

Chinas Kinokassen enttäuschten 2024 massiv

Chinas Kinobranche verzeichnete 2024 einen unerwarteten Rückgang: Die Einnahmen fielen um 23% auf 42,5 Milliarden Yuan. Ein Blick auf die Ursachen und Auswirkungen dieser Krise.



Ein wirtschaftlicher Rückgang führt normalerweise dazu, dass die Menschen mehr Geld für kleine Freuden wie den Besuch im Kino ausgeben. Doch die gegenwärtige wirtschaftliche Flaute der zweitgrößten Volkswirtschaft der Welt stellt diese langgehegte Theorie auf die Probe.

Kinokassen im Rückgang

Im letzten Jahr sanken die Einnahmen an den Kinokassen in China um 23 % im Vergleich zu 2023 und beliefen sich auf

lediglich 42,5 Milliarden Yuan (5,8 Milliarden US-Dollar), **berichtet** die China Film News, eine offizielle Zeitung der China Film Administration. Diese Zahlen wurden am Mittwoch veröffentlicht. Die Einnahmen lagen 34 % unter dem Rekordjahr 2019, dem besten Jahr der Filmindustrie, bevor eine Reihe von pandemiebedingten und wirtschaftlichen Herausforderungen auftraten.

Beliebtes Filmangebot

Der erfolgreichste Film des letzten Jahres war „Yolo“, ein feministischer Film, der von Jia Ling inszeniert und auch von ihr gespielt wurde. Die Geschichte folgt einer 30-jährigen Frau, die Gewicht verliert und ihr Selbstbewusstsein durch das Boxen zurückgewinnt. Die Feel-Good-Komödie, in der Jia während der Dreharbeiten 100 Pfund abnahm, erzielte Ticketverkäufe in Höhe von 3,5 Milliarden Yuan (474 Millionen US-Dollar), laut Maoyan.

„Komödien sind nach wie vor der beliebteste Filmtyp für das Publikum und trugen 36 % zum Jahresumsatz bei“, wurde Liu Zhenfei, ein Datenanalyst des Lighthouse Research Institute, **von der offiziellen Wirtschaftszeitung Economic Information Daily** am Donnerstag zitiert.

Weniger Produktionen in der Filmindustrie

Trotz dieser Erfolge war das Gesamtergebnis an den Kinokassen schwach. Der Rückgang war teilweise darauf zurückzuführen, dass weniger Filme produziert wurden. Laut offiziellen Daten wurden im Jahr 2024 nur 612 Filme produziert, verglichen mit 792 im Jahr zuvor.

Dieser Trend zeigt sich nicht nur in China. Laut **ProdPro**, das Produktionsdaten verfolgt, fiel die Zahl der aktiv produzierten Projekte weltweit zwischen Juli und September 2024 um 17 % im Vergleich zum gleichen Zeitraum im Jahr 2022, da die Branche weiterhin unter den Auswirkungen der disruptiven Hollywood-

Streiks von 2023 leidet.

Veränderungen im internationalen Kino

Diese Tendenz scheint auch zur Senkung des amerikanischen Kinokassenumsatzes um 3 % im letzten Jahr beigetragen zu haben, was insgesamt 8,72 Milliarden US-Dollar entsprach, **laut Berechnungen von Deadline.**

Überraschung für Branchenexperten

Der Rückgang der Filmindustrie in China kam für viele Experten überraschend, da die Kinos im Jahr 2023 **eine gute Performance zeigten**. Sie waren ein seltener Lichtblick in Chinas Wirtschaft, die nach der anfänglichen Erholung nach drei Jahren strenger Covid-19-Maßnahmen an Schwung verloren hatte.

Schwache Konsumausgaben

Historisch gesehen florieren Kinos während wirtschaftlicher Krisen, da sie für relativ moderate Preise eine Flucht aus der Realität bieten. Dies ist Teil eines Phänomens, das als **„Lipstick-Effekt“** bezeichnet wird, bei dem Verbraucher in Zeiten der Unsicherheit kleine Ausgaben tätigen.

Obwohl sich das wirtschaftliche Klima seit dem Beschluss von Xi Jinping, ein dringend benötigtes **Anreizpaket** im September umzusetzen, verbessert hat, bleibt der Konsum schwach.

„Belastet durch den anhaltenden Rückgang im Immobiliensektor und das schwache Verbrauchervertrauen verlangsamte sich der Konsum der chinesischen Haushalte 2024, wobei Tier-1-Städte (Peking, Shanghai, Guangzhou und Shenzhen), in denen die Vermögensverluste durch fallende Immobilienpreise erheblich sind, schlechter abschnitten als kleinere Städte“, schrieben Analysten von Goldman Sachs in einer am Dienstag

Herausforderungen für die chinesische Wirtschaft

Zusätzlich zu den schwachen Ausgaben leidet China unter einer Immobilienkrise, Schuldenproblemen und einer hohen Jugendarbeitslosigkeit. Bisher haben die Behörden keine wesentlichen Anreizmaßnahmen eingeführt, die direkt Geld an die Verbraucher fließen lassen, allerdings wurden sogenannte „Cash-for-Clunkers“-Programme gestartet, die den Verkauf von PKWs und Haushaltsgeräten ankurbelten.

Im vergangenen Monat führte die China Film Administration ein **Subventionsprogramm** ein, um die angeschlagene Kinobranche zu unterstützen. Laut der offiziellen Nachrichtenagentur Xinhua werden eine Reihe von Banken und Online-Buchungsplattformen gemeinsam 600 Millionen Yuan (82 Millionen US-Dollar) für ermäßigte Tickets und Gewinnspiele bereitstellen, um die Zahl der Kinobesucher im neuen Jahr zu steigern.

Details	
Quellen	• edition.cnn.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at