

Videomarkt 2012

NVPI is de brancheorganisatie van de entertainmentindustrie en behartigt de belangen van het merendeel van de Nederlandse muziekmaatschappijen, uitgevers van audiovisuele content op digitale media en online en uitgevers van games en andere interactieve software. Jaarlijks laat zij diverse marktonderzoeken uitvoeren om zo een duidelijk beeld te kunnen presenteren van de ontwikkelingen in de diverse markten. In dit document vindt u data over de ontwikkelingen binnen de videoverkoopmarkt. Alle hier genoemde cijfers zijn afkomstig van GfK Retail and Technology. Voor de verhuurmarkt verwijzen wij u naar de collega's van de Nederlandse Vereniging van Entertainment Retailers (www.nver.info) of het 'Video Yearbook' van de IVF.

	Omzetaandeel	x miljoenen euro's			x miljoenen euro's		
		2012	2011	2012	%	2011	2012
dvd	62%	227,4	179	-21,3%	23,5	18,0	-23,2%
Blu-ray	13%	36,2	36,9	2,0%	2,4	2,4	0,9%
Video digitaal	25%	53,0	72,0	35,8%			
Totaal Video		316,6	287,9	-9,1%	25,9	20,4	-21,1%

Het is in 2012 niet gelukt de terugloop in de videomarkt om te buigen. In tegendeel: waar de fysieke filmomzet (dvd en Blu-ray) in 2011 nog daalde met 8%, viel die vorig jaar nog eens met 18% terug. De geringe groei van Blu-ray (met 2%) kon de teruggang van dvd niet compenseren en suggereert dat de definitieve doorbraak van de hd-drager zal uitblijven. Met een huidig omzetaandeel van 13% (17% als alleen naar fysieke dragers gekeken wordt) ziet het er nu eenmaal niet naar uit dat Blu-ray de volwaardige opvolger van de dvd zal worden.

Alles bij elkaar is het aantal verkochte films in 2012 gedaald met 21,1% ten opzichte van het jaar ervoor. Dit komt erop neer dat vorig jaar 5,5 miljoen schijfjes minder verkocht werden dan in 2011. Van de twee hoofdsegmenten speelfilms en televisieseries zat de krimp vooral in de eerste. Er werden bijna drie miljoen films minder verkocht. Dit kan grote problemen opleveren voor toekomstige titels, aangezien de verkoop van films op dvd en Blu-ray van essentieel belang is voor de financiering van de productie van speelfilms.

In de gecombineerde top 10 van dvd's en Blu-rays over 2012 staan twee titels waarvan meer dan 100.000 stuks verkocht werden: Intouchables en Ice Age 4/Continental Drift. Het jaar daarvoor waren dit er nog vijf. In de lijst staan twee Nederlandse films, namelijk Nova Zembla en Achtste-Groepers Huilen Niet. De bestverkochte titel op dvd/Blu-ray was Intouchables. Deze Franse film was net als in de bioscoop ongekend populair en wist Hollywood-blockbusters als Dark Knight Rises en Ice Age 4/Continental Drift achter zich te laten.

Bestverkochte films op dvd

1.	Intouchables	Filmfreak
2.	Ice Age 4/Continental Drift	Fox
3.	Twilight Saga/Breaking Dawn Part 1	Belga HV
4.	King's Speech	Paradiso HE
5.	Nova Zembla	BFDHE
6.	Adventures Of Tintin/Secret Of The Unicorn	SPHE
7.	Rio	Fox
8.	Achtste-Groepers Huilen Niet	Dutch FilmWorks
9.	Pirates Of The Caribbean 4/On Stranger Tides	WDSHE
10.	Harry Potter 7/The Deathly Hallows Part 2	WHV

Bestverkochte films op Blu-ray

1.	Avengers (2012)	WDSHE
2.	Dark Knight Rises	WHV
3.	Adventures Of Tintin/Secret Of The Unicorn	SPHE
4.	Avatar	Fox
5.	Nova Zembla	BFDHE
6.	Ice Age 4/Continental Drift	Fox
7.	Game Of Thrones	WHV
8.	Three Musketeers (2011)	Dutch FilmWorks
9.	Captain America/The First Avenger	Paramount HE
10.	Immortals	A-Film

Nadat de gemiddelde verkoopprijs van een Blu-ray jarenlang daalde, is die afgelopen jaar weer iets opgeklommen. Een Blu-ray kostte in 2012 gemiddeld 17 eurocent meer dan het jaar ervoor, namelijk 15,60 euro. Een dvd werd 25 eurocent duurder. Blijkbaar is de rek een beetje uit de prijselasticiteit. Dit komt grotendeels door de opkomst van 3D-content, waarvan de prijs hoger ligt. De verkoop van 3D-films op Blu-ray is met 75% gestegen ten opzichte van 2011. De bestverkochte 3D-titel op Blu-ray was een Nederlands product: Nova Zembla.

Het populairste genre onder videokopers is nog altijd Drama/Romantiek, al boette dat vorig jaar wel iets aan populariteit in. Actie/Avontuur en Thriller volgen op enige afstand, maar zijn wel allebei aan een opmars bezig.

Genreandelen

	2011		2012	
	Units	Value	Units	Value
Action/Adventure	14,4%	15,1%	15,3%	17,0%
Animation	10,8%	11,4%	12,5%	12,3%
Children	6,9%	4,2%	7,7%	4,2%
Drama/Romance	25,9%	23,3%	24,3%	22,3%

Erotic	0,5%	0,4%	0,5%	0,3%
Family	5,9%	6,5%	4,5%	4,0%
Humor/Cabaret	11,0%	11,0%	10,5%	10,8%
Music	1,0%	1,2%	0,8%	0,8%
Religious	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
SF/Horror	4,6%	5,4%	5,3%	6,4%
Special/Leisure	4,9%	5,6%	5,2%	5,8%
Sport	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%
Thriller	11,3%	13,3%	11,5%	14,1%
War	1,9%	1,9%	1,4%	1,4%
Western	0,6%	0,5%	0,5%	0,4%

Traditionele entertainmentwinkels en het speelgoedkanaal zijn nog altijd de belangrijkste verkooppunten voor dvd's en Blu-rays. In een vijfde van de gevallen wordt de filmaankoop bij elektronikawinkels gedaan. Zorgwekkend is echter de afname in het aantal winkels dat dvd's en Blu-rays verkoopt. Die verminderde zichtbaarheid en het geringere titelaanbod leidt tot lagere verkopen.

Verkoopkanalen fysiek product

	2011		2012	
	Units	Value	Units	Value
Bookstores + Media	7,7%	4,5%	7,2%	4,3%
Department Stores + Postorder	8,0%	8,4%	9,6%	8,9%
DIY + Petrol + Others	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Electronic Stores + CS + Tel	17,6%	19,7%	19,0%	20,7%
Entertainment Stores + Toys	57,8%	61,4%	54,5%	60,5%
Food + Drug	8,8%	6,0%	9,7%	5,6%

Overigens dienen ook op videogebied de volgende formaten zich alweer aan: streaming en video on demand. De vod-markt wordt binnen Nederland voornamelijk gedomineerd door televisieaanbieders als Ziggo, KPN en UPC. Deze zagen in 2012 zowel het aantal gebruikers als de consumptie groeien, waardoor de omzet sterk toenam. Naar verwachting zal deze groei doorzetten naarmate meer consumenten weten dat nieuwe films en series direct op video on demand verkrijgbaar zijn. Ook van de komst van streamingdienst Netflix, die nu is aangekondigd voor 'eind dit jaar', wordt veel verwacht. Netflix wordt gezien als het Spotify voor de videomarkt.

Een verschuiving van fysiek naar digitaal is nu al zichtbaar binnen de gerealiseerde video-omzet (€287,9 miljoen in 2012). GfK Retail and Technologie schat de digitale omzet dankzij een groei met bijna 36% op 72 miljoen euro; een kwart van de totale markt.