

Kinobesucher*innen 2024

Strukturen und Entwicklungen auf Basis von YouGov Shopper

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 vormalig 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 die deutsche Bevölkerung ab 10 Jahren. Nicht erfasst werden durch das Panel Kinder unter 10 Jahren, ausländische Bürger*innen sowie Personen, die ständig auf Reisen sind oder deren Bewegungsfreiheit vorübergehend eingeschränkt ist.

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 (€, % usw.) auftreten.

YUGOV SHOPPER – METHODENSTECKBRIEF

Befragungsinhalt

Erfassung aller Kinobesuche von deutschen Privatpersonen ab 10 Jahren. In die Abfrage sind Kinder unter 10 Jahren über die Begleitpersonen inkludiert.

Hochrechnung

Die Ergebnisse werden auf die Grundgesamtheit (Stand Januar 2024: 65,7 Mio.) der deutschen Bevölkerung ab 10 Jahre hochgerechnet.

Befragungsmethode

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

Stichprobe

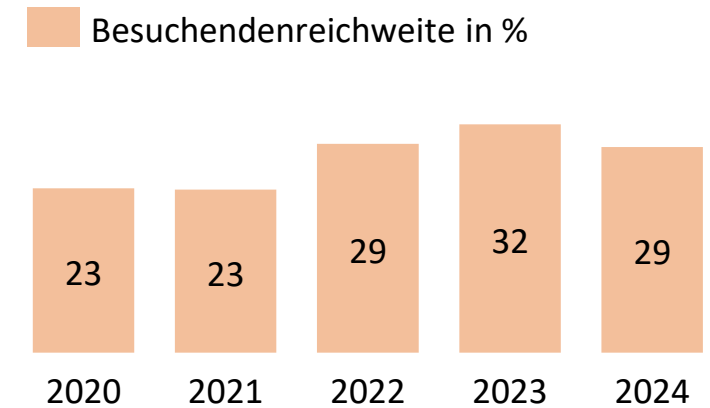
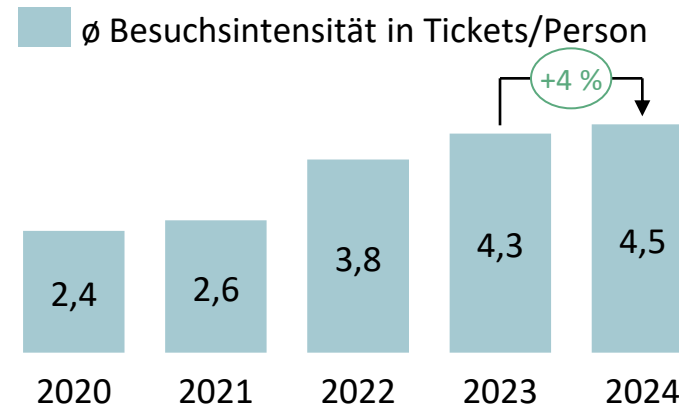
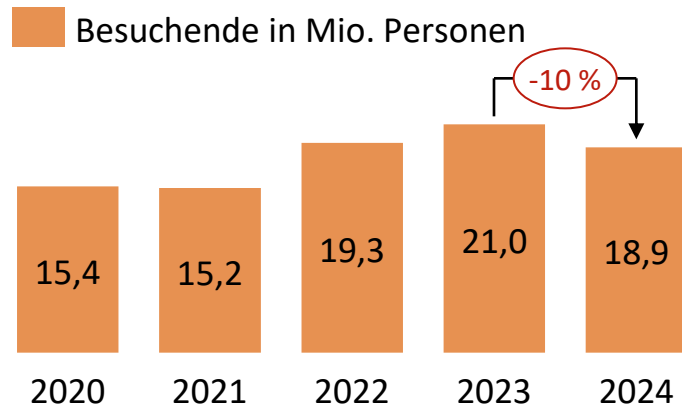
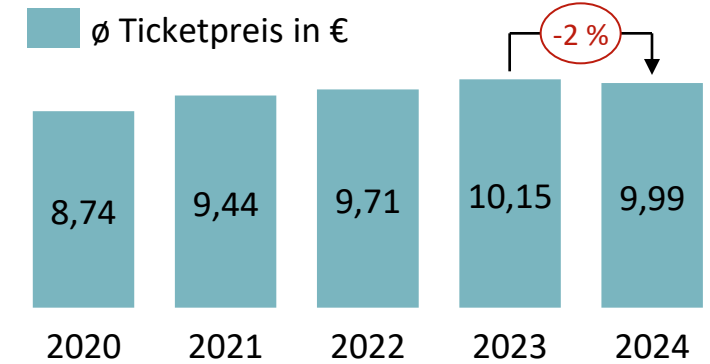
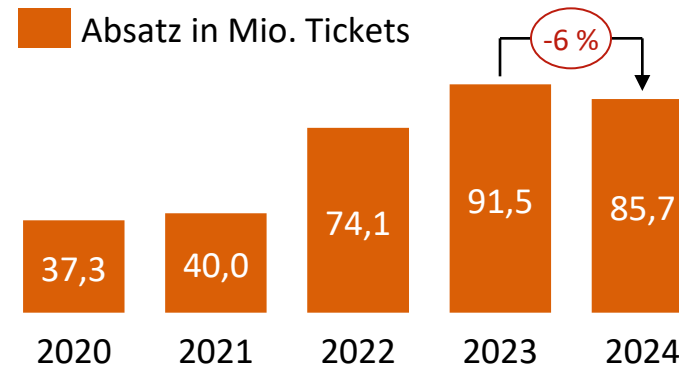
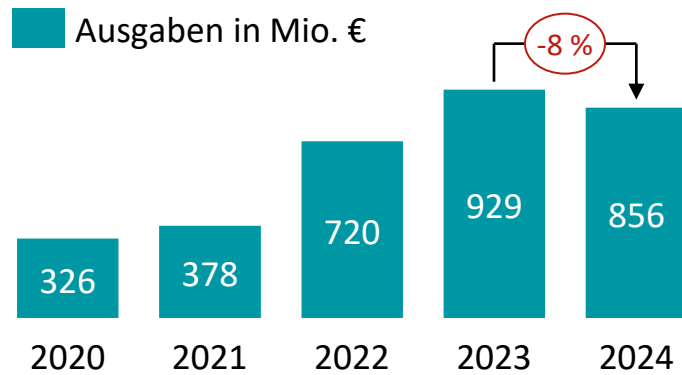
Kontinuierliches Konsument*innenpanel von 20.000 (brutto) deutschen Einzelpersonen ab 10 Jahren (Stand Januar 2024).

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 2024

Basis: Umsatz in Mio. €/Tickets in Mio./Veränderung 2024 vs. 2023 in %

Kinomarkt gesamt

856 Mio. € (-8 %)

86 Mio. Tickets (-6 %)

2D

783 Mio. € (-1 %)

80 Mio. Tickets (-2 %)

3D

73 Mio. € (-48 %)

6 Mio. Tickets (-43 %)

Deutsche Produktion

163 Mio. € (-21 %)

17 Mio. Tickets (-22 %)

US-Produktion

538 Mio. € (-12 %)

52 Mio. Tickets (-8 %)

EU-/sonstige int. Produktion

155 Mio. € (+36 %)

16 Mio. Tickets (+32 %)

Top Titel – Altersgruppen 2024 (Basis: Tickets)

10-19 Jahre

Alles steht Kopf 2

20-29 Jahre

Deadpool & Wolverine

30-39 Jahre

Alles steht Kopf 2

40-49 Jahre

Alles steht Kopf 2

50-59 Jahre

Ich - Einfach unverbesserlich 4

60+ Jahre

Alter weißer Mann

AUSGABEN IM ZEITVERLAUF

Durchschnittliche Ausgaben im Kino

	2020	2021	2022	2023	2024	Vgl. 24/23
durchschnittlicher Eintrittspreis pro Kinoticket lt. FFA:	8,35 €	8,87 €	9,26 €	9,71 €	9,64 €	- 0,8 %
durchschnittlicher Eintrittspreis pro Kinoticket lt. YouGov ¹ :	8,74 €	9,44 €	9,71 €	10,15 €	9,99 €	-1,6 %
durchschnittliche Ausgaben pro Kinoticket (exkl. Kinotickets ohne Verzehr) für Verzehr lt. YouGov ² :	7,93 €	9,10 €	9,54 €	11,56 €**	11,48 €**	-0,7 %
durchschnittliche Gesamtausgaben pro Kinoticket lt. YouGov ¹ :	13,39 €	15,57 €	16,27 €	17,55 €	17,21 €	-1,9 %

- Anhand der Ticket- und Umsatzmeldungen der Filmtheater an die FFA ergab sich für das Jahr 2024 ein durchschnittlicher Eintrittspreis von 9,64 Euro.
- Der von der YouGov ermittelte Eintrittspreis lag mit 9,99 Euro erneut höher, da hier u.a. Kinder unter 10 Jahren, die meist Preisermäßigungen erhalten, nicht berücksichtigt wurden.

ZUSAMMENFASSUNG

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

Im Vergleich zu 2023 sinkt der Umsatz auf 856 Mio. Euro (-8 %), während der Ticketpreis um 16 Cent auf 9,99 Euro (-2 %) zurückgeht. Es wurden insgesamt 85,7 Mio. Tickets verkauft, was rund 5,8 Millionen weniger sind als im Jahr 2023 (-6 %). Mit leichtem Verlust ist das 2D-Segment recht stabil, die 3D-Filmproduktionen verzeichnen einen Umsatzrückgang von 48 Prozent im Vergleich zum Vorjahr auf 73 Mio. Euro.

Rückläufige Reichweite und leicht steigende Intensität:

Die Zahl der Kinobesucher*innen sinkt im Jahr 2024 um 10 Prozent auf 18,9 Millionen, was einer ebenfalls rückläufigen Besuchendenreichweite von 29 Prozent entspricht. Gleichzeitig kann die Besuchsintensität leicht gesteigert werden. Mit 4,5 Tickets pro Kinobesucher*in gehen die Kinobesucher*innen im Durchschnitt 4 Prozent häufiger ins Kino als im Jahr 2023.

Rückgang bei deutschen und US-Produktionen, positive Entwicklung bei EU- und internationalen Produktionen:

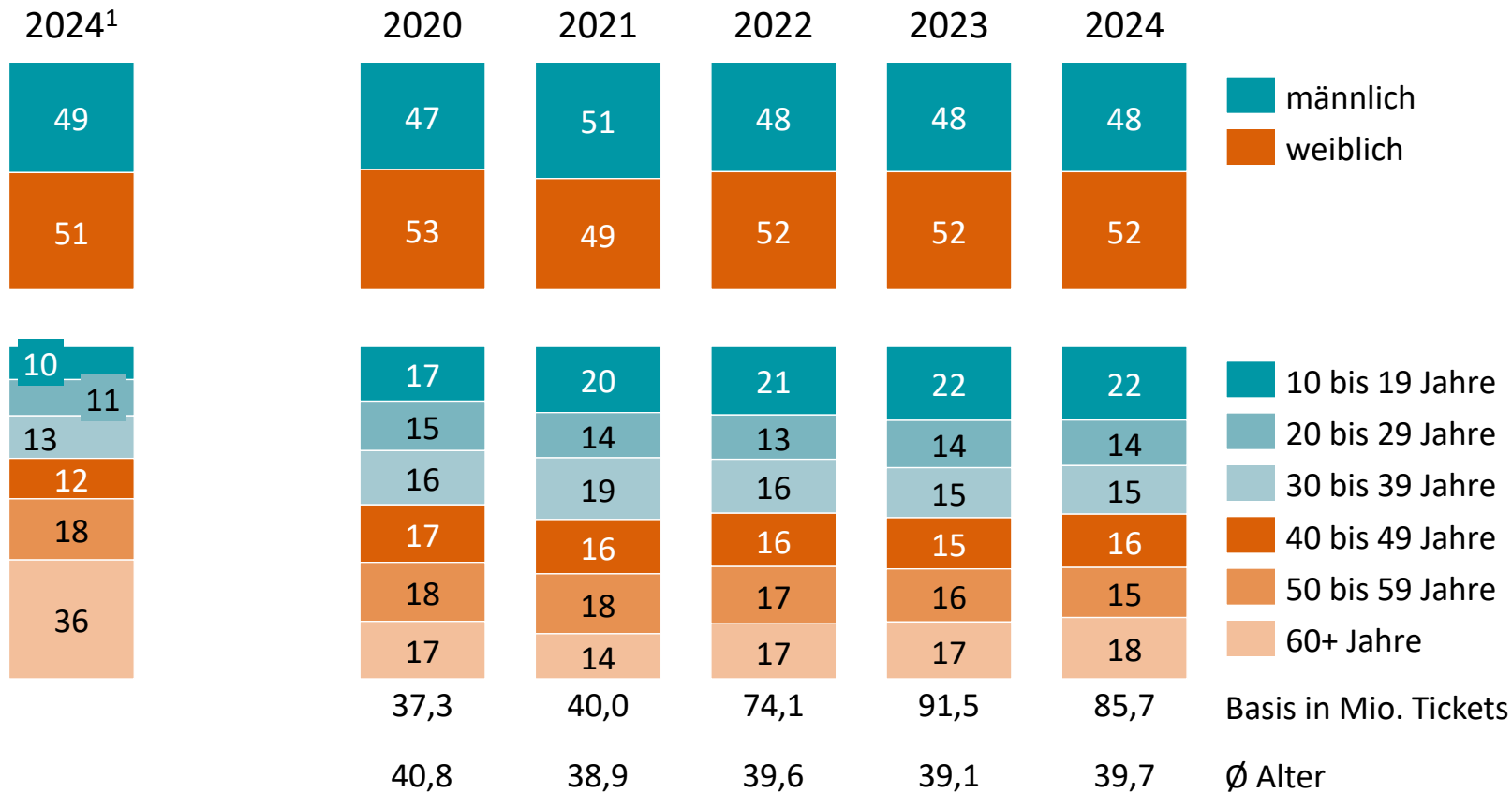
Die Ausgaben für deutsche Produktionen sinken um 21 Prozent und belaufen sich auf 163 Mio. Euro. Der Umsatz von US-Produktionen in den deutschen Kinos verringert sich um 12 Prozent auf 538 Mio. Euro. Im Gegensatz dazu steigt der Umsatz der EU- und sonstigen internationalen Produktionen mit einem Plus von 36 Prozent auf 155 Mio. Euro.

Kinobesucher*innen I – soziodemografisch

GESCHLECHT UND ALTER DER BESUCHER*INNEN IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets in %

Dt. Bevölkerung



Veränderungsraten in %

24 vs. 23



ZUSAMMENFASSUNG

Rückgänge in nahezu allen Altersgruppen und Geschlechtern:

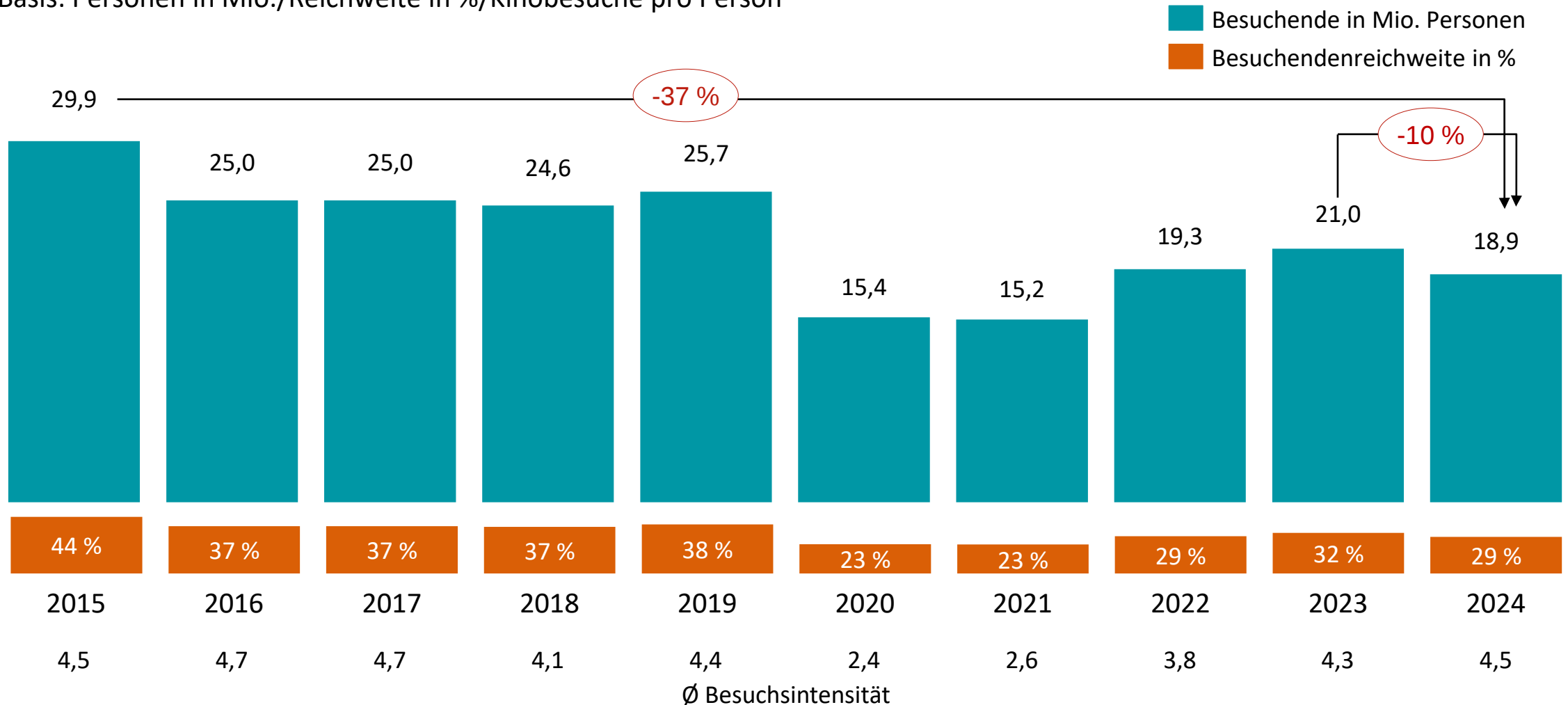
Die Aufteilung nach weiblichen und männlichen Kino-Besuchenden ist 2024 im Vergleich zum Vorjahr stabil und ist weiterhin etwas weiblicher geprägt (52 % Frauen zu 48 % Männern). Das Durchschnittsalter der Kinobesucher*innen steigt auf 39,7 Jahre (2023: 39,1 Jahre).

Nahezu alle Altersgruppen verzeichnen Rückgänge bei den Ticketverkäufen im Vergleich zum Jahr 2023 (-6 % insgesamt). Eine Ausnahme bilden die über 60-Jährigen, deren Ticketkäufe steigen um 1 Prozent. Die 10- bis 19-Jährigen stellen auch 2024 mit einem Anteil von 22 Prozent die bedeutendste Altersgruppe dar.

Kinobesucher*innen II – Reichweiten und Intensitäten

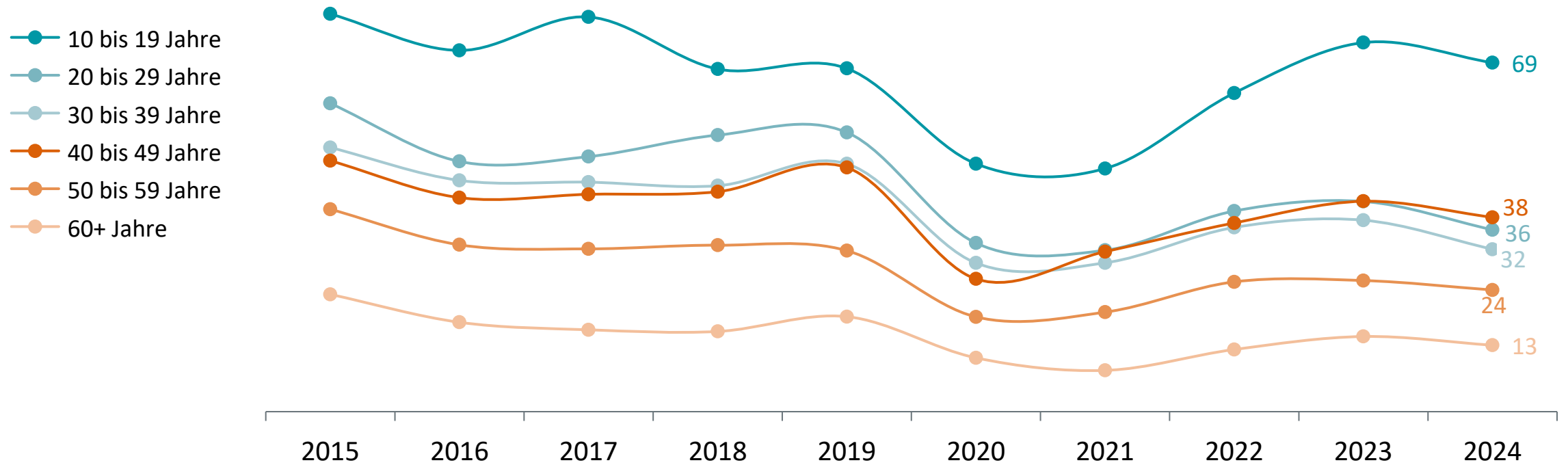
BESUCHER*INNENREICHWEITE UND BESUCHE PRO KOPF IM ZEITVERLAUF

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



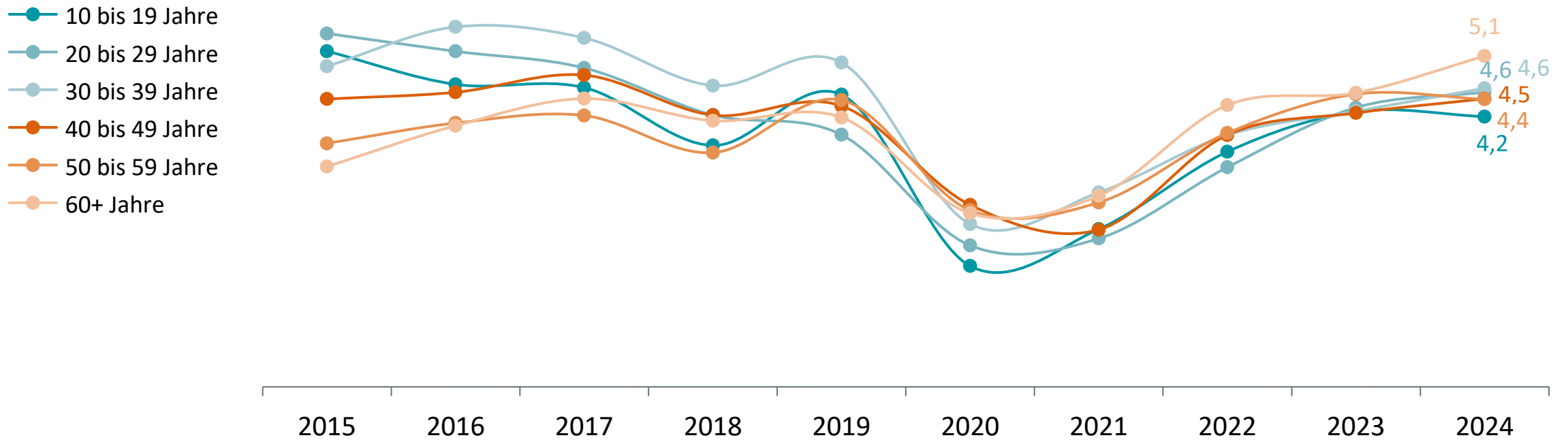
REICHWEITENENTWICKLUNG – ALTERSGRUPPEN IM ZEITVERLAUF

Basis: Reichweiten innerhalb der Altersgruppen in %



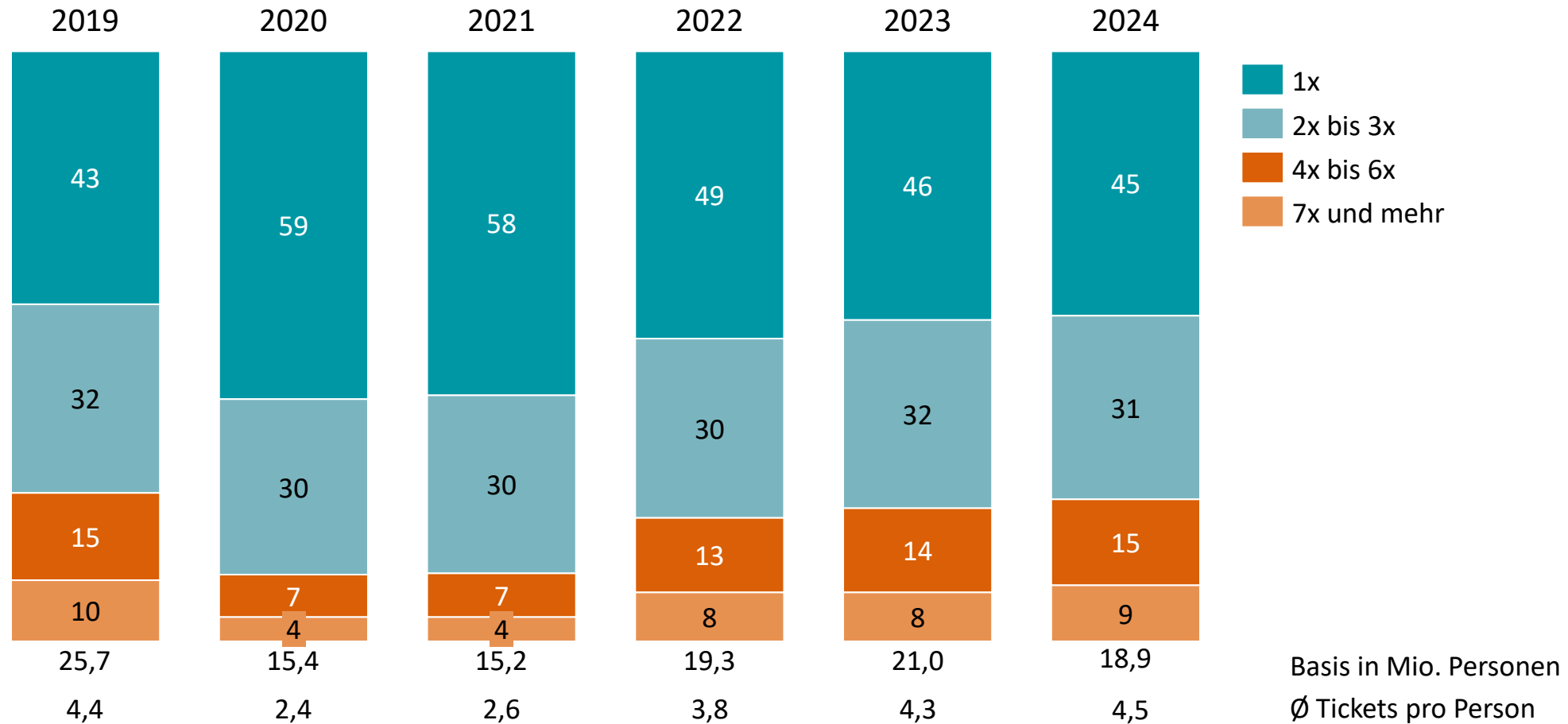
ENTWICKLUNG DER BESUCHSINTENSITÄT – ALTERSGRUPPEN IM ZEITVERLAUF

Basis: Besuchersintensität in Tickets/Person



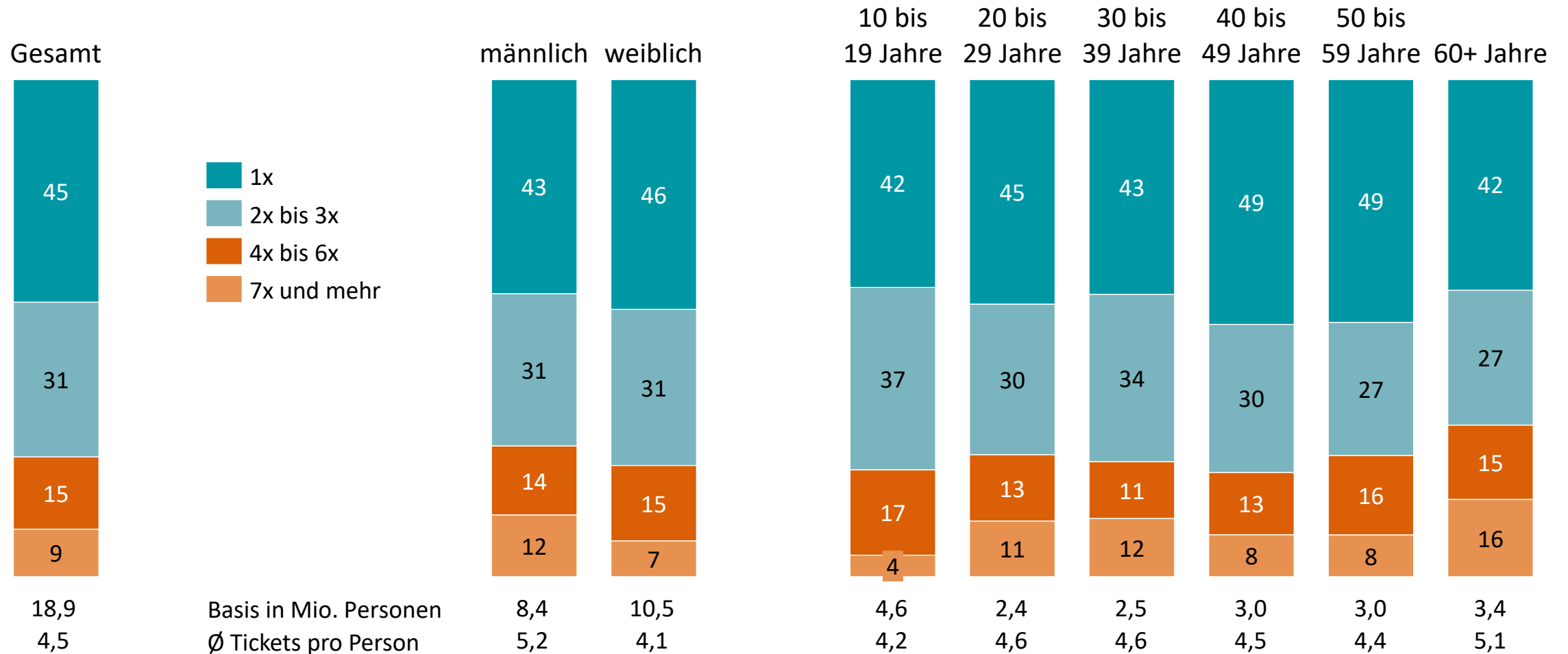
BESUCHSHÄUFIGKEIT IM ZEITVERLAUF

Basis: Personen in %



BESUCHSINTENSITÄT – GESCHLECHT/ALTERSGRUPPEN 2024

Basis: Personen in %



ZUSAMMENFASSUNG

Sinkende Reichweite in allen Altersgruppen:

Im Vergleich zum Vorjahr sinkt die Reichweite der Besucher*innen ab 10 Jahren auf 29 Prozent (2023: 32 %). Dabei bleiben die 10- bis 19-Jährigen mit einer Reichweite von 69 Prozent am kinoaffinsten. Alle Altersgruppen verzeichnen im Vergleich zum Vorjahr einen Rückgang der Reichweite.

Teilweise zunehmende Besuchsintensität:

Die Kinobesuchsintensität übertrifft mit 4,5 Tickets pro Person das Niveau von 2023 (4,3 Tickets pro Person). Gleichzeitig ist der einmalige Kinobesuch mit 45 Prozent der Besucher*innen auch 2024 der häufigste Besuchstyp.

Kinobesucherinnen besuchen mit durchschnittlich 4,1 Tickets pro Person weniger häufig das Kino, als männliche Kinobesucher, die durchschnittlich 5,2 Tickets pro Person lösen.

In den Altersgruppen der 20- bis 49-Jährigen sowie der über 60-Jährigen nimmt die Besuchsintensität im Vergleich zum Vorjahr zu. Mit durchschnittlich 4,6 Tickets pro Person erreichen die 20- bis 29-Jährigen und 30- bis 39-Jährigen sowie die über 60-Jährigen mit 5,1 Tickets die höchsten Pro-Kopf-Tickets.

Kinobesucher*innen III – filmspezifisch

Kinobesucher*innen III

TOP 7 TITEL – ALTERSGRUPPEN 2024

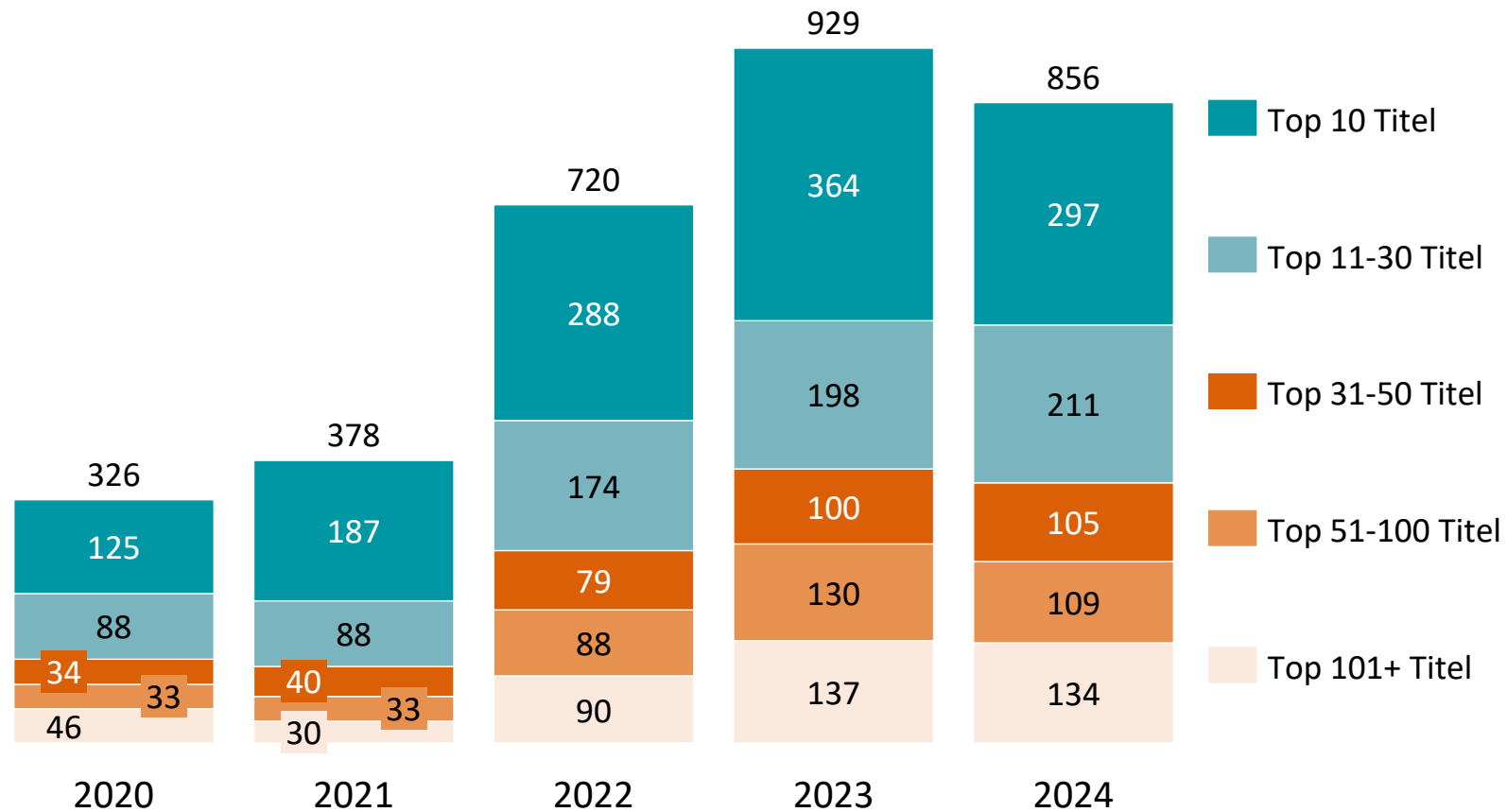
Basis: Tickets

10 bis 19 Jahre	20 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50 bis 59 Jahre	60+ Jahre
Alles steht Kopf 2	Deadpool & Wolverine	Alles steht Kopf 2	Alles steht Kopf 2	Ich - Einfach unverbesserlich 4	Alter weißer Mann
Ich - Einfach unverbesserlich 4	Alles steht Kopf 2	Deadpool & Wolverine	Ich - Einfach unverbesserlich 4	Alles steht Kopf 2	Der Buchspazierer
Chantal im Märchenland	Dune: Part Two	Ich - Einfach unverbesserlich 4	Vaiana 2	Dune: Part Two	The Zone of Interest
Vaiana 2	Nur noch ein einziges Mal - It ends with us	Dune: Part Two	Die Schule der magischen Tiere 3	Deadpool & Wolverine	Eine Million Minuten
Die Schule der magischen Tiere 3	Vaiana 2	Vaiana 2	Deadpool & Wolverine	Vaiana 2	Gladiator II
Wonka	Chantal im Märchenland	Die Schule der magischen Tiere 3	Dune: Part Two	Eine Million Minuten	Zwei zu eins
Kung Fu Panda 4	Mufasa: Der König der Löwen	Bad Boys: Ride or Die	Chantal im Märchenland	Chantal im Märchenland	Konklave

 = Deutsche Produktionen sind farblich gekennzeichnet

VERTEILUNG DER TOP TITEL IM ZEITVERLAUF

Basis: Umsatz in Mio. €



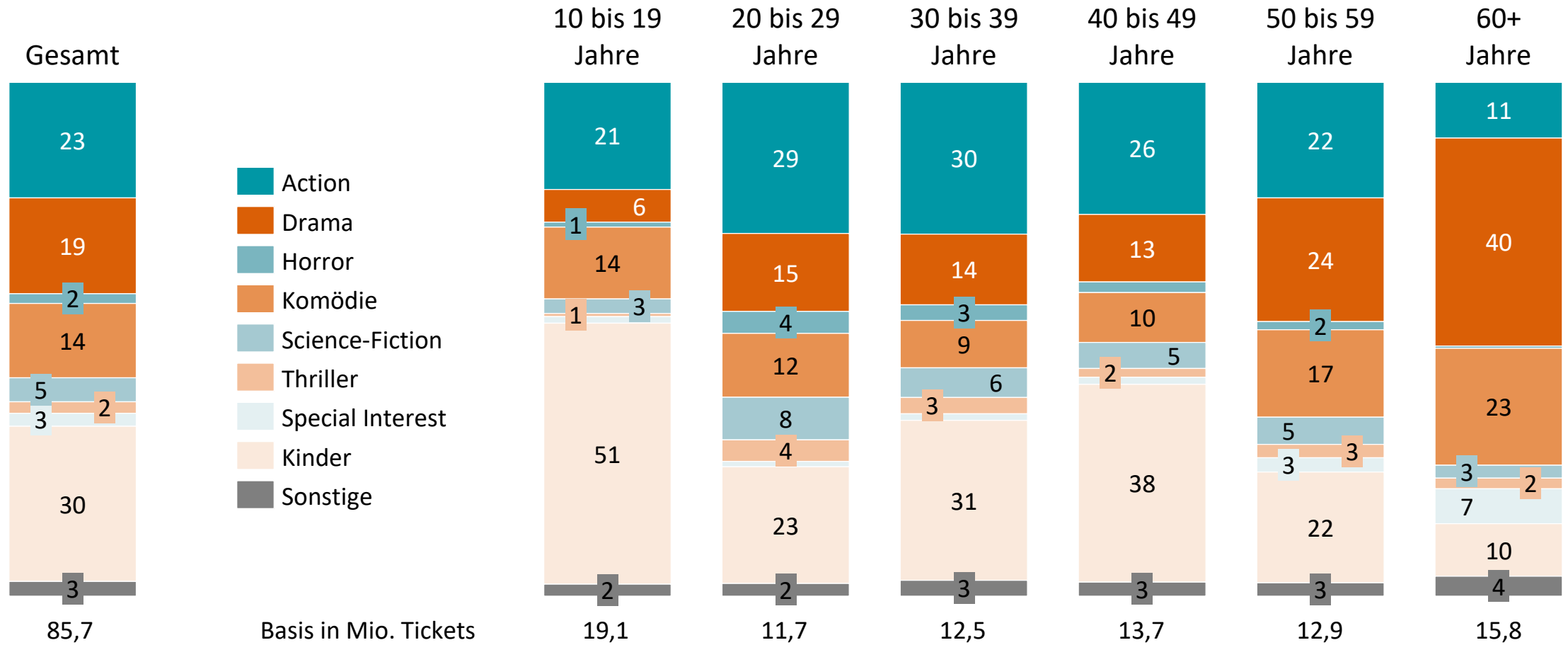
Veränderungsraten
in Mio. und %

2024 vs. 2023

Top 10 Titel	-67 Mio. €	-18 %
Top 11-30 Titel	+13 Mio. €	+7 %
Top 31-50 Titel	+5 Mio. €	+5 %
Top 51-100 Titel	-21 Mio. €	-16 %
Top 101+ Titel	-3 Mio. €	-2 %

GENRE – ALTERSGRUPPEN 2024

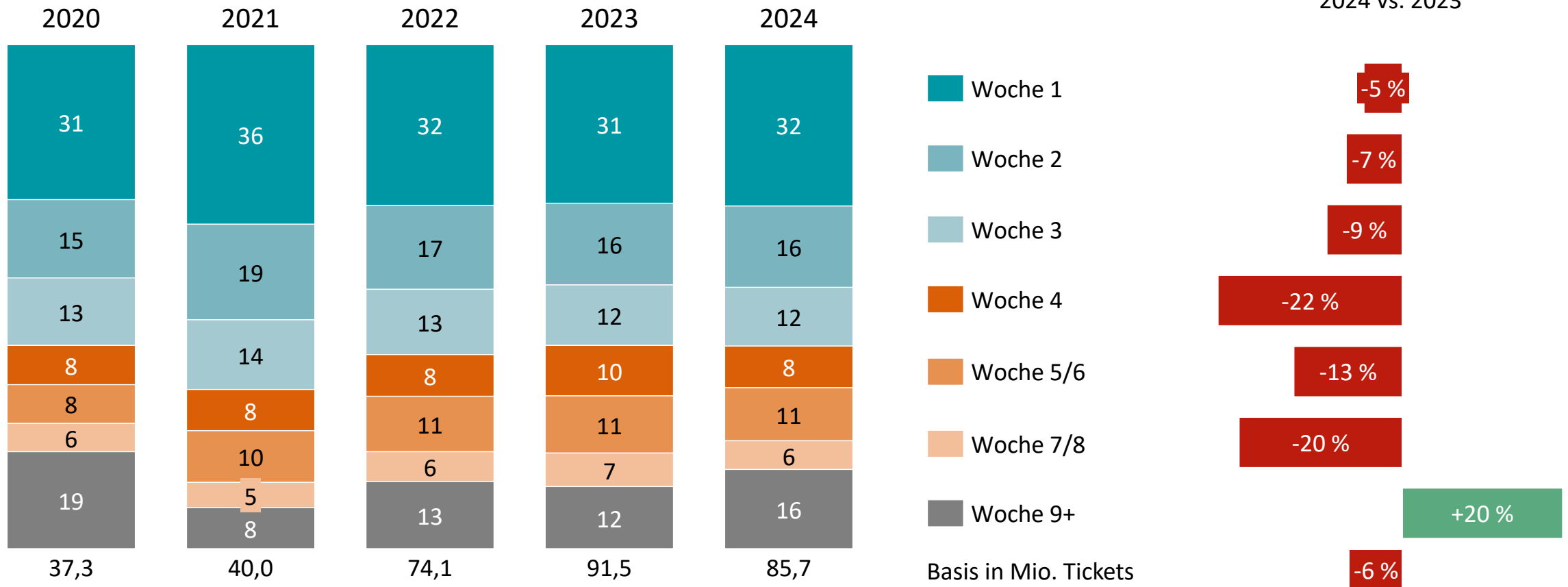
Basis: Tickets in %



Kinobesucher*innen III

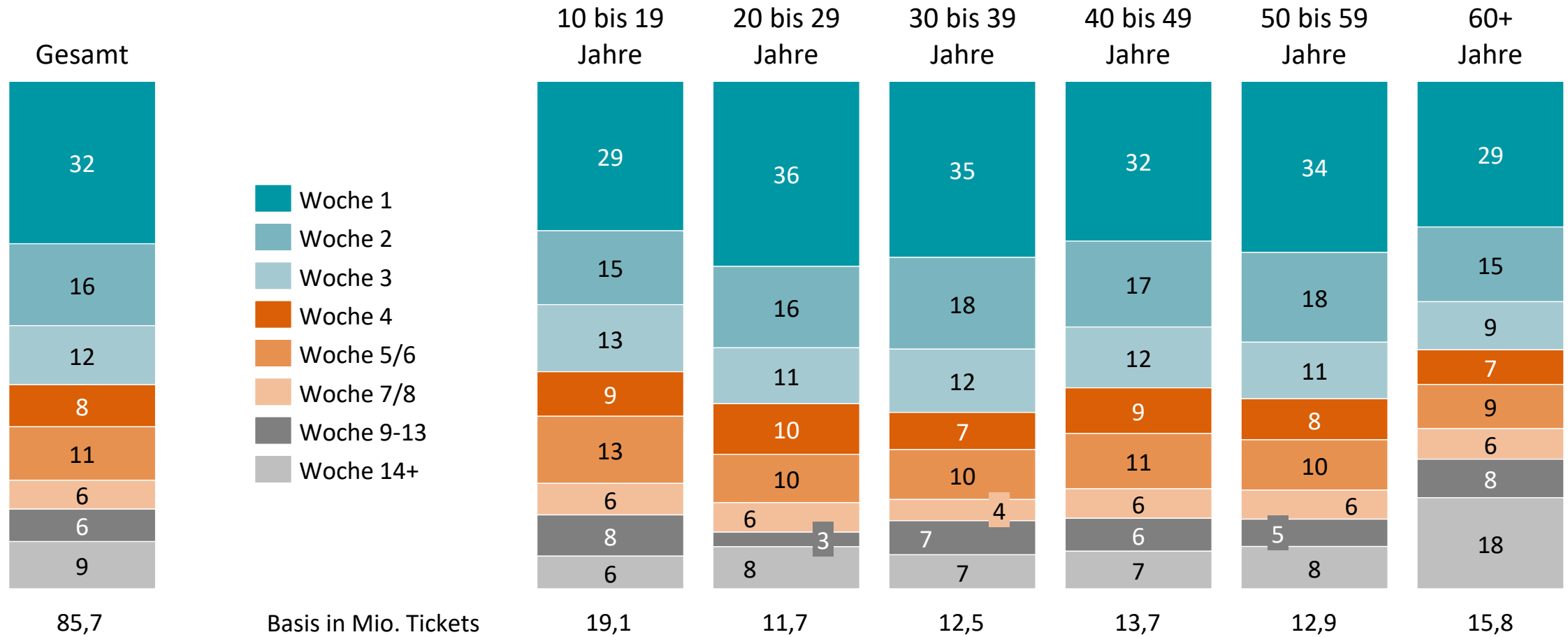
ZEITPUNKT DES BESUCHS IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets in %



ALTER DER BESUCHER*INNEN – ZEITPUNKT DES BESUCHS 2024

Basis: Tickets in %

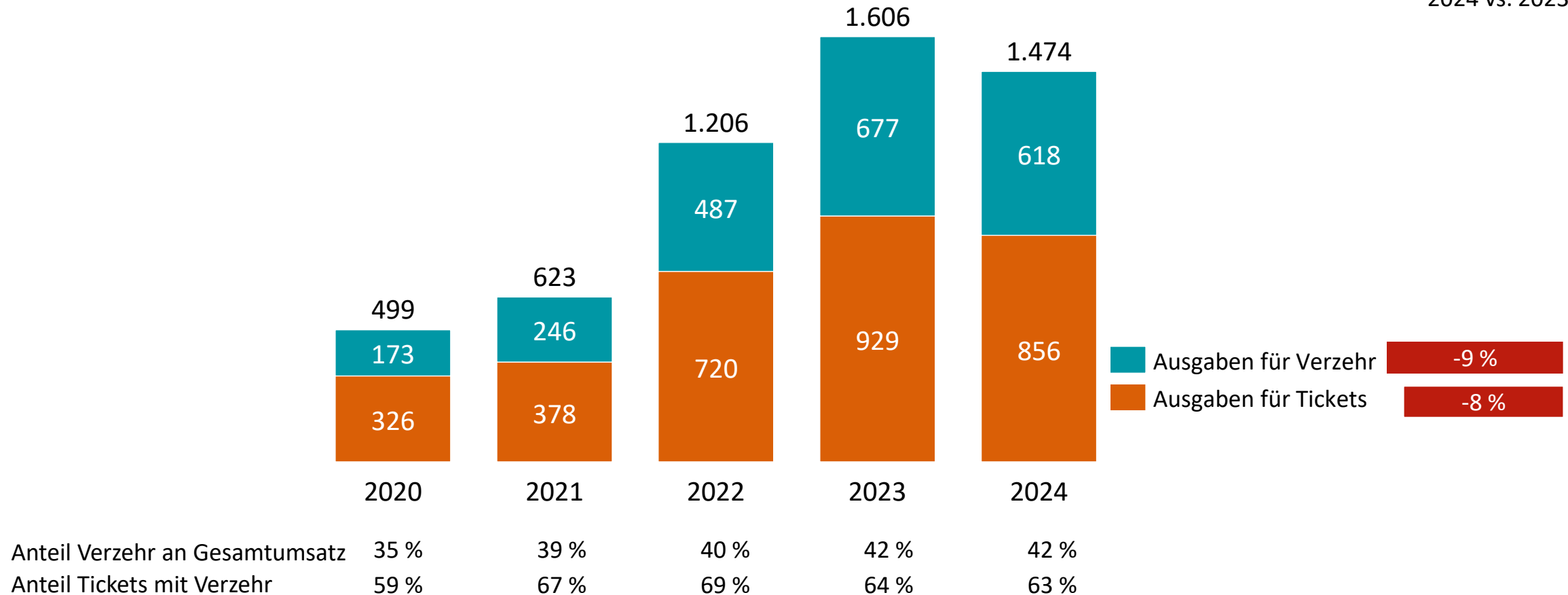


Kinobesucher*innen III

AUSGABEN FÜR TICKETS UND VERZEHR¹ IM ZEITVERLAUF

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

Veränderungsraten
in %
2024 vs. 2023



Kinobesucher*innen III

VERZEHR – KINOGRÖSSEN 2024

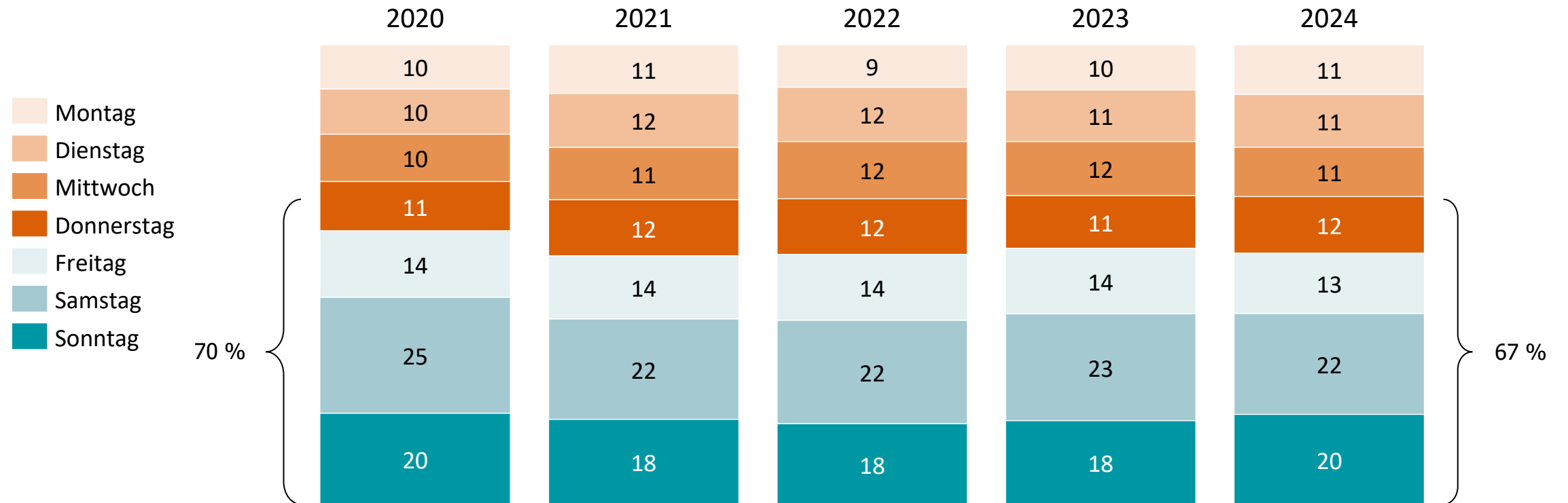
Basis: Tickets in %

Ø Ausgaben für Verzehr
(Basis Tickets gesamt)



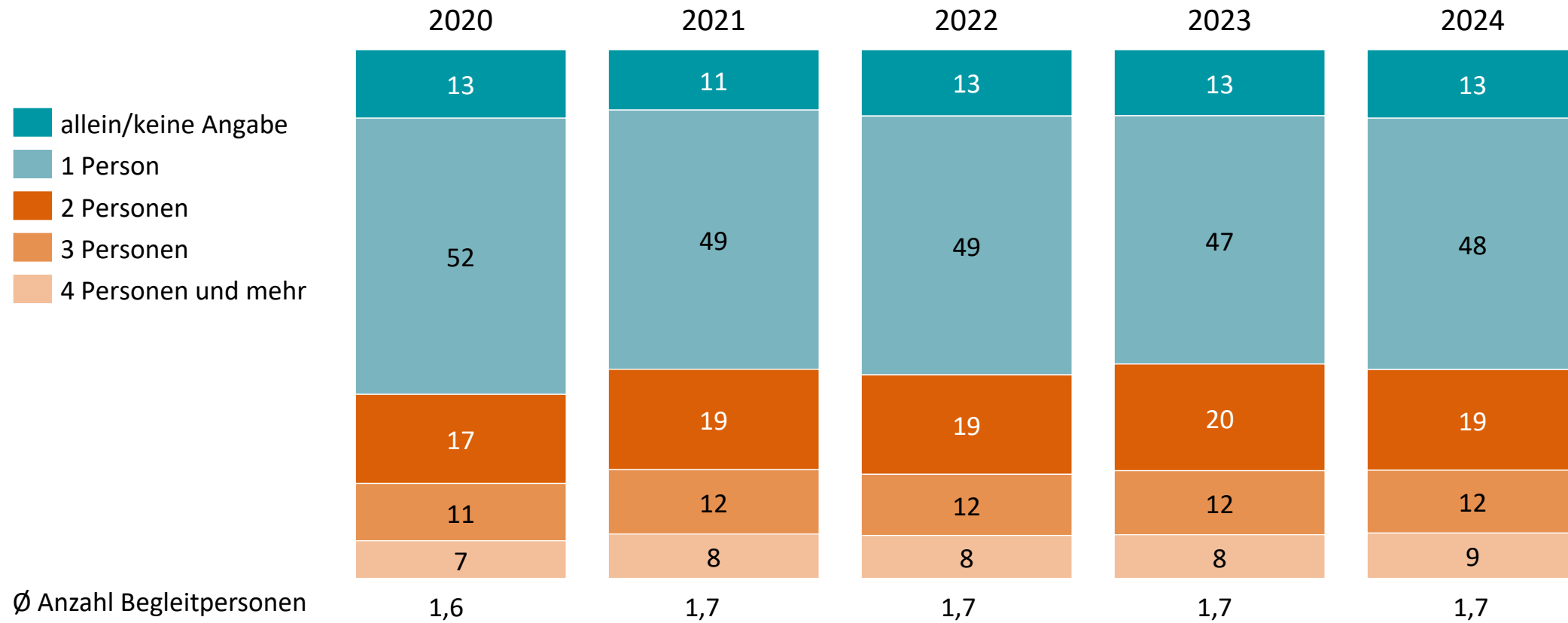
WOCHENTAGE IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets in %



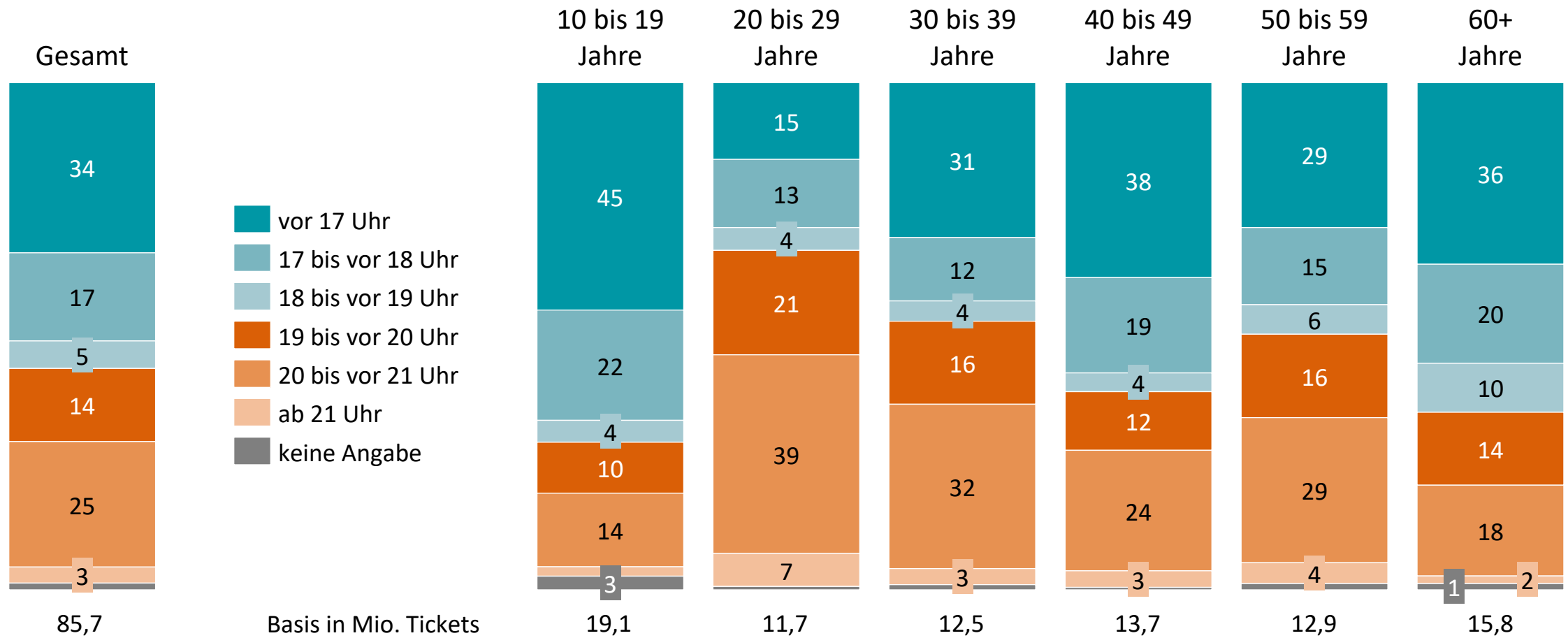
ANZAHL DER BEGLEITPERSONEN IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets in %

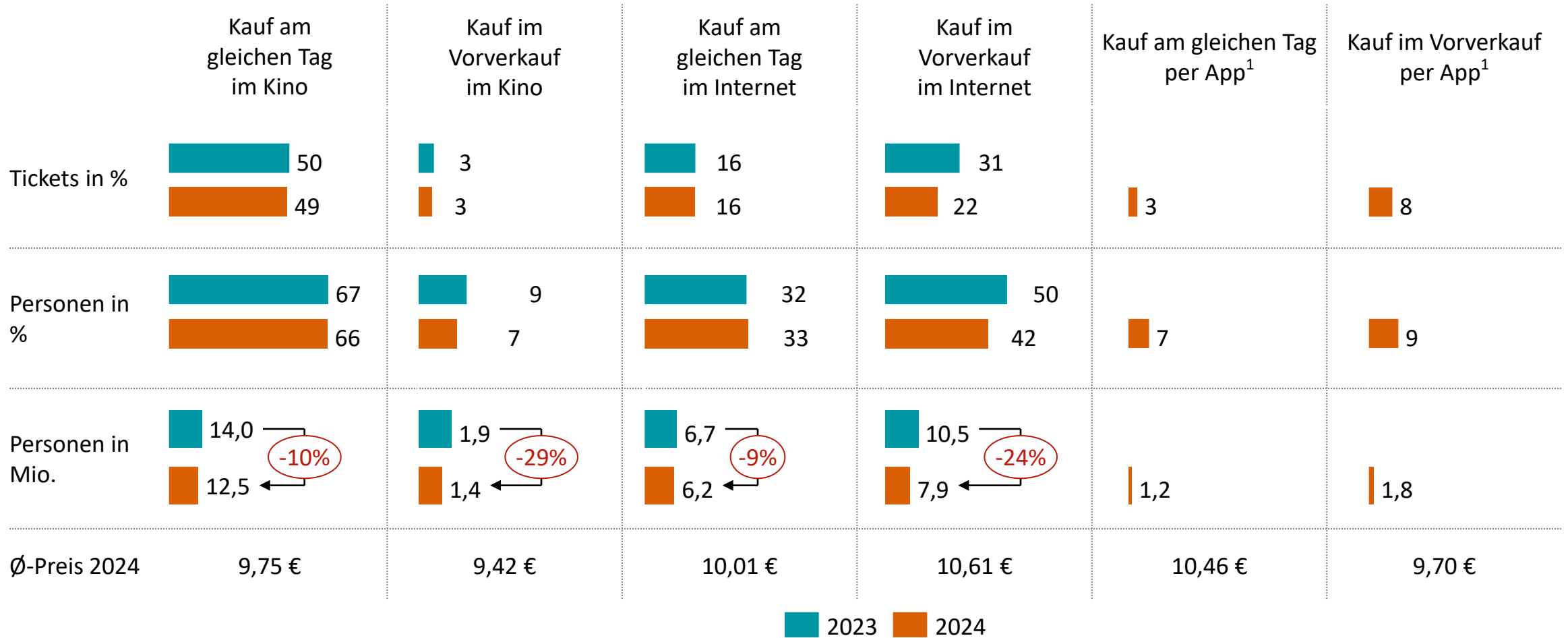


ALTER DER BESUCHER*INNEN – ZEITPUNKT DES BESUCHS 2024

Basis: Tickets in %

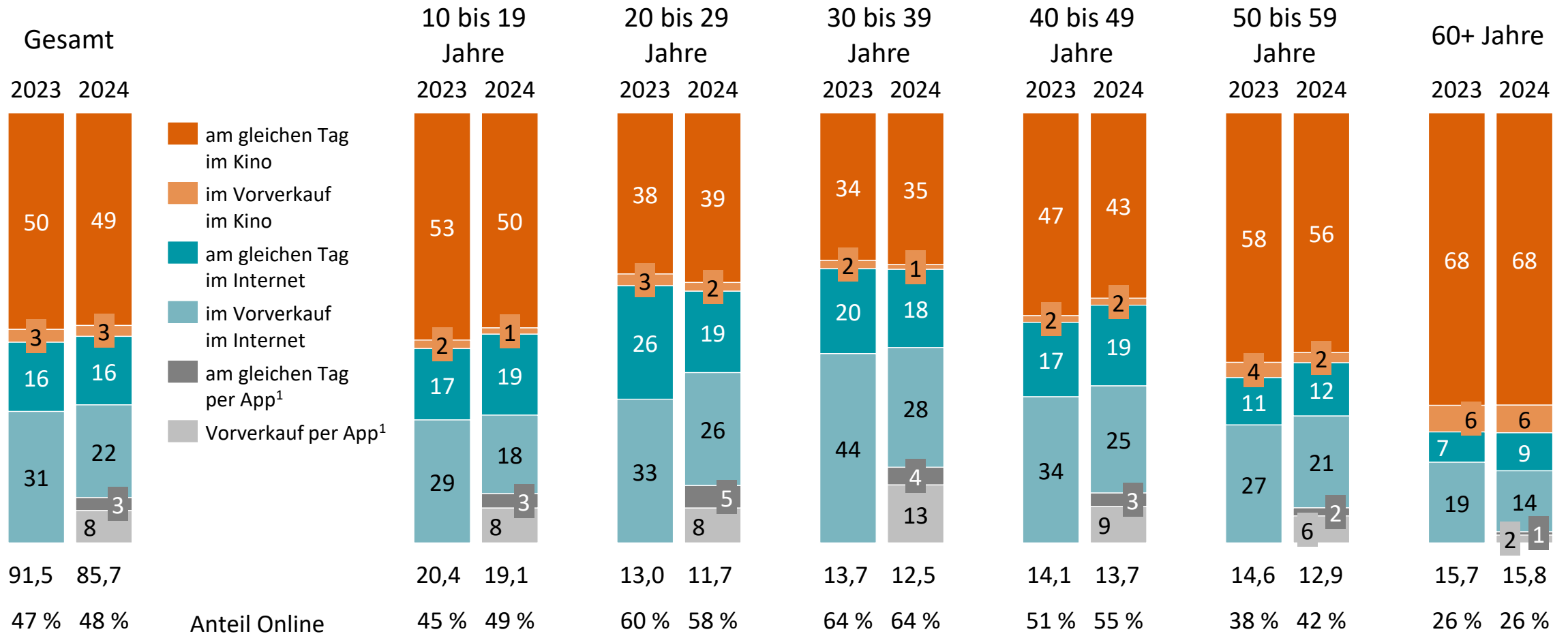


TICKETKAUF 2023/2024



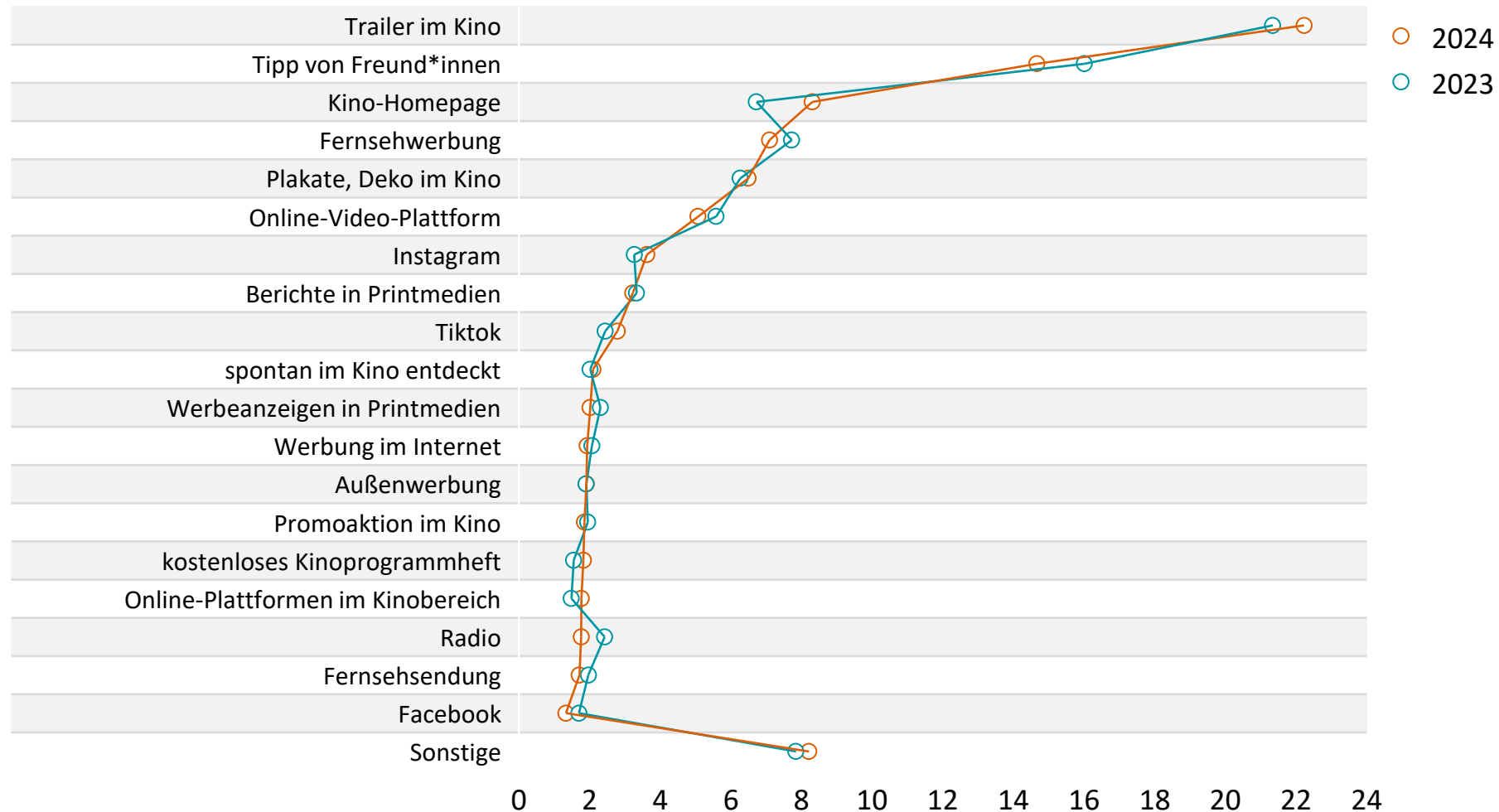
TICKETKAUF – ALTERSGRUPPEN 2023/2024

Basis: Tickets in %



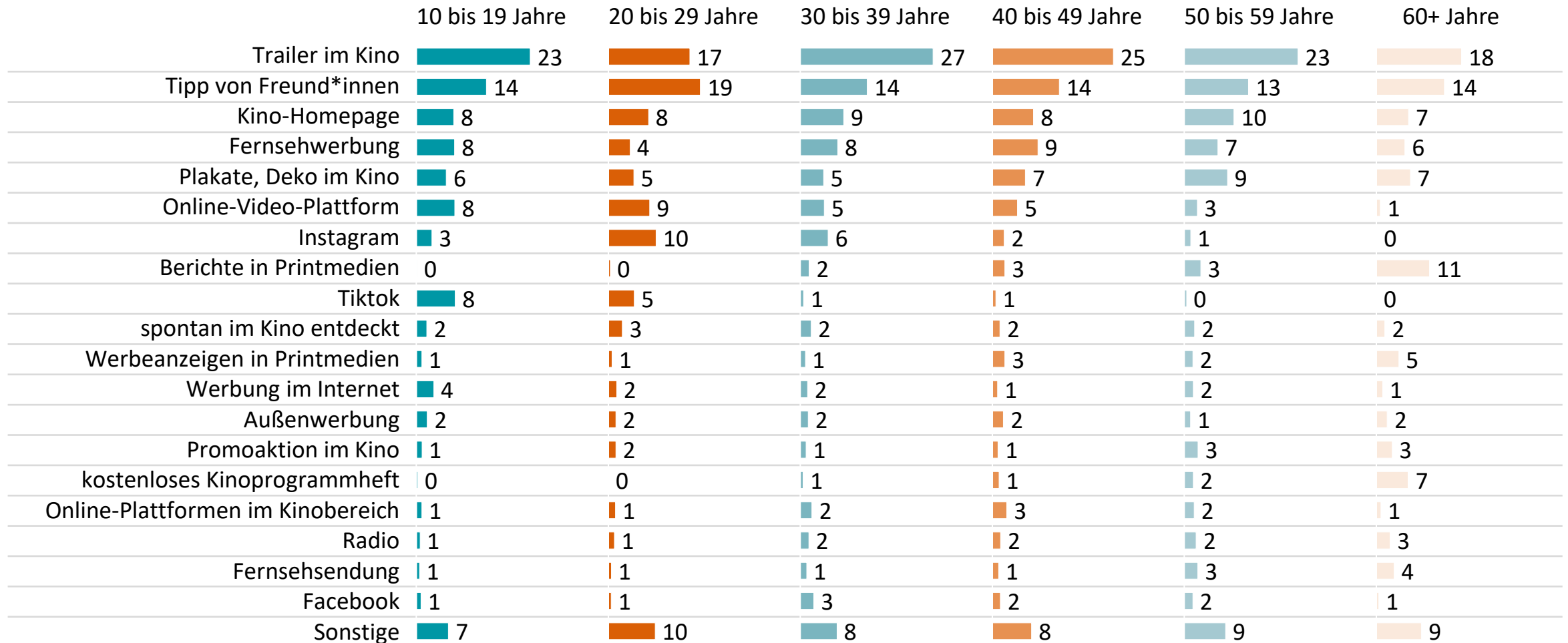
SOURCES OF AWARENESS 2023/2024

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



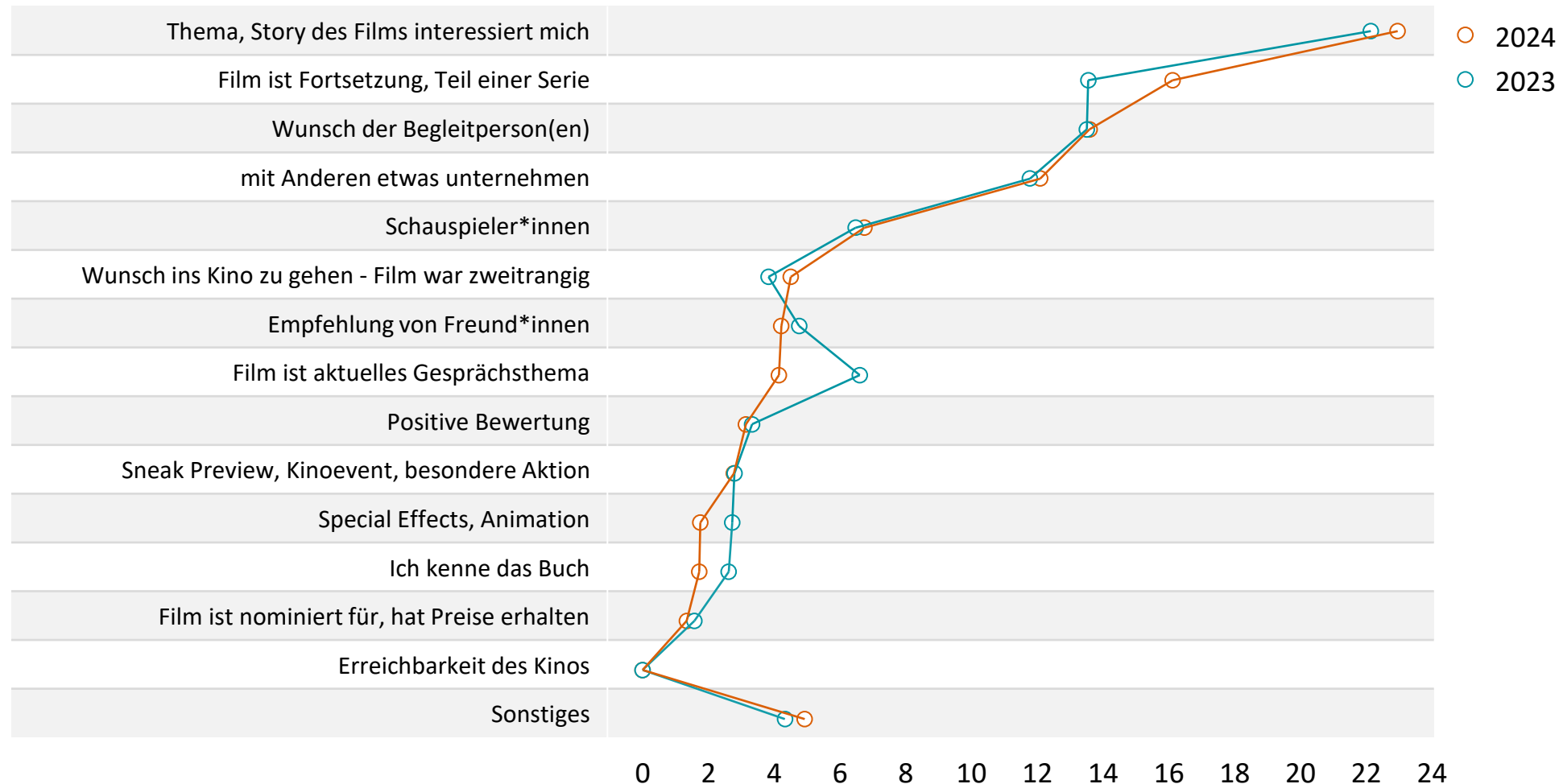
SOURCES OF AWARENESS – ALTERSGRUPPEN 2024

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



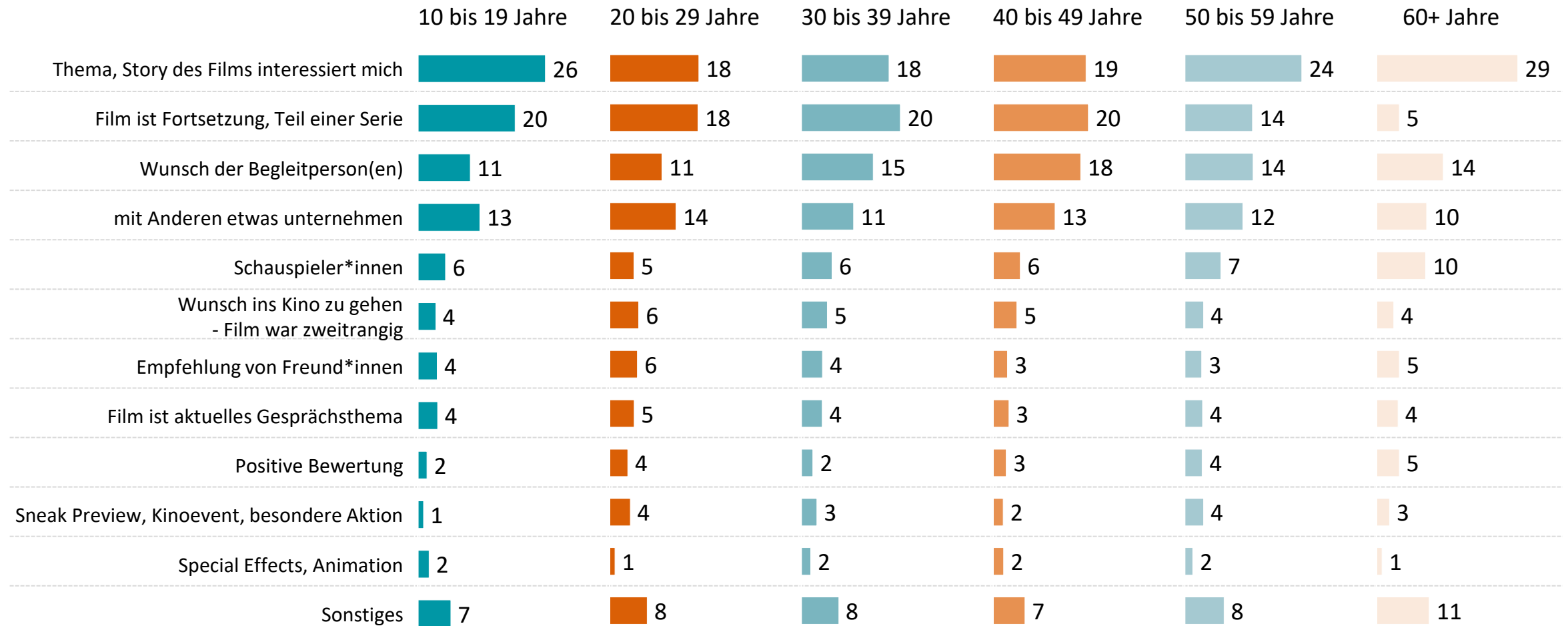
BESUCHSGRUND 2023/2024

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



BESUCHSGRUND – ALTERSGRUPPEN 2024

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



ZUSAMMENFASSUNG 1/2

Kinder- und Animationsfilme im Fokus:

Unter der Top 7 des Jahres 2024 befinden sich in allen Altersgruppen bis 59 Jahre mindestens 3 Kinder- und Animationsfilme. Dabei ist „Alles steht Kopf 2“ am häufigsten auf Platz 1. In der Zielgruppe der über 60-Jährigen setzen sich mit „Alter weißer Mann“ und „Der Buchspazierer“ 2 deutsche Titel an die Spitze. Insgesamt sind unter den Top 7 Titeln hier 4 deutsche Produktionen. Generell befindet sich mindestens 1 deutsche Produktion unter den Top 7 Titeln über alle Altersgruppen hinweg.

Die größte Vorliebe der Kinobesucher*innen gilt dem Genre Kinder (30 % Ticketanteil), gefolgt von Action (23 %), Dramen (19 %) und Komödien (14 %). Unverändert seit 2020 stellt die erste Besuchswoche den beliebtesten Zeitpunkt eines Kinobesuchs dar, 2024 entfallen hierauf 32 Prozent der gelösten Kinotickets.

Verzehranteil der Kinogesamtausgaben stabil:

Der Gesamterlös aus Ticket- und Verzehrverkauf 2024 erreicht 1,5 Mio. Euro, damit liegt der Verzehranteil im Rahmen der Erhebung bei 42 Prozent der Kinogesamtausgaben (2023: 42 %). 63 Prozent aller Ticketkäufe sind mit Concession-Ausgaben verbunden. In Spielstätten mit 6 bis 7 Leinwänden sind die durchschnittlichen Concession-Ausgaben am höchsten (8,44 €), während sie in Kinos mit bis zu drei Leinwänden am niedrigsten liegen (5,42 €).

ZUSAMMENFASSUNG 2/2

Beliebteste Kinotage und Anzahl der Begleitpersonen bleiben konstant:

Mit einem Anteil von 67 Prozent des Gesamtticketverkaufes sind Donnerstag bis Sonntag erneut die beliebtesten Kinotage. Wie in den Vorjahren gehen die Menschen vorzugsweise zu zweit ins Kino (48 %).

Potenzial des Online-Ticketkaufes bei den über 60-Jährigen:

Mehr als ein Drittel aller Kinotickets wird für den Vorstellungsbeginn vor 17 Uhr gekauft (34 %). Im Vergleich zu den anderen Altersgruppen gehen die 10- bis 19-Jährigen am häufigsten vor 17 Uhr ins Kino (45 %), während die 20- bis 29-Jährigen vor allem Filmvorstellungen ab 20 Uhr bevorzugen.

49 Prozent der Kinokarten werden am selben Tag im Kino gekauft. Der Anteil der Online (Internet/App) gekauften Tickets liegt 2024 bei 48 Prozent.

Hohe Bedeutung von Trailern im Kino:

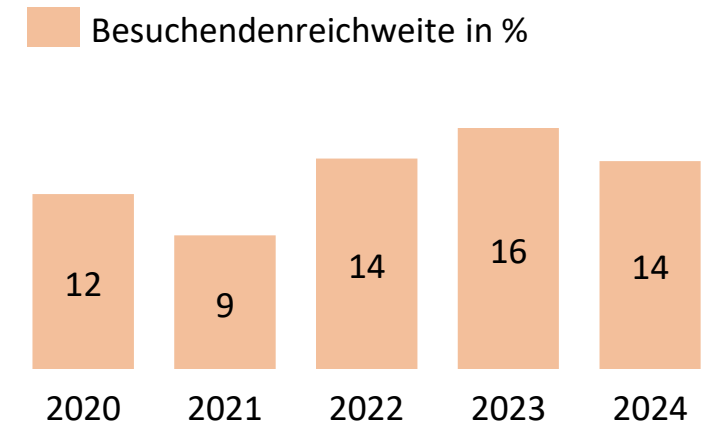
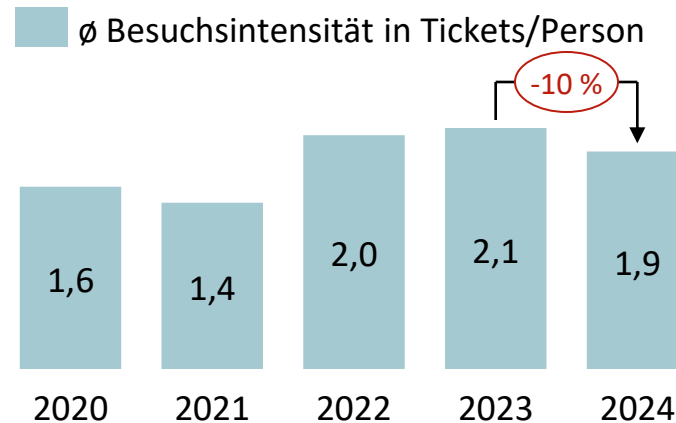
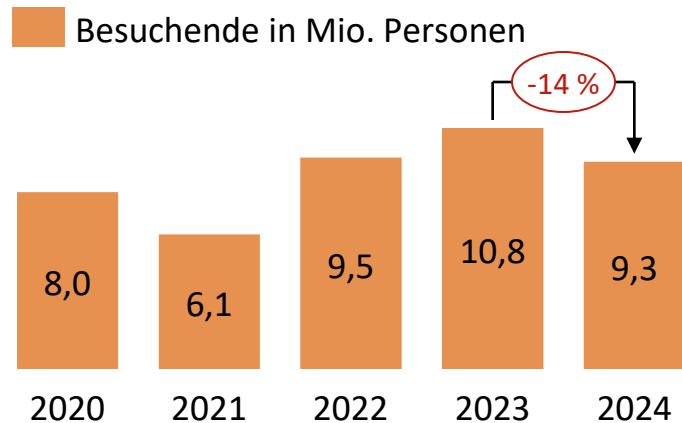
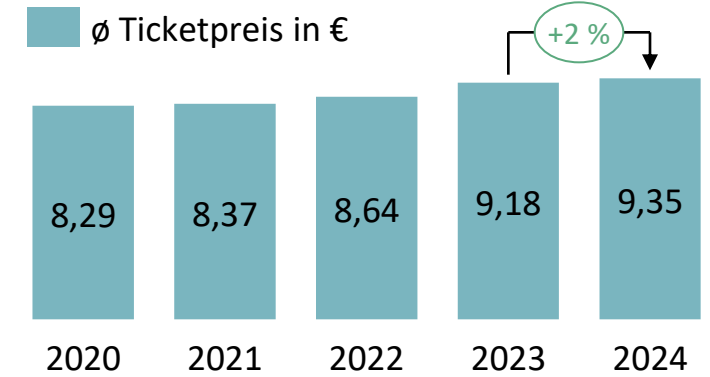
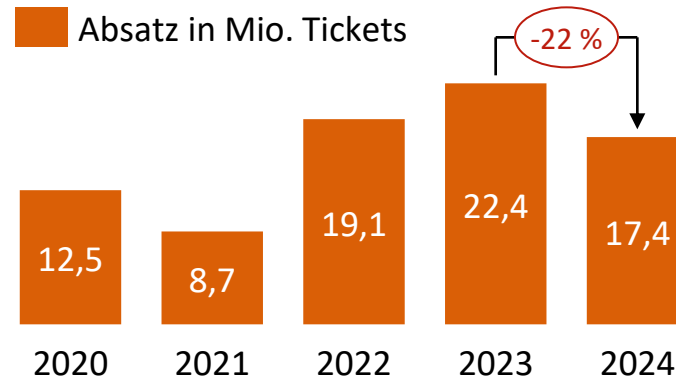
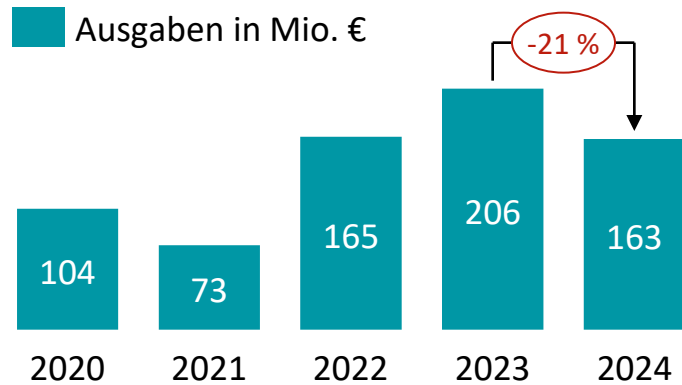
Mit 22 Prozent ist der „Trailer im Kino“ weiterhin die wichtigste Quelle für die Aufmerksamkeit der Kinobesucher*innen (2023: 21 %) darstellt. Auf den Plätzen 2 und 3 folgen „Tipps von Freund*innen“ und „Kino-Homepage“ mit 15 bzw. 8 Prozent. Der häufigste Besuchsgrund bleibt 2024 erneut „Thema, Story interessiert mich“ mit 23 Prozent, gefolgt von „Film ist Fortsetzung, Teil einer Serie“ (16 %). An dritter Stelle steht mit 14 Prozent „Wunsch der Begleitperson(en)“. Der Einfluss, ob ein Film aktuelles Gesprächsthema ist, hat abgenommen (2024: 6 % / 2023: 4 %).

Kinobesucher*innen deutscher Filme

ENTWICKLUNG – KINOMARKT IN DEUTSCHLAND IM ZEITVERLAUF

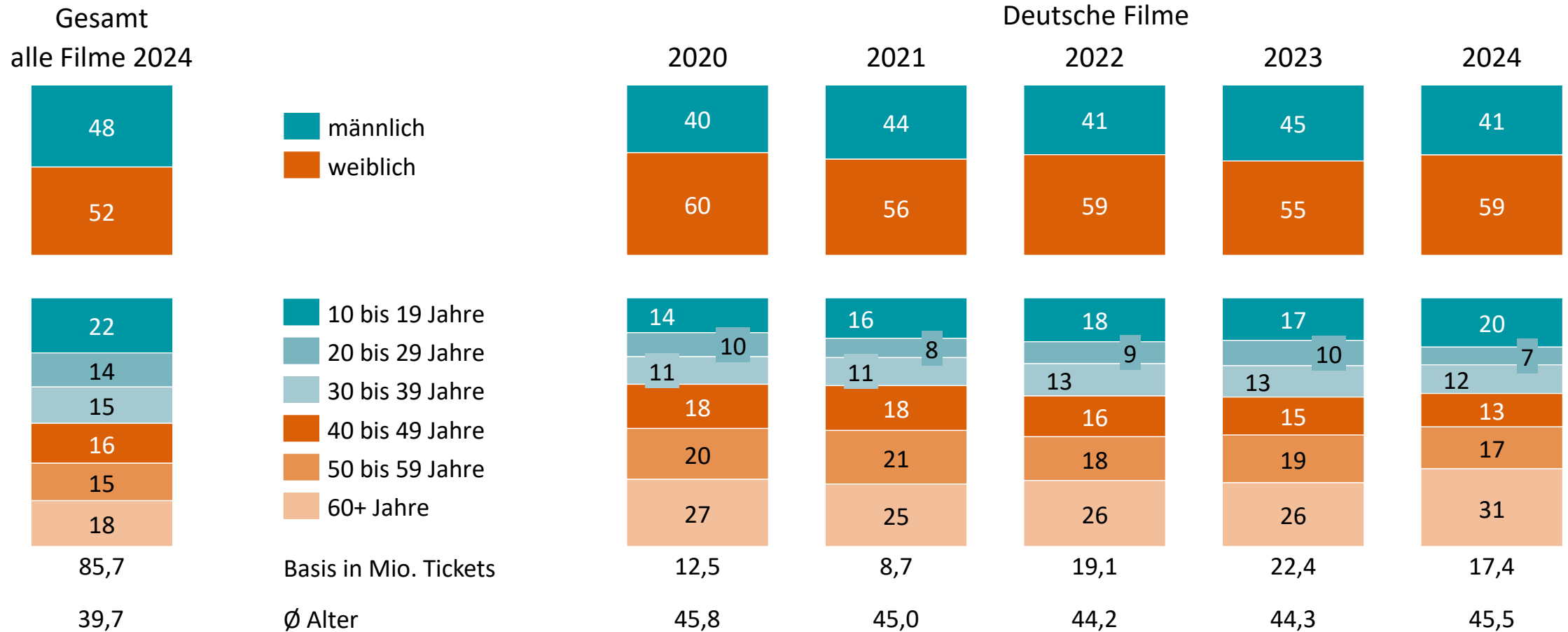
		2020	2021	2022	2023	2024	Vgl. 24/23
Gesamt	Mio. Tickets	37,3	40,0	74,1	91,5	85,7	-6 %
	Umsatz in Mio. €	326	378	720	929	856	-8 %
Deutsche Produktionen	Mio. Tickets	12,5	8,7	19,1	22,4	17,4	-22 %
	Umsatz in Mio. €	104	73	165	206	163	-21 %
EU-Produktionen (ohne dt. (Ko-)Produktionen) ¹	Mio. Tickets	4,1	1,9	3,8	7,4	8,3	+11 %
	Umsatz in Mio. €	35	15	32	66	74	+12 %
US-Produktionen	Mio. Tickets	17,8	20,4	46,7	56,9	52,1	-8 %
	Umsatz in Mio. €	163	196	480	609	538	-12 %
Sonstige ¹	Mio. Tickets	2,8	9,1	4,5	4,8	7,9	+64 %
	Umsatz in Mio. €	24	94	42	48	81	+68 %

KEY-FACTS ZUM DEUTSCHEN FILM IM ZEITVERLAUF



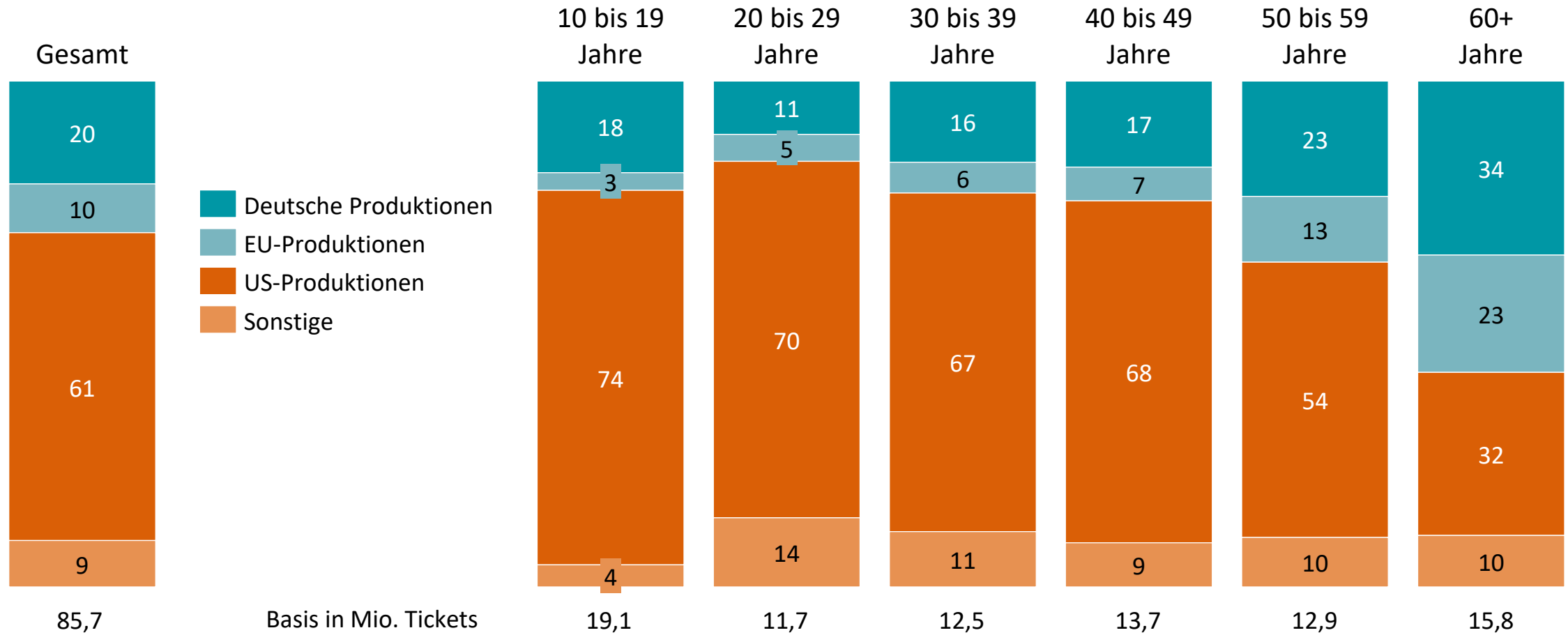
BESUCHER*INNEN DEUTSCHER FILME – GESCHLECHT UND ALTER IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets in %



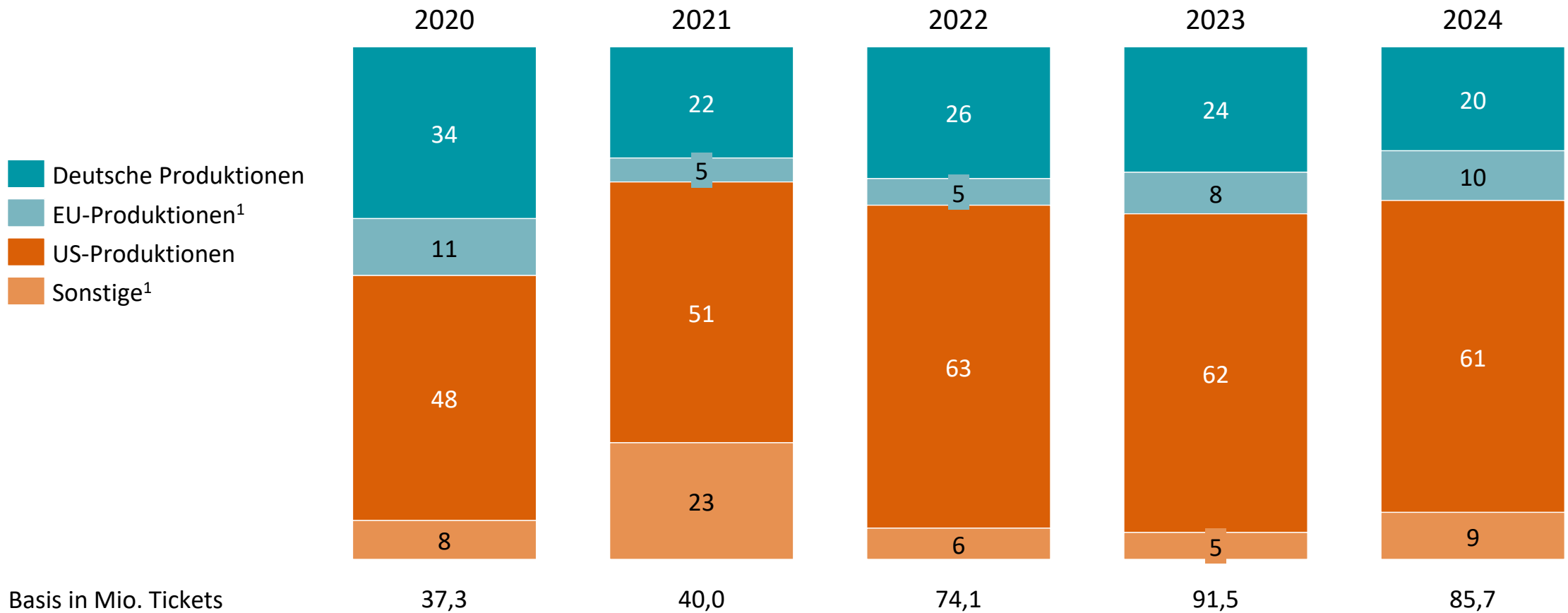
BESUCHE NACH HERSTELLUNGSLAND – ALTERSGRUPPEN 2024

Basis: Tickets in %



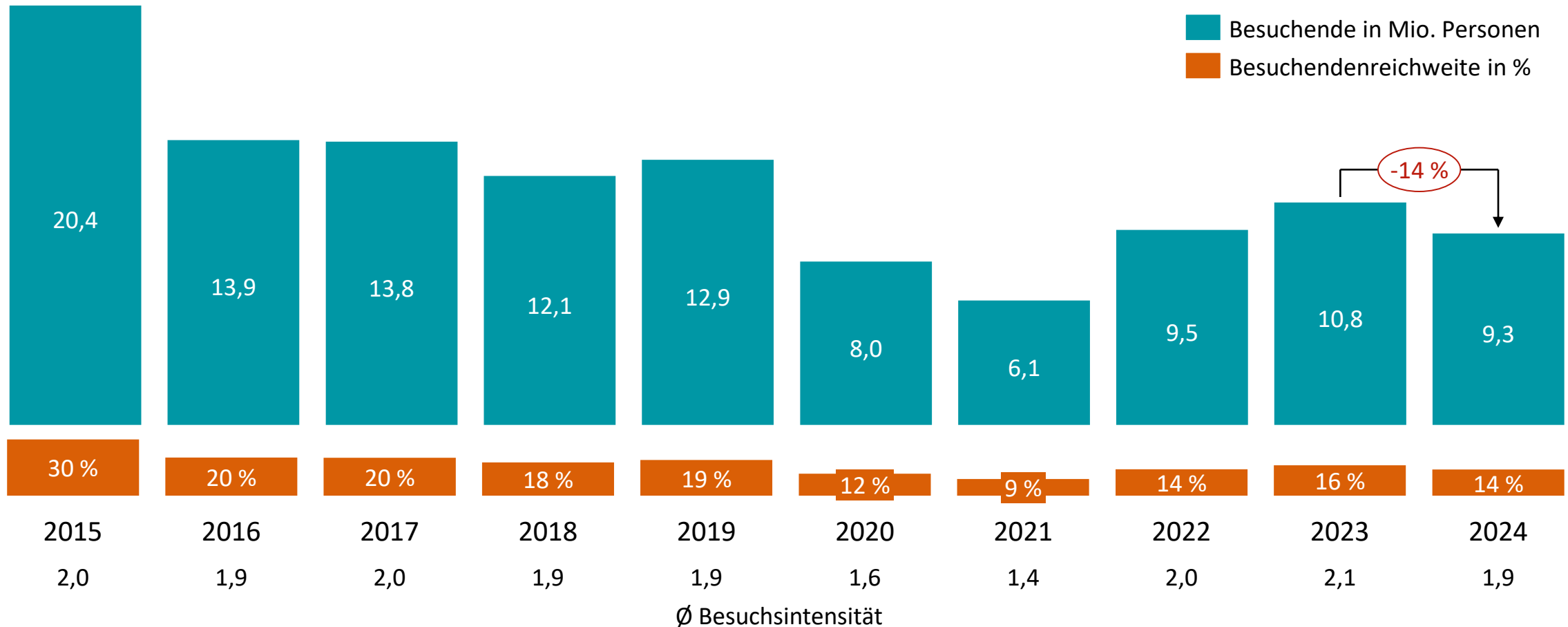
BESUCHE NACH HERSTELLUNGSLAND IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets in %



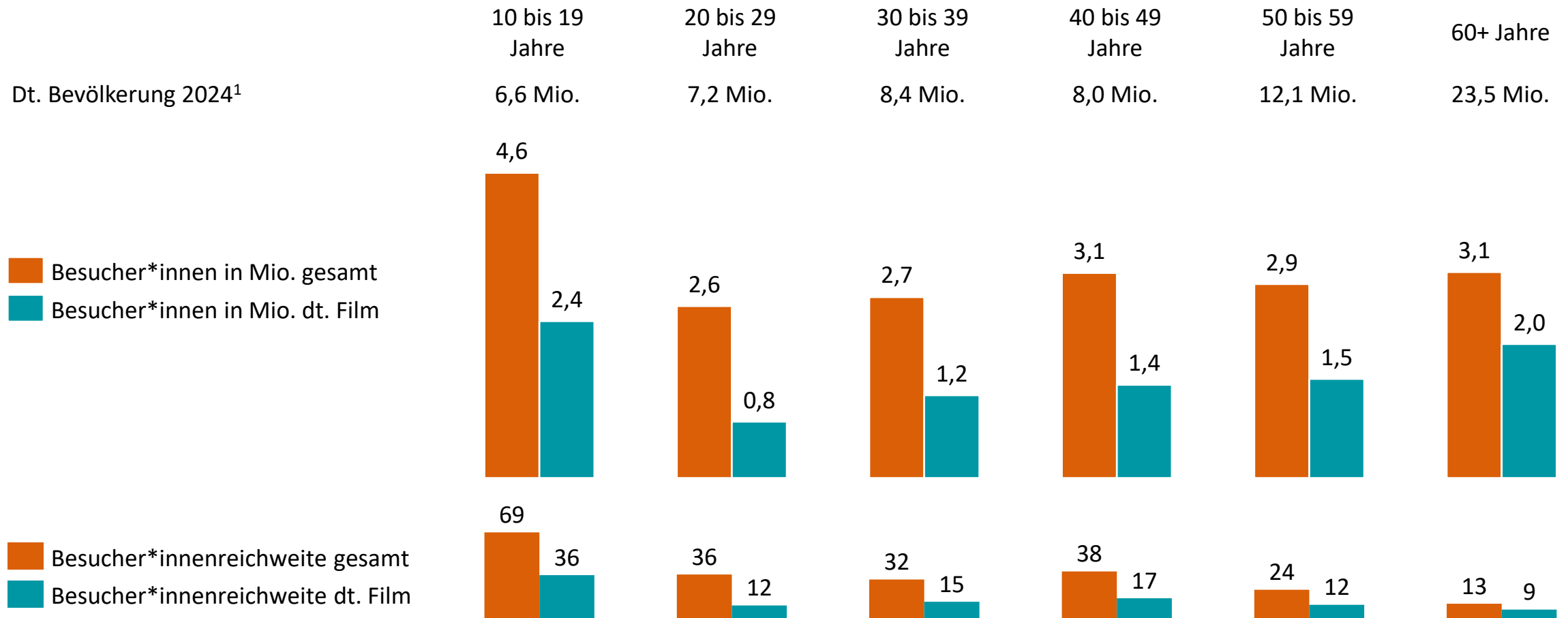
REICHWEITENENTWICKLUNG UND BESUCHE PRO KOPF DEUTSCHER FILME IM ZEITVERLAUF

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



REICHWEITEN NACH ALTERSGRUPPEN – BESUCHER*INNEN DEUTSCHER PRODUKTIONEN 2024

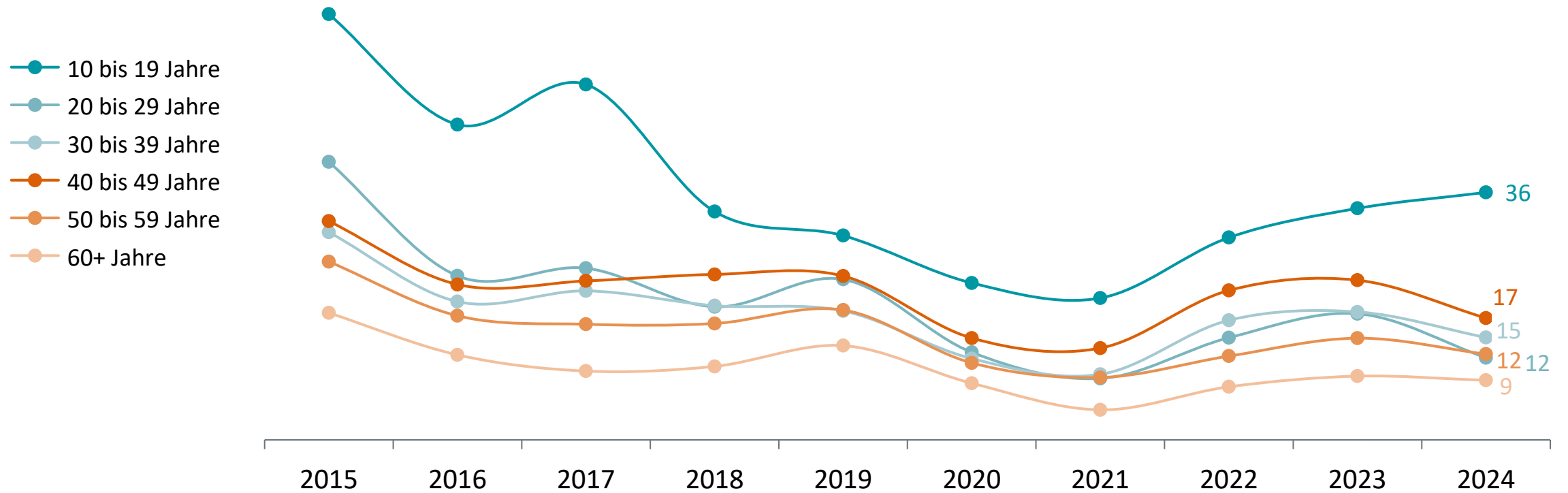
Basis: Personen in Mio./Personen in %



Kinobesucher*innen deutscher Filme

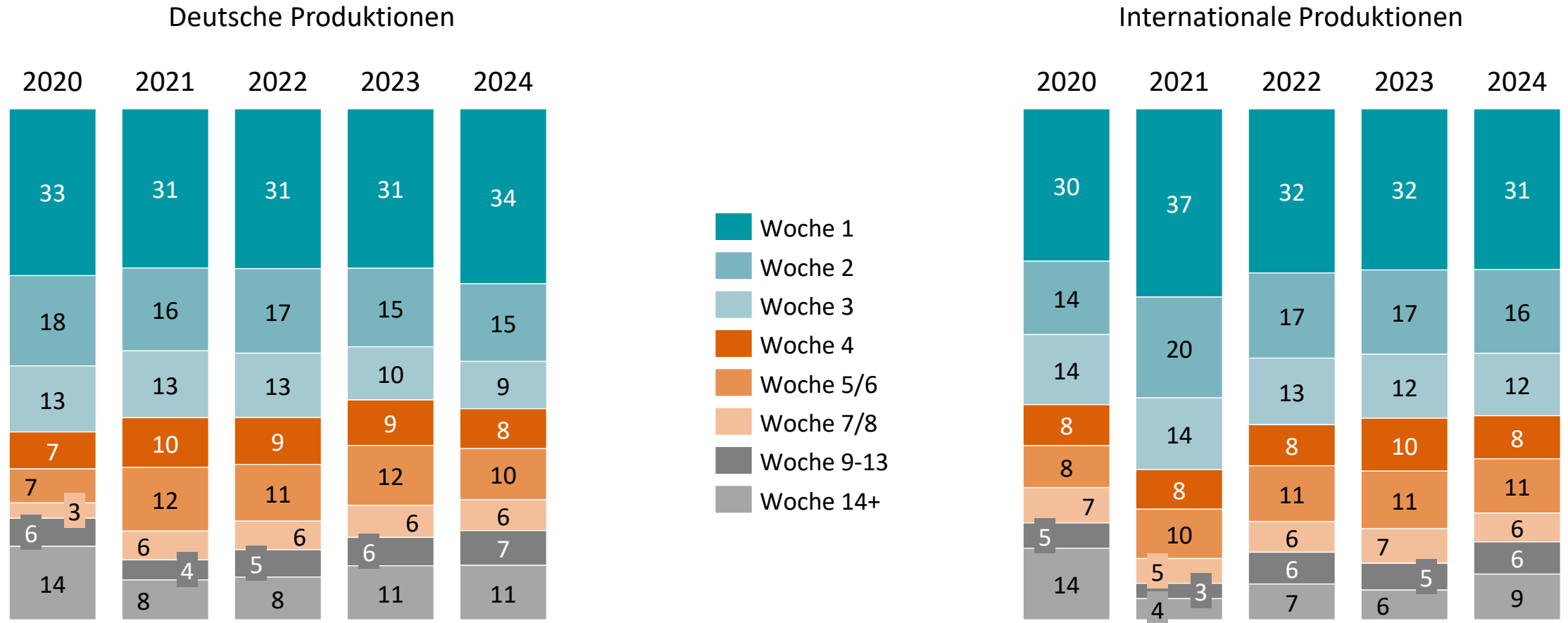
REICHWEITENENTWICKLUNG DEUTSCHER FILM – ALTERSGRUPPEN IM ZEITVERLAUF

Basis: Reichweiten innerhalb der Altersgruppen in %



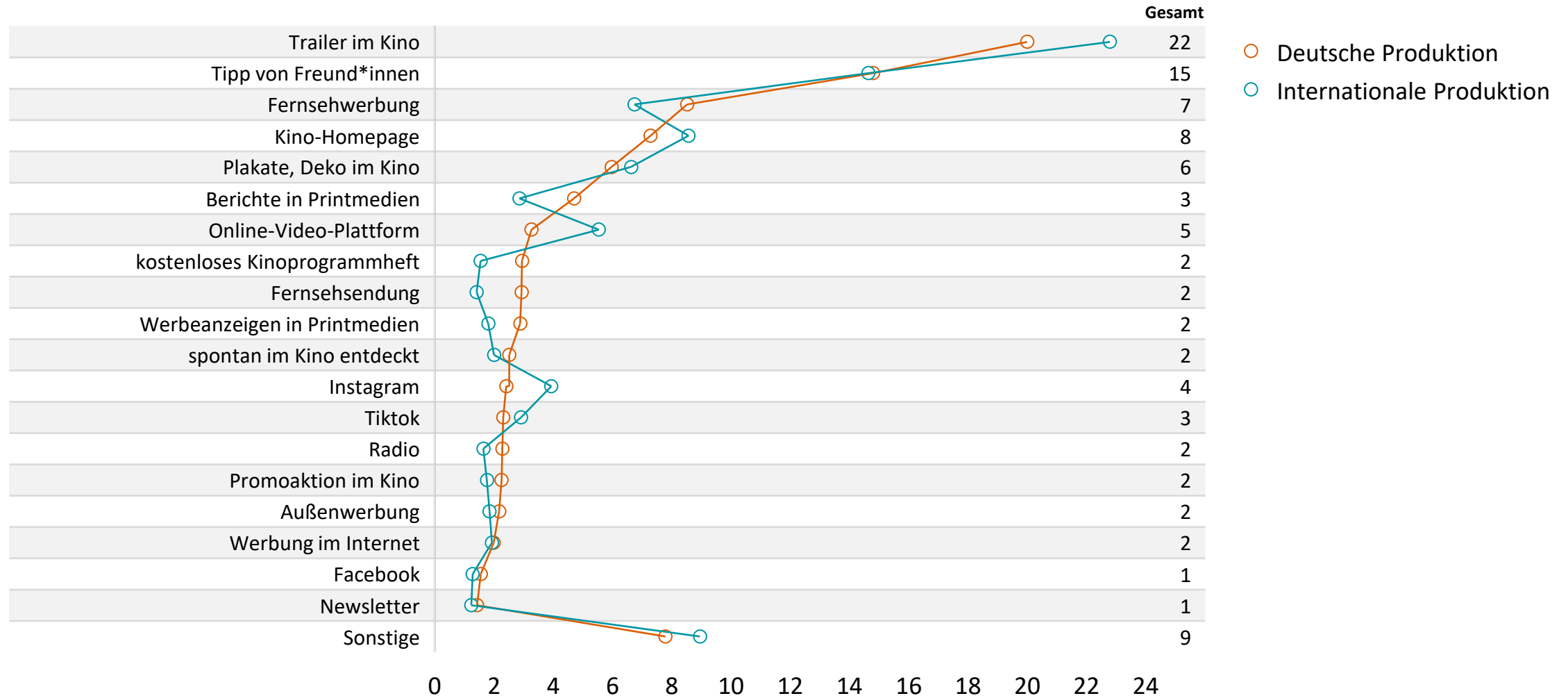
BESUCHE DEUTSCHER FILME – ZEITPUNKT DES BESUCHS IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets in %



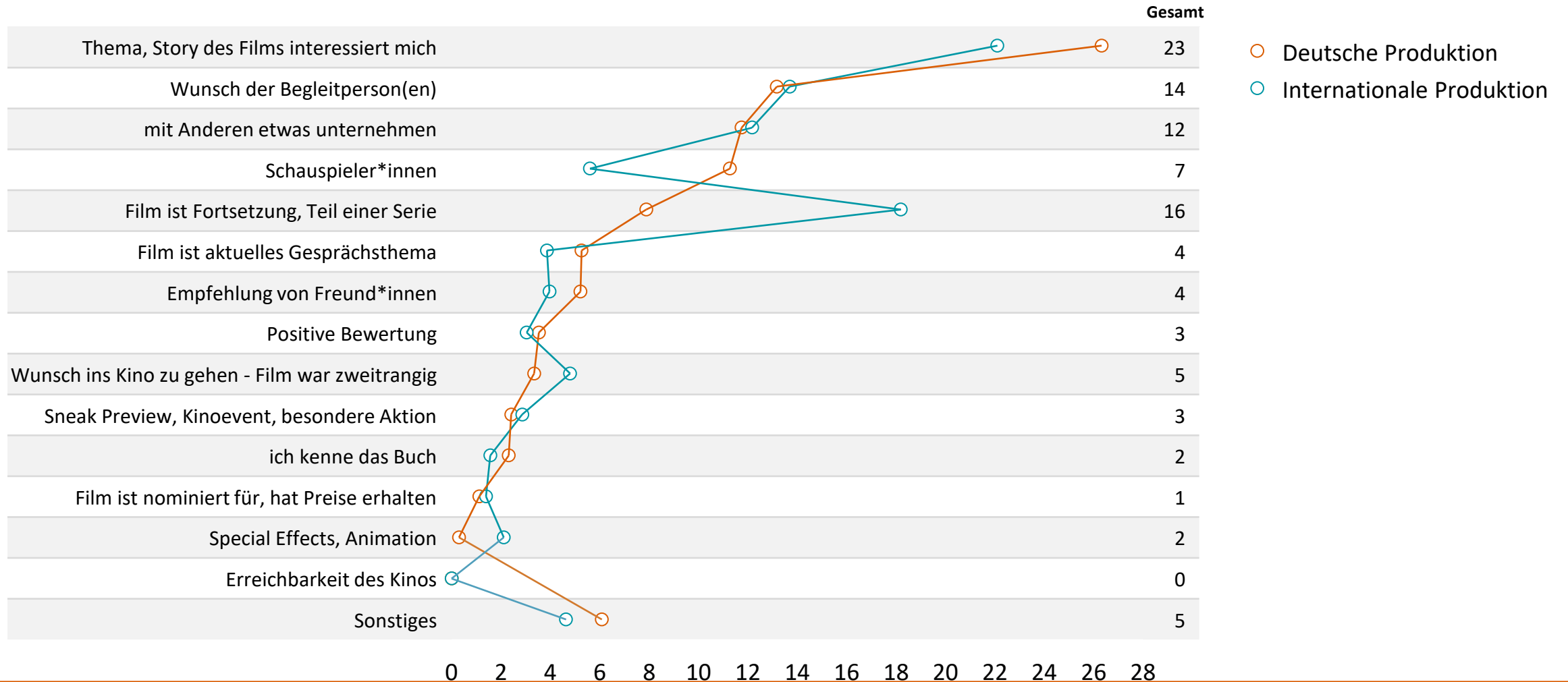
BESUCHE DEUTSCHER FILME – SOURCES OF AWARENESS 2024

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



BESUCHE DEUTSCHER FILME – BESUCHSGRUND 2024

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



ZUSAMMENFASSUNG

Umsatz und Tickets rückläufig:

Der Umsatz für deutsche Filme sinkt um 21 Prozent von 206 Mio. Euro auf 163 Mio. Euro. Die Anzahl der gelösten Tickets fällt um 22 Prozent auf 17,4 Mio. Tickets. Der durchschnittliche Ticketpreis steigt im Vergleich zum Vorjahr um 2 Prozent auf 9,35 Euro.

Besucher*innen deutscher Filme weiterhin überwiegend weiblich und älter:

Die Besucher*innen deutscher Filme sind mit einem Anstieg von 4 Prozentpunkten im Vergleich zum Jahr 2023 auch weiterhin mehrheitlich weiblich (59 %). Das Durchschnittsalter des Kinopublikums deutscher Produktionen steigt auf 45,5 Jahre und liegt erneut über dem Durchschnitt der Besucher*innen (39,7 Jahre). 31 Prozent aller verkauften Kinotickets entfallen auf Personen über 60 Jahre.

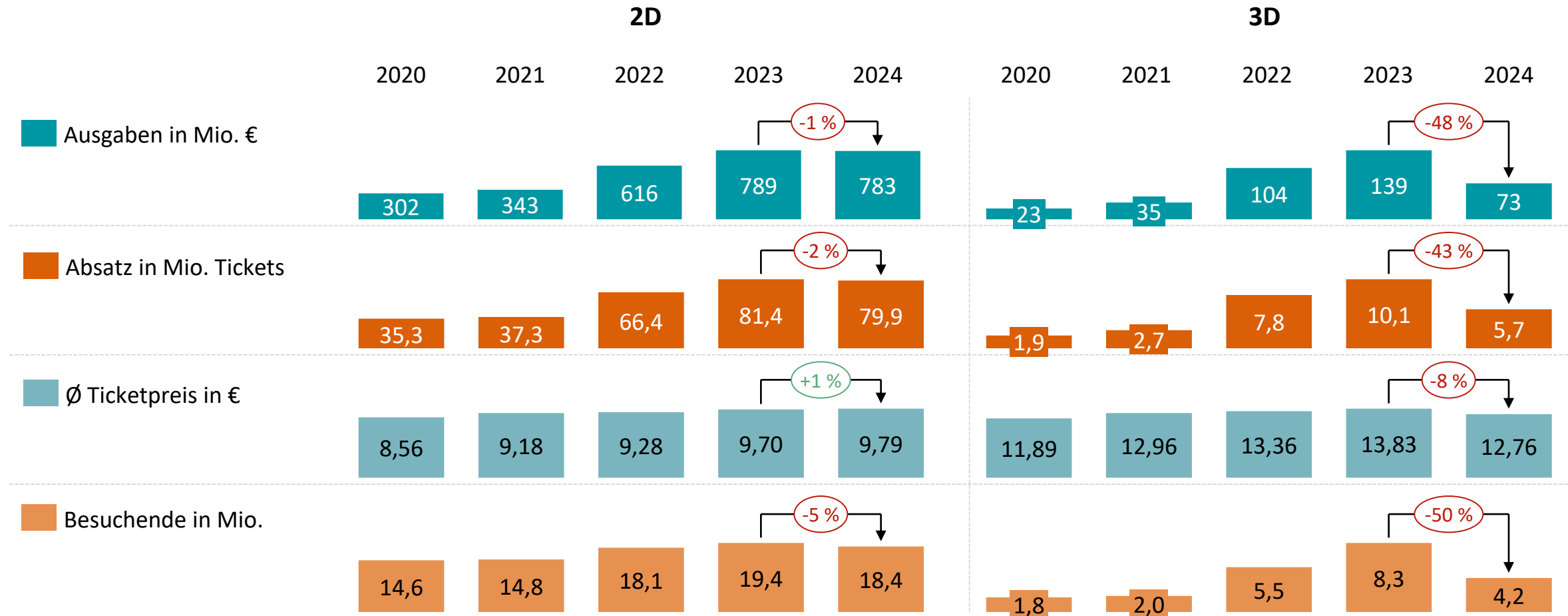
Top-Quelle der Aufmerksamkeit für deutsche und internationale Produktionen bleibt „Trailer im Kino“:

Die primären Aufmerksamkeitsquellen für sowohl deutsche als auch internationale Filme sind erneut „Trailer im Kino“ (deutsche Produktion: 20 %) und „Tipp von Freund*innen“ (deutsche Produktion: 15 %). Auf dem dritten Platz folgt „Fernsehwerbung“ (deutsche Produktion: 9 %).

Der häufigste Besuchsgrund für deutsche Produktionen ist das Interesse an der Story oder dem Thema des Films (26 %). Auf den Plätzen 2 und 3 folgen „Wunsch der Begleitperson(en)“ und „mit Anderen etwas unternehmen“ mit 13 bzw. 12 Prozent.

Kinobesucher*innen von 3D-Filmen

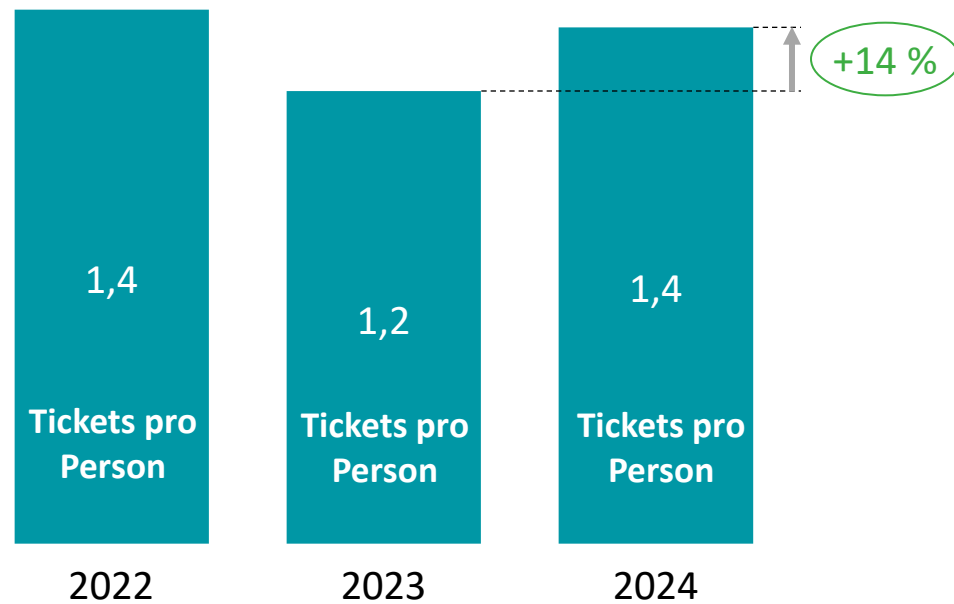
KEY-FACTS ZUM 3D-FILM



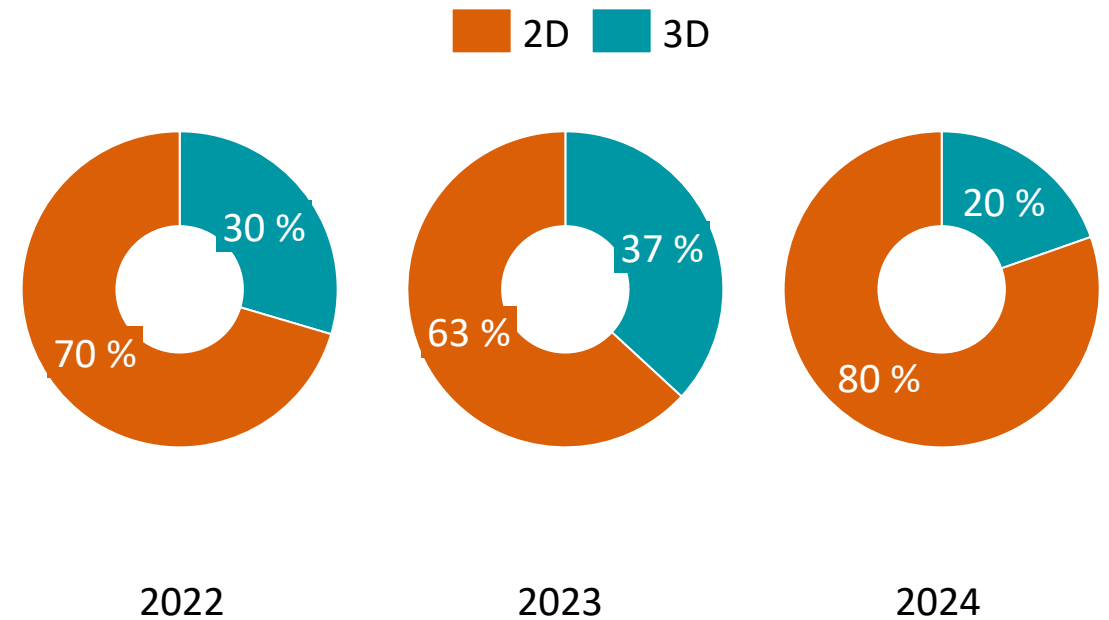
Kinobesucher*innen von 3D-Filmen

BESUCHE PRO KOPF UND 3D-ANTEIL IM ZEITVERLAUF

Basis: Tickets pro Person/Tickets in %



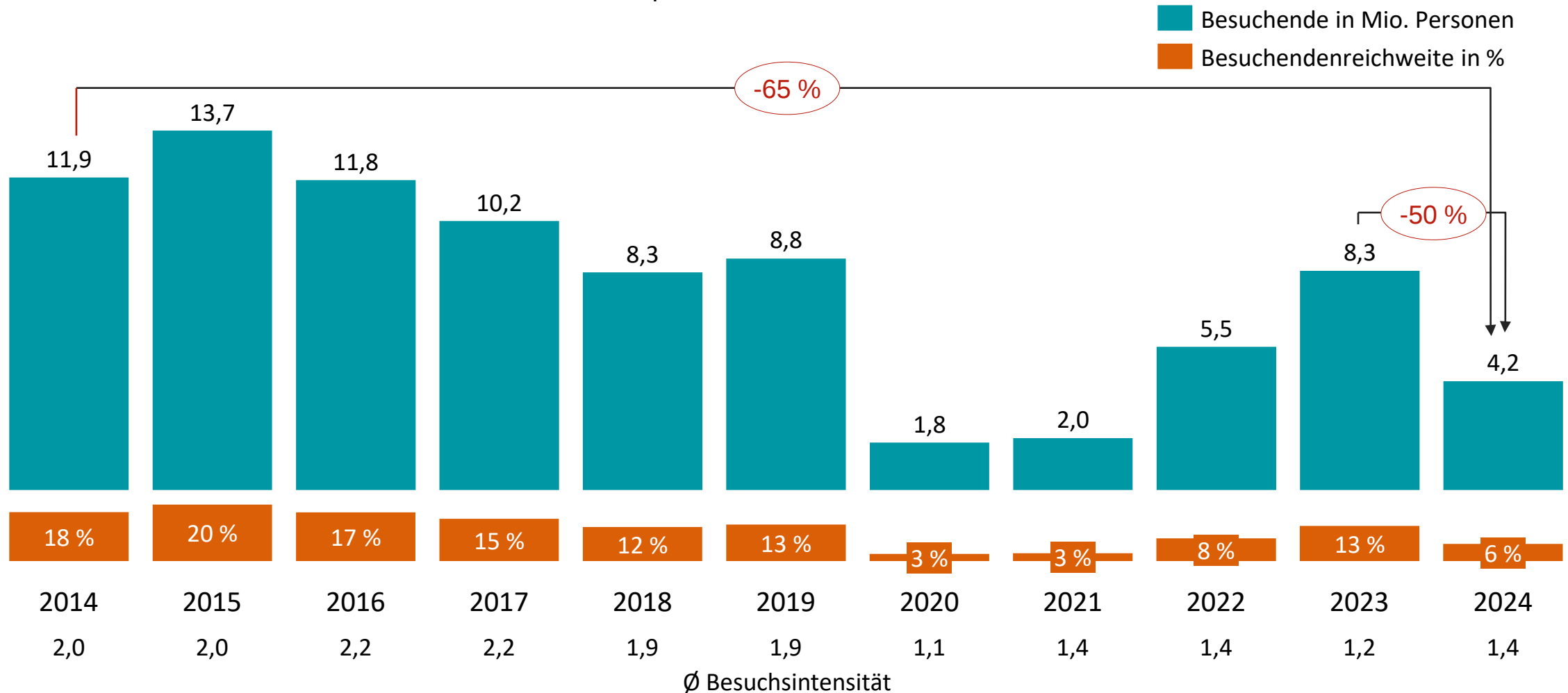
3D-fähige Titel: gesehen in 2D oder 3D
(Basis: Tickets in %)



Kinobesucher*innen von 3D-Filmen

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

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



ZUSAMMENFASSUNG

3D-Filme erleben nach 2022 und 2023 deutliche Rückgänge:

Insgesamt liegt der Markt für 3D-Filme deutlich unter dem Niveau der beiden Vorjahre 2022 und 2023. Der Umsatz sinkt um 48 Prozent, sodass Ausgaben in Höhe von 73 Mio. Euro verzeichnet werden.

Mit 5,7 Mio. gelösten Tickets (-43 %) und 4,2 Mio. Besuchenden (-50 %) zeigt sich auch hier ein merklicher Rückgang, während die durchschnittliche Besuchsintensität mit 1,4 gelösten Tickets pro Person wieder ansteigt.

3D-fähige Filme wieder häufiger in 2D gesehen:

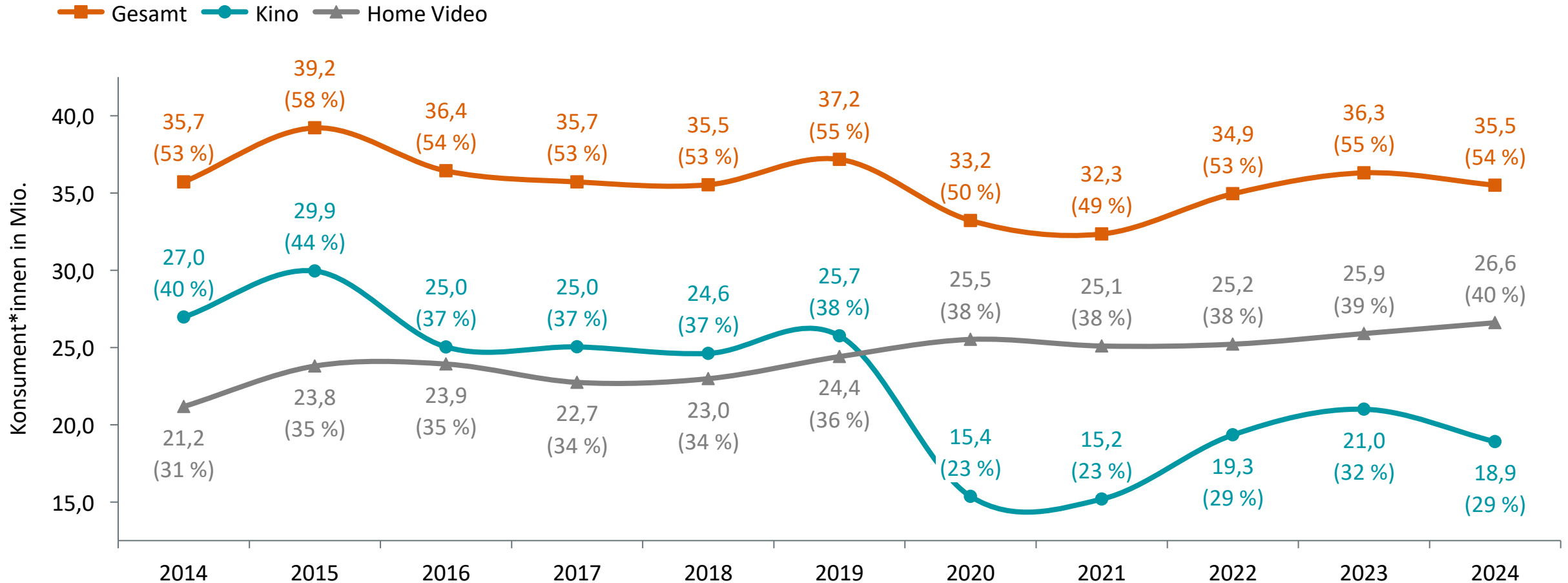
Während im Jahr 2023 noch 37 Prozent der Filme, die in 3D verfügbar sind auch in 3D gesehen wurden, liegt dieser Wert im Jahr 2024 nur noch bei 20 Prozent.

Kinobesucher*innen mit Blick auf Home Video und SVoD

Kinobesucher*innen mit Blick auf Home Video und SVoD

KINO/HOME VIDEO¹: ENTWICKLUNG KONSUMENT*INNEN

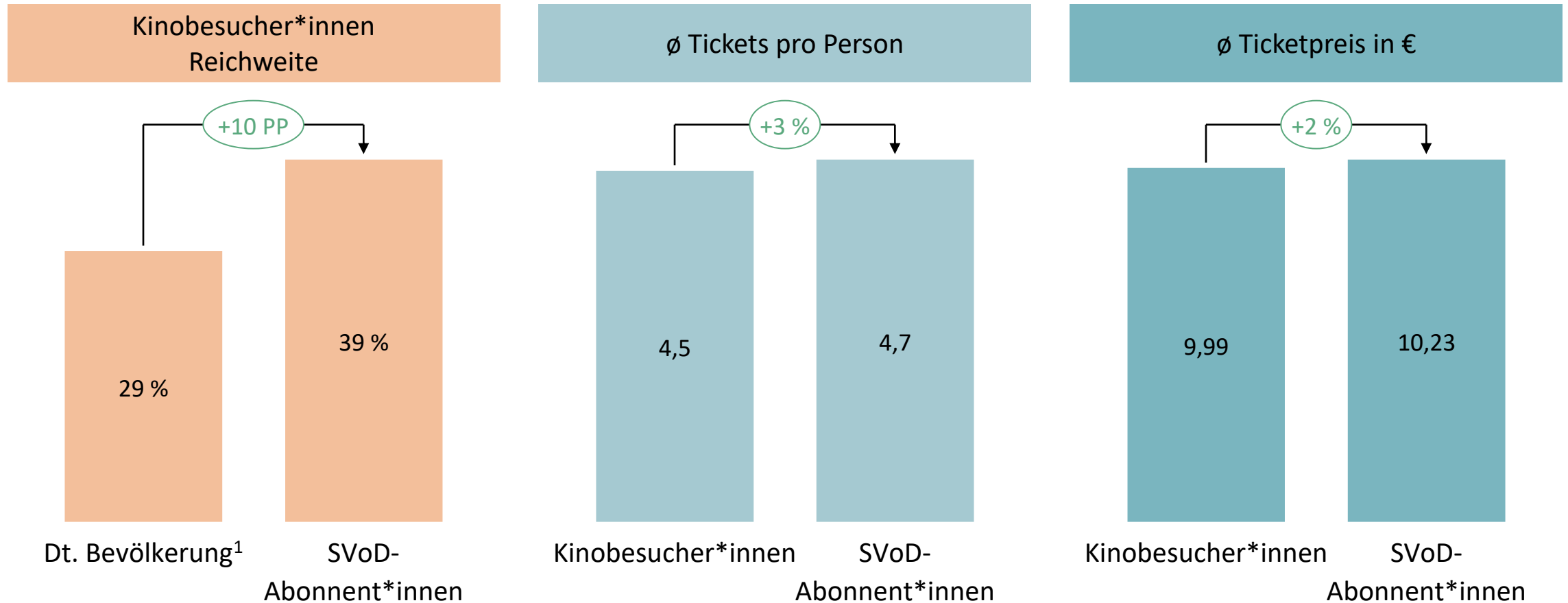
Basis: Personen in Mio./Reichweite in %



Kinobesucher*innen mit Blick auf Home Video und SVoD

KINOESUCHER*INNEN UND SVOD-ABONNENT*INNEN

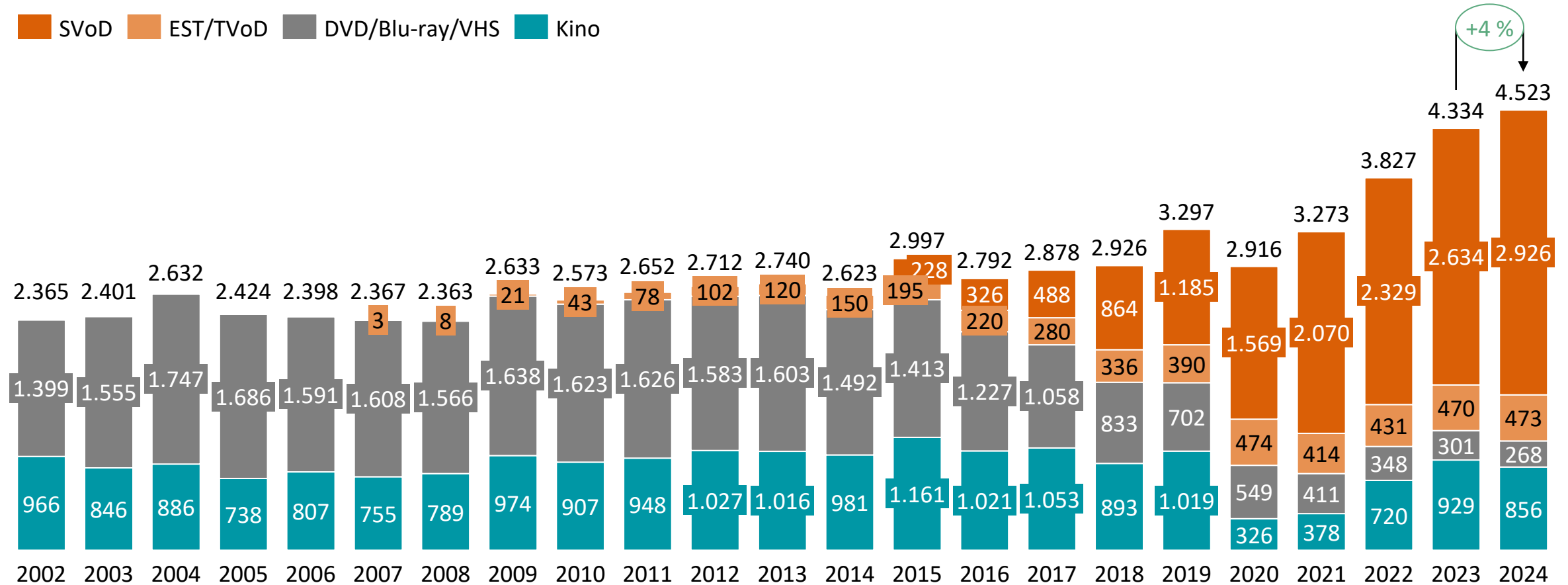
Basis: Reichweite in %/Ø Tickets pro Person/Ø Ticketpreis in €



Kinobesucher*innen mit Blick auf Home Video und SVoD

KINO UND HOME VIDEO¹ IM ZEITVERLAUF

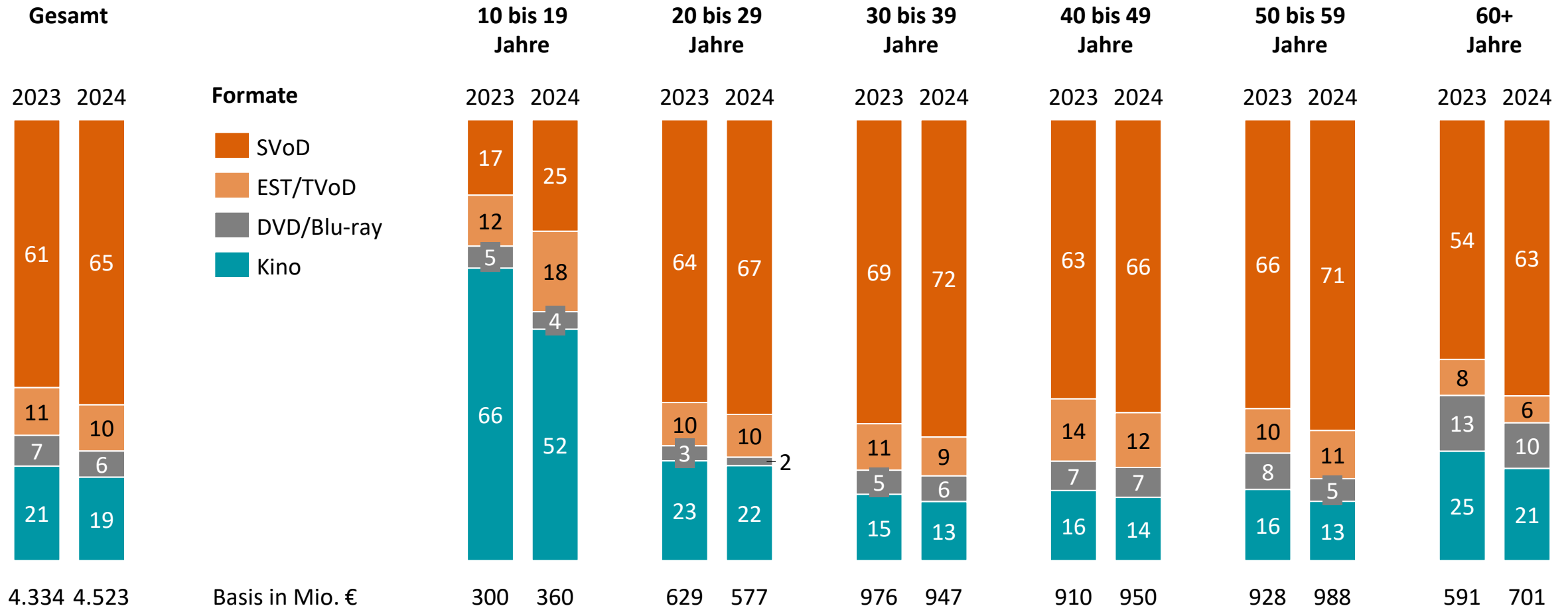
Basis: Ausgaben in Mio. Euro



Kinobesucher*innen mit Blick auf Home Video und SVoD

AUSGABEN KINO UND HOME VIDEO NACH ALTERSGRUPPEN

Basis: Ausgaben in %



ZUSAMMENFASSUNG

Home-Video-Markt im Wachstum:

Die Marktentwicklung im Home-Video-Bereich zeigt ausgabenseitig zum Jahresende 2024 einen Anstieg auf 4,5 Mrd. Euro. Das Plus von 4 Prozent ist im Wesentlichen auf das Wachstum im Bereich SVoD zurückzuführen.

Im Vergleich zum Vorjahr verringert sich der Anteil des Kinomarkts am gesamten Kino- und Home-Video-Markt von 21 Prozent auf 19 Prozent; auch die Ausgabenanteile für EST/TVoD und DVD/Blu-ray sind mit jeweils -1 Prozentpunkt leicht rückläufig.

Die größten Rückgänge bei den Kinoaushängen zeigen sich in der Altersgruppe der 10- bis 19-Jährigen (-14 PP). Zugleich ist es auch diese Altersgruppe, in der die anteiligen Ausgaben für SVoD und EST/TVoD im Vergleich zum Jahr 2023 am meisten steigen.

SVoD-Abonent*innen im Kinomarkt:

Die Kinobesucher*innenreichweite unter den SVoD-Abonent*innen liegt mit 39 Prozent höher als in der dt. Bevölkerung ab 10 Jahren (29 %). Im Durchschnitt lösen SVoD-Abonent*innen 4,7 Tickets pro Person, während es bei allen Kinogänger*innen 4,5 Tickets pro Person sind. Die Ausgaben für ein Kinoticket bei SVoD-Abonent*innen mit 10,23 Euro ebenfalls höher als im Durchschnitt (9,99 €).

FFA – Filmförderungsanstalt

Marktforschung und Statistik

Große Präsidentenstraße 9

10178 Berlin

Telefon: 030 / 27 577 0