

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