

**Filmbesuch und Kinostruktur in Deutschland
1991 bis 1999**

→ **Kinobranche im Umbruch**

Von Gerhard Neckermann*

**Deutsche Kinoland-
schaft im Umbruch**

Das Kino erlebte insbesondere aufgrund hoher Investitionsmaßnahmen in den 90er Jahren einen deutlichen Aufschwung und wurde von Investoren als Wachstumsbranche entdeckt. Nachdem der Markt für große Kinoneubauten nun weitgehend gesättigt ist und konkurrenzbedingt die Gewinnmargen der Betreiber kleiner oder sogar negativ werden, versuchen vor allem börsennotierte Unternehmen auf vielfältige Weise weiter zu wachsen und die Ertragskraft zu steigern.

**In 90er Jahren
positive Entwicklung
der Besucherzahlen**

Die Entwicklung des Kinobesuchs in den 90er Jahren

Das Filmjahr 1999 übertraf mit insgesamt 149,0 Millionen Besuchern geringfügig das Ergebnis des Vorjahres, dem „Titanic“-Jahr. Obwohl diesmal ein solch außergewöhnlicher Erfolgsfilm fehlte, konnte das hohe Besuchsniveau gehalten werden (vgl. Tabelle 1). Im ersten Halbjahr 2000 ist gegenüber dem ersten Halbjahr 1999 bundesweit ein deutlicher Besucherzuwachs (+12%) zu verzeichnen, sodass auch für das Gesamtjahr eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr zu erwarten ist.

Im Vergleich zu 1991, dem ersten Jahr der Miterfassung der Ergebnisse in den neuen Bundesländern, ist der Filmbesuch um knapp ein Viertel (+24%) gestiegen. Die Zahl der Besuche je Einwohner stieg von 1,5 auf 1,8 Besuche im Jahr. Dieser Zuwachs war vor allem Folge eines sehr starken Investitionsbooms in der Branche, der den Besuch im Kino durch Neubauten und grundlegende Modernisierungen attraktiver machte.

**Eintrittspreise und
Umsätze deutlich
gestiegen**

Die gesteigerte Attraktivität schlug sich auch in höheren Eintrittspreisen nieder (Erhöhung zwischen 1991 und 1999 um rund 30%). Diese höheren Preise brachten es mit sich, dass der Umsatz aus Eintrittskartenerlösen im selben Zeitraum um über 60 Prozent gestiegen ist. Auch die Nebenumsätze, insbesondere aus dem Warenverkauf, sind deutlich gestiegen und erreichen ein immer größeres Gewicht am Gesamtumsatz. Aktuelle Daten sind nicht verfügbar, doch dürfte der Umsatzanteil aus dem Warenverkauf zusammen mit den Werbeeinnahmen mittlerweile im Durchschnitt mehr als ein Viertel des Gesamtumsatzes erreichen.

**Positive Entwicklung
im Osten viel
ausgeprägter als im
Westen**

Zwischen den alten und den neuen Bundesländern gab es deutliche Unterschiede in der Entwicklung: In den alten Bundesländern hat sich der Besuch zwischen 1991 und 1999 nur um 13 Prozent erhöht gegenüber einer reichlichen Verdoppelung in den neuen Ländern. Der Pro-Kopf-Besuch im Jahr entspricht dort mittlerweile dem Niveau in den alten

① **Entwicklung des Filmbesuchs in Deutschland**

	Besucher in Mio	Kartenumsatz in Mio DM	Ø Eintritt in DM	Besuch je Einw.
West				
1991	107,0	916,8	8,57	1,7
1992	93,5	825,5	8,82	1,4
1993	113,7	1 063,8	9,36	1,7
1994	113,1	1 091,2	9,65	1,7
1995	105,6	1 042,1	9,87	1,6
1996	110,5	1 130,6	10,23	1,7
1997	117,4	1 240,4	10,56	1,8
1998	121,1	1 333,0	11,01	1,8
1999	121,3	1 317,2	10,86	1,8
Ost				
1991	13,0	63,9	4,92	0,8
1992	12,4	65,9	5,31	0,8
1993	16,8	106,2	6,33	1,1
1994	19,7	136,8	6,95	1,3
1995	18,9	141,3	7,47	1,2
1996	22,4	183,6	8,20	1,4
1997	25,7	228,2	8,88	1,7
1998	27,8	267,2	9,62	1,8
1999	27,7	263,3	9,51	1,8
Gesamt				
1991	120,0	980,7	8,18	1,5
1992	105,9	891,4	8,42	1,3
1993	130,5	1 170,0	8,97	1,6
1994	132,8	1 228,0	9,25	1,6
1995	124,5	1 183,4	9,51	1,5
1996	132,9	1 314,2	9,89	1,6
1997	143,1	1 468,6	10,26	1,7
1998	148,9	1 600,2	10,75	1,8
1999	149,0	1 580,5	10,61	1,8
2000/1. Hj.	74,7	798,8	10,69	0,9

Quellen: FFA, SPIO.

Bundesländern, und der Eintrittspreisunterschied ist von 43 Prozent im Jahr 1991 auf 12 Prozent zurückgegangen.

Das Angebot an Filmen war im vergangenen Jahr so vielfältig wie seit 1991 nicht mehr. Insgesamt waren 350 Filme aus 33 verschiedenen Ländern im Jahr 1999 erstaufgeführt worden. Im Jahr 1998 waren es 312 Filme aus 24 verschiedenen Ländern gewesen. Das Jahr mit den geringsten Erstausführungen in den 90er Jahren war 1994 mit 287 Filmen; die geringste länderbezogene Vielfalt gab es im Jahr 1996 mit Filmen aus 22 verschiedenen Ländern.

US-amerikanische Filme waren im Jahr 1999 nicht so stark vertreten wie in den Jahren zuvor (38% aller Erstausführungen in 1999). Zugenommen hat dafür insbesondere das Angebot an deutschen Filmen und an Filmen aus Großbritannien. Aus Deutschland stammten im Jahr 1999 26 Prozent aller Erstausführungen (88 Filme) und aus Großbritannien knapp 9 Prozent (31 Filme). Im Jahr zuvor hatte es das geringste Angebot an deutschen Filmen (70 Filme) seit 1991 gegeben (vgl. Tabelle 2).

**1999 höherer Anteil
an deutschen und
britischen Filmen**

* Freier Filmwirtschaftsforscher, Grafrath.

② Erstaufgeführte Filme in deutschen Filmtheatern

	Anzahl Filme										% - Anteil an Gesamt		
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	∅ 91-99	1991	1999	∅ 91-99
Herstellungsland													
USA	163	134	130	133	137	151	138	148	134	141	46,6	38,3	45,1
Deutschland	85	78	93	79	87	89	76	70	88	83	24,3	25,1	26,6
Großbritannien	14	21	14	18	13	15	24	18	31	19	4,0	8,9	5,9
Frankreich	19	26	21	19	13	19	25	21	25	21	5,4	7,1	6,6
Kanada	9	5	2	3	7	6	4	4	7	5	2,6	2,0	1,6
Italien	10	12	1	3	4	3	3	5	6	5	2,9	1,7	1,6
Japan	7	4	1	2	0	1	3	6	6	3	2,0	1,7	1,0
Österreich	2	0	1	1	3	6	4	3	6	3	0,6	1,7	0,9
Niederlande	3	3	1	1	2	4	1	4	4	3	0,9	1,1	0,8
Australien	3	3	2	4	2	3	2	4	3	3	0,9	0,9	0,9
Schweden	2	2	2	5	2	2	3	2	2	2	0,6	0,6	0,8
Hongkong	3	3	1	2	0	1	7	8	1	3	0,9	0,3	0,9
Spanien	4	2	2	3	1	2	0	4	1	2	1,1	0,3	0,7
übrige Länder	26	16	20	14	19	15	21	15	36	20	7,4	10,3	6,4
Gesamt	350	309	291	287	290	317	309	312	350	313	100	100	100,0
Kopienklassen													
1 bis 9	138	122	98	103	93	84	90	83	103	102	39,4	29,4	32,5
10 bis 49	96	81	80	51	68	71	69	61	75	72	27,4	21,4	23,1
50 bis 99	45	35	42	43	36	44	28	42	33	39	12,9	9,4	12,4
100 bis 199	34	31	32	31	31	45	34	40	47	36	9,7	13,4	11,5
200 bis 299	23	21	15	20	23	32	29	25	24	24	6,6	6,9	7,5
300 bis 399	7	7	11	25	13	16	16	20	26	16	2,0	7,4	5,0
400 bis 499	3	7	8	6	16	9	13	15	14	10	0,9	4,0	3,3
500 bis 599	4	4	2	6	8	8	16	11	8	7	1,1	2,3	2,4
600 bis 699	0	1	3	2	2	5	9	10	9	5	0,0	2,6	1,4
700 bis 799	0	0	0	0	0	2	2	2	4	1	0,0	1,1	0,3
800 bis 899	0	0	0	0	0	0	2	1	6	1	0,0	1,7	0,3
900 u.m.	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0,0	0,3	0,2
Gesamt	350	309	291	287	290	317	309	312	350	313	100	100	100,0

Quelle: SPIO.

Blockbuster-Orientierung bei Vermarktung, aber nicht beim Kinobesuch

Obwohl das Filmangebot im vergangenen Jahr wieder vielfältiger wurde und diese Vielfalt sich in sogenannten „kleinen“ Filmen, die mit relativ wenigen Kopien gestartet werden, niederschlägt, bleibt längerfristig trotzdem der Trend bestehen, sich immer stärker auf Blockbuster, auf Massenattraktivität ausgelegte Filme, zu konzentrieren. Aufgrund der hohen Investitionen, die zu einer grundlegenden Modernisierung des Kinobestandes geführt hat, ist von der Kinobetreiberseite der Drang hin zu den erwarteten Publikumshits allein schon deshalb sehr stark, da diese Filme für eine hohe Auslastung und somit für eine Amortisation der hohen Investitionskosten der vergangenen Jahre sorgen.

Vor dem Jahr 1996 gab es nur maximal drei Filme pro Jahr, die mit mehr als 600 Kopien in den Kinos liefen; im vergangenen Jahr waren es dann 20 Filme. „Star Wars: Episode I“ war der erste Film, der mit über 1 000 Kopien in den deutschen Kinos lief.

Die Kopienzahl und damit die breite Verfügbarkeit eines Films sichert jedoch nicht automatisch den Markterfolg. Zwar steigt die Zahl der Filme, die mit einer sehr hohen Kopienzahl gestartet werden, trotzdem konzentriert sich der Markterfolg, gemessen an den verkauften Eintrittskarten, nicht

auf weniger Filme. Von Jahr zu Jahr gibt es Anteilsverschiebungen zwischen Gruppen von Filmen mit unterschiedlichem Erfolgsniveau, doch gibt es keinen allgemeinen Trend des Publikums hin zu den wenigen besonders erfolgreichen Filmen (vgl. Tabelle 5).

Mit einer Verbesserung des Angebots an deutschen Filmen stieg im vergangenen Jahr auch wieder der Besuch dieser Filme; ihr Anteil am Verleihumsatz betrug 11 Prozent (vgl. Tabelle 4). Erfolgreichere Jahre für den deutschen Film waren im Beobachtungszeitraum nur die Jahre 1996 und 1997 (15,3% bzw. 16,7%) sowie 1991 (13,6%).

Der Marktanteil der US-amerikanischen Filme betrug zwischen 1991 und 1999 im Durchschnitt pro Jahr knapp 81 Prozent, wobei dieser Anteil in der zweiten Hälfte der 90er Jahre meist unter diesem Wert lag. Dies liegt zum einen daran, dass es in diesem Zeitraum zwei besonders gute Jahre für den deutschen Film gab, zum anderen liegt es

Marktanteil deutscher Filme großen Schwankungen unterworfen.

Aufschwung für den britischen Film

③ **Markterfolg von Filmen nach Besucherzahl**

Besucherzahl	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	Ø 91-99
Anzahl Filme										
mind. 6 Mio	2	0	2	3	0	1	1	1	1	1
3 bis unter 6 Mio	6	4	7	7	5	8	7	7	11	7
2 bis unter 3 Mio	4	7	6	4	10	8	11	11	7	8
1 bis unter 2 Mio	12	20	22	15	20	16	26	20	21	19
500 000 bis unter 1 Mio	32	17	20	26	28	25	20	27	30	25
130 000 bis unter 500 000	57	58	47	65	53	72	58	59	55	58
Mio Besucher										
mind. 6 Mio	12,8	0	15,4	19,8	0	9,6	7,3	18,0	8,0	10
3 bis unter 6 Mio	24,3	14,4	26,9	29,0	17,3	30,3	27,5	26,1	44,4	27
2 bis unter 3 Mio	9,8	17,2	14,0	11,2	25,0	19,1	26,4	26,1	16,0	18
1 bis unter 2 Mio	17,4	29,6	31,4	21,4	30,1	19,9	36,8	27,5	29,5	27
500 000 bis unter 1 Mio	23,8	12,1	14,7	18,6	20,6	17,3	14,6	19,2	20,3	18
130 000 bis unter 500 000	13,8	15,7	11,9	17,3	14,4	19,7	14,8	16,1	13,4	15
unter 130 000	18,0	16,8	16,2	15,4	17,1	16,9	15,8	15,9	17,4	17
Gesamt	120,0	105,9	130,5	132,8	124,5	132,9	143,1	148,9	149,0	132
%-Anteil an Gesamt										
mind. 6 Mio	11	0	12	15	0	7	5	12	5	7
3 bis unter 6 Mio	20	14	21	22	14	23	19	18	30	20
2 bis unter 3 Mio	8	16	11	8	20	14	18	18	11	14
1 bis unter 2 Mio	15	28	24	16	24	15	26	18	20	21
500 000 bis unter 1 Mio	20	11	11	14	17	13	10	13	14	14
130 000 bis unter 500 000	12	15	9	13	12	15	10	11	9	12
unter 130 000	15	16	12	12	14	13	11	11	12	13
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Quelle: FFA, eigene Berechnungen.

auch an dem deutlich gestiegenen Erfolg der britischen Filme seit 1996 (durchschnittlicher Anteil am Verleihumsatz seit 1996 fast 7%, zuvor gut 2%).

Besucherstruktur und -entwicklung

1999 auch Auswertungen auf Personenebene möglich

Informationen über die Entwicklung und Struktur der Filmbesucher gibt das GfK-Konsumentenpanel, das auf repräsentativer Basis den Kinobesuch der deutschen Personen ab zehn Jahren aus Privathaushalten erfasst. (1) Für 1999 konnten erstmals nicht nur Auswertungen auf Basis der verkauften Eintrittskarten gemacht werden, sondern auch Aussagen auf Personenebene getroffen werden. So wurden erstmals die Strukturen in der Bevölkerung den Strukturen bei den Kinogängern (den Personen) und beim Kinobesuch (den verkauften Eintrittskarten) gegenübergestellt und die Anteile der Kinogänger bzw. Nicht-Kinogänger je Bevölkerungsgruppe und deren Besuchsintensität (Zahl der Kinobesuche im Jahr) bestimmt (vgl. Tabelle 5).

20- bis 24-Jährige am häufigsten im Kino, 30- bis 39-Jährige aber größte Besuchergruppe

Die intensivsten Kinogänger sind die 20- bis 24-Jährigen. Im vergangenen Jahr waren 70 Prozent dieser Altersgruppe im Kino. Auf alle Personen dieser Altersgruppe (also einschließlich der Nicht-Kinogänger) bezogen waren sie rund siebenmal im

Kino (nur auf die Kinogänger bezogen zehnmal). Bei den 16- bis 19-Jährigen und bei den 25- bis 29-Jährigen geht ebenfalls die Mehrheit der Personen ins Kino (jeweils 58% in 1999), die durchschnittliche Zahl der Besuche je Person betrug 5,9 bzw. 5,3. An der deutschen Bevölkerung ab 10 Jahren aus Privathaushalten hatten diese drei Altersgruppen im vergangenen Jahr zusammen einen Anteil von 19 Prozent, sie stellten jedoch 37 Prozent aller Kinogänger. Wegen ihrer relativ häufigen Kinobesuche wurden an sie 53 Prozent aller Eintrittskarten verkauft.

Von den 30- bis 39-jährigen Bundesbürgern haben im vergangenen Jahr zwar weniger als die Hälfte (43%) das Kino besucht, trotzdem stellen sie aufgrund ihres hohen Anteils an der Gesamtbevölkerung zahlenmäßig das größte Kontingent an Kinogängern (nach Personen, nicht nach verkauften Eintrittskarten).

Ab Mitte 20 nimmt mit zunehmendem Alter der Anteil der Kinogänger je Altersgruppe sowie die auf die Altersgruppe bezogene Besuchsintensität rapide ab. Von den 50- bis 59-Jährigen und den mindestens 60-Jährigen gingen im Jahr 1999 nur 15 Prozent bzw. 7 Prozent ins Kino. Die auf die gesamte Altersgruppe bezogene Besuchsintensität lag bei 0,6 bzw. 0,2 Besuchen im Jahr. Wird die Zahl der Besuche jedoch nur auf die tatsächlichen Kinogänger bezogen, so waren es durchschnittlich vier bzw. gut drei Besuche im Jahr. Wenn Personen diesen Alters überhaupt ins Kino gehen, dann gehen sie also relativ häufig.

Wenig Kinogänger unter den mindestens 50-Jährigen, diese gehen jedoch relativ oft ins Kino

④ Verleihumsatz nach Herkunftsland der Filme

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	Ø 91-99
in Mio DM										
USA	316,6	306,3	439,2	428,8	424,7	420,8	436,6	591,3	522,2	431,8
Deutschland	53,7	35,1	36,1	52,9	30,8	85,6	103,4	56,1	73,9	58,6
Großbritannien	5,4	9,2	5,6	25,1	10,8	39,2	49,3	36,1	45,0	25,1
Frankreich	7,7	10,0	10,2	7,7	8,4	5,8	18,3	4,9	4,5	8,6
Italien	0,9	0,7	0,1	0,4	0,3	0,4	0,6	1,9	6,5	1,3
Sonstige	10,6	8,5	9,1	10,9	12,4	8,2	11,0	2,0	11,9	9,4
Gesamt	394,9	369,8	500,3	525,8	487,4	560,0	619,2	692,3	664,0	534,9
Marktanteil in %										
USA	80,2	82,8	87,8	81,6	87,1	75,1	70,5	85,4	78,6	80,7
Deutschland	13,6	9,5	7,2	10,1	6,3	15,3	16,7	8,1	11,1	11,0
Großbritannien	1,4	2,5	1,1	4,8	2,2	7,0	8,0	5,2	6,8	4,7
Frankreich	1,9	2,7	2,0	1,5	1,7	1,0	3,0	0,7	0,7	1,6
Italien	0,2	0,2	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,3	1,0	0,2
Sonstige	2,7	2,3	1,8	2,1	2,5	1,5	1,8	0,3	1,8	1,8
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Quelle: SPIO.

**Bevölkerungs-
veränderungen
wirken sich auf
Altersstruktur des
Kinopublikums aus**

Längerfristig gesehen wandelt sich die Alterszusammensetzung des Kinopublikums deutlich. Zu Beginn der 90er Jahre wurden noch mehr als drei Viertel der Eintrittskarten an Besucher verkauft, die jünger als 30 Jahre waren, ein Zehntel ging an die 30- bis 39-Jährigen, der Rest an die mindestens 40-Jährigen. Die Zehn- bis 19-Jährigen und die 20- bis 29-Jährigen verloren hinsichtlich des Gesamtbesuchs an Bedeutung. Der Anteil der 30-bis 39-Jährigen am Kinobesuch hat sich dagegen verdoppelt und ist nun ebenso hoch wie der Anteil der Zehn- bis 19-Jährigen. Auch die mindestens 40-Jährigen haben als Besuchergruppe an Bedeutung verloren. Ursache für diese Verschiebungen dürften vor allem Veränderungen in der Bevölkerungszusammensetzung sein (Stichworte: geburtenschwache Jahrgänge, Überalterung der Gesellschaft). Das Ausmaß der von der allgemeinen Bevölkerungsentwicklung unabhängigen Veränderungen beim Kinobesuch wird gegenwärtig untersucht, Ergebnisse werden aber erst in einigen Monaten vorliegen.

Während bei den Zehn- bis 19-Jährigen die Anteilsverluste mit einem absoluten Rückgang der Menge der verkauften Eintrittskarten einhergingen, hat sich im selben Zeitraum in der Gruppe der 20- bis 29-Jährigen trotz deutlicher Anteilsverluste bei der Personenzahl das absolute Besuchsniveau sogar etwas erhöht. Diese Gruppe hat ihre Besuchsintensität also gesteigert, möglicherweise konnte auch der prozentuale Anteil der Kinogänger in dieser Altersgruppe gesteigert werden.

Geschlechterverteilung differiert nach Altersgruppen

Obwohl in der Bevölkerung und unter den Kinogängern die Frauen nach der Personenzahl leicht überwiegen, war aufgrund der etwas höheren Besuchsintensität der Männer die Geschlechterverteilung beim Kinobesuch im vergangenen Jahr insgesamt betrachtet ausgeglichen. In früheren Jahren hatten die männlichen Besucher meist geringfügig mehr als die Hälfte der Eintrittskarten gekauft. Nach Altersgruppen unterschieden, überwiegen bei

den älteren Kinobesuchern ab 50 Jahren sowie bei den Zehn- bis 19-Jährigen die Frauen, bei den 25- bis 39-Jährigen die Männer. In den anderen Gruppen (20-24 sowie 40-49 Jahre) ist die Geschlechterverteilung ausgeglichen.

Unter den Bewohnern von Orten mit weniger als 20 000 Einwohnern ist der Kinogängeranteil zwar geringer, und sie gehen auch seltener ins Kino als Menschen, die in größeren Städten leben. Sie stellen aber prozentual die meisten Kinogänger, und auf sie entfällt der größte Anteil der verkauften Kinokarten.

Unter den jüngeren Kinogängern dominiert eindeutig die Landbevölkerung, unter den mindestens 60-Jährigen sind es insbesondere die Bewohner von Städten ab 100 000 Einwohnern.

Während allgemein Personen mit Hauptschulabschluss das größte Bevölkerungssegment darstellen, dominieren unter den Kinobesuchern die Hochschulabgänger (einschließlich der noch Studierenden). Dabei fallen der Kinogängeranteil und die Besuchsintensität bei Personen mit Abitur sogar noch höher aus als bei den Hochschulabsolventen. Gut die Hälfte der Kinogänger mit Abitur geht mehr als zehnmal im Jahr ins Kino, sehr wenige nur selten (ein oder zwei Besuche im Jahr).

Differenziert nach Berufstätigkeit machen Angestellte und Rentner/Berufslose den größten Bevölkerungsanteil aus, beim Kinopublikum stellen Angestellte und Schüler/Studenten die beiden größten Berufsgruppen. Die intensivsten Kinogänger sowie die Gruppen mit dem geringsten Anteil an Nicht-Kinogängern sind mit Abstand die Schüler und Studenten sowie die Lehrlinge, also alle jun-

**Bewohner kleinerer
Orte stellen das
größte Besucher-
kontingent**

**Kino vor allem ein
Medium der Bürger
mit höherer Bildung**

**Schüler, Studenten
und Lehrlinge
intensivste Kino-
gänger**

⑤ **Bevölkerung, Kinogänger und Kinobesuch¹⁾**

Soziodemographische Strukturen in %

	Bevölkerung	Kinogänger (Personen)	Kinobesuch (Eintritts- karten)	Kinogänger je Bevölkerungsgruppe	
				%-Anteil	Besuche im Jahr
Geschlecht					
Männlich	48	49	50	33	2,1
Weiblich	52	51	50	32	1,9
Gesamt	100	100	100	32	2,0
Alter in Jahren					
10-15	7	11	8	48	2,2
16-19	4	7	12	58	5,9
10-19	11	18	20	52	3,5
20-24	7	14	24	70	7,1
25-29	9	15	17	58	3,8
30-39	19	25	20	43	2,1
40-49	16	14	10	29	1,3
50-59	16	7	5	15	0,6
60 u. älter	23	5	3	7	0,2
Gesamt	100	100	100	32	2,0
Wohnortgröße (Einwohner)					
unter 20 000	40	35	33	29	1,6
20 000-99 999	27	25	23	31	1,7
100 000-499 999	20	22	24	36	2,4
500 000 u. mehr	14	17	20	41	2,9
Gesamt	100	100	100	32	2,0
Schulbildung					
Hauptschule	31	17	11	18	0,7
(Berufs-)Fachschule	12	9	6	24	1,0
Mittlere Reife	27	27	27	33	2,0
Abitur	10	19	26	62	5,1
FH/Uni	20	28	30	44	3,0
Gesamt	100	100	100	32	2,0
Beruf					
Schüler/Studenten	15	27	33	61	4,5
Lehrlinge	2	4	7	63	5,6
Arbeiter	10	8	7	26	1,5
Angestellte	29	36	33	41	2,2
Beamte/Selbständige	9	9	8	33	1,7
Hausfrauen	10	6	4	21	0,9
Rentner, Pensionäre, Berufslose	26	9	8	11	0,6
Gesamt	100	100	100	32	2,0
Haushaltsgröße					
1 Person	21	22	27	34	2,5
2 Personen	33	22	21	22	1,2
3 Personen	20	22	18	35	1,8
4 Personen	20	26	25	43	2,5
5 Personen u. mehr	6	8	9	43	2,7
Gesamt	100	100	100	32	2,0
Kinder u. 15 J. im Haushalt					
kein Kind	70	63	71	29	2,0
1 Kind	15	19	15	40	2,0
2 Kinder	11	14	12	42	2,1
3 Kinder u.m.	3	4	2	38	1,3
Gesamt	100	100	100	32	2,0
Haushaltsnettoeinkommen/Monat					
unter 1 500 DM	7	8	11	40	3,2
1 500-2 499 DM	14	12	14	29	2,0
2 500-3 499 DM	25	20	20	26	1,6
3 500-4 499 DM	23	21	19	30	1,6
4 500 DM u. mehr	32	38	37	39	2,3
Gesamt	100	100	100	32	2,0

1) Basis: Deutsche Personen ab 10 Jahren in Privathaushalten.

gen Menschen, die noch in der Ausbildung sind. Aufgrund der oben beschriebenen Verschiebungen in der Altersstruktur der Bevölkerung sank allerdings in der längerfristigen Betrachtung der Besuch der Schüler, Studenten und Lehrlinge, während der Besuch der Rentner/Berufslosen und der Angestellten überproportional stieg.

Singles kauften die meisten Kinokarten

Die Zwei-Personen-Haushalte sind in der Bevölkerung deutlich am stärksten vertreten, allerdings haben sie den geringsten Kinogängeranteil aller Haushalte. Unter den Kinogängern sind deshalb nicht sie, sondern die Personen aus Vier-Personen-Haushalten am stärksten vertreten. Den größten Beitrag zum Kinobesuch im Hinblick auf verkaufte Eintrittskarten liefern jedoch die Alleinlebenden.

Entwicklung der Filmtheater- und Unternehmensstruktur

Wie stark der eingangs erwähnte Investitionsboom den Saalbestand verändert hat, zeigt sich daran, dass Ende 1999 mehr als ein Viertel aller Kinosäle in Deutschland erst in den drei zurückliegenden Jahren neu- bzw. wiedereröffnet worden waren. Gegenüber 1991 hat sich der Saalbestand um 945 Kinosäle auf 4 651 Säle erhöht und nimmt weiter zu (vgl. Tabelle 6).

Völlige Neustrukturierung des Saalbestandes in den neuen Bundesländern

Fast die Hälfte des Zuwachses entstand durch Kinos in den neuen Bundesländern. Dort hat sich der Saalbestand im Beobachtungszeitraum mehr als verdoppelt. Es fand eine völlige Neustrukturierung statt: Während die Kinos in den neuen Bundesländern zu Beginn der 90er Jahre fast ausschließlich Einzelkinos waren, ist der Anteil der großen Kinocenter (mindestens sieben Säle) am Saalbestand mit 30 Prozent jetzt sogar höher als in den alten Bundesländern (27%). Diese Ausweitung des Saalbestandes hatte im Gegensatz zur Entwicklung in den alten Bundesländern jedoch keine Erhöhung der Sitzplatzkapazität zur Folge. In den neuen Bundesländern lag die Zahl der Sitzplätze im Jahr 1999 nach einem zwischenzeitlichen Rückgang wieder auf dem selben Niveau wie 1991.

Der bundesdeutsche Saalbestand setzt sich aus sehr unterschiedlich erfolgreichen Kinos zusammen. So hatte im vergangenen Jahr ein Zehntel der Säle einen Jahresumsatz aus Eintrittskartenerlösen von mehr als 700 000 DM, doch betrug der Anteil am Gesamtbesuch 35 Prozent. Dagegen hatten ein Viertel der Säle einen Umsatz von höchstens 100 000 DM bei einem Besuchsanteil von lediglich 5 Prozent. Da die durchschnittliche Saalgröße (gemessen an der Sitzplatzanzahl) seit 1994 kontinuierlich gesunken ist, hat sich trotz gleichzeitiger Eintrittspreiserhöhungen diese Größenstruktur seitdem nicht zugunsten der hohen Umsatzklassen verändert.

Multiplexe prägen die Entwicklung

Die Entwicklung in den 90er Jahren wurde vom Aufkommen und der starken Verbreitung der sogenannten Multiplexe, den neuen, attraktiv ausgestatteten Großkinocentern mit mindestens sieben Sälen, geprägt. Um im Wettbewerb mit dieser immer größer werdenden Konkurrenz bestehen zu können, waren auch die traditionellen Kinos ge-

⑥ Entwicklung der Filmtheaterstruktur in Deutschland

	Leinwände	Sitzplätze in Tsd	Gebäude/Center	Unternehmen	Kinoorte
West					
1991	3 292	613	1 649	-	-
1992	3 261	594	1 608	-	-
1993	3 305	610	1 623	-	-
1994	3 328	613	1 617	-	-
1995	3 375	610	1 545	-	862
1996	3 441	627	1 551	-	860
1997	3 550	626	1 481	-	853
1998	3 640	655	1 445	-	844
1999	3 783	685	1 425	-	831
Ost					
1991	414	150	388	-	-
1992	397	131	357	-	-
1993	430	135	376	-	-
1994	467	128	368	-	-
1995	526	120	354	-	247
1996	629	133	344	-	241
1997	734	147	336	-	240
1998	795	146	323	-	229
1999	868	150	305	-	233
Gesamt					
1991	3 706	763	2 037	1 197	-
1992	3 658	725	1 965	1 174	-
1993	3 735	745	1 999	1 205	-
1994	3 795	741	1 985	1 216	-
1995	3 901	730	1 899	1 223	1 109
1996	4 070	760	1 895	1 230	1 101
1997	4 284	772	1 817	1 210	1 093
1998	4 435	801	1 768	1 189	1 073
1999	4 651	835	1 730	1 173	1 064
2000 1.Hj.	4 734	-	-	1 177	1 071

Quellen: FFA, SPIO.

zwungen, sich in technischer Ausstattung und im Komfort am Multiplexstandard zu orientieren. Dass auch den modernen, kleineren „normalen“ Häusern ein erfolgreiches Bestehen am Markt zgetraut wird, zeigt unter anderem die Tatsache, dass im vergangenen Jahr etwas mehr als die Hälfte der neuen bzw. wiedereröffneten Kinosäle keine Multiplexsäle waren.

Bis 1995 wurden nur relativ wenig Multiplexe pro Jahr eröffnet (vgl. Tabellen 7 und 8). Die Erfolge der ersten Jahre lösten dann einen wahren Bau-boom und eine starke Ausweitung dieser Kinoform aus. Mitte dieses Jahres gab es insgesamt 117 Multiplexe mit zusammen 1 071 Sälen. Der Anteil dieser Multiplexe am Gesamtkinobesuch in Deutschland liegt im ersten Halbjahr 2000 bei 39 Prozent, der Anteil an den Eintrittskartenerlösen sogar bei fast 43 Prozent.

Konkurrenzdruck wächst auch für Multiplexe

⑦ Multiplexentwicklung

Eröffnungsjahr	Multiplexe pro Jahr			Multiplexe kumuliert			% - Anteil am		
	Zahl	Säle	Plätze	Zahl	Säle	Plätze	Saalbestand	Besuch	Umsatz
1990	1	14	2 833	1	14	2 833	-	-	-
1991	5	67	19 001	6	81	21 834	2,2	3,2	3,9
1992	1	10	2 252	7	91	24 086	2,5	6,5	8,2
1993	3	22	4 816	10	113	28 902	3,0	7,8	9,4
1994	2	21	5 807	21	134	34 709	3,5	8,7	10,5
1995	5	51	12 006	17	185	46 715	4,7	11,0	13,4
1996	13	119	31 293	30	304	78 008	7,5	14,6	17,1
1997	22	206	47 870	52	510	125 878	11,9	22,5	25,5
1998	25	216	54 098	77	726	177 143	16,4	30,3	33,6
1999	27	231	54 104	104	957	234 080	20,6	34,4	38,5
2000 1. Hj.	13	114	27 692	117	1071	261 772	22,6	39,0	42,7

Quelle: FFA.

Mittlerweile gibt es nicht nur in fast allen großen Städten ein Multiplex, sondern es besteht an etlichen Orten bereits ein Überangebot an Kapazitäten (ein sogenanntes „Overscreening“), sodass immer mehr Multiplexe derzeit keine rentable Auslastungsquote erreichen. Um im Investitions- und Standortwettbewerb bestehen zu können, ist der Zwang, Kooperationen zu bilden und/oder sich finanzkräftige Partner zu suchen, somit immer größer geworden.

Zunehmendes Engagement ausländischer Unternehmen

Durch die Eröffnung von Multiplexen Anfang der 90er Jahre waren erstmals ausländische Unternehmen auf dem deutschen Kinomarkt aufgetreten: UCI, ein gemeinsames Unternehmen der US-amerikanischen Produktionsfirmen Paramount und Universal, sowie Warner Bros., ein Tochterunternehmen der US-amerikanischen Produktionsfirma. Warner betrieb anfangs den Cinedom in Köln, eines der größten Multiplexe in Deutschland, noch gemeinsam mit der deutschen Constantin, zog sich dann aus dieser Kooperation zurück und betrieb nur noch die eigenen Multiplexe. Später ging Warner eine Kooperation mit der großen australischen Kinokette Village Roadshow Exhibition ein, um dieser dann ganz das Kinogeschäft zu überlassen. Im Jahr 1998 traten dann weitere große australische Kinobetreiber auf dem deutschen Kinomarkt auf, nämlich Greater Union, ein Tochterunternehmen der australischen Amalgamated Holdings Ltd. und Kinomarktführer in Australien, das sich zu 50 Prozent an Kieft & Kieft beteiligte, sowie Hoyts Cinemas, die zusammen mit Theile das Joint Venture Theile Hoyts Entertainment gründeten.

Betreiberstruktur derzeit in starkem Wandel

Seitdem ist der Kinomarkt sehr in Bewegung, und es entstehen immer neue Kooperationen und Beteiligungen. Ein treibender Faktor ist das über Börsengänge verfügbare Kapital und der mit dem Börsengang verstärkte Druck, wirtschaftliche Erfolge vorzuweisen. Deutsche Produktions- und Verleih- bzw. Lizenzhandelsfirmen wie Senator und Kino-

welt, die durch ihre Börsengänge verfügbares Kapital erhielten, beteiligten sich ebenfalls an Kinounternehmen, um so die Verwertungskette von der Produktion über den Verleih bis hin zum Kinoabspiel abzudecken.

Die Flebbe-Gruppe ging im Jahr 1998 mit der CinemaxX AG an die Börse. Außerdem wurde ein Joint Venture mit der belgischen Kinopolis-Gruppe eingegangen, um gemeinsam in anderen europäischen Ländern Multiplexe zu bauen. Im vergangenen Jahr folgte auch eine gegenseitige Beteiligung. Ein weiteres Joint Venture wurde mit den deutschen Omniplex Filmtheaterbetrieben eingegangen, um die Mehrheit an einem bestehenden Multiplex sowie an einigen Projekten zu übernehmen.

Im Frühjahr 2000 beteiligte sich die CinemaxX AG mit 10 Prozent an der Ufa Theater GmbH mit der Option auf eine Erhöhung der Beteiligung und übernimmt im Rahmen eines Managementvertrages die operative Leitung der Ufa-Kinos. Die Hauptverwaltung der Ufa-Kinos wird deshalb aufgelöst. Der Marktanteil der CinemaxX AG steigt dadurch von 12 Prozent auf 20 Prozent. Damit ist CinemaxX der mit Abstand größte Kinobetreiber in Deutschland.

Ebenfalls im Frühjahr 2000 beteiligte sich die Senator Film AG, die bereits im Verleih-, Produktions- und Lizenzhandelsbereich kräftig gewachsen war, mit 25 Prozent und einer Aktie an der CinemaxX AG. Bei Theile Hoyts Entertainment beteiligte sich mit 50,1 Prozent die Kinowelt.

Erstmals ist mit Omniplex in diesem Jahr ein Multiplexbetreiber in Konkurs gegangen. Die nicht bereits von CinemaxX im Jahr 1999 übernommenen Kinos werden von verschiedenen anderen Betreibern weiter geführt.

Die CinemaxX AG hat bereits 1998 in der Türkei (Ankara) und in diesem Jahr in der Schweiz (Emmen/Luzern) Multiplexe eröffnet. Es folgen weitere Eröffnungen in Dänemark (Odense und Kopenhagen), in der Türkei (Adana und Umranije), in Polen (Breslau) und Ungarn (Budapest). Kieft eröffnete ein Multiplex in Enschede, Holland.

CinemaxX AG - Beteiligung an Ufa

Senator Film und Kinowelt beteiligen sich an Kinobetreibern

Erster Konkurs eines Multiplexbetreibers

Zunehmendes Auslandsengagement der deutschen Unternehmen

⑧ Multiplexbetreiber

	MPX	Säle	Sitz- plätze	davon eröffnete Säle im Jahr ...										
				1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	1.Hj. 2000
Flebbe	27	251	66 724	-	26	-	7	-	20	26	38	82	21	31
Kieft (CineStar) ¹⁾	21	197	47 176	-	-	-	7	-	-	19	44	17	74	36
UCI	17	160	39 332	14	18	10	-	-	-	-	26	40	41	11
Riech (Ufa)	10	98	26 000	-	-	-	-	-	9	23	20	24	9	13
Theile Hoyts (Kinopolis)	9	82	19 951	-	-	-	-	12	-	10	26	-	26	8
Village Roadshow ²⁾	9	78	17 959	-	9	-	8	-	-	18	-	15	20	8
Omniplex ³⁾	4	29	6 709	-	-	-	-	-	7	-	-	14	8	-
Rehs/Leipzig	2	15	3 790	-	-	-	-	-	-	8	7	-	-	-
Weber	1	15	2 988	-	-	-	-	-	15	-	-	-	-	-
Constantin	1	14	3 510	-	14	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Paffrath	1	12	1 539	-	-	-	-	-	-	-	12	-	-	-
Menz & Jaeck	1	10	3 250	-	-	-	-	-	-	-	10	-	-	-
Cineworld	1	9	2 337	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9	-
Extra	1	9	2 047	-	-	-	-	9	-	-	-	-	-	-
Bresser	1	9	1 700	-	-	-	-	-	-	-	-	9	-	-
Colm	1	8	1 770	-	-	-	-	-	-	-	-	8	-	-
Spickert	1	8	1 468	-	-	-	-	-	-	-	8	-	-	-
Cineplex Limburg	1	8	1 414	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8	-
Thomas	1	8	1 209	-	-	-	-	-	-	-	8	-	-	-
Schnepf/Schildlowski	1	8	1 100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8	-
Vollmann	1	8	1 054	-	-	-	-	-	-	8	-	-	-	-
Cinelux	1	7	1 910	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7
Jaeger	1	7	1 876	-	-	-	-	-	-	-	7	-	-	-
Sailer	1	7	1 748	-	-	-	-	-	-	7	-	-	-	-
Comet	1	7	1 705	-	-	-	-	-	-	-	-	7	-	-
Politt-Feldmann	1	7	1 506	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7	-
Gesamt	117	1071	261 772	14	67	10	22	21	51	119	206	216	231	114

1) Darunter ein Gemeinschaftsprojekt Kieft&Metz.

2) Vormalig Warner Village.

3) Konkurs im Sommer 2000, Kinos werden von anderen Betreibern übernommen.

Quelle: FFA.

Noch in diesem Jahr soll ein Multiplex in Wien eröffnet werden. Theile-Hoyts betreibt in Wien zwei Multiplexe, ein weiteres Engagement im Ausland ist vorgesehen.

Fazit

Kinobranche erfährt grundlegenden Wandel

Die Kinobranche befindet sich im Umbruch. Durch massive Investitionen vor allem in den Neubau von Multiplexen wurde die Kinoinfrastruktur in den 90er Jahren grundlegend modernisiert. Der Kinobesuch hat dadurch wieder an Attraktivität gewonnen, die Besucherzahlen zeigen tendenziell nach oben, und neue Besuchergruppen konnten erschlossen werden. Angesichts bevölkerungsbedingter Rückgänge in der Kernnutzerschaft der Kinos stellt die Erweiterung des Besuchspotential auch die zentrale Herausforderung für die künftige Entwicklung dar. Nur auf diesem Wege dürften sich die notwendigen Wachstumsraten für die Refinanzierung der Investitionen erzielen lassen.

Auf Betreiberebene prägen veränderte Marktstrukturen das Handeln. Über Beteiligungen, Kooperationen und durch den Eintritt in ausländische Märkte wollen die großen Betreiber weiter wachsen. Nach langen Jahren der Eintrittspreissteigerungen werden ermäßigte Preise als Wettbewerbsinstrument entdeckt. Zugleich wird die Kluft zwischen den Interessen der großen Betreiber und den

übrigen Kinounternehmen immer größer. Auch das Beziehungsgefüge zwischen Verleihern und Kinobetreibern wird hinterfragt und der Verteilungskampf um die Höhe der Filmmieten immer intensiver.

Anmerkung:

1) Zu den bisherigen vergleichenden Auswertungen der GfK-Daten vgl. Media Perspektiven 9/1999, S. 480-487, 9/1998, S. 427-478, 5/1997, S. 124-132 und 9/1994, S. 450-458.

