

PRESSEMITTEILUNG

Online-Videomarkt weiter auf Erfolgskurs

SPIO veröffentlicht aktuelle marktwirtschaftliche Daten zur Filmwirtschaft im Filmstatistischen Jahrbuch 2018

Wiesbaden/Berlin, 7. November 2018

Die Verschiebung der Erlösstruktur auf dem deutschen Videomarkt geht weiter. Innerhalb von fünf Jahren hat sich der Umsatz im Online-Sektor verfünffacht und generiert mittlerweile 42 Prozent der Einnahmen des gesamten Home-Entertainment-Marktes. Nach wie vor sind vor allem abonnierte Streaming-Dienste (SVoD)* beim Publikum beliebt, sie konnten ihre Umsätze im vergangenen Jahr um 50 Prozent steigern. Aber auch Streaming- und Download-Angebote für einzelne Filme (TVoD/EST)* waren für Zuschauer attraktiv und verzeichneten in 2017 eine Umsatzsteigerung von knapp 30 Prozent. Damit konnten Verluste beim physischen Verkauf und Verleih von DVDs bzw. Blu-rays kompensiert und ein Gesamtumsatz von 1,83 Milliarden Euro im Videomarkt erwirtschaftet werden. Dies entspricht einem Plus von drei Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Auch konnten die Kinos im Jahr vor der deutlichen Krise ihren Umsatz noch einmal um drei Prozent auf insgesamt 1.056 Millionen Euro steigern. Das geht aus den aktuellen Wirtschaftszahlen hervor, die die Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO) jetzt gebündelt im Filmstatistischen Jahrbuch 2018 veröffentlicht hat. Das Buch ist ab sofort im Handel verfügbar.

„Wir freuen uns, dass der digitale Wandel im Videobereich aufzugehen scheint und sind überzeugt, dass die Online-Distribution von Filmen zu einem wesentlichen Faktor für die Zukunft der Filmwirtschaft wird“, so Alfred Holighaus, Präsident der SPIO. „Damit auch kleine und mittelständische Unternehmen aus Deutschland von den Chancen des Marktplatzes ‚Internet‘ profitieren, braucht es jedoch Rahmenbedingungen, die z.B. die Sichtbarkeit von deutschen Filmen, aber auch die wirtschaftliche Partizipation an den neuen digitalen Nutzungsmöglichkeiten garantieren. Das gilt für internationale Plattformen genauso wie für das deutsche Fernsehen.“ Laut Filmstatistischen Jahrbuch ist die Anzahl deutscher Kinofilmpremieren im TV-Bereich in den letzten zehn Jahren um 28 Prozent zurückgegangen. Über 80 Prozent dieser Filme wurde in 2017 erst im Spät- bzw. Nachprogramm von 22 bis 6 Uhr ausgestrahlt.

„Natürlich müssen die filmwirtschaftlichen Unternehmen im weltweiten Wettbewerb insbesondere mit der Qualität ihrer Produktionen überzeugen“, so Holighaus weiter. „Deshalb ist es alarmierend, wenn deutsche Filme finanziell immer schlechter ausgestattet werden.“ Tatsächlich sind die durchschnittlichen

Geschäftsstelle

Murnastraße 6
65189 Wiesbaden

Fon 0611-778 91-0
Fax 0611-778 91-79

spio@spio-fsk.de
www.spio.de

Hauptstadtbüro

Oranienburger Straße 17
10178 Berlin

Fon 030- 257 944- 50
Fax 030- 257 944- 51

spio-berlin@spio.de

Präsident

Alfred Holighaus

Geschäftsführung

Christiane von Wahlert
Helmut Poßmann

AG Wiesbaden VR 1459

Produktionskosten eines Spielfilms im letzten Jahr um 20 Prozent auf 3,1 Millionen Euro gesunken. 2017 kostete ein ausschließlich in Deutschland finanzierter Film im Schnitt 2,5 Millionen Euro, im Jahr davor waren es noch 3,3 Millionen Euro. Auch bei deutsch-ausländischen Koproduktionen stand weniger Geld zur Verfügung. Nach Kenntnisstand der SPIO gab es im vergangenen Jahr keine Großprojekte mit einem Budget von 10 Millionen Euro oder mehr.

Mehr Kennzahlen liefert das Filmstatistische Jahrbuch 2018. Es ist im Oktober in der Schriftenreihe „Medienrecht – Medienproduktion – Medienökonomie“ im Nomos Verlag, Baden Baden erschienen. Das 100-seitige Buch kostet 26 Euro und ist im Buchhandel erhältlich.

*

EST= Electronic sell through (Kauf der Datei mit unbegrenzter Nutzungsdauer)

TVoD = Transactional Video on Demand (Einzeltransaktionen mit begrenzter Nutzungsdauer)

SVoD = Subscriptional Video on Demand (Abonnement/Flatrate)

Ausgewählte Zahlen und Trends für 2017 im Überblick:

Filmproduktion

- 141 deutsche Spielfilme und 106 deutsche Dokumentarfilme wurden im Kino erstaufgeführt.
- Produktionskosten: Durchschnittlich kostete ein Spielfilm 3,1 Mio. Euro. Ausschließlich deutsch finanzierte Filme kosteten im Durchschnitt 2,5 Mio. Euro, internationale Koproduktionen 3,8 Mio. Euro.
- Koproduktionen: 43 % der deutschen Spielfilm-Erstaufführungen waren deutsch-ausländische Koproduktionen. Die beliebtesten Koproduktionsländer der letzten zehn Jahre waren Frankreich, Österreich, Großbritannien und die Schweiz.

Filmverleih

- Marktanteile (Spielfilme nach Herstellungsländern): 28 % deutsche Produktionen, 31 % US-Produktionen, 11 % französische Filme, 6 % türkische Filme, 5 % UK-Produktionen.
- Marktanteile (nach Filmbesuch): 63 % US-Produktionen, 24 % deutsche Filme, 7 % UK-Produktionen.

Kino

- Boxoffice: 1.056 Mio. Euro Einnahmen (plus 3 %) und 122,3 Mio. verkaufte Tickets (plus 1 %).
- Die Anzahl der Kinos stieg um 18 auf insgesamt 1.672, mit insgesamt 4.803 Leinwänden (64 mehr als im Vorjahr).
- 100 % der Leinwände waren digital ausgestattet, 46 % waren 3D-fähig.

Filmförderung

- Die kulturwirtschaftliche Filmförderung von Bund und Ländern, darunter die FFA, ist 2017 um 6 Prozent auf 338,04 Mio. Euro gesunken (2016: 361,36 Mio. Euro).

Videomarkt

- Gesamtumsatz: Zuwachs des Gesamtumsatzes um 3 % auf insgesamt 1,83 Mrd. Euro.
- Im physischen Bereich (DVD und Blu-ray) sank der Umsatz aus Verleih und Verkauf um 14 % auf 1,057 Mio. Euro.
- Der digitale Bereich konnte sowohl beim Verleih als auch Verkauf Umsatzsteigerungen erzielen: EST plus 33%, TVoD plus 22 % und SVoD plus 50 %.

Fernsehen

- Kinofilm-Premieren: Gegenüber 2008 ist die Anzahl der deutschen Kinofilm-Premieren in 2017 um 28 % zurückgegangen. Premieren von deutschen Kinofilmen im öffentlich-rechtlichen TV sanken von 73 in 2016 um 7 % auf 68 in 2017.
- Sendeplätze: 43 % der aktuellen deutschen Kinofilme werden in den Programmen Das Erste und ZDF im Nachtprogramm (ab 00:00 bis 06:00 Uhr) gezeigt, 41 % im Spätprogramm (ab 22:00 bis 24:00 Uhr) und 14 % im Hauptprogramm (20:00 bis 22:00 Uhr) und 1% im Tagesprogramm (06:00 – 17:00).

Kinowerbung

- Ausgaben: Die Aufwendungen für die Schaltung kommerzieller Werbung im Kino sind um 5 % auf insgesamt 92,8 Mio. Euro gestiegen.

Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK)

- FSK-Prüfung: 12.168 Filmobjekte wurden gekennzeichnet, darunter Kino- und TV-Filme, Serien und Werbefilme (insgesamt 507.343 Prüfminuten).

Die Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e.V. (SPIO) vertritt die Interessen der deutschen Film- und Videowirtschaft in den Sparten Filmproduktion, Filmverleih, Filmtheater und Audiovisuelle Medien. Als Dachverband von 20 Berufsverbänden repräsentiert sie mehr als 1.100 Mitgliedsfirmen. Ziel der SPIO ist es, den deutschen Film in seiner Vielfalt, Qualität und internationalen Wahrnehmung zu stärken und seine Wettbewerbsfähigkeit als Wirtschafts- und Kulturgut zu sichern.

www.spio.de

Kontakt für Presseanfragen

Carolin Lindenmaier, Politische Referentin, Spitzenorganisation der Filmwirtschaft
Telefon: 030/24630052, E-Mail: lindenmaier@spio.de