



Laura Glockseisen

Filmdistribution in Deutschland

Die Zukunft des TV-Marktes im Zeitalter der Digitalisierung am Fallbeispiel Netflix



Nomos

Edition Reinhard Fischer

<https://doi.org/10.5771/9783845283715-1>

Generiert durch IP '207.241.231.83', am 19.07.2018, 16:55:22.

Das Erstellen und Weitergeben von Kopien dieses PDFs ist nicht zulässig.

Now Media

herausgegeben von

Prof. Harald Eichsteller,
HdM Hochschule der Medien Stuttgart

Prof. Dr. Marie Elisabeth Mueller,
HdM Hochschule der Medien Stuttgart

Prof. Devadas Rajaram,
Asian College of Journalism Chennai

Band 2

Laura Glockseisen

Filmdistribution in Deutschland

Die Zukunft des TV-Marktes im Zeitalter der
Digitalisierung am Fallbeispiel Netflix



Nomos

Edition Reinhard Fischer

<https://doi.org/10.5771/9783845283715-1>

Generiert durch IP '207.241.231.83', am 19.07.2018, 16:55:22.

Das Erstellen und Weitergeben von Kopien dieses PDFs ist nicht zulässig.

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8487-4151-9 (Print)

ISBN 978-3-8452-8371-5 (ePDF)

1. Auflage 2018

© Nomos Verlagsgesellschaft/Edition Reinhard Fischer, Baden-Baden 2018. Gedruckt in Deutschland. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Vorwort

Now Media bietet nicht nur spannende Einblicke in innovative Medienformate, sondern betrachtet auch die Trends in der Vermarktung und Distribution von Medieninhalten.

Die vorliegende Publikation wurde an der Hochschule der Medien in Stuttgart als beste Masterarbeit des Masterstudiengangs Elektronische Medien mit Schwerpunkt Medienwirtschaft ausgezeichnet und betrachtet die Filmdistribution in Deutschland.

Laura Glockseisen ist mit dieser Arbeit gelungen, verständlich und kompetent in die Filmindustrie, den Strukturwandel sowie die Player bei der Verwertung der Inhalte in der Distribution einzuführen, um dann den Shooting-Star Netflix eingehend zu analysieren. Dieser Teil alleine kann als Standard zur Einführung in Theorie und Praxis gelten.

Um den Ist-Zustand sowie die Zukunft des deutschen TV-Markts, mögliche Strategien sowie die Einschätzung von Netflix professionell beurteilen zu können, wurden Interviews mit Expertinnen und Experten aus dem digitalen Medienbereich, dem cloudbasierten TV-Geschäft, dem digitalen Vertrieb von Fernsehlicenzen, aus der Filmproduktion sowie aus der Distribution von TV-Lizenzen geführt.

Die Darstellung der Ergebnisse der 2015 geführten Interviews ist auch heute noch interessant und die Schlussfolgerungen in den meisten Bereichen ebenfalls von hoher Validität gekennzeichnet.

Ich freue mich auf diese Veröffentlichung und wünsche Frau Glockseisen alles Gute für Ihre weitere berufliche und private Entwicklung.

Hochschule der Medien, Stuttgart

Prof. Harald Eichsteller

Vorwort

Als Geschäftsführerin der Firma Sony Pictures Television bin ich seit vielen Jahren im Bereich der Film- und Seriendistribution tätig und unterrichte als Professorin für Medienmanagement unter anderem auch diesen Themenschwerpunkt. Frau Laura Glockseisen war meine Studentin und hat ausserdem auch als Masterandin in unserer Firma gearbeitet.

Sony Pictures Television ist der Fernsehunternehmensbereich des Hollywood Major Studios Sony Pictures. Er ist verantwortlich für die Distribution sämtlicher TV-Rechte an den von Sony Pictures in Hollywood produzierten Spielfilmen und Fernsehserien an TV-Plattformen auf der ganzen Welt. Außerdem beinhaltet er eigene Sendergruppen wie AXN und Sony Entertainment Networks.

Das Thema der Distribution von Fernsehlicenzen ist immer noch eher unbekannt, obwohl es einen äußerst bedeutsamen wirtschaftlichen Faktor der Film- und Fernsehindustrie repräsentiert. Des Weiteren werden die Rahmenbedingungen für den Handel mit Lizenzen immer komplexer. Dies liegt zum einen an der sich immer weiter differenzierenden Fernsehlandschaft sowohl im klassischen linearen wie auch im relativ neuen On-Demand Bereich. Zum anderen wird vor dem Hintergrund der sich stetig erweiternden technischen Nutzungsmöglichkeiten die Bandbreite der damit verbundenen Nutzungsrechte immer grösser. Dies hat zu einer immer größer werdenden Komplexität der Film- und Seriendistribution geführt – sowohl im technischen wie auch im juristischen Bereich.

Die Autorin hat sich im vorliegenden Fachbuch erfolgreich der Komplexität dieses Themas genähert und damit ein – in dieser Form bislang noch nicht existierendes – Grundlagenwerk zum Verständnis des Lizenzgeschäftes im Angesicht der aktuellen Herausforderungen des Marktes im Zeitalter der Digitalisierung geschaffen.

München im März 2017

Professor Dr. Kerstin Gühne

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7
Abkürzungsverzeichnis	13
1. Einleitung	15
1. 1 Zielsetzung und Forschungsfrage	17
1. 2 Themeneingrenzung und Relevanz des Themas	17
1. 3 Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit	18
2. Grundbegriffe der Filmindustrie	20
2. 1 Begriffsabgrenzungen	20
2. 1. 1 Filmindustrie	20
2. 1. 2 Digitalisierung	21
2. 1. 3 Filmdistribution	21
2. 2 Geschichtliche Entwicklung der Medien	22
2. 3 Konvergenz der Medienmärkte	24
2. 4 Eigenschaften des Marktes der Filmindustrie	26
2. 4. 1 Wertekette der Filmindustrie	26
2. 4. 2 Akteure der Filmindustrie	28
2. 4. 3 Zusammenfassung: Struktur der Filmwirtschaft	30
3. The Long Tail« und seine Wirkungsmechanismen	32
4. Filmdistribution in Deutschland	37
4. 1 Prinzip der Inhalte-Verwertung und Rechteübertragung	37
4. 2 Traditionelle Verwertungsfenster	40
4. 2. 1 Kino	41
4. 2. 2 Home Entertainment: DVD und Blu-rays	42
4. 2. 3 Pay-TV	42
4. 2. 4 Free-TV	44
4. 3 Trend Digitalisierung: Neue Verwertungsfenster	46
4. 3. 1 Internetbasierte Filmabrufdienste	47
4. 3. 2 Video-on-Demand	52

4. 3. 3	Subscription Video-on-Demand	54
4. 3. 4	Transaktionsfinanziertes Video-on-Demand	54
4. 3. 5	Werbefinanziertes Video-on-Demand	55
4. 3. 6	Electronic Sell Through	55
4. 3. 7	Übersicht der aktuellen VoD-Anbieter	56
4. 3. 8	Kurzüberblick: Entwicklung des VoD-Markts in Deutschland	58
4. 4	Zeitliche Abfolge der aktuellen Verwertungsfenster	60
5.	Netflix	63
5. 1	Kurzprofil	63
5. 2	Angebot	66
5. 3	Markteintritt in Deutschland	71
5. 4	Aktuelle Zahlen und Entwicklungsziele	73
5. 5	Konkurrenz und Abgrenzung von der Konkurrenz	75
5. 6	Risikoanalyse	80
5. 7	Zusammenfassung: Auswirkungen des Markteintritts für die Filmdistribution	84
6.	Empirische Erhebung	85
6. 1	Methodik	85
6. 1. 1	Methodisches Vorgehen	85
6. 1. 2	Stichprobe und Zugang zum Feld	86
6. 1. 3	Forschungsfrage	87
6. 1. 4	Datenerhebung	88
6. 1. 5	Datenaufbereitung mittels Transkription	89
6. 1. 6	Ethische Aspekte und Qualitätssicherung	90
6. 1. 7	Datenauswertung	91
6. 1. 8	Praktische Umsetzung der Grounded Theory	94
6. 2	Ergebnisdarstellung der qualitativen Experteninterviews	96
6. 2. 1	Ergebnisdarstellung der Kategorie »Ist-Zustand deutscher TV-Markt«	97
6. 2. 1. 1	Eigenschaften	97
6. 2. 1. 2	Nutzungsverhalten	99
6. 2. 2	Ergebnisdarstellung der Kategorie »Zukunft deutscher TV-Markt«	101
6. 2. 2. 1	Klassische TV-Anbieter	102
6. 2. 2. 2	Digitale TV-Anbieter	104

6. 2. 2. 3	Distributoren/Inhalte-Anbieter	105
6. 2. 2. 4	Chancen und Risiken	107
6. 2. 3	Ergebnisdarstellung der Kategorie »Strategien«	111
6. 2. 3. 1	Klassische TV-Anbieter	112
6. 2. 3. 2	Digitale TV-Anbieter	114
6. 2. 3. 3	Distributoren/Inhalte-Anbieter	116
6. 2. 4	Ergebnisdarstellung der Kategorie »Fallbeispiel Netflix«	117
6. 2. 4. 1	Einfluss auf den deutschen Markt	118
6. 2. 4. 2	Wachstumsperspektiven	119
6. 2. 4. 3	Zukunftsperspektiven	120
6. 3	Handlungsempfehlungen	122
6. 3. 1	Klassische TV-Anbieter	123
6. 3. 1	Digitale TV-Anbieter	125
6. 3. 3	Filmdistributoren	127
7.	Fazit	130
Literaturverzeichnis		131
Rechtsquellenverzeichnis		141

Abkürzungsverzeichnis

AVoD	Advertising based Video-on-Demand
B2C	Business to Customer
ca.	circa
DRMS	Digital Rights Manage- ment System
DtR	Download to Rent
DtO	Download to Own
engl.	englisch
EST	Electronic Sell Through
et al.	et alii/et aliae/et alia
etc.	et cetera
FFG	Filmförderungsgesetz
GEZ	Gebühreneinzugszentra- le
IfM	Institut für Medien- und Kommunikationspolitik
IP	Internet Protocol
o.O.	ohne Ort
o.S.	ohne Seitenangabe
PPV	Pay per View
RStV	Rundfunkstaatsvertrag
S.	Seite
SVoD	Subscription Video-on- Demand
TVoD	Transkriptionales Video-on-Demand
USP	Unique Selling Proposi- tion
vgl.	vergleiche
VoD	Video-on-Demand

Z.
z.B.

Zeile
zum Beispiel