Filmförderungsanstalt German Federal Film Board

Kinoreichweite in Deutschland ab 0 Jahren

Anteil in der Bevölkerung und Häufigkeit von Kinobesuchen
auf Basis einer Ad-hoc-Studie des YouGov Shopper Konsument*innenpanels

NOVEMBER 2026

YOUGOV SHOPPER – METHODENSTECKBRIEF MEDIA SCOPE

INHALT	Erfassung der Kinobesuche (Reichweite und Häufigkeit) in den letzten 12 Monaten. Zu Kinobesuchen von Kindern werden die Eltern befragt.
METHODE	Schriftlich in Form eines Online-Tagebuchs, das von den Panelteilnehmer*innen selbst kontinuierlich geführt wird.
HOCHRECHNUNG	Die Ergebnisse werden auf die Grundgesamtheit (Stand 2026: 83,8 Mio.) der in Deutschland lebenden Privatpersonen ab 0 Jahren hochgerechnet.
STICHPROBE	Juli 2026: n=12.020 Juli 2025: n=12.644 Juli 2024: n=13.552

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

METHODISCHES VORGEHEN

Befragung

Die Altersklassen 15+ wurden zu ihrem eigenen Kinobesuchsverhalten in den letzten 12 Monaten befragt.

Zusätzlich wurden Personen, in deren Haushalt mindestens ein Kind im Alter bis 14 Jahre seinen Hauptwohnsitz hat, zum Kinobesuchsverhalten aller im Haushalt lebenden Kinder im Alter von 0 bis 14 Jahren befragt.



Kalibrierung

Die per Befragung erhobenen Zahlen zu **Reichweite und Besuchshäufigkeit** wurden anhand der vorliegenden Daten des **YouGov Shopper Konsument*innenpanels kalibriert**. Hintergrund hierfür ist, dass Ad-hoc-Befragungen aufgrund der für die befragten Personen schwierigen zeitlichen Abgrenzung das Niveau je nach Kennzahl über- bzw. unterschätzen. Dies wird anhand der Kalibrierung wieder auf ein realistisches Niveau justiert.

Konkret wurde die **Reichweite** in den Altersklassen 10+ jeweils auf die gemessenen Reichweiten im YouGov Shopper Konsument*innenpanel kalibriert.

Die **Besuchsintensität** wurde in allen Altersklassen analog zu den im YouGov Shopper Konsument*innenpanel gemessenen Besuchsintensitäten kalibriert. Für die Altersklassen unter 10 Jahren wurde der Mittelwert über das Total (10+ Jahre) zur Justierung verwendet.

YOUGOV 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.

Im Vergleich zu Publikationen in den Vorjahren können sich berichtete Werte (Reichweiten, Besuchsintensität) in 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 2023.

INHALT

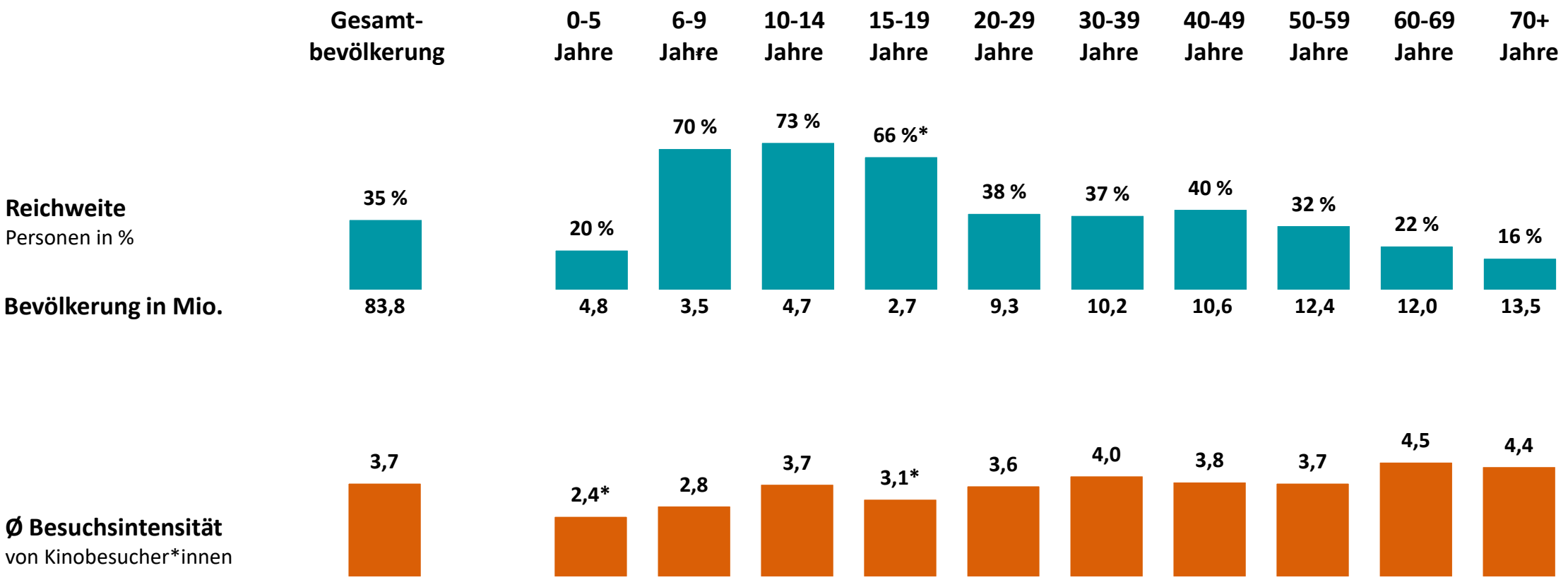
01 | Kinoreichweite in Deutschland ab 0 Jahren und Kinobereitschaft

02 | Altersgruppen: Besuchshäufigkeiten, Kinobesucher*innen, Ticketanteile

03 | Kinoreichweite von Kindern und Familien

04 | Zusammenfassung

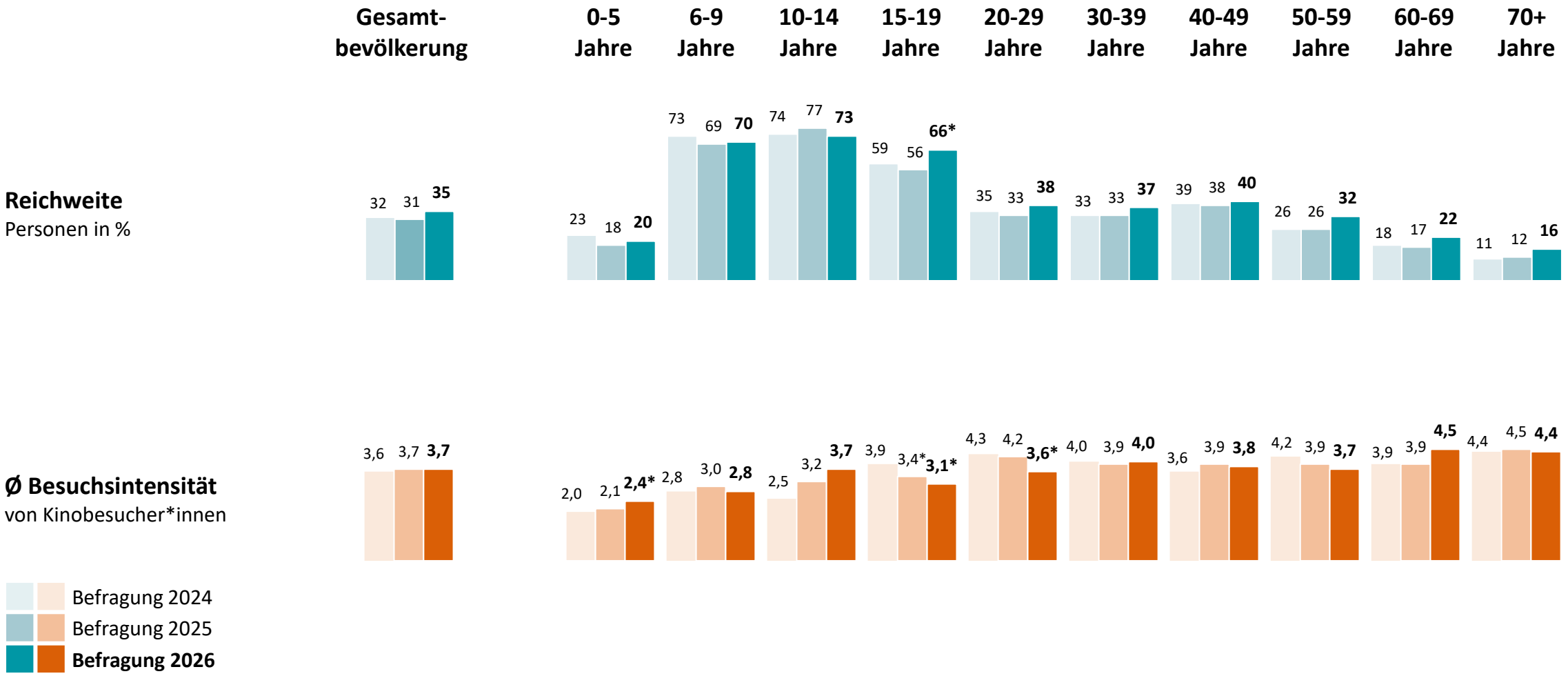
KINOBESUCH IN DEN LETZTEN 12 MONATEN – REICHWEITE UND INTENSITÄT



Quelle: FFA auf Basis der YouGov Shopper Studie „Kinoreichweite in Deutschland ab 0 Jahren“.
Juli 2026; Basis: Bevölkerung ab 0 J. (83,8 Mio.) n=12.020; Kinobesucher*innen (29,0 Mio.) n=4.805.
*Basis < 100.

Kinoreichweite in Deutschland ab 0 Jahren und Kinobereitschaft

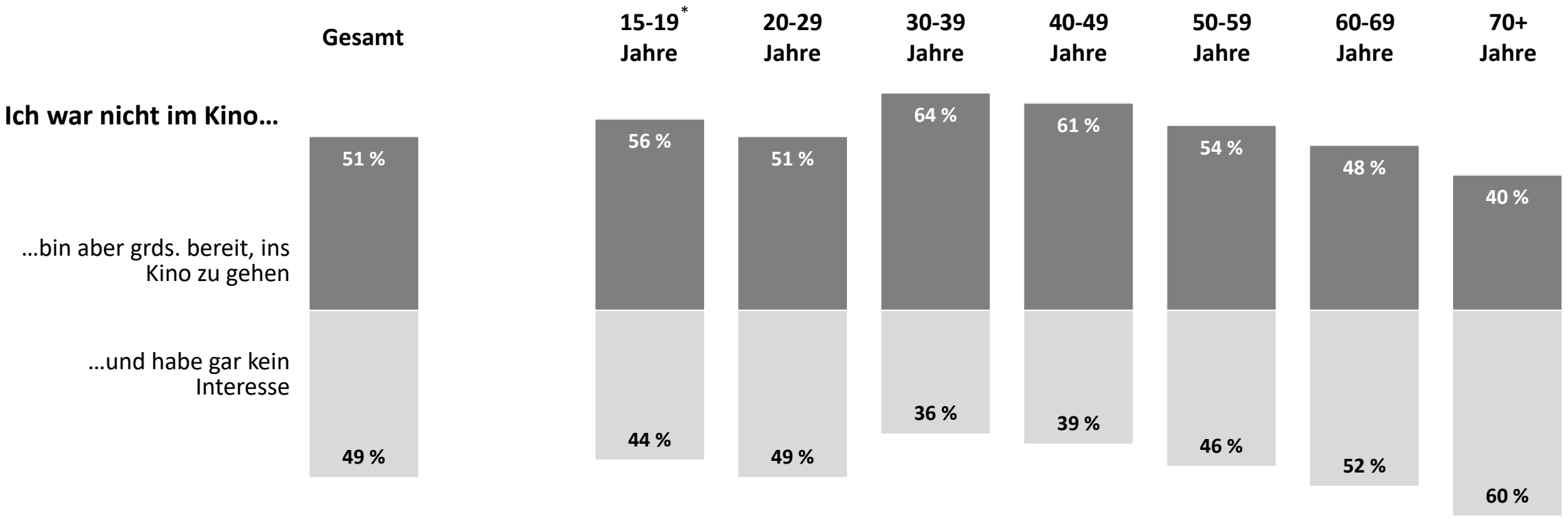
KINOBESUCH IN DEN LETZTEN 12 MONATEN – REICHWEITE UND INTENSITÄT JAHRESVERGLEICH



Quelle: FFA auf Basis der YouGov Shopper Studie „Kinoreichweite in Deutschland ab 0 Jahren“.
Juli 2024 (Bevölkerung: n=13.552; Kinobesucher*innen: n=5.480); Juli 2025 (Bevölkerung: n=12.644; Kinobesucher*innen: n=5.133). Juli 2026 (Bevölkerung: n=12.020; Kinobesucher*innen: n=4.805).
*Basis < 100.

KINOBEREITSCHAFT VON NICHT-KINOBESUCHER*INNEN

Personen in %



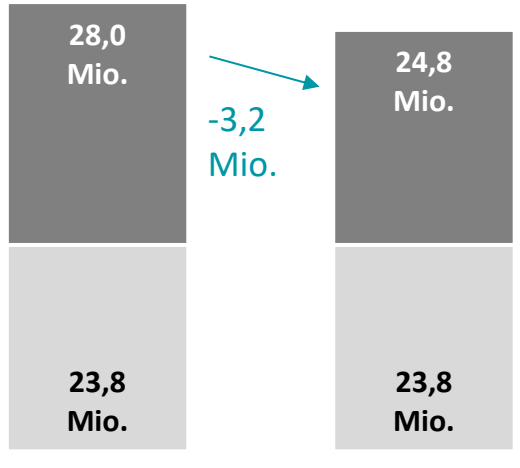
Quelle: FFA auf Basis der YouGov Shopper Studie „Kinoreichweite in Deutschland ab 0 Jahren“.
Juli 2026; Basis: Personen ohne Kinobesuch ab 15 Jahren (48,6 Mio.) n=6.711.
*Basis < 50.

KINOBEREITSCHAFT VON NICHT-KINOBESUCHER*INNEN JAHRESVERGLEICH

Prozentuale Betrachtung (Personen in %)

Ich war nicht im Kino…	2025	2026
…bin aber grds. bereit, ins Kino zu gehen	54 %	51 %
…und habe gar kein Interesse	46 %	49 %
Personen ohne Kinobesuch	51,8 Mio.	48,6 Mio.

Absolute Betrachtung (Personen in Mio.)



Es gibt 2026 wieder mehr Menschen, die ins Kino gehen:
Kinoreichweite: 35 % (2025: 31 %)
Entsprechend sinkt die Zahl der Nicht-Besucher*innen: 51,8 → 48,6 Millionen:

- Die Gruppe der Interessierten, die nicht im Kino war, wird kleiner: 28,0 → 24,8 Millionen.
- Die Zahl der Personen ohne Interesse bleibt stabil bei 23,8 Millionen; ihr Anteil steigt auf 49 %, weil die Gruppe der Nichtbesucher*innen schrumpft.

Quelle: FFA auf Basis der YouGov Shopper Studie „Kinoreichweite in Deutschland ab 0 Jahren“.
Juli 2026; Basis: Personen ohne Kinobesuch ab 15 Jahren (48,6 Mio.) n=6.711.

INHALT

01 | Kinoreichweite in Deutschland ab 0 Jahren und Kinobereitschaft

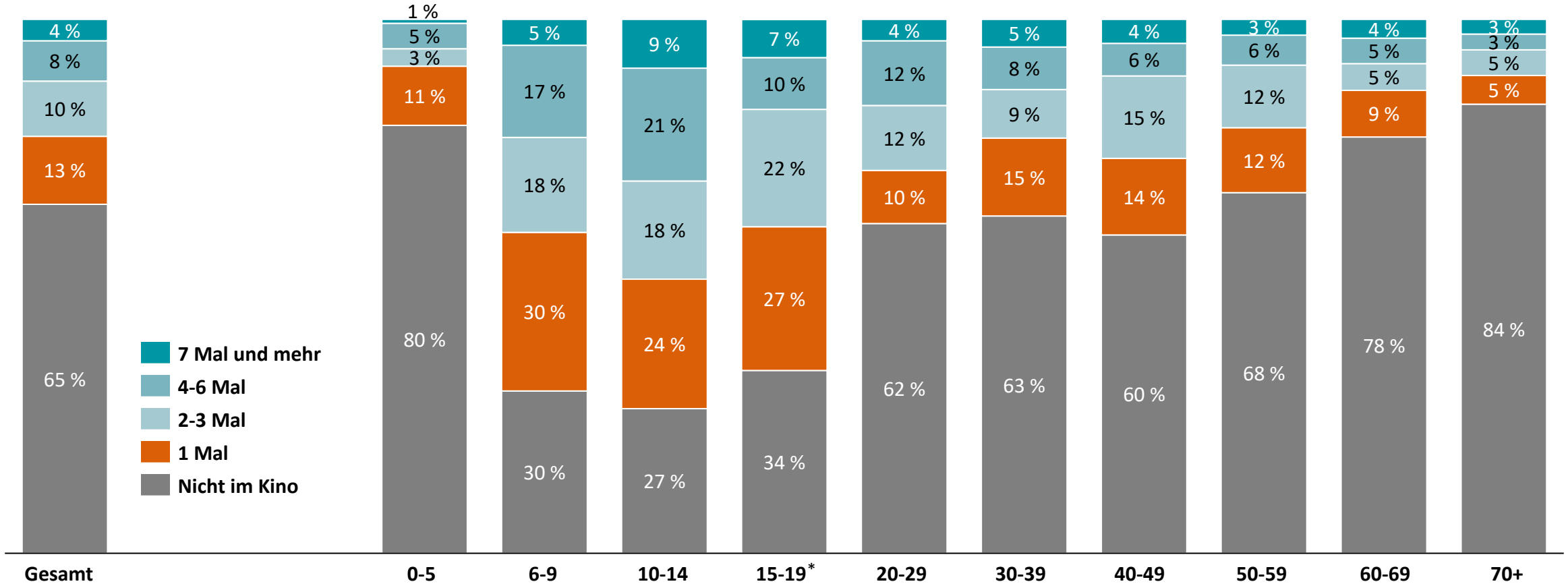
02 | Altersgruppen: Besuchshäufigkeiten, Kinobesucher*innen, Ticketanteile

03 | Kinoreichweite von Kindern und Familien

04 | Zusammenfassung

KINOBESUCHSHÄUFIGKEIT INKLUSIVE NICHTBESUCHER*INNEN (LETZTE 12 MONATE)

Personen in %

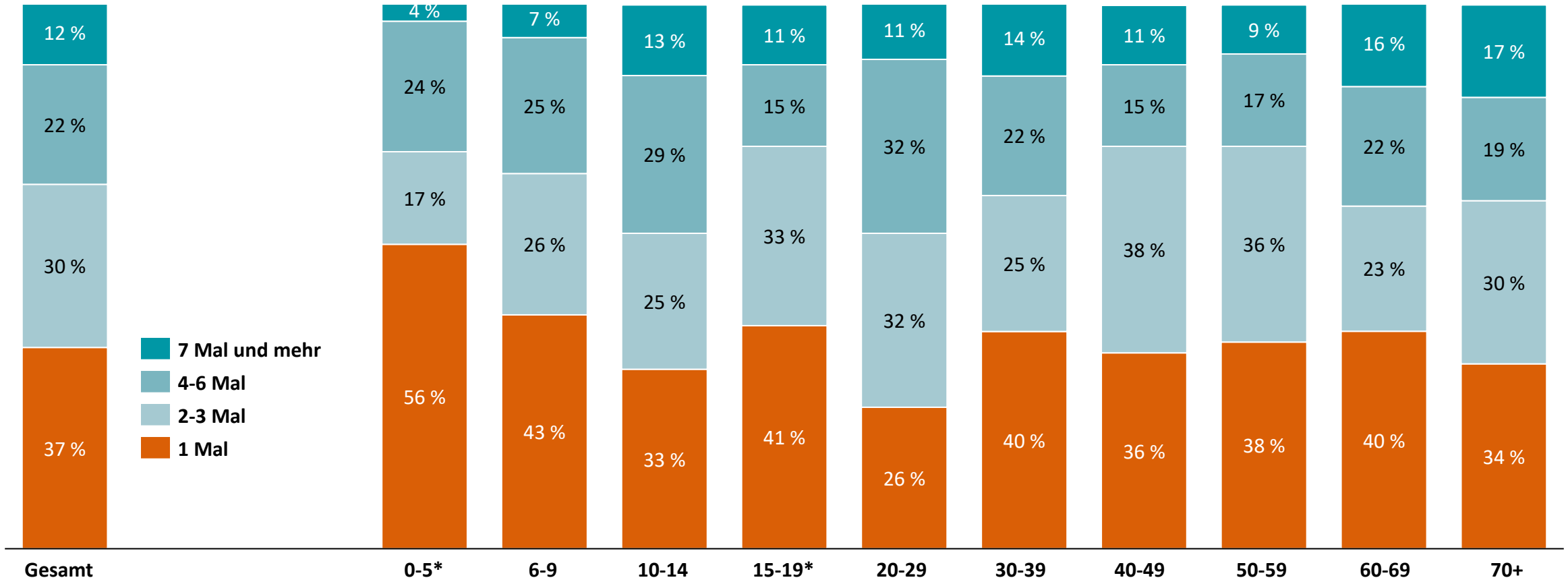


Quelle: FFA auf Basis der YouGov Shopper Studie „Kinoreichweite in Deutschland ab 0 Jahren“.
Juli 2026; Basis: Bevölkerung ab 0 J. (83,8 Mio.) n=12.020.
*Basis < 100.

Altersgruppen: Besuchshäufigkeiten, Kinobesucher*innen, Ticketanteile

KINOBESUCHSHÄUFIGKEIT BESUCHER*INNEN (LETZTE 12 MONATE)

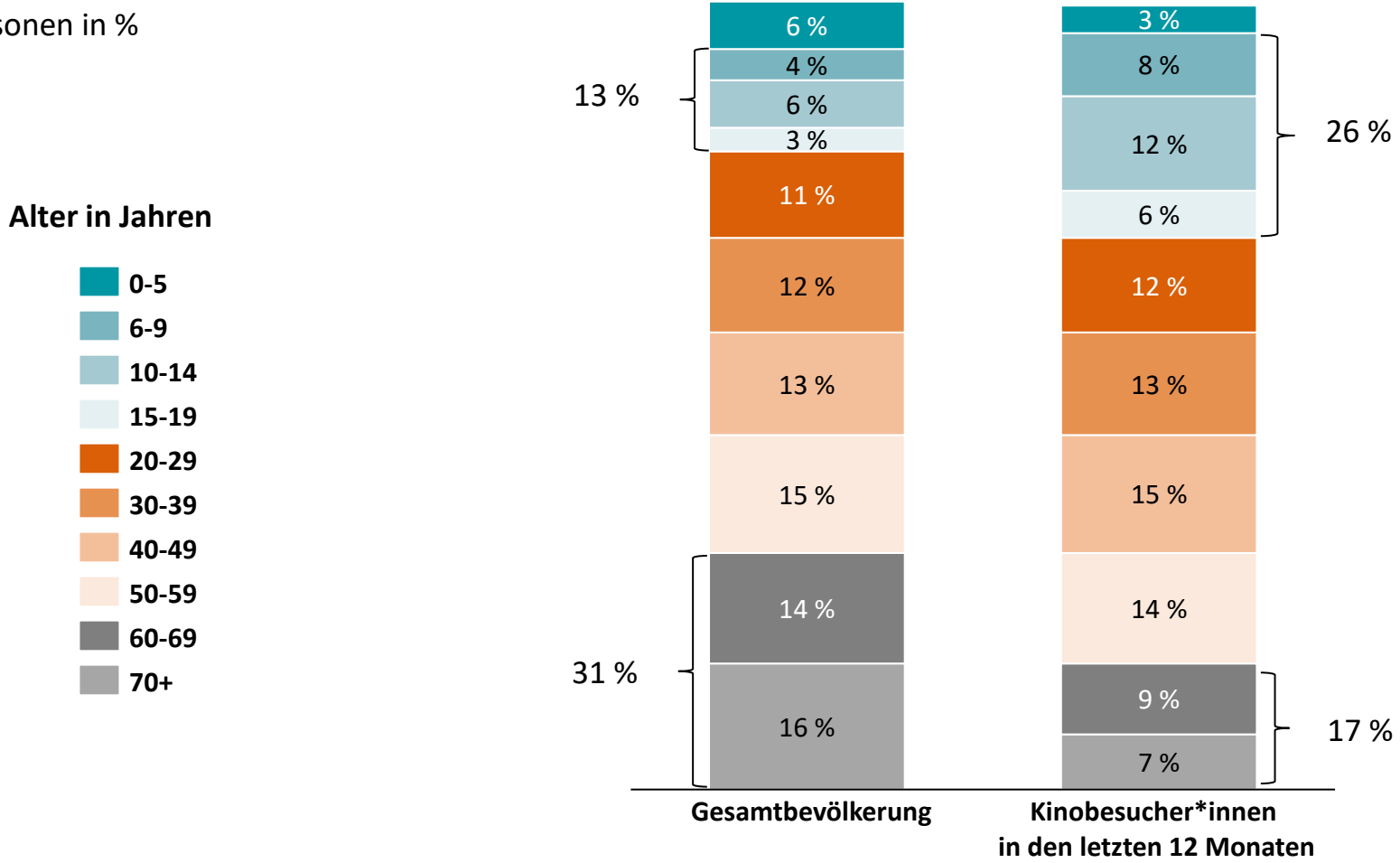
Personen in %



Quelle: FFA auf Basis der YouGov Shopper Studie „Kinoreichweite in Deutschland ab 0 Jahren“.
Juli 2026; Basis: Kinobesucher*innen (29,0 Mio.) n=4.805.
*Basis < 100.

ALTERSGRUPPENVERTEILUNG DER GESAMTBEVÖLKERUNG UND VON KINOBESUCHER*INNEN

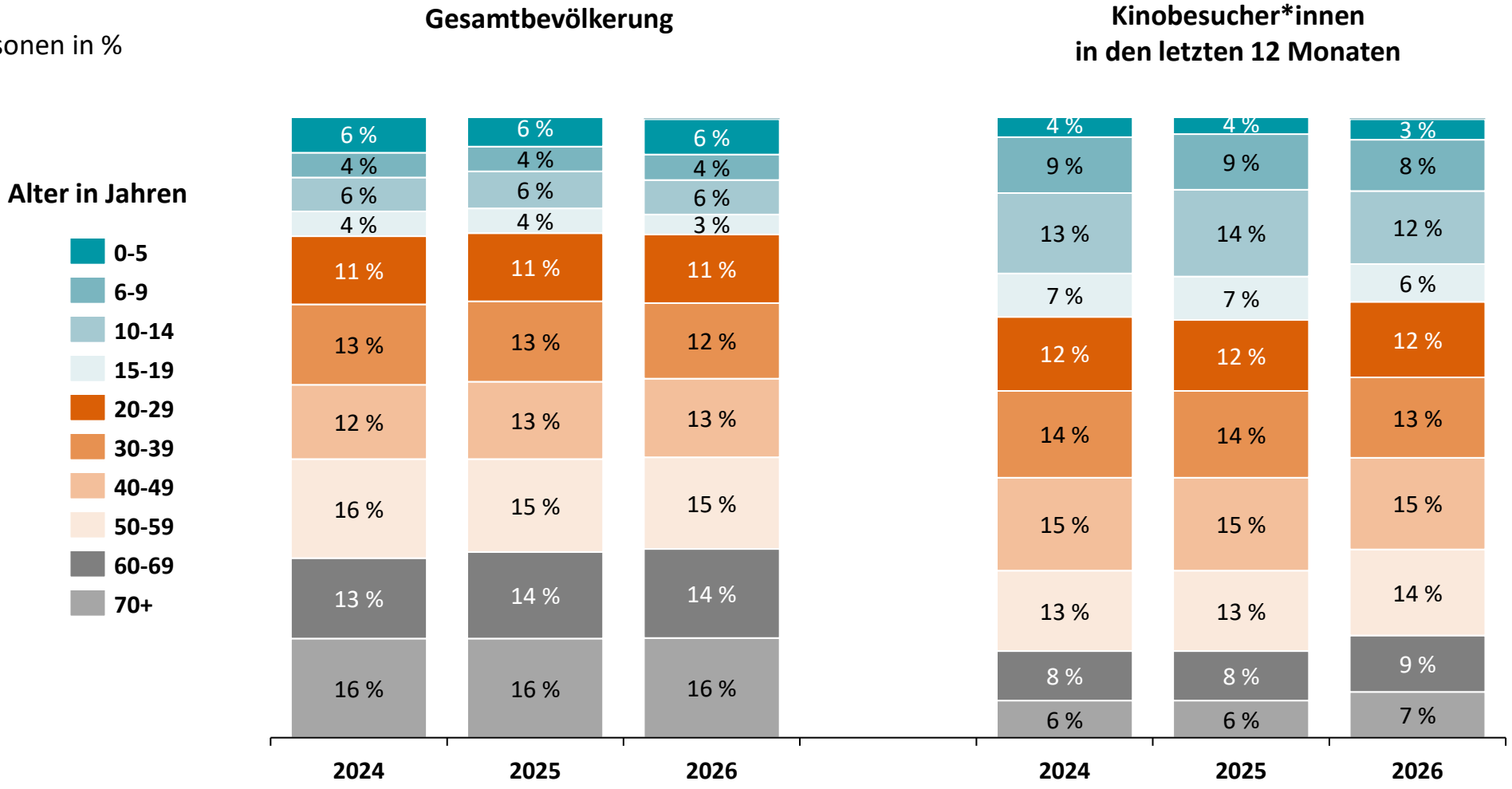
Personen in %



Quelle: FFA auf Basis der YouGov Shopper Studie „Kinoreichweite in Deutschland ab 0 Jahren“.
Juli 2026; Basis: Bevölkerung ab 0 J. (83,8 Mio.) n=12.020; Kinobesucher*innen (29,0 Mio.) n=4.805.

ALTERSGRUPPENVERTEILUNG DER GESAMTBEVÖLKERUNG UND VON KINOBESUCHER*INNEN JAHRESVERGLEICH

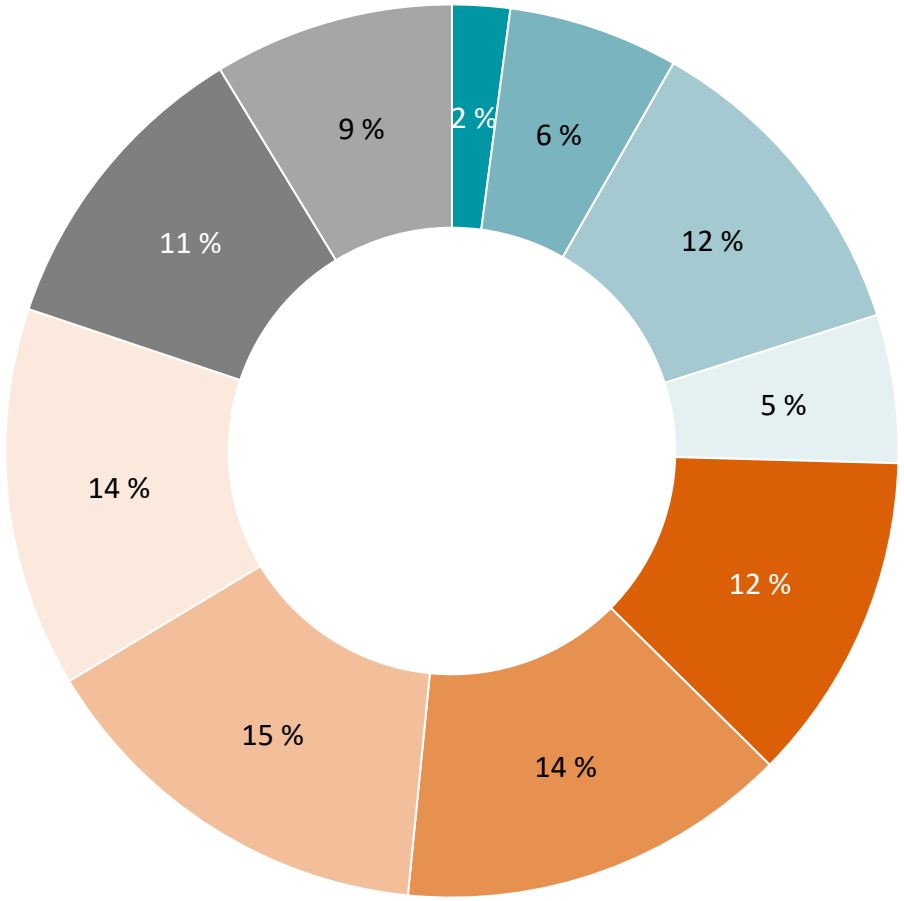
Personen in %



Quelle: FFA auf Basis der YouGov Shopper Studie „Kinoreichweite in Deutschland ab 0 Jahren“.
Juli 2024 (Bevölkerung: n=13.552; Kinobesucher*innen: n=5.480); Juli 2025 (Bevölkerung: n=12.644; Kinobesucher*innen: n=5.133). Juli 2026 (Bevölkerung: n=12.020; Kinobesucher*innen: n=4.805).

TICKETANTEILE VON KINOBESUCHER*INNEN NACH ALTERSGRUPPEN

Tickets in %

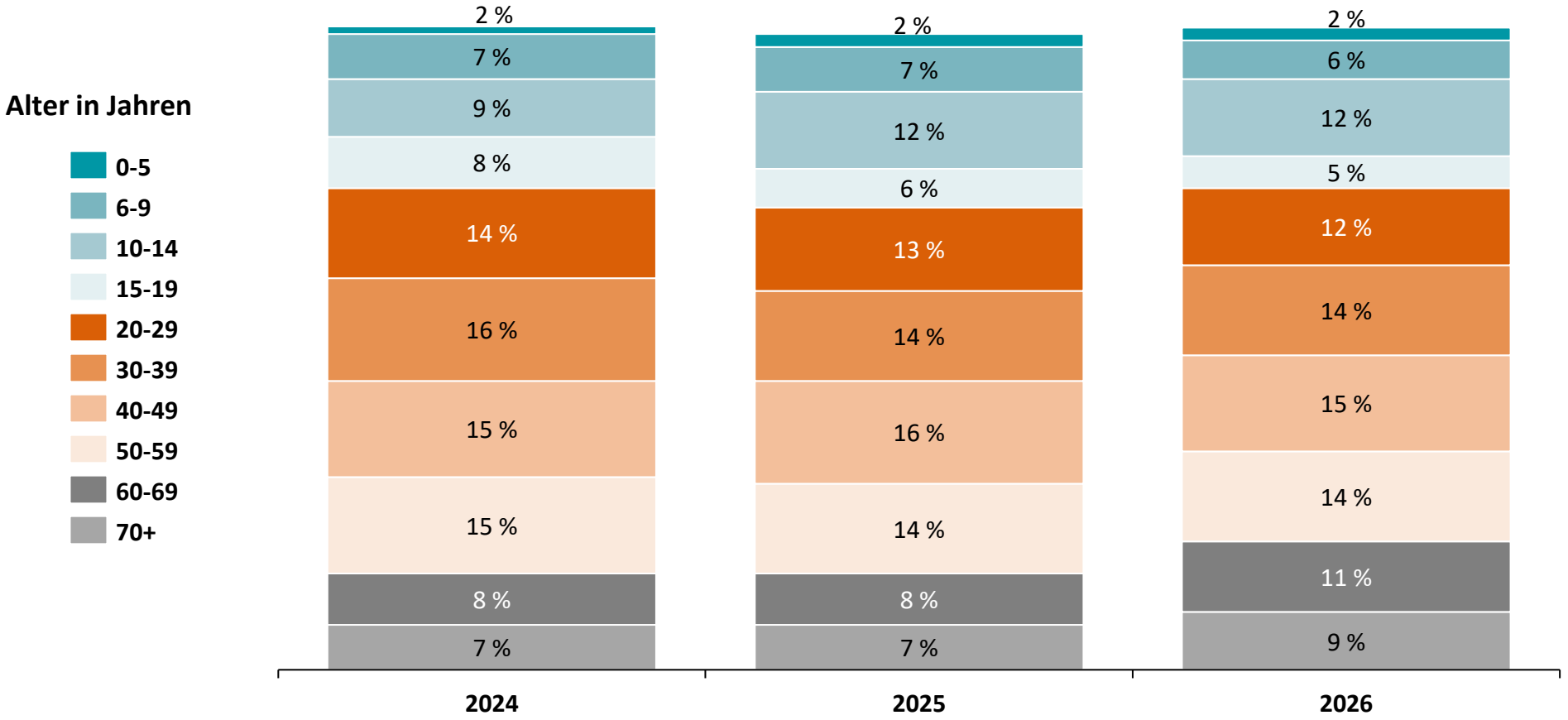


Lesebeispiel:
15 % der Tickets entfallen auf die Altersgruppe 40 bis 49 Jahre.

Quelle: FFA auf Basis der YouGov Shopper Studie „Kinoreichweite in Deutschland ab 0 Jahren“.
Juli 2026; Basis: Kinobesucher*innen (29,0 Mio.) n=4.805.

TICKETANTEILE VON KINOBESUCHER*INNEN NACH ALTERSGRUPPEN JAHRESVERGLEICH

Tickets in %



Quelle: FFA auf Basis der YouGov Shopper Studie „Kinoreichweite in Deutschland ab 0 Jahren“.
Juli 2024 (Kinobesucher*innen: n=5.480); Juli 2025 (Kinobesucher*innen: n=5.133); Juli 2026 (Kinobesucher*innen: n=4.805).

INHALT

01 | Kinoreichweite in Deutschland ab 0 Jahren und Kinobereitschaft

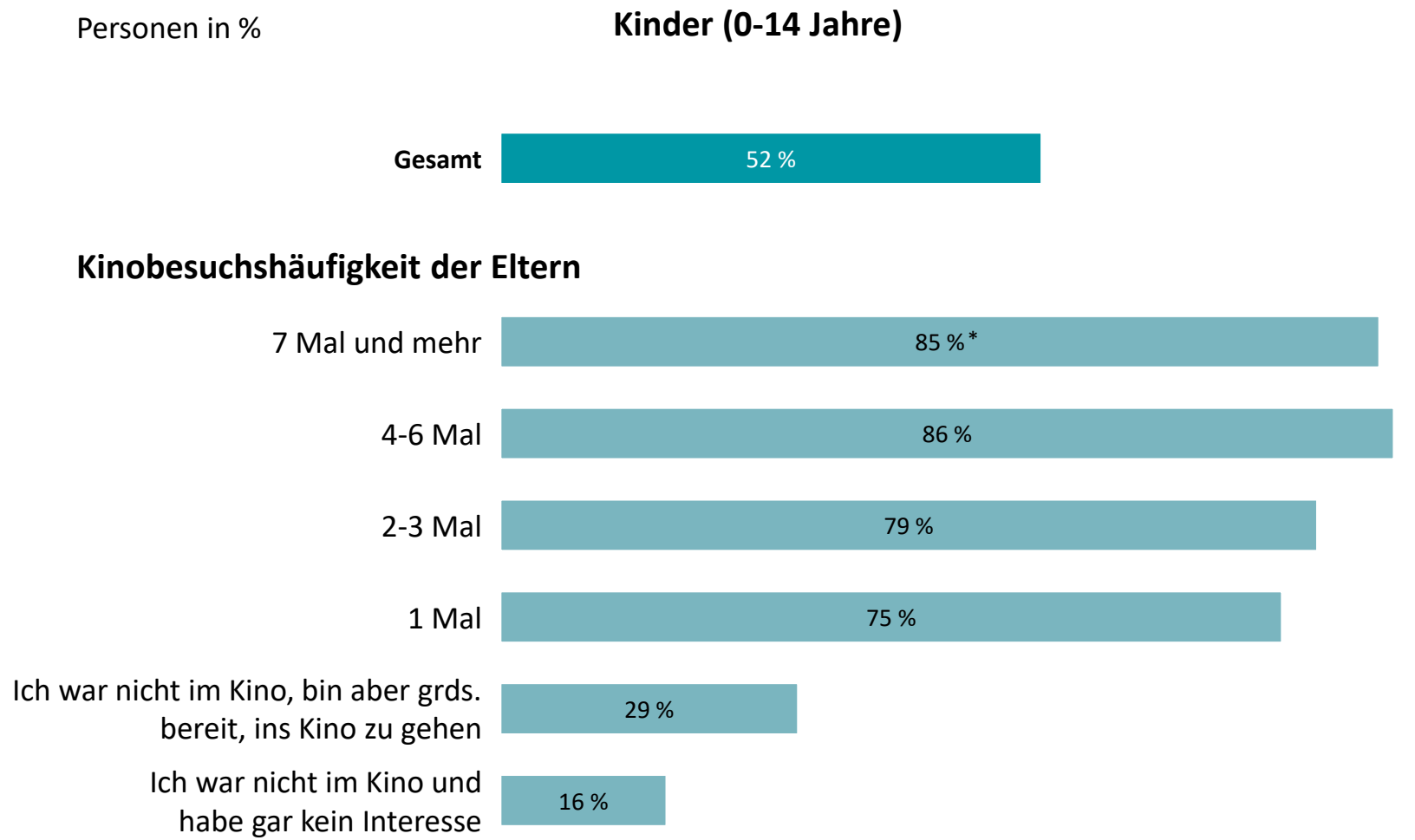
02 | Altersgruppen: Besuchshäufigkeiten, Kinobesucher*innen, Ticketanteile

03 | Kinoreichweite von Kindern und Familien

04 | Zusammenfassung

KINOREICHWEITE KINDER NACH DER BESUCHSINTENSITÄT IHRER ELTERN

Personen in %



Lesebeispiel:

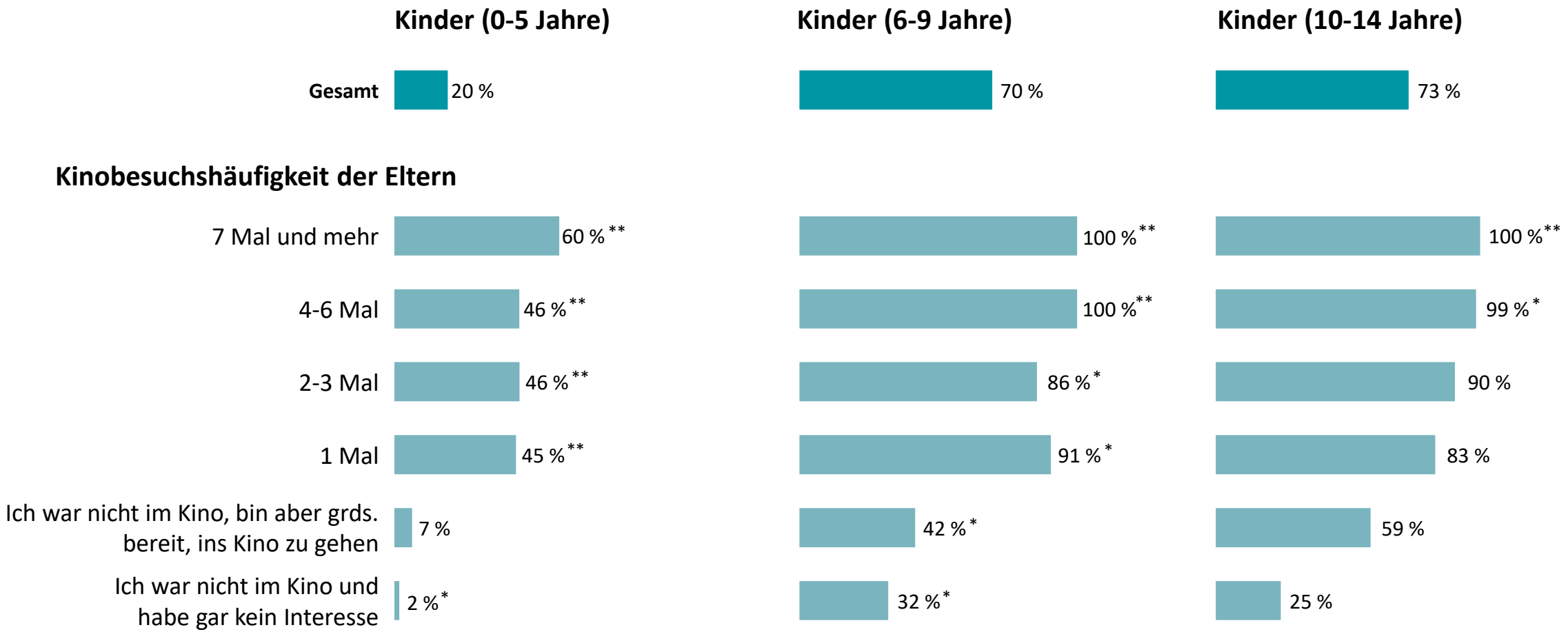
Gehen Eltern einmal pro Jahr ins Kino, liegt die Kinoreichweite ihrer Kinder bei 75 %.

Die Kinoreichweite der Kinder steigt auf 85 %, wenn die Eltern mindestens 7-mal ins Kino gehen.

Quelle: FFA auf Basis der YouGov Shopper Studie „Kinoreichweite in Deutschland ab 0 Jahren“.
Juli 2026; Basis: Kinder 0-14 Jahre (12,8 Mio.) n = 1.337.
*Basis < 100.

KINOREICHWEITE KINDER NACH DER BESUCHSINTENSITÄT IHRER ELTERN

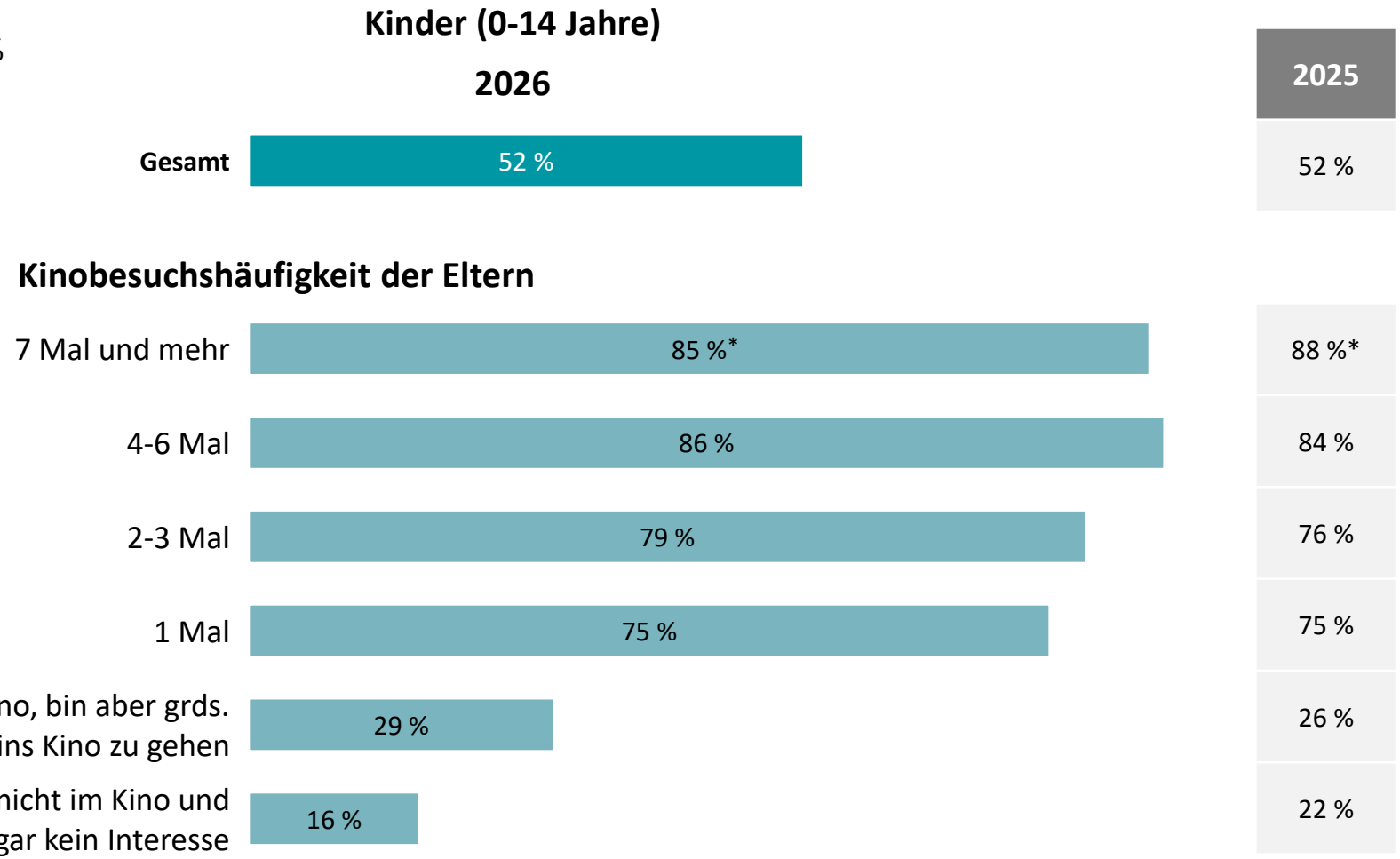
Personen in %



Quelle: FFA auf Basis der YouGov Shopper Studie „Kinoreichweite in Deutschland ab 0 Jahren“.
Juli 2026; Basis: Kinder 0-5 Jahre (4,8 Mio.) n = 258; Kinder 6-9 Jahre (3,5 Mio.) n = 393; Kinder 10-14 Jahre (4,7 Mio.) n = 686.
*Basis < 100; **Basis < 50.

KINOREICHWEITE KINDER NACH DER BESUCHSINTENSITÄT IHRER ELTERN JAHRESVERGLEICH

Personen in %

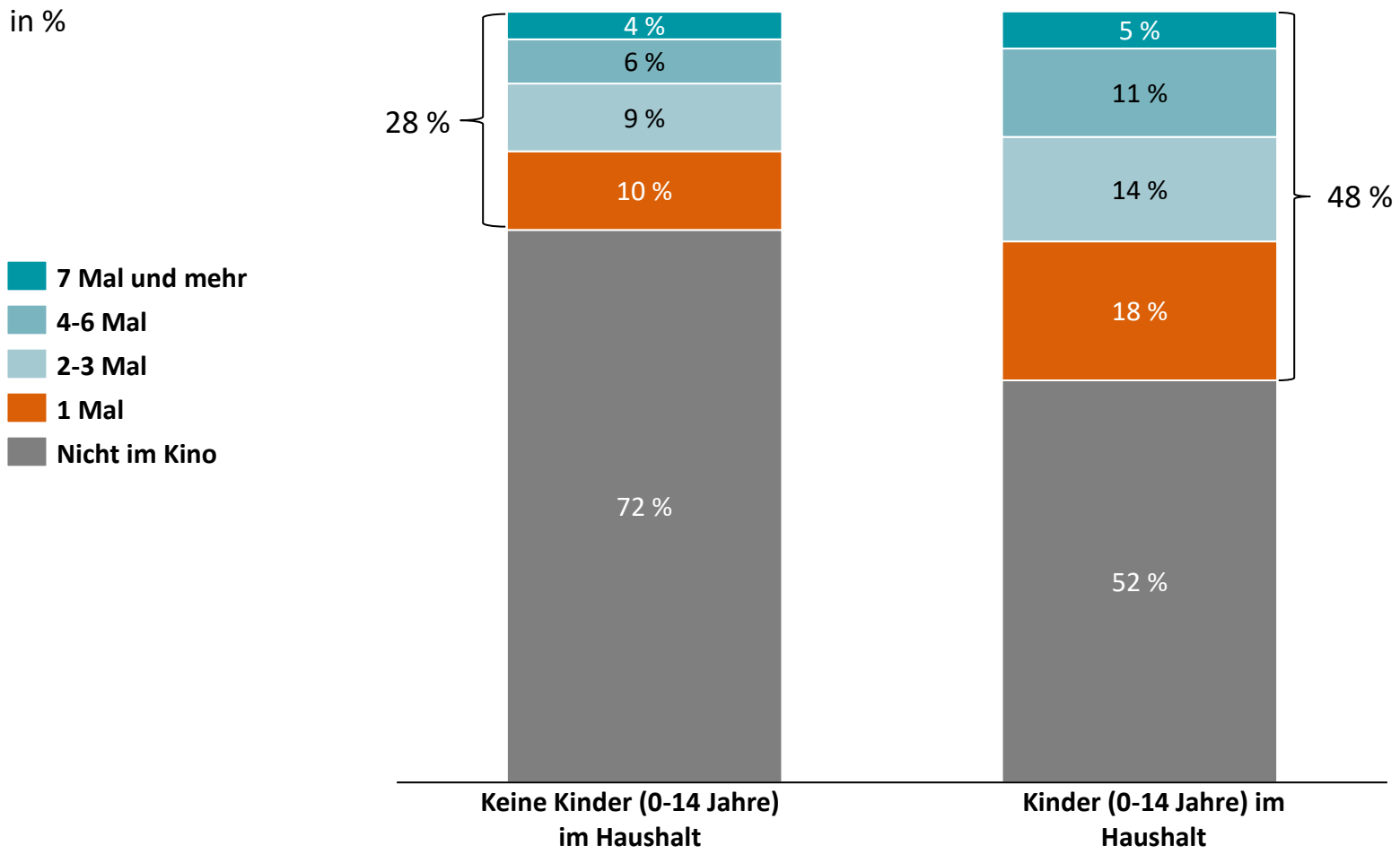


Lesebeispiel:

85 % der Kinder von Eltern mit 7+ Kinobesuchen waren 2026 im Kino.
2025 waren es 88 %.

Quelle: FFA auf Basis der YouGov Shopper Studie „Kinoreichweite in Deutschland ab 0 Jahren“.
Juli 2025 (Kinder 0-14 Jahre: n = 1.689); Juli 2026 (Kinder 0-14 Jahre: n = 1.337).
*Basis < 100.

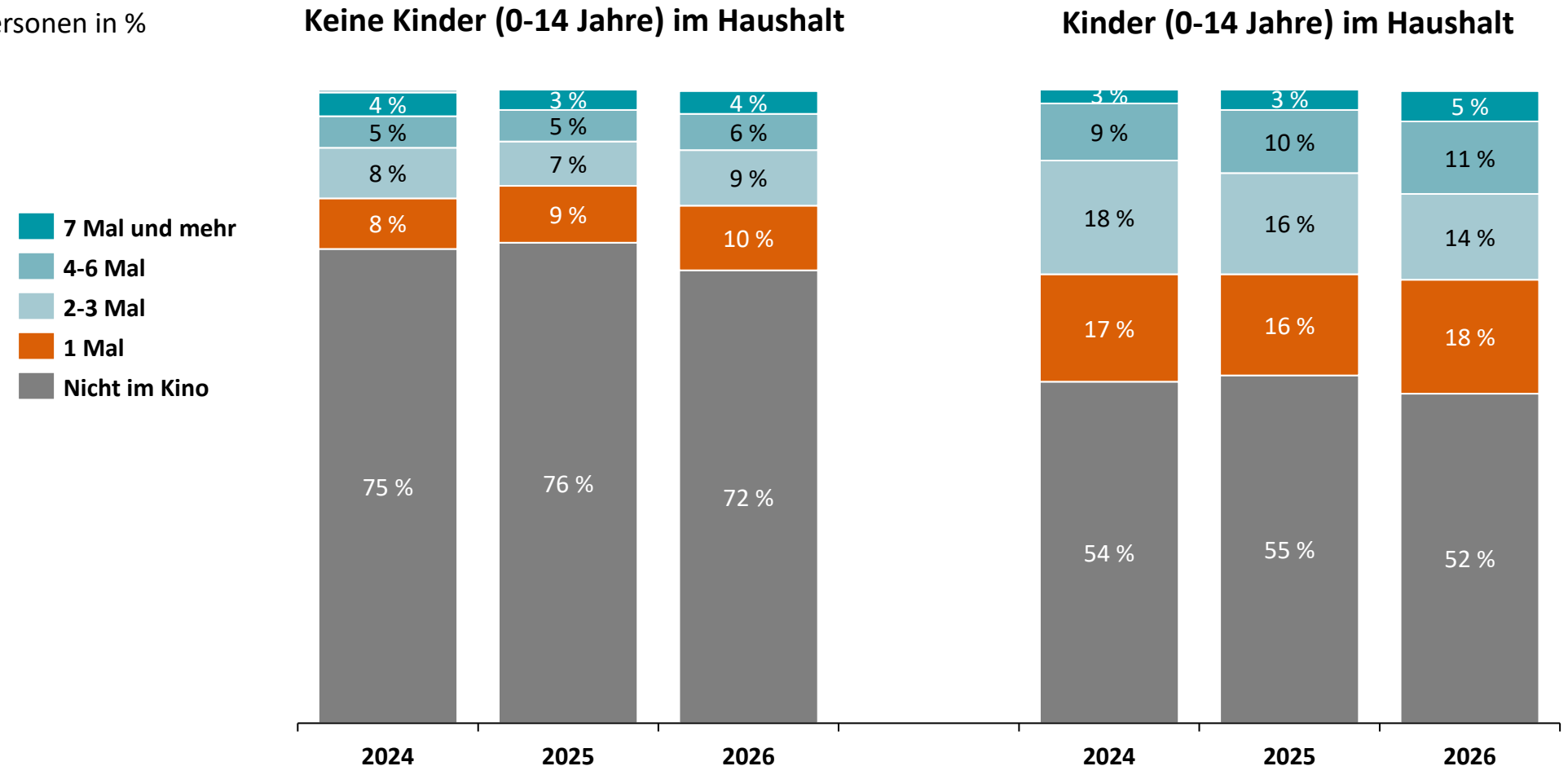
KINOBESUCHSHÄUFIGKEIT VON PERSONEN MIT UND OHNE KINDER IM HAUSHALT



Quelle: FFA auf Basis der YouGov Shopper Studie „Kinoreichweite in Deutschland ab 0 Jahren“.
Juli 2026; Basis: Personen ohne Kinder < 15 Jahre im HH (57,0 Mio.) n=9.886; Personen mit Kindern < 15 Jahre im HH (26,8 Mio.) n=2.134.

KINOBESUCHSHÄUFIGKEIT VON PERSONEN MIT UND OHNE KINDER IM HAUSHALT JAHRESVERGLEICH

Personen in %



Quelle: FFA auf Basis der YouGov Shopper Studie „Kinoreichweite in Deutschland ab 0 Jahren“.
Juli 2024 (Personen ohne Kinder < 15 Jahre im HH: n= 10.392; Personen mit Kindern < 15 Jahre im HH: n=3.160); Juli 2025 (Personen ohne Kinder < 15 Jahre im HH: n=9.975; Personen mit Kindern < 15 Jahre im HH: n=2.669);
Juli 2026 (Personen ohne Kinder < 15 Jahre im HH: n=9.886; Personen mit Kindern < 15 Jahre im HH: n=2.134).

INHALT

01 | Kinoreichweite in Deutschland ab 0 Jahren und Kinobereitschaft

02 | Altersgruppen: Besuchshäufigkeiten, Kinobesucher*innen, Ticketanteile

03 | Kinoreichweite von Kindern und Familien

04 | Zusammenfassung

ERGEBNISSE 2026 – 1/2

- Die Kinoreichweite erholt sich deutlich: 35 Prozent der Bevölkerung ab 0 Jahren waren innerhalb der letzten 12 Monate (Erhebung im Juli 2026) mindestens einmal im Kino. Das entspricht rund 29 Millionen Menschen und einem Anstieg um 4 Prozentpunkte gegenüber 2025.
  - Reichweitenzuwächse in nahezu allen Altersgruppen. Besonders deutlich fallen sie bei den 15- bis 39-Jährigen sowie den Altersgruppen ab 50 Jahren aus.
  - Die 10- bis 14-Jährigen bilden die Ausnahme: Trotz eines Rückgangs um 4 Prozentpunkte weisen sie mit 73 Prozent weiterhin die höchste Kinoreichweite aller Altersgruppen auf.
- Entsprechend sinkt der Anteil der Nicht-Besucher*innen auf 65 Prozent (2025: 69 %) – das sind 3,2 Millionen Nicht-Besucher*innen weniger.
  - 51 Prozent der Nicht-Kinobesucher*innen können sich grundsätzlich einen Kinobesuch vorstellen. Diese Gruppe wird absolut gesehen im Vergleich zum Vorjahr kleiner, was im Zusammenhang mit der auf 35 Prozent gestiegenen Kinoreichweite (2025: 31 %) darauf hindeuten kann, dass mehr Interessierte den Weg ins Kino gefunden haben.
  - Die Zahl der Personen ohne Kinointeresse bleibt mit 23,8 Millionen stabil; ihr Anteil steigt nur rechnerisch auf 49 Prozent (2025: 46 %), weil die Gruppe der Nicht-Besucher*innen schrumpft.
- Die Besuchsintensität bleibt mit durchschnittlich 3,7 Kinobesuchen pro Kinobesucher*in konstant.
  - Die höchste Besuchsintensität weisen die 60- bis 69-Jährigen mit 4,5 Besuchen auf. Zugleich verzeichnen sie den stärksten Zuwachs gegenüber dem Vorjahr (3,9). Es folgen die über 70-Jährigen mit 4,4 Besuchen.

ERGEBNISSE 2026 – 2/2

- Die Kinoreichweite von Kindern hängt deutlich mit der Kinobesuchsintensität ihrer Eltern zusammen.
  - Gehen Eltern einmal pro Jahr ins Kino, liegt die Kinoreichweite ihrer Kinder bei 75 Prozent. Die Kinoreichweite der Kinder steigt auf 85 Prozent, wenn die Eltern mindestens 7-mal ins Kino gehen.
  - Gehen die Eltern nicht ins Kino, sinkt die Kinoreichweite der Kinder auf 29 Prozent (grundsätzliche Kinobereitschaft der Eltern) beziehungsweise 16 Prozent (kein Interesse der Eltern am Kino).
  - Erwachsene in Haushalten mit Kindern weisen eine höhere Kinoreichweite auf: 48 Prozent gegenüber 28 Prozent in Haushalten ohne Kinder.

Filmförderungsanstalt German Federal Film Board

FFA – Filmförderungsanstalt

Marktforschung und Statistik

Große Präsidentenstraße 9

10178 Berlin

Telefon: 030 / 27 577 0