

Kinobesucher*innen 2025

Strukturen und Entwicklungen auf Basis von YouGov Shopper-Daten

VORWORT

Seit mittlerweile über 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 die Daten von YouGov Shopper, 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 alle in Deutschland lebenden Menschen ab 10 Jahren. Nicht erfasst werden durch das Panel Kinder unter 10 Jahren sowie Personen, die ständig auf Reisen sind oder deren Bewegungsfreiheit vorübergehend eingeschränkt ist.

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

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

YOUNGOV SHOPPER – METHODENSTECKBRIEF

Befragungsinhalt

Erfassung aller Kinobesuche von in Deutschland lebenden Privatpersonen ab 10 Jahren. In der Abfrage sind Kinder unter 10 Jahren über die Begleitpersonen inkludiert.

Hochrechnung

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

Befragungsmethode

Schriftlich (ca. 80 % online, ca. 20 % per Post versendete Papierfragebögen) in Form eines Tagebuchs, das von den Panelteilnehmer*innen selbst kontinuierlich geführt wird.

Stichprobe

Kontinuierliches Konsument*innenpanel von 20.000 in Deutschland lebenden Privatpersonen ab 10 Jahren.

YUOGOV 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 ab 10 Jahren, 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.

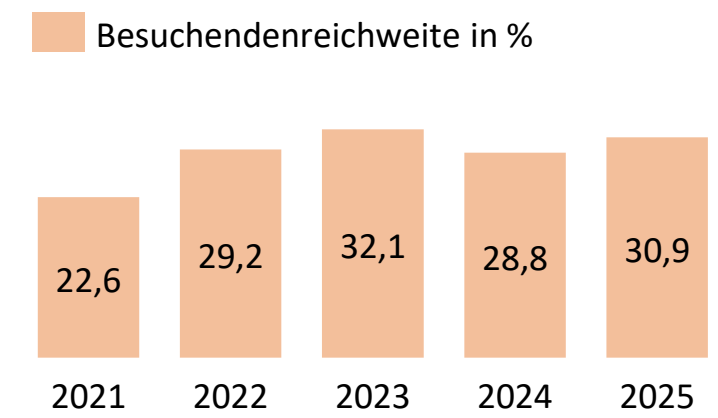
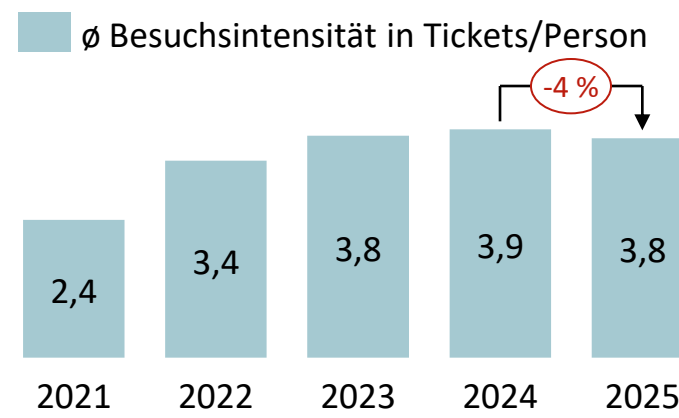
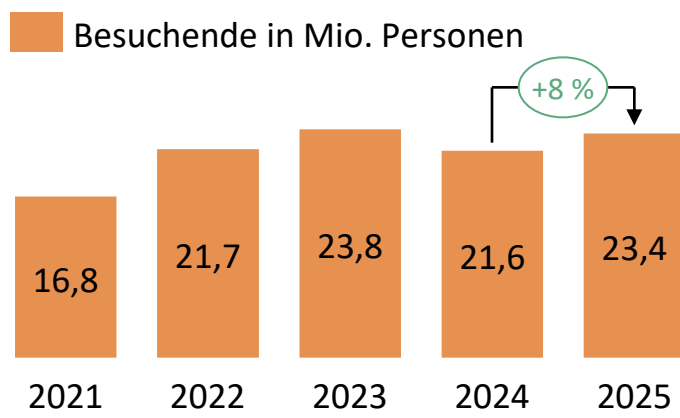
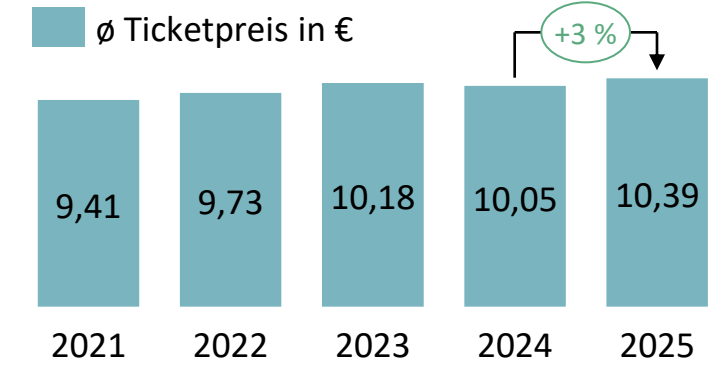
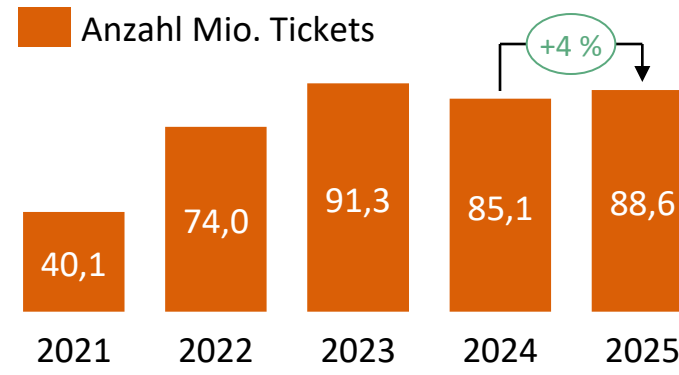
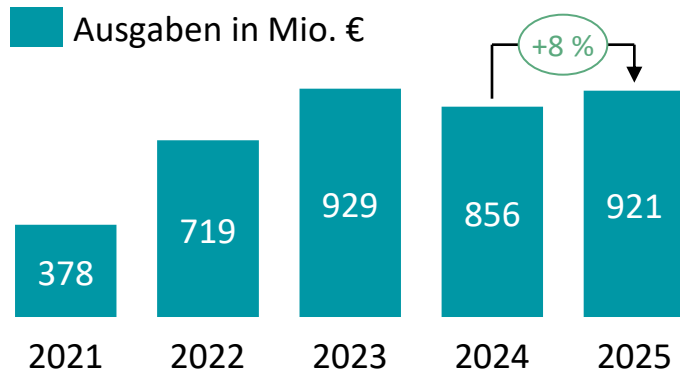
Um die **Vergleichbarkeit der Zeitreihen** zu gewährleisten, erfolgt die Umstellung auf die neue Grundgesamtheit **rückwirkend** für die vorliegenden Zahlen ab dem Jahr 2019.

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



DER KINOMARKT AUF EINEN BLICK 2025

Basis: Ausgaben in Mio. € / Tickets in Mio. / Veränderung 2025 vs. 2024 in %

Kinomarkt gesamt

921 Mio. € (+8 %)

89 Mio. Tickets (+4 %)

2D

821 Mio. € (+5 %)

82 Mio. Tickets (+3 %)

3D

99 Mio. € (+34 %)

7 Mio. Tickets (+24 %)

Deutsche Produktion

232 Mio. € (+50 %)

24 Mio. Tickets (+44 %)

US-Produktion

529 Mio. € (-3 %)

48 Mio. Tickets (-8 %)

EU-/sonstige int. Produktion

160 Mio. € (+4 %)

17 Mio. Tickets (+4 %)

Top Titel – Altersgruppen 2025 (Basis: Tickets)

10-19 Jahre

Ein Minecraft Film

20-29 Jahre

Das Kanu des Manitu

30-39 Jahre

Das Kanu des Manitu

40-49 Jahre

Ein Minecraft Film

50-59 Jahre

Das Kanu des Manitu

60+ Jahre

Das Kanu des Manitu

AUSGABEN IM ZEITVERLAUF

Durchschnittliche Ausgaben im Kino (in €)

	2021	2022	2023	2024	2025	Vgl. 25/24
durchschnittlicher Eintrittspreis pro Kinoticket lt. FFA:	8,87	9,26	9,71	9,64	10,05	+4,2 %
durchschnittlicher Eintrittspreis pro Kinoticket lt. YouGov ¹ :	9,41	9,73	10,18	10,05	10,39	+3,0 %
durchschnittliche Ausgaben pro Kinoticket für Verzehr (exkl. Kinotickets ohne Verzehr) lt. YouGov:	9,09	9,72	11,77	11,79	11,75	-0,3 %
durchschnittliche Gesamtausgaben pro Kinoticket lt. YouGov ¹ :	15,59	16,43	17,74	17,48	17,71	+1,3 %

- Anhand der Ticket- und Umsatzmeldungen der Filmtheater an die FFA ergibt sich für das Jahr 2025 ein durchschnittlicher Eintrittspreis von 10,05 Euro.
- Der von YouGov ermittelte Eintrittspreis liegt mit 10,39 Euro erneut höher, da hier u. a. Kinder unter 10 Jahren, die meist Preisermäßigungen erhalten, nicht berücksichtigt wurden.

ZUSAMMENFASSUNG

Anstieg im Vergleich zum Vorjahresniveau bei Ausgaben, Tickets und Eintrittspreis:

Im Vergleich zu 2024 steigen die Kinoausgaben auf 921 Millionen Euro (+ 8 %), gleichzeitig erhöhen sich die Angaben für den Ticketpreis um durchschnittlich 34 Cent auf 10,39 Euro (+ 3 %).

Insgesamt werden 88,6 Millionen Tickets gekauft – rund 3,5 Millionen mehr als 2024 (+ 4 %).

Die 3D-Filmproduktion erzielt Ausgaben von 99 Millionen Euro (+ 34 %) ein stärkeres Wachstum als die 2D-Filmproduktion, die 821 Millionen Euro Ausgaben erreicht (+ 5 %).

Wachsende Reichweite und leicht rückläufige Intensität:

2025 steigt die Zahl der Kinobesucher*innen um 8 Prozent auf 23,4 Millionen, was einer Reichweite von 31 Prozent entspricht. Das heißt, 31 Prozent der in Deutschland lebenden Bevölkerung sind 2025 mindestens einmal ins Kino gegangen.

Gleichzeitig geht die Besuchsintensität leicht zurück: Pro Kinobesucher*in werden durchschnittlich weniger Tickets gelöst. Mit 3,8 Tickets je Kinobesucher*in liegt die Besuchshäufigkeit um 4 Prozent unter dem Wert von 2024.

Positive Entwicklung deutscher sowie EU- und internationaler Produktionen, Rückgang bei US-Produktionen:

Die Ausgaben der Kinobesucher*innen für deutsche Produktionen steigen um 50 Prozent auf 232 Millionen Euro. Zudem steigen die Ausgaben für EU- und sonstige internationale Produktionen um 4 Prozent auf 160 Millionen Euro. Die Ausgaben für US-Produktionen in den deutschen Spielstätten verringern sich um 3 Prozent auf 529 Millionen Euro.

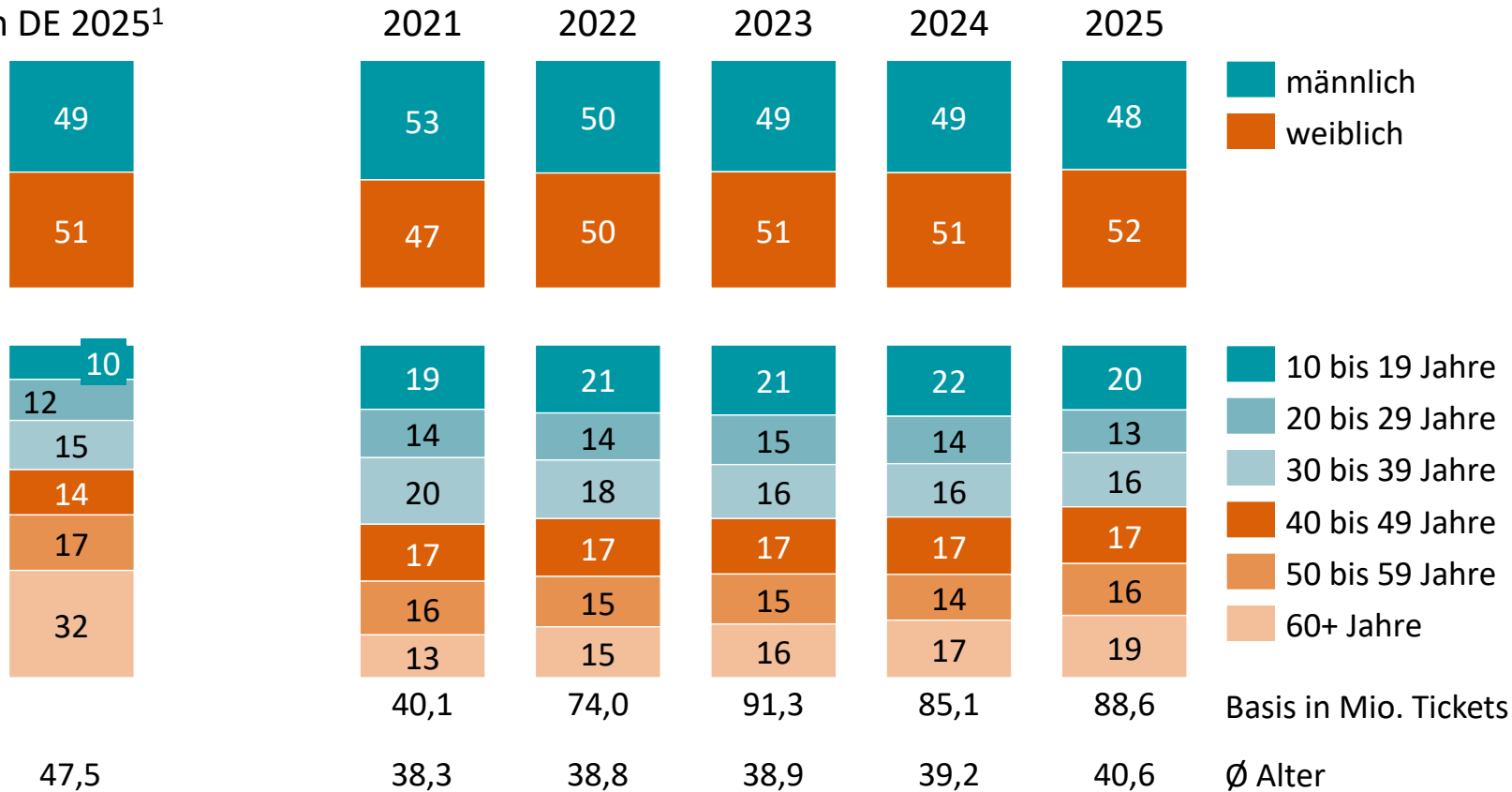
Kinobesucher*innen I – soziodemografisch

Kinobesucher*innen I

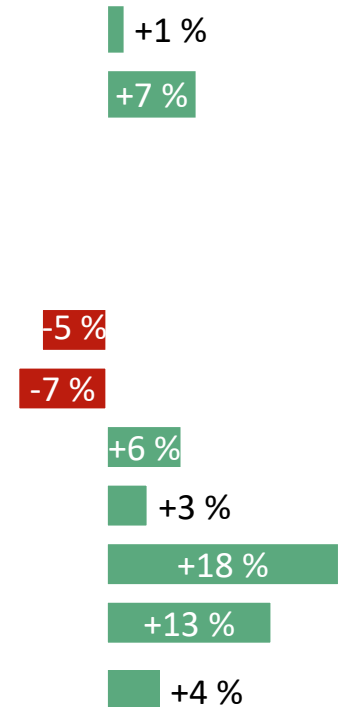
GESCHLECHT UND ALTER DER BESUCHER*INNEN IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets in %

Bevölkerung
in DE 2025¹



Veränderungsraten in %
25 vs. 24



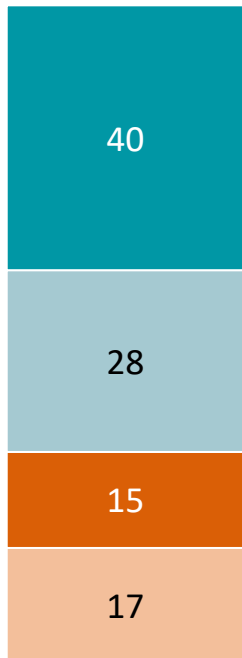
WOHNORT KINOBE SUCHER*INNEN UND STANDORT DER BESUCHTEN SPIELSTÄTTEN 2025

Basis: Personen in % Tickets in %

Wohnort

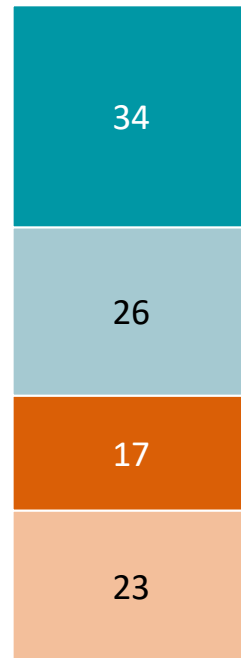
Bevölkerung in DE¹

Personen in %



Kinobesucher*innen

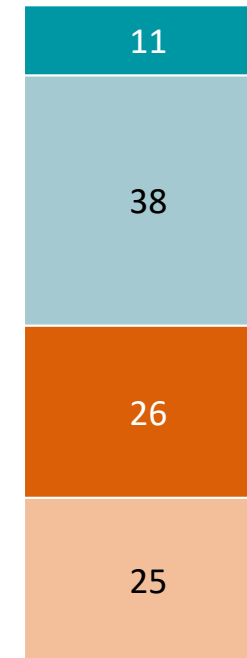
Tickets in %



Standort der Spielstätten²

Spielstätten

Tickets in %



- bis 19.999 Einwohnende
- 20.000 bis 99.999 Einwohnende
- 100.000 bis 499.999 Einwohnende
- 500.000+ Einwohnende

ZUSAMMENFASSUNG

Ticket-Zuwächse bei Altersgruppen ab 30 Jahre und überdurchschnittlicher Ticketwachstum bei Frauen:

Mit 40,6 Jahren (2024: 39,2) steigt das Durchschnittsalter der Kinobesucher*innen über die 40-Jahre-Marke. Alle Altersgruppen ab 30 legen bei den Ticketkäufen zu, besonders stark die 50- bis 59-Jährigen (+18 %) und über 60-Jährigen (+13 %).

Dagegen gehen die Ticketkäufe bei den 10- bis 19-Jährigen (-5 %) und 20- bis 29-Jährigen (-7 %) zurück. Dennoch bleiben die 10- bis 19-Jährigen mit 20 Prozent die bedeutendste Altersgruppe, gefolgt von den über 60-Jährigen (19 %).

Im Vergleich zum Vorjahr ist die Verteilung der Kinobesucher*innen im Jahr 2025 weiterhin leicht weiblich geprägt (52 % Frauen, 48 % Männer), wobei das weibliche Publikum überdurchschnittlich (+7 %) im Vergleich zum Gesamtmarkt (+4 %) wächst.

Wohnort vs. Kinostandort:

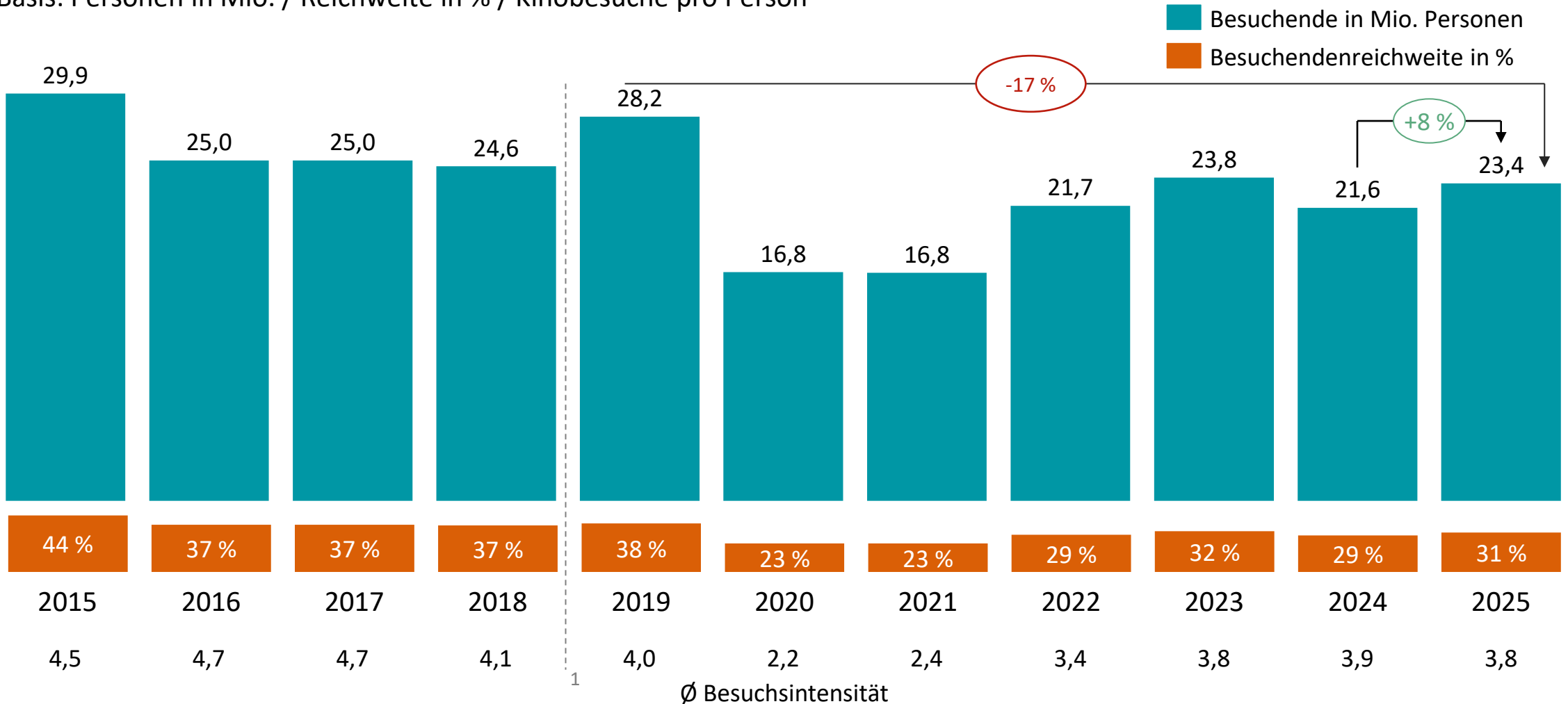
34 Prozent der Tickets werden von Kinobesucher*innen aus Orten mit weniger als 20.000 Einwohnenden gekauft. Allerdings entfallen nur 11 Prozent der verkauften Tickets auf Spielstätten in diesen kleinen Orten. Entsprechend weichen Einwohner*innen kleiner Orte häufig auf größere Nachbarorte für ihren Kinobesuch aus.

Die meisten Tickets werden in Spielstätten mittlerer Ortsgrößen verkauft: 38 Prozent entfallen auf Standorte in Städten mit 20.000 bis 99.999 Einwohner*innen.

Kinobesucher*innen II – Reichweite und Intensität

BESUCHER*INNENREICHWEITE UND BESUCHE PRO KOPF IM ZEITVERLAUF¹

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

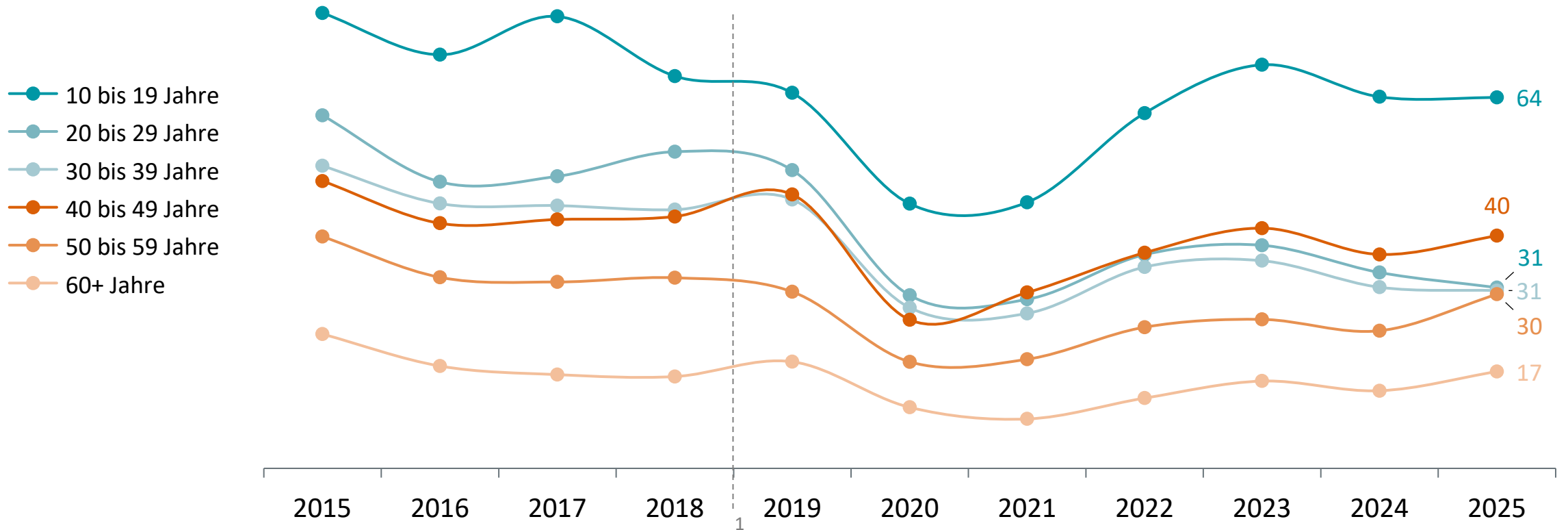


Quelle: FFA auf Basis von YouGov Shopper; n 2025 = 11.995.

¹ Grundgesamtheit bis 2018: Deutsche Bevölkerung ab 10 Jahren. Grundgesamtheit ab 2019: In Deutschland lebende Bevölkerung ab 10 Jahren.

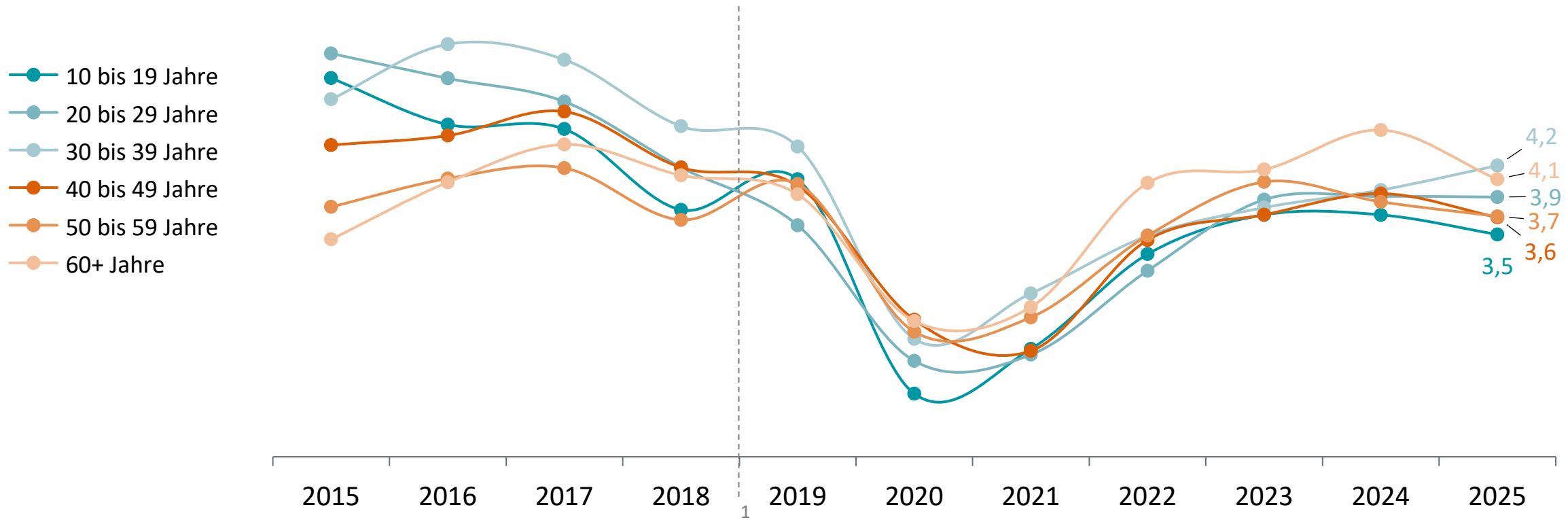
REICHWEITENENTWICKLUNG – ALTERSGRUPPEN IM ZEITVERLAUF¹

Basis: Reichweiten innerhalb der Altersgruppen in %



ENTWICKLUNG DER BESUCHSINTENSITÄT – ALTERSGRUPPEN IM ZEITVERLAUF¹

Basis: Besuchsintensität in Tickets/Person

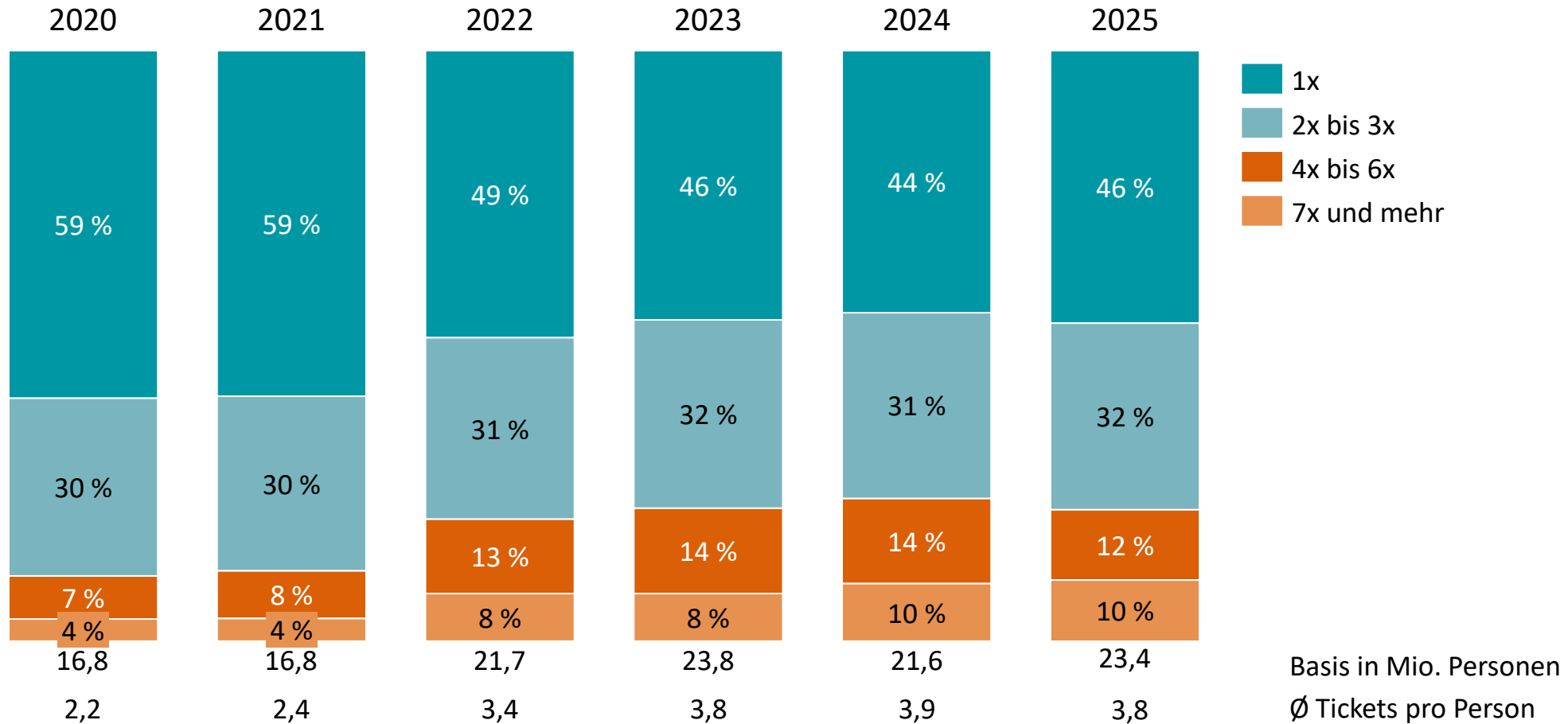


Quelle: FFA auf Basis von YouGov Shopper; n 2025 = 11.995.

¹ Grundgesamtheit bis 2018: Deutsche Bevölkerung ab 10 Jahren. Grundgesamtheit ab 2019: In Deutschland lebende Bevölkerung ab 10 Jahren.

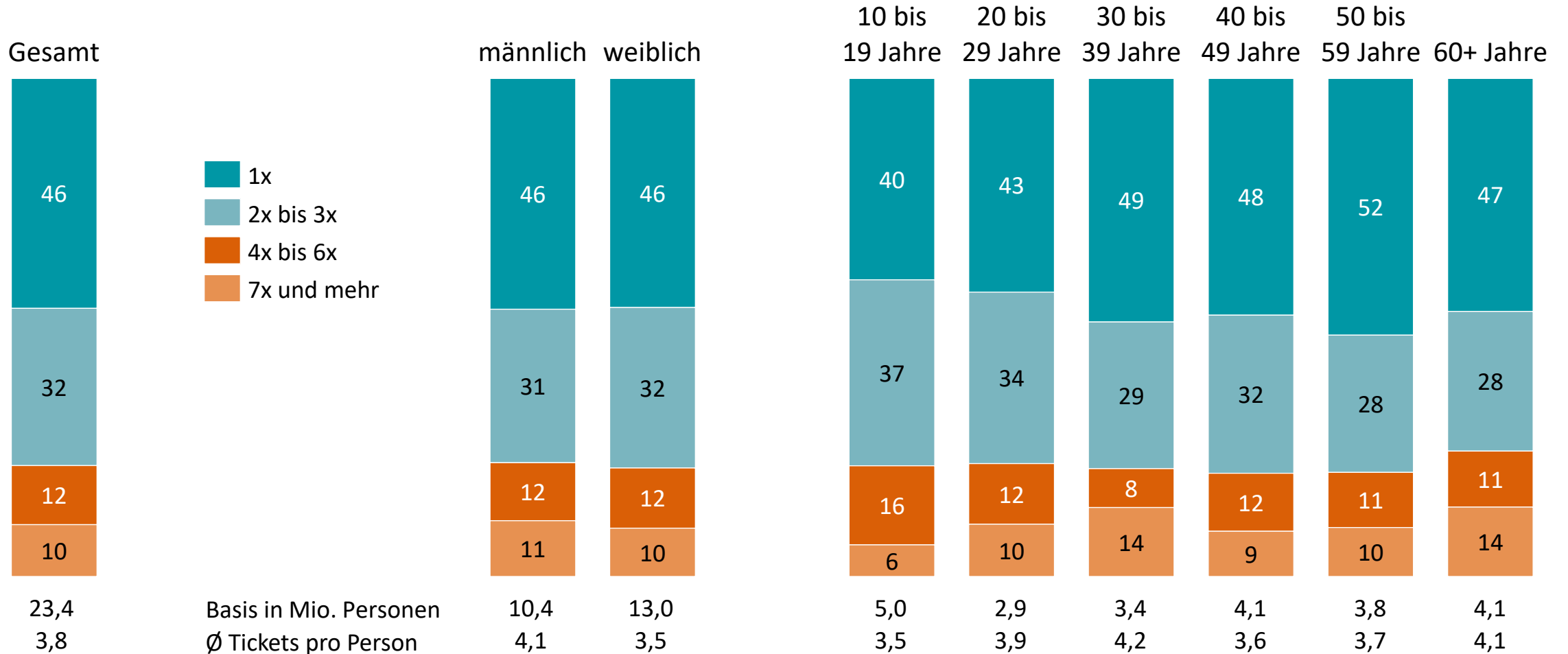
BESUCHSHÄUFIGKEIT IM ZEITVERLAUF

Basis: Personen in %



BESUCHSINTENSITÄT – GESCHLECHT / ALTERSGRUPPEN 2025

Basis: Personen in %



ZUSAMMENFASSUNG 1/2

Altersgruppen zeigen unterschiedliche Entwicklungen der Kinoreichweite:

Gegenüber dem Vorjahr steigt die Reichweite der Besucher*innen ab 10 Jahren auf 31 Prozent (2024: 29 %). Das heißt, dass 31 Prozent der Gesamtbevölkerung **in den letzten 12 Monaten** mindestens einmal im Kino gewesen ist.

Der Anstieg der Reichweite ist vor allem auf die über 40-Jährigen zurückzuführen, alle älteren Gruppen (40-49 Jahre: +3 PP), (51-59 Jahre: +6 PP), 60+ Jahre: +4 PP) steigern ihre Reichweite im Vergleich zu 2024.

Die 20- bis 29-Jährigen zeigen einen Rückgang der Reichweite von 34 auf 31 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

10- bis 19-Jährige bleiben mit stabilen 64 Prozent die kinoaffinste Altersgruppe.

Rückläufige Besuchsintensität:

Die Kinobesuchsintensität liegt mit 3,8 Tickets pro Person leicht unter dem Vorjahr (2024: 3,9). Gleichzeitig steigt der Anteil einmaliger sowie zwei- bis dreimaliger Besuche leicht an (2024: 44 % sowie 31 %, 2025: 46 % sowie 32 %), wohingegen vier- bis sechsmalige Besuche zurückgehen (2024: 14 %, 2025: 12 %).

Die Besuchsintensität von Männern liegt bei 4,1. Weibliche Kinobesuchende lösen im Durchschnitt 3,5 Tickets pro Person und gehen damit seltener ins Kino als Männer.

Mit durchschnittlich 4,2 Tickets pro Person besuchen die 30- bis 39-Jährigen sowie die über 60-Jährigen mit 4,1 Tickets die Kinos am häufigsten.

ZUSAMMENFASSUNG 1/2

Unterschiedliche Marktdynamiken in den Altersgruppen: Tickets, Reichweite, Intensität

Bei den 10- bis 19-Jährigen bleibt die Reichweite stabil auf hohem Niveau, gleichzeitig führt eine sinkende Besuchsintensität zu rückläufigen Ticketkäufen – das Kino verliert nicht an Publikum, sondern an Besuchshäufigkeit.

Bei den 20- bis 29-Jährigen sinken die Ticketkäufe vor allem aufgrund einer rückläufigen Reichweite, während die Besuchsintensität stabil bleibt – es gehen weniger Personen ins Kino, die verbleibenden jedoch genauso häufig wie zuvor.

Bei den 30- bis 39-Jährigen steigen die Ticketkäufe bei unveränderter Reichweite aufgrund einer höheren Besuchsintensität – die Kinogänger*innen nutzen das Kino häufiger.

Bei den 40- bis 49-Jährigen führt eine steigende Reichweite zu moderatem Wachstum, während die Besuchsintensität sinkt – es gehen mehr Personen ins Kino, allerdings durchschnittlich weniger häufig.

Bei den 50- bis 59-Jährigen sorgt ein deutlicher Anstieg der Reichweite für starkes Wachstum, wobei die Besuchsintensität geringfügig sinkt – das Kino gewinnt zusätzliche Besuchende.

Bei über 60 Jahren führt eine steigende Reichweite zu wachsendem Ticketkäufen trotz sinkender Besuchsintensität – es gehen deutlich mehr Personen ins Kino, jedoch durchschnittlich etwas seltener.



Filmförderungsanstalt German Federal Film Board

Kinobesucher*innen III – filmspezifisch

TOP 7 TITEL – ALTERSGRUPPEN 2025

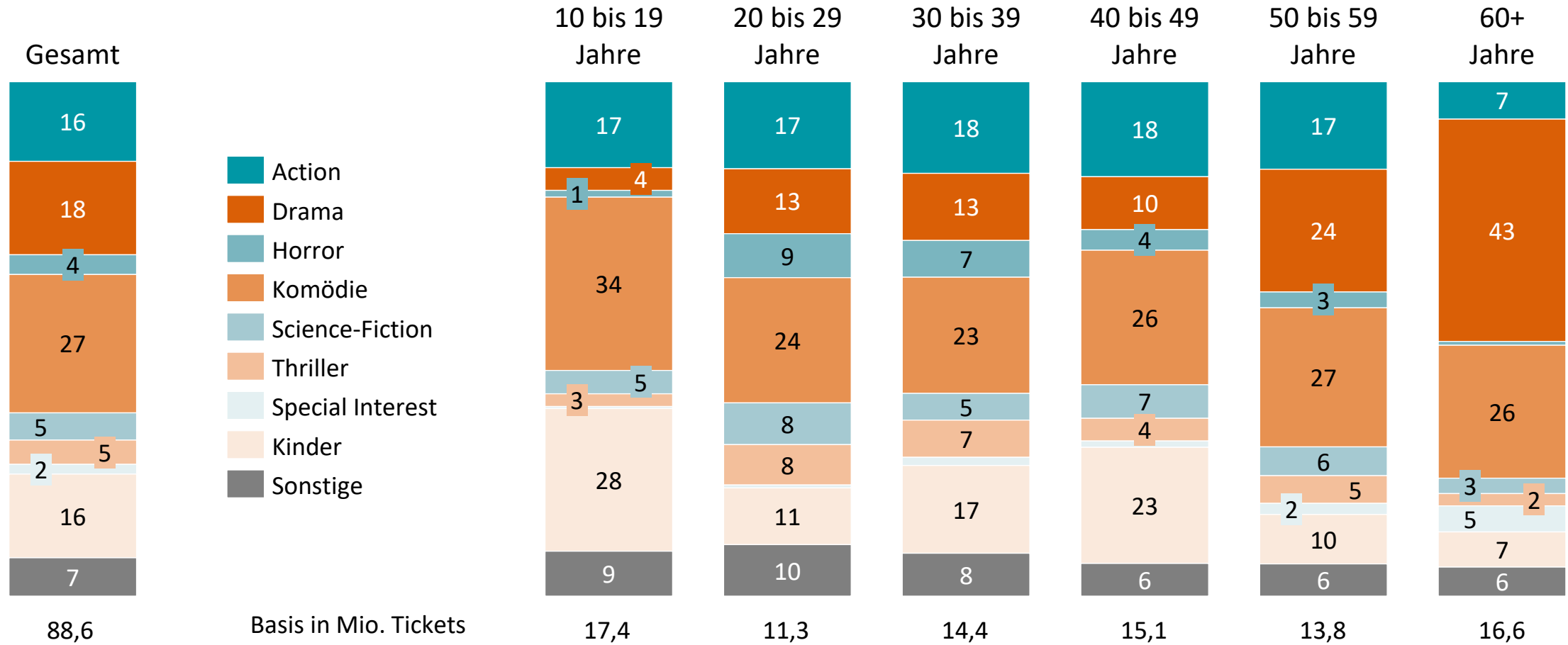
Basis: Tickets

10 bis 19 Jahre	20 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50 bis 59 Jahre	60+ Jahre
Ein Minecraft Film	Das Kanu des Manitu	Das Kanu des Manitu	Ein Minecraft Film	Das Kanu des Manitu	Das Kanu des Manitu
Das Kanu des Manitu	Avatar – Fire and Ash	Lilo & Stitch	Das Kanu des Manitu	Avatar Fire and Ash	Like A Complete Unknown
Zoomania 2	Jurassic World – Die Wiedergeburt	Jurassic World – Die Wiedergeburt	Lilo & Stitch	Bridget Jones: Verrückt nach ihm	Konklave
Die Schule der magischen Tiere 4	Wicked for Good	Zoomania 2	Die Schule der magischen Tiere 4	Mission: Impossible – The Final Reckoning	Amrum
Lilo & Stitch	Captain America – Brave New World	Die Schule der magischen Tiere 4	Avatar Fire and Ash	Jurassic World – Die Wiedergeburt	Die leisen und die großen Töne
Die drei ??? und der Karpatenhund	Ein Minecraft Film	Avatar Fire and Ash	Zoomania 2	Zoomania 2	Avatar Fire and Ash
Jurassic World – Die Wiedergeburt	Thunderbolts*	Schneewittchen	Jurassic World – Die Wiedergeburt	Thunderbolts*	Wunderschöner

= Deutsche Produktionen sind farblich gekennzeichnet

GENRE – ALTERSGRUPPEN 2025

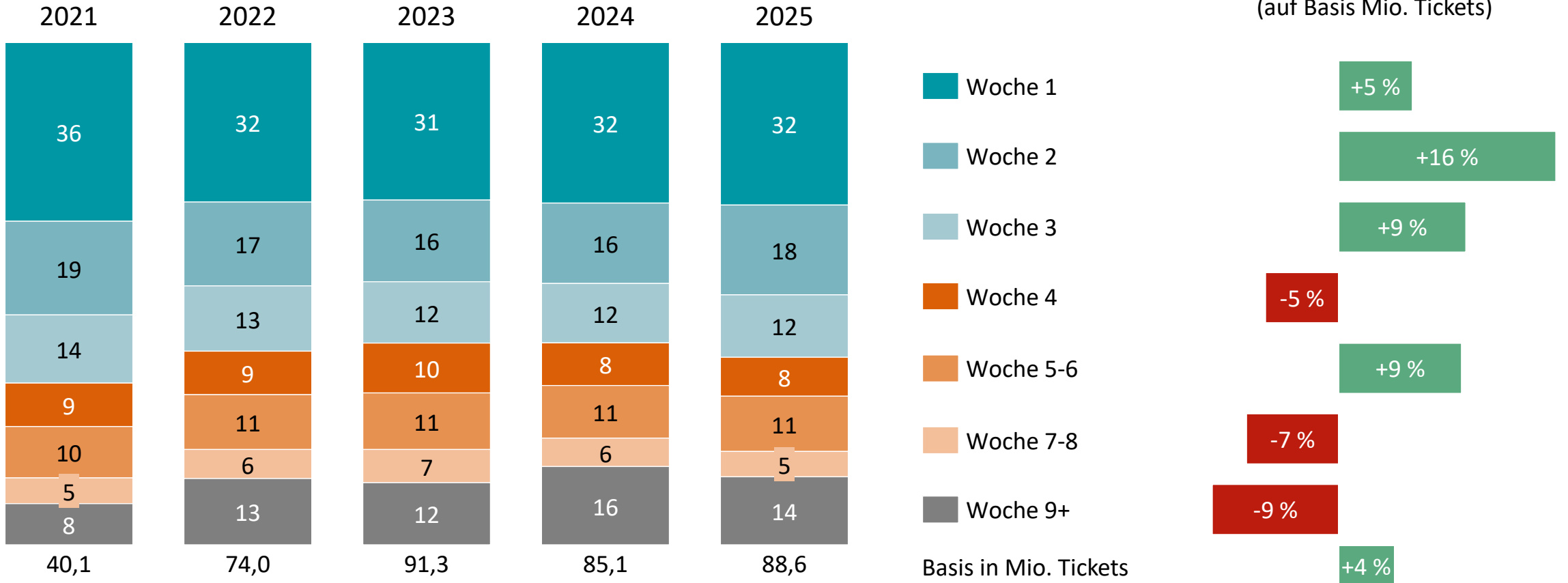
Basis: Tickets in %



Kinobesucher*innen III – filmspezifisch

ZEITPUNKT DES BESUCHS IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets in %



Kinobesucher*innen III – filmspezifisch

ALTER DER BESUCHER*INNEN – ZEITPUNKT DES BESUCHS 2025

Basis: Tickets in %

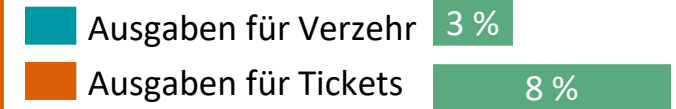
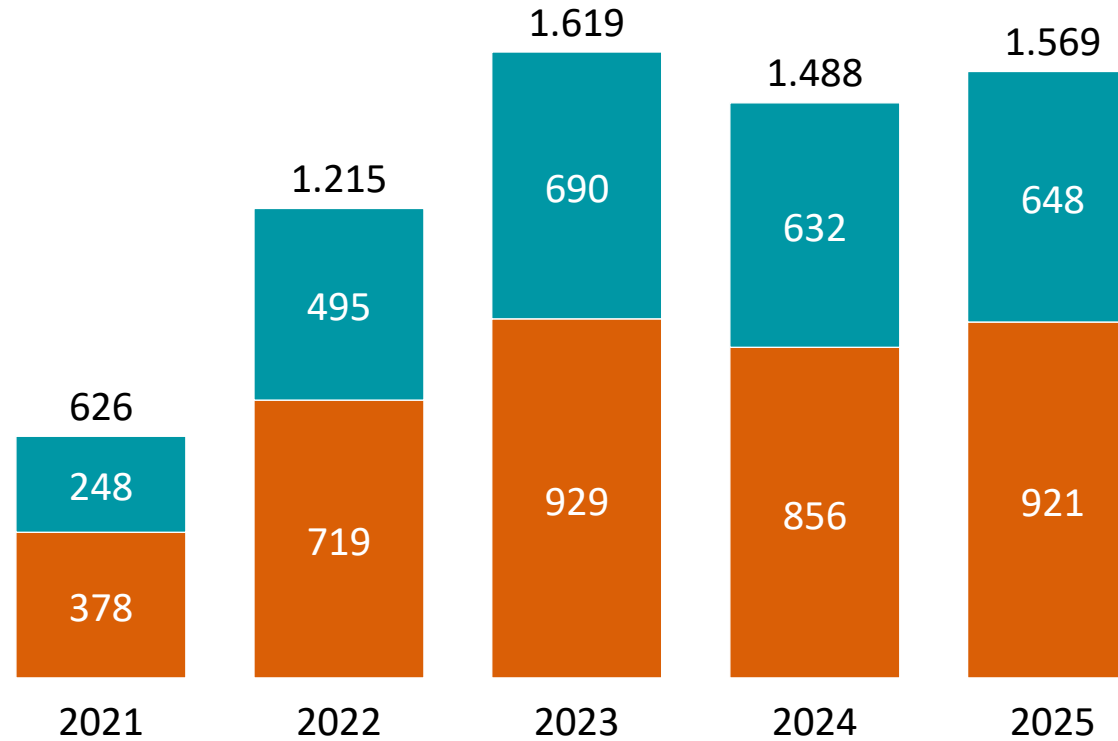


Kinobesucher*innen III – filmspezifisch

AUSGABEN FÜR TICKETS UND VERZEHR IM ZEITVERLAUF

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

Veränderungsraten
in %
2025 vs. 2024
(auf Basis Mio. €)

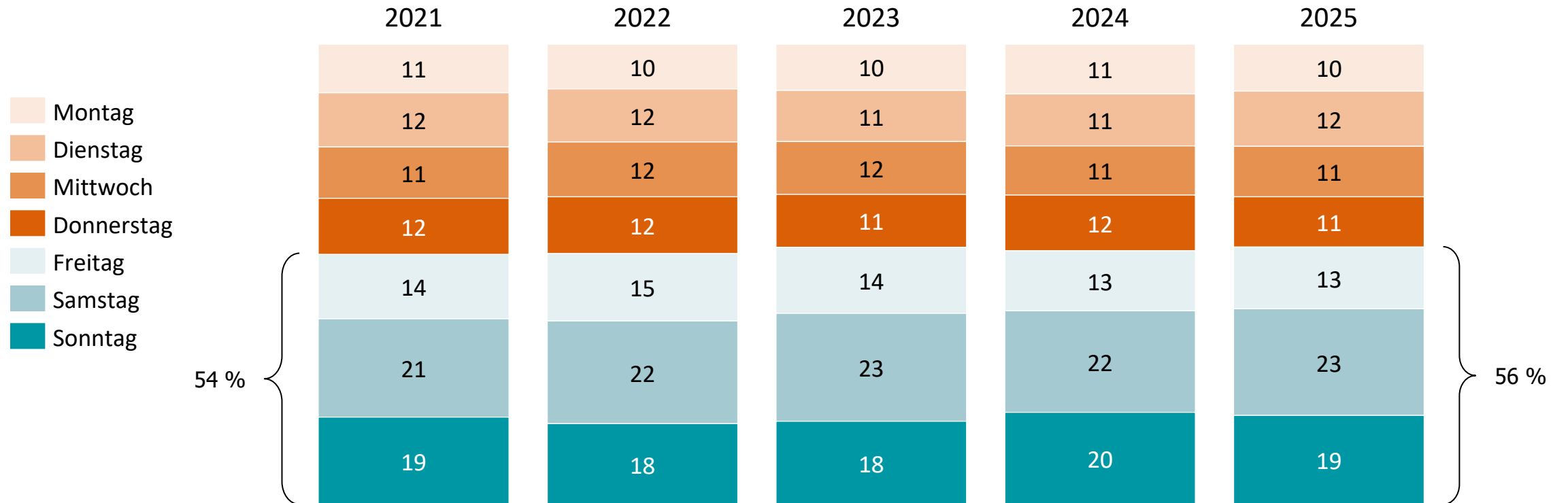


Anteil Verzehr an Gesamtausgaben	40 %	41 %	43 %	42 %	41 %
Anteil Tickets mit Verzehr	68 %	69 %	64 %	63 %	62 %

Kinobesucher*innen III – filmspezifisch

WOCHENTAGE IM ZEITVERLAUF

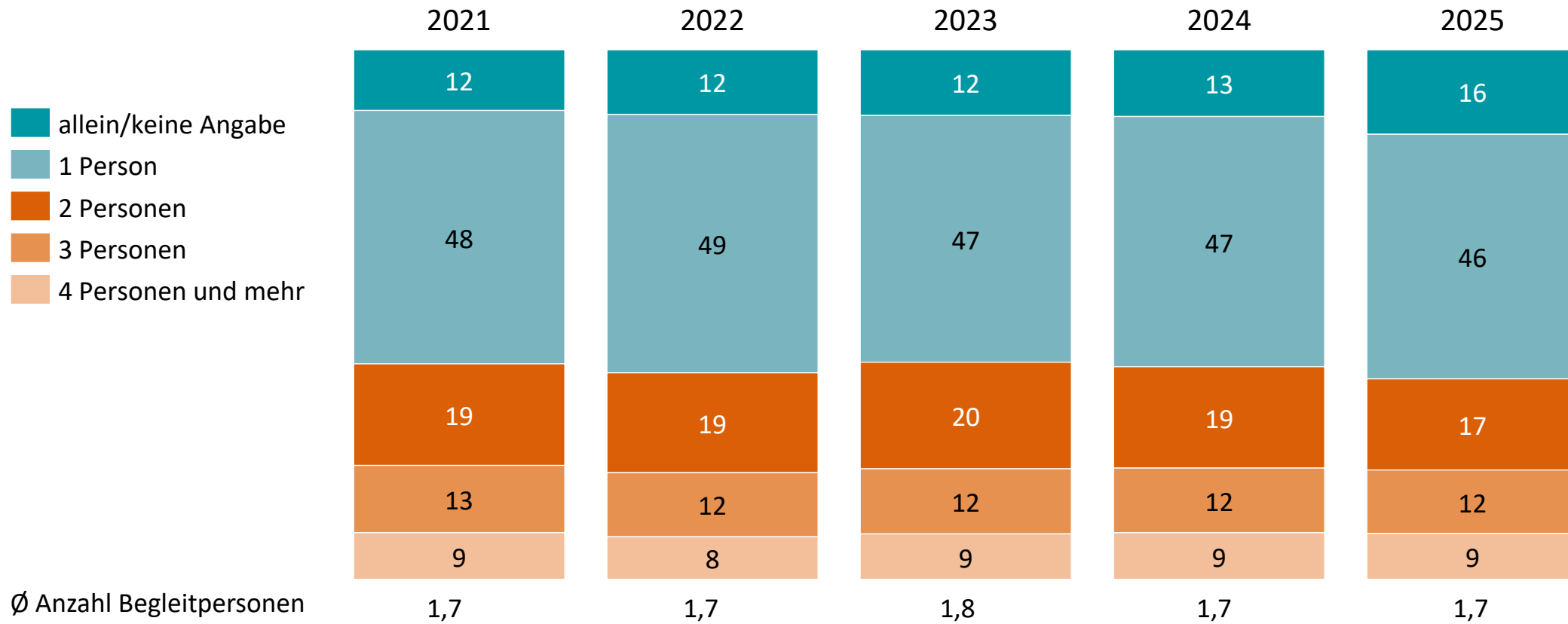
Basis: Tickets in %



Kinobesucher*innen III – filmspezifisch

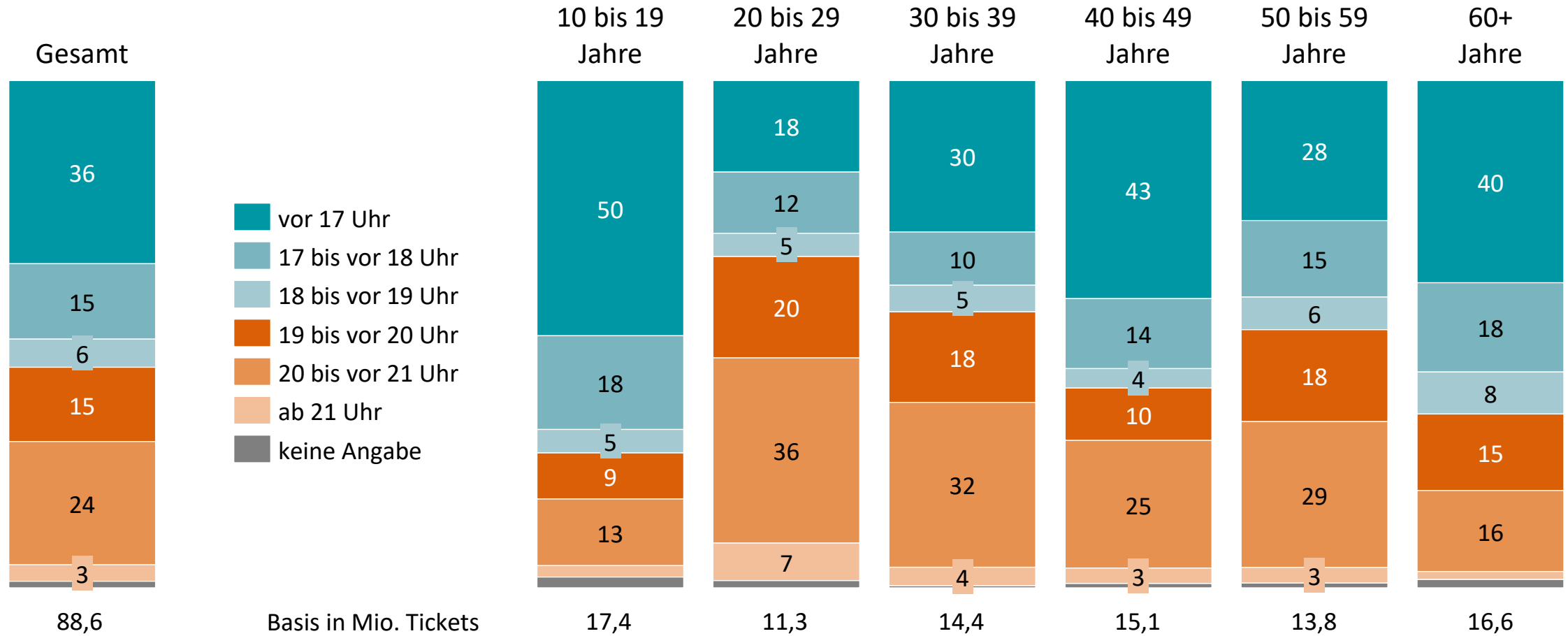
ANZAHL DER BEGLEITPERSONEN IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets in %

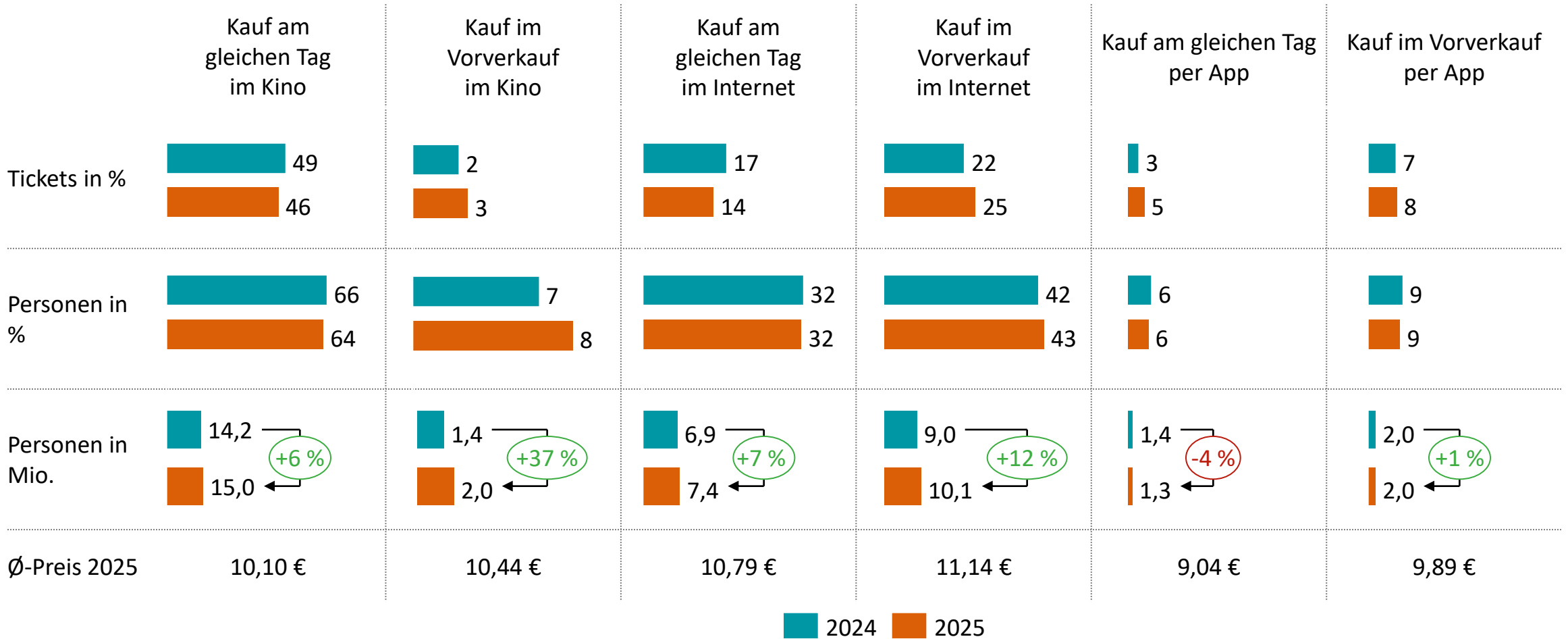


ALTER DER BESUCHER*INNEN – ZEITPUNKT DES BESUCHS 2025

Basis: Tickets in %



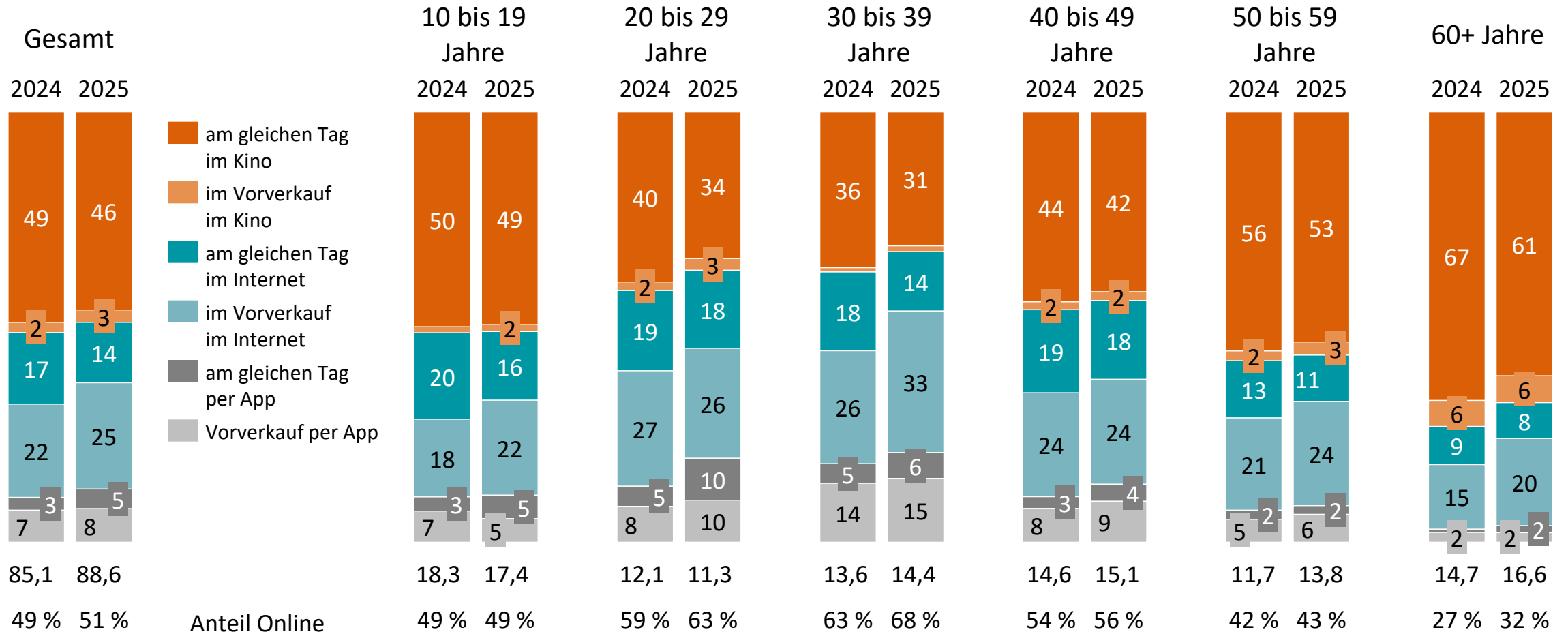
TICKETKAUF 2024/2025



Kinobesucher*innen III – filmspezifisch

TICKETKAUF – ALTERSGRUPPEN 2024/2025

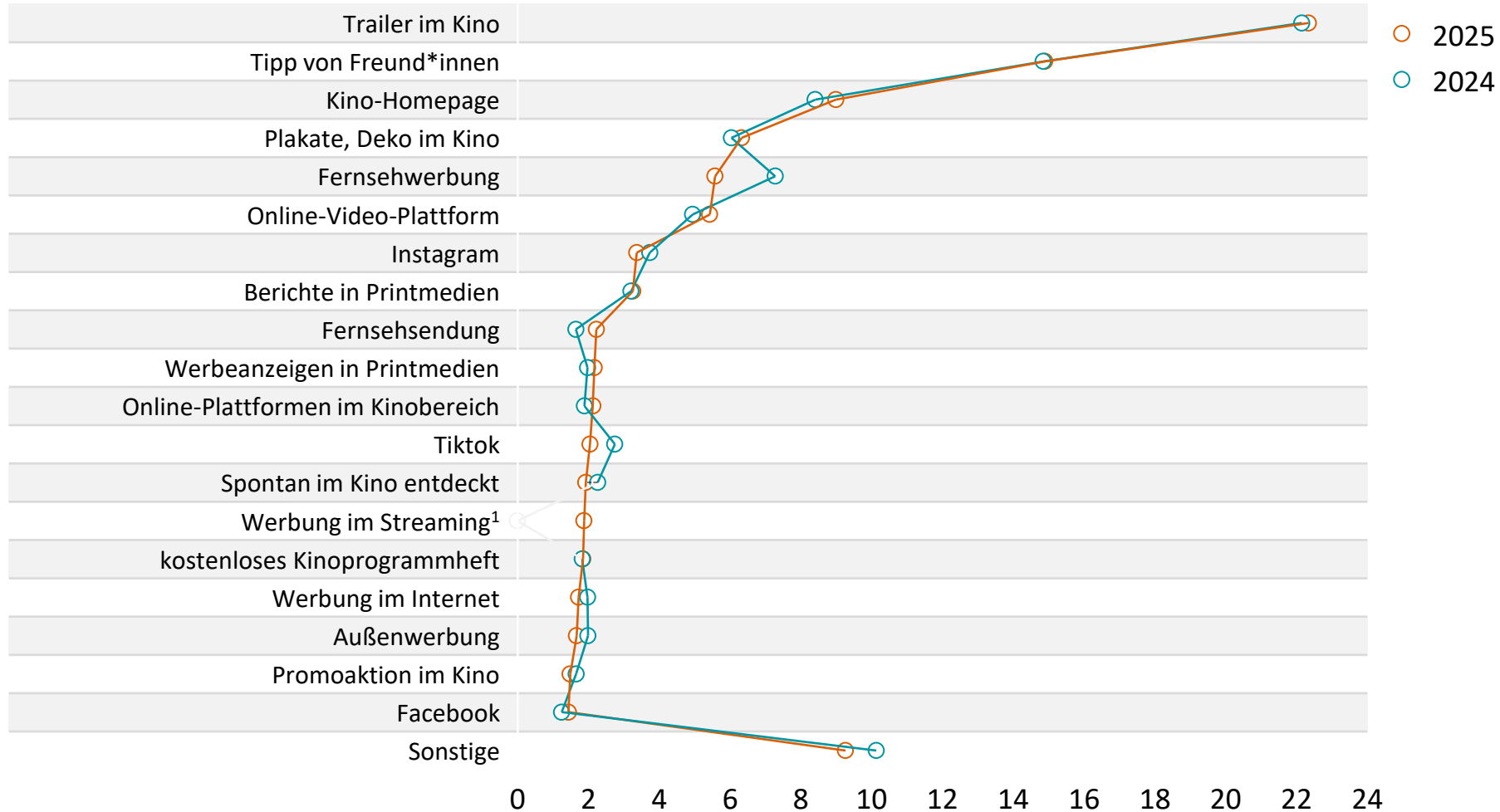
Basis: Tickets in %



Kinobesucher*innen III – filmspezifisch

SOURCES OF AWARENESS 2024/2025

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)

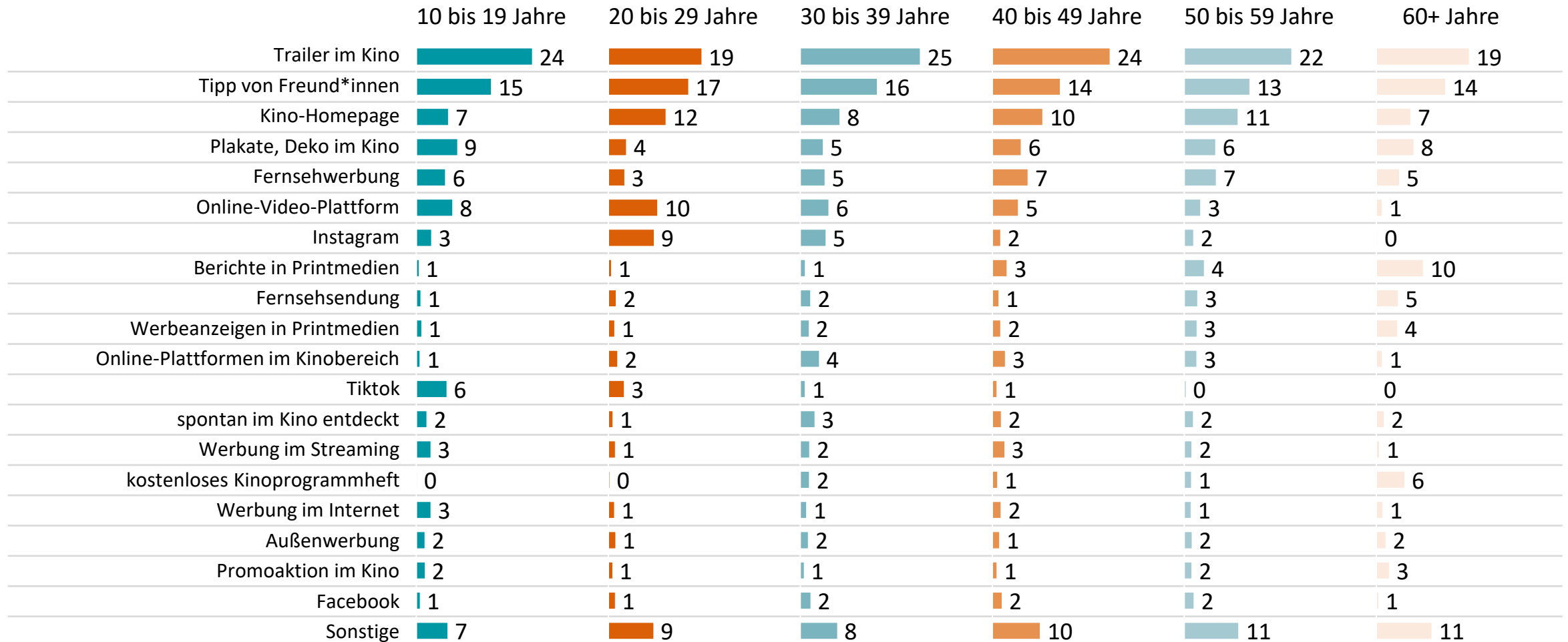


Quelle: FFA auf Basis von YouGov Shopper; n 2025 = 11.995.

¹ Werbung im Streaming wird seit 2025 abgefragt, daher liegt für 2024 kein Vergleichswert vor.

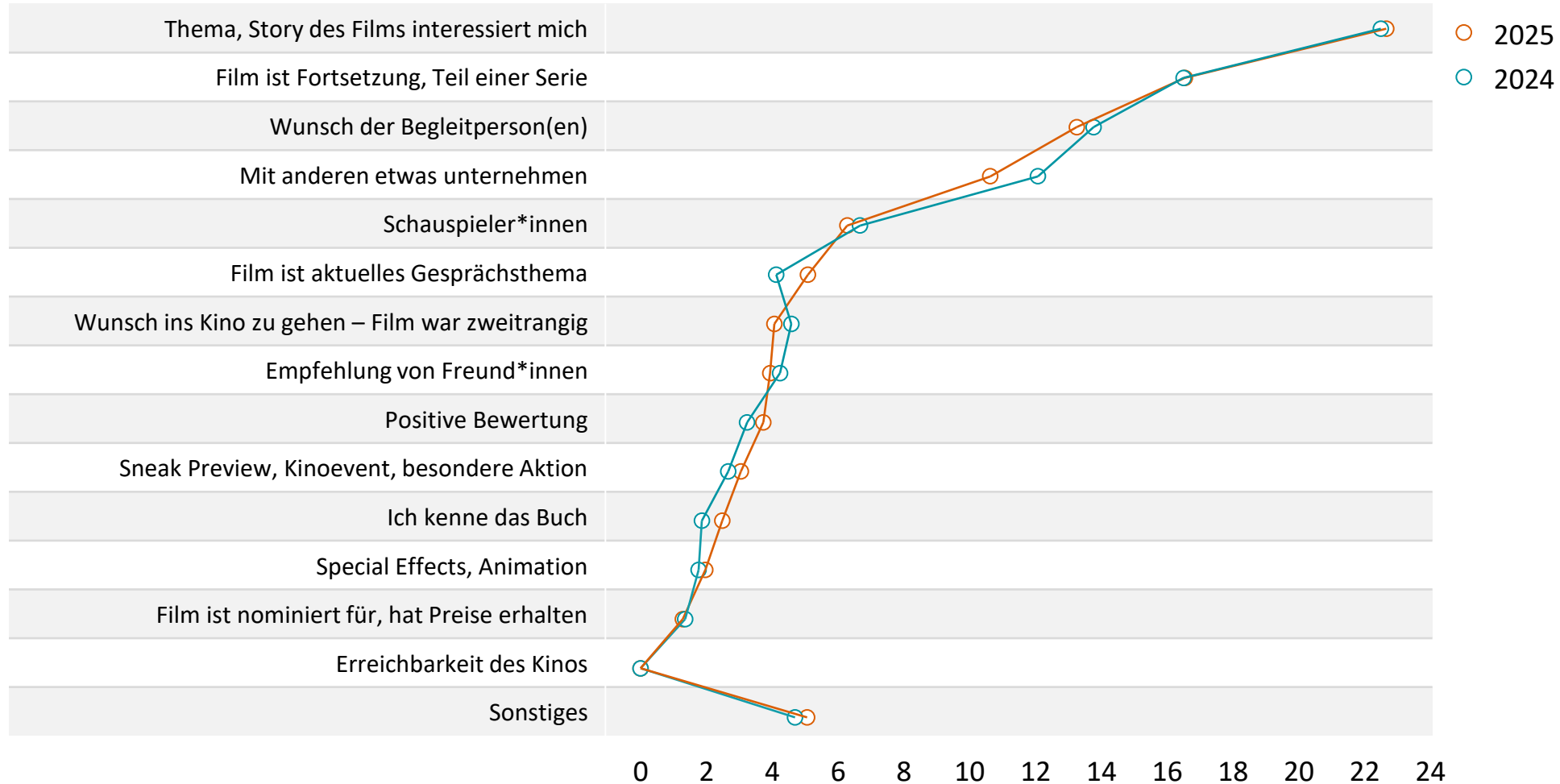
SOURCES OF AWARENESS – ALTERSGRUPPEN 2025

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



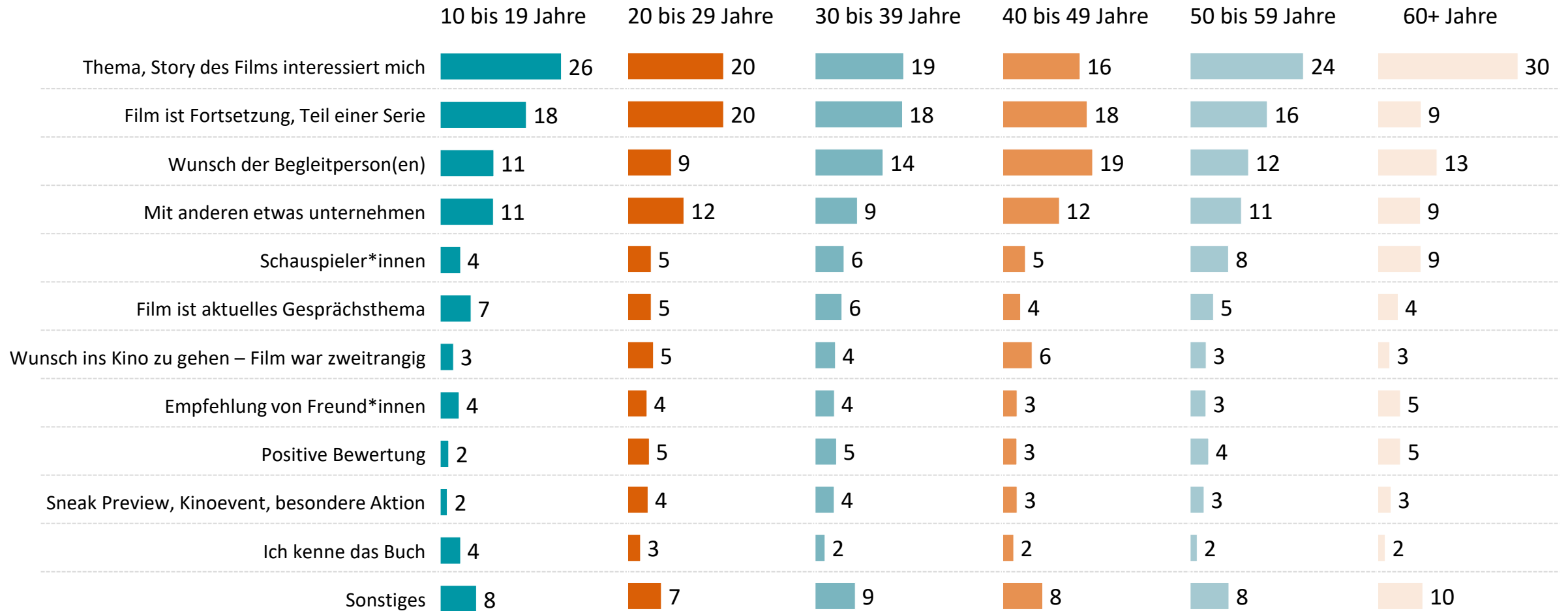
BESUCHSGRUND 2024/2025

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



BESUCHSGRUND – ALTERSGRUPPEN 2025

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



ZUSAMMENFASSUNG 1/2

Komödien führen die Genrepräferenzen an:

In allen Altersgruppen wird die Top 7 des Jahres 2025 von einer Komödie angeführt. Der deutsche Film DAS KANU DES MANITU belegt in vier der sechs Altersgruppen den ersten Platz. Bei den 10- bis 19-Jährigen sowie den 40- bis 49-Jährigen liegt hingegen EIN MINECRAFT FILM auf Rang eins, gefolgt von DAS KANU DES MANITU.

Mit einem Ticketanteil von 27 Prozent ist die Komödie das beliebteste Genre, gefolgt von Drama (18 %), Kinderfilm (16 %) und Action (16 %).

In der Altersgruppe der 20- bis 29-Jährigen entfallen mehr Ticketkäufe auf Horror (9 %) und Science-Fiction (8 %) als in den übrigen Altersgruppen.

Mit 32 Prozent der gelösten Tickets ist die erste Kinowoche weiterhin der bevorzugte Besuchszeitpunkt. Im Vergleich zu 2024 entfallen weniger Tickets auf Filme ab der siebten Spielwoche.

Ausgaben für Verzehr im leichten Anstieg:

Die Verzehrausgaben steigen im Vorjahresvergleich um 3 Prozent auf 648 Millionen Euro. Bei Gesamtausgaben von 1,6 Milliarden Euro beträgt der Verzehranteil 41 Prozent (2024: 42 %) und ist damit leicht rückläufig, weil die Ticketausgaben stärker wachsen (+8 %) als die Verzehrausgaben (+3 %).

62 Prozent der Ticketkäufe erfolgen in Kombination mit Concession-Ausgaben.

ZUSAMMENFASSUNG 2/2

Beliebteste Kinotage und Anzahl der Begleitpersonen halten sich konstant:

Die beliebtesten Besuchstage sind die Wochenendtage von Freitag bis Sonntag, die 56 Prozent der Tickets ausmachen. 46 Prozent der verkauften Tickets entfallen auf Besuche zu zweit. 36 Prozent der Kinotickets sind für Vorstellungen vor 17 Uhr – vor allem bei 10- bis 19-Jährigen (50 %). 20- bis 29-Jährige bevorzugen dagegen Abendvorstellungen ab 20 Uhr.

Online-Ticket-Erwerb vor allem in jüngeren Altersgruppen:

2025 werden 51 Prozent der Tickets online gekauft (2024: 49 %). Den höchsten Anteil verzeichnen die 30- bis 39-Jährigen (68 %), den niedrigsten Online-Anteil haben die über 60-Jährigen (32 %).

Der Anteil der vor Ort am selben Tag gekauften Tickets sinkt auf 46 Prozent (2024: 49 %). Rückgänge zeigen sich in allen Altersgruppen, besonders bei den 20- bis 29- und über 60-Jährigen (jeweils –6 PP). Die Jüngeren weichen vermehrt auf Apps aus, die Älteren nutzen häufiger den Online-Vorverkauf.

Bleibende Bedeutung von Trailern im Kino:

Mit 22 Prozent bleibt der „Trailer im Kino“ die wichtigste Quelle, um die Aufmerksamkeit der Kinobesuchenden zu gewinnen. „Fernsehwerbung“ verzeichnet mit 6 Prozent einen leichten Rückgang im Vergleich zum Vorjahr (2024: 7 %).

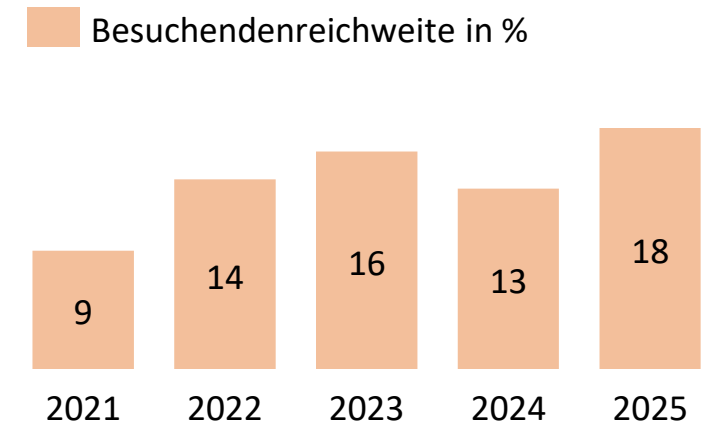
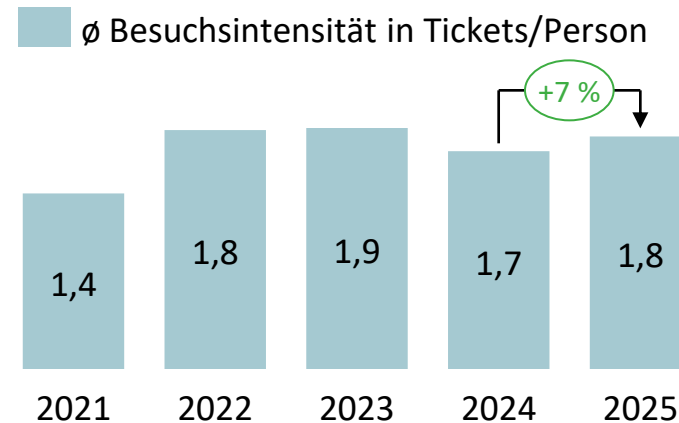
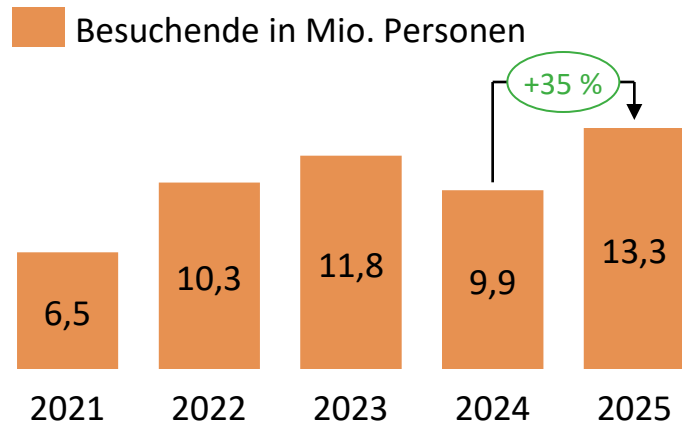
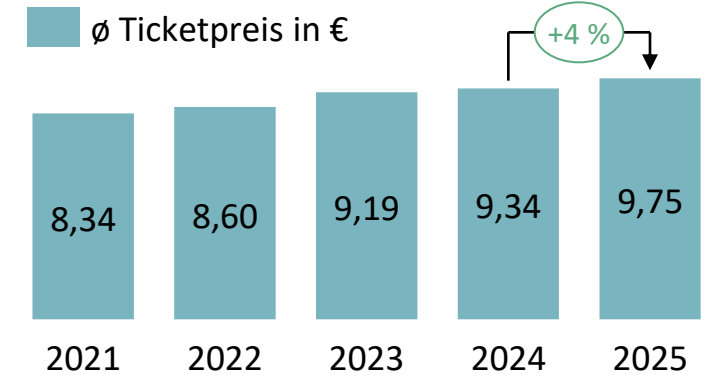
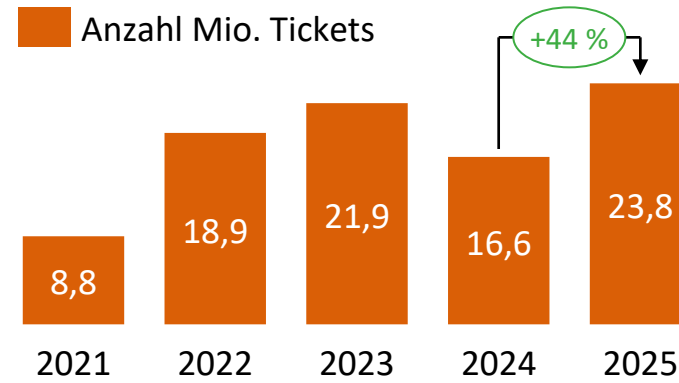
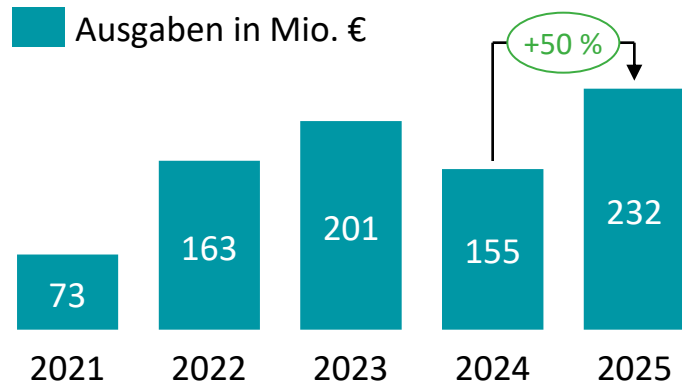
23 Prozent nennen Interesse an Thema oder Story als Hauptgrund für ihren Kinobesuch. „Mit anderen etwas zu unternehmen“ ist mit einem Anteil von 11 Prozent etwas weniger relevant als noch im Vorjahr (2024: 12 %).



Filmförderungsanstalt German Federal Film Board

Kinobesucher*innen deutscher Filme

KEY-FACTS ZUM DEUTSCHEN FILM IM ZEITVERLAUF

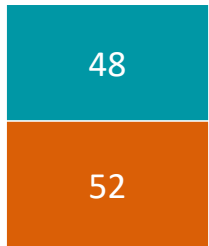


Kinobesucher*innen deutscher Filme

BESUCHER*INNEN DEUTSCHER FILME – GESCHLECHT UND ALTER IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets in %

Gesamt
alle Filme 2025



■ männlich
■ weiblich

Deutsche Filme

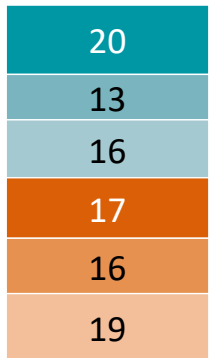
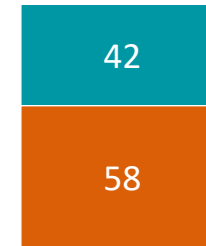
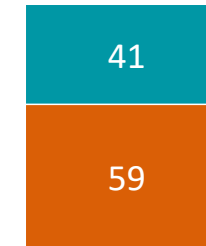
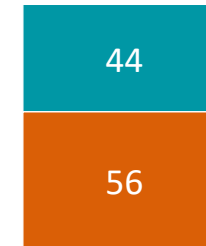
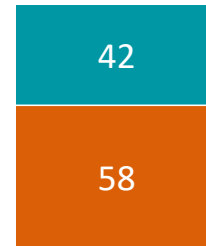
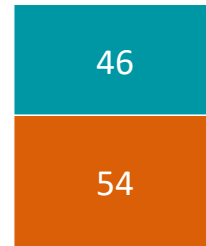
2021

2022

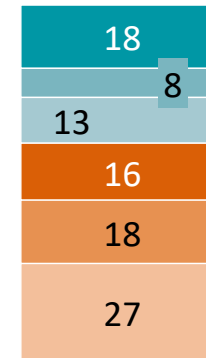
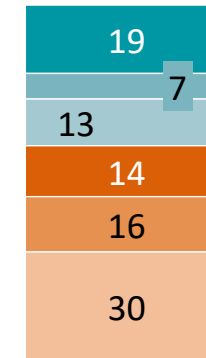
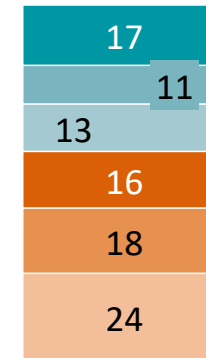
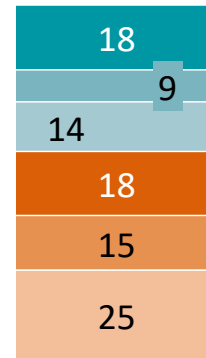
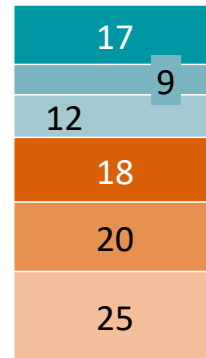
2023

2024

2025



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



88,6

Basis in Mio. Tickets

8,8

18,9

21,9

16,6

23,8

40,6

Ø Alter

44,4

43,4

43,6

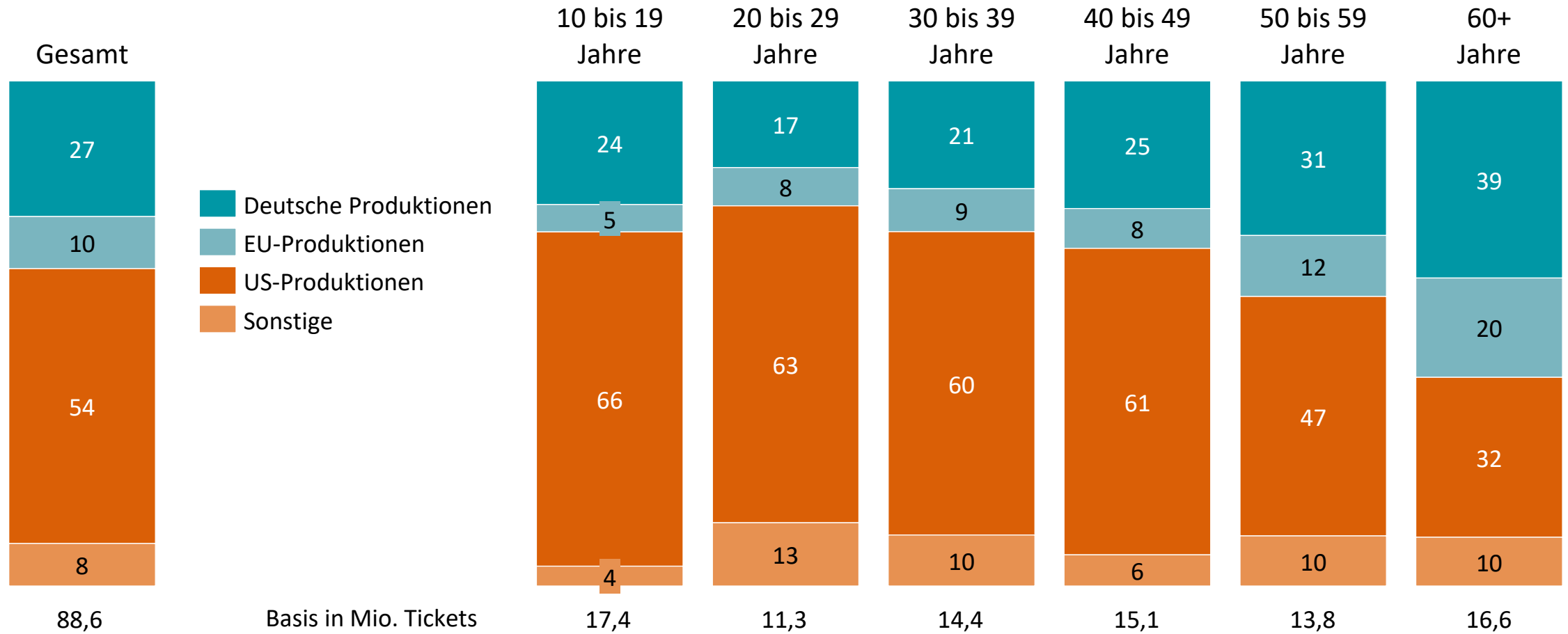
45,2

44,5

Kinobesucher*innen deutscher Filme

BESUCHE NACH HERSTELLUNGSLAND – ALTERSGRUPPEN 2025

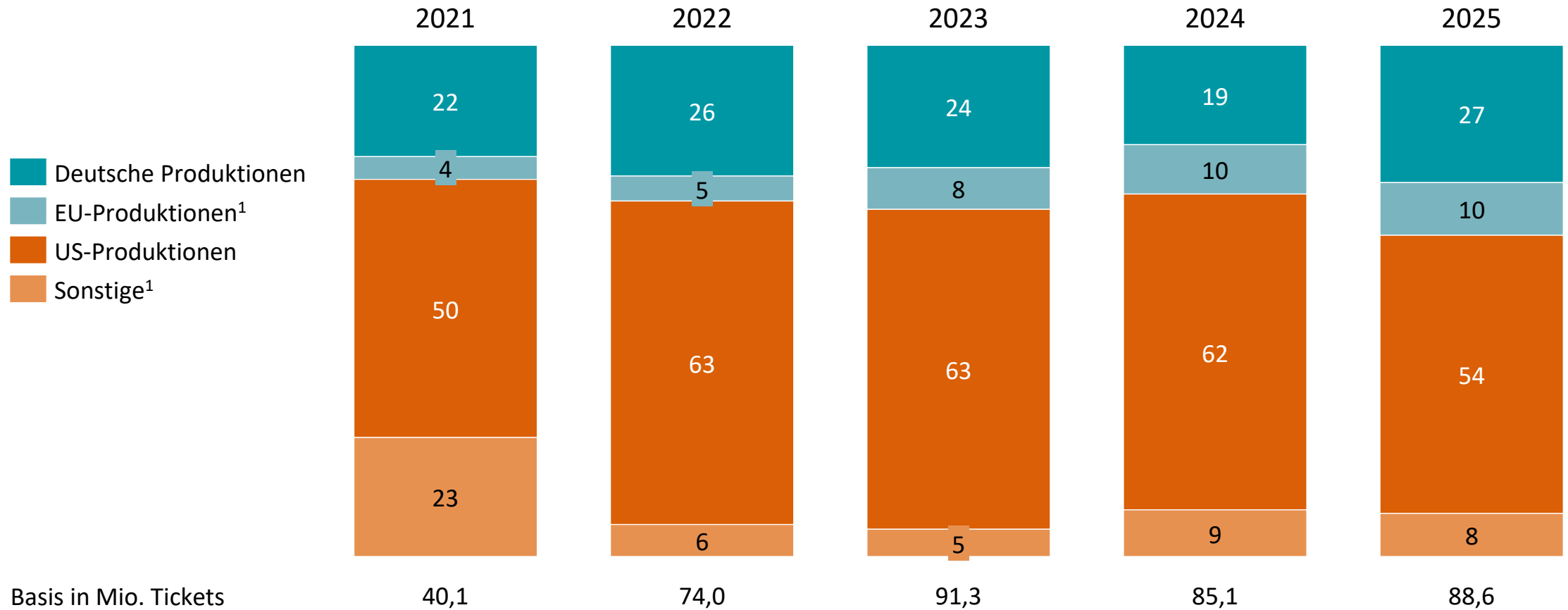
Basis: Tickets in %



Kinobesucher*innen deutscher Filme

BESUCHE NACH HERSTELLUNGSLAND IM ZEITVERLAUF

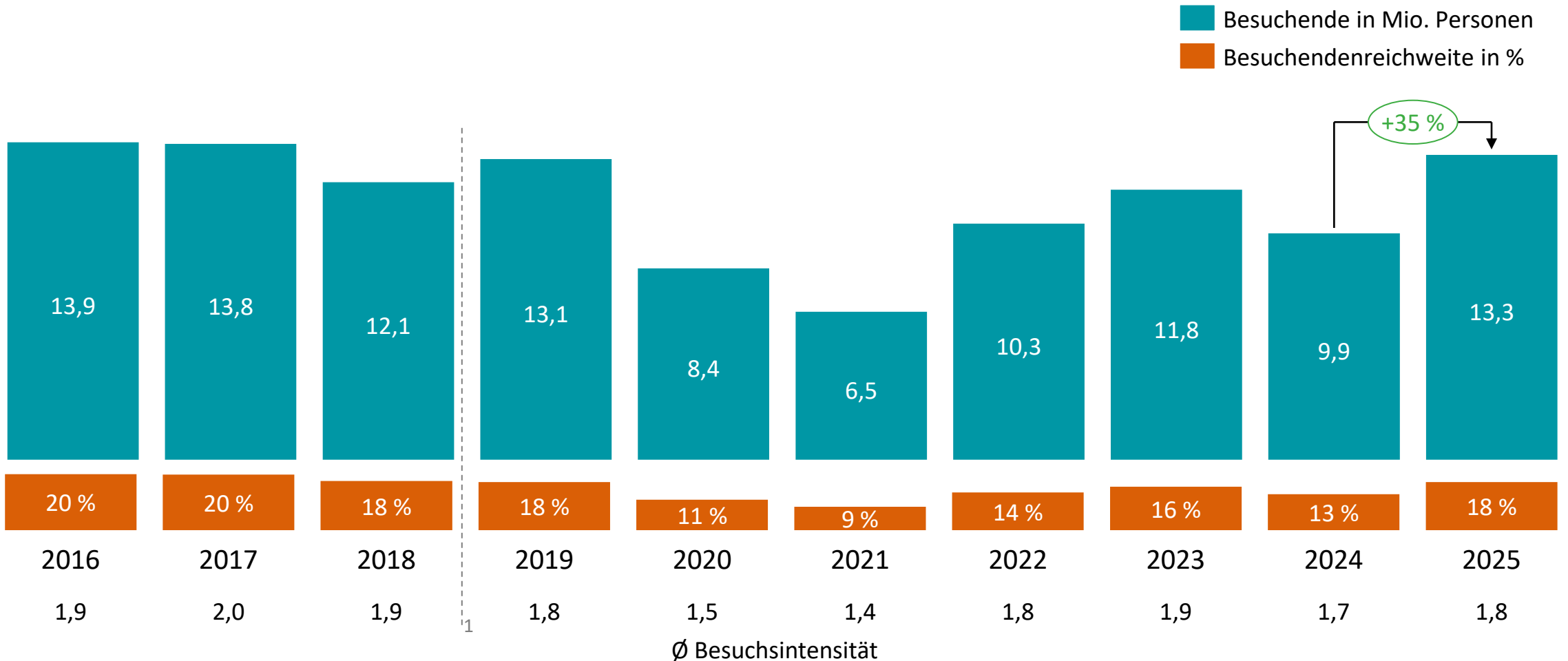
Basis: Tickets in %



Kinobesucher*innen deutscher Filme

REICHWEITENENTWICKLUNG UND BESUCHE PRO KOPF DEUTSCHER FILME IM ZEITVERLAUF¹

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

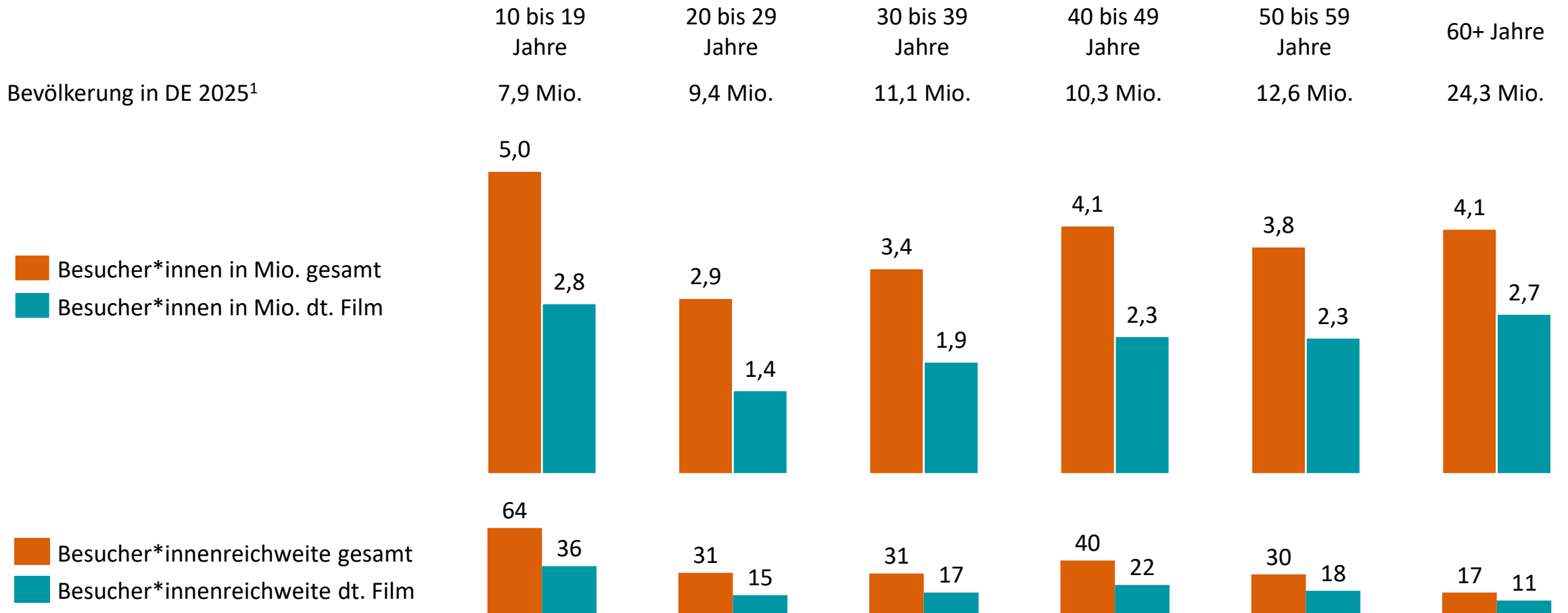


Quelle: FFA auf Basis von YouGov Shopper; n Deutsche Produktion 2025 = 3.817.

¹ Grundgesamtheit bis 2018: Deutsche Bevölkerung ab 10 Jahren. Grundgesamtheit ab 2019: In Deutschland lebende Bevölkerung ab 10 Jahren.

REICHWEITEN NACH ALTERSGRUPPEN – BESUCHER*INNEN DEUTSCHER PRODUKTIONEN 2025

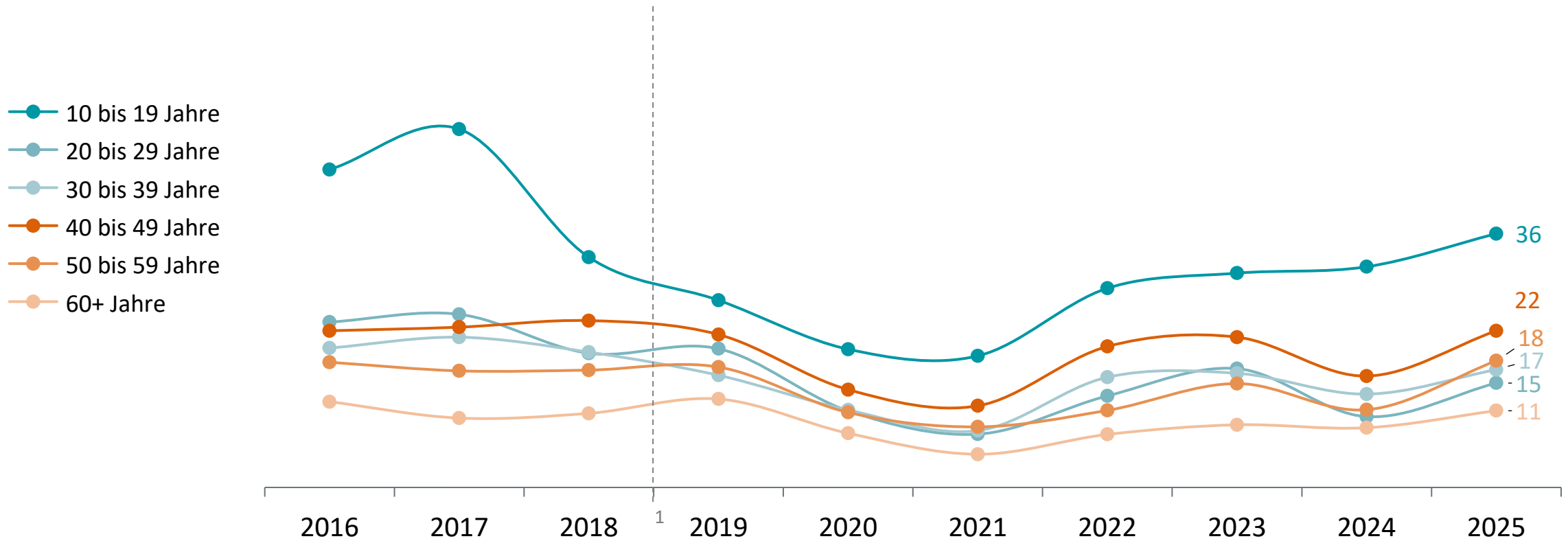
Basis: Personen in Mio. / Personen in %



Quelle: FFA auf Basis von YouGov Shopper; n Deutsche Produktion 2025 = 3.817.
1 in Deutschland lebende Bevölkerung ab 10 Jahren.

REICHWEITENENTWICKLUNG DEUTSCHER FILM – ALTERSGRUPPEN IM ZEITVERLAUF¹

Basis: Reichweiten innerhalb der Altersgruppen in %



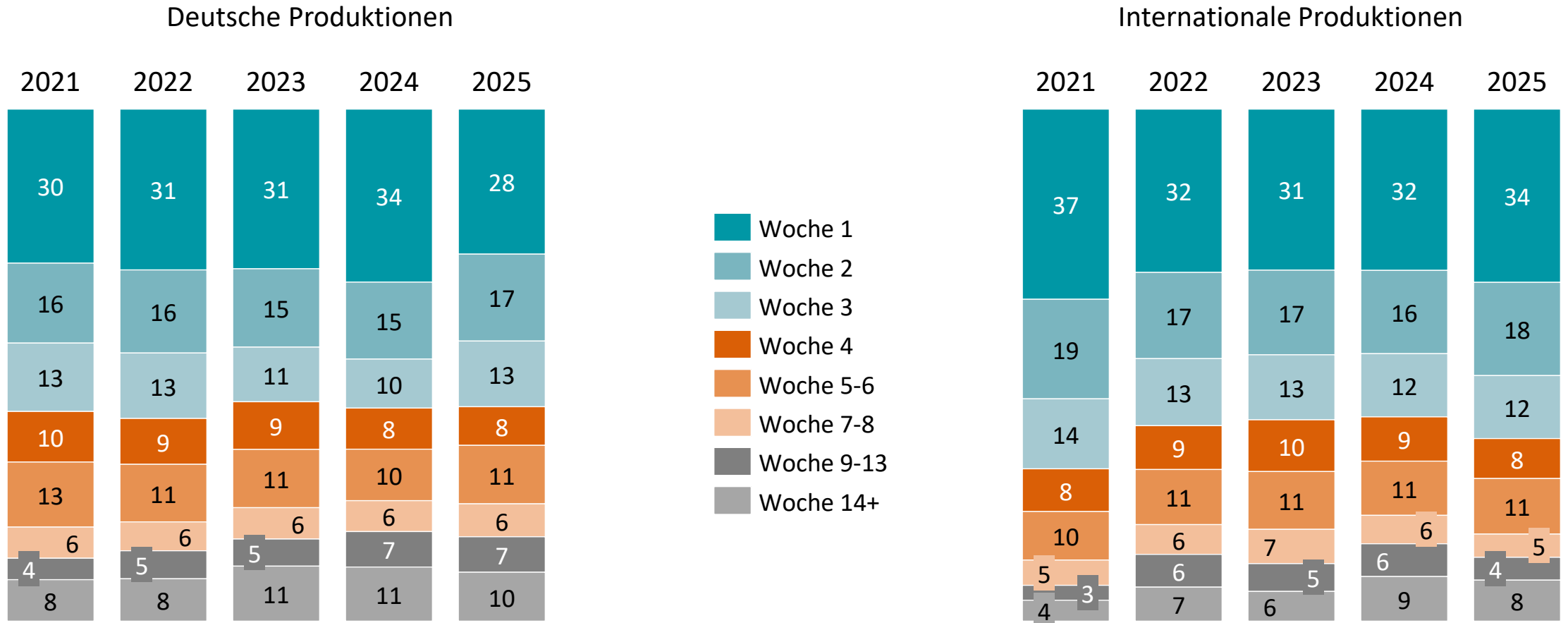
Quelle: FFA auf Basis von YouGov Shopper; n Deutsche Produktion 2025 = 3.817.

¹ Grundgesamtheit bis 2018: Deutsche Bevölkerung ab 10 Jahren. Grundgesamtheit ab 2019: In Deutschland lebende Bevölkerung ab 10 Jahren.

Kinobesucher*innen deutscher Filme

BESUCHE DEUTSCHER FILME – ZEITPUNKT DES BESUCHS IM ZEITVERLAUF

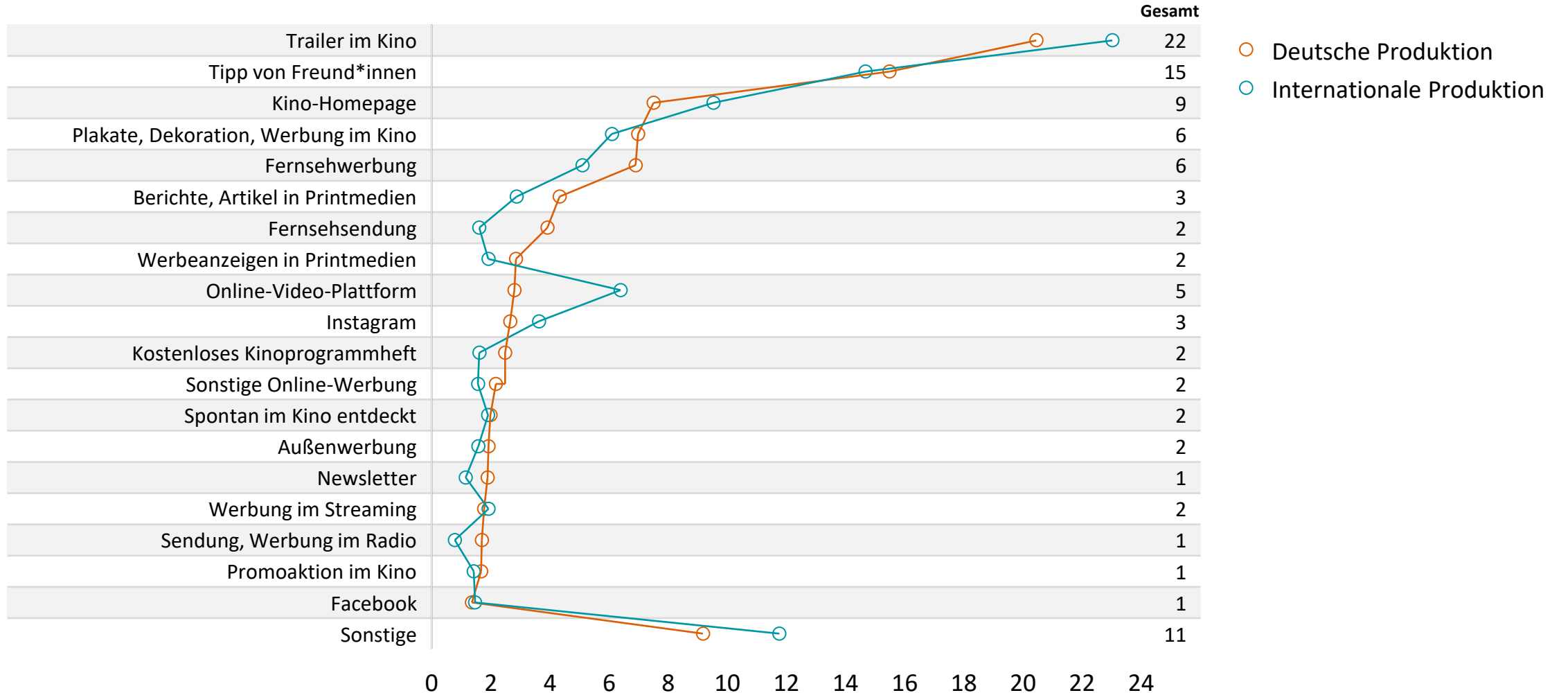
Basis: Tickets in %



Kinobesucher*innen deutscher Filme

BESUCHE DEUTSCHER FILME – SOURCES OF AWARENESS 2025

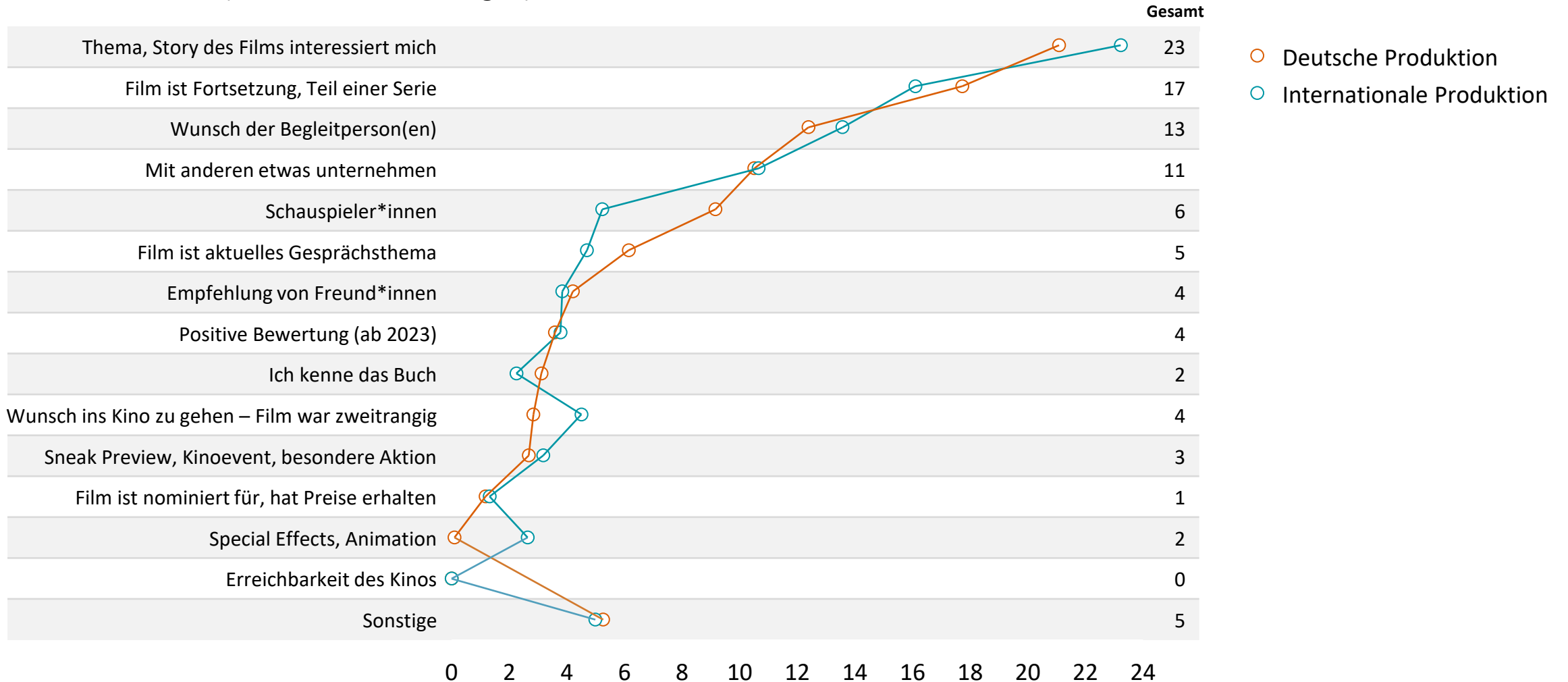
Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



Kinobesucher*innen deutscher Filme

BESUCHE DEUTSCHER FILME – BESUCHSGRUND 2025

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



ZUSAMMENFASSUNG

Ausgaben und Tickets im Anstieg:

Die Ausgaben für deutsche Filme steigen um 50 Prozent auf 232 Millionen Euro. Die Anzahl der gelösten Tickets wächst um 44 Prozent auf 23,8 Millionen. Der durchschnittliche Ticketpreis für deutsche Filme steigt im Vergleich zu 2024 auf 9,75 Euro (+4 %).

Besucher*innen deutscher Filme weiterhin überwiegend weiblich und älter:

Mit 58 Prozent bleibt das Publikum deutscher Filme mehrheitlich weiblich (-1 PP ggü. 2024). Das Durchschnittsalter sinkt leicht auf 44,5 Jahre (2024: 45,2 Jahre), liegt damit aber weiterhin über den Durchschnitt aller Filme (40,6 Jahre). 45 Prozent der Tickets für deutsche Produktionen entfallen auf Personen ab 50 Jahren.

Top-Besuchsgrund für deutsche und internationale Produktionen bleibt das Interesse am Thema des Films:

Auch 2025 sind die zentralen Aufmerksamkeitsquellen der „Trailer im Kino“ (deutsche Produktion: 20 %, internationale Produktion 23 %), „Tipp von Freund*innen“ (beide: 15 %) und „Kino-Homepage“ (deutsche Produktion: 8 %, internationale Produktion 10 %). Online-Video-Plattformen zeigen die größten Unterschiede: Internationale Produktionen (6 %) erzielen dort mehr Aufmerksamkeit für den besuchten Film als deutsche (3 %).

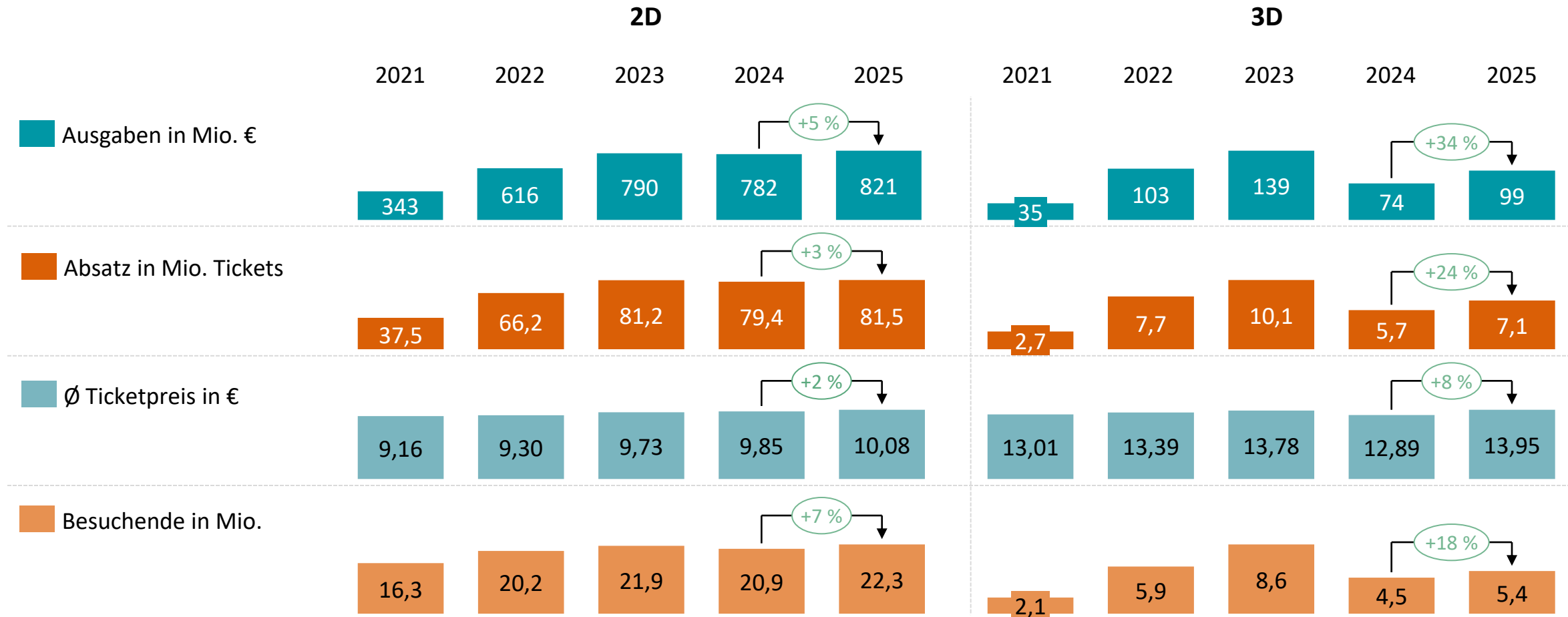
Bei deutschen Produktionen nennen 21 Prozent der Besucher*innen als Hauptgrund für den Kinobesuch das Interesse an Story/Thema (international: 23 %). Den größten Unterschied zwischen den Besuchsgründen ergibt sich für Schauspieler*innen: Bei deutschen Produktionen (9 %) führen die Schauspieler*innen häufiger zum Besuch als bei internationalen Filmen (5 %).



Filmförderungsanstalt German Federal Film Board

Kinobesucher*innen von 3D-Filmen

KEY-FACTS ZUM 3D-FILM

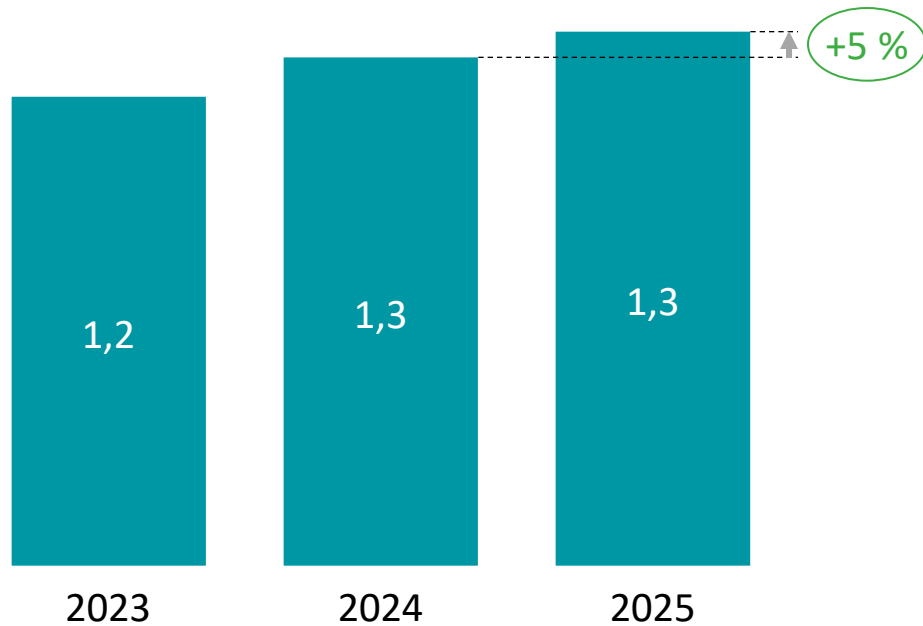


Kinobesucher*innen von 3D-Filmen

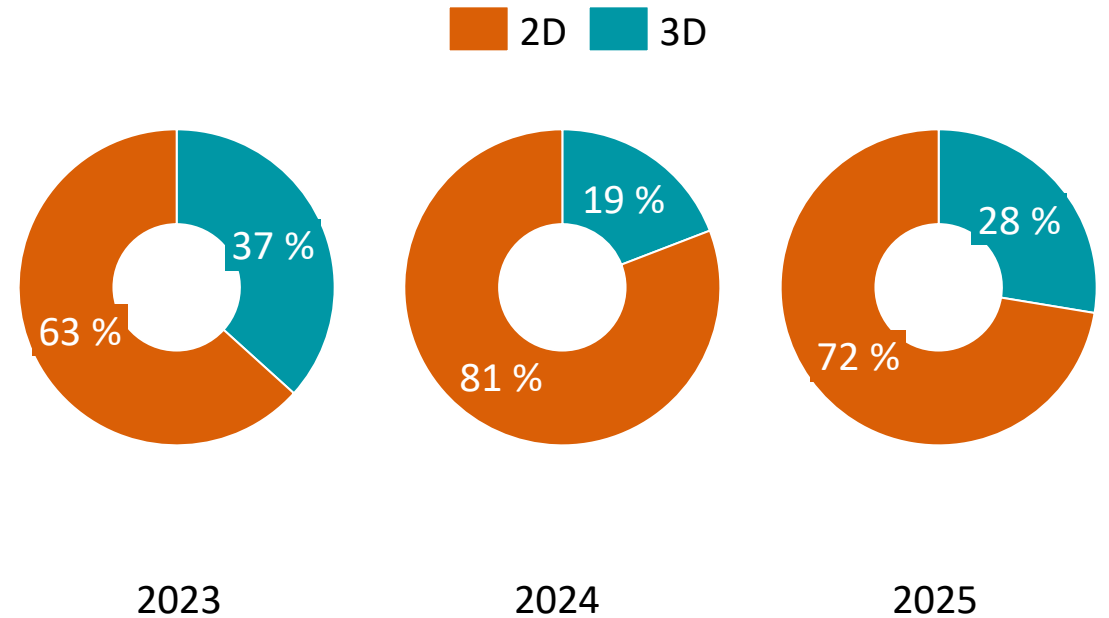
BESUCHE PRO KOPF UND 3D-ANTEIL IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets pro Person / Tickets in %

Anzahl 3D-Tickets pro Person
(Basis: Kinobesucher*innen von 3D-Filmen)

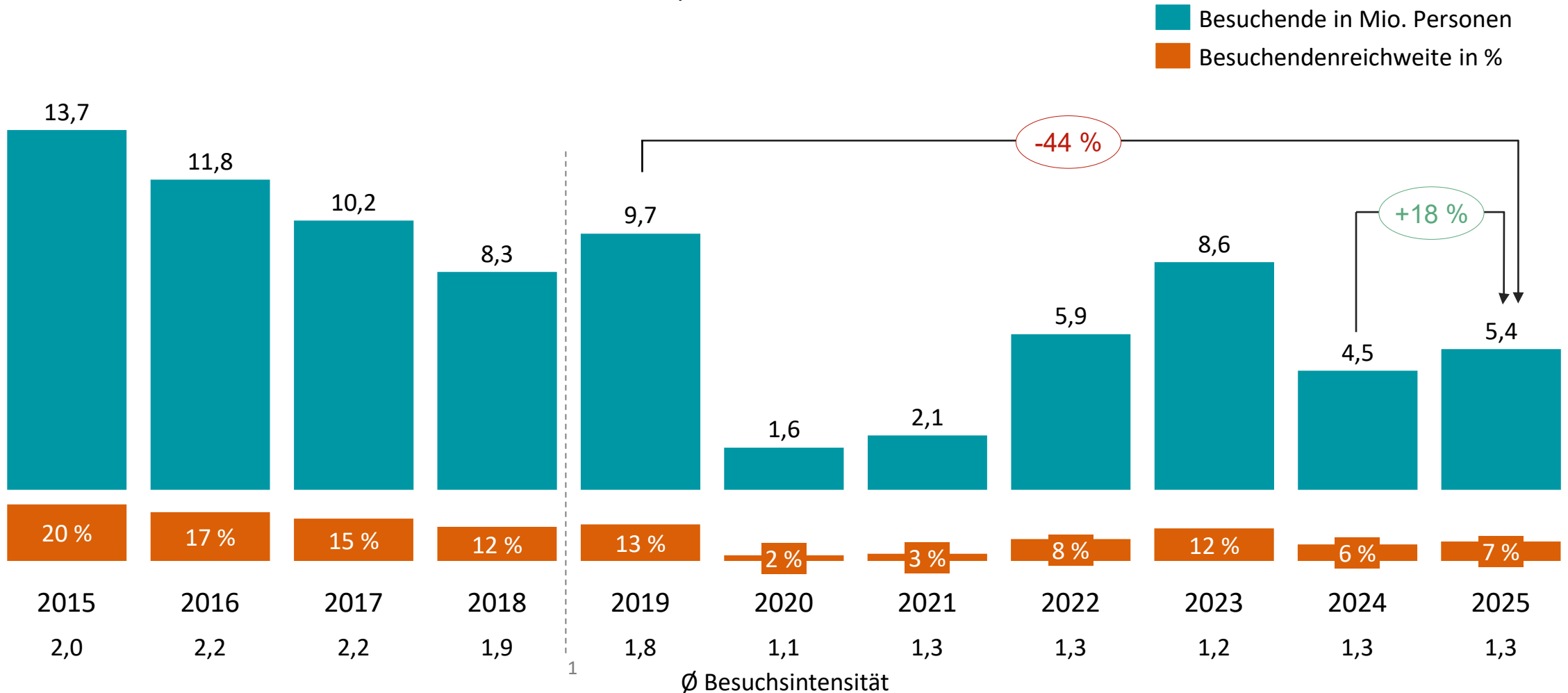


3D-fähige Titel: gesehen in 2D oder 3D
(Basis: Tickets in %)



REICHWEITENENTWICKLUNG UND BESUCHE PRO KOPF VON 3D-FILMEN IM ZEITVERLAUF¹

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



Quelle: FFA auf Basis von YouGov Shopper; n 3D 2025 = 758.

¹ Grundgesamtheit bis 2018: Deutsche Bevölkerung ab 10 Jahren. Grundgesamtheit ab 2019: In Deutschland lebende Bevölkerung ab 10 Jahren.

ZUSAMMENFASSUNG

3D-Filme erleben nach einem schwächeren Vorjahr wieder ein Wachstum:

Insgesamt liegt der Markt für 3D-Filme über dem Niveau des Vorjahres. Die Ausgaben betragen 99 Millionen Euro (+34 %).

Mit 7,1 Millionen gekauften Tickets (+24 %) und 5,4 Millionen Besuchenden (+18 %) ergibt sich auch hier ein starkes Wachstum.

Die durchschnittliche Besuchsintensität liegt nach einem leichten Anstieg im Vergleich zum Vorjahr (+5 %) bei 1,3 gelösten 3D-Tickets pro Person.

3D-fähige Filme werden wieder häufiger in 3D gesehen:

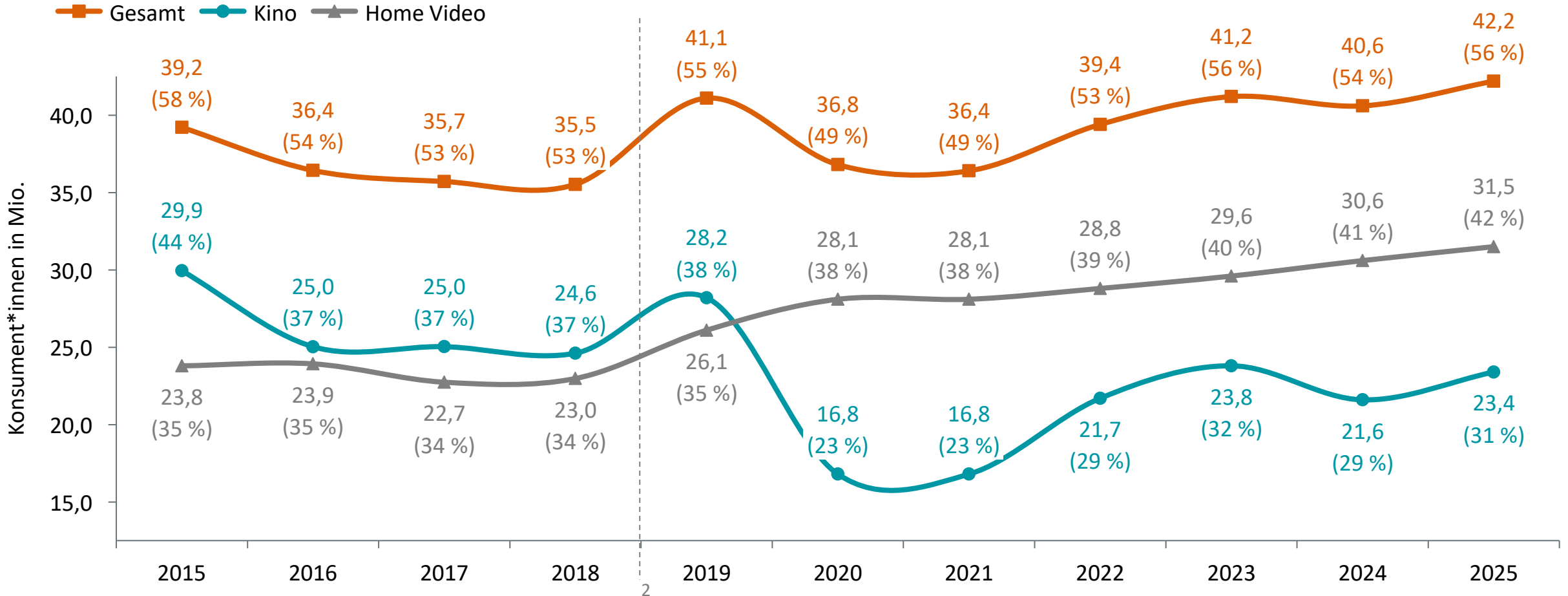
Der Anteil der Filme, die in einer 3D-Fassung vorliegen und auch in 3D gesehen werden, liegt 2025 bei 28 Prozent und ist somit höher als im Vorjahr (2024: 19 %).

Kinobesucher*innen mit Blick auf Home Video und SVoD

Kinobesucher*innen mit Blick auf Home Video und SVoD

KINO/HOME VIDEO¹: ENTWICKLUNG KONSUMENT*INNEN²

Basis: Personen in Mio. / Reichweite in %



Quelle: FFA auf Basis von YouGov Shopper; n 2025 = 93.500.

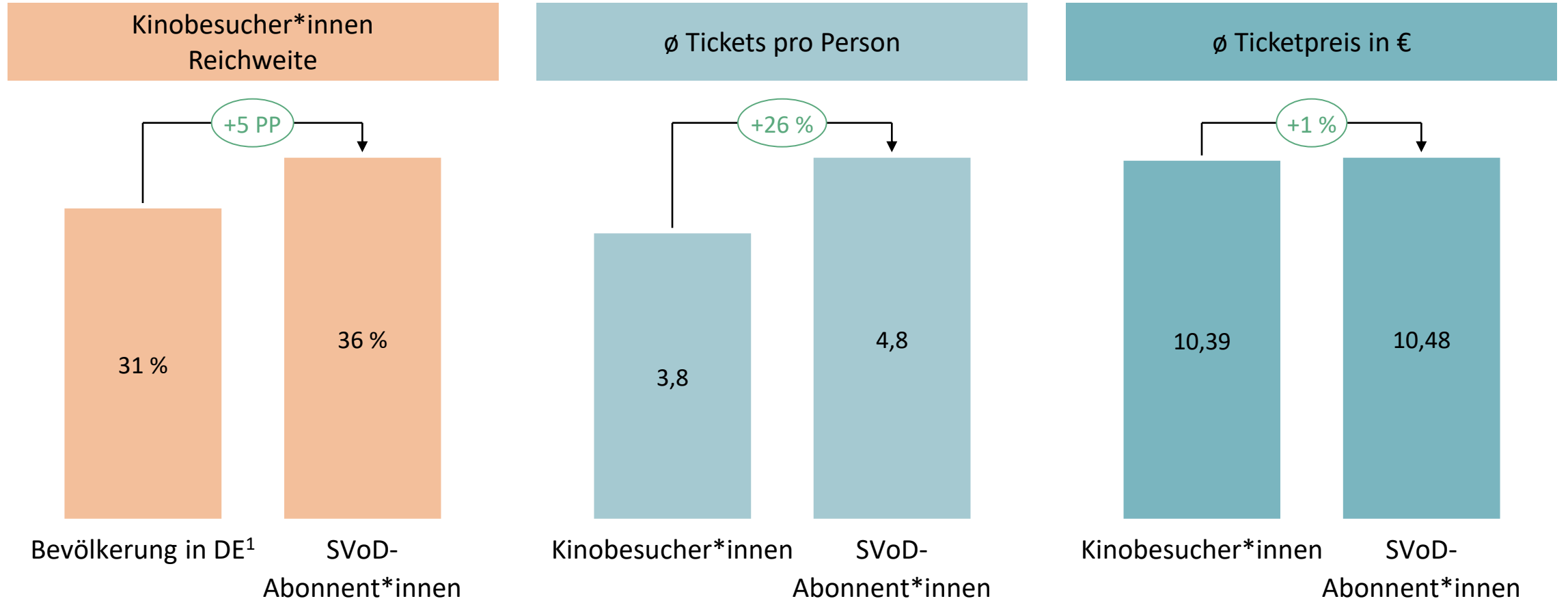
¹ Ab 2019 DVD/Blu-ray/VHS exkl. Leihvideos.

² Grundgesamtheit bis 2018: Deutsche Bevölkerung ab 10 Jahren. Grundgesamtheit ab 2019: In Deutschland lebende Bevölkerung ab 10 Jahren.

Kinobesucher*innen mit Blick auf Home Video und SVoD

KINOBESUCHER*INNEN UND SVOD-ABONNENT*INNEN

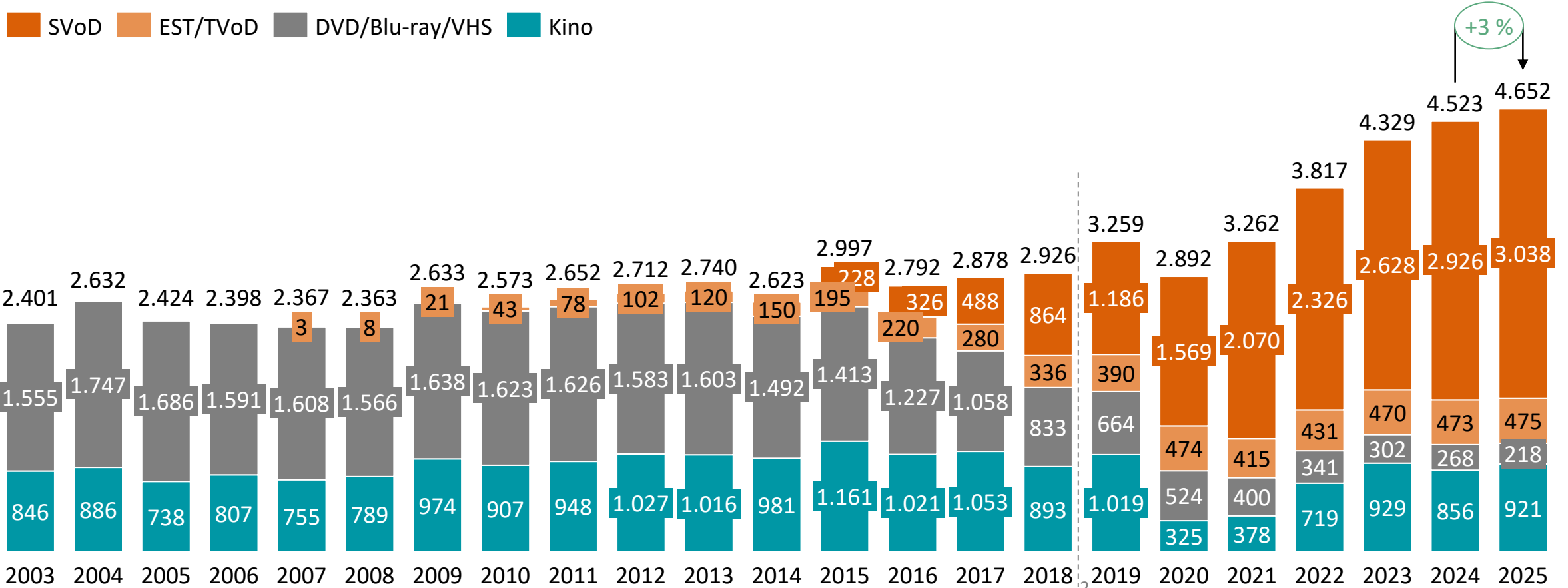
Basis: Reichweite in % / ø Tickets pro Person / ø Ticketpreis in €



Kinobesucher*innen mit Blick auf Home Video und SVoD

KINO UND HOME VIDEO¹ IM ZEITVERLAUF²

Basis: Ausgaben in Mio. Euro



Quelle: FFA auf Basis von YouGov Shopper; n 2025 = 93.500.

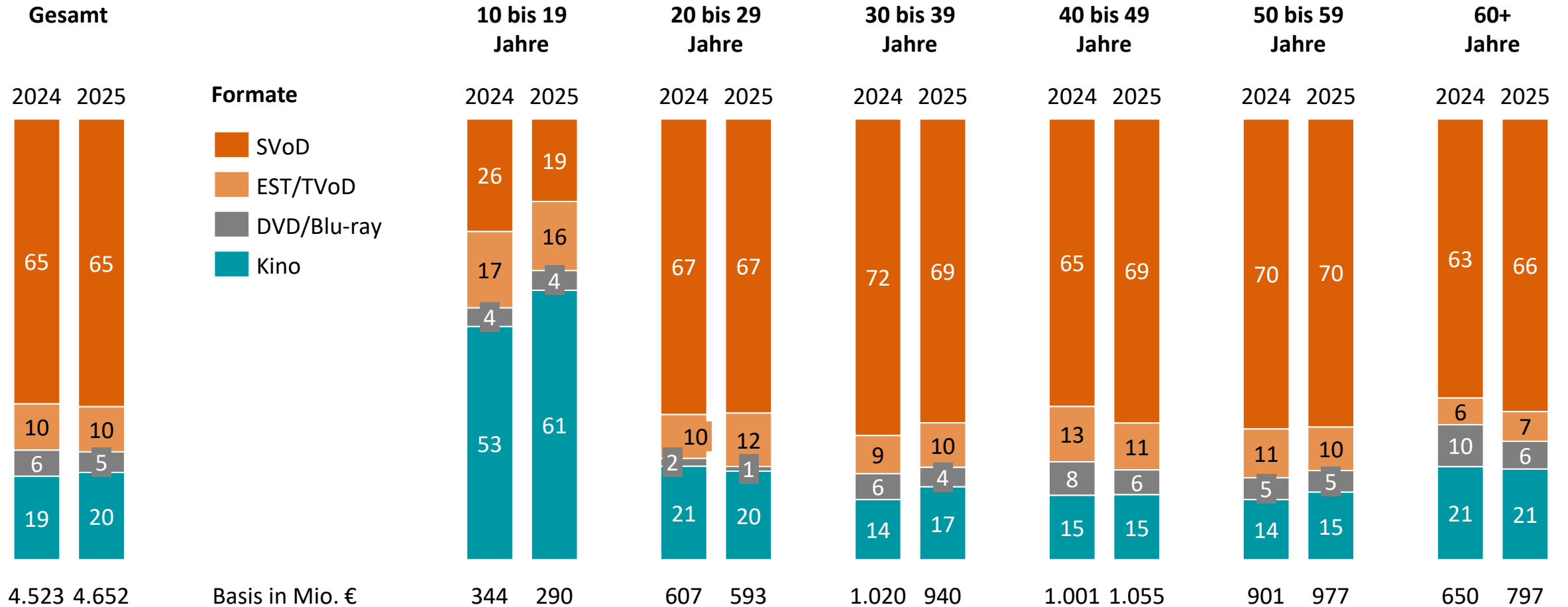
¹ Ab 2019 DVD/Blu-ray/VHS exkl. Leihvideos.

² Grundgesamtheit bis 2018: Deutsche Bevölkerung ab 10 Jahren. Grundgesamtheit ab 2019: In Deutschland lebende Bevölkerung ab 10 Jahren.

Kinobesucher*innen mit Blick auf Home Video und SVoD

AUSGABEN KINO UND HOME VIDEO¹ NACH ALTERSGRUPPEN

Basis: Ausgaben in %



Quelle: FFA auf Basis von YouGov Shopper; n 2025 = 93.500.
 1 DVD/Blu-ray/VHS. exkl. Leihvideos.

ZUSAMMENFASSUNG

Home-Video-Markt im Wachstum:

2025 erreicht der Kino-/Home-Video-Markt mit 4,7 Milliarden Euro einen Ausgabenhöchstwert. Bei stabilen Ausgaben für digitales Kaufen und Leihen (EST/TVoD) sowie weiteren Rückgängen bei VHS, DVD und Blu-ray ist der Zuwachs von 3 Prozent gegenüber 2024 auf steigende Ausgaben für kostenpflichtige Abonnements (SVoD) und Kino zurückzuführen.

Bei den 10- bis 19-Jährigen steigen die Kinoausgaben am deutlichsten (+8 PP) bei gleichzeitig rückläufigen SVoD-Ausgaben im Vergleich zum Vorjahr (-7 PP).

SVoD-Abonent*innen im Kinomarkt:

Die Kinobesuchendenreichweite unter den SVoD-Abonent*innen liegt mit 36 Prozent über der Reichweite der in Deutschland lebenden Bevölkerung ab 10 Jahren (31 %). SVoD-Abonent*innen gehen auch vermehrt ins Kino. Darüber hinaus gehen sie ebenfalls häufiger ins Kino: SVoD-Abonent*innen kaufen 4,8 Tickets pro Person, während es bei allen Kinobesucher*innen 3,8 Tickets pro Person sind. Auch die Ausgaben pro Kinoticket liegen bei SVoD-Abonent*innen mit 10,48 Euro leicht über dem Durchschnitt des Gesamtmarktes (10,39 €).

FFA – Filmförderungsanstalt

Marktforschung und Statistik

Große Präsidentenstraße 9

10178 Berlin

Telefon: 030 / 27 577 0