

Hitmeister-Umfrage:

Finanzkrise und Preis-Rückgänge verändern DVD-Konsum

- *Jeder Zehnte kauft wegen der Krise weniger DVDs als im Vorjahr*
- *Gesunkene Preise bei Hitmeister.de halten Kauflaune insgesamt stabil*
- *Die Mehrheit der 1.700 Umfrageteilnehmer schauen neue DVDs am liebsten gemeinsam mit dem Partner oder Freunden*

Köln, 20.08.2009 - Die Nachfrage nach DVDs ist in Deutschland stark von finanziellen und preislichen Faktoren abhängig. Das zeigt eine Umfrage, die der Festpreismarktplatz Hitmeister.de (www.hitmeister.de) unter mehr als 1.700 Verbrauchern online durchgeführt hat. 35 Prozent der Befragten gaben an, zurzeit weniger DVDs zu erwerben als noch vor einem Jahr. Davon begründete rund ein Drittel (34,5 Prozent) den niedrigeren Konsum mit der eigenen finanziellen Lage aufgrund der Wirtschaftskrise. Immerhin 15 Prozent erwerben mehr DVDs als im Jahr zuvor: Etwa jeder Zweite (49,6 Prozent) davon begründet den stärkeren Konsum mit gesunkenen Preise für DVDs.

Interessant ist auch das Konsumverhalten neuer DVDs unter den 1.700 befragten Verbrauchern: Fast die Hälfte der Befragten (47 Prozent) schaut neue DVDs besonders gerne zusammen mit der Partnerin oder dem Partner an – „Kino light“ im heimischen Wohnzimmer sozusagen. Den gemütlichen Film-Abend mit Freunden gaben 12 Prozent der Umfrage-Teilnehmer als die häufigste Form ihres DVD-Konsums an. Nur jeder Fünfte (21 Prozent) schaut DVDs am liebsten alleine.

Im Schnitt greift die Mehrheit der Verbraucher (53 Prozent) jeden oder jeden zweiten Monat ins virtuelle oder reale DVD-Regal im stationären Handel oder auf Online-Marktplätzen wie Hitmeister.de. 15 Prozent erwerben durchschnittlich alle drei Wochen eine DVD.

Für die Studie hat www.hitmeister.de zwischen dem 23.7. und 13.8.2009 1.760 Verbraucher aller Altersklassen online befragt. Dabei waren 79 Prozent der Teilnehmer

älter als 30 Jahre. Von den 21 Prozent der Jüngeren entfallen 13 Prozent auf die Gruppe der 23 bis 29-Jährigen. Rund zwei Drittel (63 Prozent) der Antwortenden waren männlich und entsprechend rund ein Drittel weiblich (37 Prozent).

Statement Gerald Schönbacher, Co-Geschäftsführer der Hitflip Media Trading GmbH:

„Aufgrund des rasant wachsenden Angebots an DVDs und der stetig wachsenden Anzahl an Händlern, ist der durchschnittliche Preis für eine DVD in den letzten Monaten deutlich gesunken. Diese günstigen Preise sind für unsere Nutzer zurzeit ein deutlicher Anreiz, mehr DVDs zu kaufen“, sagt Gerald Schönbacher, Co-Geschäftsführer von Hitmeister.de. „Die daraus entstehende Nachfrage übersteigt sogar die auch den DVD-Konsum betreffenden, eher ungünstigen Effekte der Wirtschaftskrise. Insgesamt kaufen unsere Nutzer zurzeit 40 Prozent mehr DVDs als noch vor einem Jahr.“

Über Hitflip Media Trading GmbH

Hitmeister (<<http://www.hitmeister.de>>) ist nach der Tauschbörse Hitflip das zweite Portal der Hitflip Media Trading GmbH. Bei Hitmeister können Medienprodukte wie CDs, DVDs, Bücher, Hörbücher, Games und Hardware wie Spielkonsolen, -zubehör und Elektronikartikel sowie Sex-Spielzeuge sicher, bequem und günstig gekauft und verkauft werden. Die Einstellung von eigenen Produkten durch gewerbliche und private Verkäufer ist denkbar einfach. Umfangreiche Garantien schützen Käufer und Verkäufer gleichermaßen.

Zurzeit bietet der Online-Marktplatz mehr als 20 Millionen neue oder gebrauchte Produkte, Tendenz stark steigend. Gegründet wurde Hitmeister im Herbst 2007. Geschäftsführer der Hitflip Media Trading GmbH sind Jan Miczaika und Gerald Schönbacher. Als Leiter Händlerbetreuung und Category Management fungiert Claudia Schlüter.

Weitere Informationen: <http://www.hitmeister.de>