

Kinobesucher*innen 2023

Strukturen und Entwicklungen auf Basis des CPS GfK-Panels

VORWORT

Seit mittlerweile 30 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 von GfK CPS | Yougov, 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.

CPS 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 2023: 65,9 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

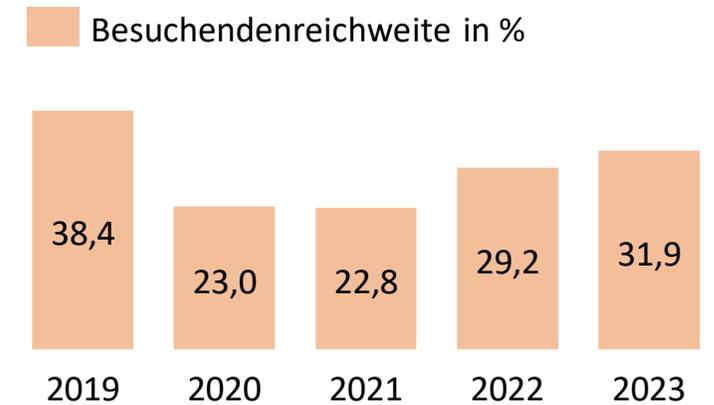
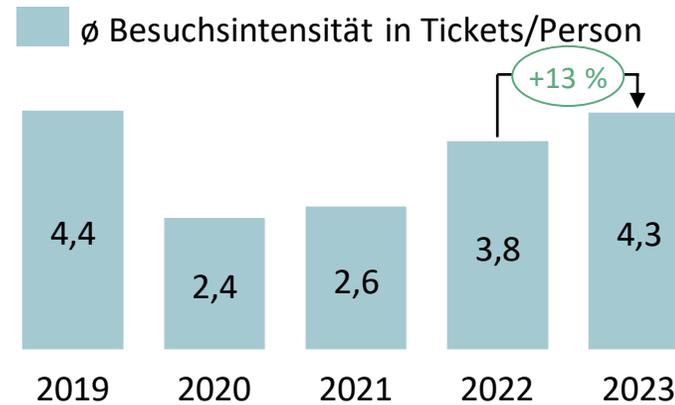
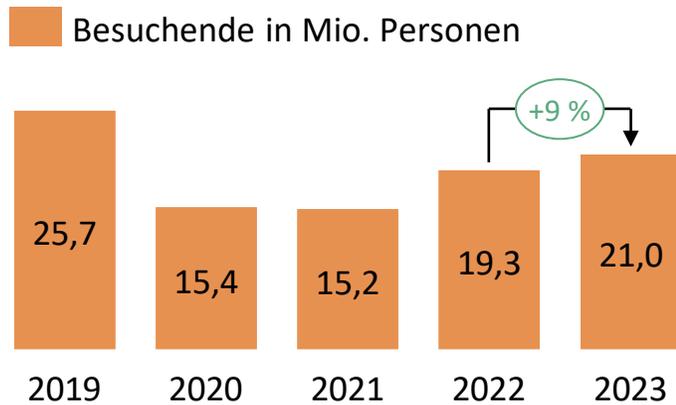
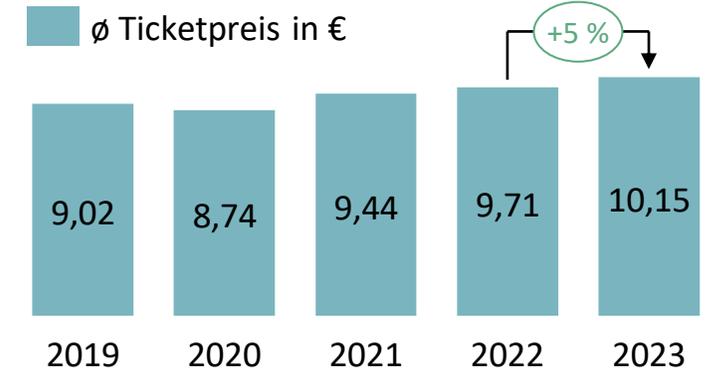
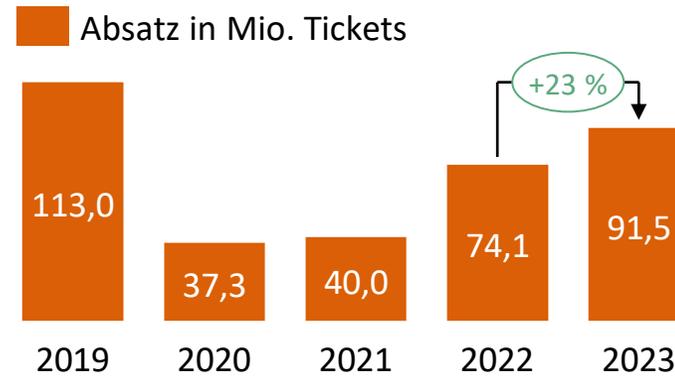
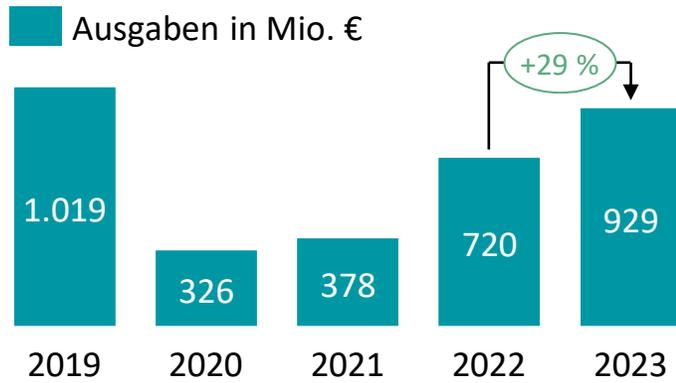
Kontinuierliches Konsument*innenpanel von 20.000 (brutto) deutschen Einzelpersonen ab 10 Jahren (Stand Januar 2023).

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 mit Blick auf Home Video und SVoD

Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

KEY FACTS ZUM KINOMARKT IM ZEITVERLAUF



Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

DER KINOMARKT AUF EINEN BLICK 2023

Basis: Umsatz in Mio. €/Tickets in Mio./Veränderung 2023 vs. 2022 in %

Kinomarkt gesamt

929 Mio. € (+29 %)

92 Mio. Tickets (+23 %)

2D

789 Mio. € (+28 %)

81 Mio. Tickets (+23 %)

3D

139 Mio. € (+34 %)

10 Mio. Tickets (+ 29 %)

Deutsche Produktion

207 Mio. € (+26 %)

23 Mio. Tickets (+18 %)

US-Produktion

609 Mio. € (+27 %)

57 Mio. Tickets (+22 %)

EU-/sonstige int. Produktion

112 Mio. € (+51 %)

12 Mio. Tickets (+44 %)

Top Titel – Altersgruppen 2023 (Basis: Tickets)

10-19 Jahre

Der Super Mario Bros.
Film

20-29 Jahre

Barbie

30-39 Jahre

Avatar: The Way of Water

40-49 Jahre

Avatar: The Way of Water

50-59 Jahre

Avatar: The Way of Water

60+ Jahre

Oppenheimer

AUSGABEN IM ZEITVERLAUF

Durchschnittliche Ausgaben im Kino

	2019	2020	2021	2022	2023	Vgl. 23/22
durchschnittlicher Eintrittspreis pro Kinoticket lt. FFA:	8,63 €	8,35 €	8,87 €	9,26 €	9,71 €	+4,9%
durchschnittlicher Eintrittspreis pro Kinoticket lt. CPS GfK*:	9,02 €	8,74 €	9,44 €	9,71 €	10,15 €	+ 4,6 %
durchschnittliche Ausgaben pro Kinoticket (exkl. Kinotickets ohne Verzehr) für Verzehr lt. CPS GfK*/**:	7,99 €	7,93 €	9,10 €	9,54 €	11,56 €/**	+ 21,1 %
durchschnittliche Gesamtausgaben pro Kinoticket lt. CPS GfK*:	13,93 €	13,39 €	15,57 €	16,27 €	17,55 €	+ 7,9 %

- Anhand der Ticket- und Umsatzmeldungen der Filmtheater an die FFA ergab sich für das Jahr 2023 ein durchschnittlicher Eintrittspreis von 9,71€.
- Der von der CPS GfK ermittelte Eintrittspreis lag mit 10,15 Euro erneut höher, da hier u. a. Kinder unter 10 Jahren, die meist Preisermäßigungen erhalten, nicht berücksichtigt wurden.

ZUSAMMENFASSUNG

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

Mit 2023 folgt das zweite Jahr ohne Kinoschließungen oder Einschränkungen nach dem Ende der Pandemie. Im Vergleich zu 2022 stiegen die Ausgaben auf 929 Mio. Euro (+29 Prozent) bei einer Steigerung des Ticketpreises um 44 Cent auf 10,15 Euro (+5 Prozent). Laut Angaben von CPS GfK wurden mit 91,5 Mio. Tickets über 15 Millionen mehr als im Jahr 2022 verkauft (+23 Prozent). Die 2D-Filmproduktion erzielte ein Umsatzwachstum von 28 Prozent gegenüber dem Vorjahr (789 Mio. Euro Umsatz). Der Umsatzanstieg der 3D-Filmproduktion belief sich mit einem Umsatz von 139 Mio. Euro auf knapp über einem Drittel (+34 Prozent). Bezogen auf die Saalgrößen wuchsen Spielstätten mit 6 bis 7 sowie 8+ Leinwänden am stärksten.

Steigende Reichweite und Intensität:

Auch die Zahl der Kinobesucher*innen stieg im Jahr 2023 erneut um 9 Prozent auf 21,0 Millionen an, was einer Besuchendenreichweite von 31,9 Prozent entspricht. Gleichzeitig konnte die Besuchsintensität gesteigert werden. Mit 4,3 Tickets pro Kinobesucher*in gingen die Kinobesucher*innen durchschnittlich 0,5 Mal häufiger ins Kino.

EU-Produktionen mit größtem Zuwachs:

Nach dem Ende der Corona-Maßnahmen konnte sich der Kinomarkt weiter erholen. Ausgaben für deutsche Produktionen konnten im Vergleich zum Vorjahr zulegen auf 207 Mio. Euro (+26 Prozent). Der Umsatz von US-Produktionen in den deutschen Kinos stieg um 27 Prozent auf 609 Mio. Euro. Auch der Umsatz der EU- bzw. sonstige internationale Produktionen stieg um 51 Prozent auf 112 Mio. Euro.

Kinobesucher*innen I – soziodemografisch

Kinobesucher*innen I

GESCHLECHT UND ALTER DER BESUCHER*INNEN IM ZEITVERLAUF

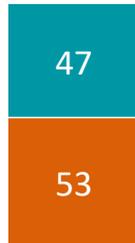
Basis: Tickets in %

Dt. Bev.

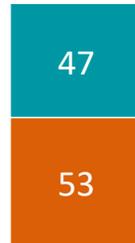
2023



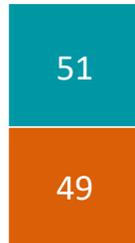
2019



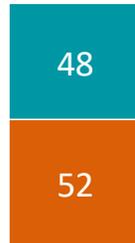
2020



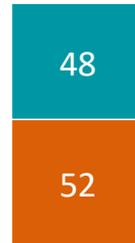
2021



2022



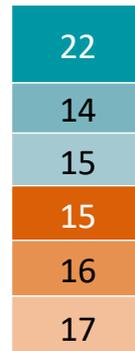
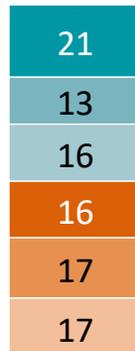
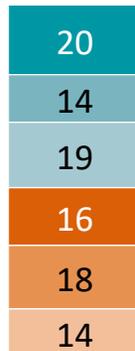
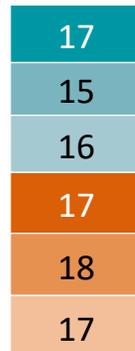
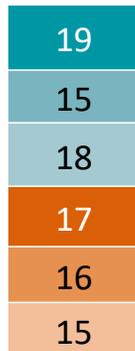
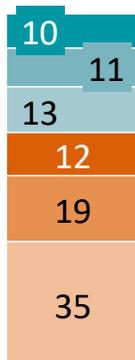
2023



■ männlich
■ weiblich

Veränderungsraten in %

23 vs. 22



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



113,0

37,3

40,0

74,1

91,5

Basis in Mio. Tickets



39,5

40,8

38,9

39,6

39,1

Ø Alter

ZUSAMMENFASSUNG

Weitere Zuwächse in allen Altersgruppen und Geschlechtern:

2023 saßen mit einem Anteil von 52 Prozent erneut etwas häufiger Frauen im Kino-Publikum als Männer. Im Vergleich zum Vorjahr konnten keine Veränderungen festgestellt werden. Das Durchschnittsalter der Kinobesucher*innen ist auf 39,1 Jahre gesunken und liegt damit unter dem Niveau vor Corona-Beginn (2019: 39,5 Jahre).

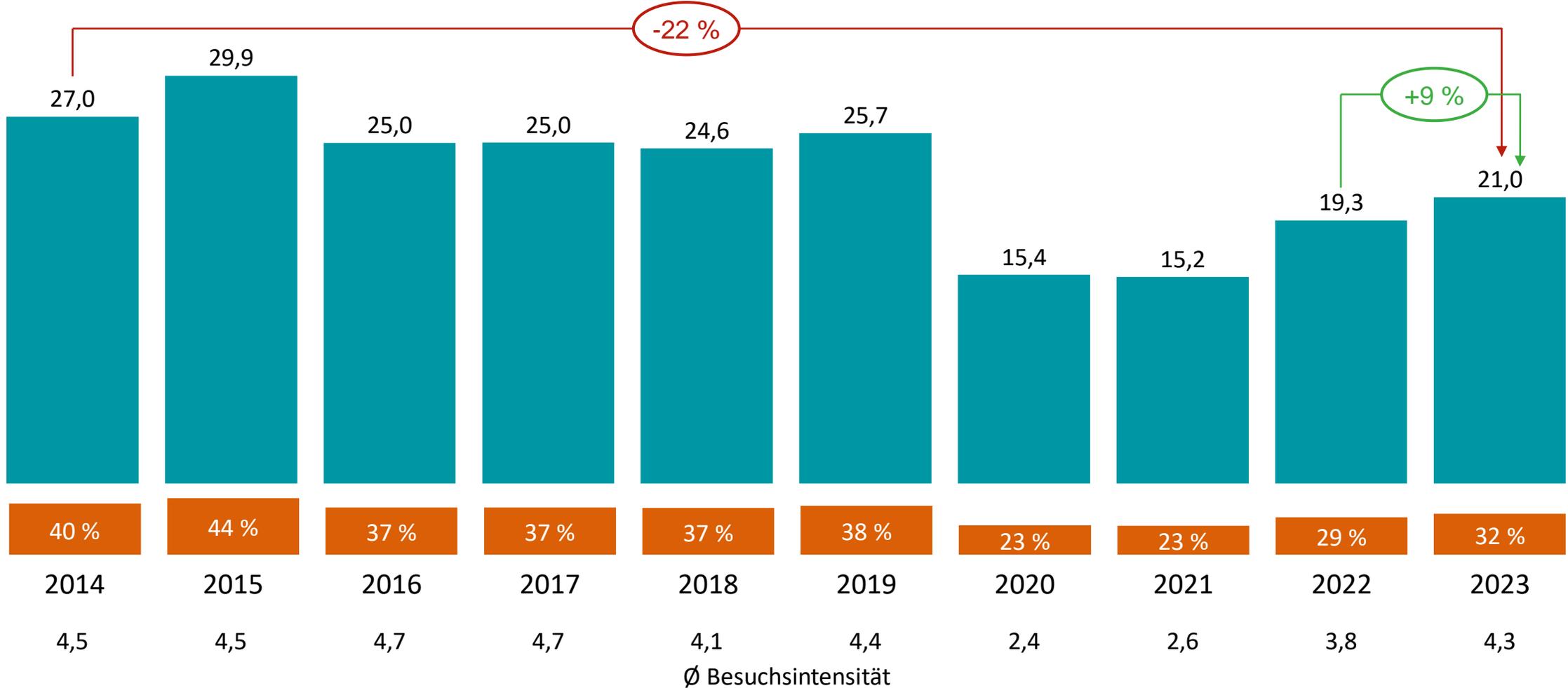
Alle Altersgruppen verzeichneten Ticketzuwächse. Die 10- bis 19-Jährigen bildeten gemessen an ihrem Anteil (2023: 22 Prozent) an den Gesamttickets die stärkste Altersgruppe. Mehr als jedes zweite Kinoticket wurde an Kinobesucher*innen zwischen 10 und 39 Jahren verkauft. Der Anstieg der gelösten Tickets der über 60-Jährigen war 2023 mit „nur“ noch +23 Prozent etwas gedämpft.

Kinobesucher*innen II – Reichweiten und Intensitäten

Kinobesucher*innen II

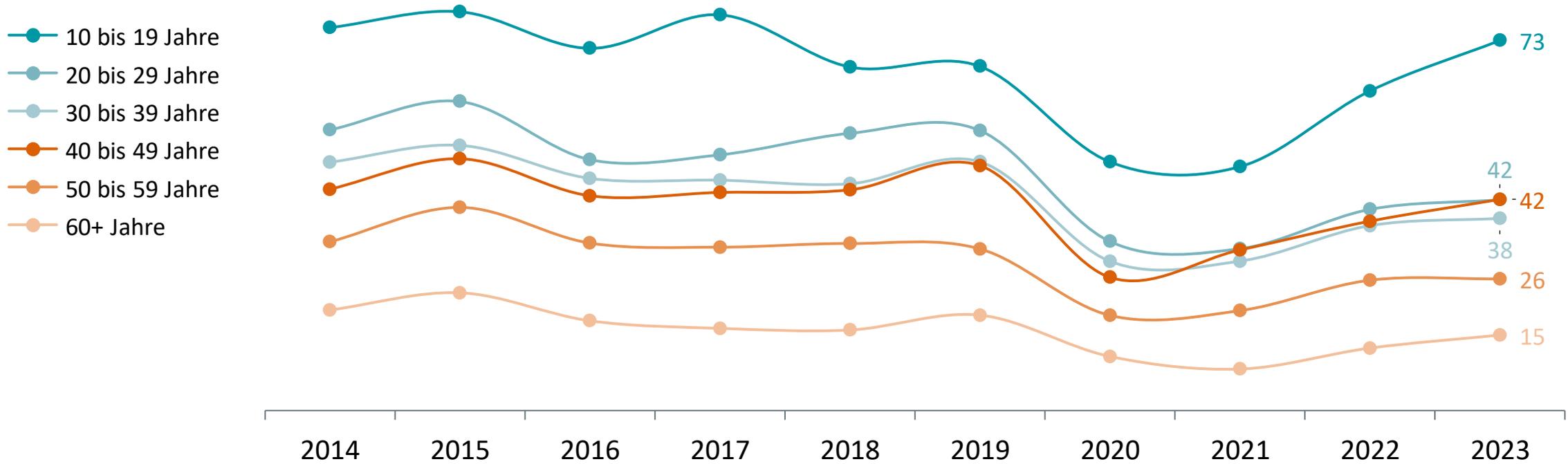
BESUCHER*INNENREICHWEITE UND BESUCHE PRO KOPF IM ZEITVERLAUF

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



REICHWEITENENTWICKLUNG – ALTERSGRUPPEN IM ZEITVERLAUF

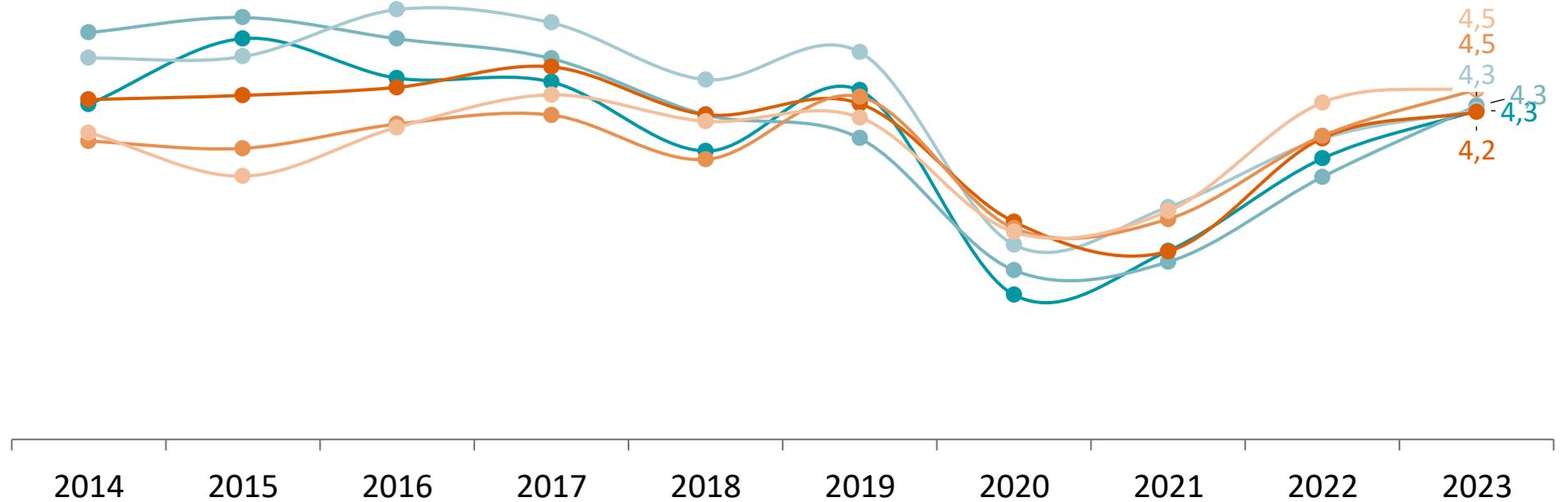
Basis: Besuche pro Person



ENTWICKLUNG DER BESUCHSINTENSITÄT – ALTERSGRUPPEN IM ZEITVERLAUF

Basis: Besuchsintensität in Tickets/Person

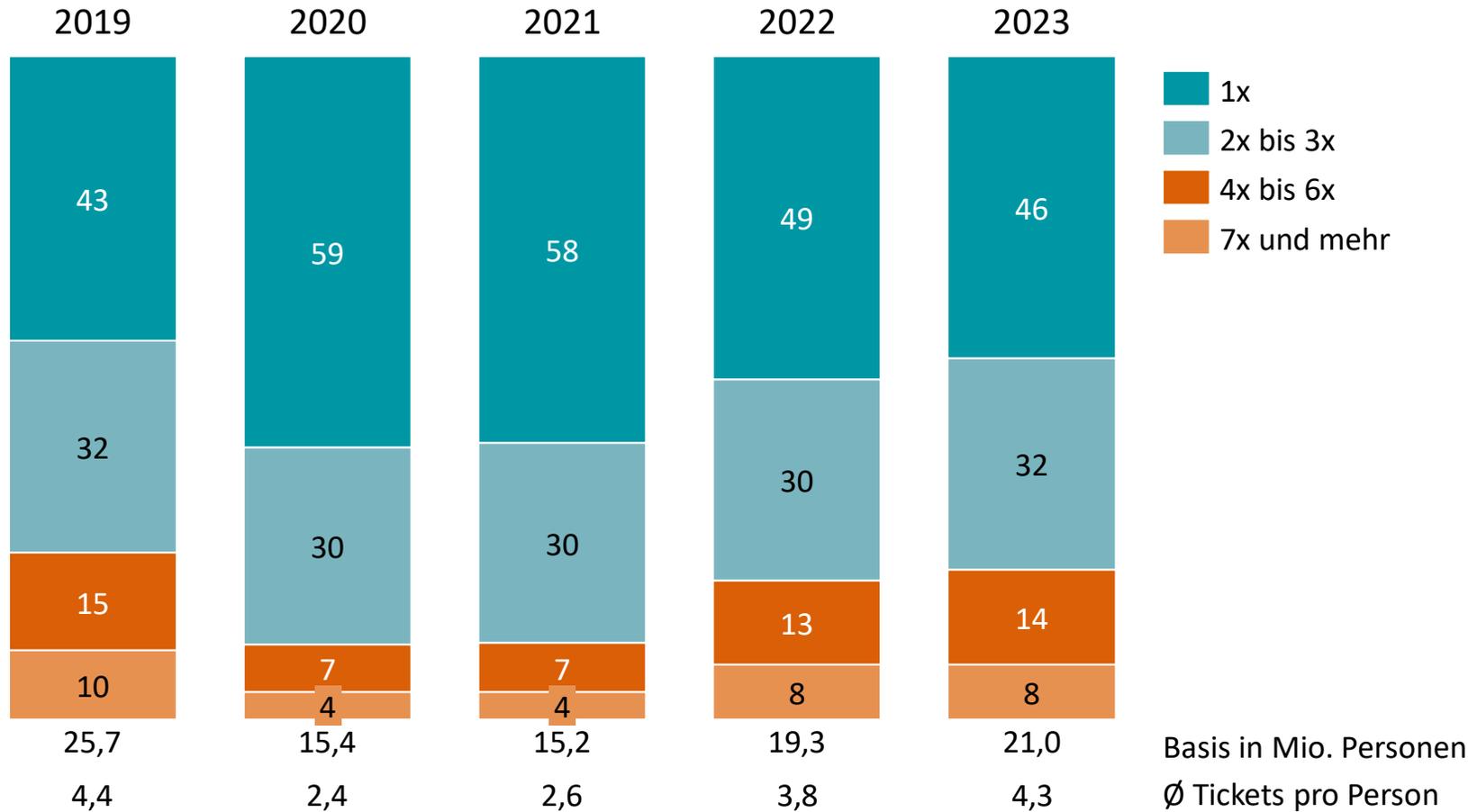
- 10 bis 19 Jahre
- 20 bis 29 Jahre
- 30 bis 39 Jahre
- 40 bis 49 Jahre
- 50 bis 59 Jahre
- 60+ Jahre



Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

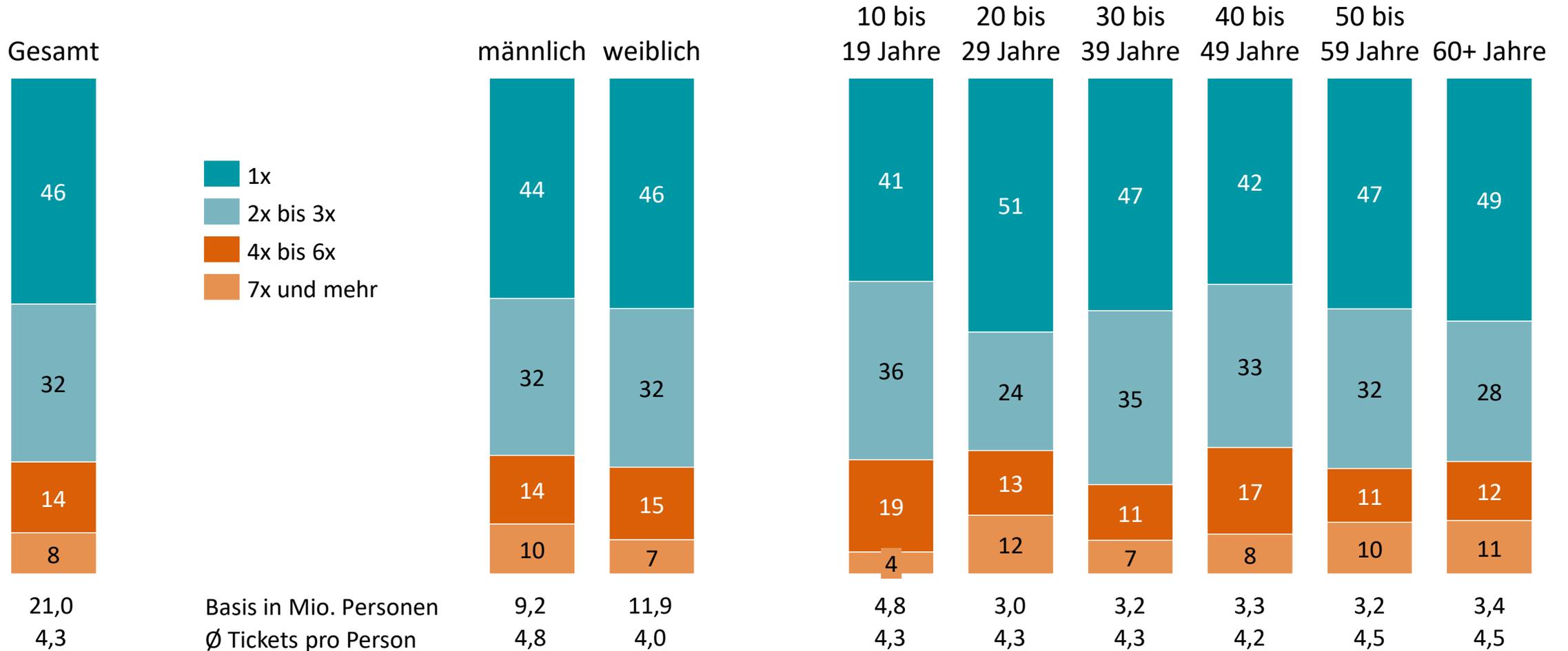
BESUCHSHÄUFIGKEIT IM ZEITVERLAUF

Basis: Personen in %



BESUCHSINTENSITÄT – GESCHLECHT/ALTERSGRUPPEN 2023

Basis: Personen in %



ZUSAMMENFASSUNG

Wachsende Reichweite in allen Altersgruppen:

Die im Vergleich zum Vorjahr gestiegene Reichweite der Besucher*innen in Bezug auf die Gesamtbevölkerung ab 10 Jahren zeigt sich über alle Altersgruppen hinweg, wobei die 10- bis 19-Jährigen mit einer Reichweite von 73 Prozent am kinoaffinsten blieben und sogar eine höhere Reichweite aufwiesen als 2019 (68 Prozent).

Steigende Besuchsintensität:

Ebenso hat in allen Altersgruppen die Besuchsintensität im Vergleich zum Vorjahr zugenommen. Sie stieg auf 4,3 Tickets pro Person und erzielte damit fast das Niveau von 2019 (4,4 Tickets pro Person). Mit durchschnittlich 4,5 Tickets lagen die Pro-Kopf-Tickets bei den 50- bis 59-jährigen und über 60-Jährigen am höchsten und etwas über dem Durchschnitt der Gesamtbevölkerung.

Häufigkeit der Kinobesuche weiterhin mit Zuwachs:

Die Anzahl der Kinobesucher*innen stieg 2023 auf 21,0 Mio. (2022: 19,3 Mio. Personen). Dennoch gingen 46 Prozent der Kinobesucher*innen 2023 nur einmal ins Kino (2022: 49 Prozent). Kinobesucherinnen lösten zwar insgesamt mehr Tickets, gingen mit durchschnittlich 4,0 gelösten Tickets weniger häufig ins Kino als die männlichen Kinobesucher mit durchschnittlich 4,8 Tickets pro Person.

Kinobesucher*innen III – filmspezifisch

TOP 7 TITEL – ALTERSGRUPPEN 2023

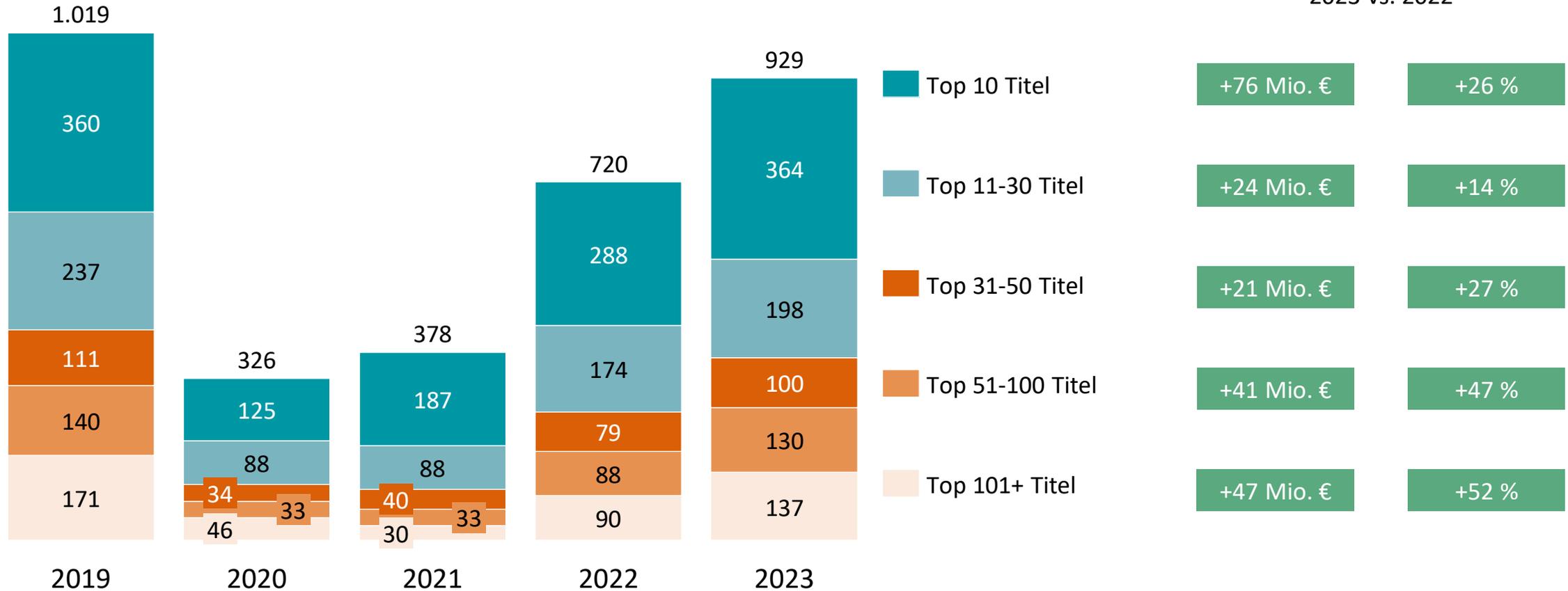
Basis: Tickets

10 bis 19 Jahre	20 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50 bis 59 Jahre	60+ Jahre
Der Super Mario Bros. Film	Barbie - 2023	Avatar: The Way of Water	Avatar: The Way of Water	Avatar: The Way of Water	Oppenheimer
Barbie - 2023	Oppenheimer	Barbie - 2023	Der Super Mario Bros. Film	Barbie - 2023	Avatar: The Way of Water
Avatar: The Way of Water	Avatar: The Way of Water	Der Super Mario Bros. Film	Barbie - 2023	Oppenheimer	Barbie - 2023
Die drei ??? – Erbe des Drachen	Guardians of the Galaxy: Volume 3	Oppenheimer	Oppenheimer	Indiana Jones und das Rad des Schicksals	Rehragout-Rendezvous
Oppenheimer	Die Tribute von Panem - The Ballad of Songbirds and Snakes	Guardians of the Galaxy: Volume 3	Guardians of the Galaxy: Volume 3	Rehragout-Rendezvous	Indiana Jones und das Rad des Schicksals
Fast & Furious 10	Der Super Mario Bros. Film	John Wick: Kapitel 4	Indiana Jones und das Rad des Schicksals	Mission: Impossible - Dead Reckoning Teil Eins	Wann wird es endlich wieder so, wie es nie war
Wonka	Fast & Furious 10	Fast & Furious 10	Der gestiefelte Kater: Der letzte Wunsch	Guardians Of The Galaxy: Volume 3	Der Super Mario Bros. Film

= Deutsche Produktionen sind farblich gekennzeichnet

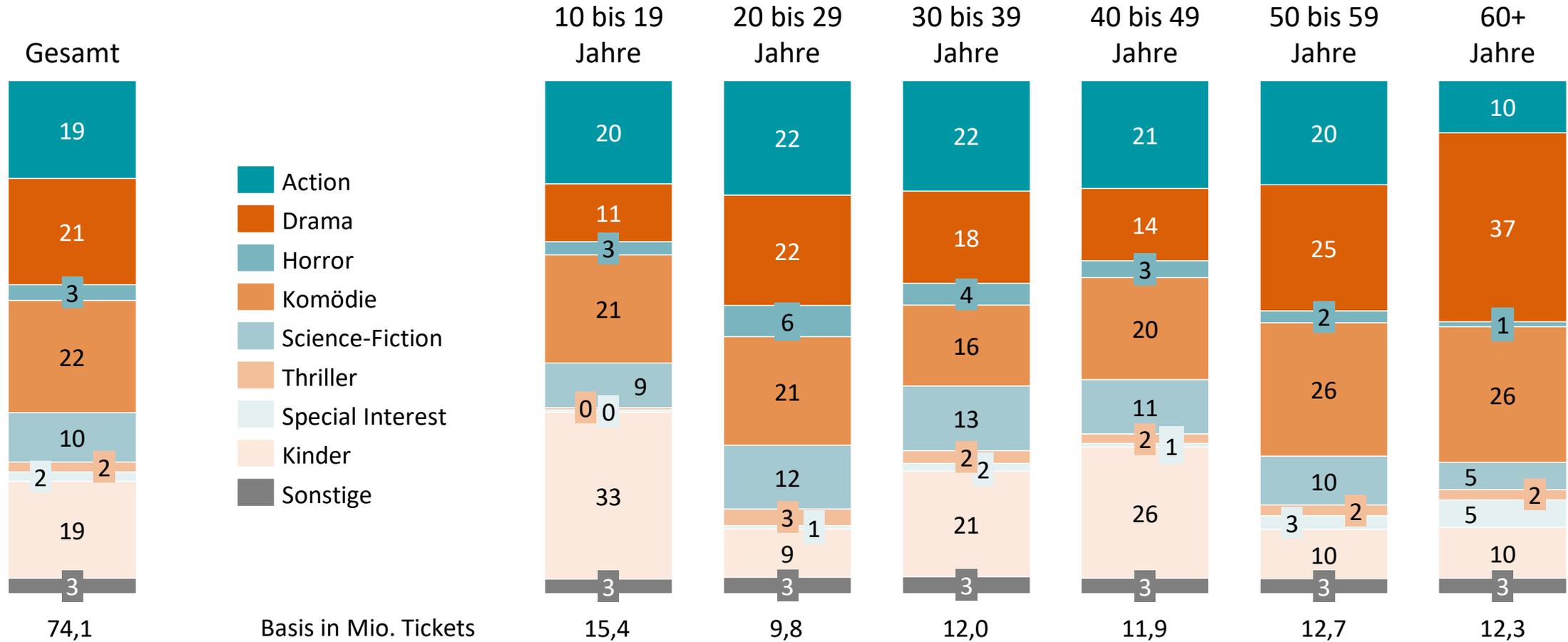
VERTEILUNG DER TOP TITEL IM ZEITVERLAUF

Basis: Umsatz in Mio. €



GENRE – ALTERSGRUPPEN 2023

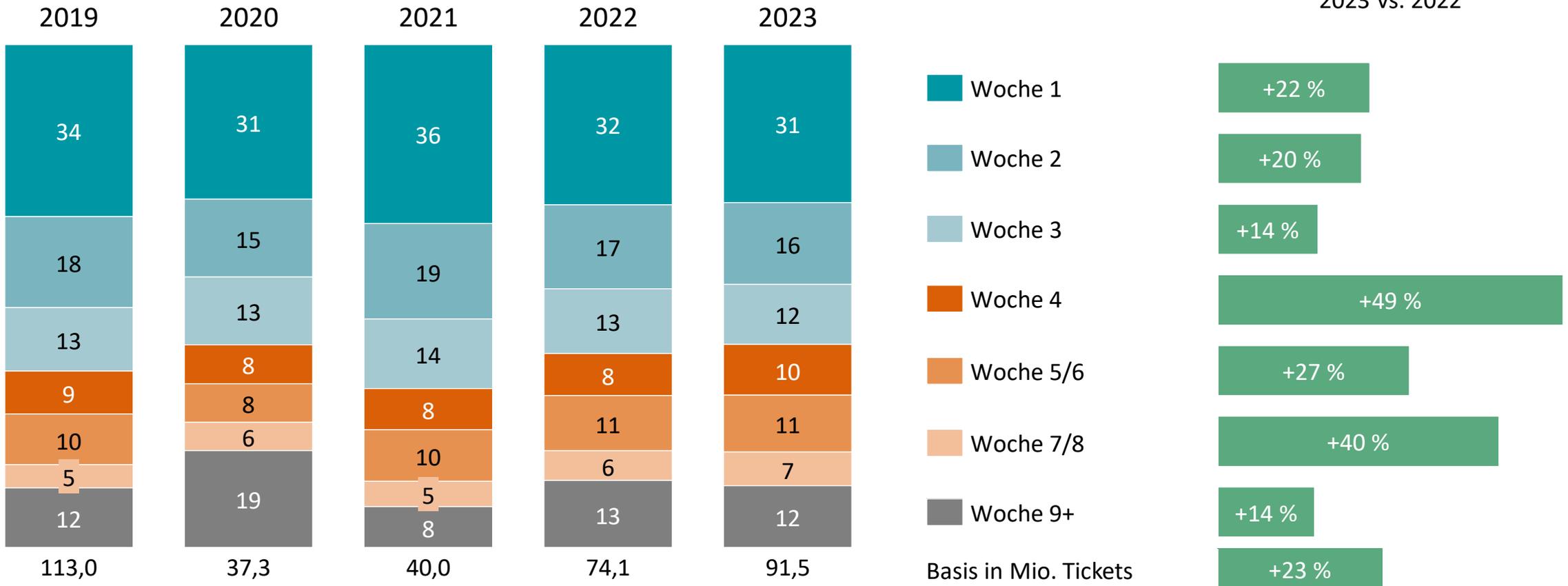
Basis: Tickets in %



Kinobesucher*innen III

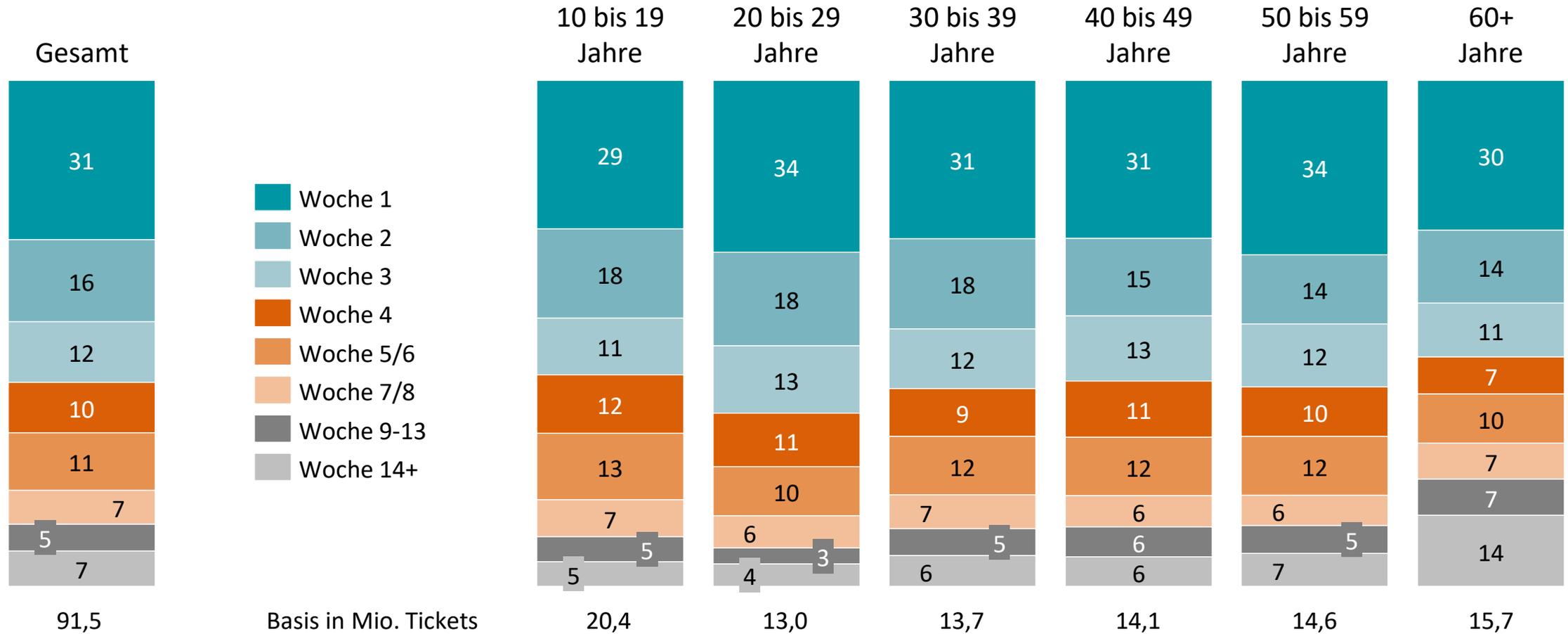
ZEITPUNKT DES BESUCHS IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets in %



ALTER DER BESUCHER*INNEN – ZEITPUNKT DES BESUCHS 2023

Basis: Tickets in %

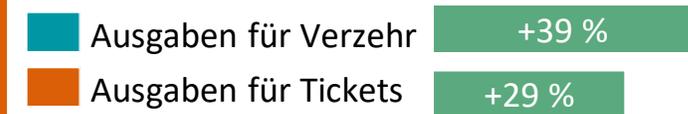
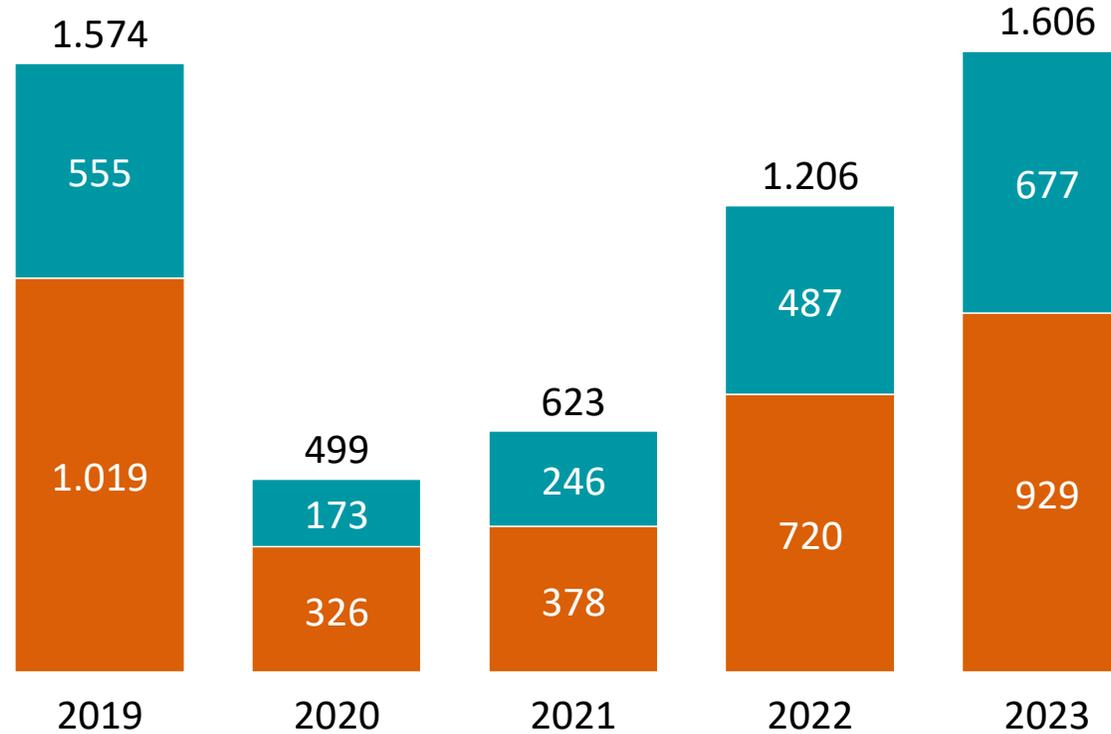


Kinobesucher*innen III

AUSGABEN FÜR TICKETS UND VERZEHR IM ZEITVERLAUF

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

Veränderungsraten
in %
2023 vs. 2022



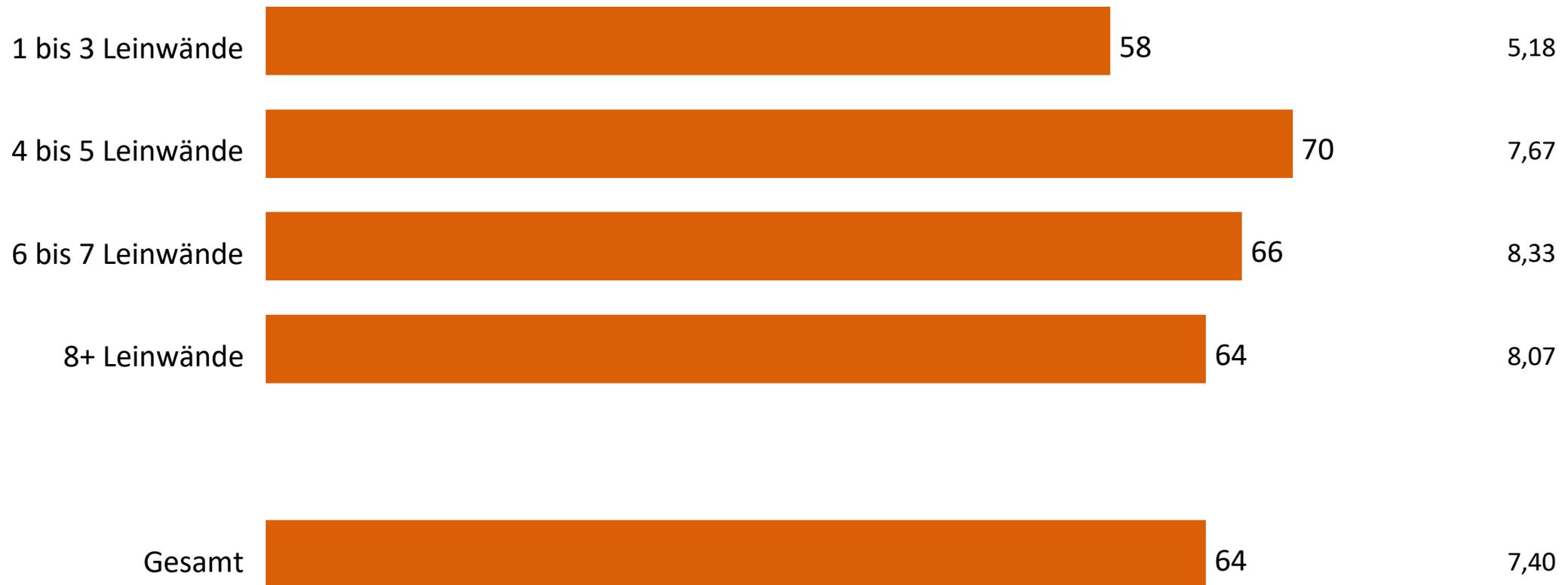
Anteil Verzeehr an Gesamtumsatz	35 %	35 %	39 %	40 %	42 %
Anteil Tickets mit Verzeehr	61 %	59 %	67 %	69 %	64 %

Kinobesucher*innen III

VERZEHR – KINOGRÖßEN 2023

Basis: Tickets in %

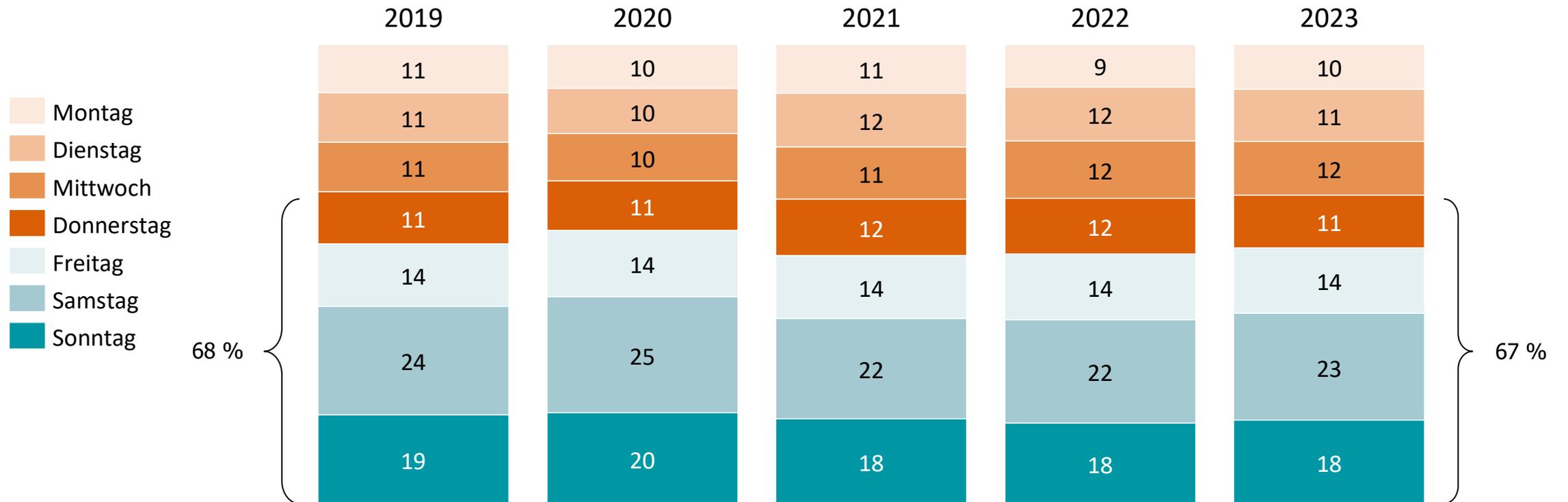
Ø Ausgaben für Verzehr
(Basis Tickets gesamt)



Kinobesucher*innen III

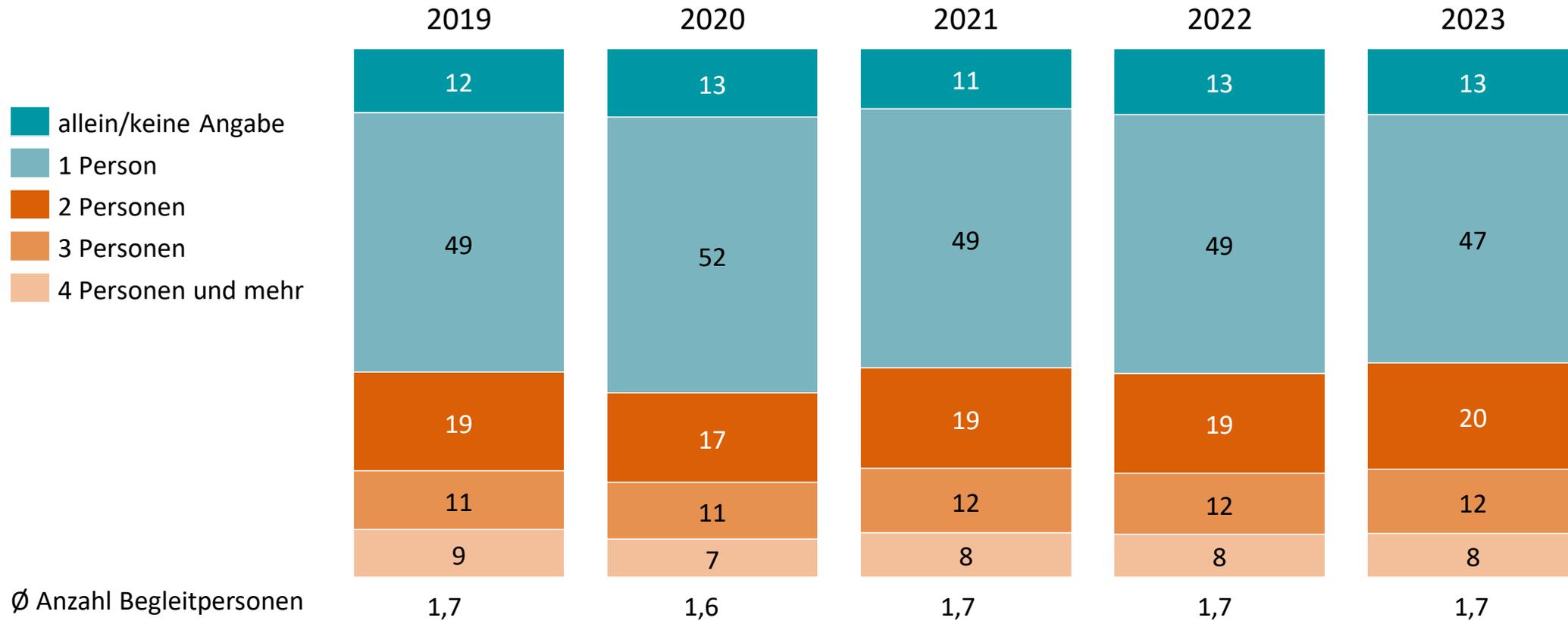
WOCHENTAGE IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets in %



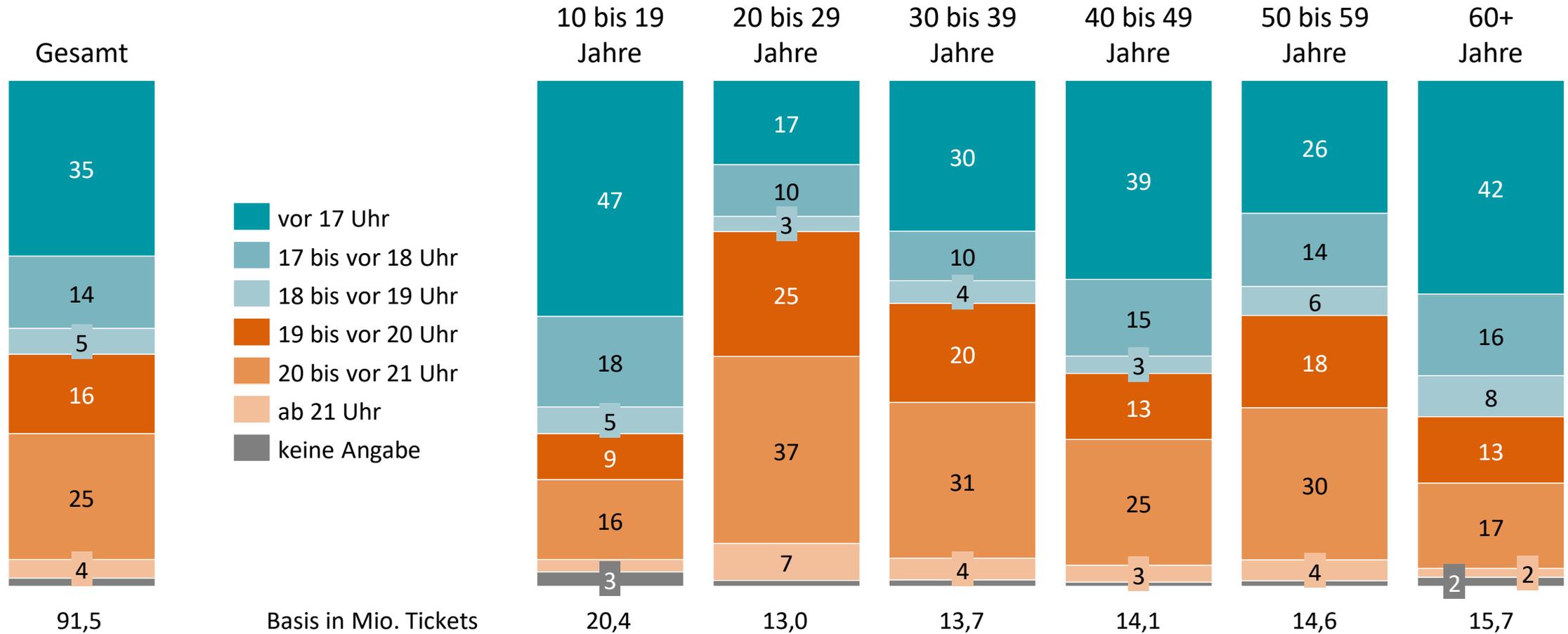
ANZAHL DER BEGLEITPERSONEN IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets in %

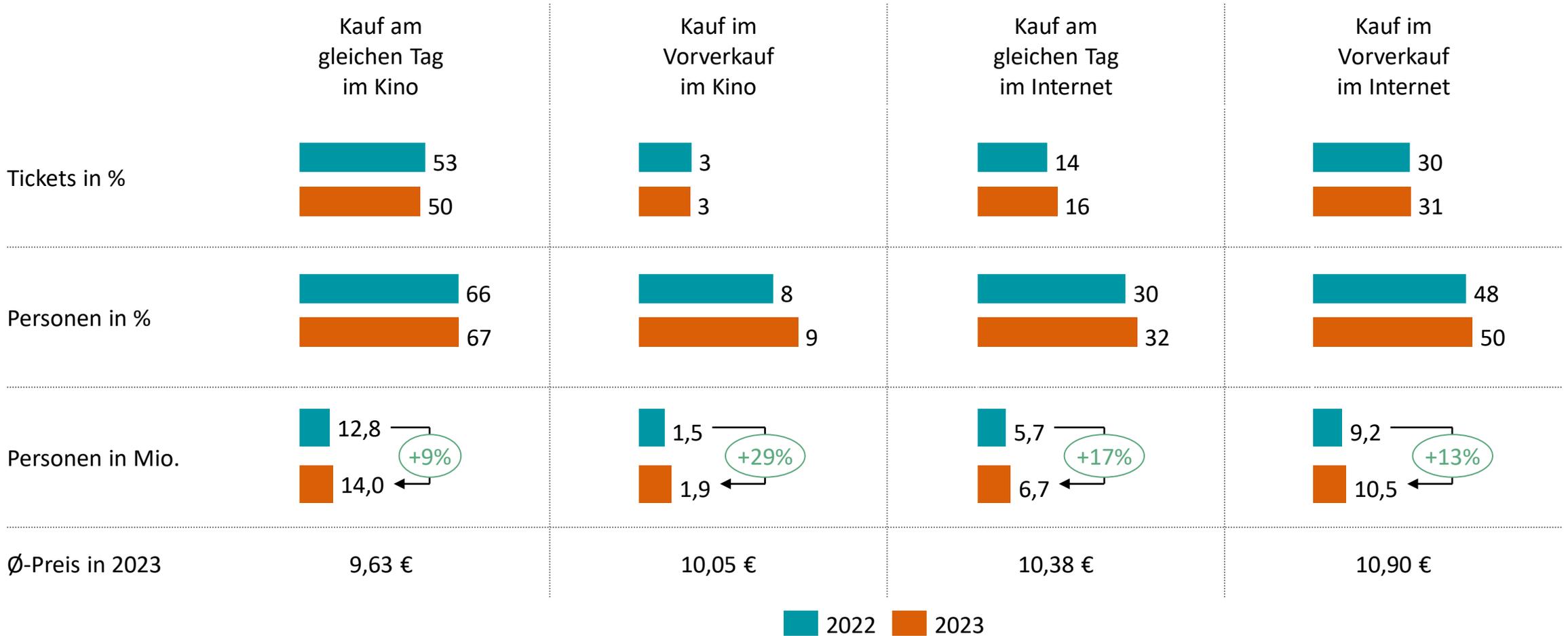


ALTER DER BESUCHER*INNEN – ZEITPUNKT DES BESUCHS 2023

Basis: Tickets in %



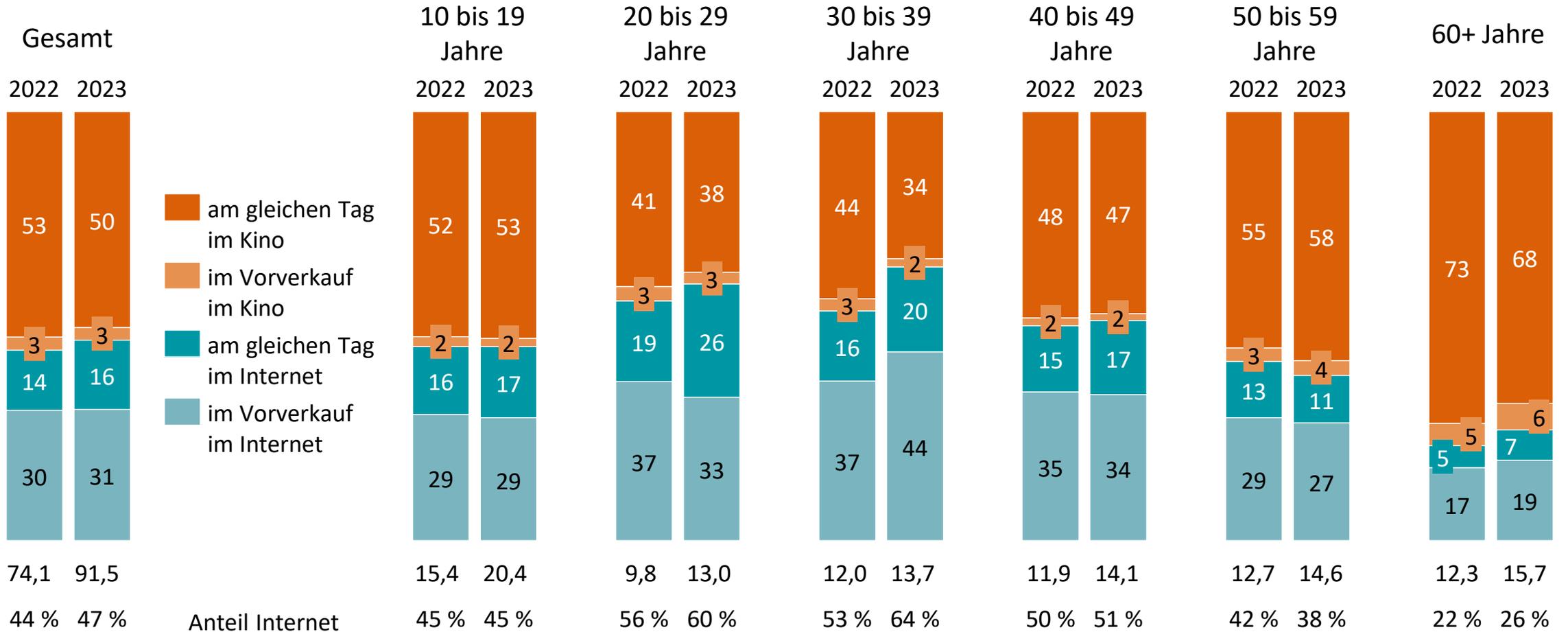
TICKETKAUF 2022/2023



Kinobesucher*innen III

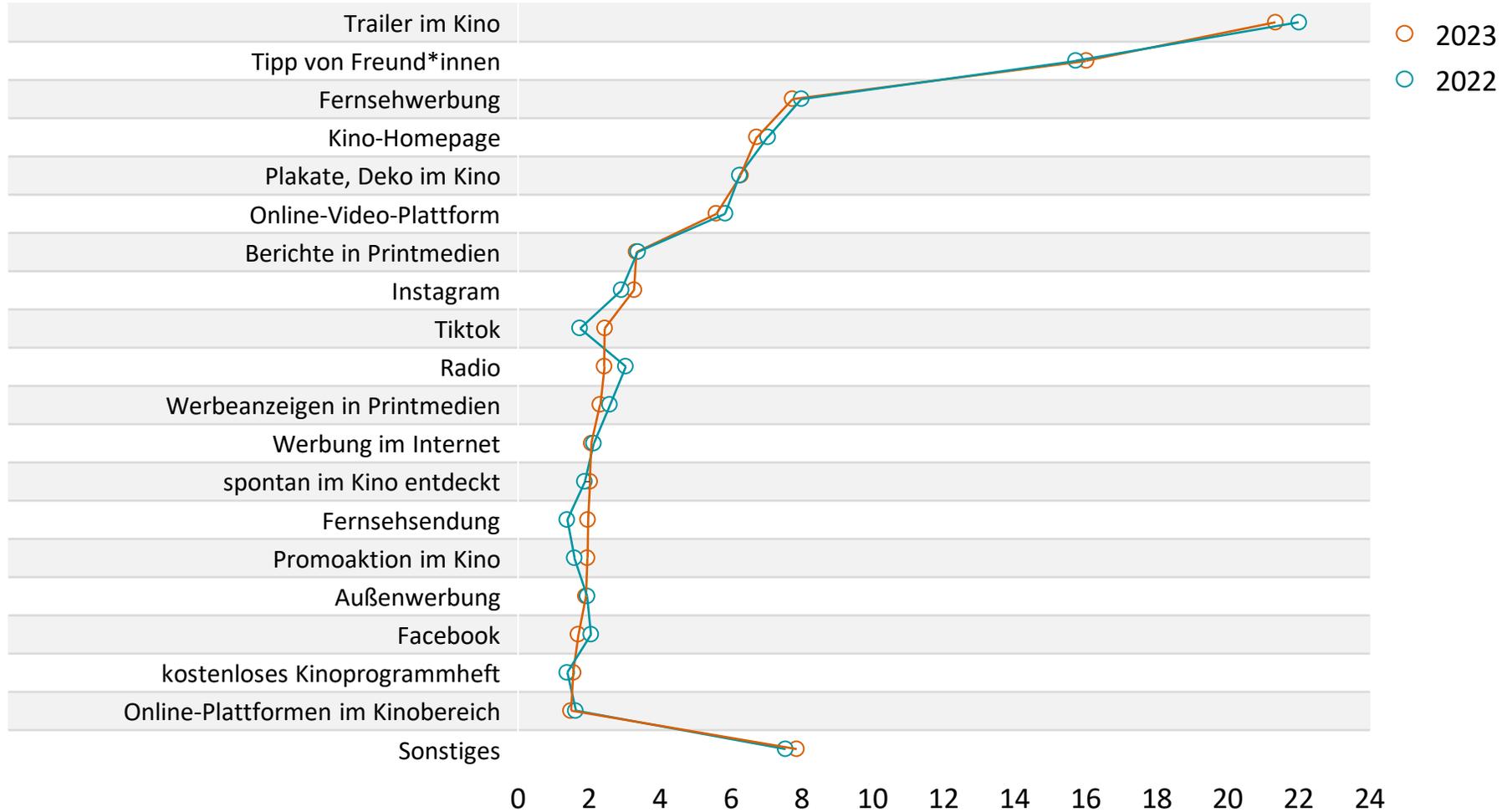
TICKETKAUF – ALTERSGRUPPEN 2022/2023

Basis: Tickets in %



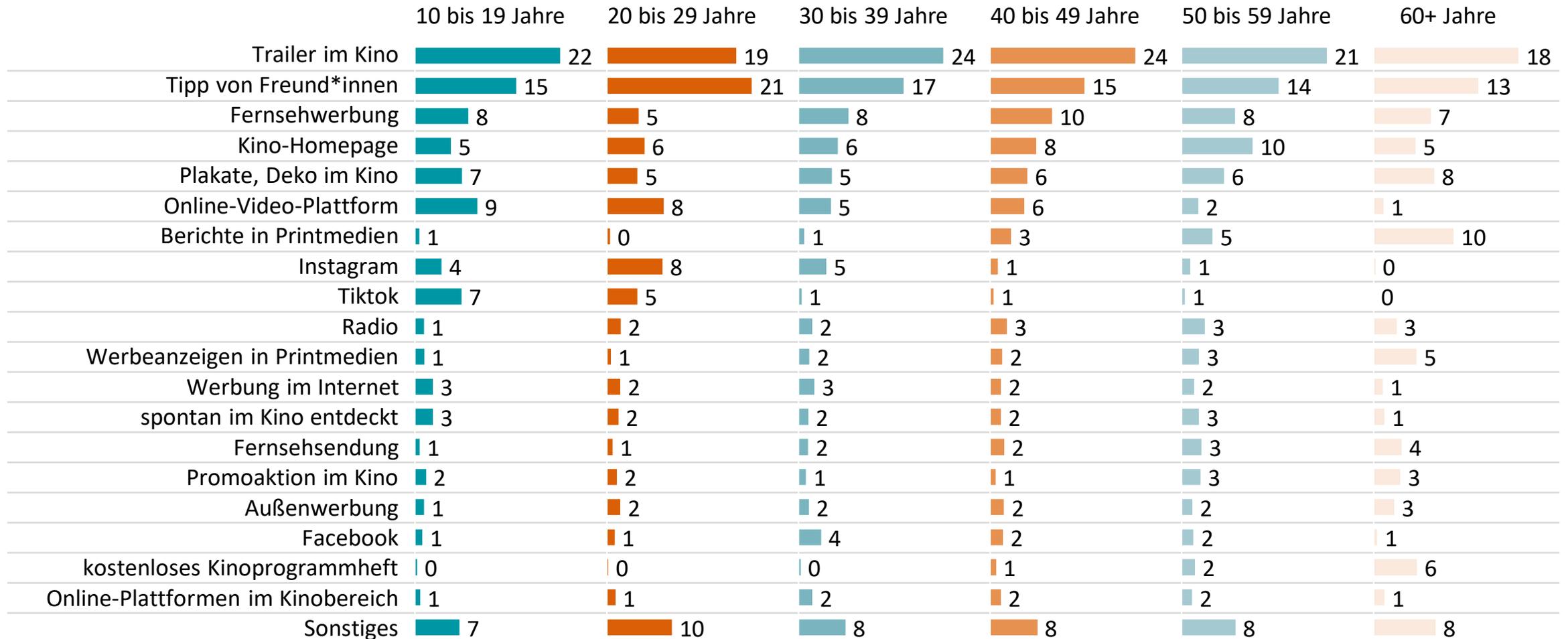
SOURCES OF AWARENESS 2022/2023

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



SOURCES OF AWARENESS – ALTERSGRUPPEN 2023

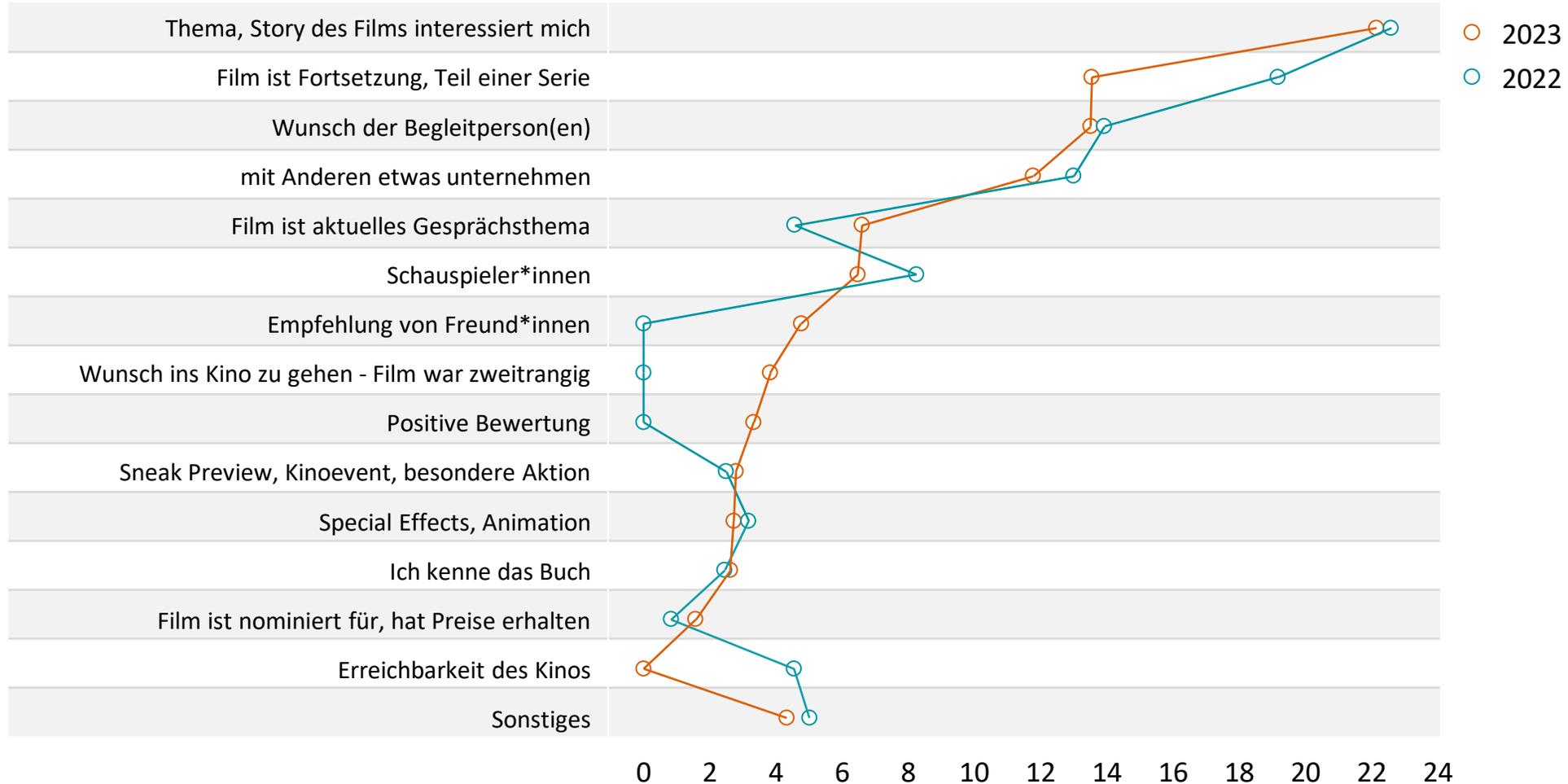
Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



Kinobesucher*innen III

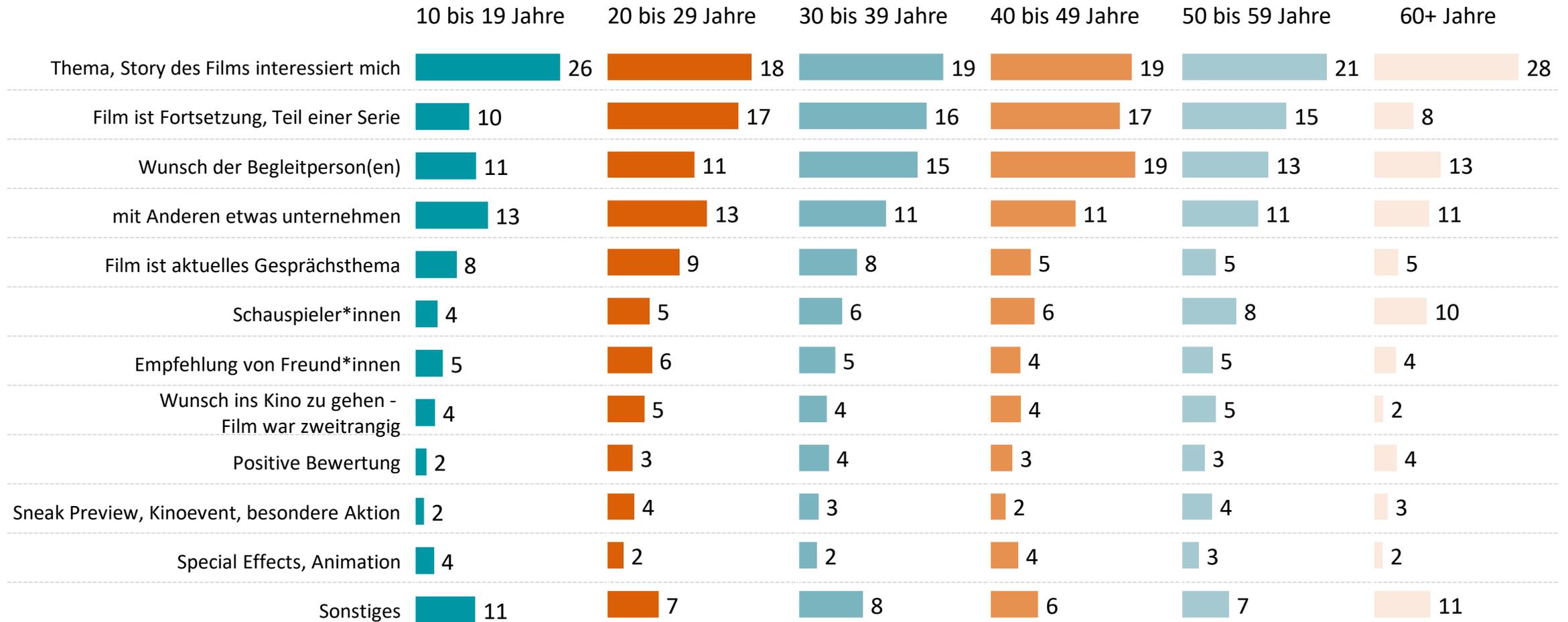
BESUCHSGRUND 2022/2023

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



BESUCHSGRUND – ALTERSGRUPPEN 2023

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



ZUSAMMENFASSUNG 1/2

Komödien als beliebtestes Genre:

Das Jahr 2023 war durch einige starke Filme wie „Barbie“, „Oppenheimer“, „Der Super Mario Bros. Film“ und „Avatar: The Way of Water“ geprägt. Dabei befinden sich „Barbie“ und „Avatar – The Way of Water“ in allen Altersgruppen innerhalb der ersten drei Platzierungen. Bei den 10- bis 19-Jährigen konnte sich „Der Super Mario Bros. Film“ an die Spitze setzen, gefolgt von „Barbie“ und „Avatar: The Way of Water“ auf den Plätzen zwei und drei. Bei den 20- bis 29-Jährigen war „Barbie“ der meistgesehene Film. Bei den Zielgruppen über 60 Jahren setzte sich „Oppenheimer“ vor „Avatar: The Way of Water“ durch.

Die größte Vorliebe hatten die Kinobesucher*innen für das Genre Komödie (22 Prozent Ticketanteil) – nah an Drama (21 Prozent), Action (19 Prozent) oder Kinderfilm (19 Prozent). Fast ein Drittel der gelösten Kinotickets entfallen auf die erste Besuchswoche (31 Prozent), die damit wie in den Jahren 2019 bis 2023 an erster Stelle stand und auch über alle Altersgruppen hinweg den beliebtesten Zeitpunkt eines Kinobesuchs darstellte.

Hohe Umsätze für Concession:

Für das Jahr 2023 lag der Verzehranteil bei 42 Prozent an den Kinogesamtausgaben. Der Gesamterlös des Ticket- und Verzehrverkaufs lag 2023 bei 1.606 Mio. Euro und es wurden bei 64 Prozent aller Ticketkäufe Concession-Ausgaben getätigt. In Kinospielestätten mit 6 bis 7 Leinwänden waren die durchschnittlichen Concession-Ausgaben am höchsten (8,33 Euro) und in Kinos mit bis zu drei Leinwänden am niedrigsten (5,18 Euro).

ZUSAMMENFASSUNG 2/2

Beliebteste Kinotage und Anzahl der Begleitpersonen bleiben konstant:

Im Jahr 2023 blieben Donnerstag bis Sonntag erneut die beliebtesten Kinotage, ihr Anteil gemessen an den Tickets machte 2/3 des Gesamtticketverkaufs aus (67 Prozent). Analog zu den Vorjahren bevorzugten die Menschen weiterhin den Kinobesuch zu zweit (47 Prozent).

Online-Ticket-Erwerb größtenteils bei den Jüngeren:

Mehr als ein Drittel aller Kinotickets wurde für den Vorstellungsbeginn vor 17 Uhr gekauft (35 Prozent). Verglichen mit den anderen Altersgruppen gingen die 10- bis 19-Jährigen am häufigsten vor 17 Uhr ins Kino (47 Prozent), während vor allem die 20- bis 29-Jährigen Filmvorstellungen ab 19 Uhr bevorzugten. Die Hälfte des Ticketkaufes findet am selben Tag im Kino statt. Der Anteil der im Internet gekauften Tickets wurde wieder leicht gesteigert und lag 2023 bei 47 Prozent (+3 PP gegenüber 2022).

Zunehmende Bedeutung von Trailern:

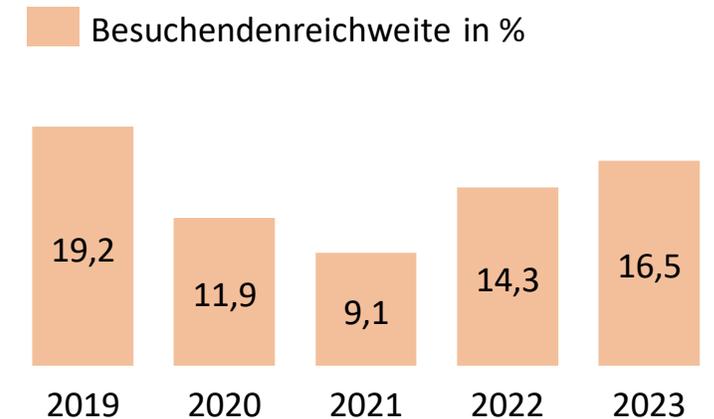
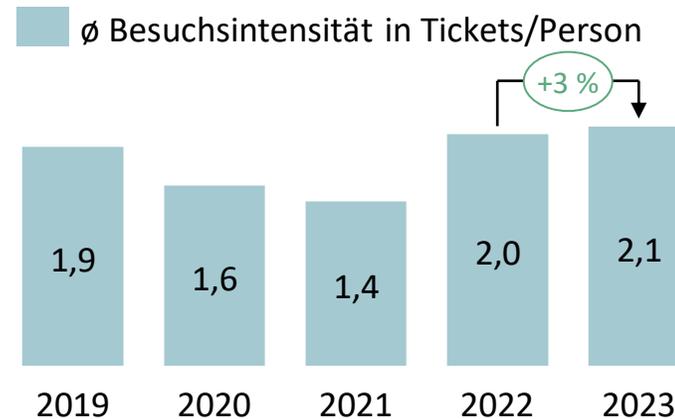
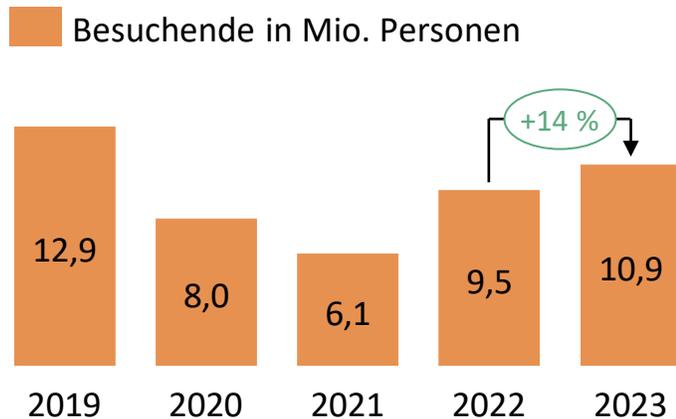
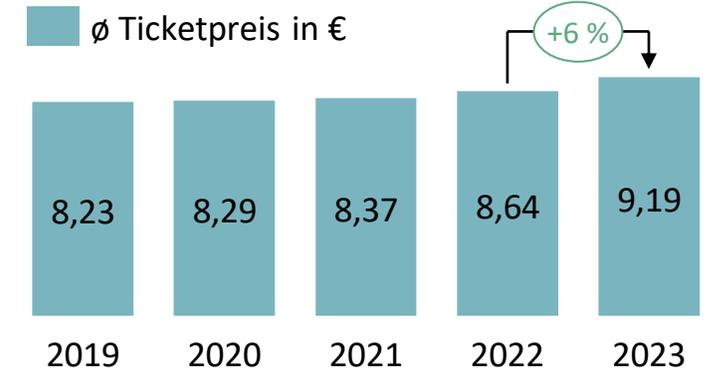
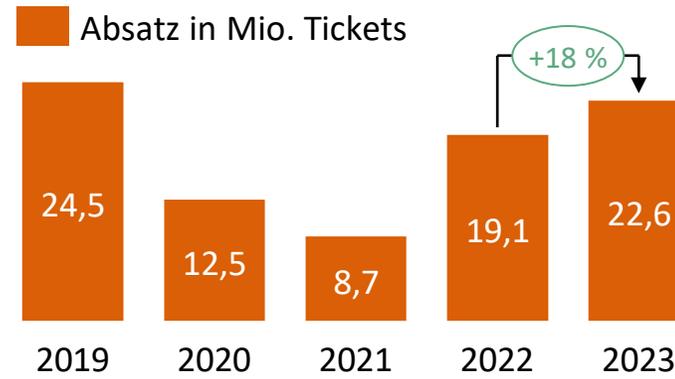
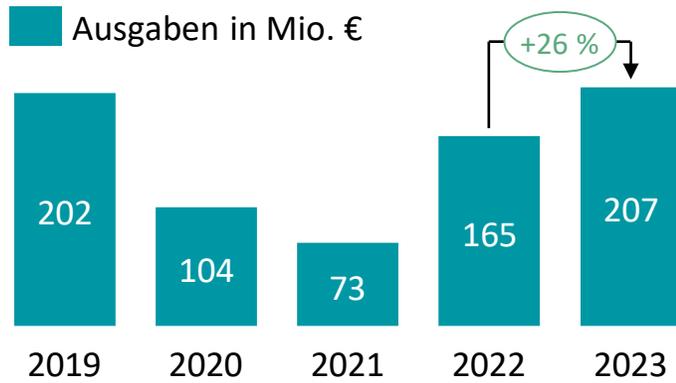
Mit 21 Prozent war der „Trailer im Kino“ ein weiteres Mal die wichtigste Aufmerksamkeitsquelle. Auf den Plätzen zwei und drei lagen „Tipps von Freund*innen“ sowie „Fernsehwerbung“ mit 16 bzw. 8 Prozent. Der häufigste Besuchsgrund war auch 2023 „Thema, Story interessiert mich“ mit 22 Prozent, gefolgt von „Film ist Fortsetzung, Teil einer Serie“ (14 Prozent). An dritter Stelle steht mit 14 Prozent erneut „Wunsch der Begleitperson(en)“.

Kinobesucher*innen deutscher Filme

ENTWICKLUNG – KINOMARKT IN DEUTSCHLAND IM ZEITVERLAUF

		2019	2020	2021	2022	2023	Vgl. 23/22
Gesamt	Mio. Tickets	113,0	37,3	40,0	74,1	91,5	+23 %
	Umsatz in Mio. €	1.019	326	378	720	929	+29 %
Deutsche Produktionen	Mio. Tickets	24,5	12,5	8,7	19,1	22,6	+18 %
	Umsatz in Mio. €	202	104	73	165	207	+26 %
EU-Produktionen (ohne dt. (Ko-)Produktionen)*	Mio. Tickets	20,1	4,1	1,9	3,8	7,3	+91 %
	Umsatz in Mio. €	165	35	15	32	64	+100 %
US-Produktionen	Mio. Tickets	63,9	17,8	20,4	46,7	56,9	+22 %
	Umsatz in Mio. €	607	163	196	480	609	+27 %
Sonstige*	Mio. Tickets	4,5	2,8	9,1	4,5	4,7	+5 %
	Umsatz in Mio. €	45	24	94	42	48	+13 %

KEY-FACTS ZUM DEUTSCHEN FILM IM ZEITVERLAUF

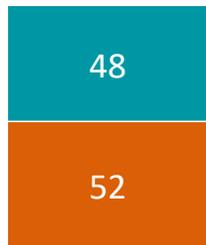


Kinobesucher*innen deutscher Filme

BESUCHER*INNEN DEUTSCHER FILME – GESCHLECHT UND ALTER IM ZEITVERLAUF

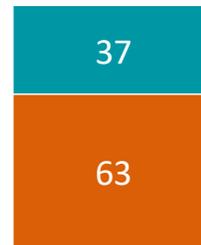
Basis: Tickets in %

Gesamt
alle Filme 2023

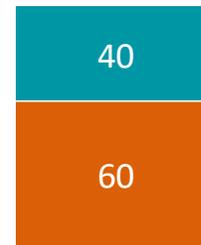


■ männlich
■ weiblich

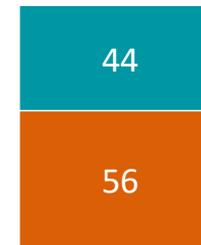
2019



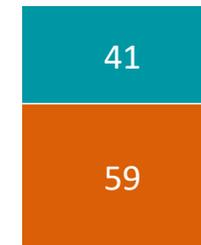
2020



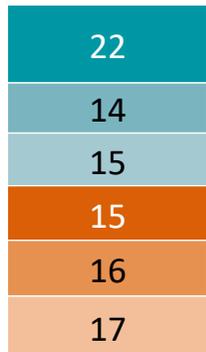
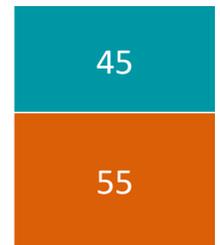
2021



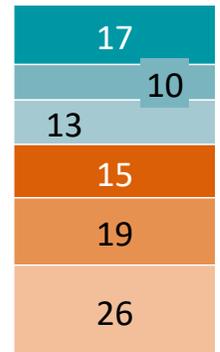
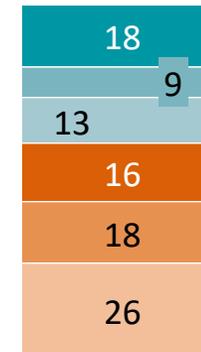
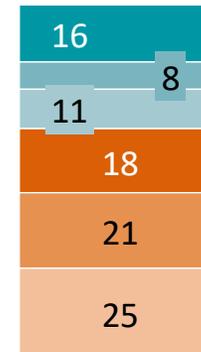
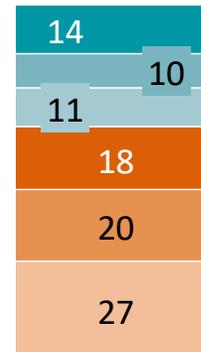
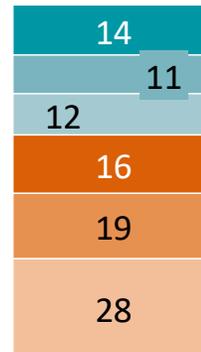
2022



2023



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



91,5

Basis in Mio. Tickets

24,5

12,5

8,7

19,1

22,6

39,1

Ø Alter

45,9

45,8

45,0

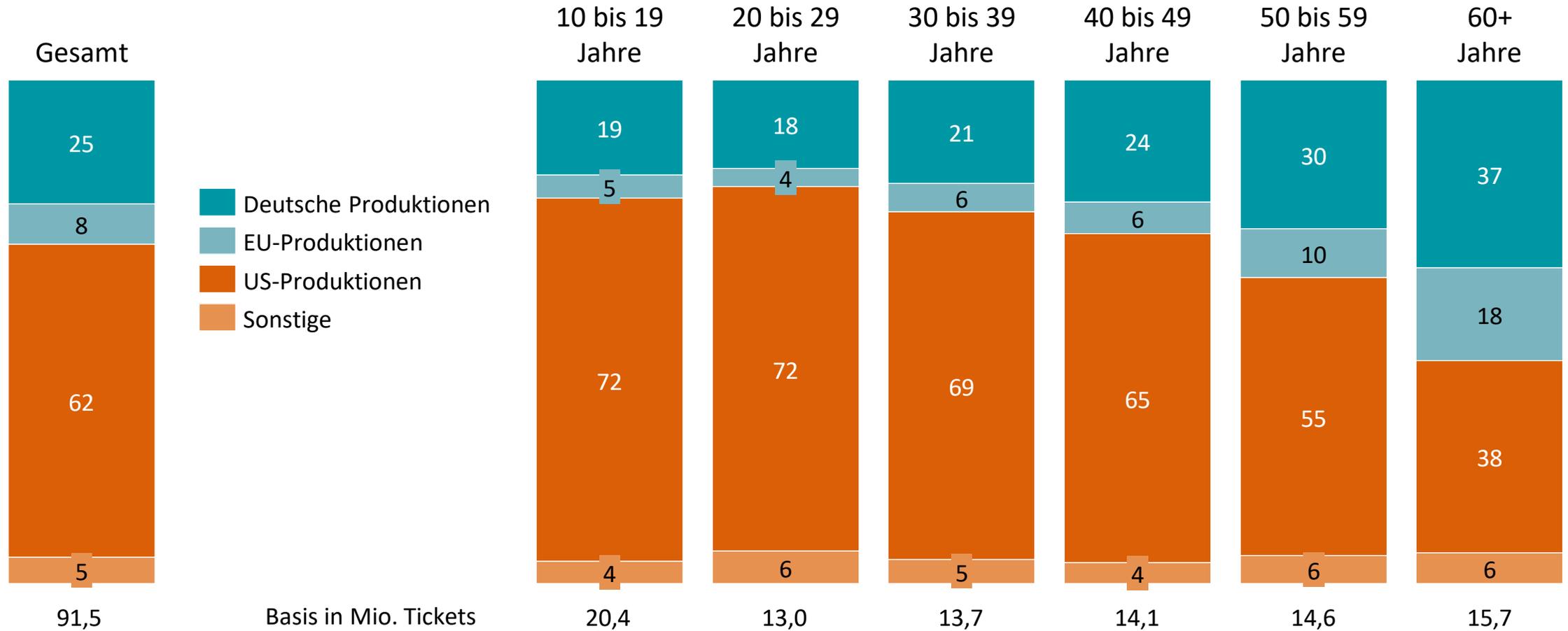
44,3

44,3

Kinobesucher*innen deutscher Filme

BESUCHE NACH HERSTELLUNGSLAND – ALTERSGRUPPEN 2023

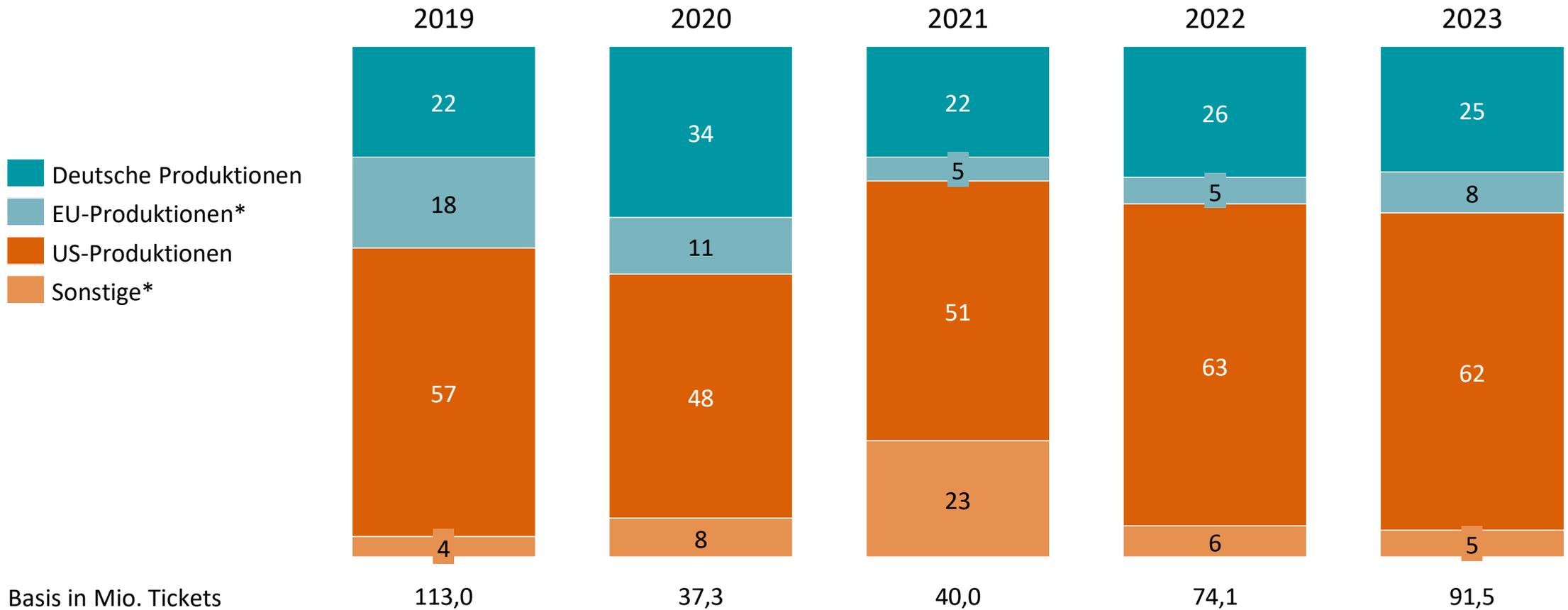
Basis: Tickets in %



Kinobesucher*innen deutscher Filme

BESUCHE NACH HERSTELLUNGSLAND IM ZEITVERLAUF

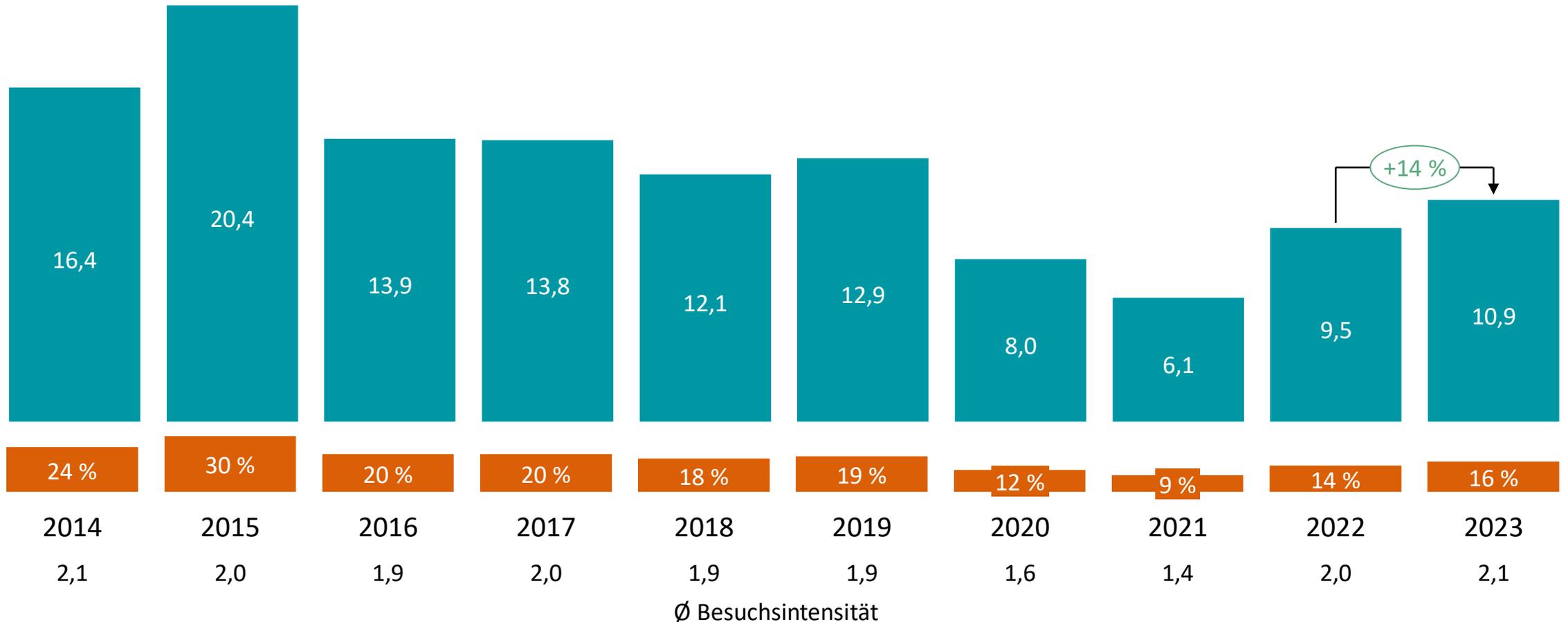
Basis: Tickets in %



Kinobesucher*innen deutscher Filme

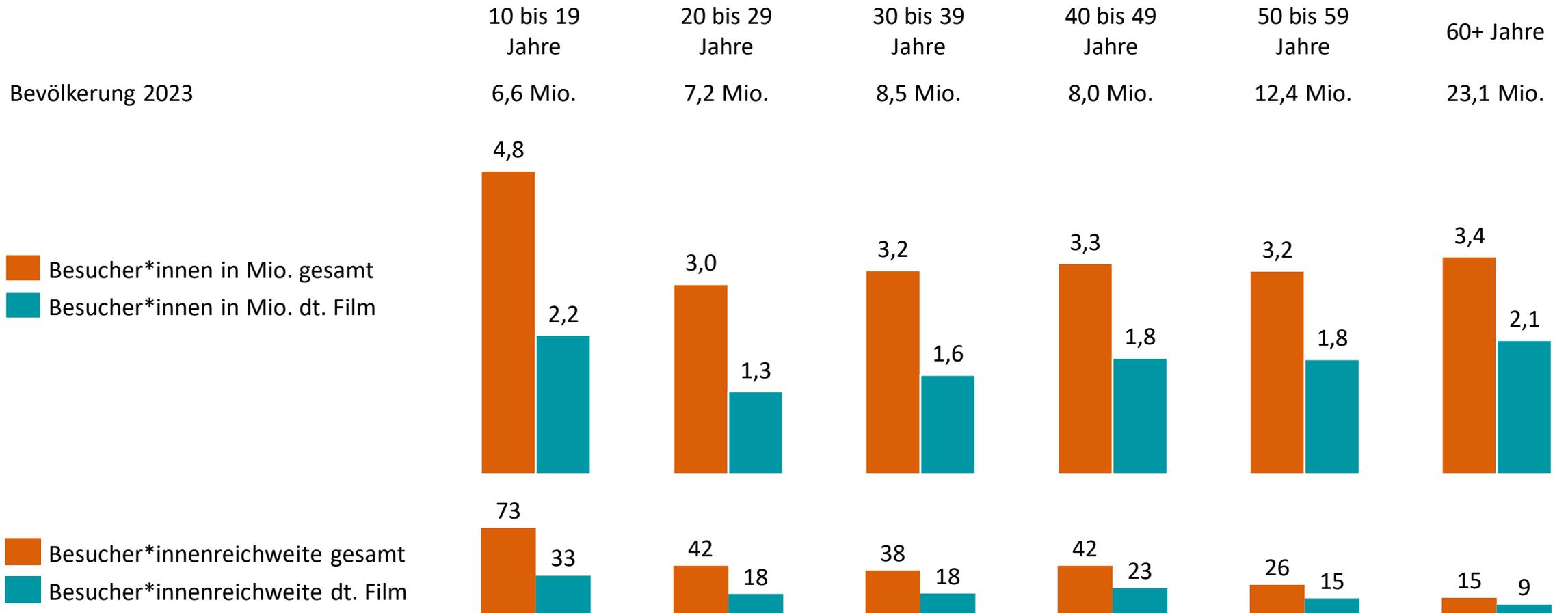
REICHWEITENENTWICKLUNG UND BESUCHE PRO KOPF DEUTSCHER FILME IM ZEITVERLAUF

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



REICHWEITEN NACH ALTERSGRUPPEN – BESUCHER*INNEN DEUTSCHER PRODUKTIONEN 2023

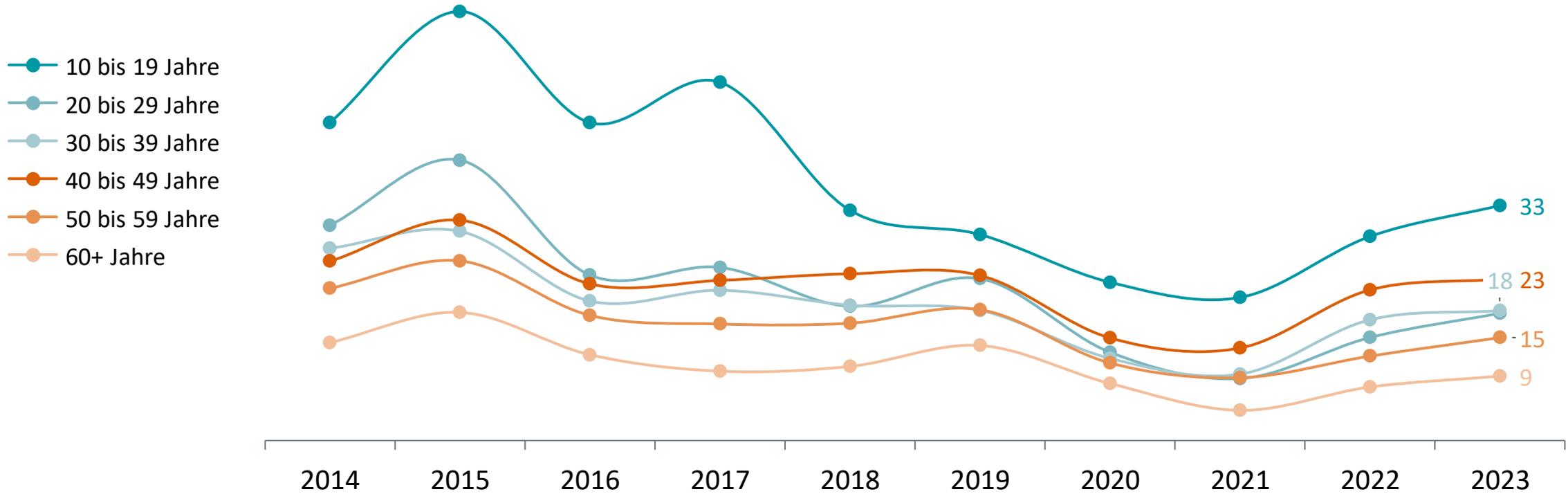
Basis: Personen in Mio./Personen in %



Kinobesucher*innen deutscher Filme

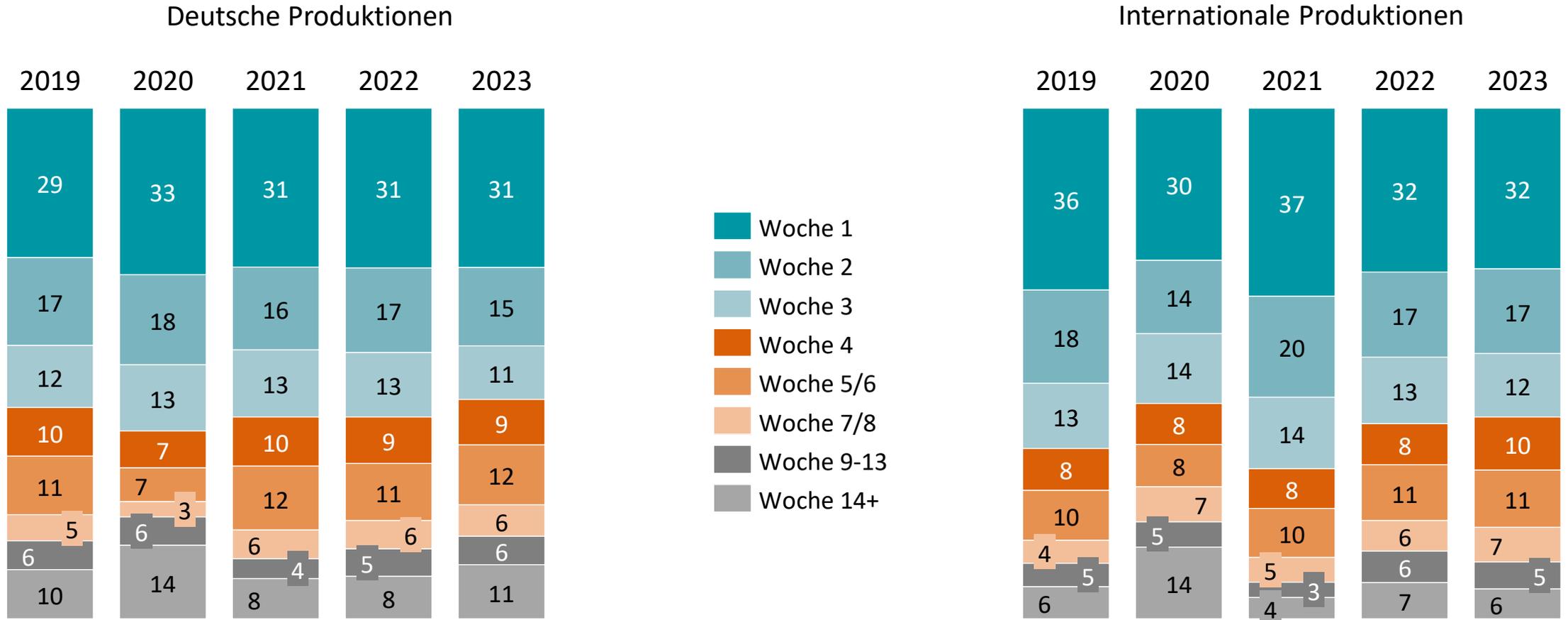
REICHWEITENENTWICKLUNG DEUTSCHER FILM – ALTERSGRUPPEN IM ZEITVERLAUF

Basis: Personen in %



BESUCHE DEUTSCHER FILME – ZEITPUNKT DES BESUCHS IM ZEITVERLAUF

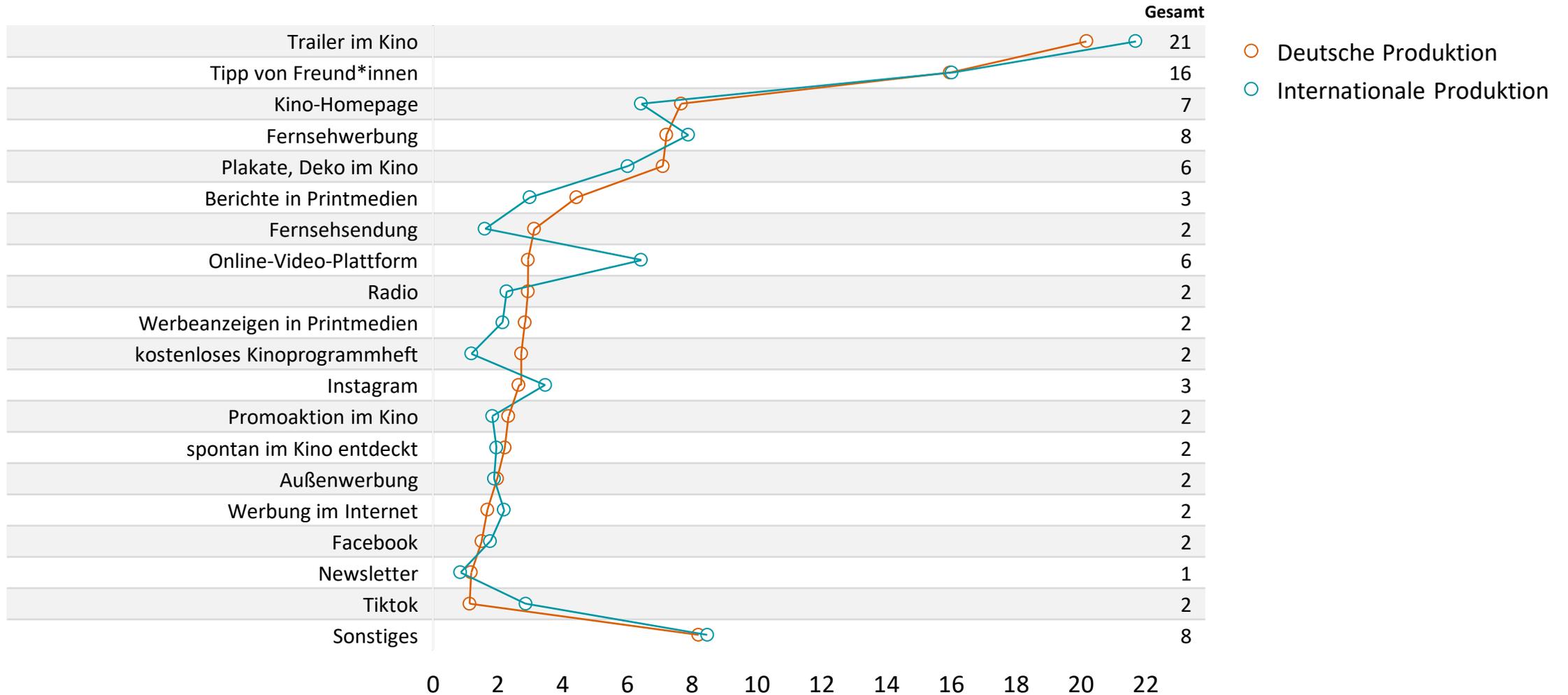
Basis: Tickets in %



Kinobesucher*innen deutscher Filme

BESUCHE DEUTSCHER FILME – SOURCES OF AWARENESS 2023

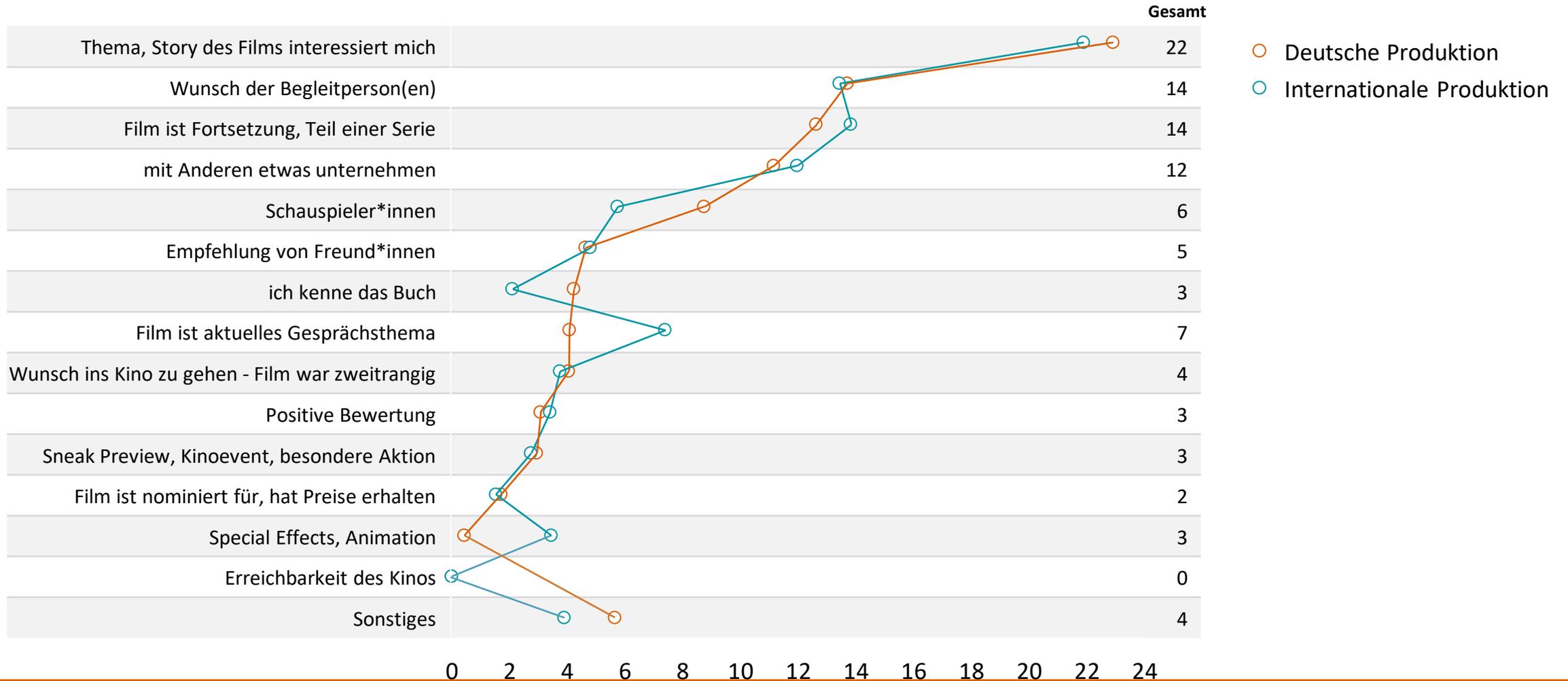
Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



Kinobesucher*innen deutscher Filme

BESUCHE DEUTSCHER FILME – BESUCHSGRUND 2023

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



ZUSAMMENFASSUNG

Mehr Besucher*innen deutscher Filme:

10,9 Mio. Personen besuchten im Jahr 2023 mindestens einen deutschen Film. Dies entspricht einem Zuwachs von 14 Prozent im Vorjahresvergleich. Mit einem Plus von 26 Prozent stiegen die Ausgaben auf 207 Mio. Euro und lag etwas höher als im Jahr 2019 (202 Mio. Euro). Die Anzahl gelöster Tickets verzeichnete ein Wachstum von 18 Prozent und lag bei 22,6 Mio. Der durchschnittliche Ticketpreis erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 6 Prozent auf 9,19 Euro.

Besucher*innen deutscher Filme weiterhin überwiegend weiblich und älter:

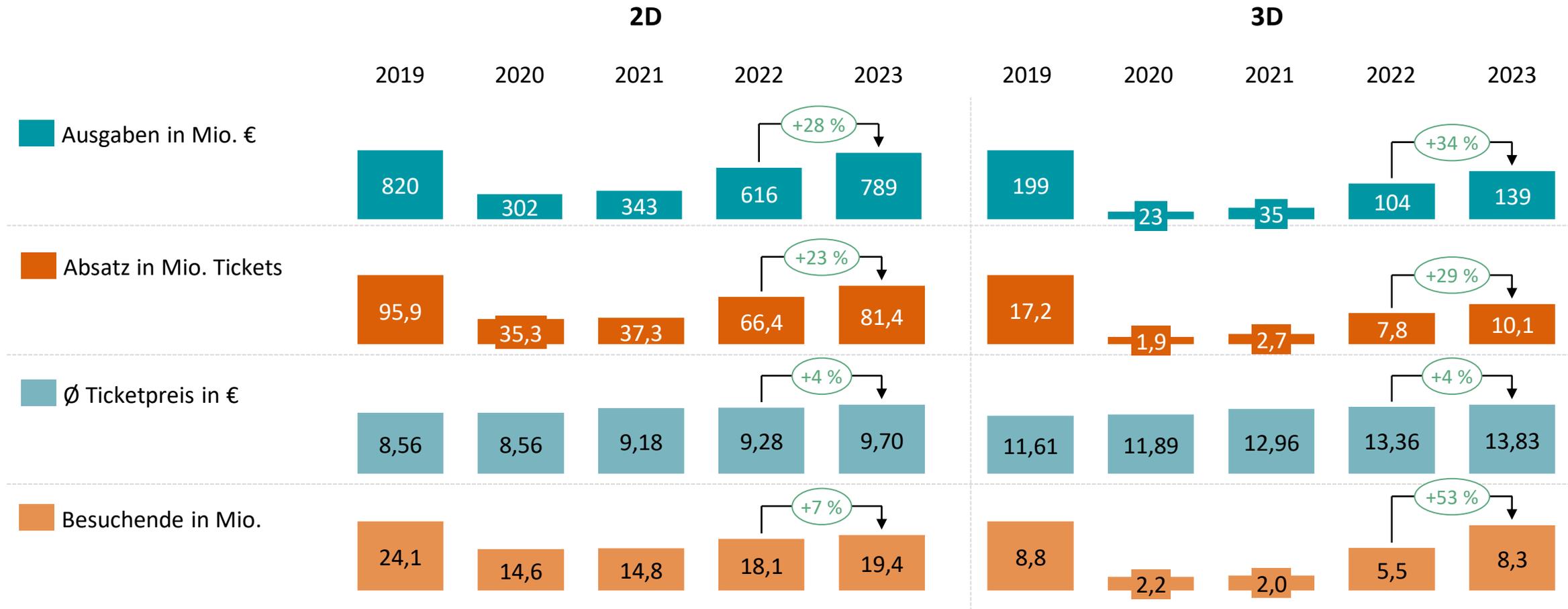
In Hinblick auf das soziodemografische Profil lässt sich beobachten, dass Besucher*innen deutscher Filme mit 55 Prozent weiterhin mehrheitlich weiblich waren, jedoch mit einem Rückgang um 4 Prozentpunkte, verglichen mit dem Jahr 2022. 26 Prozent aller verkauften Kinotickets entfielen auf Personen über 60 Jahre, wobei sie 37 Prozent ihrer Kinobesuche deutschen Produktionen widmeten. Der Durchschnitt des Alters blieb im Vergleich zum Vorjahr stabil bei 44,3 Jahren und übertraf damit deutlich den Durchschnitt des Gesamtmarktes.

Top 3 Aufmerksamkeitsquellen für deutsche und internationale Produktionen gleich:

Die primären Aufmerksamkeitsquellen für sowohl deutsche als auch internationale Filme blieben weiterhin „Trailer im Kino“ (deutsche Produktion: 20 Prozent) und „Tipp von Freund*innen“ (deutsche Produktion: 16 Prozent). Auf Platz drei folgte „Kino-Homepage“ (deutsche Produktion: 8 Prozent). Als häufigster Besuchsgrund für deutsche Produktionen wurde das Interesse an der Story oder am Thema des Films genannt (23 Prozent). Auf dem zweiten und dritten Platz folgten „Wunsch der Begleitperson(en)“ und „Film ist Fortsetzung, Teil einer Serie“ mit 14 bzw. 13 Prozent.

Kinobesucher*innen von 3D-Filmen

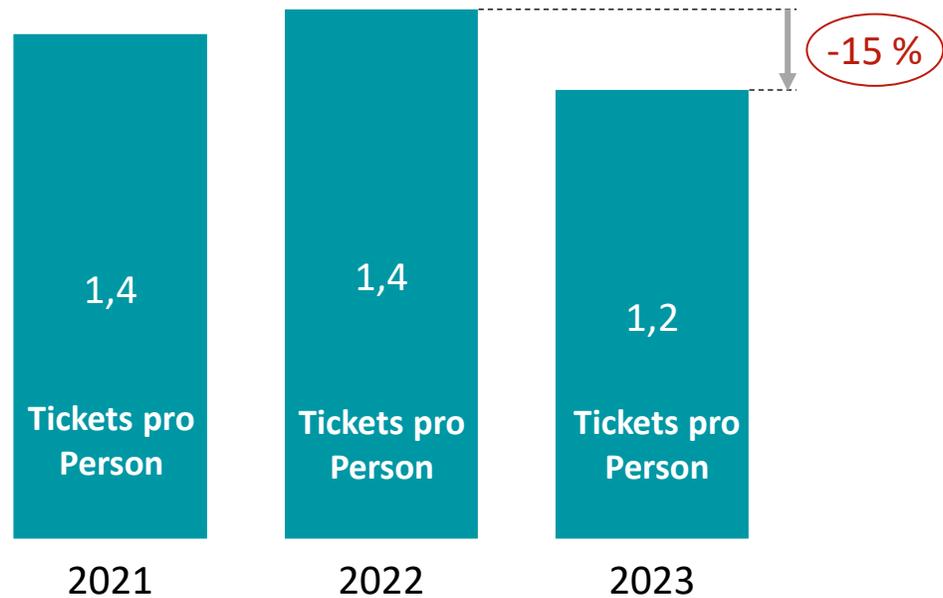
KEY-FACTS ZUM 3D-FILM



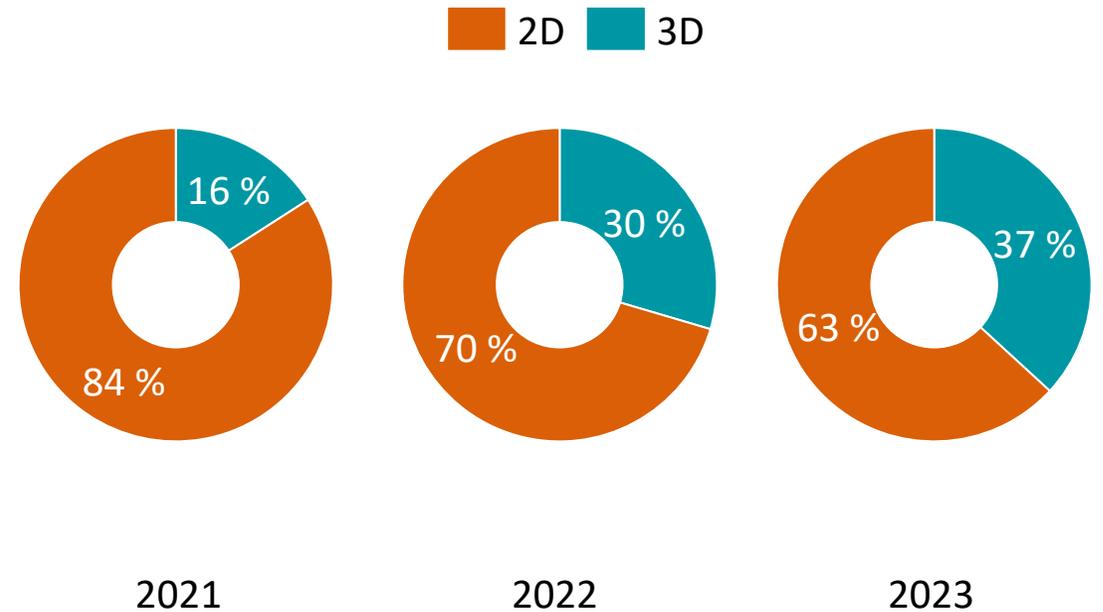
Kinobesucher*innen von 3D-Filmen

BESUCHE PRO KOPF UND 3D-ANTEIL IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets pro Person/Tickets in %



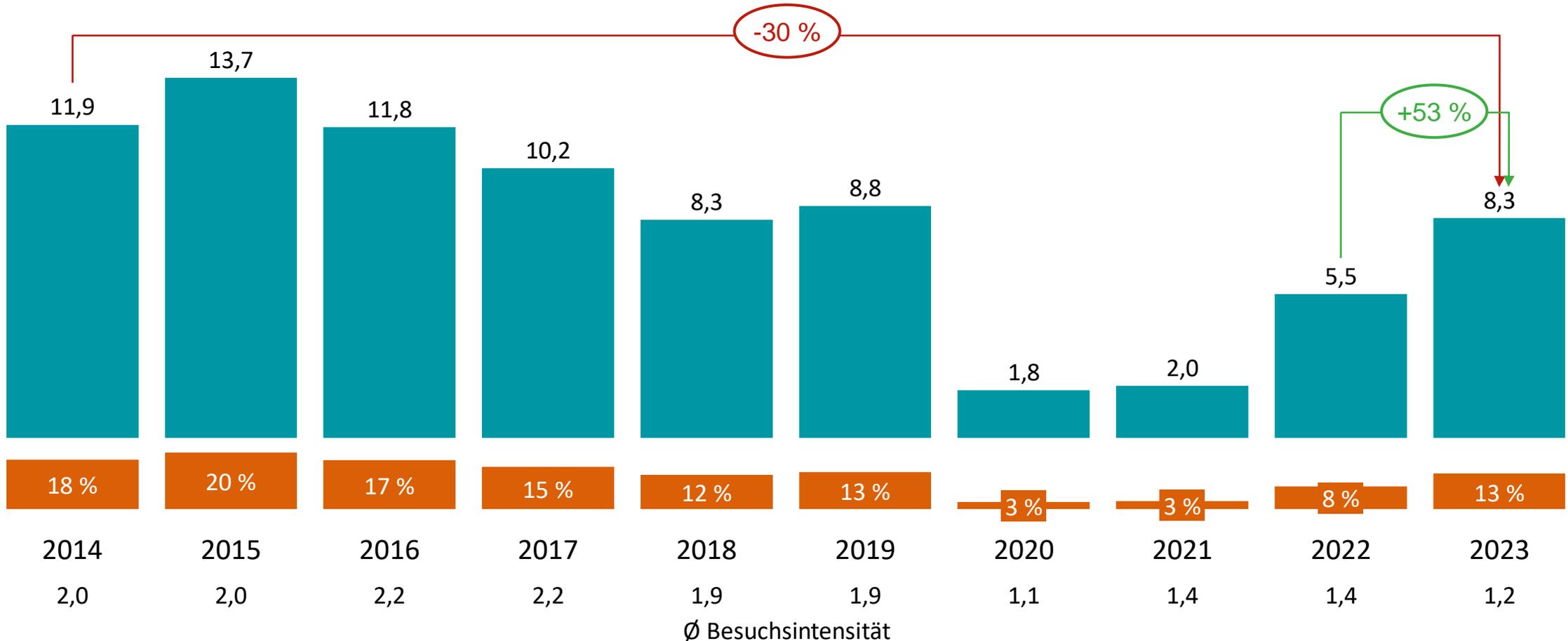
3D-fähige Titel: gesehen in 2D oder 3D
(Basis: Tickets in %)



Kinobesucher*innen von 3D-Filmen

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

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



ZUSAMMENFASSUNG

3D-Filme bleiben im starken Plus:

Im Jahr 2023 erreichte der 3D-Film erneut ein deutlich positives Ergebnis. Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Umsatz um 34 Prozent an, sodass Ausgaben in Höhe von 139 Mio. Euro erzielt wurden. Mit 10,1 Mio. gelösten Tickets (+ 29 Prozent) und 8,3 Mio. Besuchenden (+ 53 Prozent) ergab sich auch hier im Vergleich zu 2022 ein starkes Wachstum, während die durchschnittliche Besuchsintensität mit 1,2 gelösten Tickets pro Person um -15 Prozent abfiel. Insgesamt bewegte sich der Markt für 3D-Filme noch deutlich unter dem Niveau des vorpandemischen Jahres 2019, in dem der Jahresumsatz bei 199 Mio. Euro lag.

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

Der Markt für 3D-Filme entwickelte sich spürbar positiver als für 2D-Filme. Während sich die Zahl der Besuchenden für 2D-Filme um 7 Prozent auf 19,4 Mio. erhöhte, war es bei 3D-Filmen ein Zuwachs von 2,8 Mio. Personen – ein Plus von 53 Prozent. Sowohl bei den 2D-Filmen als auch bei den 3D-Filmen liegen die Umsatz- und Absatzzuwächse im zweistelligen Bereich.

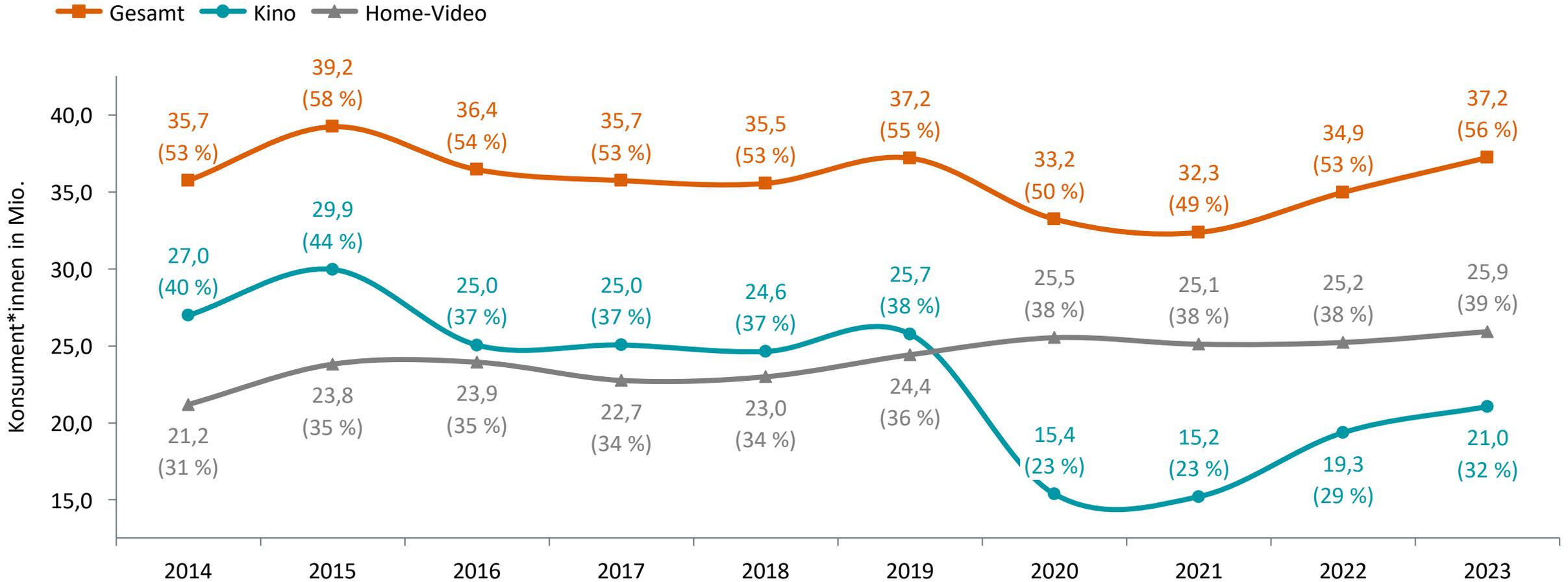
Wie im Vorjahr konnte erneut beobachtet werden, dass der Anteil der Filme, die in einer 3D-Fassung vorlagen und auch in 3D gesehen wurden, noch weiter zunahm. Während im Jahr 2022 bereits 30 Prozent dieser Filme in 3D gesehen wurden, waren es im Jahr 2023 37 Prozent. Diese positiven Entwicklungen im Bereich 3D wurden maßgeblich von „Avatar: The Way of Water“ beeinflusst.

Kinobesucher*innen mit Blick auf Home Video und SVoD

Kinobesucher*innen mit Blick auf Home Video und SVoD

KINO/HOME VIDEO: ENTWICKLUNG KONSUMENT*INNEN

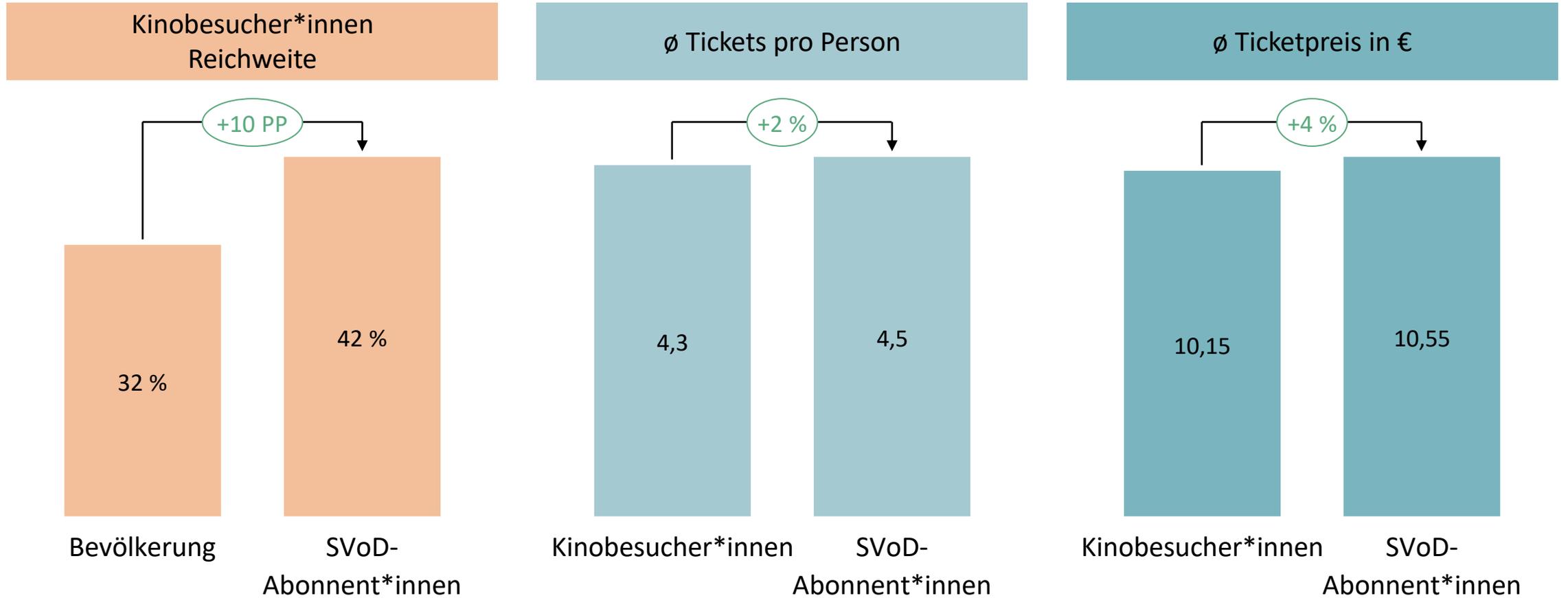
Basis: Personen in Mio./Reichweite in %



Kinobesucher*innen mit Blick auf Home Video und SVoD

KINOBESUCHER*INNEN UND SVOD-ABONNENT*INNEN

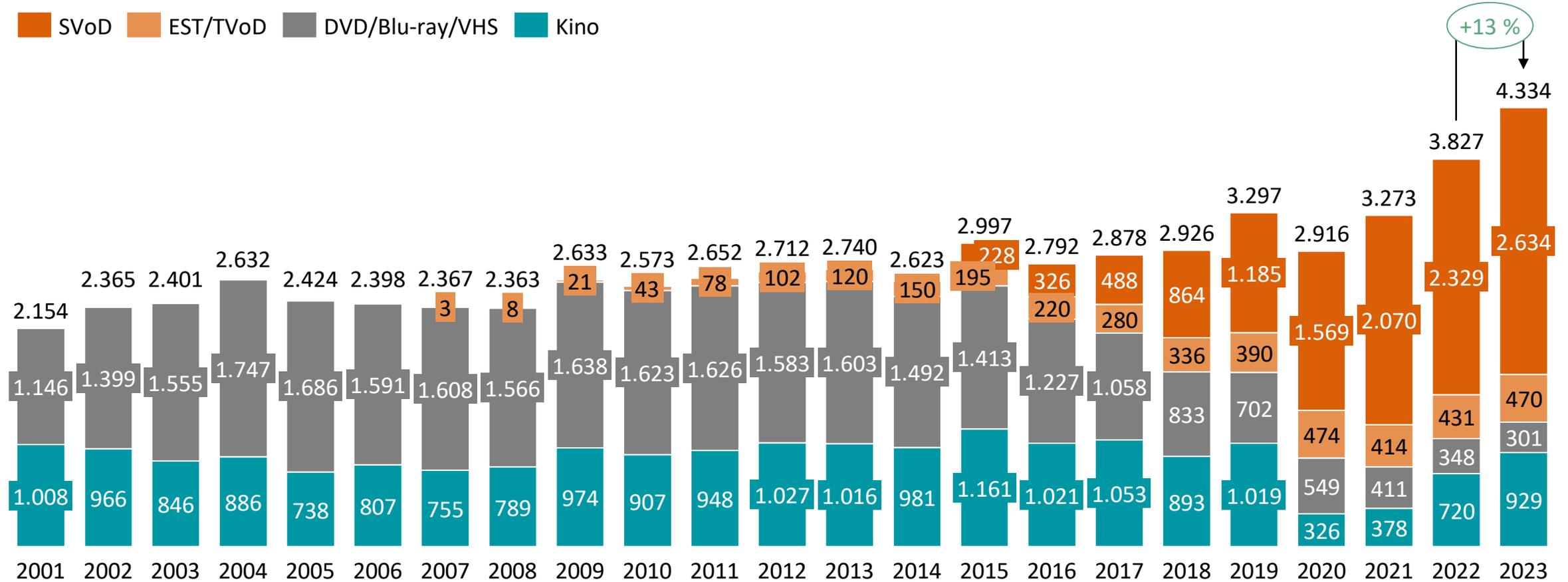
Basis: Reichweite in % / \emptyset Tickets pro Person / \emptyset Ticketpreis in €



Kinobesucher*innen mit Blick auf Home Video und SVoD

KINO UND HOME VIDEO* IM ZEITVERLAUF

Basis: Ausgaben in Mio. Euro

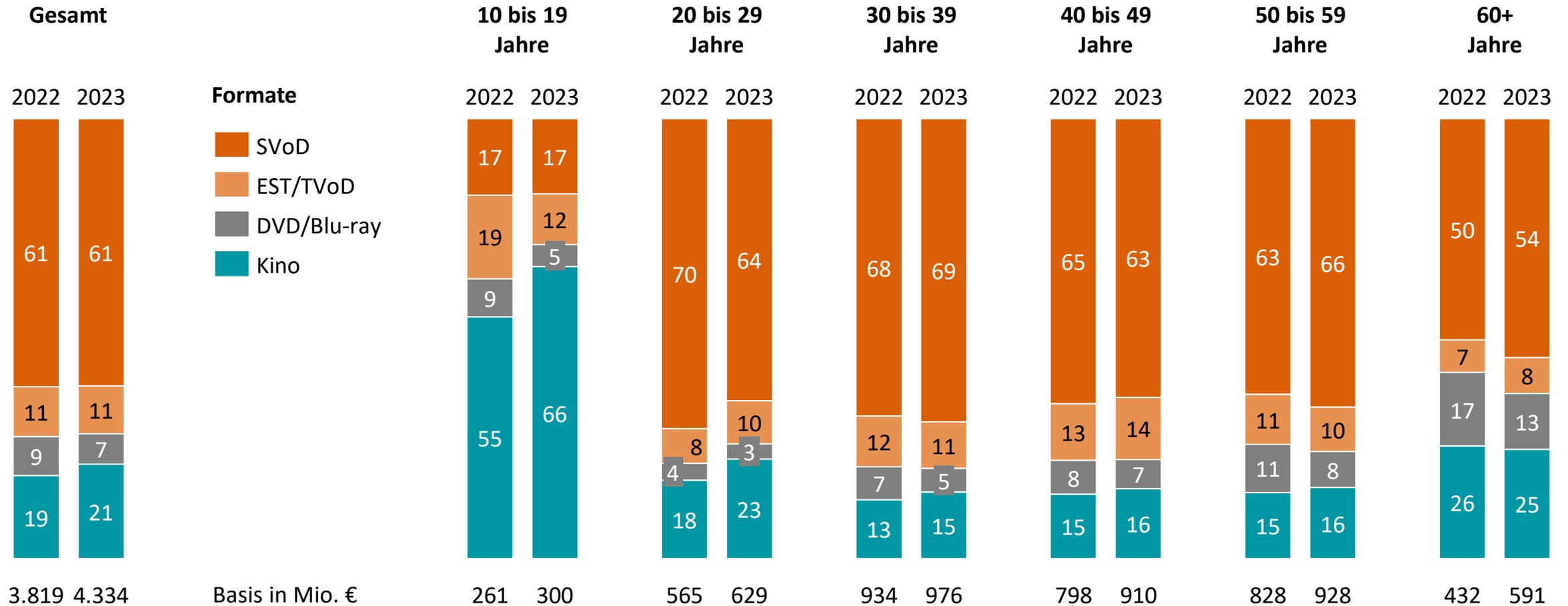


Quelle: FFA auf Basis des CPS GfK-Panels; n 2023 = 94.366
 *ab 2023 DVD/Blu-ray/VHS exkl. Leihvideos

Kinobesucher*innen mit Blick auf Home Video und SVoD

AUSGABEN KINO UND HOME VIDEO* NACH ALTERSGRUPPEN

Basis: Ausgaben in %



ZUSAMMENFASSUNG

Kinomarkt im Wachstum:

Der Kino- und Home-Video-Markt setzte 2023 sein Wachstum aus den letzten drei Jahren fort und überstieg das Vorjahr um 13 Prozent. Im Vorjahresvergleich ging der Kinomarkt erneut als Gewinner hervor und konnte seinen Anteil am Kino- und Home-Video-Markt von 19 Prozent (2022) auf 21 Prozent (2023) erhöhen. Die Ausgabenanteile für SVoD und EST/TVoD sind weitestgehend stabil geblieben, während die für DVD/Blu-ray gesunken sind. Die höchsten Zuwächse für Kinoausgaben konnten in der Altersgruppe der 10- bis 19-Jährigen (+11 Prozentpunkte) beobachtet werden. Gleichzeitig ist es auch die Altersgruppe der 10- bis 19-Jährigen, in der die Ausgaben für SVoD konstant und für EST/TVoD im Vergleich zum Jahr 2022 rückläufig waren.

SVoD-Abonent*innen im Kinomarkt:

Die Kinobesucher*innenreichweite unter den SVoD-Abonent*innen lag mit 42 Prozent merklich höher als in der Gesamtbevölkerung (32 Prozent). Im Durchschnitt wurden 4,5 Tickets pro SVoD-Abonent*in im Jahr 2023 gelöst, während es für alle Kinogänger*innen 4,3 Tickets pro Person waren. In Hinblick auf den durchschnittlichen Ticketpreis lag auch dieser für SVoD-Abonent*innen mit einem Wert von 10,55 Euro höher alle gelösten Tickets im Kinomarkt (10,15 Euro).

FFA – Filmförderungsanstalt

Marktforschung und Statistik

Große Präsidentenstraße 9

10178 Berlin

Telefon: 030 / 27 577 0