



Günstigere Blu-ray-Spieler Mangelware zu Weihnachten

London, 26. November 2008: Auch während der Wirtschaftskrise und darüber hinaus werden DVD und das Nachfolgemedium Blu-ray Disc (BD) den Home-Entertainment-Markt dominieren, so die neueste Studie der Medienanalysten von Screen Digest. Zum Weihnachtsgeschäft müssen sich Händler und Konsumenten allerdings warm anziehen: Aufgrund früherer Lieferengpässe wird das Angebot günstiger BD-Abspielgeräte zur diesjährigen Weihnachtszeit auf Europas Einkaufsstraßen nur begrenzt sein.

Physische Medien waren über Jahre treibende Kraft für die Filmindustrie: Der weltweite Verkauf von Videos (erst VHS, jetzt DVD und BD) machte im letzten Jahr 41% der Studioeinnahmen aus. Filmvermietungen brachten zusätzliche 10% ein.

Digital Delivery in weiter Ferne

Screen Digest geht davon aus, dass brauchbare Systeme für die digitale Auslieferung von Inhalten (Digital Delivery) an den Massenmarkt noch in weiter Zukunft liegen. So prognostiziert das Unternehmen, dass 2012 nur 2% der deutschen Home-Entertainment-Ausgaben für Filme via Digital Delivery über das Internet aufgewendet werden wird. Im gleichen Jahr werden deutsche Konsumenten allerdings €1,7Mrd. für audiovisuelle Inhalte auf physischen Medien (DVDs und BDs) ausgeben, so Screen Digest. Das ist ein Anstieg um 30% gegenüber der €1,3Mrd. in 2007.

Ausblick: Markt für Blu-ray wächst auf €792Mio. bis 2012

Die Studie zeigt, dass das neue Blu-ray-Format 46% dieser Summe ausmachen wird, deutlich höher also als die für 2008 erwarteten 5%. Der Anstieg des hochauflösenden Formats geht einher mit dem Wachstum beim HDTV: Bis 2012 werden 83% aller deutschen Haushalte mindestens ein HDTV-Set besitzen. Eine gleichzeitig erhöhte Verfügbarkeit von Inhalten im HDTV-Format bedeutet, dass hochauflösendes Fernsehen für viele Haushalte zur Norm wird. Screen Digest geht davon aus, dass 28% dieser Haushalte ein separates BD

-Abspielgerät haben werden. Bezieht man alle blu-ray-fähigen PS3-Geräte in Deutschland mit ein, so wächst dieser Anteil sogar auf 38%.

Engpass an Blu-ray-Geräten wird Weihnachtsgeschäft beeinflussen

Dieses Wachstum wird sogar erreicht, obwohl Screen Digest vor Kurzem seine Verkaufsprognosen für 2008 und darüber hinaus reduziert hat. Im Gegensatz zur weit verbreiteten Annahme ist dies nicht auf eine 'enttäuschende' Aufnahme des neuen Formats von Kundenseite zurückzuführen; stattdessen mussten BD-Werbekampagnen in Europa aufgrund der eingeschränkten Verfügbarkeit von Geräten zurückgeschraubt werden. Ironischerweise war der plötzliche Rückzug des konkurrierenden Formats HD-DVD Anfang 2008 ein Problem für Blu-ray, denn obwohl dadurch die Nachfrage nach BD-Spielern angetrieben wurde fiel die Produktion aufgrund akuter Knappheit wichtiger Hardwarekomponenten zurück. Auch wenn die Lieferung von Geräten für 2009 mittlerweile garantiert ist, hat die Industrie momentan nicht genug BD-Geräte, um die weltweite Nachfrage nach Geräten im Eintrittspreissegment für das Weihnachtsgeschäft 2008 zu befriedigen.

Die Knappheit von günstigen Geräten wird angesichts der Wirtschaftskrise dazu führen, dass viele Konsumenten ihre Home-Entertainment-Systeme erst einmal nicht aufrüsten. Sie werden deshalb aber nicht aufhören, DVDs zu kaufen oder zu leihen. DVDs sind in Europa zur Massenware geworden und eine preisgünstige Alternative zum Ausgehen bieten. Die Umstellung auf Blu-ray wird aber etwas länger dauern.

Screen Digest Analyst Richard Cooper sagt: „Obwohl einige europäische Einzelhändler bereits BD-Spieler für unter €235 anbieten, sind diese Geräte meistens von niedriger technischer Ausführung und nur in geringer Anzahl zu haben. Wir erwarten nicht, dass sich Preise unter €155 in Europa zur Weihnachtszeit etablieren werden, wie die bereits auf dem US-Markt der Fall. Zusammen mit der Rezession wird sich Blu-ray in diesem Jahr kaum über den ‚Early-Adopter‘-Markt hinaus entwickeln. Die Preise für BD-Hardware werden 2009 allerdings fallen, und mit der Zeit werden selbst preisbewusste Konsumenten anfangen aufzurüsten - nicht zuletzt weil die Kompatibilität der Abspielgeräte mit älteren Formaten bedeutet, dass sie ihre existierenden DVDs weiterhin anschauen können.“

Ende

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

- Lucy Green, PR-Beraterin (englisch)
Tel: +44 (0) 7817 698366 lgreen@greenfieldscommunications.com
- Nina May, PR-Beraterin (deutsch)
Tel: +44 7971 430242 nmay@greenfieldscommunications.com
- Screen Digest: Fay Hamilton, PR und Promotions- Manager
Tel: +44 (0) 20 7424 2847 fay.hamilton@screendigest.com

Zu dieser Studie

Die Untersuchung in dieser Pressemitteilung stammt von dem fortlaufenden Dienst von Screen Digest. Auszüge aus dieser Studie wurden in der November-Ausgaben des Nachrichtenblatts von Screen Digest veröffentlicht.

Über Richard Cooper, Analyst, Video

Richard Cooper ist verantwortlich für die Instandhaltung und Fortsetzung des online Video-Informationsdienstes und erstellt Forschungsmodelle für den Videobereich. Cooper ist seit 2001 in der Home Entertainment-Industrie tätig und begann seine Karriere bei dem Musik- und Videohändler MVC als Category Planning Analyst. Bei MVC befasste er sich mit diversen Projekten wie Grundbesitz, Raumplanung, Marktforschung, Angebotsplanung, Kundensegmentation und zeitlang sogar als Einkäufer für spezielle Musik. Bevor er bei Screen Digest anfang, unternahm Cooper ein Projekt für BVHE als deren Marktanalyst.

Über Screen Digest

Screen Digest ist das führende Unternehmen für Analysen im globalen Medienbereich. Unser Hauptsitz ist in London mit Büros in New York und Carmel, Kalifornien. Wir beschäftigen 40 spezialisierte Analysten, in den Bereichen Film, Fernsehen, Broadband, Mobil-Telefone, Kino, Home-Entertainment und Videospiele. Unsere Online-Dienste und Berichte bieten der Industrie Informationen und Berichte, auf denen hunderte von Medien-Firmen rund um den Globus ihre Entscheidungen basieren. Vor kurzem haben wir Global Media Intelligence (GMI) ins Leben gerufen. Dies ist ein neuer Dienst, der Studien und Analysen für institutionelle Investoren im Medienbereich anbietet.
sales@screendigest.com