

Finanzielle Auswirkungen von Covid-19 auf Kinobetreiber



Inhalt

1. Einleitung	3
2. Merkmale und Rahmenbedingungen der deutschen Kinobetreiber	6
3. Analysen der finanziellen Auswirkungen von Covid-19 auf die Kinobetreiber	9
4. Ergebnis	21

1

Einleitung

Auftragsgegenstand

Am 11. Juni 2020 hat uns die Filmförderungsanstalt (FFA) beauftragt, die finanziellen Auswirkungen der Covid-19 Krise auf Kinobetreiber zu ermitteln. Gegenstand unserer Untersuchung ist eine Analyse der aggregierten Auswirkungen auf Umsatz und Kosten; eine Analyse bezogen auf einzelne Filmstarts und dem damit verbundenen Besucherinteresse wurde nicht vorgenommen.

Wir haben diese Untersuchung vom 11. Juni bis zum 15. Juli 2020 in unseren Büroräumen in Frankfurt am Main durchgeführt.

Die FFA hat uns sowohl eigene, als auch von der GfK erhobene, Daten zu Umsätzen und Ticketverkäufen der Jahre 2017 bis 2019 übermittelt. Darüber hinaus standen uns Mitarbeiter der FFA und der Comscore, Inc. für Auskünfte zur Verfügung.



Ausgangslage und unser Vorgehen

Ausgangslage

Um das Infektionsgeschehen durch die Pandemie Covid-19 einzudämmen, wurde in den *Leitlinien gegen die Ausbreitung des Coronavirus* vom 16. März 2020¹ von Bund und Ländern unter anderem die Schließung aller Kinos beschlossen.

Über die Wieder-Öffnung von Kinos wurde auf Ebene der Bundesländer in eigener Verantwortung entschieden: Seit Mai 2020 durften Kinos in einzelnen Bundesländern, ab dem 30. Juni 2020 in allen Bundesländern, wieder öffnen, allerdings verbunden mit verschiedenen Auflagen, um die gesundheitliche Sicherheit der Kinobesucher zu gewährleisten.²

Die Covid-19 Pandemie hat damit für die Kinobetreiber erhebliche wirtschaftliche Auswirkungen: Für den Zeitraum der vollständigen Schließung entfielen die Einnahmen aus dem Kinobetrieb vollständig,³ wobei insbesondere die Fixkosten weiterhin angefallen sind. Die Wiedereröffnung ist mit zusätzlichen Kosten für die Hygienemaßnahmen verbunden; gleichzeitig dürften die Besucherzahlen aufgrund der Auflagen und eines zumindest kurzfristig reduzierten Angebotes von publikumsstarken Filmen zurückgehen.

Unser Vorgehen

In einem ersten Schritt stellen wir ausgewählte Faktoren dar, die Einfluss auf die finanzielle Situation von Kinobetreibern haben. Diese sind:

- die durchschnittliche Umsatzentwicklung innerhalb eines Kalenderjahres,
- die mit der Öffnung der Kinos verbundenen Hygieneanforderungen in den Bundesländern.

In einem zweiten Schritt betrachten wir die erwarteten finanziellen Auswirkungen auf die Kinobetreiber in 2020:

- Zum einen analysieren wir die Folgen eines durch das Abstandsgebot reduzierten Sitzplatzangebots.
- Zum anderen leiten wir die Umsätze und Kosten der Kinobetreiber im Jahr 2020 unter den mit Covid-19 verbundenen Einschränkungen ab und stellen diese den Werten eines durchschnittlichen Jahres gegenüber.

¹<https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/coronavirus/leitlinien-bund-laender-1731000>, zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2020

²Handlungsempfehlungen im Bezug auf die Wiedereröffnung von Kinos sind im „Schutz und Hygiene-Plan in Kinobetrieben zur Wiedereröffnung“ der HDF Kino e.V. und der AG Kino dargestellt, vgl.: www.agkino.de/wp-content/uploads/2020/04/Hygieneplan-Kino-final.pdf, zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2020 ³Ausnahme: Autokinos

2

Merkmale und
Rahmenbedingungen
der deutschen
Kinobetreiber

Die besucher- und umsatzstärksten Quartale für Kinobetreiber sind typischerweise das erste und vierte Quartal eines Jahres

Nach Angaben der FFA gab es im Jahr 2019 deutschlandweit 1.734 Kinos mit 4.961 Kinosälen und 798.442 Sitzplätzen.¹

Durchschnittlich wurden in den Jahren 2017 bis 2019 jährlich insgesamt 115,4 Mio. Kino-Tickets verkauft und ein jährlicher Umsatz aus Ticketverkäufen von rund 1 Mrd. EUR generiert. Einschließlich der Umsätze aus Concession² und 3D-Brillen lag der gesamte durchschnittliche jährliche Umsatz bei rund 1,5 Mrd. EUR.

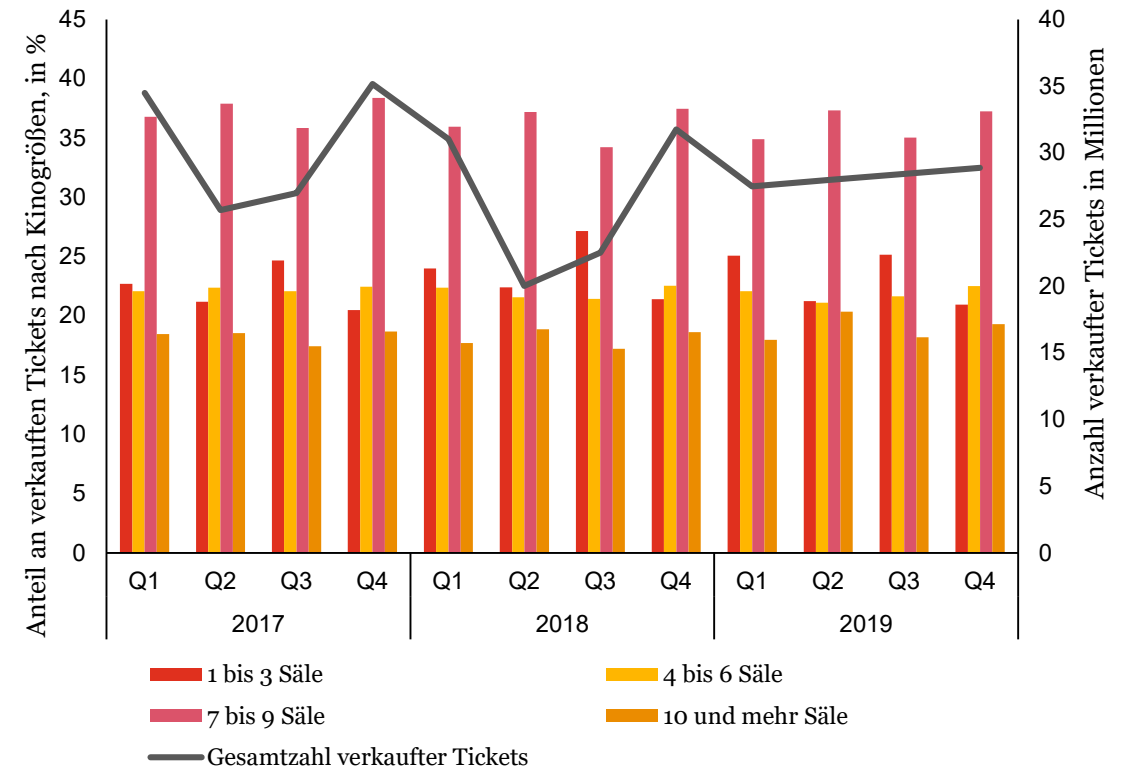
Typischerweise verkaufen deutsche Kinos im 1. und im 4. Quartal deutlich mehr Tickets als im 2. und 3. Quartal: In den Sommermonaten und in der Urlaubssaison ist das Interesse an Kinobesuchen eher geringer. Entsprechend werden im 1. und 4. Quartal durchschnittlich 26% bzw. 30% des Jahresumsatzes erwirtschaftet.

Die Struktur der Kinobranche ist geprägt durch die Anzahl an Kinosälen je Kino. Den größten Anteil an verkauften Tickets und Umsätzen haben Kinos mit 7 bis 9 Sälen. Über alle Quartale hinweg verzeichnen diese Kinos den höchsten Umsatzanteil mit 35 bis 40% (bei knapp 30 % des Sitzplatzangebots). Jeweils etwa 20 % des Gesamtumsatzes entfallen auf Kinos mit 1 bis 3, 4 bis 6 und 10 oder mehr Sälen.

¹vgl. FFA Das Kinoergebnis 2019, www.ffa.de/kinoergebnisse-uebersicht.html, zuletzt aufgerufen 14. Juli .2020

² Zu Concession zählen alle im Kino gekauften Getränke und Snacks, wie z.B. Popcorn.

Entwicklung der Ticketverkäufe nach Kinogröße



Quelle: FFA

Je nach Bundesland ist die Öffnung der Kinos an verschiedene Bedingungen geknüpft

Mit der schrittweisen Lockerung der Ausgangsbeschränkungen in Deutschland durften auch Kinos ihren Betrieb wieder aufnehmen, wobei die Termine der Wieder-Öffnungen vom Bundesland abhingen.

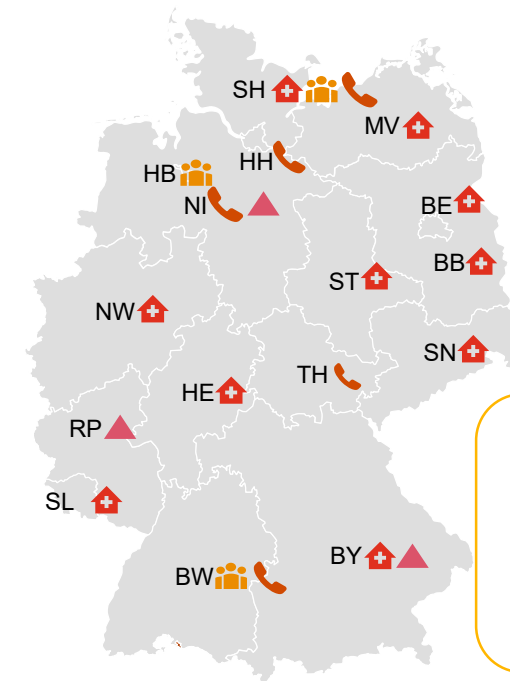
Bundesweit gilt in allen Kinos, sowohl in den Sälen als auch im Eingangsbereich und auf den Gängen, das Abstandsgebot von 1,5 m. In den Kinosälen sind damit nur noch geschätzt rund 20% der ursprünglichen Sitzplätze verfügbar, mit entsprechenden Auswirkungen auf den potentiellen Umsatz.

Andere Voraussetzungen der Öffnung sind länderspezifisch. So gelten in Schleswig-Holstein, Baden-Württemberg und Bremen Obergrenzen für Veranstaltungsbesucher. Außerdem ist in 10 von 16 Bundesländern vor Wiederaufnahme des Kinobetriebs die Vorlage eines von den Kinobetreibern entwickelten und vom zuständigen Gesundheitsamt genehmigten Hygienekonzepts erforderlich.





Seit dem 30. Juni 2020 dürfen Kinos in allen Bundesländern wieder öffnen. Die AG Kino rief Donnerstag, den 2. Juli 2020 als Tag der Wiedereröffnung aus. Nach Angaben von Comscore blieben jedoch auch nach dem ersten Juli-Wochenende weiterhin über die Hälfte der Spielbetriebe geschlossen.¹

¹vgl. <http://beta.blickpunktfilm.de/details/451994>, zuletzt aufgerufen am 14. Juli 2020

Bedingungen der Länder für die Öffnung der Kinos



Stand Juni 2020
Die Vorgaben wurden seitdem mehrfach gelockert.
Die Lockerungen haben nur eine geringe Auswirkung auf den Umsatz, da hauptsächlich das Filmangebot die Nachfrage beeinflusst (vgl. S. 11).

-  Vorlage eines individuellen Hygienekonzepts
 -  Tragen von Mund-Nasen-Schutz während der Vorstellung
 -  Beschränkungen der Besucherzahlen
 -  Aufnahme von Kontaktdaten
- Des weiteren gilt bundesweit die Verpflichtung zur Einhaltung von 1,5 m Abstand auch in Kinos.

3

Analysen der
finanziellen
Auswirkungen von
Covid-19 auf die
Kinobetreiber

Die Anforderungen des Abstandsgebots führen zu einer Einschränkung des Sitzplatzangebots

Aufgrund des Abstandsgebotes in Folge der Covid-19-Pandemie können nach Öffnung der Kinos nicht alle Sitzplätze besetzt werden. Die eingeschränkte Sitzplatzanzahl kann damit wesentliche Auswirkungen auf die erwarteten Besucherzahlen haben.

Im Jahr 2019 betrug die Anzahl der Sitzplätze aller deutschen Kinos rund 800.000.

Mit den Annahmen von

- durchschnittlich zwischen **2,5 bis 3,5 Vorstellungen pro Kinosaal und Tag** und
- dass aufgrund der Covid-19-Abstandsregeln nur **20% der Sitzplätze** eines Kinosaales genutzt werden können,

stehen pro Monat durchschnittlich zwischen 12,2 Mio. und 17,1 Mio. Sitzplätze in deutschen Kinos zur Verfügung.

Annahme	Anzahl Vorstellungen pro Sitzplatz und Tag*		
	2,5	3	3,5
Monat	Verfügbare Sitzplätze in Tsd. **	Verfügbare Sitzplätze in Tsd. **	Verfügbare Sitzplätze in Tsd. **
Juli	12.376	14.851	17.326
August	12.376	14.851	17.326
September	11.977	14.372	16.767
Oktober	12.376	14.851	17.326
November	11.977	14.372	16.767
Dezember	12.376	14.851	17.326
Durchschnitt (Juli-Dez.)	12.243	14.691	17.140

Quelle: FFA, eigene Berechnung

*mit Abstandsregelung: 20% der vorhandenen Sitzplätze

** Die unterschiedliche Anzahl der Sitzplätze im Jahresverlauf ergibt sich aus der Anzahl der Tage im jeweiligen Monat

Das eingeschränkte Ticketangebot deckt die durchschnittliche Ticketnachfrage am Wochenende nicht

Die Kinobesuche sind insbesondere am Wochenende beliebt: Ein Viertel der Kinobesuche der Jahre 2017 bis 2019 fand am Samstag statt, 18% am Sonntag.¹

Wird (1) die Anzahl der durchschnittlich zur Verfügung stehenden Tickets (Ticketangebot) (2) der durchschnittlichen monatlichen Ticketnachfrage unter Berücksichtigung des Besucherverhaltens im Wochenverlauf gegenübergestellt, ist erkennbar, dass das aufgrund der Abstandsregeln eingeschränkte Ticketangebot die durchschnittliche² Nachfrage am Wochenende nicht erfüllen kann.

Unter der Annahme, dass die Ticketnachfrage über alle Kinos hinweg gleichverteilt ist, fehlen **im Zeitraum Juli bis Dezember 2020** zwischen rund 1,1 Mio. und 5,1 Mio. Sitzplätze. Dies entspricht einem **Rückgang von ca. 1 bis 4%** der jährlich im Durchschnitt verkauften Tickets (rd. 115 Mio. verkaufte Tickets).

Allerdings wird das **Filmangebot 2020 aufgrund der Covid-19 Pandemie nicht dem eines Durchschnittjahres entsprechen**. Insbesondere die Anzahl der Starts besucherstarker Filme wird im restlichen Verlauf des Jahres 2020 sinken. In Folge dessen wird entsprechend auch die Nachfrage nach Kinotickets zurückgehen.

Annahme	Anzahl Vorstellungen pro Sitzplatz und Tag*		
	2,5	3	3,5
Wochentag	Anzahl der nachgefragten Tickets, die nicht bedient werden können (Juli-Dezember 2020) ** in Tsd.		
Montag	0	0	0
Dienstag	0	0	0
Mittwoch	0	0	0
Donnerstag	0	0	0
Freitag	-100	0	0
Samstag	-3.900	-2.200	-1.100
Sonntag	-1.100	-400	0
Gesamt	-5.100	-2.600	-1.100

Quelle: FFA, eigene Berechnung

¹vgl. FFA Kinobesucher 2019, <https://www.ffa.de/studien-und-publikationen.html>, zuletzt aufgerufen am 14. Juli 2020

² der Durchschnitt bezieht sich immer auf die Jahre 2017 bis 2019

* mit Abstandsregelung: 20% der vorhandenen Sitzplätze

** Basis für die fehlenden Tickets ist ein Vergleich des Ticketangebots und der Ticketnachfrage auf Monats- und Wochentageebene

Das Verhalten der Kinobesucher wird sich durch die Covid-19 Pandemie verändern

Es ist wahrscheinlich, dass Kinobesucher ihr Verhalten als Reaktion auf Covid-19 anpassen werden:

- Potentielle Kinobesucher, gerade die der Risikogruppen, verspüren angesichts bestehender Infektionsrisiken Unbehagen, mit einer größeren Gruppe unbekannter Personen längere Zeit in einem geschlossenen Raum zu verbringen, und gehen daher nicht ins Kino.
- Gerade das junge Publikum geht auch in Kleingruppen ins Kino. Das damit verbundene Kinoerlebnis ist durch die Abstandsregelungen nicht möglich.
- Der Kinobesuch hängt insbesondere von dem aktuellen Filmangebot ab.¹ Viele geplante Filmstarts wurden mit der Schließung der Kinos verschoben² und es ist noch unklar, ob es bei der jetzigen Planung der Filmstarts bleibt. Da insbesondere Starts von US-Filmen häufig weltweit gleichzeitig erfolgen, ist nicht ausgeschlossen, dass die hohe Anzahl von Neuinfektionen mit Covid-19 in einigen Ländern zu erneuten Verschiebungen internationaler Filme führt. Damit sinkt der Anreiz, ins Kino zu gehen.

Insgesamt ist zu erwarten, dass die Nachfrage nach Kinobesuchen nach der Wiederöffnung der Kinos deutlich unter dem durchschnittlichen Wert der Vorjahre liegen wird.

Um den erwarteten Umsatz der Kinobetreiber nach Wiedereröffnung der Kinos abzuleiten, haben wir Annahmen zum Besucherverhalten getroffen und zwei Szenarien gebildet.

Beiden Szenarien liegen folgende grundsätzliche Annahmen zu Grunde:

- Der Kinobetrieb wird maßgeblich im **Juli 2020** wieder aufgenommen. Im Mai und Juni 2020 wurden von einzelnen Kinos wieder Filme gezeigt und Autokinos gewannen an Popularität.
- Es kommt zu **keiner mit wesentlichen Einschränkungen verbundenen zweiten Covid-19 Welle in Deutschland** in 2020.
- Das **Abstandsgebot** und die **Hygienemaßnahmen** bleiben **bis zum Ende des Jahres 2020** bestehen.

¹ vgl. Studie von S&L Research vom 3. Juli 2020: 33% der Befragten gaben an, aufgrund der Filmauswahl noch nicht ins Kino gehen zu wollen

² vgl. www.cinema.de/kino/news/corona-filme-verschoben-kino-wonder-woman-bond-matrix-301049_ar.html für eine Übersicht der geplanten und verschobenen Kinostarts

Es werden zwei Szenarien unterschieden

Neben den grundsätzlichen Aspekten, die zu einem Nachfragerückgang führen (Unbehagen, fehlendes Gruppenerlebnis) wird insbesondere das Filmangebot und dessen Attraktivität das Besucherverhalten beeinflussen.

Wir haben zwei Szenarien definiert, die sich hinsichtlich des Filmangebots unterscheiden und den Verlauf des monatlichen Besucherverhaltens in Relation zu den durchschnittlichen Besucherzahlen der Jahre 2017 bis 2019 abbilden. Dabei wurde hier eine aggregierte Annahme getroffen, keine detaillierte Unterlegung zu Neustarts und der Popularität einzelner Filme.

Hinweis:

Eine Erweiterung der Kapazität durch Veränderung der Abstands- oder Hygieneregeln (z.B. Abstandsgebot von einem Meter, Einführung einer Maskenpflicht) hätte nur dann einen signifikanten Effekt auf den Umsatz der Kinobetreiber, wenn gleichzeitig wieder attraktive Filme gezeigt würden.

Um das Filmangebot attraktiver zu gestalten, kann eine gesonderte Incentivierung der Verleihe bzw. Produzenten in Erwägung gezogen werden.

Szenario 1:

Neben den bekannten Verschiebungen von Filmstarts gibt es keine wesentlichen zusätzlichen Verschiebungen im Verlauf des Jahres 2020. Das Besucheraufkommen liegt im Dezember 2020 bei 80% des durchschnittlichen Besucheraufkommens. Das reduzierte Sitzplatzangebot führt zu keiner zusätzlichen Beschränkung der Nachfrage.

Szenario 2:

Im Laufe des Jahres gibt es weitere wesentliche Verschiebungen von Filmstarts mit besonders hoher Attraktivität für Kinobesucher, einem Kinobesuch wird weiterhin zögerlich entgegengeblickt. Das Besucheraufkommen liegt im Dezember 2020 bei 50% des durchschnittlichen Besucheraufkommens.

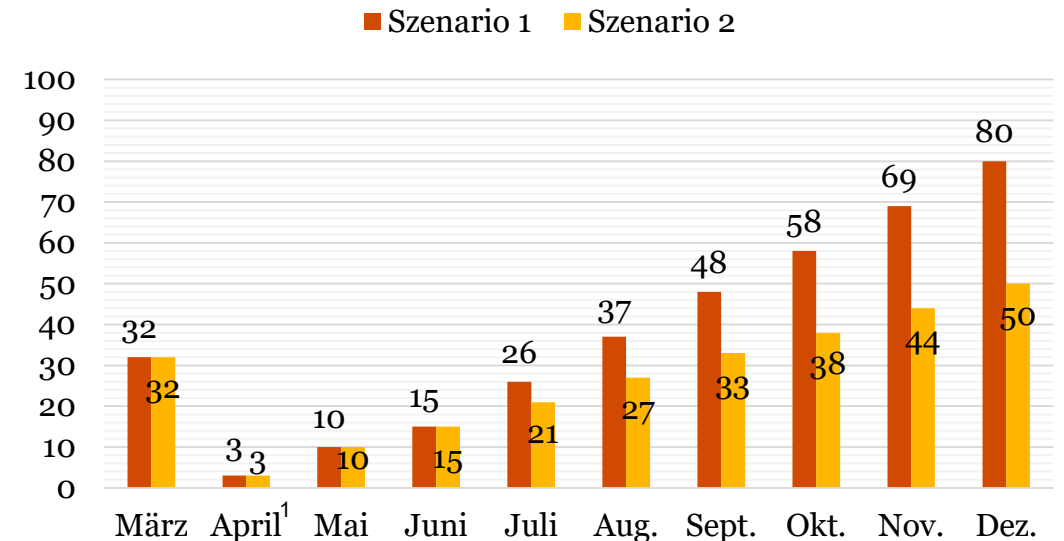
Der Verlauf des monatlichen Besucherverhaltens in Relation zu den durchschnittlichen Besucherzahlen

In beiden Szenarien basieren die Werte der Kinobesucher als Anteil der Kinobesucher im Durchschnittsjahr für **März bis Mai 2020** auf den tatsächlich beobachteten Besucherzahlen.

Für den Monat **Juni 2020** wurde - orientiert an dem Wert für Mai - ein Anteil von 15 % in beiden Szenarien gesetzt.

Darüber hinaus wurde der Anteil der Kinobesucher in den nachfolgenden Monaten linear bis zu dem angenommenen Wert in **Dezember 2020** (Szenario 1: 80 %, Szenario 2: 50%) fortgeschrieben.

Anteil der Kinobesucher in Szenario 1 und Szenario 2 im Jahr 2020, bezogen auf die Anzahl der Kinobesucher im Durchschnitt der Jahre 2017-2019 (in %)



Quelle: FFA, eigene Berechnung

¹Inbesondere Autokinos

Über die Besucherentwicklung lassen sich die Auswirkungen auf den Umsatz der Kinobetreiber ableiten

Durchschnittliche Umsätze

Auf Grundlage der monatlichen Umsätze aus Ticketverkäufen und Informationen zu Umsätzen aus Concession und 3D-Brillen für die Jahre 2017 bis 2019 werden die monatlichen Gesamtumsätze abgeleitet, die in einem durchschnittlichen Jahr, also ohne mit der Pandemie verbundene Auswirkungen, zu erwarten gewesen wären.

Erlöse aus Werbung, wie zum Beispiel Leinwandwerbung, und Vermietung, zum Beispiel für Firmen-Events, werden in unserer Umsatzaufstellung nicht berücksichtigt, da uns hierzu keine Informationen vorliegen.

So lässt sich ein **durchschnittlicher Gesamtjahresumsatz¹** der Kinobetreiber von **rund 1.500 Mio. EUR** ableiten.

¹ Umsätze aus Ticketverkäufen, Concession und 3D-Brillen

Umsätze im Covid-19 Fall

Da die Ticketkäufe, die Ausgaben für Concession und für 3D-Brillen von der Anzahl der Kinobesucher abhängen, werden über die angenommenen Auswirkungen von Covid-19 auf das Besucherverhalten die erwarteten Umsätze nach Wiedereröffnung der Kinos (kurz: Covid-19 Fall) abgeschätzt.

Dabei gehen wir zusätzlich davon aus,

- dass sich die Preise je Ticket nicht verändern² und
- dass die Ausgaben von Kinobesucher für Concession und 3-D Brillen auch in Zeiten mit Einschränkungen durch Covid-19 durchschnittlich unverändert bleiben.

Unter diesen Annahmen lässt sich für das **Jahr 2020 ein Gesamtjahresumsatz ableiten:**

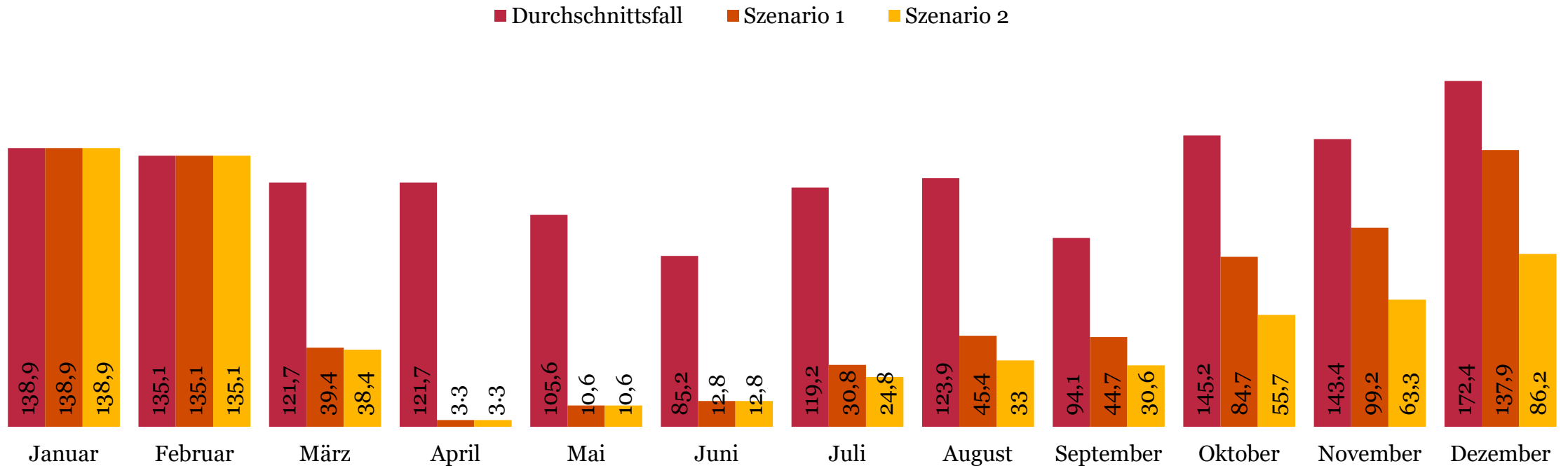
Im **Szenario 1 von rund 800 Mio. EUR.**

Im **Szenario 2 von rund 650 Mio. EUR.**

² unabhängig von der befristeten Reduzierung des Umsatzsteuersatzes

Monatliche Umsatzentwicklung im Durchschnittsfall und in den Covid-19 Szenarien

Monatlicher Umsatz im Durchschnittsfall sowie in Szenario 1 und Szenario 2 in 2020 (in Mio. EUR)



Quelle: FFA, GfK, eigene Berechnungen

Die mit Covid-19 verbundenen Einschränkungen wirken sich auch auf die Kosten der Kinobetreiber aus - Kosten im Durchschnittsfall

Mit den durch Covid-19 verbundenen Einschränkungen werden sich auch die bei den Kinobetreibern anfallenden Kosten verändern. Je nach Kostenart hängen diese Veränderungen entweder unmittelbar mit der Veränderung der Anzahl der Besucher ab oder sie sind von der Besucheranzahl im wesentlichen unabhängig.

Da Informationen zu den aggregierten Kosten der Kinobetreiber nach Kostenarten oder insgesamt nicht vorliegen, werden diese überschlägig abgeleitet. Hierbei ist zu beachten, dass die Kostenstruktur eines Kinos je nach Kino-Typ variieren kann.

Basierend auf einem Jahresumsatz von 1.500 Mio. EUR pro Jahr und einer angenommenen **Umsatzrendite von 4 bis 5% (vor Steuern)*** lassen sich durchschnittliche Gesamtkosten von rund 1.425 Mio. EUR ableiten.

Es wird die folgende Kostenaufteilung unterstellt:

Kostenart	Anteil
Filmmiete, FFA-Abgabe, GEMA	38%
Fixkosten	20%
Personal	16%
Material	6%
Raumkosten ¹	6%
Verwaltung ²	5%
Marketing und Reisekosten; Betriebsmittel/Wartung ³ ; Sonstiges ⁴	9%

Quelle: Eigene Annahmen basierend auf RINKE und rmc medien + kreativ consult: Wirtschaftliche Auswirkungen der Covid-19-Pandemie auf die Kinowirtschaft im Jahr 2020, 2020 und Oliver Castendyk: Kinobetriebsstudie, 2015

¹ z.B. Energie- und Reinigungskosten, Unterhalt des Gebäudes

² Administration (z.B. Buchhaltung), Marketing, Geschäftsführungskosten

³ Unterhalt der Technik ⁴ z.B. Kosten für IT-Systeme für Kasse, Projektion; Sachversicherung, Beiträge; sonstige operative Kosten

* Im Folgenden rechnen wir mit einer Umsatzrendite von 4,5%

Die Kosten der Kinobetreiber entwickeln sich im Zeitverlauf unterschiedlich (1/2)

Die Veränderung der bei den Kinobetreibern anfallenden Kosten im Covid-19 Fall hängt von der Art der Kosten und dem Zeitpunkt im Jahresverlauf ab. Wir haben die folgenden vereinfachenden Annahmen getroffen:

- Die **Kosten für Filmmiete, FFA, GEMA und für Material** werden als linear abhängig von der Anzahl der Kinobesuche verstanden, so dass ihre Entwicklung im Zeitverlauf den Annahmen über das Verhalten der Kinobesucher entspricht. (Die Entwicklung der Kosten wird somit als Differenz aus 100% und dem Anteil der Kinobesucher dargestellt, die je Szenario ins Kino gehen - vgl. Folie 15.)
- Für die **Personalkosten** wird angenommen, dass sie während des Lockdowns deutlich abgenommen haben (u.a. durch Inanspruchnahme von Kurzarbeitergeld) und mit der Öffnung ab Juli nahezu ihr altes Niveau erreichen.
- Die **Fixkosten** für Miete, Abschreibungen oder Kapitalkosten verändern sich im Jahresverlauf trotz Covid-19 nicht. Es ist zwar möglich, dass Vermieter oder Darlehensgeber ihre Forderungen aufschieben. Da diese jedoch nicht entfallen, sondern lediglich zu einem späteren Zeitpunkt zu entrichten sind, wird die Höhe der Infrastrukturkosten unverändert angesetzt.
- **Raumkosten** werden aufgrund erhöhtem Reinigungsbedarfs mit der Öffnung zum Juli als ansteigend angenommen. Dies gilt ebenso für die **Marketingkosten**, die mit der Öffnung und ggf. mit der Verbreitung des Hygienekonzepts der Kinos verbunden sind.
- **Einmalig anfallende Kosten** zur Ausarbeitung und Umsetzung der Hygienemaßnahmen, zum Beispiel für bauliche Veränderungen, werden vereinfachend nicht in die Berechnung mit aufgenommen. Diese werden als Teil der ansteigenden Raumkosten verstanden.

Die Kosten der Kinobetreiber entwickeln sich im Zeitverlauf unterschiedlich (2/2)

Die angenommenen Veränderungen der Kosten im Covid-19-Fall sind als Veränderung gegenüber den Kosten im Durchschnittsfall dargestellt.

Kostenart	Jan. 2020	Feb. 2020	März 2020	April 2020	Mai 2020	Juni 2020	Juli 2020	Aug. 2020	Sept. 2020	Okt. 2020	Nov. 2020	Dez. 2020
Szenario 1												
Filmmiete, FFA, GEMA, Material	0 %	0 %	-68 %	-97 %	-90 %	-85 %	-74 %	-63 %	-52 %	-42 %	-31 %	-20 %
Szenario 2												
Filmmiete, FFA, GEMA, Material	0%	0%	-68%	-97%	-90%	-85%	-79%	-73%	-67%	-62%	-56%	-50%
Für beide Szenarien gültig:												
Personalkosten	0 %	0 %	-20 %	-90 %	-80 %	-20 %	-20 %	-20 %	-20 %	-20 %	-20 %	-20 %
Fixkosten	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Raumkosten	0 %	0 %	-50 %	-90%	-80%	-80 %	25 %	25 %	25 %	25 %	25 %	25 %
Verwaltung	0 %	0 %	-50 %	-50 %	-50 %	-50 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Marketing und Reisekosten	0 %	0 %	-50 %	-100%	-100%	-75 %	50 %	50 %	25 %	0 %	0 %	0 %
Betriebsmittel/ Wartung	0 %	0 %	-50%	-75 %	-75 %	-75 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Sonstiges	0 %	0 %	0 %	-75%	-75 %	-75 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %

Quelle: eigene Annahmen

Auswirkungen auf den Gewinn vor Steuern

Durchschnittsfall		Szenario 1		Szenario 2	
Umsatz	1.500 Mio. EUR	Umsatz	800 Mio. EUR	Umsatz	650 Mio. EUR
Kosten	1.425 Mio. EUR	Kosten	1.025 Mio. EUR	Kosten	975 Mio. EUR
Gewinn (vor Steuern)	75 Mio. EUR	Gewinn (vor Steuern)	- 225 Mio. EUR	Gewinn (vor Steuern)	- 325 Mio. EUR
Veränderung des Gewinns vor Steuern gegenüber dem Durchschnittsfall		- 300 Mio. EUR		- 400 Mio. EUR	

In einem durchschnittlichen Jahr erwirtschaften die Kinobetreiber einen Gesamtumsatz von ca. 1.500 Mio. EUR.

Bei einer Umsatzrendite von 4,5% belaufen sich die Kosten auf rund 1.425 Mio. EUR. Daraus ergibt sich ein Gewinn vor Steuern von rund 75 Mio. EUR.

Im Covid-19 Fall sinkt der Jahresumsatz für 2020 aufgrund des dargestellten Besucherverhaltens auf einen Wert zwischen 650 und 800 Mio. EUR. Auch die Gesamtkosten der Kinobetreiber werden aufgrund der zuvor dargestellten Annahmen sinken, auf einen Wert zwischen 975 und 1.025 Mio. EUR.

Damit ergibt sich für die Kinobetreiber eine erwartete **Reduzierung des Gewinns vor Steuern von rund 300 bis 400 Mio. EUR** im Vergleich zum Durchschnittsfall.

4

Ergebnis

Zusammenfassendes Ergebnis

Es ist zu erwarten, dass sich die Anzahl der Kinobesucher aufgrund von Faktoren wie dem potentiellen Infektionsrisiko und einem weniger attraktiven Filmangebot in 2020 gegenüber einem Durchschnittsjahr verringern wird.

Unter den Annahmen, dass es 2020 zu keiner mit wesentlichen Einschränkungen verbundenen zweiten Covid-19 Welle in Deutschland kommt und dass das Abstandsgebot und die Hygienemaßnahmen bis Ende des Jahres bestehen bleiben, wurden zwei Szenarien abgeleitet, die zwei unterschiedliche Entwicklungen im Filmangebot als Folge der Covid-19 Pandemie berücksichtigen.

Der Umsatz der Kinobetreiber sinkt in diesen Szenarien um rund 47 bis 57%, gleichzeitig reduzieren sich die bei den Kinobetreibern anfallenden Kosten um 28 bis 32%.

Auf dieser Grundlage lässt sich ableiten, dass sich **das Ergebnis vor Steuern** der Kinobetreiber im Jahr 2020 in diesen beiden Szenarien im Vergleich zum Durchschnittsfall

um rund 300 bis 400 Mio. EUR reduziert.

Aggregiert betrachtet geht damit das Ergebnis vor Steuern im Vergleich zu dem durchschnittlichen Wert der Jahre 2017 bis 2019 **um das 4-Fache bis 5,3-Fache** zurück.

In diesem Ergebnis sind die Wirkungen, die durch den Wegfall/ die Verringerung von Einnahmen aus Werbung und Vermietung entstehen, nicht enthalten.

[pwc.de](https://www.pwc.de)

© 2020 PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.

Alle Rechte vorbehalten. "PwC" bezeichnet in diesem Dokument die PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, die eine Mitgliedsgesellschaft der PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) ist. Jede der Mitgliedsgesellschaften der PwCIL ist eine rechtlich selbstständige Gesellschaft.