

Kinobesucher*innen 2020

Strukturen und Entwicklungen auf Basis des GfK-Panels

Juni 2021

Vorwort

Seit mittlerweile 29 Jahren veröffentlicht die FFA ihre Studien über die Struktur des Kinobesuchs und die Entwicklung im Besucher*innenverhalten. Seit 2004 werden die Zahlen in Form einer Präsentation herausgegeben. Die vormals getrennten Auswertungen zum allgemeinen Kinobesuch, dem Kinobesuch deutscher und 3D-Filme werden dabei zusammengefasst. Ergänzend dazu erfolgen Analysen hinsichtlich soziodemografischer Merkmale sowie eine Betrachtung einzelner kino- und filmspezifischer Informationen.

Die Studie Kinobesucher*innen stützt sich auf das Individualpanel Media*Scope der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), dessen Ergebnisse die FFA im Hinblick auf die filmwirtschaftlichen Daten ausschließlich erworben hat. Das Panel umfasst 20.000 Teilnehmer*innen (brutto) und steht repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 10 Jahren. Nicht erfasst werden durch das Panel Kinder unter 10 Jahren, ausländische Bürger*innen sowie Personen, die ständig auf Reisen sind oder deren Bewegungsfreiheit vorübergehend eingeschränkt ist.

Aufgrund von kontinuierlichen Qualitätskontrollen können sich vereinzelt Vergangenheits-Werte im Vergleich zu Publikationen in den Vorjahren in sehr geringem Maße ändern.

Aus rechentechnischen Gründen können in den Grafiken und Texten Rundungsdifferenzen (€, % usw.) auftreten.

GfK Media*Scope – Methodensteckbrief

Befragungsinhalt



Erfassung aller Kinobesuche von deutschen Privatpersonen ab 10 Jahren. In die Abfrage sind Kinder unter 10 Jahren über die Begleitpersonen inkludiert.

Befragungsmethode



Schriftlich (ca. 80 % Online, ca. 20 % Paper and Pencil) in Form eines Tagebuchs, das von den Panelteilnehmer*innen selbst kontinuierlich geführt wird.

Hochrechnung



Die Ergebnisse werden auf die Grundgesamtheit (Stand Januar 2020: 66,7 Mio.) der deutschen Bevölkerung ab 10 Jahre hochgerechnet.

Stichprobe



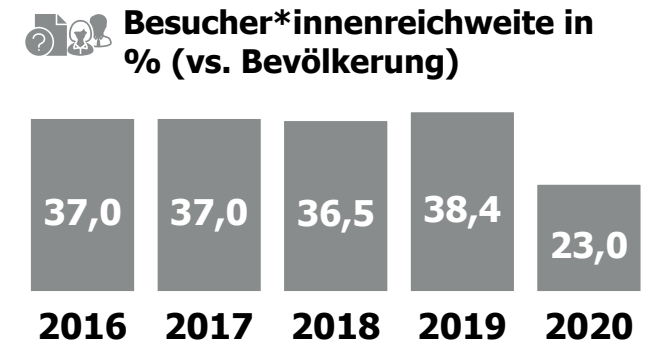
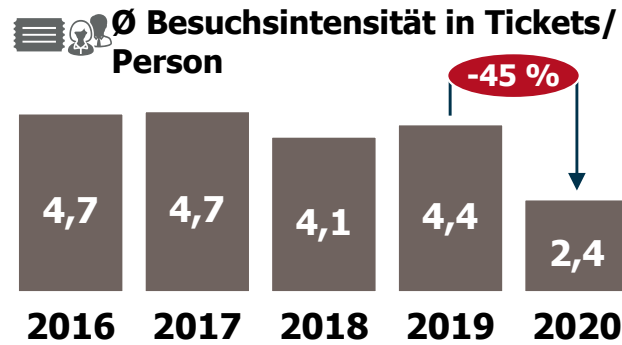
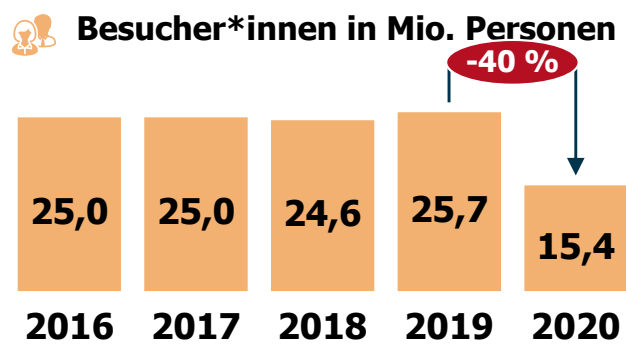
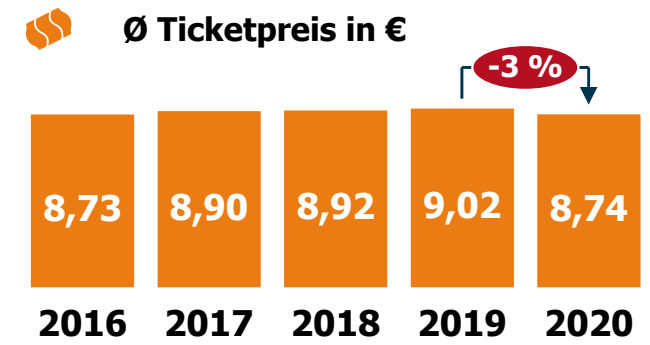
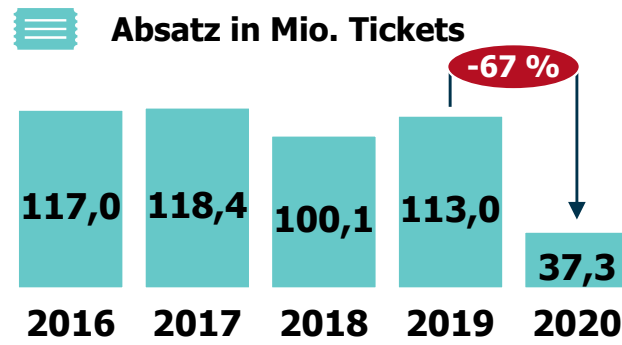
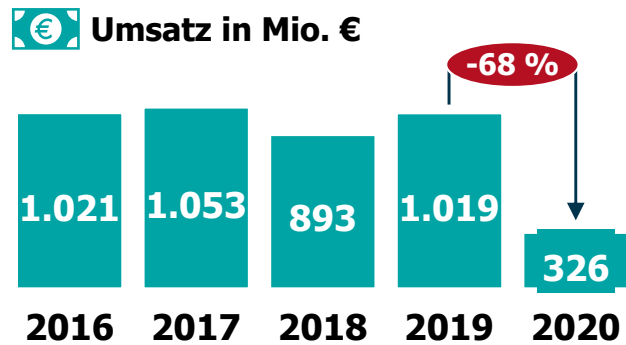
Kontinuierliches Konsument*innenpanel von 20.000 (brutto) deutschen Einzelpersonen ab 10 Jahren (Stand Januar 2020).

Inhalt

- 1** Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2** Kinobesucher*innen I – soziodemografisch
- 3** Kinobesucher*innen II – Reichweiten und Intensitäten
- 4** Kinobesucher*innen III – filmspezifisch
- 5** Kinobesucher*innen deutscher Filme
- 6** Kinobesucher*innen von 3D-Filmen
- 7** Kinobesucher*innen – Fokus 2020

Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

Key Facts zum Kinomarkt 2020



Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

Der Kinomarkt auf einen Blick 2020

Basis: Umsatz in Mio. €/Tickets in Mio./Veränderung 2020 vs. 2019 in %

Kinomarkt Gesamt

326 Mio. € (-68 %)

37 Mio. Tickets (-67 %)

2D

302 Mio. € (-63 %)

35 Mio. Tickets (-63 %)

3D

23 Mio. € (-88 %)

2 Mio. Tickets (-89 %)

Deutsche Produktionen

104 Mio. € (-49 %)

12 Mio. Tickets (-49 %)

US-Produktionen

165 Mio. € (-73 %)

18 Mio. Tickets (-72 %)

EU-/Sonstige int. Produktionen

57 Mio. € (-73 %)

7 Mio. Tickets (-73 %)

1-3 Säle

76 Mio. € (-67 %)

9 Mio. Tickets (-67 %)

4-5 Säle

52 Mio. € (-68 %)

6 Mio. Tickets (-67 %)

6-7 Säle

57 Mio. € (-68 %)

7 Mio. Tickets (-65 %)

8+ Säle

141 Mio. € (-69 %)

15 Mio. Tickets (-68 %)

Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

Key Facts – Ausgaben

Basis: FFA und GfK-Panel

Durchschnittliche Ausgaben im Kino

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	20/19
durchschnittlicher Eintrittspreis pro Kinoticket It. FFA:	8,05 €	8,39 €	8,45 €	8,63 €	8,54 €	8,63 €	8,35 €	-3,3 %
durchschnittlicher Eintrittspreis pro Kinoticket It. GfK*:	8,15 €	8,54 €	8,73 €	8,90 €	8,92 €	9,02 €	8,74 €	-3,1 %
durchschnittliche Ausgaben pro Kinoticket für Verzehr It. GfK*:	3,72 €	4,04 €	4,05 €	4,37 €	4,46 €	4,91 €	4,65 €	-5,2 %
durchschnittliche Ausgaben pro Kinoticket (exkl. Kinotickets ohne Verzehr) für Verzehr It. GfK*:	6,73 €	7,14 €	7,20 €	7,45 €	7,58 €	7,99 €	7,93 €	-0,7 %
durchschnittliche Gesamtausgaben pro Kinoticket It. GfK*:	11,87 €	12,58 €	12,78 €	13,26 €	13,38 €	13,93 €	13,39 €	-3,9 %

*ohne Ausländer*innen und Kinder unter 10 Jahren, Eintrittspreise und Ausgaben für den Verzehr beziehen sich auf Bruttobeträge

- Anhand der Ticket- und Umsatzmeldungen der Filmtheater an die FFA ergab sich für das Jahr 2020 ein durchschnittlicher Eintrittspreis von 8,35 Euro.
- Der von der GfK ermittelte Eintrittspreis lag mit 8,74 Euro erneut höher, da hier u. a. Kinder unter 10 Jahren, die meist Preisermäßigungen erhalten, nicht berücksichtigt wurden.

Zusammenfassung Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

Im Coronajahr 2020 wurden nach Angaben der GfK 37 Mio. und damit 76 Mio. Kinotickets weniger verkauft als 2019 (-67 Prozent). Der Ticketumsatz sank um 68 Prozent bei einem Ticketpreis von 8,74 Euro (-3 Prozent) und lag damit 2020 bei 326 Mio. Euro. Die Verluste waren dabei bei 3D (-88 Prozent) höher als bei 2D (-63 Prozent) sowie bei internationalen Filmen (-73 Prozent) höher als bei deutschen Filmen (-49 Prozent).

Sowohl die Anzahl der Besucher*innen als auch die Besuchsintensität sanken 2020 auf Grund der besonderen pandemischen Situation, der Schließungen und Einschränkungen im Vergleich zum Vorjahr: Die Zahl der Personen, die im vergangenen Jahr ein Kino besuchten, sank um 40 Prozent auf 15,4 Mio., die Besuchsintensität um 45 Prozent auf 2,4 Tickets pro Person.

Inhalt

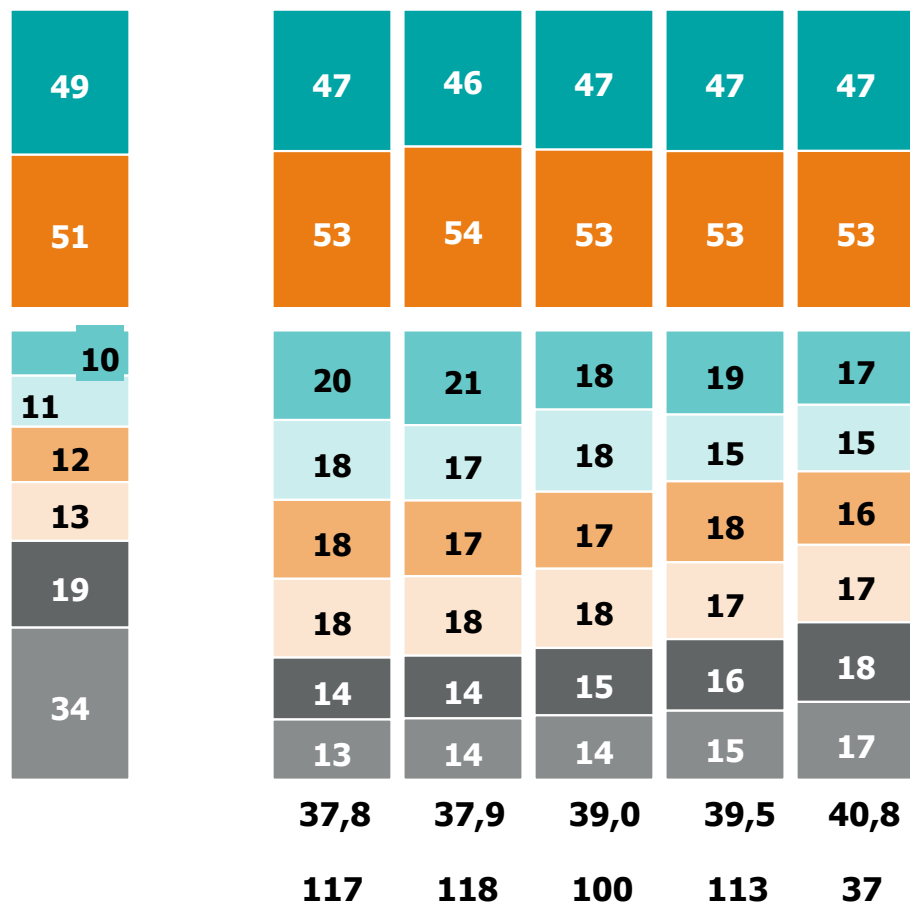
- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2 Kinobesucher*innen I – soziodemografisch**
- 3 Kinobesucher*innen II – Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher*innen III – filmspezifisch
- 5 Kinobesucher*innen deutscher Filme
- 6 Kinobesucher*innen von 3D-Filmen
- 7 Kinobesucher*innen – Fokus 2020

Kinobesucher*innen I

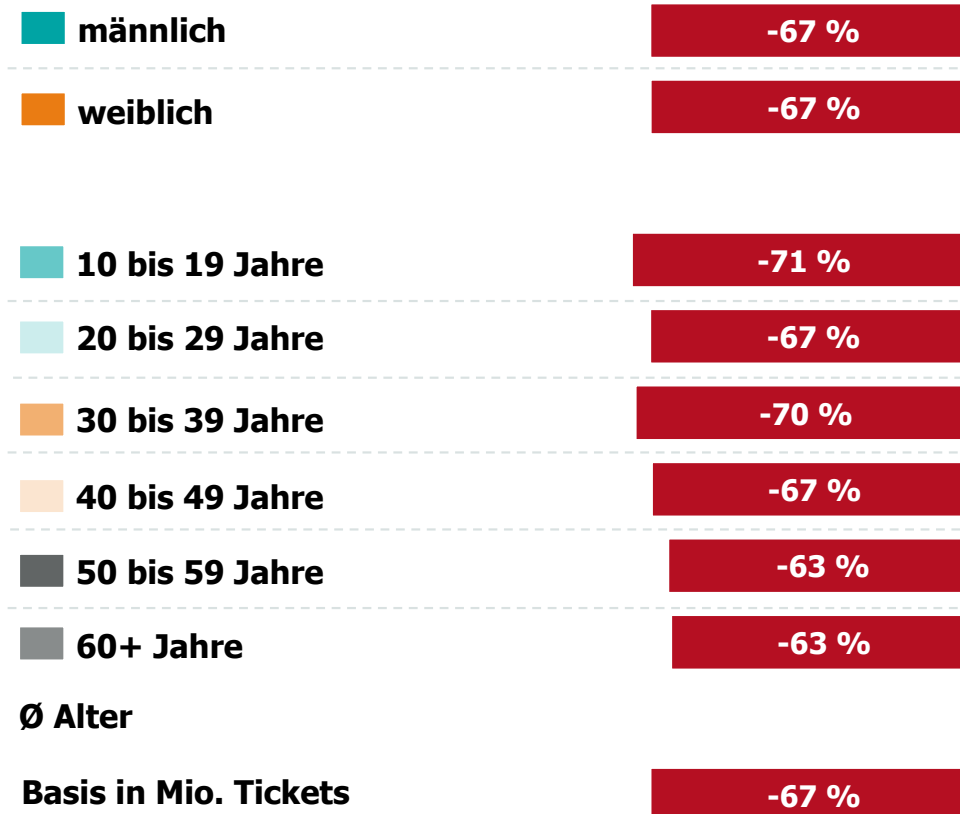
Geschlecht und Alter im Zeitverlauf

Basis: Tickets in %

Deutsche
Bevölkerung
2020



Veränderungsraten
in %
20 vs. 19



Zusammenfassung Kinobesucher*innen I – soziodemographisch

Erneut gingen mit einem Anteil von 53 Prozent etwas mehr weibliche als männliche Besucher*innen ins Kino. Die Geschlechterverteilung blieb damit im Zeitverlauf stabil.

Das Durchschnitts-Alter der Kinogänger*innen stieg erneut an und lag 2020 bei 40,8 Jahren (2019: 39,5 Jahren).

In Bezug auf die Ticket-Anteile nach Altersgruppen verzeichneten die 50- bis 59-Jährigen sowie die über 60-Jährigen jeweils einen Zuwachs von 2 Prozentpunkten auf 18 bzw. 17 Prozent. Mit einem Rückgang von -63 Prozent war das Minus in Bezug auf die verkauften Tickets in diesen Altersgruppen am geringsten. Überdurchschnittlich hoch war es mit -71 Prozent und -70 Prozent bei den 10- bis 19- und den 30- bis 39-Jährigen.

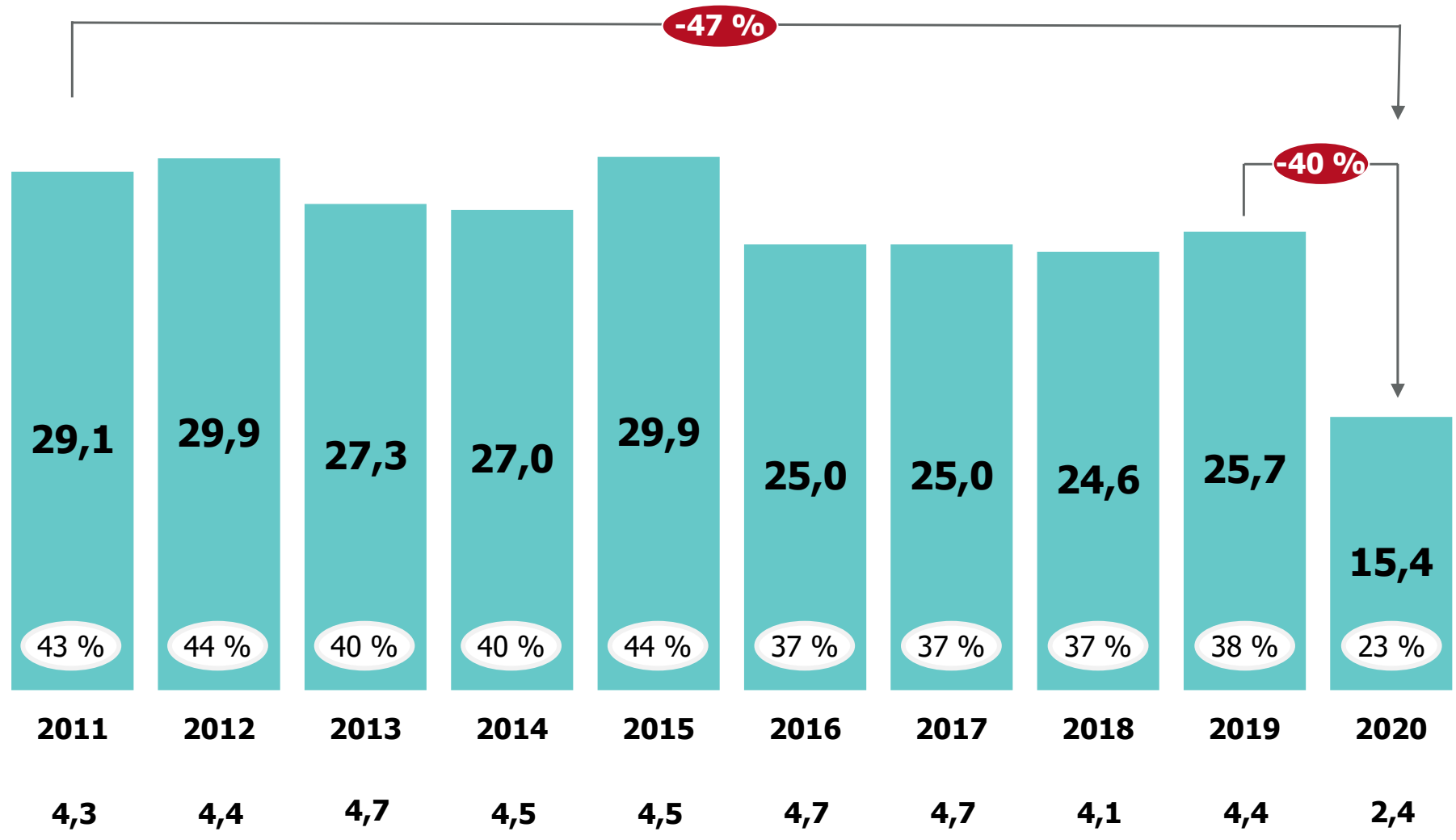
Inhalt

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2 Kinobesucher*innen I – soziodemografisch
- 3 Kinobesucher*innen II – Reichweiten und Intensitäten**
- 4 Kinobesucher*innen III – filmspezifisch
- 5 Kinobesucher*innen deutscher Filme
- 6 Kinobesucher*innen von 3D-Filmen
- 7 Kinobesucher*innen – Fokus 2020

*Kinobesucher*innen II*

Besucher*innenreichweite und Tickets pro Kopf

Basis: Personen in Mio./Personen in %/Kinotickets pro Person

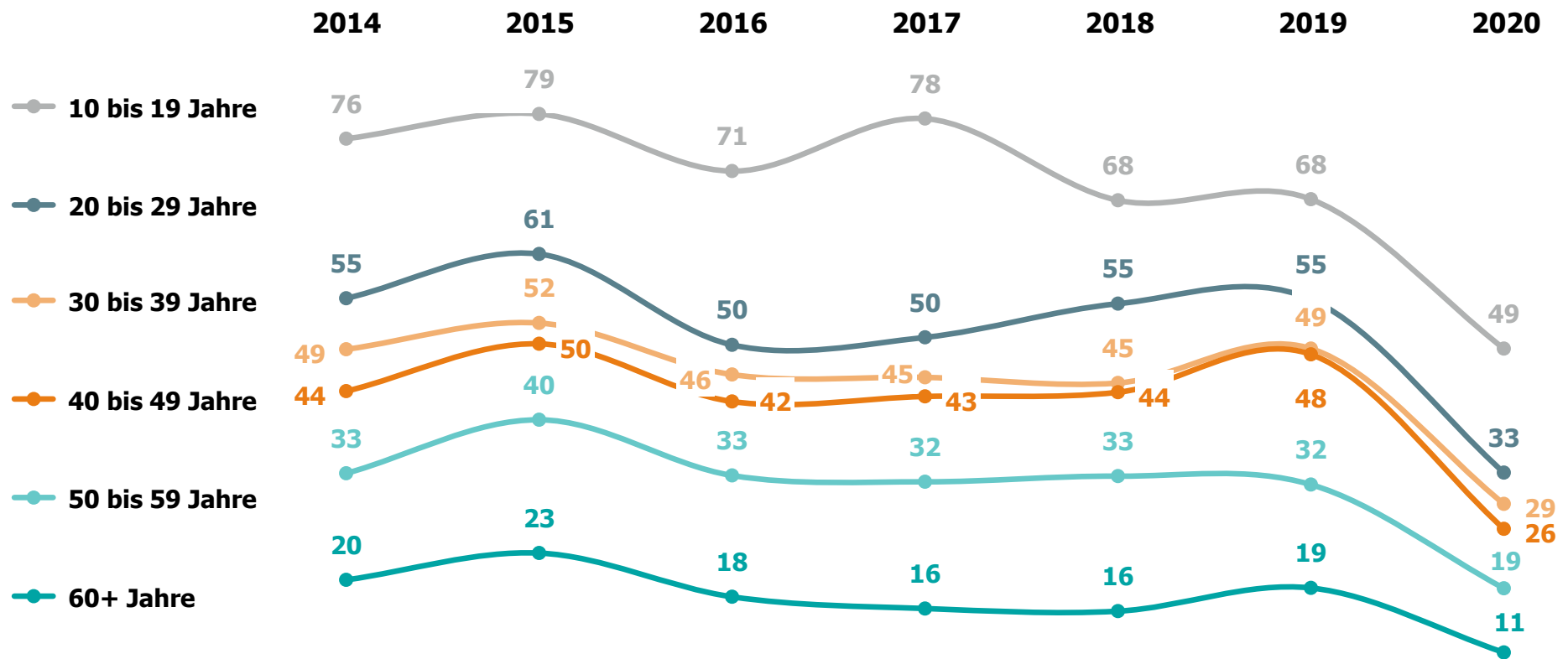


n 2020 = 6.407

*Kinobesucher*innen II*

Reichweitenentwicklung – Altersgruppen

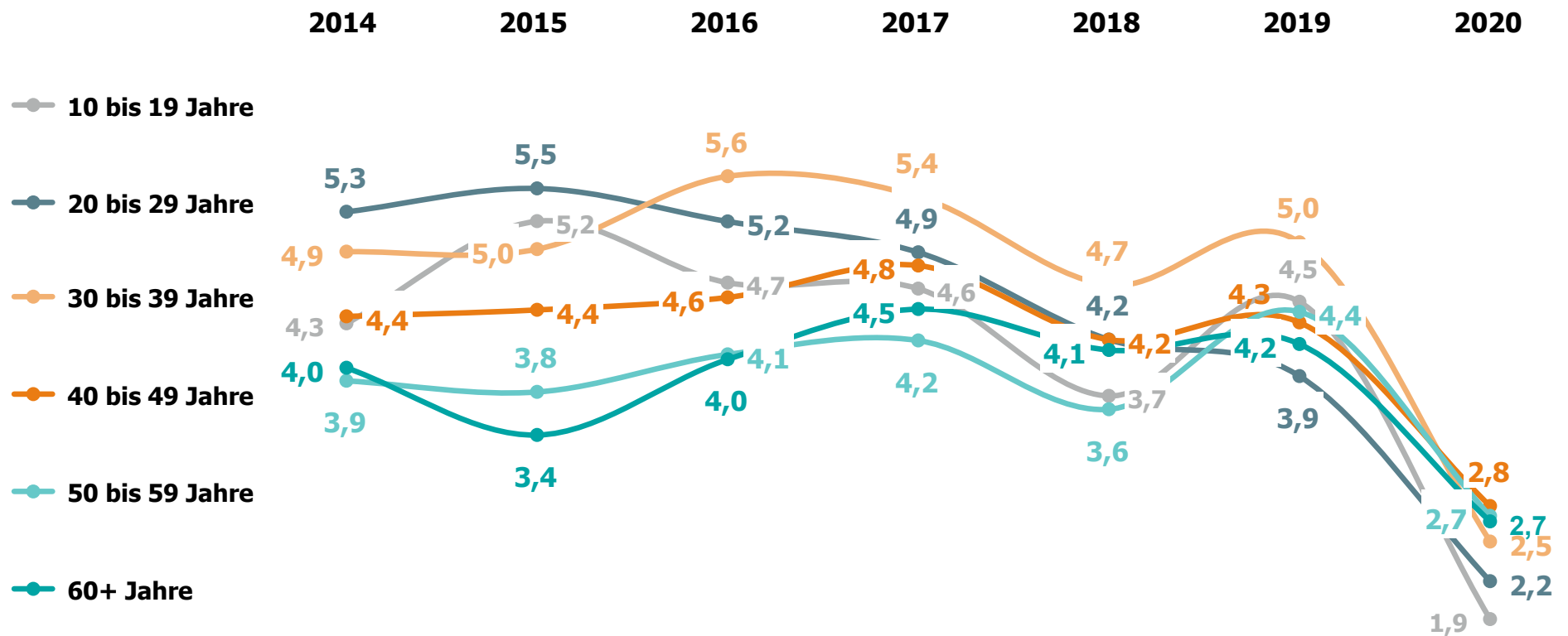
Basis: Personen in %



*Kinobesucher*innen II*

Entwicklung der Besuchsintensität – Altersgruppen

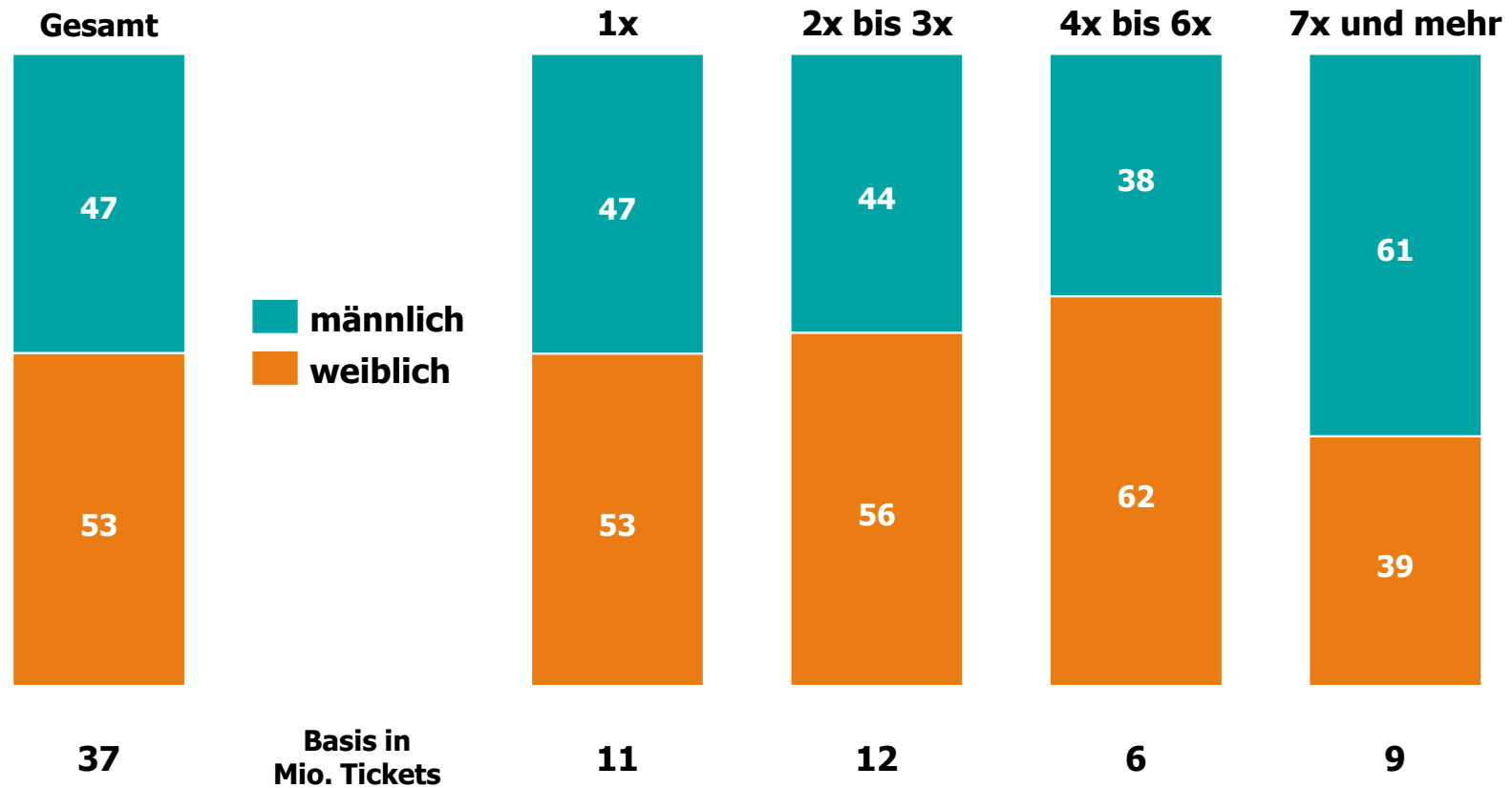
Basis: Tickets pro Person



*Kinobesucher*innen II*

Besuchsintensität – Geschlecht

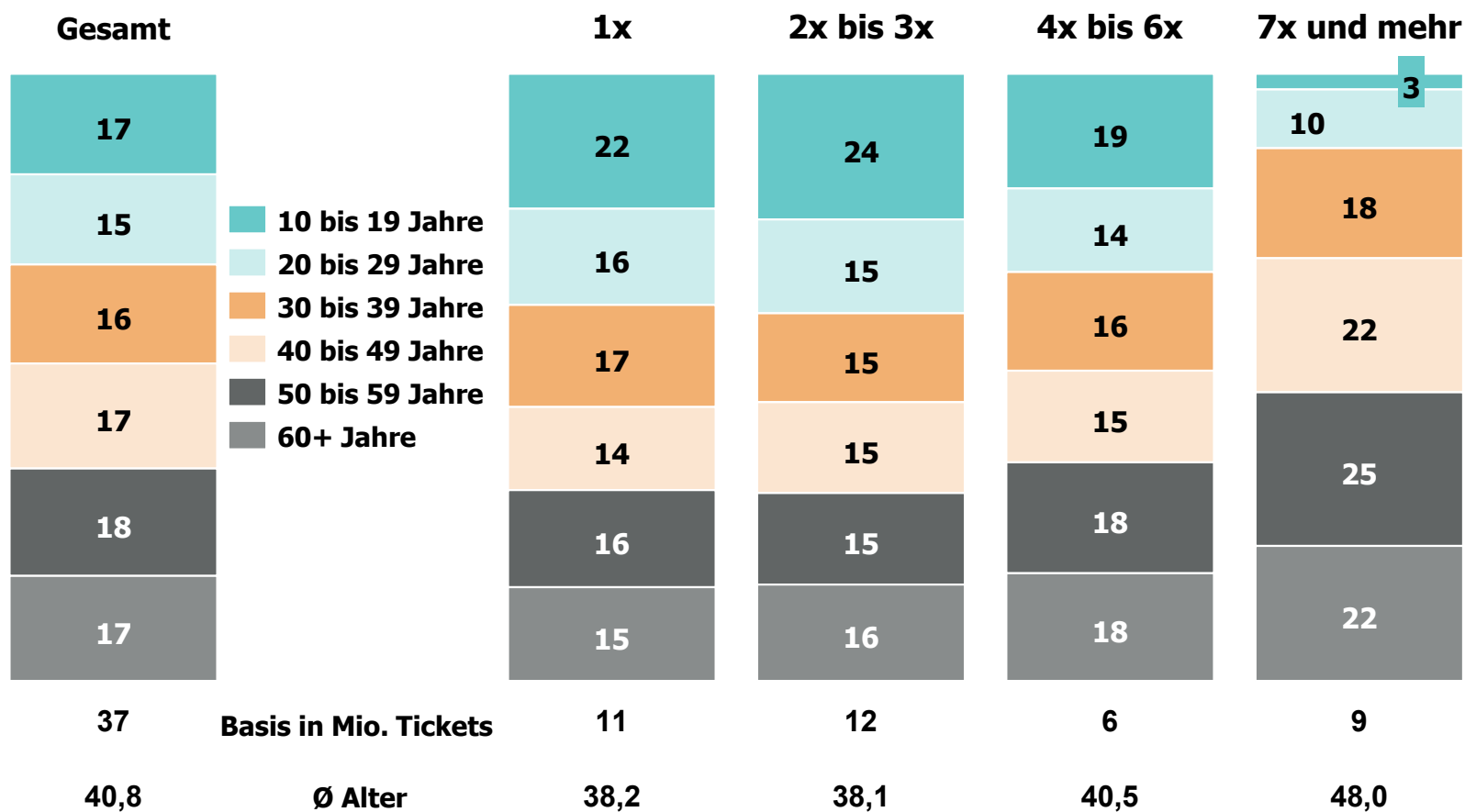
Basis: Tickets in %



*Kinobesucher*innen II*

Besuchsintensität – Altersgruppen

Basis: Tickets in %



Zusammenfassung Kinobesucher*innen II – Reichweiten und Intensitäten

15,4 Mio. Personen fanden im Jahr 2020 trotz der Pandemie den Weg ins Kino – ein Rückgang um 40 Prozent verglichen mit dem Vorjahr.

Die Besucher*innenreichweite gemessen an der Gesamtbevölkerung sank von 38 Prozent auf 23 Prozent. 2020 ist die Reichweite in allen Altersgruppen durch die Pandemie drastisch gesunken und befindet sich nun auf einem Allzeittief.

Am kinoaffinsten nach Reichweite waren erneut die 10- bis 19-Jährigen (49 Prozent).

Die Besuchsintensität sank im Vergleich zum Vorjahr über alle Altersgruppen hinweg drastisch ab. Mit durchschnittlich 2,8 Tickets waren die Pro-Kopf-Tickets bei den 40- bis 49-Jährigen am höchsten. Sie sind 2020 damit die kinoaffinste Gruppe nach Besuchsintensität vor den 50- bis 59-Jährigen und den über 60-Jährigen mit jeweils 2,7 Besuchen.

Der typische Heavy-User mit 7 und mehr Kinobesuchen war im Jahr 2019 eher männlich (61 Prozent) und mit einem Durchschnittsalter von 48,0 Jahren älter als das Gesamt aller Kinobesucher*innen (40,8 Jahre).

Inhalt

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2 Kinobesucher*innen I – soziodemografisch
- 3 Kinobesucher*innen II – Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher*innen III – filmspezifisch**
- 5 Kinobesucher*innen deutscher Filme
- 6 Kinobesucher*innen von 3D-Filmen
- 7 Kinobesucher*innen – Fokus 2020

*Kinobesucher*innen III*

Top 7 Titel 2020 – Altersgruppen

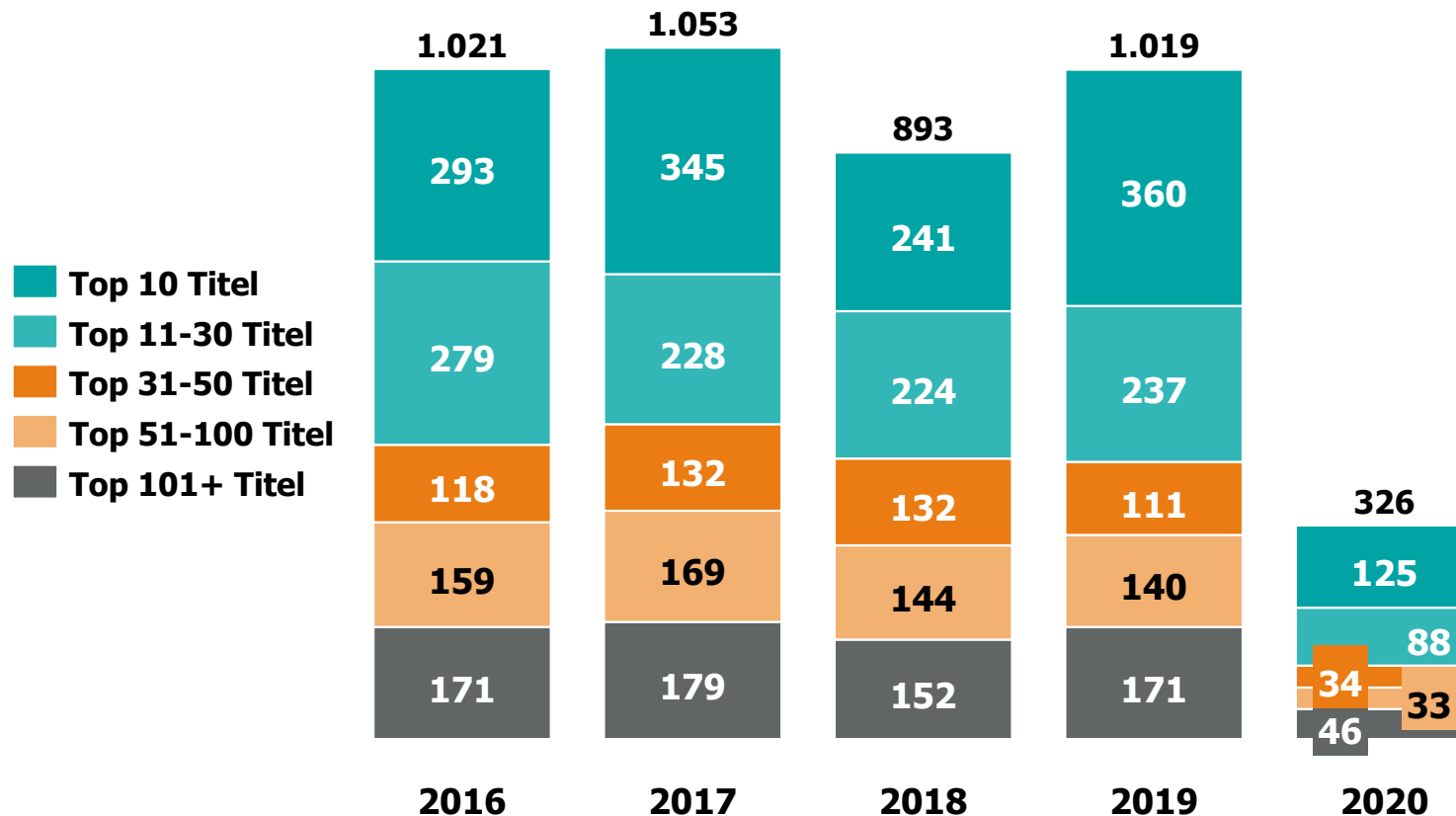
Basis: Tickets in Mio.

10 bis 19 Jahre	20 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50 bis 59 Jahre	60+ Jahre
Sonic the Hedgehog	Bad Boys for Life	Bad Boys for Life	Star Wars: Der Aufstieg Skywalkers	Star Wars: Der Aufstieg Skywalkers	Enkel für Anfänger
Jumanji: The Next Level	Tenet	Star Wars: Der Aufstieg Skywalkers	Bad Boys for Life	Lindenberg! Mach dein Ding	Als Hitler das rosa Kaninchen stahl
Star Wars: Der Aufstieg Skywalkers	Star Wars: Der Aufstieg Skywalkers	1917	Nightlife	Die Hochzeit	Lindenberg! Mach dein Ding
Die Eiskönigin 2	Jumanji: The Next Level	Tenet	Sonic the Hedgehog	Tenet	Das geheime Leben der Bäume
After Truth	Nightlife	Knives Out – Mord ist Familiensache	Die Hochzeit	Bad Boys for Life	Die Hochzeit
Nightlife	Knives Out – Mord ist Familiensache	Nightlife	Knives Out – Mord ist Familiensache	Knives Out – Mord ist Familiensache	Star Wars: Der Aufstieg Skywalkers
Die Fantastische Reise des Dr. Dolittle	1917	Sonic the Hedgehog	Die Eiskönigin 2	Enkel für Anfänger	Little Women

*Kinobesucher*innen III*

Verteilung der Top-Titel

Basis: Umsatz in Mio. €



Veränderungsraten in Mio. und %

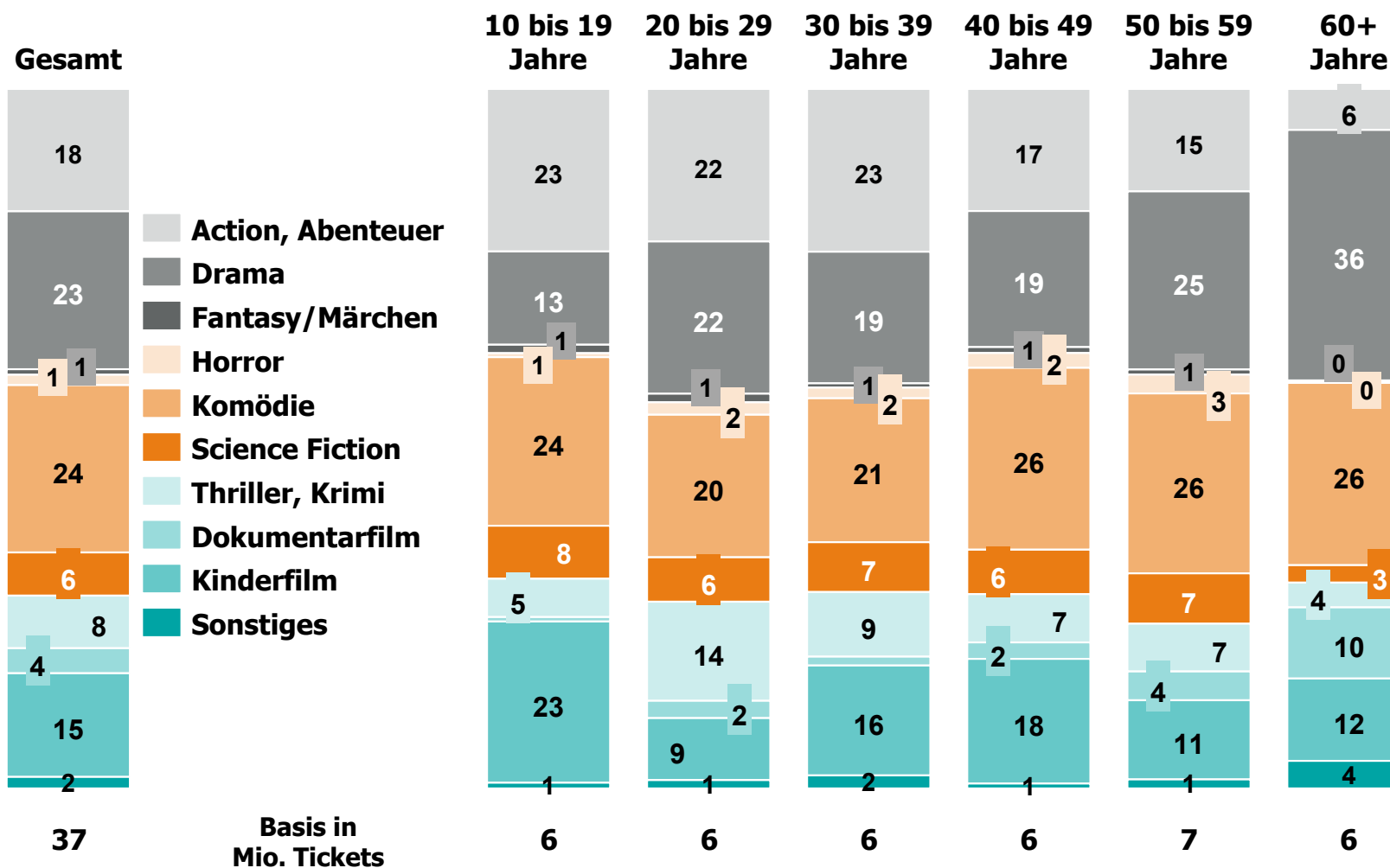
2020 vs. 2019

-234 Mio. €	-65 %
-149 Mio. €	-63 %
-78 Mio. €	-70 %
-108 Mio. €	-77 %
-125 Mio. €	-73 %

*Kinobesucher*innen III*

Genre – Altersgruppen

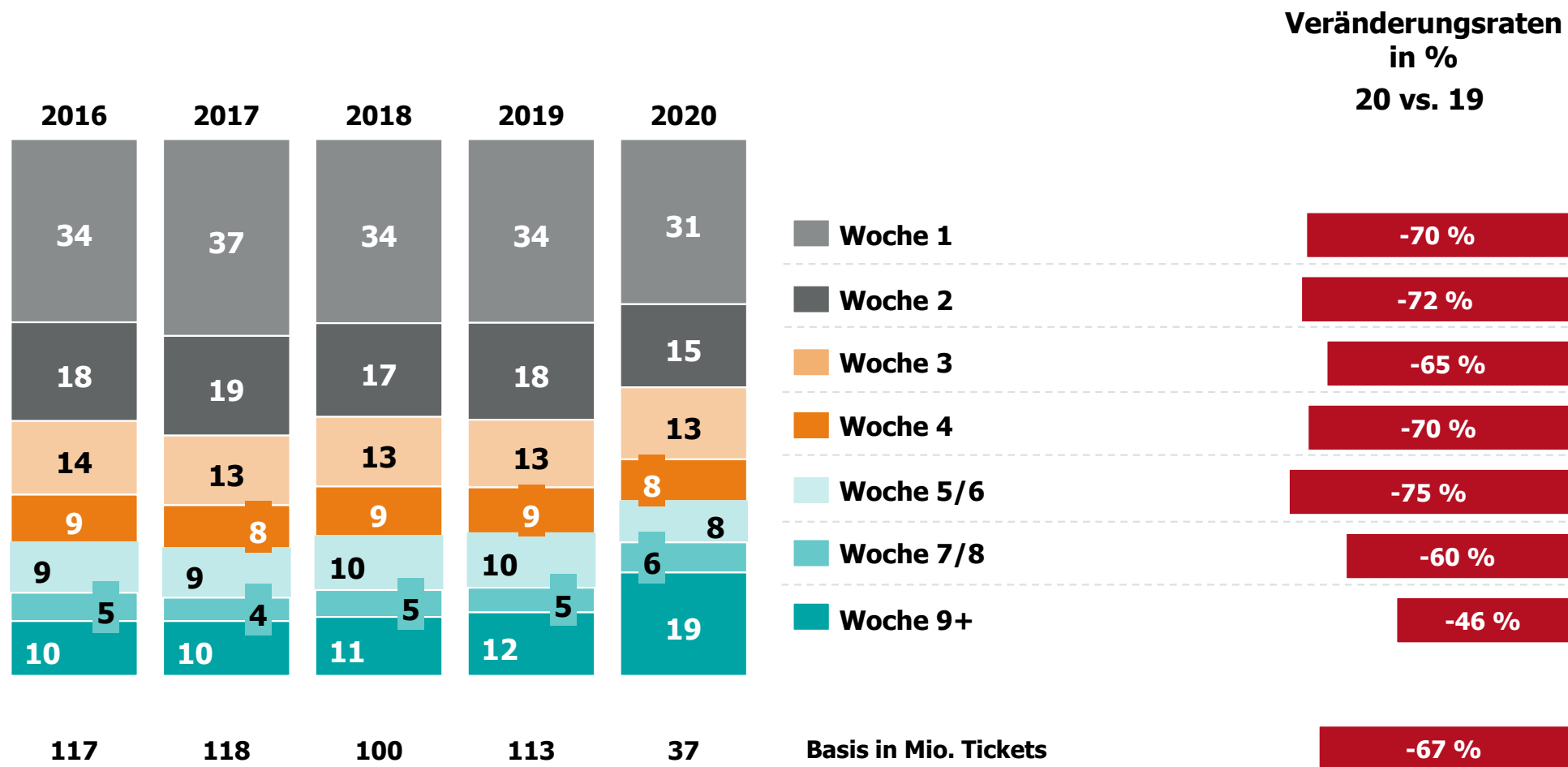
Basis: Tickets in %



*Kinobesucher*innen III*

Zeitpunkt des Besuchs im Zeitverlauf

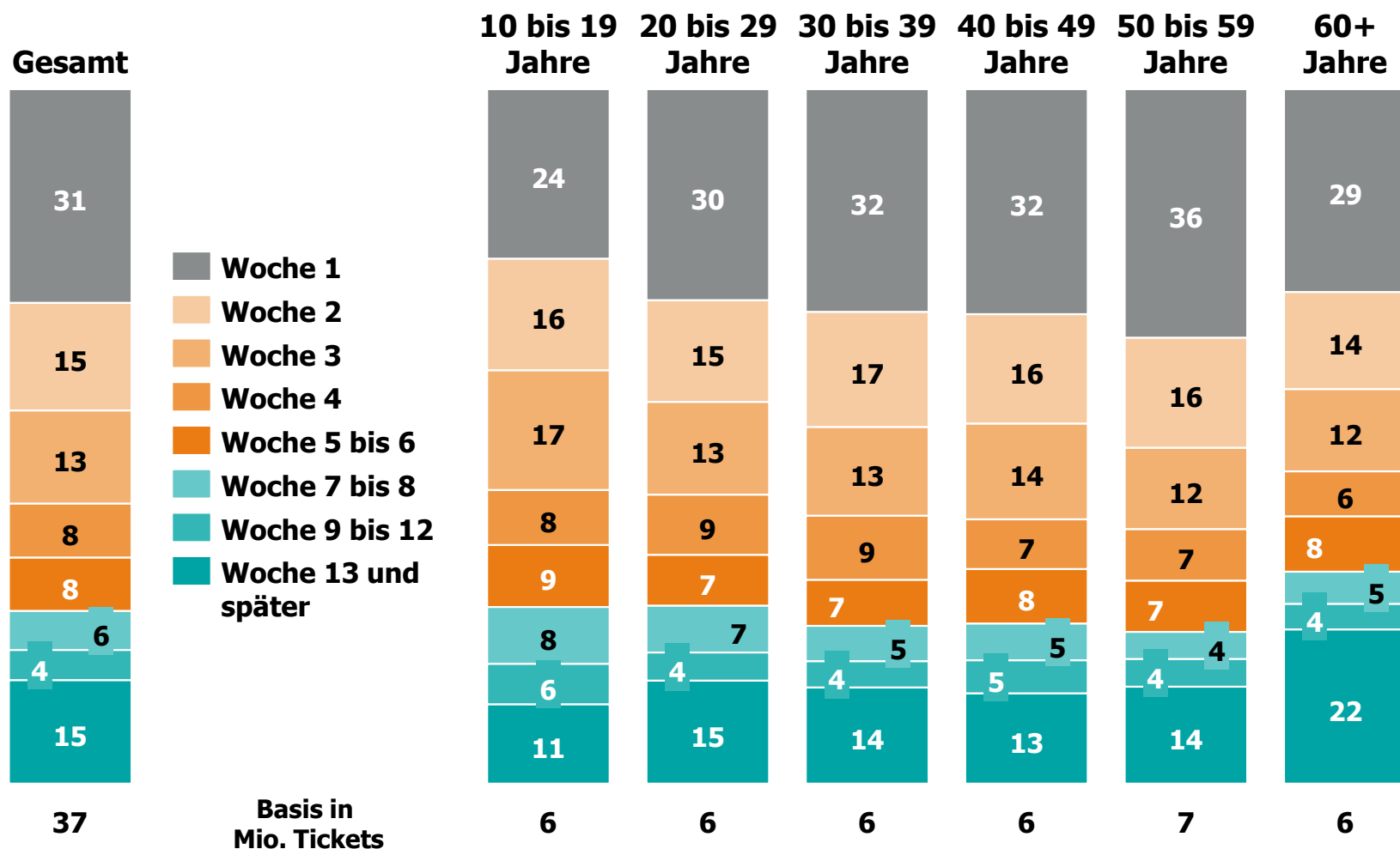
Basis: Tickets in %



*Kinobesucher*innen III*

Zeitpunkt des Besuchs – Altersgruppen

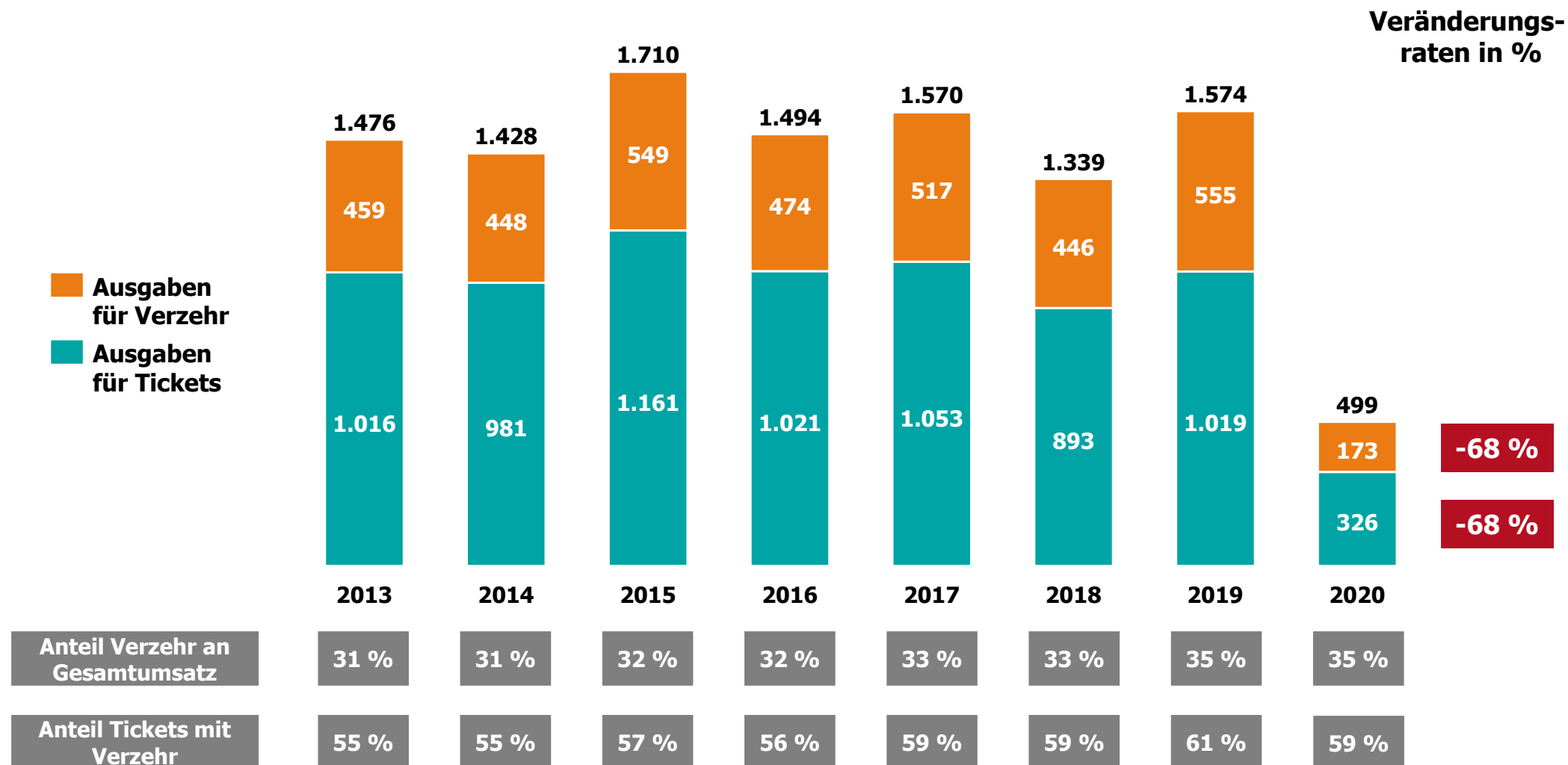
Basis: Tickets in %



*Kinobesucher*innen III*

Ausgaben für Tickets und Verzehr im Zeitverlauf

Basis: Umsatz in Mio. €/Umsatz in %/Tickets in %



*Kinobesucher*innen III***Verzehr – Anzahl der Säle**

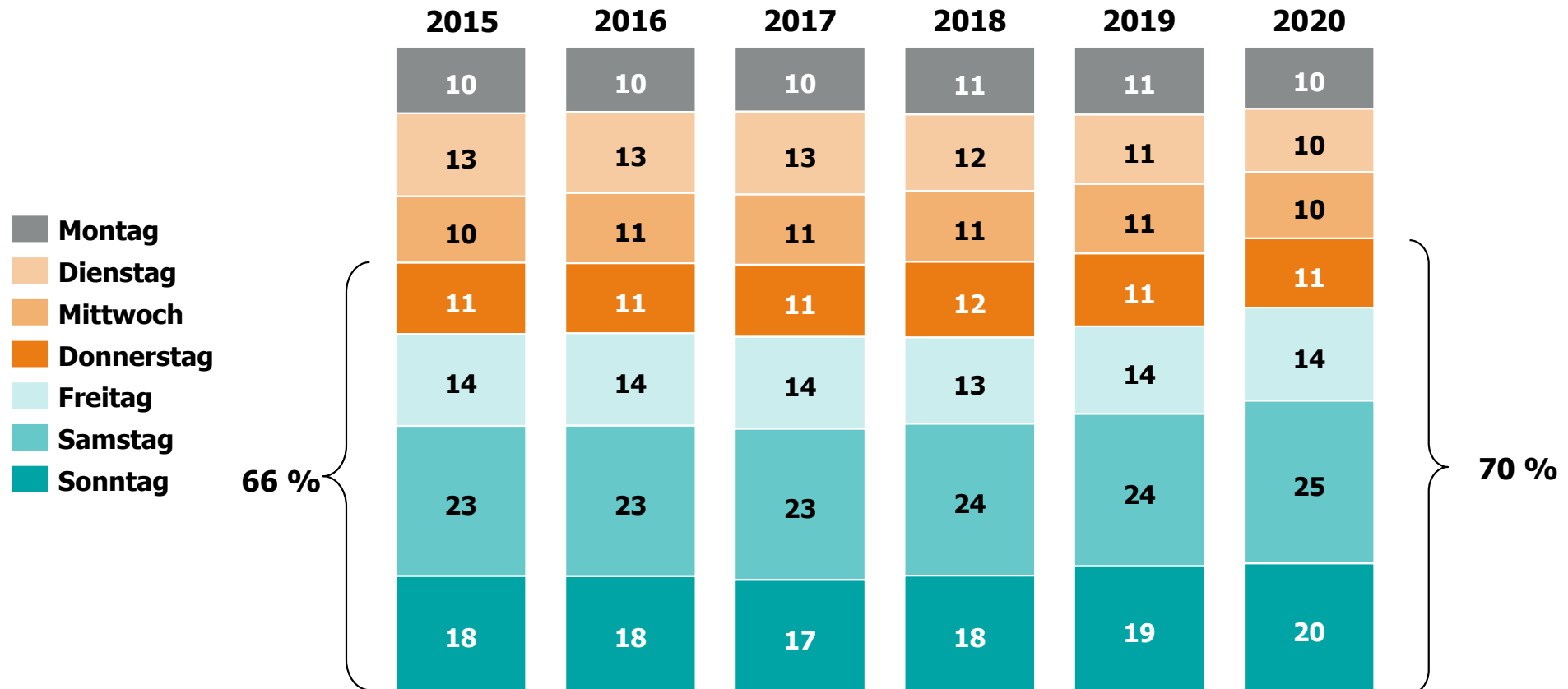
Basis: Tickets in %



*Kinobesucher*innen III*

Wochentage im Zeitverlauf

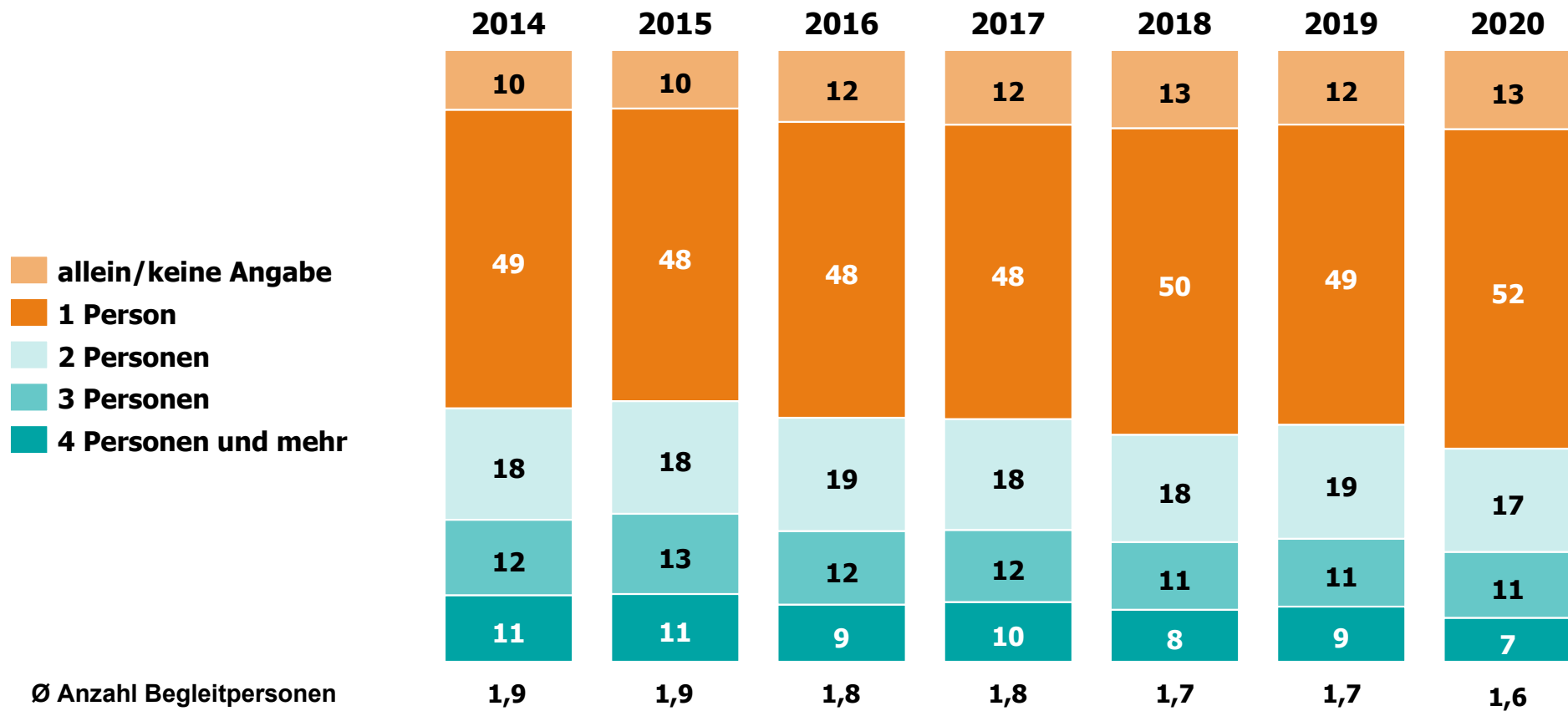
Basis: Tickets in %



*Kinobesucher*innen III*

Anzahl der Begleitpersonen im Zeitverlauf

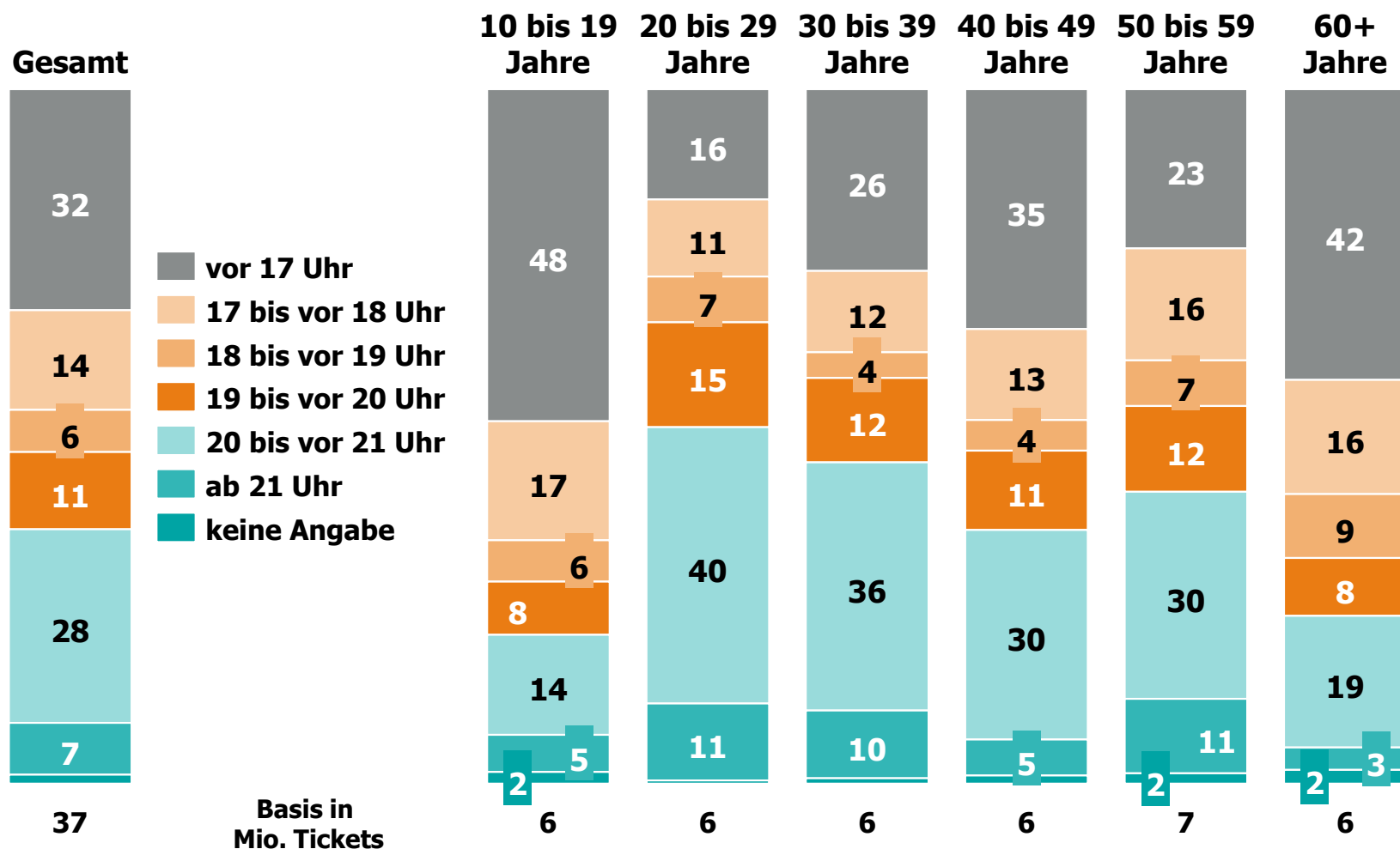
Basis: Tickets in %



*Kinobesucher*innen III*

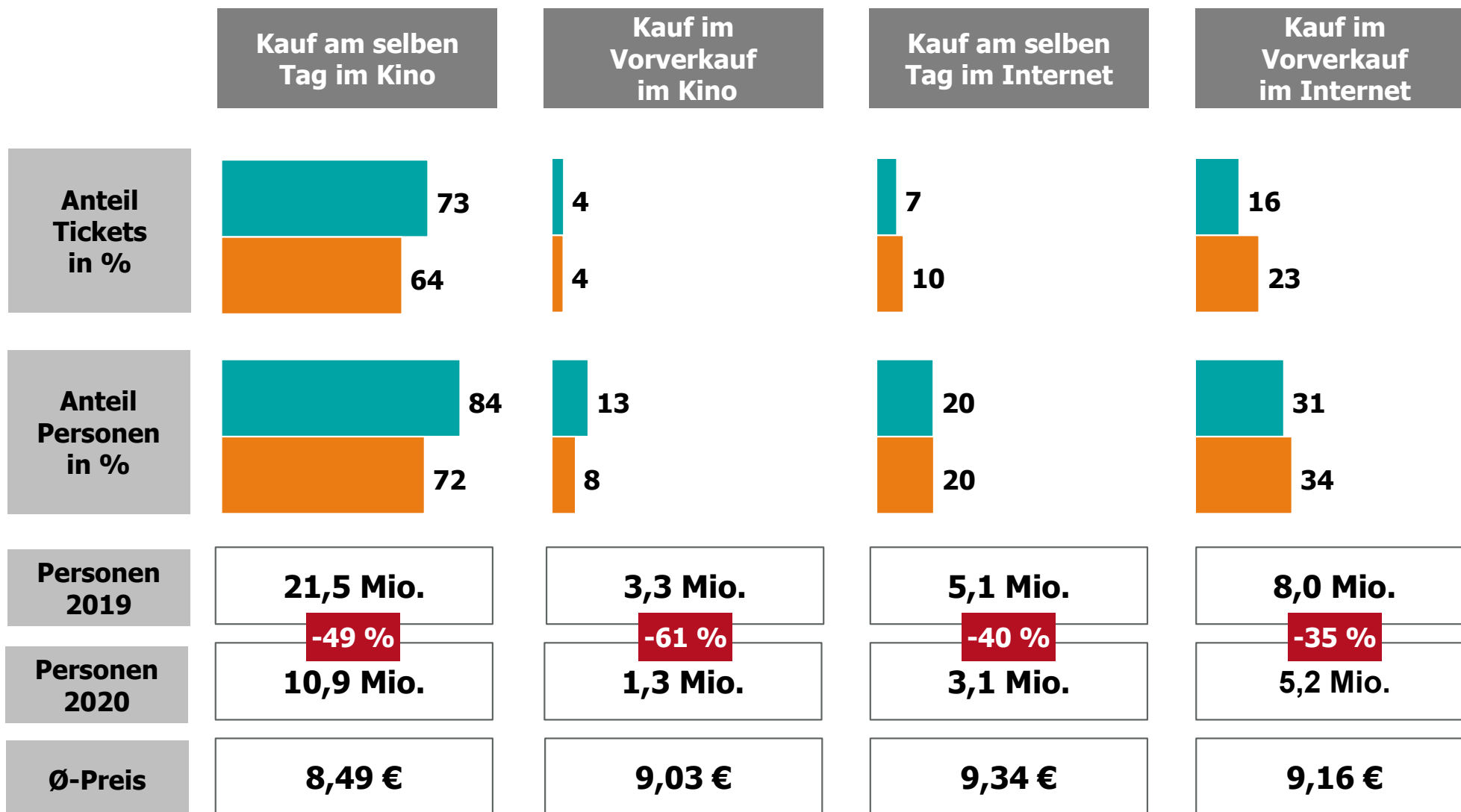
Zeitpunkt des Besuchs – Altersgruppen

Basis: Tickets in %



Kinobesucher*innen III

Ticketkauf

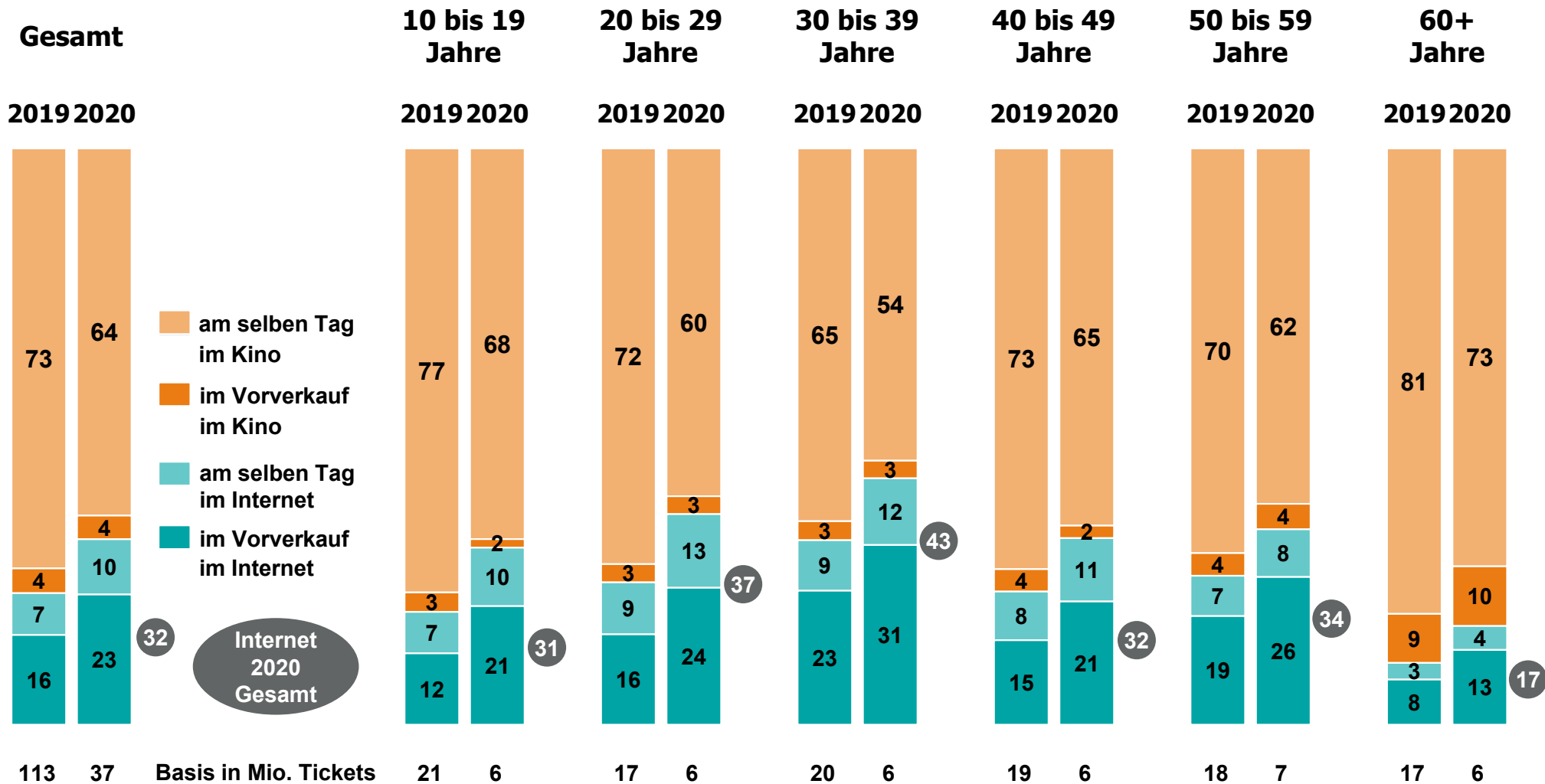


2019 2020

*Kinobesucher*innen III*

Ticketkauf – Altersgruppen

Basis: Tickets in %

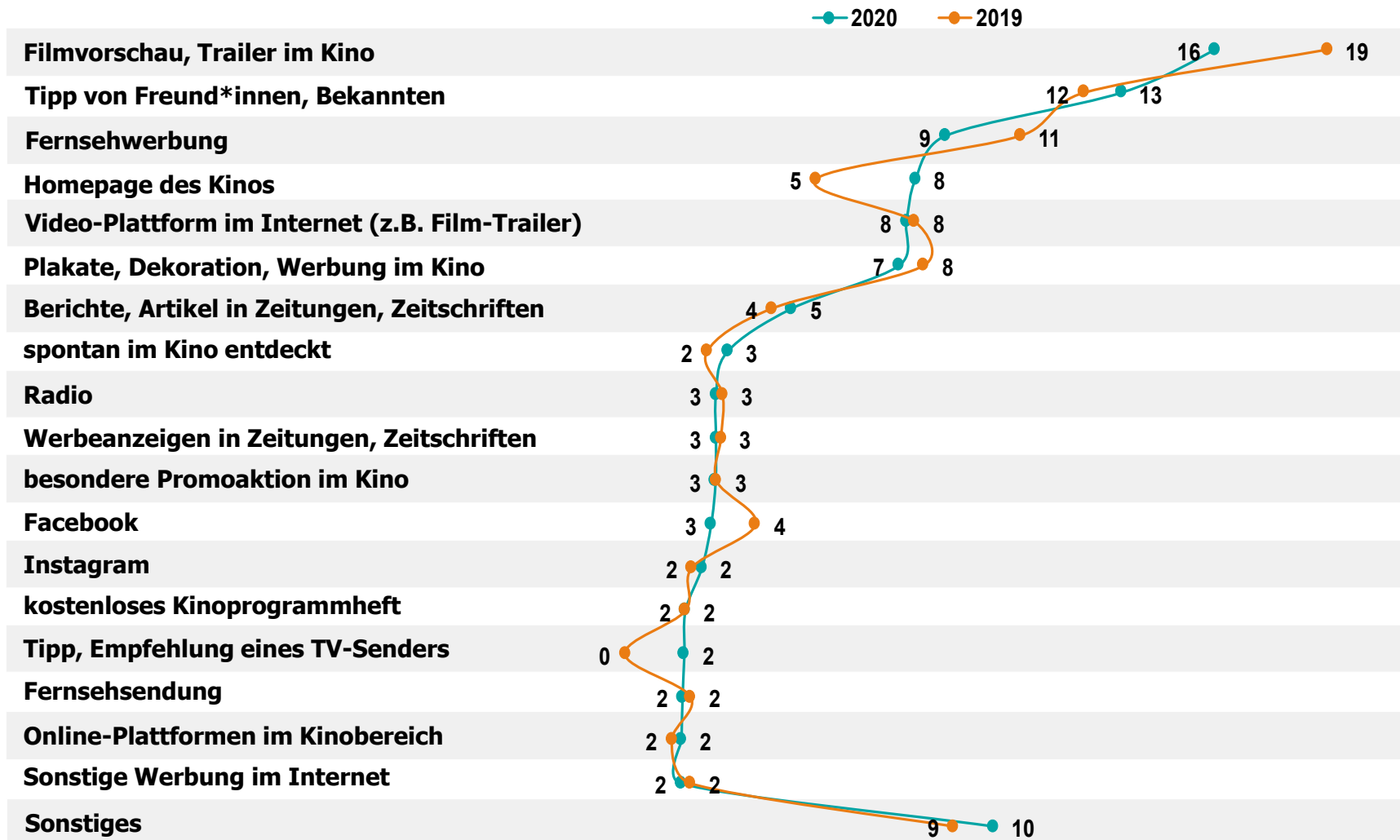


n 2020 = 6.407

*Kinobesucher*innen III*

Sources of Awareness 2020/2019

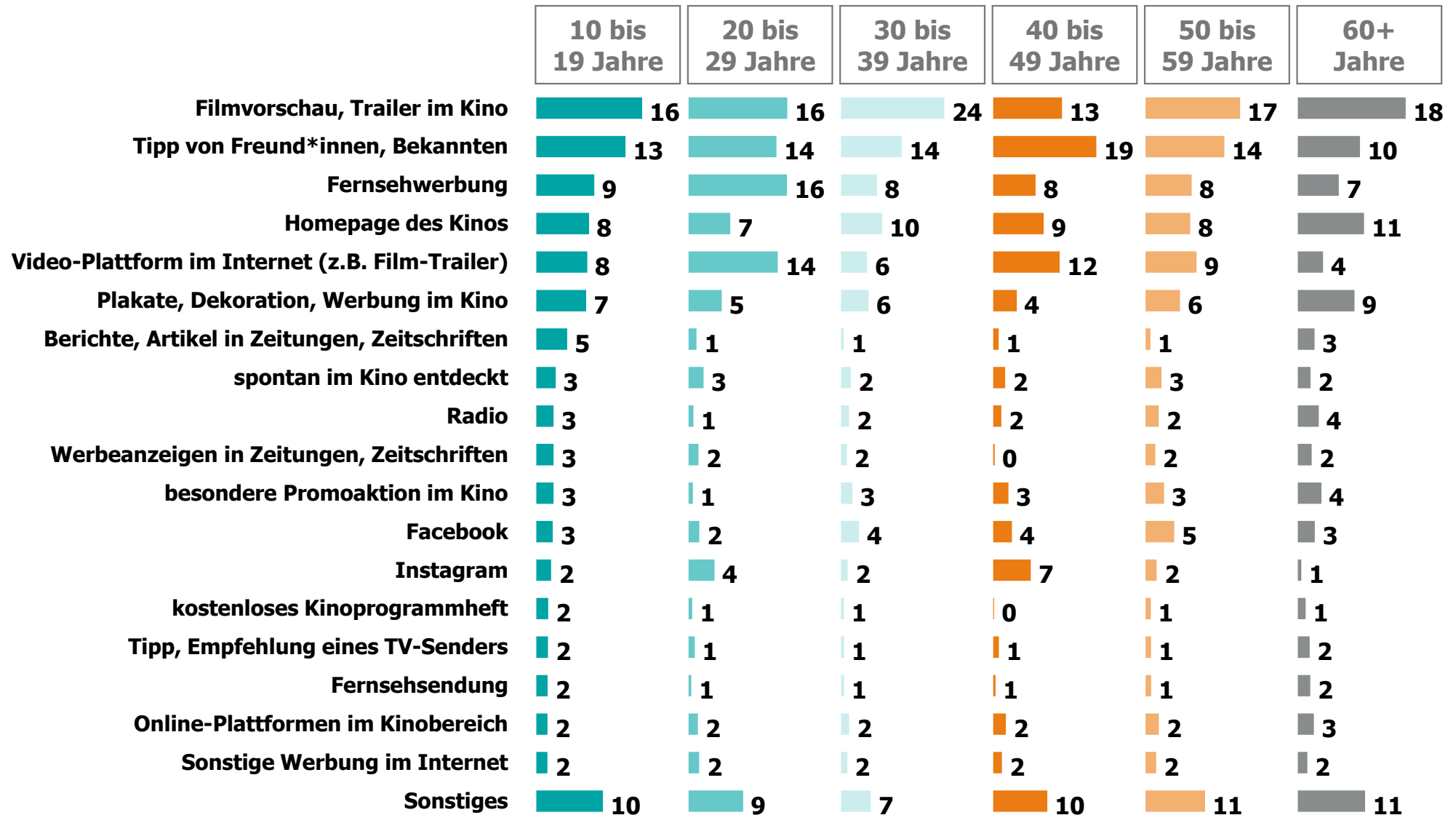
Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



Kinobesucher*innen III

Sources of Awareness – Altersgruppen

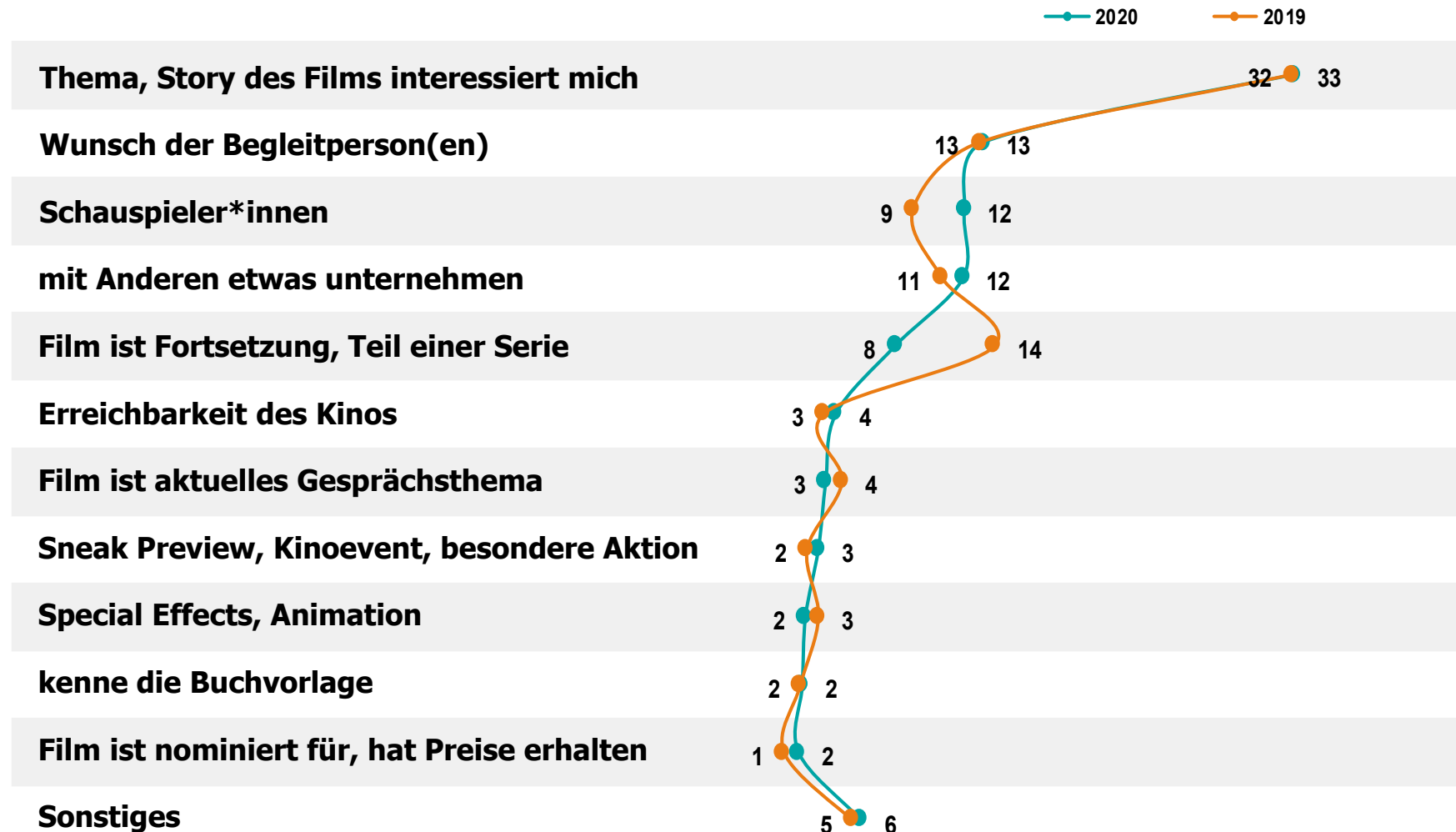
Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



*Kinobesucher*innen III*

Besuchsgrund 2020/2019

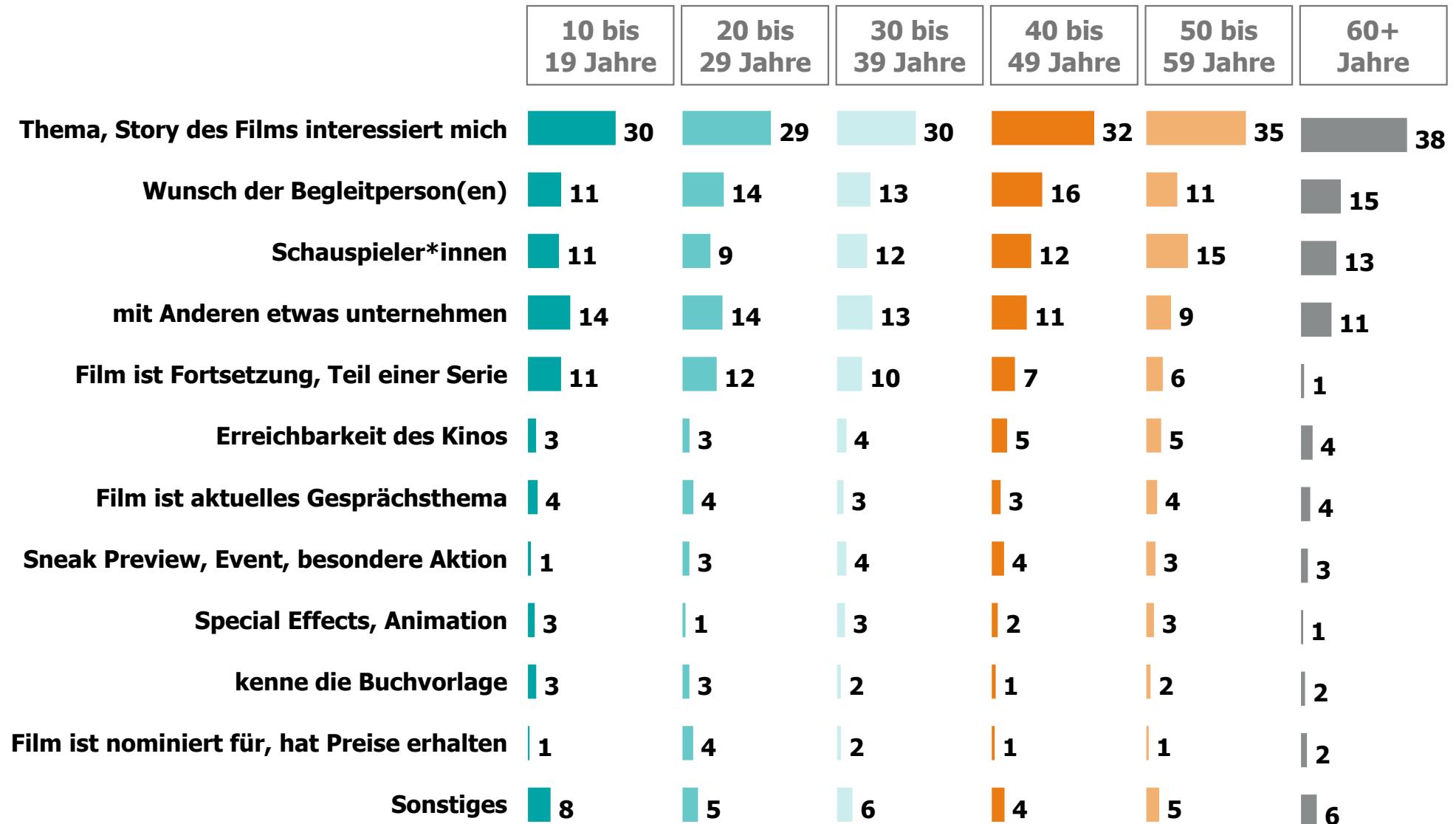
Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



Kinobesucher*innen III

Besuchsgrund – Altersgruppen

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



Zusammenfassung Kinobesucher*innen III – filmspezifisch 1/2

Deutsche Filme konnten bei allen Altersgruppen einen Platz unter den Top-Filmen ergattern. Bei den über 60-Jährigen waren sogar 5 der Top 7 Titel deutsch.

In Bezug auf die Verteilung der Top-Titel war das umsatzseitige Minus bei den Top 30-Titeln geringer als bei den weiteren Titeln.

2020 standen die Genres Komödie (24 Prozent) und Drama (23 Prozent) an der Spitze der Vorlieben. Sie lagen damit vor Action- und Abenteuerfilmen (18 Prozent) sowie Kinderfilmen (15 Prozent). Auf Grund von Kinoschließungen und Filmverschiebungen waren mit 19 Prozent deutlich mehr Filme als in den Vorjahren beim Kinobesuch bereits in der 9. Woche nach Start oder später – vor allem bei den über 60-Jährigen. Mit 31 Prozent lag jedoch weiterhin Woche 1 an erster Stelle.

Der Verzehranteil an den Kinogesamtausgaben betrug auch 2020 35 Prozent. Der Gesamterlös aus Ticket- und Concession-Verkauf lag bei 499 Mio. Euro, was jeweils einem Rückgang von -68 Prozent entspricht im Vergleich mit dem Vorjahr. Mit 59 Prozent aller Kinobesucher*innen, die 2020 Geld für Getränke, Popcorn und Co. ausgaben, wurde zwar nicht der Rekordwert aus 2019 erreicht (61 Prozent), jedoch das Niveau der Jahre 2017 und 2018.

Kinos mit 6-7 Sälen erzielten mit durchschnittlich 5,18 Euro die höchsten Ausgaben für Verzehr pro Ticket und hatten die meisten Besucher*innen (63 Prozent), die etwas verzehrten.

Zusammenfassung Kinobesucher*innen III – filmspezifisch 2/2

Donnerstag bis Sonntag blieben die beliebtesten Kinotage, ihr Anteil stieg auf 70 Prozent gemessen an den Tickets. Auch 2020 gingen die Menschen am liebsten zu zweit ins Kino; der Besuch mit einer Begleitperson und stieg um 3 Prozentpunkte auf 52 Prozent.

Insgesamt wurde 2020 knapp ein Drittel der Tickets für Vorstellungen vor 17 Uhr gelöst, bei der jüngsten Altersgruppe sogar 48 Prozent und bei der ältesten 42 Prozent. Bei den Twens sahen sich 51 Prozent lieber Filme ab 20 Uhr an. Der Erwerb der Tickets wurde im Pandemie-Jahr verstärkt online vorgenommen: 10 Prozent kauften am selben Tag, 23 Prozent im Vorverkauf. Mit 43 Prozent war der Anteil des Internet-Verkaufs bei den 30- bis 39-Jährigen weiterhin am größten.

„Filmvorschau, Trailer im Kino“ war mit 16 Prozent die wichtigste Aufmerksamkeitsquelle. Auf den Plätzen 2 und 3 lagen „Tipp von Freund*innen, Bekannten“ sowie „Fernsehwerbung“ mit 13 Prozent bzw. 9 Prozent.




Der häufigste Besuchsgrund war auch 2020 mit großem Abstand „Thema, Story interessiert mich“ mit 33 Prozent, gefolgt von „Wunsch der Begleitperson“ (13 Prozent). 12 Prozent und somit Platz 3 erreichten gleich 2 Gründe: die „Schauspieler*innen“ und „mit anderen etwas unternehmen“.

Inhalt

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2 Kinobesucher*innen I – soziodemografisch
- 3 Kinobesucher*innen II – Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher*innen III – filmspezifisch
- 5 Kinobesucher*innen deutscher Filme**
- 6 Kinobesucher*innen von 3D-Filmen
- 7 Kinobesucher*innen – Fokus 2020

Kinobesucher*innen deutscher Filme

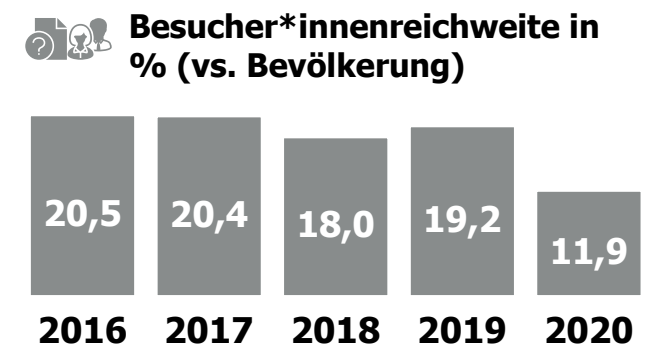
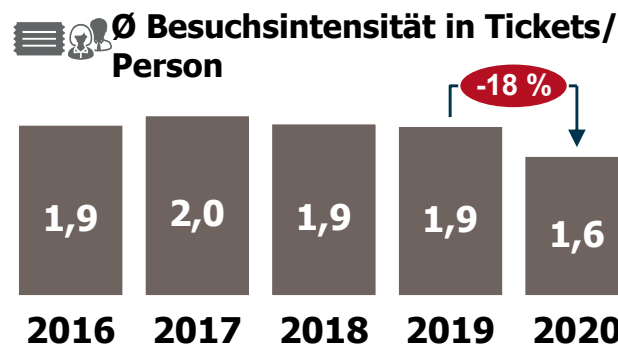
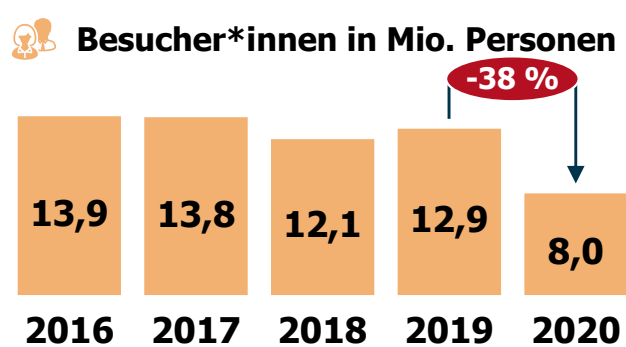
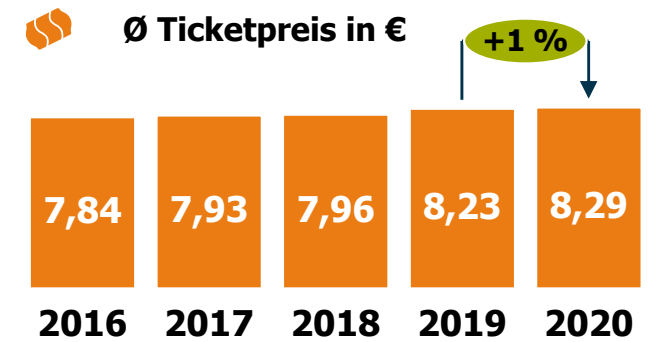
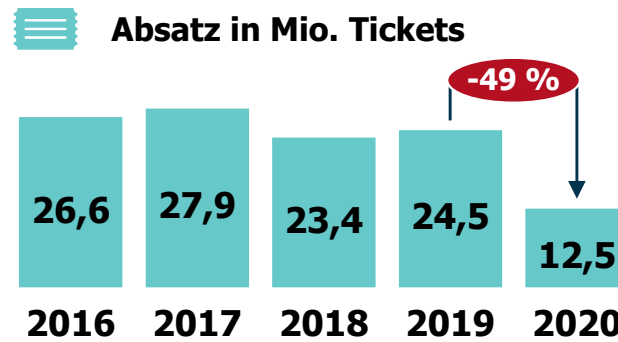
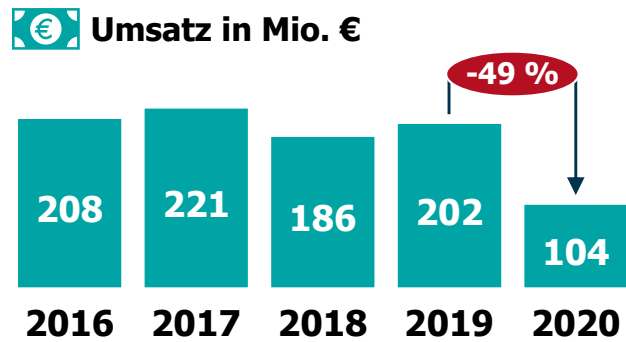
Entwicklung – Kinomarkt in Deutschland

		2015	2016	2017	2018	2019	2020	20 vs. 19
Gesamt	Mio. Tickets	135,9	117,0	118,4	100,1	113,0	37,3	-67 %
	Umsatz in Mio. €	1.161	1.021	1.053	893	1.019	326	-68 %
 Deutsche Produktionen	Mio. Tickets	40,6	26,6	27,9	23,4	24,5	12,5	-49 %
	Umsatz in Mio. €	319	208	221	186	202	104	-49 %
 EU-Produktionen (ohne dt. und dt. Koprod.)	Mio. Tickets	21,4	14,7	14,0	13,7	20,1	3,9	-81 %
	Umsatz in Mio. €	175	120	116	112	165	32	-81 %
 US-Produktionen	Mio. Tickets	71,0	73,8	74,4	60,5	63,9	18,1	-72 %
	Umsatz in Mio. €	638	674	693	568	607	165	-73 %
Sonstige	Mio. Tickets	3,0	1,9	2,1	2,5	4,5	2,8	-38 %
	Umsatz in Mio. €	30	18	23	27	45	24	-46 %

n 2020: Deutschland = 2.345; EU = 774; USA = 2.868; Sonstige = 420

Kinobesucher*innen deutscher Filme

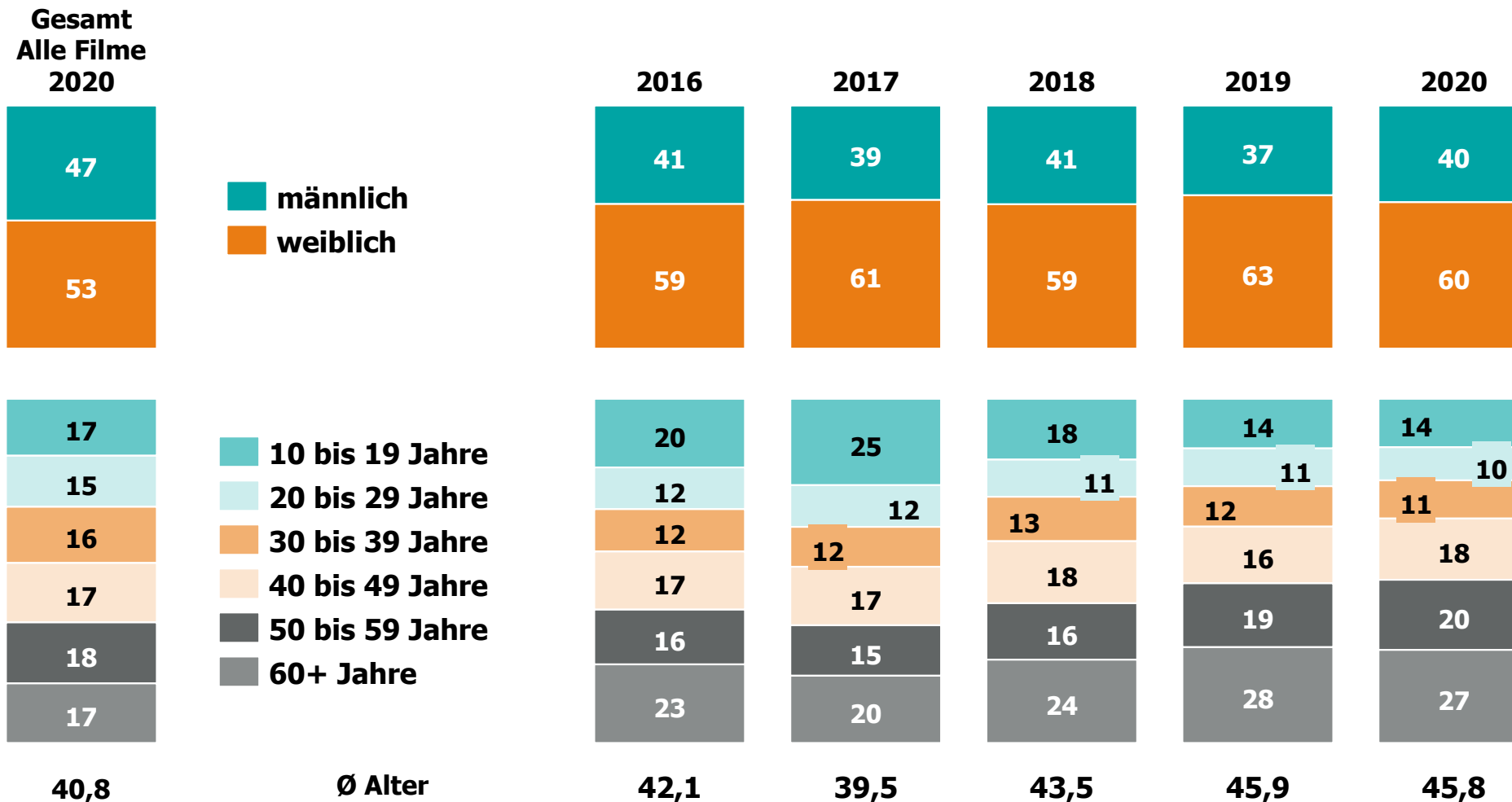
Key-Facts zum deutschen Film



*Kinobesucher*innen deutscher Filme*

Geschlecht und Alter im Zeitverlauf

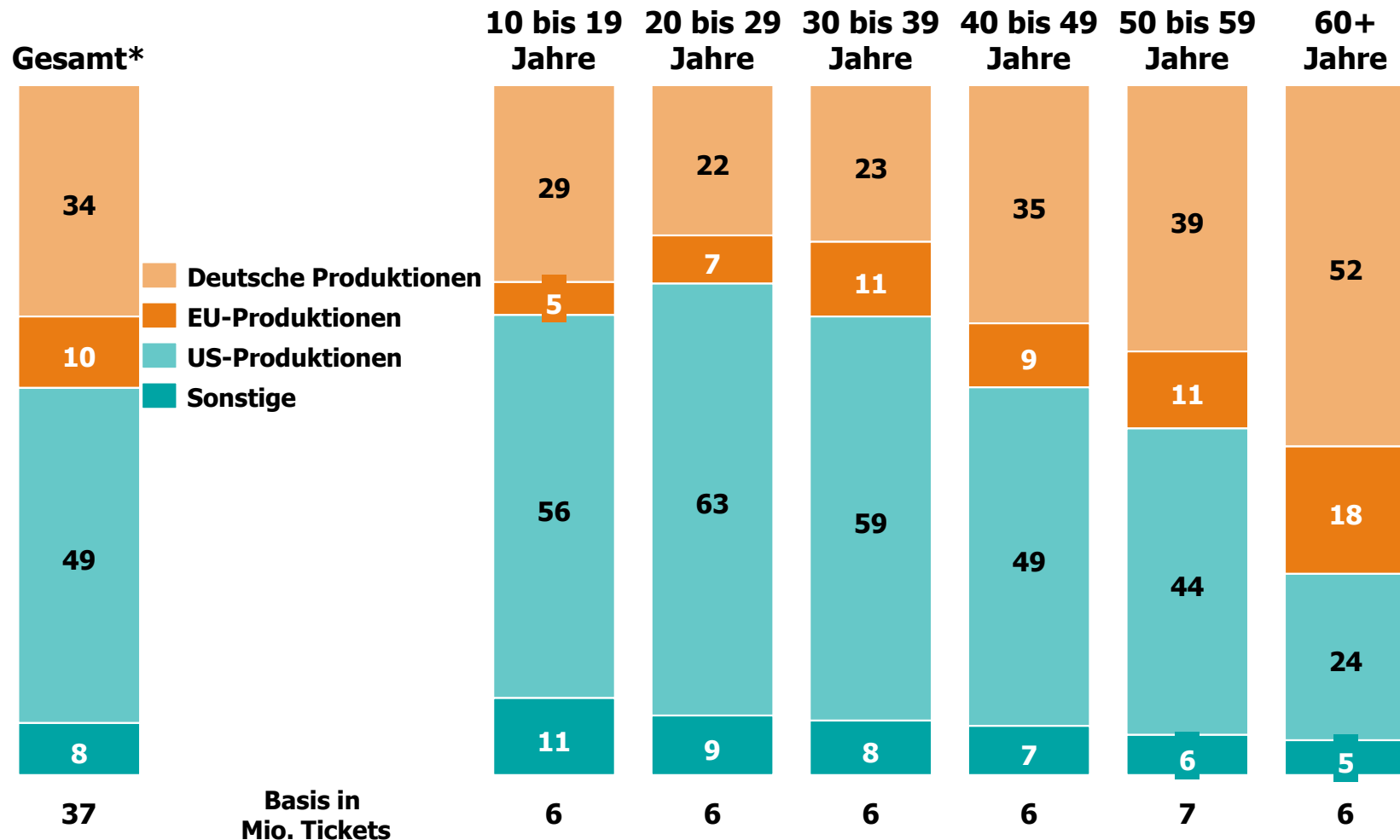
Basis: Tickets in %



*Kinobesucher*innen deutscher Filme*

Besuche nach Herkunftsland – Altersgruppen

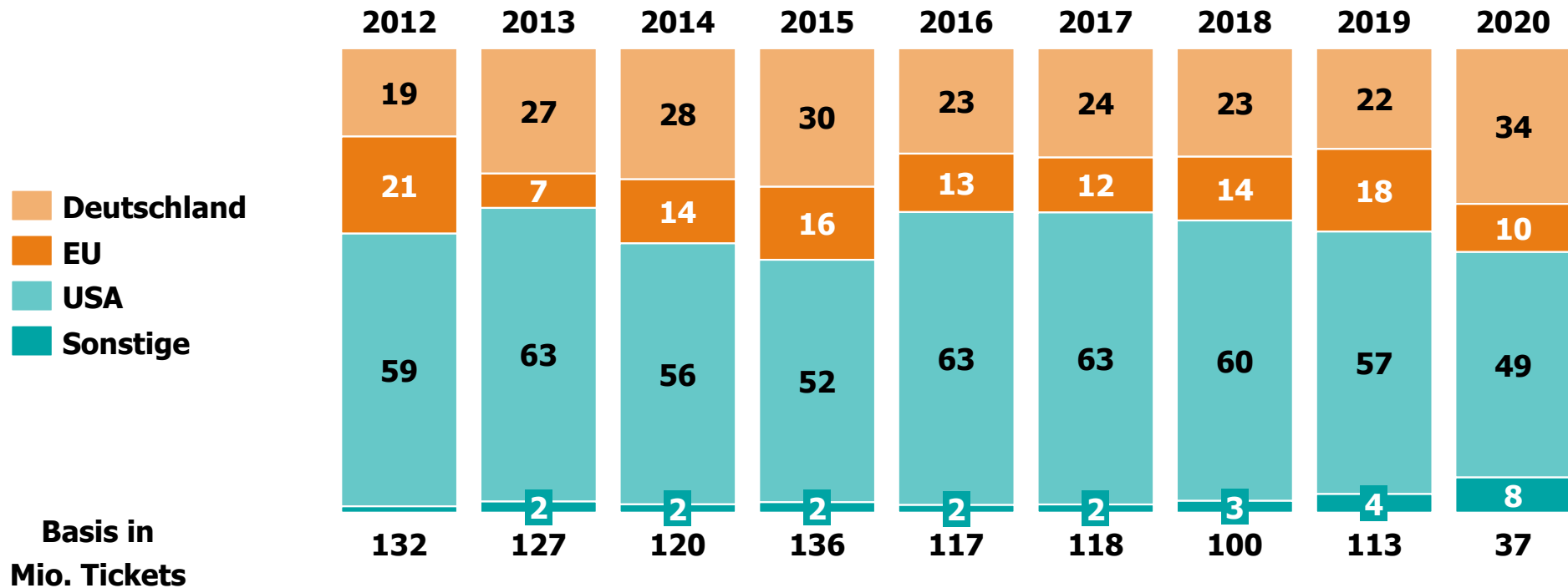
Basis: Tickets in %



n 2020: Deutschland = 2.345; EU = 774; USA = 2.868; Sonstige = 420
 *Marktanteile laut GfK-Panel

Kinobesucher*innen deutscher Filme Herkunftsland im Zeitverlauf

Basis: Tickets in %

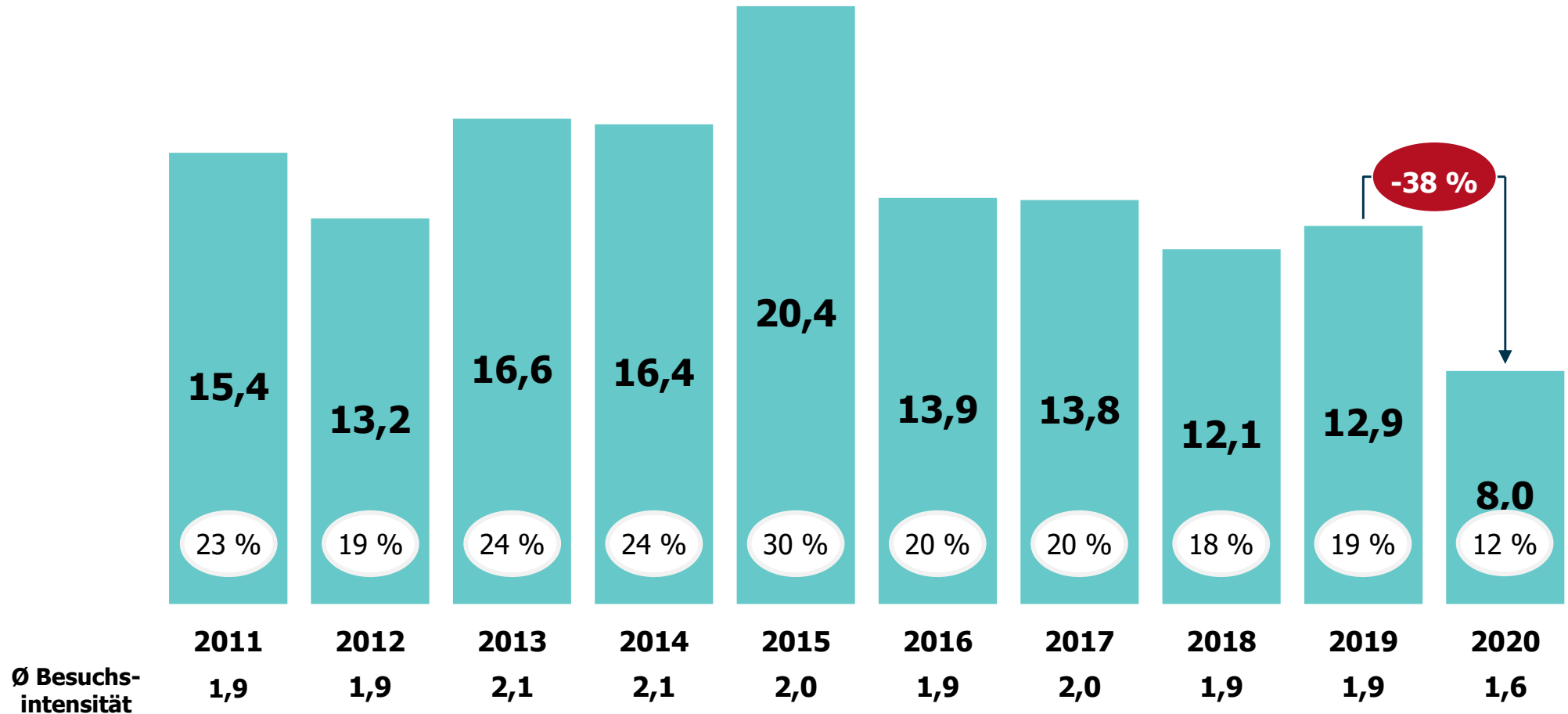


n 2020: Deutschland = 2.345; EU = 774; USA = 2.868; Sonstige = 420

*Kinobesucher*innen deutscher Filme*

Reichweitenentwicklung und Tickets pro Kopf

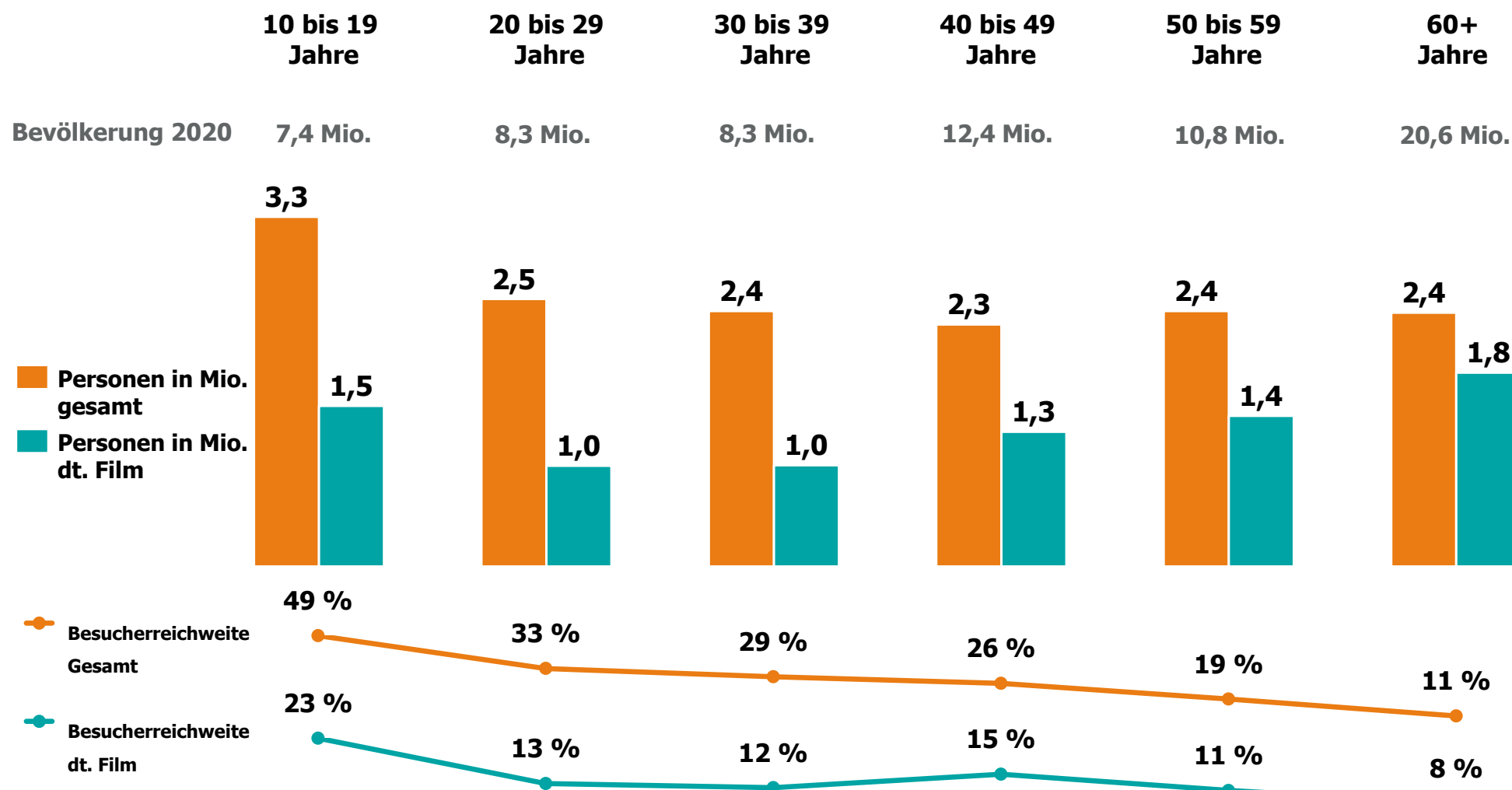
Basis: Personen in Mio./Reichweite in %



Kinobesucher*innen deutscher Filme

Reichweiten nach Altersgruppen

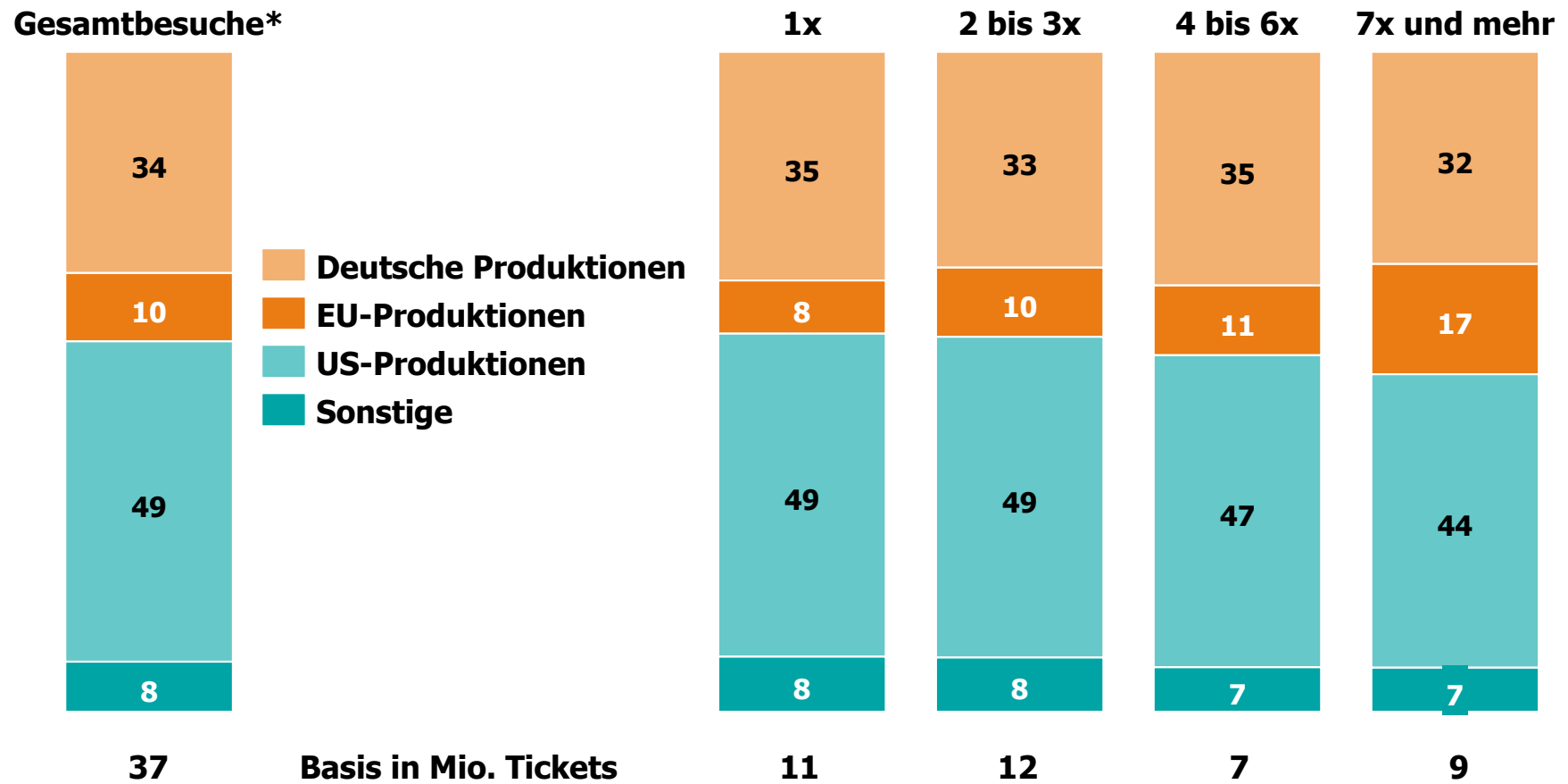
Basis: Personen in Mio./Personen in %



*Kinobesucher*innen deutscher Filme*

Besuche deutscher Filme – Besuchintensität

Basis: Tickets in %



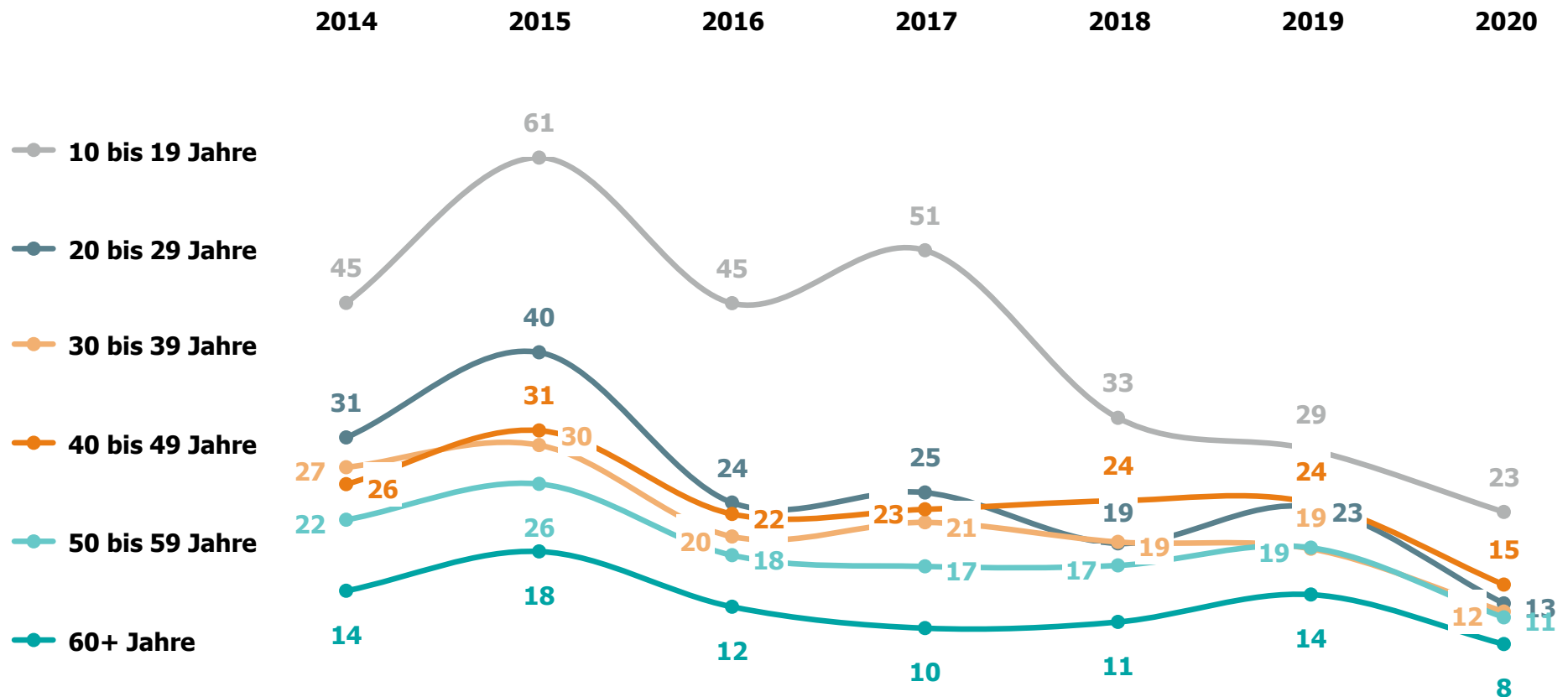
n 2020: Deutschland = 2.345; EU = 774; USA = 2.868; Sonstige = 420

*Marktanteile laut GfK-Panel

*Kinobesucher*innen II*

Reichweitenentwicklung – Altersgruppen

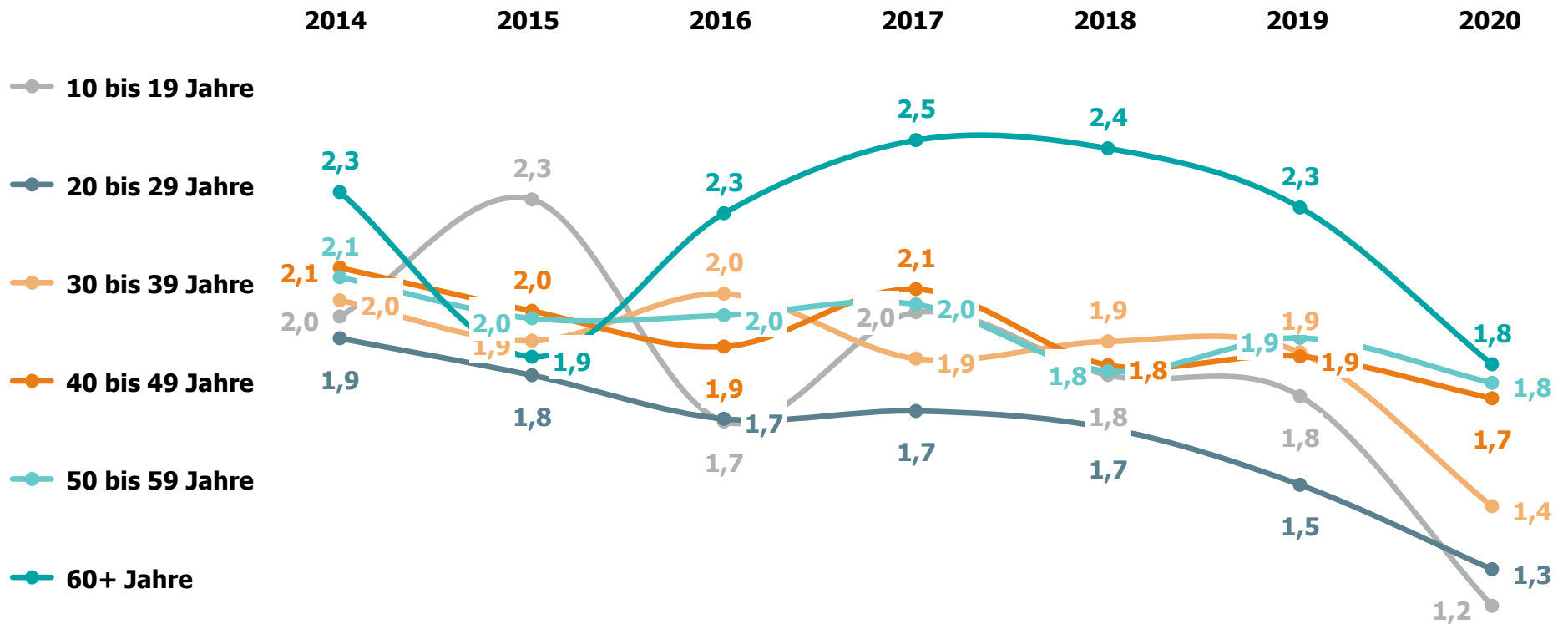
Basis: Personen in %



*Kinobesucher*innen II*

Entwicklung der Besuchsintensität – Altersgruppen

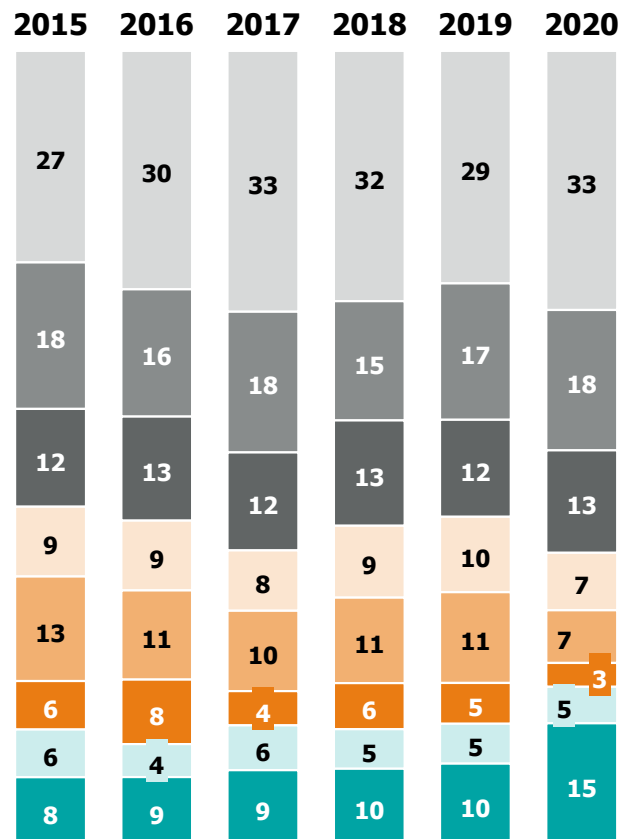
Basis: Tickets pro Person



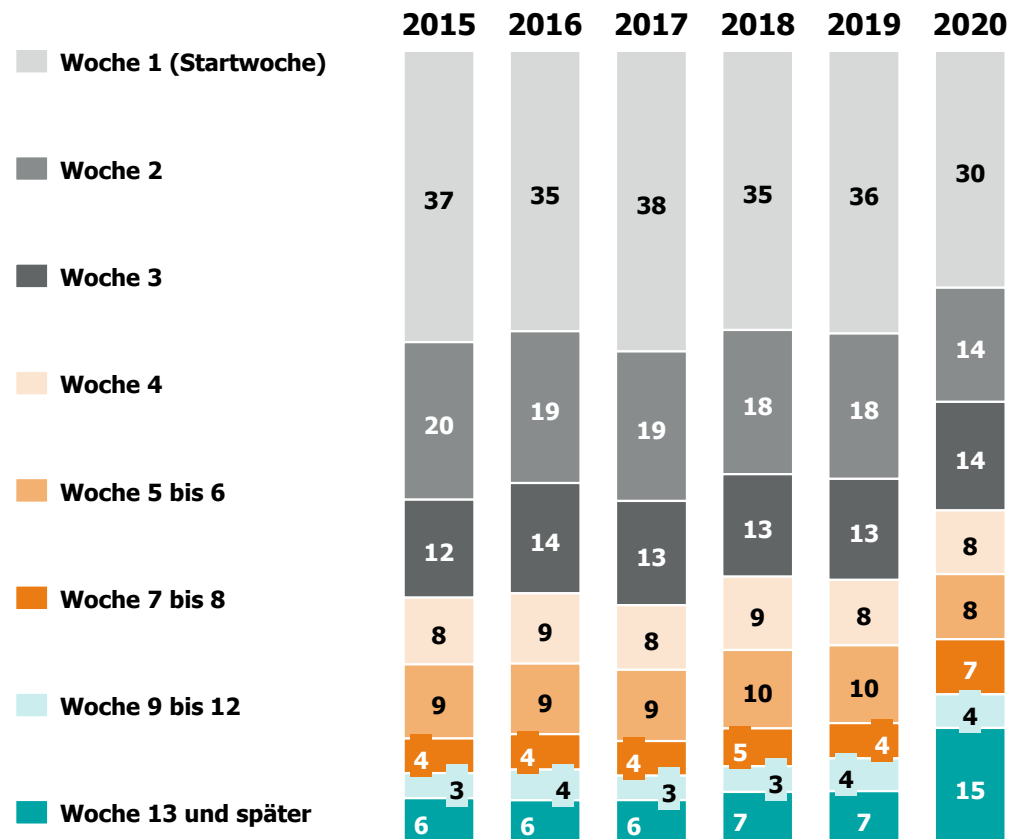
Kinobesucher*innen deutscher Filme Zeitpunkts des Besuchs im Zeitverlauf

Basis: Tickets in %

Deutsche Produktionen



Internationale Produktionen

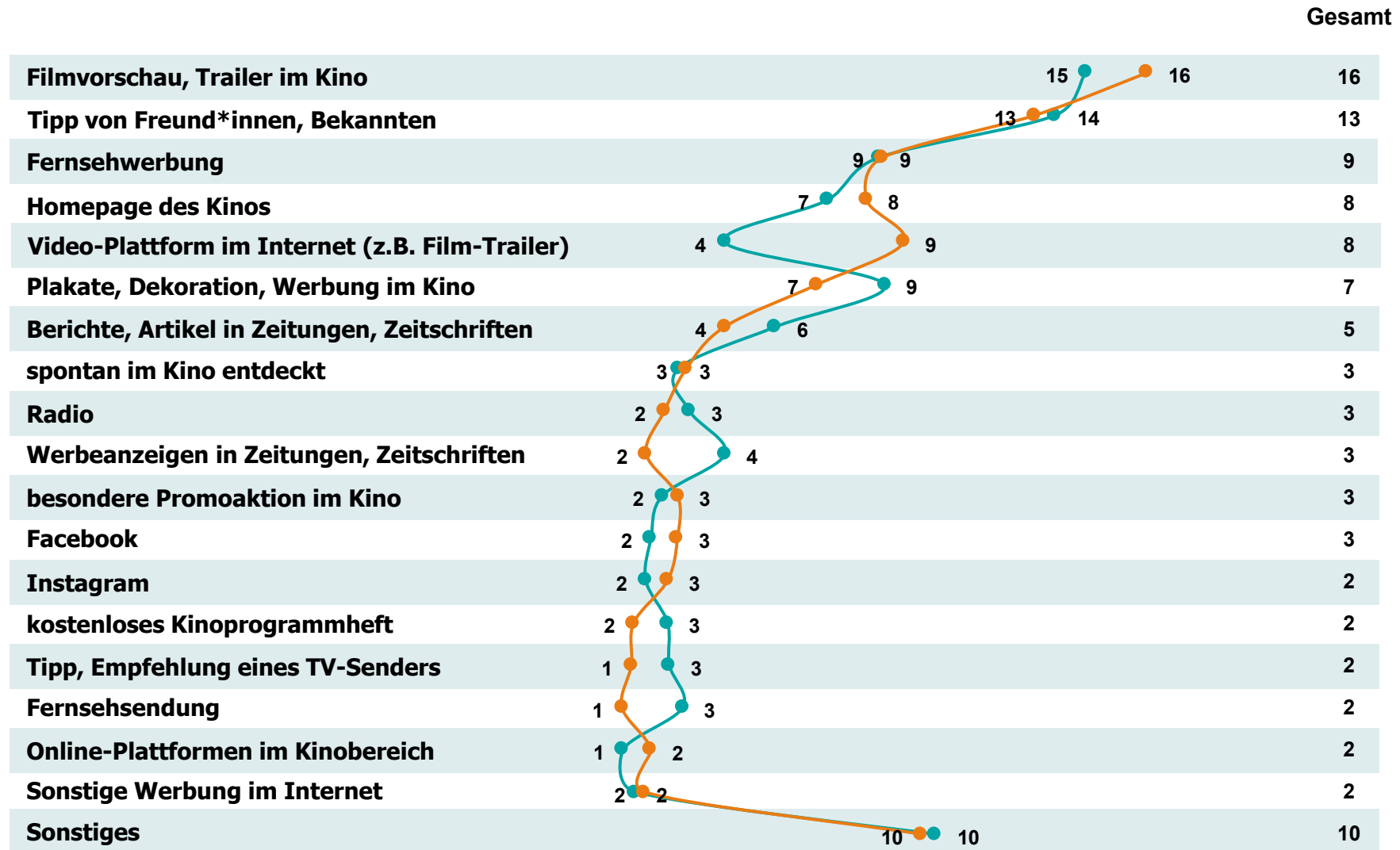


n 2020: Deutschland = 2.345; International = 4.062

*Kinobesucher*innen deutscher Filme*

Sources of Awareness

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)

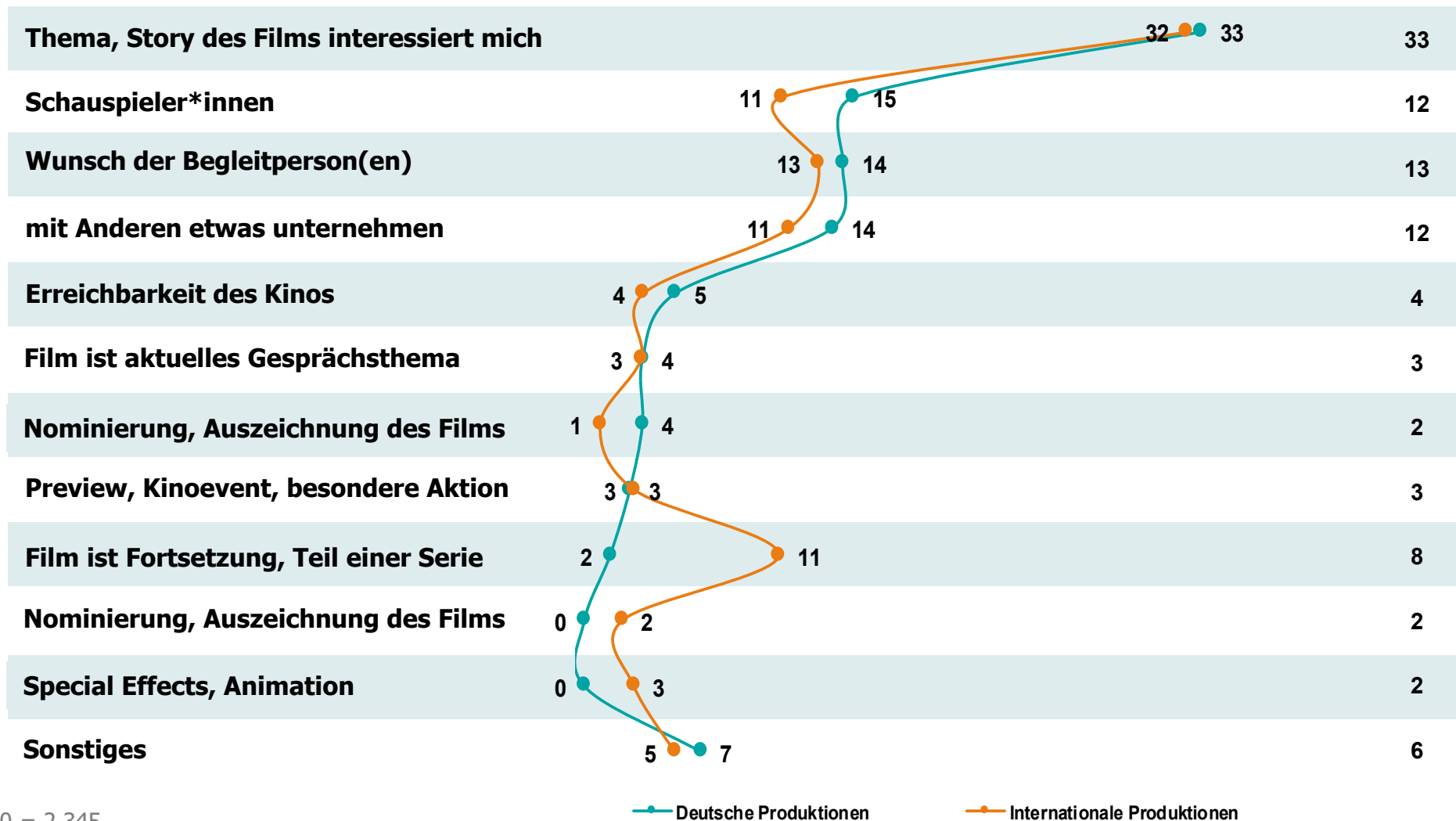


*Kinobesucher*innen deutscher Filme*

Besuchsgrund

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)

Gesamtbesuche



Zusammenfassung Kinobesucher*innen deutscher Filme

Im Jahr 2020 sank auch der Umsatz und der Absatz deutscher Filme (jeweils -49 Prozent). Der Durchschnittspreis eines Tickets stieg um 1 Prozent auf 8,29 Euro. Mit 8 Mio. Besucher*innen fanden 38 Prozent weniger Personen ihren Weg in einen deutschen Film. Die Reichweite sank auf knapp 12 Prozent und die Besuchsintensität verzeichnete einen Rückgang von 18 Prozent und lag bei 1,6 Besuchen pro Kopf.

Der deutsche Marktanteil erreicht 2020 mit 34 Prozent einen Spitzenwert. Dieser Zuwachs wurde dadurch begünstigt, dass zahlreiche internationale Blockbuster verschoben wurden.

Genau wie in den Vorjahren war der/die durchschnittliche Kinobesucher*in eines deutschen Films mit 45,8 Jahren deutlich älter als die Gesamtkinobesucher*innen mit 40,8 Jahren. Die Gruppe der über 50-Jährigen machte beim deutschen Film einen Besucher*innenanteil von 47 Prozent aus. 60 Prozent der Tickets für deutsche Filme wurden von Besucherinnen gelöst. Damit lag der weibliche Anteil unter dem Wert des Vorjahres (63 Prozent), aber deutlich über dem Anteil bei den Gesamtkinobesucher*innen (53 Prozent).

Die Aufmerksamkeit für deutsche Filme wurde 2020 vor allem durch „Filmvorschau, Trailer im Kino“ (15 Prozent), „Empfehlungen von Freund*innen und Bekannten“ (14 Prozent) sowie „Fernsehwerbung“ (9 Prozent) geweckt. Der nach wie vor häufigste Besuchsgrund im Jahr 2020 war mit 33 Prozent „Thema, Story des Films interessiert mich“. Auf Platz 2 folgten mit 15 Prozent die „Schauspieler*innen“.

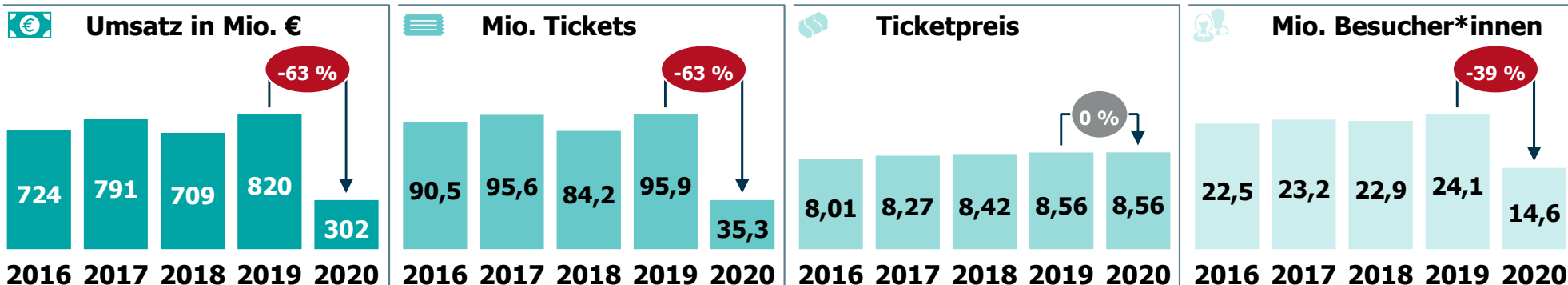
Inhalt

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2 Kinobesucher*innen I – soziodemografisch
- 3 Kinobesucher*innen II – Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher*innen III – filmspezifisch
- 5 Kinobesucher*innen deutscher Filme
- 6 Kinobesucher*innen von 3D-Filmen**
- 7 Kinobesucher*innen – Fokus 2020

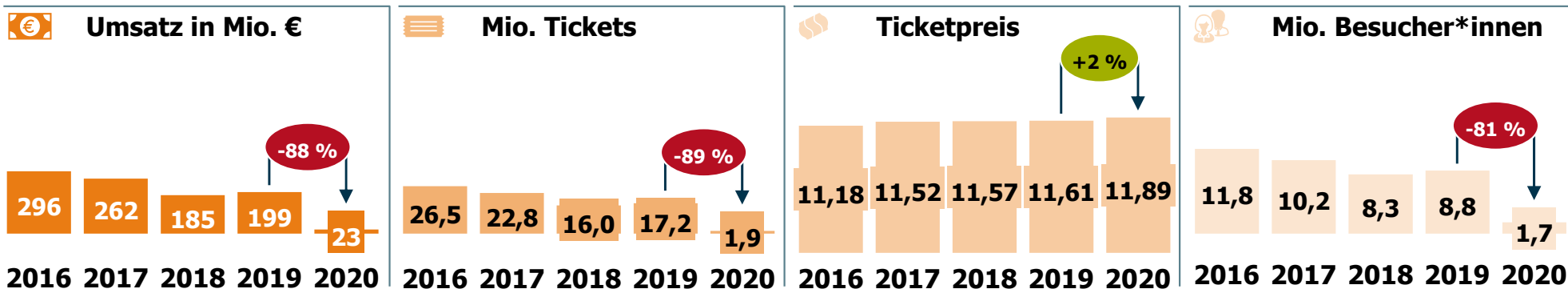
Kinobesucher*innen von 3D-Filmen

Key-Facts zum 3D-Film

2D



3D

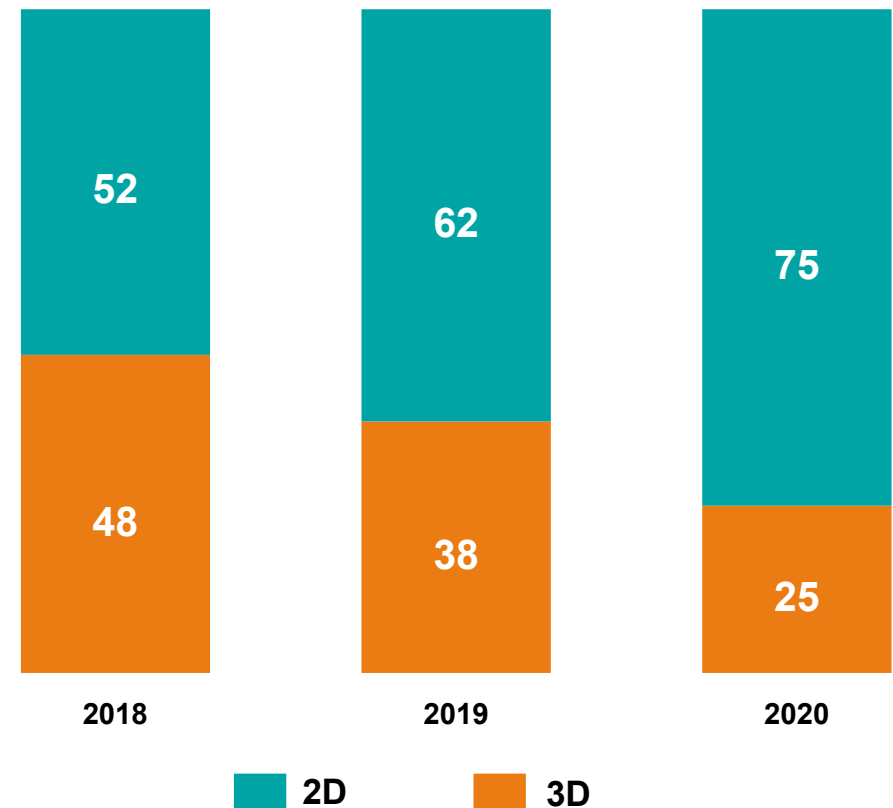
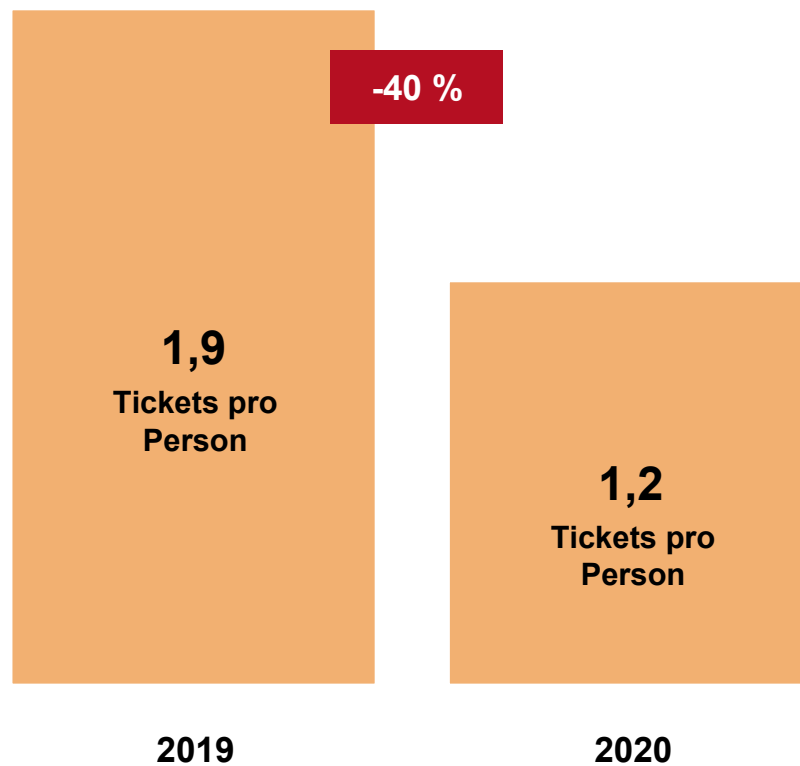


Kinobesucher*innen von 3D-Filmen Tickets pro Kopf und 3D-Anteil

Basis: Tickets pro Person/Tickets in %



2D/3D-Anteil von 3D-Filmen in %

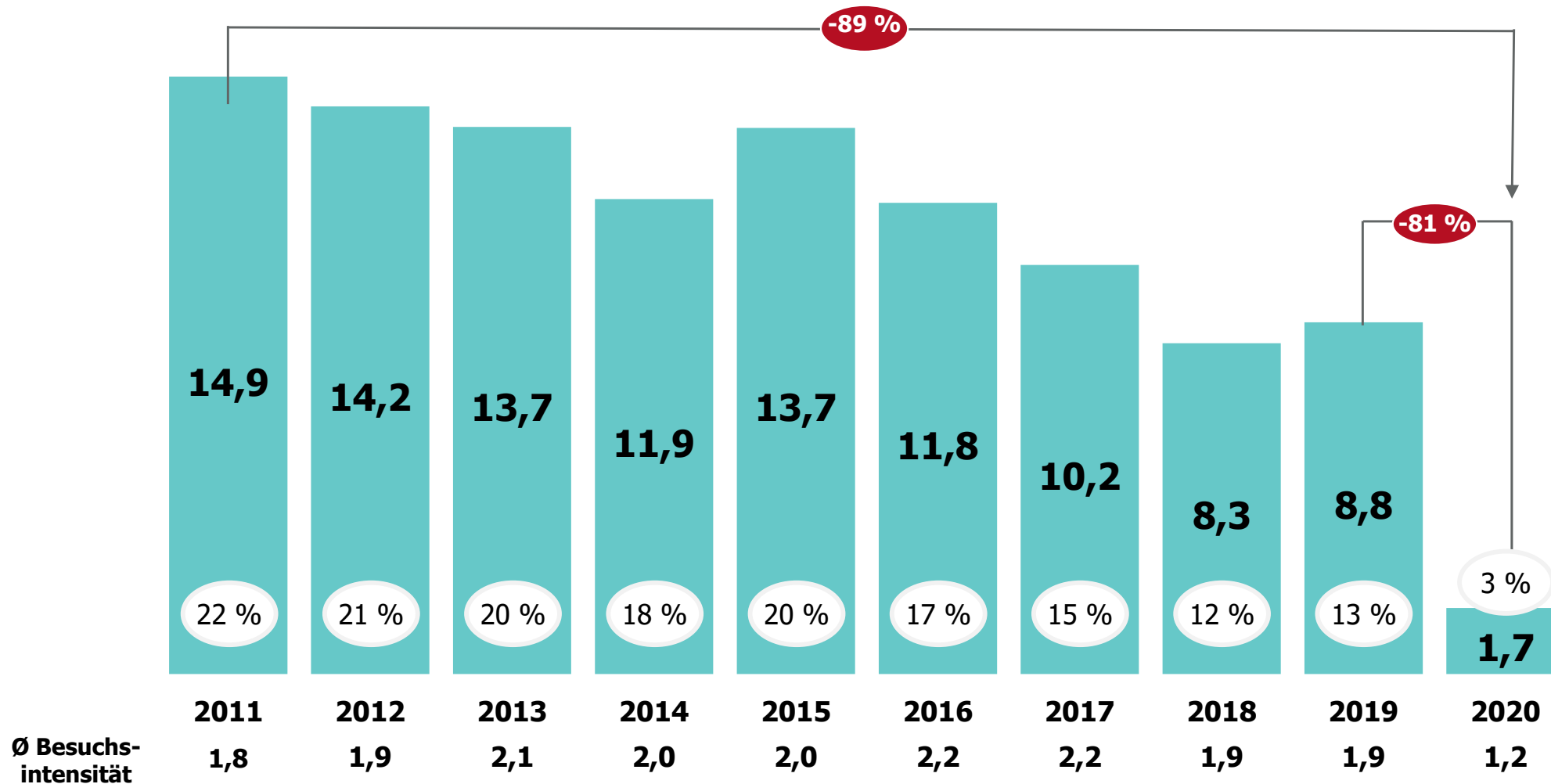


n 2020: 2D = 6.116; 3D = 291

*Kinobesucher*innen von 3D-Filmen*

Reichweitenentwicklung und Tickets pro Kopf

Basis: Personen in Mio./Reichweite in %



Zusammenfassung Kinobesucher*innen von 3D-Filmen

Das Jahr 2020 wirkte sich vor allem negativ auf den 3D-Film aus. Dieser musste im Vergleich zum 2D-Film einen noch stärkeren Rückgang verzeichnen. Mit -88 Prozent Umsatz kam er nur noch auf 23 Mio. Euro. Nur noch 1,9 Mio. 3D-Tickets wurden von 1,7 Mio. Besucher*innen gelöst – 89 Prozent, bzw. 81 Prozent weniger als 2019. Mit 11,89 Euro stieg der Ticketpreis um 2 Prozent an.

Ebenso war zu beobachten, dass sich das Verhältnis von 3D- zu 2D-Tickets bei 3D-Filmen erneut stark zugunsten von 2D verschob (75 Prozent).

Die großen Verluste führten 2020 dazu, dass auch die Fallzahlen in der vorliegenden Studie stark gesunken sind, weshalb weitere Auswertungen nicht in der Detailtiefe der Vorjahre möglich waren.

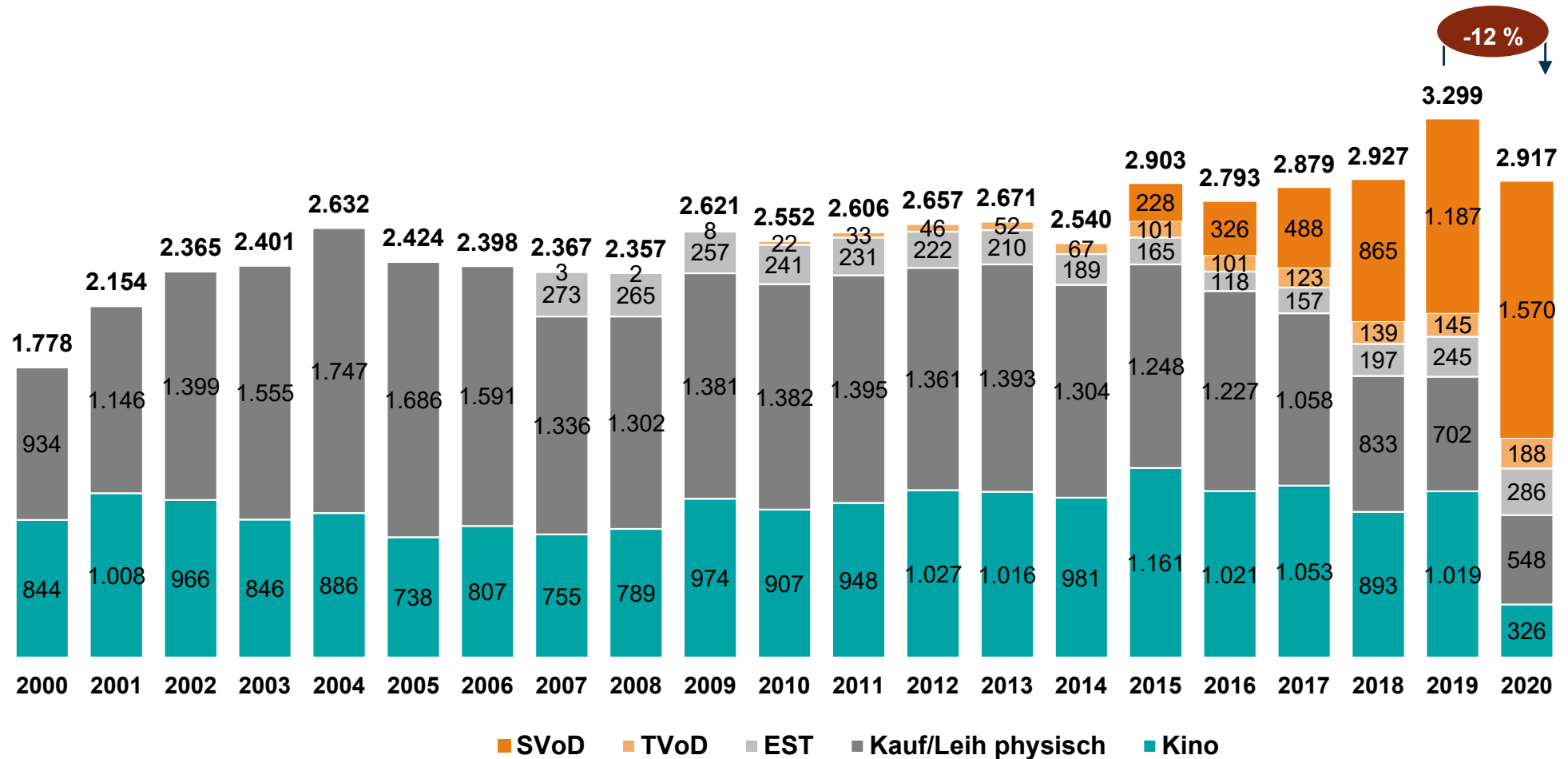
Inhalt

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2 Kinobesucher*innen I – soziodemografisch
- 3 Kinobesucher*innen II – Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher*innen III – filmspezifisch
- 5 Kinobesucher*innen deutscher Filme
- 6 Kinobesucher*innen von 3D-Filmen
- 7 Kinobesucher*innen – Fokus 2020

Fokus 2020

Der Kino- und Videomarkt

Basis: Umsatz in Mio. €



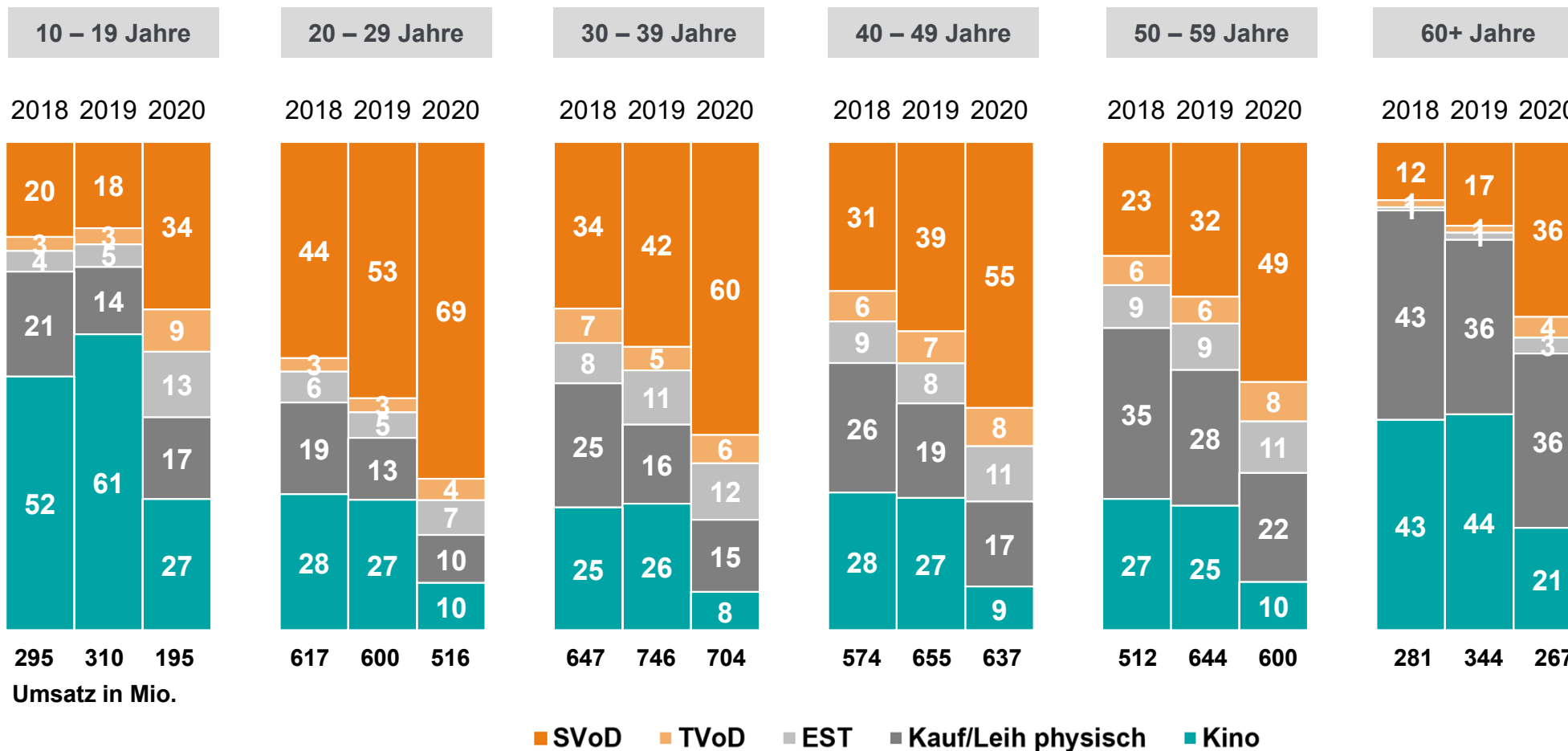
n 2020 = 73.859

Neu-Bewertung von Amazon Prime ab 2018 – eine Vergleichbarkeit mit den Vorjahren ist nur eingeschränkt möglich

Fokus 2020

Umsatzanteile der Teilmärkte

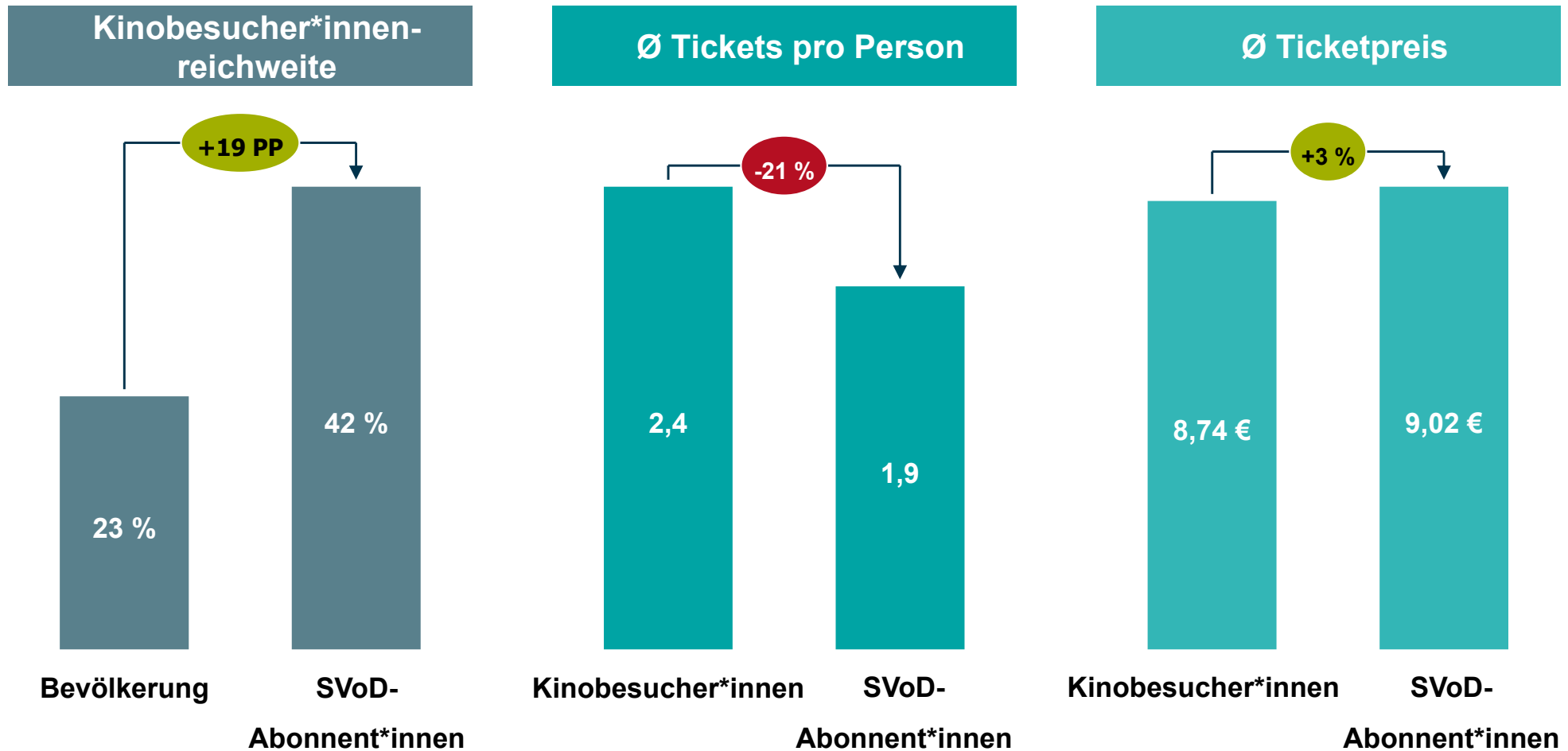
Basis: Umsatz in %/Umsatz in Mio. €



Fokus 2020

Kinobesucher*innen und SVoD-Abonnent*innen

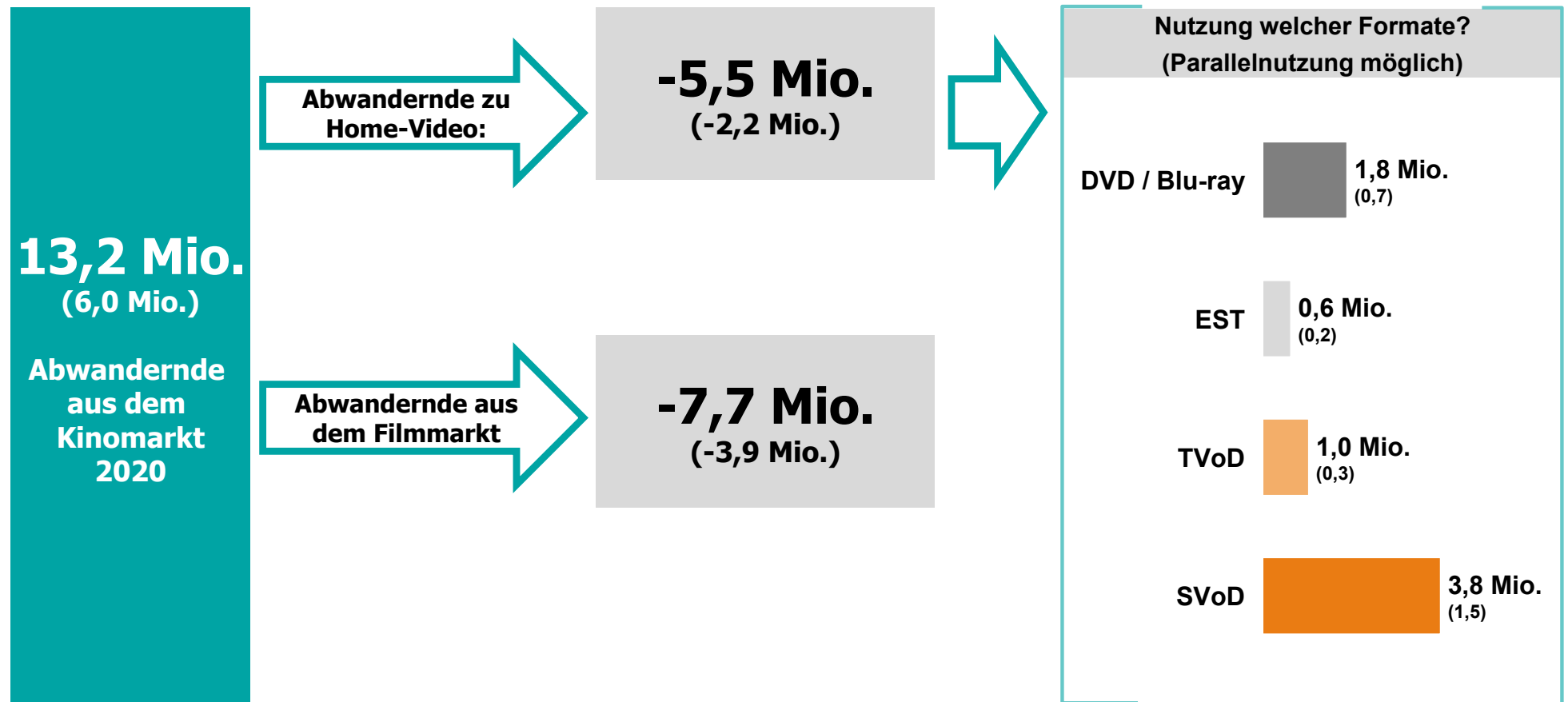
Basis: Reichweite in %/Ø Tickets pro Person/Ø Ticketpreis in €



Fokus 2020

Abwanderende aus dem Kinomarkt

Personen in Mio.



Fokus 2020

Key-Facts zum Autokino

 Umsatz in Mio. €

10 Mio. €
für Kinobesuche im Autokino

Gesamt: 326 Mio. €

 Absatz in Mio. Tickets

1,0 Mio.
Tickets im Autokino

Gesamt: 36,2 Mio. Tickets

 Ø Ticketpreis in €

Ø 9,89 €
pro Ticket im Autokino

Gesamt: 8,74 €

 Besucher*innen in Mio. Personen

0,9 Mio.
Autokino-Besucher*innen

Gesamt: 15,4 Mio. Personen

 Ø Besuchsintensität in Tickets/
Person

1,2
Tickets/Person im Autokino

Gesamt: 2,4 Kinobesuche

 Besucher*innenreichweite in
% (vs. Bevölkerung)

1,3 %
haben ein Autokino besucht

Gesamt: 23 %

Fokus 2020

Segmentierung der Kinobesucher*innen

Personen in %/in Mio.

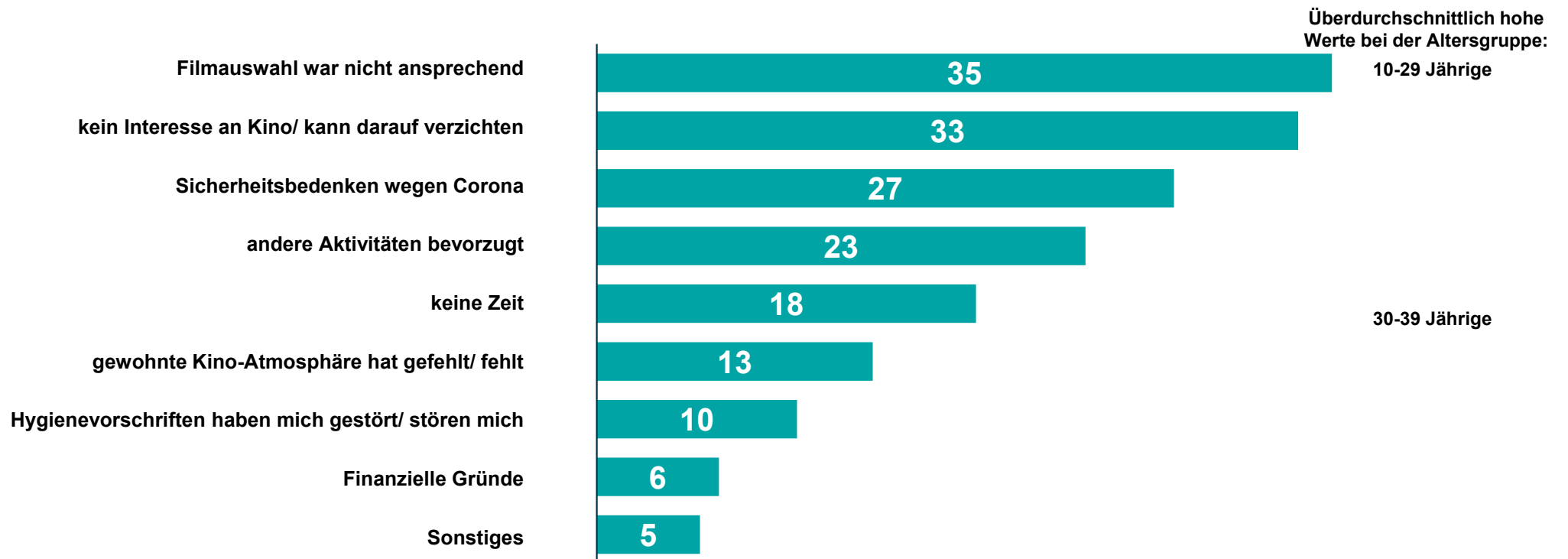


Fokus 2020

Grund für Nichtbesuch nach Wiedereröffnung

Angaben in %

Warum waren Sie in den letzten 6 Monaten (seit der Wiedereröffnung der Kinos im Frühsommer 2020) nicht im Kino? (Mehrfachnennung möglich)



Quelle: Ad-hoc-Studie im GfK Konsumentenpanel repräsentativ für Deutsche ab 10 Jahren; Januar 2021

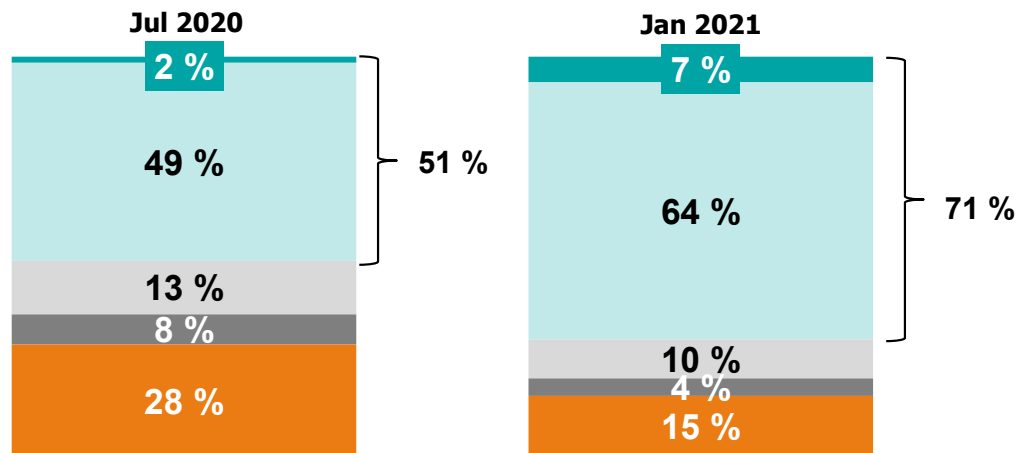
Basis: Personen, die in den letzten 6 Monate nicht im Kino waren; n 2021 = 10.400

Die Kinobesucher 2020

Kinoverhalten nach Corona

Personen in %

Wie schätzen Sie Ihr Kinoverhalten in den 6 Monaten nach der Wiedereröffnung der Kinos ein?



Nachdem die Kinos wieder geöffnet haben, werde ich, verglichen mit meinem Kinobesuchungsverhalten vor der Corona-Pandemie,...

- ... wieder ins Kino gehen, aber häufiger
- ... wieder ganz normal ins Kino gehen
- ... wieder ins Kino gehen, aber etwas seltener
- ... wieder ins Kino gehen, aber deutlich seltener
- ...(vorerst) ganz darauf verzichten, ins Kino zu gehen

Quelle: Ad-hoc-Studie im GfK Konsumentenpanel repräsentativ für Deutsche ab 10 Jahren; Juli 2020 und Januar 2021

Basis: Personen, die in den letzten 24 Monaten mindestens einmal im Kino waren; n 2020 = 8.575; n 2021 = 8.903

Zusammenfassung Fokus 2020 1/2

2020 verzeichnete der Kino- und Videomarkt einen umsatzseitigen Rückgang von 12 Prozent auf 2.917 Mio. Euro. Erkennbar sind Unterschiede bei den Verwertungsformen. Nachdem sich der Kinomarkt 2019 erholte (1.019 Mio. Euro), schrumpfte er 2020 auf 326 Mio. Euro getrieben durch die pandemiebedingten Kinoschließungen und Einschränkungen. Gleichzeitig wuchs der SVoD-Markt weiter und erreichte mit 1.570 Mio. Euro einen neuen Höchstwert. In allen Altersgruppen konnten die SVoD-Umsatzanteile an Bedeutung gewinnen.

Die Überschneidung zwischen SVoD-Abonnent*innen, die auch Kinobesucher*innen sind, liegt bei 42 Prozent und damit über der Reichweite in der Bevölkerung (23 Prozent). Dabei war 2020 die durchschnittliche Anzahl der gelösten Tickets geringer (1,9 im Vergleich zu 2,4).

2020 wanderten 13,2 Mio. Personen aus dem Kinomarkt ab, 5,5 Mio. von ihnen zu Home-Video und vor allem zu SVoD (3,8 Mio.).

Weitere Auswertungen und Befragungen wurden spezifisch für das pandemiegeprägte Jahr 2020 vorgenommen.

Zusammenfassung Fokus 2020 2/2

Autokinos erlebten 2020 einen Boom. 0,9 Mio. Personen (1,3 Prozent der Bevölkerung) kauften 1,0 Mio. Tickets, was zu einem Umsatz von 10 Mio. Euro führte. Der Ticketpreis lag mit 9,89 Euro über dem Durchschnitt (Gesamt: 8,74 Euro).

Von den Personen, die im Zeitraum Januar 2019 bis Ende Februar 2020 mindestens einmal im Kino waren, haben 23 Prozent bis Dezember 2020 ein reguläres Kino besucht. Nur 1 Prozent ist auf ein Auto- oder Open-Air-Kino ausgewichen. 76 Prozent verzichteten auf einen Kinobesuch.

Im Januar 2021 führte die GfK eine repräsentative Ad-hoc-Studie durch. Dabei wurden Personen, die in den vergangenen 6 Monaten kein Kino besuchten, nach dem Grund hierfür befragt. Mit 35 Prozent war die meistgenannte Antwort die nicht ansprechende Filmauswahl. „Kein Interesse/kann darauf verzichten“ nannten 33 Prozent. 27 Prozent begründeten ihren Nicht-Besuch mit „Sicherheitsbedenken wegen Corona“. In diesem Rahmen wurden Kinobesucher*innen der letzten 2 Jahre nach ihrer Absicht befragt, 6 Monate nach einer möglichen Kinoöffnung wieder ein Kino aufzusuchen. 71 Prozent gaben an, mindestens genauso häufig wie vor der Pandemie ins Kino gehen zu wollen oder sogar häufiger. Diese Frage wurde bereits im Juli 2020 gestellt: Damals waren es nur 51 Prozent.

**Für weitere Fragen zur Demografie der Kinobesucher*innen bzw.
zu kinospezifischen Merkmalen können Sie sich gern an uns wenden:**

Filmförderungsanstalt
- German Federal Film Board -
Große Präsidentenstraße 9
10178 Berlin

Tel.: 030 / 27 577 - 0
Fax: 030 / 27 577 - 111
E-Mail: marktforschung@ffa.de

Weitere Informationen, Studien und Marktdaten erhalten Sie unter:

www.ffa.de