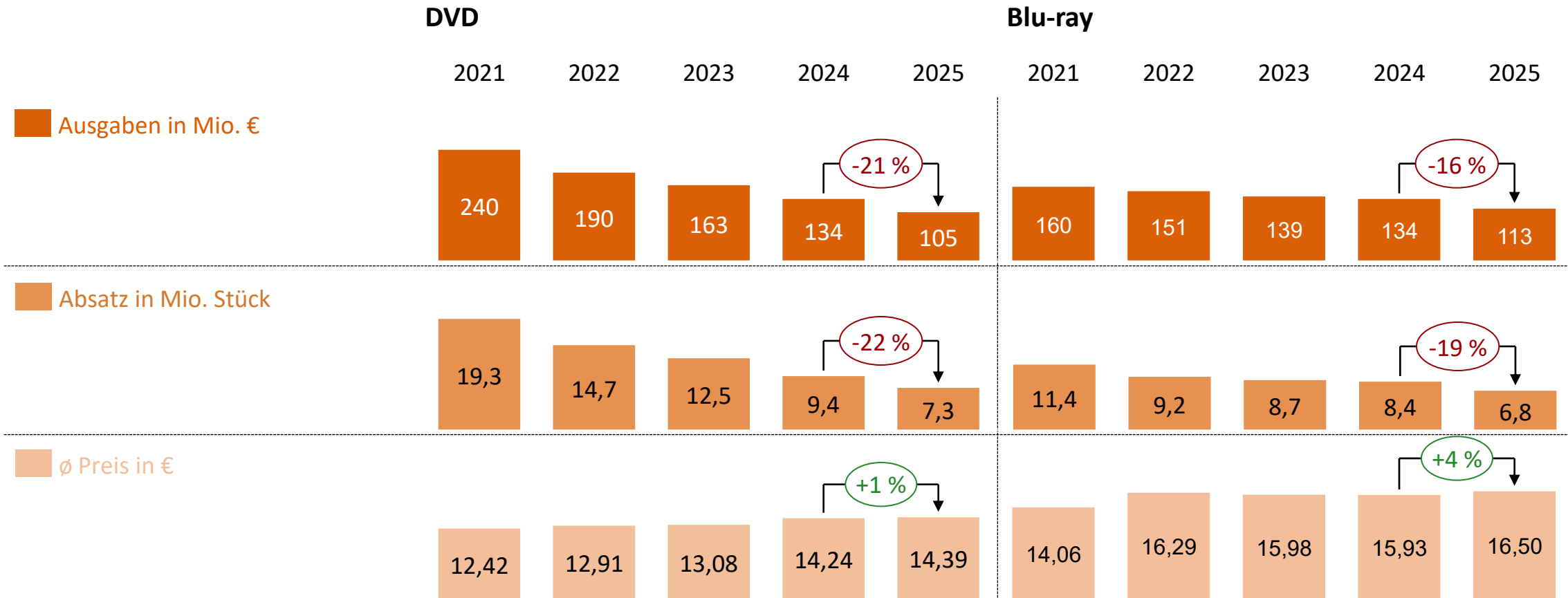
Ø Kaufintensität pro Pers.



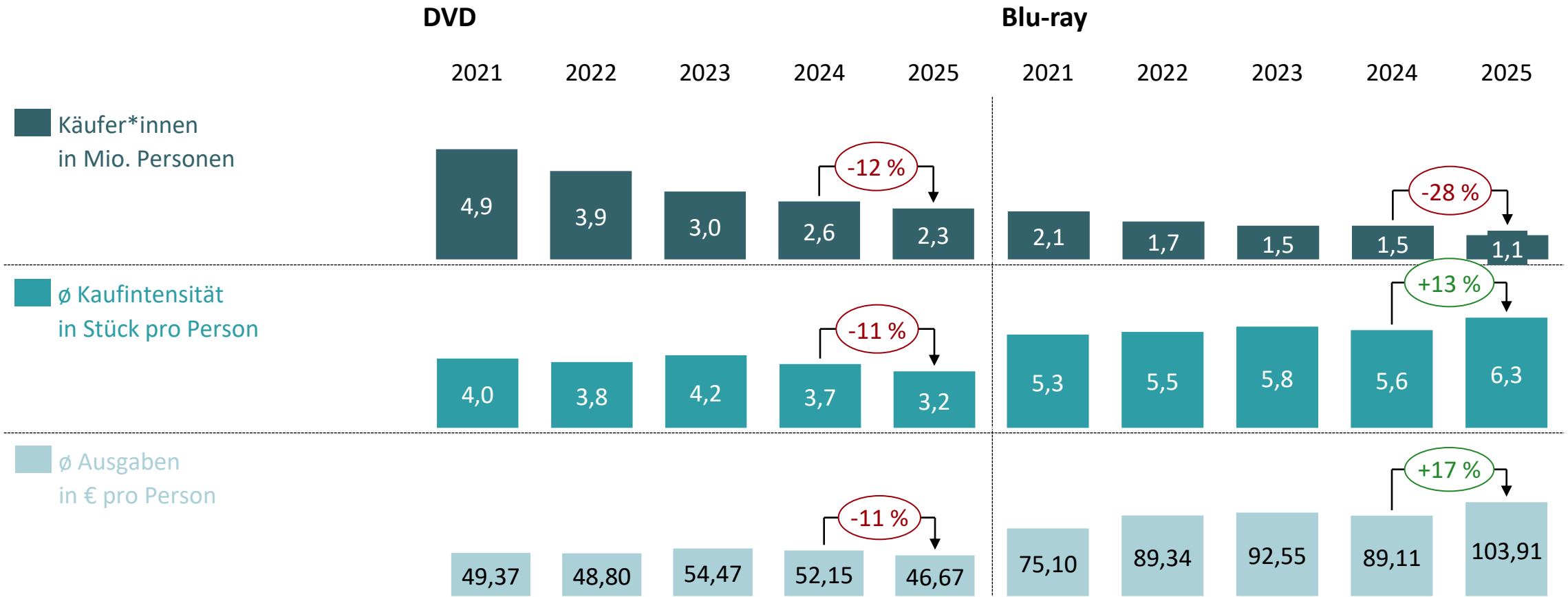
Ø Ausgaben in € pro Pers.



KENNZAHLEN IM 5-JAHRESVERLAUF NACH FORMAT

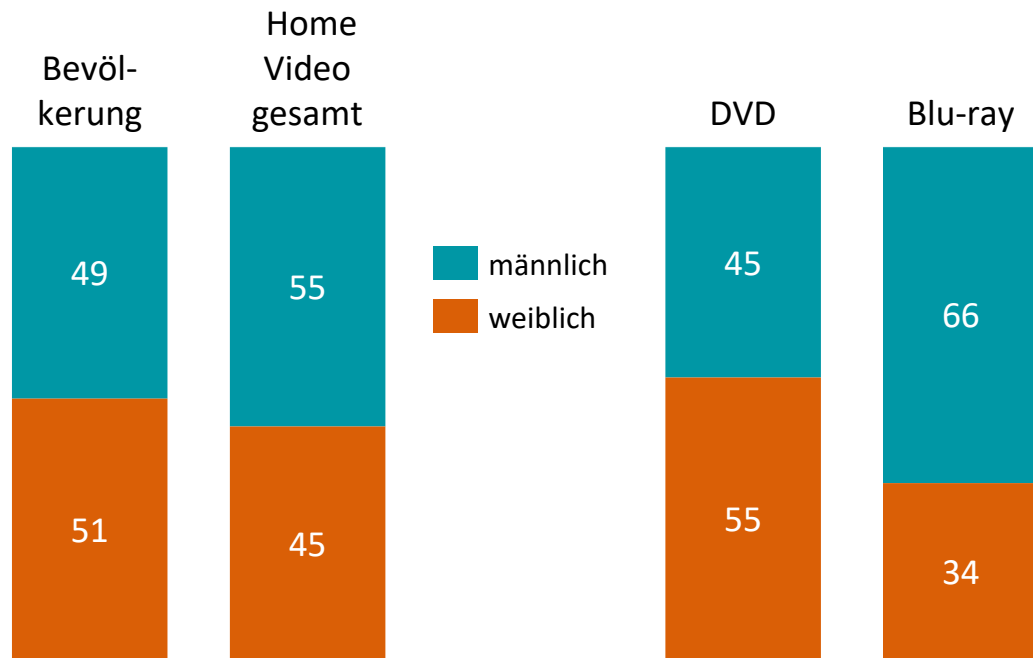


KENNZAHLEN IM 5-JAHRESVERLAUF NACH FORMAT

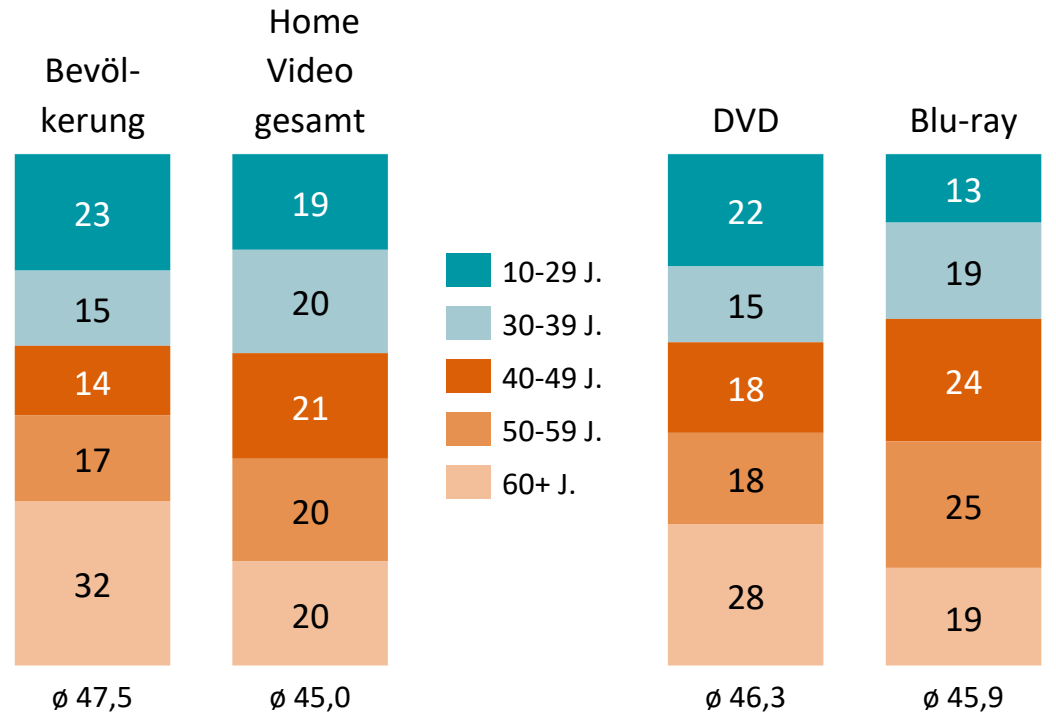


ANTEILE GESCHLECHT UND ALTER NACH FORMAT

Geschlecht in %

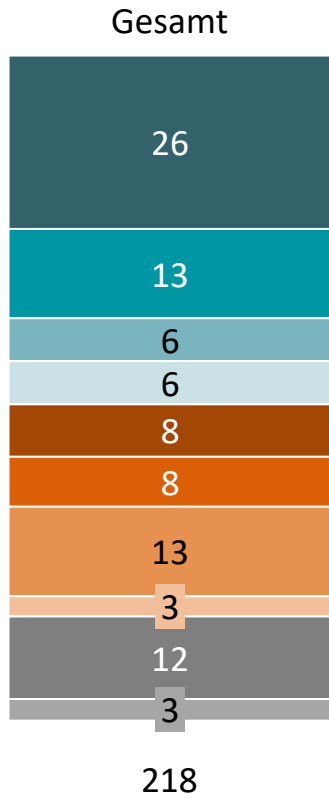


Alter in %



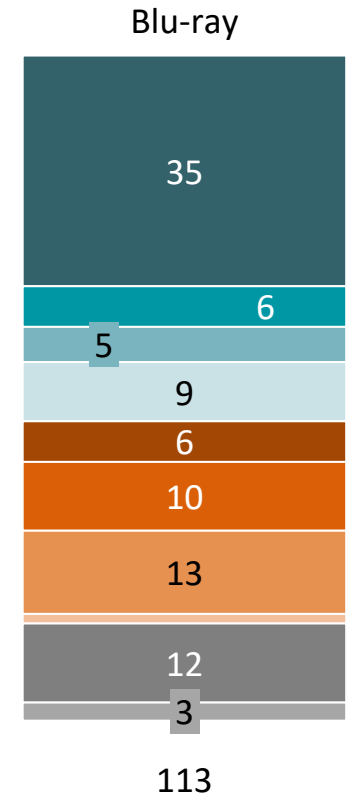
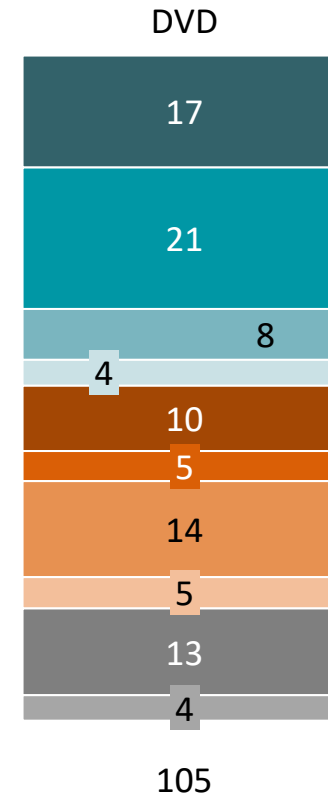
ANTEILE DER GENRES NACH FORMATEN

Genres - Ausgaben in %



- Action
- Drama
- Fantasy
- Horror
- Komödie
- Science-Fiction
- Thriller
- Special Interest/Musik
- Kinder
- Sonstige

Basis in Mio. €



Zusammenfassung

ZUSAMMENFASSUNG 1/2

- 2025 erreicht der Kino-/Home-Video-Markt mit 4,7 Milliarden Euro einen Ausgabenhöchstwert. Bei stabilen Ausgaben für digitales Kaufen und Leihen (EST/TVoD) sowie weiteren Rückgängen bei VHS, DVD und Blu-ray ist der Zuwachs von 3 Prozent gegenüber 2024 auf steigende Ausgaben für kostenpflichtige Abonnements (SVoD) und Kino zurückzuführen.
- Im reinen Home-Video-Markt (insgesamt 3,7 Mrd. Euro) bleibt SVoD mit Ausgaben von erstmals über 3,0 Milliarden Euro (81 % Marktanteil) das stärkste Segment. Es folgen der digitale Kaufmarkt EST mit 283 Millionen Euro (8 % Anteil), Kaufvideos auf DVD und Blu-ray mit 218 Millionen Euro (6 % Anteil) sowie der digitale Leihmarkt TVoD mit 192 Millionen Euro (5 % Anteil).
- Der Anstieg der SVoD-Ausgaben verlangsamt sich (2025: +4 %, 2024: +11 %).
- Die Reichweite steigt gegenüber dem Vorjahr um einen Prozentpunkt auf 42 %. Das bedeutet, dass 42 Prozent der Bevölkerung in den vergangenen 12 Monaten Ausgaben im Home-Video-Markt getätigt haben.
- Das Profil der SVoD-Nutzer*innen ist mit einem Durchschnittsalter von 40,7 Jahren jünger als die Bevölkerung und liegt damit zwischen dem jüngsten digitalen Format EST (durchschnittlich 40,2 Jahre) und TVoD mit durchschnittlich 41,2 Jahren.
- 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.

ZUSAMMENFASSUNG 2/2

- Im Vergleich zu 2024 bleiben die Ausgaben für digitale Formate (ohne SVoD) mit 475 Millionen Euro stabil, weisen jedoch unterschiedliche Dynamiken auf:
 - Bei digitalen Kauftiteln (EST) sinken die Ausgaben um 2 Prozent, der Zuwachs an Käufen (+8 %) wird durch deutlich niedrigere Preise (durchschnittlicher Kaufpreis -10 %) überlagert.
 - Im digitalen Leihmarkt (TVoD) steigen die Ausgaben um 4 Prozent, da deutliche Preiserhöhungen (durchschnittlicher Leihpreis +12 %) den Rückgang der Leihanzahl (-7 %) kompensieren.
- Der physische Markt verkleinert sich im Vergleich zu den Vorjahren nochmals deutlich auf 218 Millionen Euro Ausgaben, bedingt durch rückläufige Käufer*innen- und Stückzahlen. Das DVD-Format liegt mit Ausgaben von 105 Millionen Euro erstmals hinter dem ebenfalls schrumpfenden Blu-ray-Markt, dessen Ausgaben um 16 Prozent auf 113 Millionen Euro sinken.
- Zusammenfassend wächst der digitale Markt weiterhin, wenn auch mit geringeren Zuwächsen als in den Vorjahren, während der physische Markt stetig rückläufig ist.

Anhang

INFORMATION

- Bei hoher Detailtiefe können Fallzahlen unter 100 auftreten, was zu größerer Streuung und eingeschränkter Interpretierbarkeit führt. Zur Transparenz sind Fallzahlen je nach Charttyp integriert oder gekennzeichnet.
- Wenn notwendig, wurden glättende Verfahren angewendet, um eine Zeitreihenbetrachtung zu erleichtern.
- Um Abdeckungslücken auszugleichen, wurden externe Benchmarks (z. B. Handelspaneldata, 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.
- Zur besseren Lesbarkeit wurden die Beschriftungen der $\leq 0,5$ %-Werte aus den Grafiken entfernt.

BEGRIFFLICHKEITEN

	Beschreibung
TVoD (Transactional-Video-on-Demand) EST (Electronic-Sell-Through) SVoD (Subscription-Video-on-Demand)	Entgeltliche digitale Videoabrufdienste: Leihen (TVoD) Kaufen (EST) Kostenpflichtige Abonnements (SVoD)
Home-Video-Markt transaktional	Physisch (DVD/Blu-ray), digitales Kaufen & Leihen (TVoD/EST): ohne SVoD
New Release Recent Release Katalog	Filme, die innerhalb der ersten 3 Monate (new), innerhalb des 4. und 6. Monats (recent) oder nach ab dem 7. Monat (Katalog) nach Home-Video-Veröffentlichung gekauft bzw. geliehen worden sind
Made for Cinema current/recent/classic	Filme, deren Erstveröffentlichung im Kino stattfand und die innerhalb der ersten 12 Monate (current), innerhalb des 13. und 24. Monats (recent) oder nach dem 24. Monat (classic) – nach Filmstart im Kino – gekauft bzw. geliehen worden sind
Made for TV	Filme, die für die Erstveröffentlichung im TV produziert worden sind
Made for Video	Filme, die für die Erstveröffentlichung auf Video produziert worden sind