



**Die Kinobesucher 1999**  
**Strukturen und Entwicklungen**  
auf Basis des GfK-Panels  
(Fortschreibung der Studie vom Oktober 1999)

von

**Gerhard Neckermann**

Berlin, Mai 2000

## Vorwort

Die vorliegende Studie **Die Kinobesucher 1999** schreibt die von der FFA seit neun Jahren herausgegebenen Ausarbeitungen über die Struktur und Entwicklung des Kinobesuchs in Deutschland fort. Nach wie vor stützt sich die Arbeit auf die GfK-Panel-Ergebnisse (Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg). Das GfK-Panel umfaßt 10.000 Teilnehmer und berücksichtigt im Gegensatz zu dem von der FFA erhobenen Gesamtkinobesuch in Deutschland nur Besucher deutscher Nationalität im Alter ab 10 Jahren aus Privathaushalten. Hierdurch fallen die absoluten Zahlen geringer aus, und es ergeben sich quantitative Abweichungen, auf die der Bericht ausdrücklich hinweist.

Für 1999 hat die FFA erstmals einen direkten Zugriff auf das GfK-Panel, soweit es den Kinobesuch in Deutschland betrifft. Somit können detailliertere Auswertungen hinsichtlich Altersgruppen, Besuchshäufigkeit, Geschlecht, Berufsgruppen, Haushaltseinkommen, Besuch nach Wochentagen usw. untersucht werden. In früheren Berichten wurde der Besuch **nur mengenmäßig** aufgeteilt (nach der Zahl der **verkauften Eintrittskarten**) - jetzt ist erstmals auch eine grundsätzliche Gegenüberstellung mit der jeweiligen Aufteilung in bezug auf die Bevölkerung und die Kinogänger nach ihrer **Personenzahl** möglich. Erstmals können dadurch der jeweilige **Anteil der Kinogänger und Nichtkinogänger** innerhalb der einzelnen Bevölkerungsgruppen ausgewiesen werden sowie die jeweilige durchschnittliche **Besuchsintensität** dieser Personen (Zahl der **Besuche pro Person** im Jahr).

**Neu** hinzugekommen sind Auswertungen zu den Merkmalen **Schulbildung** und der **Kinderanzahl im Haushalt**.

Erstmals kann auch für die **TOP-30-Filme** in Deutschland nicht nur eine auszugsweise, sondern vollständige Darstellung der jeweiligen Besucher-Zusammensetzungen zu den einzelnen Filmtiteln vorgenommen werden. Außerdem werden einzelne demographische Evaluierungskriterien, wie Besuchsintensität, Geschlecht, Wohnortgröße, Schulbildung, Berufsgruppen, Haushaltsgröße usw. in bezug auf die TOP-30-Filme eingehend untersucht.

FILMFÖRDERUNGSANSTALT  
Der Vorstand

(gez. Unterschrift Bähr)

Rolf Bähr

Berlin, im Mai 2000

# Inhalt

	Seite
<a href="#"><u>Allgemeine Entwicklung</u></a>	2
<a href="#"><u>Altersgruppen</u></a>	6
<a href="#"><u>Besuchsintensität</u></a>	12
<a href="#"><u>Geschlecht</u></a>	15
<a href="#"><u>Wohnortgröße</u></a>	20
<a href="#"><u>Schulbildung</u></a>	24
<a href="#"><u>Berufsgruppen</u></a>	27
<a href="#"><u>Haushaltsgröße</u></a>	31
<a href="#"><u>Kinderanzahl im Haushalt</u></a>	34
<a href="#"><u>Haushalts-Nettoeinkommen</u></a>	36
<a href="#"><u>Wochentag des Kinobesuchs</u></a>	38
<a href="#"><u>Uhrzeit des Filmbeginns</u></a>	41
<a href="#"><u>Eintrittspreis</u></a>	42
<a href="#"><u>Zusammenfassung</u></a>	44

## Allgemeine Entwicklung

Das **Filmjahr 1999** übertraf mit insgesamt 149,0 Mio. Besuchern nur geringfügig das Ergebnis des Vorjahres, dem „Titanic-Jahr“ (148,9 Mio. Besucher). Obwohl diesmal ein außergewöhnlicher Erfolgsfilm fehlte, konnte das hohe Besuchsniveau gehalten werden.

**Im Vergleich zu 1991**, dem ersten Jahr der Miterfassung der Ergebnisse in den neuen Bundesländern, ist der Filmbesuch **um knapp ein Viertel (+24 %) gestiegen**. Dieser Zuwachs war vor allem eine Folge des Investitionsbooms in der Branche, der den Besuch im Kino attraktiver machte.

Auch im Jahr 1999 wäre durch **die im Laufe des Jahres neueröffneten Kinos** eine Steigerung des Gesamtbesuch zu erwarten gewesen. Daß diese Steigerung nicht zustande kam, ist auf das Fehlen eines so außergewöhnlichen Erfolgs wie „Titanic“ zurückzuführen.

Top-20 des Jahres 1998	Top-20 des Jahres 1999
Filmtitel (Besucherzahl)	Filmtitel (Besucherzahl)
1 Titanic (18,0 Mio.)	1 Star Wars: Episode I - Die dkl. Bedrohung (8,0 Mio.)
2 Armageddon (5,3 Mio.)	2 Notting Hill (5,4 Mio.)
3 Der Pferdeflüsterer (4,0 Mio.)	3 Die Mumie (4,9 Mio.)
4 Dr. Dolittle (3,8 Mio.)	4 Die Braut, die sich nicht traut (4,8 Mio.)
5 Der Soldat James Ryan (3,6 Mio.)	5 Tarzan (4,3 Mio.)
6 Mulan (3,3 Mio.)	6 Matrix (4,3 Mio.)
7 Deep Impact (3,1 Mio.)	7 Das große Krabbeln (3,6 Mio.)
8 Besser geht's nicht (3,1 Mio.)	8 James Bond - Die Welt ist nicht genug (3,6 Mio.)
9 Godzilla (2,95 Mio.)	9 Asterix & Obelix gegen Cäsar (3,6 Mio.)
10 Verrückt nach Mary (2,7 Mio.)	10 E-Mail für Dich (3,5 Mio.)
11 Stadt der Engel (2,5 Mio.)	11 Shakespeare in Love (3,3 Mio.)
12 Akte X: Der Film (2,4 Mio.)	12 Rush Hour (3,1 Mio.)
13 Flubber (2,4 Mio.)	13 Werner III - Volles Rooäää!!! (2,8 Mio.)
14 Die Truman Show (2,3 Mio.)	14 Wild Wild West (2,5 Mio.)
15 Comedian Harmonists (2,3 Mio.)	15 Star Trek - Der Aufstand (2,2 Mio.)
16 Lethal Weapon IV - Zwei Profis ... (2,3 Mio.)	16 Message in a Bottle (2,2 Mio.)
17 Mäusejagd (2,1 Mio.)	17 Eine wie keine (2,1 Mio.)
18 James Bond - Der Morgen stirbt nie (2,1 Mio.)	18 Das Geisterschloß (2,1 Mio.)
19 Lola rennt (2,1 Mio.)	19 Eiskalte Engel (2,0 Mio.)
20 In & Out (1,98 Mio.)	20 Sonnenallee (1,9 Mio.)

Quelle: FFA

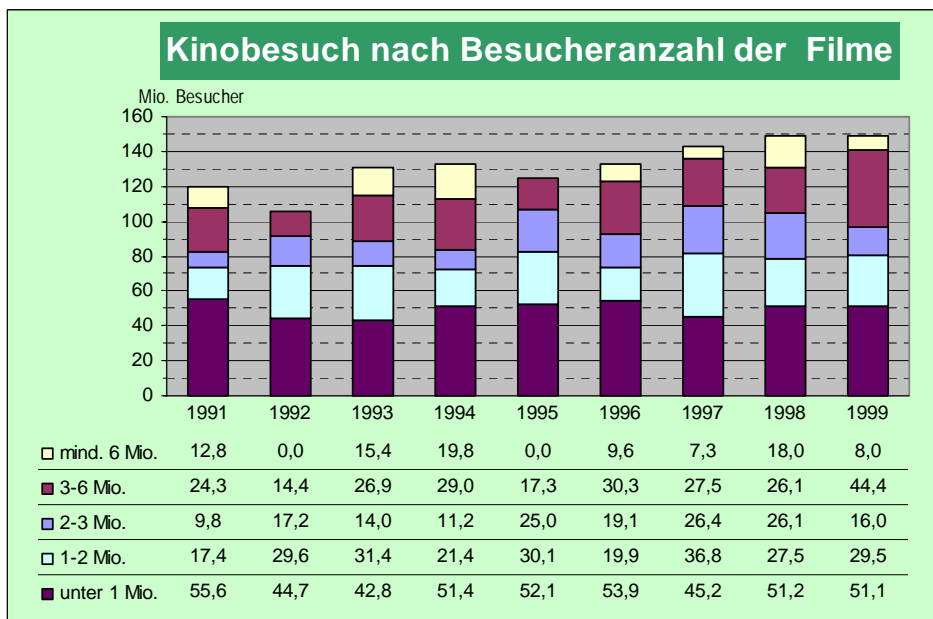
Seit 1997 ist die Zahl der Filme, die mindestens 2 Mio. Besucher erreichten, konstant (19 Filme je Jahr). Der überragende Titanic-Erfolg im Jahr 1998 ging also nicht zu Lasten anderer Filme mit mindestens 2 Mio. Besuchern, sondern nur zu Lasten der Filme mit 1 bis 2 Mio. Besuchern.

Im Jahr 1999 gab es **Verschiebungen innerhalb der Gruppe der Top-Filme**: Der Top-Film („Star Wars: Episode I“) hatte zwar mit 8 Mio. Besuchern ein sehr gutes Ergebnis, erreichte aber trotzdem nicht mal die Hälfte des Volumens von „Titanic“ (18 Mio. Besucher). Die Zahl und die Bedeutung der **Filme mit 3 bis 6 Mio. Besuchern** hat dafür deutlich **zugenommen** (von 7 auf 11 Filme; +18,3 Mio. Besucher), zum überwiegenden Teil jedoch **zu Lasten der Filme mit 2 bis 3 Mio. Besuchern** (Rückgang von 11 auf 7 Filme; -10,1 Mio. Besucher).

Bei den Filmen mit weniger als 2 Mio. Besuchern hat sich wenig verändert: Der **Besuch von Filmen mit unter 1 Mio. Besuchern blieb konstant** und der Besuch von Filmen mit 1 bis 2 Mio. Besuchern hat leicht zugenommen.

Zahl der Millionen-Hits										
Filme mit ... Besuchern	Anzahl Filme									Durchschnitt 1991-1999
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	
mind. 6 Mio.	2	-	2	3	-	1	1	1	1	1
3,0 bis 5,9 Mio.	6	4	7	7	5	8	7	7	11	7
2,0 bis 2,9 Mio.	4	7	6	4	10	8	11	11	7	8
1,0 bis 1,9 Mio.	12	20	22	15	20	16	26	20	21	19
Summe	24	31	37	29	35	33	45	39	40	35

Quelle: FFA-Hitlisten



Quelle: FFA-Hitlisten

Die Ergebnisse des **GfK-Panels** ermöglichen es, den Kinobesuch detaillierter nach verschiedenen sozio-demografischen und besuchsbezogenen Merkmalen der Kinobesucher zu analysieren.

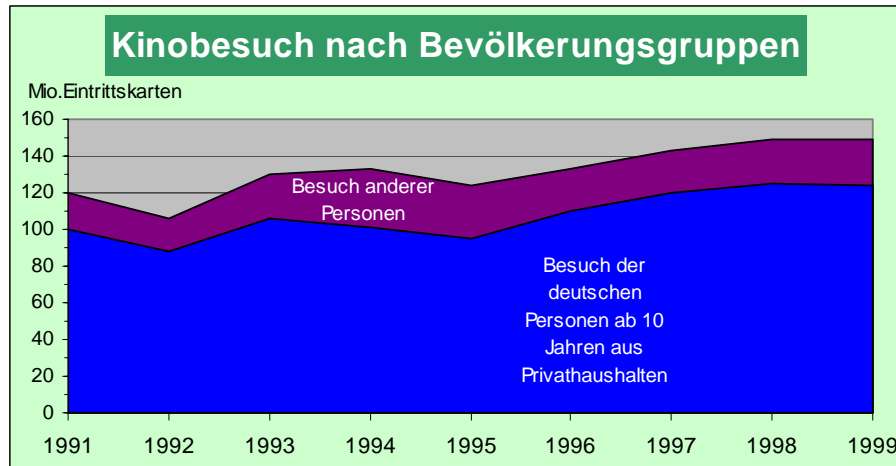
Das Panel umfaßt 10.000 Teilnehmer, die repräsentativ für 62,9 Mio. deutsche Personen ab 10 Jahren stehen.

Im Panel nicht repräsentiert sind: Kinder unter 10 Jahren, Ausländer, Personen, die in Anstalten leben (z. B. Altenheime, Gefängnisse) sowie Personen, die ständig auf Reisen sind (z.B. Vertreter, Schausteller, Artisten).

Im folgenden wird, soweit nicht gesondert erwähnt, ausschließlich auf die Ergebnisse des GfK-Panels eingegangen, das 83 % des Gesamtbesuchs erklärt.

Während sich der Kinobesuch der Gesamtbevölkerung den FFA-Erhebungen zufolge im vergangenen Jahr nur geringfügig erhöht hat, ist er in der Bevölkerung nach GfK-Abgrenzung um 1 % zurückgegangen. Dies liegt darin begründet, daß es **im Jahr 1999 erfolgreichere Kinderfilme** gab und der Kinobesuch der Kinder unter 10 Jahren von der GfK nicht erfaßt wird. Allein die drei erfolgreichsten Kinderfilme des

vergangenen Jahres („Tarzan“, „Das große Krabbeln“, „Asterix und Obelix“) erreichten zusammen 11,5 Mio. Besucher, im Jahr zuvor erreichten die drei erfolgreichsten Kinderfilme („Dr. Dolittle“, „Mulan“, „Flubber“) dagegen 9,5 Mio. Besucher. Rund zwei Fünftel der Besucher dieser Filme dürften Kinder unter 10 Jahren gewesen sein.



Quellen: FFA, GfK Panel Services

Auf Basis des von der GfK erfaßten Besuchs (123,6 Mio. verkaufte Eintrittskarten) errechnet sich für die Bevölkerung in GfK-Abgrenzung (62,9 Mio. Personen) für das Jahr 1999 eine **Besuchsintensität** von 2,0 Besuchen je Person. Diese liegt aufgrund der Nichtberücksichtigung von Bevölkerungsgruppen, die eher selten ins Kino gehen (u. a. Kinder und ausländische Personen), über dem tatsächlichen Wert für die Gesamtbevölkerung, der nach Angaben der FFA bei 1,8 Besuchen je Einwohner lag.

Gegenüber dem Vorjahr blieb die Besuchsintensität nach beiden Abgrenzungen konstant.

Der von der GfK erfaßte Besuch ist von 1998 auf 1999 zwar nur um 1 % von 124,9 Mio. verkauften Eintrittskarten auf 123,6 Mio. zurückgegangen, die **Zahl der Kinogänger** ist jedoch **sehr deutlich** von 22,8 Mio. Personen auf 20,4 Mio. Personen **zurückgegangen** (-10,5 %). Gingen im Jahr 1998 also noch 36 % der Bevölkerung in GfK-Abgrenzung ins Kino, waren es im Jahr 1999 nur 32 %.

Die nur auf die Kinogänger bezogene **Besuchsintensität** hat damit **zugenommen**. Die durchschnittliche Zahl der Besuche der Kinogänger (nicht der Bevölkerung) stieg in GfK-Abgrenzung von 5,5 Besuchen im Jahr 1998 auf 6,1 Besuche im Jahr 1999.

Die **Zahl der Kinogänger** ist von Jahr zu Jahr **starken Veränderungen unterworfen**:

Rund ein Viertel aller Kinogänger des Jahres 1997 waren im darauffolgenden Jahr, dem „Titanic“-Jahr, nicht ins Kino gegangen. Im Jahr 1999 waren sogar annähernd ein Drittel der Kinogänger des Jahres 1998 nicht wieder ins Kino gegangen.

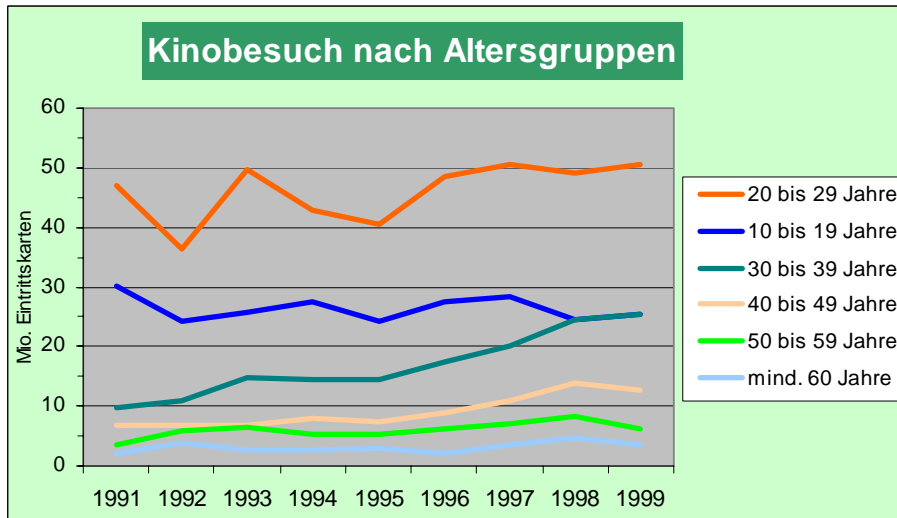
Im Gegenzug waren rund ein Viertel der Kinogänger des Jahres 1998 neue Besucher bzw. im Jahr 1997 nicht im Kino. Der Anteil der neuen Besucher im Jahr 1999 betrug gut ein Fünftel.

Diese neuen Besucher, die nicht in jedem Jahr ins Kino gingen, sahen sich im Jahr des Besuchs durchschnittlich zwei Filme an, die übrigen (regelmäßigen) Kinogänger im Durchschnitt dagegen sieben Filme. Aufgrund der niedrigen Besuchsintensität ist die Bedeutung der **nicht jedes Jahr ins Kino gehenden Personen** für den Gesamtbesuch deutlich geringer als ihre Bedeutung für die Kinogängerschaft. Rund ein Zehntel des Gesamtbesuchs des jeweiligen Jahres entstand durch diese Besuchergruppe.

Der Film „Titanic“ hat somit nicht, wie vermutet werden konnte, überdurchschnittlich viele neue Besucher ins Kino gebracht. Die Wirkung des Filmes lag darin, daß die **regelmäßigen Kinogänger**, die in „Titanic“ waren, im gleichen Jahr **noch öfter ins Kino** gegangen sind. Im Jahr nach „Titanic“ ging ihr Besuch dann deutlich zurück, während die Besuchsintensität der Kinogänger, die nicht in „Titanic“ waren, zugenommen hat.

Per Saldo gingen im Jahr 1999 ebenso viele „Titanic“-Besucher wieder verloren wie im Vorjahr hinzugekommen waren. Die Verluste bei den **Nicht-„Titanic“-Besuchern** fielen dagegen größer aus als die entsprechenden Zugewinne im Vorjahr. Insgesamt war die **Anzahl der neu- oder wiedergewonnenen Kinogänger** des Jahres 1999 **geringer als die der verlorengegangenen Kinogänger**.

# Altersgruppen



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

Altersgruppe		Mio. Eintrittskarten									Entwicklung (1991 = 100)								
		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
10 bis 15 Jahre		.	6,1	6,6	7,8	6,3	6,3	7,3	8,2	10,0	.	.	.	.	.	.	.	.	.
16 bis 19 Jahre		.	18,1	19,1	19,6	18,0	21,1	21,0	16,2	15,3	.	.	.	.	.	.	.	.	.
10 bis 19 Jahre		30,2	24,2	25,7	27,4	24,3	27,4	28,3	24,3	25,3	100	80	85	91	80	91	94	81	84
20 bis 24 Jahre		.	21,8	29,0	26,3	23,0	28,6	30,1	29,1	30,1	.	.	.	.	.	.	.	.	.
25 bis 29 Jahre		.	14,5	20,6	16,7	17,4	20,0	20,4	20,0	20,4	.	.	.	.	.	.	.	.	.
20 bis 29 Jahre		47,1	36,3	49,6	43,0	40,4	48,6	50,5	49,1	50,5	100	77	105	91	86	103	107	104	107
30 bis 39 Jahre		9,9	11,0	14,9	14,5	14,6	17,4	20,0	24,4	25,3	100	111	151	146	147	176	202	246	256
40 bis 49 Jahre		6,8	6,9	6,8	8,0	7,4	8,9	11,0	14,0	12,8	100	101	100	118	109	131	162	206	188
50 bis 59 Jahre		3,6	5,8	6,5	5,4	5,2	6,1	7,1	8,4	6,2	100	161	181	150	144	169	197	233	172
mind. 60 Jahre		2,0	3,8	2,7	2,8	2,9	2,0	3,4	4,6	3,5	100	190	135	140	145	100	170	230	175
Insgesamt		99,6	88,0	106,2	101,1	94,8	110,4	120,3	124,9	123,6	100	88	107	102	95	111	121	125	124
Altersgruppe		Veränderung zum Vorjahr in %									Aufteilung in %								
		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
10 bis 15 Jahre		.	.	8	18	-19	0	16	12	23	.	7	6	8	7	6	6	6	8
16 bis 19 Jahre		.	.	6	3	-8	17	0	-23	-6	.	21	18	19	19	19	17	13	12
10 bis 19 Jahre		.	-20	6	7	-11	13	3	-14	4	30	28	24	27	26	25	23	19	20
20 bis 24 Jahre		.	.	33	-9	-13	24	5	-3	3	.	25	27	26	24	26	25	23	24
25 bis 29 Jahre		.	.	42	-19	4	15	2	-2	2	.	16	19	17	18	18	17	16	17
20 bis 29 Jahre		.	-23	37	-13	-6	20	4	-3	3	47	41	47	43	43	44	42	39	41
30 bis 39 Jahre		.	12	35	-3	1	19	15	22	4	10	12	14	14	15	16	17	20	21
40 bis 49 Jahre		.	1	-1	18	-8	20	24	27	-9	7	8	6	8	7	8	9	11	10
50 bis 59 Jahre		.	62	12	-17	-4	17	16	18	-26	4	7	6	5	5	6	6	7	5
mind. 60 Jahre		.	94	-29	4	4	-31	70	35	-24	2	4	3	3	3	2	3	4	3
Insgesamt		.	-12	21	-5	-6	16	9	4	-1	100	100	100	100	100	100	100	100	100

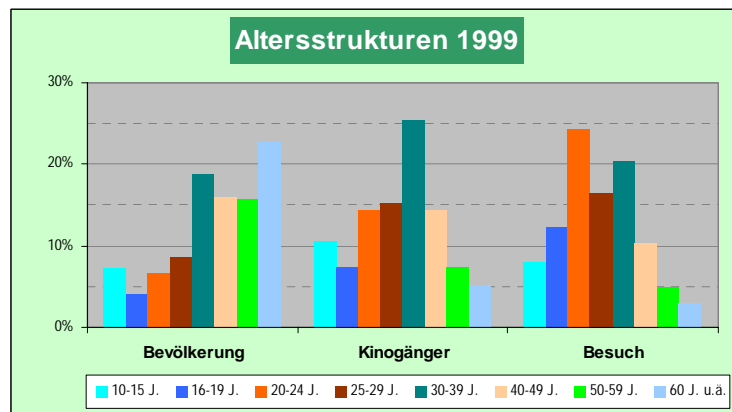
Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

In den neunziger Jahren hat sich die Alterszusammensetzung des Kinopublikums deutlich gewandelt. Zu Beginn des Jahrzehnts wurden noch mehr als drei Viertel der Eintrittskarten an Besucher verkauft, die jünger als 30 Jahre waren, ein Zehntel ging an die 30-39jährigen, der Rest an die mindestens 40jährigen.

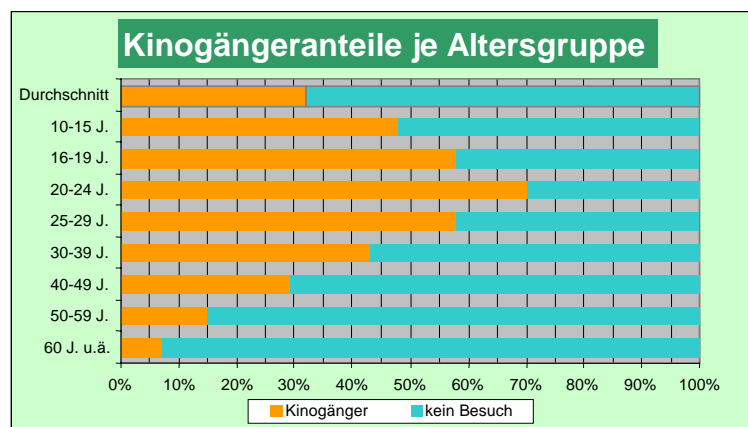


Die Teenies (10- bis 19jährige) und die Twens (20- bis 29jährige) verloren hinsichtlich des Gesamtbesuchs an Bedeutung. Der Anteil der **30- bis 39jährigen** am Kinobesuch hat sich dagegen **verdoppelt** und ist nun ebenso hoch wie der Anteil der Teenies (10- bis 19jährige). Auch die mindestens 40jährigen haben als Besuchergruppe an Bedeutung gewonnen.

Während bei den **Teenies** die Anteilsverluste mit einem absoluten **Rückgang** des Kinobesuchs einhergingen, hat sich im selben Zeitraum bei den Twens (20- bis 29jährige) trotz deutlicher Anteilsverluste bei der Personenzahl das absolute Besuchsniveau sogar etwas erhöht.



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services



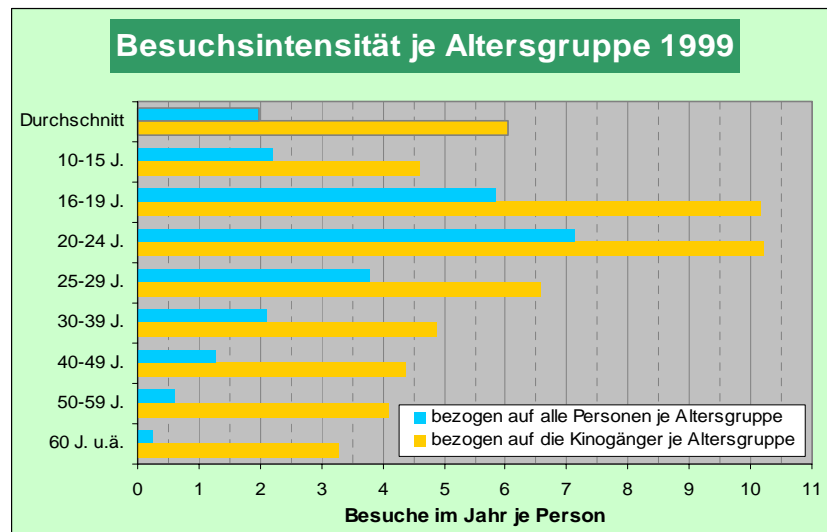
Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

Bei den Twens sind es vor allem die **20- bis 24jährigen**, die das Bild prägen. Ihr Anteil an der Bevölkerung (in GfK-Abgrenzung) betrug im vergangenen Jahr zwar nur 7 %, doch sorgten sie für knapp ein Viertel des Gesamtbesuchs.

Gut zwei Drittel aller Personen dieser Altersgruppe waren im Jahr 1999 im Kino und zwar durchschnittlich zehnmal. Auf die Gesamtzahl der Personen dieser Altersgruppe bezogen (also einschl. der Nicht-Kinogänger) errechnen sich 7 Besuche je Person.

Auch die **16- bis 19jährigen** Kinobesucher gingen im vergangenen Jahr durchschnittlich zehnmal ins Kino. Da der Anteil der Kinogänger in dieser Bevölkerungsgruppe jedoch niedriger war (58 %) als bei den jungen Twens, ist die

für die gesamte Altersgruppe errechnete Besuchsintensität bei ihnen mit knapp 6 Besuchen etwas niedriger.



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

Von den **30- bis 39jährigen** haben im vergangenen Jahr zwar weniger als die Hälfte (43 %) das Kino besucht, trotzdem stellen sie aufgrund ihrer Bedeutung in der Gesamtbevölkerung zahlenmäßig das größte Kontingent an den Kinogängern (personenmäßig, nicht besuchsmäßig!).

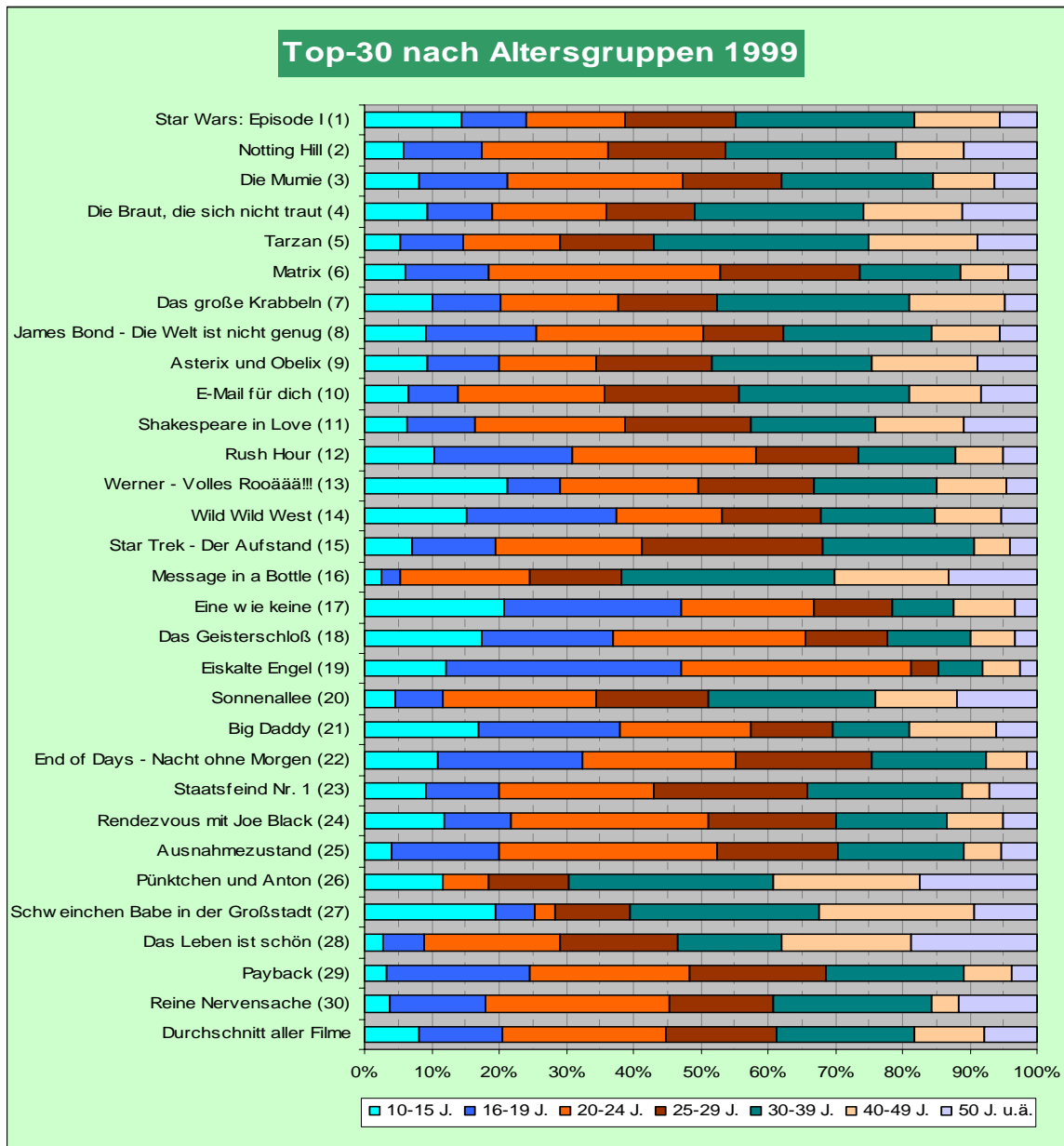
Ab Mitte 20 nimmt **mit zunehmendem Alter** der Anteil der Kinogänger je Altersgruppe sowie die auf die Altersgruppe bezogene Besuchsintensität rapide ab. Werden jedoch nur die Kinogänger in diesen Altersgruppen betrachtet, so ist deren Besuchsintensität mit 3 (bei den mindestens 60jährigen) bzw. 4 Besuchen pro Person im Jahr (bei den 40- und 50jährigen) beachtlich.

Der im ersten Kapitel erwähnte **Rückgang** der Zahl der **Kinogänger** im Jahr **1999** gegenüber dem Vorjahr fand vor allem beim älteren Publikum statt; in abgeschwächter Form auch bei den Jugendlichen im Alter zwischen 16 und 19 Jahren. In allen anderen Altersgruppen ist die Zahl der Kinogänger nur geringfügig gesunken.

Bei den Älteren (ab 40 Jahre) und bei den Jugendlichen (16- bis 19jährige) konnte der Rückgang der Zahl der Kinogänger trotz einer **Intensivierung des Besuchsverhaltens** der verbleibenden Kinogänger nicht vollständig ausgeglichen werden. Bei den anderen Altersgruppen wurde der Rückgang durch eine Intensivierung mehr als ausgeglichen - am weitest stärksten bei den Jugendlichen unter 16 Jahren.

Insgesamt betrachtet war zwar „Star Wars: Episode I“ der mit Abstand erfolgreichste Film des vergangenen Jahres, doch war er nicht bei allen Altersgruppen der **Top-Film**. Bei den 20- bis 24jährigen kamen „Matrix“ und „Die Mumie“ noch besser an. Bei den mindestens 50jährigen lag „Notting Hill“ auf Platz 1 vor „Die Braut, die sich nicht traut“ und „Star Wars“.

Für die einzelnen Filmtitel der **Top-30** der FFA-Hitliste wurden detaillierte Auswertungen über die Zusammensetzung des Publikums vorgenommen:



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!

Quelle: GfK-Panel Services

Die **10- bis 15jährigen** waren vor allem bei „Werner - Volles Rooäää!!!“, „Eine wie keine“, „Schweinchen Babe in der Großstadt“, „Das Geisterschloß“ sowie „Big Daddy“ überrepräsentiert,  
 die **16- bis 19jährigen** bei „Eiskalte Engel“, „Eine wie keine“, „Wild Wild West“, „End of Days“, „Payback“, „Big Daddy“, „Rush Hour“ und „Das Geisterschloß“.  
 Die **20- bis 24jährigen** waren u. a. bei „Matrix“, „Eiskalte Engel“, „Ausnahmезustand“, „Rendezvous mit Joe Black“ und „Das Geisterschloß“ überrepräsentiert,  
 die **25- bis 29jährigen** bei „Star Trek - Der Aufstand“, „Staatsfeind Nr. 1“ und „Matrix“.

Die **30- bis 39jährigen** waren zum einen bei den Kinderfilmen (als Begleitperson) deutlich überrepräsentiert, zum anderen aber auch bei „Message in a Bottle“ und „Star Wars“.

Auch die **40- bis 49jährigen** waren bei Kinderfilmen überrepräsentiert, daneben ebenfalls bei „Message in a Bottle“ und „Das Leben ist schön“.

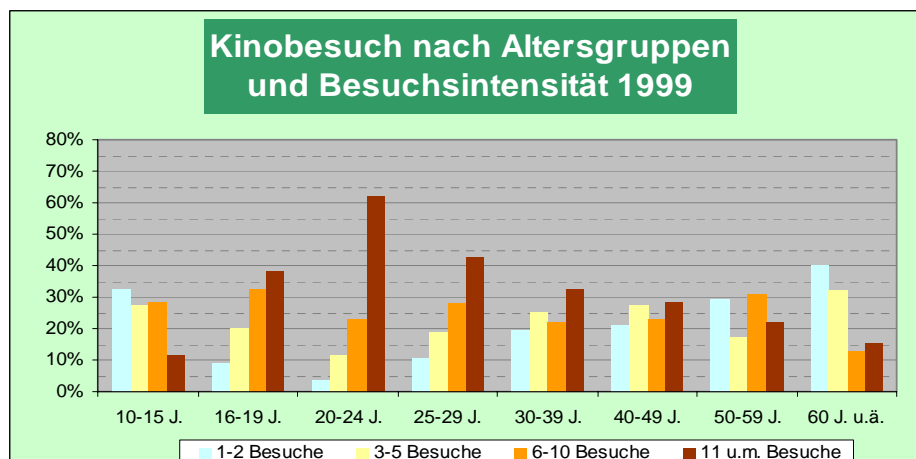
Die **Älteren** (über 50 Jahre) waren am deutlichsten bei „Das Leben ist schön“ und „Pünktchen und Anton“ überrepräsentiert.

Wird das Kinopublikum aufgeteilt in die unter 30jährigen (aber mindestens 10 jährigen) und in die über 30jährigen, so gab es **bei einigen Filmen** der Top-30 Liste eine deutliche **Polarisierung des Publikums**:

Außer bei einigen Kinderfilmen, bei denen die Eltern oder Großeltern als Begleitperson eine große Bedeutung haben, die aber für die über 10jährigen nicht so attraktiv waren („Pünktchen und Anton“, „Schweinchen Babe in der Großstadt“, „Tarzan“) haben vor allem „Message in a Bottle“, „Das Leben ist schön“, „Die Braut, die sich nicht traut“ und „Sonnenallee“ in starkem Maße die über 30jährigen angezogen. Bei den unter 30jährigen fanden diese Filme eher ein geringes Interesse. Uninteressant für diese Altersgruppe der über 30jährigen waren dagegen vor allem „Eiskalte Engel“, „Eine wie keine“, „Das Geisterschloß“, „End of Days“, „Matrix“ und „Rush Hour“.

Im folgenden werden die Altersgruppen detaillierter nach ihrer Besuchsintensität und nach der Größe ihres Wohnortes betrachtet:

Außer bei den 16- bis 29jährigen sind die **seltenen Kinogänger** (1 bis 2 Besuche im Jahr) **personenmäßig** die **mit großem Abstand stärkste Besuchergruppe**. Lediglich bei den 20- bis 24jährigen, die auch die höchste Besuchsintensität aller Altersgruppen haben, sind die Intensiv-Kinogänger (mehr als 10 Besuche im Jahr) zahlenmäßig größer.

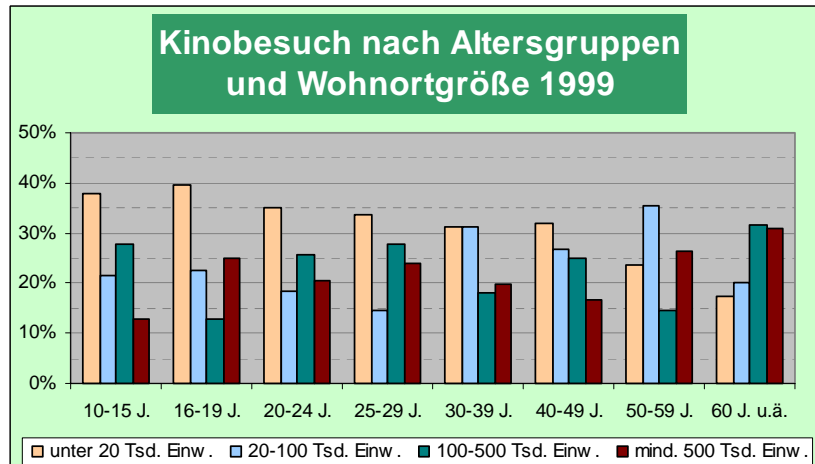


Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!

Quelle: GfK-Panel Services

Da die **Intensiv-Kinogänger** wesentlich öfter als die übrigen Besucher ins Kino gehen, fällt diese hohe Besuchsintensität in den meisten Altersgruppen so sehr ins Gewicht, daß sie gemessen am Gesamtbesuch **den höchsten Besuchsanteil**

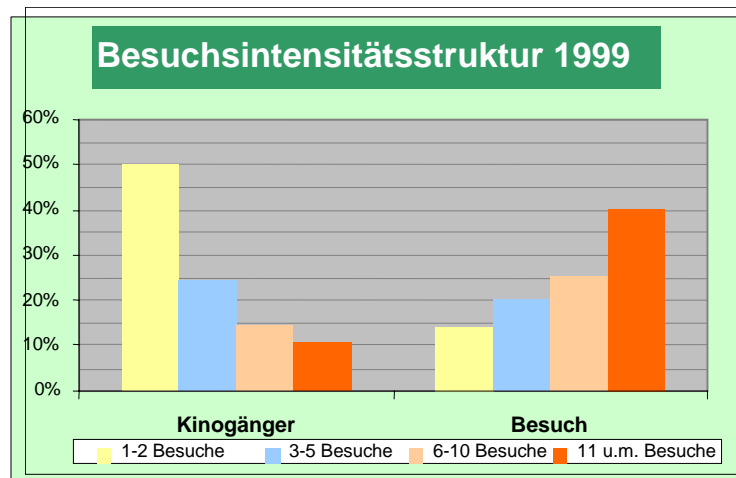
haben. Lediglich bei den jüngeren Jugendlichen (unter 16 Jahre) und bei den Älteren über 50 Jahre haben andere Besuchergruppen größere Besuchsanteile.



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK Panel-Services

In der Bevölkerung haben die Personen **aus den kleinen Orten** mit weniger als 20.000 Einwohnern den größten Anteil. Außer bei den 30- bis 39jährigen und bei den mindestens 50jährigen haben sie trotz einer relativ geringen Besuchsintensität auch den höchsten Besuchsanteil. Insbesondere der Kinobesuch der mindestens 60jährigen kommt jedoch mehrheitlich durch die Bewohner aus den Städten mit mehr als 100.000 Einwohnern zustande.

## Besuchsintensität



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

Die  **Hälfte der Kinobesucher** geht  **selten** (ein- bis zweimal im Jahr)  **ins Kino**. Daher hatten diese Besucher nur einen Anteil am Gesamtbesuch der deutschen Personen ab 10 Jahren in Höhe von 14 % im Jahr 1999 (16 % in 1998).<sup>1</sup> Die  **Intensiv-Kinogänger** (mehr als 10 Besuche im Jahr) stellten zwar nur 11 % (9 % 1998) der Besucher, hatten aber einen Anteil am Gesamtbesuch von 41 % (37 %).

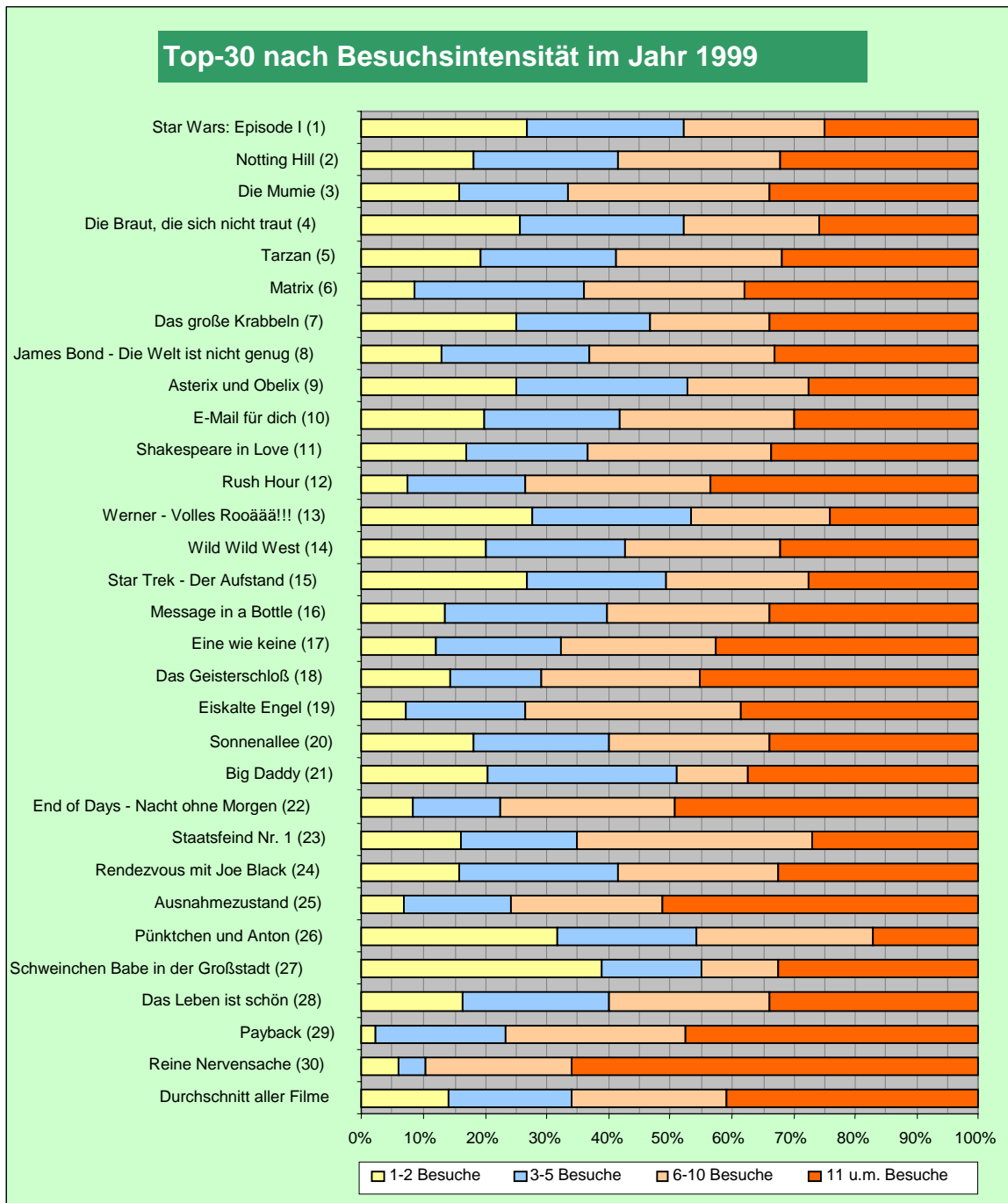
Der allgemeine Rückgang der Zahl der Kinogänger von 1998 auf 1999 ist auf den Rückgang der Zahl der seltenen und gelegentlichen Besucher (maximal 5 Besuche im Jahr) zurückzuführen. Hier macht sich die im ersten Kapitel erwähnte hohe Fluktuation zwischen Kinogängern und Nicht-Kinogängern bemerkbar, bei der im vergangenen Jahr der Saldo zwischen Nichtmehr-Besuchern und Neubesuchern negativ war.

Die Zahl der Intensiv-Kinogänger hat dagegen zugenommen und hat den durch die seltenen und gelegentlichen Kinogänger bedingten Besuchsrückgang weitgehend ausgeglichen.

Die erfolgreichsten Filme des Jahres benötigen für ihren großen Erfolg den Besuch der  **seltenen und gelegentlichen Kinogänger**. Umgekehrt regt der Erfolg wohl auch diese Besuchergruppe zum Besuch an. Deshalb sind diese Besucher  **bei den Top-Filmen** im allgemeinen  **überrepräsentiert**.

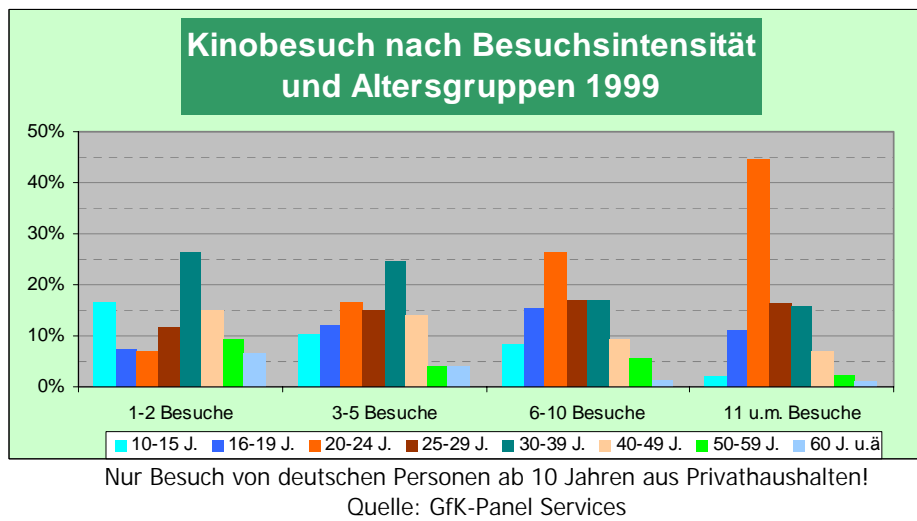
Lediglich bei denjenigen Top-Hits der Kerngruppe der Kinogänger, den 16- bis 29jährigen, die aufgrund ihres Themas oder ihrer Machart fast ausschließlich diese sehr häufig ins Kino gehende Publikumsschicht ansprechen, sind in einigen Fällen die seltenen und gelegentlichen Kinogänger unterrepräsentiert (z. B. „End of Days“, „Payback“, „Ausnahmestand“, „Eiskalte Engel“, „Das Geisterschloß“).

<sup>1</sup> Für die früheren Berichte wurden von der GfK versehentlich nicht die hochgerechneten Werte der durchgehenden, sondern der vollen Masse, also auch einschließlich der Besucher, die nicht das ganze Jahr am Panel teilgenommen haben, ausgewiesen. Dies führte zu verzerrten Ergebnissen bei der Besuchsintensität.

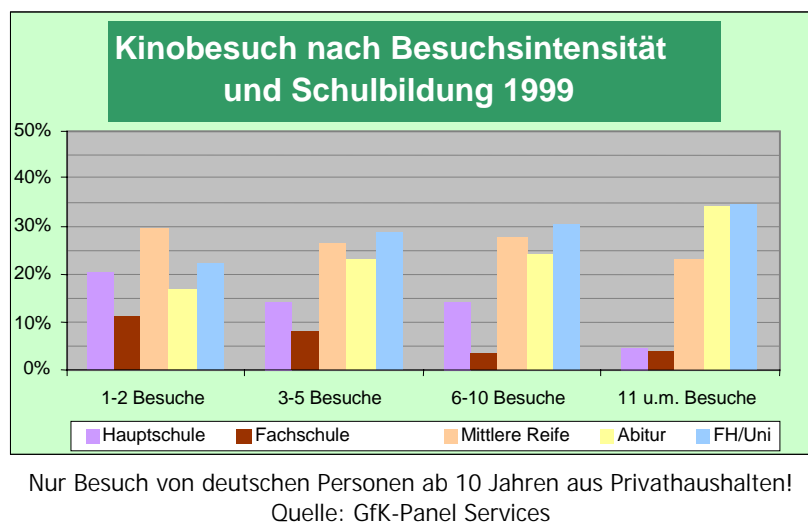


Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

Da die **jüngeren Twens** die stärkste Besuchergruppe gemessen am Gesamtbesuch stellen und sie gleichzeitig **besonders intensive Kinogänger** sind, haben sie auch bei den mäßigen (6 bis 10 Besuche im Jahr), insbesondere aber bei den intensiven Kinogängern (mehr als 10 Besuche) die höchsten Besuchsanteile. Die **30jährigen** stellen bei den seltenen und gelegentlichen Kinogängern die stärkste Gruppe, da sie bei den Kinogängern personenmäßig am stärksten vertreten sind.

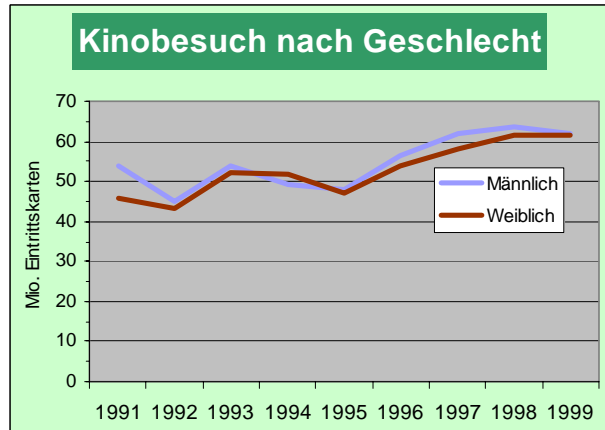


Darüber hinaus sind die Intensiv-Kinogänger tendenziell eher männlich und haben eine höhere Schulbildung (Abitur oder Studium) bzw. sind Schüler oder Studenten.





# Geschlecht



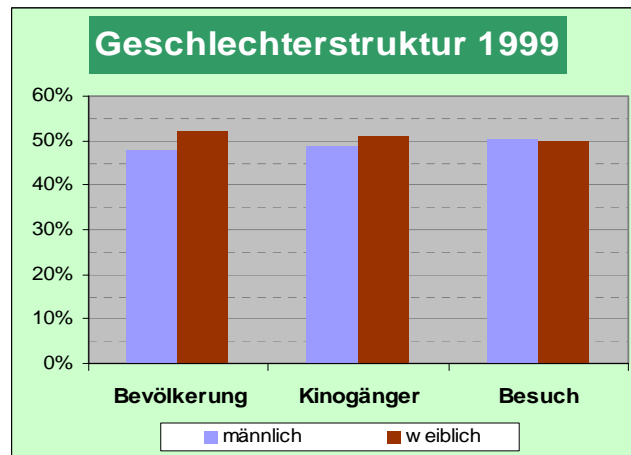
Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

Kinobesuch nach Geschlecht																			
Geschlecht	Mio. Eintrittskarten									Entwicklung (1991=100)									
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	
männlich	53,9	44,9	54,0	49,3	47,8	56,6	62,1	63,5	61,9	100	83	100	91	89	105	115	118	115	
weiblich	45,7	43,1	52,2	51,8	47,0	53,8	58,2	61,4	61,7	100	94	114	113	103	118	127	134	135	
Insgesamt	99,6	88,0	106,2	101,1	94,8	110,4	120,3	124,9	123,6	100	88	107	102	95	111	121	125	124	
Geschlecht	Veränderung zum Vorjahr in %									Aufteilung in %									
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	
männlich	.	-17	20	-9	-3	18	10	2	-3	54	51	51	49	50	51	52	51	50	
weiblich	.	-6	21	-1	-9	14	8	5	1	46	49	49	51	50	49	48	49	50	
Insgesamt	.	-12	21	-5	-6	16	9	4	-1	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

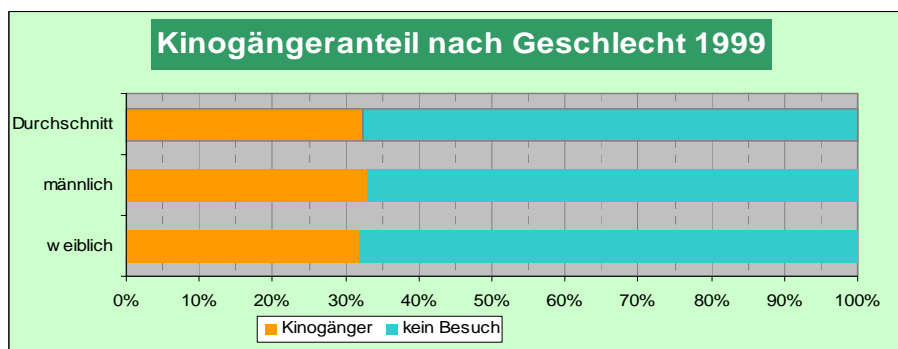
Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

Während in der Bevölkerung und bei den Kinogängern die Frauen personenmäßig leicht überwiegen, war aufgrund der etwas höheren Besuchsintensität der Männer die **Geschlechterverteilung beim Kinobesuch im vergangenen Jahr ausgeglichen**. Nur im Jahr 1994 lag der Besuchsanteil der Kinogängerinnen etwas höher, in den anderen Jahren des abgelaufenen Jahrzehnts hatten die männlichen Besucher geringfügig mehr als die Hälfte aller Eintrittskarten gekauft.

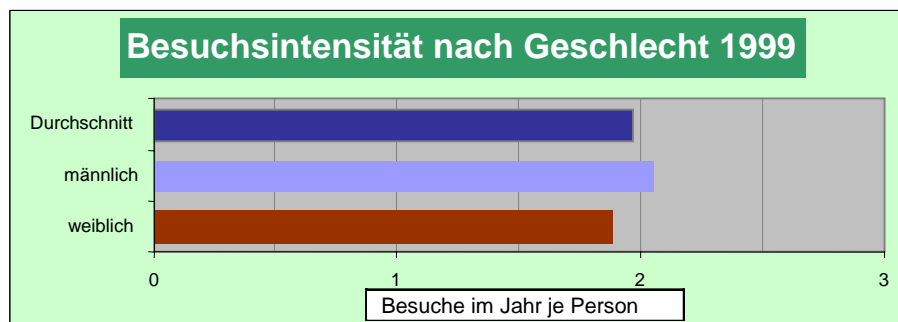
**Von 1998 auf 1999** ist zwar die Zahl der Kinogängerinnen stärker zurückgegangen als die der männlichen Besucher, doch haben die verbleibenden Besucherinnen durch zusätzliche Besuche diesen personenmäßigen Rückgang ausgeglichen. Bei den männlichen Kinogängern gelang dieser Ausgleich durch vermehrten Besuch nicht.



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

Die **geschlechtsbedingt unterschiedlichen Präferenzen** zeigen sich bei einem Blick auf die jeweilige Hitliste der erfolgreichsten Filme: Tendenziell stehen bei den männlichen Kinogängern härtere Filme höher in der Gunst, bei den Kinogängerinnen gefühlvollere Filme.

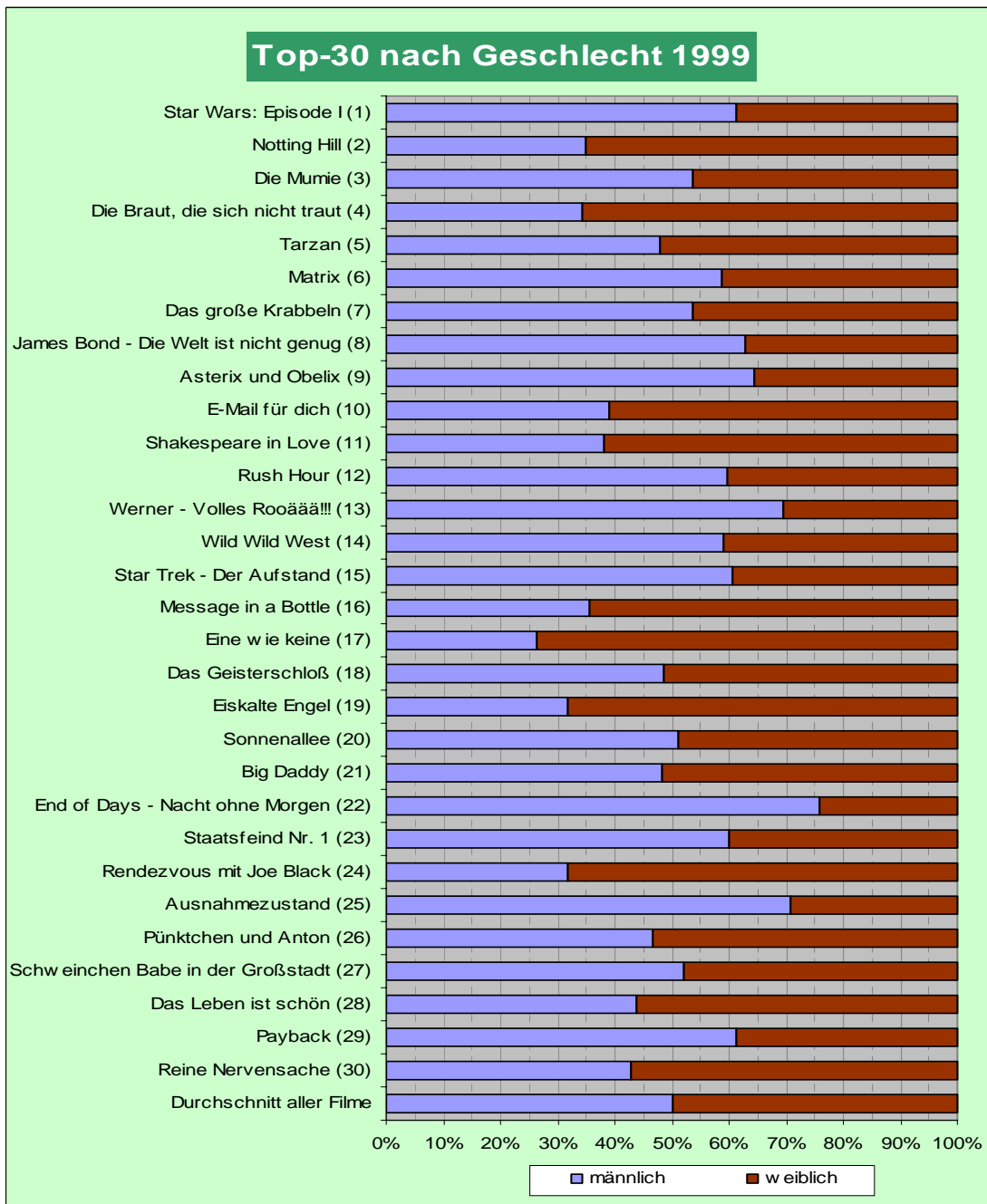
Hitliste 1999 nach Geschlecht	
bei (männlichen) Kinogängern	bei Kinogängerinnen
1 Star Wars: Episode I	1 Notting Hill
2 Matrix	2 Die Braut, die sich nicht traut
3 Die Mumie	3 Star Wars: Episode I
4 James Bond - Die Welt ist nicht genug	4 Die Mumie
5 Asterix und Obelix	5 E-Mail für dich
6 Notting Hill	6 Shakespeare in Love
7 Die Braut, die sich nicht traut	7 Matrix
8 Tarzan	8 Tarzan
9 Das große Krabbeln	9 Eine wie keine
10 Rush Hour	10 Das große Krabbeln
11 Werner - Volles Rooäää!!!	11 Eiskalte Engel
12 Wild Wild West	12 Message in a Bottle
13 E-Mail für dich	13 James Bond - Die Welt ist nicht genug
14 Star Trek - Der Aufstand	14 Rendezvous mit Joe Black
15 Shakespeare in Love	15 Rush Hour
16 End of Days - Nacht ohne Morgen	16 Das Geisterschloß
17 Ausnahmezustand	17 Asterix und Obelix
18 Staatsfeind Nr. 1	18 Wild Wild West
19 Das Geisterschloß	19 Star Trek - Der Aufstand
20 Sonnenallee	20 Sonnenallee

Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!

Quelle: GfK-Panel Services

Den höchsten **Frauenanteil** bei den 30 erfolgreichsten Filmen des vergangenen Jahres (siehe nachfolgende Grafik) hatten „Eine wie keine“, „Rendezvous mit Joe Black“, „Eiskalte Engel“, „Die Braut, die sich nicht traut“, „Notting Hill“, „Message in a Bottle“, „Shakespeare in Love“ und „E-Mail für Dich“.

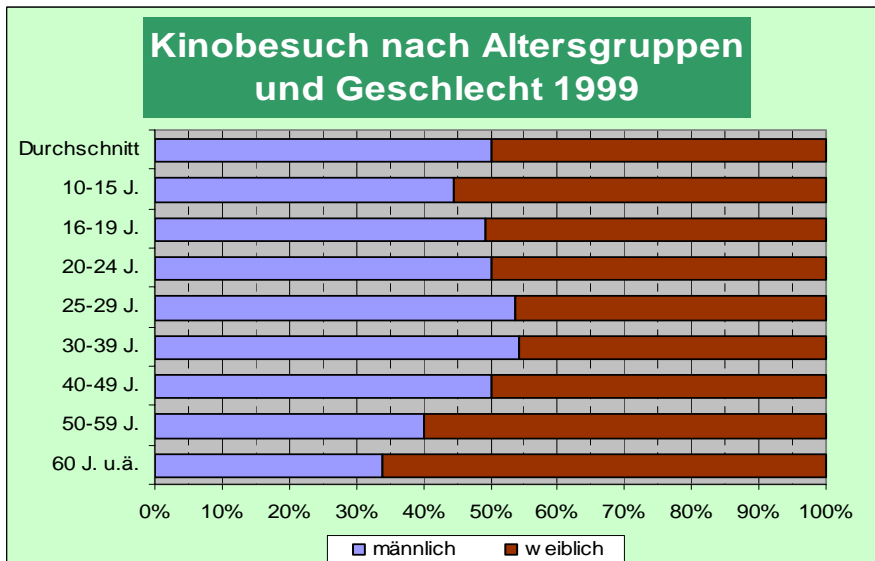
**Männliche Kinogänger** dominierten am stärksten bei „End of Days“, „Ausnahmezustand“, „Werner - Volles Rooäää!!!“, „Asterix und Obelix“, „James Bond - Die Welt ist nicht genug“, „Star Wars: Episode I“, „Payback“ und „Star Trek - Der Aufstand“.



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!

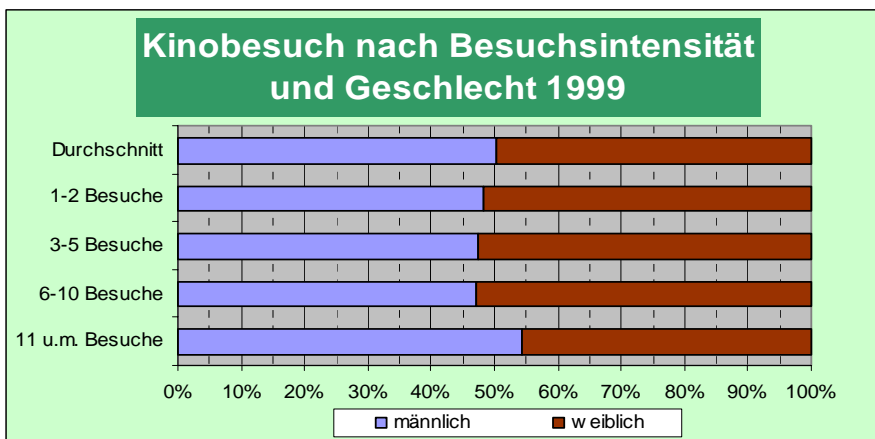
Quelle: GfK-Panel Services

Nach **Altersgruppen** unterschieden, überwiegen beim Kinobesuch der älteren Kinogänger (ab 50 Jahre) sowie beim Kinobesuch der Teenies die Kinogängerinnen, beim Besuch der 25- bis 39jährigen die männlichen Kinogänger. In den anderen Altersgruppen ist die Geschlechterverteilung ausgewogen.



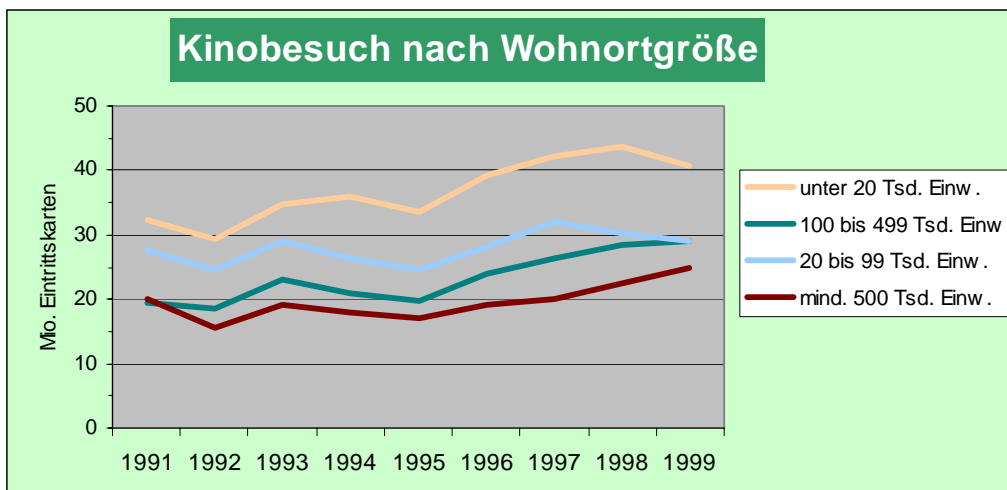
Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

Bei den **Intensiv-Kinogängern** dominieren nach den Eintrittskartenverkäufen die männlichen Besucher, bei den übrigen Intensitätsgruppen die Besucherinnen. Gegenüber 1998 sind diese Unterschiede im Jahr 1999 allerdings geringer geworden.



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

# Wohnortgröße

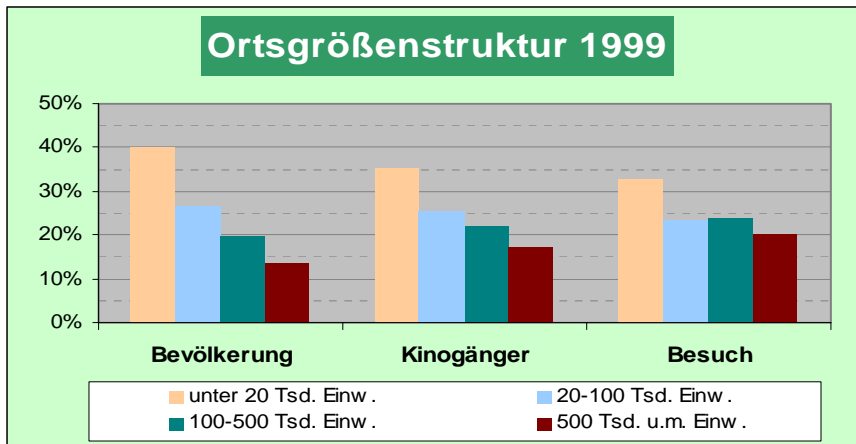


Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

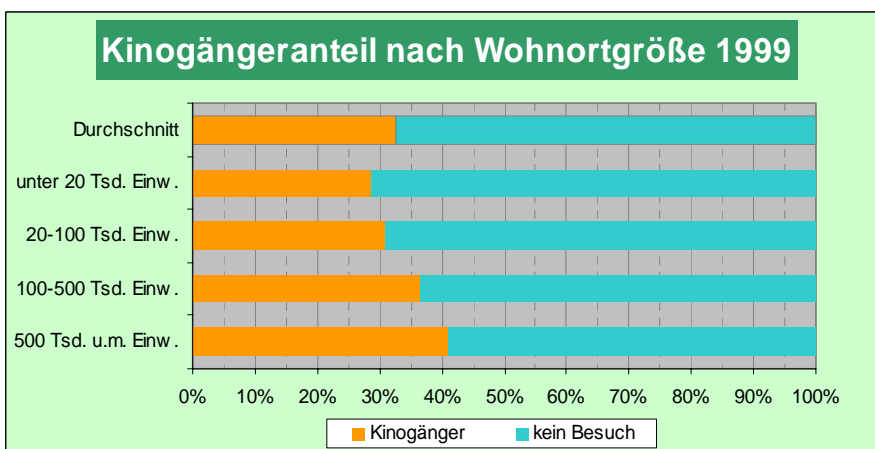
Wohnortgröße (Einwohnerzahl)		Mio. Eintrittskarten								Entwicklung (1991=100)									
		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
unter 5 Tsd.		.	.	14,1	14,8	14,3	15,9	17,2	15,8	16,8	.	.	.	.	.	.	.	.	.
5 bis 19 Tsd.		.	.	20,7	21,1	19,3	23,3	25,0	27,8	23,8	.	.	.	.	.	.	.	.	.
unter 20 Tsd.		32,3	29,2	34,8	35,9	33,6	39,2	42,2	43,6	40,6	100	90	108	111	104	121	131	135	126
20 bis 49 Tsd.		.	.	18,2	16,3	15,4	19,0	19,5	19,2	19,4	.	.	.	.	.	.	.	.	.
50 bis 99 Tsd.		.	.	10,7	9,9	9,1	9,1	12,4	10,9	9,6	.	.	.	.	.	.	.	.	.
20 bis 99 Tsd.		27,6	24,7	28,9	26,2	24,5	28,1	31,9	30,1	29,0	100	89	105	95	89	102	116	109	105
100 bis 199 Tsd.		.	.	9,7	8,1	6,6	9,5	11,4	11,1	10,5	.	.	.	.	.	.	.	.	.
200 bis 499 Tsd.		.	.	13,5	12,9	13,1	14,4	14,8	17,4	18,6	.	.	.	.	.	.	.	.	.
100 bis 499 Tsd.		19,6	18,5	23,2	21,0	19,7	23,9	26,2	28,5	29,1	100	94	118	107	101	122	134	146	148
mind. 500 Tsd.		20,1	15,6	19,3	18,0	17,0	19,2	20,0	22,6	24,9	100	78	96	90	85	96	100	112	124
Insgesamt		99,6	88,0	106,2	101,1	94,8	110,4	120,3	124,9	123,6	100	88	107	102	95	111	121	125	124
Wohnortgröße (Einwohnerzahl)		Veränderung zum Vorjahr in %								Aufteilung in %									
		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
unter 5 Tsd.		.	.	.	5	-3	11	8	-8	6	.	.	13	15	15	14	14	13	14
5 bis 19 Tsd.		.	.	.	2	-9	21	7	11	-14	.	.	19	21	20	21	21	22	19
unter 20 Tsd.		.	-10	19	3	-6	17	8	3	-7	32	33	33	36	35	35	35	35	33
20 bis 49 Tsd.		.	.	.	-10	-6	23	3	-1	1	.	.	17	16	16	17	16	15	16
50 bis 99 Tsd.		.	.	.	-7	-8	0	36	-12	-12	.	.	10	10	10	8	10	9	8
20 bis 99 Tsd.		.	-10	17	-9	-6	15	14	-6	-4	28	28	27	26	26	25	26	24	24
100 bis 199 Tsd.		.	.	.	-16	-19	44	20	-2	-6	.	.	9	8	7	9	10	9	9
200 bis 499 Tsd.		.	.	.	-4	2	10	3	18	7	.	.	13	13	14	13	12	14	15
100 bis 499 Tsd.		.	-5	25	-9	-6	21	10	9	2	20	21	22	21	21	22	22	23	24
mind. 500 Tsd.		.	-22	24	-7	-6	13	4	13	10	20	18	18	18	18	17	17	18	20
Insgesamt		.	-12	21	-5	-6	16	9	4	-1	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

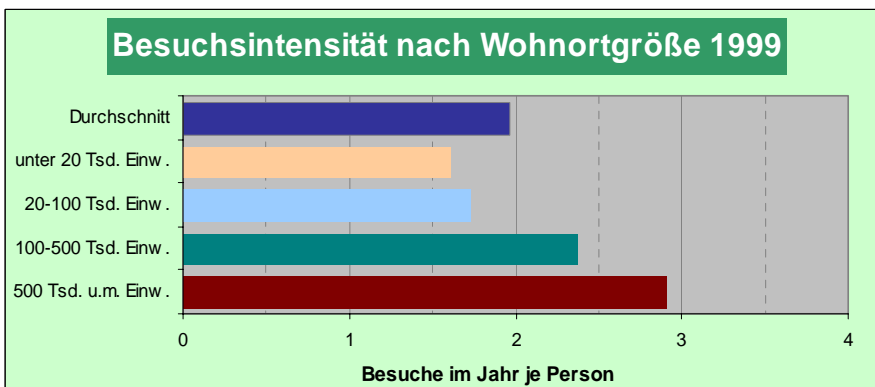
Die **Bewohner von kleinen Orten unter 20.000 Einwohner** sind nicht nur in der Bevölkerung und bei den Kinogängern sondern auch beim Kinobesuch die relativ gesehen größte Gruppe, und das, obwohl bei ihnen der Kinogängeranteil und die Besuchsintensität am geringsten ist. Im Jahr 1998 war ihre Besuchsbedeutung sogar noch größer.



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

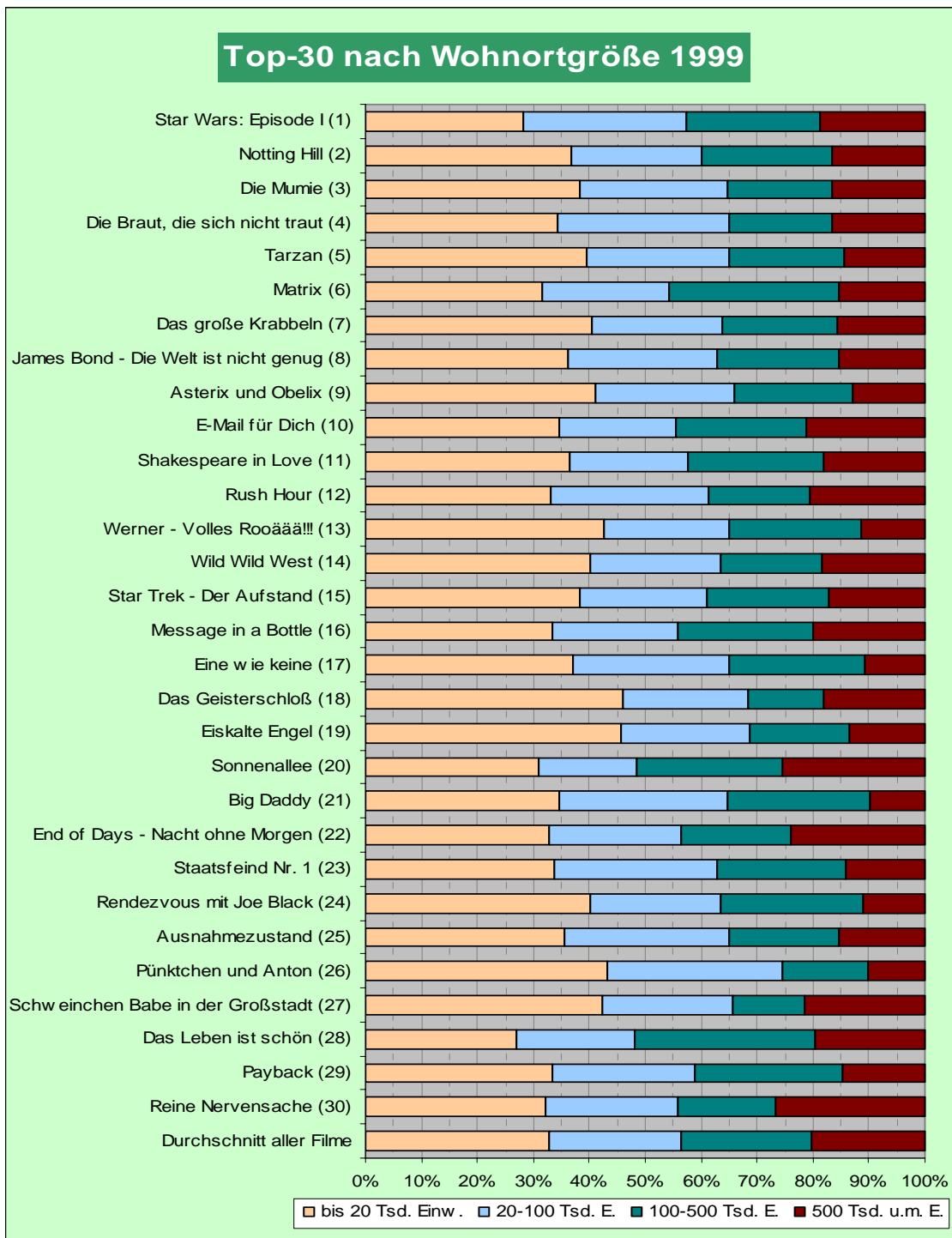


Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

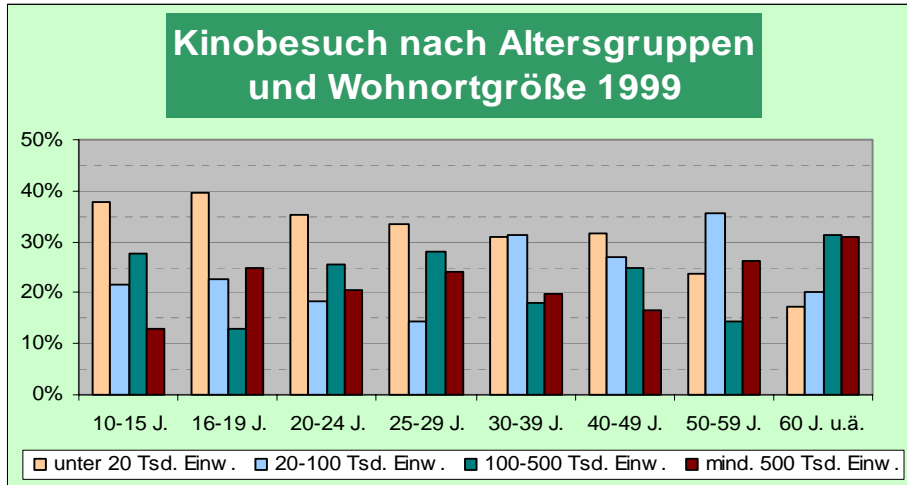
Den relativ größten Anteil hatten diese Bewohner bei den Top-30 Filmen „Das Geisterschloß“, „Eiskalte Engel“, „Pünktchen und Anton“, „Werner - Volles Rooää!!!“, „Schweinchen Babe in der Großstadt“, „Asterix und Obelix“ sowie „Das große Krabbeln“.



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

In Filmen wie „Das Leben ist schön“ oder „Sonnenallee“ waren dagegen die Bewohner aus größeren Städten überrepräsentiert.

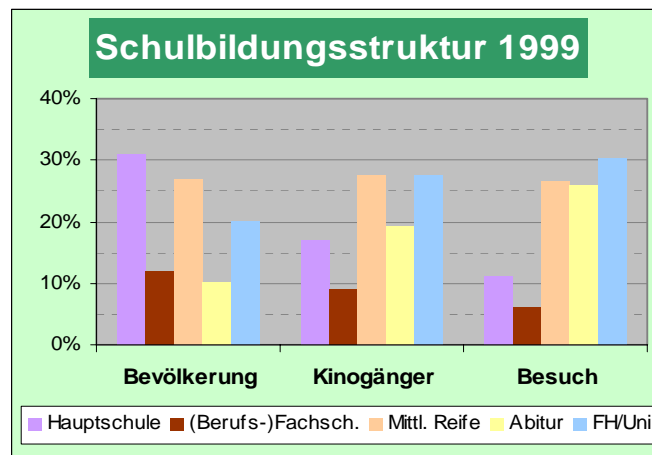




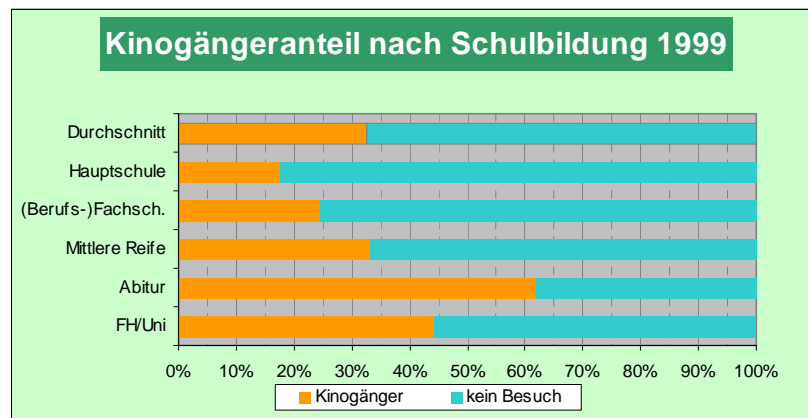
Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

Insbesondere bei den jüngeren Besuchern (unter 30 Jahre) hat die Landbevölkerung eine überdurchschnittliche Bedeutung. Bei den über 60jährigen sind es dagegen die Bewohner aus den größeren Städten (ab 100.000 Einwohner).

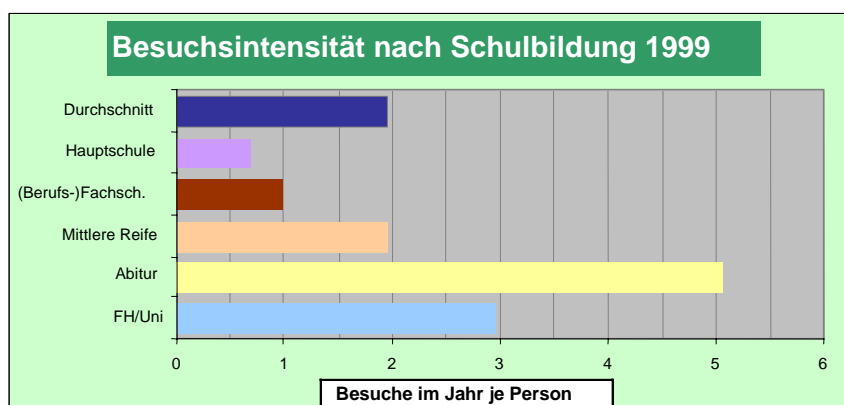
## Schulbildung



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

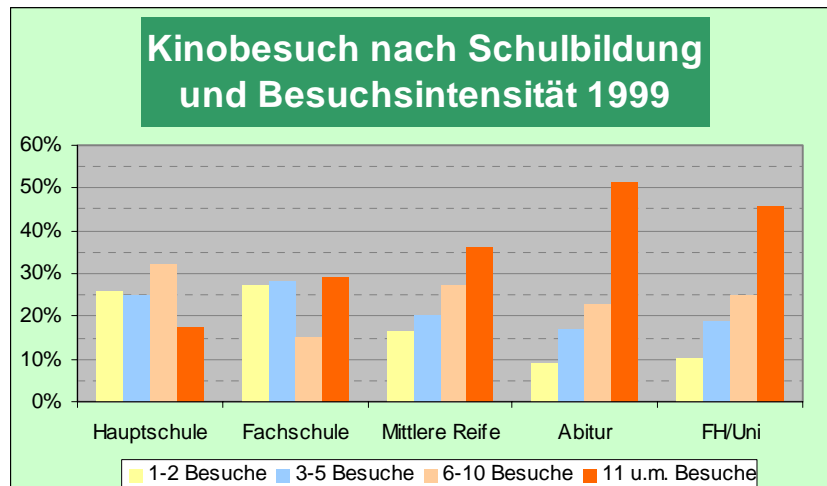


Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

**Kino** ist vor allem ein **Medium der Bürger mit höherer Bildung**. Während in der Bevölkerung die Personen mit Hauptschulabschluß das größte Kontingent stellen, sind es beim Kinobesuch die Hochschulabgänger. Der Kinogängeranteil sowie die Besuchsintensität sind jedoch bei den Personen mit Abitur noch höher als bei den Personen mit Hochschulabschluß.



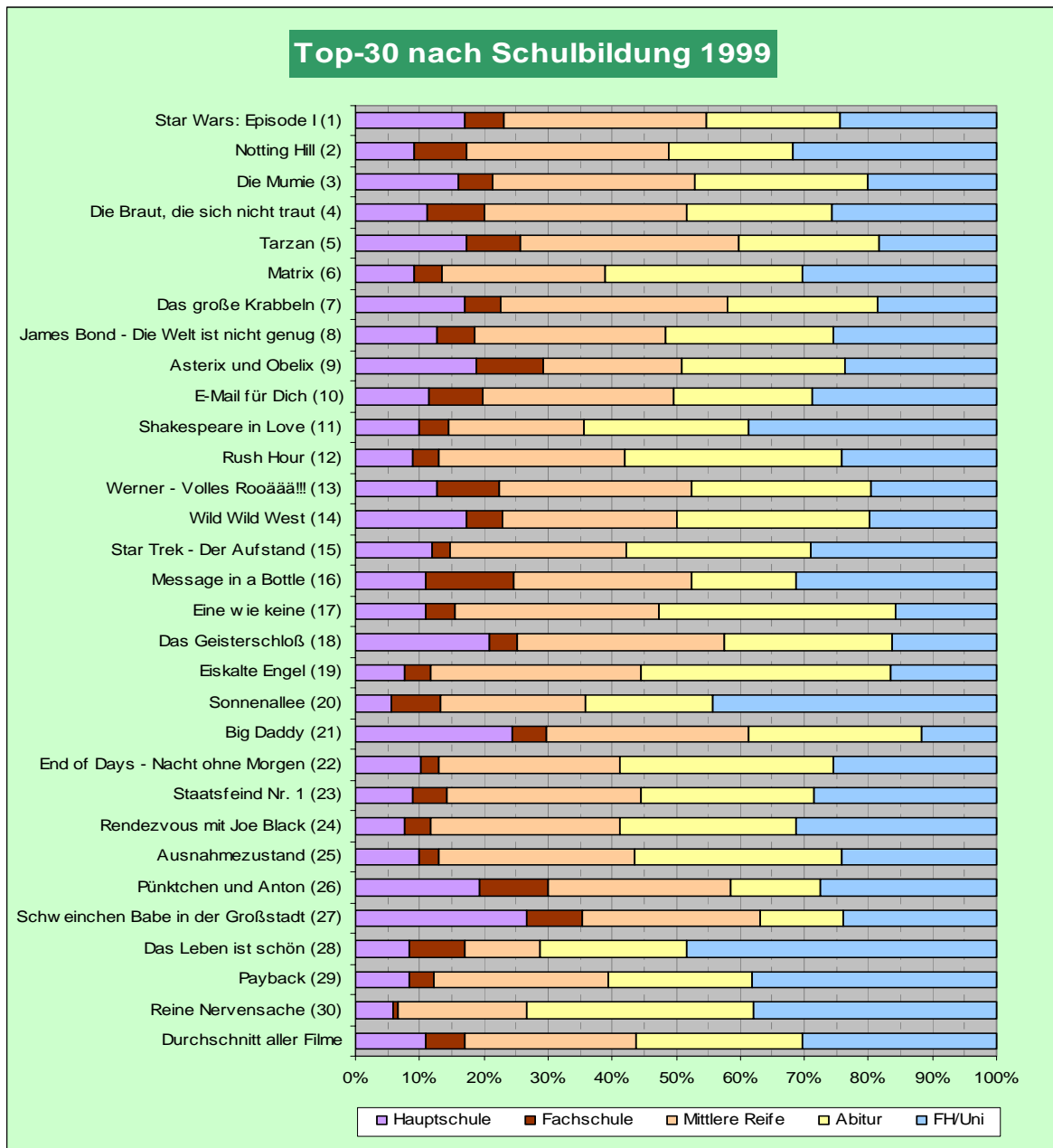
Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

Die Besuchsintensität ist bei den Kinogängern mit Abitur mit Abstand am höchsten. Gut die Hälfte von ihnen geht mehr als 10 mal im Jahr ins Kino und nur sehr wenige sehr selten (1 oder 2 Besuche im Jahr).

Gegenüber 1998 hat der Besuch der Bürger mit höherer Bildung zugenommen, bei den anderen Bildungsschichten dagegen abgenommen. Unabhängig vom Bildungsgrad ist die Besuchsentwicklung bei den Menschen mit Berufsausbildung besser verlaufen als bei denen ohne Berufsausbildung.

Die Top-30 Filme „Das Leben ist schön“ und „Sonnenallee“ sprachen eher die Personen mit Hochschulabschluß an.

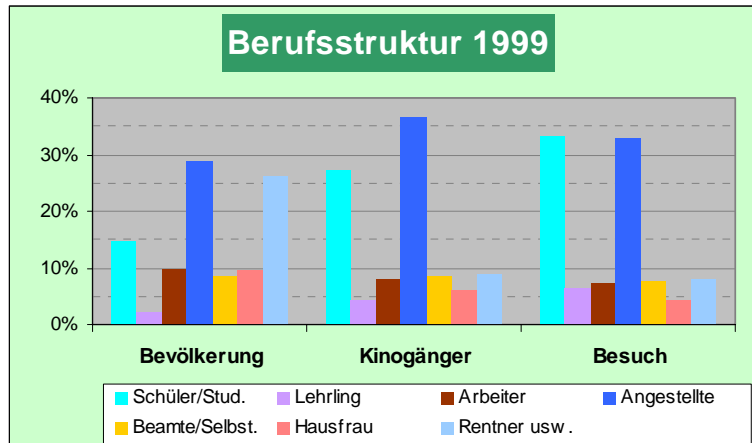
Für die Filme „Schweinchen Babe in der Großstadt“, „Big Daddy“, „Das Geisterschloß“, „Pünktchen und Anton“ sowie „Asterix und Obelix“ entschieden sich eher Personen mit Hauptschulabschluß.



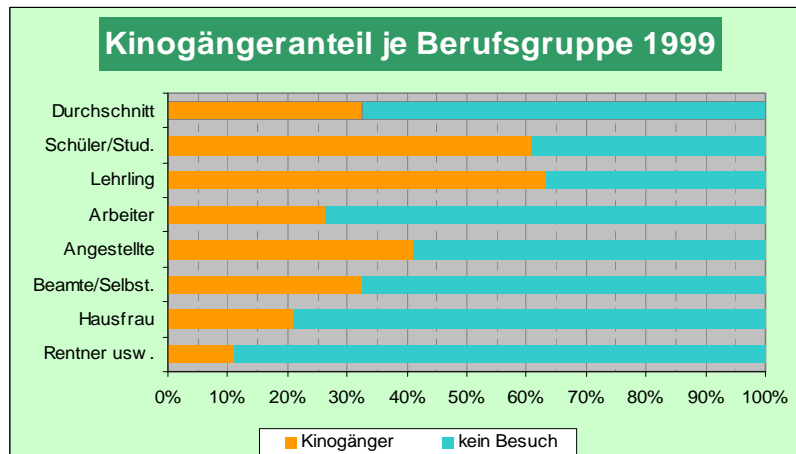
Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!

Quelle: GfK-Panel Services

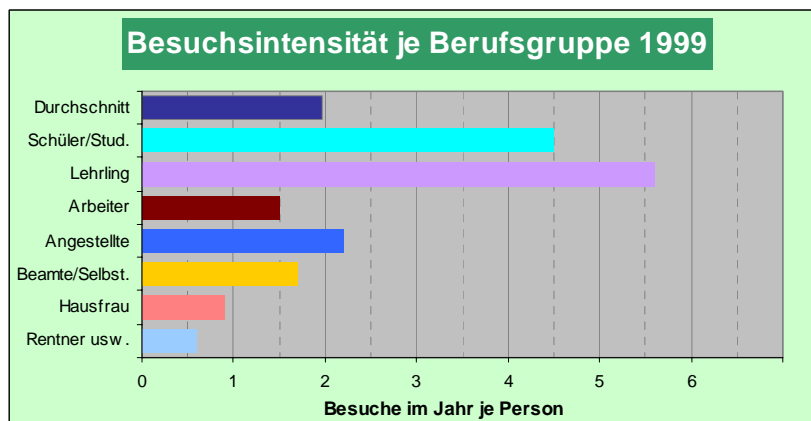
# Berufsgruppen



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services



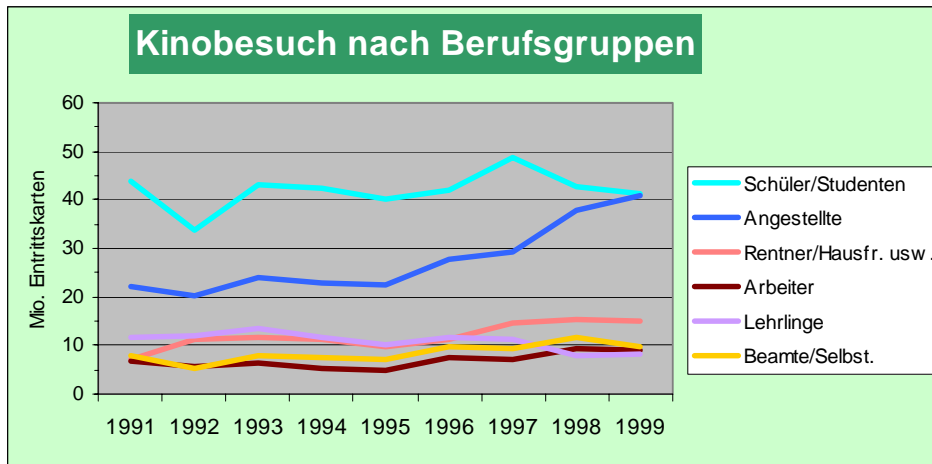
Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

In der **Bevölkerung** sind die Angestellten und die Rentner/Berufslosen mit Abstand die beiden größten Berufsgruppen. Bei den **Kinogängern** sind es die Angestellten und die Schüler/Studenten.

Die **intensivsten Nutzer** sowie die Gruppen mit dem größten Kinogängeranteil sind mit Abstand die Schüler und Studenten sowie die Lehrlinge, also alle jungen Menschen, die noch in der Ausbildung sind.

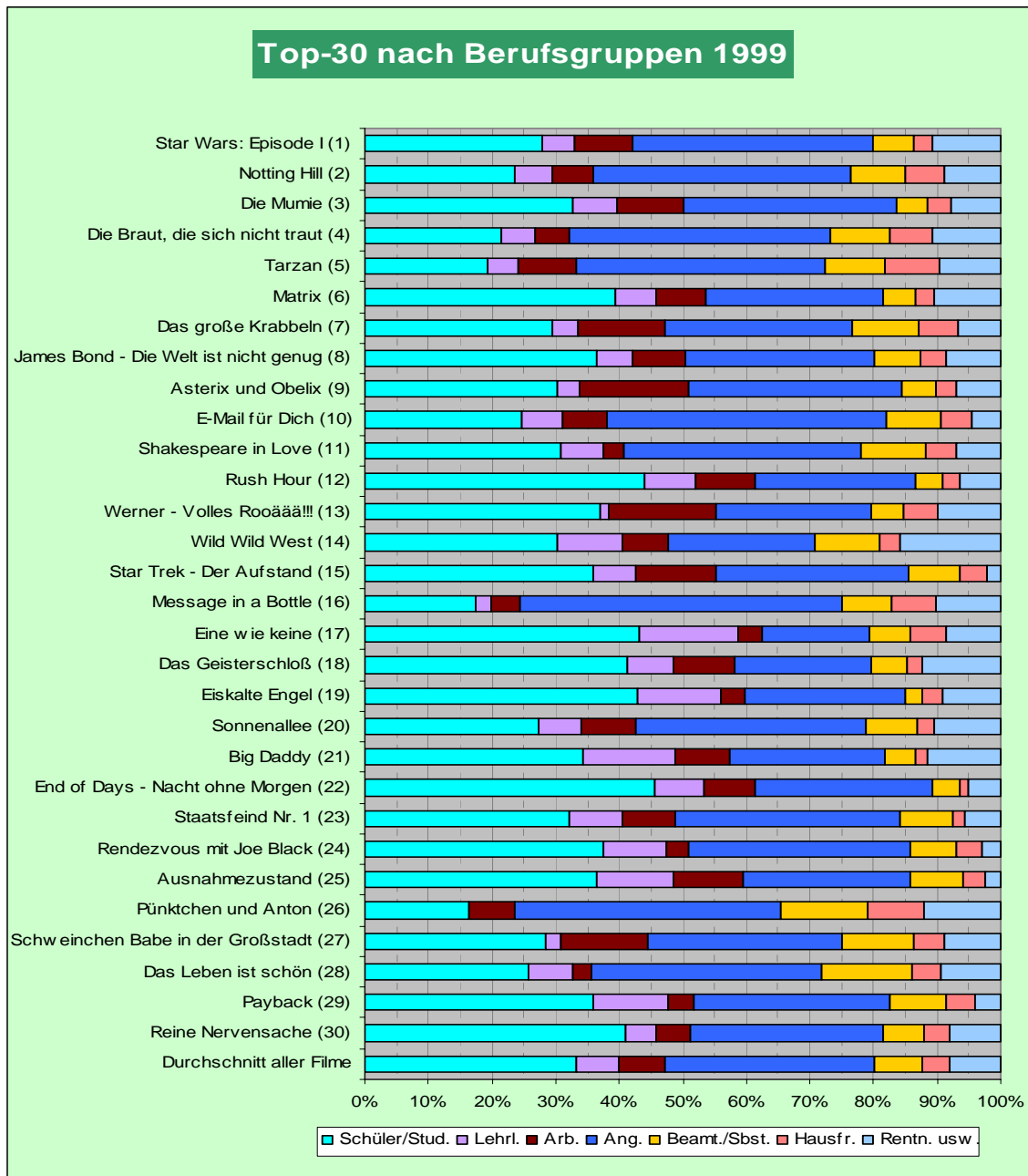


Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

Berufsgruppe		Mio. Eintrittskarten								Entwicklung (1991=100)									
		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Schüler/Studenten		44,0	33,8	43,1	42,3	40,1	42,0	48,6	42,8	41,1	100	77	98	96	91	95	110	97	93
Lehrlinge		11,6	11,9	13,5	11,6	10,3	11,8	11,4	7,8	8,1	100	103	116	100	89	102	98	67	70
Arbeiter		6,9	5,5	6,4	5,4	4,8	7,5	7,1	9,3	9,0	100	80	93	78	70	109	103	135	130
Angestellte		22,0	20,1	23,9	23,0	22,6	27,9	29,1	38,0	40,7	100	91	109	105	103	127	132	173	185
Beamte/Selbständ.		7,8	5,3	7,7	7,6	7,2	9,9	9,3	11,6	9,6	100	68	99	97	92	127	119	149	123
Hausfrauen		4,0	4,9	5,1	4,7	3,6	4,4	6,4	6,3	5,2	100	123	128	118	90	110	160	158	130
Rentner usw.		3,3	6,5	6,5	6,5	6,2	6,9	8,4	9,1	9,9	100	197	197	197	188	209	255	276	300
Insgesamt		99,6	88,0	106,2	101,1	94,8	110,4	120,3	124,9	123,6	100	88	107	102	95	111	121	125	124
Berufsgruppe		Veränderung zum Vorjahr in %								Aufteilung in %									
		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1998	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Schüler/Studenten		.	-23	28	-2	-5	5	16	-12	-4	44	38	41	42	42	38	40	34	33
Lehrlinge		.	2	13	-14	-11	15	-3	-32	4	12	14	13	12	11	11	10	6	7
Arbeiter		.	-21	16	-16	-11	56	-5	31	3	7	6	6	5	5	7	6	7	7
Angestellte		.	-9	19	-4	-2	23	4	30	7	22	23	22	23	24	25	24	30	33
Beamte/Selbständ.		.	-31	45	-1	-5	38	-6	25	-17	8	6	7	7	8	9	8	9	8
Hausfrauen		.	24	4	-8	-23	22	45	-2	-17	4	6	5	5	4	4	5	5	4
Rentner usw.		.	98	0	0	-5	11	22	8	9	3	7	6	6	7	6	7	7	8
Insgesamt		.	-12	21	-5	-6	16	9	4	-1	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

**Längerfristig** gesehen sank der Besuch der Schüler, Studenten und Lehrlinge, der Besuch der Rentner usw. sowie der Angestellten stieg dagegen überproportional.

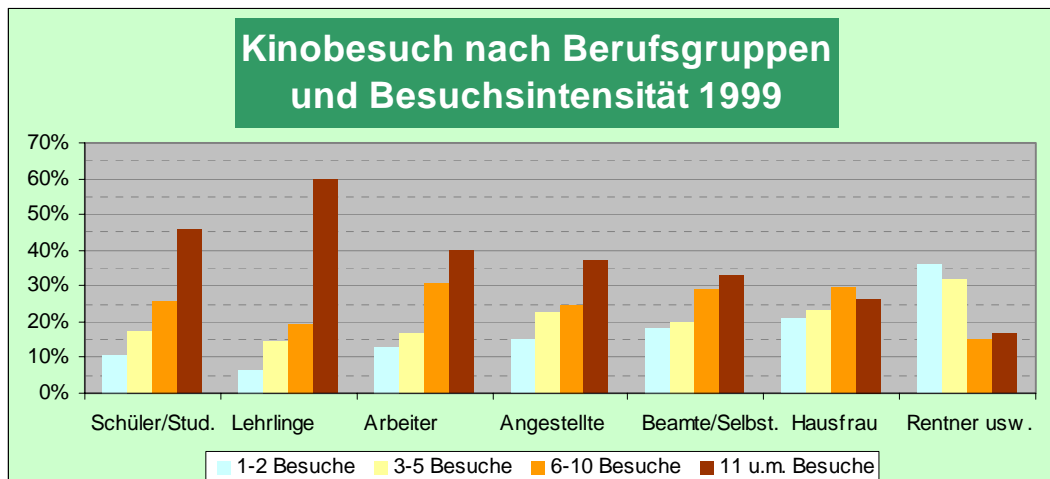


Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!

Quelle: GfK-Panel Services

Die **Schüler/Studenten** waren überdurchschnittlich stark vertreten vor allem bei „End of Days“, „Rush Hour“, „Eine wie keine“ und „Eiskalte Engel“, die **Lehrlinge** ebenfalls bei den beiden letztgenannten Filmen sowie bei „Big Daddy“, die **Arbeiter** bei „Asterix und Obelix“, „Werner - Volles Rooäää!!!“, „Das große Krabbeln“, „Schweinchen Babe in der Großstadt“ sowie bei „Star Trek - Der Aufstand“, die **Angestellten** bei „Message in a Bottle“, „E-Mail für Dich“, „Pünktchen und Anton“, „Die Braut, die sich nicht traut“ sowie „Notting Hill“, die **Beamten und Selbständigen** bei „Das Leben ist schön“ sowie ebenfalls bei „Pünktchen und Anton“, die **Hausfrauen** außer bei „Pünktchen und Anton“ auch bei „Tarzan“.

Da die **Rentner** und die derzeit **Berufslosen** von der GfK in einer Gruppe zusammengefaßt werden, diese beiden Gruppen sich jedoch zum Teil deutlich in ihrem Verhalten unterscheiden, sind es sehr unterschiedliche Filme, bei denen diese Sammelgruppe besonders stark überproportional vertreten war: „Wild Wild West“, „Das Geisterschloß“, „Pünktchen und Anton“ sowie „Big Daddy“.



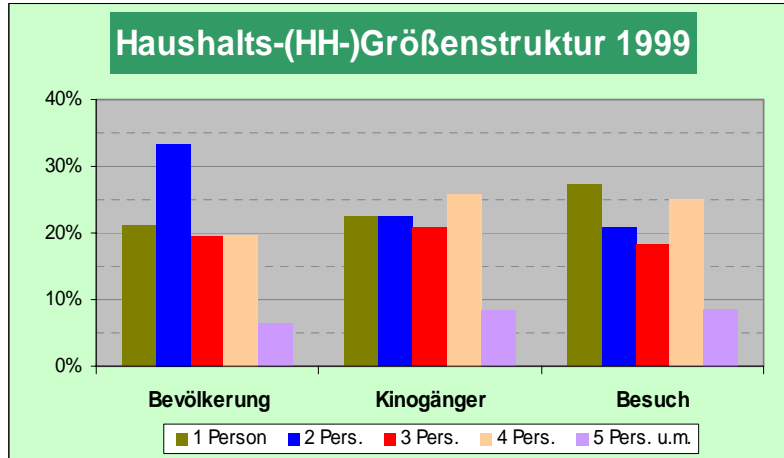
Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!

Quelle: GfK-Panel Services

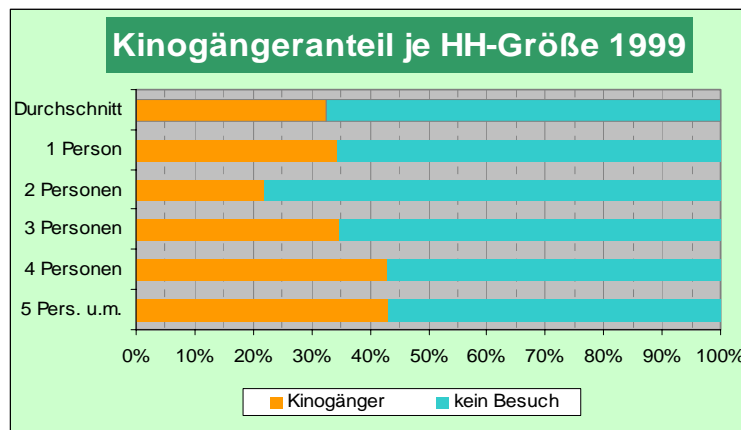
Erwartungsgemäss haben insbesondere bei den Lehrlingen und Schülern/Studenten die Intensiv-Kinogänger den größten Anteil am Gesamtbesuch und bei den Rentnern die seltenen oder mäßigen Kinogänger.



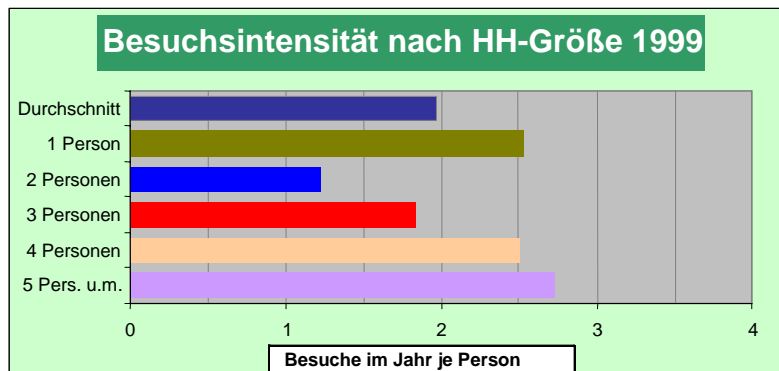
# Haushaltsgröße



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services



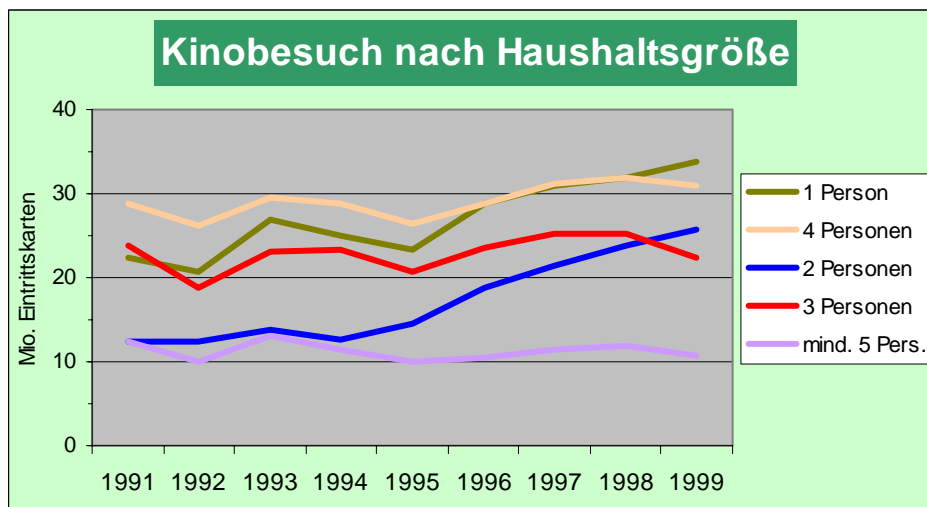
Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

In der **Bevölkerung** sind die Personen aus Zwei-Personen-Haushalten am stärksten vertreten. Allerdings haben diese den geringsten Kinogängeranteil aller Gruppen. Bei den **Kinogängern** sind deshalb nicht sie, sondern die Personen aus Vier-Personen-

Haushalten am stärksten vertreten. Den größten **Beitrag zum Gesamtbesuch** liefern jedoch die Personen aus Single-Haushalten.



Kinobesuch nach Haushaltsgröße																			
Haushaltsgröße	Mio. Eintrittskarten									Entwicklung (1991=100)									
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	
1 Person	22,5	20,7	26,9	24,9	23,3	28,7	30,9	32,0	33,7	100	92	120	111	104	128	137	142	150	
2 Personen	12,3	12,3	13,7	12,6	14,6	18,9	21,5	23,8	25,6	100	100	111	102	119	154	175	193	208	
3 Personen	23,7	18,9	23,0	23,4	20,6	23,6	25,3	25,3	22,5	100	80	97	99	87	100	107	107	95	
4 Personen	28,7	26,1	29,5	28,7	26,4	28,8	31,2	31,9	31,0	100	91	103	100	92	100	109	111	108	
mind. 5 Personen	12,4	10,0	13,1	11,5	9,9	10,4	11,4	11,9	10,8	100	81	106	93	80	84	92	96	87	
Insgesamt	99,6	88,0	106,2	101,1	94,8	110,4	120,3	124,9	123,6	100	88	107	102	95	111	121	125	124	
Haushaltsgröße	Veränderung zum Vorjahr in %									Aufteilung in %									
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	
1 Person	.	-8	30	-7	-6	23	8	4	5	23	23	25	25	25	26	26	26	27	
2 Personen	.	0	11	-8	16	29	14	11	8	12	14	13	12	15	17	18	19	21	
3 Personen	.	-20	22	2	-12	15	7	0	-11	24	22	22	23	22	21	21	20	18	
4 Personen	.	-9	13	-3	-8	9	8	2	-3	29	30	28	29	28	26	26	25	25	
mind. 5 Personen	.	-19	31	-12	-14	5	10	4	-9	12	11	12	11	10	9	9	10	9	
Insgesamt	.	-12	21	-5	-6	16	9	4	-1	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

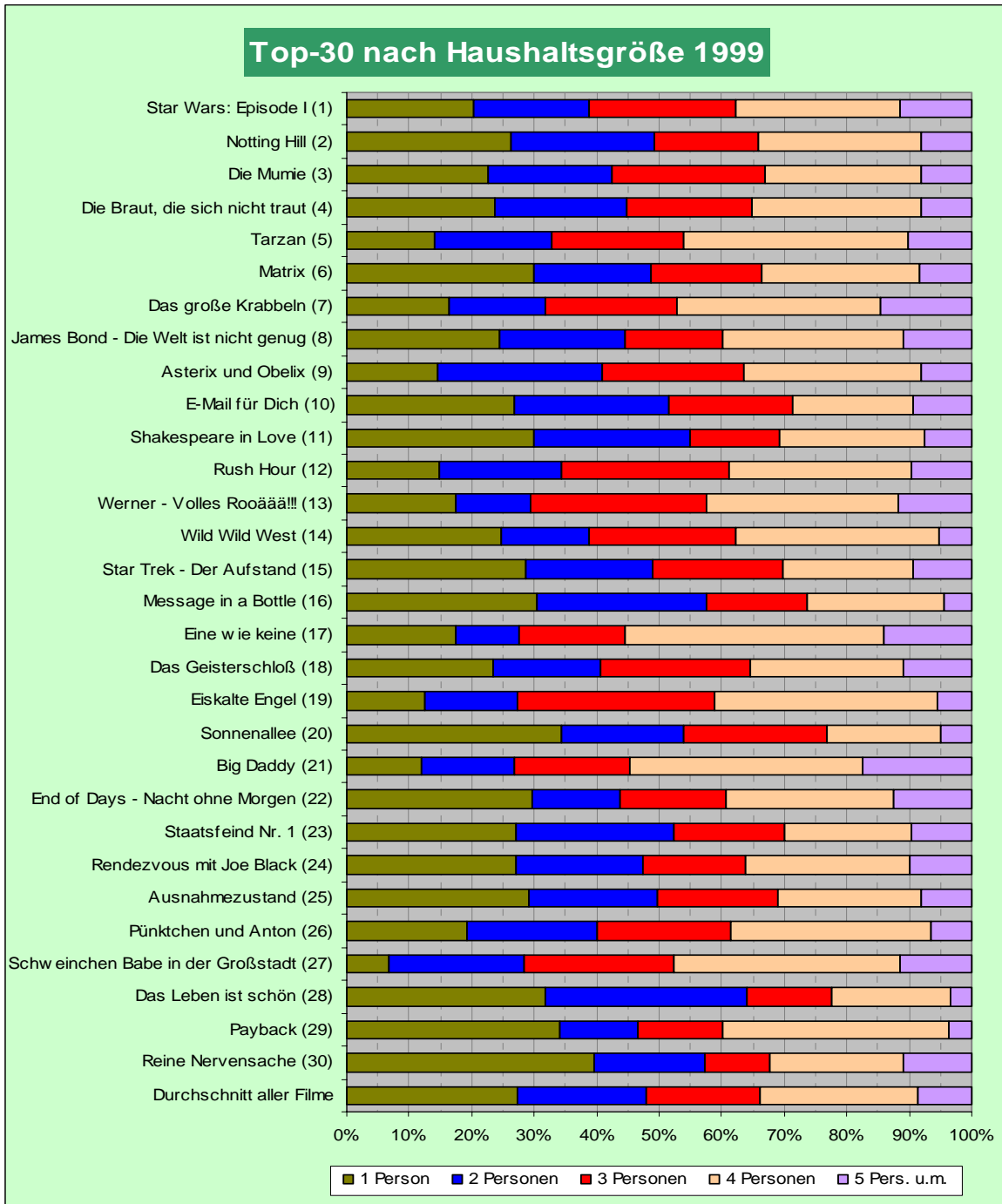
Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

Die **Singles** sind lediglich in Kinderfilmen deutlich unterdurchschnittlich vertreten. Die Besucher aus **Zwei-Personen-Haushalten** interessierten sich deutlich überdurchschnittlich für „Das Leben ist schön“ und „Message in a Bottle“, wenig Interesse fanden dagegen typische Filme für die älteren Teenies und die jüngeren Twens wie „Eine wie keine“, „Werner - Volles Rooäää!!!“, „Payback“, „End of Days“ und „Wild Wild West“.

Die Besucher aus **Drei-Personen-Haushalten** (häufig die Einzelkinder in Kleinfamilien) waren deutlich überdurchschnittlich vertreten in „Eiskalte Engel“, „Werner - Volles Rooäää!!!“ und „Rush Hour“.

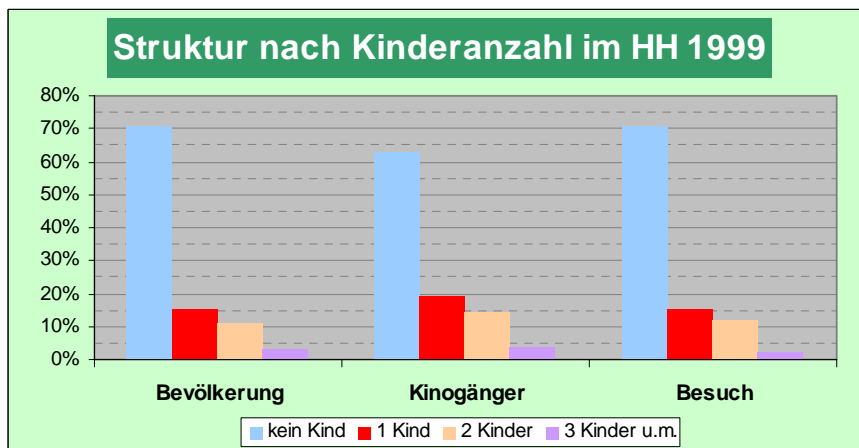
Die Besucher aus **Vier-Personen-Haushalten** (meist die Kinder der Familie) waren sehr stark vertreten in „Eine wie keine“, „Payback“, „Eiskalte Engel“ und bei Kinderfilmen, besonders schwach vertreten bei „Sonnenallee“, „Das Leben ist schön“ und „E-Mail für Dich“.

Die Besucher aus noch größeren Haushalten (mind. 5 Personen) zeigten uneinheitlichere Vorlieben.

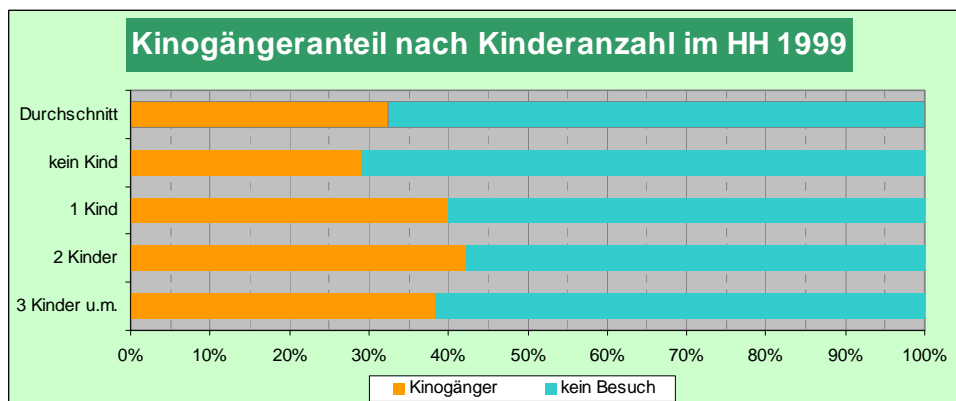


Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

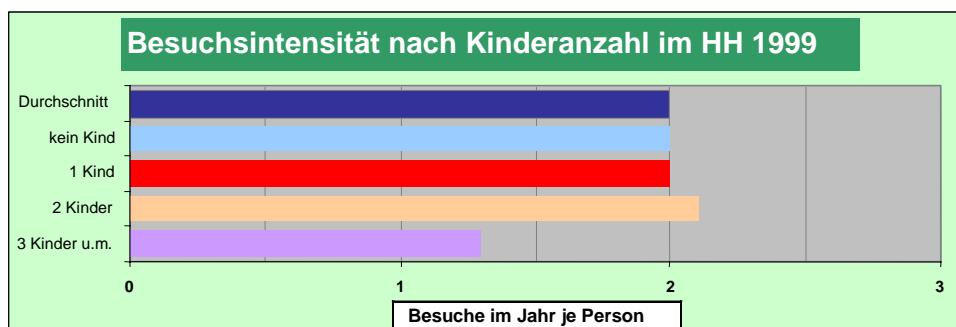
## Kinderanzahl im Haushalt (HH)



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

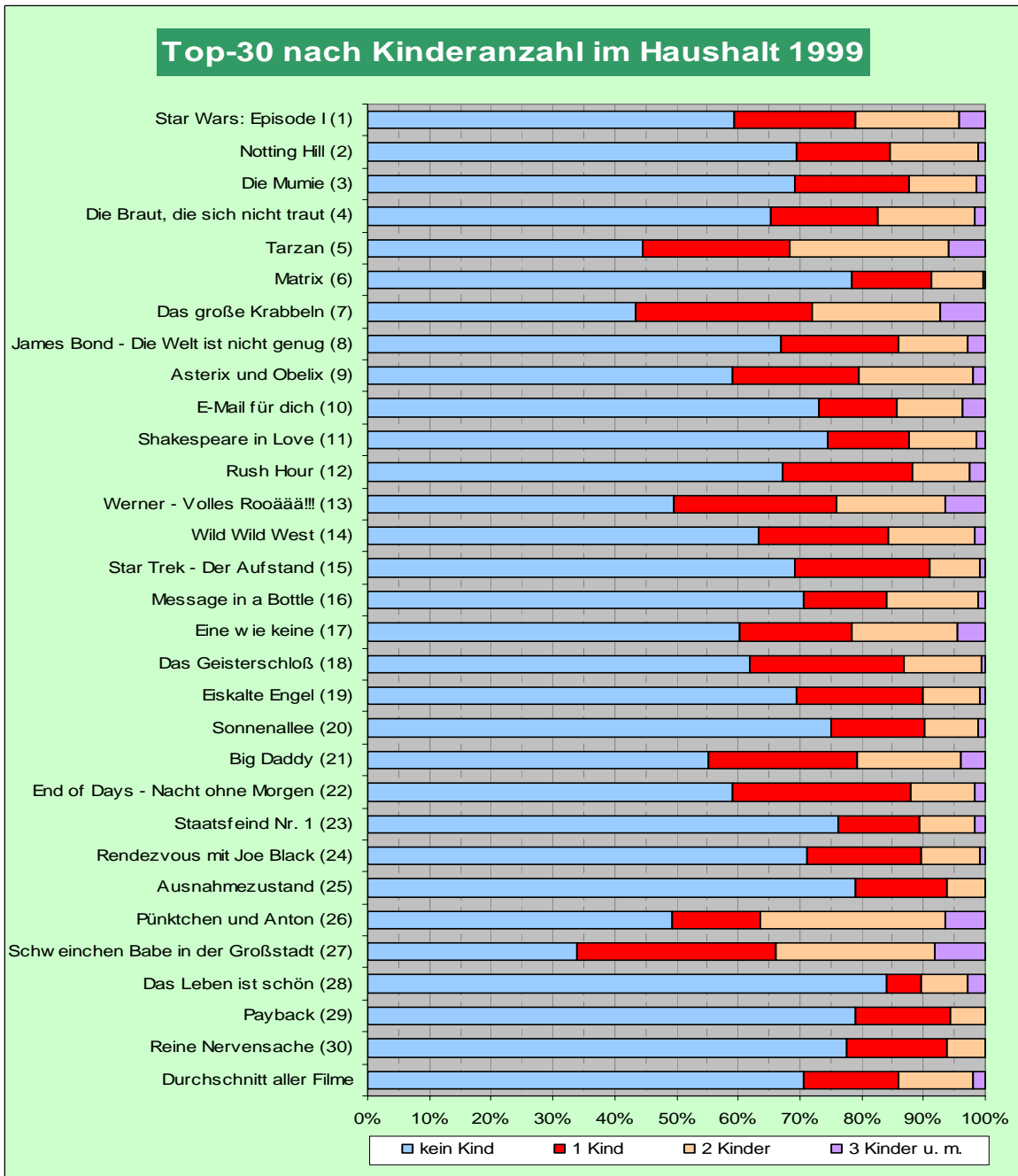


Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

Die **überwiegende Mehrheit** (rund 70 %) des Kinobesuchs setzt sich aus Personen zusammen, die **aus kinderlosen Haushalten bzw. Haushalten mit Kindern über 15 Jahren kommt**. Der Besuchsanteil dieser Personen entspricht dem Bevölkerungsanteil.

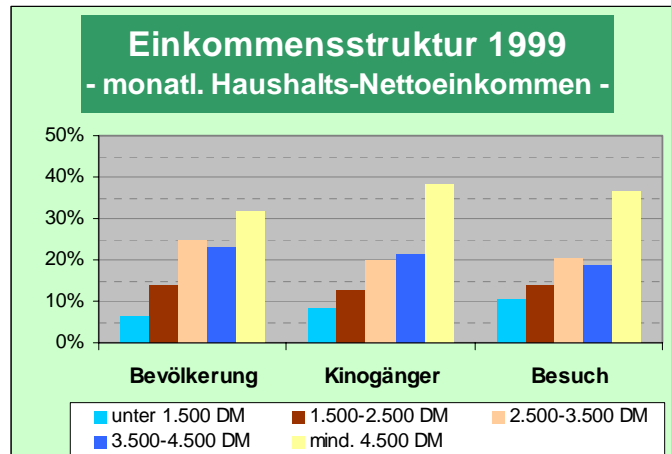
Zwar ist der **Kinogängeranteil in Haushalten mit Kindern höher** als in kinderlosen Haushalten, doch ist die **Besuchsintensität** außer bei Familien mit mehr als 2 Kindern - diese gehen seltener ins Kino - **nahezu identisch**.

Wie nicht anders zu erwarten, sind die Personen aus kinderlosen Haushalten relativ schwach bei Filmen vertreten, die vor allem Kinder ansprechen.

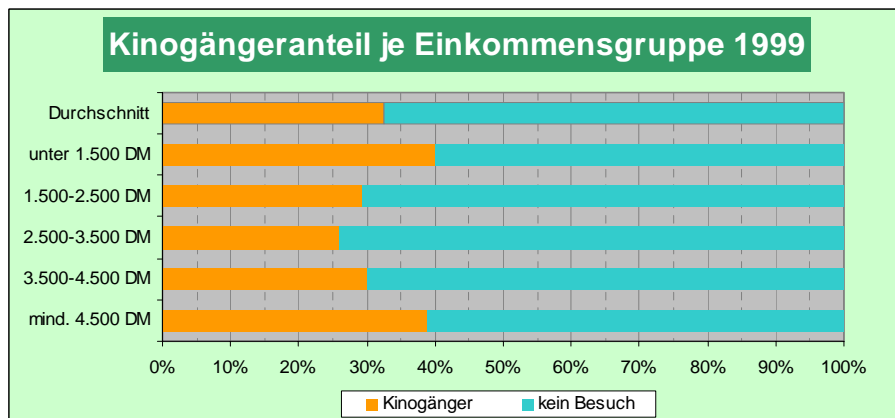


Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
 Quelle: GfK-Panel Services

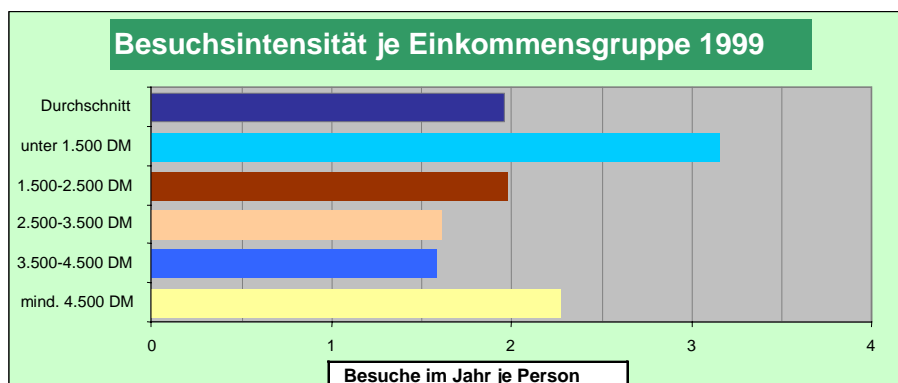
## Haushalts-Nettoeinkommen



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services



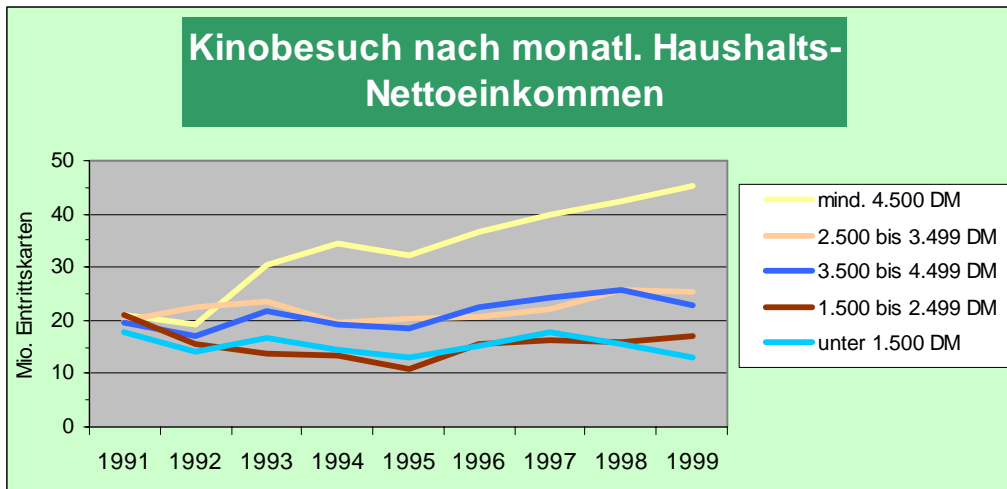
Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

Die Personen mit einem **Haushalts-Nettoeinkommen von mind. 4.500 DM** monatlich bilden sowohl in der Bevölkerung, bei den Kinogängern als auch beim Kinobesuch die **größte Teilgruppe**. In dieser Gruppe und bei den Personen aus Haushalten mit einem Nettoeinkommen von weniger als 1.500 DM ist der Kinogängeranteil am höchsten. Bei den Personen mit dem **niedrigsten**

**Einkommen** (vielfach die Studentenhaushalte) ist die **Besuchsintensität** jedoch deutlich **höher** als bei den anderen Gruppen.

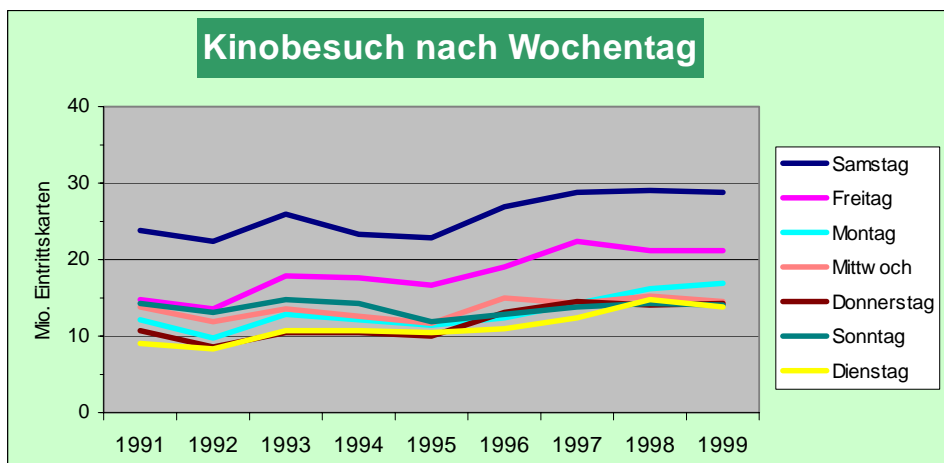


Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

Kinobesuch nach monatlichem Netto-Haushaltseinkommen																		
monatliches Netto-Haushaltseinkommen	Mio. Eintrittskarten									Entwicklung (1991=100)								
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
unter 1.500 DM	17,8	14,0	16,5	14,4	13,0	15,2	17,9	15,6	13,0	100	79	93	81	73	85	101	88	73
1.500 bis 2.499 DM	21,1	15,5	13,9	13,4	10,8	15,4	16,3	15,8	17,1	100	73	66	64	51	73	77	75	81
2.500 bis 3.499 DM	20,0	22,3	23,4	19,7	20,2	20,6	22,2	25,6	25,2	100	112	117	99	101	103	111	128	126
3.500 bis 4.499 DM	19,7	16,9	21,8	19,2	18,5	22,5	24,1	25,6	23,0	100	86	111	97	94	114	122	130	117
mindestens 4.500 DM	21,0	19,3	30,6	34,4	32,3	36,7	39,8	42,3	45,3	100	92	146	164	154	175	190	201	216
<b>Insgesamt</b>	<b>99,6</b>	<b>88,0</b>	<b>106,2</b>	<b>101,1</b>	<b>94,8</b>	<b>110,4</b>	<b>120,3</b>	<b>124,9</b>	<b>123,6</b>	<b>100</b>	<b>88</b>	<b>107</b>	<b>102</b>	<b>95</b>	<b>111</b>	<b>121</b>	<b>125</b>	<b>124</b>
monatliches Netto-Haushaltseinkommen	Veränderung zum Vorjahr in %									Aufteilung in %								
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
unter 1.500 DM	.	-21	18	-13	-10	17	18	-13	-17	18	16	16	14	14	14	15	13	10
1.500 bis 2.499 DM	.	-27	-10	-4	-19	43	6	-3	8	21	18	13	13	11	14	14	13	14
2.500 bis 3.499 DM	.	12	5	-16	3	2	8	15	-2	20	25	22	19	21	19	18	20	20
3.500 bis 4.499 DM	.	-14	29	-12	-4	22	7	6	-10	20	19	21	19	20	20	20	20	19
mindestens 4.500 DM	.	-8	59	12	-6	14	8	6	7	21	22	29	34	34	33	33	34	37
<b>Insgesamt</b>	.	<b>-12</b>	<b>21</b>	<b>-5</b>	<b>-6</b>	<b>16</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	<b>-1</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

## Wochentag des Kinobesuchs



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

Wochentag des Kinobesuchs		Mio. Eintrittskarten									Entwicklung (1991=100)								
		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Montag		12,2	9,8	12,9	12,2	11,4	12,5	14,4	16,3	16,9	100	80	106	100	93	102	118	134	139
Dienstag		9,0	8,4	10,7	10,6	10,4	10,9	12,3	14,7	13,8	100	93	119	118	116	121	137	163	153
Mittwoch		13,9	12,0	13,5	12,6	11,6	14,9	14,2	15,1	14,5	100	86	97	91	83	107	102	109	104
Donnerstag		10,6	8,5	10,4	10,4	10,0	13,2	14,5	14,1	14,3	100	80	98	98	94	125	137	133	135
Freitag		14,8	13,5	17,8	17,7	16,6	19,0	22,4	21,2	21,3	100	91	120	120	112	128	151	143	144
Samstag		23,7	22,5	25,9	23,3	22,9	27,0	28,8	29,1	28,7	100	95	109	98	97	114	122	123	121
Sonntag		14,3	13,0	14,8	14,2	11,9	12,9	13,7	14,3	14,1	100	91	103	99	83	90	96	100	99
keine Angabe		1,1	0,3	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Insgesamt		99,6	88,0	106,2	101,1	94,8	110,4	120,3	124,9	123,6	100	88	107	102	95	111	121	125	124
Wochentag des Kinobesuchs		Veränderung zum Vorjahr in %									Aufteilung in %								
		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Montag		.	-20	32	-5	-7	10	15	13	4	12	11	12	12	12	11	12	13	14
Dienstag		.	-6	27	-1	-2	5	13	20	-6	9	10	10	11	11	10	10	12	11
Mittwoch		.	-14	13	-7	-8	28	-5	7	-5	14	14	13	12	12	13	12	12	12
Donnerstag		.	-18	22	0	-4	32	10	-3	1	11	10	10	10	11	12	12	11	12
Freitag		.	-9	32	-1	-6	14	18	-5	0	15	15	17	18	18	17	19	17	17
Samstag		.	-5	15	-10	-2	18	7	1	-1	24	25	24	23	24	25	24	23	23
Sonntag		.	-8	14	-4	-16	8	6	4	-1	14	15	14	14	13	12	11	12	11
keine Angabe		.	.	.	.	.	.	.	.	.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Insgesamt		.	-12	21	-5	-6	16	9	4	-1	100	100	100	100	100	100	100	100	100

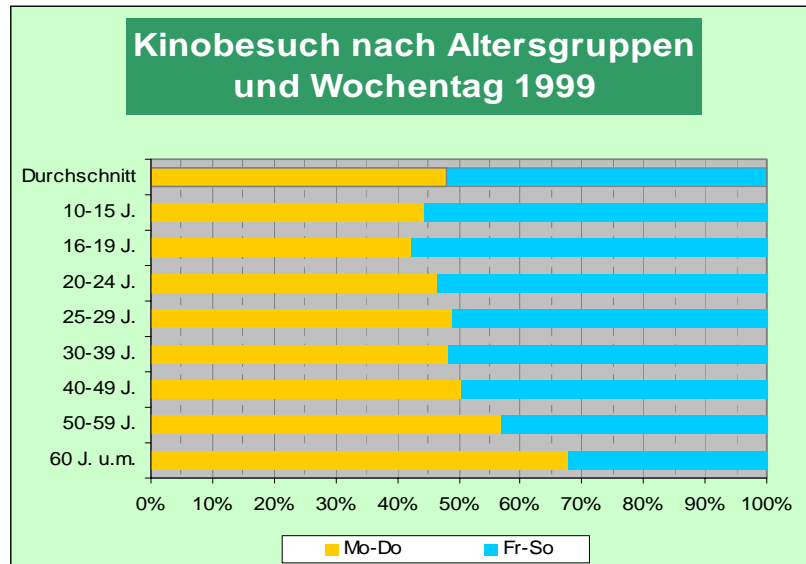
Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

Der **Samstag** ist mit Abstand der **wichtigste Tag** für den Kinobesuch: Etwas weniger als ein Viertel aller Eintrittskarten werden für die Samstagsvorstellungen verkauft. Am zweitwichtigsten ist der **Freitag** (17 % aller Eintrittskarten), der in den neunziger Jahren deutlich an Bedeutung gewonnen hat. An den übrigen Tagen außer montags gehen jeweils nur rund halb so viele Personen ins Kino wie am Samstag.



In den vergangenen drei Jahren hat der **Montag** so sehr an Bedeutung gewonnen, daß er zum wichtigsten Besuchstag unter der Woche (der Freitag zählt zum Wochenende) wurde.

Allgemein hat sich der Besuch dienstags bis donnerstags im Lauf der neunziger Jahre zunehmend gleichmäßiger verteilt. Zu Beginn des Jahrzehnts waren der Dienstag und der Donnerstag noch die deutlich schwächsten Besuchstage.



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!

Quelle: GfK-Panel Services

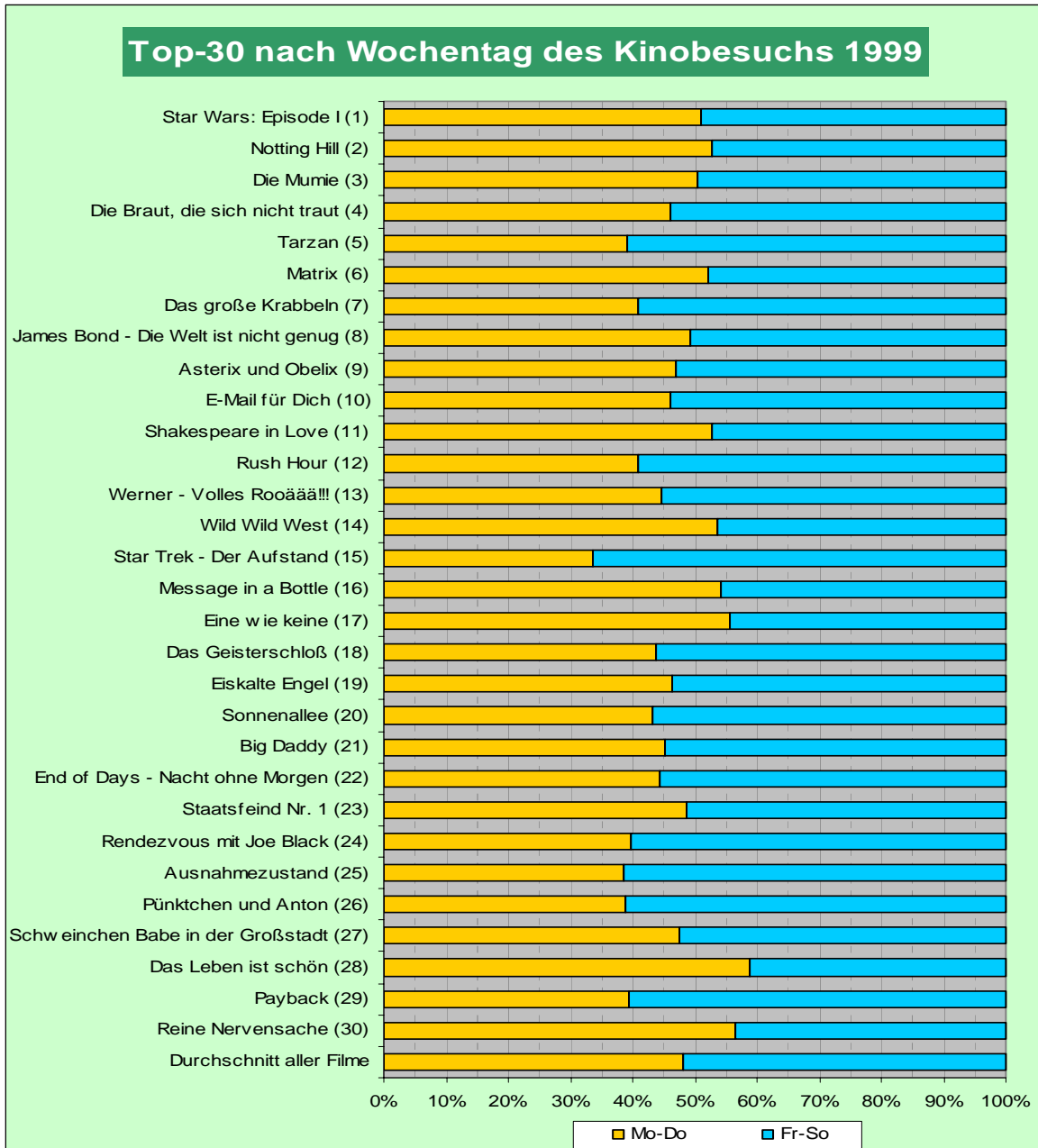
Mit zunehmendem Alter wird ein Tag unter der Woche für den Kinobesuch bevorzugt; das jüngere Publikum geht dagegen lieber am Wochenende ins Kino.

Die **Älteren** bevorzugen den Kinobesuch **unter der Woche**, wohl weil der Besuch dann ruhiger ist als am Wochenende, wenn die jungen Leute ins Kino strömen. Das Wochenende gehört eher dem Fernsehen, das dann ein attraktiveres Programm zeigt.

Offensichtlich nutzen die **Jungen** dagegen das **Wochenende**, um etwas außer Haus zu erleben.

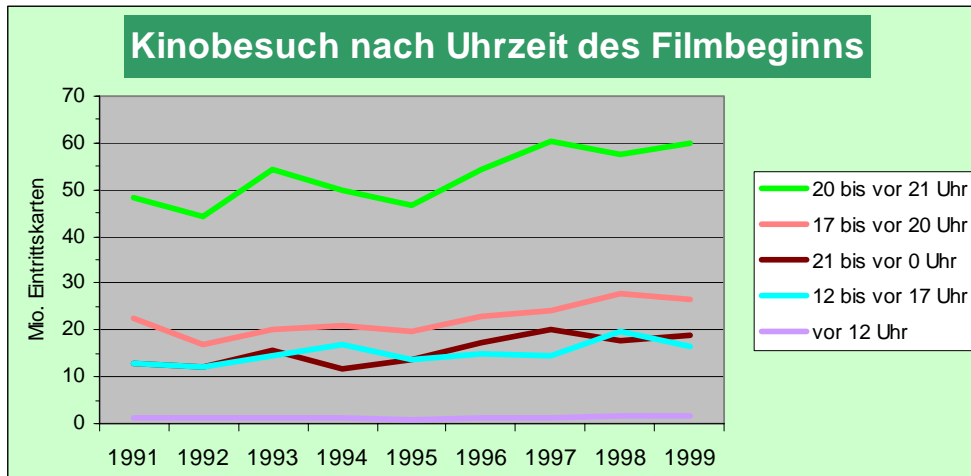
Kinderfilme werden eher am Wochenende besucht, wenn die Eltern Zeit für ihre Kinder haben. Ansonsten gab es noch einige andere Filme, die am Wochenende überdurchschnittlich gut besucht wurden („Star Trek - Der Aufstand“, „Ausnahmezustand“, „Payback“, „Rendezvous mit Joe Black“).

Besonders gut unter der Woche wurden dagegen „Das Leben ist schön“, „Reine Nervensache“, „Eine wie keine“ und „Message in a Bottle“ besucht.



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!  
Quelle: GfK-Panel Services

# Uhrzeit des Filmbeginns



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!

Quelle: GfK-Panel Services

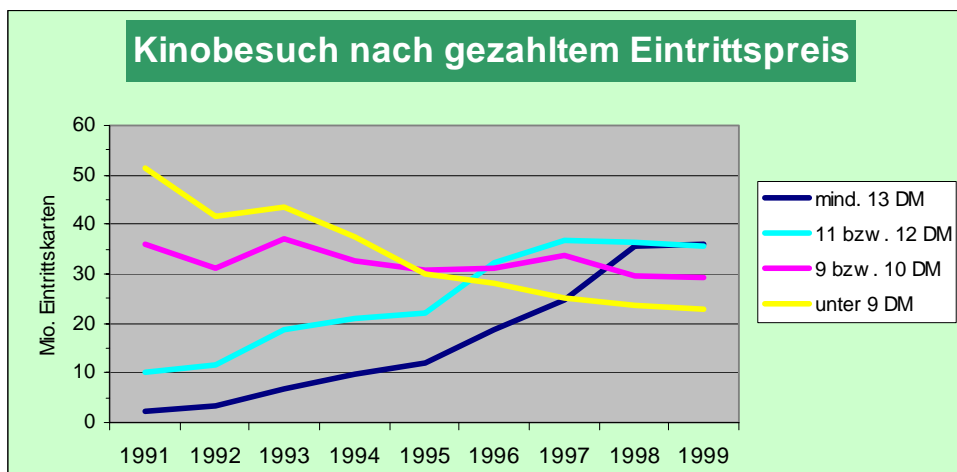
Uhrzeit des Filmbeginns		Mio. Eintrittskarten									Entwicklung (1991=100)								
		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
vor 12 Uhr		1,2	1,2	1,3	1,3	1,0	1,1	1,3	1,8	1,7	100	100	108	108	83	92	108	150	142
12 bis vor 17 Uhr		12,9	12,2	14,3	17,0	13,7	14,8	14,6	19,6	16,3	100	95	111	132	106	115	113	152	126
17 Uhr		9,2	7,1	9,3	9,4	8,3	10,5	11,7	11,2	14,4	100	77	101	102	90	114	127	122	157
18 Uhr		5,4	3,8	4,1	3,9	3,3	3,9	3,7	3,3	3,7	100	70	76	72	61	72	69	61	69
19 Uhr		8,0	6,1	6,9	7,6	8,3	8,6	8,8	13,4	8,6	100	76	86	95	104	108	110	168	108
20 Uhr		48,3	44,1	54,5	50,0	46,5	54,3	60,2	57,7	60,0	100	91	113	104	96	112	125	119	124
21 Uhr		3,9	3,5	3,5	2,8	2,8	3,4	3,9	3,5	3,6	100	90	90	72	72	87	100	90	92
22 Uhr		6,2	6,3	7,6	5,7	6,9	8,1	9,5	7,6	8,1	100	102	123	92	111	131	153	123	131
23 Uhr		2,6	2,3	4,6	3,3	4,0	5,7	6,6	6,8	7,2	100	88	177	127	154	219	254	262	277
keine Angabe		1,9	1,4	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Insgesamt		99,6	88,0	106,2	101,1	94,8	110,4	120,3	124,9	123,6	100	88	107	102	95	111	121	125	124
Uhrzeit des Filmbeginns		Veränderung zum Vorjahr in %									Aufteilung in %								
		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
vor 12 Uhr		.	3	8	0	-23	10	18	38	-6	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12 bis vor 17 Uhr		.	-5	17	19	-19	8	-1	34	-17	13	14	14	17	14	13	12	16	13
17 Uhr		.	-23	31	1	-12	27	11	-4	29	9	8	9	9	9	10	10	9	12
18 Uhr		.	-31	8	-5	-15	18	-5	-11	12	5	4	4	4	3	4	3	3	3
19 Uhr		.	-25	13	10	9	4	2	52	-36	8	7	7	8	9	8	7	11	7
20 Uhr		.	-9	24	-8	-7	17	11	-4	4	49	50	51	49	49	49	50	46	48
21 Uhr		.	-9	0	-20	0	21	15	-10	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
22 Uhr		.	3	21	-25	21	17	17	-20	7	6	7	7	6	7	7	8	6	7
23 Uhr		.	-12	100	-28	21	43	16	3	6	3	3	4	3	4	5	6	5	6
keine Angabe		.	.	.	.	.	.	.	.	.	2	2	0	0	0	0	0	0	0
Insgesamt		.	-12	21	-5	-6	16	9	4	-1	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!

Quelle: GfK-Panel Services

Üblicherweise wird rund die Hälfte der Eintrittskarten für die **20-Uhr-Vorstellung** verkauft. Längerfristig nehmen vor allem die **Spätvorstellungen** (ab 23 Uhr) an Bedeutung zu, doch tragen diese Vorstellungen erst 6 % zum Gesamtbesuch bei. Wesentlich wichtiger sind die **Nachmittagsvorstellungen** (12 bis 17 Uhr) und die **17-Uhr-Vorstellungen** mit einem Besuchsanteil von 13 % bzw. 12 %.

## Eintrittspreis



Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!

Quelle: GfK-Panel Services

gezahlter Eintrittspreis		Mio. Eintrittskarten								Entwicklung (1991=100)									
		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
unter 7 DM		28,5	19,3	14,6	11,5	8,9	8,1	6,2	5,0	7,6	100	68	51	40	31	28	22	18	27
7 bzw. 8 DM		22,9	22,5	29,0	26,1	21,1	20,0	18,8	18,5	15,3	100	98	127	114	92	87	82	81	67
9 DM		19,2	14,6	15,1	14,2	10,8	12,2	14,6	13,9	13,0	100	76	79	74	56	64	76	72	68
10 DM		16,7	16,7	22,0	18,5	19,9	19,0	19,2	15,6	16,4	100	100	132	111	119	114	115	93	98
11 DM		4,2	5,6	10,2	11,2	11,9	15,7	16,1	13,7	14,1	100	133	243	267	283	374	383	326	336
12 DM		6,0	5,9	8,6	9,7	10,2	16,5	20,7	22,5	21,4	100	98	143	162	170	275	345	377	357
13 DM		1,0	1,8	4,7	5,9	6,7	8,1	9,7	11,5	12,8	100	180	470	590	670	810	970	1150	1280
mind. 14 DM		1,1	1,6	2,0	4,0	5,3	10,8	15,0	24,2	23,0	100	145	182	364	482	982	1364	2191	2100
Insgesamt		99,6	88,0	106,2	101,1	94,8	110,4	120,3	124,9	123,6	100	88	107	102	95	111	121	125	124
gezahlter Eintrittspreis		Veränderung zum Vorjahr in %								Aufteilung in %									
		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
unter 7 DM		.	-32	-24	-21	-23	-9	-23	-19	52	29	22	14	11	9	7	5	4	6
7 bzw. 8 DM		.	-2	29	-10	-19	-5	-6	-2	-17	23	25	27	26	22	18	16	15	13
9 DM		.	-24	3	-6	-24	13	20	-5	-6	19	17	14	14	11	11	12	11	11
10 DM		.	-1	32	-16	8	-5	1	-19	5	17	19	21	18	21	17	16	13	13
11 DM		.	35	82	10	6	32	3	-15	3	4	6	10	11	13	14	13	11	11
12 DM		.	-3	46	13	5	62	25	9	-5	6	7	8	10	11	15	17	18	17
13 DM		.	80	161	26	14	21	20	19	11	1	2	4	6	7	7	8	9	10
mind. 14 DM		.	45	25	100	33	104	39	63	4	1	2	2	4	6	10	12	19	19
Insgesamt		.	-12	21	-5	-6	16	9	4	-1	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Nur Besuch von deutschen Personen ab 10 Jahren aus Privathaushalten!

Quelle: GfK-Panel Services

Im Jahr 1999 ist der **durchschnittliche Eintrittspreis** den Erhebungen der FFA zufolge erstmals seit Jahrzehnten **gesunken** und zwar um 1,3 % von 10,75 DM auf 10,61 DM.

Der von der GfK errechnete durchschnittliche Eintrittspreis ist ebenfalls geringfügig zurückgegangen, liegt aber mit 11,05 DM etwas höher als bei der FFA, da die GfK insbesondere den Besuch der Kinder unter 10 Jahren nicht erfaßt und diese häufig ermäßigten Eintritt haben.

**Gegenüber 1991** sind die Eintrittspreise den Erhebungen der FFA zufolge um 30 % gestiegen.

Der **Preisrückgang** im vergangenen Jahr liegt zum einen daran, daß weniger Eintrittskarten zum Preis von mindestens 14 DM verkauft wurden - für „Titanic“, „Der Soldat James Ryan“ und der „Pferdeflüsterer“ waren im Jahr zuvor aufgrund der Überlänge dieser Filme häufig besonders hohe Eintrittspreise verlangt worden -, zum anderen stieg erstmals wieder deutlich die Zahl der verkauften Eintrittskarten, die weniger als 7 DM kosteten - ein Ausdruck des zunehmenden Konkurrenzkampfes über die Preise.

## Zusammenfassung

Obwohl ein außergewöhnlicher Erfolgsfilm wie „Titanic“ im Kinojahr 1999 fehlte, konnte das Besuchsniveau gehalten werden. Allerdings führten die im laufenden Jahr erfolgten Kino-Neueröffnungen nicht wie in früheren Jahren zu Besuchsteigerungen. Der Konkurrenzkampf insbesondere zwischen den neuerrichteten und den herkömmlichen Kinos wird somit immer härter, was sich auch in der Entwicklung des durchschnittlichen Eintrittspreises spiegelt: Erstmals ist dieser nicht gestiegen, sondern leicht zurückgegangen.

Unabhängig von „Titanic“ blieb die Zahl der Filme mit mindestens 2 Mio. Besuchern seit 1997 konstant. Innerhalb dieser Gruppe hat im Jahr 1999 die Zahl und die Bedeutung der Filme mit 3 bis 6 Mio. Besuchern deutlich zugenommen, zum überwiegenden Teil zu Lasten der Filme mit 2 bis 3 Mio. Besuchern. Bei den Filmen mit weniger als 2 Mio. Besuchern hat sich wenig geändert.

Die erstmals vorgenommenen wesentlich detaillierteren Auswertungen des GfK-Panels, das auf repräsentativer Basis den Besuch der deutschen Personen ab 10 Jahren erfaßt, zeigen folgendes Bild:

- allgemein starke jährliche Bestandsveränderungen bei den Kinogängern durch hohe Fluktuation zwischen Kinogängern und Nicht-Kinogängern,
- Rückgang der Zahl der Kinogänger um ein Zehntel im Jahr 1999 bei gleichzeitiger Steigerung der Besuchintensität (Zahl der Besuche pro Person) bei den Kinogängern.

Nach verschiedenen sozio-demografischen bzw. besuchsbezogenen Merkmalen unterschieden, waren im vergangenen Jahr die größten Gruppen gemessen an der **Zahl der Kinogänger**:

- die 30- bis 39jährigen (*25 % aller Kinogänger*),
- die seltenen Kinogänger (1 bis 2 Besuche im Jahr) (*50 %*),
- die Bewohner aus Orten mit weniger als 20.000 Einwohnern (*35 %*),
- die Personen mit Mittlerer Reife bzw. Hochschulbildung (*27 % bzw. 28 %*),
- die Angestellten (*36 %*),
- die Besucher aus Vier-Personen-Haushalten (*26 %*),
- die Besucher aus kinderlosen Haushalten bzw. Haushalten mit Kindern über 15 Jahren (*63 %*),
- die Besucher mit einem monatlichen Haushalts-Nettoeinkommen von mindestens 4.500 DM (*38 %*).

Gemessen an ihrer **Bedeutung für den Gesamtbesuch** waren am wichtigsten:

- die jüngeren Twens (20- bis 24jährigen) (*24 % des Gesamtbesuchs*),
- die Intensiv-Kinogänger (mehr als 10 Besuche im Jahr) (*41 %*),
- die Bewohner aus Orten mit weniger als 20.000 Einwohnern (*33 %*),
- die Personen mit Hochschulbildung (Fachhochschule oder Universität) (*30 %*),
- gleichrangig die Angestellten und die Schüler/Studenten (*jeweils 33 %*),
- die Besucher aus Single-Haushalten (*27 %*),

- die Besucher aus kinderlosen Haushalten bzw. Haushalten mit Kindern über 15 Jahren (71 %),
- die Besucher mit einem monatlichen Haushalts-Nettoeinkommen von mindestens 4.500 DM (37 %).