

# Kinobesucher\*innen 2021

Strukturen und Entwicklungen auf Basis des 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. Einige der standardisierten Auswertungen konnten für das Jahr 2021 auf Grund der geringen Fallzahlen, welche auf die pandemiebedingten Kinoschließungen und -einschränkungen zurückzuführen sind, nicht erfolgen.

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

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

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

## GFK MEDIA\*SCOPE – METHODENSTECKBRIEF

### **Befragungsinhalt**

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

### **Hochrechnung**

Die Ergebnisse werden auf die Grundgesamtheit (Stand Januar 2021: 66,5 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 2021).

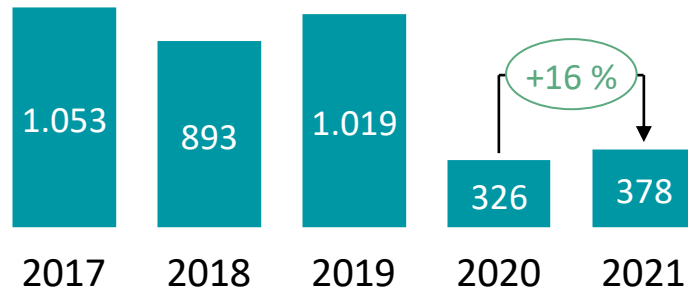
## AGENDA

- 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 2021

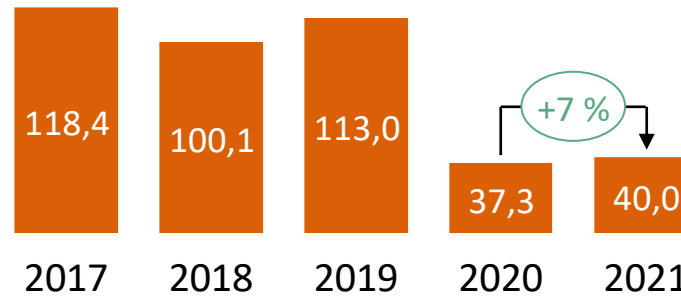
# Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

## KEY FACTS ZUM KINOMARKT IM ZEITVERLAUF

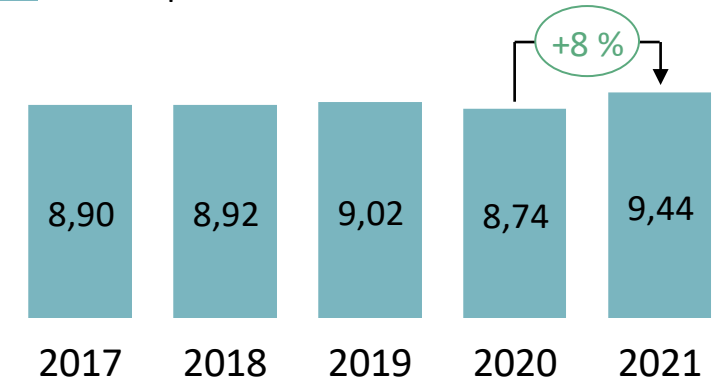
Ausgaben in Mio. €



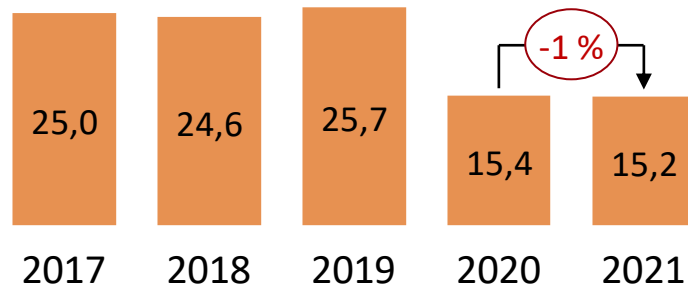
Absatz in Mio. Tickets



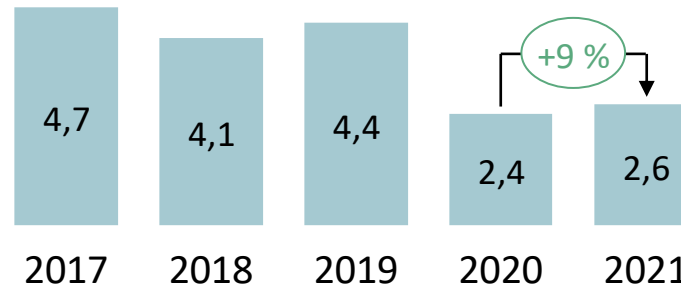
Ø Ticketpreis in €



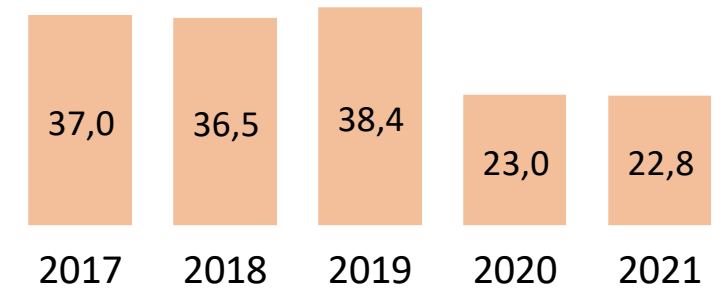
Besucher\*innen in Mio. Personen



Ø Besuchsintensität in Tickets/Person



Besucher\*innenreichweite in %  
(vs. Bevölkerung)



## DER KINOMARKT AUF EINEN BLICK 2021

Basis: Umsatz in Mio. €/Tickets in Mio./Veränderung 2021 vs. 2020 in %

### Kinomarkt gesamt

378 Mio. € (+16 %)

40 Mio. Tickets (+7 %)

### 2D

343 Mio. € (+13 %)

37 Mio. Tickets (+6 %)

### 3D

35 Mio. € (+52 %)

3 Mio. Tickets (+39 %)

### Deutsche Produktion

73 Mio. € (-30 %)

9 Mio. Tickets (-30 %)

### US-Produktion

196 Mio. € (+21 %)

20 Mio. Tickets (+14 %)

### EU-/sonstige int. Produktion

109 Mio. € (+84 %)

11 Mio. Tickets (+58 %)

### 1-3 Leinwände

86 Mio. € (+13 %)

10 Mio. Tickets (+4 %)

### 4-5 Leinwände

57 Mio. € (+9 %)

6 Mio. Tickets (+2 %)

### 6-7 Leinwände

69 Mio. € (+23 %)

7 Mio. Tickets (+10 %)

### 8+ Leinwände

154 Mio. € (+24 %)

16 Mio. Tickets (+15 %)

## AUSGABEN IM ZEITVERLAUF

### Durchschnittliche Ausgaben im Kino

	2017	2018	2019	2020	2021	Vgl. 21/20
durchschnittlicher Eintrittspreis pro Kinoticket lt. FFA:	8,63 €	8,54 €	8,63 €	8,35 €	8,87 €	+6,3 %
durchschnittlicher Eintrittspreis pro Kinoticket lt. GfK*:	8,90 €	8,92 €	9,02 €	8,74 €	9,44 €	+8,0 %
durchschnittliche Ausgaben pro Kinoticket (exkl. Kinotickets ohne Verzehr) für Verzehr lt. GfK*:	7,45 €	7,58 €	7,99 €	7,93 €	9,10 €	+14,8 %
durchschnittliche Gesamtausgaben pro Kinoticket lt. GfK*:	13,26 €	13,38 €	13,93 €	13,39 €	15,57 €	+16,3 %

\*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 2021 ein durchschnittlicher Eintrittspreis von 8,87 Euro.
- Der von der GfK ermittelte Eintrittspreis lag mit 9,44 Euro erneut höher, da hier u.a. Kinder unter 10 Jahren, die meist Preisermäßigungen erhalten, nicht berücksichtigt wurden.



## ZUSAMMENFASSUNG

### **Zuwächse bei den Ausgaben, Tickets und Eintrittspreis:**

Im zweiten Coronajahr 2021 wurden nach Angaben der GfK 40 Mio. und damit 3 Mio. Kinotickets mehr verkauft als 2020 (+7 Prozent). Der Ticketumsatz stieg um 16 Prozent bei einem Ticketpreis von 9,44 Euro ( +8 Prozent) und lag damit 2021 bei 378 Mio. Euro. Die Zugewinne waren dabei – auf geringem Ausgangsniveau – bei 3D (+52 Prozent) höher als bei 2D (+13 Prozent). In Bezug auf die Kinogrößen konnten Spielstätten mit mindestens 6 Leinwänden den meisten Zuwachs verbuchen.

### **Internationale Produktionen stark:**

Der Umsatz für EU- bzw. sonstige internationale Produktionen stieg um 84 Prozent auf 109 Mio. Euro., der von US-Produktionen um 21 Prozent auf 196 Mio. Euro, während der Umsatz der deutschen Filme um 30 Prozent auf 73 Mio. Euro sank.

### **Weniger Kinobesucher\*innen mit mehr Tickets pro Person und höheren Concession-Ausgaben:**

2021 war wie das Vorjahr von der pandemischen Situation mit Kinoschließungen und -einschränkungen geprägt. Im Vergleich zum Vorjahr sank die Zahl der Personen, die 2021 ein Kino besuchten, um 1 Prozent auf 15,2 Mio., was einer Reichweite in der Bevölkerung von 22,8 Prozent entspricht. Die Besuchsintensität stieg um 9 Prozent auf 2,6 Tickets pro Person.

Kinobesucher\*innen, die bei ihrem Kinobesuch Snacks und Getränke kaufen, geben hierfür 9,10 Euro pro Ticket aus, was einem Zuwachs von 15 Prozent entspricht.



Filmförderungsanstalt German Federal Film Board

# Kinobesucher\*innen I – soziodemografisch

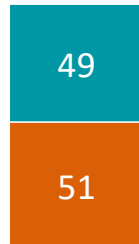
Kinobesucher\*innen I

# GESCHLECHT UND ALTER DER BESUCHER\*INNEN IM ZEITVERLAUF

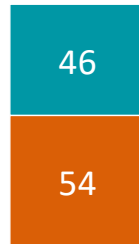
Basis: Tickets in %

Dt. Bev.

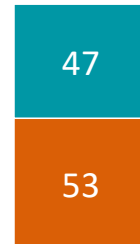
2021



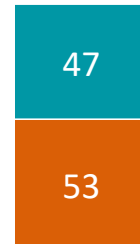
2017



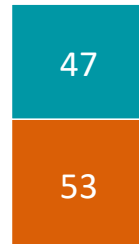
2018



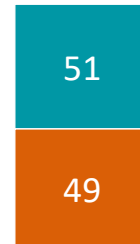
2019



2020

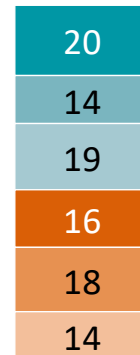
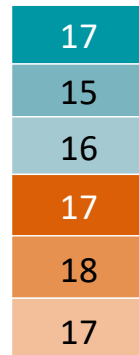
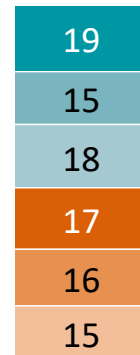
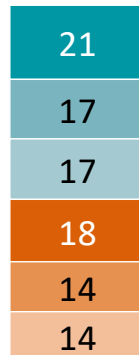
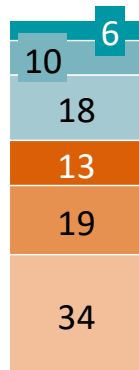


2021

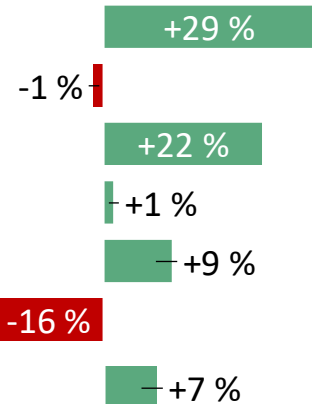


■ männlich  
■ weiblich

Veränderungsraten in %  
21 vs. 20



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



118,4

100,1

113,0

37,3

40,0

Basis in Mio. Tickets

37,9

39,0

39,5

40,8

38,9

Ø Alter

## ZUSAMMENFASSUNG

### **Kinobesucher\*innen werden wieder jünger:**

Im Jahr 2021 gingen mit einem Anteil von 51 Prozent im Vergleich der vorliegenden Zeitreihe erstmalig etwas mehr männliche als weibliche Besucher\*innen ins Kino. Das Durchschnittsalter der Kinogänger\*innen sank auf 38,9 Jahre und liegt damit unter dem Durchschnittsalter der Jahre 2018 bis 2020 (2020: 40,8 Jahre).

Die höchsten Ticketzuwächse erzielte die jüngste Altersgruppe mit 29 Prozent im Vergleich zu 2020. Auch in den weiteren Altersgruppen gab es Zuwächse mit Ausnahme der über 60- und 20- bis 29-Jährigen (-16 % bzw. -1 %). Entsprechend gab es Verschiebungen in Bezug auf die Anteile der Altersgruppen.



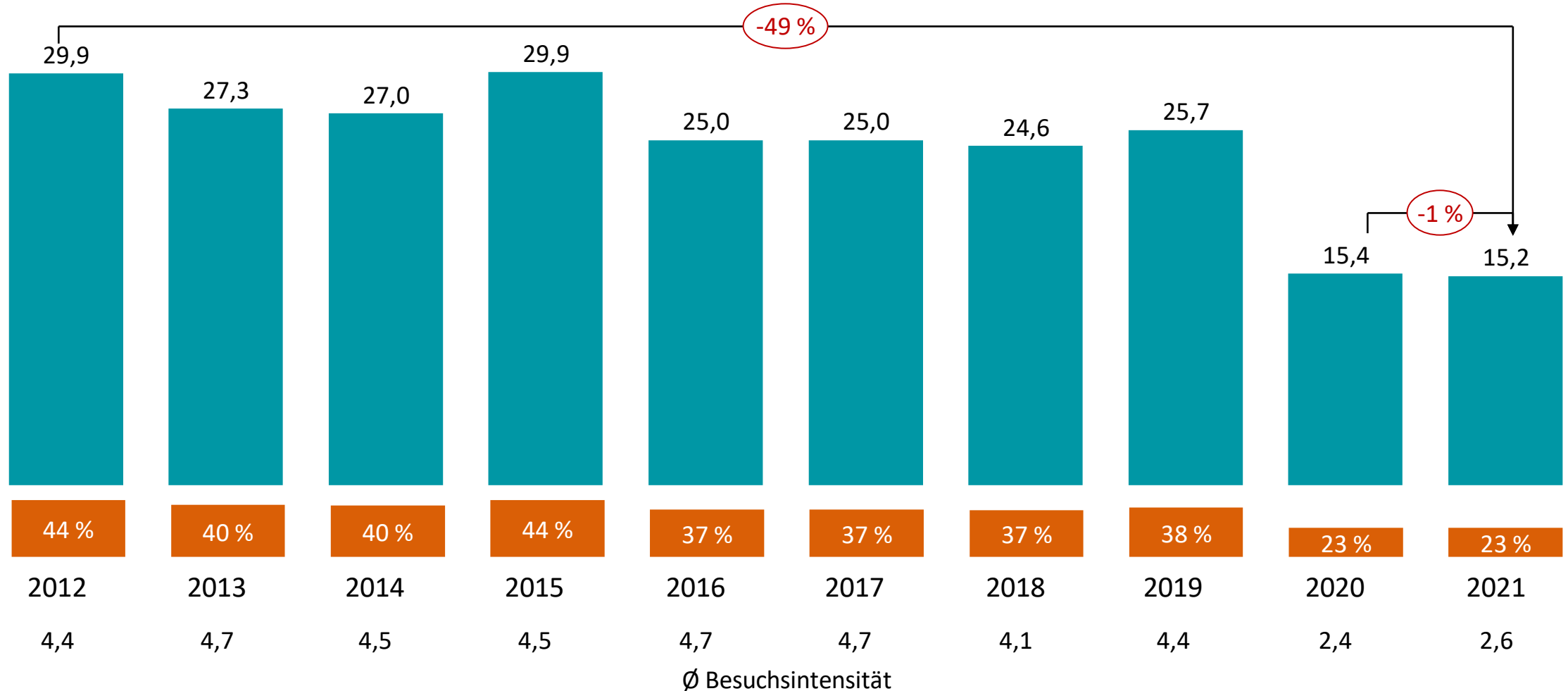
Filmförderungsanstalt German Federal Film Board

# Kinobesucher\*innen II – Reichweiten und Intensitäten

Kinobesucher\*innen II

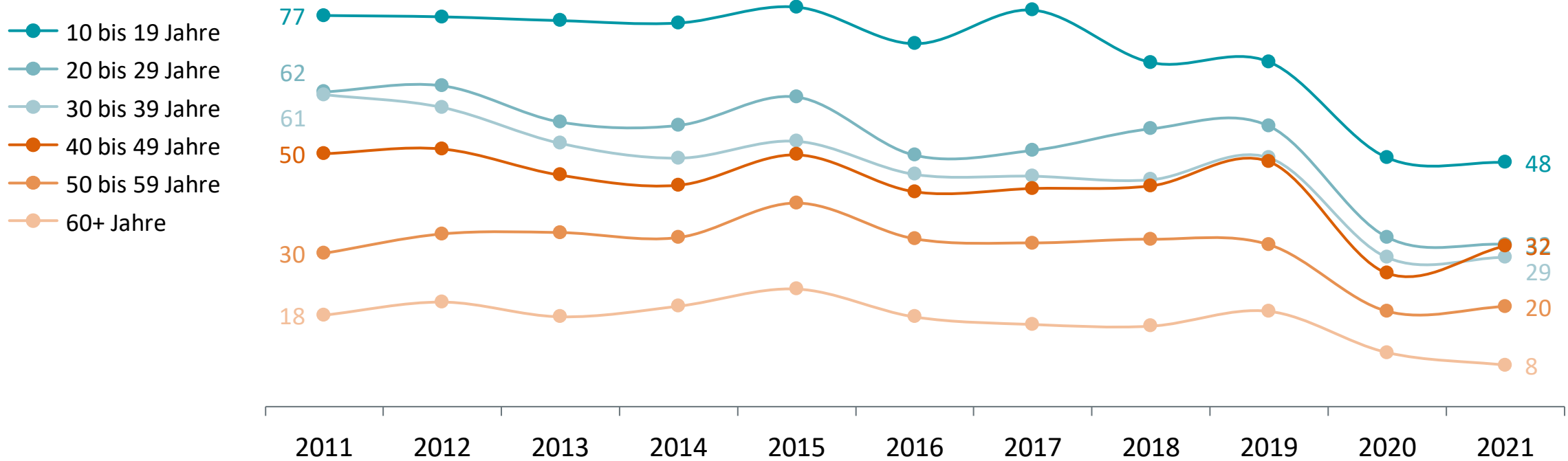
## BESUCHER\*INNENREICHWEITE UND BESUCHE PRO KOPF IM ZEITVERLAUF

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



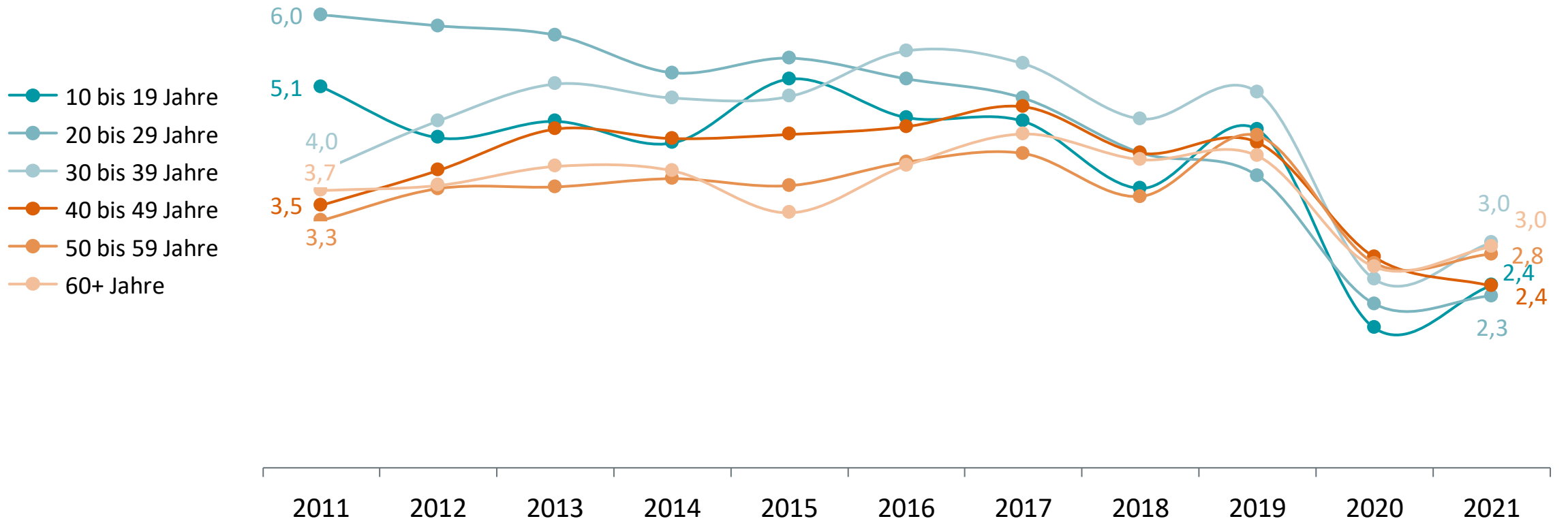
# REICHWEITENENTWICKLUNG – ALTERSGRUPPEN IM ZEITVERLAUF

Basis: Besuche pro Person



# ENTWICKLUNG DER BESUCHSINTENSITÄT – ALTERSGRUPPEN IM ZEITVERLAUF

Basis: Besuchsintensität in Tickets/Person

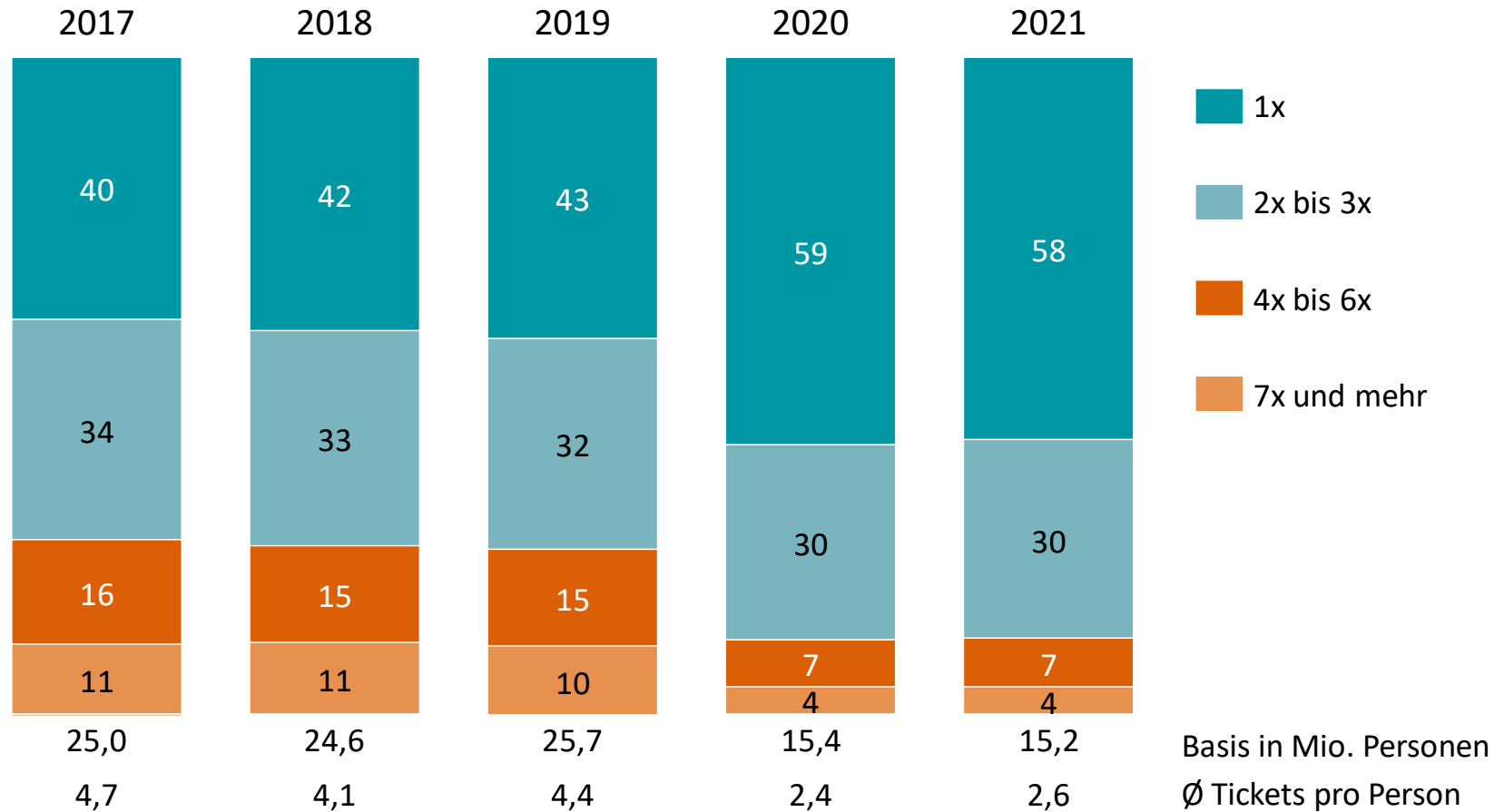




Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

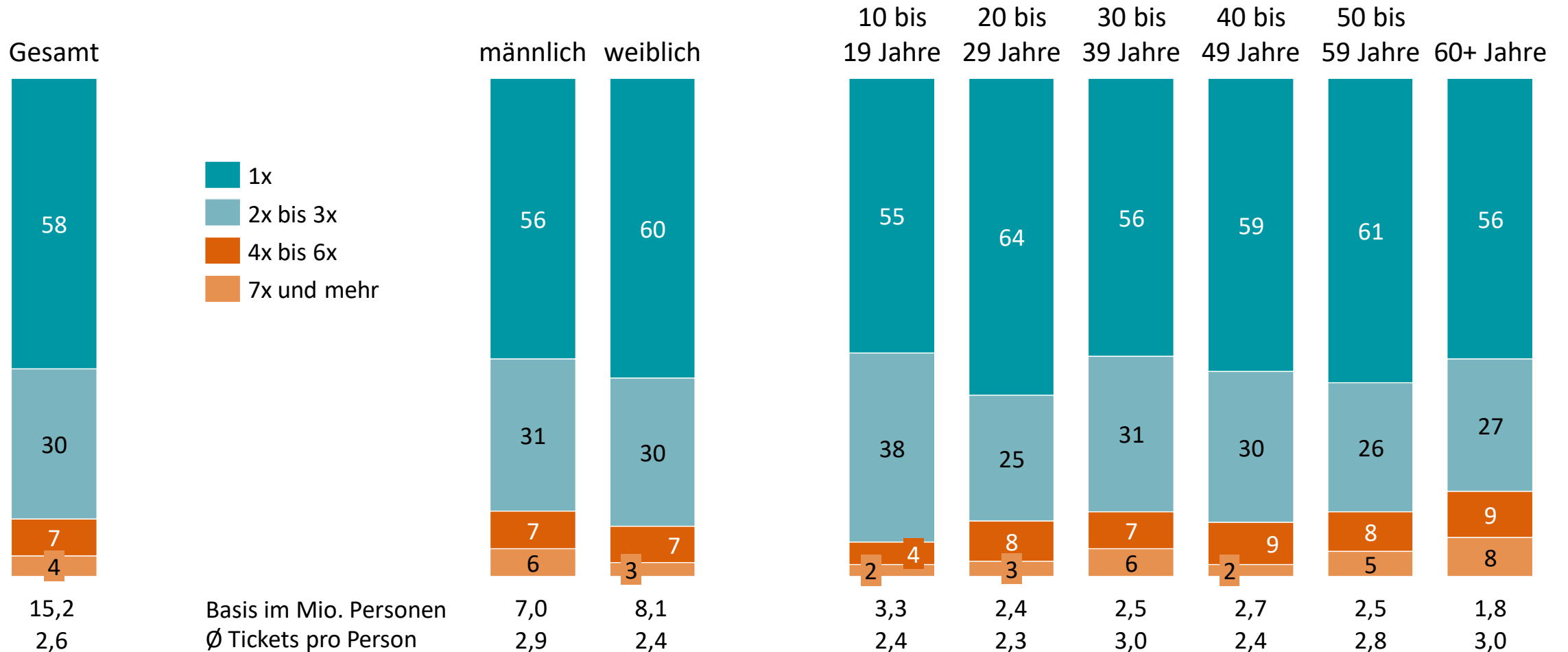
## BESUCHSHÄUFIGKEIT IM ZEITVERLAUF

Basis: Personen in %



# BESUCHSINTENSITÄT – GESCHLECHT/ALTERSGRUPPEN 2021

Basis: Personen in %



## ZUSAMMENFASSUNG

### **Reichweiteschwankungen in den meisten Altersgruppen:**

Die Besucher\*innenreichweite gemessen an der Gesamtbevölkerung ab 10 Jahren blieb mit 23 Prozent stabil. Einen Anstieg verzeichneten die 40- bis 49-Jährigen um 5 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr sowie die 50- bis 59-Jährigen um 1 Prozentpunkt. Einen leichten Rückgang um 1 Prozentpunkt gab es bei den 10- bis 29-Jährigen sowie um 2 Prozentpunkte bei den über 60-Jährigen. Nichtsdestotrotz blieben die 10- bis 19-Jährigen mit einer Reichweite von 48 Prozent am kinoaffinsten.

### **Höhere Besuchsintensität:**

Die Besuchsintensität stieg im Vergleich zum Vorjahr über alle Altersgruppen, mit Ausnahme der 40- bis 49-Jährigen, an. Mit durchschnittlich 3,0 Tickets waren die Pro-Kopf-Tickets bei den 30- bis 39-Jährigen sowie bei den über 60-Jährigen am höchsten. Sie sind 2021 damit die kinoaffinste Gruppe nach Besuchsintensität vor den 50- bis 59-Jährigen mit 2,8 Besuchen.

### **Gleichbleibender Anteil von Intensiv-Kinobesucher\*innen:**


Auf Grund der pandemiebedingten Kinoschließungen war es den Kinobesucher\*innen nicht über das gesamte Jahr 2021 möglich, einen Film im Kino zu sehen, weshalb „Intensiv-Kinobesucher\*innen“ 2021 definiert werden als Kinobesucher\*innen, die mindestens 4 Kinotickets lösten. Insgesamt waren dies, wie im Vorjahr, 11 Prozent. Dieser Anteil ist bei Männern etwas höher als bei Frauen und bei den über 60-Jährigen mit 17 Prozent am größten.

# Kinobesucher\*innen III – filmspezifisch

## TOP 7 TITEL – ALTERSGRUPPEN 2021

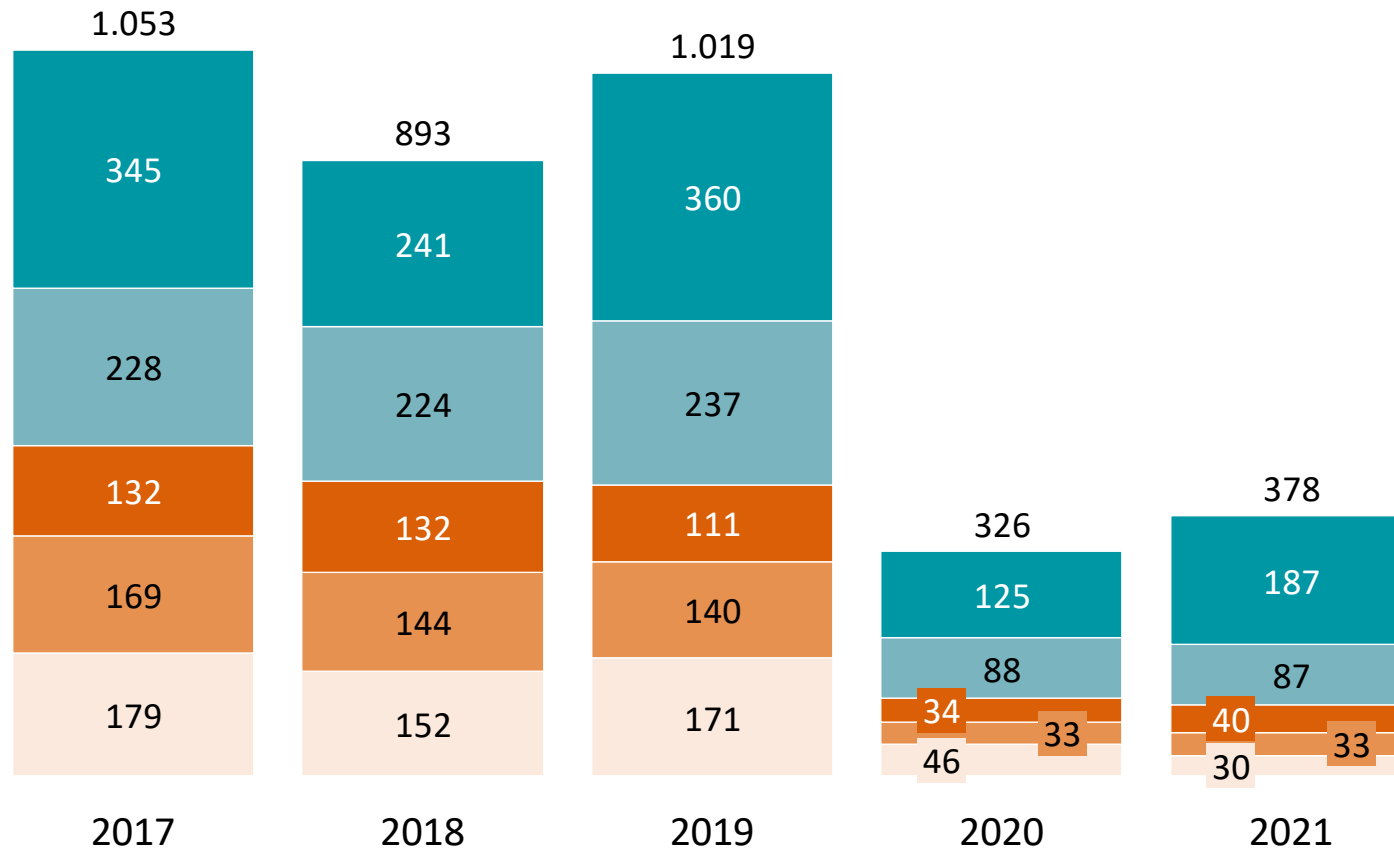
Basis: Tickets

10 bis 19 Jahre	20 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50 bis 59 Jahre	60+ Jahre
Spider-Man: No Way Home	Keine Zeit Zu Sterben	Keine Zeit Zu Sterben	Keine Zeit Zu Sterben	Keine Zeit Zu Sterben	Keine Zeit Zu Sterben
Keine Zeit Zu Sterben	Spider-Man: No Way Home	Paw Patrol: Der Kinofilm	Fast & Furious 9	Kaiserschmarrndrama	Kaiserschmarrndrama
Fast & Furious 9	Dune	Dune	Spider-Man: No Way Home	Dune	Nomadland
Die Schule Der Magischen Tiere	Fast & Furious 9	Fast & Furious 9	Dune	Spider-Man: No Way Home	House Of Gucci
Venom: Let There Be Carnage	Black Widow	Spider-Man: No Way Home	Kaiserschmarrndrama	Catweazle	The Father
Black Widow	Shang-Chi And The Legend Of The Ten Rings	Venom: Let There Be Carnage	Die Schule Der Magischen Tiere	Fast & Furious 9	Dune
Space Jam: A New Legacy	Venom: Let There Be Carnage	Black Widow	Paw Patrol: Der Kinofilm	House Of Gucci	Contra

 = Deutsche Produktionen sind farblich gekennzeichnet

## VERTEILUNG DER TOP-TITEL IM ZEITVERLAUF

Basis: Umsatz in Mio. €



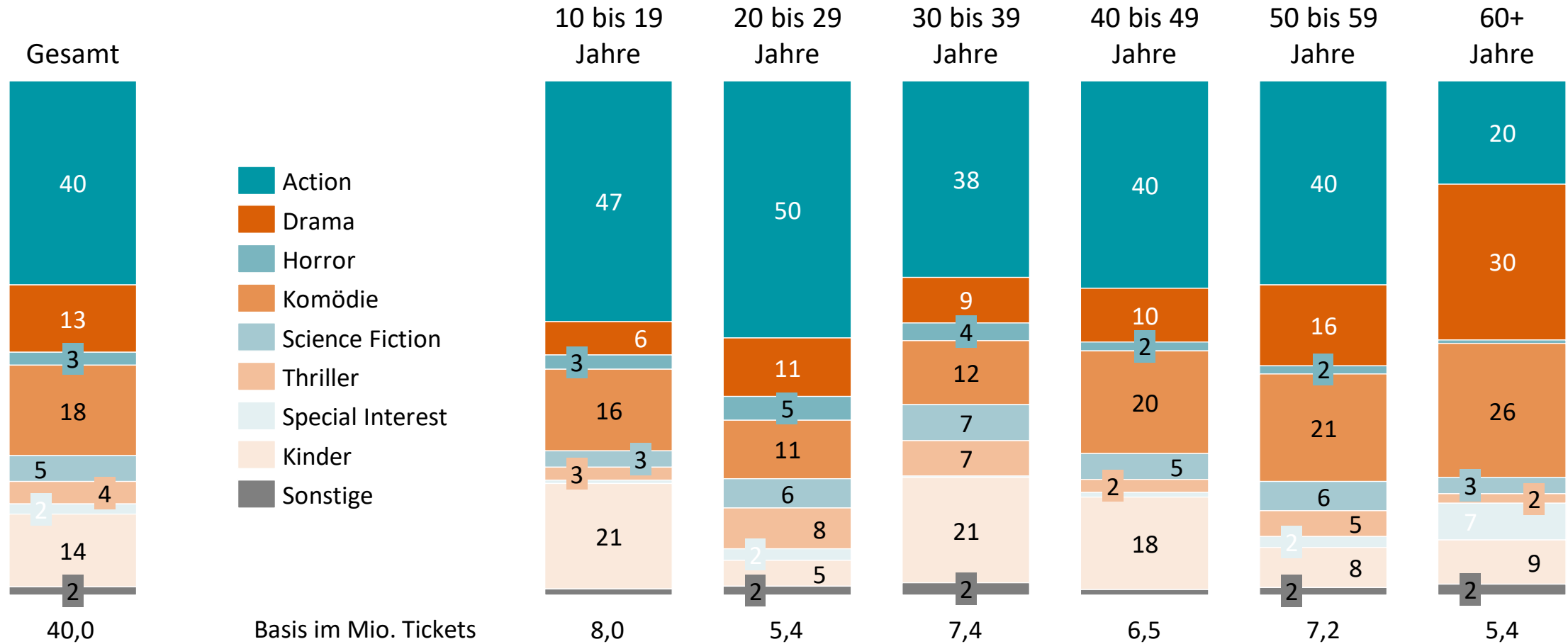
Veränderungsraten  
in Mio. und %

2021 vs. 2020



# GENRE – ALTERSGRUPPEN 2021

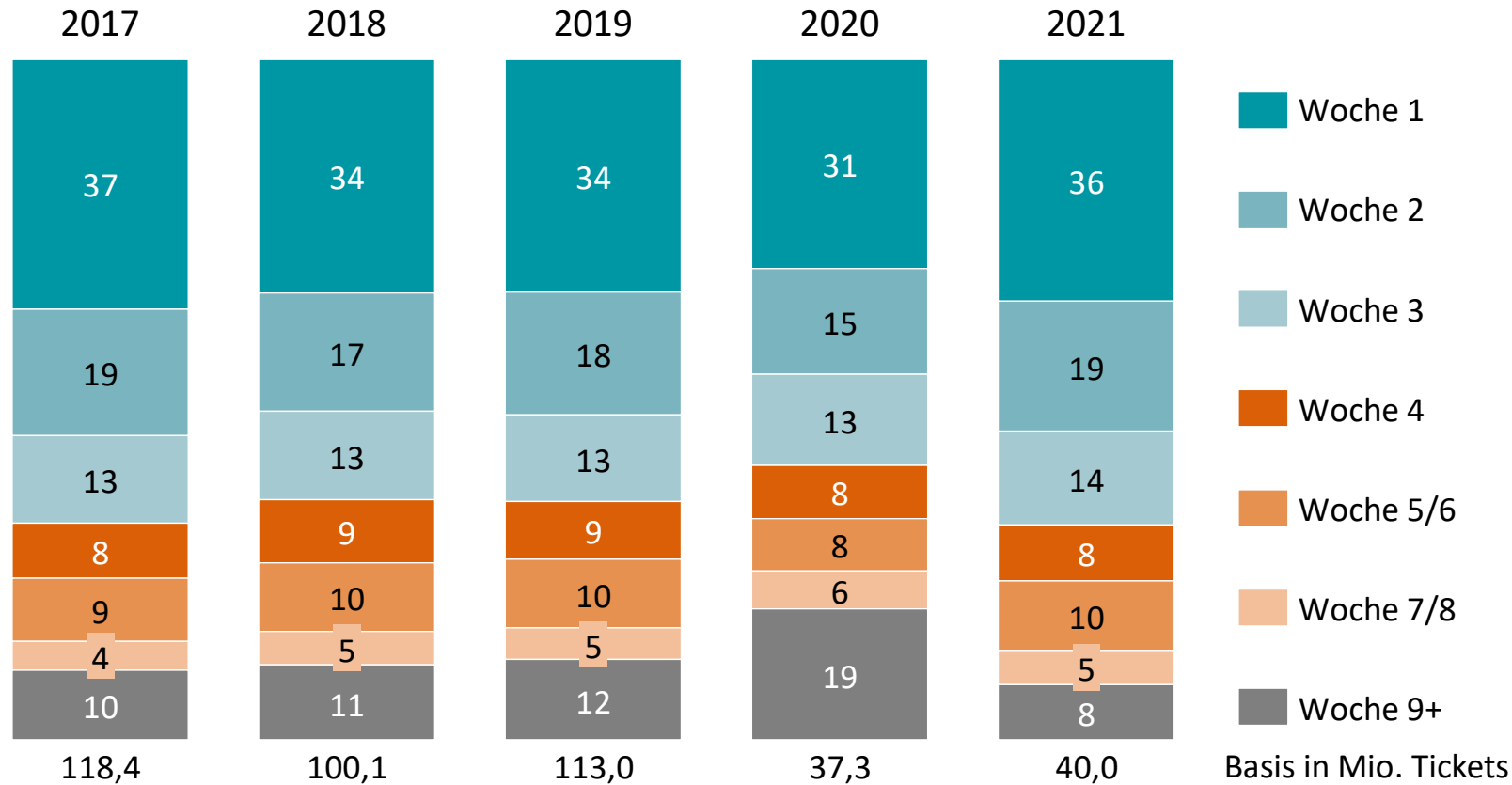
Basis: Tickets in %



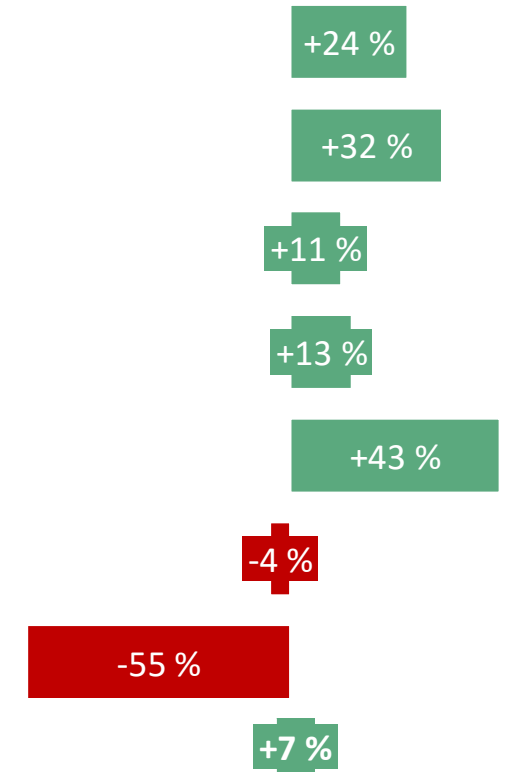
Kinobesucher\*innen III

## ZEITPUNKT DES BESUCHS IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets in %



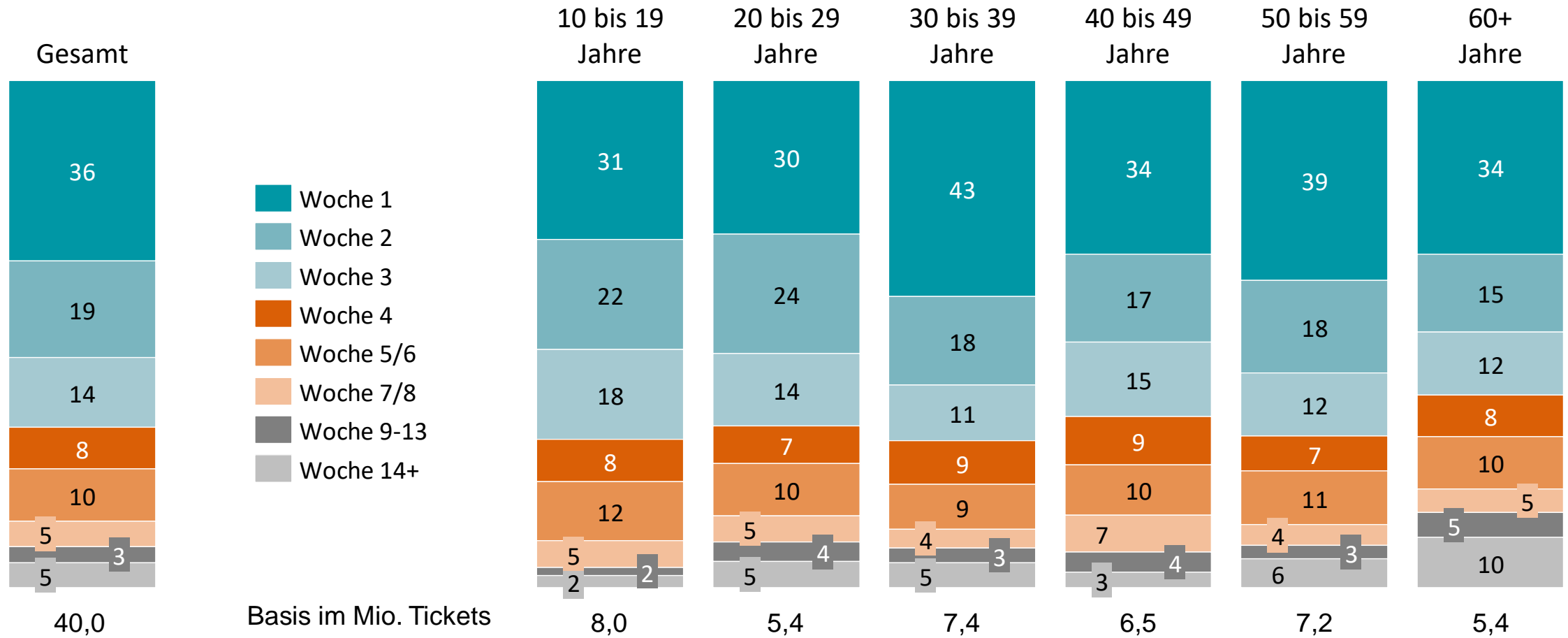
Veränderungsraten  
in %  
2021 vs. 2020





# ALTER DER BESUCHER\*INNEN – ZEITPUNKT DES BESUCHS 2021

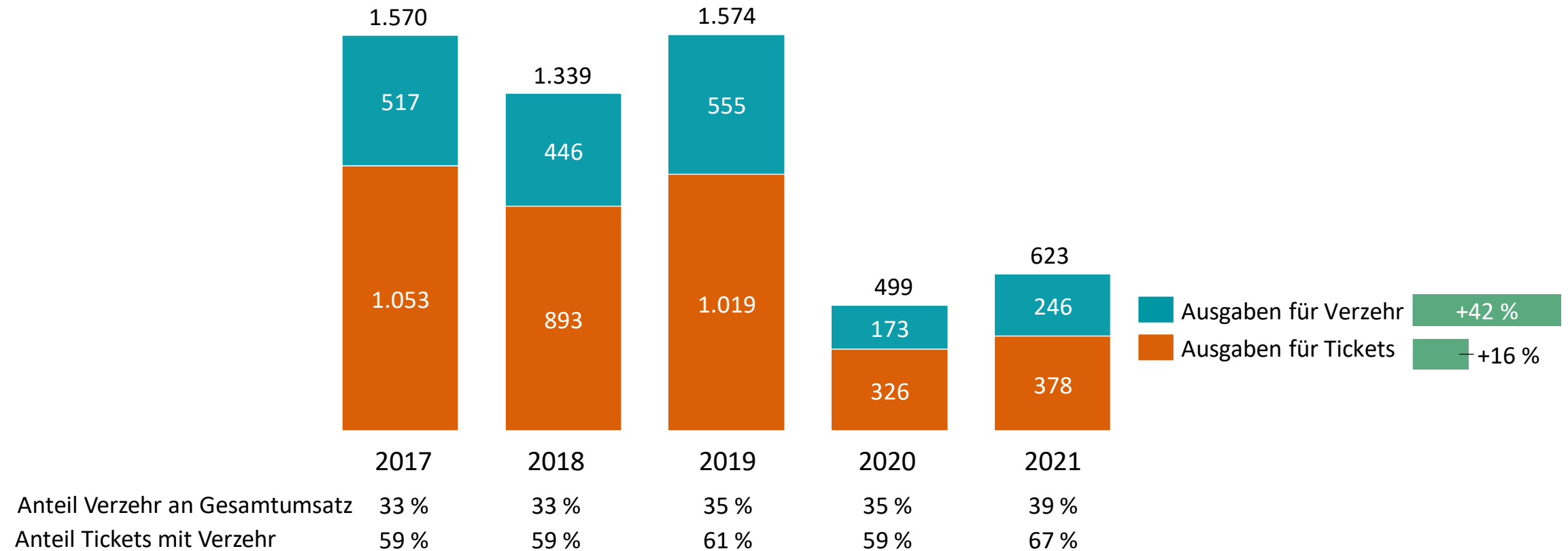
Basis: Tickets in %



# AUSGABEN FÜR TICKETS UND VERZEHR IM ZEITVERLAUF

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

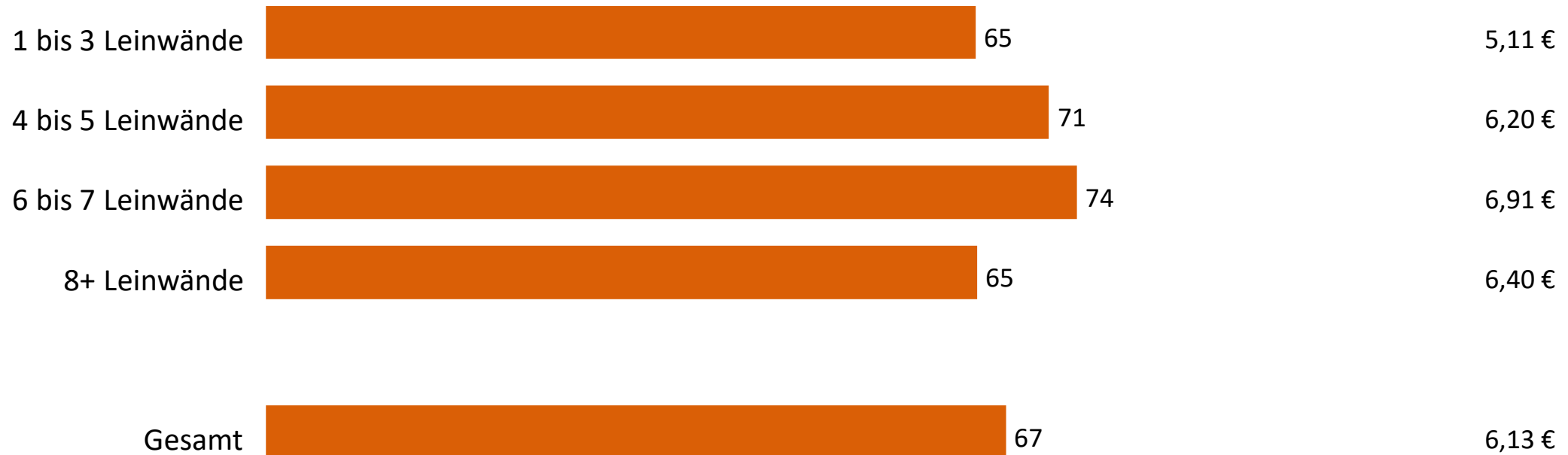
Veränderungsraten  
in %



## VERZEHR – KINOGRÖßEN 2021

Basis: Tickets in %

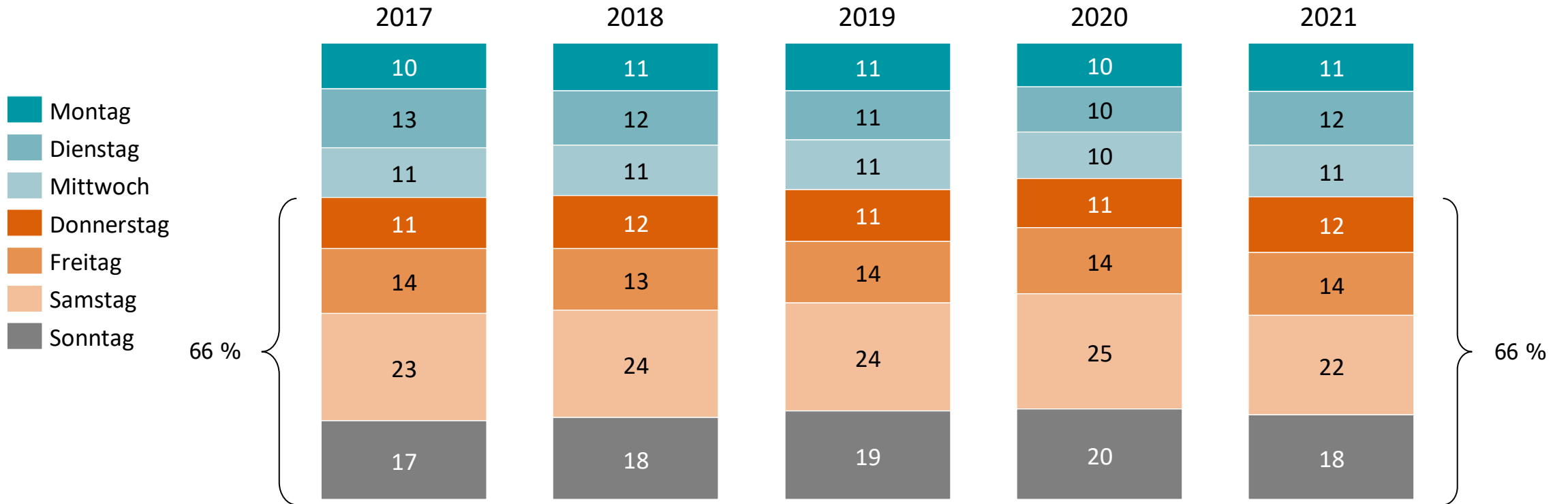
Ø Ausgaben für Verzehr  
(Basis Tickets gesamt)



Kinobesucher\*innen III

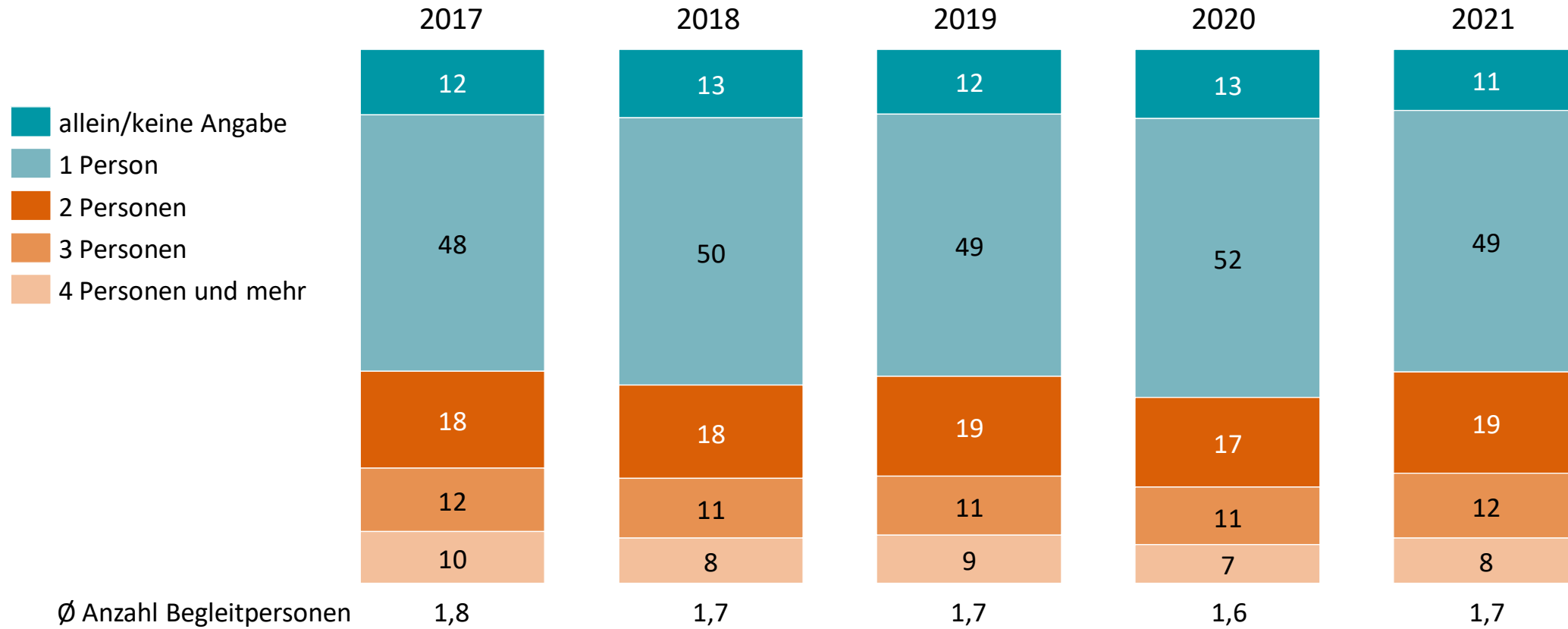
## WOCHENTAGE IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets in %



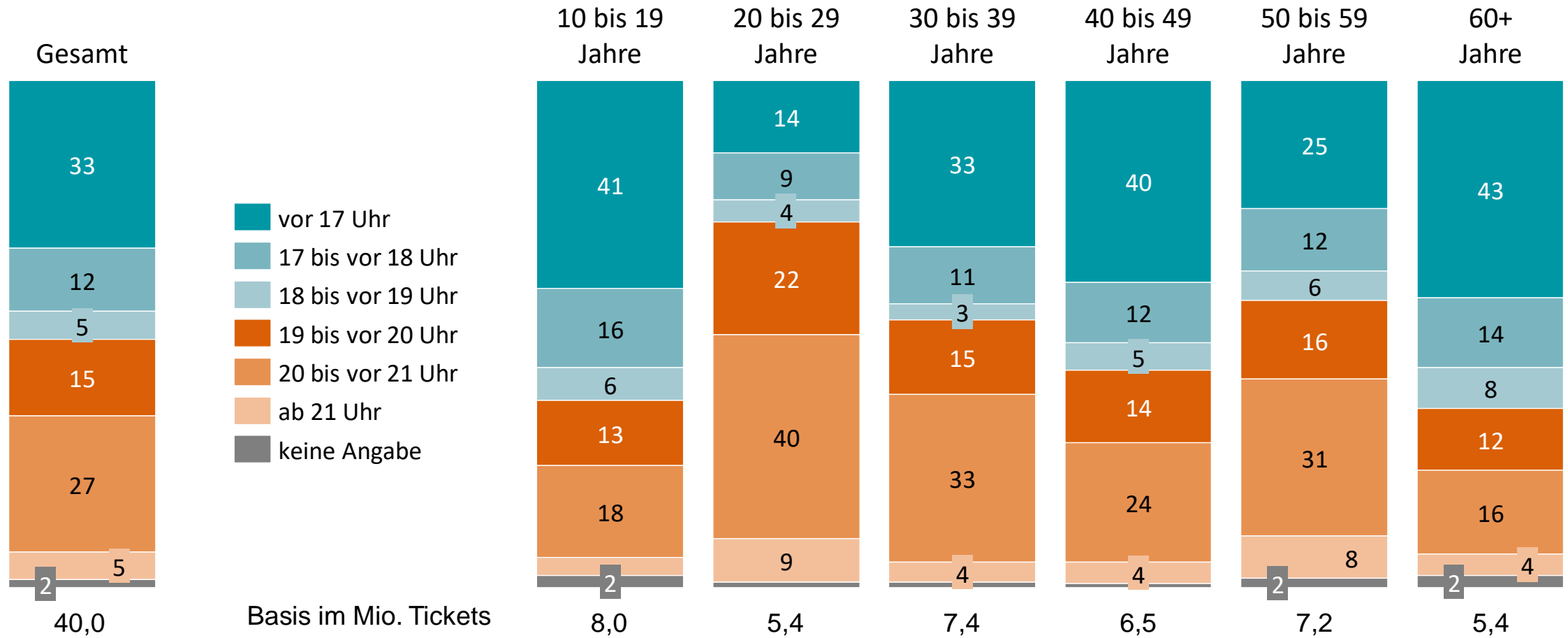
## ANZAHL DER BEGLEITPERSONEN IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets in %

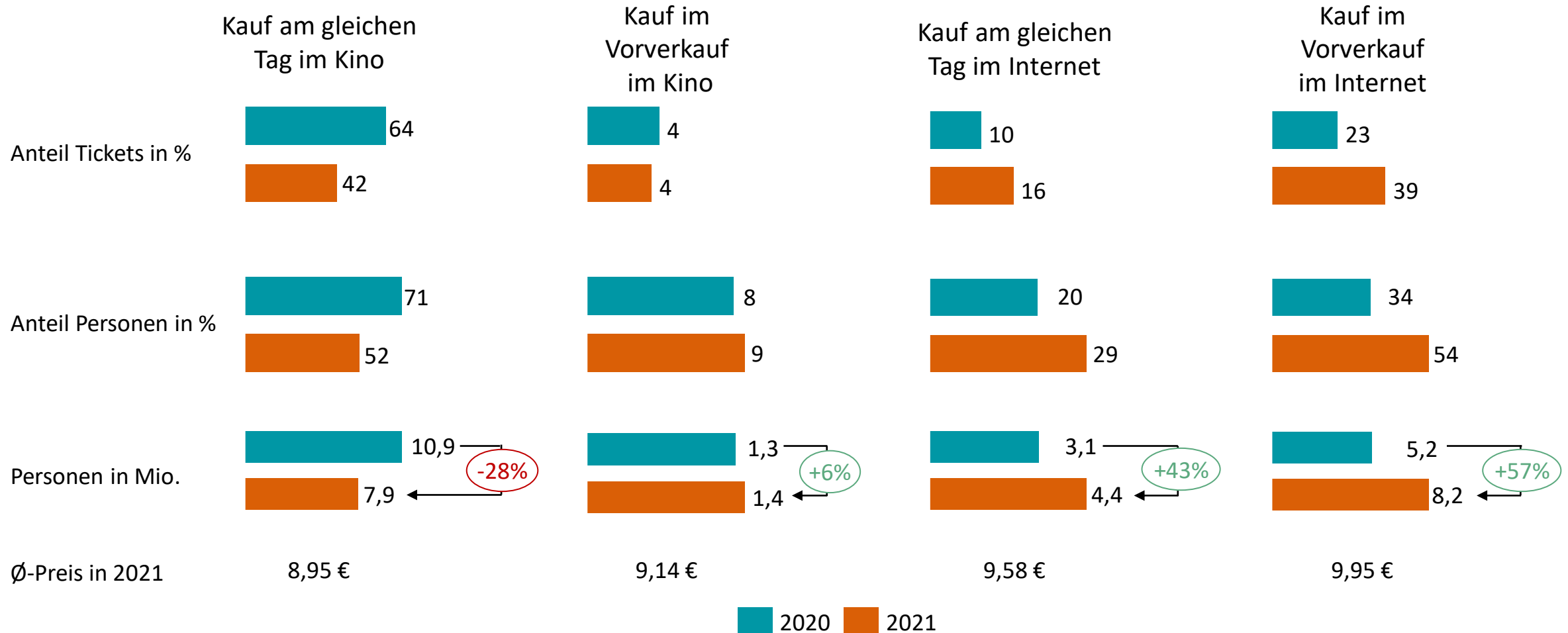


# ALTER DER BESUCHER\*INNEN – ZEITPUNKT DES BESUCHS 2021

Basis: Tickets in %



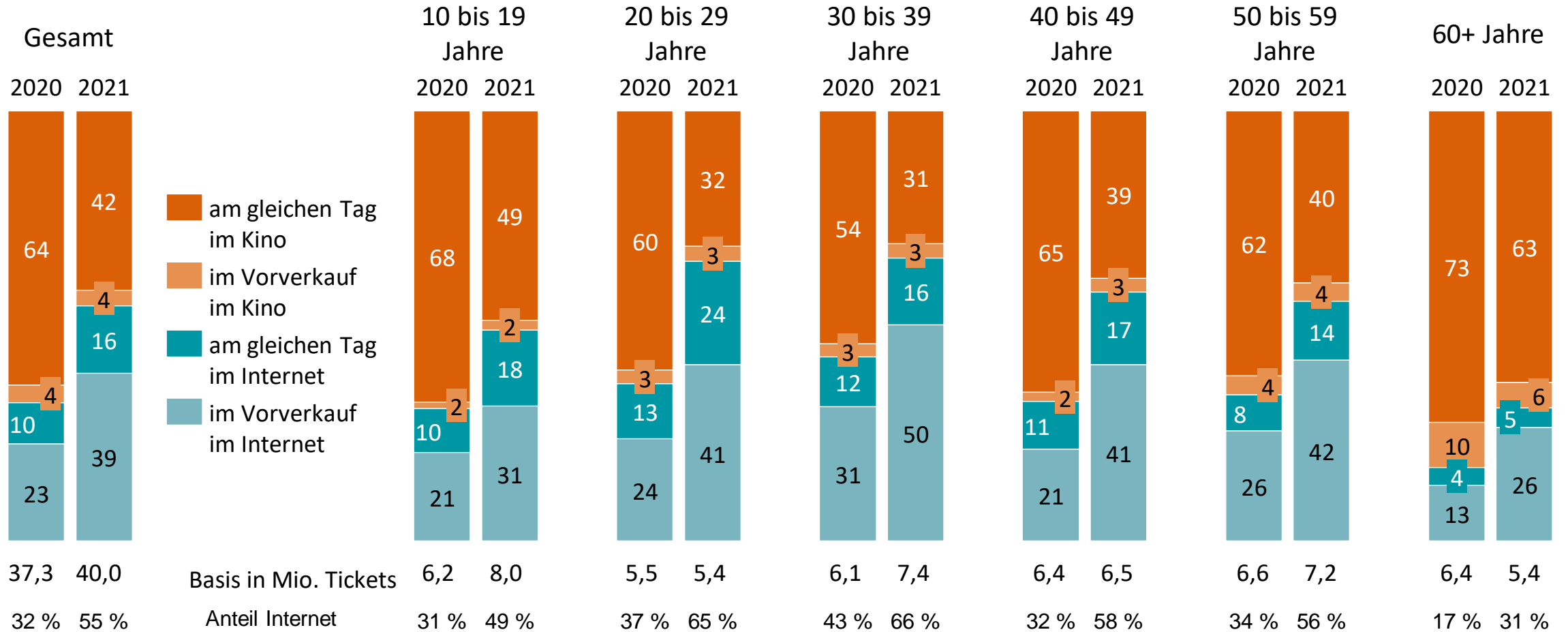
# TICKETKAUF 2020/2021



Kinobesucher\*innen III

# TICKETKAUF – ALTERSGRUPPEN 2020/2021

Basis: Tickets in %

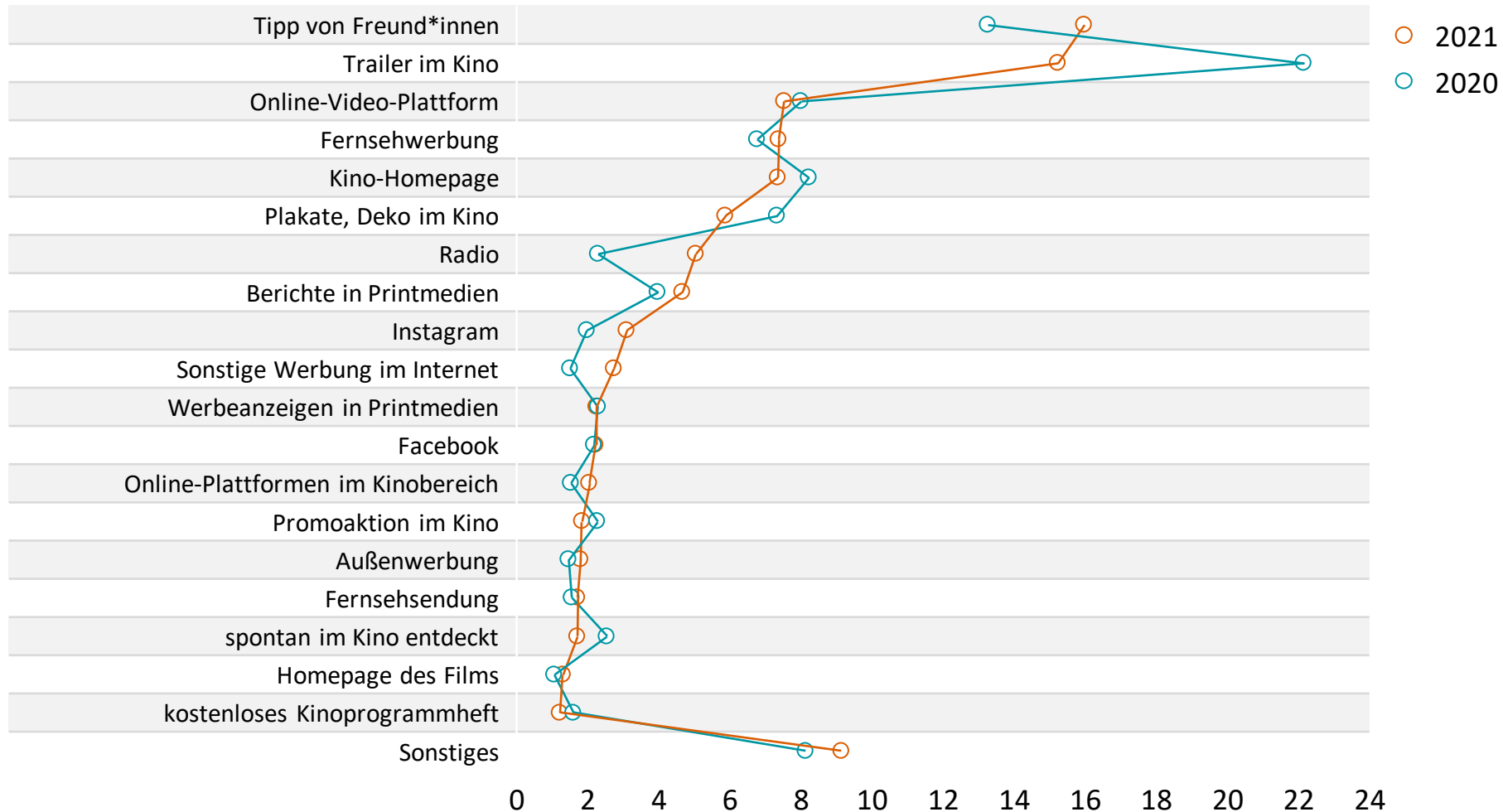




Kinobesucher\*innen III

# SOURCES OF AWARENESS 2020/2021

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)

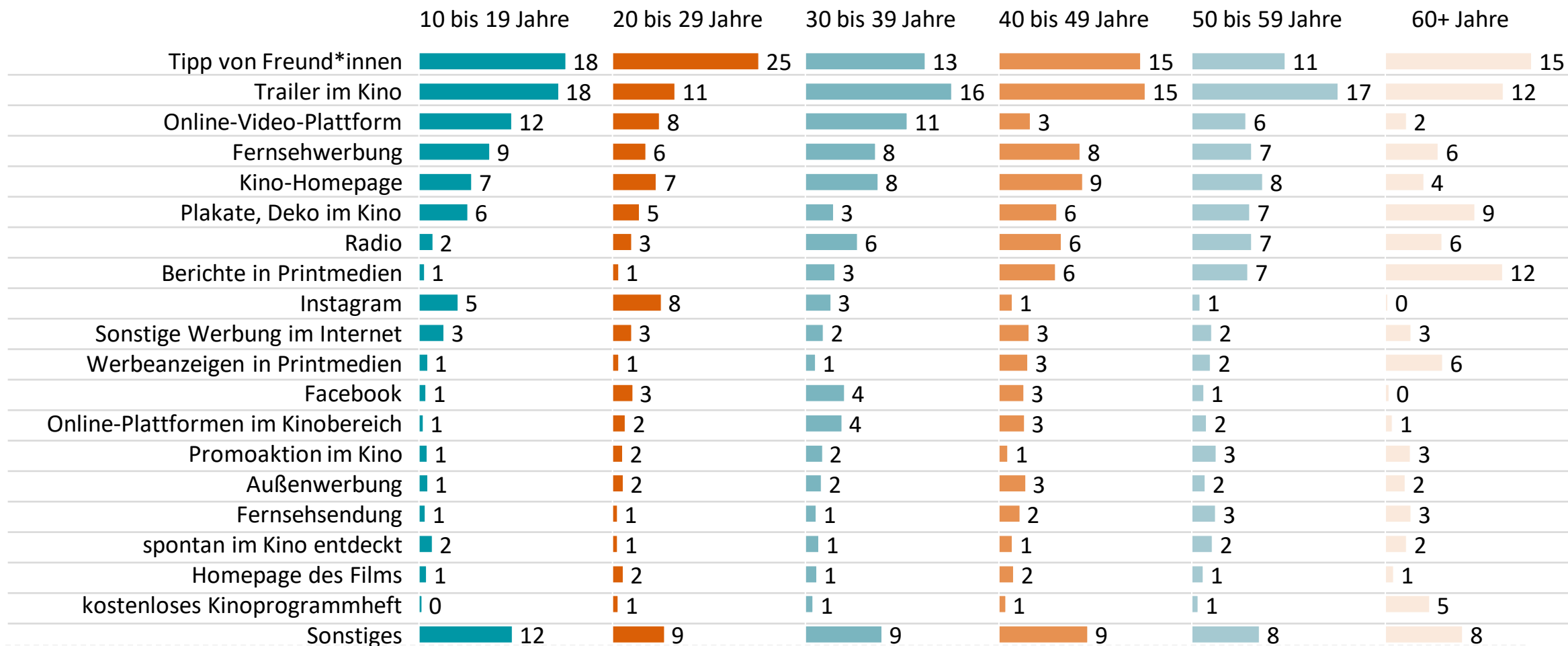


Quelle: FFA auf Basis des GfK-Panels; n 2021 = 5.707

Auf Grund einer Umstellung kann es zu Abweichungen der Werte 2020 im Vergleich zur Veröffentlichung Kinobesucher\*innen 2020 auf geringem Niveau kommen.

## SOURCES OF AWARENESS – ALTERSGRUPPEN 2021

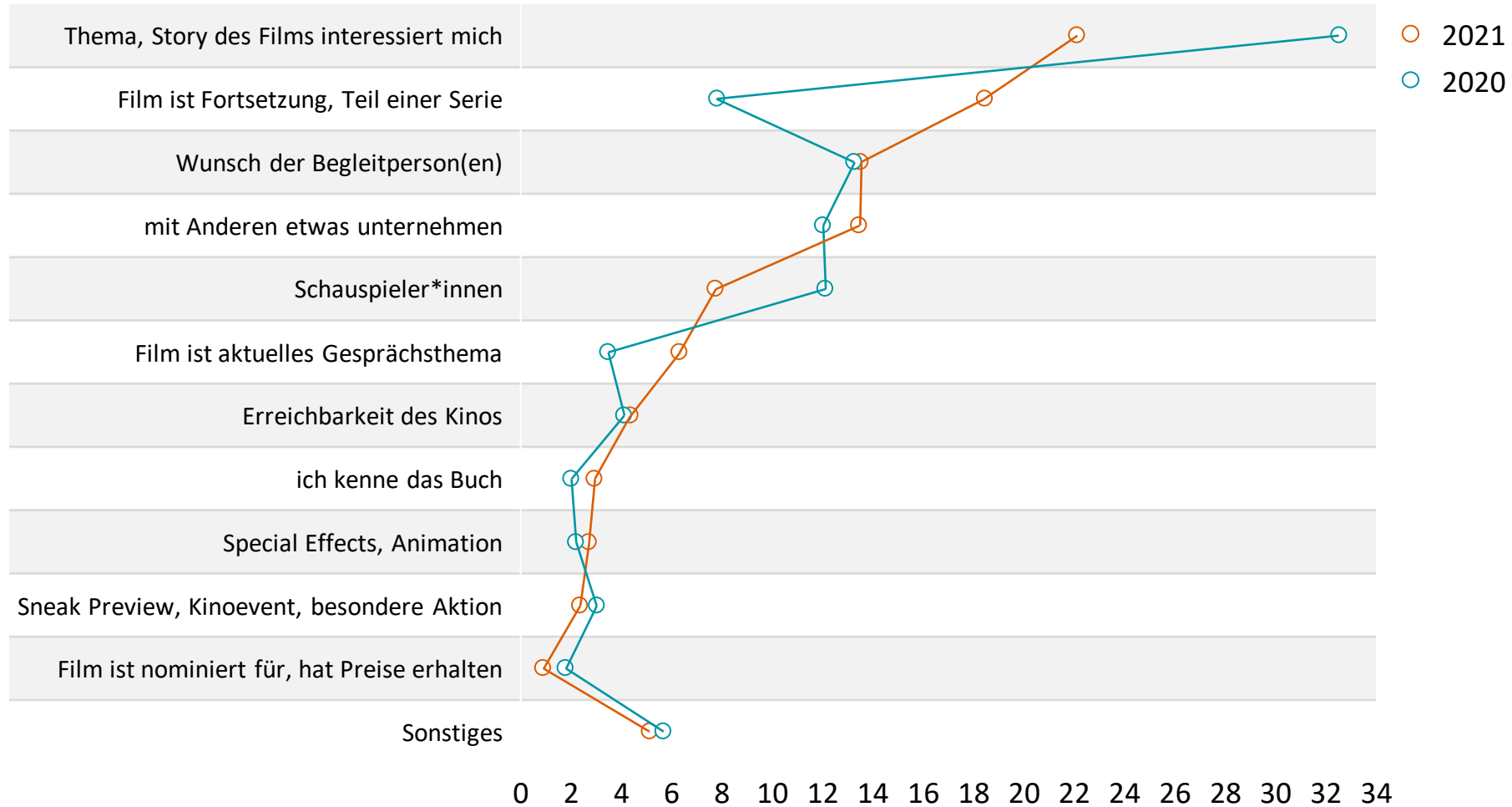
Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



Kinobesucher\*innen III

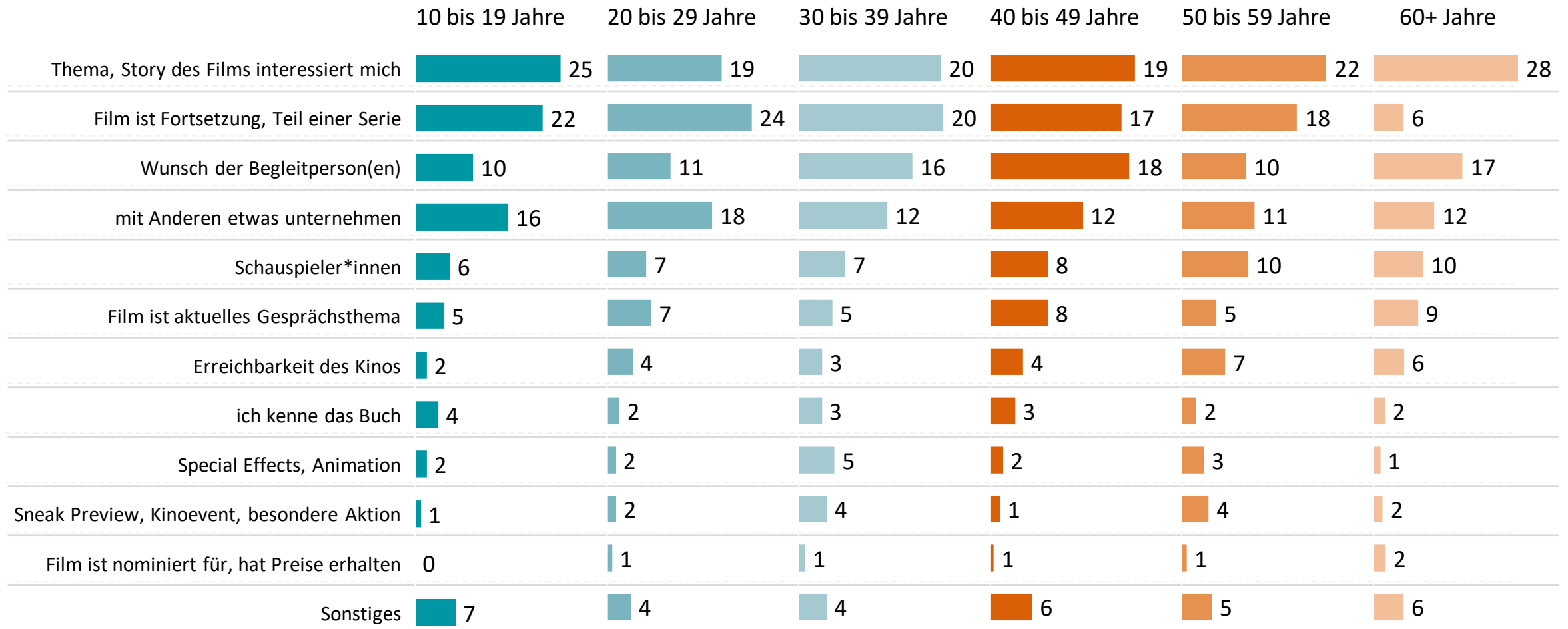
# BESUCHSGRUND 2020/2021

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



## BESUCHSGRUND – ALTERSGRUPPEN 2021

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



## ZUSAMMENFASSUNG 1/2

### **Ein Top Titel für (fast) alle:**

„Keine Zeit Zu Sterben“ konnte sich bei allen Altersgruppen ab 20 Jahren Platz 1 sichern – ein besonderer Erfolg, der sich auch in der Stärke der Top-10-Titel widerspiegelt. Diese erzielten den umsatzseitigen höchsten Zuwachs mit 49 Prozent.

2021 stand das Genre Action, ebenfalls geprägt durch den neuen Bond-Film, mit 40 Prozent an der Spitze der Vorlieben und lag damit weit vor Komödien (18 Prozent), Kinderfilmen (14 Prozent) sowie Dramen (13 Prozent). Mit 36 Prozent lang weiterhin Woche 1 an erster Stelle – der höchste Anteil für die Startwoche seit 2017 und bei allen Altersgruppen am beliebtesten.

### **Mehr Umsatz mit Popcorn und Snacks:**

Der Verzehranteil an den Kinogesamtausgaben steigerte sich erneut und betrug 2021 39 Prozent. Der Gesamterlös aus Ticket- und Concession-Verkauf lag bei 623 Mio. Euro. Dies entspricht einem Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr von 42 Prozent für den Concession- und 16 Prozent für den Ticket-Verkauf. Mit 67 Prozent aller Kinobesucher\*innen, die 2021 Geld für Getränke, Popcorn und Co. Ausgaben, wurde sogar der Rekordwert aus 2019 übertroffen (61 Prozent).

Kinos mit 6-7 Leinwänden erzielten mit durchschnittlich 6,91 Euro die höchsten Ausgaben für Verzehr pro Ticket und hatten die meisten Besucher\*innen (74 Prozent), die etwas verzehrten.

## ZUSAMMENFASSUNG 2/2

### **Leichte Verschiebungen bei Wochentagen und Anzahl der Begleitpersonen:**

Donnerstag bis Sonntag bleiben die beliebtesten Kinotage, ihr Anteil betrug gemessen an den Tickets 66 Prozent. Auch 2021 gingen die Menschen am liebsten zu zweit ins Kino; der Besuch mit einer Begleitperson sank um 3 Prozentpunkte auf 49 Prozent und entspricht somit dem Wert aus 2019.

### **Online-Tickets mit Zuwächsen:**

Insgesamt wurde 2021 ein Drittel der Tickets für Vorstellungen vor 17 Uhr gelöst, bei der ältesten Altersgruppe sogar 43 Prozent und bei der jüngsten 41 Prozent. Bei den Twens sahen sich 50 Prozent lieber Filme ab 20 Uhr an.

Der Online-Ticket-Erwerb ist im zweiten Pandemie-Jahr stark angestiegen (um 23 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr): 16 Prozent kauften am selben Tag, 39 Prozent im Vorverkauf. Mit 66 Prozent war der Anteil des Internet-Verkaufs bei den 30-39-Jährigen weiterhin am größten, gefolgt von den 20- bis 29-Jährigen mit 65 Prozent.

### **Soziale Aspekte gewinnen an Bedeutung:**

Der „Tipp von Freund\*innen“ war mit 16 Prozent die wichtigste Aufmerksamkeitsquelle und lag 2021 über dem Wert von 2020. Auf den Plätzen 2 und 3 lagen „Trailer im Kino“ (niedriger als 2020) sowie „Online-Video-Plattform“ mit 15 bzw. 8 Prozent. Der häufigste Besuchsgrund war auch 2021 „Thema, Story interessiert mich“ mit 22 Prozent, gefolgt von „Film ist Fortsetzung, Teil einer Serie“ (18 Prozent). Mit 14 Prozent erreichte „Wunsch der Begleitperson“ Platz 3.



Filmförderungsanstalt German Federal Film Board

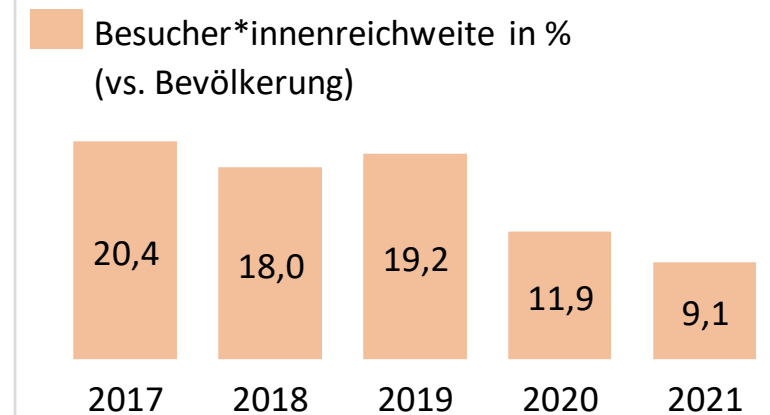
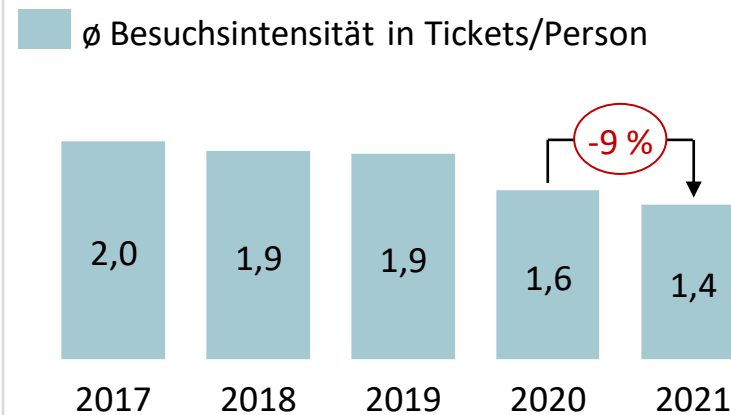
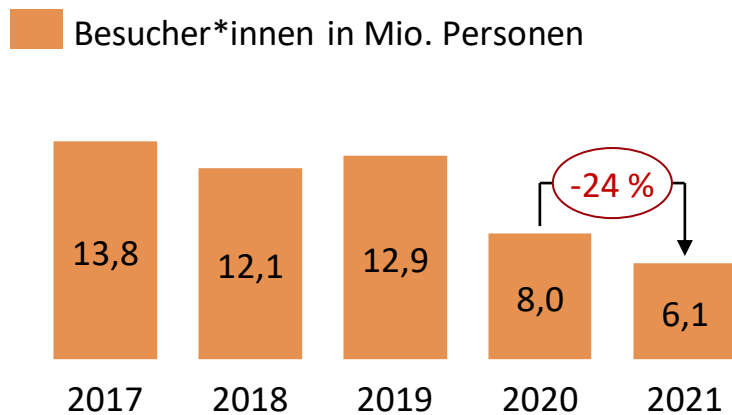
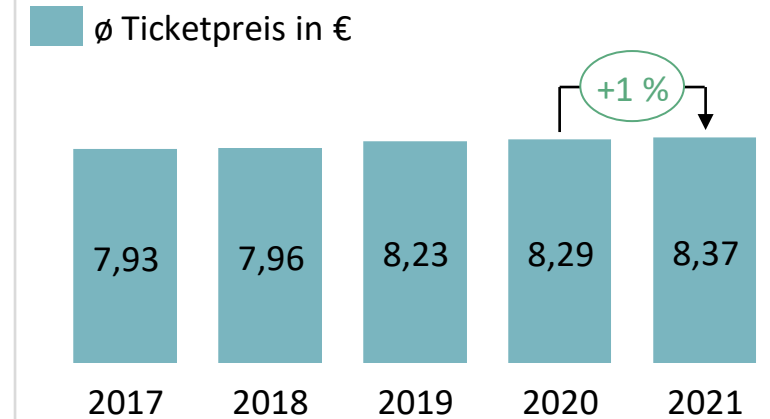
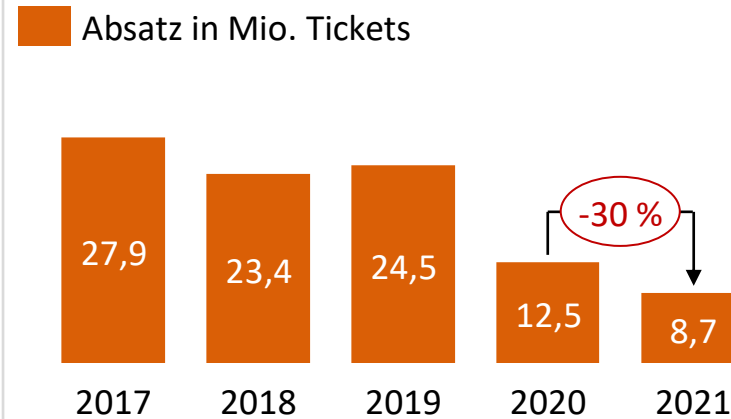
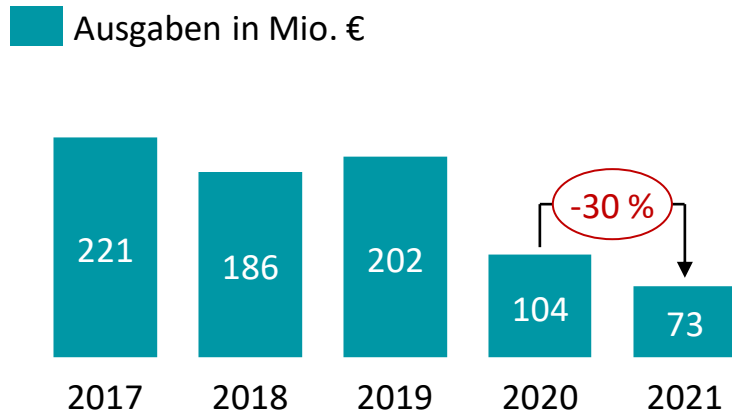
# Kinobesucher\*innen deutscher Filme

# ENTWICKLUNG – KINOMARKT IN DEUTSCHLAND IM ZEITVERLAUF

		2017	2018	2019	2020	2021	Vgl. 21/20
Gesamt	Mio. Tickets	118,4	100,1	113,0	37,3	40,0	+7 %
	Umsatz in Mio. €	1.053	893	1.019	326	378	+16 %
Deutsche Produktionen	Mio. Tickets	27,9	23,4	24,5	12,5	8,7	-30 %
	Umsatz in Mio. €	221	186	202	104	73	-30 %
EU-Produktionen (ohne dt. (Ko-)Produktionen)*	Mio. Tickets	14,0	13,7	20,1	4,1	1,9	-55 %
	Umsatz in Mio. €	116	112	165	35	15	-56 %
US-Produktionen	Mio. Tickets	74,4	60,5	63,9	17,8	20,4	+14 %
	Umsatz in Mio. €	693	568	607	163	196	+21 %
Sonstige*	Mio. Tickets	2,1	2,5	4,5	2,8	9,1	+223 %
	Umsatz in Mio. €	23	27	45	24	94	+282 %



## KEY-FACTS ZUM DEUTSCHEN FILM IM ZEITVERLAUF

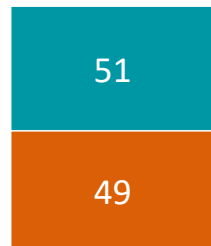


Kinobesucher\*innen deutscher Filme

# BESUCHER\*INNEN DEUTSCHER FILME – GESCHLECHT UND ALTER IM ZEITVERLAUF

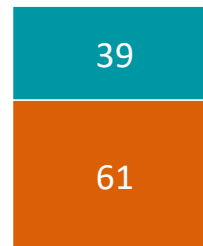
Basis: Tickets in %

Gesamt  
alle Filme 2021

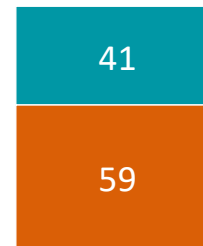


■ männlich  
■ weiblich

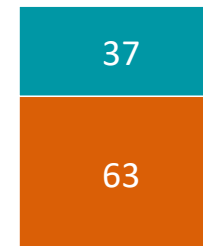
2017



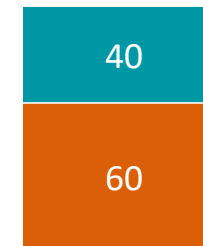
2018



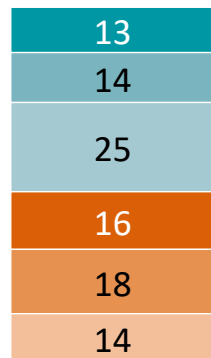
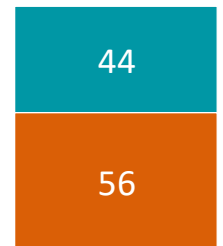
2019



2020



2021



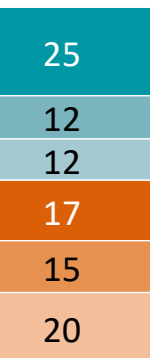
■ 10 bis 19 Jahre  
■ 19 bis 20 Jahre  
■ 30 bis 39 Jahre  
■ 40 bis 49 Jahre  
■ 50 bis 59 Jahre  
■ 60+ Jahre

40,0

38,9

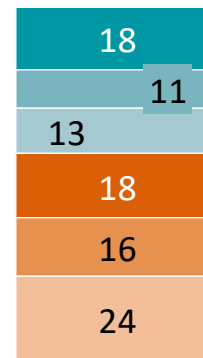
Basis in Mio. Tickets

Ø Alter



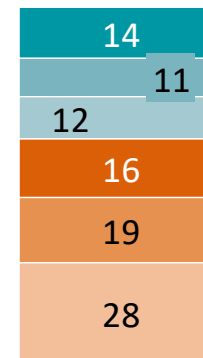
27,9

39,5



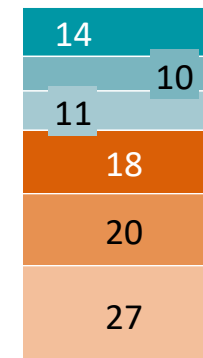
23,4

43,5



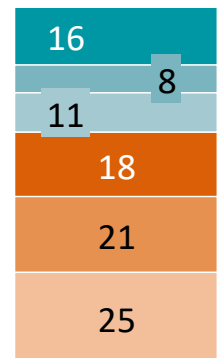
24,5

45,9



12,5

45,8



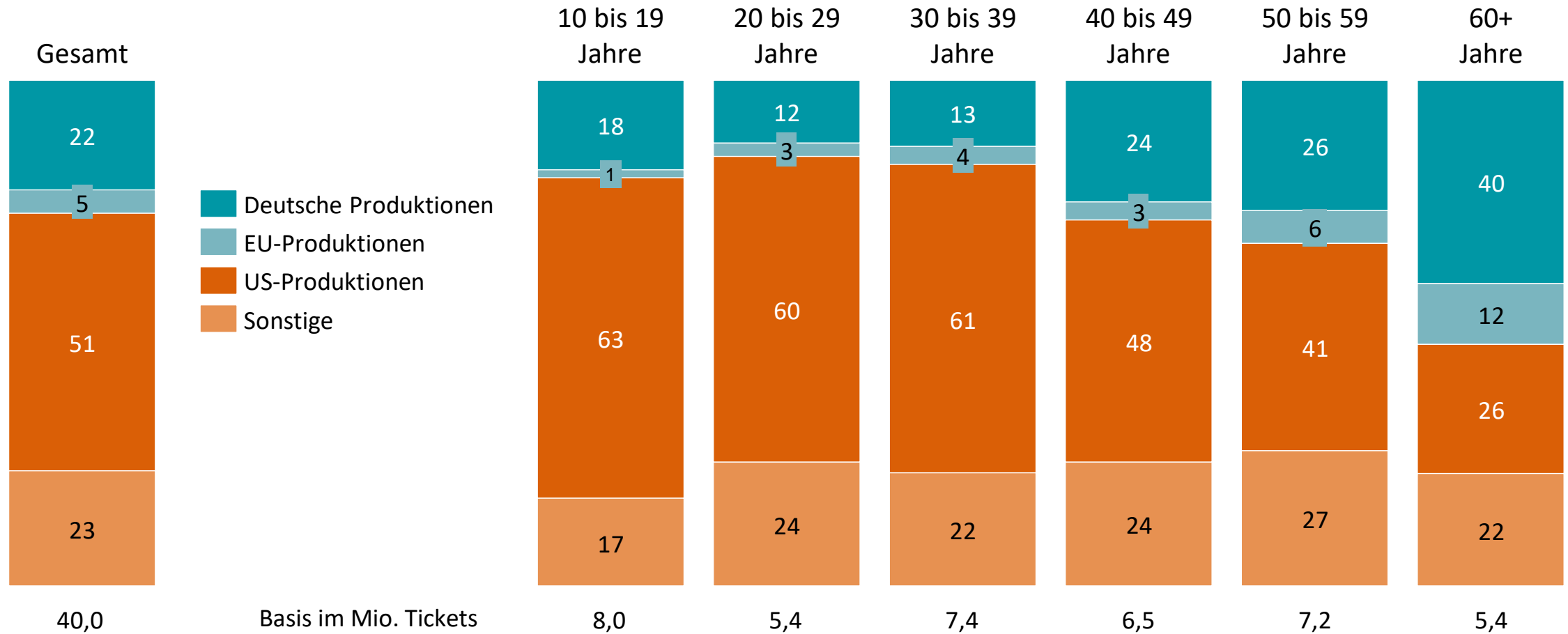
8,7

45,0

Kinobesucher\*innen deutscher Filme

## BESUCHE NACH HERSTELLUNGSLAND – ALTERSGRUPPEN 2021

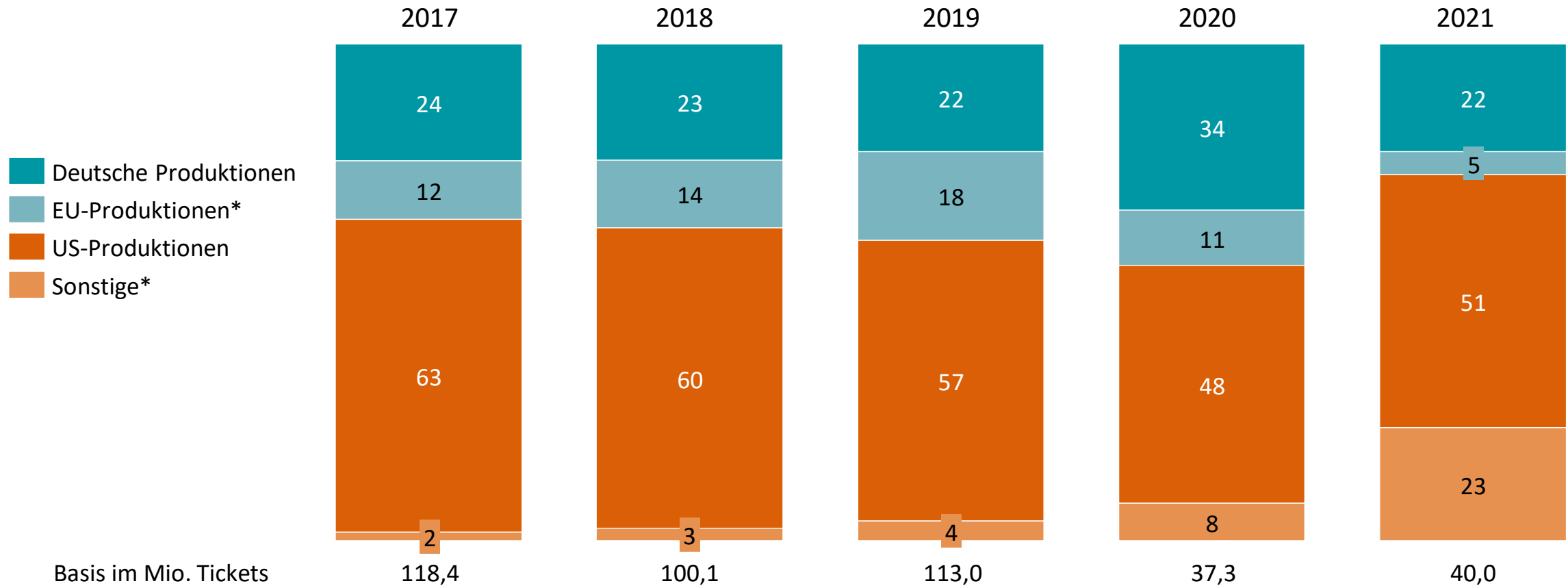
Basis: Tickets in %



Kinobesucher\*innen deutscher Filme

## BESUCHE NACH HERSTELLUNGSLAND IM ZEITVERLAUF

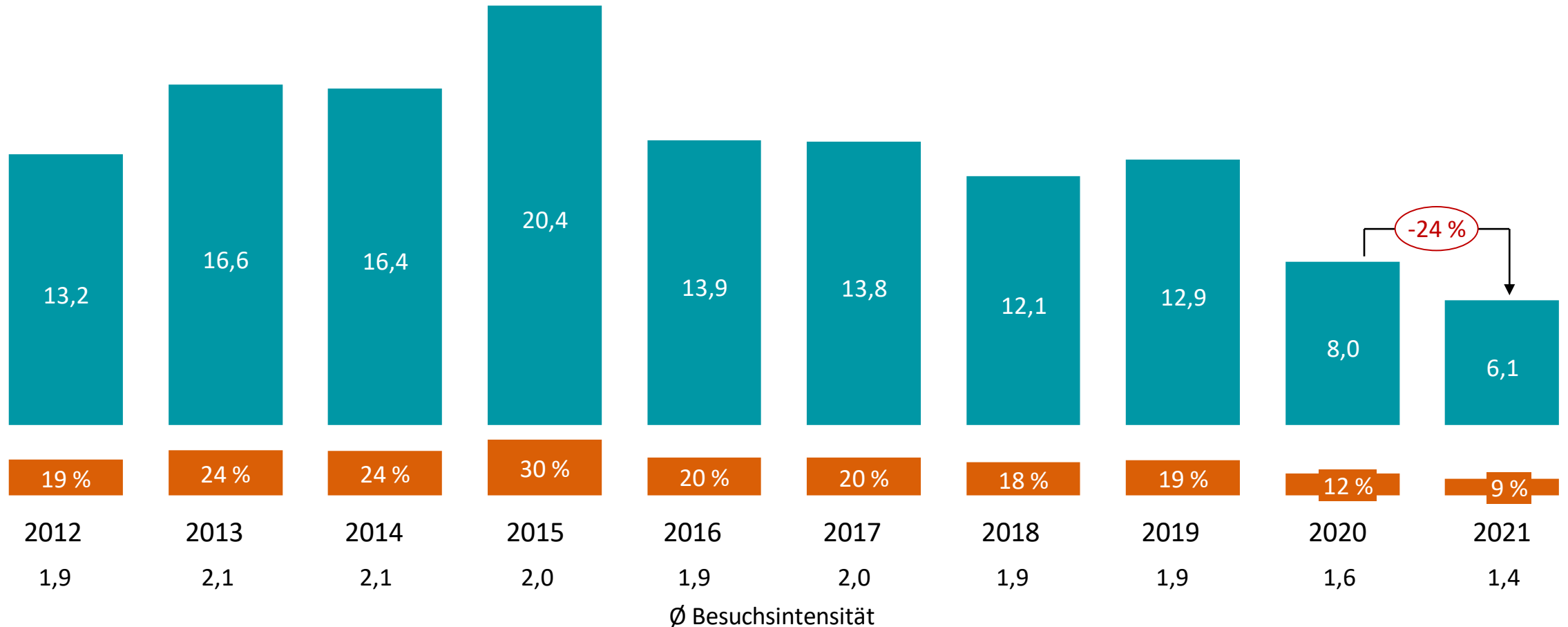
Basis: Tickets in %



Kinobesucher\*innen deutscher Filme

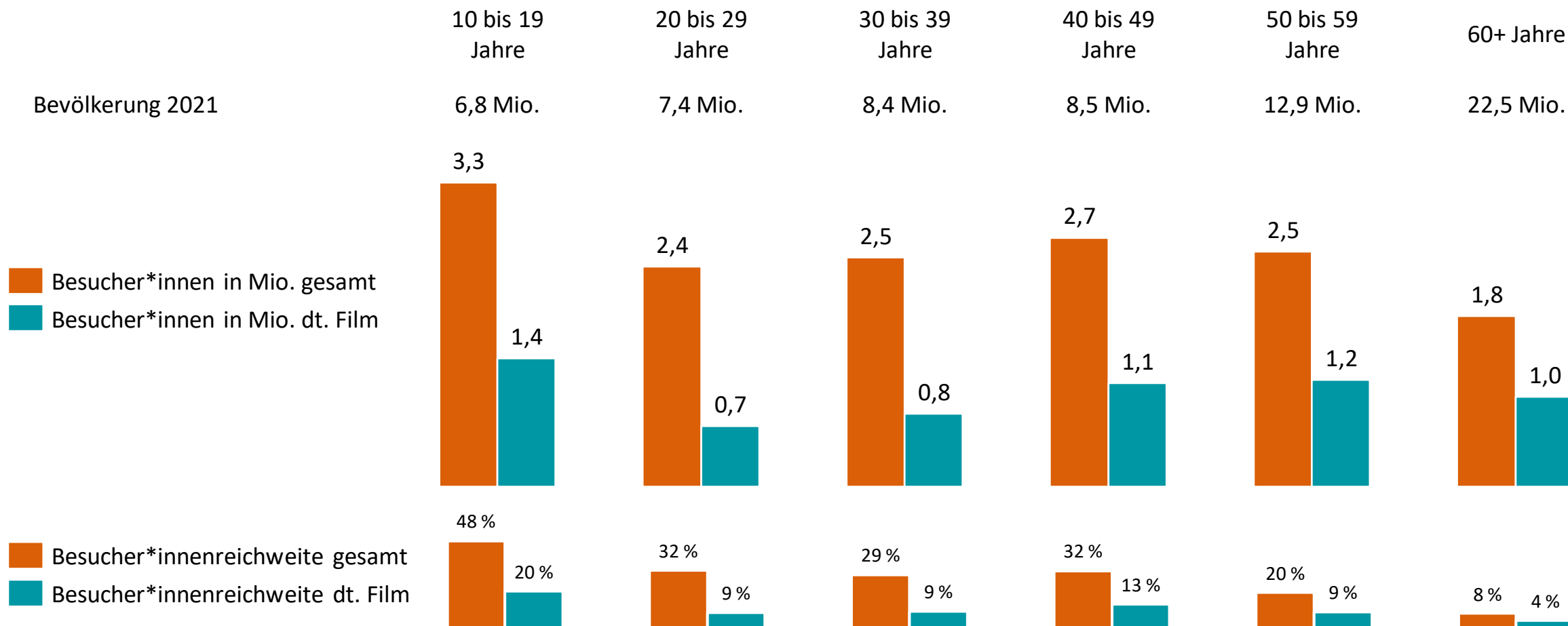
# REICHWEITENENTWICKLUNG UND BESUCHE PRO KOPF DEUTSCHER FILME IM ZEITVERLAUF

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



# REICHWEITEN NACH ALTERSGRUPPEN – BESUCHER\*INNEN DEUTSCHER PRODUKTIONEN 2021

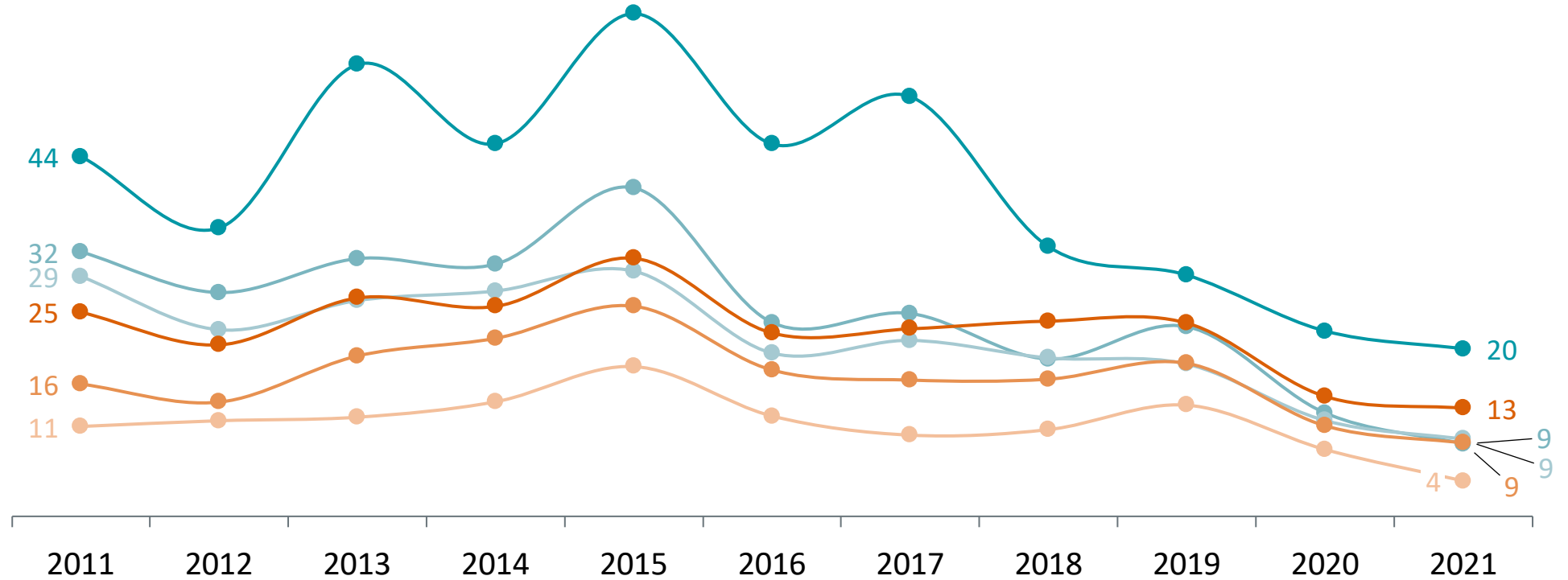
Basis: Personen in Mio./Personen in %



# REICHWEITENENTWICKLUNG DEUTSCHER FILM – ALTERSGRUPPEN IM ZEITVERLAUF

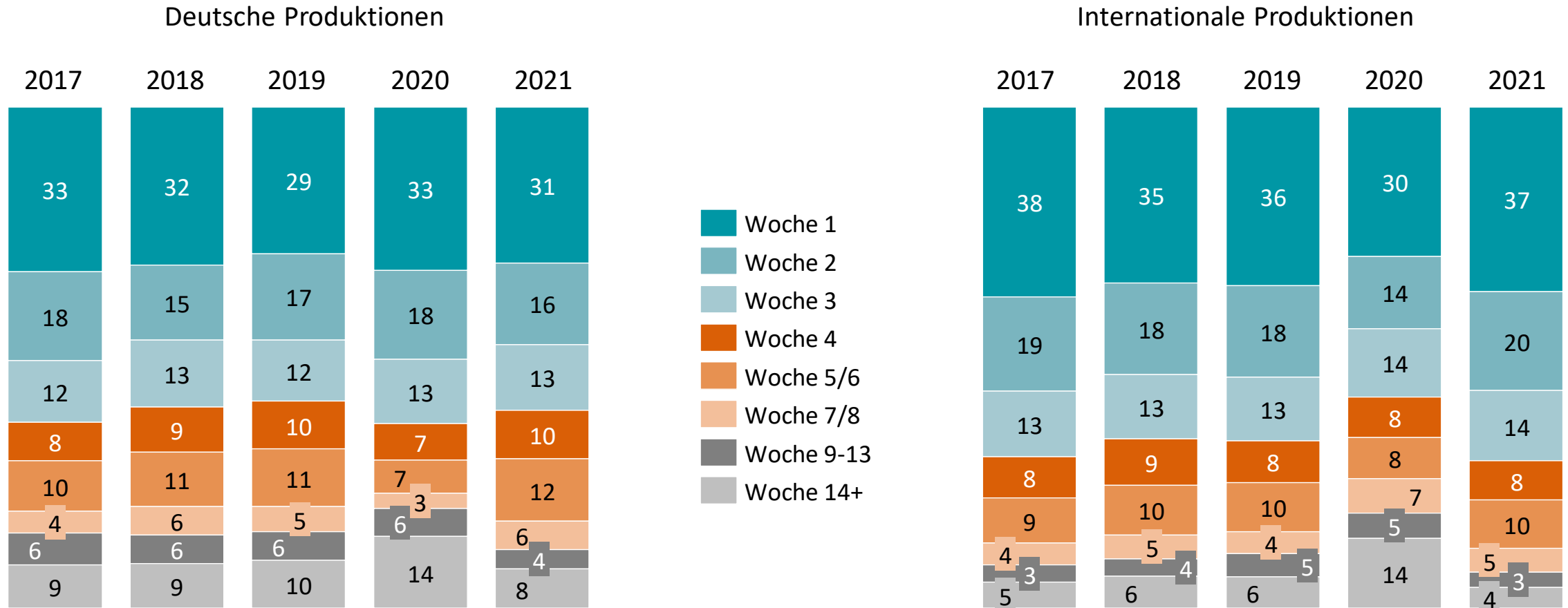
Basis: Personen in %

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



# BESUCHE DEUTSCHER FILME – ZEITPUNKT DES BESUCHS IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets in %

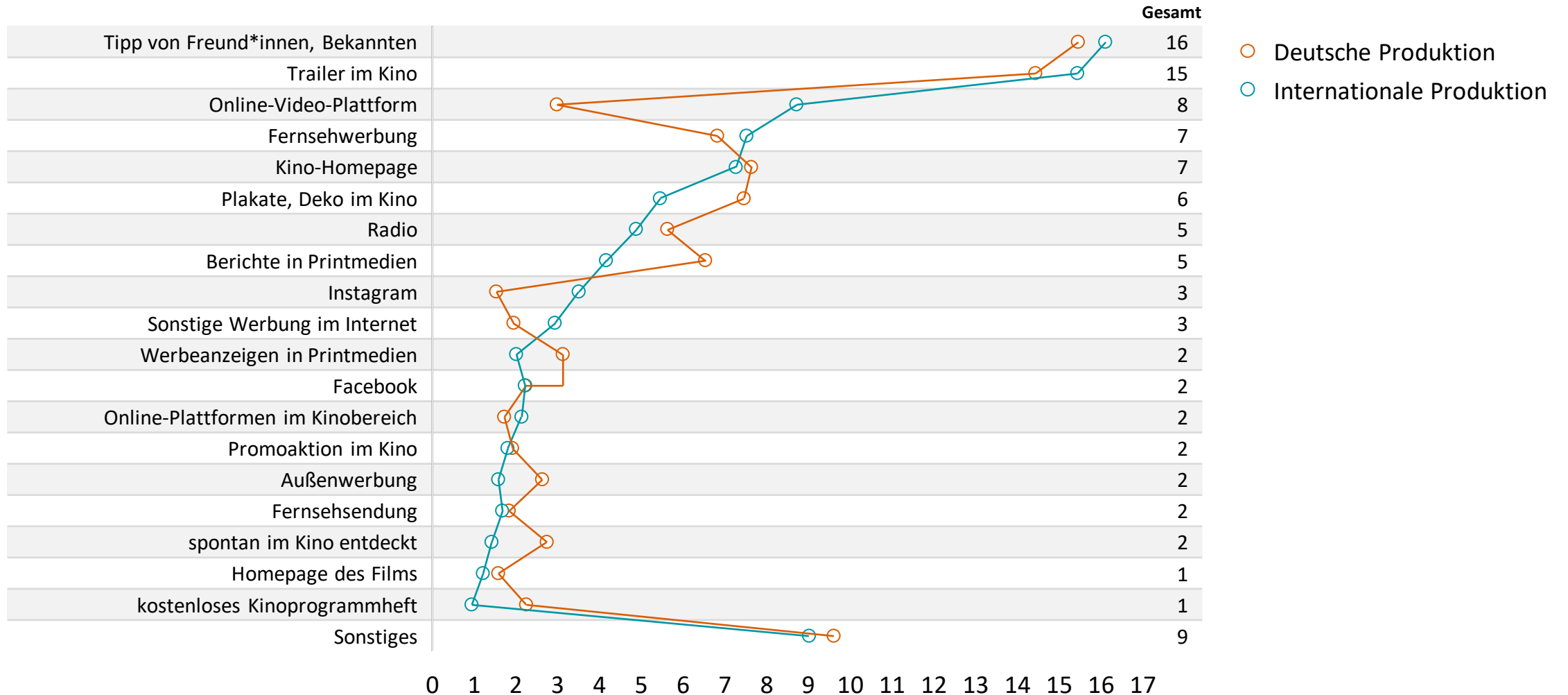




Kinobesucher\*innen deutscher Filme

## BESUCHE DEUTSCHER FILME – SOURCES OF AWARENESS 2021

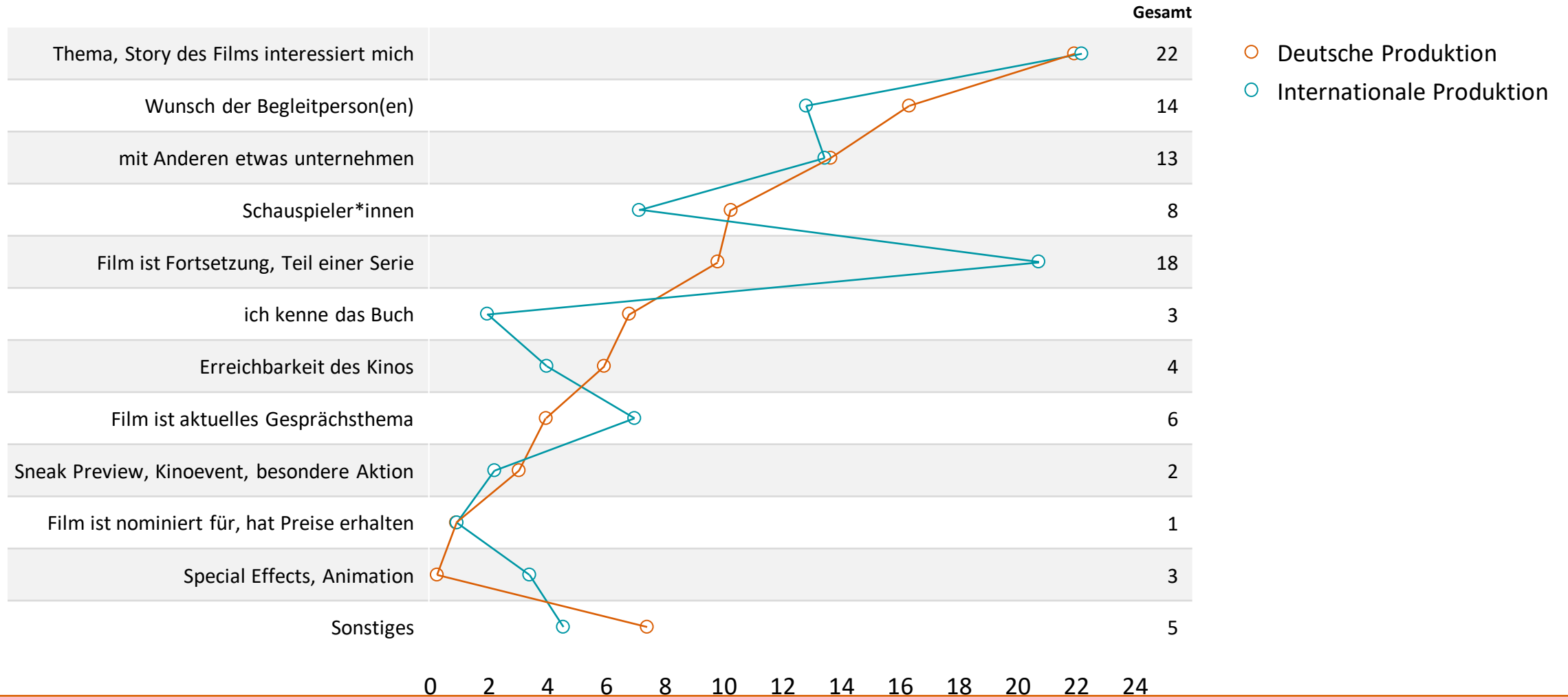
Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



Kinobesucher\*innen deutscher Filme

## BESUCHE DEUTSCHER FILME – BESUCHSGRUND 2021

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



## ZUSAMMENFASSUNG

### **Anteil deutscher Filme auf vorpandemischem Niveau:**

Der deutsche Marktanteil erreicht 2021 einen Wert von 22 Prozent und liegt damit auf dem Niveau des Jahres 2019. Umsatz und der Absatz sanken jeweils um 30 Prozent, während der Durchschnittspreis eines Tickets erneut um 1 Prozent auf 8,37 Euro anstieg. Mit 6,1 Mio. Besucher\*innen fanden 24 Prozent weniger Personen ihren Weg in einen deutschen Film und konnte eine Reichweite von 9 Prozent erzielen. Die Besuchsintensität lag mit 1,4 Besuchen pro Person ebenfalls unter 2020.

### **Profil der Besucher\*innen bleibt weiblicher:**

Genau wie in den Vorjahren war ein\*e durchschnittliche Kinobesucher\*in eines deutschen Films mit 45,0 Jahren älter als die Gesamtkinobesucher\*innen mit 38,9 Jahren. Die Gruppe der über 50-Jährigen machte beim deutschen Film einen Besucher\*innenanteil von 46 Prozent aus. 56 Prozent der Tickets für deutsche Filme wurden von Besucherinnen gelöst und ist damit im 5-Jahres-Vergleich der niedrigste Wert. Damit liegt der weibliche Anteil dennoch über dem Anteil bei den Gesamtkinobesucher\*innen (49 Prozent).

### **Top-Aufmerksamkeitsquellen bei deutschen und internationalen Filmen ähnlich:**

Die Aufmerksamkeit für deutsche Filme wurde 2021 vor allem durch „Tipps von Freund\*innen, Bekannten“ (15 Prozent) und „Trailer im Kino“ (14 Prozent) geweckt – ähnlich wie bei internationalen Filmen. Nach wie vor häufigster Besuchsgrund mit 22 Prozent „Thema, Story des Films interessiert mich“. Der größte Unterschied zeigt sich bei „Film ist Fortsetzung“, dieser Grund spielt bei deutschen Filmen eine deutlich geringere Rolle als bei internationalen Filmen.



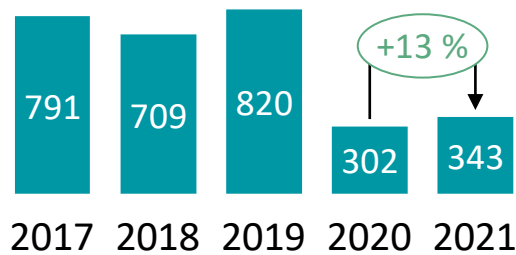
Filmförderungsanstalt German Federal Film Board

# Kinobesucher\*innen von 3D-Filmen

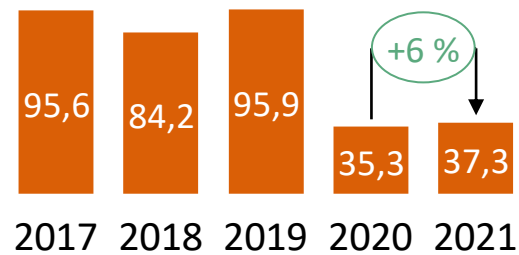
## KEY-FACTS ZUM 3D-FILM

### 2D

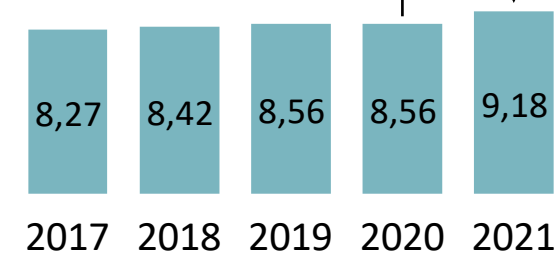
Ausgaben in Mio. €



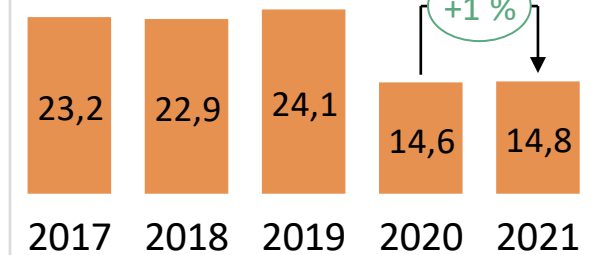
Absatz in Mio. Tickets



Ticketpreis in €

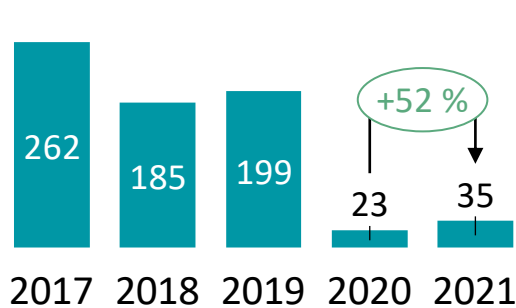


Besucher\*innen in Mio.

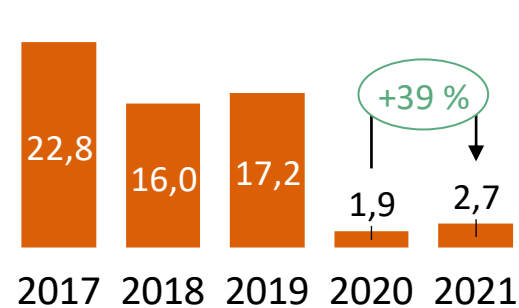


### 3D

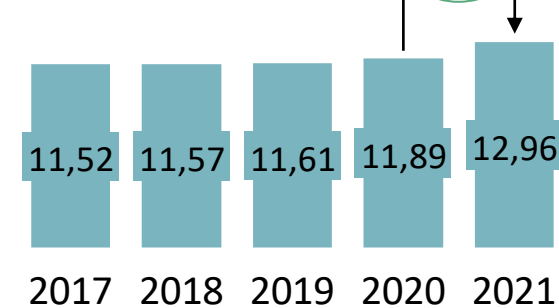
Ausgaben in Mio. €



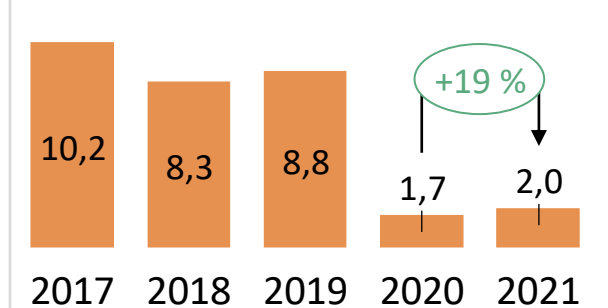
Absatz in Mio. Tickets



Ticketpreis in €



Besucher\*innen in Mio.

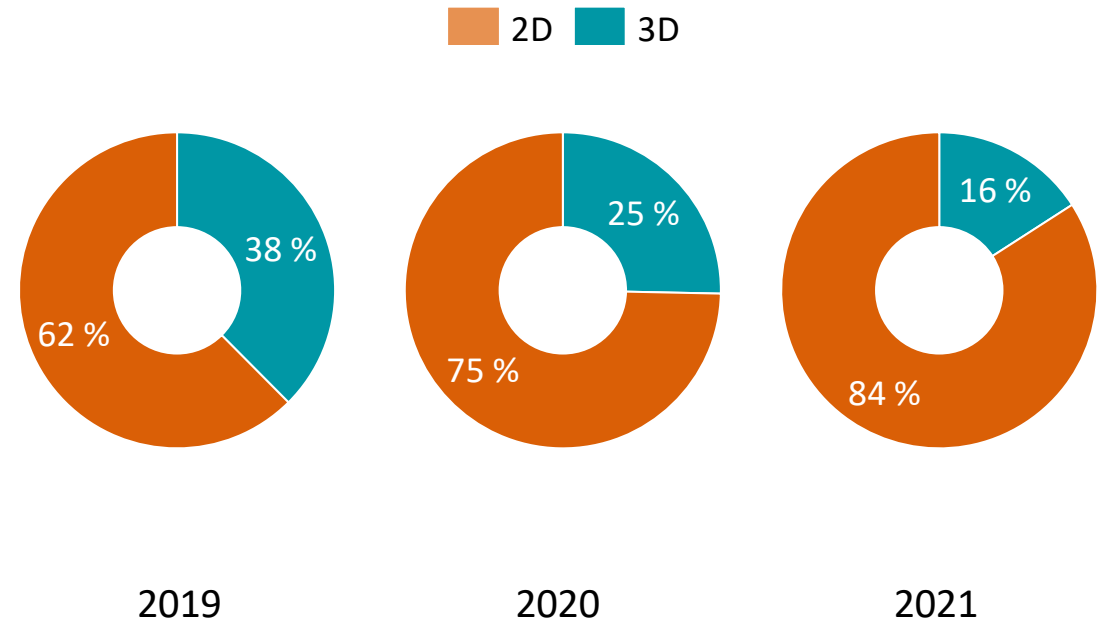
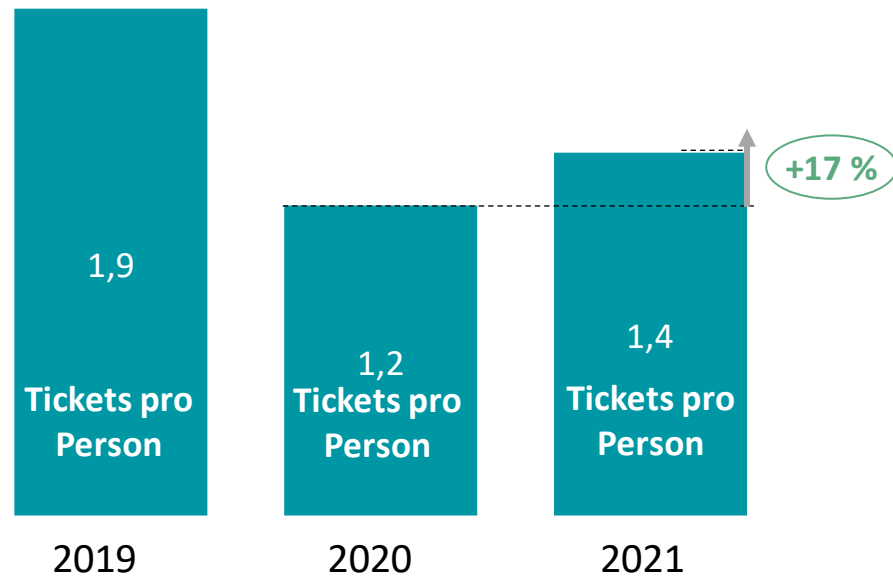


Kinobesucher\*innen von 3D-Filmen

## BESUCHE PRO KOPF UND 3D-ANTEIL IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets pro Person/Tickets in %

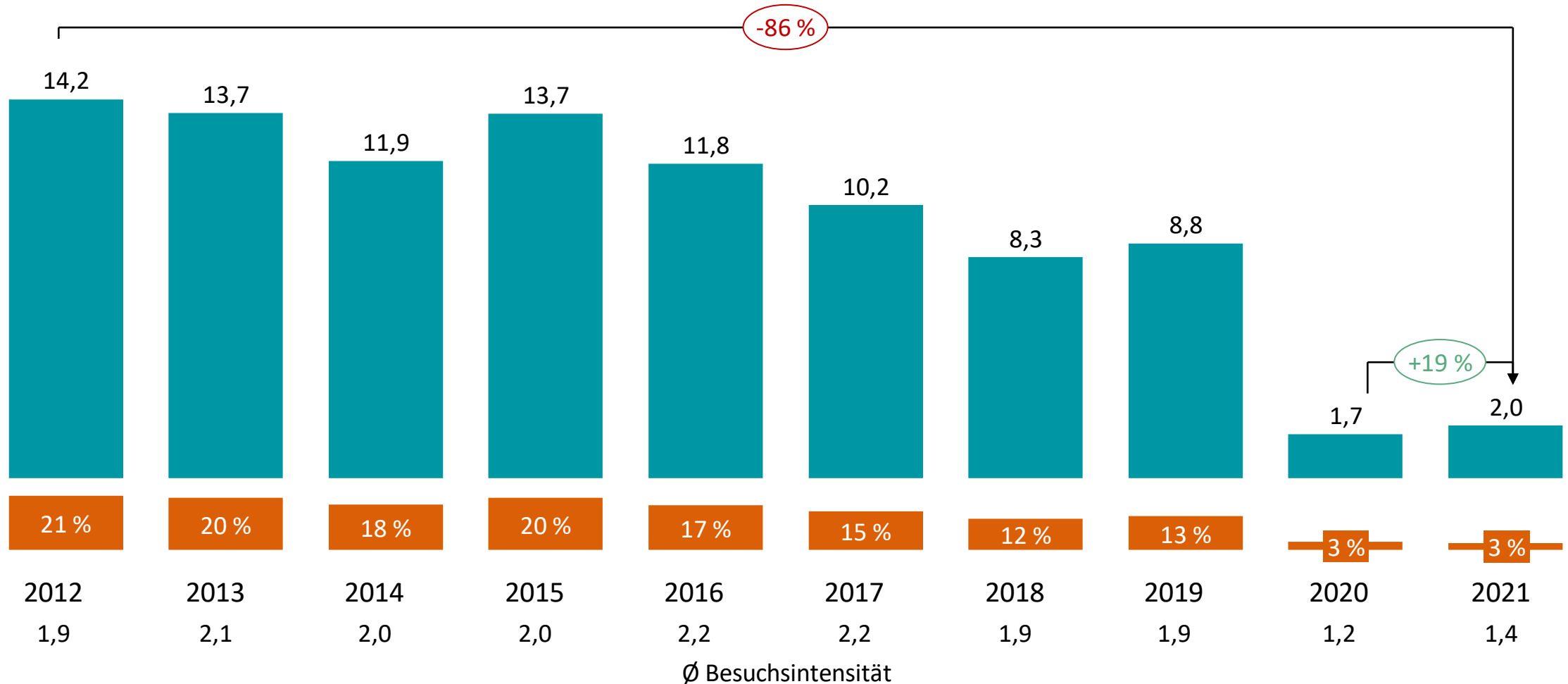
3D-fähige Titel: gesehen in 2D oder 3D



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 erholen sich im Vorjahresvergleich:**

Das Jahr 2021 wirkte sich positiv auf den 3D-Film aus. Dieser verzeichnete im Vergleich zum 2D-Film einen stärkeren Zuwachs: Mit 52 Prozent Umsatzsteigerung kam er auf 35 Mio. Euro – erreicht jedoch damit nur rund ein Zehntel des 2D-Umsatzes (343 Mio. Euro). 2,7 Mio. 3D-Tickets wurden von 2 Mio. Besucher\*innen gelöst – 39 bzw. 19 Prozent mehr als 2020, jedoch 84 bzw. 77 Prozent weniger als 2019. Erneut stieg der Ticketpreis und lag mit 12,96 Euro 9 Prozent über dem Vorjahr.

### **3D-Filme in 2D:**

Trotz der positiven Entwicklung für 3D-Filme war erneut zu beobachten, dass sich das Verhältnis von 3D- zu 2D-Tickets für Filme, die in einer 3D-Fassung vorliegen, erneut stark zugunsten von 2D verschob (84 Prozent).

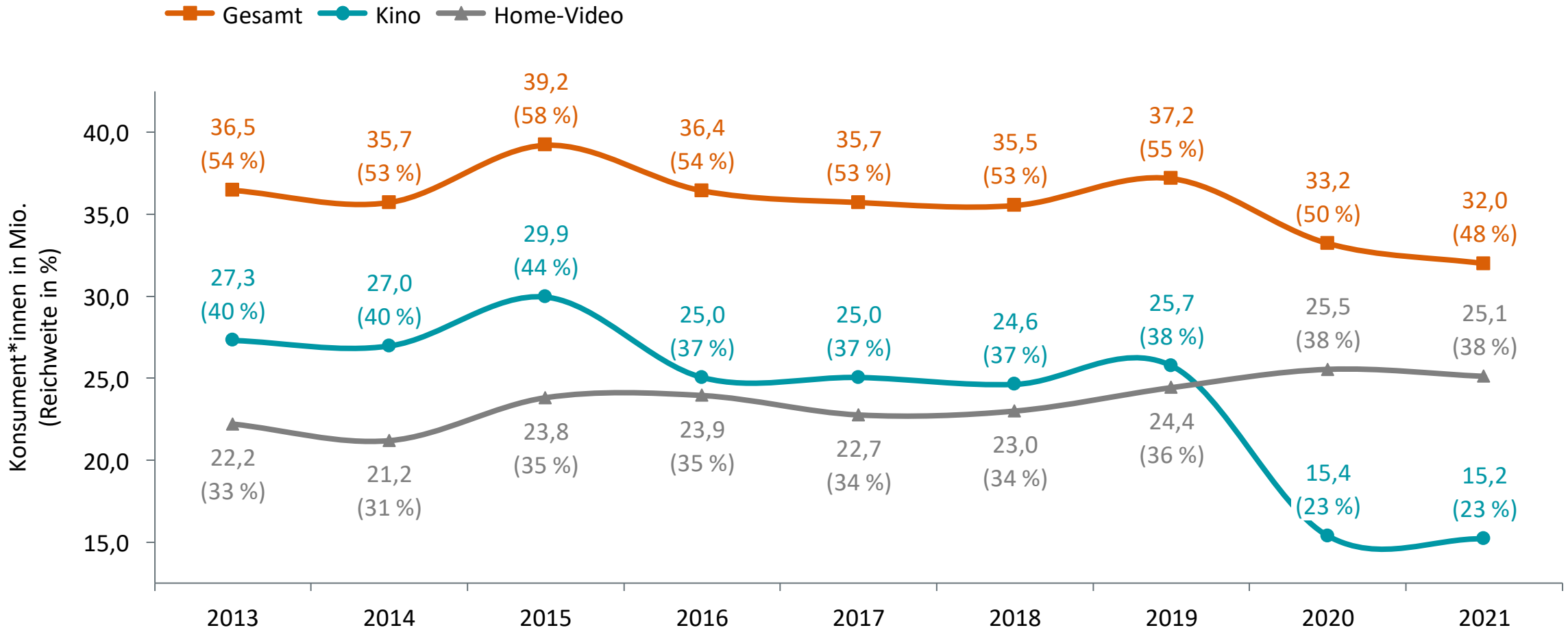
Die weiterhin großen Verluste im Vergleich zu 2019 führten dazu, dass auch in diesem Jahr die Fallzahlen in der vorliegenden Studie nicht ausreichen, um weitere Auswertungen in der Detailtiefe wie in den Jahren von 2019 und früher durchführen zu können.



# Kinobesucher\*innen – Fokus 2021

# KINO/HOME-VIDEO: ENTWICKLUNG KONSUMENT\*INNEN

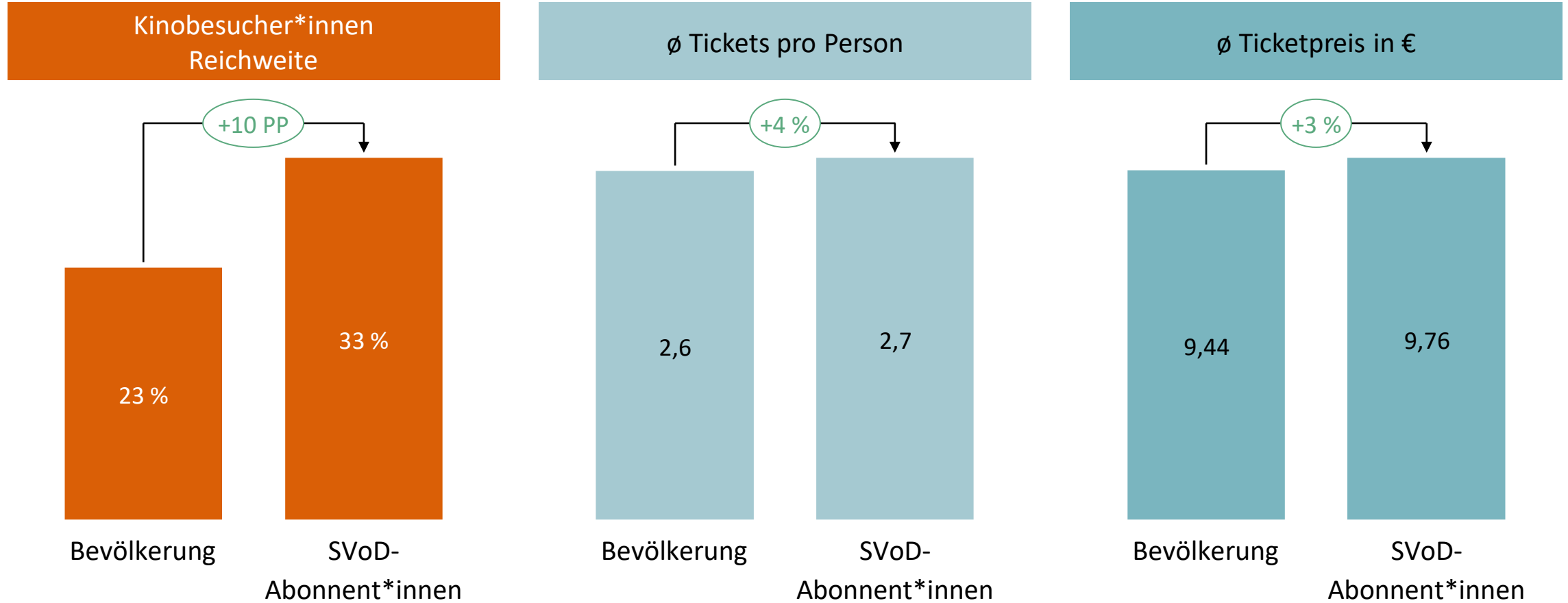
Basis: Personen Mio./Reichweite in %



# KINOBESUCHER\*INNEN UND SVOD-ABONNENT\*INNEN

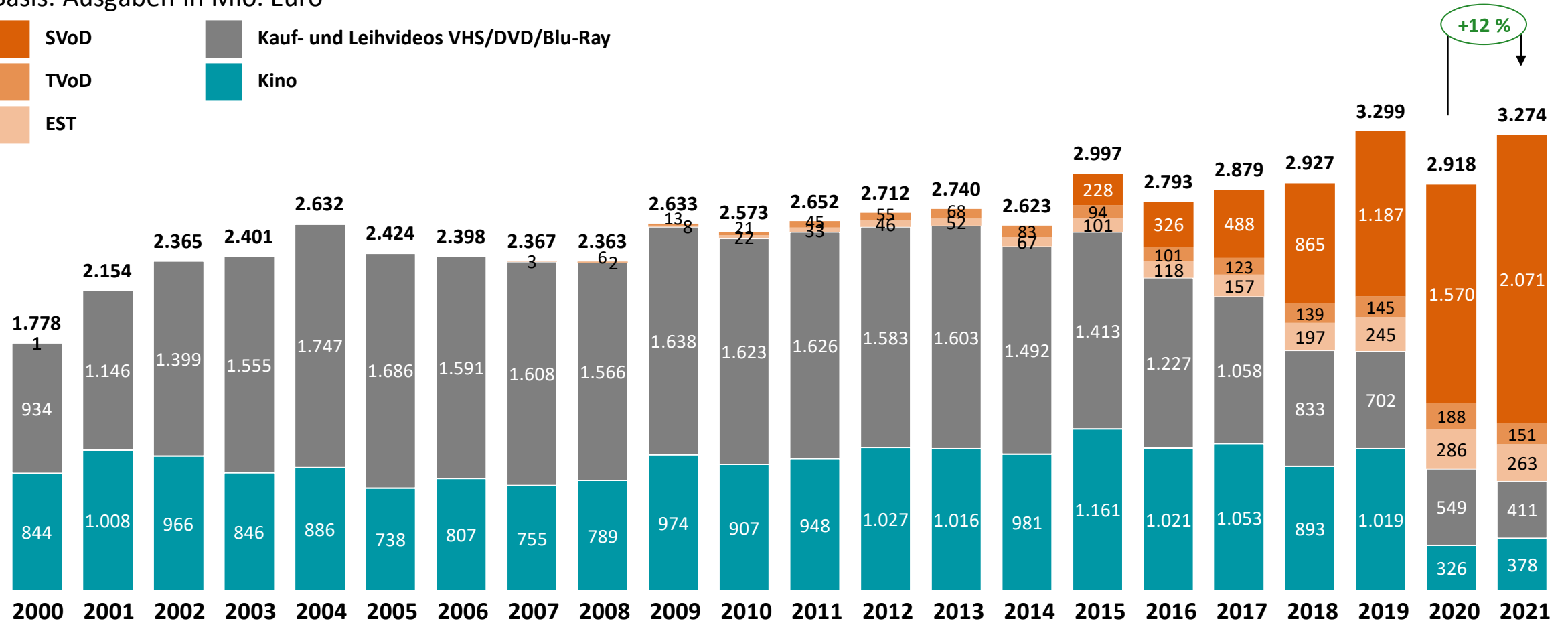
Basis: Reichweite in %,  $\emptyset$  Tickets pro Person,  $\emptyset$  Ticketpreis in €

$\emptyset$  Ticketpreis in €



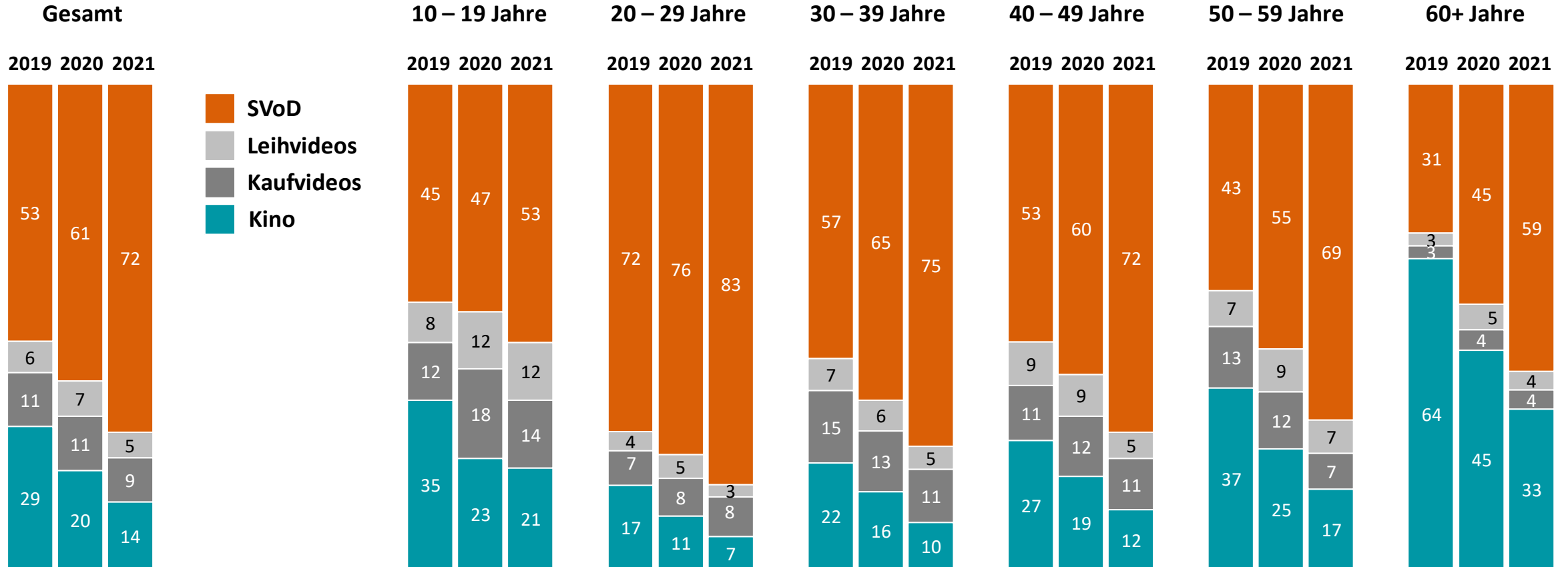
# KINO UND HOME VIDEO IM ZEITVERLAUF

Basis: Ausgaben in Mio. Euro



# AUSGABEN KINO UND HOME VIDEO NACH ALTERSGRUPPEN

Basis: Ausgaben in %



## ZUSAMMENFASSUNG

### **Gleichbleibende Kino- und Home-Video-Reichweite im Vergleich zum Vorjahr:**

Im Vergleich zum Jahr 2020 hat sich die Reichweite der Konsument\*innen des Kino- und Home-Video-Markts nicht verändert und liegt nach wie vor bei 23 bzw. 38 Prozent. Die Reichweite der Konsument\*innen, die 2021 ins Kino gegangen und/oder Ausgaben im Home-Video-Markt hatten liegt mit 48 Prozent 2 Prozentpunkte unter dem Vorjahr.

### **Höhere Reichweite für SVoD-Abonent\*innen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung:**

Die Kinoreichweite liegt bei SVoD-Abonent\*innen bei 33 Prozent und damit 10 Prozentpunkte über der Reichweite in der Bevölkerung. Auch die durchschnittliche Anzahl der gelösten Tickets (2,7) sowie der durchschnittlich bezahlte Ticketpreis (9,76 €) liegen 4 bzw. 3 Prozent über denen der Gesamtbevölkerung.

### **SVoD wächst weiter:**

Mit 12 Prozent Zuwachs erreichte der Kino- und Home-Video-Markt 2021 fast das Niveau von 2019: 3,3 Mrd. Euro. Dieses Wachstum kann klar auf SVoD zurückgeführt werden. Neben SVoD konnte einzig Kino Zuwächse im Vorjahresvergleich verbuchen, während die Konsument\*innenausgaben für physische und digitale Kauf- sowie Leihformate sanken.

2021 nimmt SVoD erstmals bei allen Altersgruppen über 50 Prozent der Ausgaben für Kino und Home Video ein.

# FFA – Filmförderungsanstalt

Marktforschung und Statistik

Große Präsidentenstraße 9

10178 Berlin

Telefon: 030 / 27 577 0