

Filmkunstmesse 2026

Panel: Zahlen – Daten – Fakten

Vom Film zum Kinoerlebnis – Besuchsmotive und die Wahrnehmung lokaler Produktionen

Norina Lin-Hi
Susanne Aleixo

METHODENÜBERBLICK – MEHRSTUFIGER ANSATZ

KI-gestützte Kuration

Systematische und vergleichende Analyse von Studien aus Deutschland und Frankreich



Befragung von n=10 Expert*innen

- Online-Interviews à 60 Min.
- n=5 soziokulturelle Expert*innen aus Wissenschaft und Journalismus
 - n=5 Stakeholder der Kino- und Verleihbranche
 - 17.02. – 11.03.2026

Befragung von n=57 Konsument*innen

- 20 Einzelinterviews
- Online à 90 Min.
 - 60 % Nicht-Kinobesucher*innen¹
- 6 Fokusgruppen (je 6-7 Personen) à 120 Min.
- 4 Online
 - 2 Face-to-Face
 - 50 % Nicht-Kinobesucher*innen¹
 - 12.03. – 25.03.2026

Befragung von n=10 Konsument*innen in Frankreich

- 10 Einzelinterviews
- Online à 60 Min.
 - 60 % Nicht-Kinobesucher*innen¹
 - 30.03. – 02.04.2026

77 befragte Personen

FFA-Kinostatistik: an die FFA gemeldete Ticketzahlen der Kinos

YouGov Shopper: Bevölkerungsrepräsentatives Panel mit Privatpersonen ab 10 Jahren

FFA-Filmstatistik: an die FFA gemeldete Ticketzahlen der Verleihunternehmen

1 | VERÄNDERTE BESUCHSENTSCHEIDUNG

Kinowürdigkeit des Films und Mehrwert des Kinobesuchs

VOM AUTOMATISMUS ZUR BEWUSSTEN ABWÄGUNG

FRÜHER

Naheliegende Entscheidung

FILM
(Sichtbarkeit)



KINO

Film läuft im Kino
→ Besuch naheliegend

HEUTE

Zwei Schritte zur filmgetriebenen
Besuchsentscheidung

1

SICHTBARKEIT

Der Film muss Aufmerksamkeit erzeugen
und das Kino auf den Radar bringen.
„Was läuft heute?“

2

KINOWÜRDIGKEIT

Der Film muss als „kinowürdig“
wahrgenommen werden.
„Ist dieser Film den Aufwand wert?“

Besonders ausgeprägt bei Nicht-Besucher*innen

ZIEL

Zusätzlich zum Film:
Mehrwert des Kinoerlebnisses



Kino als
Freizeitaktivität
stärken

Als eigenständige
Freizeitoption im Relevant Set
verankern.
„Was machen wir heute?“

Bei Besucher*innen bereits stärker verankert

FILMGETRIEBENE UND ERLEBNISGETRIEBENE BESUCHSENTSCHEIDUNG IM VERGLEICH

HEUTE

Kino als Abspielort für Filme Filmgetriebene Besuchsentcheidung

Film als alleiniger Auslöser

Der konkrete Film muss den Aufwand und die Konkurrenz zum Sofa rechtfertigen.

Hohes wahrgenommenes Risiko

Bei knapper Zeit und großer Auswahl wird ein enttäuschender Film schnell zur Fehlinvestition.

Folge: hohe Selektivität

Nur Filme mit ausreichend wahrgenommener Kinowürdigkeit lösen den Besuch aus.



ZIEL

Kino als Freizeitaktivität Erlebnisgetriebene Besuchsentcheidung

Kinobesuch als eigener Freizeitanlass

Der Film bleibt wichtig, aber Atmosphäre, Austausch, das Erlebnis vor Ort motivieren zum Besuch.

Mehrwert über den Film hinaus

Das Ticket bildet den Anker. Gastronomie, Austausch und weitere Aktivitäten lassen sich daran anknüpfen und erhöhen die Ausgeh-Gelingchance.

Folge: breitere Besuchsanlässe

Nicht nur der einzelne Film, sondern das gesamte Erlebnis bringt Kino ins Relevant Set.

Gesellschaftlicher Kontext: Persönliche Treffen werden seltener. Dadurch steigt der Anspruch an die gemeinsam verbrachte Zeit: Sie soll besonders und erlebnisreich sein.

KINOWÜRDIGKEIT DES FILMS

HEUTE

Filmgetriebene Besuchentscheidung

Besondere Filmwirkung

Spektakuläre, emotionale Bild/Audiogestaltung, die nur im Kino richtig zur Geltung kommt.

Nicht-Kinobesucher*innen

Hype & Relevanz

Der Film ist Gesprächsstoff, kultureller Moment oder „Must-see“.

Bekanntheit & Vertrauen

Stars, Marken oder Regiehandschrift reduzieren das wahrgenommene Risiko.

Fanbindung & Nostalgie

Fortsetzungen, bekannte Filmwelten und Kultstatus schaffen einen konkreten Anlass.

Kinowürdigkeit als Hürde: Der Film muss den Aufwand des Kinobesuchs durch außergewöhnliche Qualität/Relevanz erst einmal rechtfertigen (Rechtfertigungsdruck auf Produktion)

Ist dieser Film stark genug, um den Weg ins Kino auszulösen und den damit verbundenen Aufwand auf sich zu nehmen?

MEHRWERTHEBEL DES KINOERLEBNISSES

ZIEL

Erlebnisgetriebene Besuchentscheidung

Fokus & Immersion

Der Ort schafft durch Leinwand, Sound, Dunkelheit und Ablenkungsfreiheit die Bedingungen für ein intensives Eintauchen.

Komfort & Einfachheit

Ein angenehmer, verlässlicher Ablauf verhindert, dass Aufwand den Mehrwert überlagert.

Exklusivität & Kuration

Nur hier, nur jetzt oder bewusst ausgewählt: Anlass, Kontext und Vertrauen.

Soziale Resonanz

Gemeinsame Emotionen und Austausch geben dem Kinobesuch zusätzliche Relevanz.



Der Ticketanker für ein gemeinsames Erlebnis

Verstärkung der sozialen Resonanz durch den Kinobesuch als Mittelpunkt einer gemeinsamen Aktivität, z. B. Einbettung in Restaurant- oder Barbesuch zur Maximierung des Austauschs über den Kinobesuch hinaus.

PROGRAMMKINOS: WELCHE HEBEL KÖNNEN SIE BESONDERS GLAUBWÜRDIG BEDIENEN?

Fokus & Immersion

Atmosphäre schafft Fokus, Immersion

Intime Saalatmosphäre, besondere Fassungen



Sitzplätze pro Leinwand¹

123 Programmkinos

159 Gesamt

Film nicht auf Deutsch gesehen²

24 % Programmkinos (75 % Deutsch)

5 % Nicht-Programmkinos (93 % Deutsch)

Exklusivität & Kuration

Kuration statt weiterer Auswahl

Programmkinos geben Orientierung



Kinoauswahlgrund Filmauswahl/Programm²

45 % Programmkinos (#1 Grund)

22 % Nicht-Programmkinos

Soziale Resonanz

Community statt Anonymität

Nähe zum Publikum, Gespräche



Erfolg unabhängiger Kinos³

Vorsprung bei der Ansprache und langfristigen Bindung ihres Publikums.

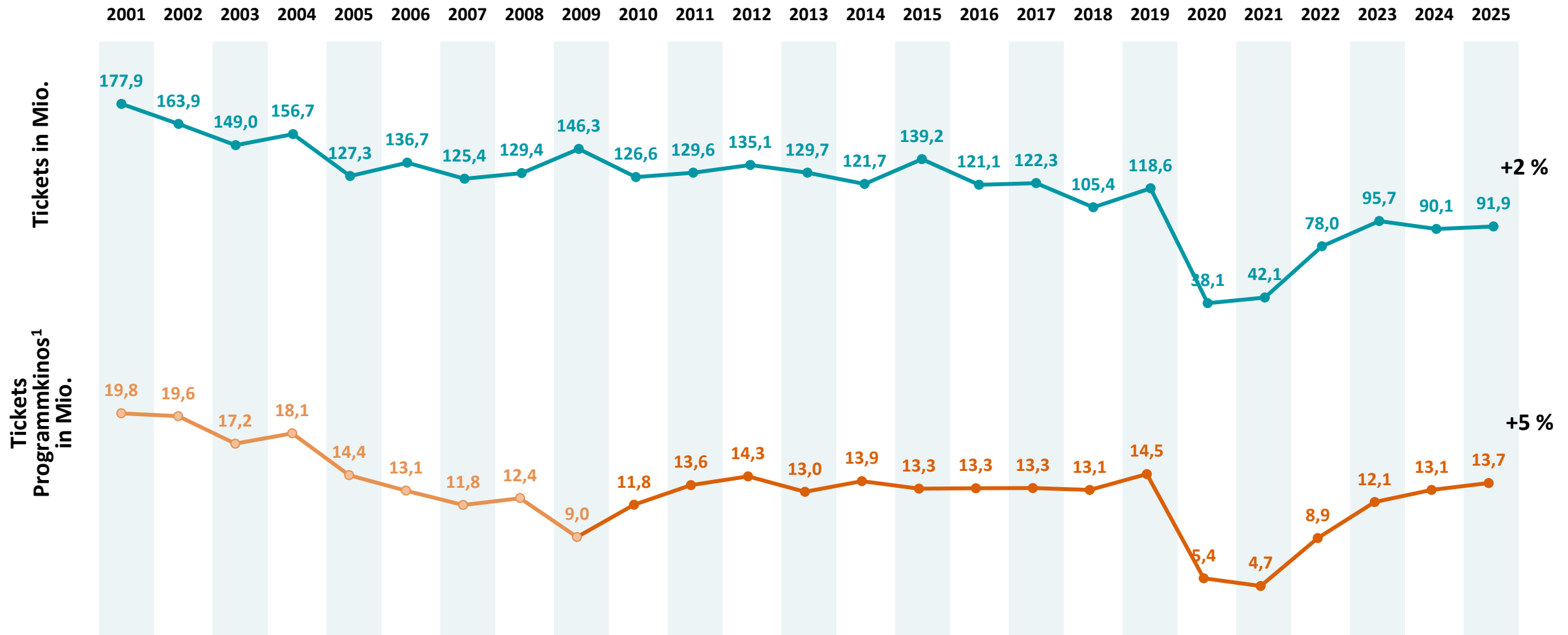
Positionierung als soziale und kulturelle Treffpunkte



Stärken schützen und ausbauen

Stärken als Teil der Kommunikationsstrategie nutzen

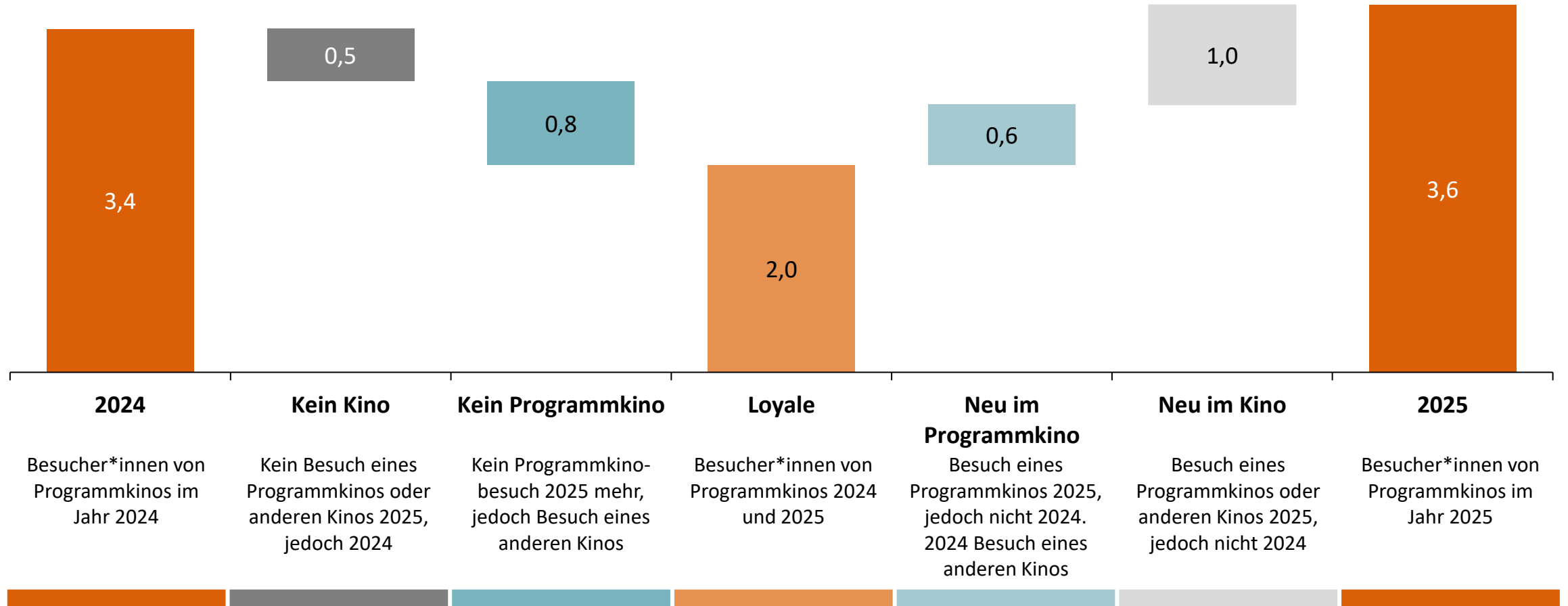
ENTWICKLUNG TICKETS – GESAMT UND PROGRAMMKINOS AB 2001



1 | VERÄNDERTE BESUCHSENTSCHEIDUNG

BESUCHER*INNEN VON PROGRAMMKINOS – WANDERUNGSBEWEGUNGEN 2024 ZU 2025

Personen in Mio.



BESUCHER*INNEN VON PROGRAMMKINOS

„Es gibt halt so ein kleines Stadtkino, wo ich wohne... das ist halt... ja gut, die Leinwand ist halt nicht so groß, hat auch gar nicht so wahnsinnig viele Sitze...

Man kann auch nur telefonisch reservieren auf den Anrufbeantworter. Dann legen die so Zettel mit meinem Nachnamen auf die Sitze... das ist so süß. Also ja, und ich finde, man kann die auch durchaus unterstützen.“

- Programmkinobesucherin, 57 Jahre

„Ich schätze aber auch die schönen Häuser hier... [Berlin] Da hast du immer ein bisschen ein anderes Publikum als in den großen Ketten.

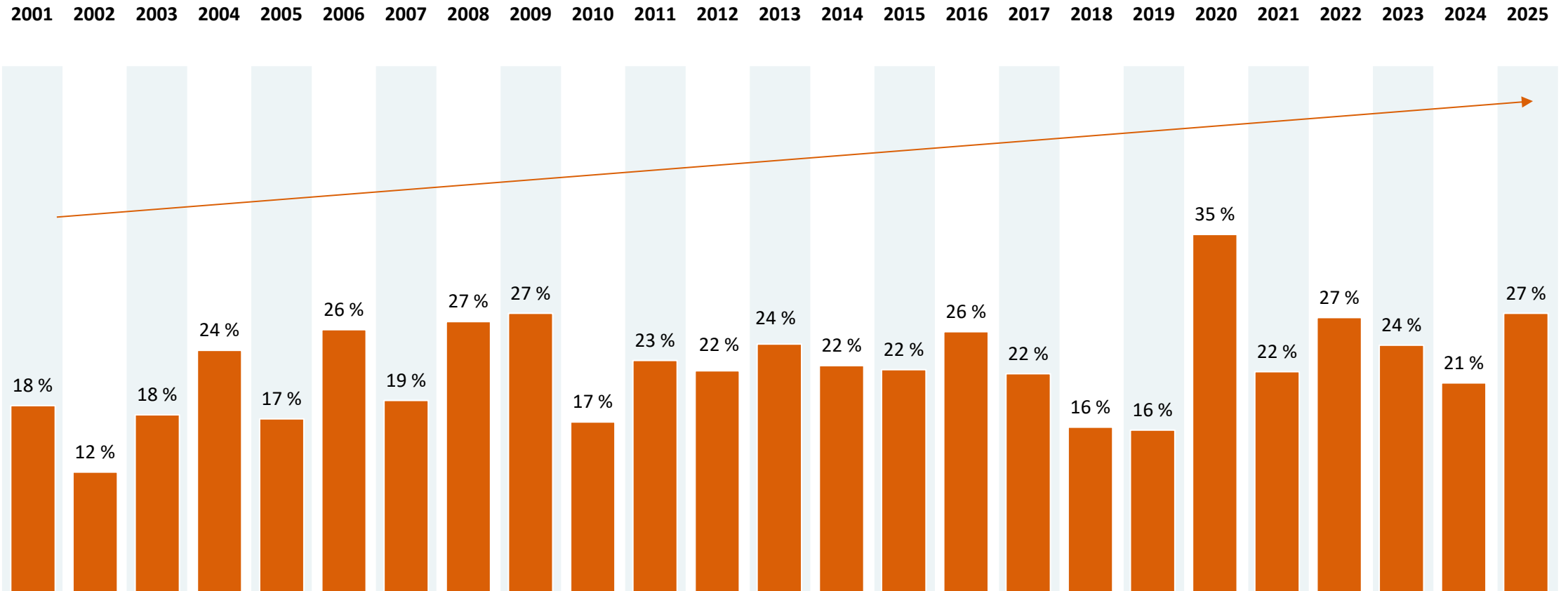
Da kommen die Leute schon von unterschiedlichen Ecken her und schätzen auch einfach das Drumherum ein bisschen mehr, also wie es zelebriert wird.“

- Programmkinobesucher, 40 Jahre

2 | LOKALE PRODUKTIONEN

Wahrnehmung des deutschen Films und Bedeutung für Programmkinos

ENTWICKLUNG DEUTSCHER MARKTANTEIL SEIT 2001 IN PROZENT



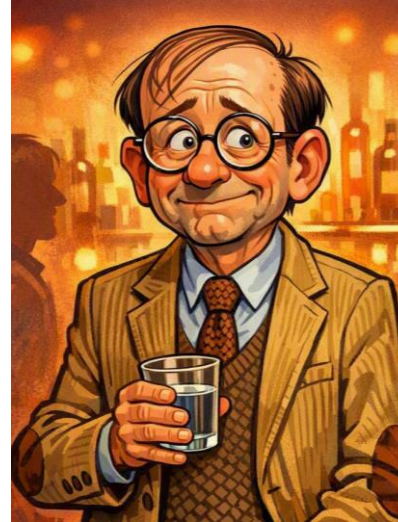
DER DEUTSCHE FILM ALS PARTYGAST – ÜBERSPITZTE IMAGE-VISUALISIERUNG



PROJEKTIVE TECHNIK: DER DEUTSCHE FILM ALS PARTYGAST – ZITATE

„[Als Charakter wäre er] vielleicht so ein Erdkundelehrer, so Ende 40, Anfang 50 [...] ordentlich angezogen, aber wo man halt auch denkt, naja, könnte auch spannender sein [...] so richtig viel hat er auch nicht zu erzählen.“

- Besucherin, 35



„Positiv ist das Lokale. Ich kann mich eher mit einem Film identifizieren, wenn er in Berlin spielt. Da ist eine Art Zugehörigkeit“

- Besucherin, 28

„....sind aber auch immer dieselben zehn Schauspieler. Es ist genau Karoline Herfurth, Bully. Dann hat man irgendwie immer einen Matthias Schweighöfer Film [...] das finde ich irgendwie auch sehr eintönig.“

- Nicht-Besucherin, 29

„....das sind so die Filme, wo ich sage:
Die kann man auch tatsächlich dann daheim gucken. [...] Sie schaffen es einfach nicht, einen in diese Welt reinzubringen.“

- Besucher, 47

DIE WAHRNEHMUNG DES DEUTSCHEN FILMS – ZUSAMMENFASSUNG



Genre und Tonalität

- Mainstream-Komödien prägen die Wahrnehmung
- Anspruchsvollere Filme gehören auch zur Wahrnehmung des deutschen Films. Sie werden teilweise jedoch als anstrengend oder belehrend empfunden

Filmwirkung und Qualität

- Mangel an Budget im Vergleich zu internationalen Blockbustern, Fernsehnähe statt besonderer Kinoqualität, wenig visuelle Überraschung
- Häufig dieselben bekannten Darsteller*innen

Relevanz und Identifikation

- Lokale Identifikation und deutscher Humor schaffen Nähe
- Glaubwürdigkeit, erzählerische Tiefe bei den Filmen zur nationalen Vergangenheit, z. B. NS-Zeit, DDR
- Kindheitserinnerungen schaffen eine emotionale Bindung in die Vergangenheit. Das bedeutet nicht unbedingt eine aktuelle Relevanz
- Jüngeren Nicht-Besucher*innen fehlen sichtbare neue Stoffe und Gesichter

PROJEKTIVE TECHNIK: DER US-FILM ALS PARTYGAST



US-Film (deutsche und französische Sicht)

Auffällig, cool, extrovertiert.

Liefert verlässlich das technisch überlegene, bildgewaltige Spektakel.

Glänzt mit globalen Stars.

Kämpft zunehmend mit einer gefühlten inhaltlichen Austauschbarkeit und Ermüdung.

Im Gegensatz zum „coolen, auffälligen und extrovertierten US-Film“ wird der deutsche Film als weniger kinowürdig wahrgenommen, insbesondere in Bezug auf die besondere Filmwirkung auf der großen Leinwand.

PROJEKTIVE TECHNIK: DER FRANZÖSISCHE FILM ALS PARTY GAST



Image – französischer Film (französische Sicht)

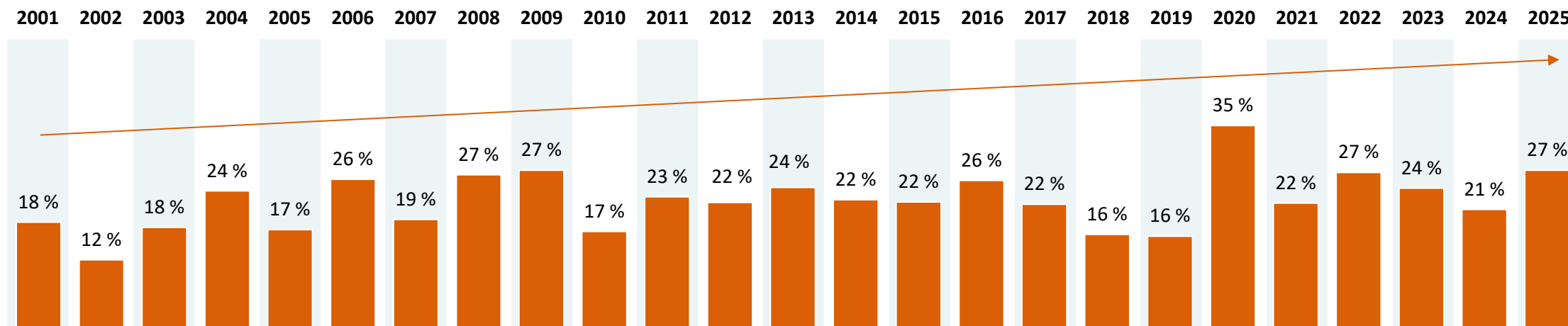
Stilsicher, intellektuell, gesellschaftskritisch und von einer ästhetischen Eleganz, die sich handwerklich vom Fernsehniveau abhebt („Cinéma-Standard“).

Er liefert wertvollen Gesprächsstoff (viele Genres) für gesellschaftliche Debatten (auch Sozialkomödie).

Teilweise elitäre Distanz, Arroganz, vorhersehbarer, herablassender Humor (Nicht-Besucher*innen).

Lokaler Marktanteil Frankreich: 38 % ¹

ENTWICKLUNG DEUTSCHER MARKTANTEIL SEIT 2001 IN PROZENT



Wahrnehmungsparadox im kulturellen Diskurs

Erfolg und Kinowürdigkeit trotz Kritik am deutschen Film können auch im vorherrschenden nationalen Pessimismus in Deutschland begründet sein.¹

60 % Nicht-Besucher*innen in der qualitativen Stichprobe

Passives Informationsverhalten: Ihr Bild des deutschen Films prägen vor allem große Mainstream-Produktionen und ältere, medial stark präsente Titel.

Das Image des deutschen Films entsteht nicht aus der gesamten Breite des Angebots, sondern vor allem aus den sichtbarsten und am stärksten erinnerten Titeln.

DEUTSCHE FILME UND PROGRAMMKINOS STÄRKEN SICH GEGENSEITIG

Drei deutsche Produktionen in Top 10 Arthouse-Filme 2025

1



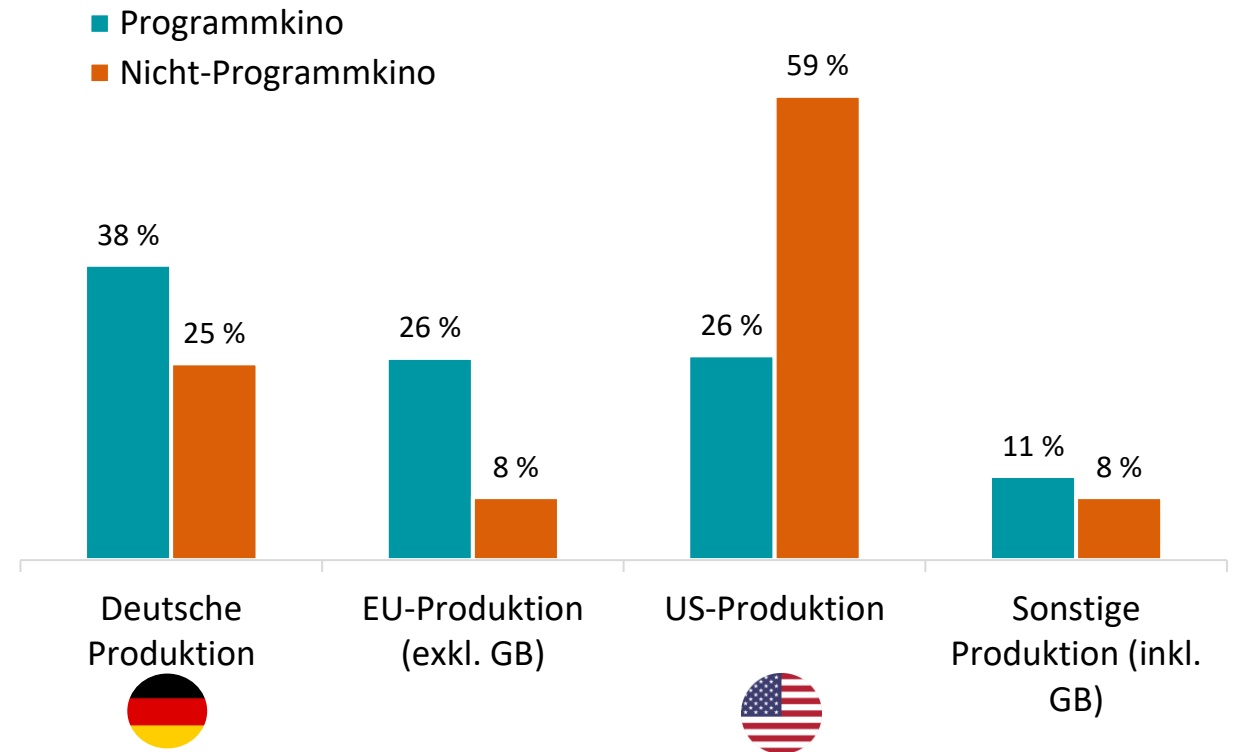
2



6



Anteil Produktionsländer an allen Tickets



DEUTSCHE FILME UND PROGRAMMKINOS STÄRKEN SICH GEGENSEITIG

**Deutsche Filme stärken das Profil der
Programmkinos**

Deutsche Filme schaffen Nähe,
Identifikation und Anknüpfungspunkte
an lokale und gesellschaftliche
Themen.

**Programmkinos stärken deutsche
Filme**

Programmkinos geben deutschen
Filmen überdurchschnittlich viel Raum
und Sichtbarkeit und können durch
Kuration, Einordnung und besondere
Präsentation zusätzlichen Mehrwert
schaffen.

FFA – Filmförderungsanstalt

Marktforschung und Statistik

Große Präsidentenstraße 9

10178 Berlin

Telefon: 030 / 27 577 0