

Das Kinojahr 2022

Der Kinomarkt in Deutschland – Daten und Entwicklungen

Martin Michaelis
Norina Lin-Hi

AGENDA

1

Der Kinomarkt 2022

Deutsche Filme

Top-10-Filme

Tickets und Eintrittspreis

Kinoreichweite

Bestandsentwicklung

2

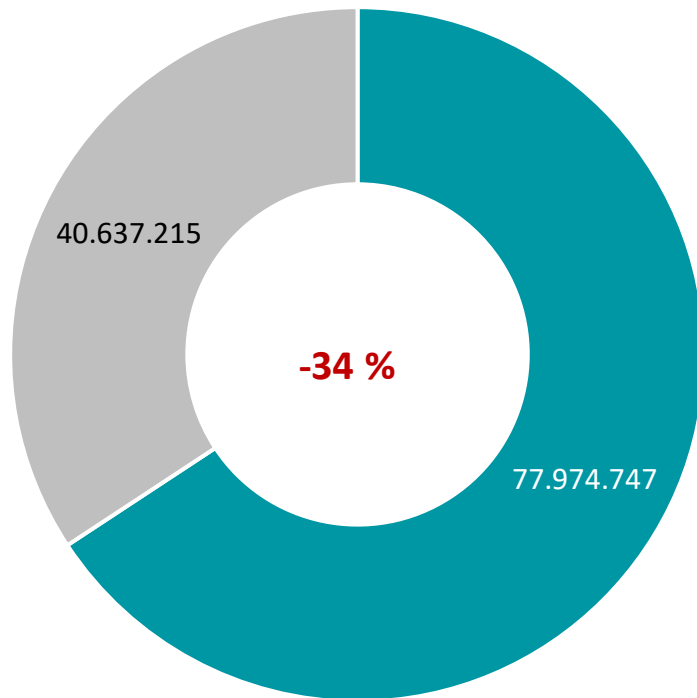
1. Quartal 2023

3

Kinopotenzial: All Eyes on Audiences

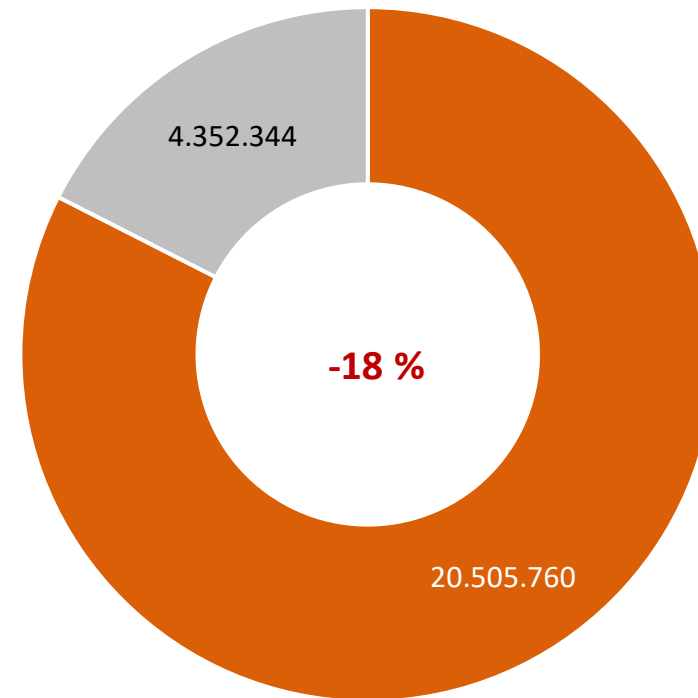
ANZAHL DER TICKETS UND VERÄNDERUNG ZU 2019 IN %

Alle Tickets



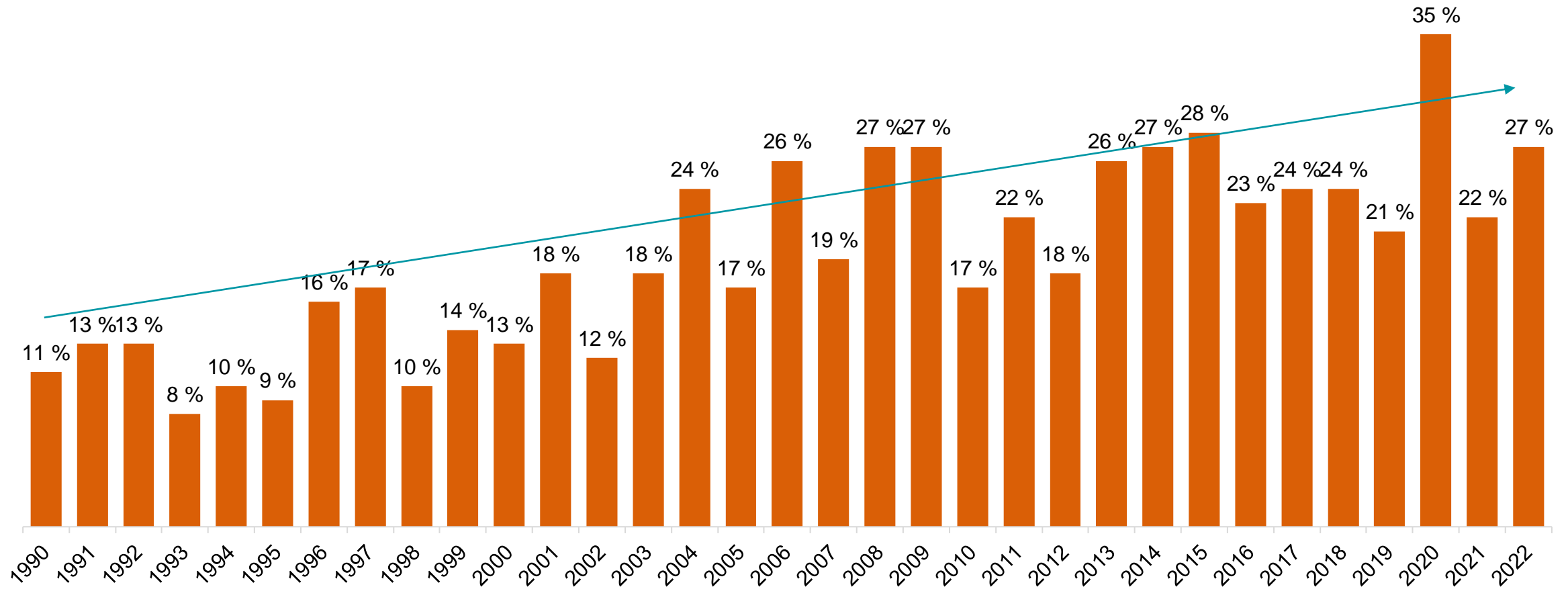
■ 2022 ■ Fehlende Tickets zu 2019

Deutsche Filme

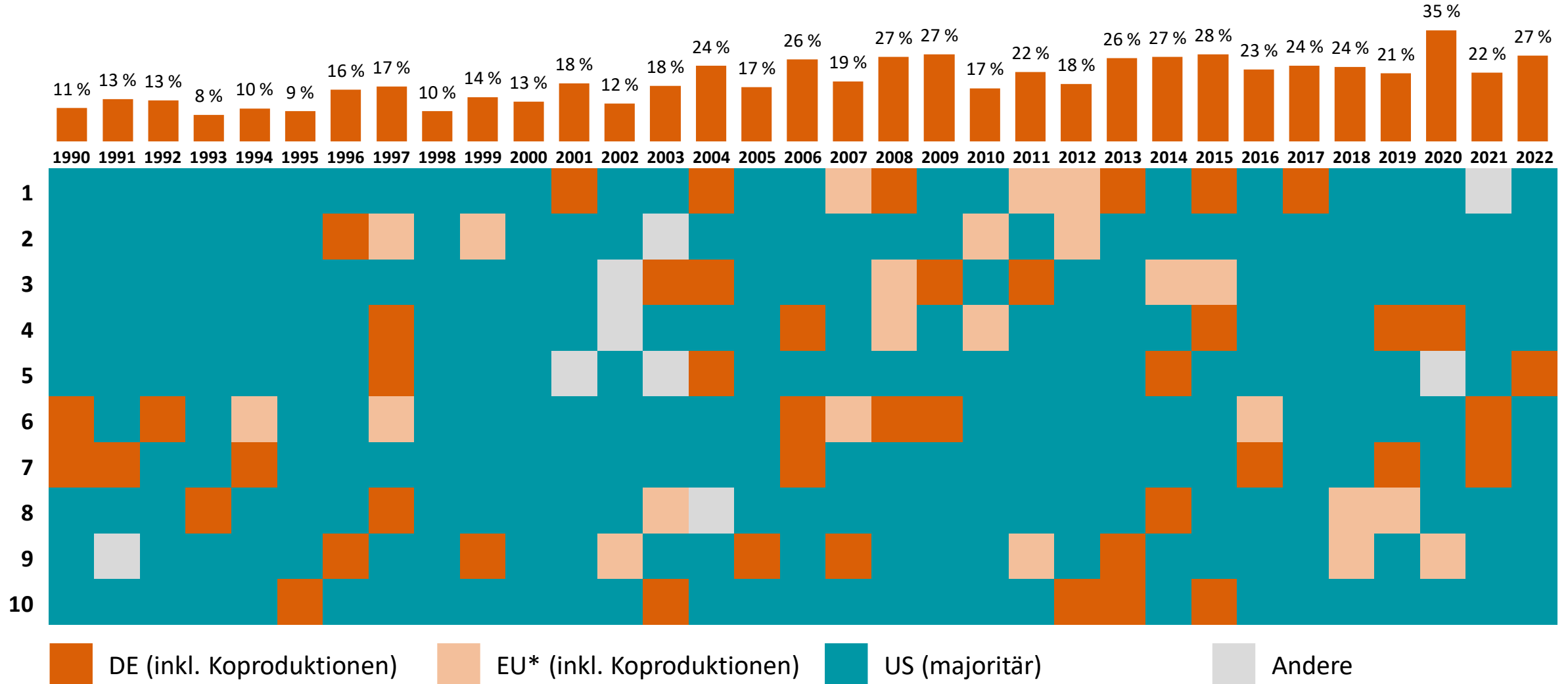


■ 2022 ■ Fehlende Tickets zu 2019

DEUTSCHER MARKTANTEIL IN %



DEUTSCHER MARKTANTEIL IN % UND HERSTELLUNGSLÄNDER – TOP 10 NACH TICKETS



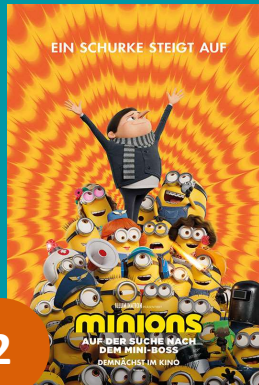
*GB bis 2020 in EU, ab 2021 in Andere
 Quelle: FFA auf Basis der Verleihmeldungen
 Deutscher Marktanteil auf Basis Tickets

TOP 10 2022



1

14.12.2022 / 4.532.531



2

30.06.2022 / 4.158.830



3

26.05.2022 / 3.713.883



4

07.04.2022 / 3.009.440



5

29.09.2022 / 2.3746.607



6

04.05.2022 / 2.192.115



7

08.06.2022 / 2.165.752



8

15.12.2021 / 2.069.013



9

06.07.2022 / 1.892.254

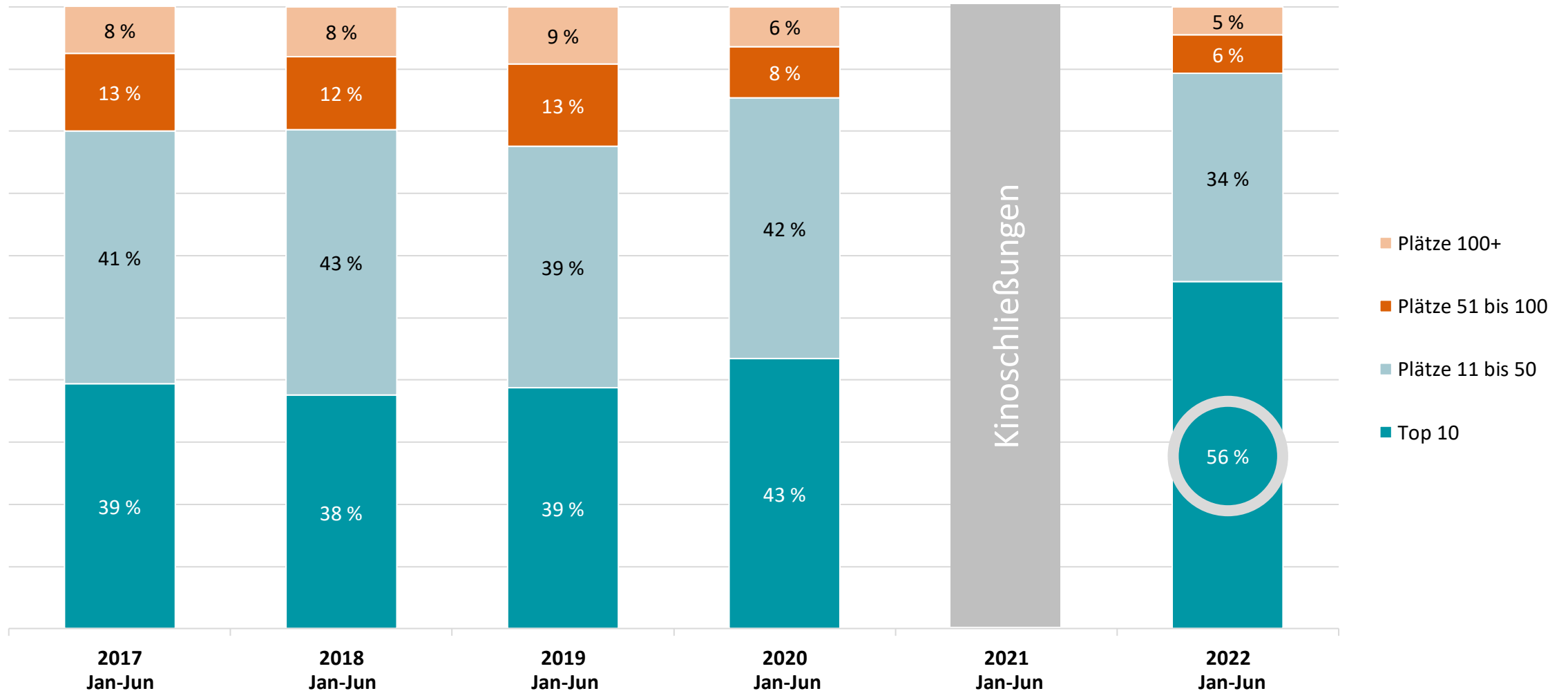


10

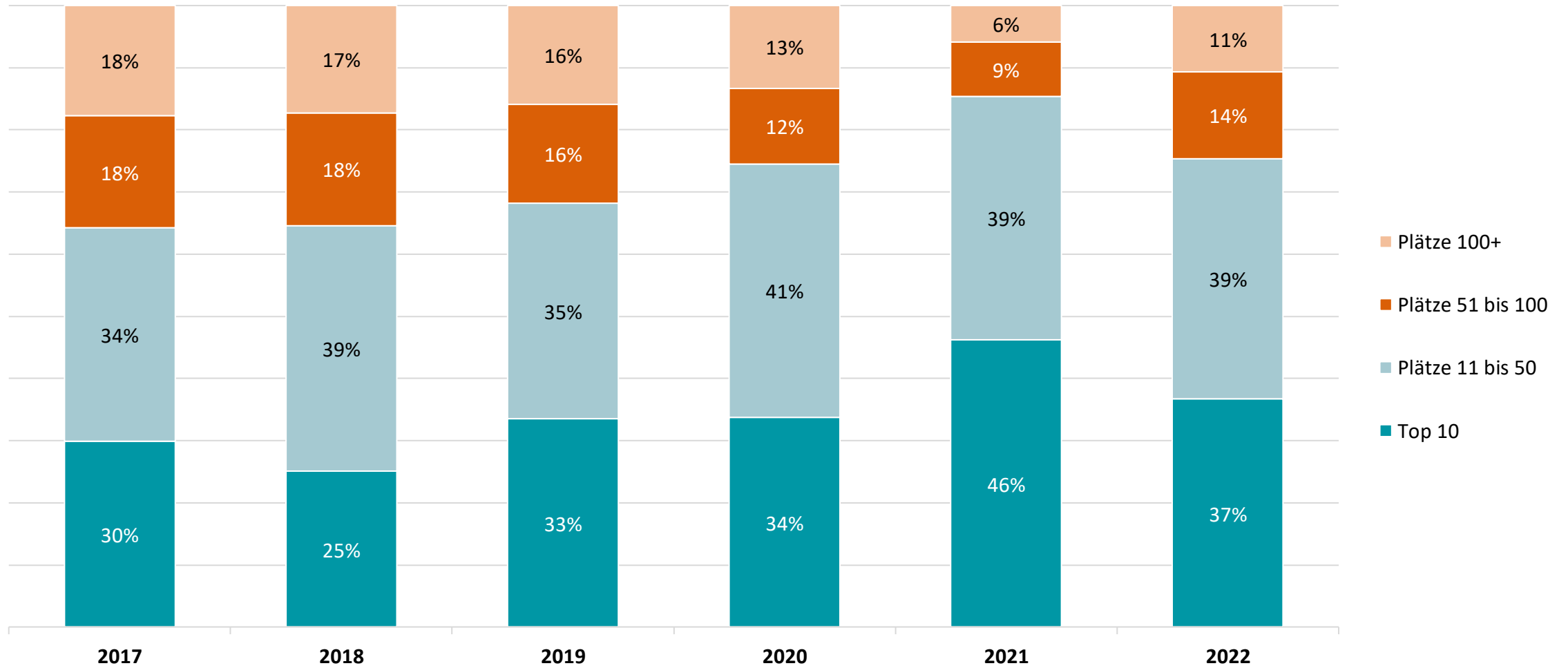
03.03.2022 / 1.745.377

Bildquellen: Verleihe (Walt Disney 1, 6, 9; Universal 2, 7; Paramount 3; Warner Bros 4, 10; LEONINE 5; Sony 8)
 Quelle: FFA auf Basis der Verleihmeldungen
 Top 10 nach Tickets

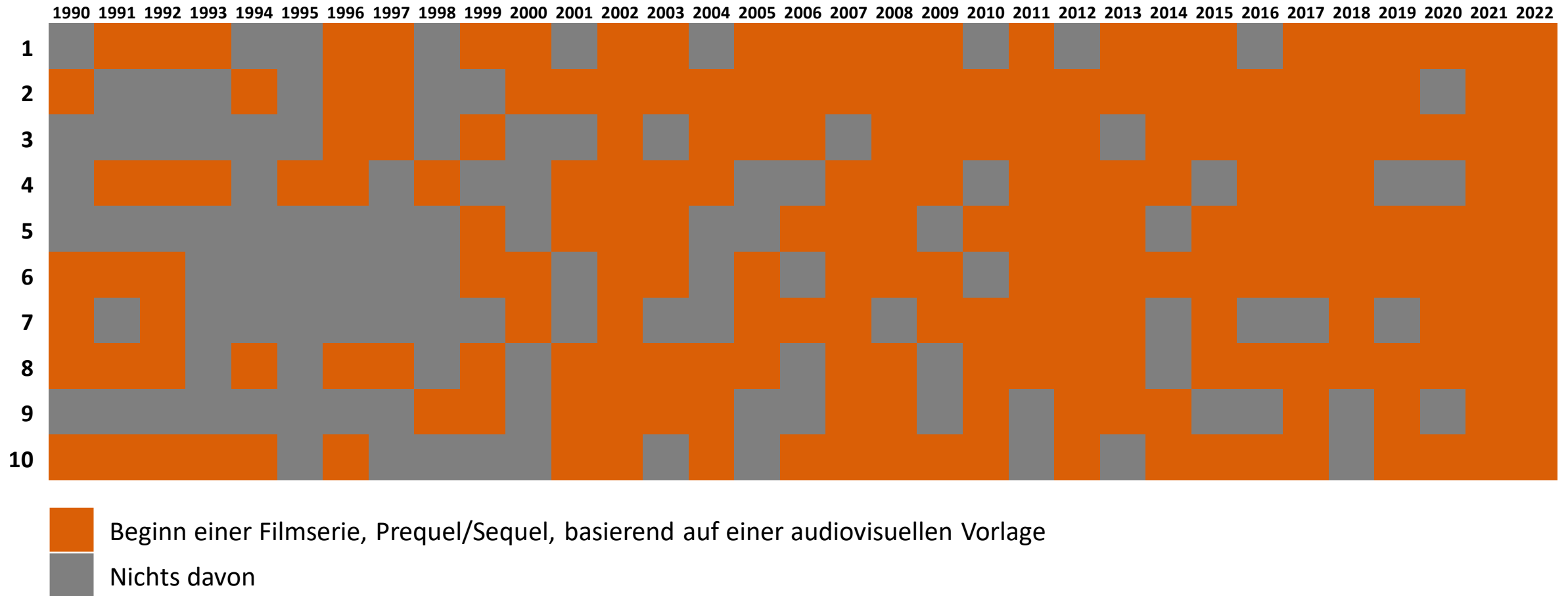
BESUCHSVERTEILUNG 1. HALBJAHRE – TICKETS IN %



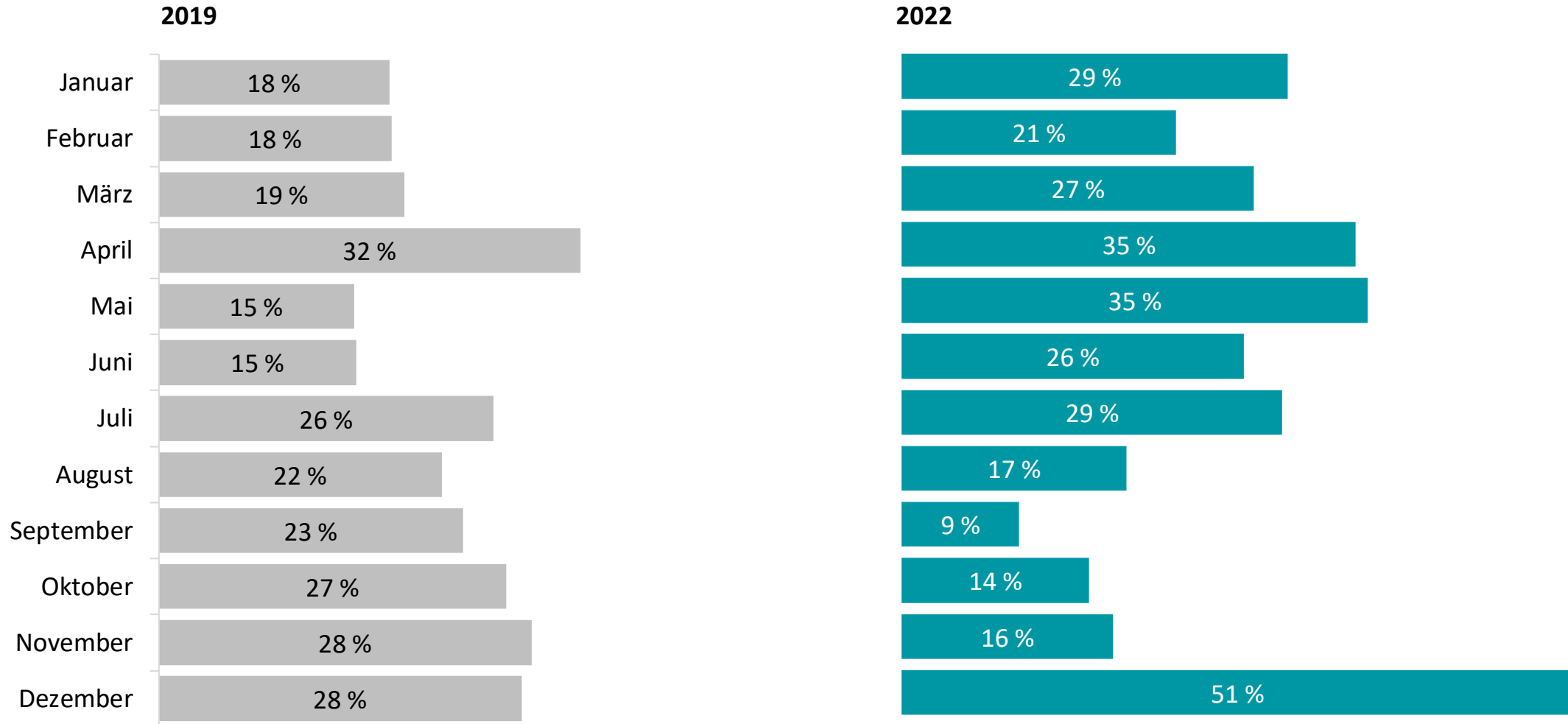
BESUCHSVERTEILUNG – TICKETS IN %



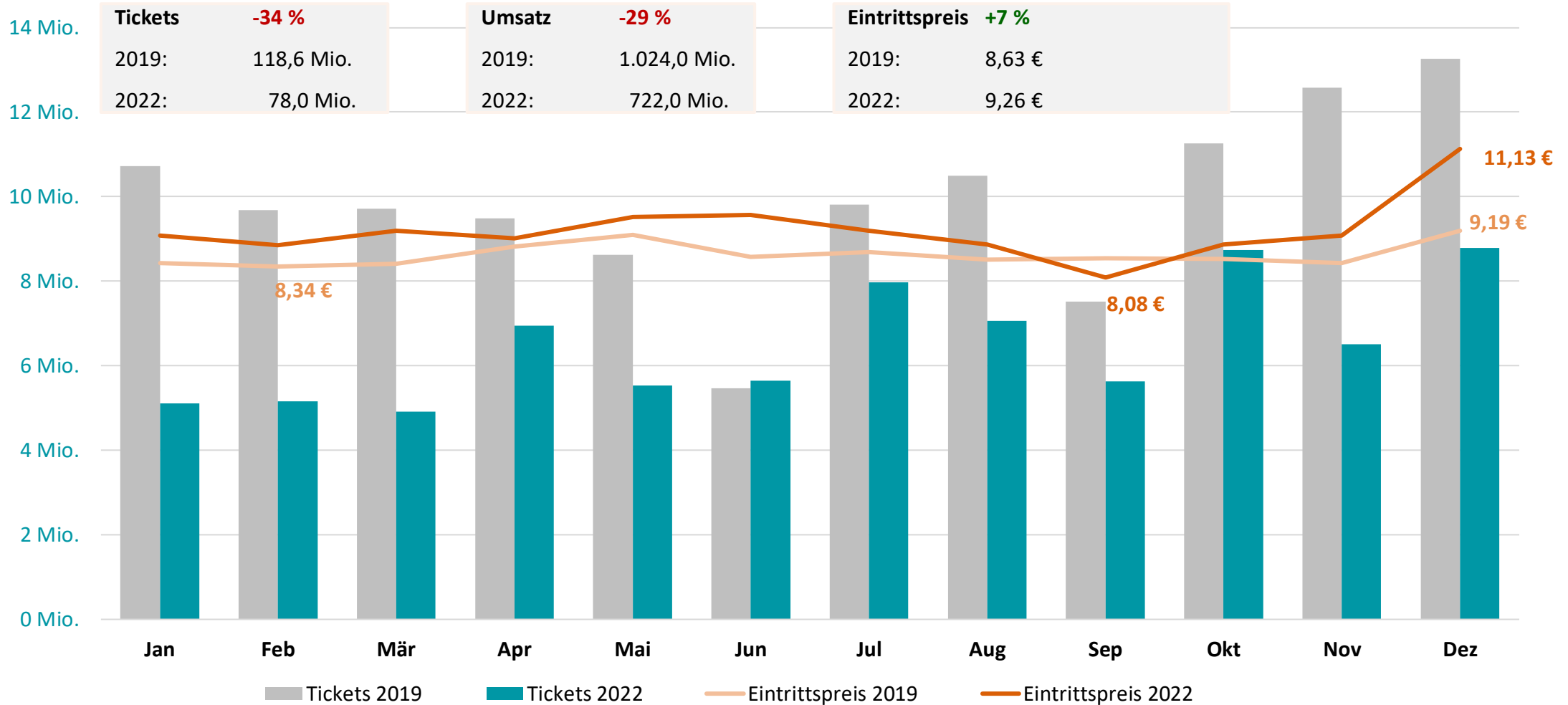
PREQUELS, SEQUELS, FRANCHISE – TOP 10 NACH TICKETS



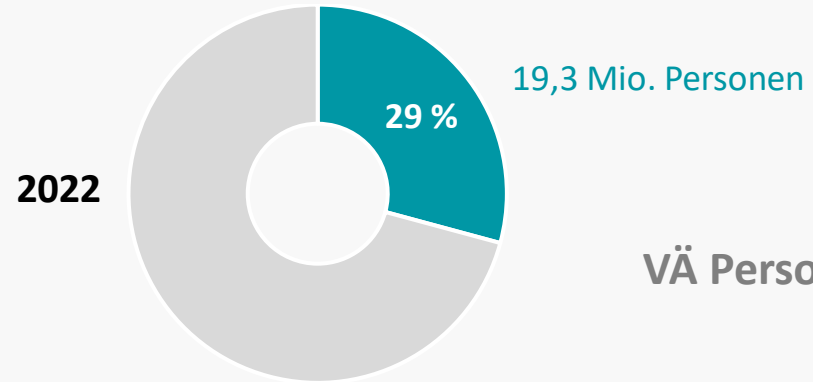
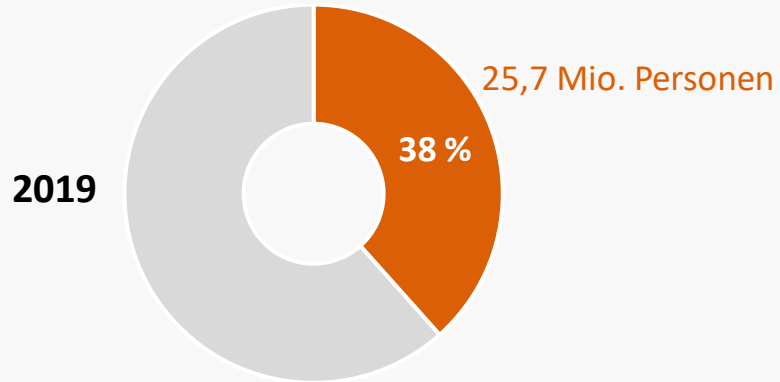
TOP-FILM NACH MONATEN – ANTEIL IN %



TICKETS UND EINTRITTSPREIS NACH MONATEN – 2019 UND 2022 IM VERGLEICH



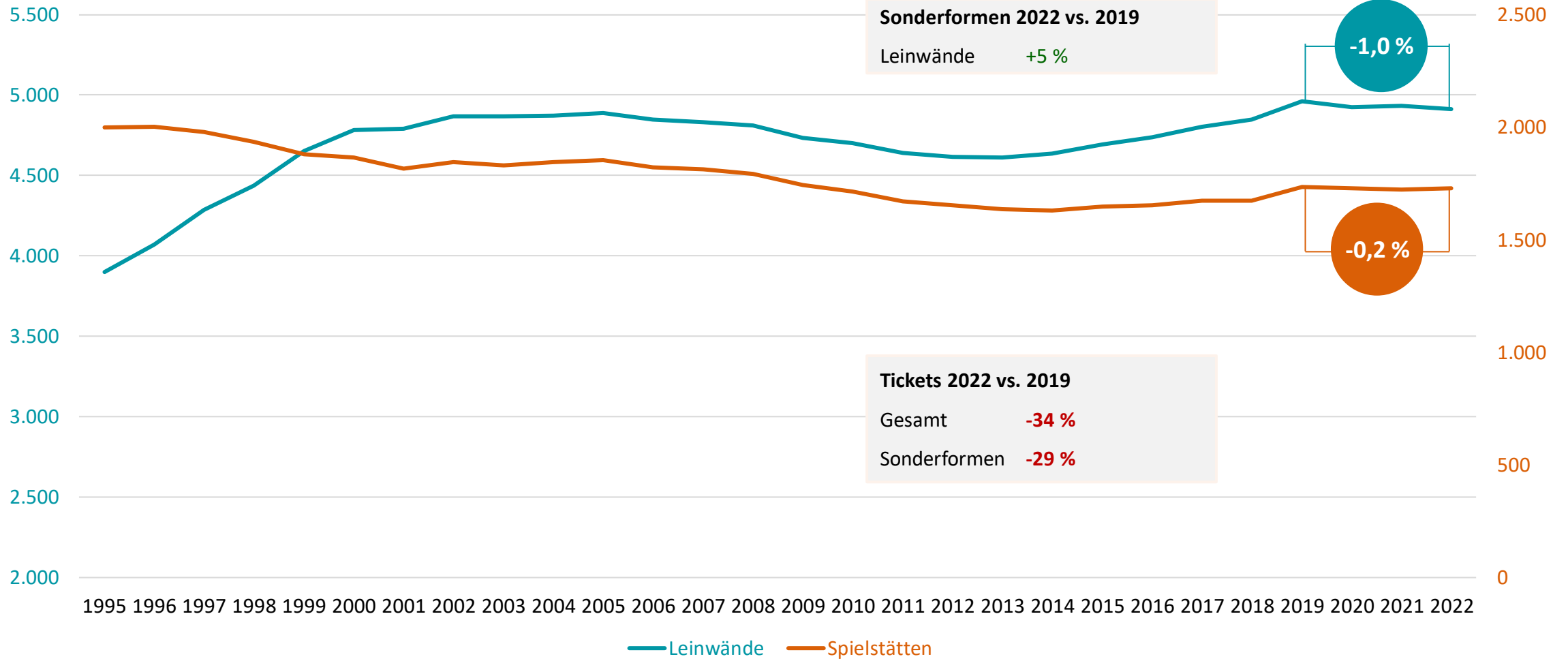
KINOREICHWEITE IN DER BEVÖLKERUNG – 2019 UND 2022 IM VERGLEICH



VÄ Personen 2022 vs. 2019:
-25 %

Veränderung 2022 vs. 2019	Kino gesamt	HH-Netto-Einkommen					Kinder <14 J. im HH	
	Total	bis 999 €	1.000- 1.999 €	2.000- 2.999 €	3.000- 3.999 €	4.000+ €	ja	nein
Personen in %	-25	-44	-50	-35	-19	3	-17	-28
in Mio. Personen	-6,4	-0,5	-2,4	-2,5	-1,2	0,2	-1,3	-5,1

LEINWÄNDE UND SPIELSTÄTTEN



AGENDA

1

Der Kinomarkt 2022

Deutsche Filme

Top-10-Filme

Tickets und Eintrittspreis

Kinoreichweite

Bestandsentwicklung

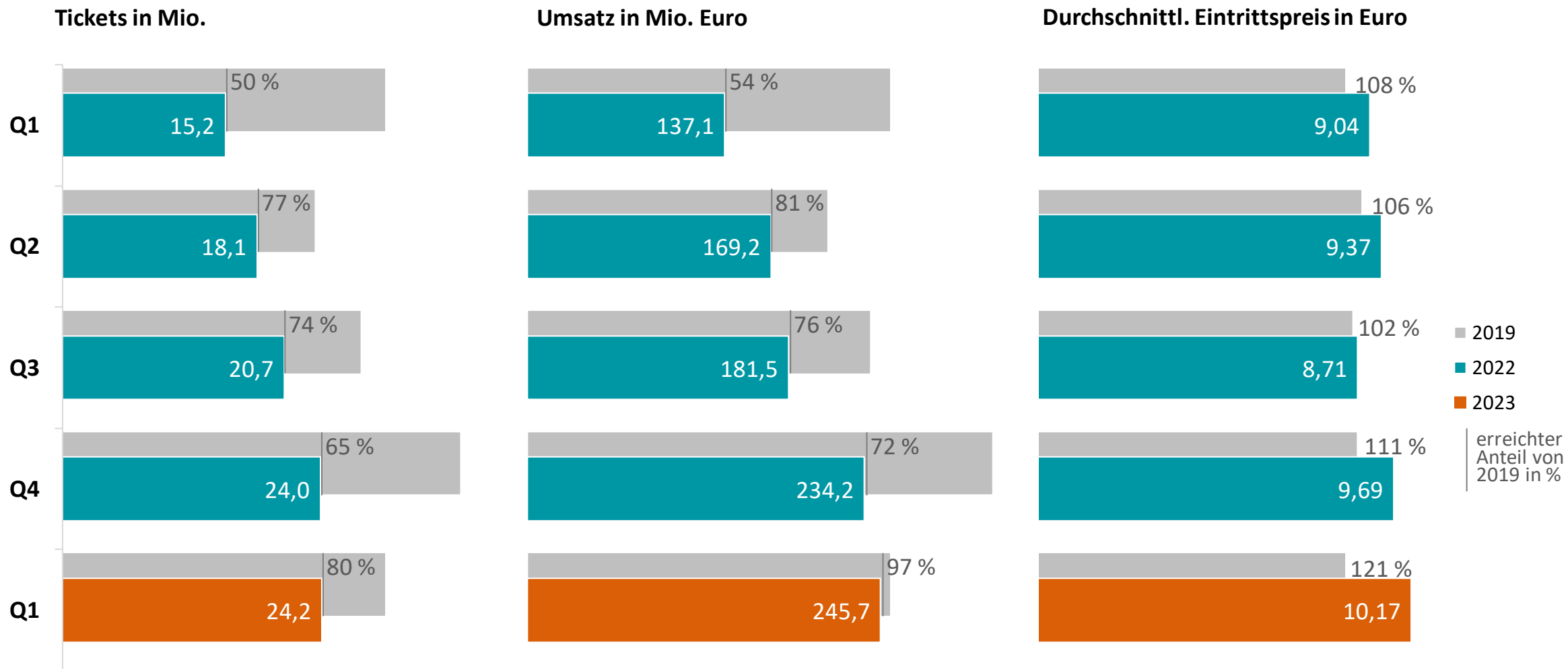
2

1. Quartal 2023

3

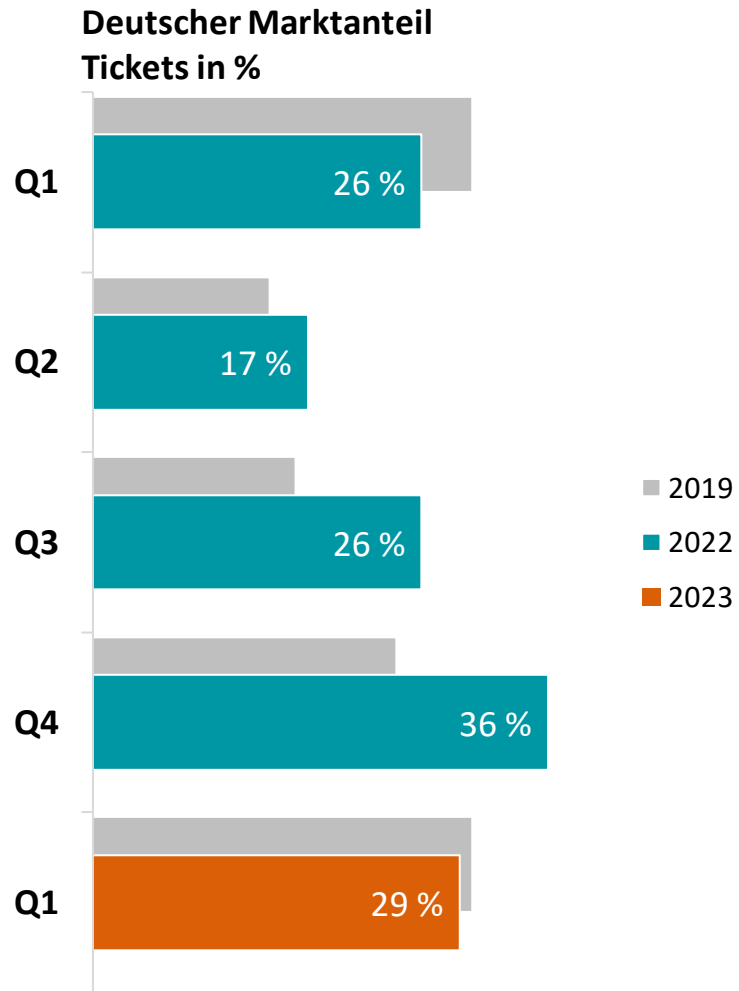
Kinopotenzial: All Eyes on Audiences

TICKETS, UMSATZ, EINTRITTSPREIS – QUARTALE IM VERGLEICH



1. Quartal 2023

DEUTSCHER MARKTANTEIL – QUARTALE IM VERGLEICH



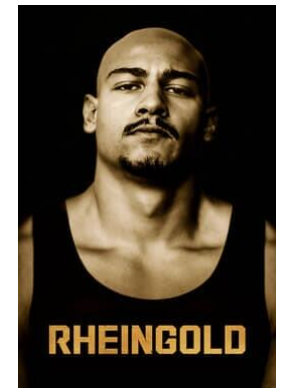
Deutsche Filme, die 2023 1 Mio. Tickets erreichten (Gesamt)



26.01.2023
1.412.815



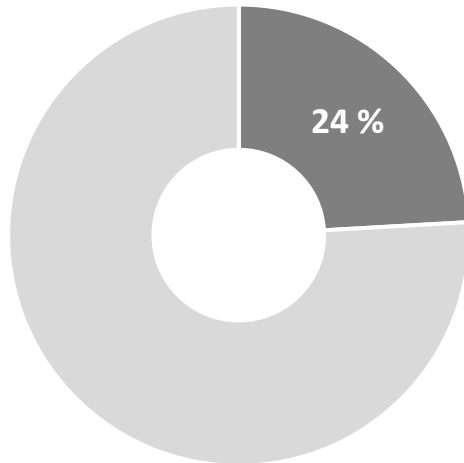
08.12.2022
1.022.426



27.10.2022
1.007.188

REICHWEITE UND FREQUENZ – ERSTES QUARTAL IM VERGLEICH

2019

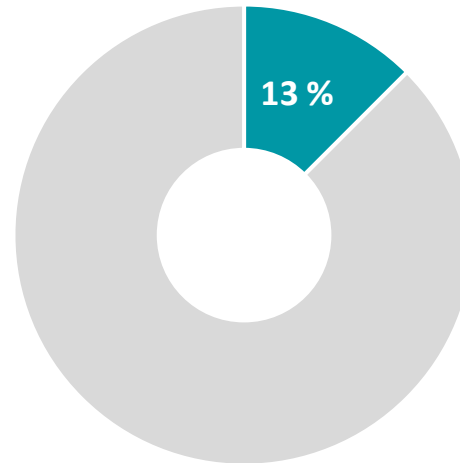


16,2 Mio. Personen

1,9

Besuche/Kinobesucher*in

2022

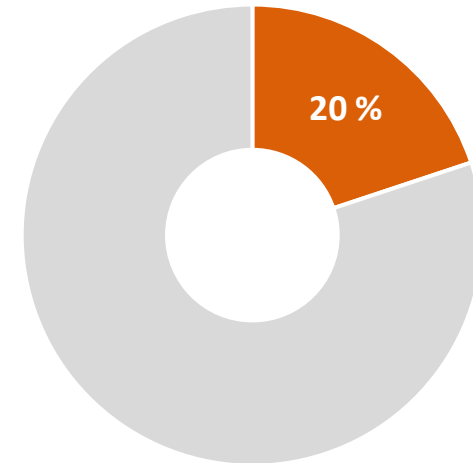


8,2 Mio. Personen

1,7

Besuche/Kinobesucher*in

2023



13,1 Mio. Personen

1,9

Besuche/Kinobesucher*in

AGENDA

1

Der Kinomarkt 2022

Deutsche Filme

Top-10-Filme

Tickets und Eintrittspreis

Kinoreichweite

Bestandsentwicklung







2

1. Quartal 2023

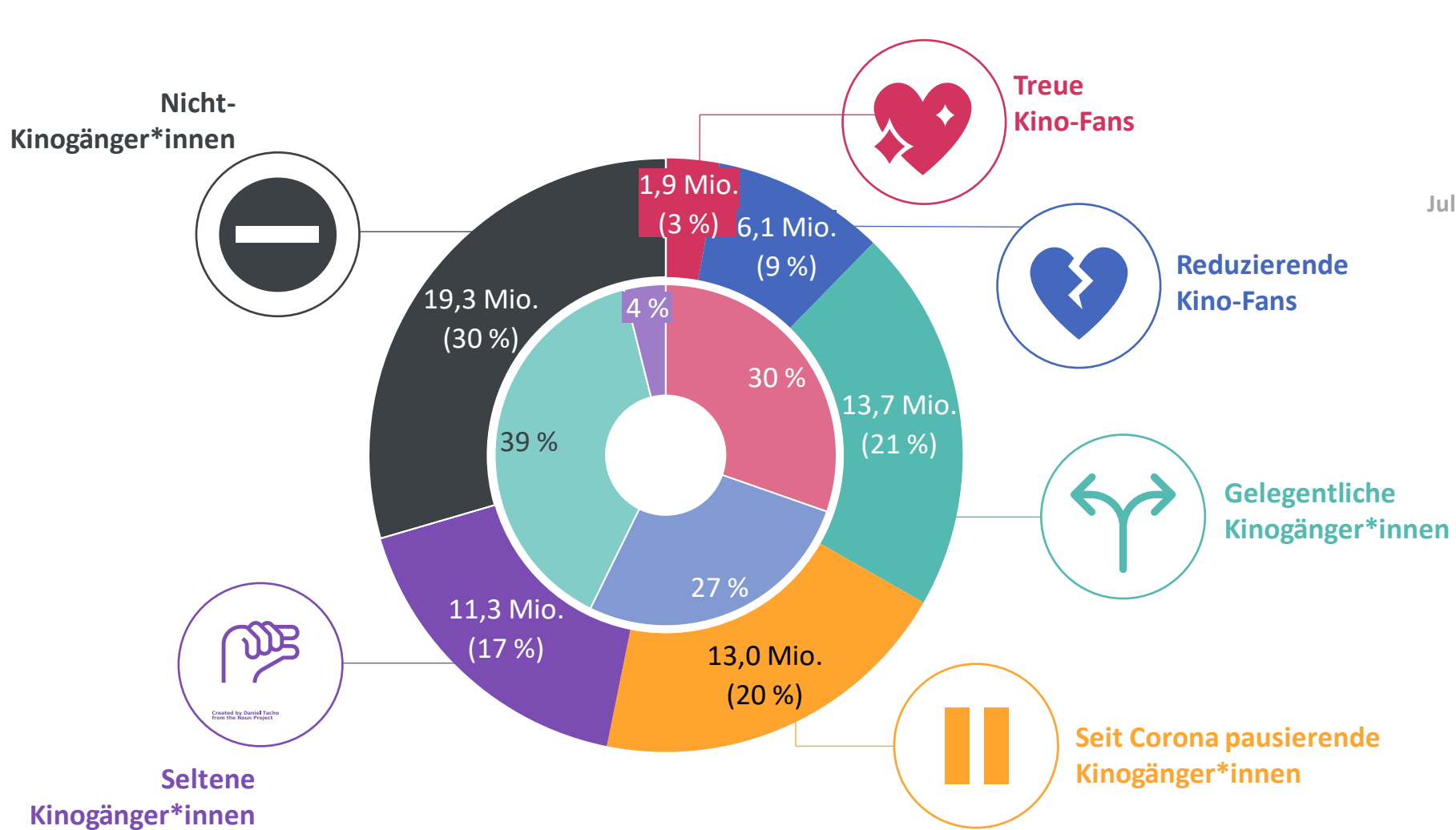
3

Kinopotenzial: All Eyes on Audiences

BESUCHSVERHALTEN VOR UND NACH CORONA – ZIELGRUPPENDEFINITION

		Kinoverhalten im Juli 2021-Juni 2022		
		genauso häufig oder häufiger als vor Corona	seltener als vor Corona	gar nicht
Kinoverhalten vor Corona (vor Feb 2020)	häufig (mind. 7x in 12 Monaten)	 Treue Kino-Fans	 Reduzierende Kino-Fans	
	regelmäßig (4-6x in 12 Monaten)			
	unregelmäßig (1-3x in 12 Monaten)	 Gelegentliche Kinogänger*innen		 Seit Corona pausierende Kinogänger*innen
	sporadisch (alle 1-2 Jahre)			
	selten (seltener als alle 2 Jahre)	 Seltene Kinogänger*innen		
	nie	 Nicht-Kinogänger*innen		

ZIELGRUPPEN IM KINOMARKT – ANTEILE SEGMENTGRÖßEN UND TICKETS



TREIBER FÜR DEN KINOBESUCH- TOP 3 IN %



Treue Kino-Fans

Bild & Ton

78

Sauberkeit

75

Filmangebot

73



Reduzierende Kino-Fans

Bild & Ton

76

Filmangebot

66

Komfort

66



Gelegentliche Kinogänger*innen

Bild & Ton

71

Komfort

61

Sauberkeit

60



Pausierende Kinogänger*innen

Bild & Ton

66

Sauberkeit

60

Komfort

60



Seltene Kinogänger*innen

Bild & Ton

61

Sauberkeit

54

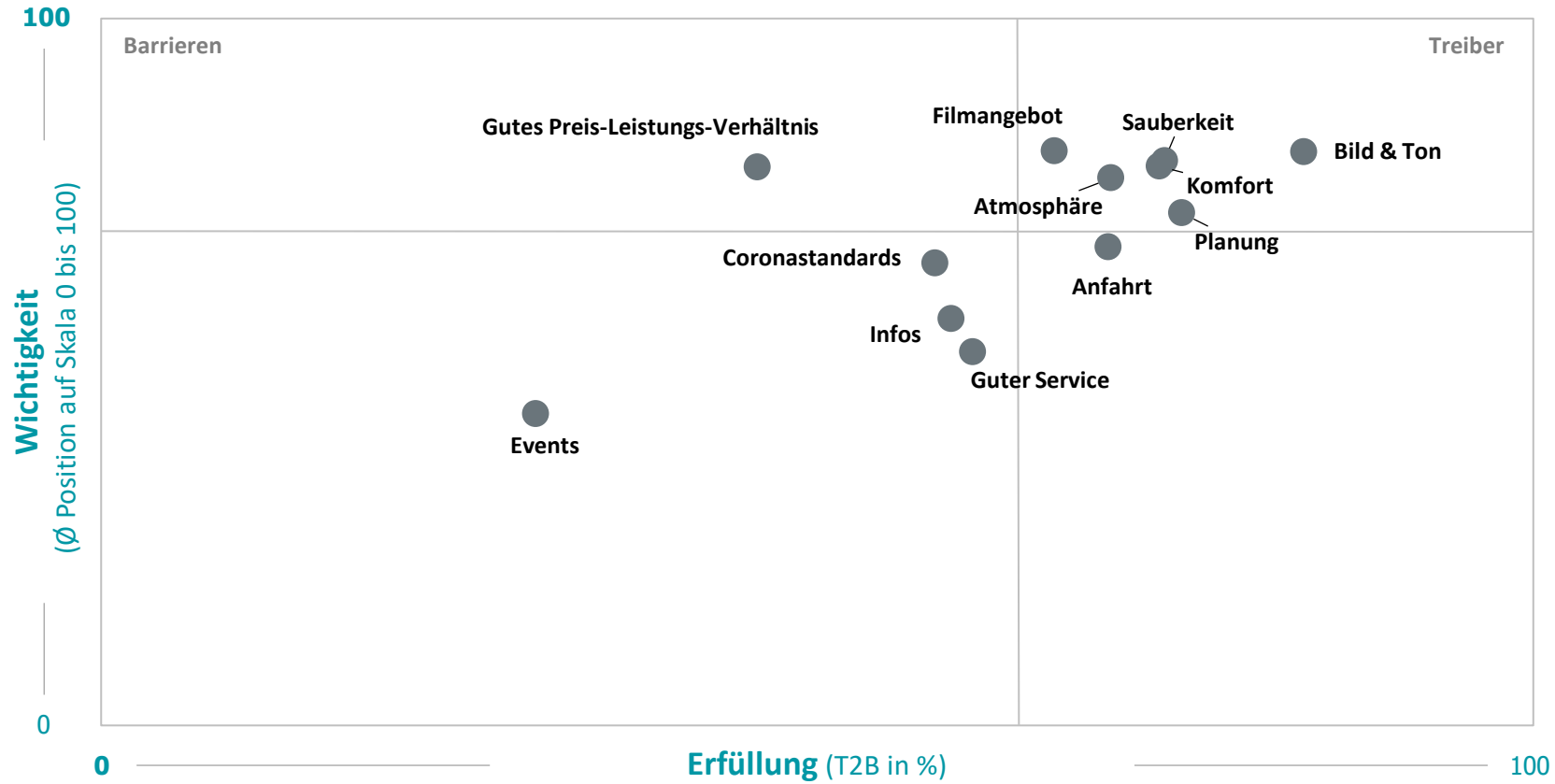
Komfort

50

„Kino ist ein Erlebnis, das könnte man sich nie nach Hause holen. Diese Atmosphäre, die Erinnerungen.“

(Kino-Fan, 25-45 Jahre)

WICHTIGKEIT-ERFÜLLUNG-MATRIX – KINOASPEKTE



ZENTRALE HANDLUNGSFELDER

Erhöhung der Präsenz von Kino

Kino ist bei mir einfach nicht so präsent wie früher.

Andere Freizeitaktivitäten sind mir wichtiger als Kino.

Gezieltere und durchdringendere Informationen

Es gibt zu wenige Kinofilme, die mich interessieren.

Ich bin meistens gar nicht so richtig informiert, was gerade im Kino läuft.

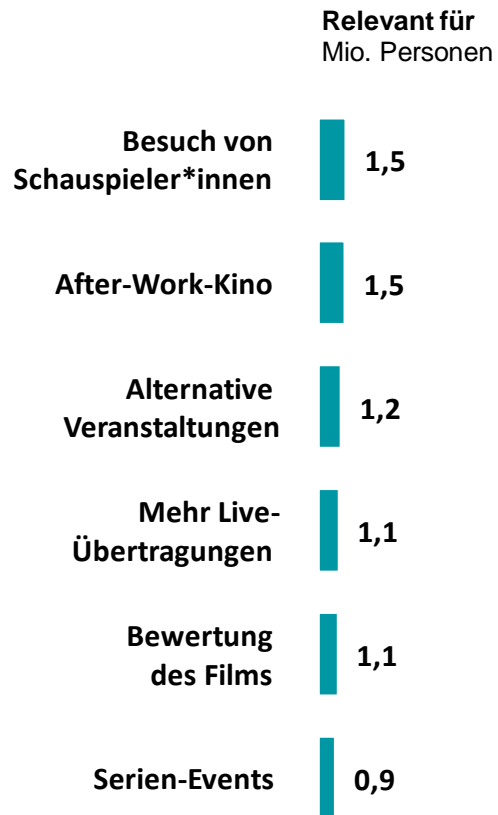
Erhöhung der Preis-Leistung/Wertigkeit

Ich schaue nur noch ausgewählte Filme im Kino, die es mir wert sind.

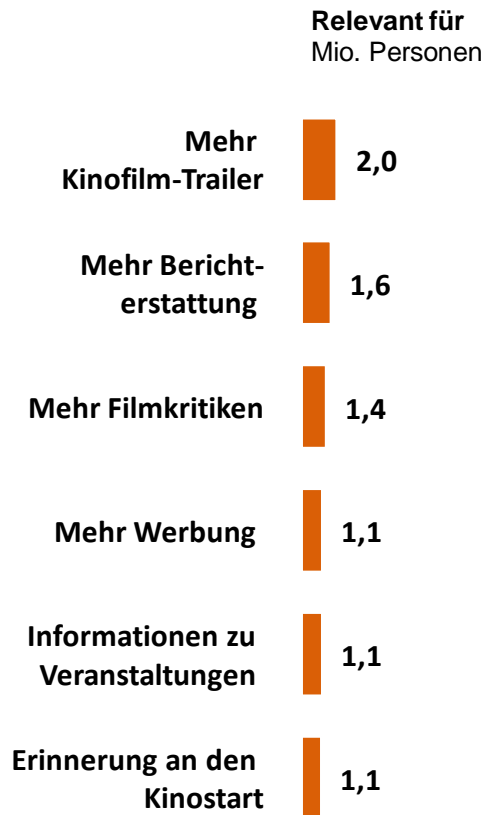
Der Kinobesuch ist mir oftmals zu teuer.

ZENTRALE HANDLUNGSFELDER – BEISPIELE MAßNAHMEN

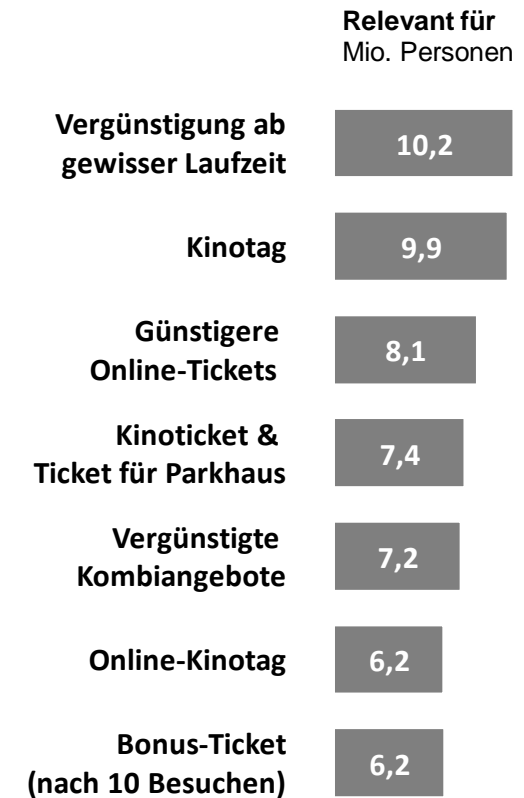
(Nicht vorhandene) besondere
Veranstaltungen sind eine Barriere
für **6,1 Mio. Personen**



Gezielte Informationen sind
eine Barriere für
5,7 Mio. Personen



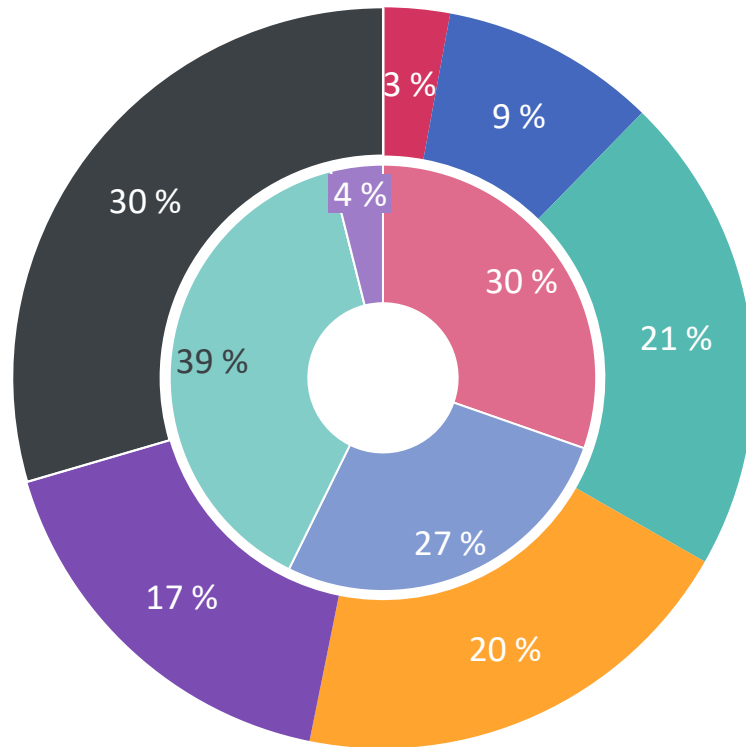
Preis-Leistungs-Verhältnis
ist eine Barriere für
20,3 Mio. Personen



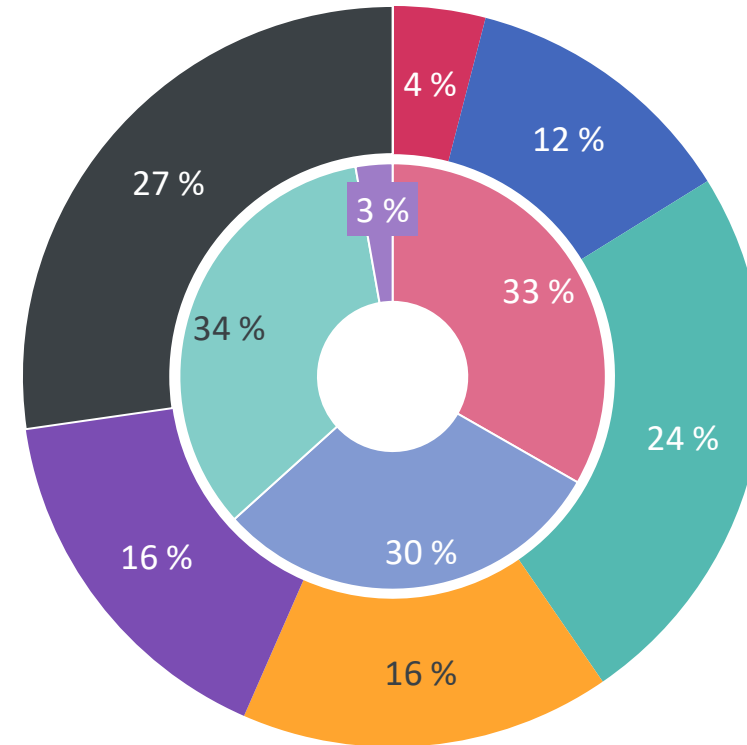
(RE-)AKTIVIERBARES KINOPOTENZIAL



Verteilung Jul 2021-Jun 2022



Zukunftsszenario



**Zusätzlich
24,1 Mio. Tickets
pro Jahr**

Treue Kino-Fans

Reduzierende
Kino-Fans

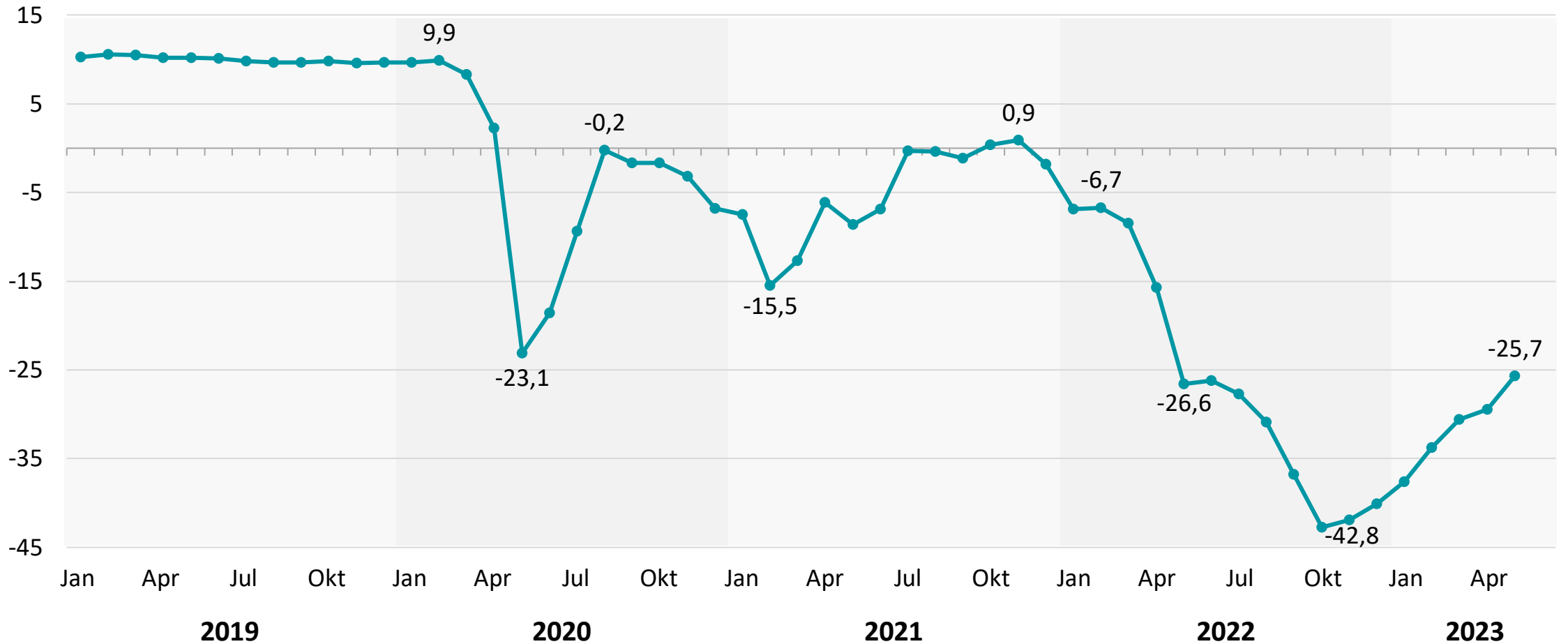
Gelegentliche
Kinogänger*innen

Seit Corona pausierende
Kinogänger*innen

Seltene
Kinogänger*innen

Nicht-
Kinogänger*innen

GfK KONSUMKLIMA – ENTWICKLUNG DER INDIKATORPUNKTE



FFA – Filmförderungsanstalt

Marktforschung und Statistik

Große Präsidentenstraße 9

10178 Berlin

Telefon: 030 / 27 577 0