

Filmbesuch und Kinostruktur in Deutschland
1991 bis 1998

→ **Kinobranche
im Auf- und Umbruch**

Von Gerhard Neckermann*

**Deutsche Kinoland-
schaft im Umbruch**

Ungeachtet der starken Medienkonkurrenz durch das Fernsehen und neuerdings auch durch Online-medien, scheint das Kino auch Ende der 90er Jahre weiterhin die Anziehungskraft zu besitzen, das Publikum in seine Häuser zu locken. In den letzten Jahren ist es durch den Bau neuer Großkinocenter, sogenannter Multiplexe, zu einem Investitionsboom gekommen, und die Branche befindet sich durch das Auftreten internationaler Kinounternehmen auf dem deutschen Markt in einer tiefgreifenden Umbruchphase. Die Besucherzahlen hatten sich nach einem Einbruch zu Beginn der 80er Jahre stabilisiert und zeigen, ungeachtet einiger Schwankungen, in den letzten Jahren tendenziell nach oben.

Die Entwicklung des Kinobesuchs in den 90er Jahren

**1998 mit fast
150 Mio Besuchern
neues Rekord-
kinojahr**

Das Filmjahr 1998 brachte nach den Rekordjahren 1996 und 1997 eine nochmalige Steigerung des Kinobesuchs gegenüber dem Vorjahr (+4%) und damit das bislang beste Ergebnis in den 90er Jahren (vgl. Tabelle 1). Mit insgesamt 148,9 Millionen Besuchern wurden den Angaben der FFA zufolge 5,8 Millionen Eintrittskarten mehr als im Jahr 1997 verkauft. Gegenüber 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. Der seit Jahren anhaltende Investitionsboom in der Branche trägt also weiterhin Früchte.

Da der durchschnittliche Eintrittspreis im gleichen Zeitraum um fast ein Drittel von 8,18 DM auf 10,75 DM gestiegen ist, erhöhte sich der Umsatz aus Eintrittskartenerlösen um nahezu zwei Drittel gegenüber 1991 auf 1,6 Mrd DM.

**Deutliche
Unterschiede
zwischen Ost
und West**

Zwischen den alten und den neuen Bundesländern gab es allerdings deutliche Unterschiede: In den alten Bundesländern hat sich der Besuch zwischen 1991 und 1998 nur um 13 Prozent erhöht gegenüber einer reichlichen Verdoppelung in den neuen Ländern. Der Pro-Kopf-Besuch im Jahr hat sich dort in den vergangenen acht Jahren dem Niveau in den alten Bundesländern angeglichen, und der Eintrittspreisunterschied ist von 43 Prozent auf 13 Prozent zurückgegangen.

Im ersten Halbjahr 1999 ist gegenüber dem (vom „Titanic“-Erfolg geprägten) Halbjahr 1998 indes ein Rückgang der Besucherzahl um bundesweit 9,0 Prozent (Ost: -10,4%, West: -8,7%) zu

① **Entwicklung des Filmbesuchs in Deutschland**

	Besucher in Mio	Karten- umsatz 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
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	6,93	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
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

Quelle: FFA, SPIO.

verzeichnen, die Umsätze fielen um 11,5 Prozent niedriger aus (Ost: -12,1%, West: -11,4%). (1) Für das zweite Halbjahr 1999 ist angesichts der Kassenerfolge von „Star Wars: Episode I“ und anderen Filmen indes eine Aufwärtstendenz zu erwarten.

Informationen über die Entwicklung und Struktur der Filmbesucher gibt das GfK-Konsumentenpanel. (2) Die Auswertungen dieses GfK-Panels, das auf repräsentativer Basis den Kinobesuch der deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten erfasst, zeigen für das vergangene Jahr zusammenfassend folgende Entwicklungen (3): Bei den 16- bis 29jährigen gab es erstmals seit 1995 wieder einen Besuchsrückgang, bei den Älteren (mindestens 30 Jahre) weiterhin einen kräftigen Besuchsanstieg. Bei den seltenen und gelegentlichen Kinogängern (ein bis zwei bzw. drei bis fünf Besuche im Jahr) gab es ebenfalls Zuwächse. Insbesondere „Titanic“ hat mehr Menschen wieder ins Kino gebracht. Beim Kinobesuch nach Geschlechtern waren dagegen keine nennenswerten Veränderungen festzustellen.

Durch neue Multiplexeröffnungen ist der Besuch bei Großstädtern (mehr als 500 000 Einwohner) überdurchschnittlich angestiegen. Auch die Angestellten, die Beamten/Selbständigen und die Arbeiter trugen zum Besuchswachstum bei, während bei den Lehrlingen, Schülern/Studenten der

**Zuwächse bei älteren
und selteneren Film-
besuchern**

* Freier Filmwirtschaftsforscher, Grafath.

② Erstaufgeführte Filme in deutschen Filmtheatern

	Anzahl Filme									% - Anteil an Gesamt		
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	Ø 91-98	1991	1998	Ø 91-98
Herstellungsland												
USA	165	134	130	133	137	151	138	148	142	46,6	47,4	46,0
Deutschland	85	78	93	79	87	89	76	70	82	24,3	22,4	26,8
Frankreich	19	26	21	19	13	19	23	21	20	5,4	6,7	6,5
Großbritannien	14	21	14	18	13	15	24	18	17	4,0	5,8	5,6
Italien	10	12	1	3	4	3	3	5	5	2,9	1,6	1,6
Kanada	9	5	2	3	7	6	4	4	5	2,6	1,3	1,6
Hongkong	3	3	1	2	0	1	7	8	3	0,9	2,6	1,0
Japan	7	4	1	2	0	1	3	6	3	2,0	1,9	0,9
Australien	3	3	2	4	2	3	2	4	3	0,9	1,3	0,9
Schweden	2	2	2	5	2	2	3	2	3	0,6	0,6	0,8
Österreich	2	0	1	1	3	6	4	3	3	0,6	1,0	0,8
Niederlande	3	3	1	1	2	4	1	4	2	0,9	1,3	0,8
Spanien	4	2	2	3	1	2	0	4	2	1,1	1,3	0,7
übrige	26	16	20	14	19	15	21	15	18	7,4	4,8	5,9
Gesamt	350	309	291	287	290	317	309	312	308	100,0	100,0	100,0
Genre												
Drama	116	97	109	109	103	92	113	100	105	33,1	32,1	34,1
Komödie	100	83	65	69	63	90	75	75	78	28,6	24,0	25,0
Thriller	38	38	34	24	32	33	30	41	34	10,9	13,1	10,9
Dokumentarfilm	16	21	28	24	30	30	23	25	25	4,6	8,0	8,1
Kinderfilm	22	19	21	24	24	29	23	24	23	6,3	7,7	7,6
Action	21	25	18	26	20	20	27	24	23	6,0	7,7	7,4
Science fiction	2	6	5	4	10	9	11	9	7	0,6	2,9	2,3
Horror	12	6	8	3	6	6	4	10	7	3,4	3,2	2,2
Musikfilme	12	8	2	2	1	5	1	3	4	3,4	1,0	1,3
Sexfilm	11	6	1	2	1	3	2	1	3	3,1	0,3	1,0
Gesamt	350	309	291	287	290	317	309	312	308	100,0	100,0	100,0
Kopienklassen												
1 bis 9	138	122	98	103	93	84	90	83	101	39,4	26,6	32,8
10 bis 49	96	81	80	51	68	71	69	61	72	27,4	19,6	23,3
50 bis 99	45	35	42	43	36	44	28	42	39	12,9	13,5	12,8
100 bis 199	34	31	32	31	31	45	34	40	35	9,7	12,8	11,3
200 bis 299	23	21	15	20	23	32	29	25	24	6,6	8,0	7,6
300 bis 399	7	7	11	25	13	16	16	19	14	2,0	6,1	4,7
400 bis 499	3	7	8	6	17	9	13	16	10	0,9	5,1	3,2
500 bis 599	4	4	2	6	8	8	16	11	7	1,1	3,5	2,4
600 bis 699	0	1	3	2	2	5	9	10	4	0,0	3,2	1,3
700 bis 799	0	0	0	0	0	2	2	2	1	0,0	0,6	0,2
800 bis 899	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0,0	0,3	0,1
900 +	0	0	0	0	0	1	1	2	1	0,0	0,6	0,2
Gesamt	350	309	291	287	290	317	309	312	308	100,0	100,0	100,0

Quelle: SPIO.

Kinobesuch rückläufig war. Daraus resultierten für den Gesamtbesuch in GiK-Abgrenzung folgende Strukturen:

- Die 30- bis 39jährigen wurden zweitstärkste Besuchsgruppe noch vor den 10- bis 19jährigen, die 20- bis 29jährigen blieben mit Abstand die wichtigste Gruppe;
- die seltenen Kinogänger (ein bis zwei Besuche im Jahr) nähern sich in ihrer Bedeutung den Intensiv-Kinogängern (mehr als zehn Besuche im Jahr);
- der Anteil der männlichen Kinogänger bleibt mit rund 51 Prozent relativ stabil;
- die Bevölkerung aus kleinen Orten (unter 20 000 Einwohnern) stellt weiterhin das größte Kontingent an der Kinokasse,

- die Angestellten nähern sich in ihrer Bedeutung den Schülern und Studenten, der wichtigsten Berufsgruppe, an.

Filmangebots- und Nachfragestruktur in deutschen Kinos

In den Jahren seit 1991 variierte die Zahl der im Kino erstaufgeführten Filme sehr stark. Von 350 Erstausführungen im Jahr 1991 sank die Zahl auf 287 im Jahr 1994. Seit 1996 waren es jeweils etwas über 300 Filme, die neu ins Kino kamen (vgl. Tabelle 2). Je nach Jahr kamen diese Filme aus 22 bis 30 unterschiedlichen Ländern. Aller-

Fast die Hälfte des Filmangebots kommt aus den USA, etwa jeder vierte Film aus Deutschland

③ Markterfolg von Filmen nach Besucherzahl

Besucherzahl	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	Ø 91-98
Anzahl Filme									
mind. 6 Mio	2	0	2	3	0	1	1	1	1
3 bis unter 6 Mio	6	4	7	7	5	8	7	7	6
2 bis unter 3 Mio	4	7	6	4	10	8	11	11	8
1 bis unter 2 Mio	12	20	22	15	20	16	26	20	19
500 000 bis unter 1 Mio	32	17	20	26	28	25	20	27	24
130 000 bis unter 500 000	57	58	47	65	53	72	58	59	59
Mio Besucher									
mind. 6 Mio	12,8	0	15,4	19,8	0	9,6	7,3	18,0	10
3 bis unter 6 Mio	24,3	14,4	26,9	29,0	17,3	30,3	27,5	26,1	24
2 bis unter 3 Mio	9,8	17,2	14,0	11,2	25,0	19,1	26,4	26,1	19
1 bis unter 2 Mio	17,4	29,6	31,4	21,4	30,1	19,9	36,8	27,5	27
500 000 bis unter 1 Mio	23,8	12,1	14,7	18,6	20,6	17,3	14,6	19,2	18
130 000 bis unter 500 000	13,8	15,7	11,9	17,3	14,4	19,7	14,8	16,1	15
unter 130 000	18,0	16,8	16,2	15,4	17,1	16,9	15,8	15,9	17
Gesamt	120,0	105,9	130,5	132,8	124,5	132,9	143,1	148,9	130
%-Anteil an Gesamt									
mind. 6 Mio	11	0	12	15	0	7	5	12	8
3 bis unter 6 Mio	20	14	21	22	14	23	19	18	19
2 bis unter 3 Mio	8	16	11	8	20	14	18	18	14
1 bis unter 2 Mio	15	28	24	16	24	15	26	18	21
500 000 bis unter 1 Mio	20	11	11	14	17	13	10	13	14
130 000 bis unter 500 000	12	15	9	13	12	15	10	11	12
unter 130 000	15	16	12	12	14	13	11	11	13
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Quelle: FFA, eigene Berechnungen.

dings stammte allein etwas weniger als die Hälfte dieser Filme aus den USA. Üblicherweise ein Viertel bis ein Drittel waren deutschen Ursprungs. Im vergangenen Jahr lag der Anteil der Erstaufführungen aus Deutschland mit 22 Prozent so niedrig wie noch nie seit 1991. Ob dies nur ein Ausreißer nach unten ist oder Teil einer Strukturveränderung, werden erst die nächsten Jahre zeigen. Im ersten Halbjahr 1999 zeigt die Tendenz mit bereits 47 Erstaufführungen (1998: 39) wieder deutlich nach oben.

Weitere größere Filmnationen, deren Anteil bei den Erstaufführungen etwas über 5 Prozent lag, waren Frankreich und Großbritannien. Zu Beginn der 80er Jahre hatte auch der italienische Film noch eine große Bedeutung (1982 ein Zehntel aller Erstaufführungen), mittlerweile kommen jedoch nur noch 1 bis 2 Prozent der Erstaufführungen aus diesem Land. Italien steht damit auf einer Stufe mit Kanada, Hongkong, Japan, Australien und Schweden.

Bei Genres liegt Drama vor Komödie und Thriller

Rund ein Drittel der Erstaufführungen können dem Genre Drama zugeordnet werden, ein Fünftel der Komödie und etwas mehr als ein Zehntel dem Thriller. Der Dokumentarfilm, der Kinderfilm und der Actionfilm stellten jeweils 7 bis 8 Prozent an den Neuaufführungen. Dem Volumen nach von geringer Bedeutung waren der Science-fiction-Film, der Horrorfilm, Musikfilme und Sexfilme, wobei insbesondere die beiden letztgenannten Genres nur noch vereinzelt bedient werden.

Daß der Markterfolg sehr unterschiedlich ausfallen kann, zeigt allein die Aufteilung dieser Erstaufführungen nach der Anzahl der maximal eingesetzten Kopien je Film (vgl. ebenfalls Tabelle 2). Hierbei zeigt sich auch ein deutlicher Strukturwandel: Die Zahl der sogenannten kleinen Filme mit weniger als zehn Kopien bzw. weniger als 50 Kopien geht deutlich zurück. Im Jahr 1991 wurden noch zwei Drittel aller Filme mit weniger als 50 Kopien im Kino aufgeführt, sieben Jahre später nur noch etwas weniger als die Hälfte (46%). Der Anteil der Filme mit mindestens 300 Kopien stieg dagegen von 4 Prozent auf 12 Prozent.

Nachdem bis 1995 kein Film mit mehr als 700 Kopien im Kino lief und schon Kopienzahlen von 600 als schädlich für die Angebotsvielfalt des Kinos angesehen wurden, sind in den Folgejahren mit jeweils 915 bis 917 Kopien („Independence Day“, „Men in Black“ und „Armageddon“) neue Grenzen gesetzt worden, die in diesem Jahr mit „Star Wars: Episode I“ (1001 Kopien) abermals durchbrochen wurden. Zum Vergleich: „Titanic“, der größte Erfolg der Filmgeschichte, wurde mit 673 Kopien in Deutschland gestartet und lief mit maximal 824 Kopien in den Kinos.

Zum einen wird diese Tendenz zur Monokultur von der Branche beklagt – „Star Wars: Episode I“ wird zum Beispiel fast in jedem vierten Kino gezeigt –, gleichzeitig bemühen sich aber sehr viele Kinobetreiber um diese Kopien, da sie hoffen, am erwarteten außergewöhnlichen Erfolg teilzuhaben. Die Verleiher wiederum versuchen dadurch, daß sie Filme mit solch hohen Kopienzahlen – und der

Tendenz zu hoher Kopienzahl bei Top-Filmen, „Star Wars: Episode I“ mit mehr als 1 000 Kopien

④ Verleihsatz nach Herkunftsland der Filme

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	Ø 91-98
in Mio DM									
USA	316,6	306,3	439,2	428,8	424,7	420,8	436,6	591,3	420,5
Deutschland	53,7	35,1	36,1	52,9	30,8	85,6	103,4	56,1	56,7
Großbritannien	5,4	9,2	5,6	25,1	10,8	39,2	49,3	36,1	22,6
Frankreich	7,7	10,0	10,2	7,7	8,4	5,8	18,3	4,9	9,1
Italien	0,9	0,7	0,1	0,4	0,5	0,4	0,6	1,9	0,7
Sonstige	10,6	8,5	9,1	10,9	12,4	8,2	11	2	9,1
Gesamt	394,9	369,8	500,3	525,8	487,4	560,0	619,2	692,3	518,7
Marktanteil in %									
USA	80,2	82,8	87,8	81,6	87,1	75,1	70,5	85,4	81,3
Deutschland	13,6	9,5	7,2	10,1	6,3	15,3	16,7	8,1	10,8
Großbritannien	1,4	2,5	1,1	4,8	2,2	7,0	8,0	5,2	4,0
Frankreich	1,9	2,7	2,0	1,5	1,7	1,0	3,0	0,7	1,8
Italien	0,2	0,2	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,3	0,1
Sonstige	2,7	2,3	1,8	2,1	2,5	1,5	1,8	0,3	1,9
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Quelle: SPIO.

entsprechenden Vermarktungskampagne – herausbringen, dem jeweiligen Film eine Sonderstellung zu geben und so verbesserte Konditionen (längere Pflichtlaufzeit in den Kinos und/oder erhöhte Leihmietensätze) gegenüber den Kinobetreibern durchzusetzen. Der erhöhte Konkurrenzdruck auf der Filmtheaterseite stärkt dabei ihre Verhandlungsposition.

Erhöhung der Kopienzahl führt zu kürzerer Laufzeit

Die Strategie, Filme mit einer höheren Kopienzahl herauszubringen, führte nicht zu einer Erhöhung des Einspielergebnisses der Top-Filme (Top-5, Top-10, Top-20 oder Top-50). Lediglich der Marktanteil der Filme mit zwei bis unter drei Millionen Besuchern nahm deutlich zu, der Marktanteil der Filme mit mehr als drei Millionen Besuchern nahm dagegen tendenziell eher leicht ab (vgl. Tabelle 3).

Die Erhöhung der Kopienzahl führte also in erster Linie nur zu einer kürzeren Laufzeit in den Kinos. In der Regel müssen die meisten Filme heute schon nach wenigen Wochen der Konkurrenz weichen, die neu auf die Leinwand drängt. Um die hohen Investitionskosten des seit Jahren anhaltenden Kinobaubooms zu decken, ist der Zwang, eine möglichst hohe Auslastung zu erreichen, größer geworden. Es wird beklagt, daß es dadurch Filme, die längere Zeit brauchen, um durch Mundpropaganda ihr Publikum zu gewinnen, schwerer hätten, überhaupt noch ihr potentiellen Publikum zu erreichen.

Wie der Auswertung des Markterfolgs von Filmen auch zu entnehmen ist, führte der einzigartige Erfolg von „Titanic“ nicht dazu, wie vielleicht vermutet werden könnte, daß es weniger „normal“ große Filmerfolge gab. Die Anzahl der Filme mit mehr als zwei Millionen Besuchern war ebenso groß wie im Jahr zuvor. Allerdings gab es weniger Filme mit ein bis zwei Millionen Besuchern, doch lag deren Anzahl immer noch über dem Durchschnitt der 90er Jahre. Die starken Besuchsverluste in dieser Kategorie (9,3 Millionen Eintrittskarten weniger als 1997) aufgrund der geringeren Anzahl von Ein-Millionen-Hits kamen jedoch nicht nur

„Titanic“ zugute, sondern wurden auch zu zwei Dritteln durch Besuchsgewinne bei Filmen, die weniger als eine Million Besucher erreichten, ausgeglichen.

Wie oben erwähnt, stammten etwas weniger als die Hälfte der erstaufgeführten Filme aus den USA, gemessen am Verleihsatz betrug ihr Marktanteil in den 90er Jahren allerdings im Durchschnitt gut 80 Prozent (vgl. Tabelle 4). Die Schwankungsbreite lag im Zeitraum 1991 bis 1998 zwischen 70 Prozent (1997) und 88 Prozent (1995).

Der Marktanteil des deutschen Films lag in diesem Zeitraum jeweils zwischen 6 Prozent (1995) und 17 Prozent (1997); jahresdurchschnittlich lag er bei 11 Prozent. Dem Erfolgsjahr 1997 folgte 1998 mit 8 Prozent wieder ein Einbruch des Marktanteils um mehr als die Hälfte, im ersten Halbjahr 1999 sieht die Lage mit 15 Prozent wieder günstiger aus.

Die Entwicklung zeigt, daß ein besonders schlechtes, aber auch ein besonders gutes Ergebnis für den deutschen Film in einzelnen Jahren nicht zu stark bewertet werden darf, da im Folgejahr das Bild schon wieder komplett anders aussehen kann. Die deutsche Produktion ist zu gering, um näherungsweise konstante Erfolge pro Jahr produzieren zu können. Inwiefern das vorhandene Kreativitätspotential, die zu geringe Kapitalausstattung in der Branche, die Förderstrukturen oder andere Faktoren eine konstantere Produktion von Erfolgsfilmen verhindern, kann an dieser Stelle nicht geklärt werden.

Im Durchschnitt der Jahre 1991 bis 1998 gab es jeweils sieben deutsche Filme mit mindestens 500 000 Besuchern, darunter einen Film, der eine goldene Leinwand erhielt (für mindestens 3 Millionen Besucher), drei Filme mit einer bis unter

Marktanteil amerikanischer Filme im Schnitt bei über 80 %, deutsche Filme bei ca. 11 %

Im Durchschnitt sieben deutsche Filme pro Jahr mit mehr als 500 000 Besuchern

5) Markterfolg von Filmen nach Herkunftsland
jeweils Durchschnitt der Jahre 1991 bis 1998

Besucherkategorie	USA	D	F	GB	I	Sonstige	Gesamt
Zahl der Erstaufführungen							
mind. 3 Mio Besucher	7	1	0	0	-	0	9
1 Mio bis unter 3 Mio Besucher	21	3	0	0	-	0	25
500 000 bis unter 1 Mio Besucher	18	3	0	1	-	1	23
130 000 bis unter 500 000 Besucher	32	7	3	3	0	4	49
unter 130 000 Besucher	64	69	16	13	5	37	204
Gesamt	142	82	20	17	5	42	308
% - Anteil je Land							
mind. 3 Mio Besucher	5,0	1,1	0,6	1,5	-	0,3	2,8
1 Mio bis unter 3 Mio Besucher	14,7	3,7	0,6	1,5	-	0,6	8,0
500 000 bis unter 1 Mio Besucher	12,6	3,8	1,9	3,6	-	1,5	7,3
130 000 bis unter 500 000 Besucher	22,6	8,1	16,8	16,1	4,9	8,7	15,8
unter 130 000 Besucher	45,1	83,4	80,1	77,4	95,1	89,0	66,2
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
% - Anteil je Besuchergrößenklasse							
mind. 3 Mio Besucher	83,8	10,3	1,5	2,9	-	1,5	100,0
1 Mio bis unter 3 Mio Besucher	85,2	12,2	0,5	1,0	-	1,0	100,0
500 000 bis unter 1 Mio Besucher	79,0	13,8	1,7	2,8	-	2,8	100,0
130 000 bis unter 500 000 Besucher	65,8	13,6	6,9	5,7	0,5	7,5	100,0
unter 130 000 Besucher	31,3	33,6	7,9	6,5	2,4	18,3	100,0
Gesamt	46,0	26,7	6,5	5,6	1,7	13,6	100,0

Durch Rundung ergibt die Aufsummierung nicht immer die ausgewiesene Summe.

Quelle: FFA, eigene Berechnungen.

6) Entwicklung der Filmtheaterstruktur in Deutschland

Jahr	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	-	843
Ost					
1991	414	150	388	-	-
1992	397	131	357	-	-
1993	430	135	376	-	-
1994	467	128	368	-	-
1995	526	120	354	-	248
1996	629	133	344	-	242
1997	734	147	336	-	241
1998	795	146	323	-	234
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	1 110
1996	4 070	760	1 895	1 230	1 102
1997	4 284	772	1 817	1 210	1 094
1998	4 435	801	1 768	1 189	1 073

Quelle: FFA, SPIO.

drei Millionen Besuchern und ebenfalls drei Filme mit 500 000 bis unter einer Million Besuchern (vgl. Tabelle 5). In Jahren mit einem niedrigen deutschen Marktanteil fehlte entweder ein Spitzenfilm (mit einer goldenen Leinwand) oder der „Mittelbau“ war zu gering (Filme mit 500 000 bis unter einer Million Besucher). Die besonders guten Jahre 1996 und 1997 waren dadurch gekennzeichnet, daß es zwei bzw. drei Spitzenfilme gab und fünf bzw. vier Filme, die mehr als eine Million (und weniger als drei Millionen) Besucher erreichten.

Entwicklung der Filmtheater- und Unternehmensstruktur

Insbesondere durch viele Neubauten in den neuen Bundesländern wurde der Saalbestand in der Bundesrepublik seit 1991 um ein Fünftel ausgeweitet (vgl. Tabelle 6). In den alten Bundesländern nahm der Bestand zwischen 1991 und 1998 um durchschnittlich knapp 5 Prozent pro Jahr zu - seit 1996 mit steigender Tendenz. Gleichzeitig wurden jedoch durchschnittlich 3,5 Prozent des Bestandes geschlossen. Per Saldo betrug die jährliche Zuwachsrates somit 1,4 Prozent.

In den neuen Bundesländern ging der Saalbestand im Jahr 1991 aufgrund massiver Schließungen drastisch zurück. Seit 1992 wurde der Saalbestand dann jedoch pro Jahr um durchschnittlich ein Fünftel erweitert bei gleichzeitiger Schließung von jährlich einem Zehntel des Bestandes. Da die neu eröffneten Säle überwiegend zu größeren Centern oder Multiplexen gehörten, von einer Schließung jedoch eher Einzelkinos oder kleinere Center betroffen waren, sank die Zahl der Häuser (bzw. Center). Auch die Zahl der Kinoorte ging etwas zurück.

Kinosaalbestand hat im Saldo zugenommen, sehr heterogene Struktur

⑦ Filmtheaterfirmen nach Zahl der Leinwände

Firmen mit ... Leinwänden	Firmen				Leinwände			
	Anzahl 1991	1998	in % 1991	1998	Anzahl 1991	1998	in % 1991	1998
1	566	507	47,3	42,6	566	507	15,3	11,4
2	229	213	19,1	17,9	458	426	12,4	9,6
3	154	136	12,9	11,4	462	408	12,5	9,2
4 - 10	211	275	17,6	23,1	1 195	1 630	32,2	36,8
11 - 15	14	27	1,2	2,3	184	331	5,0	7,5
16 - 20	11	15	0,9	1,3	193	259	5,2	5,8
21 - 40	7	9	0,6	0,8	174	257	4,7	5,8
über 40	5	7	0,4	0,6	474	617	12,8	13,9
Gesamt	1 197	1 189	100,0	100,0	3 706	4 435	100,0	100,0

Ohne Berücksichtigung von Beteiligungen.

Quelle: FFA.

⑧ Die größten Filmtheatergruppen

Unternehmen	Häuser/Center				Leinwände			
	1994	1996	1998	1999	1994	1996	1998	1999
Riech-Gruppe (UFA)	146	132	99	89	470	426	421	414
Flebbe-Gruppe (Cinemaxx)	34	36	38	43	91	110	179	255
Kieft-Gruppe (Cinestar)	46	45	37	39	116	137	175	194
UCI	4	4	10	15	51	51	99	140
Theile Hoyts (Kinopolis)	21	23	30	26	69	82	139	136
Krugmann&Weischer (Union)	.	25	30	34	.	59	80	86
Rehs (Bochumer Filmth.)	13	13	16	16	35	40	56	56
Warner Village	2	2	4	6	17	17	35	50
Kloster-Gruppe (Yorck Kino)	.	14	25	22	.	23	49	47
Arthaus (Kinowelt)	.	.	20	19	.	.	36	42
Politt	.	.	14	12	.	.	52	41
Reiss	24	17	14	13	55	49	36	33

Unternehmen jeweils mit allen Beteiligungen. Stand: Frühjahr des jeweiligen Jahres.
Aufgrund von Gemeinschaftsbeteiligungen (Kieft und Politt) z. T. Doppelzählungen.

Quelle: HDF

Der Saalbestand setzt sich aus sehr unterschiedlich erfolgreichen Kinos zusammen. So hatten im vergangenen Jahr zwar nur 12 Prozent der Säle einen Jahresumsatz aus Eintrittskartenerlösen von mehr als 700 000 DM, doch betrug der Anteil am Gesamtbesuch 39 Prozent. Dagegen hatten 24 Prozent der Säle einen Umsatz von höchstens 100 000 DM bei einem Besucheranteil von lediglich 4 Prozent.

**Betreiberstruktur:
Fünf größte Unternehmen besitzen ein Viertel der Säle**

Wird die Größenstruktur der Filmtheaterbetreiber betrachtet, ohne die Beteiligungen oder die Zugehörigkeit zu einer Gruppe zu beachten, so zeichnet sich seit 1991 nur eine leichte Konzentrationstendenz ab. Die Zahl der Firmen mit mehr als 40 Leinwänden (Sälen) stieg von fünf auf sieben und deren Anteil am Saalbestand von 12,8 Prozent auf 13,9 Prozent (vgl. Tabelle 7). Über 500 Firmen besaßen danach nur ein Einzelkino.

Werden jeweils alle Beteiligungen der Filmtheaterbetreiber mit erfasst, so besitzen allein die fünf größten Betreiber (Riech, Flebbe, Kieft, UCI und Theile-Hoyts) rund ein Viertel aller Kinosäle (vgl. Tabelle 8). Zu den zwölf größten Kinounternehmen gehört rund ein Drittel des Saalbestandes.

Vor Eröffnung der ersten Multiplexe waren die Kinos praktisch noch vollständig in deutscher Hand. Durch die Eröffnung von Multiplexen traten Anfang der 90er Jahre erstmals die US-amerikanischen Unternehmen UCI und Warner auf dem deutschen Filmtheatermarkt auf. Mittlerweile findet vor allem über Beteiligungen eine zunehmende Internationalisierung des Marktes statt. Während in Deutschland auch große australische Kinoketten über Beteiligungen Fuß gefasst haben (Village Road Show bei Warner, Hoyts bei Theile, und Greater Union, ein Tochterunternehmen der Amalgamated Holding Ltd. bei Kieft), planen deutsche Unternehmen wie die Flebbe-Gruppe Engagements im Ausland. Flebbe ging hierzu ein Joint venture mit der belgischen Kinopolis-Gruppe ein, dem in diesem Jahr auch eine gegenseitige Beteiligung folgte.

Multiplexentwicklung

Der derzeit stattfindende starke Strukturwandel entstand und wird getragen durch die Multiplexentwicklung. In den fünf Jahren nach Eröffnung des ersten Multiplexes im Oktober 1990 stieg die

Zunehmendes Engagement ausländischer Kinounternehmen

Bauboom bei Multiplexen bringt Gefahr von Verdrängungswettbewerb

⑨ Multiplexentwicklung

	Eröffnungen			Gesamtbestand			% - Anteil am		
	MPX	Säle	Plätze	MPX	Säle	Plätze	Saal- bestand	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
1999/1. Hj.	5	41	9 964	82	767	187 107	17,2	33,9	38,1

Quelle: FFA.

⑩ Multiplexbetreiber

Unternehmen	Bestand			davon eröffnete Säle im Jahr ...									
	MPX	Säle	Sitz- plätze	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999/ 1. Hj.
Flebbe	20	199	53 776	-	26	-	7	-	20	26	38	82	-
UCI	13	125	30 576	14	18	10	-	-	-	-	26	40	17
Kieft	10	96	22 513	-	-	-	7	-	-	19	44	17	9
Riech (UFA)	8	76	20 191	-	-	-	-	-	9	23	20	24	-
Warner-Village	6	50	12 668	-	9	-	8	-	-	18	-	15	-
Theile Hoyts (Kinopolis)	5	48	12 347	-	-	-	-	12	-	10	26	-	-
Omniplex	4	29	6 709	-	-	-	-	-	7	-	-	14	8
Weber	1	15	2 988	-	-	-	-	-	15	-	-	-	-
Rehs/Leipzig	2	15	3 790	-	-	-	-	-	-	8	7	-	-
Constantin	1	14	3 510	-	14	-	-	-	-	-	-	-	-
Paffrath	1	12	1 539	-	-	-	-	-	-	-	12	-	-
Menz & Jaeck	1	10	3 250	-	-	-	-	-	-	-	10	-	-
Extra	1	9	2 047	-	-	-	-	9	-	-	-	-	-
Bresser	1	9	1 700	-	-	-	-	-	-	-	-	9	-
Colm	1	8	1 770	-	-	-	-	-	-	-	-	8	-
Spickert	1	8	1 468	-	-	-	-	-	-	-	8	-	-
Thomas	1	8	1 209	-	-	-	-	-	-	-	8	-	-
Vollmann	1	8	1 054	-	-	-	-	-	-	8	-	-	-
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	77	726	189 940	14	67	10	22	21	51	119	206	216	41

Quelle: FFA.

Zahl langsam auf 17 Multiplexe. Ab 1996 kamen dann innerhalb von drei Jahren 60 neue Multiplexe hinzu (vgl. Tabellen 9 und 10). Zwar wurden im ersten Halbjahr 1999 nur fünf neue dieser Großkinos eröffnet, doch dürfte in der zweiten Jahreshälfte eine größere Anzahl hinzukommen. Im vergangenen Jahr entfiel bereits ein Drittel des Gesamtbesuchs auf diese Kinoform. Deshalb wird seit einiger Zeit von der Gefahr eines „Overscreenings“ gesprochen, das heißt, daß an etlichen Standorten ein Überangebot an Kapazitäten droht bzw.

schon besteht und sich infolgedessen die Investitionen nicht mehr rentieren können. Zwar gibt es noch eine große Anzahl von Planungen für Neubauten, da jedoch der Wettbewerb bereits härter wird, bleibt offen, welche dieser Projekte tatsächlich realisiert werden.

Der Erfolg der Multiplexe und der daraus entstandene Konkurrenzdruck führte zu einem starken allgemeinen Investitionsschub in Neubauten und grundlegende Modernisierungen. Das Besuchswachstum der vergangenen Jahre kam fast ausschließlich durch diese Investitionen zustande und auch nur solchen Kinos zugute. Die bestehenden Kinos konnten nicht von dieser Entwicklung profitieren. Dadurch nahm der Druck zu investieren

Besucherzuwachs kommt hauptsächlich Multiplexen und anderen Neubauten zugute

ständig zu. Um im Investitionswettbewerb und im Kopienwettbewerb bestehen zu können, ist deshalb der Zwang, Kooperationen zu bilden und/oder sich finanzkräftige Partner zu suchen, immer größer geworden.

Verflechtungstendenzen auch bei deutschen Kinobetreibern

Neben den genannten ausländischen Beteiligungen und Kooperationen entstehen auch zwischen deutschen Unternehmen zunehmend Verflechtungen: Politt kooperiert in Teilbereichen mit Kieft, mehrere unabhängige Kinobesitzer schlossen sich zusammen, um unter dem gemeinsamen Markenzeichen „Cineplex“ jeweils eigene Projekte zu betreiben. Flebbe ging an einigen Standorten ein Joint venture mit Omniplex ein und baut jetzt erstmals in Hamm ein Multiplex, dessen Betrieb über einen Franchisevertrag an den bestehenden örtlichen Betreiber als Subunternehmer (Nieuwdorp) abgegeben wird. Branchenvertreter gehen davon aus, daß solche Kooperationen noch zunehmen werden und daß der Anteil der marktbestimmenden Unternehmen in den nächsten Jahren deshalb deutlich steigen wird.

Fazit

Insgesamt gesehen befindet sich die Kinobranche in Deutschland an der Schwelle zum 21. Jahrhundert in einer Auf- und Umbruchphase. Mit massiven Investitionen in Modernisierung/Neubau der Häuser soll der Erlebnischarakter eines Kinobesuchs wieder stärker herausgestellt werden und die Position des Kinos trotz starker Medienkonkurrenz behauptet oder, besser, noch ausgebaut werden. Tatsächlich konnten in den letzten Jahren vor allem seltenere Kinogänger wieder häufiger ins Kino gelockt werden, trotz starker „Formschwankungen“ des deutschen Films. Dennoch bleibt das deutsche Publikum noch weit hinter der Kinobesuchsfrequenz in Frankreich oder vor allem den USA zurück, so daß, positiv gewendet, noch einiges Entwicklungspotential besteht.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. FFA intern 2/1999, S. 2.
- 2) Zu den bisherigen vergleichenden Auswertungen der GfK-Daten vgl. Media Perspektiven 9/1998, S. 472-478, 3/1997, S. 124-132 und 9/1994, S. 450-458.
- 3) Vgl. Neckermann, Gerhard: Der Kinobesuch 1991 bis 1998 nach Besuchergruppen (Auswertung der GfK-Panelergebnisse). Herausgegeben von der Filmförderungsanstalt. Berlin 1999.

