

# Kinobesucher 2019

Strukturen und Entwicklungen auf Basis des GfK-Panels

Mai 2020

## Vorwort

Seit mittlerweile 28 Jahren veröffentlicht die FFA ihre Studien über die Struktur des Kinobesuchs und die Entwicklung im Besucherverhalten. Seit 2004 werden die Zahlen in Form einer Präsentation herausgegeben. In den vergangenen Jahren wurden diese durch die FFA im Rahmen des Kinokongresses in Baden-Baden vorgestellt, welcher in 2020 auf Grund der Corona-Pandemie nicht stattfinden konnte.

Die Kinobesucherstudie 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 25.000 Teilnehmer (brutto) und steht repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 10 Jahren. Nicht erfasst werden durch das Panel Kinder unter 10 Jahren, ausländische Bürger sowie Personen, die ständig auf Reisen sind oder deren Bewegungsfreiheit vorübergehend eingeschränkt ist.

2012 wurde Media\*Scope methodisch überarbeitet und alle Daten ab 2007 rückwirkend neu berechnet. Aus diesem Grunde kann es zu geringfügigen Abweichungen mit den Werten vorangegangener Publikationen kommen.

Die FFA fasst die vormals getrennten Auswertungen zum allgemeinen Kinobesuch, dem Kinobesuch deutscher und 3D-Filme zusammen. Die Auswertung stellt weiterhin die allgemeine Entwicklung im Kino dar. Ergänzend dazu erfolgen Analysen hinsichtlich soziodemografischer Merkmale sowie eine Betrachtung einzelner kino- und filmspezifischer Informationen.

Die Wahl der männlichen Form „Kinobesucher“ bedeutet keine Wertung oder Vernachlässigung des weiblichen Pendant. Aus Platzgründen und im Rahmen der Lesefreundlichkeit wird auf die Nennung der weiblichen zugunsten der männlichen Form verzichtet.

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

Aufgrund einer erhöhten Verwechslungsgefahr der Nomenklaturen von Besuche/Besucher werden in dieser Studie Besuche auch als Tickets und Besucher als Personen ausgewiesen.

## 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 Panelteilnehmern selbst kontinuierlich geführt wird.

### Hochrechnung



Die Ergebnisse werden auf die Grundgesamtheit (Stand Januar 2019: 67,1 Mio.) der deutschen Bevölkerung ab 10 Jahre hochgerechnet.

### Stichprobe

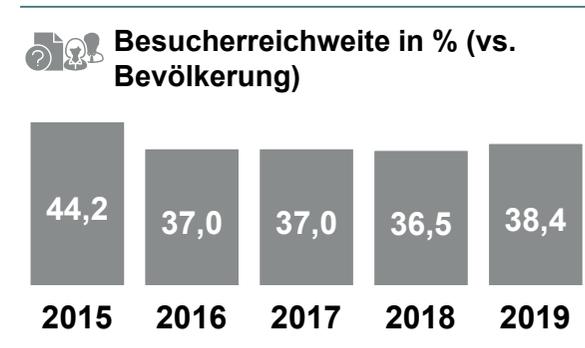
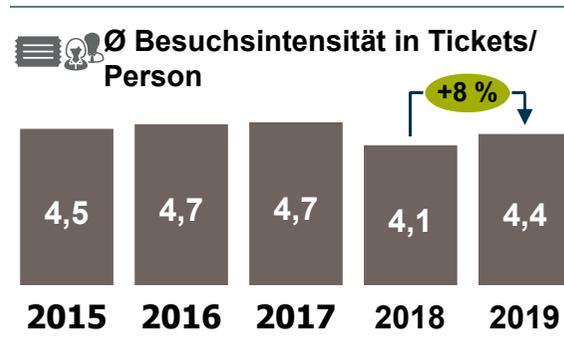
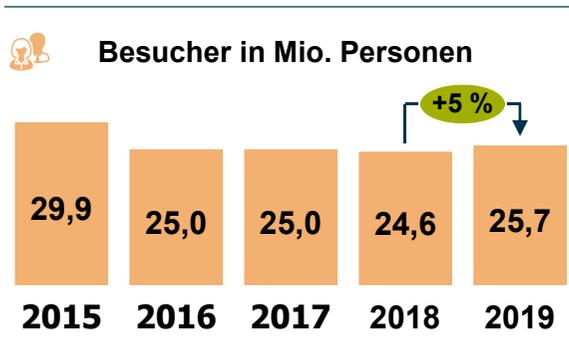
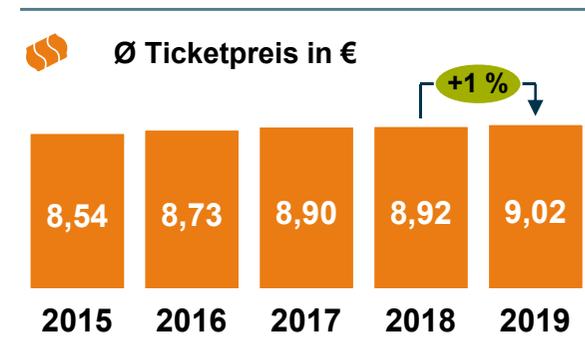
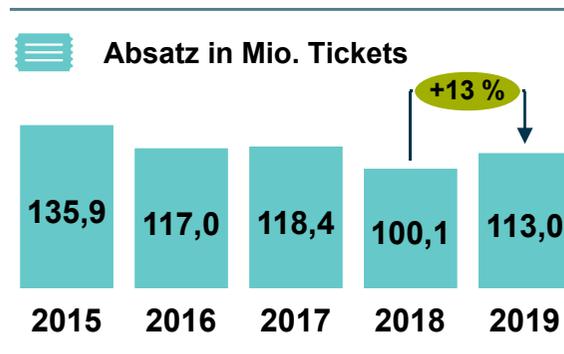
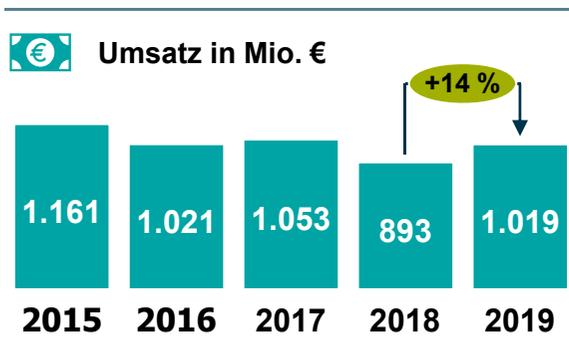


Kontinuierliches Konsumentenpanel von 25.000 deutschen Einzelpersonen (brutto) ab 10 Jahren.

## Inhalt

- 1** Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2** Kinobesucher I – soziodemografisch
- 3** Kinobesucher II – Reichweiten und Intensitäten
- 4** Kinobesucher III – filmspezifisch
- 5** Kinobesucher deutscher Filme
- 6** Kinobesucher von 3D-Filmen
- 7** Kinobesucher – Fokus 2019

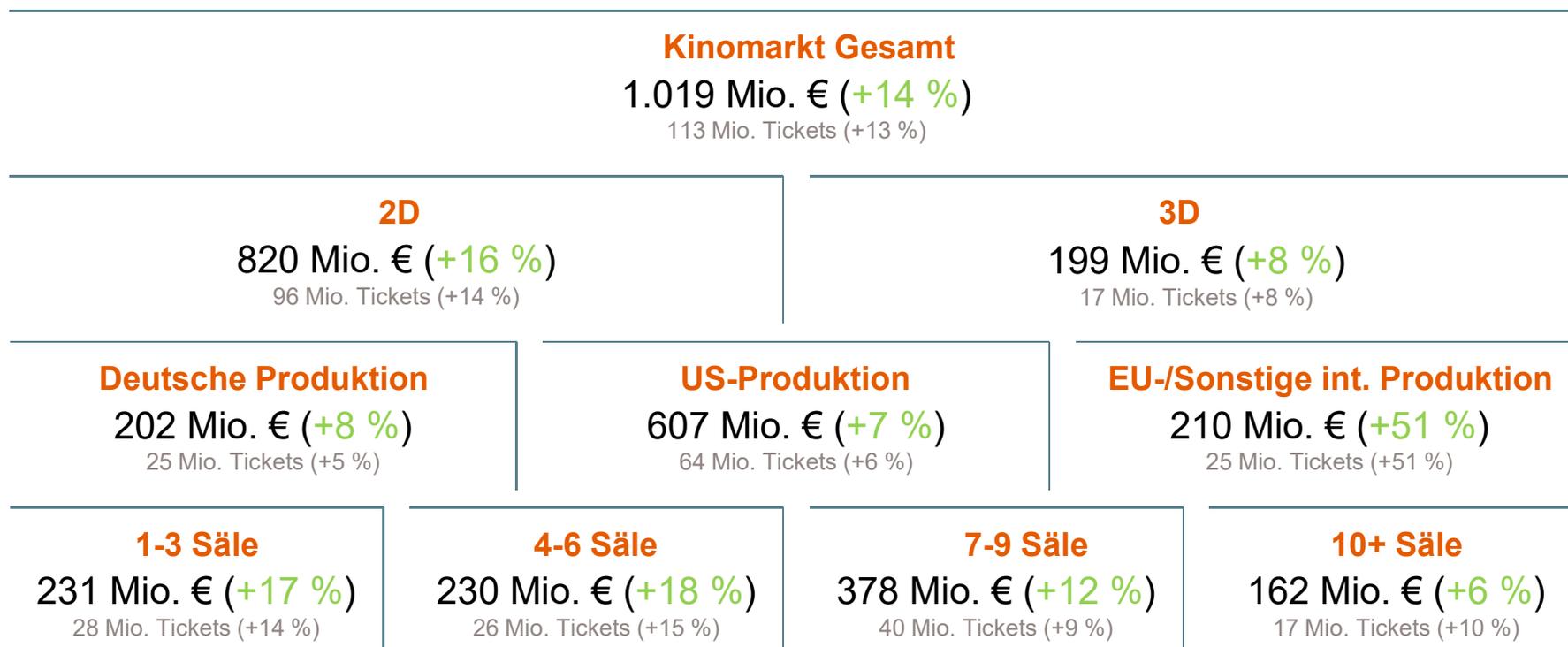
## Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts Key Facts zum Kinomarkt 2019



*Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts*

# Der Kinomarkt auf einen Blick 2019

Basis: Umsatz in Mio. €/Tickets in Mio. (Veränderung 2019 vs. 2018 in %)



Darstellung der Saalgröße exkl. Open-Air-Kinos, Autokinos und keine Angabe; n 2019 = 18.333

## Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

# Key Facts – Ausgaben

Basis: FFA und GfK-Panel

Durchschnittliche Ausgaben im Kino								
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	19/18
durchschnittlicher <b>Eintrittspreis</b> pro Kinoticket lt. FFA:	7,89€	8,05€	8,39€	8,45€	8,63€	8,54€	8,63€	1,1%
durchschnittlicher <b>Eintrittspreis</b> pro Kinoticket lt. GfK*:	7,98€	8,15€	8,54€	8,73€	8,90€	8,92€	9,02€	1,1%
durchschnittliche Ausgaben pro Kinoticket für <b>Verzehr</b> lt. GfK*:	3,60€	3,72€	4,04€	4,05€	4,37€	4,46€	4,91€	10,2%
durchschnittliche <b>Gesamtausgaben</b> pro Kinoticket lt. GfK*:	11,58€	11,87€	12,58€	12,78€	13,26€	13,38€	13,93€	4,1%

\*ohne Ausländer 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 2019 ein durchschnittlicher Eintrittspreis von 8,63 Euro.
- Der von der GfK ermittelte Eintrittspreis lag mit 9,02 Euro erneut höher, da hier u. a. Kinder unter 10 Jahren, die meist Preisermäßigungen erhalten, nicht berücksichtigt wurden. 2019 verzehrten 61 Prozent aller Kinogänger im Kino Getränke, Popcorn und Co. Die durchschnittlichen Ausgaben für den Verzehr pro Käufer lagen 2019 bei 7,99 Euro.

## Key Facts zur allgemeinen Entwicklung des Kinomarkts

Im Jahr 2019 wurden nach Angaben der GfK 113 Mio. und damit 13 Mio. Kinotickets mehr verkauft als 2018 (+13 Prozent). Der Ticketumsatz stieg um 14 Prozent bei einem Ticketpreis von 9,02 Euro (+1 Prozent) und lag damit 2019 bei 1.019 Mio. Euro. Nachdem 2018 das niedrigste Ergebnis der GfK-Datenerhebung in den letzten zehn Jahren zu verzeichnen war, konnte sich der Kinomarkt 2019 wieder erholen, erreicht jedoch in Bezug auf Umsatz und Absatz nicht das Niveau aus 2017.

Sowohl die Besucher als auch die Besuchsintensität erhöhten sich 2019 im Vergleich zum Vorjahr: Die Zahl der Personen, die im vergangenen Jahr ein Kino besuchten, stieg um 5 Prozent auf 25,7 Mio., die Besuchsintensität um 8 Prozent auf 4,4 Besuche pro Person.

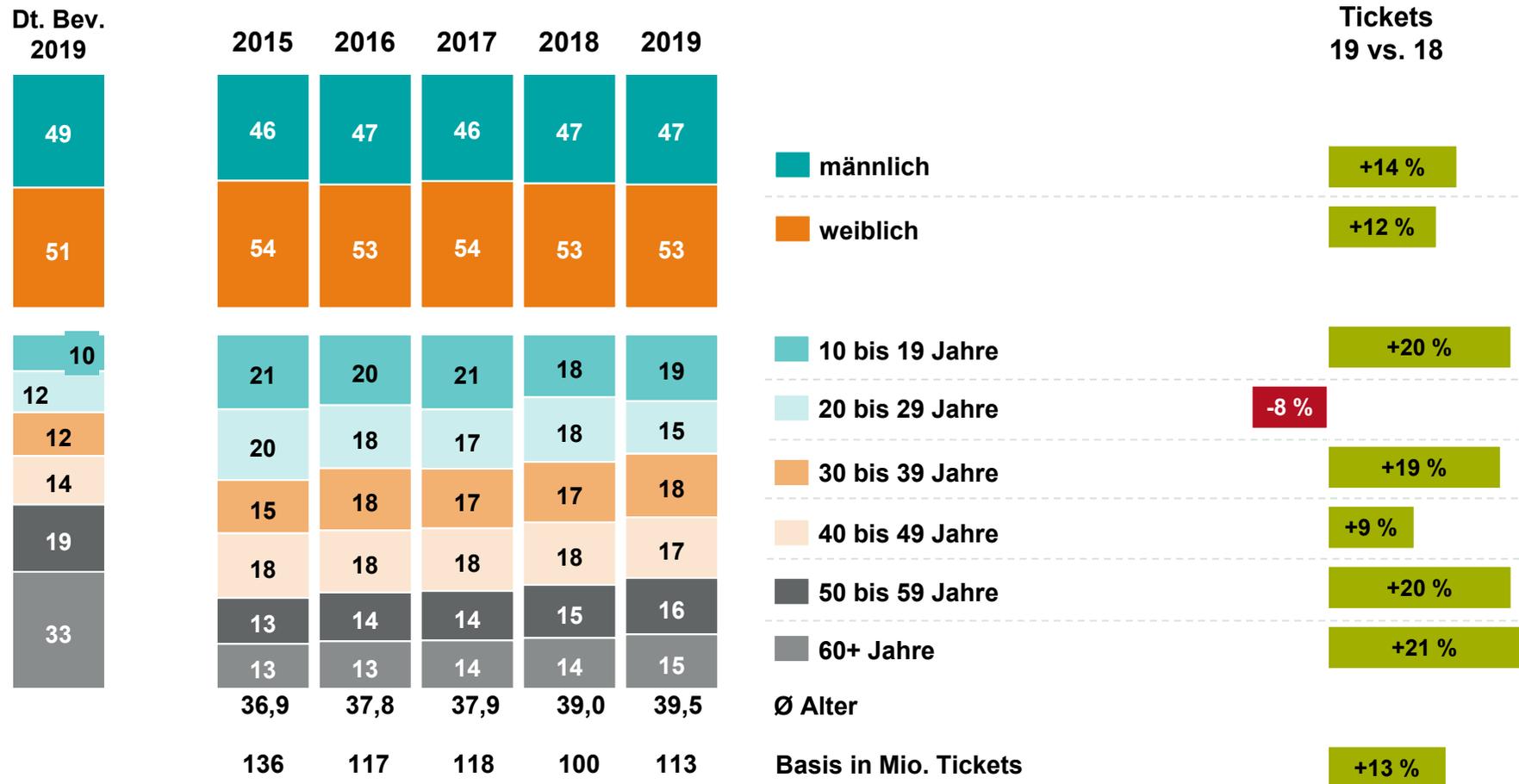
## Inhalt

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2 Kinobesucher I – soziodemografisch
- 3 Kinobesucher II – Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher III – filmspezifisch
- 5 Kinobesucher deutscher Filme
- 6 Kinobesucher von 3D-Filmen
- 7 Kinobesucher – Fokus 2019

# Kinobesucher I

## Geschlecht und Alter der Besucher im Zeitverlauf

Basis: Tickets in %



n 2019 = 18.333

## Key Facts zum Kinobesucher I

soziodemografisch

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

In Bezug auf die Ticket-Anteile nach Altersgruppen lagen die 10- bis 19-Jährigen mit 19 Prozent an der Spitze und damit ein Prozentpunkt über den 30- bis 39-Jährigen. Mit Ausnahme der 20- bis 29-Jährigen haben alle Altersgruppen 2019 mehr Tickets gekauft als im Vorjahr.

Das Durchschnitts-Alter der Kinogänger stieg erneut an und lag 2019 bei 39,5 Jahren (2018: 39,0 Jahren).

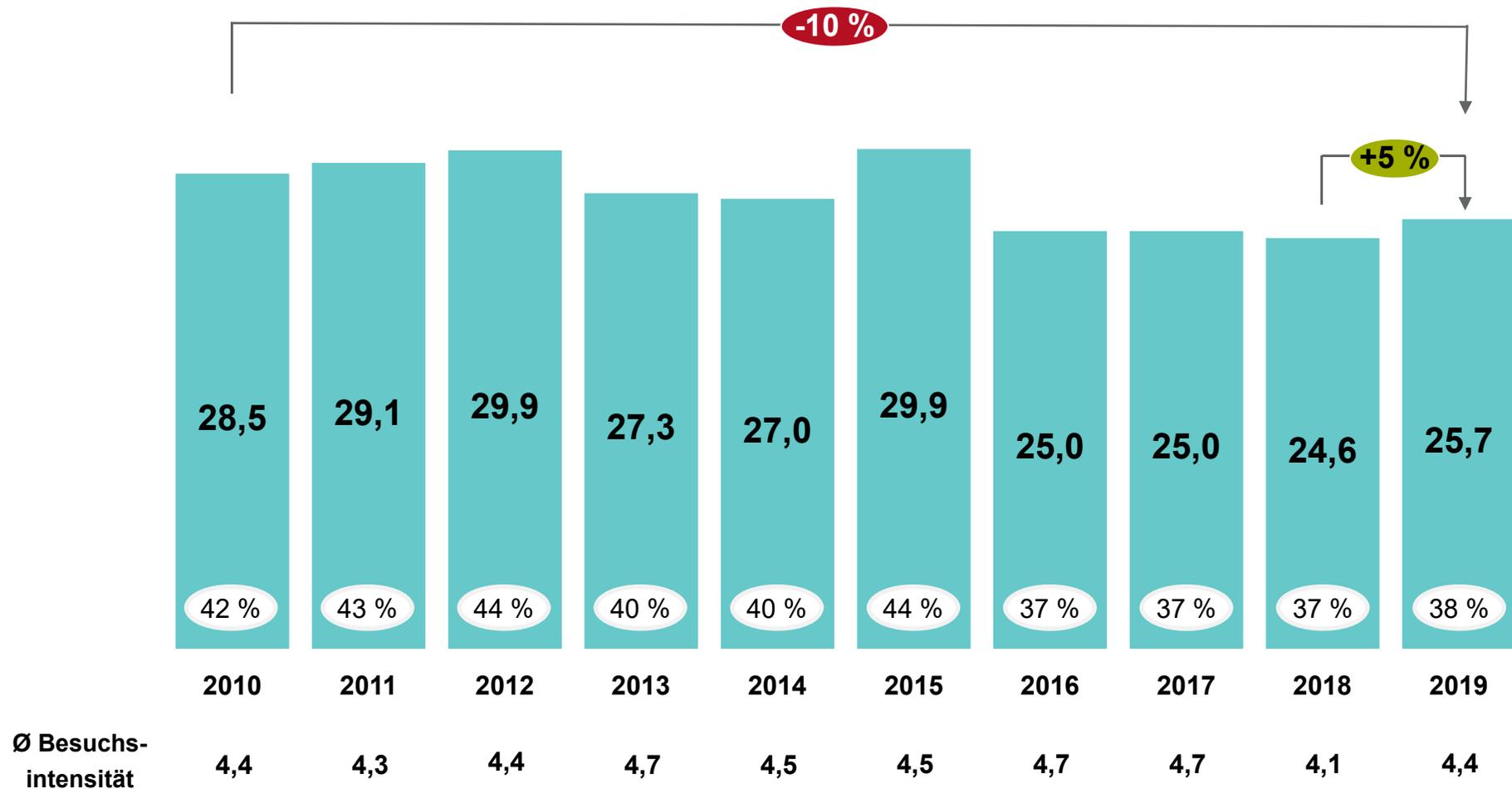
## Inhalt

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2 Kinobesucher I – soziodemografisch
- 3 Kinobesucher II – Reichweiten und Intensitäten**
- 4 Kinobesucher III – filmspezifisch
- 5 Kinobesucher deutscher Filme
- 6 Kinobesucher von 3D-Filmen
- 7 Kinobesucher – Fokus 2019

*Kinobesucher II*

# Besucherreichweite und Besuche pro Kopf

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

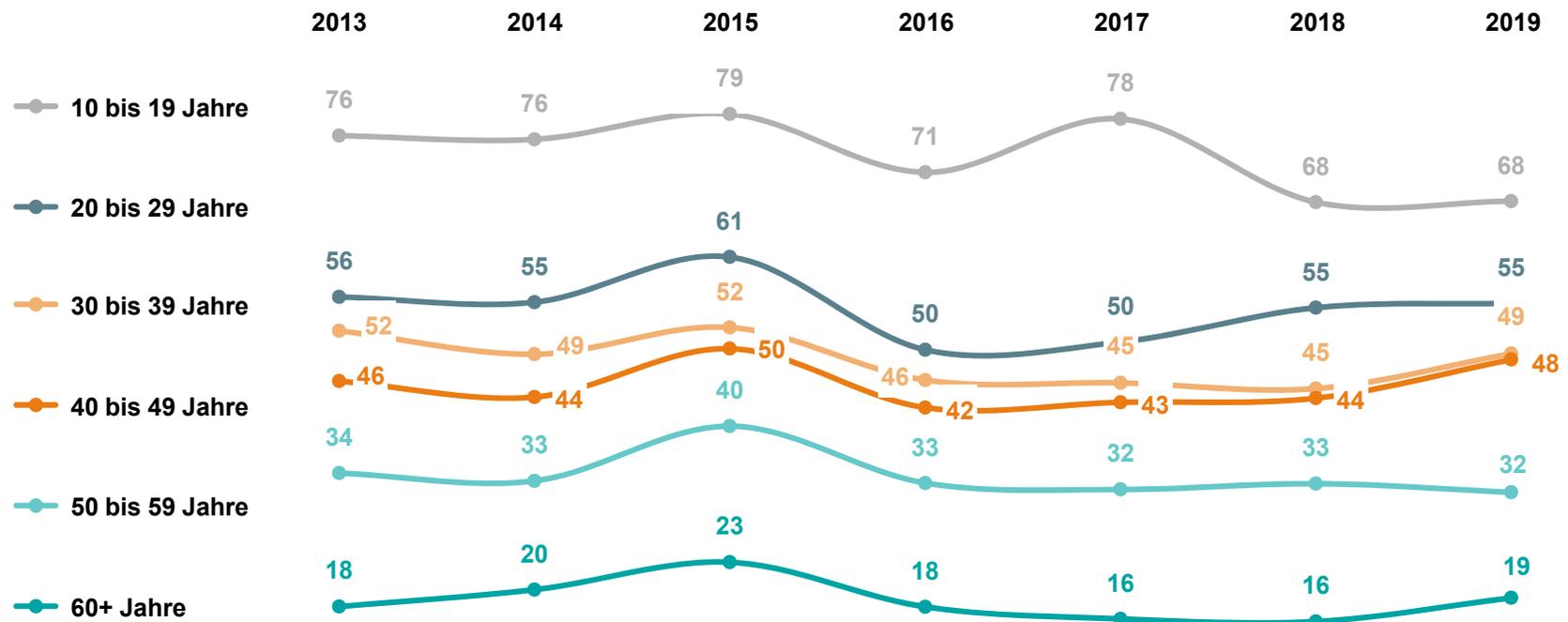


n 2019 = 18.333

# Kinobesucher II

## Reichweitenentwicklung – Altersgruppen

Basis: Personen in %

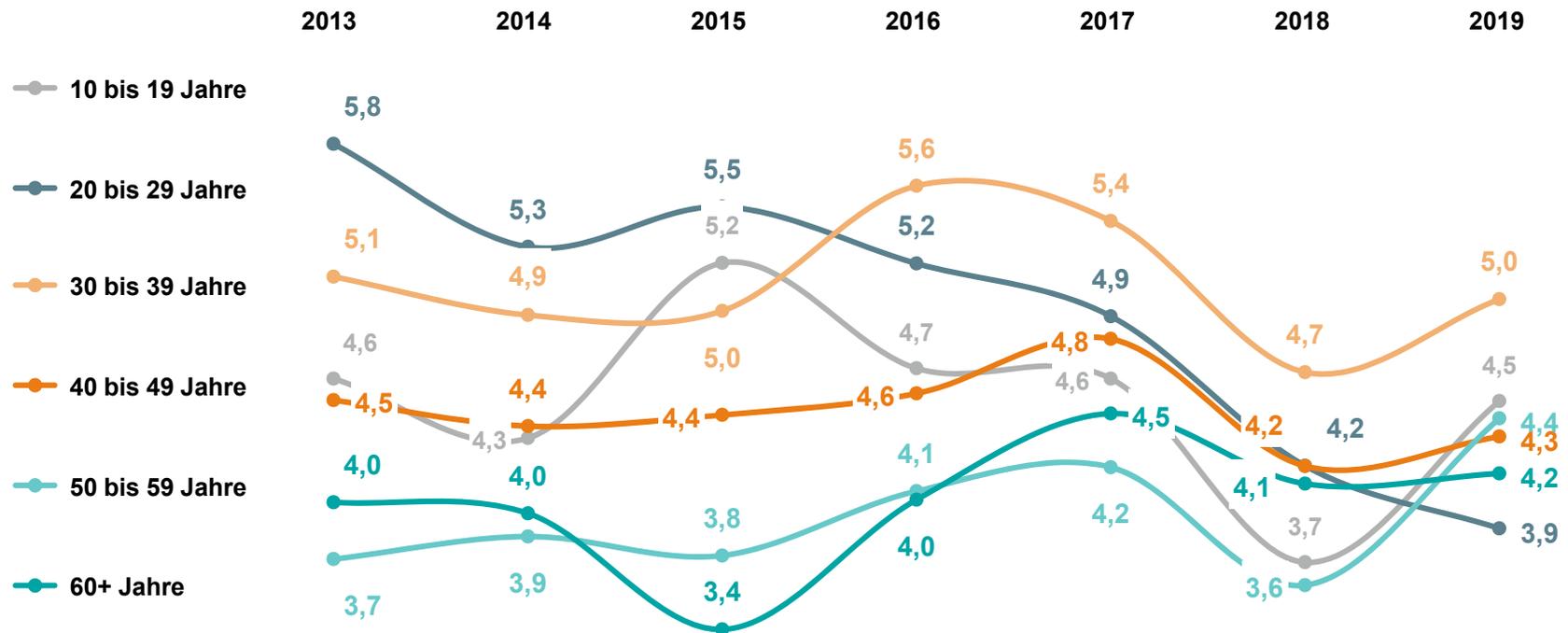


Nachdem die Reichweite in der jüngsten Altersgruppe von 2017 auf 2018 deutlich fiel, konnte sie sich 2019 stabilisieren. Die Reichweite ist bei den 30- bis 49-Jährigen wieder gestiegen.

*Kinobesucher II*

# Entwicklung der Besuchsintensität – Altersgruppen

Basis: Besuche pro Person

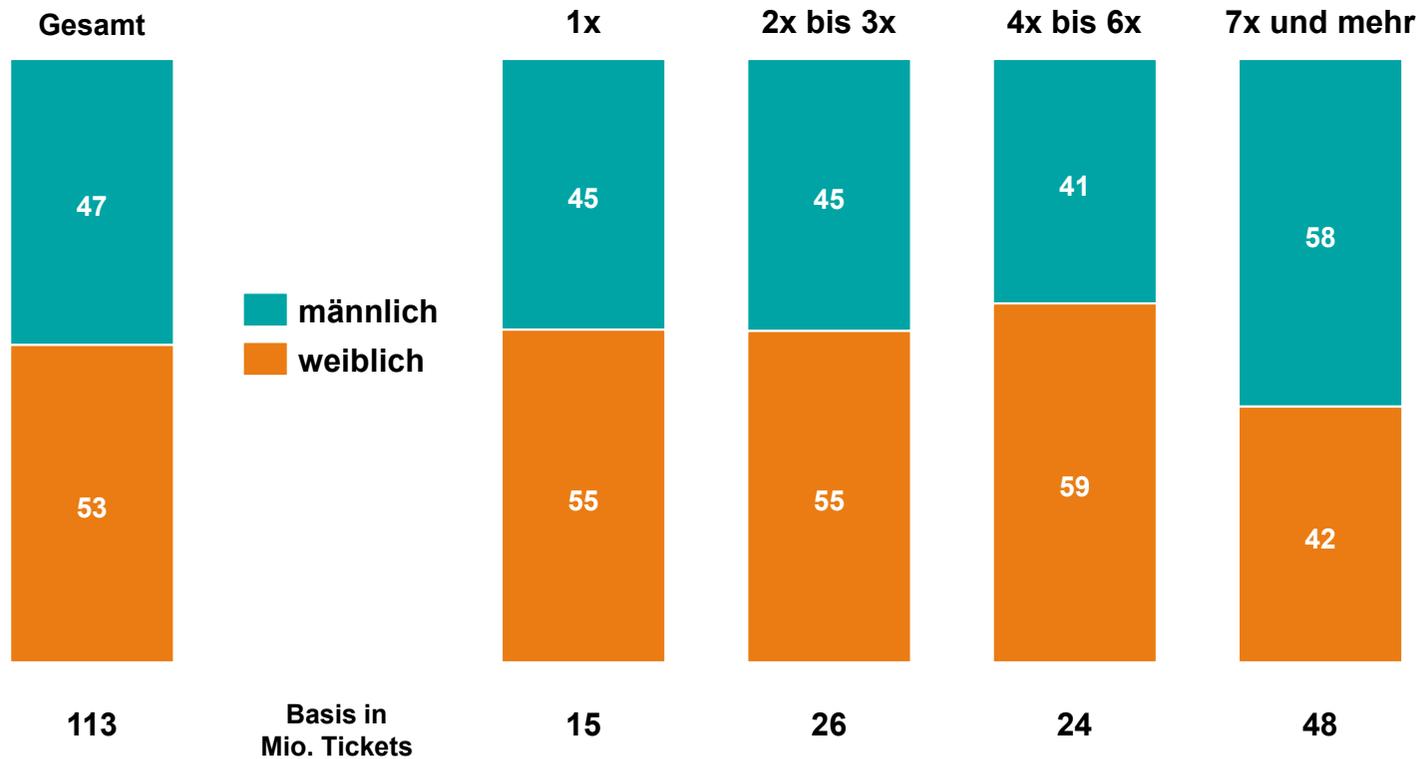


**Nach den niedrigen Werten 2018 verbuchten 2019 alle Altersgruppen einen deutlichen Anstieg – bis auf die Altersklasse der 20- bis 29-Jährigen mit einer abermals fallenden Besuchsintensität.**

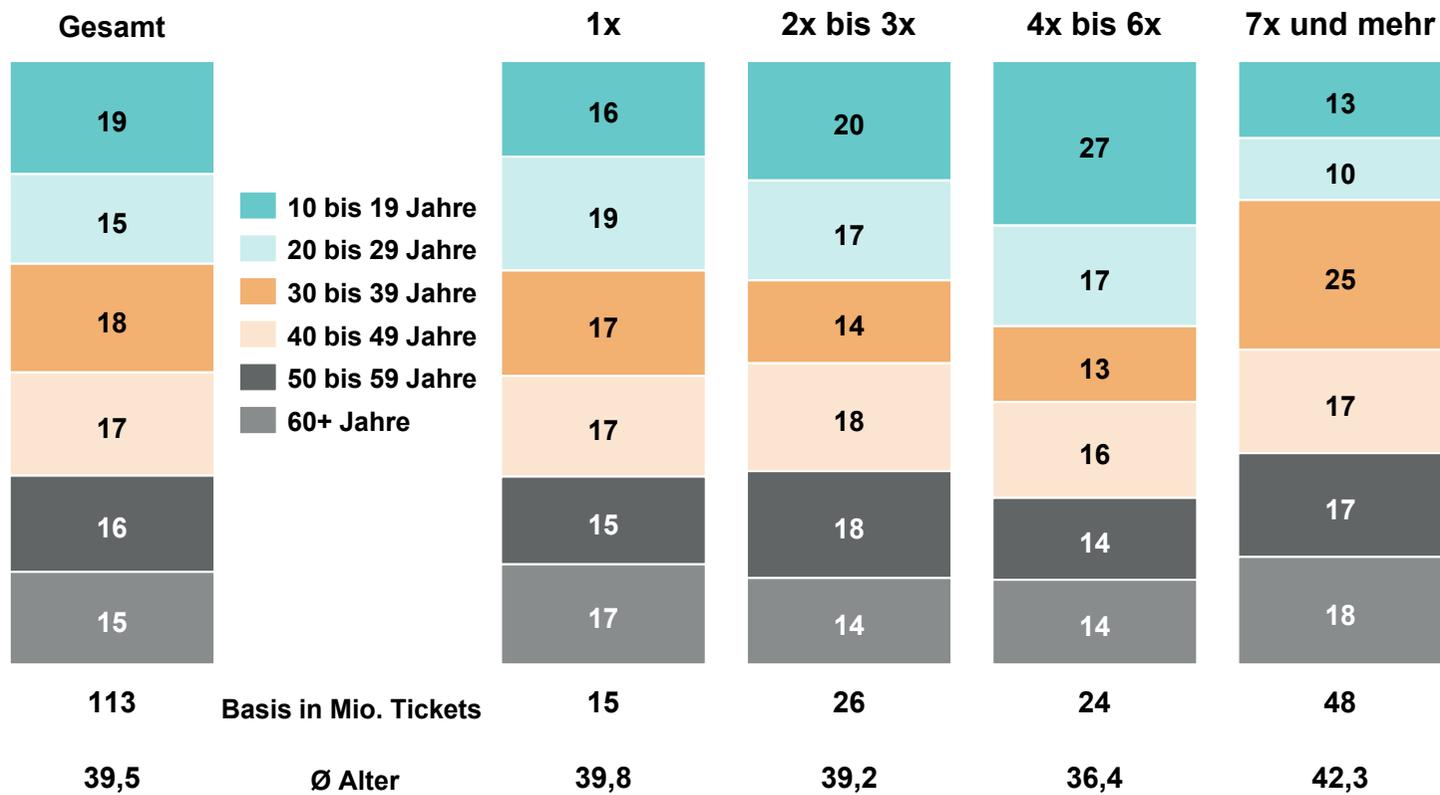
## Kinobesucher II

# Besuchsintensität – Geschlecht

Basis: Tickets in %



**Kinobesucher II**  
**Besuchsintensität – Altersgruppen**  
 Basis: Tickets in %



## Key Facts zum Kinobesucher II

### Reichweiten und Intensitäten

**25,7 Mio. Personen fanden im Jahr 2019 den Weg ins Kino – eine Erholung um 5 Prozent nach dem niedrigen Wert 2018. Mit Ausnahme des Rekordjahrs 2015 stellt dies erstmalig wieder eine positive Entwicklung seit 2012 dar.**

**Die Besucherreichweite gemessen an der Gesamtbevölkerung konnte sich um 1 Prozentpunkt auf 38 Prozent erhöhen. Der starke Reichweitenverlust 2018 in der Altersgruppe 10 bis 19 Jahre konnte sich 2019 stabilisieren. Auch in den anderen Altersgruppen konnte die Reichweite gehalten werden oder stieg leicht an.**

**Am kinoaffinsten nach Reichweite waren erneut die 10- bis 19-Jährigen (68 Prozent).**

**Die Besuchsintensität stieg im Vergleich zum Vorjahr auf 4,4, was ein Plus von 8 Prozent bedeutet. Sie konnte sich damit nach 2018 wieder erholen, erreichte jedoch nicht das Niveau aus 2017. Mit durchschnittlich 5,0 Besuchen waren die Pro-Kopf-Besuche bei den 30- bis 39-Jährigen am höchsten. Sie sind 2019 damit erneut die kinoaffinste Gruppe nach Besuchsintensität vor den 10- bis 19-Jährigen mit 4,5 Besuchen.**

**Der typische Heavy-User mit 7 und mehr Kinobesuchen war im Jahr 2019 eher männlich (58 Prozent) und zwischen 30 und 39 Jahren alt (25 Prozent).**

## Inhalt

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2 Kinobesucher I – soziodemografisch
- 3 Kinobesucher II – Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher III – filmspezifisch**
- 5 Kinobesucher deutscher Filme
- 6 Kinobesucher von 3D-Filmen
- 7 Kinobesucher – Fokus 2019

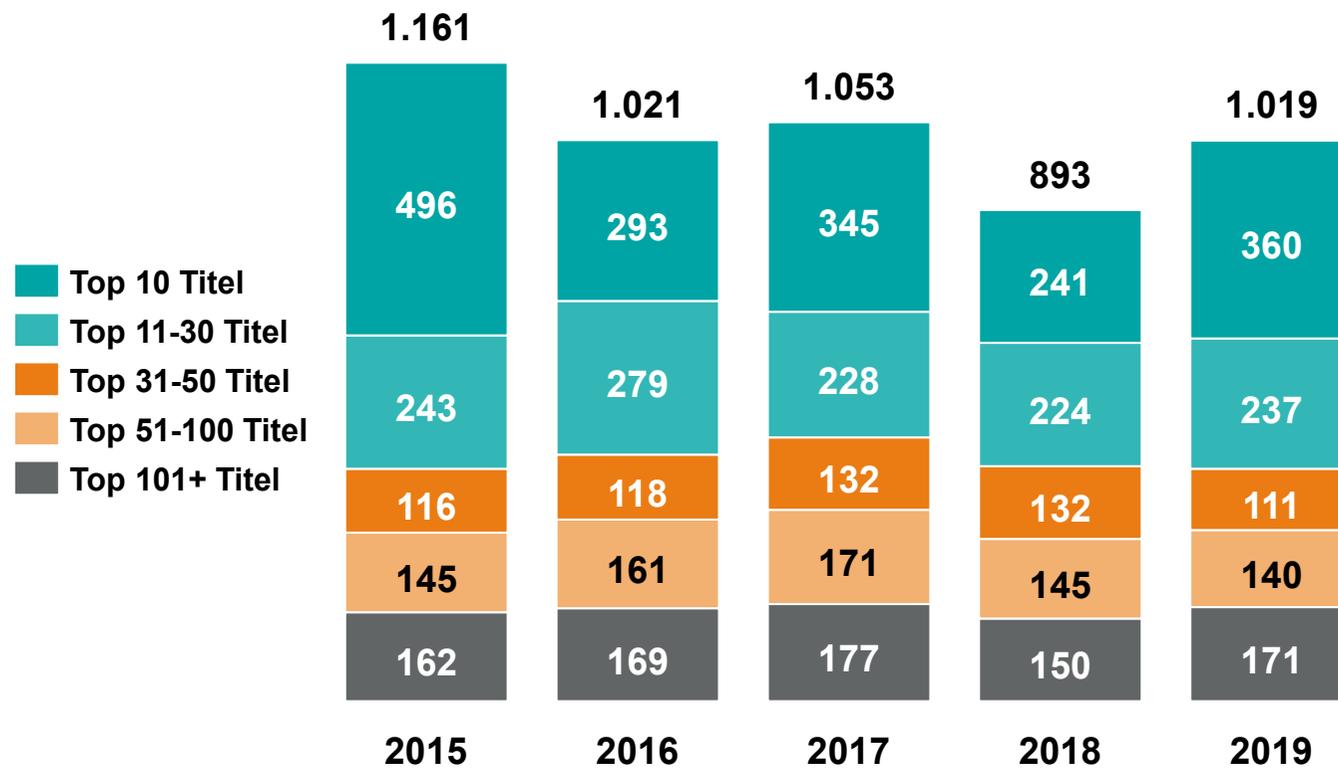
*Kinobesucher III*

# Top 10 Titel 2019 – 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
Avengers: Endgame	Avengers: Endgame	Avengers: Endgame	Avengers: Endgame	Star Wars: Der Aufstieg Skywalkers	Der Junge muss an die frische Luft
Die Eiskönigin 2	Der König der Löwen - 2019	Die Eiskönigin 2	Die Eiskönigin 2	Das perfekte Geheimnis	Green Book - Eine besondere Freundschaft
Der König der Löwen - 2019	Joker - 2019	Joker - 2019	Star Wars: Der Aufstieg Skywalkers	Der Junge muss an die frische Luft	Der König der Löwen - 2019
Drachenzähmen leicht gemacht 3: Die geheime Welt	Das perfekte Geheimnis	Der König der Löwen - 2019	Der König der Löwen - 2019	Der König der Löwen - 2019	Monsieur Claude 2
Star Wars: Der Aufstieg Skywalkers	Die Eiskönigin 2	Star Wars: Der Aufstieg Skywalkers	Das perfekte Geheimnis	Avengers: Endgame	Das perfekte Geheimnis
Das perfekte Geheimnis	Captain Marvel	Captain Marvel	Drachenzähmen leicht gemacht 3: Die geheime Welt	Die Eiskönigin 2	Ich war noch niemals in New York
Pets 2	Star Wars: Der Aufstieg Skywalkers	Das perfekte Geheimnis	Der Junge muss an die frische Luft	Bohemian Rhapsody	Die Frau des Nobelpreisträgers
After Passion	Aladdin - 2019	Drachenzähmen leicht gemacht 3: Die geheime Welt	Joker - 2019	Green Book - Eine besondere Freundschaft	Bohemian Rhapsody
Chaos im Netz	Es: Kapitel 2	Pets 2	Pets 2	Joker - 2019	Der Fall Collini
Captain Marvel	Spider-Man: Far from Home	Once upon a Time... In Hollywood	Captain Marvel	Leberkäsjunkie	Yesterday

*Kinobesucher III*  
**Verteilung der Top-Titel**  
 Basis: Umsatz in Mio. €



**Veränderungsraten  
in Mio. und %**

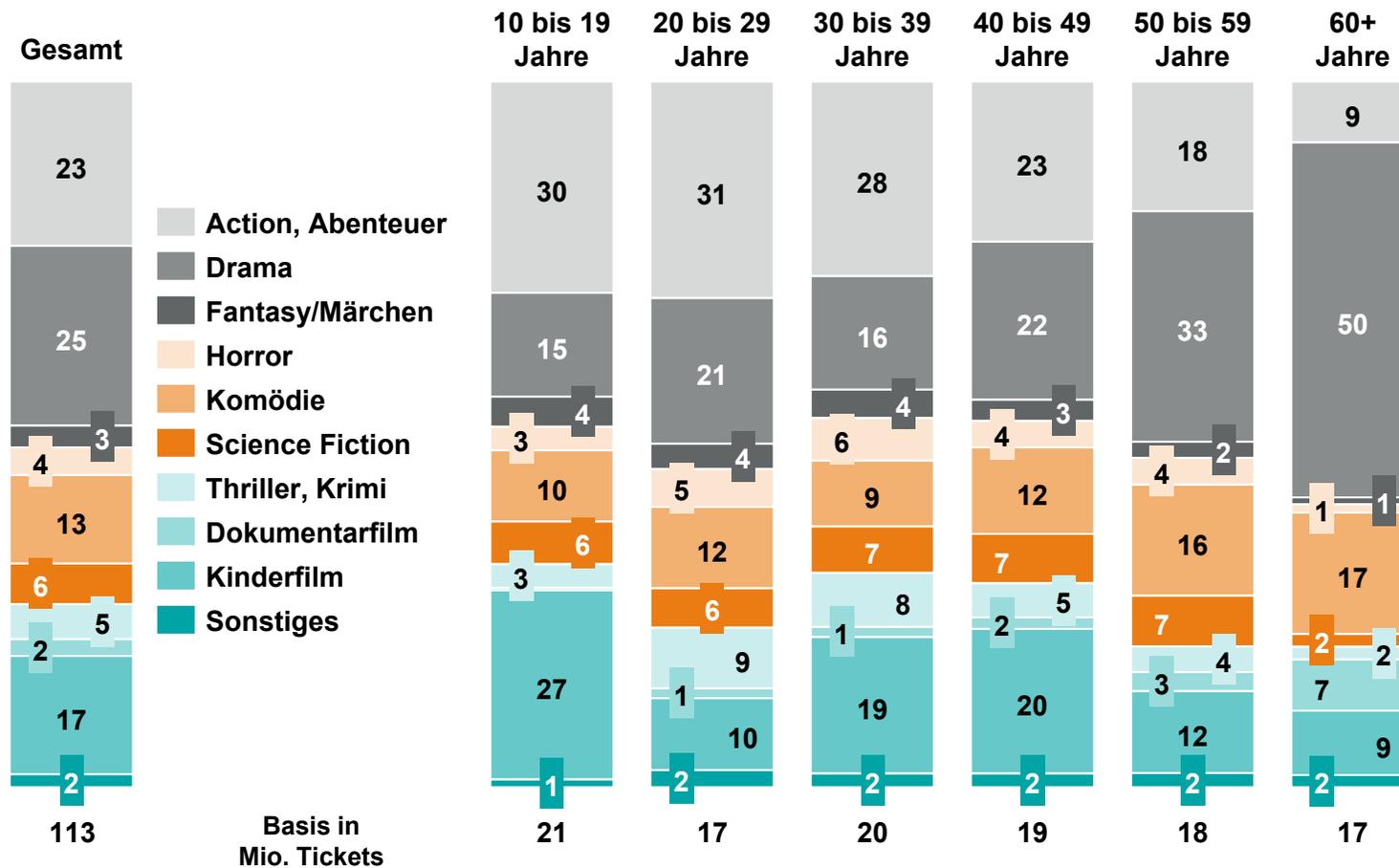
19 vs. 18

+118 Mio. €	+49 %
+13 Mio. €	+6 %
-21 Mio. €	-16 %
-4 Mio. €	-2 %
+19 Mio. €	+13 %

# Kinobesucher III

## Genre – Altersgruppen

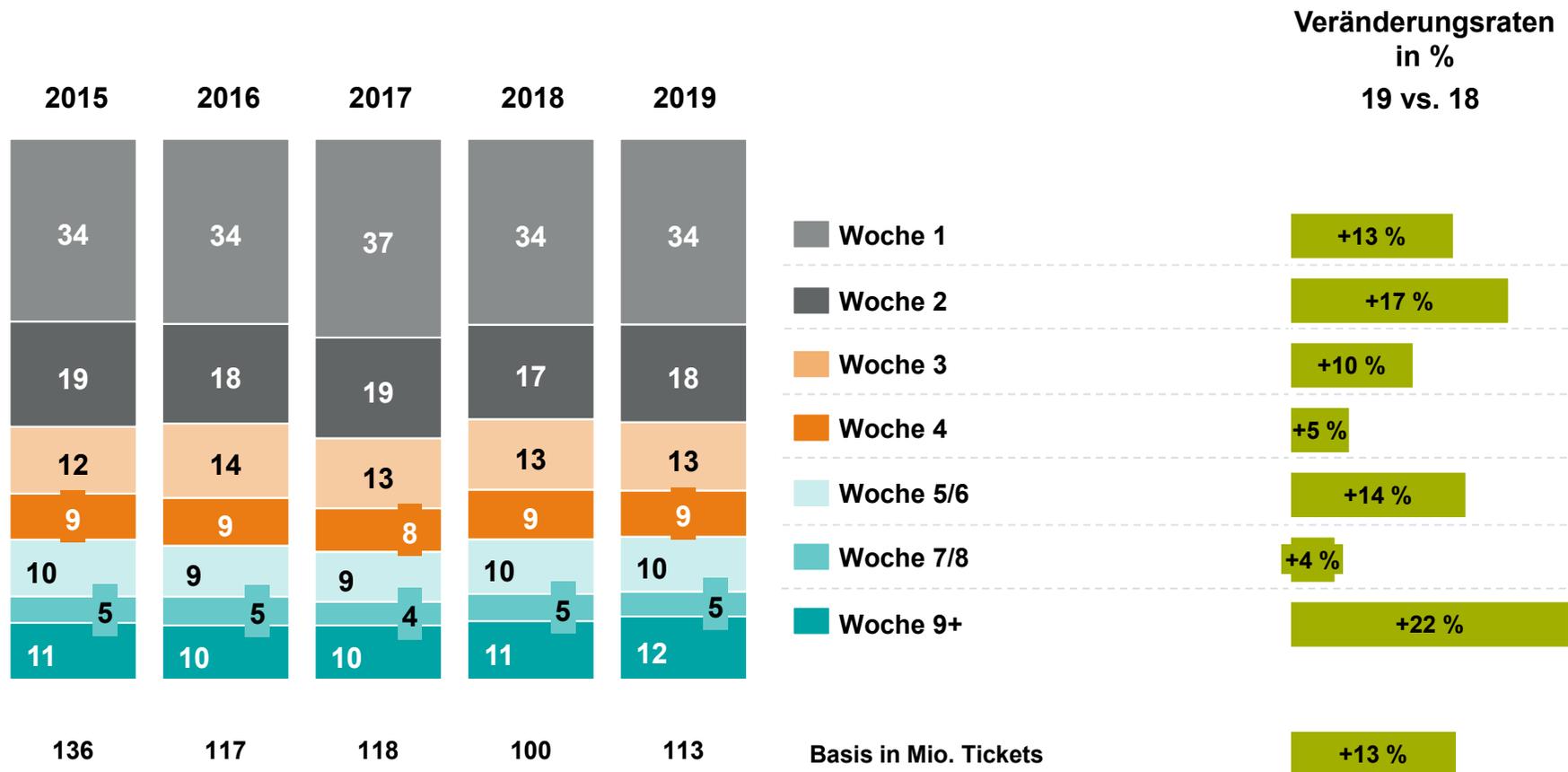
Basis: Tickets in %



*Kinobesucher III*

# Zeitpunkt des Besuchs im Zeitverlauf

Basis: Tickets in %

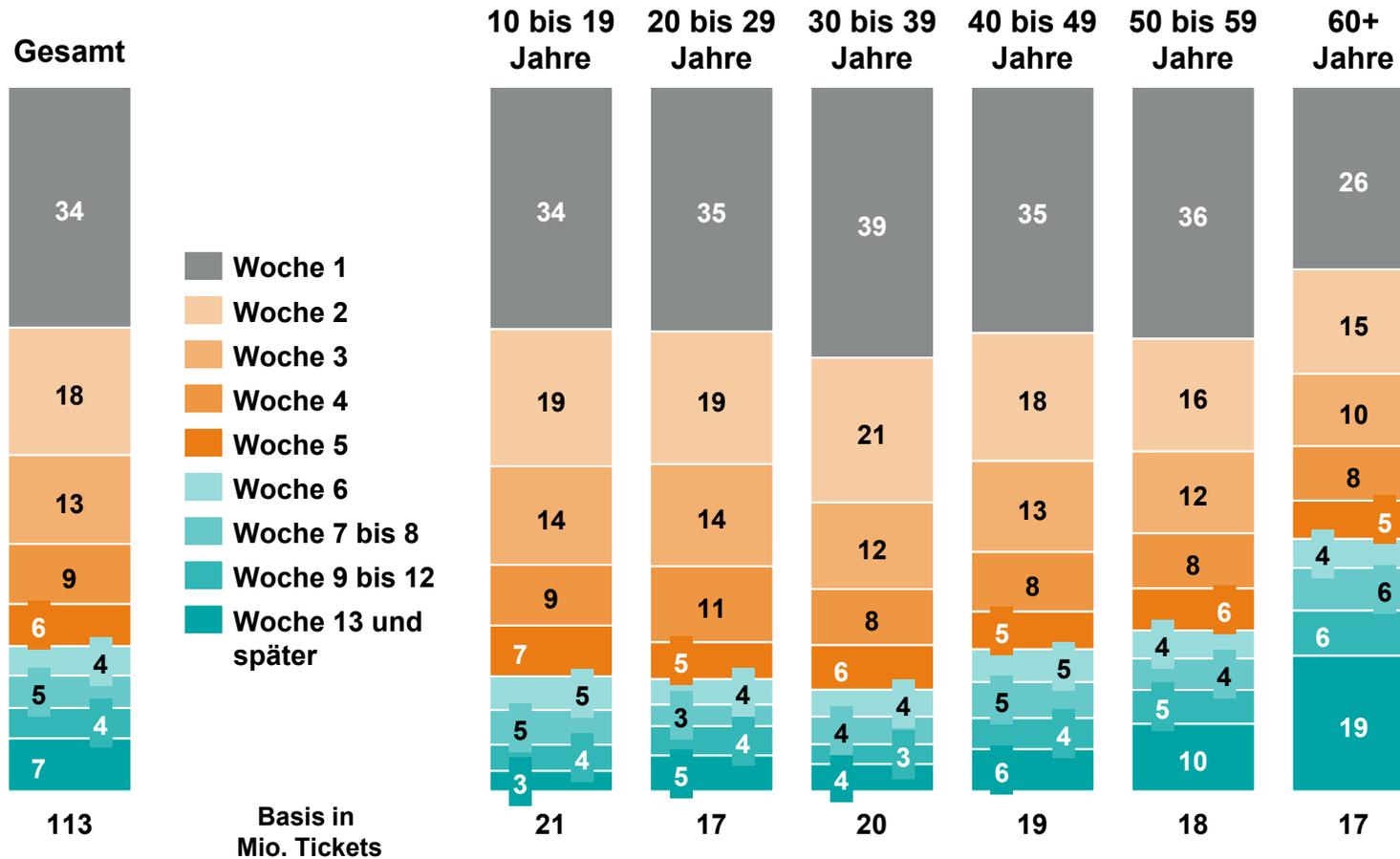


n 2019 = 18.333

*Kinobesucher III*

# Alter der Besucher – Zeitpunkt des Besuchs

Basis: Tickets in %

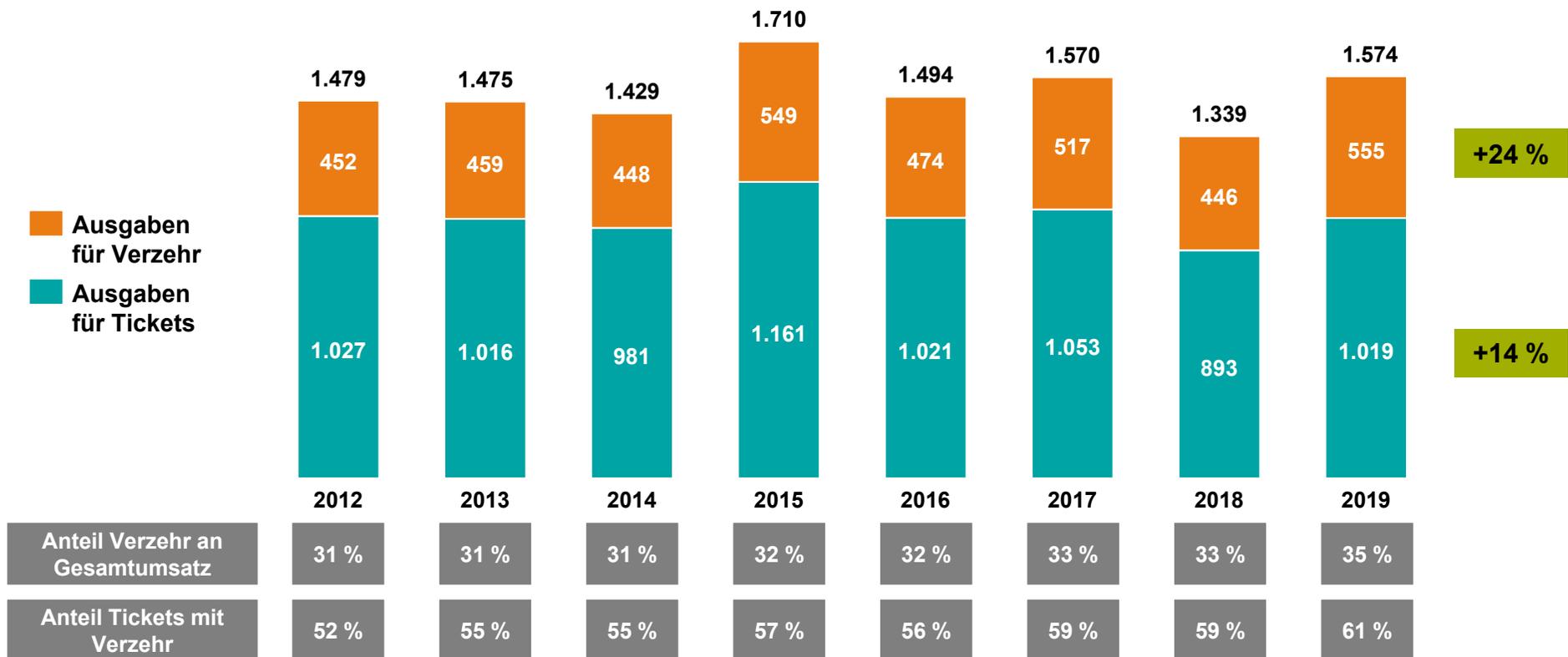


*Kinobesucher III*

# Ausgaben für Tickets und Verzehr

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

Veränderungs-  
raten in %  
19 vs. 18

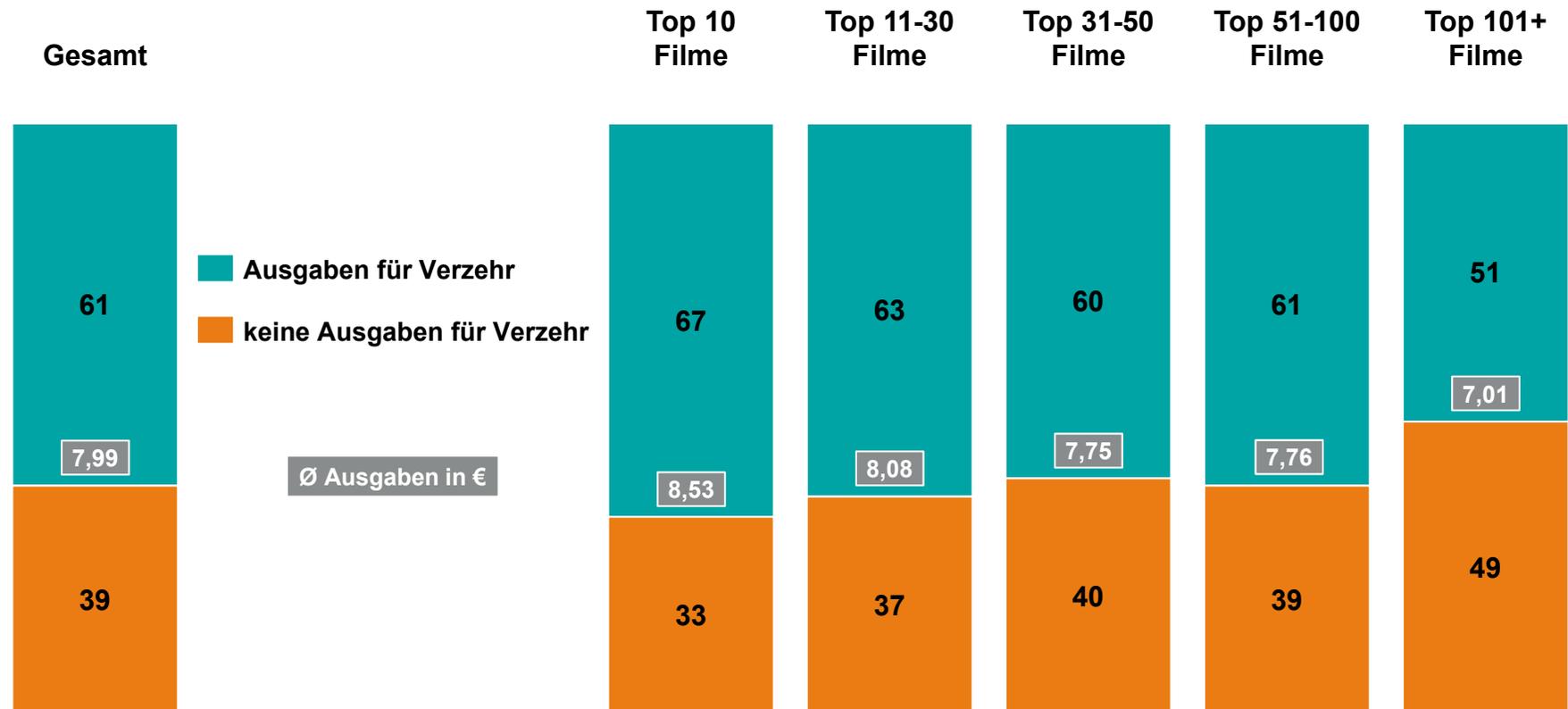


n 2019 = 18.333

*Kinobesucher III*

# Ausgaben für Verzehr nach Top Filmen

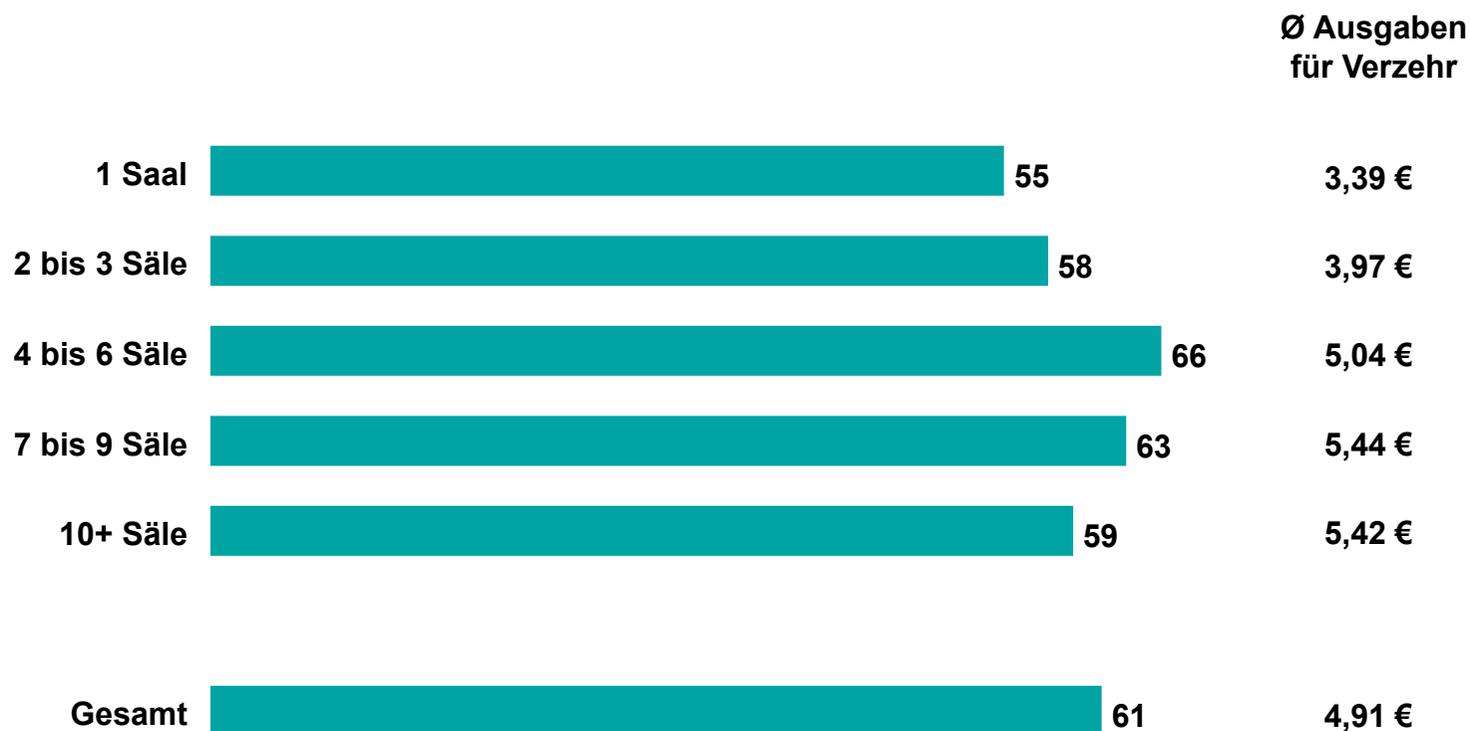
Basis: Tickets in %



*Kinobesucher III*

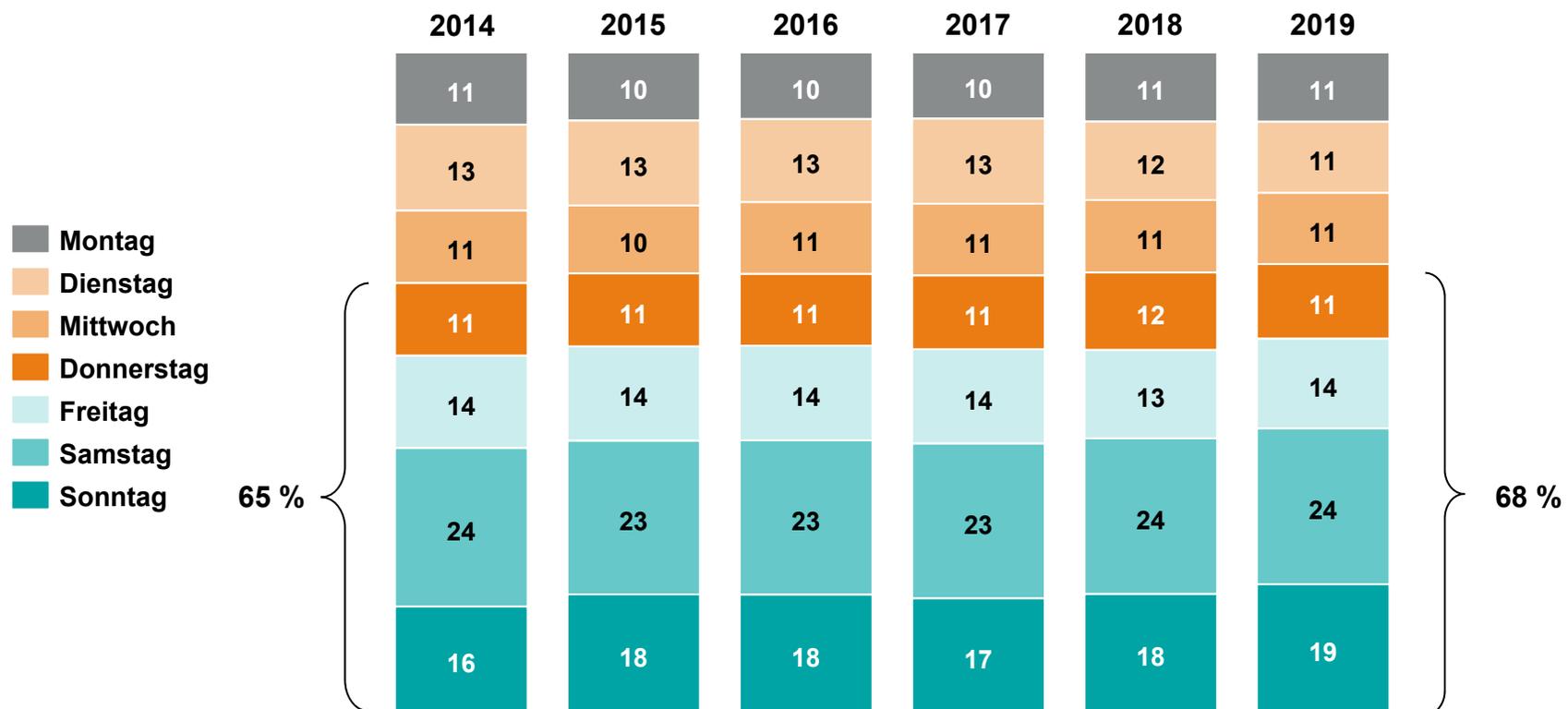
# Verzehr – Anzahl der Säle

Basis: Tickets in %



**Kinos mit 4 bis 6 Sälen waren 2019 bei der Kundenwerbung im Concession-Bereich am erfolgreichsten. Hier kauften 66 Prozent der Kinobesucher auch Speisen und Getränke.**

*Kinobesucher III*  
**Wochentage**  
 Basis: Tickets in %

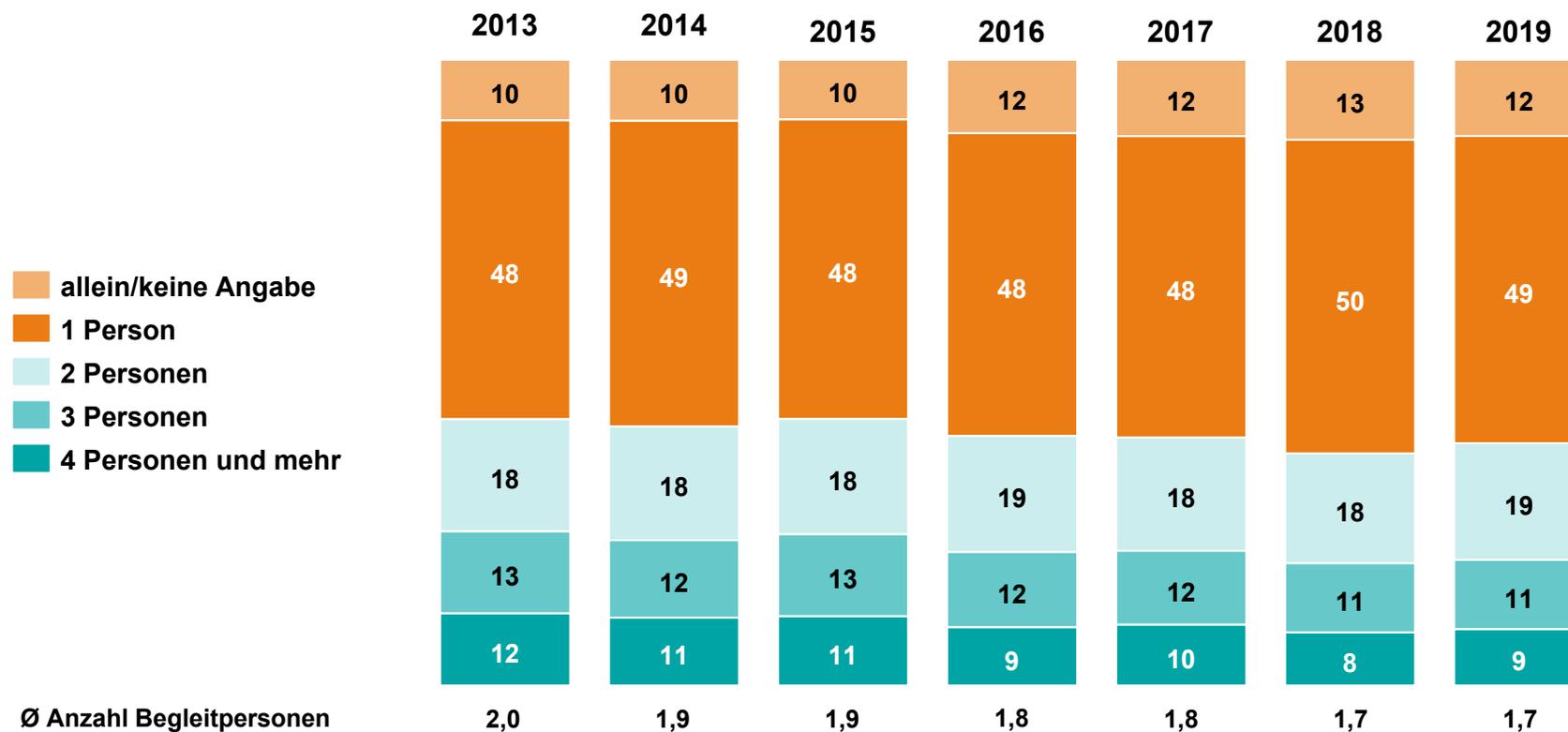


**Genau wie in den Vorjahren fand der Großteil aller Kinobesuche in der zweiten Wochenhälfte von Donnerstag bis Sonntag statt.**

*Kinobesucher III*

# Anzahl der Begleitpersonen

Basis: Tickets in %



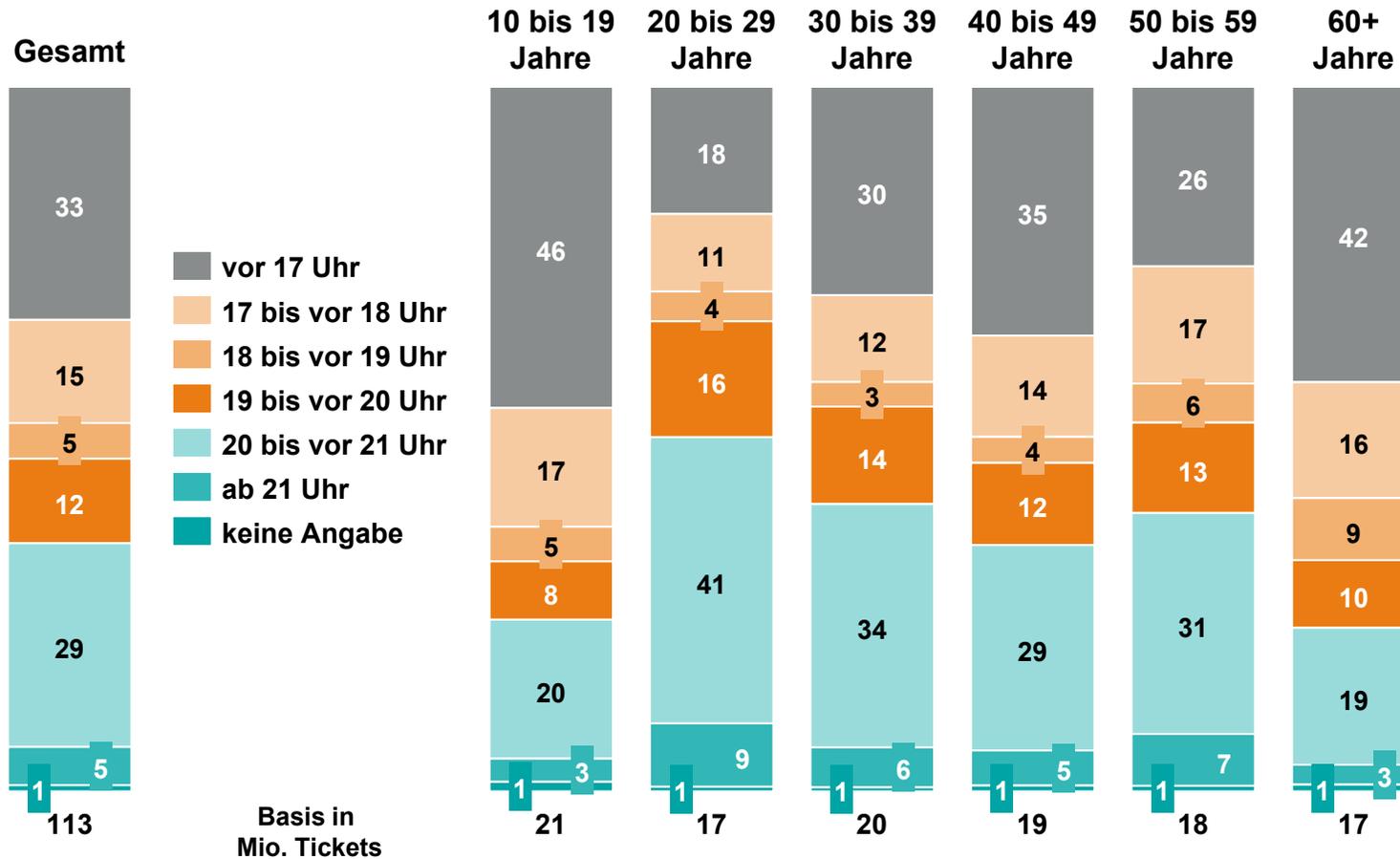
**Im Jahr 2019 ging man durchschnittlich gemeinsam mit 1,7 Personen ins Kino.**

n 2019 = 18.333

*Kinobesucher III*

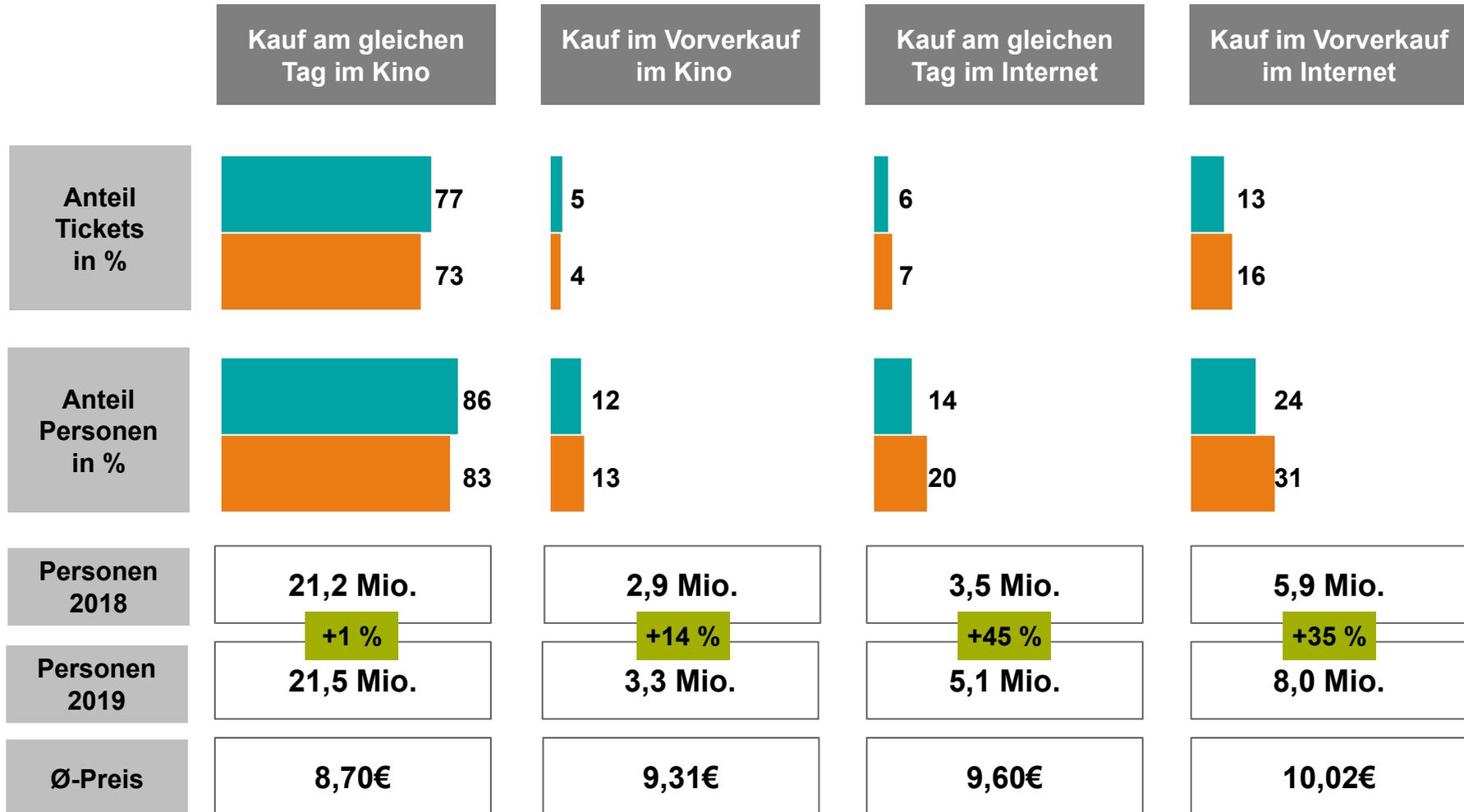
# Alter der Besucher – Zeitpunkt des Besuchs

Basis: Tickets in %



n 2019 = 18.333

# Kinobesucher III Ticketkauf



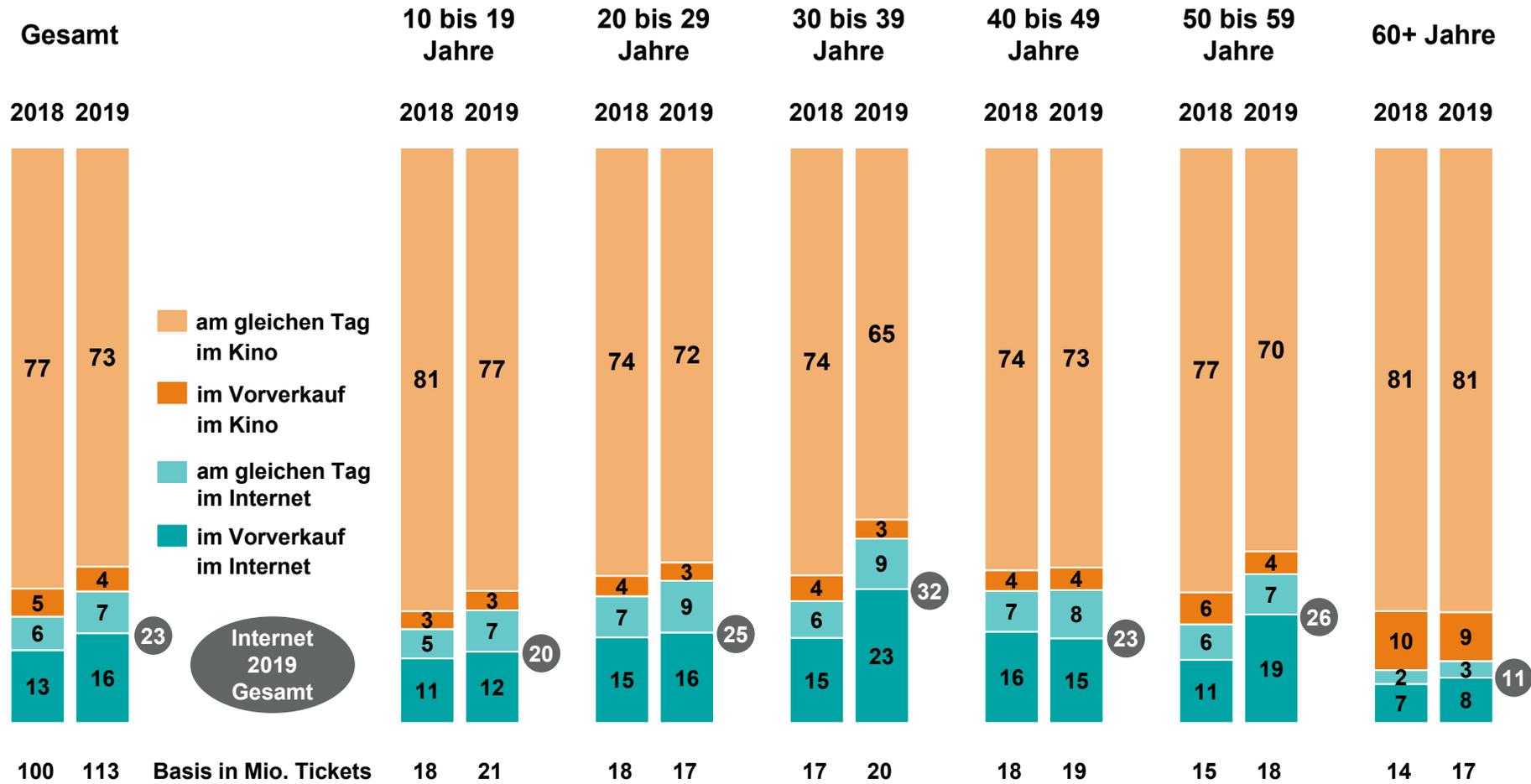
n 2019 = 18.333

2018 2019

# Kinobesucher III

## Ticketkauf – Altersgruppen

Basis: Tickets in %

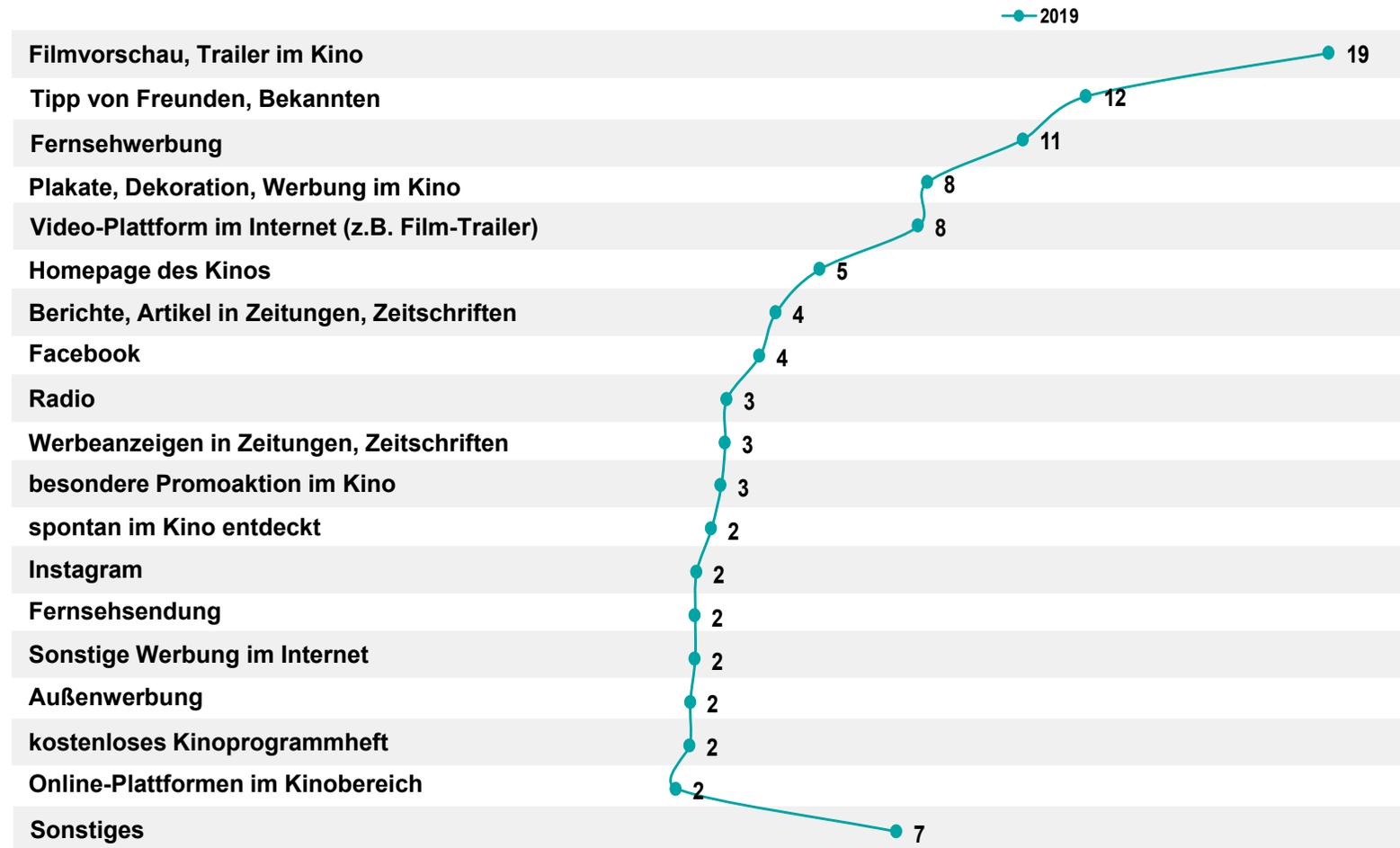


n 2019 = 18.333

*Kinobesucher III*

**Sources of Awareness 2019\***

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



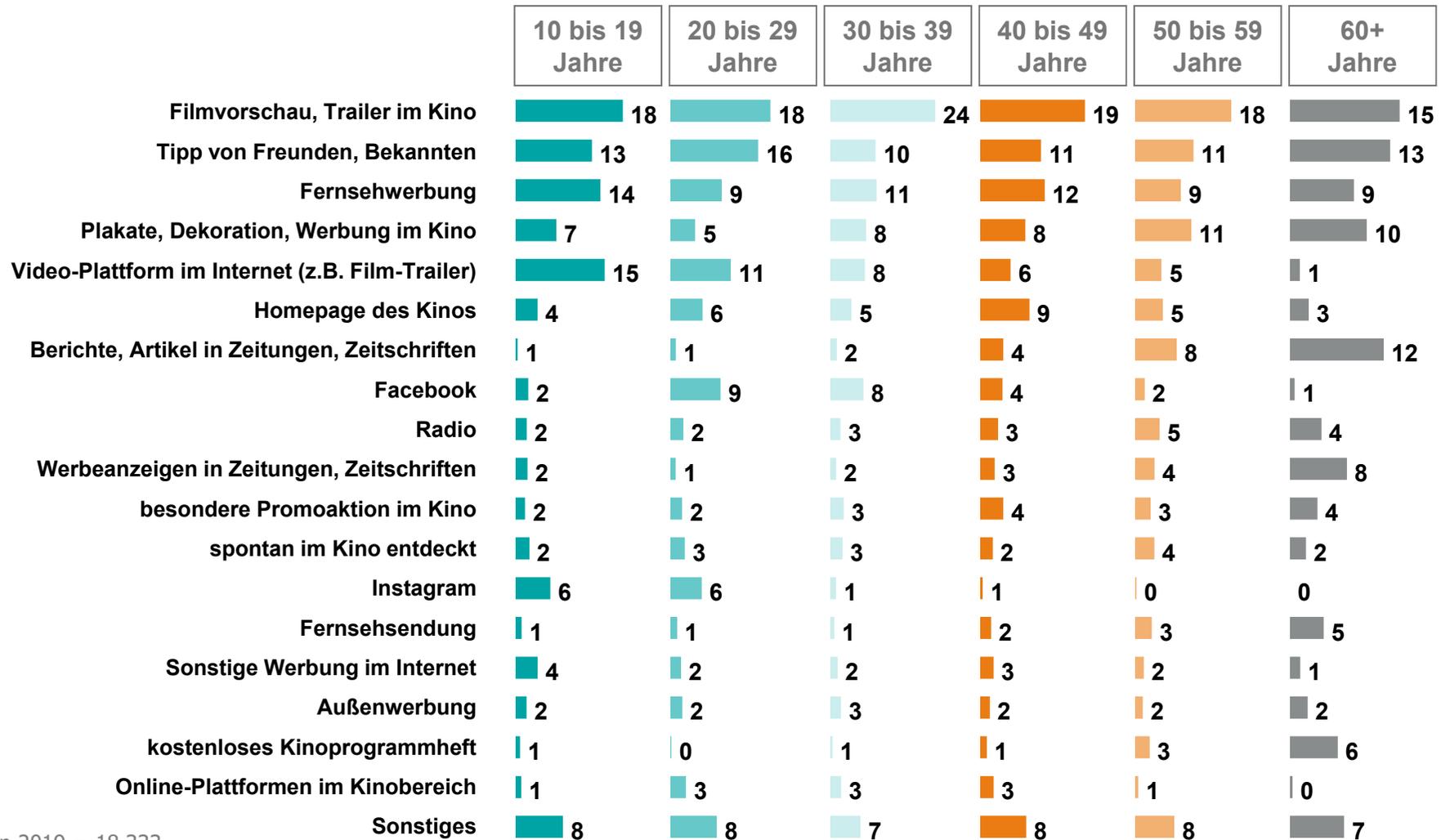
n 2019 = 18.333

\*Im Jahr 2019 wurden neue Merkmale im Fragebogen aufgenommen. Aufgrund dieser Erweiterung sind die Daten im Vergleich zu den Vorjahren nur eingeschränkt vergleichbar.

*Kinobesucher III*

# Sources of Awareness\* – Altersgruppen

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



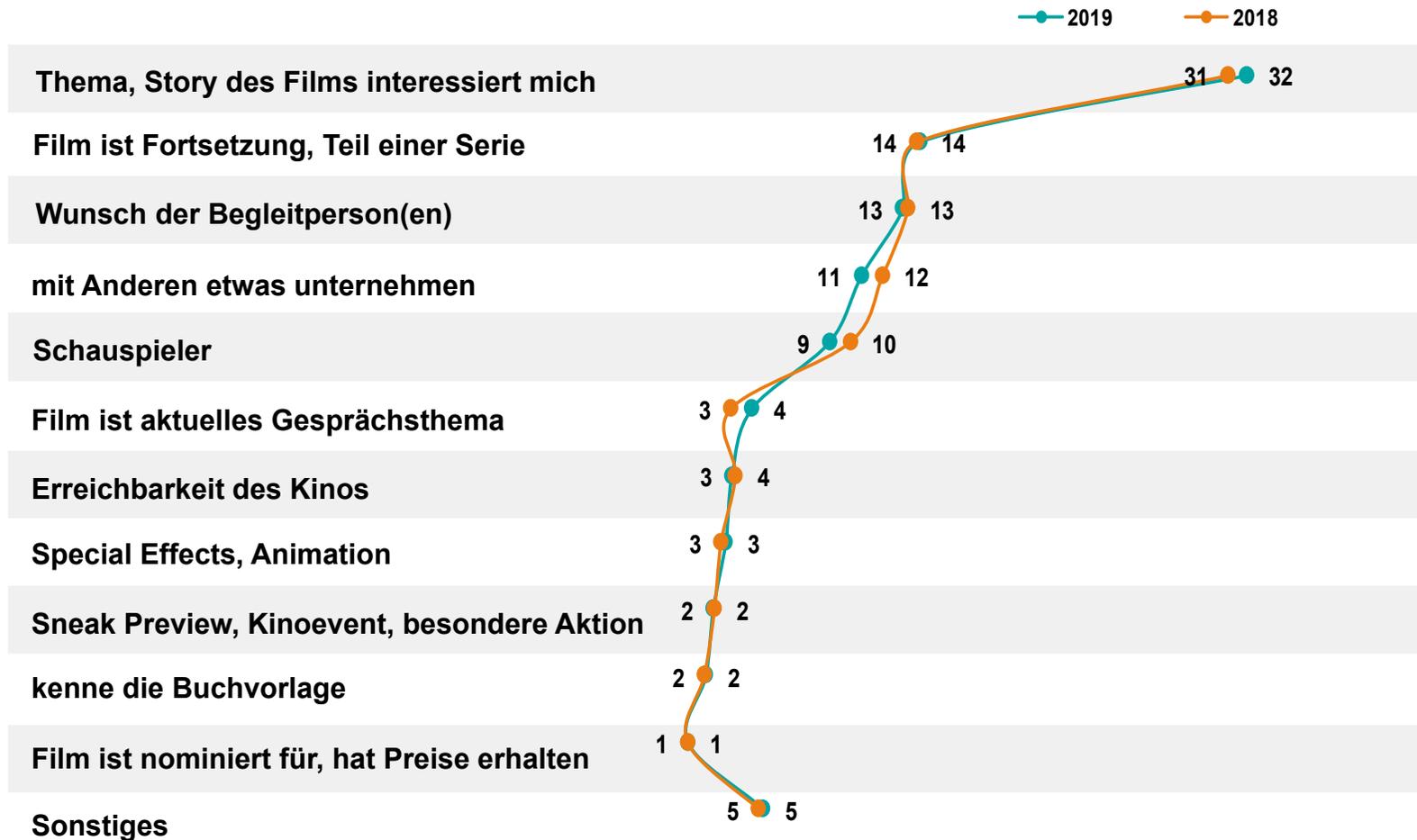
n 2019 = 18.333

\*Im Jahr 2019 wurden neue Merkmale im Fragebogen aufgenommen. Aufgrund dieser Erweiterung sind die Daten im Vergleich zu den Vorjahren nur eingeschränkt vergleichbar.

*Kinobesucher III*

# Besuchsgrund 2019/2018

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)

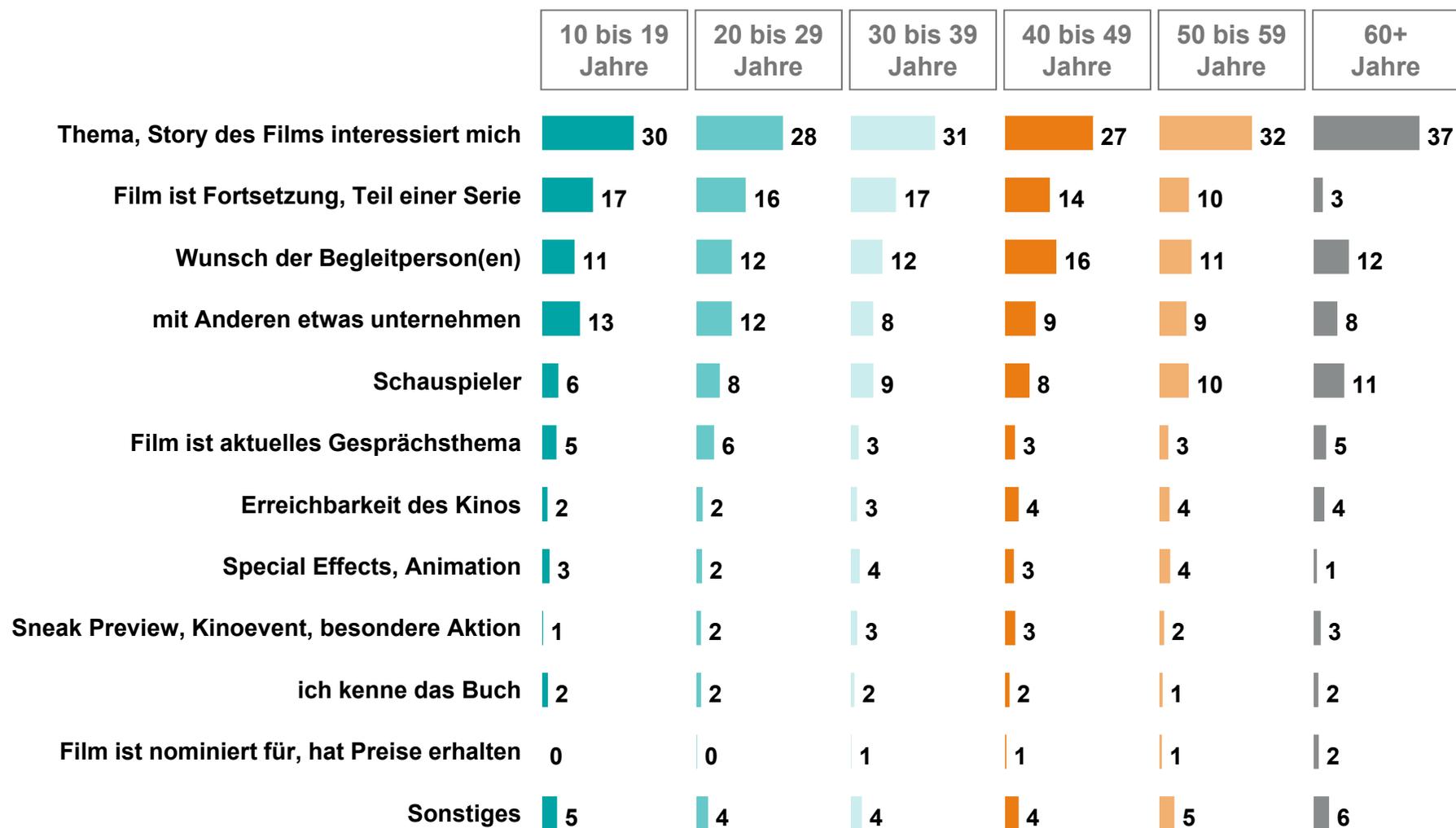


n 2019 = 18.333

*Kinobesucher III*

# Besuchsgrund – Altersgruppen

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



n 2019 = 18.333

## Key Facts zum Kinobesucher III

### filmspezifisch I

Prägnant für das Jahr 2019 war, dass umsatzseitig vor allem die TOP-10-Titel des Jahres ein Wachstum von 49 Prozent im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen konnten und bei 360 Mio. Euro Umsatz lagen.

Nachdem die Komödie 2018 auf Platz 3 und somit nicht mehr an der Spitze der Genre-Vorlieben stand, musste sie 2019 auf Platz 4 weichen (13 Prozent). Damit lag sie hinter Drama (25 Prozent), Action- und Abenteuerfilmen (23 Prozent) sowie Kinderfilmen (17 Prozent).

Der Verzehranteil an den Kinogesamtausgaben betrug 35 Prozent (33 Prozent 2018) – der höchste Anteil seit der Erhebung. Der Gesamterlös aus Ticket- und Concession-Verkauf lag bei 1.574 Mio. Euro. Sowohl die Ausgaben für Verzehr (+24 Prozent) als auch für Tickets (+14 Prozent) stiegen im Vergleich zum Vorjahr. Mit 61 Prozent aller Kinobesucher, die 2019 Geld für Getränke, Popcorn und Co. ausgaben, wurde ebenfalls der höchste Wert seit Studienbeginn gemessen.

Kinos mit 4 bis 6 Sälen konnten die meisten Besucher zum Popcorn-Kauf bewegen (66 Prozent), wohingegen in Kinos mit 7 bis 9 Sälen das meiste Geld mit durchschnittlich 5,44 Euro für Verzehr pro Ticket gelassen wurde.

## Key Facts zum Kinobesucher III

### filmspezifisch II

50 Prozent der Twens sahen sich lieber Filme ab 20 Uhr an, 58 Prozent der über 60-Jährigen bevorzugten hingegen einen Filmbeginn vor 18 Uhr. Bei der Besuchswache zeigten sich ebenfalls Unterschiede bei den über 60-Jährigen: Nur 26 Prozent gingen in der Startwoche eines Films ins Kino (Gesamt: 34 Prozent), 19 Prozent ab Woche 13 (Gesamt: 7 Prozent).

Der Großteil aller Kinobesuche fand auch 2019 von Donnerstag bis Sonntag statt (68 Prozent). Rund die Hälfte (49 Prozent) gingen zu zweit ins Kino.

„Filmvorschau, Trailer im Kino“ war mit 19 Prozent die wichtigste Aufmerksamkeitsquelle. Auf den Plätzen 2 und 3 lagen „Tipp von Freunden, Bekannten“ sowie „Fernsehwerbung“ mit 12 Prozent bzw. 11 Prozent.

Der häufigste Besuchsgrund war auch 2019 mit großem Abstand „Thema, Story interessiert mich“ mit 32 Prozent, gefolgt von „Film ist Fortsetzung, Teil einer Serie“ (14 Prozent). Auf Platz 3 folgte knapp dahinter der „Wunsch der Begleitperson“ (13 Prozent).

## Inhalt

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2 Kinobesucher I – soziodemografisch
- 3 Kinobesucher II – Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher III – filmspezifisch
- 5 Kinobesucher deutscher Filme**
- 6 Kinobesucher von 3D-Filmen
- 7 Kinobesucher – Fokus 2019

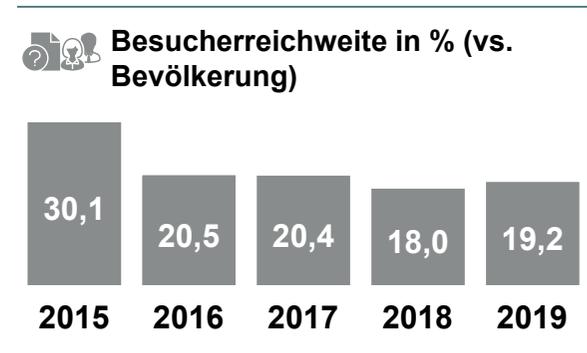
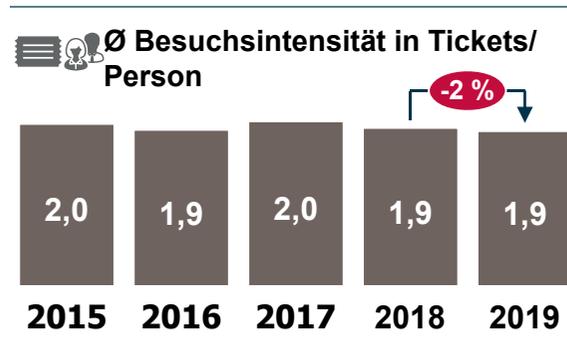
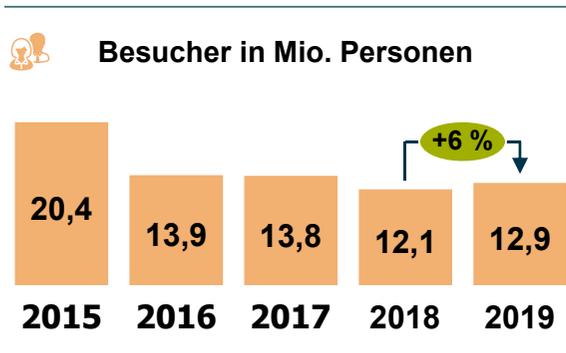
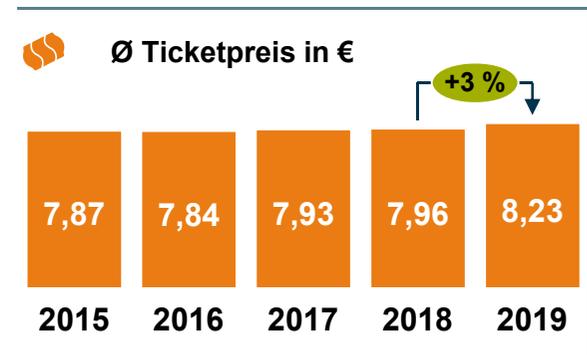
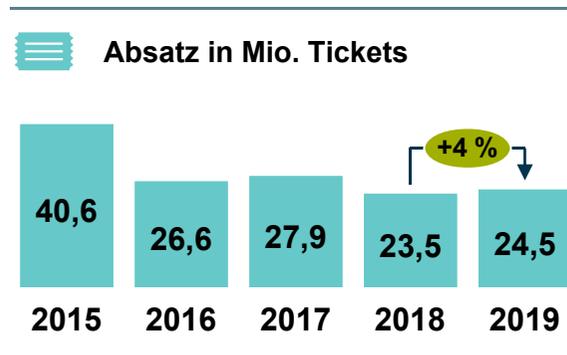
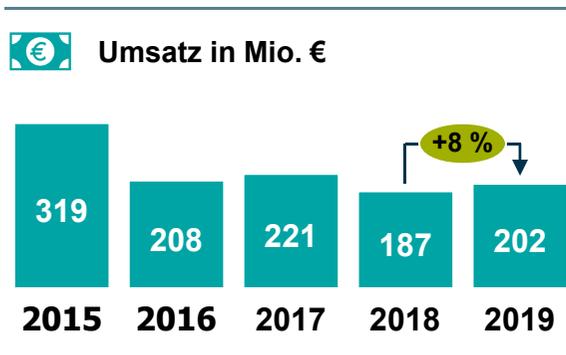
## Kinobesucher deutscher Filme Entwicklung – Kinomarkt in Deutschland

		2014*	2015	2016	2017	2018	2019	19 vs. 18
<b>Gesamt</b>	Mio. Tickets	120,4	135,9	117,0	118,4	100,1	113,0	13 %
	Umsatz in Mio. €	981	1.161	1.021	1.053	893	1.019	14 %
 <b>Deutsche Produktionen</b>	Mio. Tickets	34,0	40,6	26,6	27,9	23,5	24,5	4 %
	Umsatz in Mio. €	250	319	208	221	187	202	8 %
 <b>EU-Produktionen (ohne dt. + dt. Koprod.)</b>	Mio. Tickets	16,6	21,4	14,7	14,0	13,6	20,1	48 %
	Umsatz in Mio. €	119	175	120	116	111	165	49 %
 <b>US-Produktionen</b>	Mio. Tickets	67,7	71,0	73,8	74,4	60,4	63,9	6 %
	Umsatz in Mio. €	591	638	675	693	568	607	7 %
<b>Sonstige</b>	Mio. Tickets	2,1	3,0	1,9	2,1	2,5	4,5	78 %
	Umsatz in Mio. €	20	30	18	23	27	45	66 %

n 2019: Deutschland = 4.703; EU = 3.676; USA = 9.180; Sonstige = 774

\*Aufgrund von nachträglichen Länder-Zuordnungen kommt es bei US- und EU-Produktionen zu leichten Abweichungen im Vergleich zu vorhergehenden Studien

# Kinobesucher deutscher Filme Key-Facts zum deutschen Film

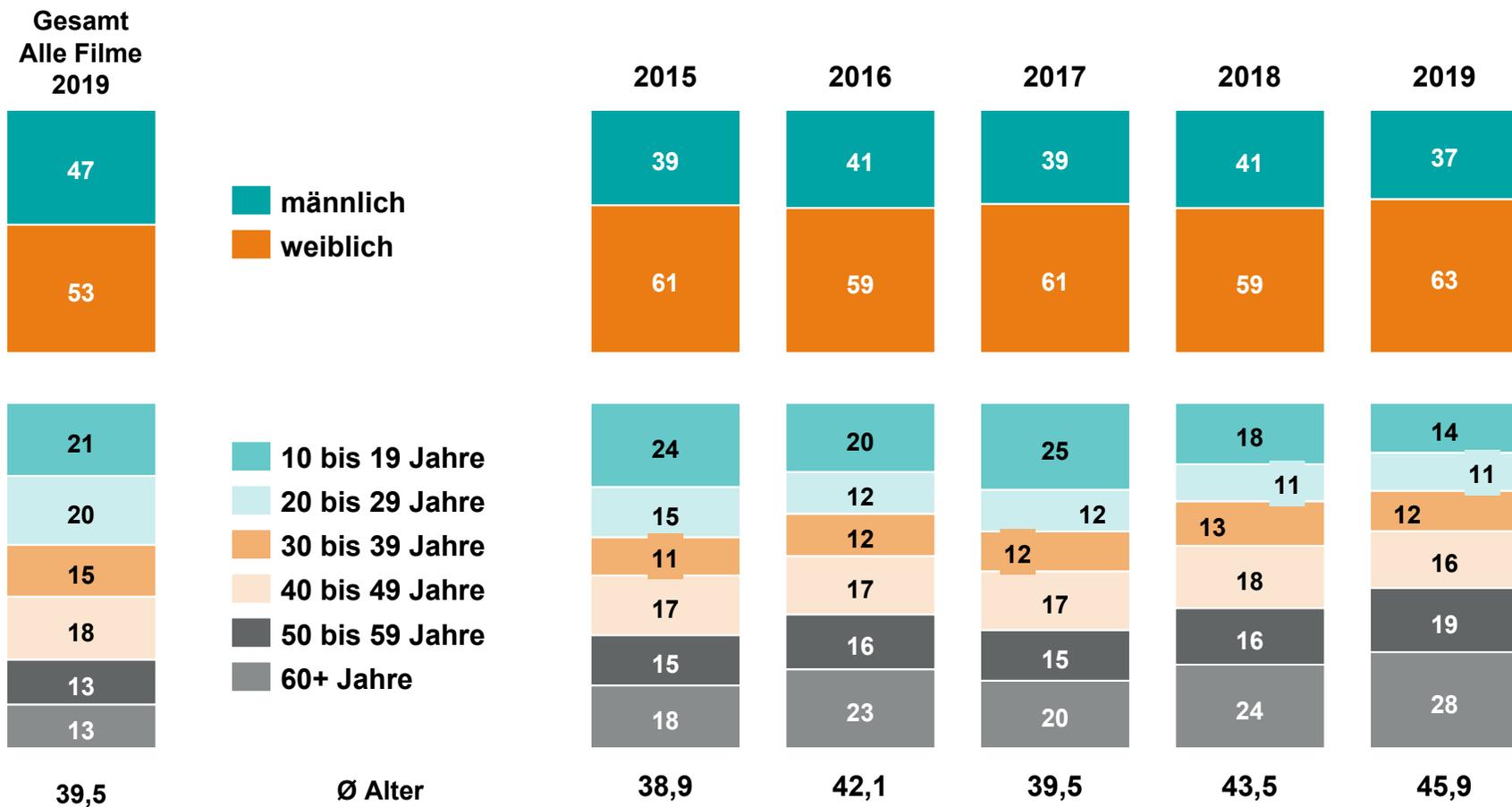


n 2019 = 4.703

*Kinobesucher deutscher Filme*

# Besucher deutscher Filme – Geschlecht und Alter im Zeitverlauf

Basis: Tickets in %

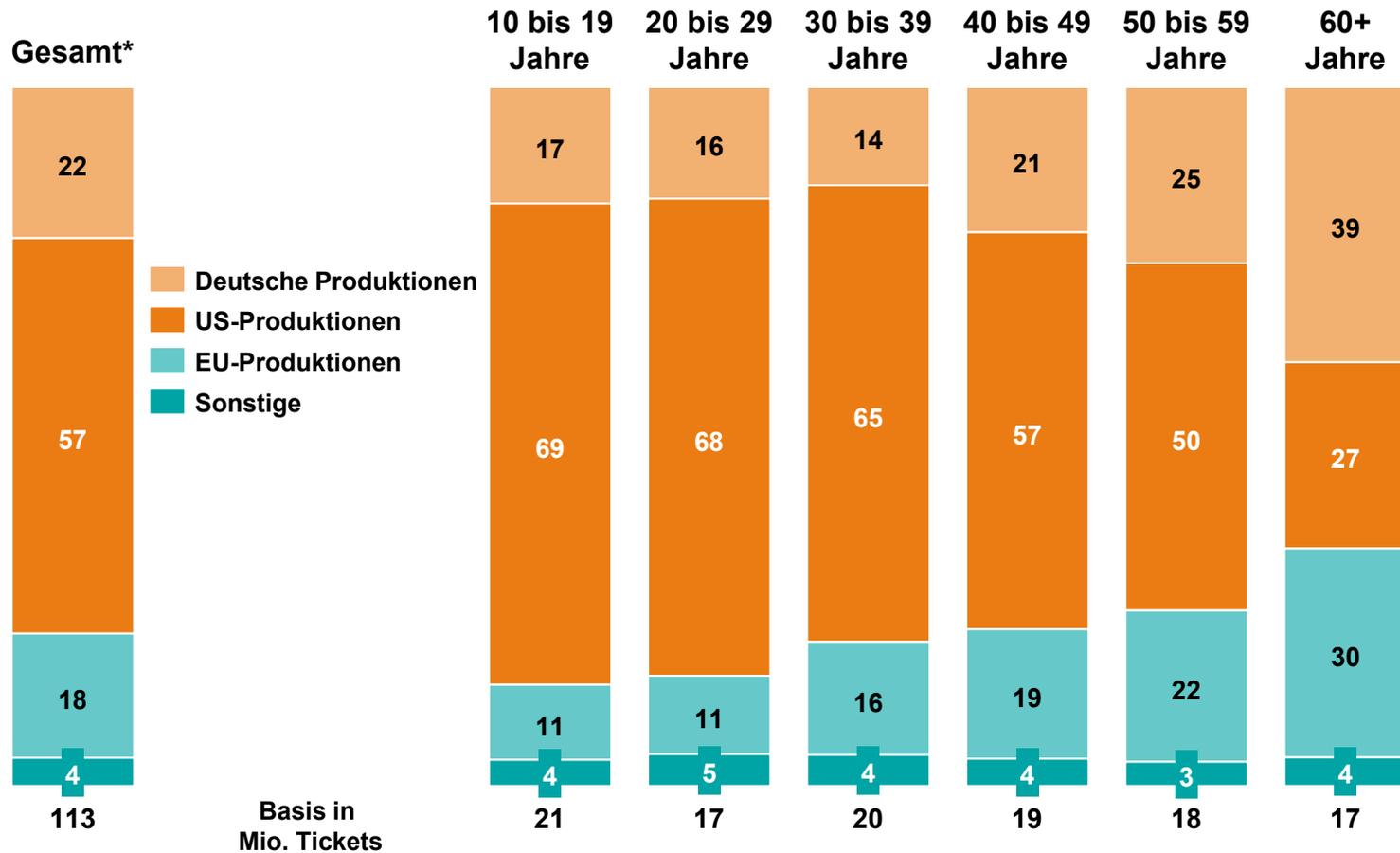


n 2019 = 4.703

*Kinobesucher deutscher Filme*

# Besuche nach Herkunftsland – Altersgruppen

Basis: Tickets in %

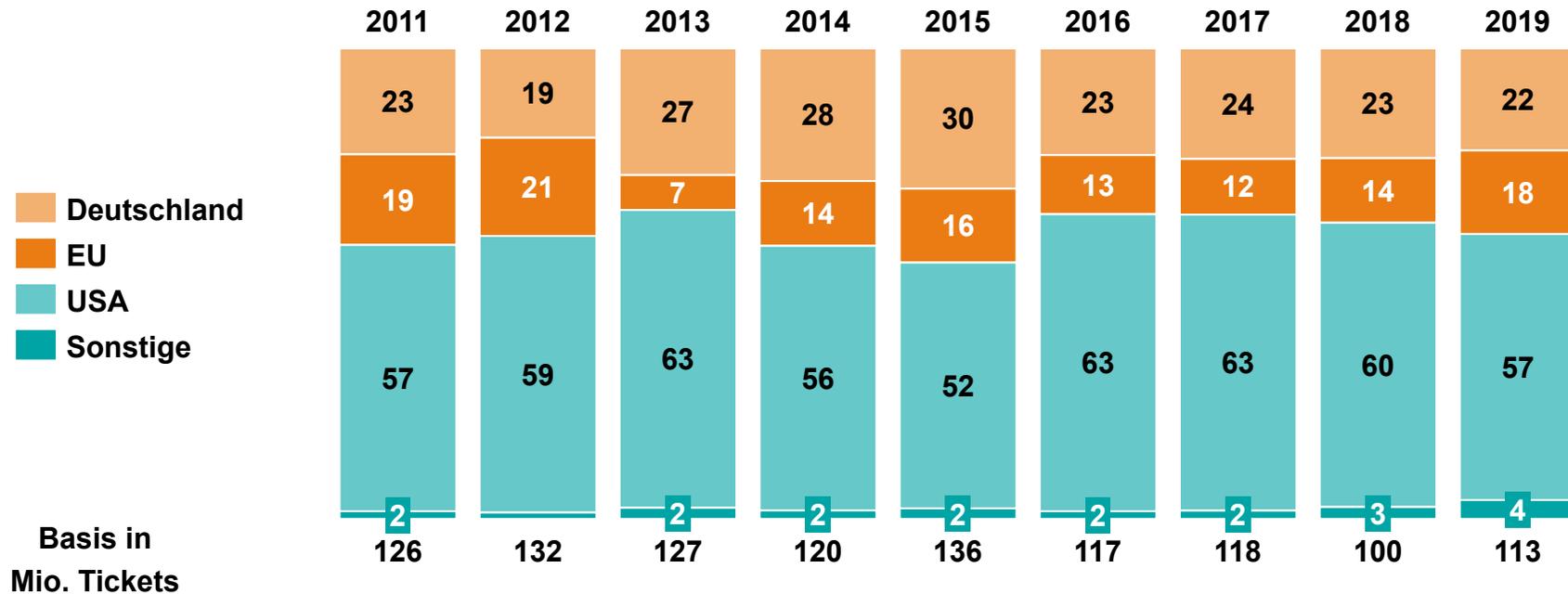


n 2019: Deutschland = 4.703; USA = 9.180; EU/Sonstige = 4.450  
 \*Marktanteile laut GfK-Panel

*Kinobesucher deutscher Filme*

# Besuche nach Herkunftsland im Zeitverlauf

Basis: Tickets in %

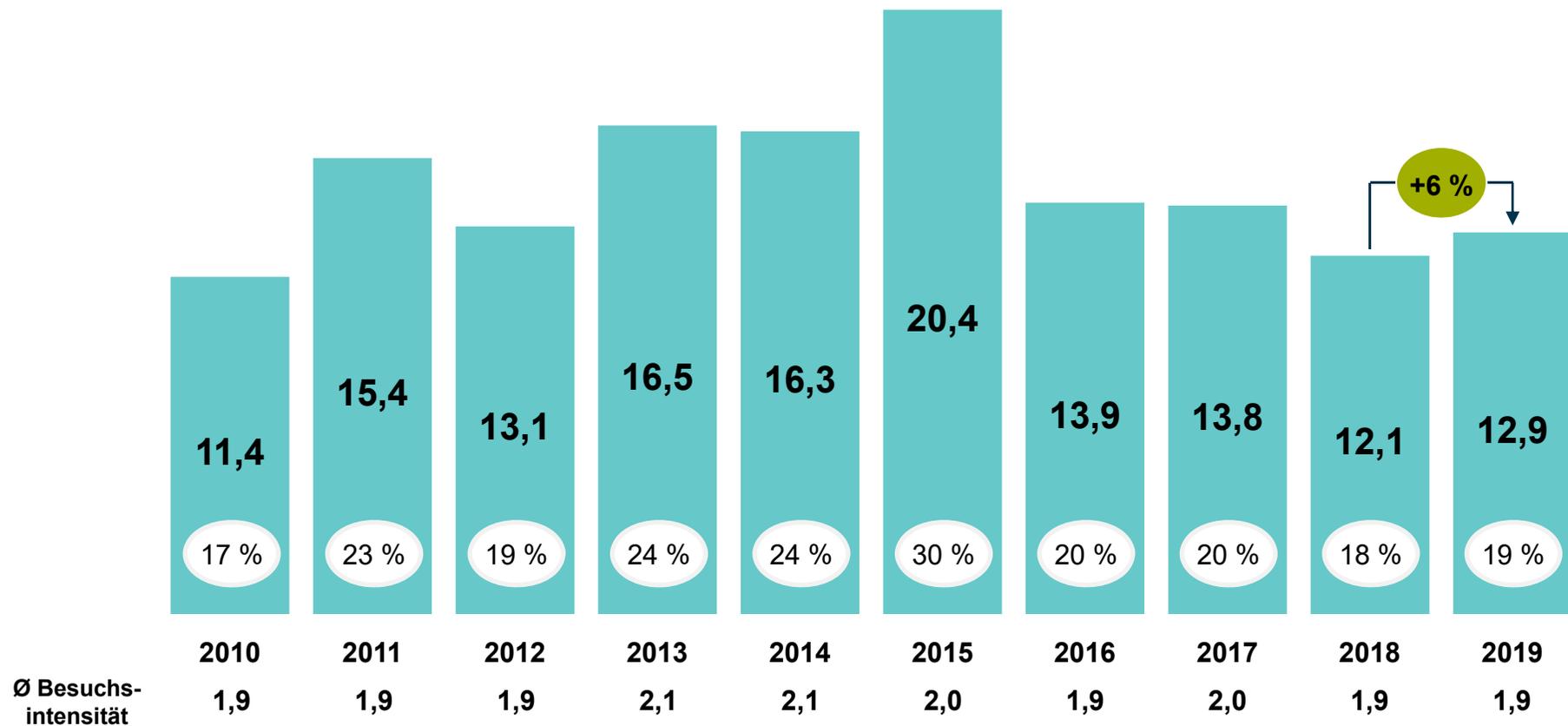


n 2019: Deutschland = 4.703; EU = 3.676; USA = 9.180; Sonstige = 774

*Kinobesucher deutscher Filme*

# Reichweitenentwicklung und Besuche pro Kopf deutscher Filme

Basis: Personen in Mio./Reichweite in %

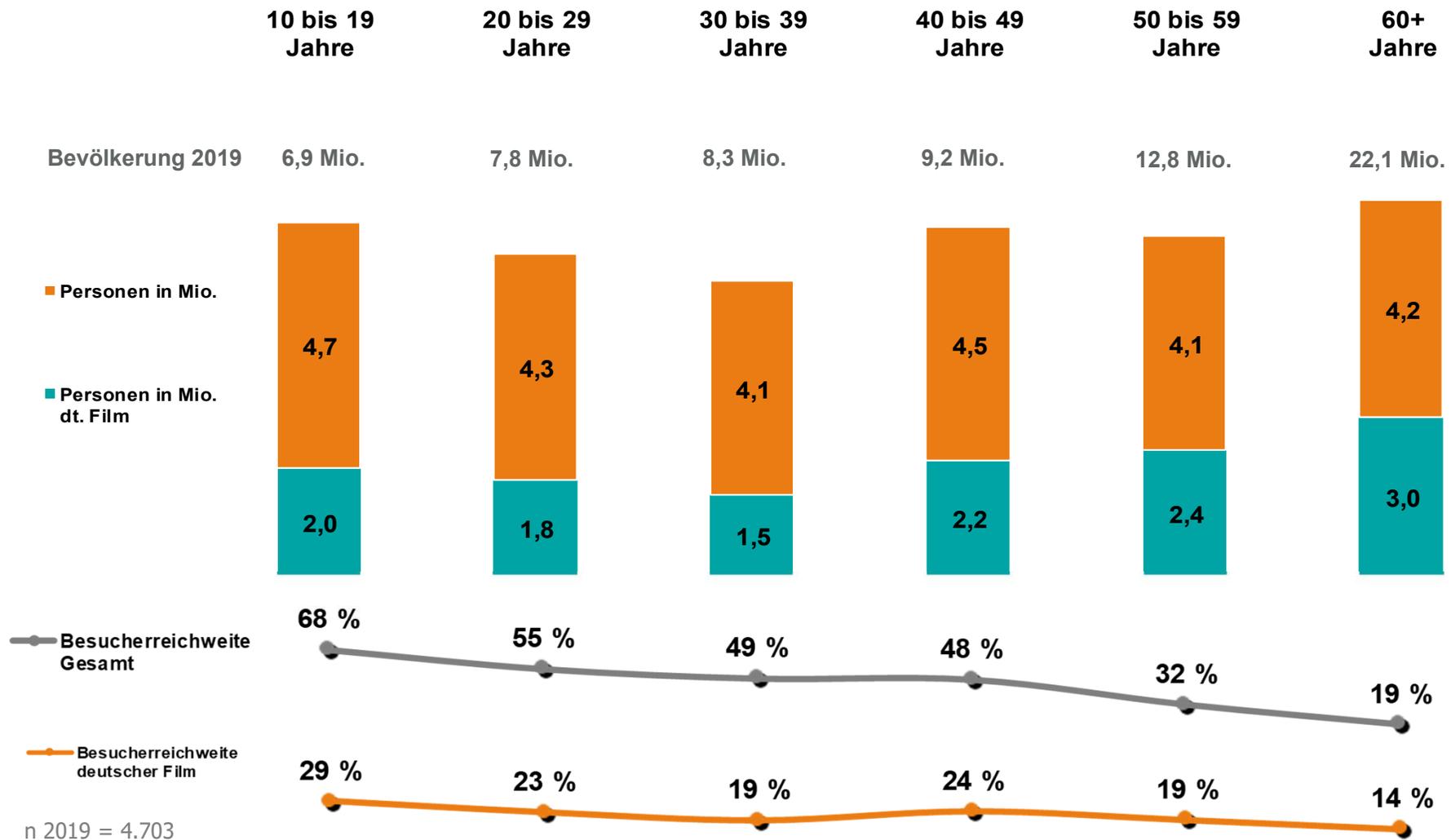


n 2019 = 4.703

*Kinobesucher deutscher Filme*

# Reichweiten nach Altersgruppen – Besucher deutscher Produktionen

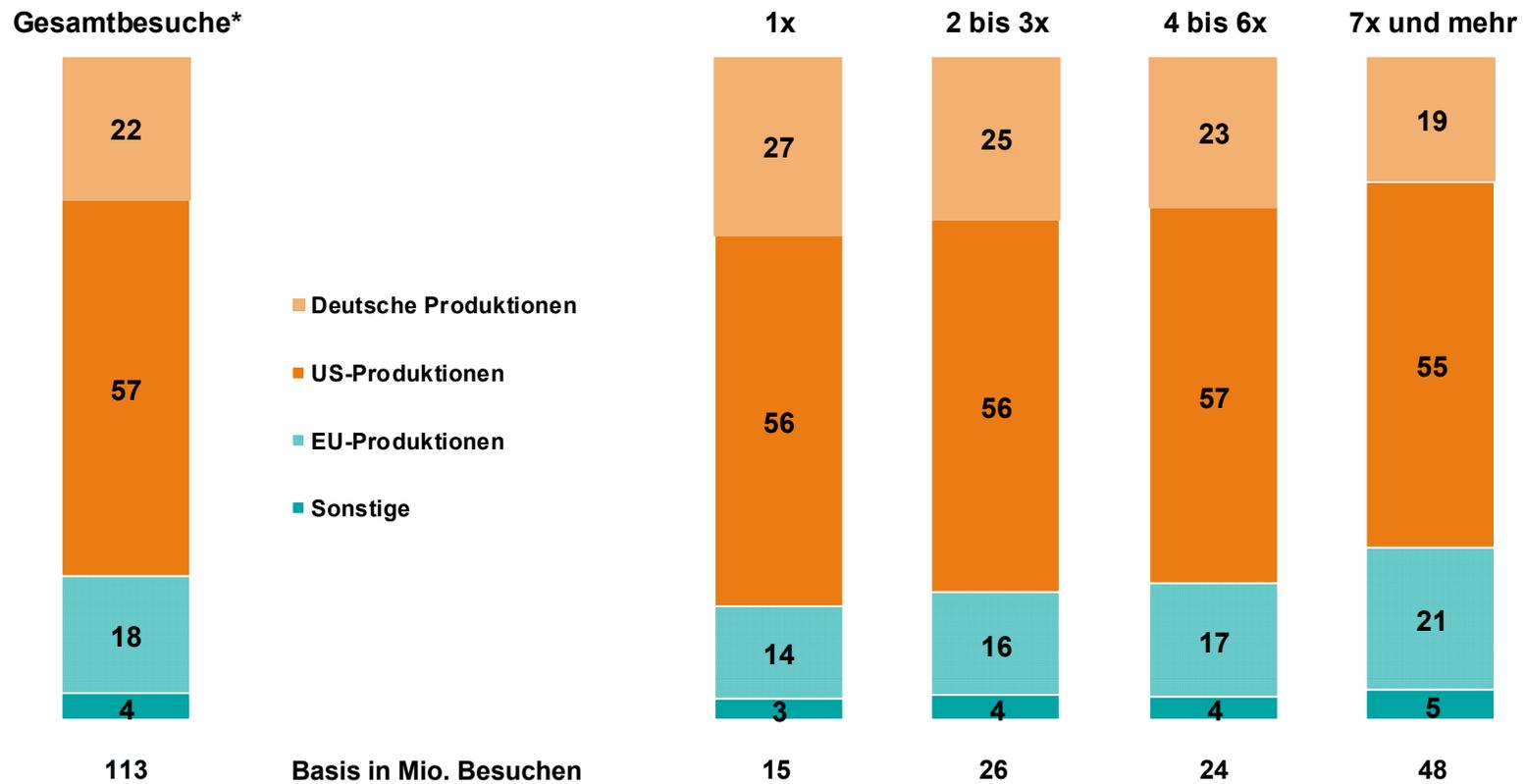
Basis: Personen in Mio./Personen in %



*Kinobesucher deutscher Filme*

# Besuche deutscher Filme – Besuchsintensität

Basis: Tickets in %

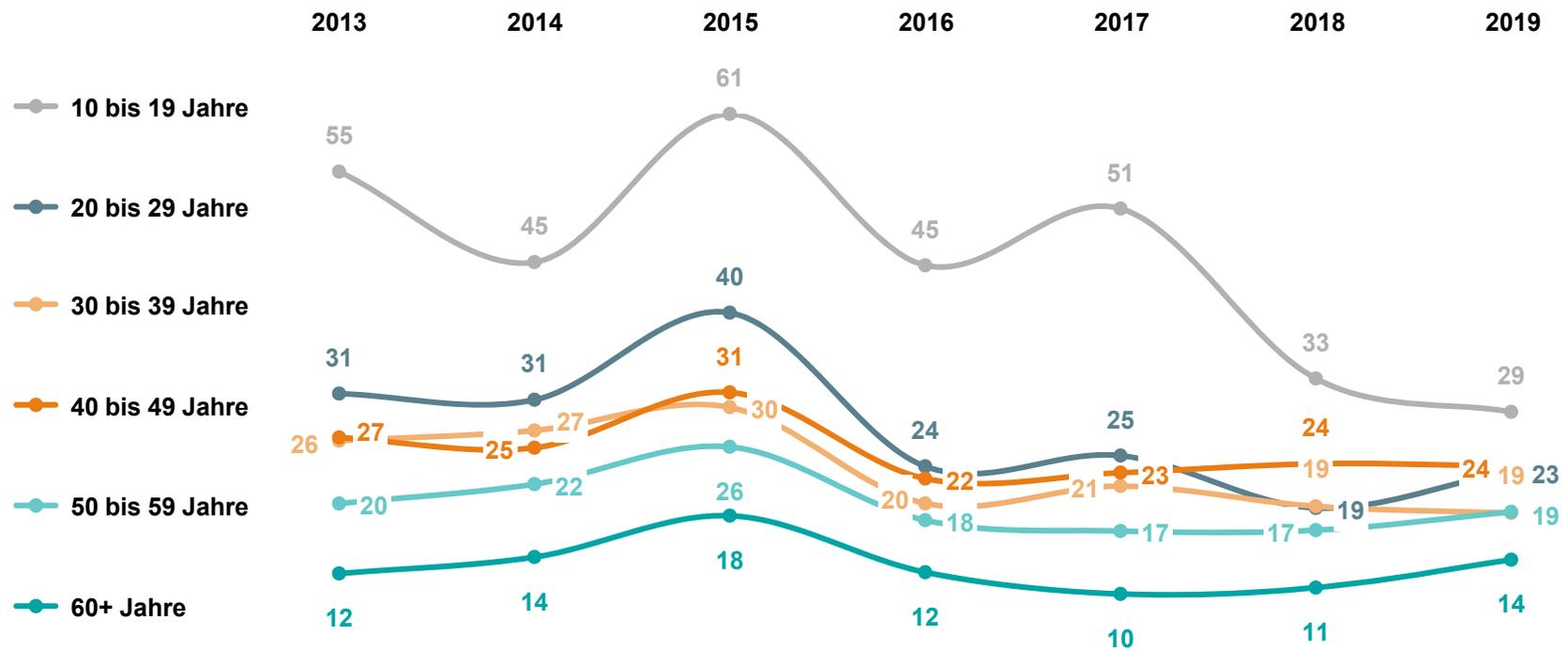


n 2019: Deutschland = 4.703; USA = 9.180; EU/Sonstige = 4.450  
 \*Marktanteile laut GfK-Panel

*Kinobesucher II*

# Reichweitenentwicklung deutscher Film – Altersgruppen

Basis: Personen in %



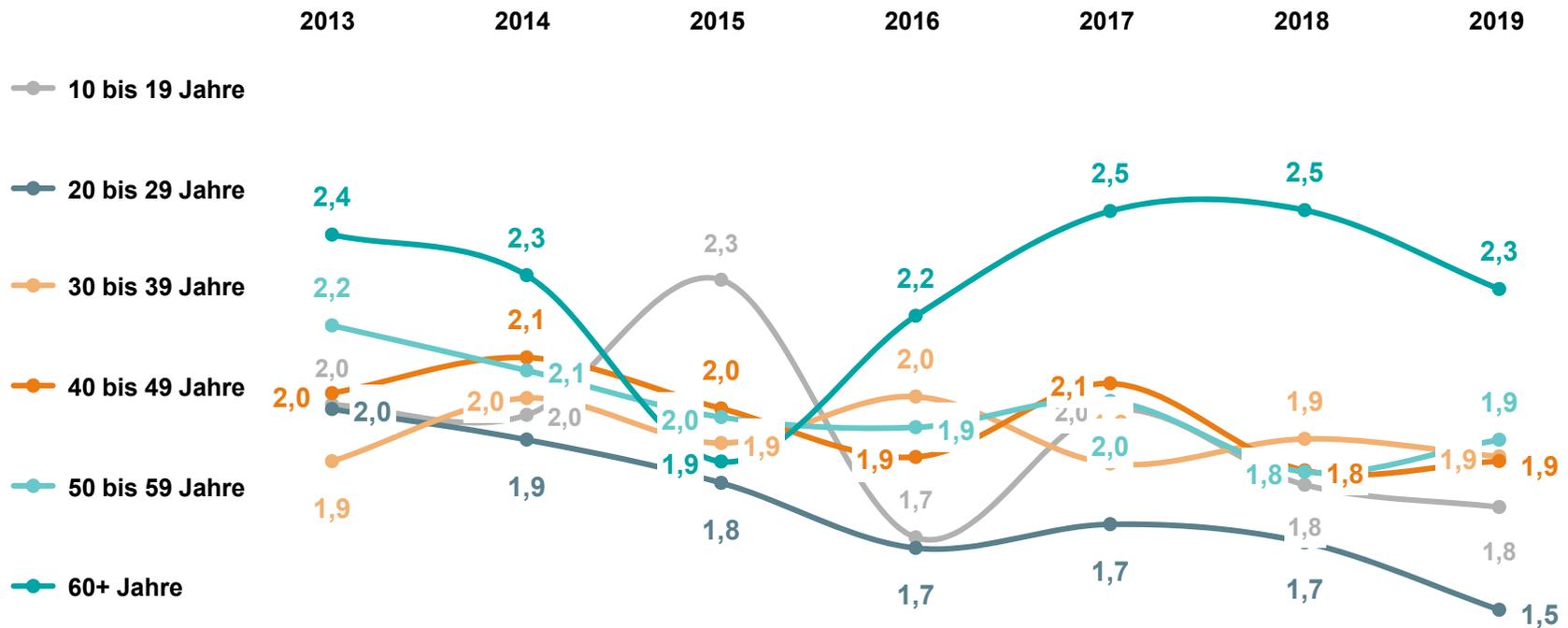
**Der deutsche Film verlor 2019 weiterhin in der jüngsten Altersgruppe. Nach einem Rückgang 2018 auf 19 Prozent bei den 20- bis 29-Jährigen erreichte der deutsche Film 2019 23 Prozent.**

n 2019 = 18.333

*Kinobesucher II*

# Entwicklung der Besuchsintensität deutscher Film – Altersgruppen

Basis: Besuche pro Person

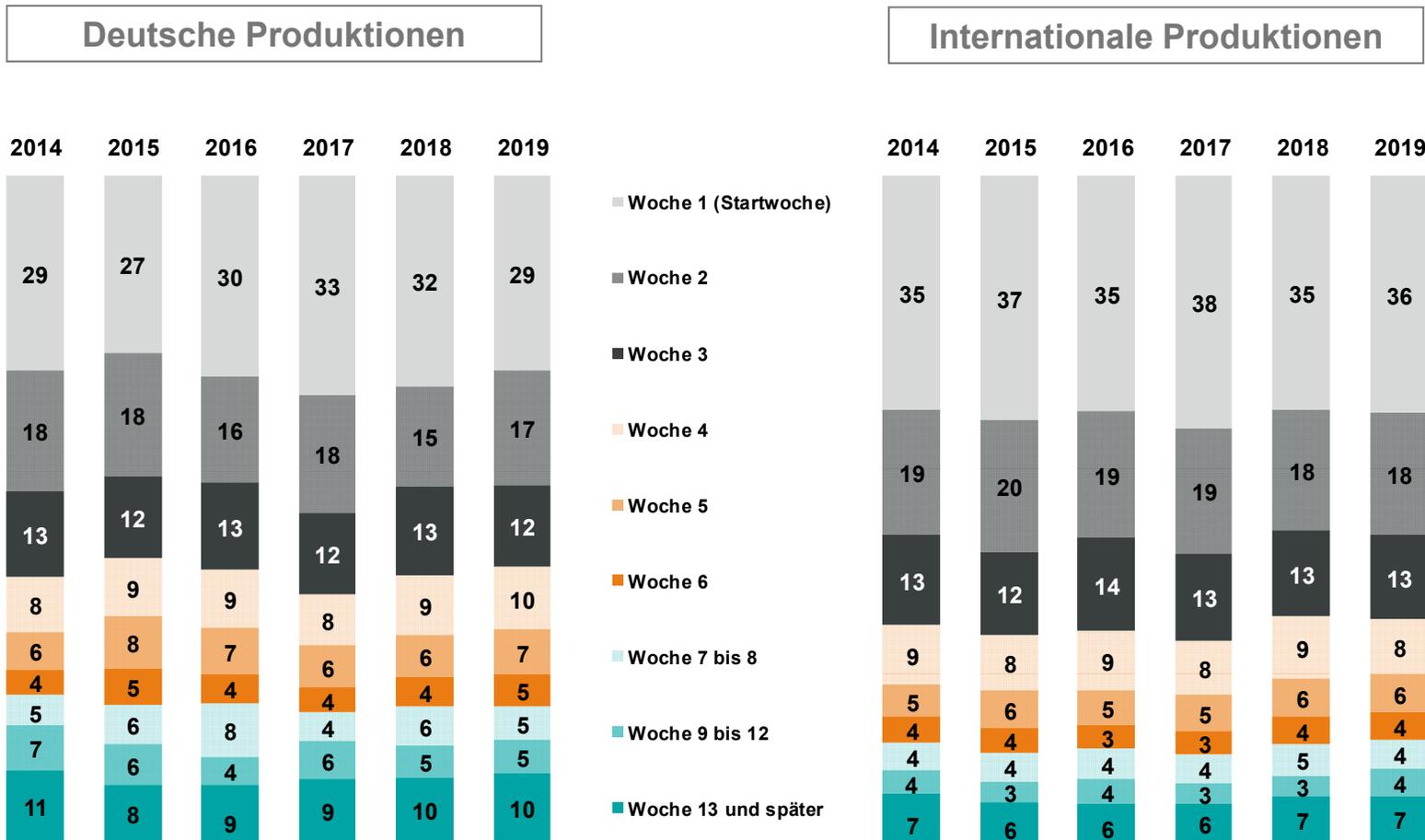


**Trotz eines Abfalls 2019 auf 2,3 Besuche blieben die über 60-Jährigen die Altersgruppe mit der höchsten Besuchsintensität.**

*Kinobesucher deutscher Filme*

# Besuche deutscher Filme – Zeitpunkt des Besuchs

Basis: Tickets in %

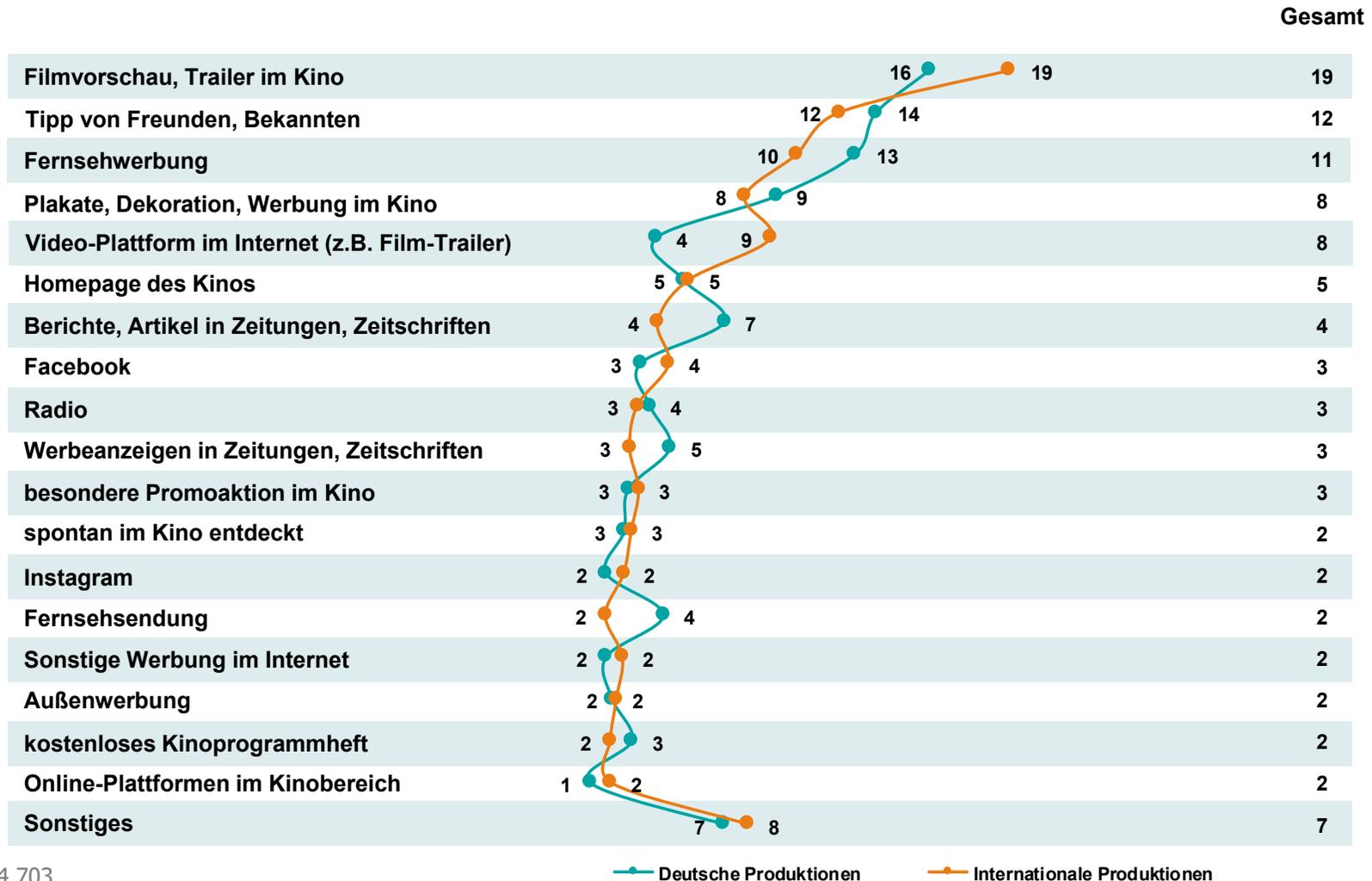


n 2019: Deutschland = 4.703; International = 13.630

*Kinobesucher deutscher Filme*

# Besuche deutscher Filme – Sources of Awareness\*

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



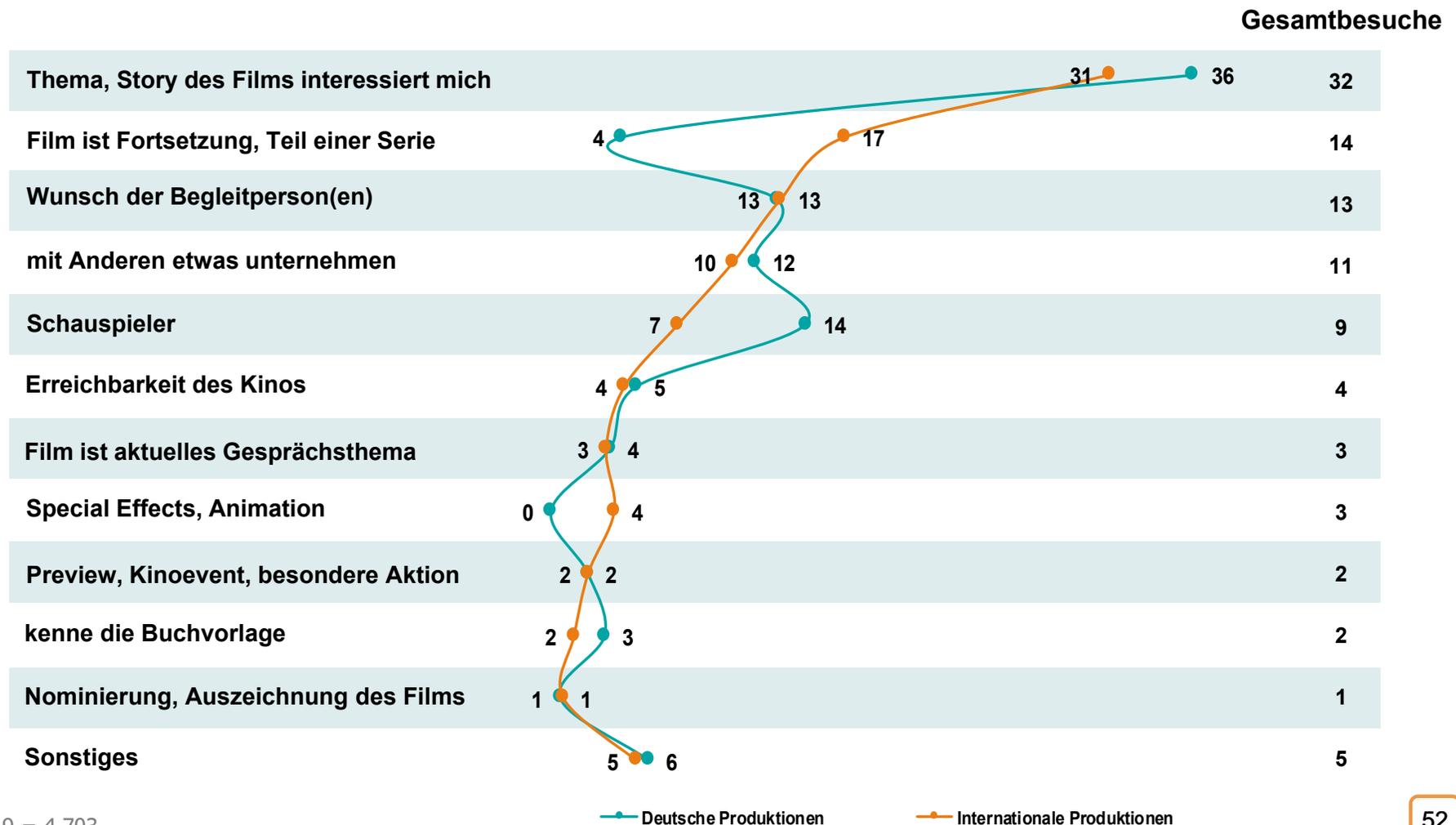
n 2019 = 4.703

\*Im Jahr 2019 wurden neue Merkmale im Fragebogen aufgenommen. Aufgrund dieser Erweiterung sind die Daten im Vergleich zu den Vorjahren nur eingeschränkt vergleichbar.

*Kinobesucher deutscher Filme*

# Besuche deutscher Filme – Besuchsgrund

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



n 2019 = 4.703

## Key Facts zum Kinobesucher deutscher Filme

Im Jahr 2019 konnte sich der deutsche Film sowohl ticket- als auch umsatzseitig wieder ein wenig erholen (+4 bzw. +8 Prozent). Der Durchschnittspreis stieg um 3 Prozent auf 8,23 Euro.

Der deutsche Marktanteil nach Tickets blieb mit 22 Prozent im Jahr 2019 weiterhin über der 20-Prozent-Marke und damit im Vergleich zum Vorjahr stabil.

Genau wie in den Vorjahren war der durchschnittliche deutsche Kinobesucher mit 45,9 Jahren deutlich älter als der Gesamtkinobesucher mit 39,5 Jahren. Gleichzeitig war er damit mehr als 2 Jahre älter als noch 2018 (43,5 Jahre). Die Gruppe der über 50-Jährigen machte beim deutschen Film einen Besucheranteil von 46 Prozent aus. Der Anteil der weiblichen Besucher deutscher Filme lag mit 63 Prozent sowohl über Vorjahr als auch über dem Anteil bei den Gesamtkinobesuchern (59 bzw. 53 Prozent).

Der deutsche Film erreichte 2019 12,9 Mio. Besucher, was 6 Prozent Steigerung zum Vorjahr bedeutet. Die Reichweite stieg auf 19 Prozent, während die Besuchsintensität wie im Vorjahr bei 1,9 Besuchen pro Kopf lag.

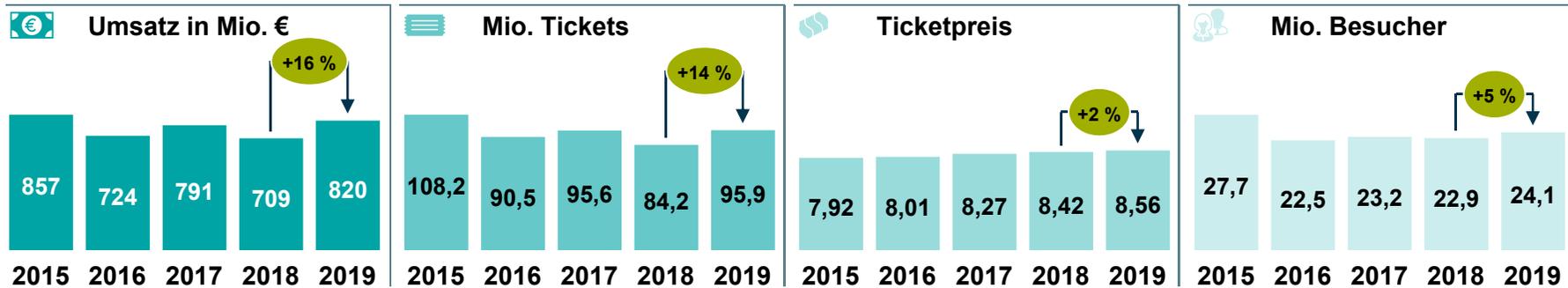
Die Aufmerksamkeit für deutsche Filme wurde 2019 vor allem durch „Filmvorschau, Trailer im Kino“ (16 Prozent), „Empfehlungen von Freunden und Bekannten“ (14 Prozent) sowie „Fernsehwerbung“ (13 Prozent) geweckt. Der nach wie vor häufigste Besuchsgrund im Jahr 2019 war mit 36 Prozent „Thema, Story des Films interessiert mich“. Auf Platz 2 folgten mit 14 Prozent die „Schauspieler“.

## Inhalt

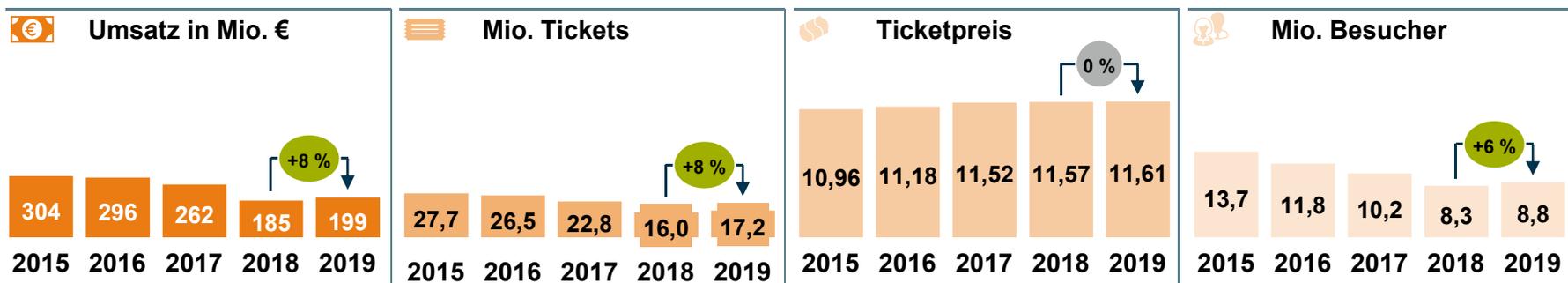
- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2 Kinobesucher I – soziodemografisch
- 3 Kinobesucher II – Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher III – filmspezifisch
- 5 Kinobesucher deutscher Filme
- 6 Kinobesucher von 3D-Filmen**
- 7 Kinobesucher – Fokus 2019

## Kinobesucher von 3D-Filmen Key-Facts zum 3D-Film

### 2D



### 3D

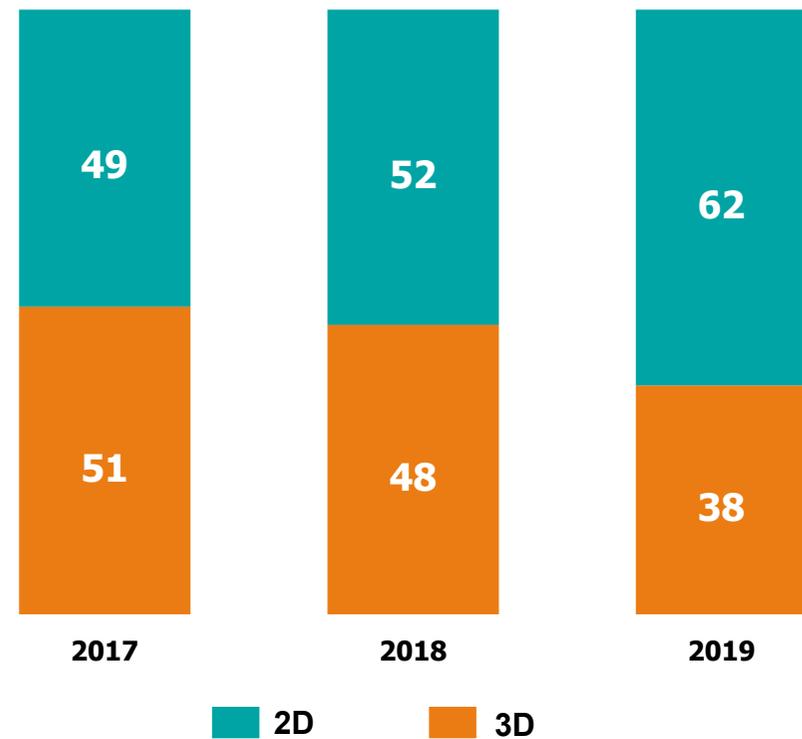


n 2019: 2D = 15.981; 3D = 2.352

*Kinobesucher von 3D-Filmen*  
**Besuche pro Kopf und 3D-Anteil**  
 Basis: Tickets pro Person/Tickets in %



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

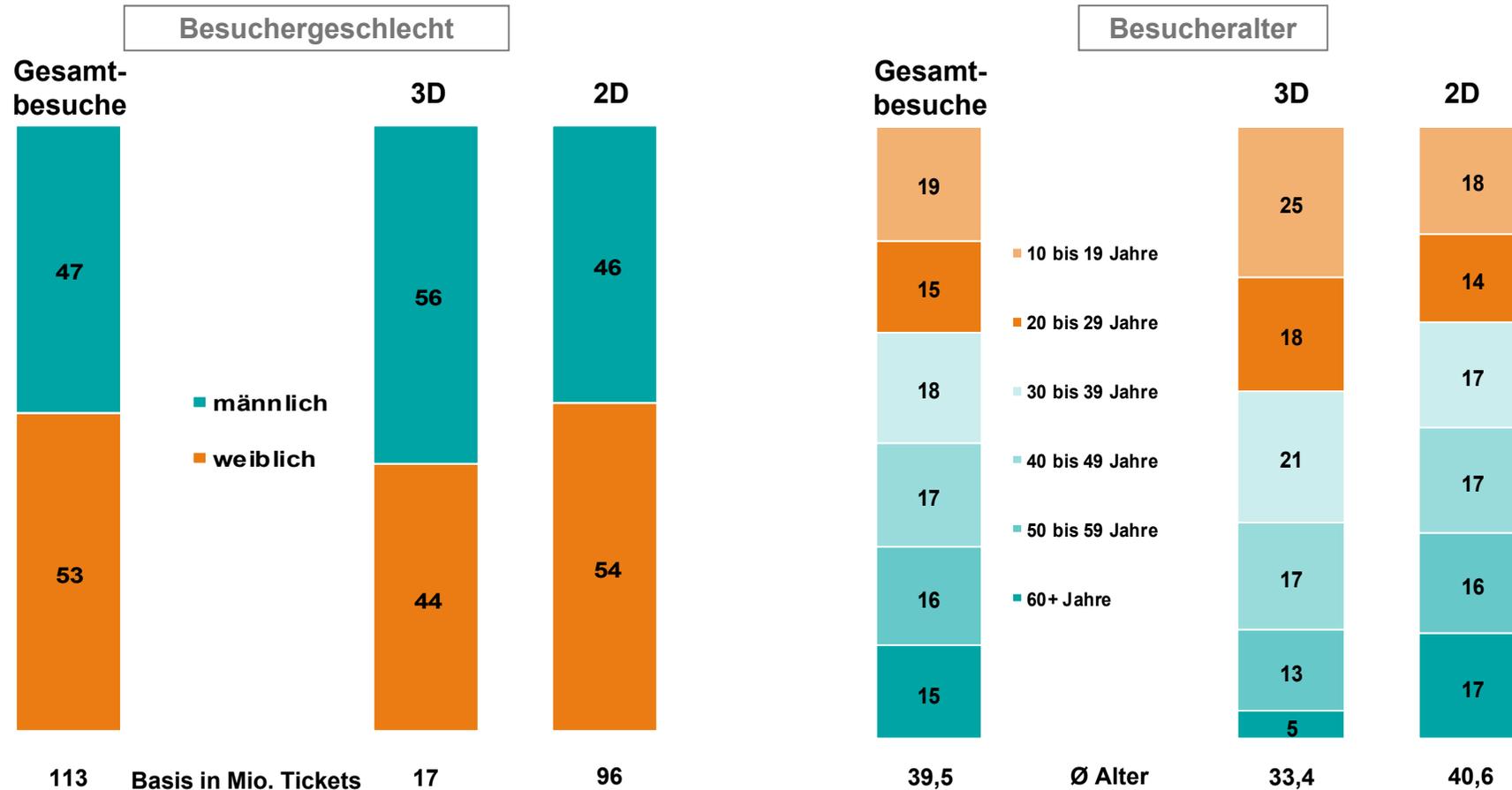


n 2019: 2D = 15.981; 3D = 2.352

*Kinobesucher von 3D-Filmen*

# Vergleich 2D- und 3D-Tickets – Geschlecht und Alter

Basis: Tickets in %

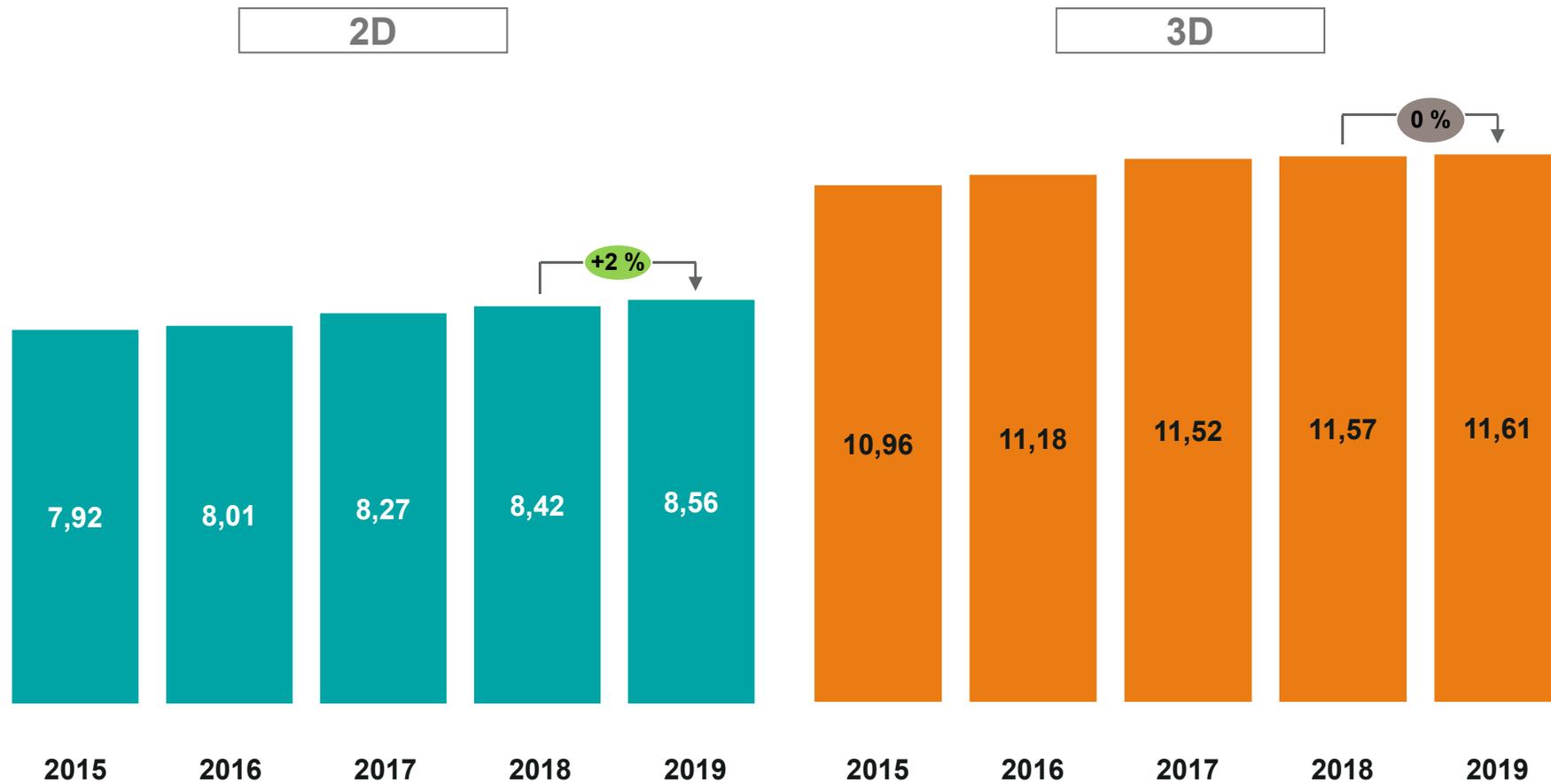


**Die 3D-Besucher waren tendenziell „männlicher“ und mit 33,4 Jahren im Schnitt gut 7 Jahre jünger als die 2D-Besucher.**

*Kinobesucher von 3D-Filmen*

# Ticketpreis im Zeitverlauf

Basis: Ø-Ticketpreis in €

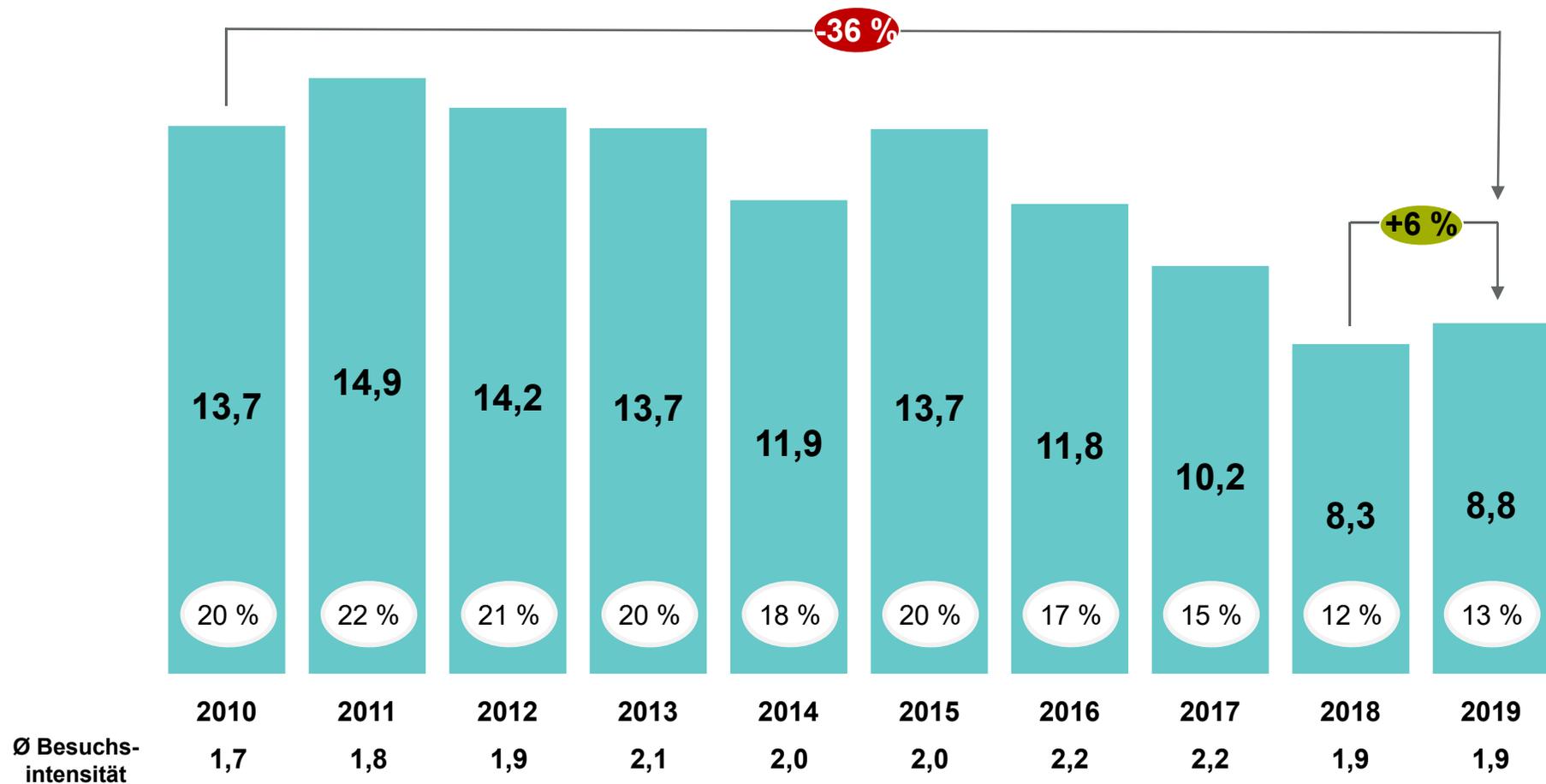


n 2019: 2D = 15.981; 3D = 2.352

*Kinobesucher von 3D-Filmen*

# Reichweitenentwicklung und Besuche pro Kopf von 3D-Filmen

Basis: Personen in Mio./Reichweite in %

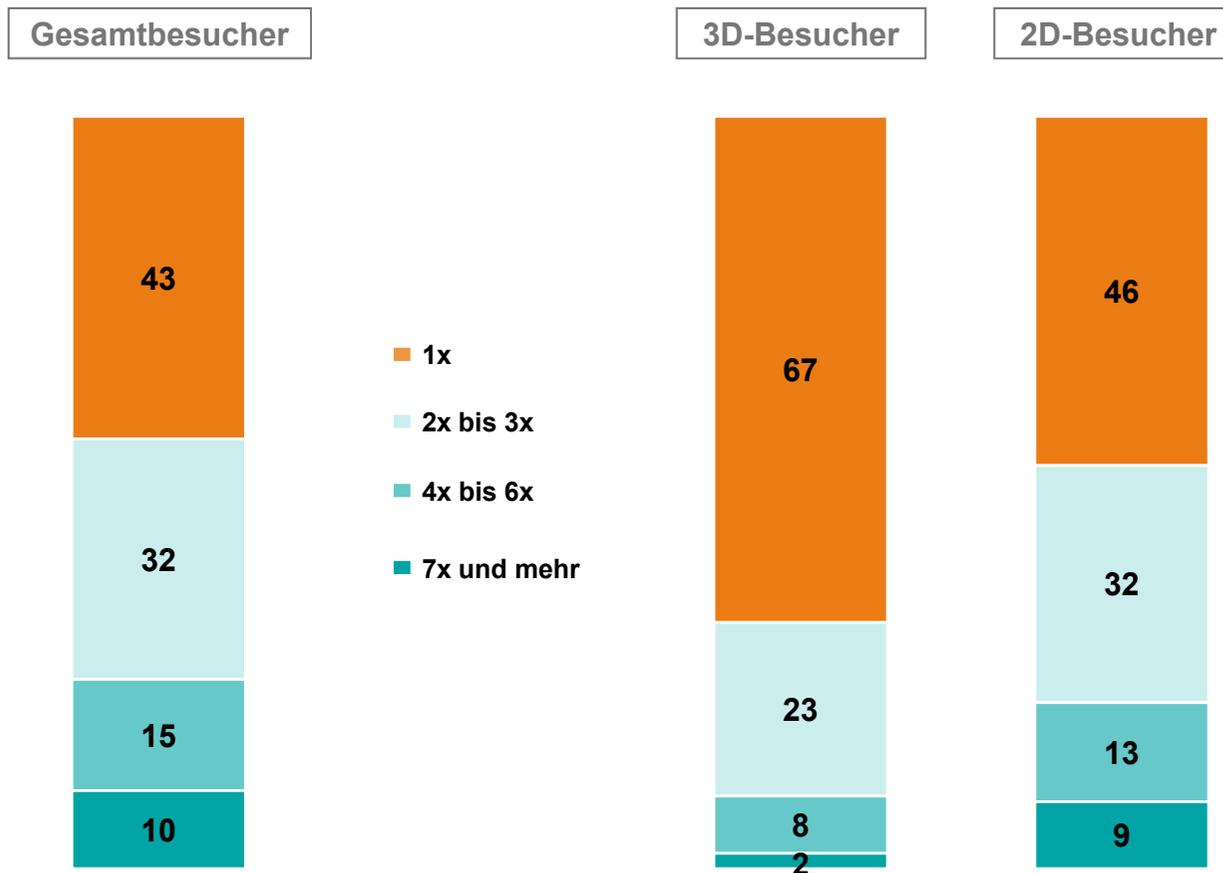


n 2019: 3D = 2.352

*Kinobesucher von 3D-Filmen*

# Vergleich 2D- und 3D-Besucher – Besuchsintensität

Basis: Personen in %



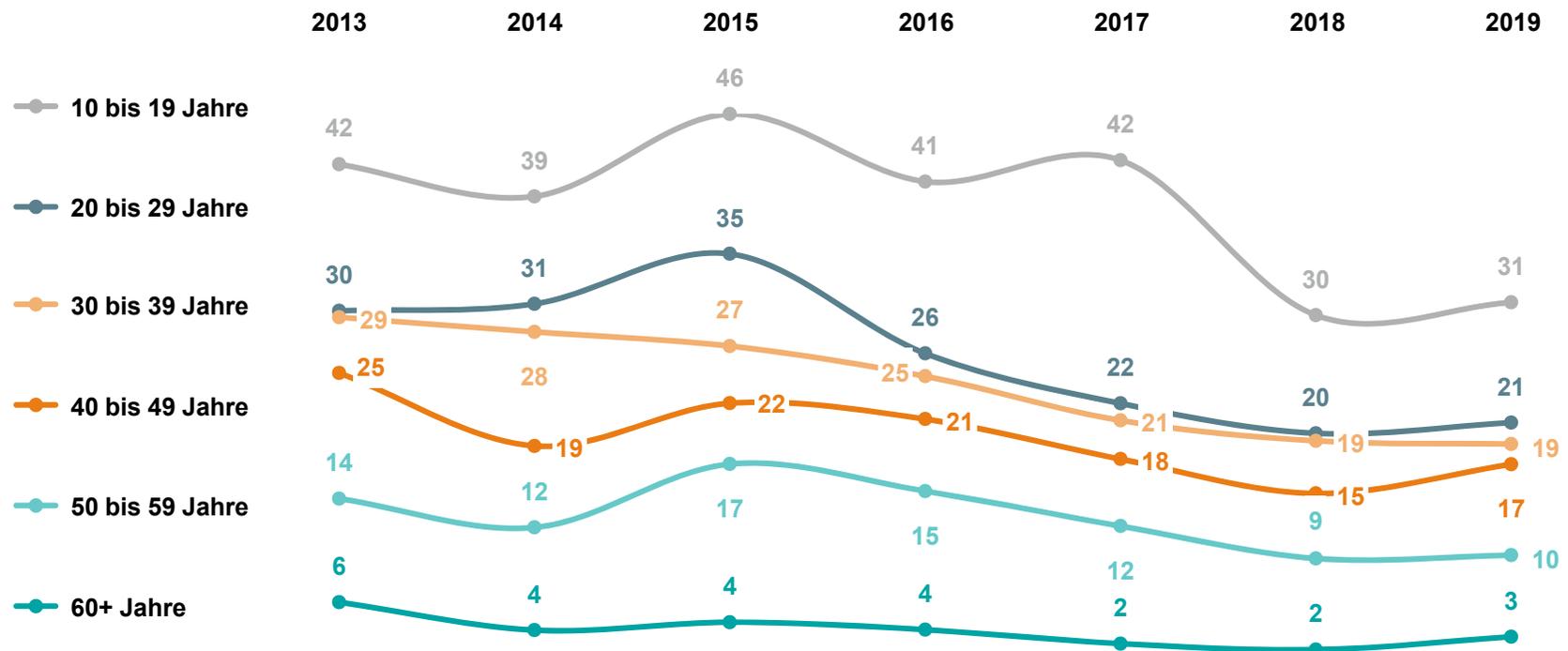
**Der 3D-Besucher blieb nach wie vor ein sporadischer Kinogänger: 67 Prozent der 3D-Kinogänger gingen 2019 nur einmal ins Kino.**

n 2019: 2D = 15.981; 3D = 2.352

*Kinobesucher II*

# Reichweitenentwicklung 3D – Altersgruppen

Basis: Personen in %

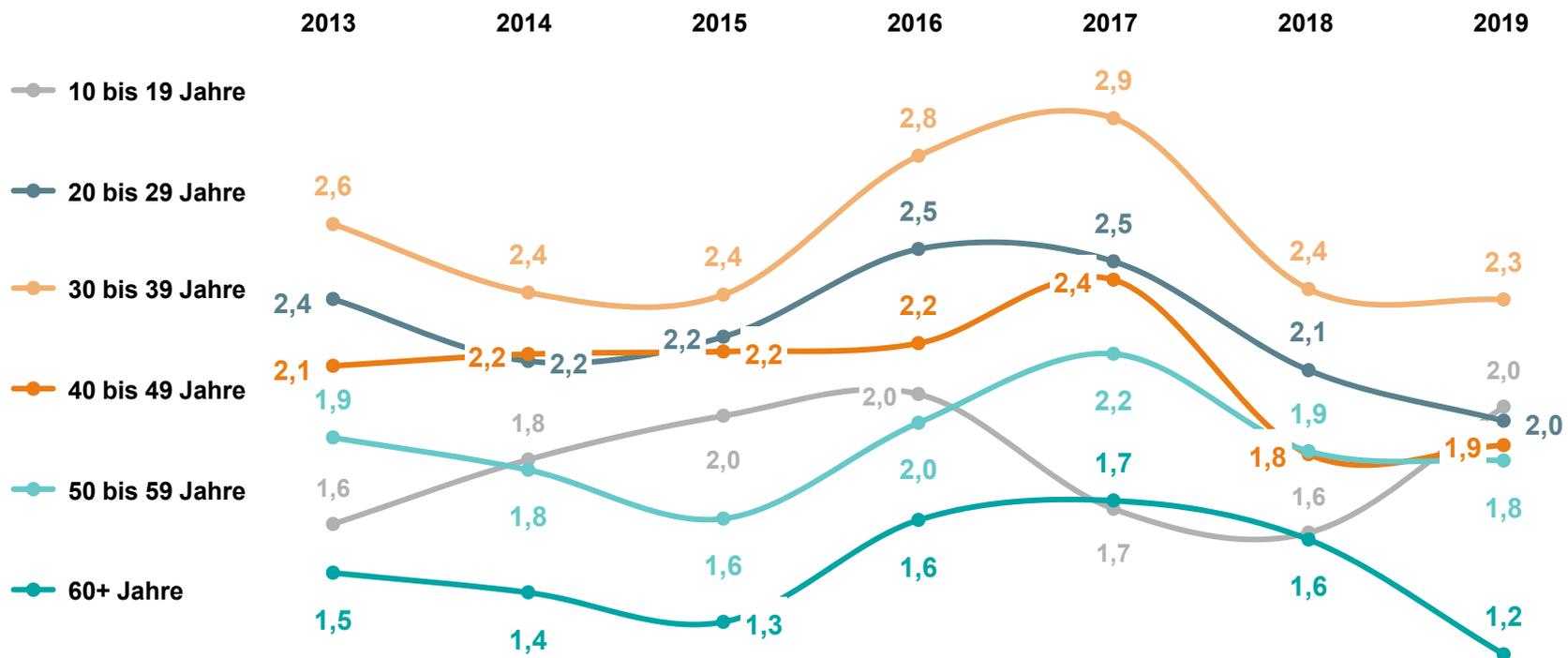


**Die Reichweite blieb in allen Altersgruppen 2019 stabil oder stieg um bis zu 2 Prozentpunkte an.**

*Kinobesucher II*

# Entwicklung der Besuchsintensität 3D – Altersgruppen

Basis: Besuche pro Person

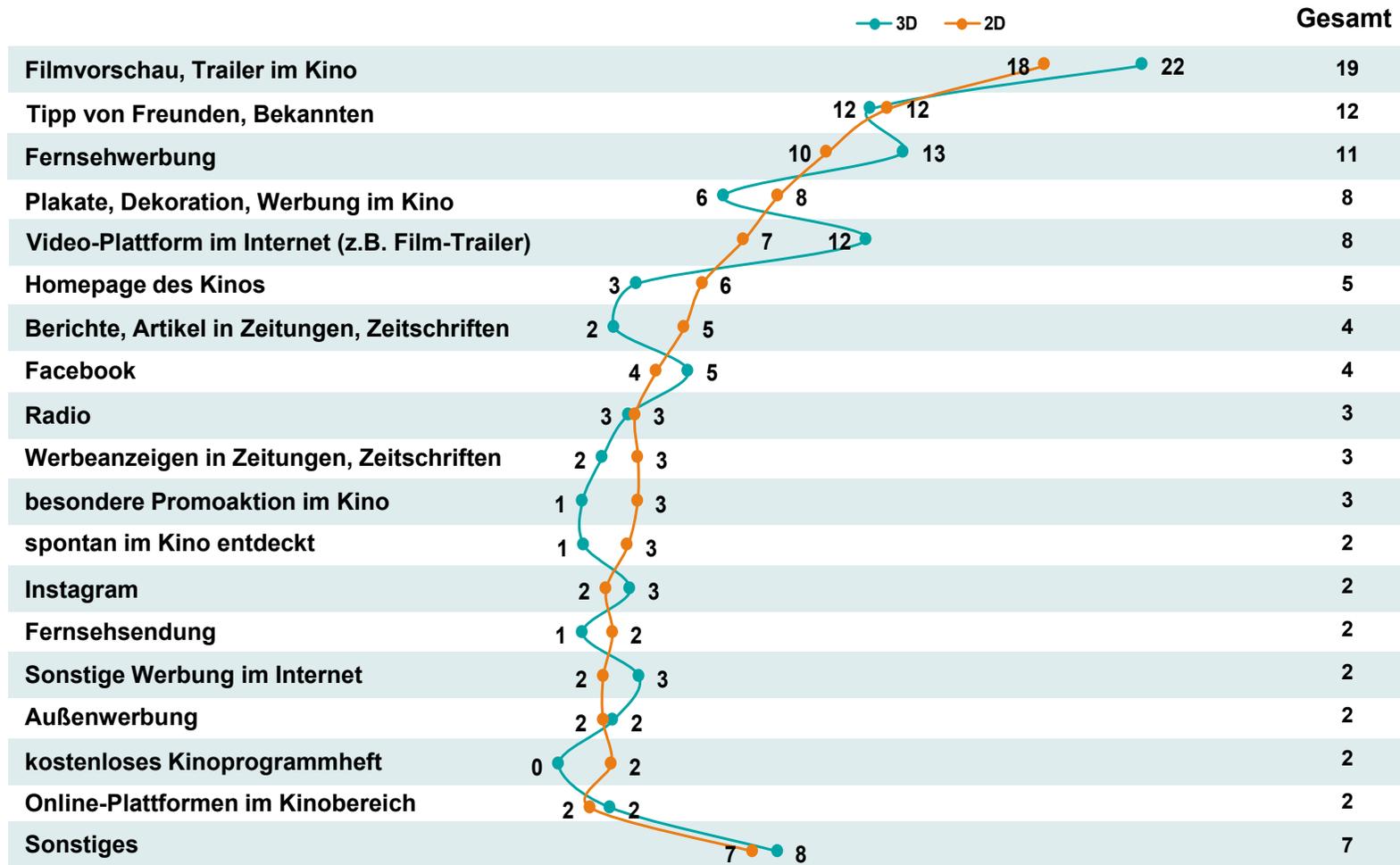


Mit einem Anstieg auf 2,0 Besuchen waren die 10- bis 19-Jährigen 2019 die Altersgruppe mit der zweithöchsten Besuchsintensität gemeinsam mit den 20- bis 29-Jährigen. 30- bis 39-Jährige hatten die höchste Besuchsintensität mit 2,3 Besuchen.

*Kinobesucher von 3D-Filmen*

# Vergleich 2D- und 3D-Besuche — Sources of Awareness\*

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



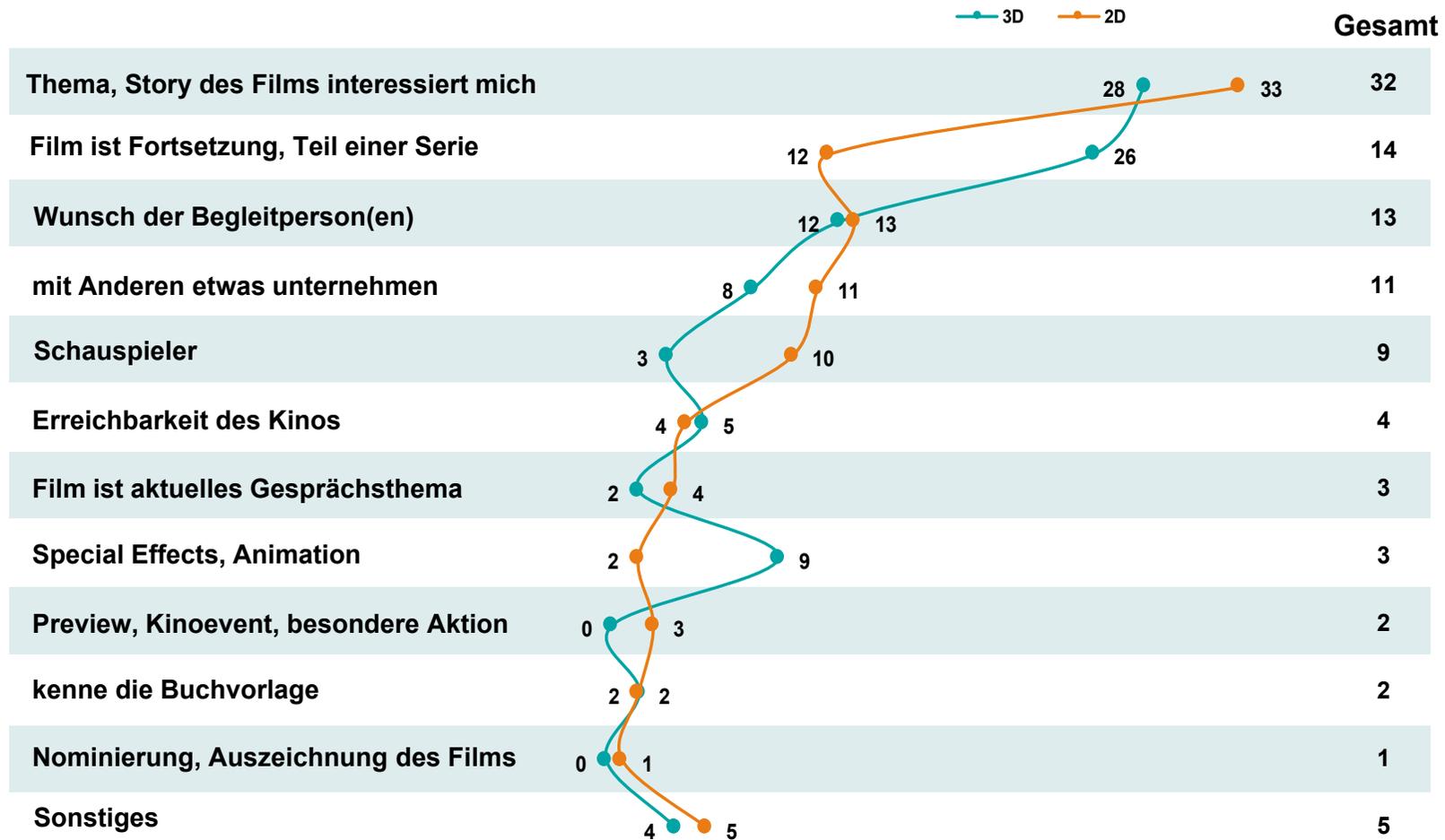
n 2018: 2D = 15.111; 3D = 2.514

\*Im Jahr 2019 wurden neue Merkmale im Fragebogen aufgenommen. Aufgrund dieser Erweiterung sind die Daten im Vergleich zu den Vorjahren nur eingeschränkt vergleichbar.

*Kinobesucher von 3D-Filmen*

# Vergleich 2D- und 3D-Besuche — Besuchsgrund

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



n 2018: 2D = 15.111; 3D = 2.514

## Key Facts zum 3D-Kinobesucher

Der 3D-Film konnte mit jeweils 8 Prozent einen Zuwachs an Tickets und Umsatz verbuchen. Er erreichte nach dem Minus von 30 Prozent 2018 nicht das Niveau von 2017 und wuchs geringer als der Gesamtmarkt. Der Marktanteil an verkauften Tickets sank noch einmal auf 15 Prozent (Vorjahr: 16 Prozent).

Ebenso war zu beobachten, dass sich das Verhältnis von 3D- zu 2D-Tickets bei 3D-Filmen stark zugunsten von 2D verschob. Im Jahr 2019 wurden 62 Prozent der Tickets eines 3D-Films für einen Besuch ohne Brille gelöst.

Weiterhin blieb das Publikum von 3D-Filmen männlicher und jünger als das des Gesamtmarkts.

„Filmvorschau, Trailer im Kino“ (22 Prozent) war mit Abstand die wichtigste Aufmerksamkeitsquelle. Die häufigsten Besuchsgründe 2019 waren mit 28 Prozent „Thema, Story des Films interessiert mich“ sowie „Film ist Fortsetzung, Teil einer Serie“ mit 26 Prozent.

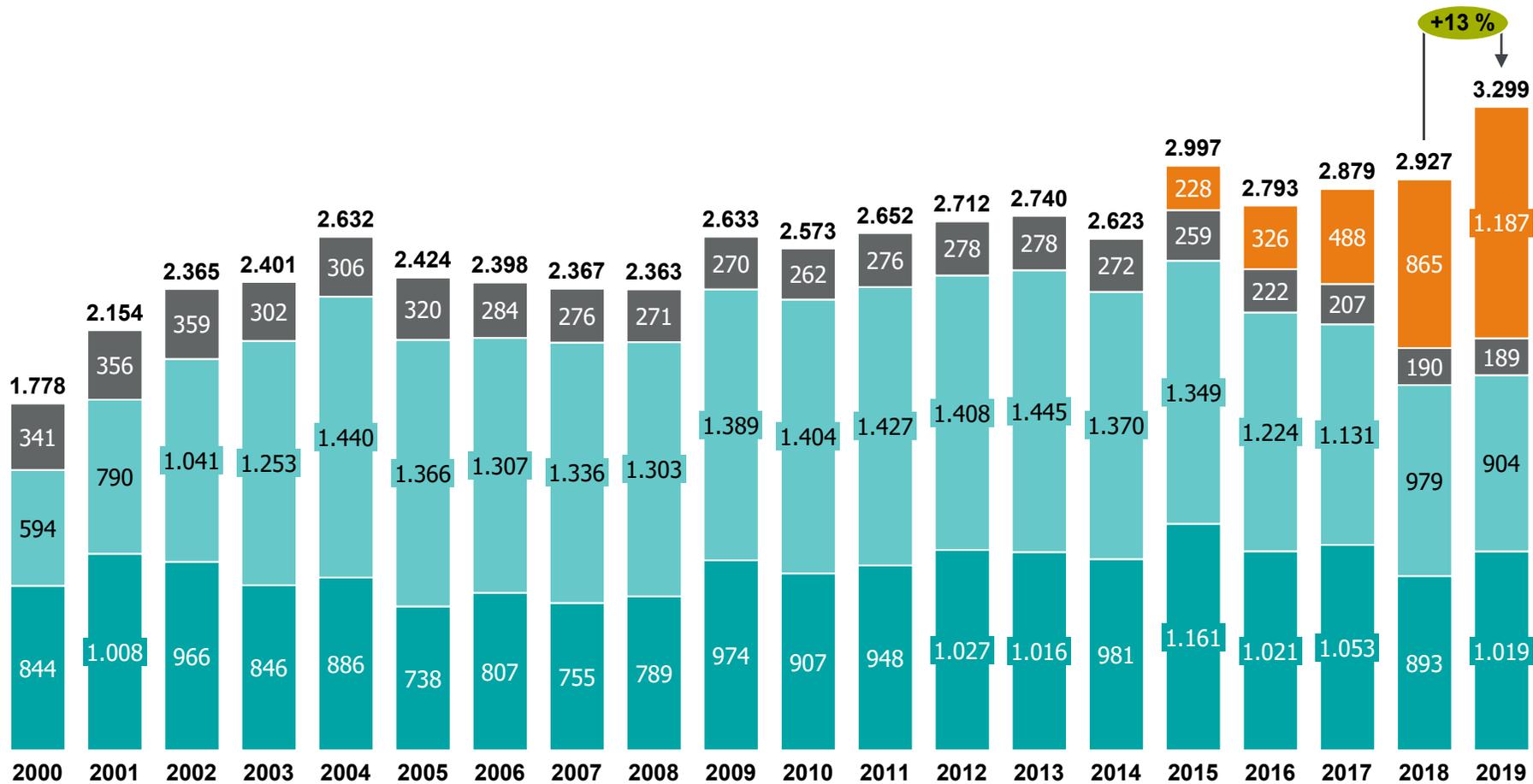
## Inhalt

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2 Kinobesucher I – soziodemografisch
- 3 Kinobesucher II – Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher III – filmspezifisch
- 5 Kinobesucher deutscher Filme
- 6 Kinobesucher von 3D-Filmen
- 7 Kinobesucher – Fokus 2019

Fokus 2019

# Der Kino- und Videomarkt

Basis: Umsatz in Mio. €



+13 %

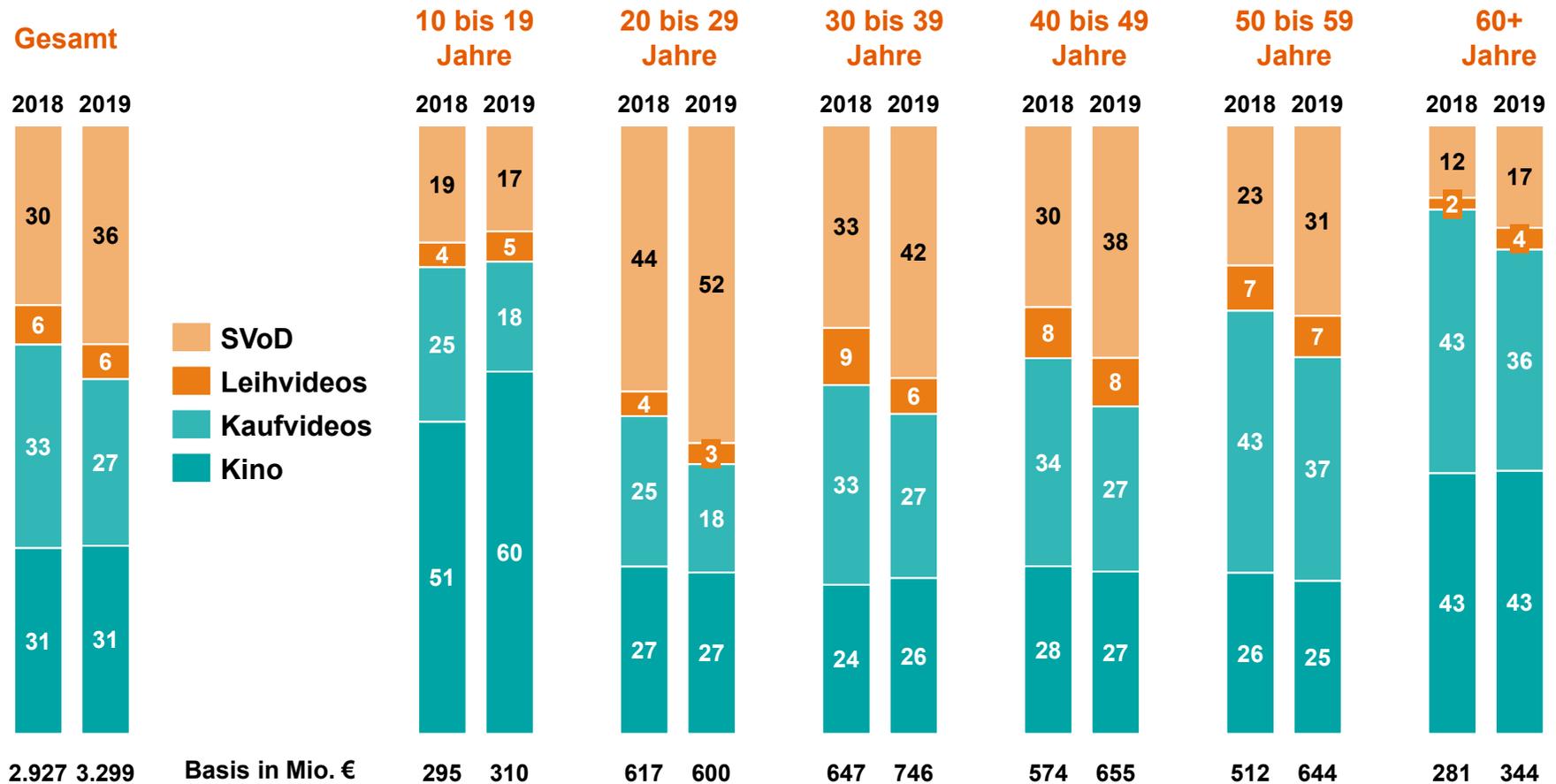
n 2019 = 75.983

SVoD Leihvideos Kaufvideos Kino

**Fokus 2019**

# Der Kino- und Videomarkt nach Altersgruppen

Basis: Umsatz in %

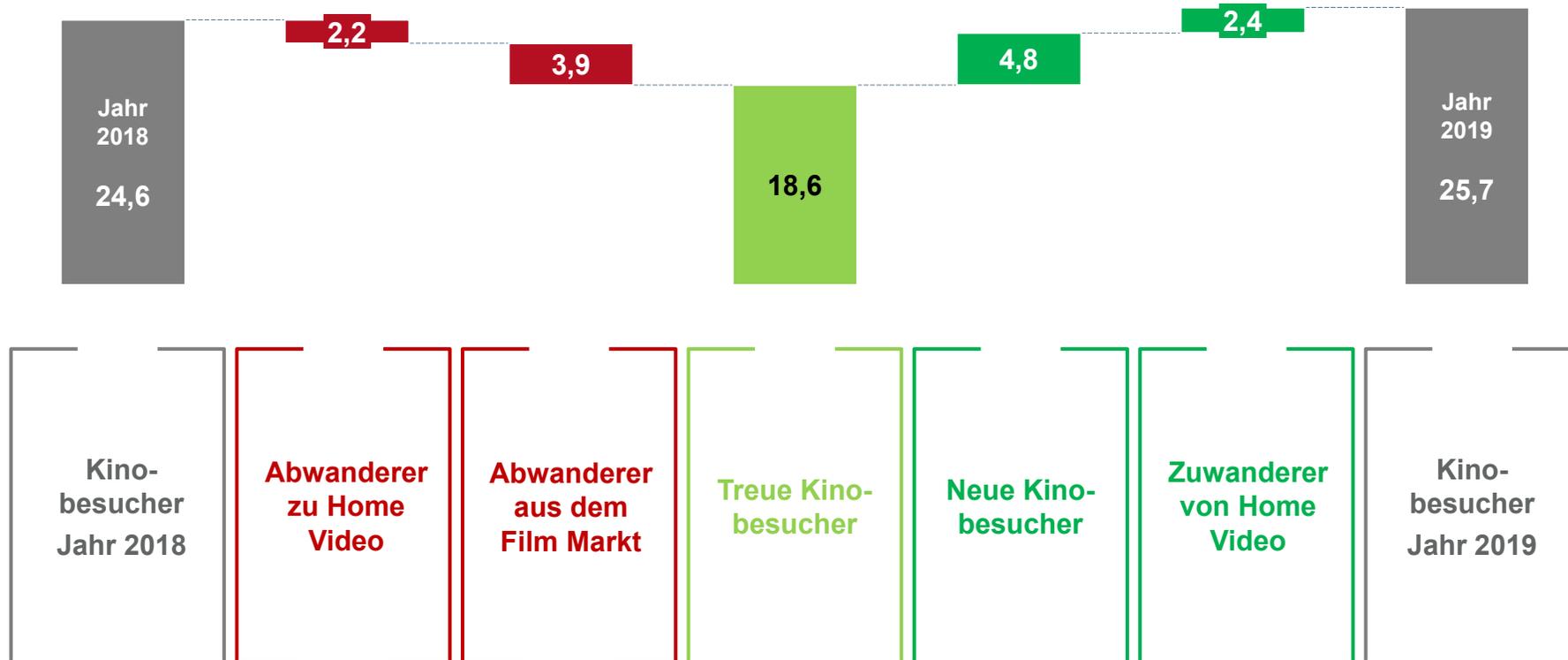


n 2019 = 75.983

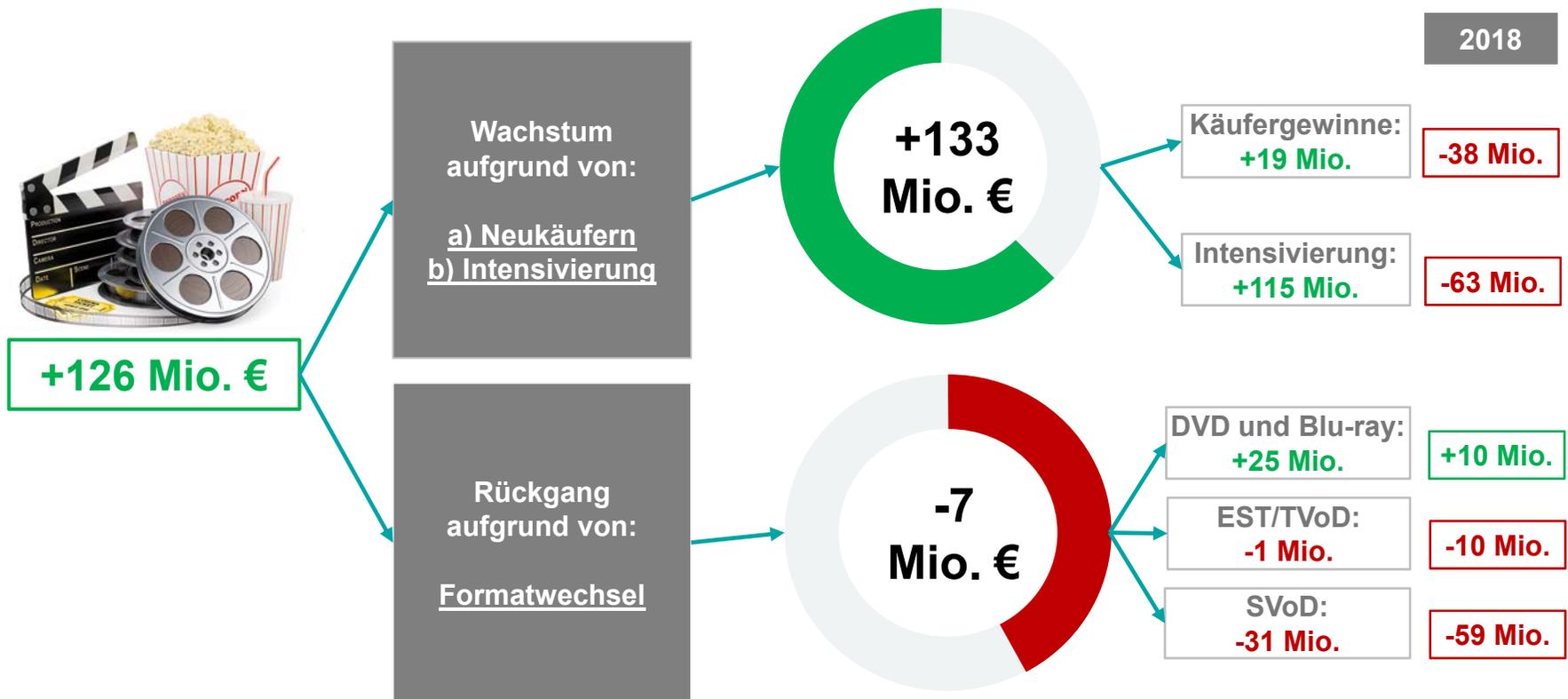
*Fokus 2019*

# Besucherwanderung 2018 >> 2019

Basis: Personen in Mio.



**Fokus 2019**  
**Gewinne und Verluste 2019/2018**  
 Basis: Umsatz in Mio. €

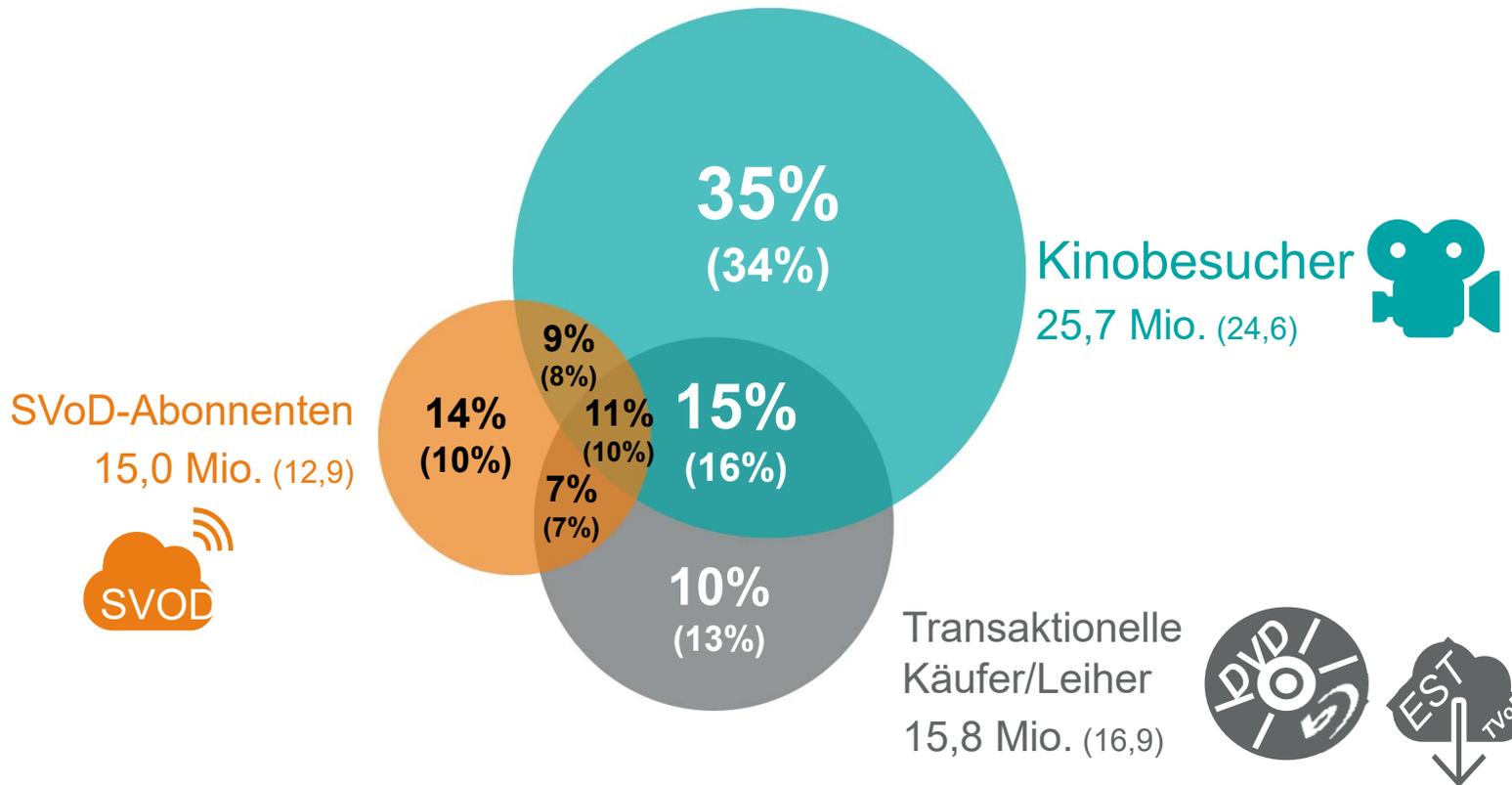


Die Gewinne im Kinomarkt 2019 resultieren in erster Linie aus Intensivierung, d.h. einer gestiegenen Frequenz, sowie nachgelagert aus Zuwächsen durch neue Kinobesucher. Die Austauschbeziehungen zu Home-Video-Formaten sind unterschiedlich: Während Kino von den sinkenden physischen Formaten DVD/BD profitiert, sind in Richtung der digitalen Formate, insb. SVOD, andauernde negative Austauschbeziehungen erkennbar.

Fokus 2019

# Kino vs. Home Entertainment – Nutzergruppen

Basis: Personen in Mio./Personen in % 2019 (2018)

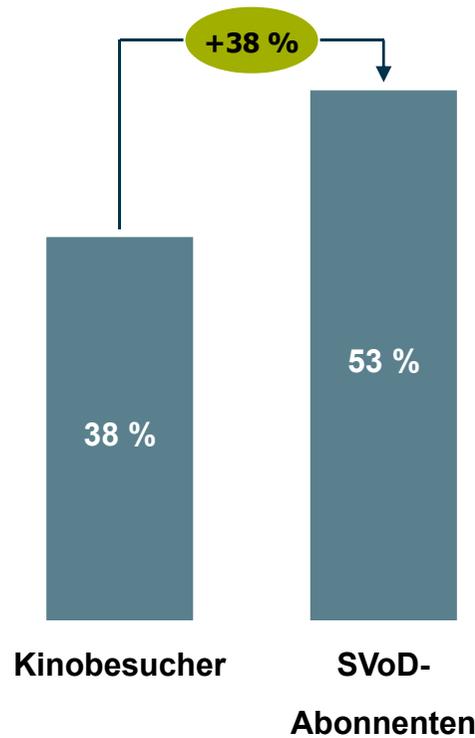


*Fokus 2019*

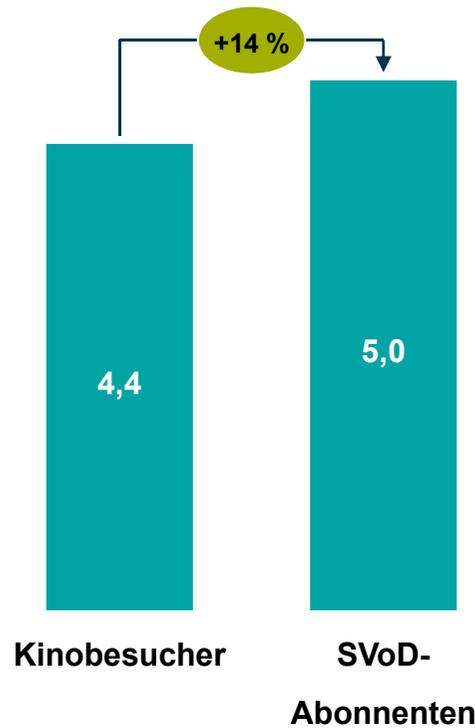
# Kinobesucher und SVoD-Abonnenten

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

Reichweite in %



Ø Tickets pro Person



Ø Ticketpreis

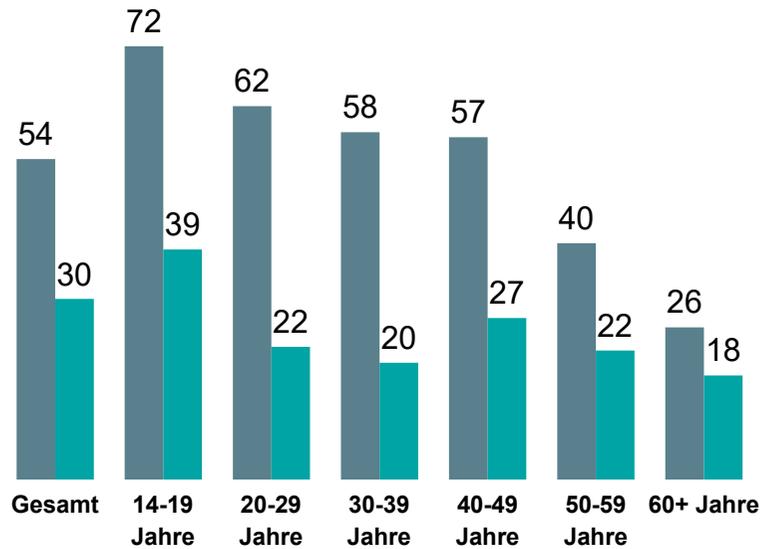


**Fokus 2019**

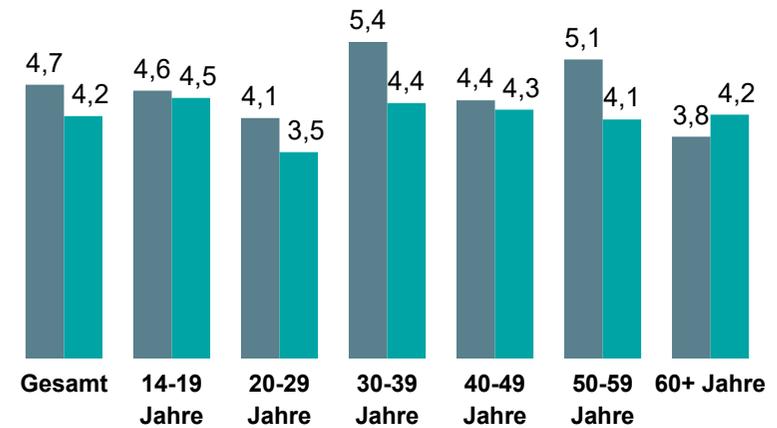
# Kinoreichweiten und Kinointensitäten nach Zielgruppen

Besucher ab 14 Jahre; Basis: Reichweiten in %/Intensität in Tickets

**Kinoreichweite in %**



**Kinointensität in Tickets  
(Anzahl Tickets pro Besucher)**

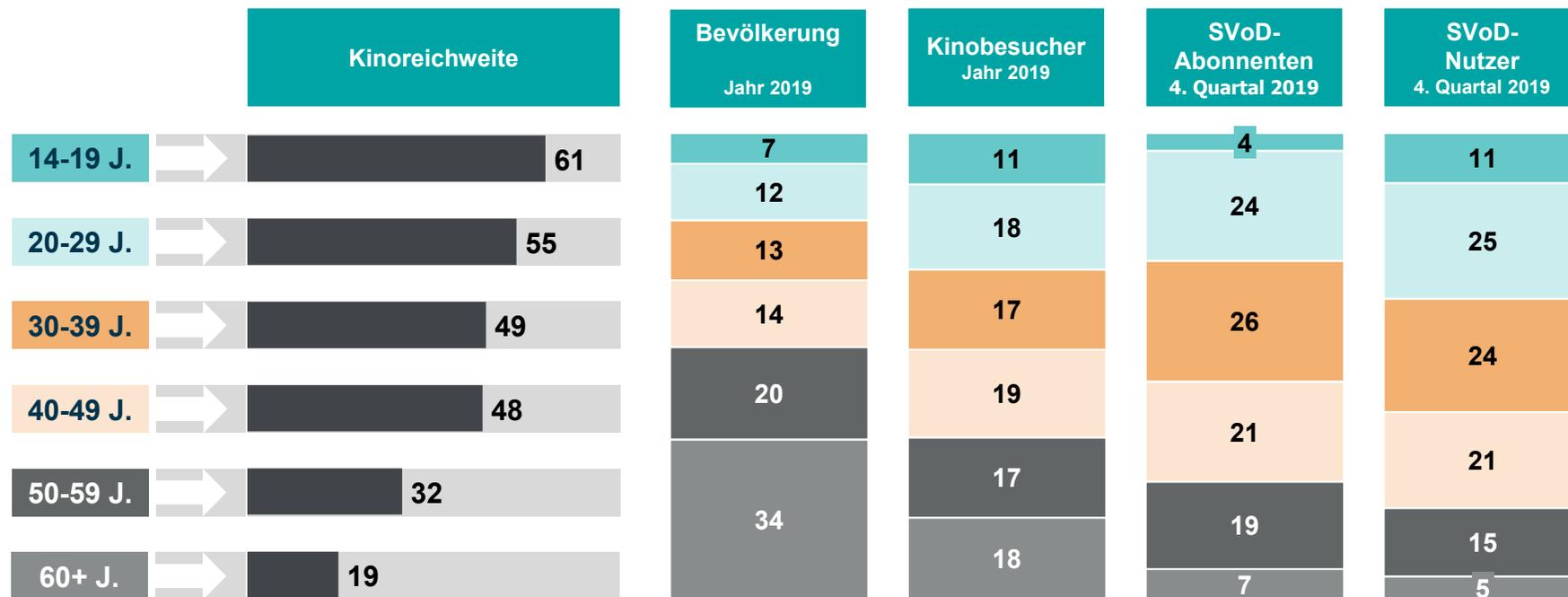


■ Zielgruppe: Personen mit SVoD-Nutzung im vierten Quartal 2019  
 ■ Zielgruppe: Personen ohne SVoD-Nutzung im vierten Quartal 2019

*Fokus 2019*

# Kinoreichweiten und Altersstrukturen nach Zielgruppen

Basis: Reichweite in %



n 2019 = 18.333

## Key Facts zum Fokus 2019

**2019 konnte der Kino- und Videomarkt ein Umsatzwachstum von 13 Prozent verzeichnen – getrieben durch den sich nach 2018 wieder erholenden Kinomarkt und durch den kontinuierlich steigenden SVoD-Markt. Bei der jüngsten Altersgruppe 10 bis 19 Jahre nahm das Kino prozentual den größten Stellenwert in Bezug auf den Umsatz ein (60 Prozent) mit einem Wachstum um 8 Prozentpunkte. In allen Altersgruppen ab 20 Jahren hat SVoD an Bedeutung gewonnen und machte bei den 20- bis 29-Jährigen erstmals mehr als die Hälfte des Umsatzes des Kino- und Videomarkts aus (52 Prozent).**

**In Bezug auf die Besucherwanderung von 2018 zu 2019 können 18,6 Mio. Kinobesucher als treu bezeichnet werden. Die Gewinne im Kinomarkt 2019 resultieren in erster Linie aus einer gestiegenen Frequenz bestehender Kinobesucher.**

**Insgesamt betrachtet war die Kinoreichweite von SVoD-Nutzern mit 54 Prozent höher als die von Nicht-SVoD-Nutzern mit 30 Prozent. Dies konnte in allen Altersgruppen festgestellt werden.**

**In Bezug auf die Altersstruktur waren SVoD-Abonnenten und -Nutzer jünger im Vergleich zu allen Kinobesuchern.**

**Für weitere Fragen zur Demografie der Kinobesucher 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](mailto:marktforschung@ffa.de)

Weitere Informationen, Studien und Marktdaten erhalten Sie unter:

**[www.ffa.de](http://www.ffa.de)**