

Kinobesucher*innen 2022

Strukturen und Entwicklungen auf Basis des GfK-Panels

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.

Hochrechnung

Die Ergebnisse werden auf die Grundgesamtheit (Stand Januar 2022: 66,2 Mio.) der deutschen Bevölkerung ab 10 Jahre hochgerechnet.

Befragungsmethode

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

Stichprobe

Kontinuierliches Konsument*innenpanel von 20.000 (brutto) deutschen Einzelpersonen ab 10 Jahren (Stand Januar 2022).

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.

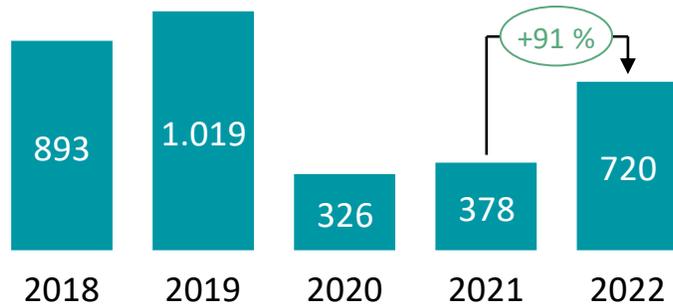
AGENDA

- 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 2022

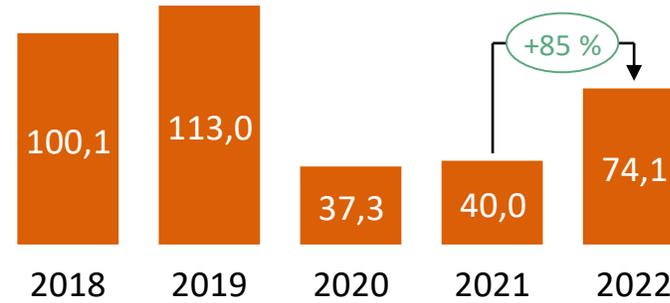
Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

KEY FACTS ZUM KINOMARKT IM ZEITVERLAUF

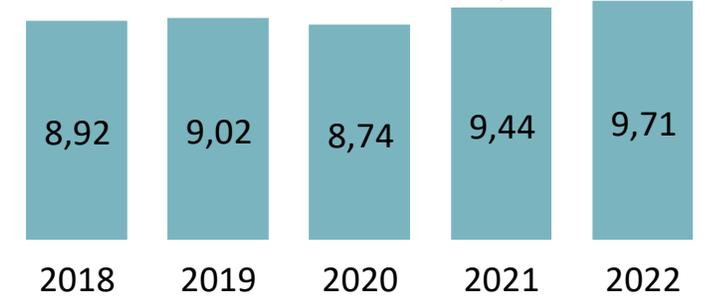
Ausgaben in Mio. €



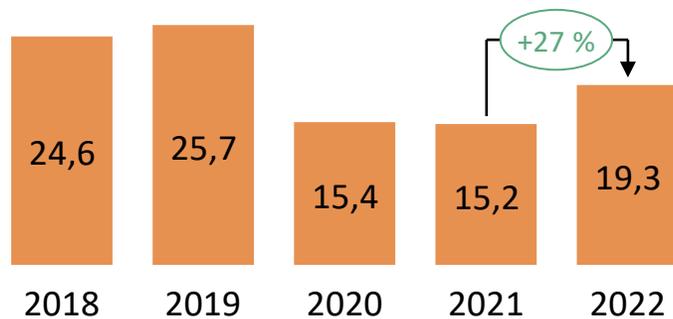
Absatz in Mio. Tickets



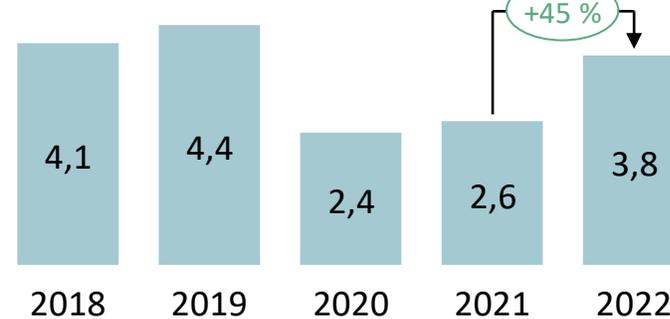
Ø Ticketpreis in €



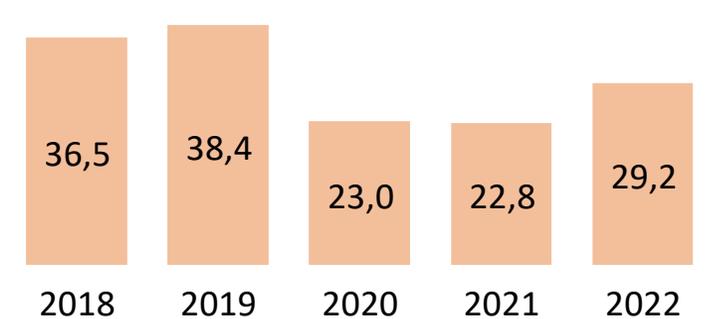
Besuchende in Mio. Personen



Ø Besuchsintensität in Tickets/Person



Besuchendenreichweite in %



DER KINOMARKT AUF EINEN BLICK 2022

Basis: Umsatz in Mio. €/Tickets in Mio./Veränderung 2022 vs. 2021 in %

Kinomarkt gesamt

720 Mio. € (+91 %)

74 Mio. Tickets (+85 %)

2D

616 Mio. € (+80 %)

66 Mio. Tickets (+78 %)

3D

104 Mio. € (+196 %)

8 Mio. Tickets (+ 187 %)

Deutsche Produktion

165 Mio. € (+127 %)

19 Mio. Tickets (+119 %)

US-Produktion

480 Mio. € (+145 %)

47 Mio. Tickets (+129 %)

EU-/sonstige int. Produktion

74 Mio. € (-31 %)

8 Mio. Tickets (-24 %)

Top Titel – Altersgruppen 2022 (Basis: Tickets)

10-19 Jahre

Minions – Auf der Suche nach dem Mini-Boss

20-29 Jahre

Phantastische Tierwesen: Dumbledores Geheimnisse

30-39 Jahre

Avatar: The Way of Water

40-49 Jahre

Top Gun: Maverick

50-59 Jahre

Top Gun: Maverick

60+ Jahre

Der Gesang der Flusskrebse

AUSGABEN IM ZEITVERLAUF

Durchschnittliche Ausgaben im Kino

	2018	2019	2020	2021	2022	Vgl. 22/21
durchschnittlicher Eintrittspreis pro Kinoticket lt. FFA:	8,54 €	8,63 €	8,35 €	8,87 €	9,26 €	+ 4,3 %
durchschnittlicher Eintrittspreis pro Kinoticket lt. GfK*:	8,92 €	9,02 €	8,74 €	9,44 €	9,71 €	+ 2,9 %
durchschnittliche Ausgaben pro Kinoticket (exkl. Kinotickets ohne Verzehr) für Verzehr lt. GfK*:	7,58 €	7,99 €	7,93 €	9,10 €	9,54 €	+ 4,9 %
durchschnittliche Gesamtausgaben pro Kinoticket lt. GfK*:	13,38 €	13,93 €	13,39 €	15,57 €	16,27 €	+ 4,5 %

*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 2022 ein durchschnittlicher Eintrittspreis von 9,26 Euro.
- Der von der GfK ermittelte Eintrittspreis lag mit 9,71 Euro erneut höher, da hier u. a. Kinder unter 10 Jahren, die meist Preisermäßigungen erhalten, nicht berücksichtigt wurden.

ZUSAMMENFASSUNG

Annäherung an das vorpandemische Niveau bezüglich Ausgaben, Tickets und Eintrittspreis:

Nach den pandemischen Jahren 2020 und 2021 ist 2022 das erste Jahr ohne weitreichende Kinoschließungen und -einschränkungen. Im Vergleich zu 2021 stieg der Umsatz auf 720 Mio. Euro (+91 Prozent) bei einer Steigerung des Ticketpreises um 27 Cent auf 9,71 Euro (+3 Prozent). Laut Angaben der GfK wurden mit 74,1 Mio. Tickets über 34 Mio. mehr als im Jahr 2021 verkauft (+85 Prozent). Die 3D-Filmproduktion konnte mit einem Umsatz von 104 Mio. Euro (+196 Prozent) ein mehr als doppelt so hohes Umsatzwachstum erzielen als die 2D-Filmproduktion.

Steigende Reichweite und Intensität:

Die Zahl der Kinobesucher*innen stieg um 27 Prozent auf 19,3 Mio., was einer Besuchendenreichweite von 29,2 Prozent entspricht. Gleichzeitig konnte auch die Besuchsintensität gesteigert werden. Mit 3,8 Tickets pro Kinobesucher*in gingen die Kinobesucher*innen durchschnittlich 1,2 Mal häufiger ins Kino.

Deutsche und US-Produktion wieder im Aufwind:

Nach den weltweiten Lockerungen der Corona-Maßnahmen konnte auch die Filmproduktion wieder anlaufen. Der Umsatz von US-Produktionen in den deutschen Kinos stieg um 145 Prozent auf 480 Mio. Euro. Ausgaben für deutsche Produktionen konnten im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls zulegen auf 165 Mio. Euro (+ 127 Prozent). Lediglich der Umsatz der EU- bzw. sonstigen internationalen Produktionen ging um 31 Prozent auf 74 Mio. Euro zurück.



Filmförderungsanstalt German Federal Film Board

Kinobesucher*innen I – soziodemografisch

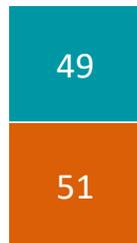
Kinobesucher*innen I

GESCHLECHT UND ALTER DER BESUCHER*INNEN IM ZEITVERLAUF

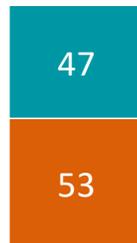
Basis: Tickets in %

Dt. Bev.

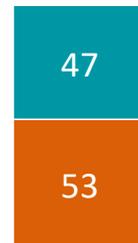
2022



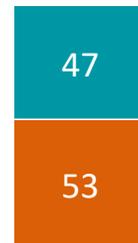
2018



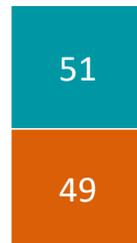
2019



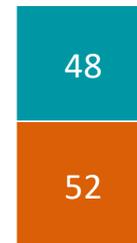
2020



2021



2022



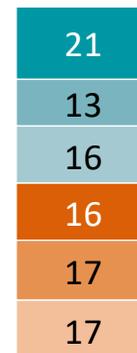
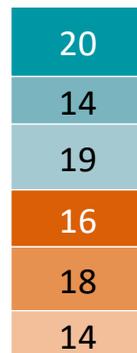
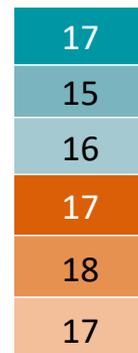
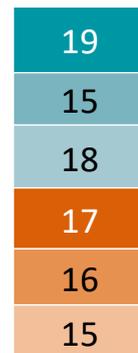
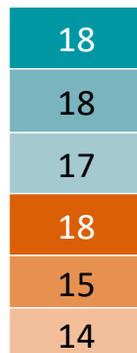
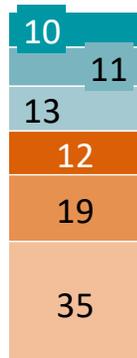
■ männlich
■ weiblich

Veränderungsraten in %

22 vs. 21

+74 %

+97 %



■ 10 bis 19 Jahre
■ 20 bis 29 Jahre
■ 30 bis 39 Jahre
■ 40 bis 49 Jahre
■ 50 bis 59 Jahre
■ 60+ Jahre

+92 %

+81 %

+62 %

+83 %

+76 %

+126 %

+85 %

100,1

113,0

37,3

40,0

74,1

Basis in Mio. Tickets

39,0

39,5

40,8

38,9

39,6

Ø Alter

ZUSAMMENFASSUNG

Zuwächse in allen Altersgruppen und Geschlechtern:

2022 gingen mit einem Anteil von 52 Prozent im Vergleich zum Vorjahr wieder mehr weibliche als männliche Besucher*innen ins Kino. Das Durchschnittsalter der Kinobesucher*innen ist auf 39,6 Jahre angestiegen und liegt damit wieder auf dem Niveau vor Corona-Beginn (2019: 39,5 Jahre).

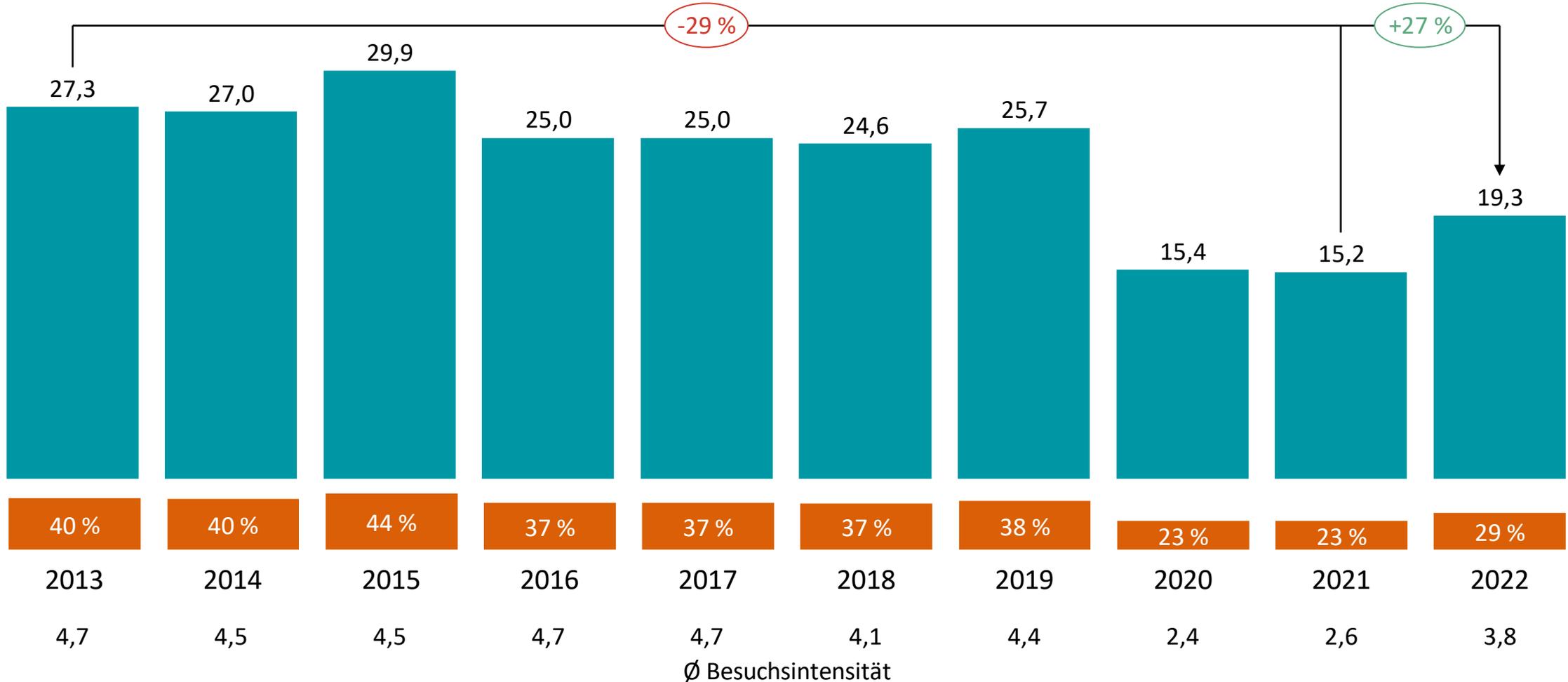
Alle Altersgruppen verzeichneten Ticketzuwächse, den höchsten Zuwachs konnten die über 60-Jährigen erzielen. Die 10- bis 19-Jährigen bildeten gemessen an ihrem Anteil (2022: 21 Prozent) an den Gesamttickets die wichtigste Altersgruppe. Jedes zweite Kinoticket wurde an Kinobesucher*innen zwischen 10 und 39 Jahren verkauft.

Kinobesucher*innen II – Reichweiten und Intensitäten

Kinobesucher*innen II

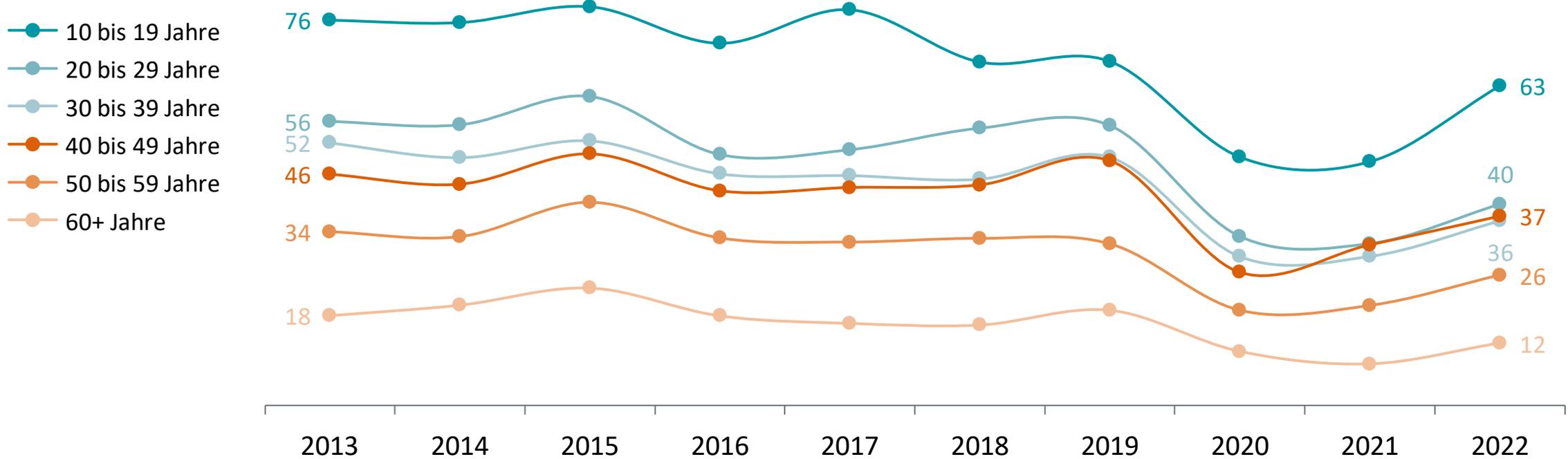
BESUCHER*INNENREICHWEITE UND BESUCHE PRO KOPF IM ZEITVERLAUF

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



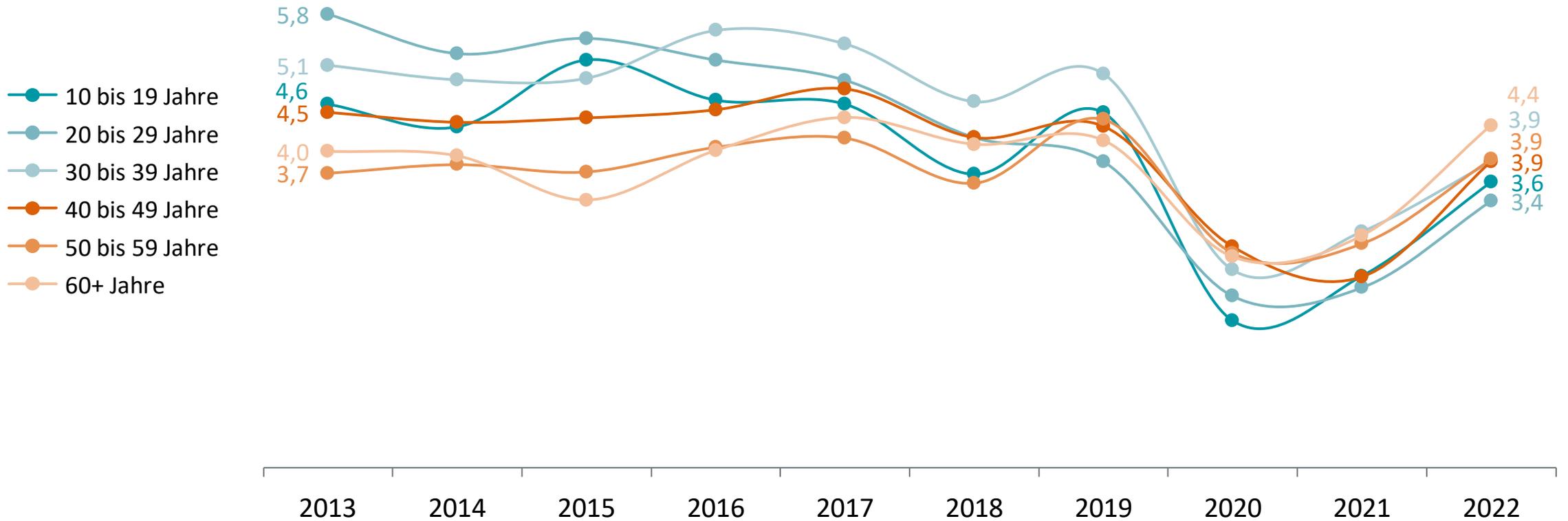
REICHWEITENENTWICKLUNG – ALTERSGRUPPEN IM ZEITVERLAUF

Basis: Besuche pro Person



ENTWICKLUNG DER BESUCHSINTENSITÄT – ALTERSGRUPPEN IM ZEITVERLAUF

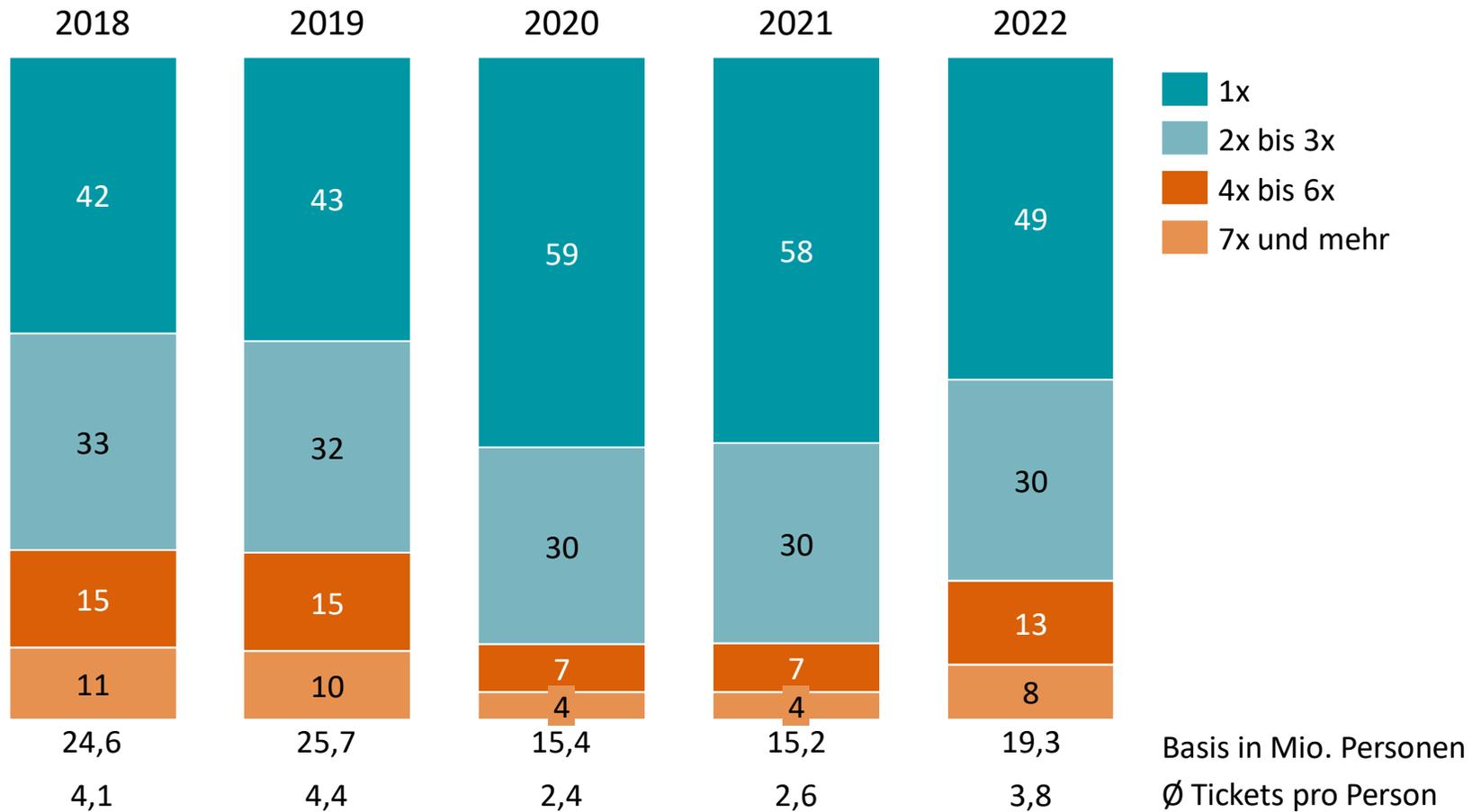
Basis: Besuchsintensität in Tickets/Person



Kinobesucher*innen II

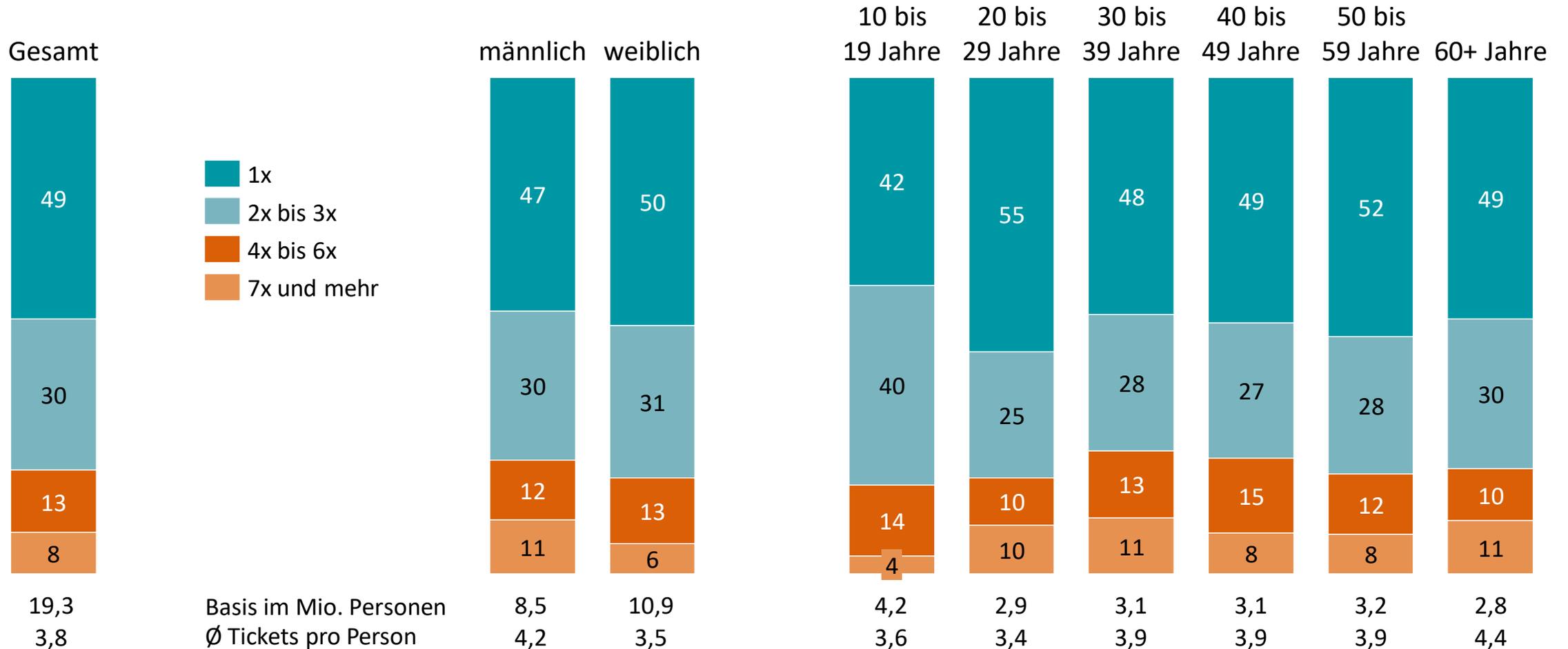
BESUCHSHÄUFIGKEIT IM ZEITVERLAUF

Basis: Personen in %



BESUCHSINTENSITÄT – GESCHLECHT/ALTERSGRUPPEN 2022

Basis: Personen in %



ZUSAMMENFASSUNG

Steigende Reichweite in allen Altersgruppen:

Im Vergleich zum Vorjahr ist die Reichweite der Besucher*innen in Bezug auf die Gesamtbevölkerung ab 10 Jahren auf 29 Prozent gestiegen (2021: 23 Prozent), wobei die 10- bis 19-Jährigen mit einer Reichweite von 63 Prozent am kinoaffinsten blieben. Im Vergleich zum Vorjahr verzeichneten alle Altersgruppen einen Reichweitzuwachs.

Wachsende Besuchsintensität:

In allen Altersgruppen hat die Besuchsintensität im Vergleich zum Vorjahr zugenommen. Mit durchschnittlich 4,4 Tickets waren die Pro-Kopf-Tickets bei den über 60-Jährigen am höchsten und überstiegen somit den Durchschnitt der Gesamtbevölkerung von 3,8 Kinobesuchen. Kinobesucherinnen gingen mit durchschnittlich 3,5 gelösten Tickets weniger häufig ins Kino als die männlichen Kinobesucher mit durchschnittlich 4,2 Tickets pro Person.

Innerhalb der 19,3 Mio. Kinobesucher*innen stieg der Anteil jener mit mindestens vier gelösten Kinotickets von 11 Prozent im Jahr 2021 auf 21 Prozent im Jahr 2022 an.

Kinobesucher*innen III – filmspezifisch

TOP 7 TITEL – ALTERSGRUPPEN 2022

Basis: Tickets

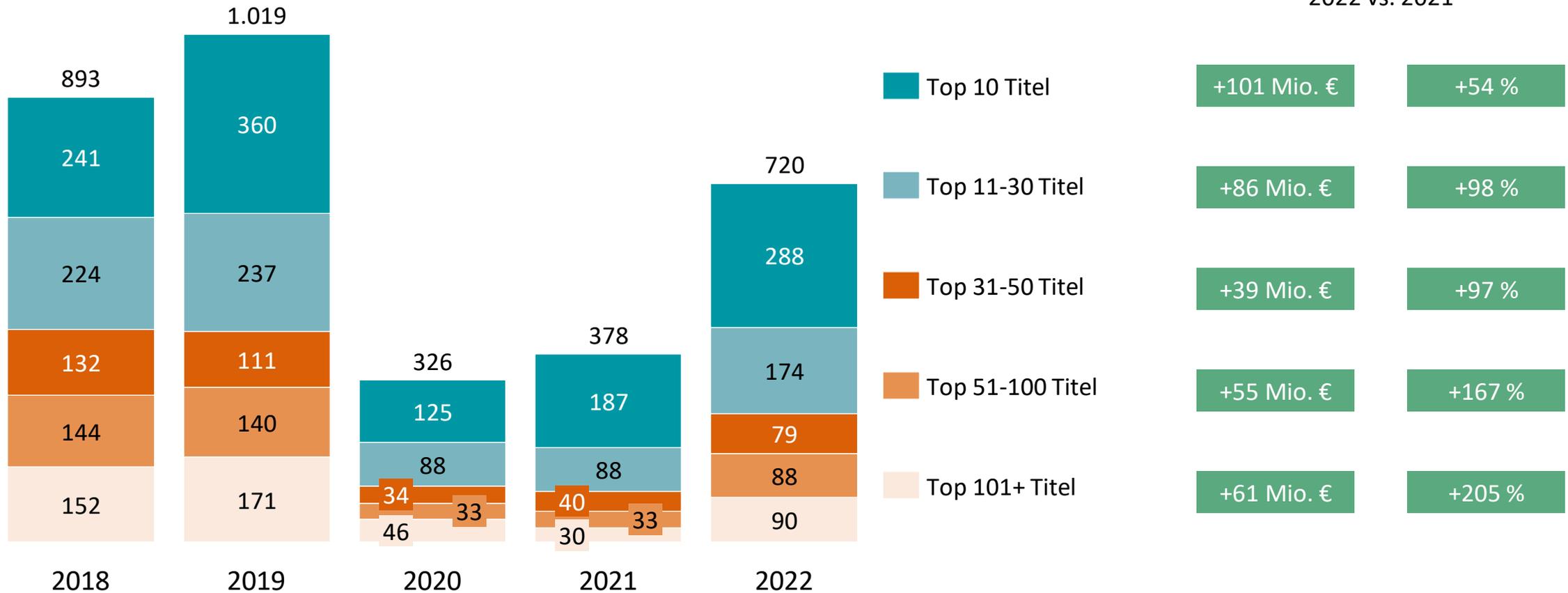
10 bis 19 Jahre	20 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50 bis 59 Jahre	60+ Jahre
Minions – Auf der Suche nach dem Mini-Boss	Phantastische Tierwesen: Dumbledores Geheimnisse	Avatar: The Way of Water	Top Gun: Maverick	Top Gun: Maverick	Der Gesang der Flusskrebse
Avatar: The Way of Water	Avatar: The Way of Water	Top Gun: Maverick	Avatar: The Way of Water	Avatar: The Way of Water	Wunderschön
Top Gun: Maverick	Top Gun: Maverick	Phantastische Tierwesen: Dumbledores Geheimnisse	Minions – Auf der Suche nach dem Mini-Boss	Phantastische Tierwesen: Dumbledores Geheimnisse	Avatar: The Way of Water
Phantastische Tierwesen: Dumbledores Geheimnisse	Doctor Strange in the Multiverse of Madness	Jurassic World: Ein neues Zeitalter	Die Schule der magischen Tiere 2	Jurassic World: Ein neues Zeitalter	Top Gun: Maverick
Die Schule der magischen Tiere 2	Spider-Man: No Way Home	Thor: Love and Thunder	Jurassic World: Ein neues Zeitalter	Wunderschön	Mittagsstunde
Jurassic World: Ein neues Zeitalter	Black Panther: Wakanda Forever	Minions – Auf der Suche nach dem Mini-Boss	Phantastische Tierwesen: Dumbledores Geheimnisse	Minions – Auf der Suche nach dem Mini-Boss	Guglhupfgeschwader
Spider-Man: No Way Home	The Batman	The Batman	Sing – Die Show deines Lebens	Thor: Love and Thunder	Ticket ins Paradies

= Deutsche Produktionen sind farblich gekennzeichnet

Kinobesucher*innen III

VERTEILUNG DER TOP-TITEL IM ZEITVERLAUF

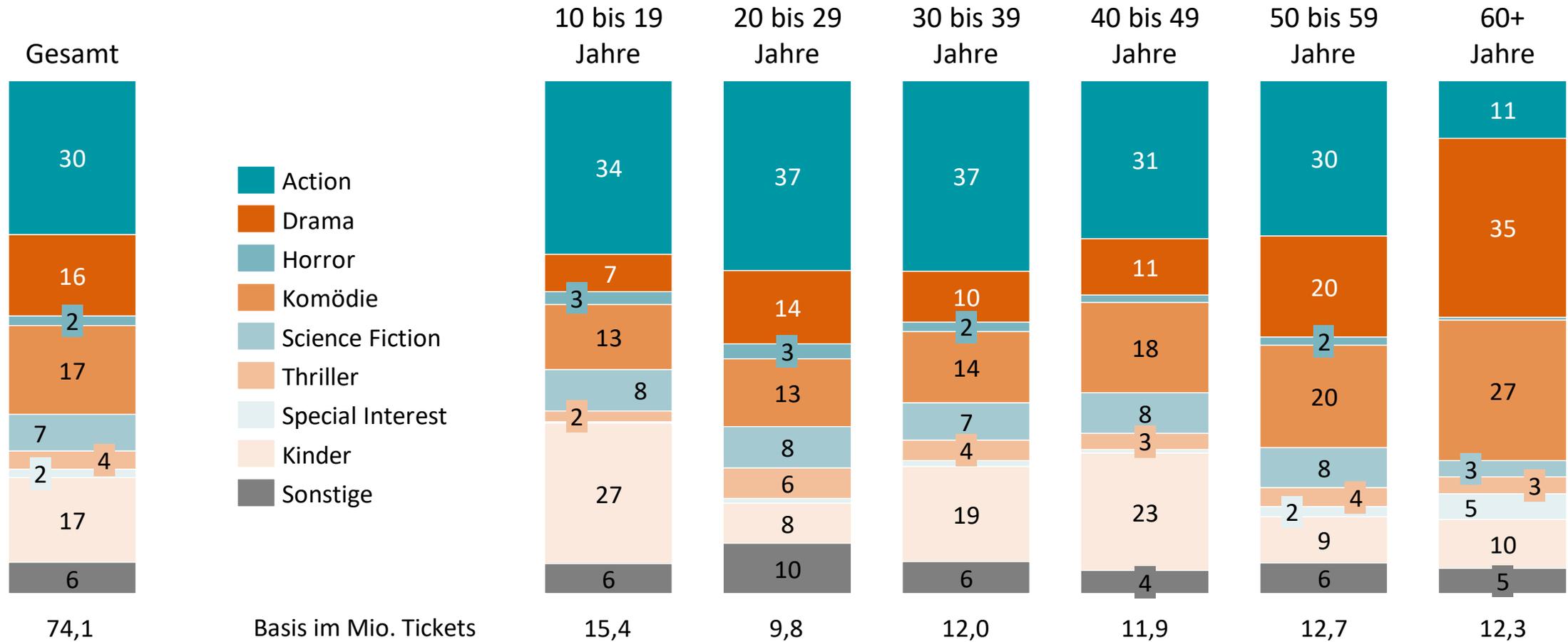
Basis: Umsatz in Mio. €



Kinobesucher*innen III

GENRE – ALTERSGRUPPEN 2022

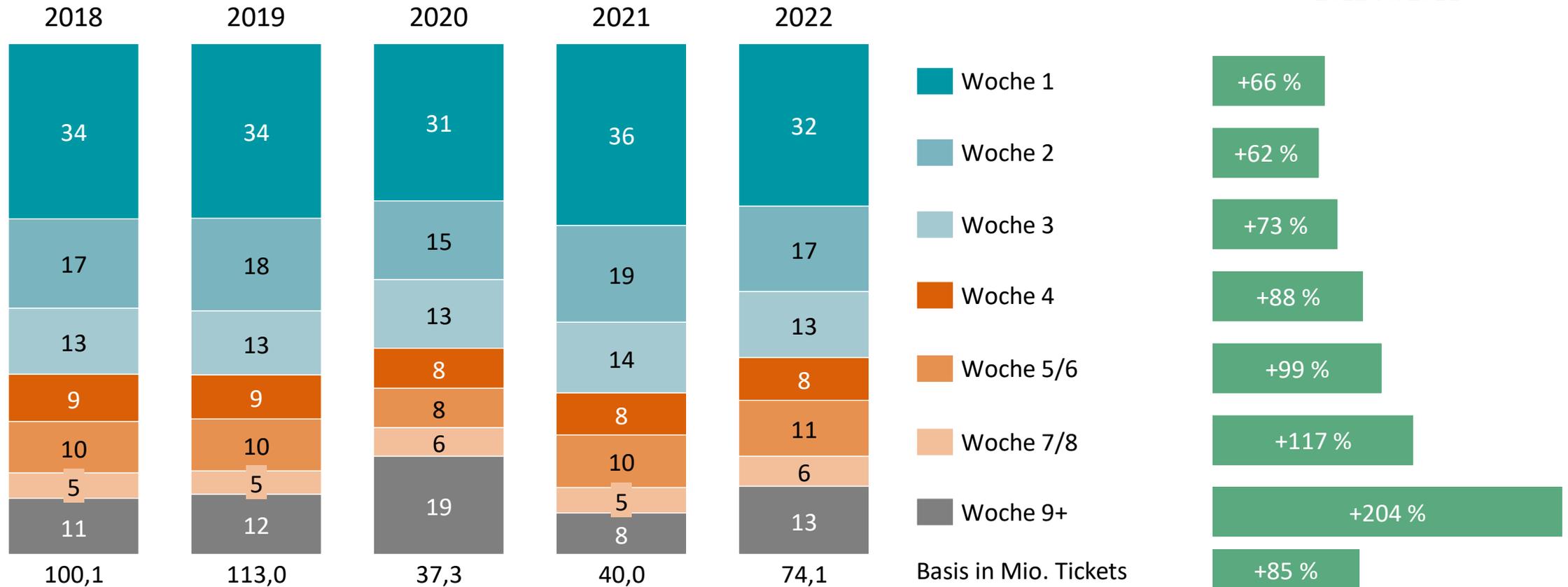
Basis: Tickets in %



Kinobesucher*innen III

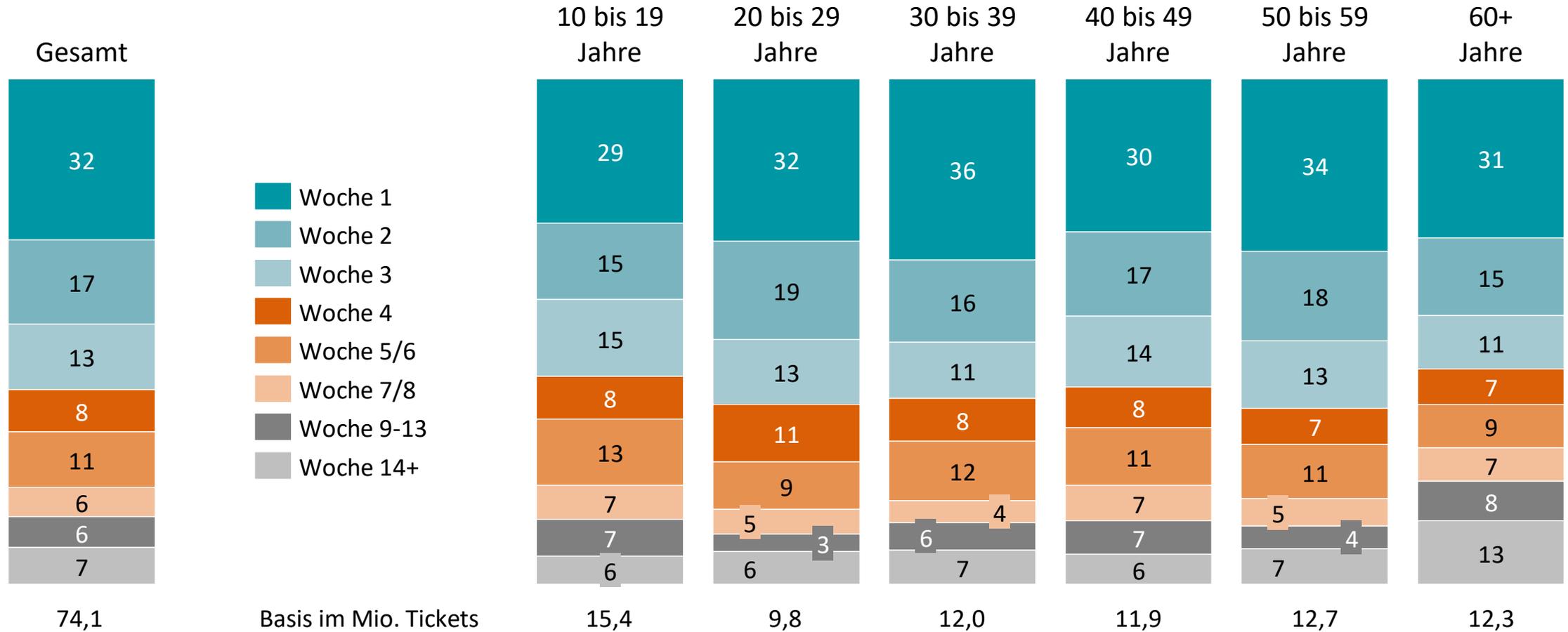
ZEITPUNKT DES BESUCHS IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets in %



ALTER DER BESUCHER*INNEN – ZEITPUNKT DES BESUCHS 2022

Basis: Tickets in %

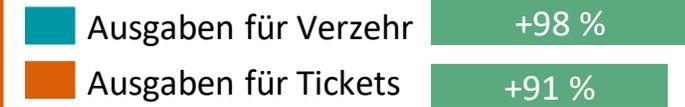
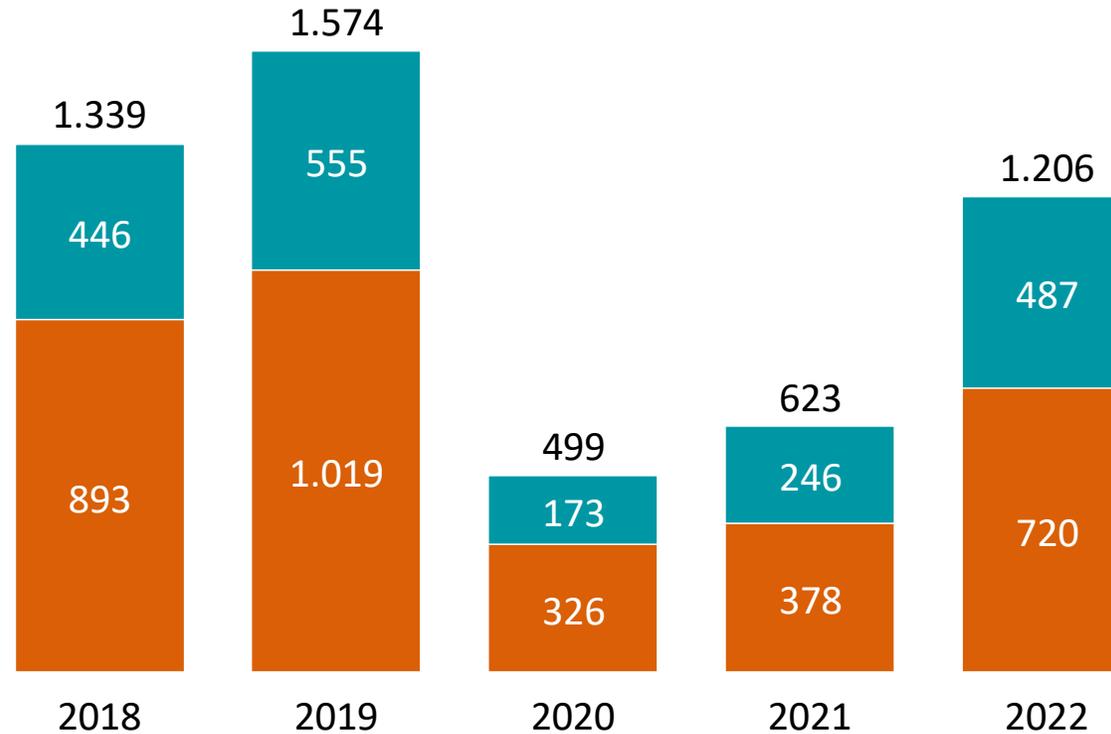


Kinobesucher*innen III

AUSGABEN FÜR TICKETS UND VERZEHR IM ZEITVERLAUF

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

Veränderungsraten
in %
2022 vs. 2021



	2018	2019	2020	2021	2022
Anteil Verzehr an Gesamtumsatz	33 %	35 %	35 %	39 %	40 %
Anteil Tickets mit Verzehr	59 %	61 %	59 %	67 %	69 %

VERZEHR – KINOGRÖßEN 2022

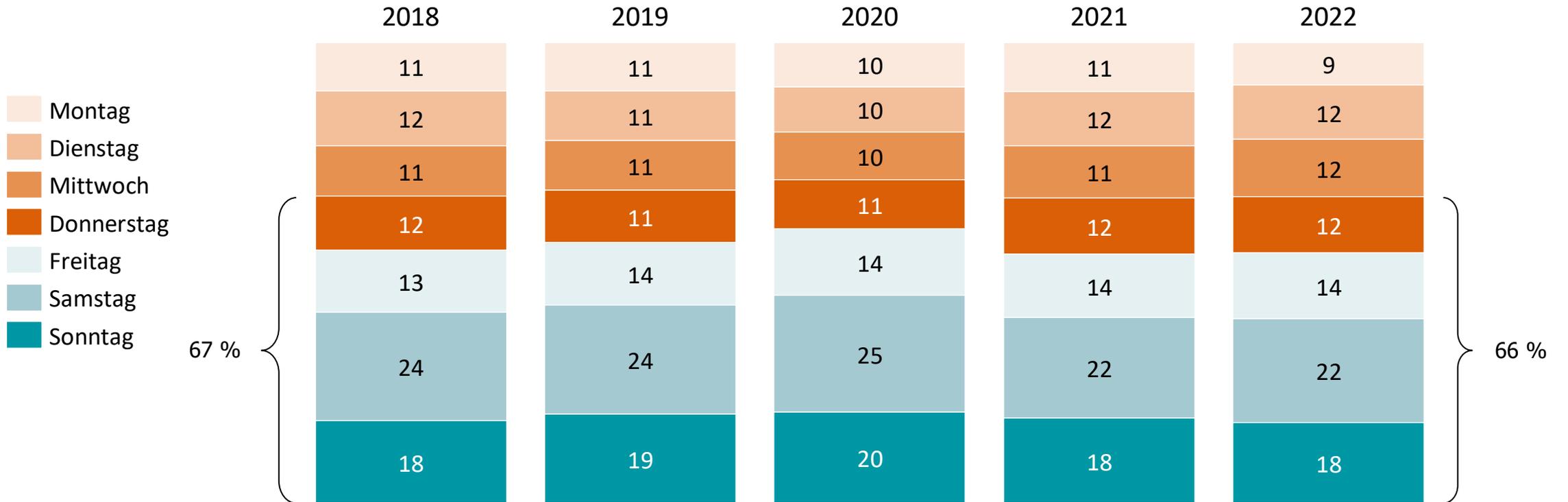
Basis: Tickets in %

Ø Ausgaben für Verzehr
(Basis Tickets gesamt)



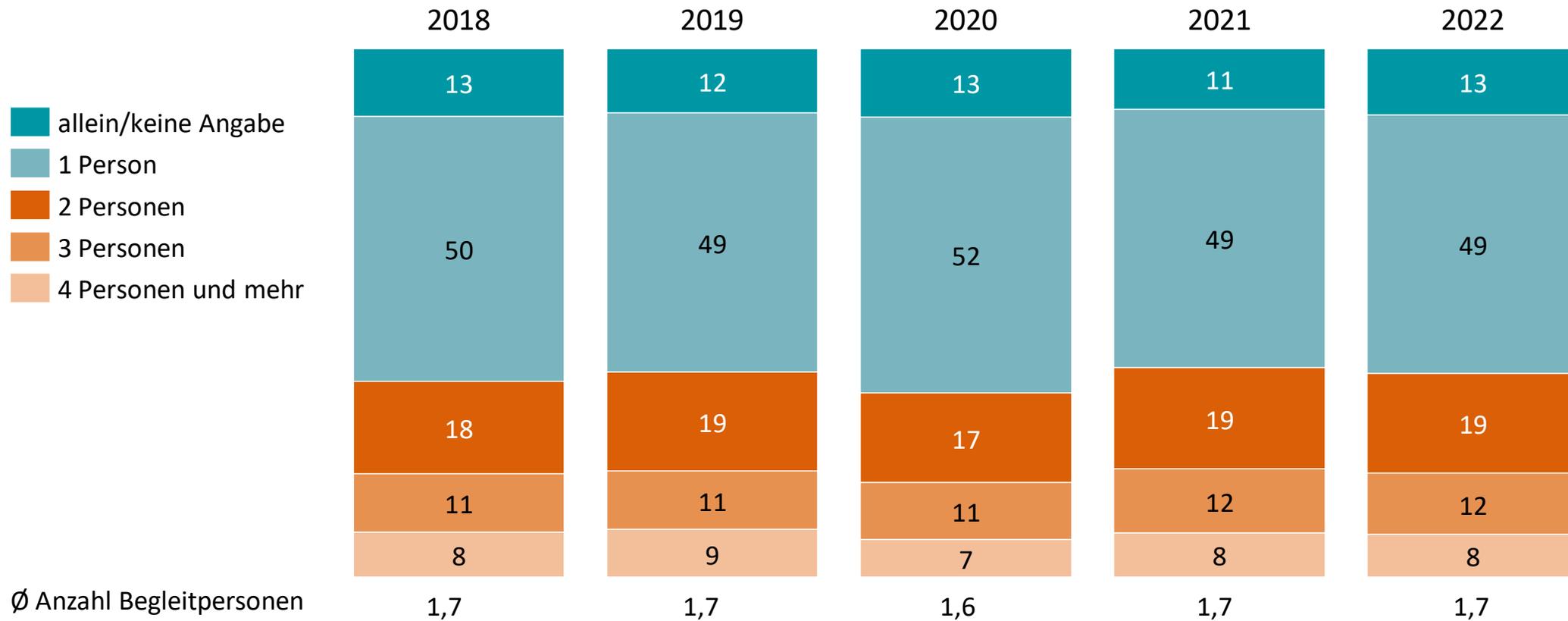
WOCHENTAGE IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets in %



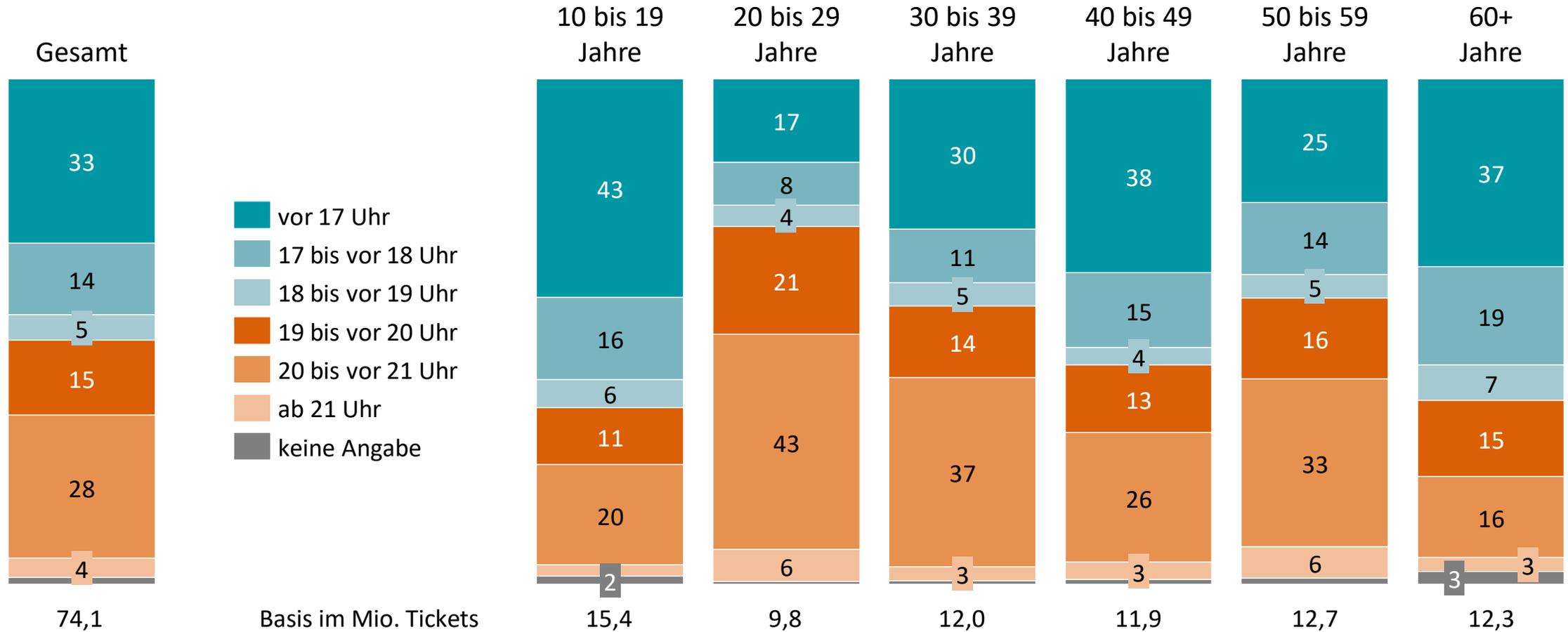
ANZAHL DER BEGLEITPERSONEN IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets in %

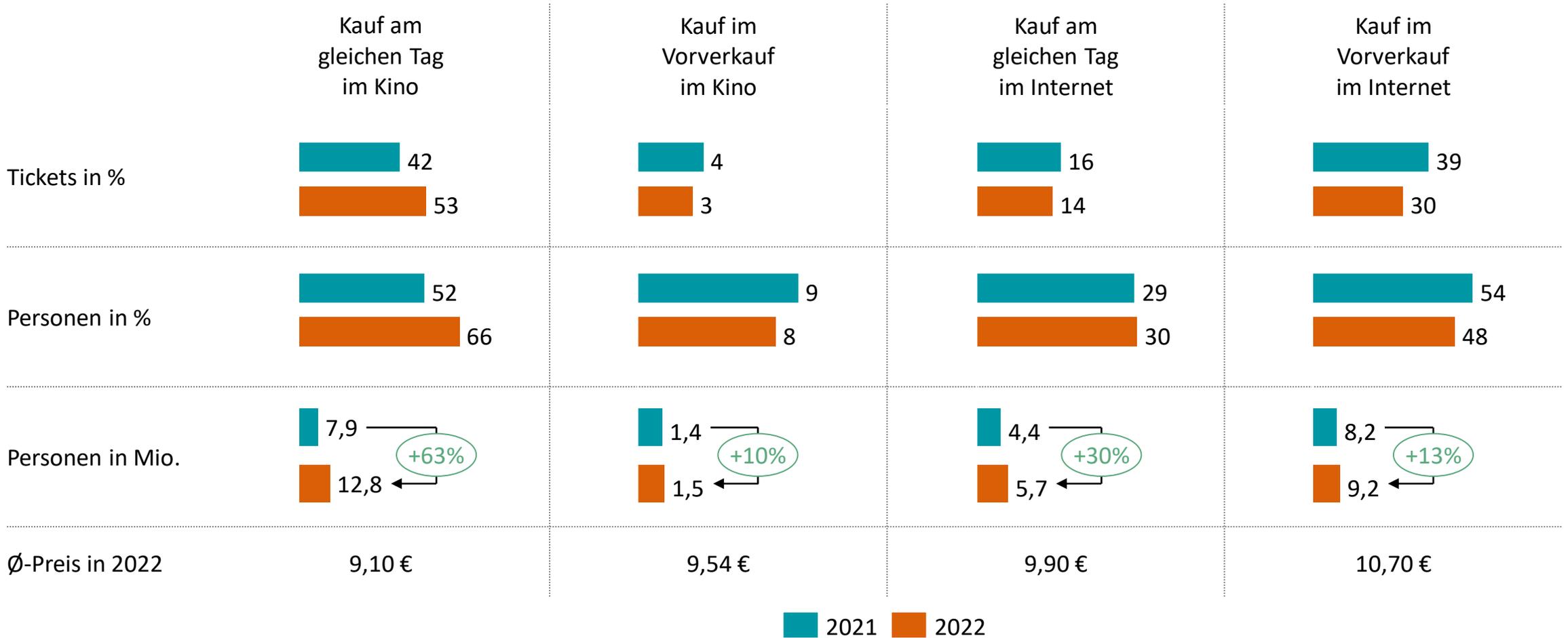


ALTER DER BESUCHER*INNEN – ZEITPUNKT DES BESUCHS 2022

Basis: Tickets in %



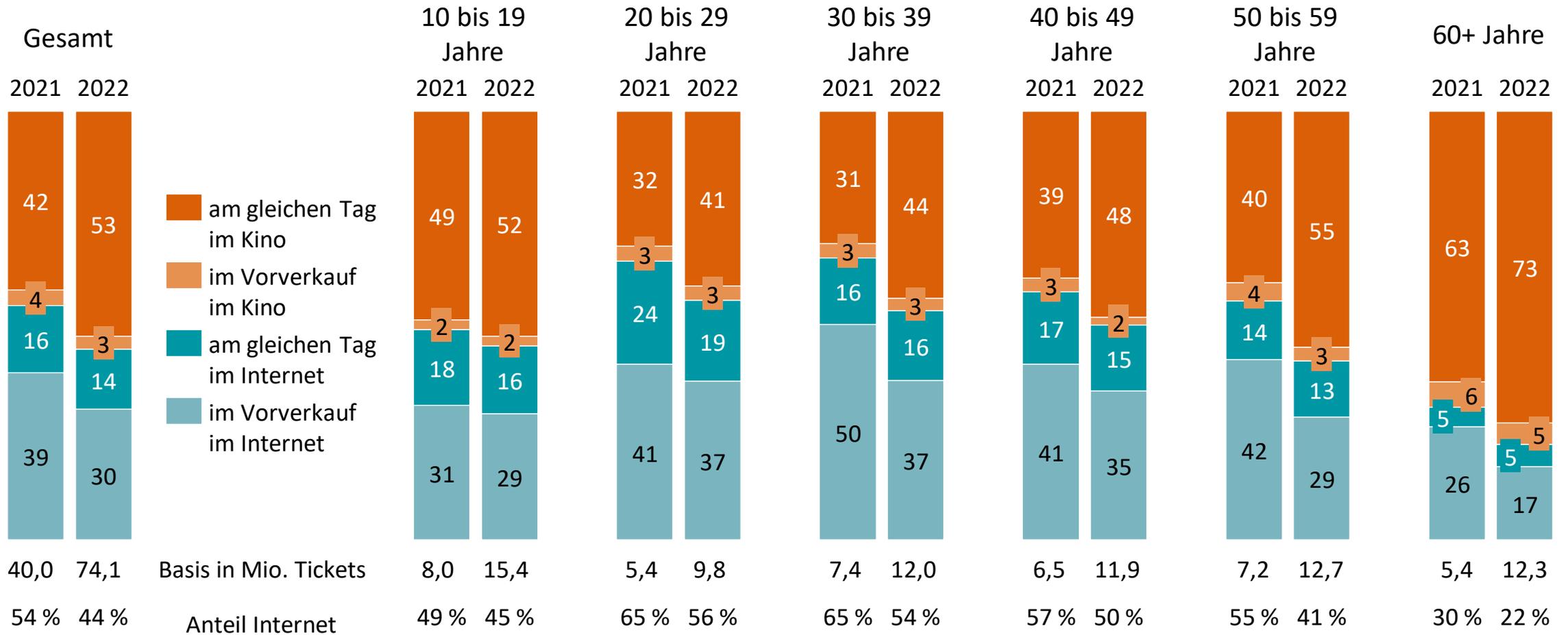
TICKETKAUF 2021/2022



Kinobesucher*innen III

TICKETKAUF – ALTERSGRUPPEN 2021/2022

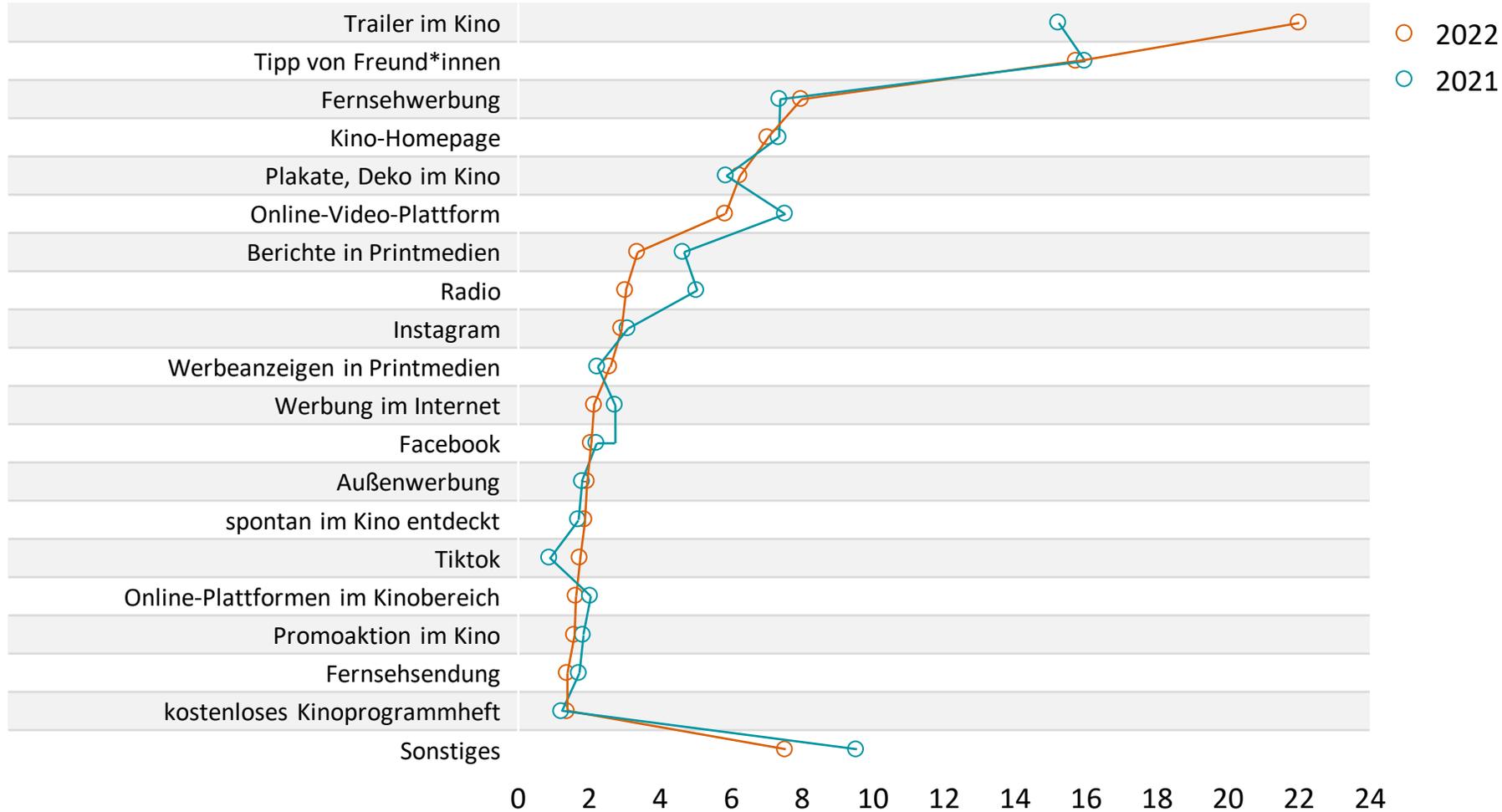
Basis: Tickets in %



Kinobesucher*innen III

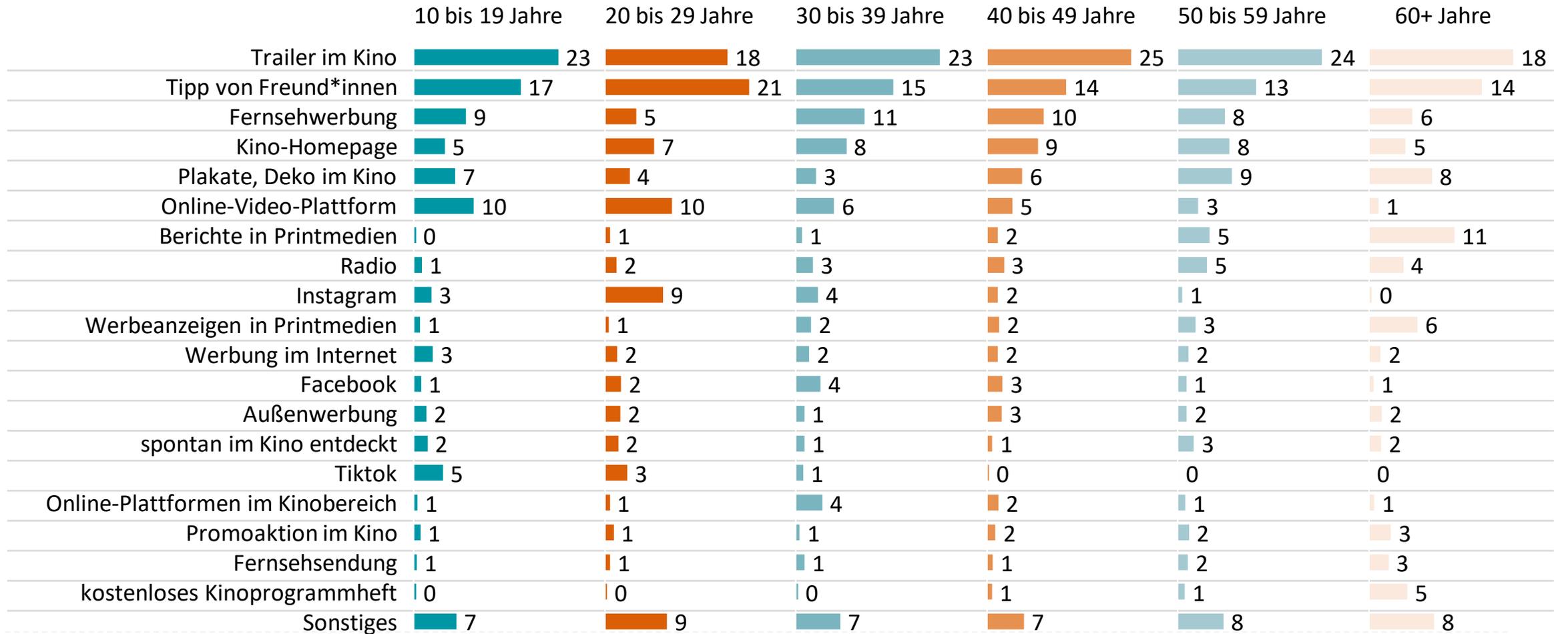
SOURCES OF AWARENESS 2021/2022

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



SOURCES OF AWARENESS – ALTERSGRUPPEN 2022

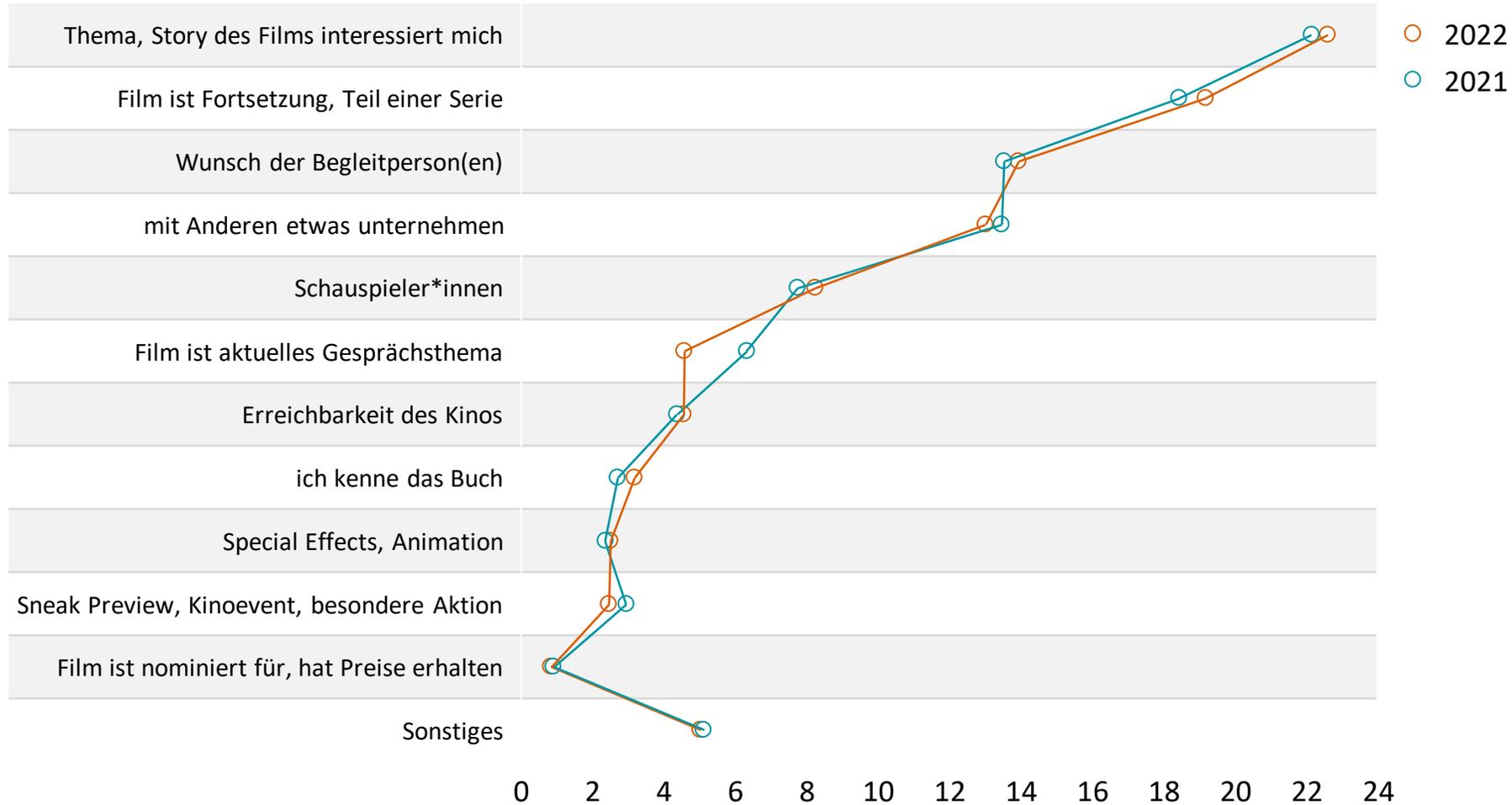
Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



Kinobesucher*innen III

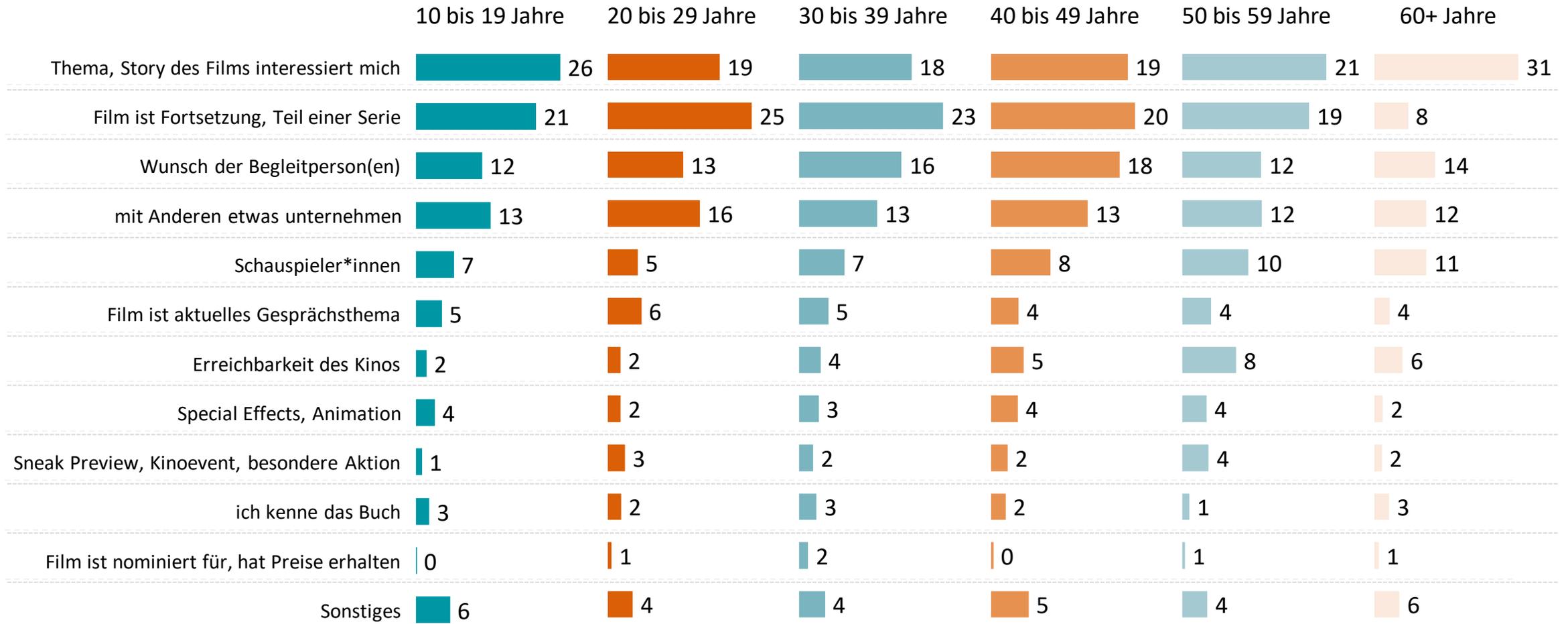
BESUCHSGRUND 2021/2022

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



BESUCHSGRUND – ALTERSGRUPPEN 2022

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



ZUSAMMENFASSUNG 1/2

Action weiterhin das beliebteste Genre:

Das Jahresende war von „Avatar: The Way of Water“ geprägt. Dieser Titel landete in allen Altersgruppen innerhalb der ersten drei Platzierungen. Bei den 10- bis 19-Jährigen konnten sich „Minions – Auf der Suche nach dem Mini-Boss“ an die Spitze setzen, gefolgt von „Avatar: The Way of Water“ und „Top Gun: Maverick“ auf den Plätzen zwei und drei. Bei den 20- bis 29-Jährigen war „Phantastischen Tierwesen: Dumbledores Geheimnis“ der meistgesehene Film. Bei der Zielgruppen über 60 Jahren setzte sich „Der Gesang der Flusskrebse“ vor „Wunderschön“ durch. Mit 3 Titeln fanden sich in dieser Altersgruppe die meisten deutschen Titel in der Liste der erfolgreichsten 7 Filme.

Die größte Vorliebe hatten die Kinobesucher*innen für das Genre Action (30 Prozent Ticketanteil) – weit vor Dramen (16 Prozent), Komödien (17 Prozent) oder Kinderfilmen (17 Prozent). Wie in den Vorjahren entfallen die meisten gelösten Kinotickets entfallen auf die erste Besuchswoche: 32 Prozent.

Steigende Umsätze für Concession:

Kinobesucher*innen gaben 2022 98 Prozent mehr für Popcorn, Snacks und Getränke und 91 Prozent mehr für Tickets aus verglichen mit dem Vorjahr. Daraus ergibt sich ein Verzehranteil von 40 Prozent an den Kinogesamtausgaben. Der Gesamterlös des Ticket- und Verzehrverkaufs lag 2022 bei 1.206 Mio. Euro. Im Jahr 2022 wurden bei 69 Prozent aller Ticketkäufe Concession-Ausgaben getätigt. Damit wurde der im Jahr 2021 erzielte Rekordwert von 67 Prozent erneut übertroffen. In Kinospielestätten mit acht oder mehr Leinwänden waren die durchschnittlichen Concession-Ausgaben am höchsten (7,33 Euro) und in Kinos mit bis zu drei Leinwänden am niedrigsten (5,01 Euro).

ZUSAMMENFASSUNG 2/2

Beliebteste Kinotage und Anzahl der Begleitpersonen bleiben konstant:

Auch im Jahr 2022 blieben Donnerstag bis Sonntag die beliebtesten Kinotage, da ihr Anteil gemessen an den Tickets 2/3 des Gesamtticketverkaufs ausmachte (66 Prozent). Verglichen mit den Vorjahren bevorzugten die Menschen nach wie vor den Kinobesuch zu zweit (49 Prozent).

Online-Ticket-Erwerb größtenteils bei den Jüngeren:

Ein Drittel aller Kinotickets wurde für den Vorstellungsbeginn vor 17 Uhr gekauft (33 Prozent). Verglichen mit den anderen Altersgruppen gingen die 10- bis 19-Jährigen am häufigsten vor 17 Uhr ins Kino (43 Prozent), wobei vor allem die 20- bis 29-Jährigen Filmvorstellungen ab 20 Uhr bevorzugten. 53 Prozent der Kinokarten wurden am selben Tag im Kino gekauft. Allerdings konnte der Anteil der im Internet gekauften Tickets in den letzten Jahren gesteigert werden und lag 2022 bei 44 Prozent.

Zunehmende Bedeutung von Trailern:

Mit 22 Prozent war der „Trailer im Kino“ die wichtigste Aufmerksamkeitsquelle und lag 2022 deutlich über 2021 (15 Prozent). Auf den Plätzen zwei und drei lagen „Tipps von Freund*innen“ sowie „Fernsehwerbung“ mit 16 bzw. 8 Prozent. Der häufigste Besuchsgrund war auch 2022 „Thema, Story interessiert mich“ mit 23 Prozent, gefolgt von „Film ist Fortsetzung, Teil einer Serie“ (19 Prozent). An dritter Stelle steht mit 14 Prozent „Wunsch der Begleitperson(en)“.



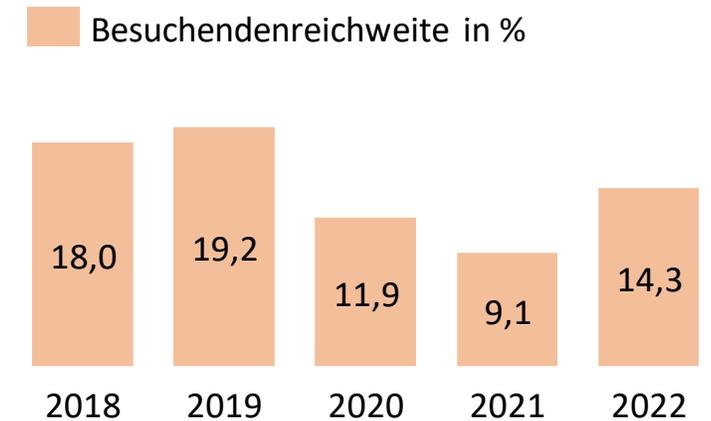
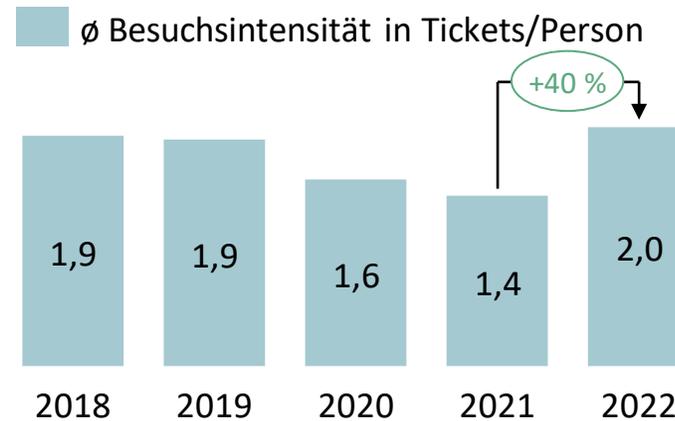
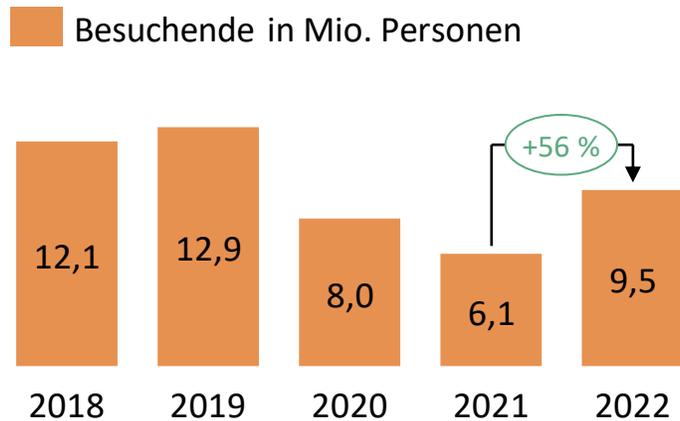
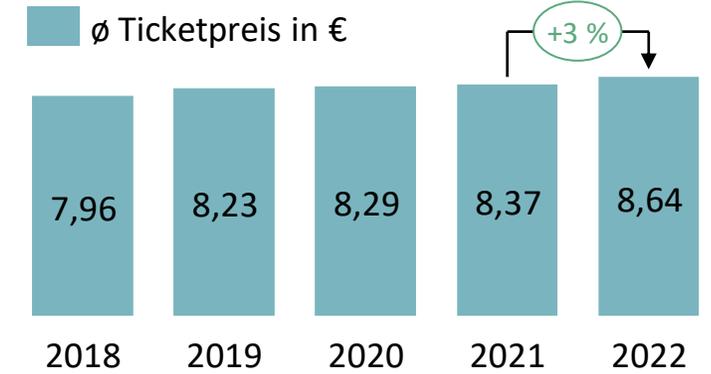
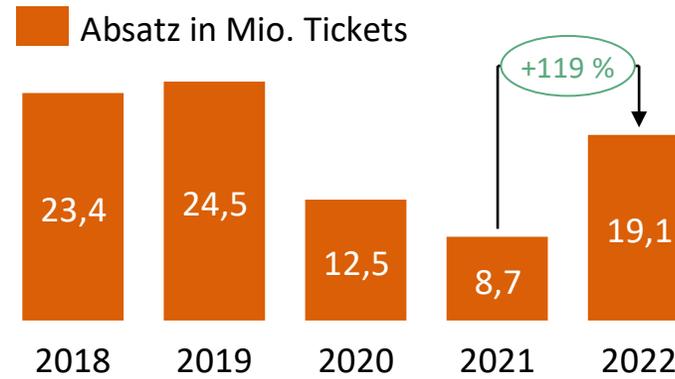
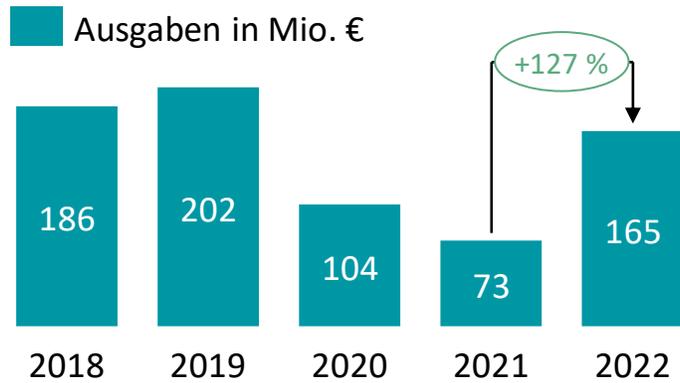
Filmförderungsanstalt German Federal Film Board

Kinobesucher*innen deutscher Filme

ENTWICKLUNG – KINOMARKT IN DEUTSCHLAND IM ZEITVERLAUF

		2018	2019	2020	2021	2022	Vgl. 22/21
Gesamt	Mio. Tickets	100,1	113,0	37,3	40,0	74,1	+85 %
	Umsatz in Mio. €	893	1.019	326	378	720	+91 %
Deutsche Produktionen	Mio. Tickets	23,4	24,5	12,5	8,7	19,1	+119 %
	Umsatz in Mio. €	186	202	104	73	165	+127 %
EU-Produktionen (ohne dt. (Ko-)Produktionen)*	Mio. Tickets	13,7	20,1	4,1	1,9	3,9	+106 %
	Umsatz in Mio. €	112	165	35	15	32	+114 %
US-Produktionen	Mio. Tickets	60,5	63,9	17,8	20,4	46,7	+129 %
	Umsatz in Mio. €	568	607	163	196	480	+145 %
Sonstige*	Mio. Tickets	2,5	4,5	2,8	9,1	4,5	-51 %
	Umsatz in Mio. €	27	45	24	94	42	-55 %

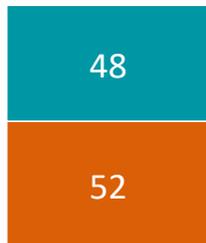
KEY-FACTS ZUM DEUTSCHEN FILM IM ZEITVERLAUF



BESUCHER*INNEN DEUTSCHER FILME – GESCHLECHT UND ALTER IM ZEITVERLAUF

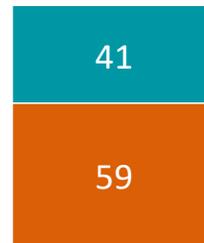
Basis: Tickets in %

Gesamt
alle Filme 2022

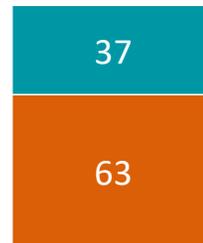


■ männlich
■ weiblich

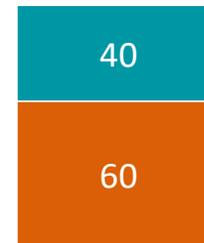
2018



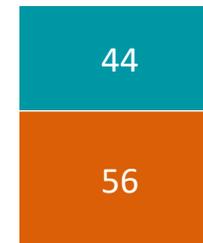
2019



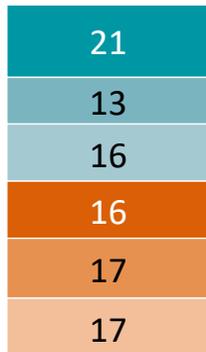
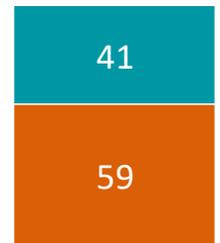
2020



2021



2022



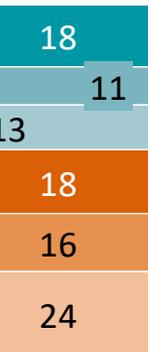
■ 10 bis 19 Jahre
■ 20 bis 29 Jahre
■ 30 bis 39 Jahre
■ 40 bis 49 Jahre
■ 50 bis 59 Jahre
■ 60+ Jahre

74,1

39,6

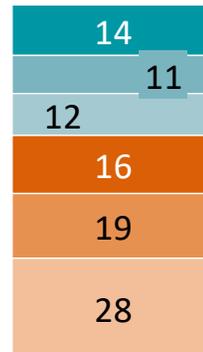
Basis in Mio. Tickets

Ø Alter



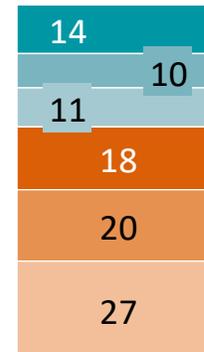
23,4

43,5



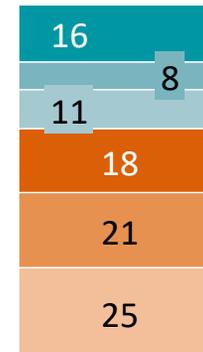
24,5

45,9



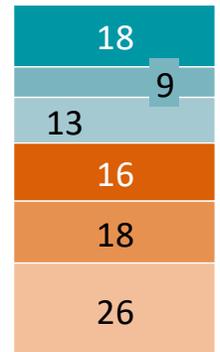
12,5

45,8



8,7

45,0



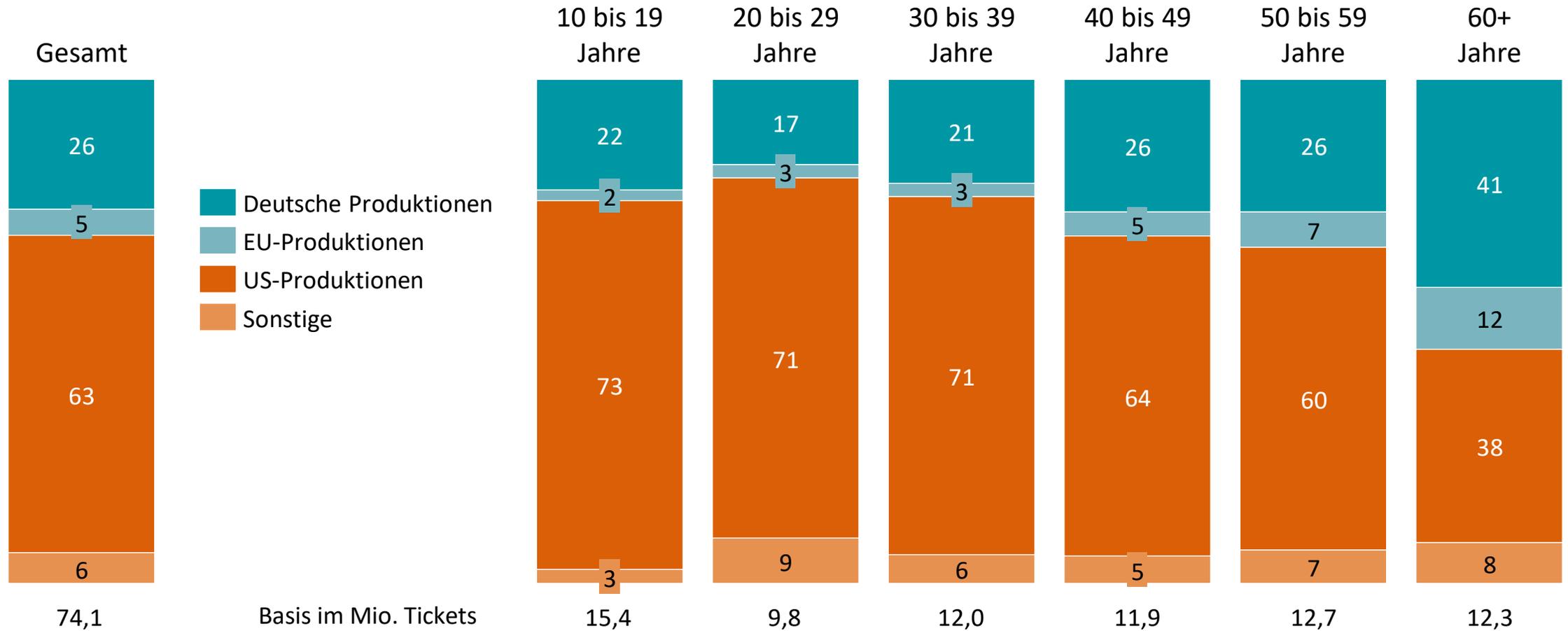
19,1

44,3

Kinobesucher*innen deutscher Filme

BESUCHE NACH HERSTELLUNGSLAND – ALTERSGRUPPEN 2022

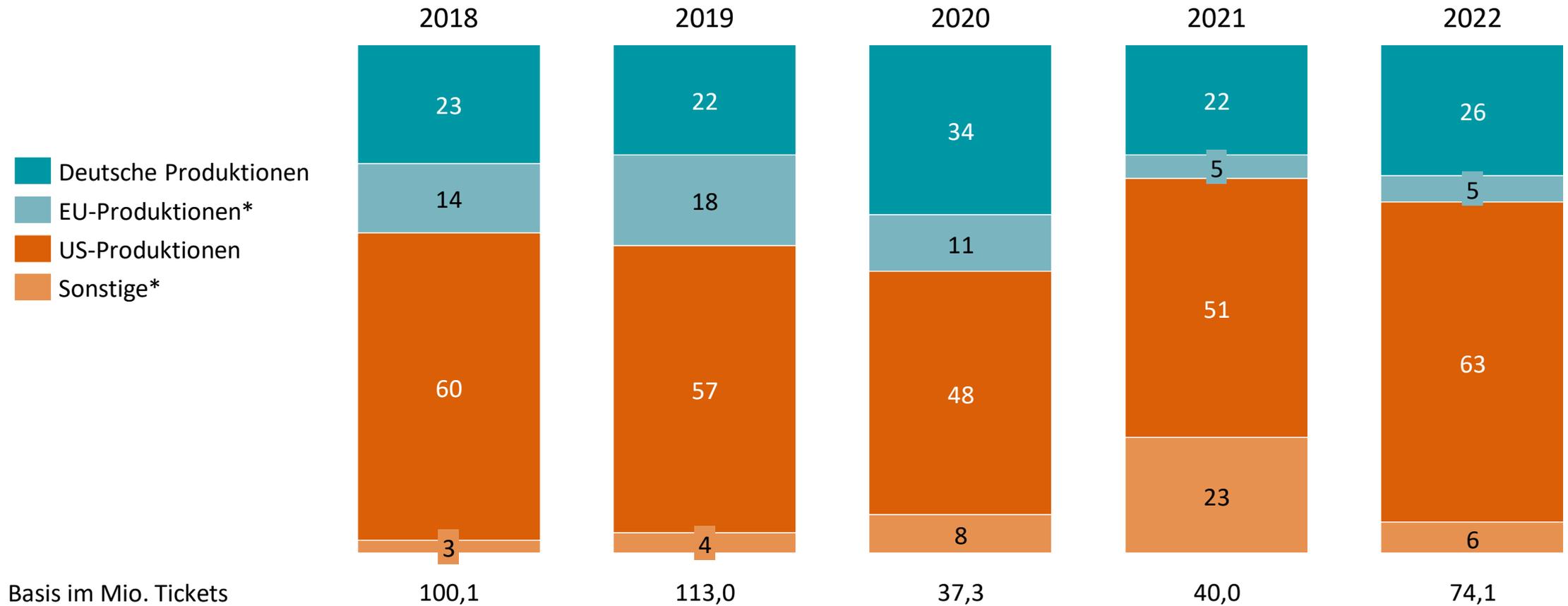
Basis: Tickets in %



Kinobesucher*innen deutscher Filme

BESUCHE NACH HERSTELLUNGSLAND IM ZEITVERLAUF

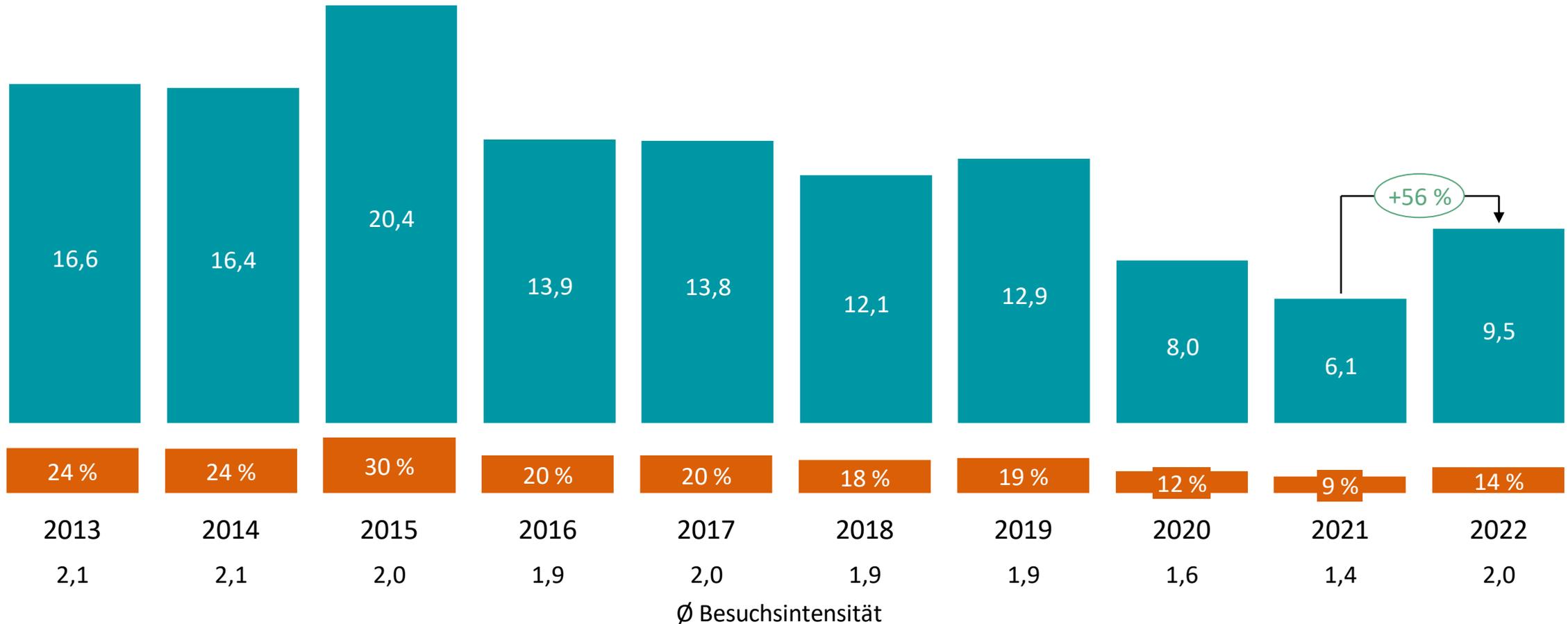
Basis: Tickets in %



Kinobesucher*innen deutscher Filme

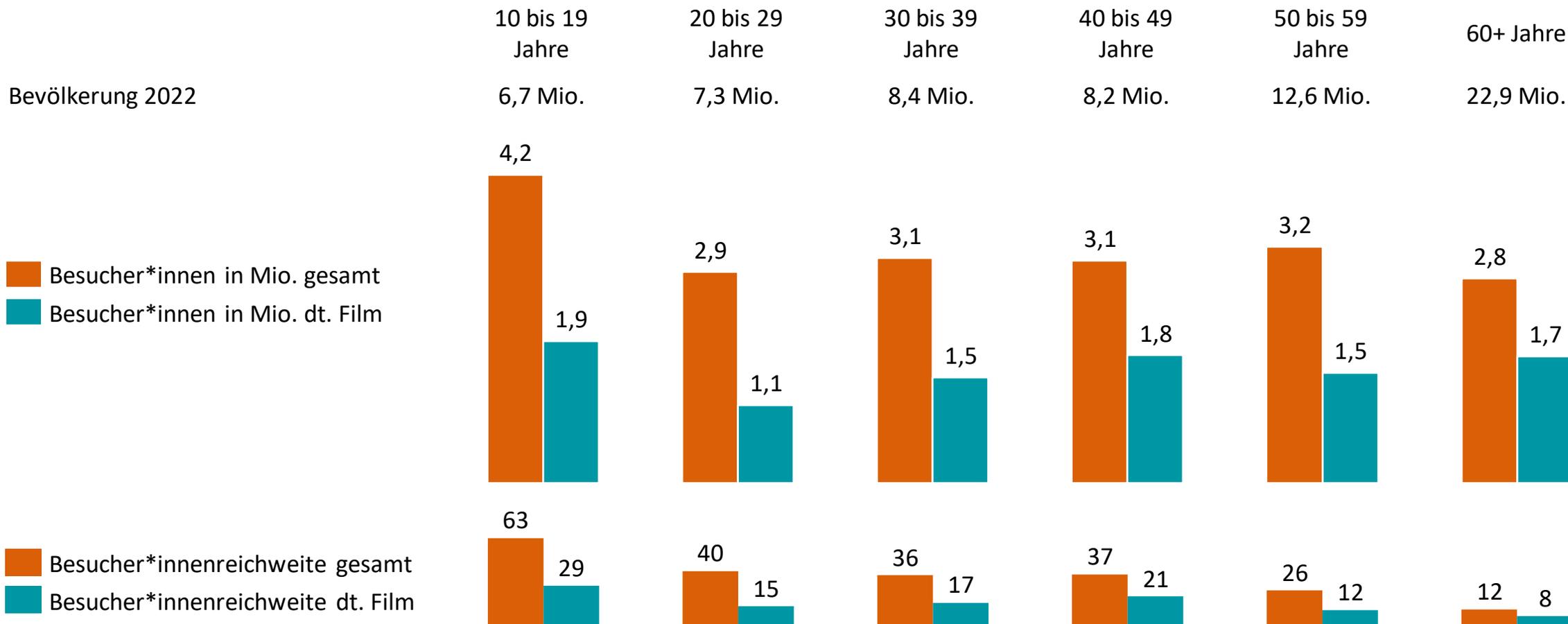
REICHWEITENENTWICKLUNG UND BESUCHE PRO KOPF DEUTSCHER FILME IM ZEITVERLAUF

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



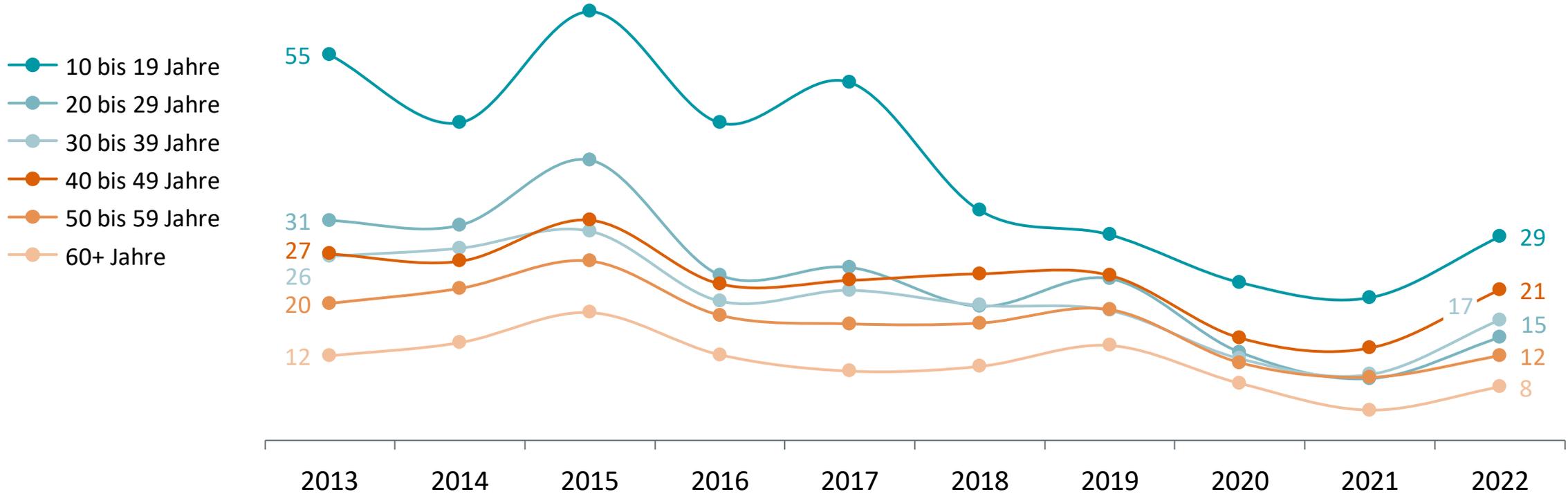
REICHWEITEN NACH ALTERSGRUPPEN – BESUCHER*INNEN DEUTSCHER PRODUKTIONEN 2022

Basis: Personen in Mio./Personen in %



REICHWEITENENTWICKLUNG DEUTSCHER FILM – ALTERSGRUPPEN IM ZEITVERLAUF

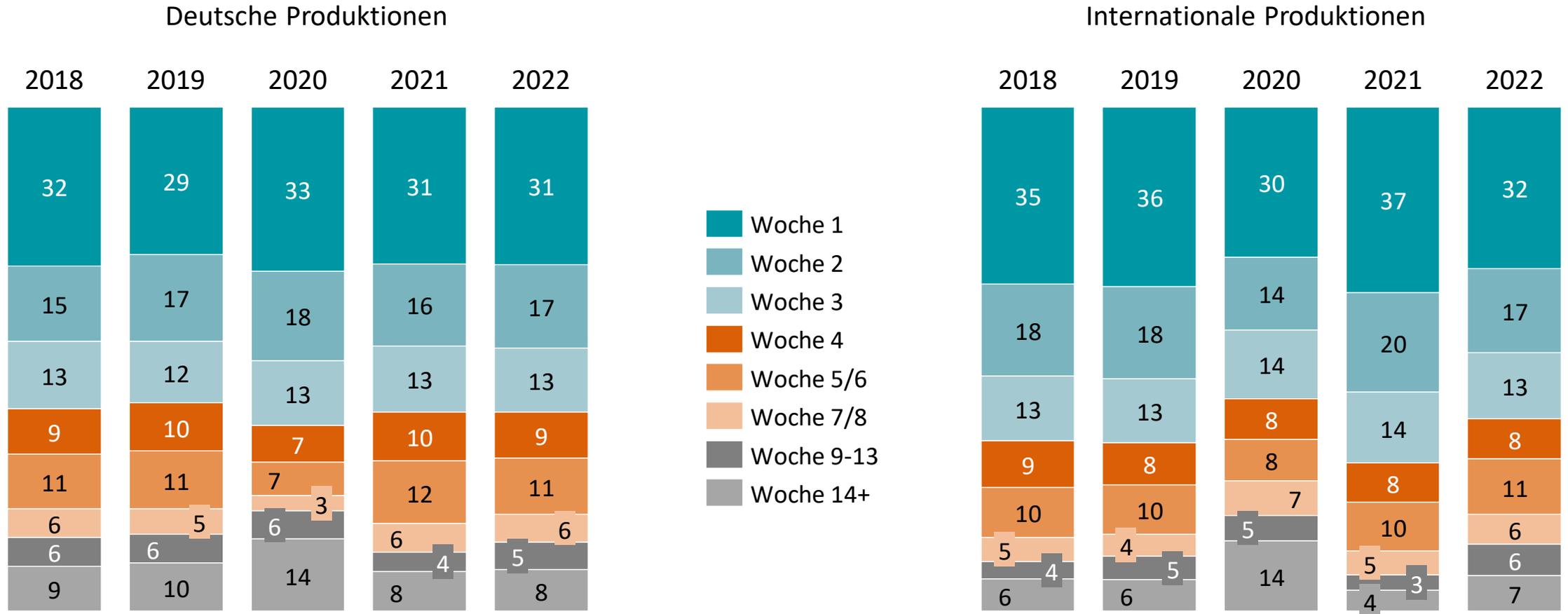
Basis: Personen in %



Kinobesucher*innen deutscher Filme

BESUCHE DEUTSCHER FILME – ZEITPUNKT DES BESUCHS IM ZEITVERLAUF

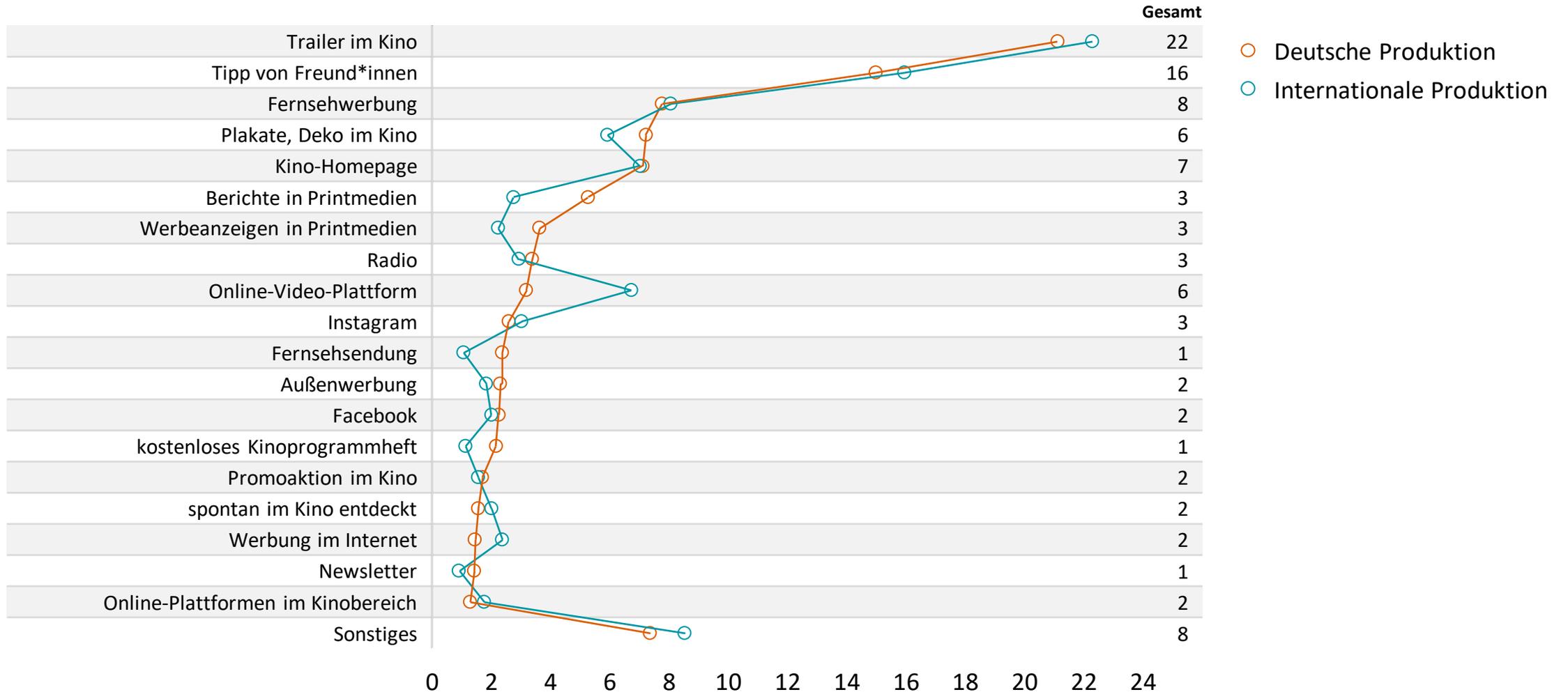
Basis: Tickets in %



Kinobesucher*innen deutscher Filme

BESUCHE DEUTSCHER FILME – SOURCES OF AWARENESS 2022

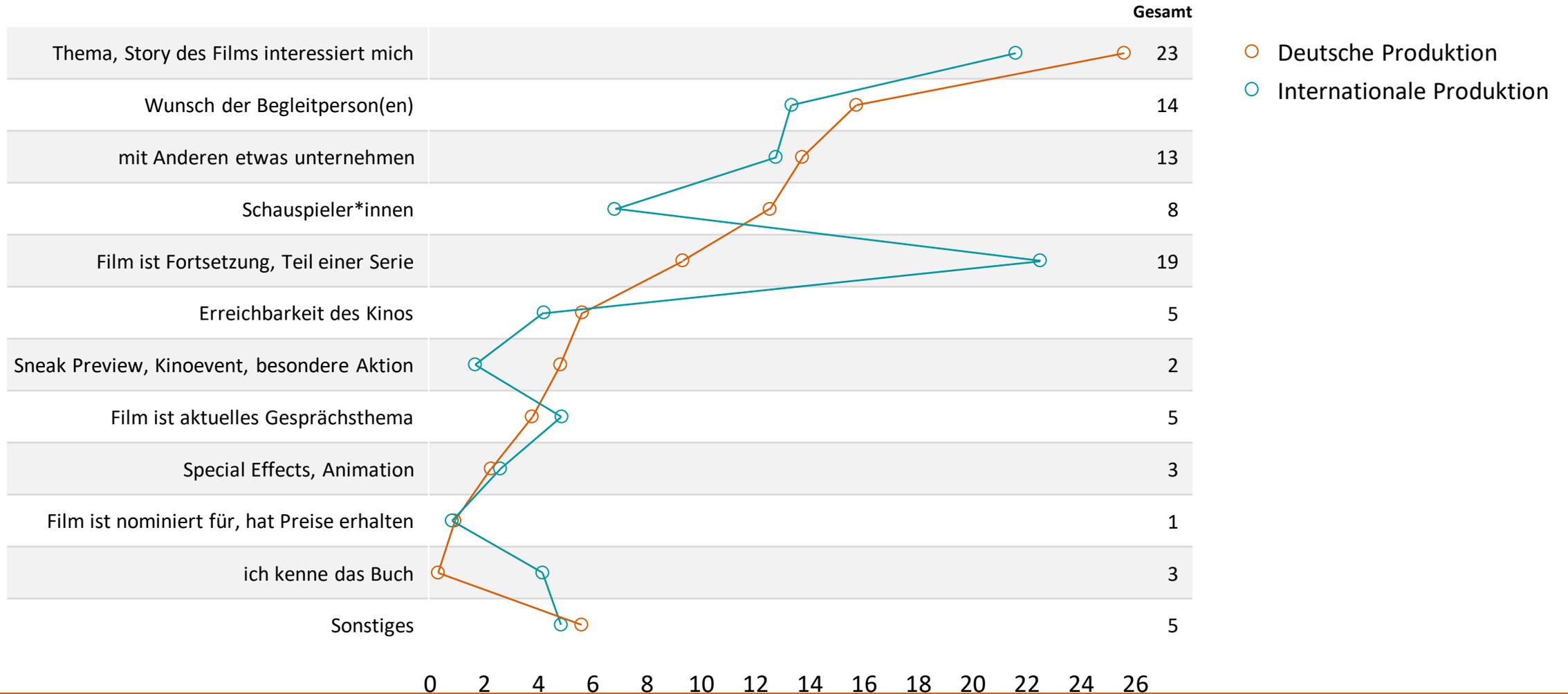
Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



Kinobesucher*innen deutscher Filme

BESUCHE DEUTSCHER FILME – BESUCHSGRUND 2022

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



ZUSAMMENFASSUNG

Anteil deutscher Filme überholt vorpandemisches Niveau:

Im Jahr 2022 stieg der Marktanteil deutscher Produktionen auf 26 Prozent und übertraf damit das Vorjahr und die vorpandemischen Jahre 2018 und 2019. Mit einem Plus von 127 Prozent stieg der Umsatz von 73 auf 165 Mio. Euro. Die Anzahl gelöster Tickets verzeichnete ein Wachstum von 119 Prozent und lag bei 19,1 Mio. Der durchschnittliche Ticketpreis erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr moderat auf 8,64 Euro.

Besucher*innen deutscher Filme weiterhin weiblicher und älter:

Mit Blick auf das soziodemografische Profil lässt sich beobachten, dass Besucher*innen deutscher Filme weiterhin mehrheitlich weiblich waren, mit einem Anstieg um 3 Prozentpunkte, ausgehend vom Jahr 2021. Auf die Altersgruppe der über 60-Jährigen entfielen 26 Prozent der gelösten Tickets und 41 Prozent ihrer besuchten Kinofilme waren deutsche Produktionen. Insgesamt sank der Altersdurchschnitt auf 44,3 Jahre und lag erstmals wieder unter 2019, aber dennoch über dem Gesamtmarkt.

Top 3 Aufmerksamkeitsquellen für deutsche und internationale Produktionen gleich:

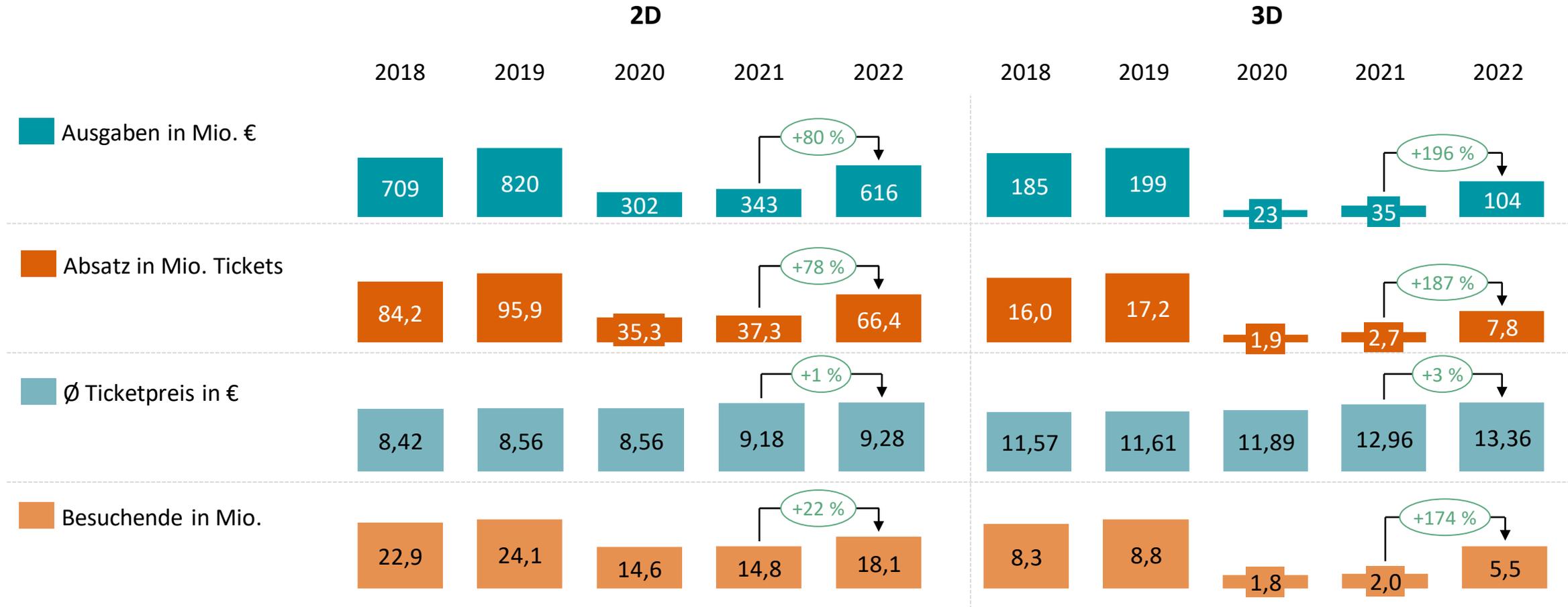
Die Top Aufmerksamkeitsquellen blieben für deutsche als auch internationale Filme „Trailer im Kino“ (21 Prozent), gefolgt von „Tipp durch Freund*innen“ (15 Prozent). Auf Platz drei folgte „Fernsehwerbung“ (8 Prozent). Als häufigster Besuchsgrund für deutsche Produktionen wurde das Interesse an der Story oder am Thema des Films genannt (26 Prozent). Es folgten „Wunsch der Begleitperson(en)“ (16 Prozent) und „mit Anderen etwas unternehmen“ (14 Prozent) auf dem zweiten und dritten Platz.



Filmförderungsanstalt German Federal Film Board

Kinobesucher*innen von 3D-Filmen

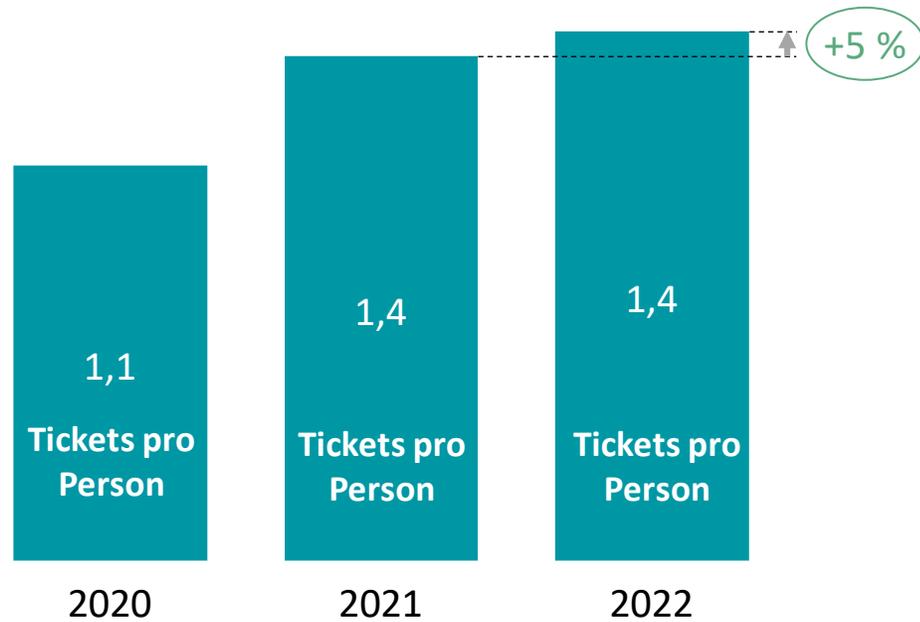
KEY-FACTS ZUM 3D-FILM



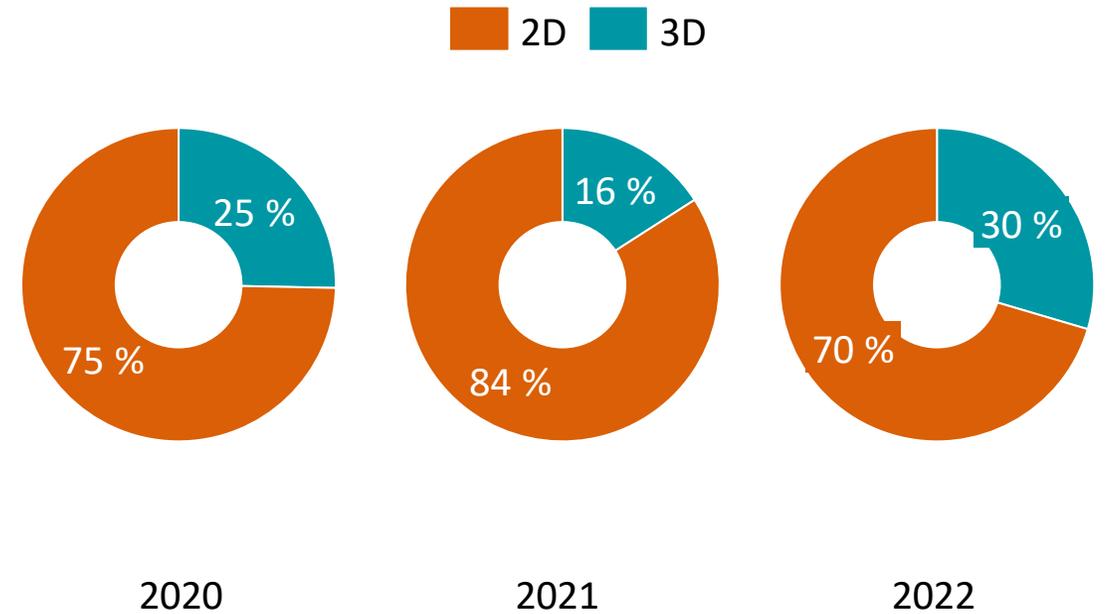
Kinobesucher*innen von 3D-Filmen

BESUCHE PRO KOPF UND 3D-ANTEIL IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets pro Person/Tickets in %

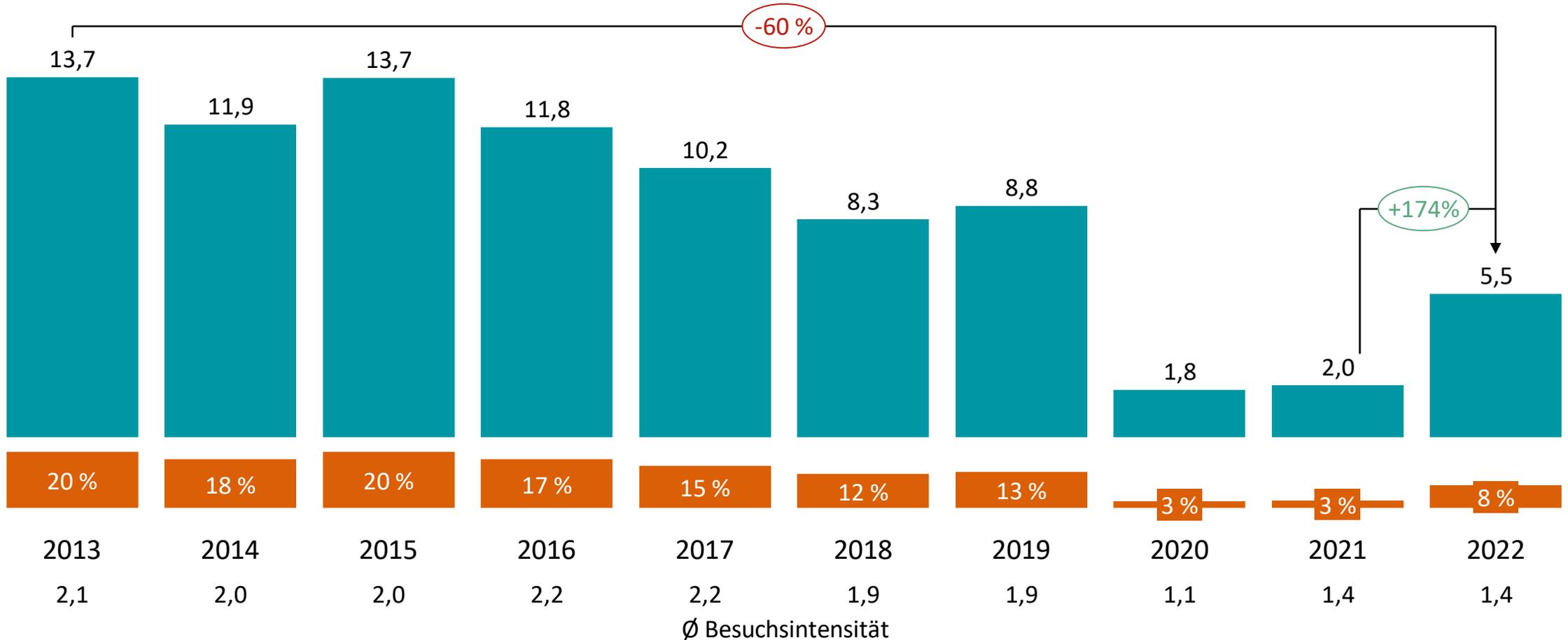


3D-fähige Titel: gesehen in 2D oder 3D
(Basis: Tickets in %)



REICHWEITENENTWICKLUNG UND BESUCHE PRO KOPF VON 3D-FILMEN IM ZEITVERLAUF

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



ZUSAMMENFASSUNG

3D-Filme mit starken Plus:

Im Jahr 2022 erzielte der 3D-Film erneut ein deutlich positives Ergebnis im Vorjahresvergleich. Der Umsatz konnte um 196 Prozent gesteigert werden, sodass Ausgaben in Höhe von 104 Mio. Euro erreicht wurden. Mit 7,8 Mio. gelösten Tickets (+ 187 Prozent) und 5,5 Mio. Besuchenden (+ 174 Prozent) ergab sich auch hier im Vergleich zu 2021 ein starkes Wachstum, während die durchschnittliche Besuchsintensität konstant blieb. Insgesamt bewegte sich der Markt für 3D-Filme noch spürbar unter dem Niveau der vorpandemischen Jahre 2019 und 2018, in welchen der Jahresumsatz bei 199 bzw. 185 Mio. Euro lag.

3D-Filme mit stärkeren Zuwächsen als 2D-Filme:

Der Markt für 3D-Filme entwickelte sich merklich positiver als für 2D-Filme. Während sich die Zahl der Besuchenden für 2D-Filme um 22 Prozent auf 18,1 Mio. erhöhte, verzeichneten 3D-Filme einen Zuwachs von 3,5 Mio. Personen – ein Plus von 174 Prozent. Gleiches gilt auch für die Steigerung von Umsatz und Absatz, welche sich für 2D-Filme im zweistelligen und für 3D-Filme im dreistelligen Bereich bewegten.

Anders als im Vorjahr konnte beobachtet werden, dass der Anteil der Filme, die in einer 3D-Fassung vorlagen und auch in 3D gesehen wurden, spürbar zunahm. Während in 2021 nur 16 Prozent dieser Filme in 3D gesehen wurden, waren es im Jahr 2022 30 Prozent. Diese positiven Entwicklungen im Bereich 3D wurden maßgeblich von „Avatar: The Way of Water“ beeinflusst.

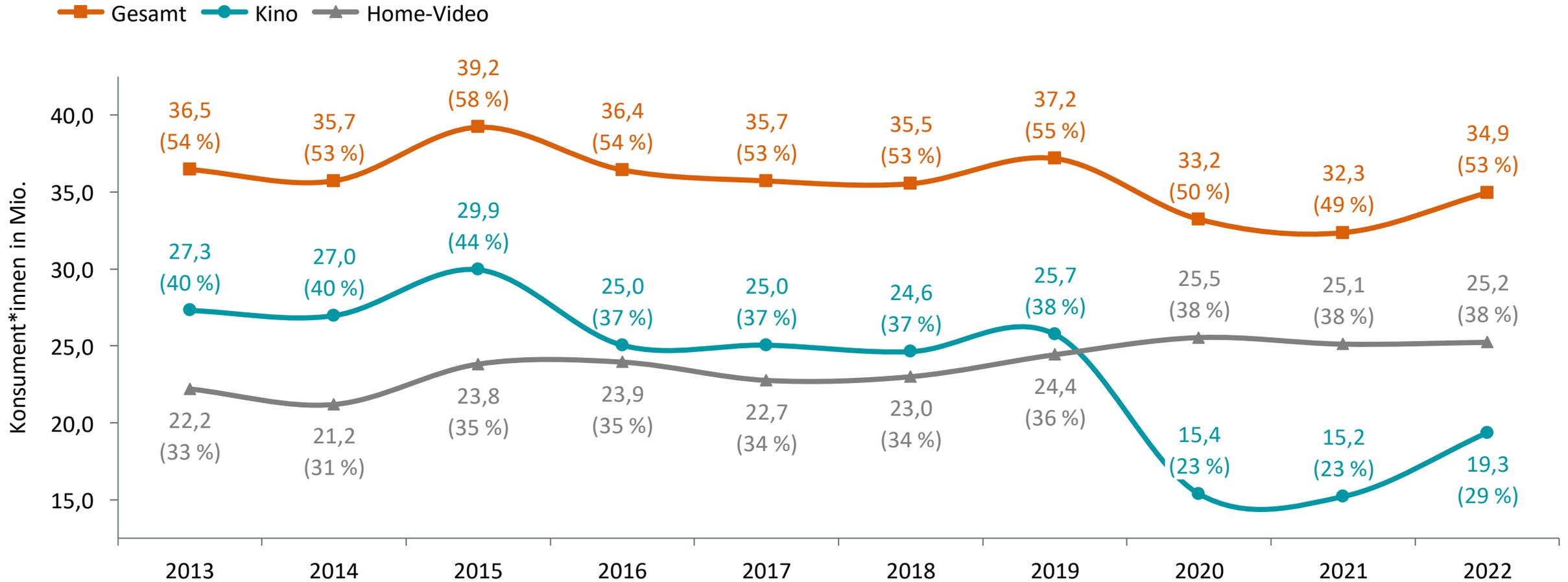


Filmförderungsanstalt German Federal Film Board

Kinobesucher*innen – Fokus 2022

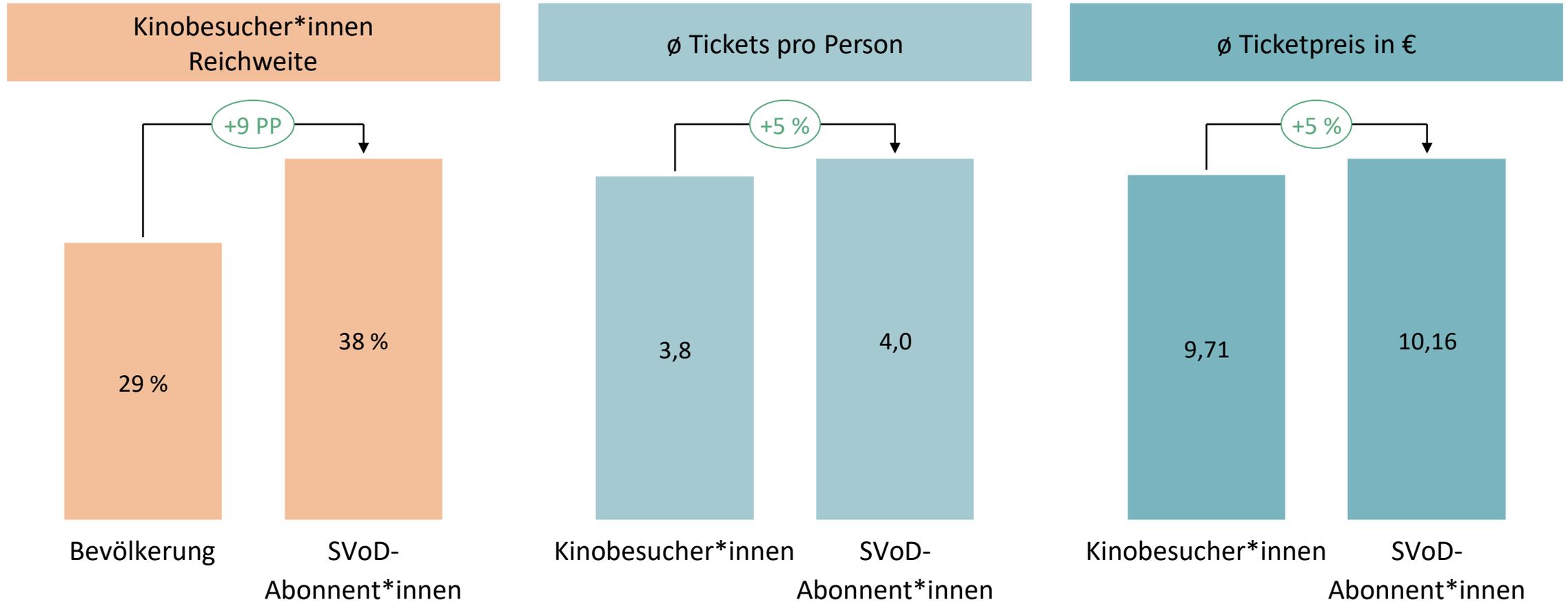
KINO/HOME-VIDEO: ENTWICKLUNG KONSUMENT*INNEN

Basis: Personen in Mio./Reichweite in %



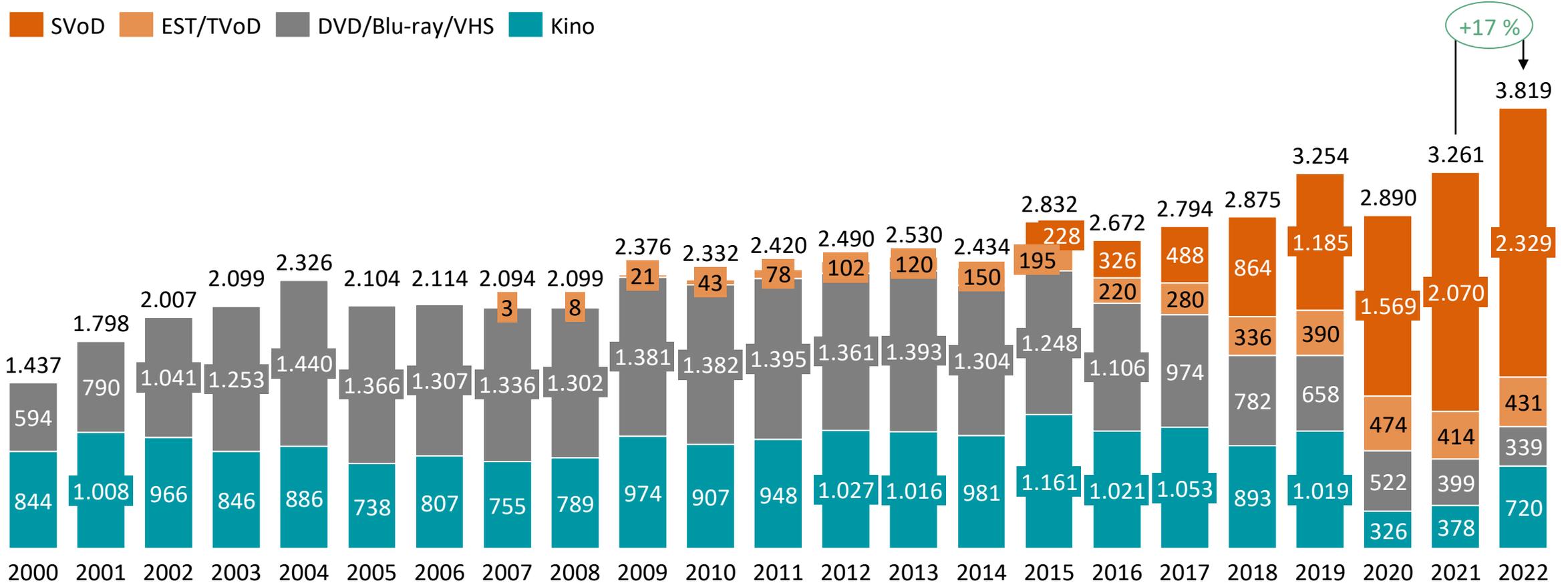
KINOBESUCHER*INNEN UND SVOD-ABONNENT*INNEN

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



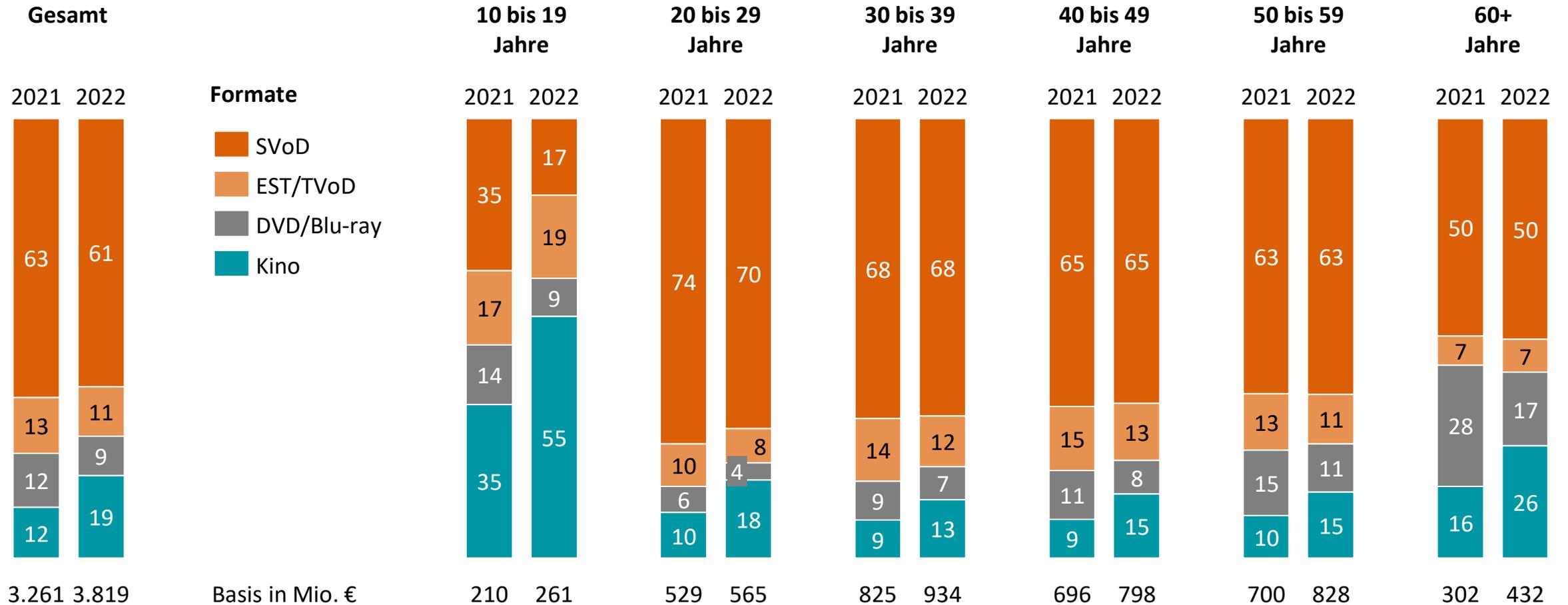
KINO UND HOME-VIDEO* IM ZEITVERLAUF

Basis: Ausgaben in Mio. Euro



AUSGABEN KINO UND HOME-VIDEO* NACH ALTERSGRUPPEN

Basis: Ausgaben in %



ZUSAMMENFASSUNG

Kinomarkt im Wachstum:

Der Kino- und Home-Video-Markt setzte 2022 sein Wachstum aus den letzten beiden Jahren fort und überstieg das Vorjahr um 17 Prozent. Im Vorjahresvergleich ging der Kinomarkt als Gewinner hervor und konnte seinen Anteil am Kino- und Home-Video-Markt von 12 Prozent (2021) auf 19 Prozent (2022) steigern. Die Ausgabenanteile für alle anderen Formate sind dagegen gesunken. Die höchsten Zuwächse für Kinoausgaben konnten in der Altersgruppe der 10- bis 19-Jährigen (+ 20 Prozentpunkte) sowie der über 60-Jährigen (+ 10 Prozentpunkte) beobachtet werden.

Gleichzeitig ist es auch die Altersgruppe der 10- bis 19-Jährigen, in der die Ausgaben für SVoD sowohl im Vergleich zum Jahr 2021 als auch zum Gesamtmarkt deutlich zurückgingen.

SVoD-Abonent*innen im Kinomarkt:

Die Kinobesucher*innenreichweite unter den SVoD-Abonent*innen lag mit 38 Prozent merklich höher als in der Gesamtbevölkerung (29 Prozent). Im Durchschnitt wurden 4,0 Tickets pro SVoD-Abonent*in im Jahr 2022 gelöst, während es im für alle Kinogänger*innen 3,8 Tickets pro Person waren. In Hinblick auf den durchschnittlichen Ticketpreis lag auch dieser für SVoD-Abonent*innen mit einem Wert von 10,16 Euro höher alle gelösten Tickets im Kinomarkt.

FFA – Filmförderungsanstalt

Marktforschung und Statistik

Große Präsidentenstraße 9

10178 Berlin

Telefon: 030 / 27 577 0