

Auswirkungen von Investitionen in die Infrastruktur von Filmtheatern bezüglich Besucher- und Umsatzsteigerungen

Vorwort

Im Rahmen der Unterstützungsmaßnahmen des Kulturortes Kino haben sich neben den brancheneigenen Fördersystemen der FFA in den letzten Jahren weitere Instrumente aus Steuermitteln etabliert, die von der BKM zur Verfügung gestellt und von der FFA verwaltet und ausbezahlt werden. Die Zukunftsprogram Kino (I und II) genannten Programme haben insbesondere in der Pandemie dafür gesorgt, dass die dem Infektionsschutz geschuldeten Betriebs-schließungen dafür genutzt werden konnten, umfangreichere Modernisierungen und Investitionen in die allgemeine Infrastruktur der Kinos vorzunehmen.

Ohne auf die Verschiedenheit der einzelnen Förderprogramme einzugehen, muss hervorgehoben werden, dass in unterschiedlicher Höhe ein erheblicher Teil der Mittel als Zuschuss gewährt wurde. In Verbindung mit herkömmlichen Krediten und Eigenmitteln wurde in den letzten vier Jahren eine größere Welle an Renovierungen und Modernisierungen der deutschen Filmtheaterlandschaft vorgenommen. Diese Effekte haben sich gerade bei der zur Rückgewinnung des Publikums nach den Kinoschließungen als besonders hilfreich erwiesen. Diese Analyse soll die Wirkung von Investitionen in die Kinoinfrastruktur auf die Besucher- und Umsatzentwicklung untersuchen.

Methode

Da bei Cineplex Deutschland (CPD) 90 Kinos von 26 Familienunternehmen in ganz Deutschland organisiert sind, können die Auswirkungen der Infrastrukturinvestitionen mit einer großen Bandbreite erfasst werden. Bei einem Marktanteil von gut 16 % und einer Verteilung der Kinos in allen Ortsgrößen und in 13 von 16 Bundesländern kann durchaus von einer repräsentativen Auswertung gesprochen werden.

Um die Effekte besser darstellen zu können, haben wir Besuch sowie den Umsatz aus Kartenverkäufen (Boxoffice) des Zeitraums 1. Januar bis 31. Juli 2023 mit dem gleichen Zeitraum des Jahres 2019 verglichen. Die Arbeitshypothese lautet: Kinos, die in den Jahren 2020-2022 maßgeblich in die Infrastruktur des Kinos investiert haben, haben sich sowohl im Hinblick auf Besuch als auch bezüglich des Ticketumsatzes besser und schneller auf der *Road to recovery* bewegt als solche Kinos, die nicht investiert haben.

Von den 90 Häusern bei Cineplex wurden nur solche in die Betrachtung einbezogen, die in beiden Jahren einen regulären Spielbetrieb hatten. Insgesamt wurden somit 79 Häuser mit zusammen 519 Leinwänden in die Betrachtung einbezogen. Das Unterscheidungskriterium war Art und Umfang der Renovierung.

Ergebnisse im Allgemeinen

Schon auf den ersten Blick wird erkennbar, welchen Effekt Renovierungen auf die Rückkehr der Besucher und deren Bereitschaft, den gestiegenen Komfort durch höhere Eintrittspreise zu akzeptieren, haben. Während die 25 Häuser mit größeren Renovierungen in der Summe einen Besucherzuwachs von etwa 2,5 % erzielt haben, lagen die nur teilweise renovierten Objekte in etwa auf dem Bundesniveau. Denn per 31. Juli lagen laut Comscore die

Abweichung des bundesweiten Kinobesuchs bei rund - 9 % im Vergleich zum Jahr 2019. Die dritte Kategorie der nicht renovierten Objekte hat in der Summe noch immer eine negative Besucherabweichung in Höhe von rund 30 %.

	Häuser	Leinwände	Besuch	Boxoffice
Renoviert	27	200	2,5%	24,1%
teilw. renoviert	29	207	-8,9%	16,8%
nicht renoviert	23	112	-30,8%	-18,5%
Summe CPD	79	519	-8,4%	13,3%
Bundesschnitt	lt. Comscore /FFA		-9,0%	3,2%

Durch die enorm gestiegenen Kosten haben nach der Pandemie nahezu alle Kinos Eintrittspreisanpassungen vornehmen müssen. Hat man in für den Kunden wahrnehmbare Bereiche das Angebot verbessert und investiert, schafft man einen entsprechenden Gegenwert für gestiegene Eintrittspreise. Eine zu große Steigerung drosselt die Nachfrage und insofern gilt es, den Punkt zu finden, bei dem der höchste Ertrag erzielt wird, was in der Tabelle durch die Steigerung des gesamten Umsatzes mit Eintrittskarten (Boxoffice) dargestellt wird. Bei den renovierten Häusern wird erkennbar, dass durch die erzielte Besuchersteigerung und des Eintrittspreises das Boxoffice insgesamt um 24 % steigt. Bei den nur teilweise erfolgten Renovierungen liegt die Besuchsveränderung auf Bundesniveau und das Boxoffice-Wachstum fällt niedriger aus. Besuch und Boxoffice sind bei den Häusern ohne eine nennenswerte Angebotsverbesserung deutlich negativ.

Ergebnisse im Einzelnen

Die im folgenden dargestellten Häuser stammen alle aus der ersten Kategorie der renovierten Häuser und haben in den vergangenen Jahren kleinere und größere Investitionen vorgenommen, die den Komfort (Bequemlichkeit, aber auch größeren Abstand zu anderen Gästen) deutlich erhöht haben, ferner Modernisierungen im Foyer, Verbesserungen im Bereich der Klimatisierung und Lüftung und nicht zuletzt im Bereich technischer Features wie Laserprojektion und Ton (zum Beispiel Dolby Atmos) umfassten. In allen Fällen handelte es sich um Verbesserungen, die dem Kunden im Regelfall sofort auffallen und den Kinobesuch deutlich verbessern.

Es handelt sich ferner um Kinos, die keine nennenswerten Kapazitätsveränderungen (Ausnahme ist Alsdorf mit zwei kleinen zusätzlichen Sälen) aufwiesen und wo sich an dem Standort keine Veränderung der Wettbewerbsverhältnisse ergeben hat.

Weiterhin bilden die genauer betrachteten Standorte ein großes Spektrum von Angebotsmerkmalen ab. Die angebotene Kapazität umfasst Häuser mit 5-11 Leinwänden, Kleinstädte sind ebenso vertreten wie größere Orte, überwiegend sind aber kleine und mittlere Städte berücksichtigt. Der Umfang der Modernisierung wurde nicht konkret erfasst. Allerdings ist in allen Häusern in die Bestuhlung und den Sitzkomfort investiert worden (z. B.: Sofa, Recliner, DBox, in einem Fall auch 4DX), eines der am meisten geschätzten und auch offensichtlichen Features einer Modernisierung.

Auch hier wurden lediglich die Besuchsveränderung und die des Gesamtumsatzes mit Eintrittskarten in den beiden Zeiträumen verglichen. Alle Standorte haben eine zum Teil sehr

deutlich bessere Besuchsentwicklung genommen als der bundesweite Trend. Weiterhin wurden zwei Kinos mit aufgenommen, deren Besuchsentwicklung etwas schwächer als bei den Topperformern ausgefallen ist, die aber dennoch durch eine geschickte Preisgestaltung ebenfalls eine deutliche Steigerung des Boxoffice erreichen konnten.

Stadt	Kino	LW	Besuch 23/19	BO 23/19
Bremen	Cineplex Cinespace	11	33%	36%
Alsdorf	Cineplex	9	20%	69%
Pforzheim	Rex	6	10%	38%
Meitingen	Cineplex	7	8%	38%
Neustadt	Cineplex	10	1%	29%
Bad Hersfeld	Cineplex	5	1%	23%
Neu-Ulm	Dietrich	11	-1%	43%
Amberg	Cineplex	8	-2%	35%
Passau	Cineplex	8	-7%	33%

Fazit

Es gibt einen klaren Zusammenhang zwischen der Qualität des Angebotes und der Nachfrage des Publikums. Diese Binsenweisheit ist keine neue Erkenntnis, macht aber dennoch deutlich, dass eine hochwertige Ausstattung, neue Sitzkonzepte, moderne Projektions- und Ton-technik in der Lage sind, die Besucherschichten, die während der Pandemie verloren gegangen sind, sukzessive wieder zurück ins Kino zu holen. Dies gelingt umso besser, je mehr der Publikumsgeschmack hinsichtlich Angebot und Ausstattung getroffen wird. In diesem Fall kommt nicht nur das Publikum schneller und im größerem Umfang wieder zurück in die Kinos, sondern ist darüber hinaus auch bereit, höhere Eintrittspreise zu akzeptieren und das Gesamterlebnis Kino zu genießen.

Unternehmen, die während der Pandemie ihre Reserven aufgezehrt haben, müssen in die Lage versetzt werden, die erforderliche Investition zur Modernisierung ihrer Infrastruktur zu leisten. Denn nur dann kehrt das Publikum zurück und ist bereit, die auch durch starke Kostensteigerungen ausgelösten höheren Preise zu akzeptieren.

Eine Kulturpolitik, die den Wert der Filmtheater erkennt, muss also daran interessiert sein, mit flankierenden Programmen die Finanzierung zu unterstützen.

Kim Ludolf Koch, 1. September 2023,

Cineplex Deutschland, Wuppertal

T +49 (0)202 / 515 701-22

kim.koch@cineplex.de



4

Cineplex Meitingen (LW: 7, Besuch: -12%, BO: 38%)



Cineplex Dietrich Neu-Ulm (LW: 11, Besuch: -1%, BO: 43%)



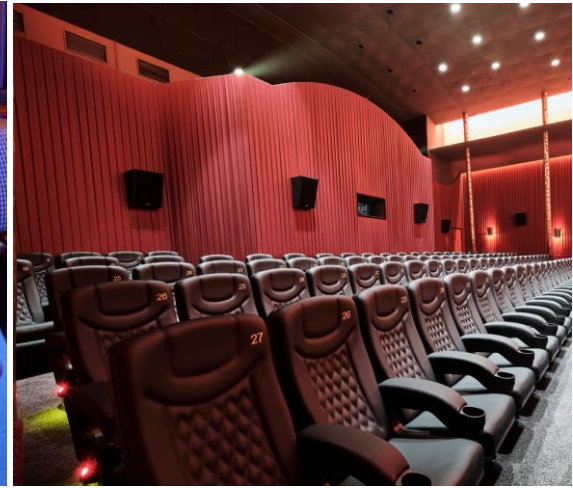
Cineplex Alsdorf (LW 9, Besuch: 20%, BO: 69%)



Cineplex Neustadt (LW: 10, BO: 29%)

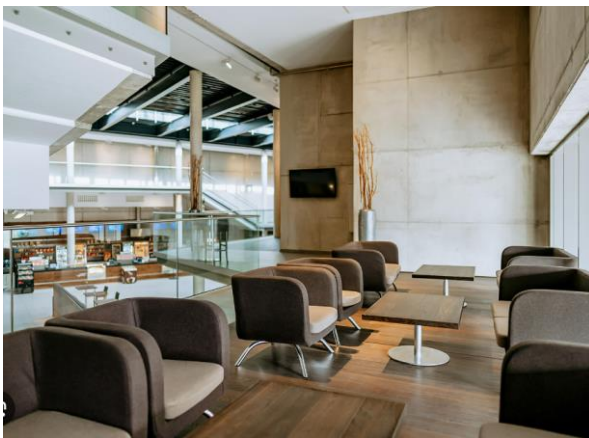


Cineplex Bad Herfeld (LW: 5, Besuch: 1%, BO: 23%)

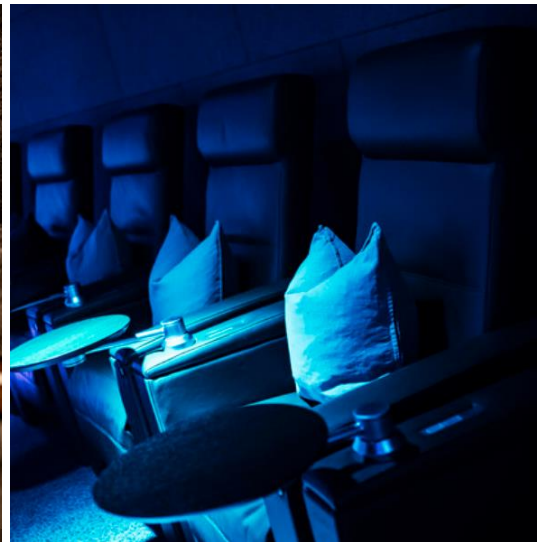


6

Rex Pforzheim (LW:6, Besuch: 10%, BO: 38%)



Cineplex Amberg (LW:8, Besuch: -2%, BO: 38%)



Cineplex Passau (LW: 8, Besuch: -7%, BO: 33%)



Cineplex Bremen (LW: 11, Besuch: 33%, BO: 36%)