

Home Video und Kino – 1. Halbjahr 2025

Entwicklungen auf Basis des YouGov Shopper Konsument*innenpanels

YUGOV SHOPPER – METHODENSTECKBRIEF MEDIA SCOPE



INHALT

Erfassung Kinobesuche der in Deutschland lebenden Privatpersonen ab 10 Jahren.



METHODE

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



HOCHRECHNUNG

Die Ergebnisse werden auf die Grundgesamtheit (Stand Januar 2025: 75,5 Mio.) der in Deutschland lebenden Privatpersonen ab 10 Jahren hochgerechnet.



STICHPROBE

Kontinuierliches Konsument*innenpanel von 20.000 (brutto) in Deutschland lebenden Einzelpersonen ab 10 Jahren (Stand Januar 2025).

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 (Euro, % usw.) auftreten. Zur besseren Lesbarkeit wurden die Beschriftungen der $\leq 0,5$ %-Werte aus den Grafiken entfernt.

YUGOV SHOPPER – GRUNDGESAMTHEIT

Anpassung der Grundgesamtheit auf die in Deutschland lebende Bevölkerung

Die Grundgesamtheit des Konsument*innenpanels Media Scope (bereitgestellt durch YouGov Shopper) wurde nach mehreren Jahren der Vorbereitung mit dem Jahr 2025 umgestellt: Untersucht werden nun nicht mehr nur deutsche Staatsbürger*innen, sondern **alle in Deutschland lebenden Menschen** ab 10 Jahren. Durch diese Umstellung wird die **Repräsentativität weiter erhöht** und die aktuelle Bevölkerungsstruktur noch genauer abgebildet.

Die Umstellung führt zu einer **Erhöhung der absoluten Käufer*innen**. Im Vergleich zu Publikationen in den Vorjahren können sich berichtete Volumina (Ausgaben, Mengen) in sehr geringem Maße ändern.

Um die **Vergleichbarkeit der Zeitreihen** zu gewährleisten, erfolgt die Umstellung auf die neue Grundgesamtheit **rückwirkend** für die vorliegenden Zahlen ab dem Jahr 2019.

INHALT

01 | Marktentwicklung im Langzeitverlauf

02 | Entwicklung der Reichweiten

03 | Der Home-Video-Markt

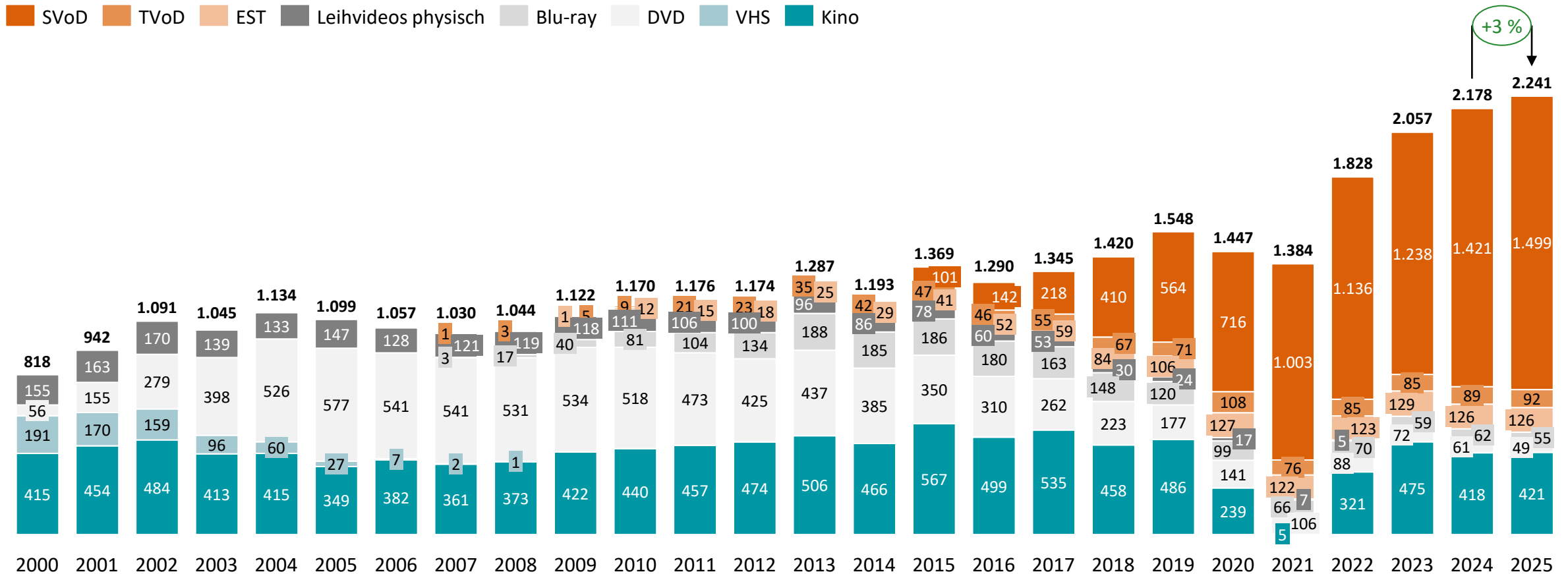
04 | Der Kinomarkt

05 | Zusammenfassung

06 | Begrifflichkeiten

MARKTENTWICKLUNG IM LANGZEITVERLAUF

Alle Zeiträume Januar bis Juni; Ausgaben in Mio. €



INHALT

01 | Marktentwicklung im Langzeitverlauf

02 | **Entwicklung der Reichweiten**

03 | Der Home-Video-Markt

04 | Der Kinomarkt

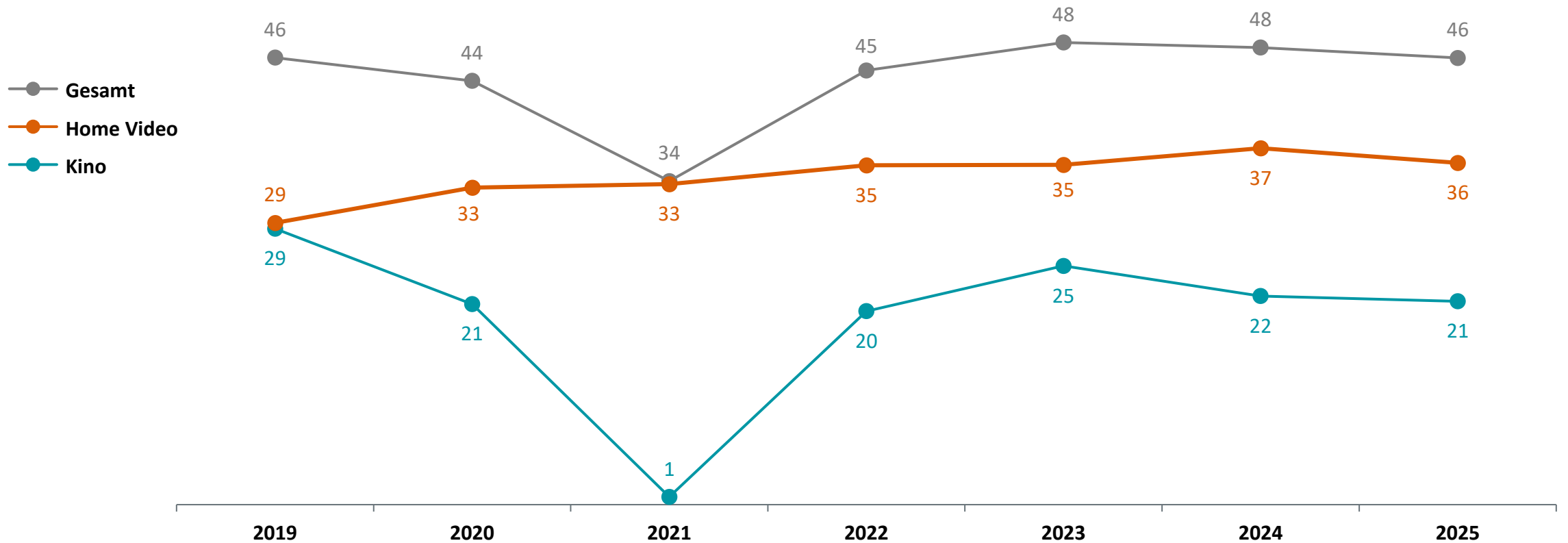
05 | Zusammenfassung

06 | Begrifflichkeiten

Home Video und Kino – 1. Halbjahr 2025

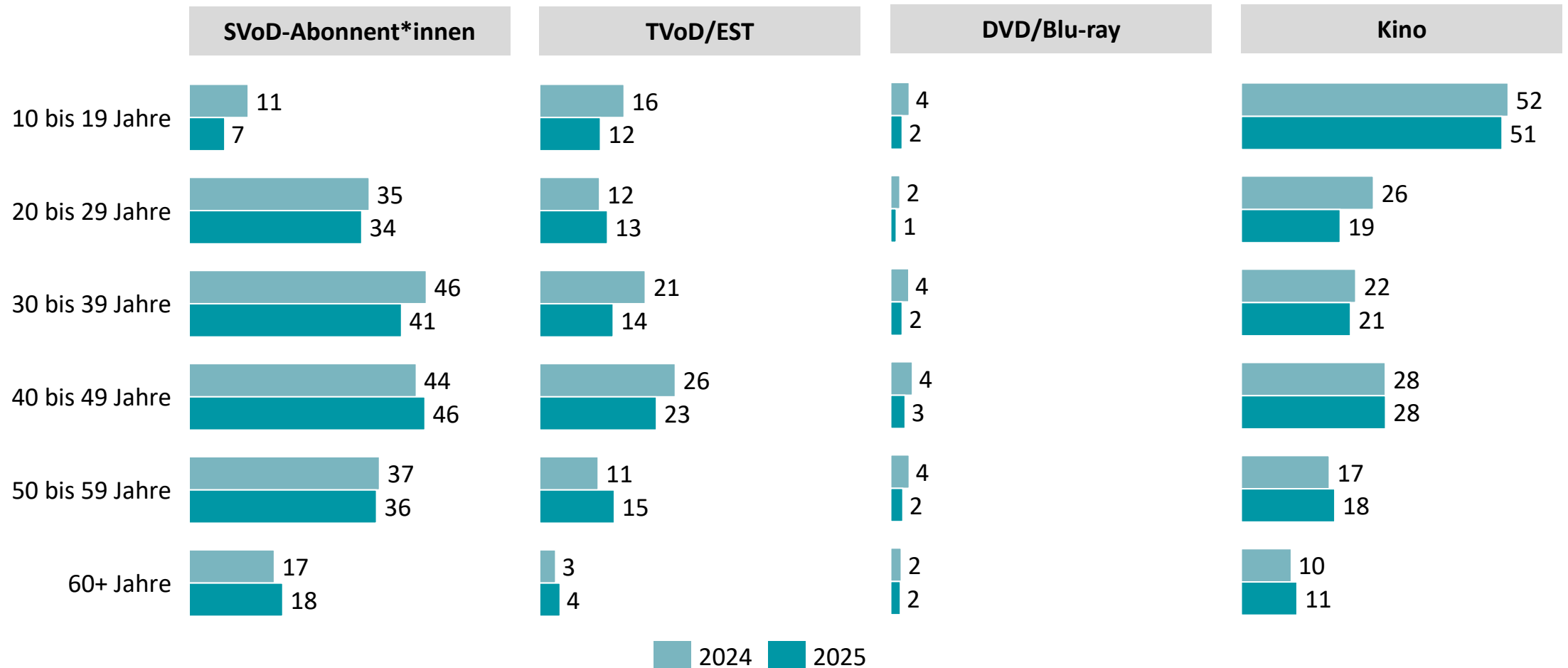
ENTWICKLUNG DER REICHWEITEN

Alle Zeiträume Januar bis Juni; Reichweite vs. Bevölkerung in %



REICHWEITEN NACH ALTERSGRUPPEN (PERSONEN MIT AUSGABEN)

Alle Zeiträume Januar bis Juni; Reichweite vs. Bevölkerung in %



INHALT

01 | Marktentwicklung im Langzeitverlauf

02 | Entwicklung der Reichweiten

03 | Der Home-Video-Markt

04 | Der Kinomarkt

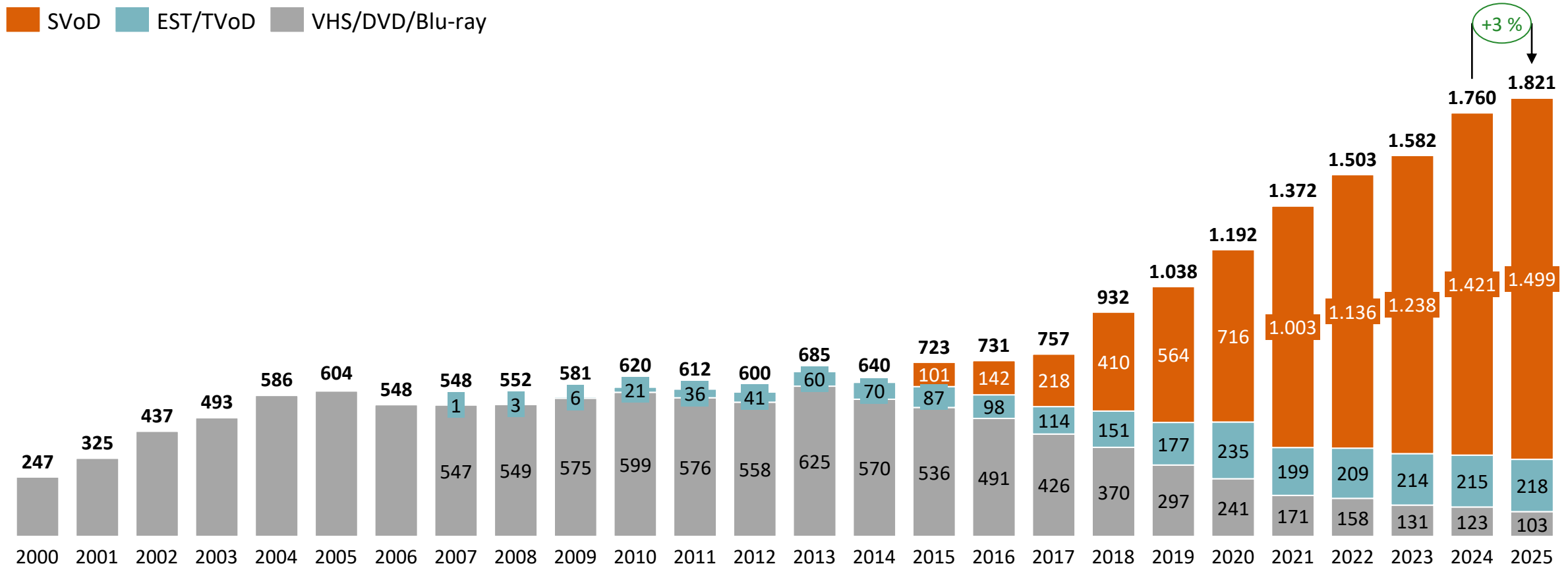
05 | Zusammenfassung

06 | Begrifflichkeiten

Home Video – 1. Halbjahr 2025

HOME-VIDEO-GESAMTMARKT IM LANGZEITVERLAUF

Alle Zeiträume Januar bis Juni; Ausgaben in Mio. €



Quelle: FFA auf Basis des YouGov Shopper Panels.

Home Video (ab 2023 exkl. Leihvideos DVD/Blu-ray); n 2025 = 39.934

Neubewertung von Amazon Prime ab 2018, eine Vergleichbarkeit mit den Vorjahren ist nur eingeschränkt möglich.

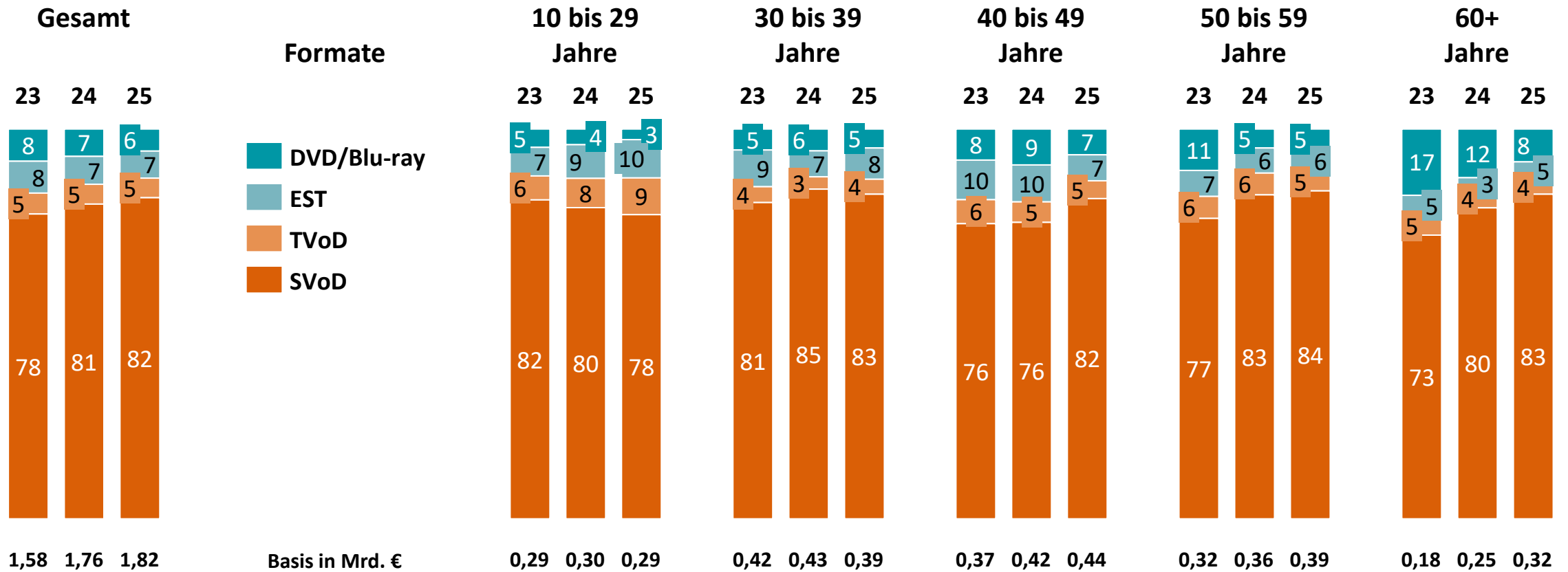
ÜBERSICHT DER FORMATENTWICKLUNG IM VERGLEICH ZUM VORJAHR

Januar bis Juni 2025; Kennzahlen

Lesebeispiel:		Home-Video-Markt gesamt	
Mit Kaufvideos wurden im 1. Halbjahr 2025 229 Mio. Euro umgesetzt, dies entspricht einem Rückgang von 8 % im Vergleich zum 1. Halbjahr 2024. Auf Kaufvideos entfallen 13 % des Home-Video-Umsatzes.		1.821 Mio. € (+3 %)	
Kaufvideos		TVoD	SVoD
229 Mio. € (-8 %) (13 %)		92 Mio. € (+3 %) (5 %)	1.499 Mio. € (+5 %) (82 %)
DVD/Blu-ray		EST/TVoD	
103 Mio. € (-16 %) (6 %)		218 Mio. € (+1 %) (12 %)	
DVD	Blu-ray	EST	
49 Mio. € (-21 %) (3 %)	55 Mio. € (-11 %) (3 %)	126 Mio. € (±0 %) (7 %)	

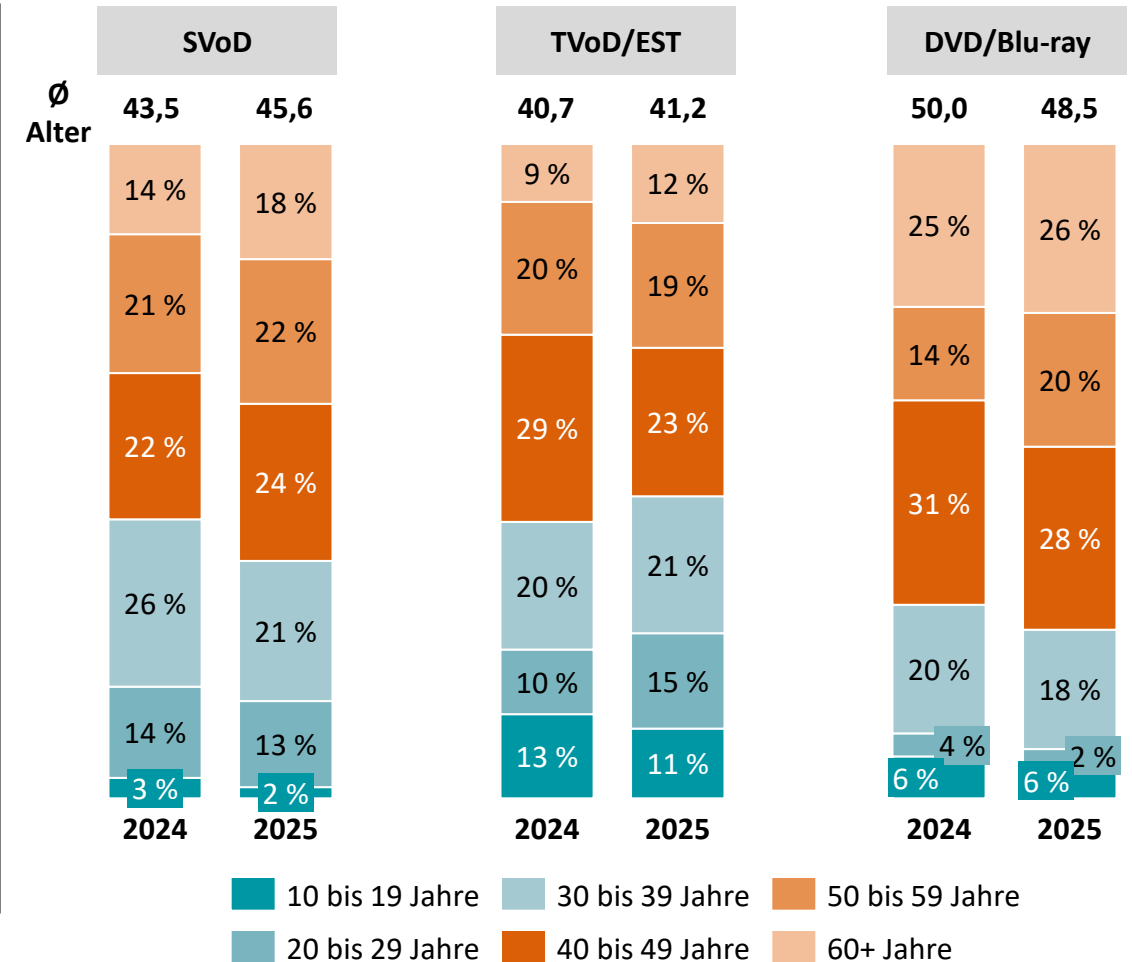
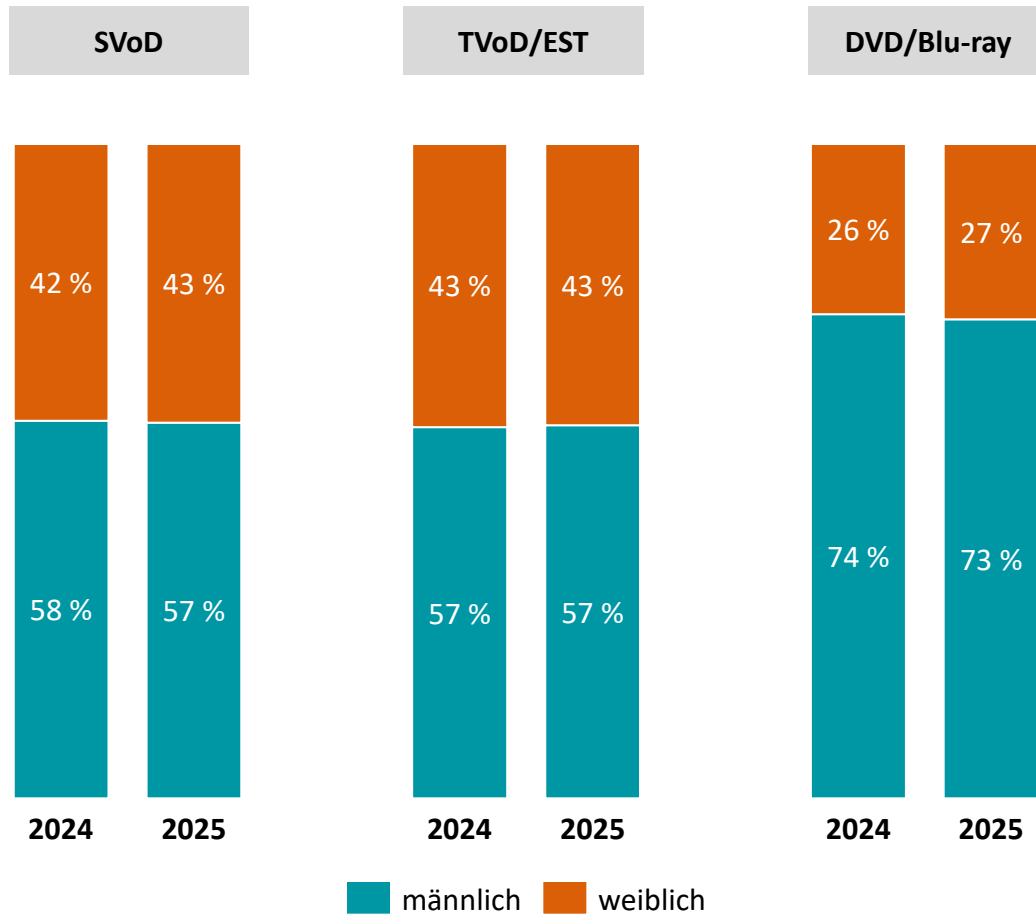
HOME-VIDEO-MARKT

Alle Zeiträume Januar bis Juni; Ausgaben in %



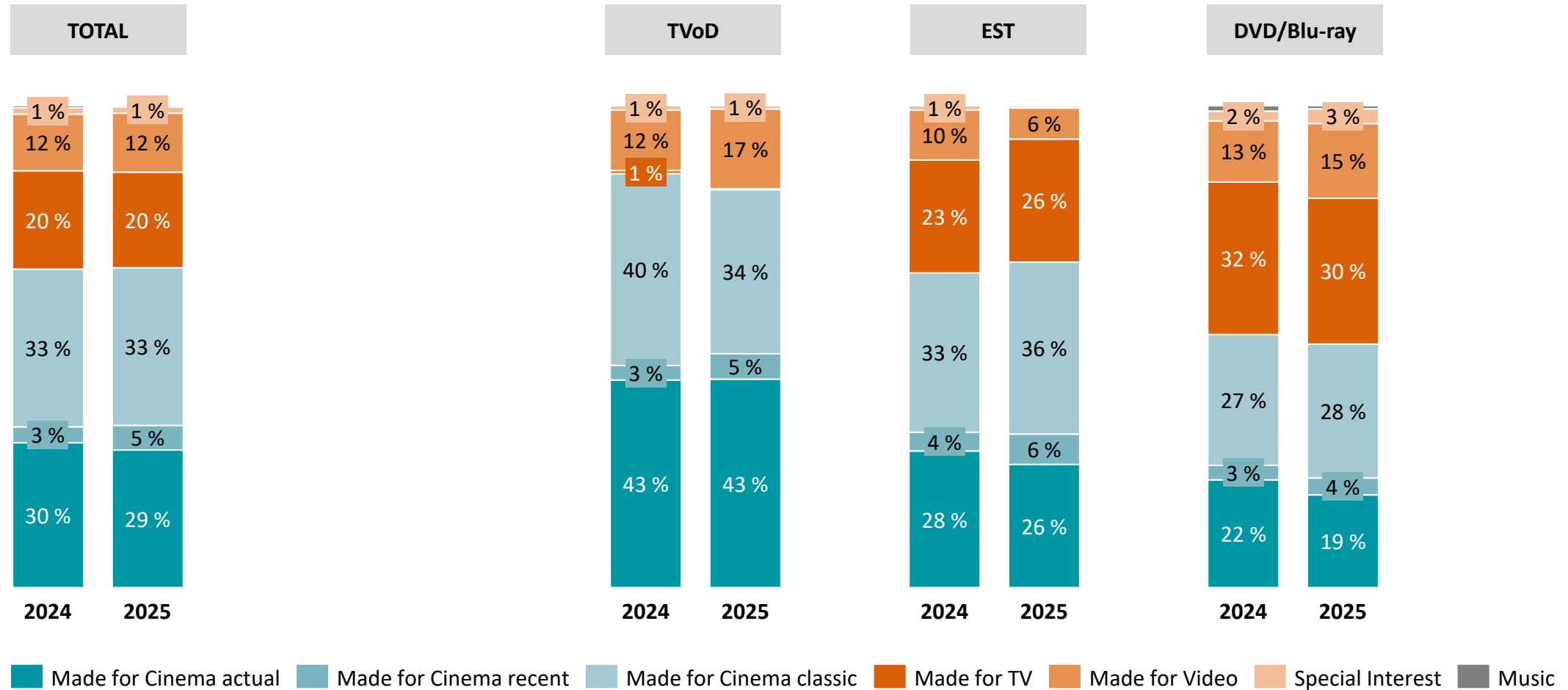
FORMATE NACH ALTER UND GESCHLECHT

Alle Zeiträume Januar bis Juni; Ausgaben in %



FORMATE NACH SEGMENTEN

Alle Zeiträume Januar bis Juni; Ausgaben in %



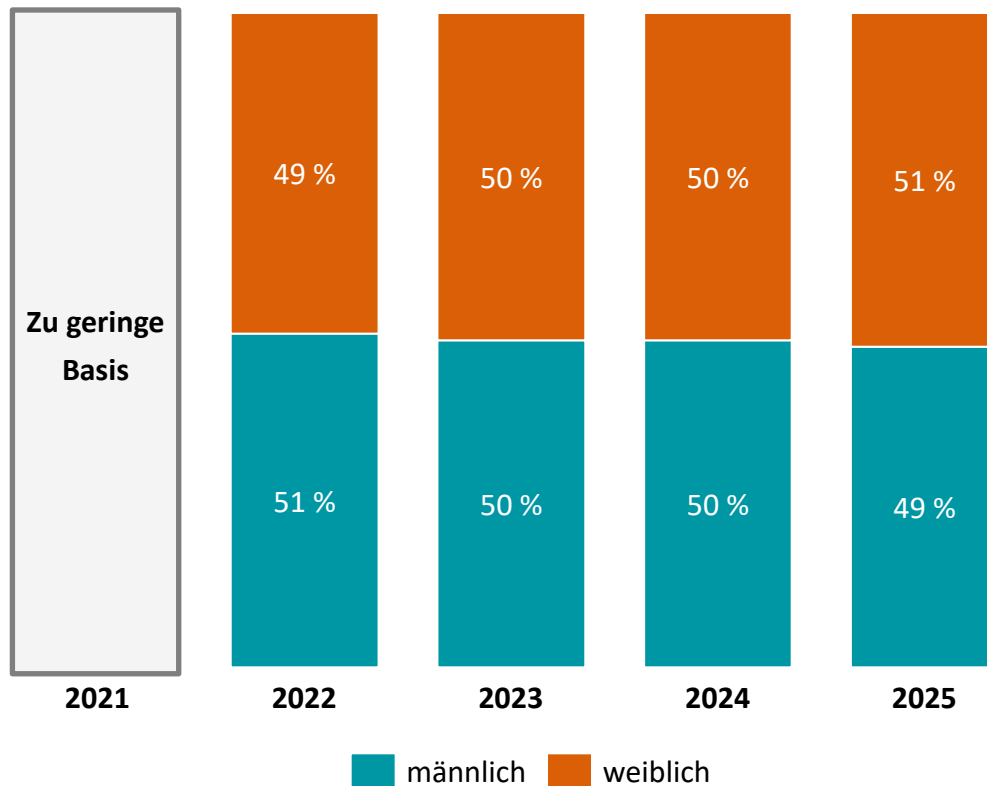
INHALT

- 01 | Marktentwicklung im Langzeitverlauf
- 02 | Entwicklung der Reichweiten
- 03 | Der Home-Video-Markt
- 04 | Der Kinomarkt**
- 05 | Zusammenfassung
- 06 | Begrifflichkeiten

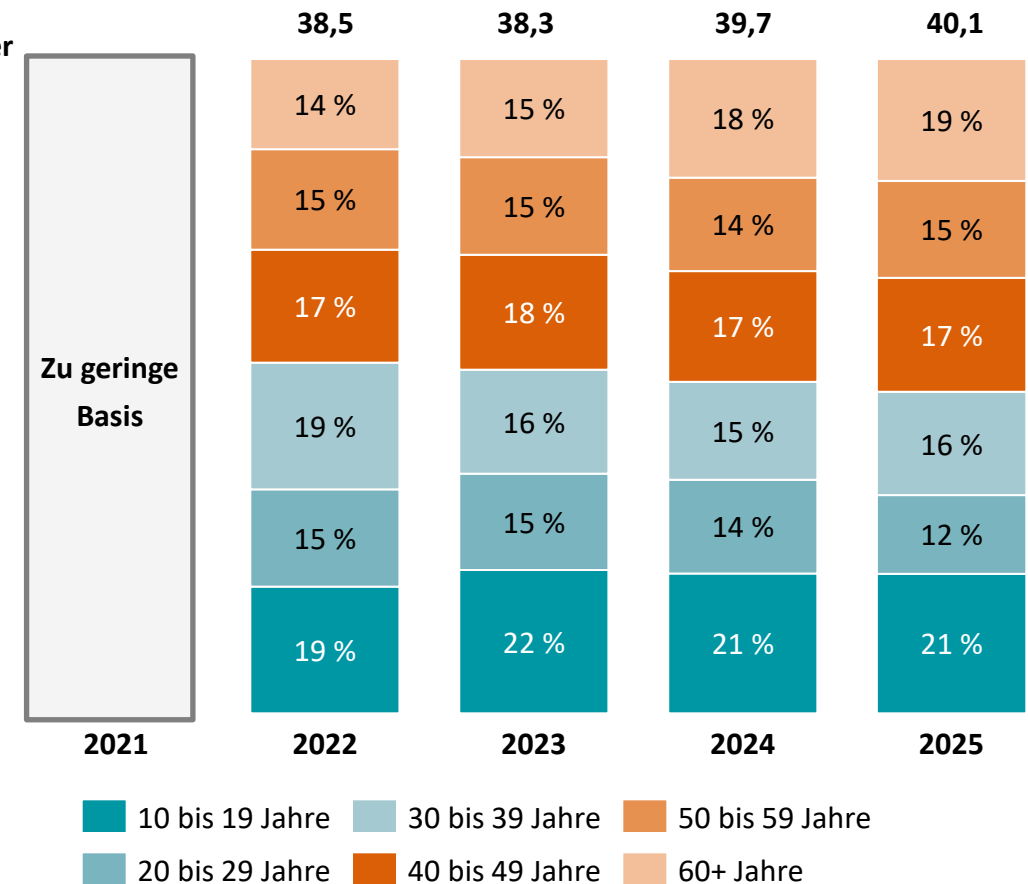
Kino – 1. Halbjahr 2025

ENTWICKLUNG NACH ALTER UND GESCHLECHT

Alle Zeiträume Januar bis Juni; Tickets in %



Ø
Alter



INHALT

- 01 | Marktentwicklung im Langzeitverlauf
- 02 | Entwicklung der Reichweiten
- 03 | Der Home-Video-Markt
- 04 | Der Kinomarkt
- 05 | Zusammenfassung**
- 06 | Begrifflichkeiten

ZUSAMMENFASSUNG

Der Gesamtmarkt:

- Aufgrund von positiven Entwicklungen insbesondere bei SVoD (+5 %) wächst der Gesamtmarkt um 3 Prozent und liegt im 1. Halbjahr 2025 bei 2,2 Mrd. Euro.
- Die (Gesamt-)Reichweiten von Kino und Home Video gehen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum gleichermaßen um 1 Prozentpunkt zurück auf 21 Prozent bzw. 36 Prozent. Insbesondere bei den 20- bis 29-Jährigen zeigt sich eine geringere Kino-Reichweite. Die Reichweiten für SVoD und TVoD/EST gehen hingegen in der Altersgruppe 30 bis 39 Jahre am stärksten zurück.

Der Home-Video-Markt:

- SVoD macht mit 1,5 Mrd. Euro 82 Prozent des Home-Video-Marktes aus.
- Der Home-Video-Markt bleibt überwiegend männlich geprägt.
- Der Altersdurchschnitt der Personen mit Ausgaben für SVoD steigt weiterhin deutlich auf aktuell 45,6 Jahre. Auch der Markt für TVoD/EST verzeichnet mit 41,2 Jahren ein älteres Durchschnittsalter als im 1. Halbjahr 2024. Für DVD/Blu-ray sinkt der Altersdurchschnitt gegenüber 2024 auf 48,5 Jahre.
- In den Teilmärkten EST und DVD/Blu-ray gibt es einen leichten Rückgang des Anteils der Kinofilme, die innerhalb der ersten 12 Monate nach Kinostart geliehen/gekauft worden sind.

Der Kinomarkt:

- Das Kinopublikum bleibt im 1. Halbjahr 2025 ausgeglichen hinsichtlich der Anteile der Geschlechter.
- Das Durchschnittsalter ist im Vergleich zu den beiden 1. Halbjahren 2023 und 2024 weiter gestiegen und liegt nun bei 40,1 Jahre.

INHALT

- 01 | Marktentwicklung im Langzeitverlauf
- 02 | Entwicklung der Reichweiten
- 03 | Der Home-Video-Markt
- 04 | Der Kinomarkt
- 05 | Zusammenfassung
- 06 | Begrifflichkeiten**

BEGRIFFLICHKEITEN

	Beschreibung
TVoD (Transactional-Video-on-Demand) EST (Electronic-Sell-Through) SVoD (Subscription-Video-on-Demand)	Entgeltliche digitale Videoabrufdienste: Leihen (TVoD), Kaufen (EST), kostenpflichtige Abonnements (SVoD)
Made for Cinema – actual/recent/classic	Filme, deren Erstveröffentlichung im Kino stattfand und die innerhalb der ersten 12 Monate (actual), innerhalb des 13. und 24. Monats (recent) oder nach dem 24. Monat (classic) – nach Filmstart im Kino – gekauft bzw. geliehen worden sind
Made for TV	Filme, die für die Erstveröffentlichung im TV produziert worden sind
Made for Video	Filme, die für die Erstveröffentlichung auf Video produziert worden sind

FFA – Filmförderungsanstalt

Marktforschung und Statistik

Große Präsidentenstraße 9

10178 Berlin

Telefon: 030 / 27 577 0