

Der Kinobesucher 2006

Strukturen und Entwicklungen
auf Basis des GfK Panels

April 2007

Vorwort

Nun mehr seit 15 Jahren veröffentlicht die FFA ihre Studien über die Struktur des Kinobesuches und die Entwicklung im Besucherverhalten. Seit 2004 werden die Zahlen in Form einer Präsentation herausgegeben. Diese stützt sich auf das Individualpanel der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), dessen Ergebnisse die FFA im Hinblick auf die filmwirtschaftlichen Daten ausschließlich erworben hat.

Das Panel umfasst 20.000 Teilnehmer und steht repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 10 Jahre. Nicht erfasst werden durch das Panel Kinder unter 10 Jahren, ausländische Bürger sowie Personen, die ständig auf Reisen sind oder deren Bewegungsfreiheit vorübergehend eingeschränkt ist.

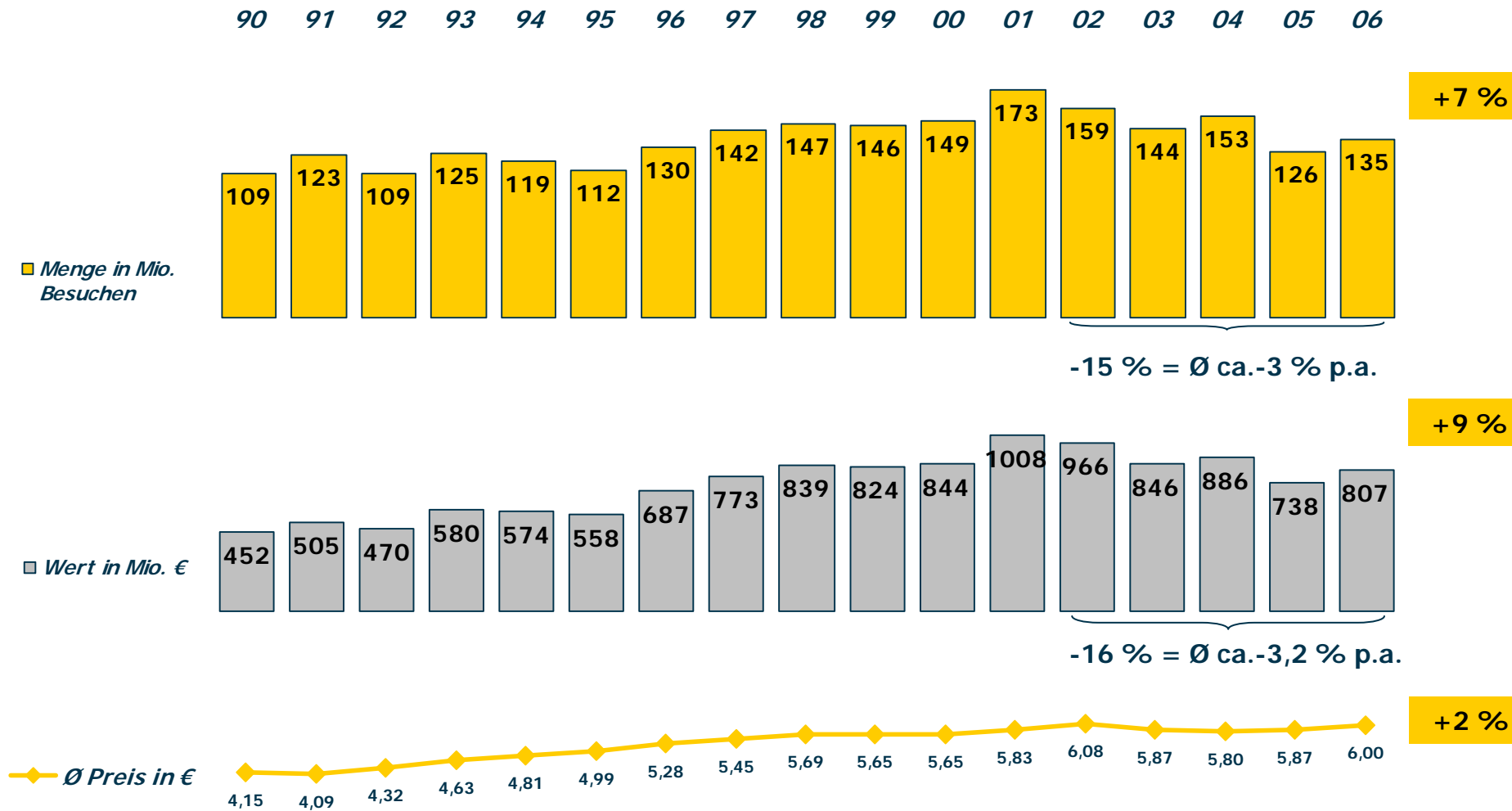
Die Studie stellt die allgemeine Entwicklung im Kino dar. Ergänzend dazu erfolgen Auswertungen hinsichtlich soziodemografischer Merkmale sowie eine Betrachtung einzelner kino- und filmspezifischer Informationen, die ihren Fokus auch auf den deutschen Film richten.

Im Anhang wurden die Daten des GfK-Panels durch qualifizierte Schätzungen um das Verhaltens von Kindern und ausländischen Besuchern ergänzt.

Agenda

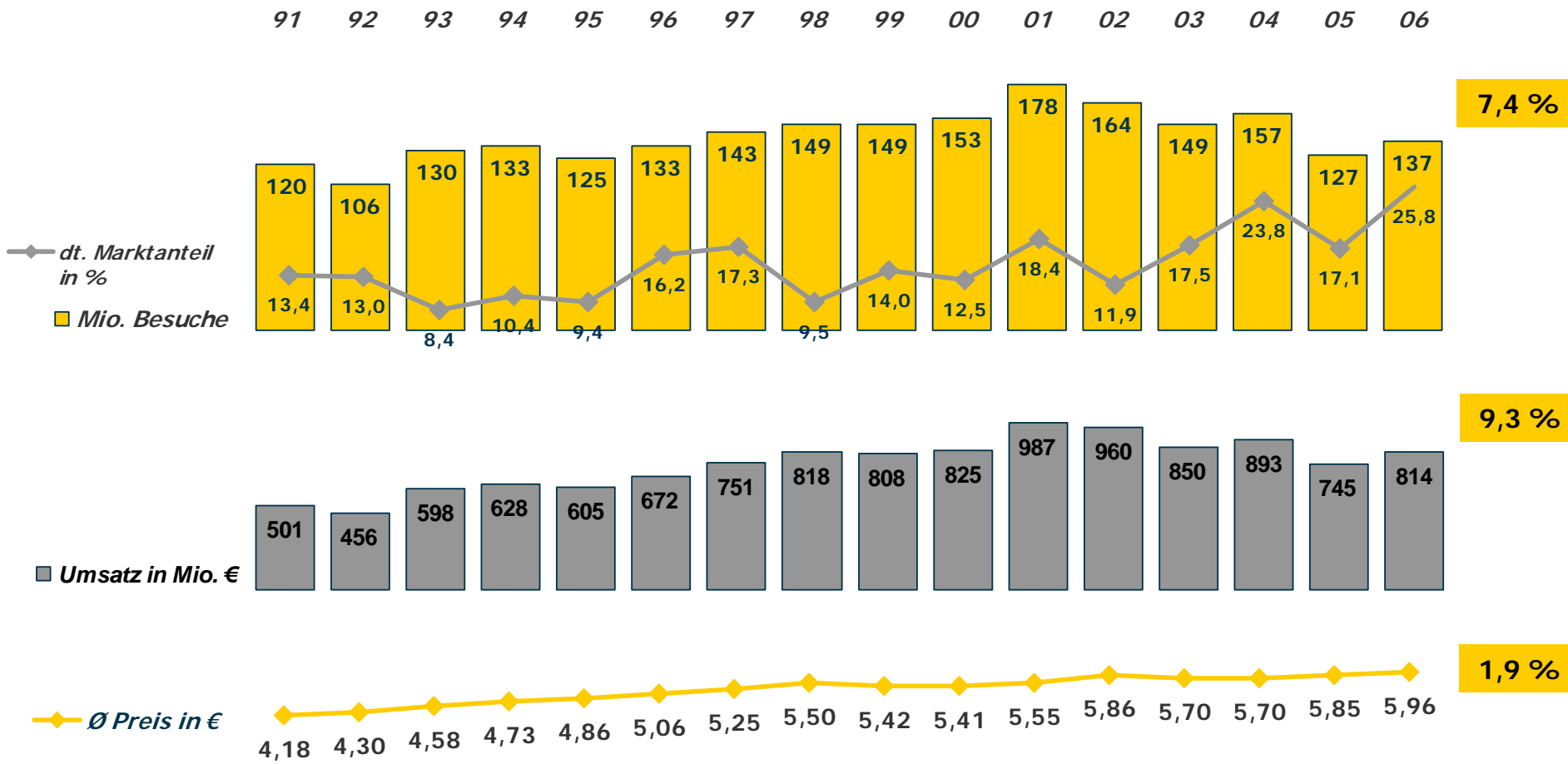
- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinos
- 2 Kinobesucher - soziodemografisch und kinospezifisch
- 3 Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher - filmspezifisch
- 5 Deutsche Produktionen
- 6 Anhang

Allgemeine Marktentwicklung des Kinos auf Basis des GfK-Panels



Generelle Marktentwicklung des Kinos seit 1991

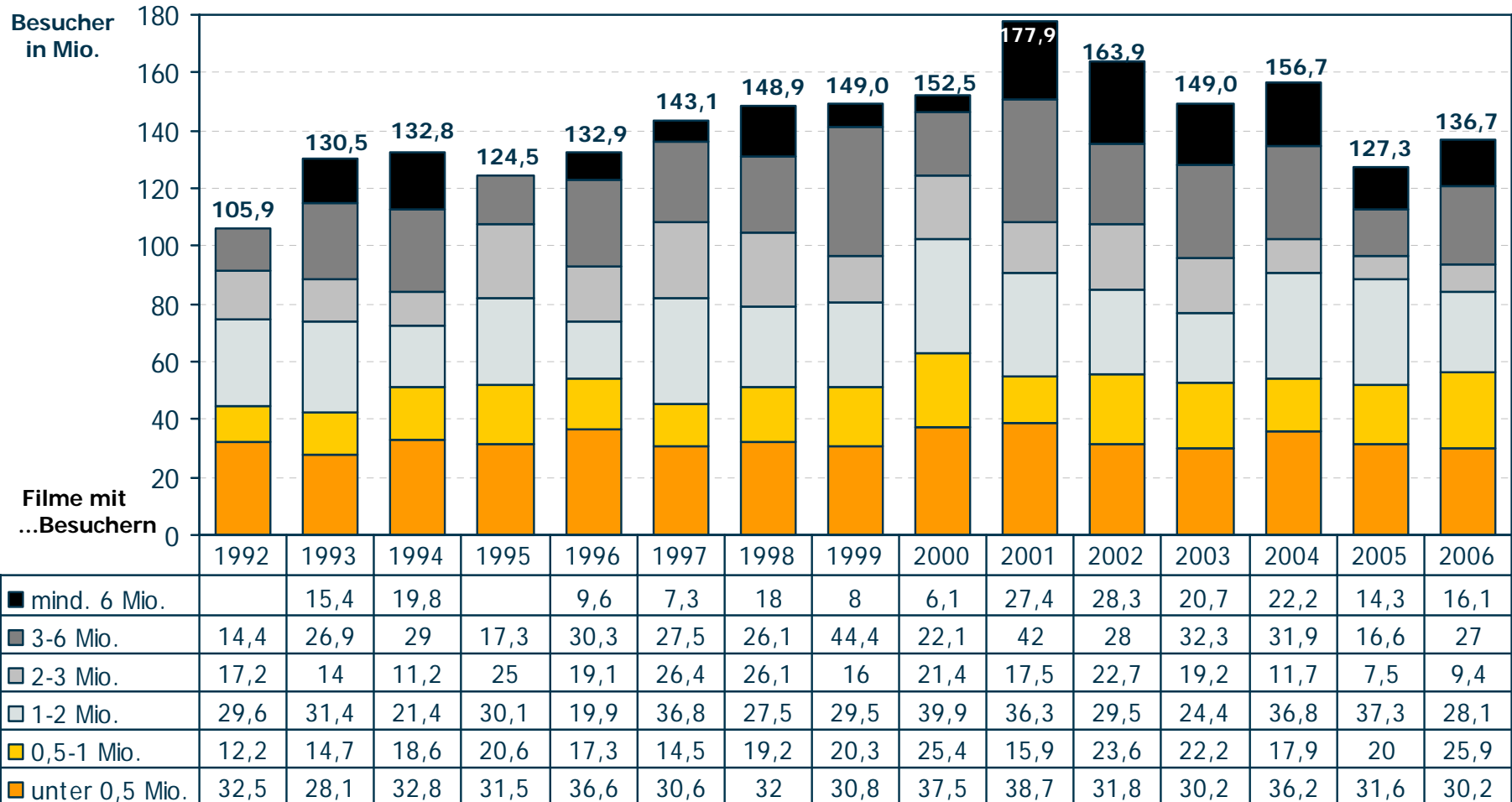
Basis: Meldungen der Filmtheater, FFA



Das Jahr 2006 sorgte für Aufwind im Kinogeschäft und erreichte den höchsten deutschen Marktanteil der letzten 16 Jahren.

Allgemeine Entwicklung bis zum Kinojahr 2006

Key-Facts auf Basis der FFA



Allgemeine Entwicklung bis zum Kinojahr 2006

Key-Facts auf Basis der FFA

Zahl der Millionen-Hits																
Filme mit ... Besuchern	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Durchschnitt 1992-2006
mind. 6 Mio	-	2	3	-	1	1	1	1	1	3	4	3	3	2	2	2
3 bis unter 6 Mio.	4	7	7	5	8	7	7	11	6	10	6	8	8	4	6	7
2 bis unter 3 Mio.	7	6	4	10	8	11	11	7	9	7	10	8	5	3	4	7
1 bis unter 2 Mio.	20	22	15	20	16	26	20	21	27	26	21	17	26	29	21	22
Summe	31	37	29	35	33	45	39	40	43	46	41	36	42	38	33	38
nachrichtlich: 0,5 bis unter 1 Mio.	17	20	26	28	25	20	27	30	37	22	32	32	26	29	34	27

- Die Kinobesucher lieben Blockbuster.
Jede dritte Eintrittskarte wurde für einen Top-10-Film gelöst.
- 33 Filme sind Besuchermillionäre und verantworten mit ihren rund 80,6 Mio. Besuchern fast 60 Prozent des gesamten Besucheraufkommen.
- Drei deutsche Filme befinden sich unter den TOP 10.
- Unter den 33 Filmen, die 2006 die mindestens eine Million Besucher ins Kino lockten, befinden sich acht deutsche Filme. Im Jahr 2005 waren es sieben Filme.

Allgemeine Entwicklung bis zum Kinojahr 2006

Key-Facts Ausgaben

Durchschnittliche Ausgaben im Kino

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	05/06
durchschnittlicher Eintrittspreis je Kinobesucher lt. FFA:	5,55 €	5,86 €	5,70 €	5,70 €	5,85 €	5,96 €	1,9%
durchschnittlicher Eintrittspreis je Kinobesucher lt. GfK*:	5,83 €	6,08 €	5,87 €	5,80 €	5,87 €	6,00 €	2,2%
durchschnittliche Ausgaben je Kinobesuch für Verzehr lt. GfK*:	1,92 €	1,86 €	2,08 €	2,09 €	2,11 €	2,39 €	13,3%
durchschnittliche Gesamtausgaben je Kinobesuch lt. GfK*:	7,75 €	7,94 €	7,95 €	7,89 €	7,98 €	8,39 €	5,1%

*ohne Ausländer und Kinder unter 10 Jahren, Eintrittspreise und Ausgaben für den Verzehr beziehen sich auf Bruttobeträge

Anhand der Besucher- und Umsatzmeldungen der Filmtheater an die FFA ließ sich für das Jahr 2006 ein durchschnittlicher Eintrittspreis von 5,96 € errechnen. Die neuen Bundesländer zogen mit 2,3 Prozent deutlich stärker an als die alten Bundesländer, die im Schnitt um 1,7 Prozent erhöhten.

Der von der GfK ermittelte Eintrittspreis lag mit 6,00 € geringfügig höher, da hier Kinder unter 10 Jahren, die meist Preisermäßigungen erhalten, nicht berücksichtigt wurden. Im Jahr 2006 verzehrten knapp 48 Prozent aller Besucher im Kino Getränke, Popcorn & Co..

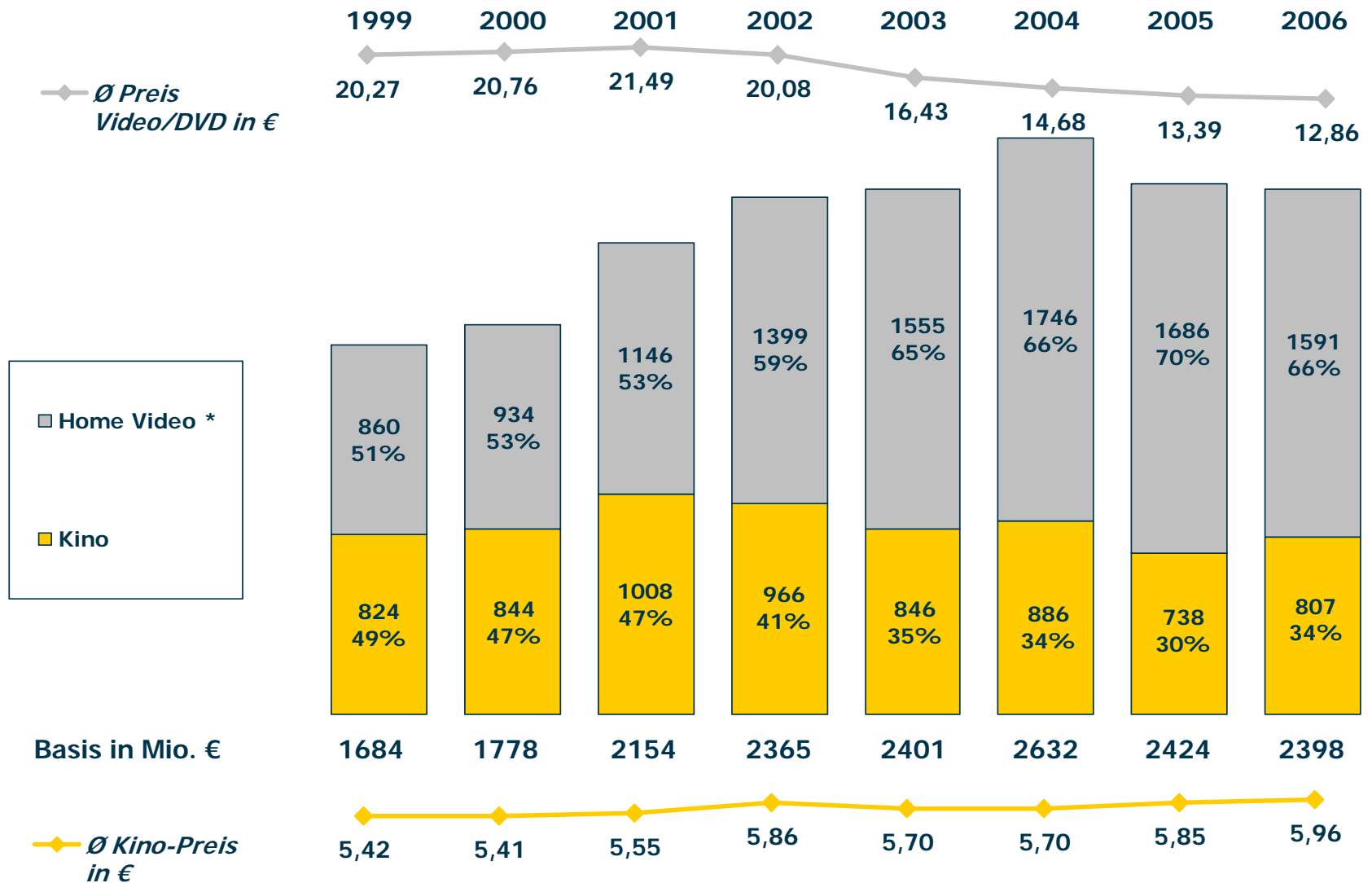
Key Facts zur allgemeinen Entwicklung des Kinos

- Das Jahr 2006 weist ein Besucherplus von 7,4 Prozent und ein Umsatzplus von 9,3 Prozent auf.
- Der durchschnittliche Preis für eine Kinoeintrittskarte lag bei 5,96 Euro.
- Die Kinobesucher sind auch 2006 affin für Blockbuster.
- Unter den TOP 10 der erfolgreichsten Filme des Jahres 2006 befindet sich drei deutsche Filme.
- Acht deutsche Produktionen sind 2006 Besuchermillionäre.

Home Video vs. Kino

Generelle Marktentwicklung

Basis: Umsatz



Home Video vs. Kino

Wechselwirkung zwischen Kinoerfolg und DVD-Verkauf

Basis: Umsatz

	1. Halbjahr 2005	2. Halbjahr 2005	1. Halbjahr 2006	2. Halbjahr 2006
--	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

Kino
VÄ in %

-16	-17	9	9
-----	-----	---	---

Theatrical DVD
VÄ in %

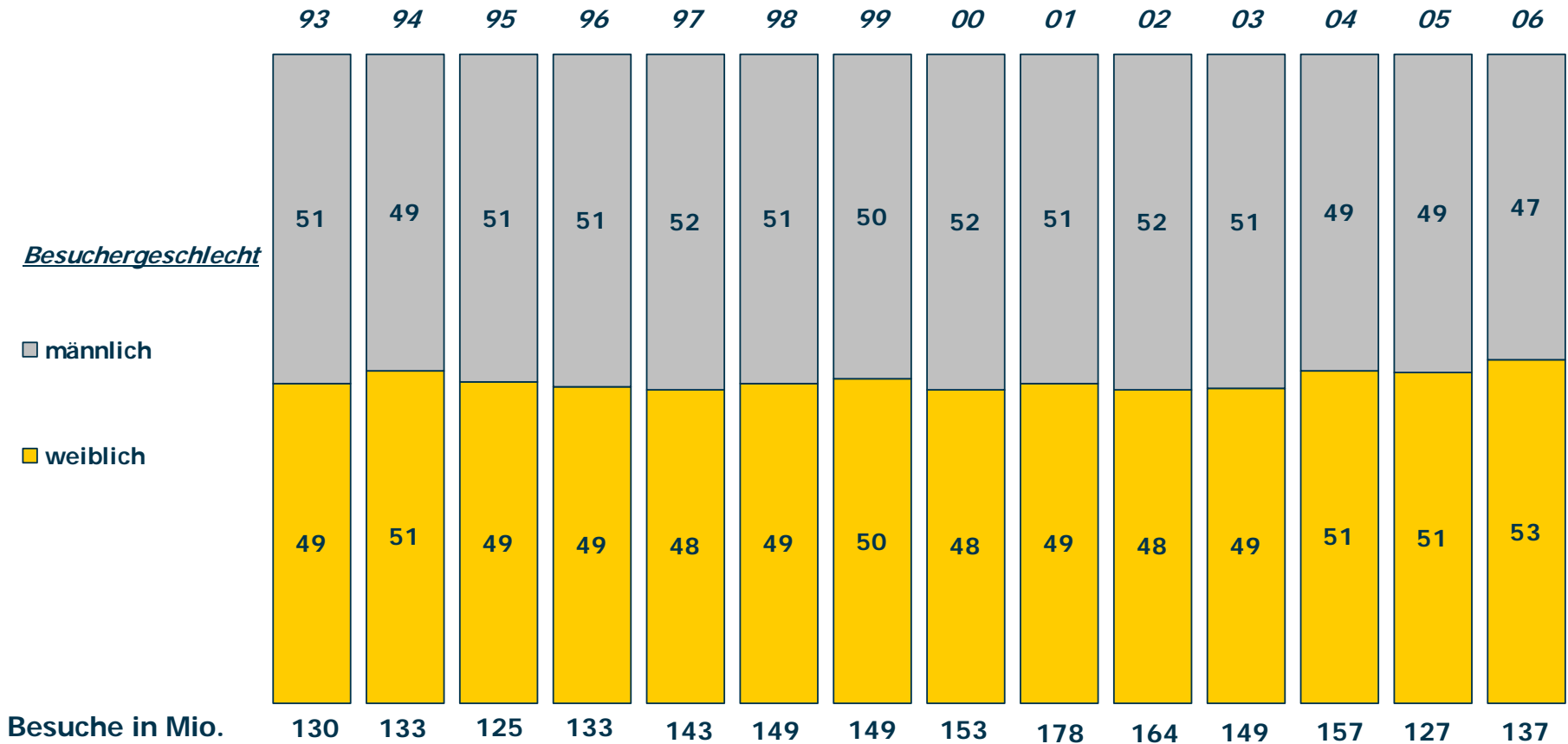
-5	-23	-17	6
----	-----	-----	---

Agenda

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinos
- 2 Kinobesucher - soziodemografisch und kinospezifisch
- 3 Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher - filmspezifisch
- 5 Deutsche Produktionen
- 6 Anhang

Geschlecht der Besucher im Zeitverlauf

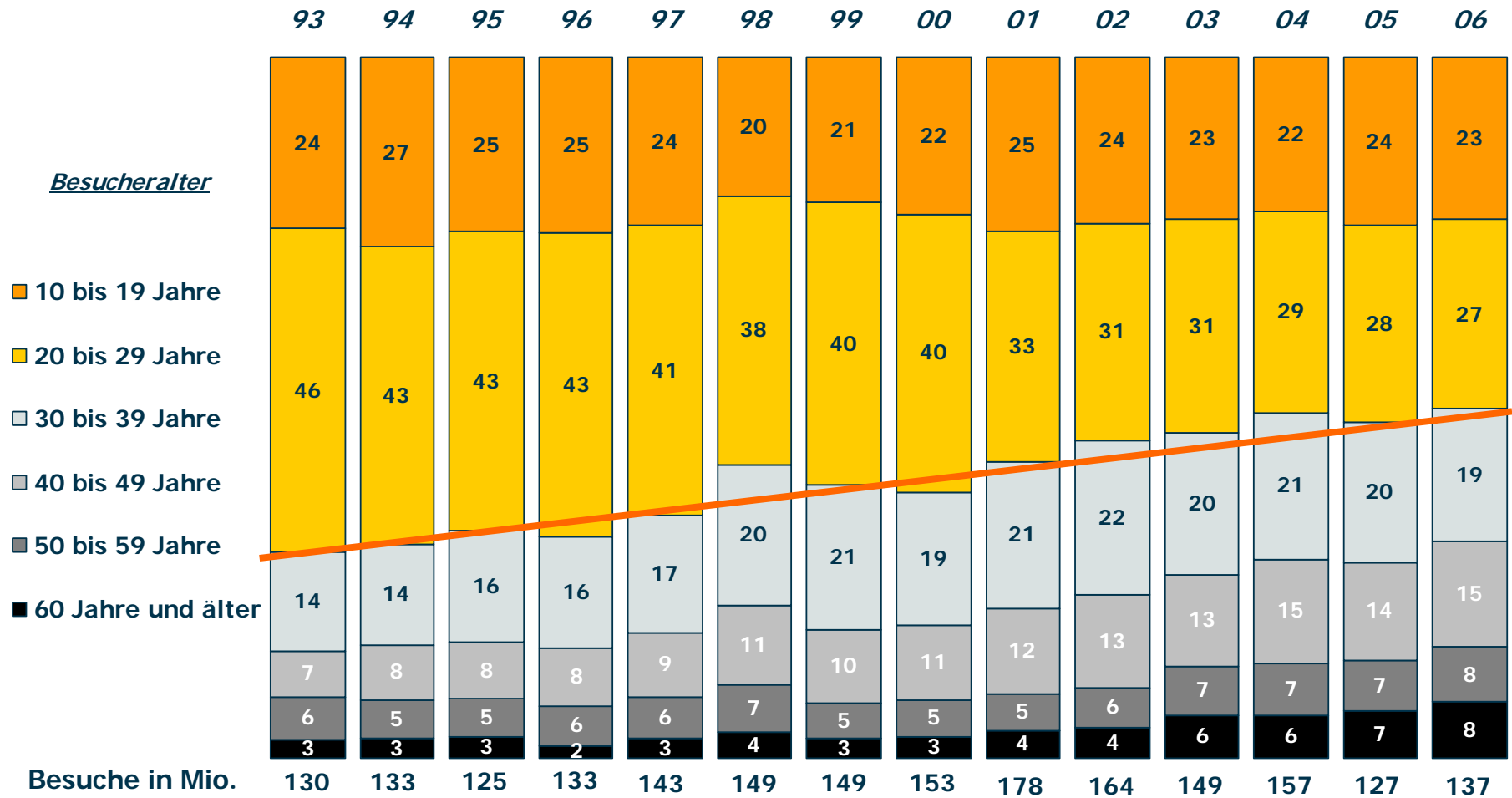
Basis: Besuche (in %)



Ein ausgewogenes Bild der Kinobesucherstruktur mit leichter Tendenz für die Frauen

Alter der Besucher im Zeitverlauf

Basis: Besuche (in %)



Deutlicher Anstieg der älteren Besuchergruppen

Gewinne und Verluste

Basis: Besuche

Veränderung 2005 vs. 2006

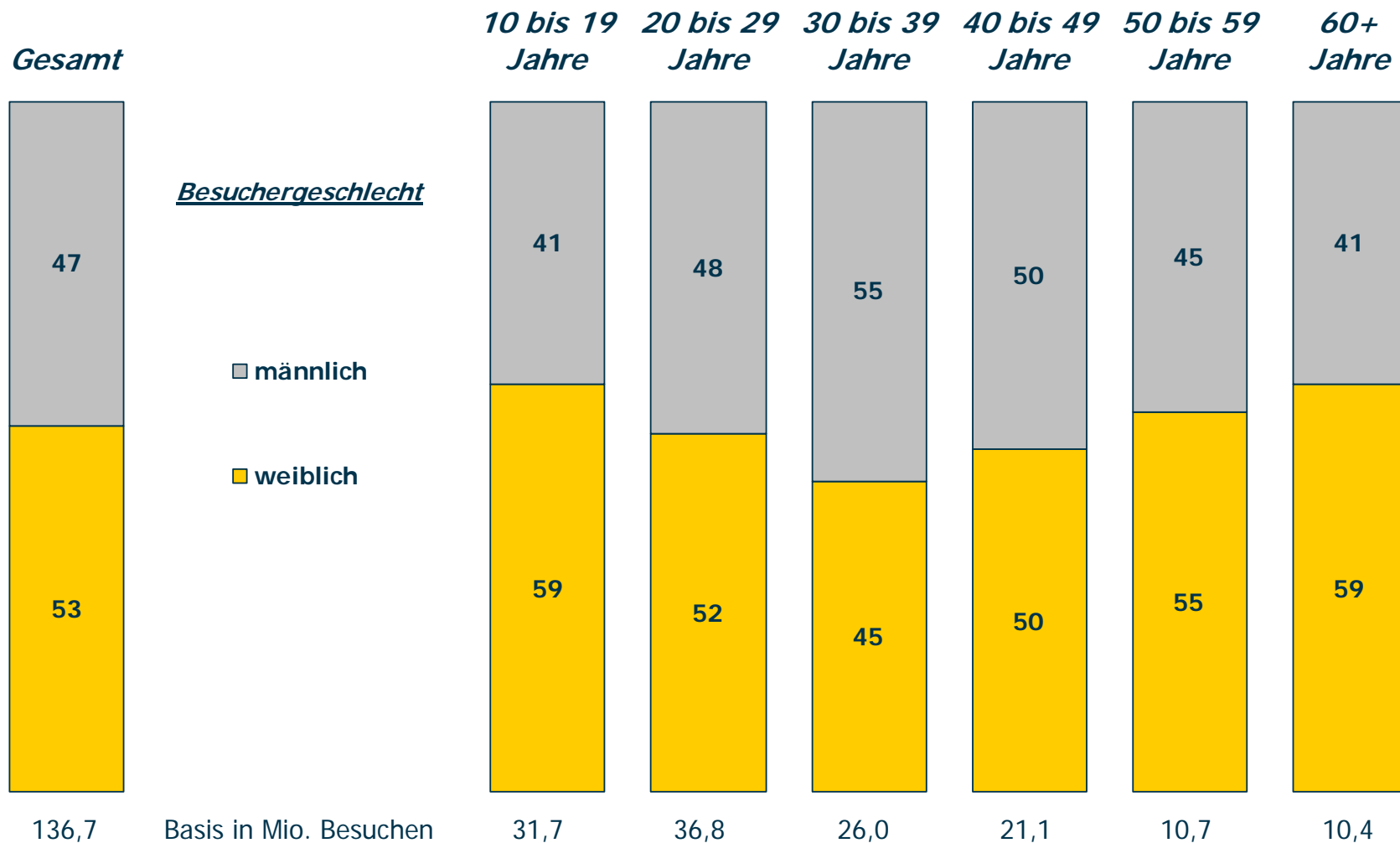
Mio. Besuche
2005 2006

	Veränderung 2005 vs. 2006	Mio. Besuche 2005	Mio. Besuche 2006
Total	7%	127,3	136,7
männlich	3%	62,4	64,3
weiblich	12%	64,9	72,4
10 bis 19 Jahre	4%	30,6	31,7
20 bis 29 Jahre	3%	35,6	36,8
30 bis 39 Jahre	2%	25,5	26,0
40 bis 49 Jahre	19%	17,8	21,1
50 bis 59 Jahre	18%	9,1	10,7
60 Jahre und älter	20%	8,7	10,4

Analyse des Alters - 2006

Geschlecht

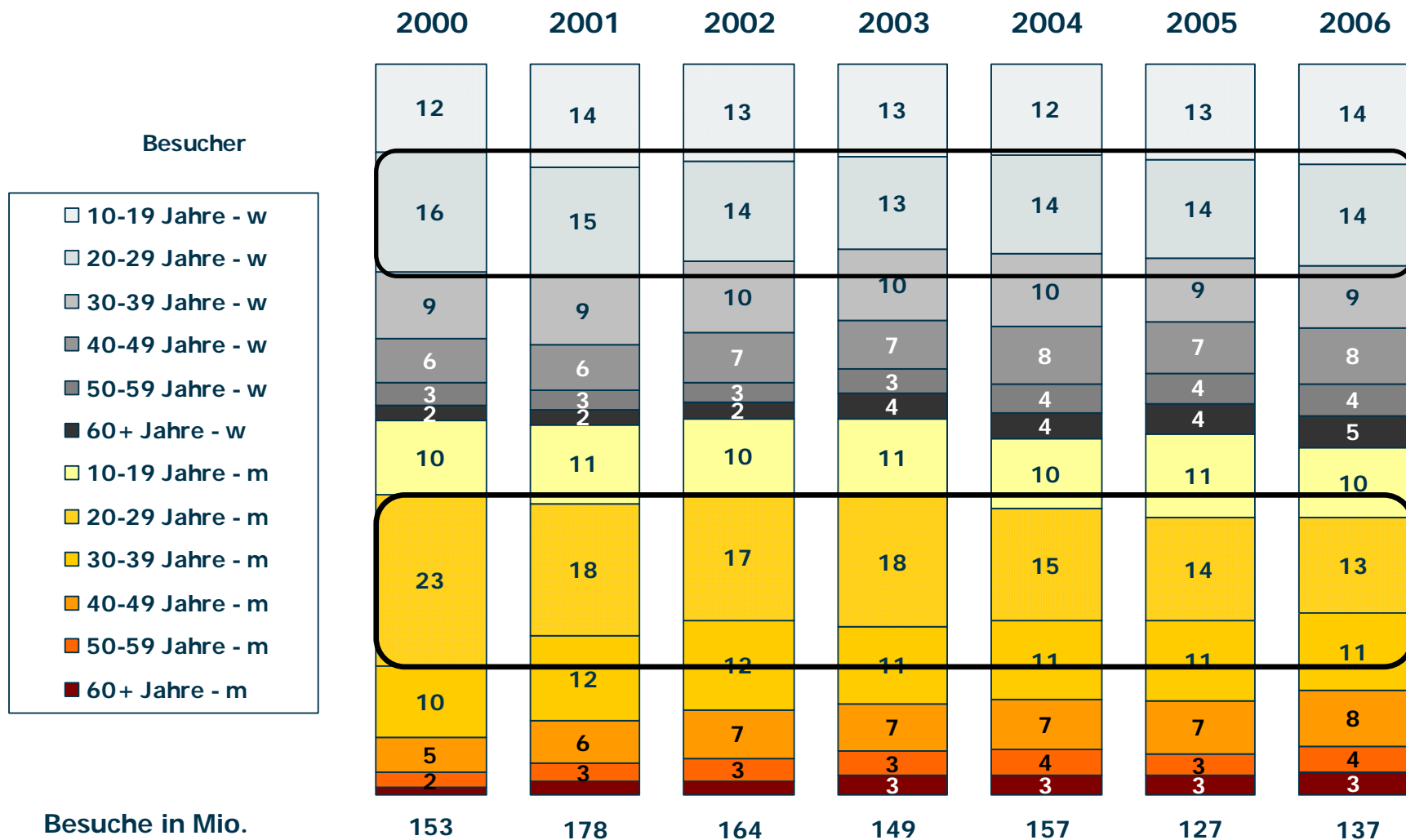
Basis: Besuche (in %)



Analyse des Alters – Zeitreihe 2000 bis 2006

Geschlecht

Basis: Besuche (in %)



Entwicklung des Besucheralters

Besucherzahlen basierend auf GfK-Panel

Basis: Besuche (in Mio.)

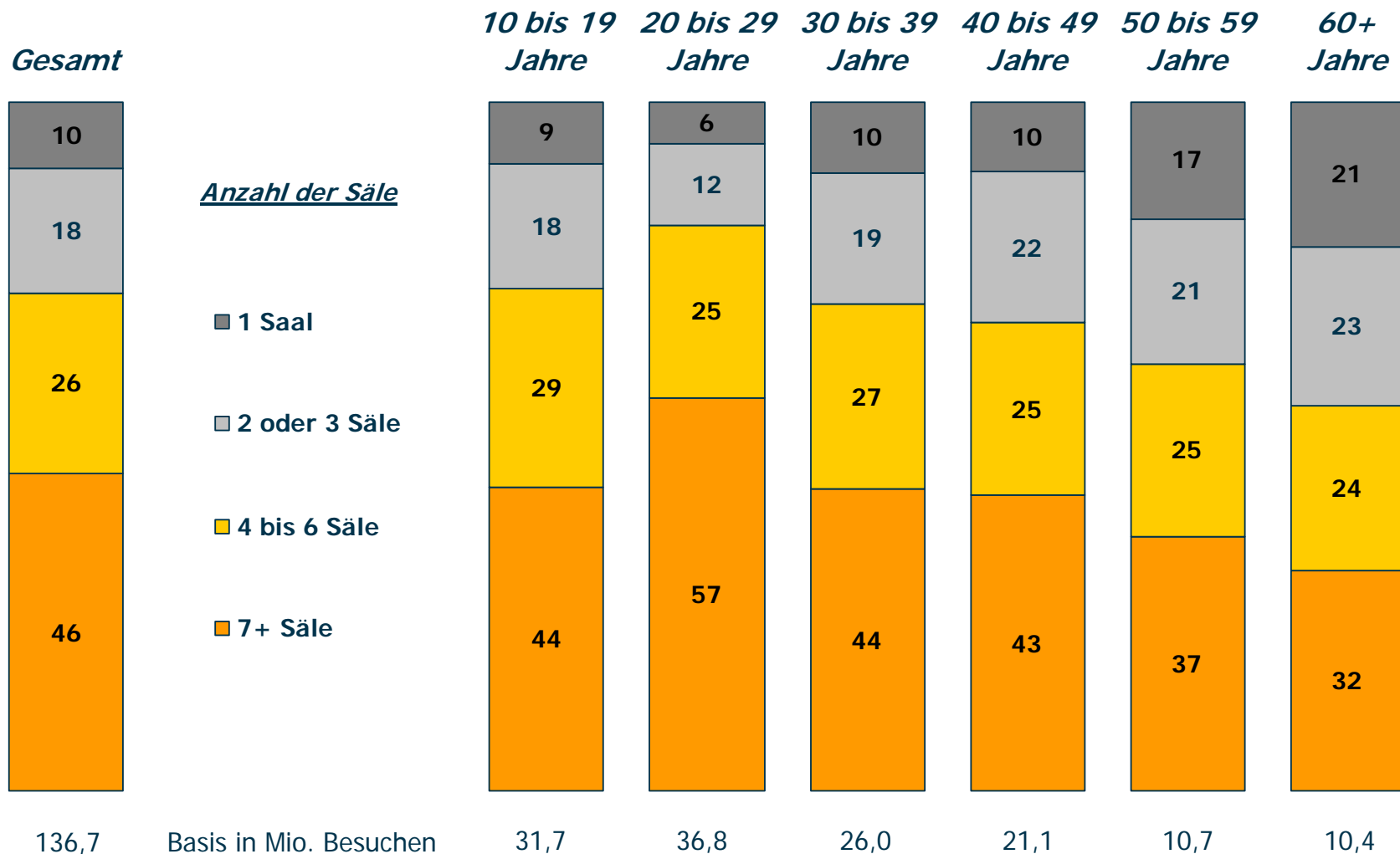
	1997	2006	2015*	2015 vs. 2006 in %
10 bis 19 Jahre	33	31	28	-10
20 bis 29 Jahre	60	36	37	2
30 bis 39 Jahre	24	26	23	-10
40 bis 49 Jahre	13	21	18	-13
50 Jahre und älter	12	21	24	16
Gesamt	142	135	130	-3

* Projektion auf Basis der erwarteten Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Stat. Bundesamt)

Analyse des Alters

Anzahl der Säle

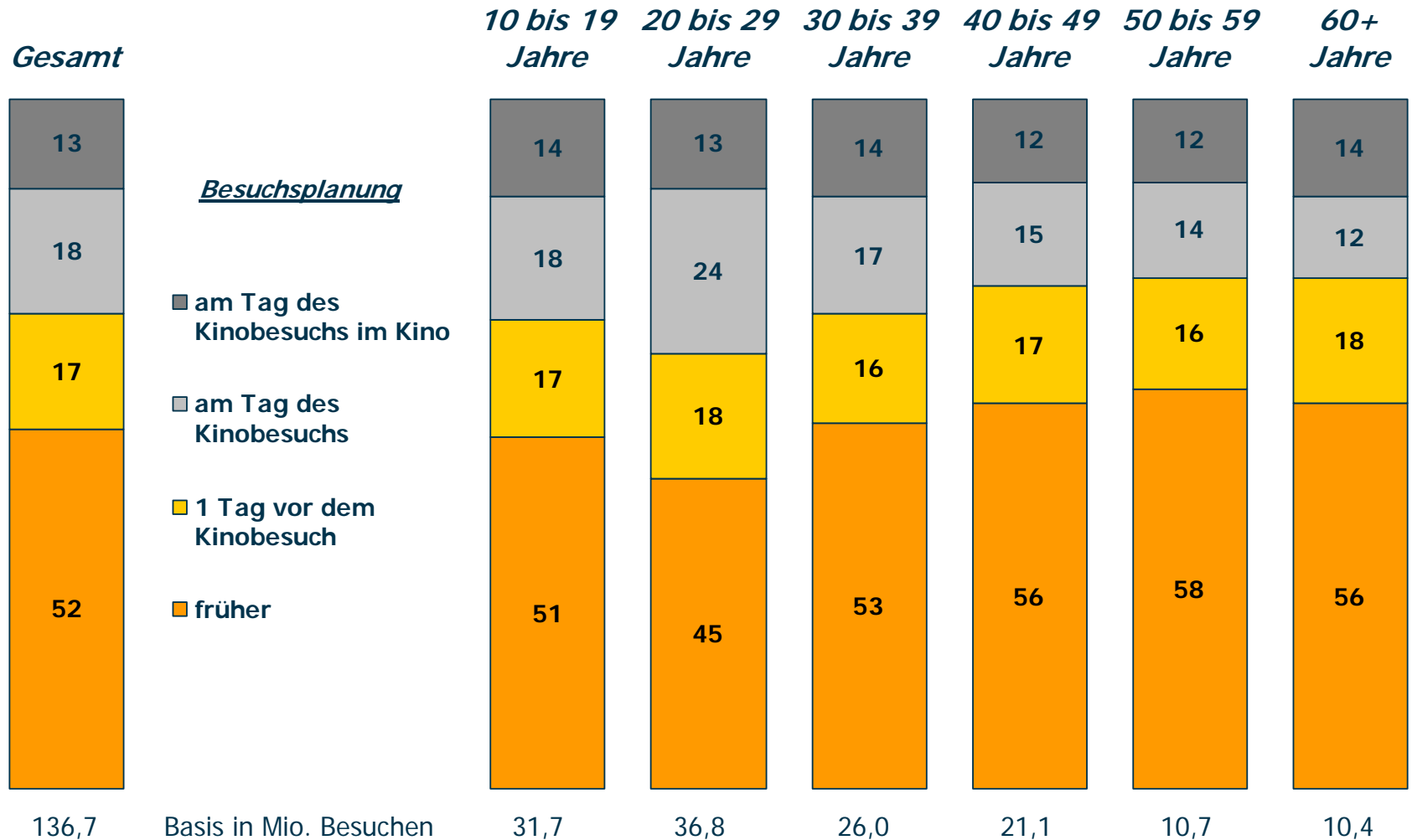
Basis: Besuche (in %)



Analyse des Alters

Planung des Kinobesuchs

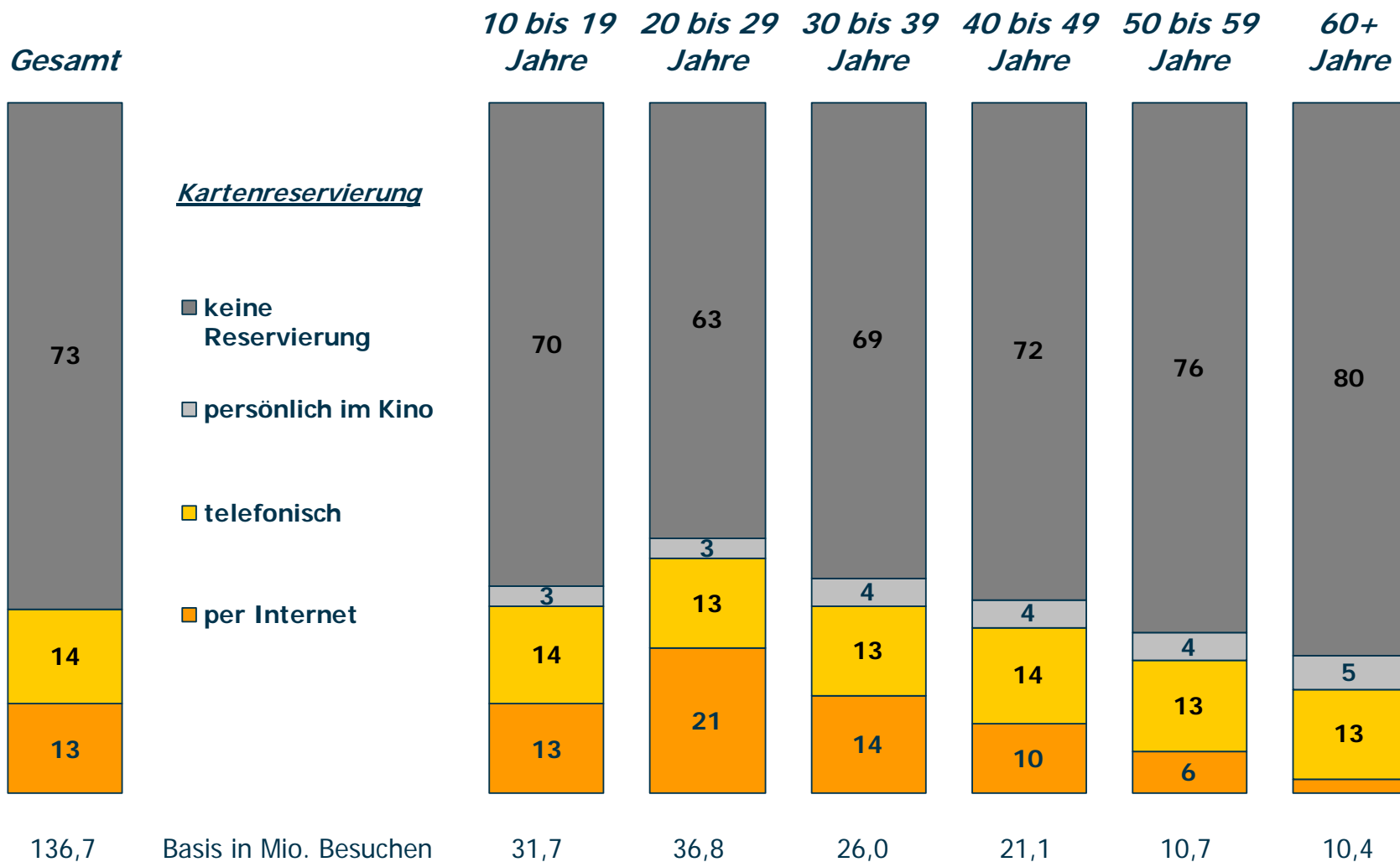
Basis: Besuche (in %)



Analyse des Alters

Kartenreservierung

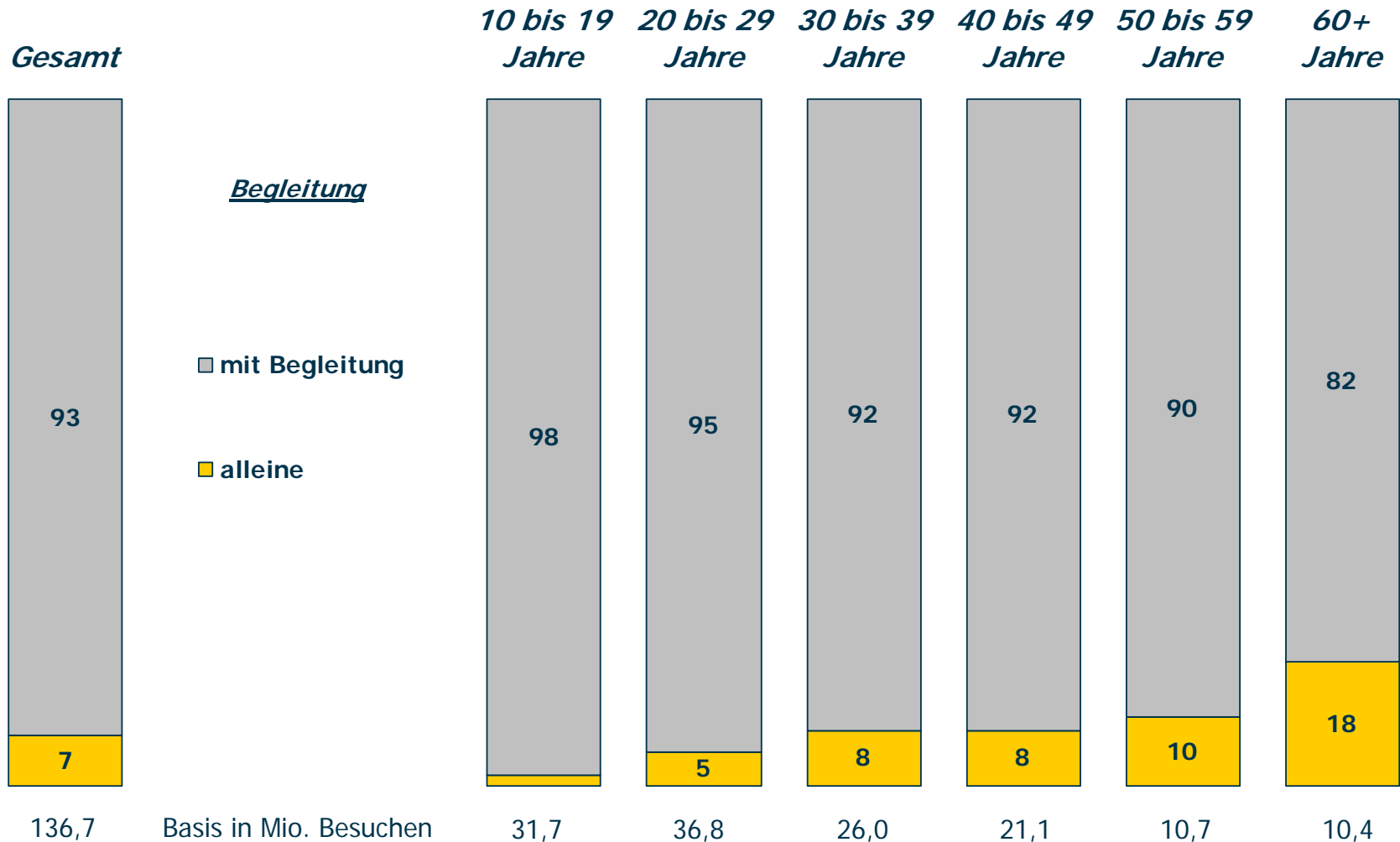
Basis: Besuche (in %)



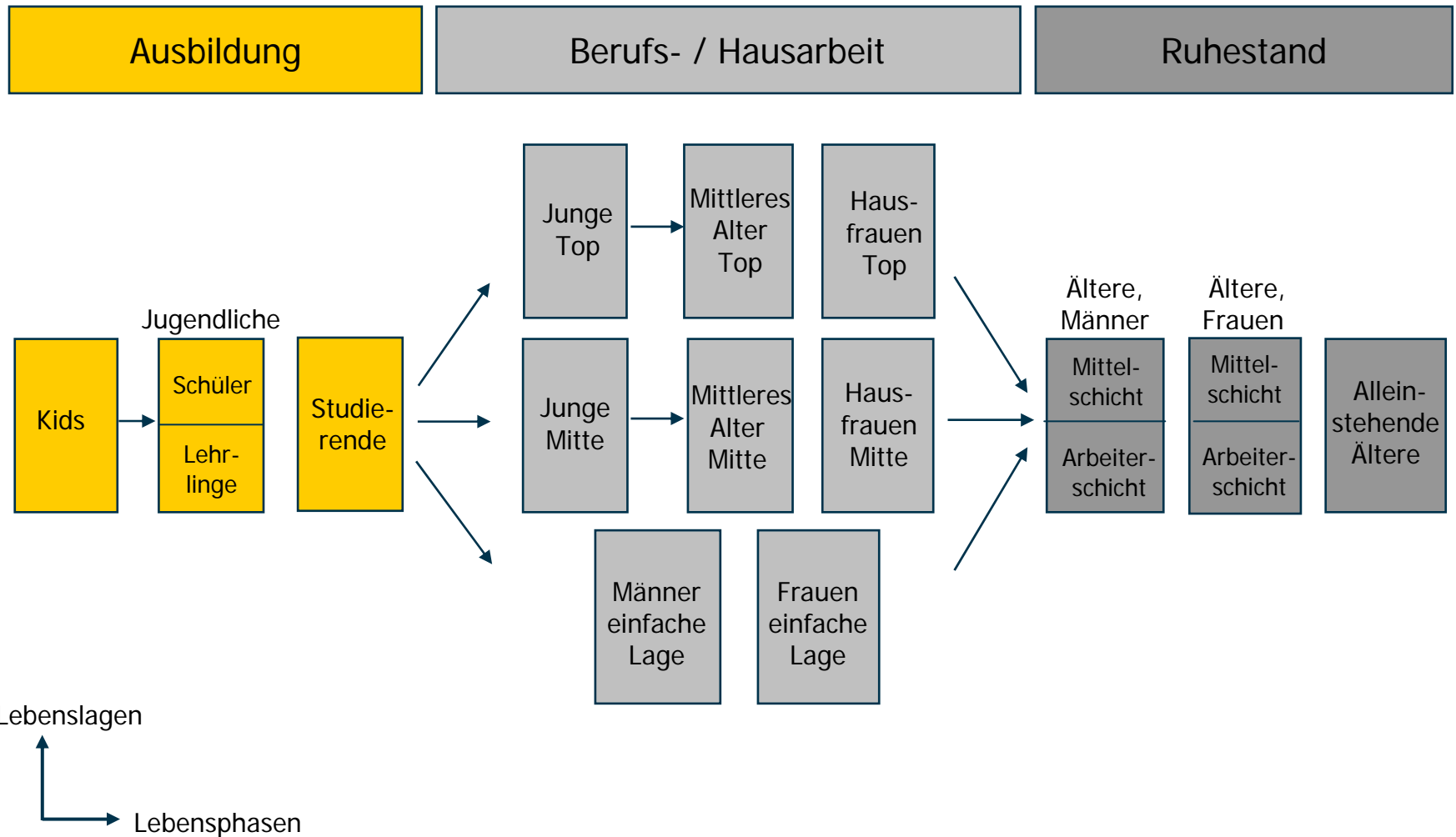
Analyse des Alters

Begleitung

Basis: Besuche (in %)



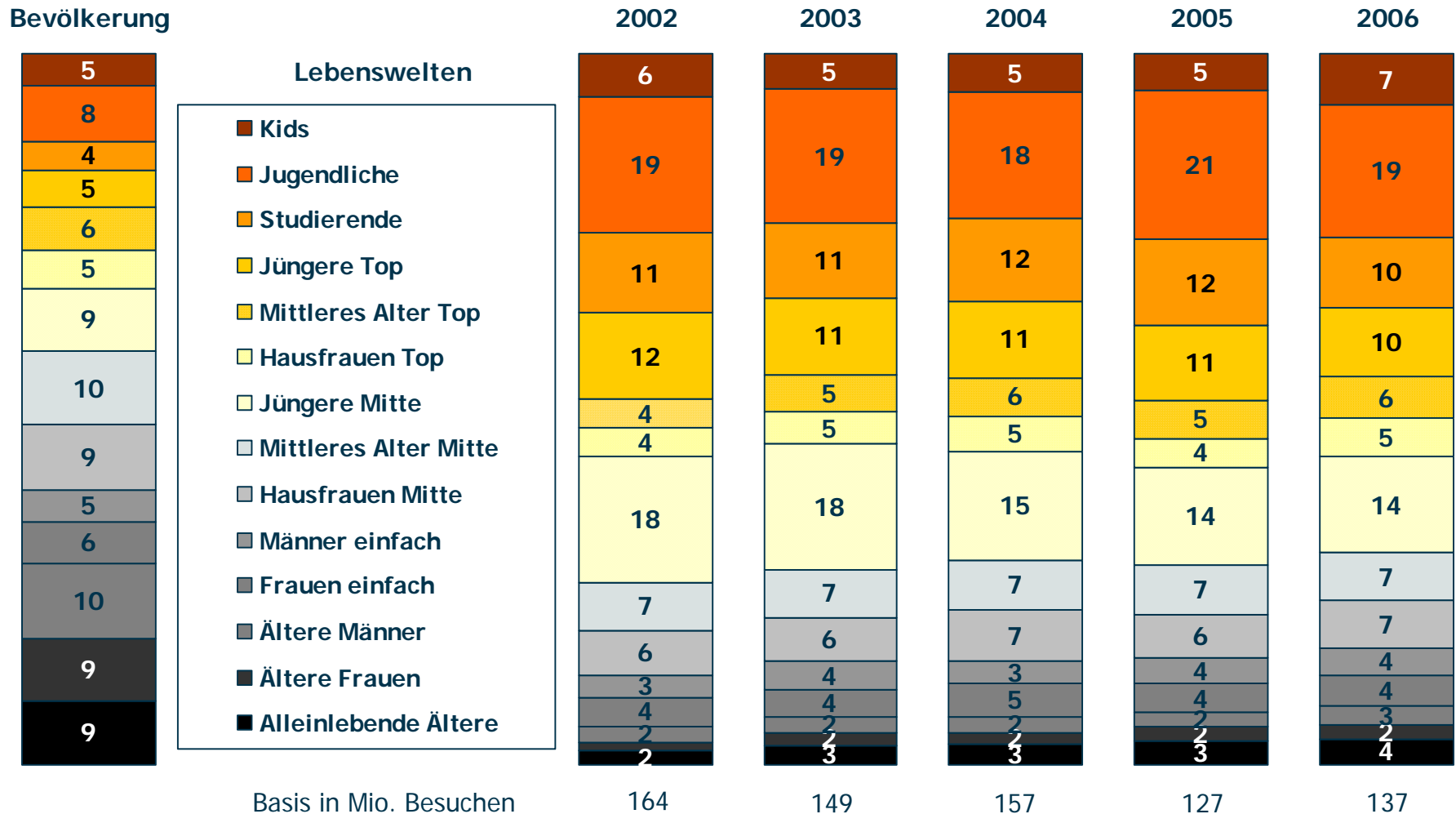
Biografische Lebenswelten



Biografische Lebenswelten

Kinobesuch

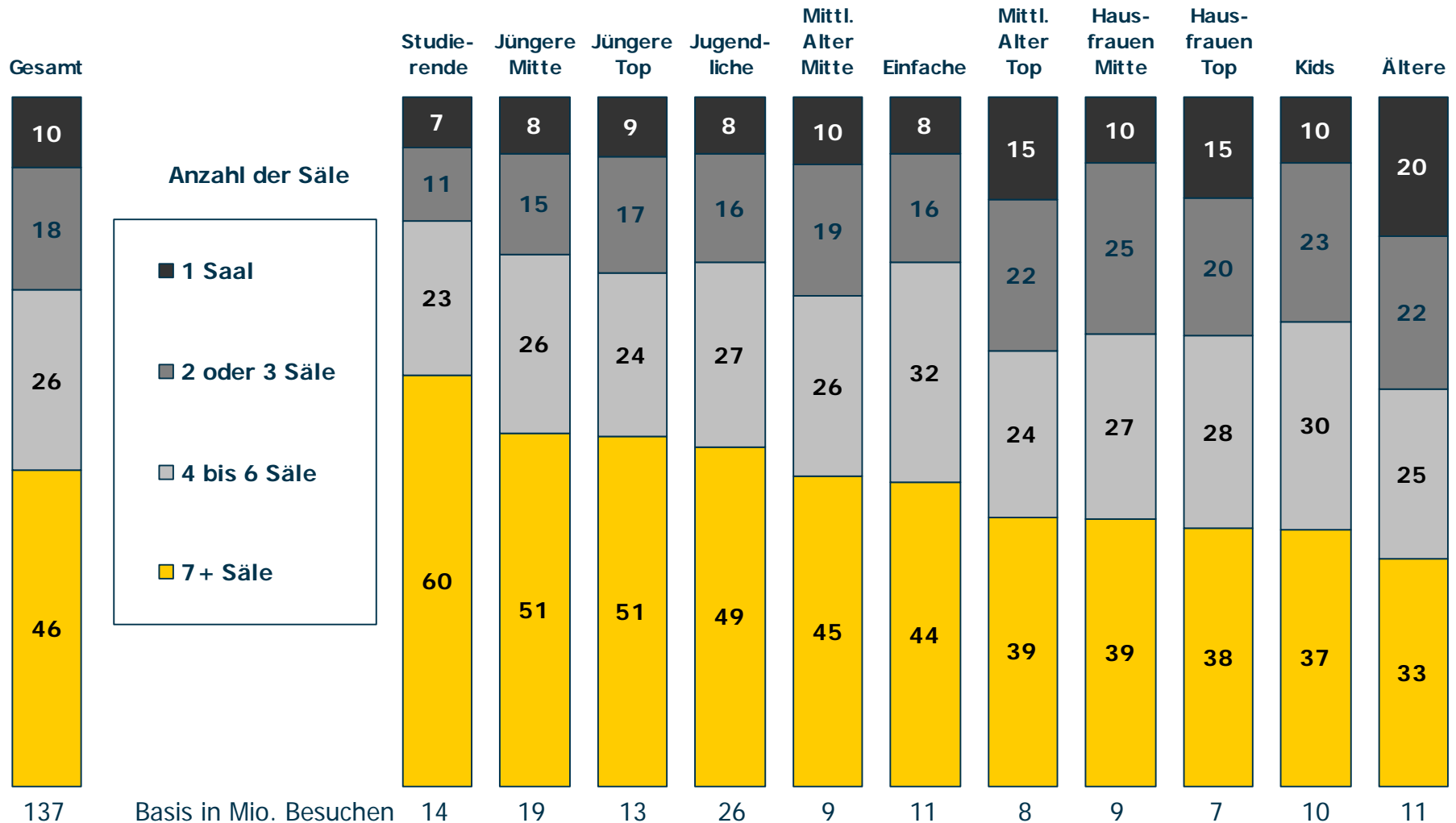
Basis: Besuche (in %)



Biografische Lebenswelten

Anzahl der Säle

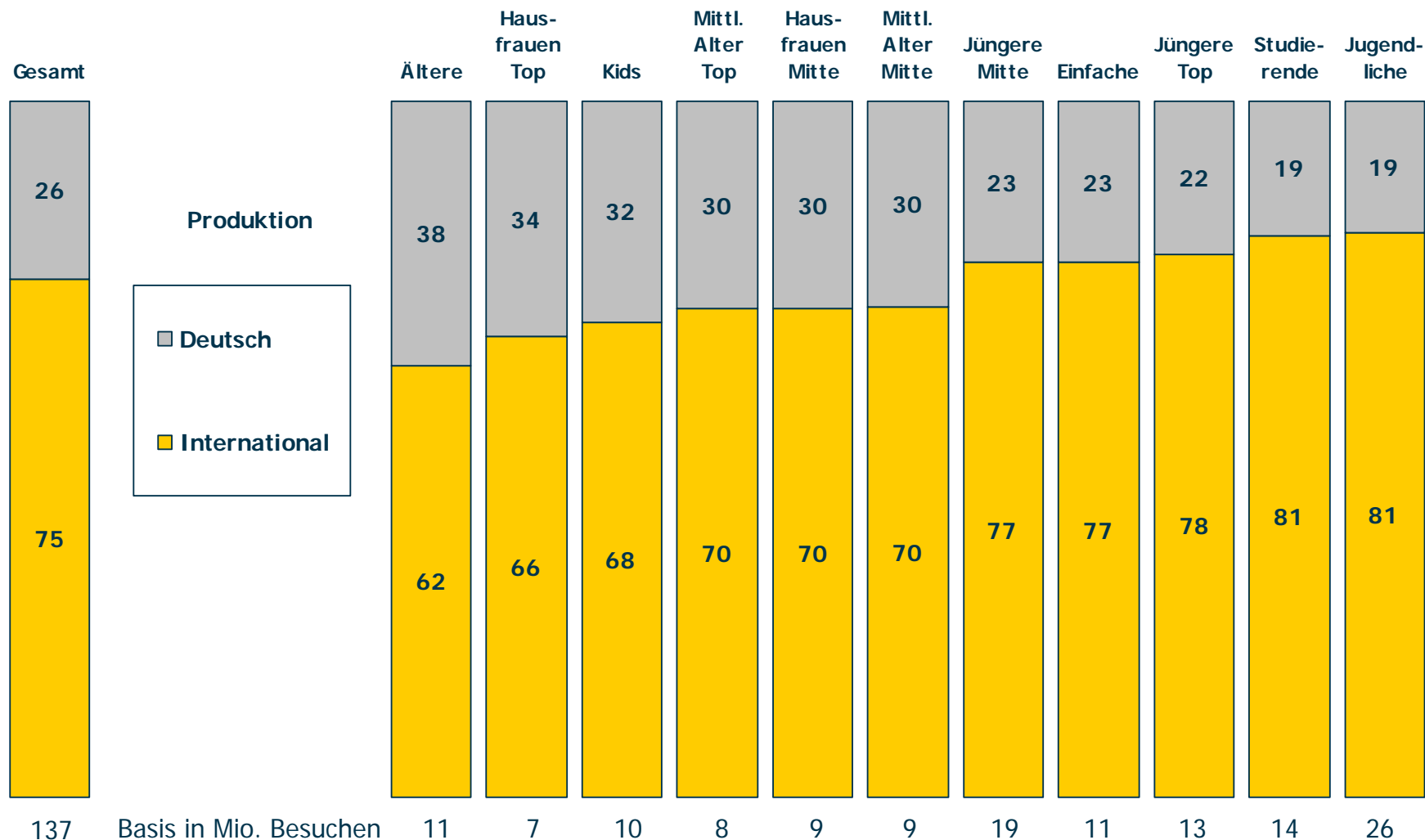
Basis: Besuche (in %)



Biografische Lebenswelten

deutsche vs. Internationale Produktionen

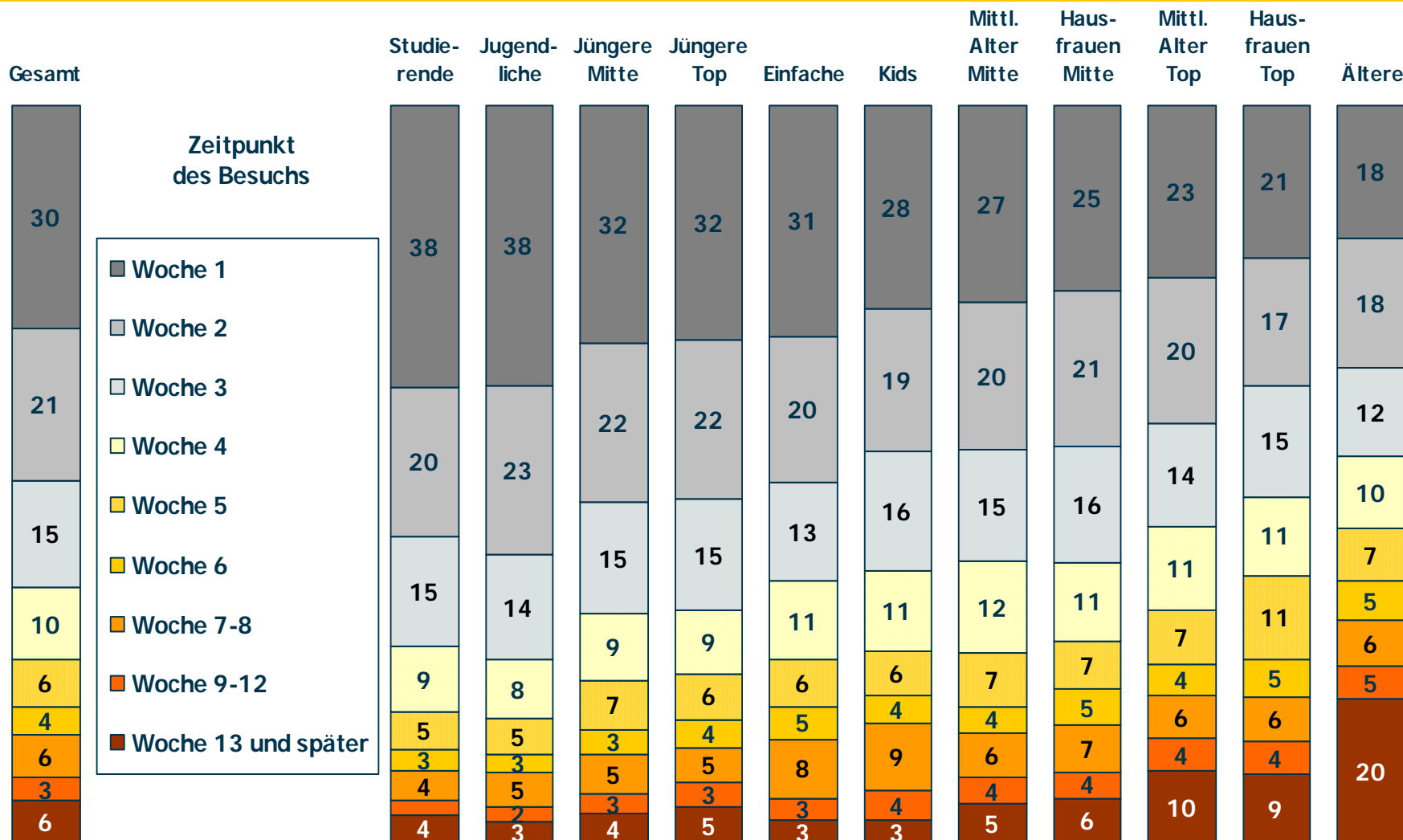
Basis: Besuche (in %)



Biografische Lebenswelten

Zeitpunkt des Besuchs

Basis: Besuche (in %)



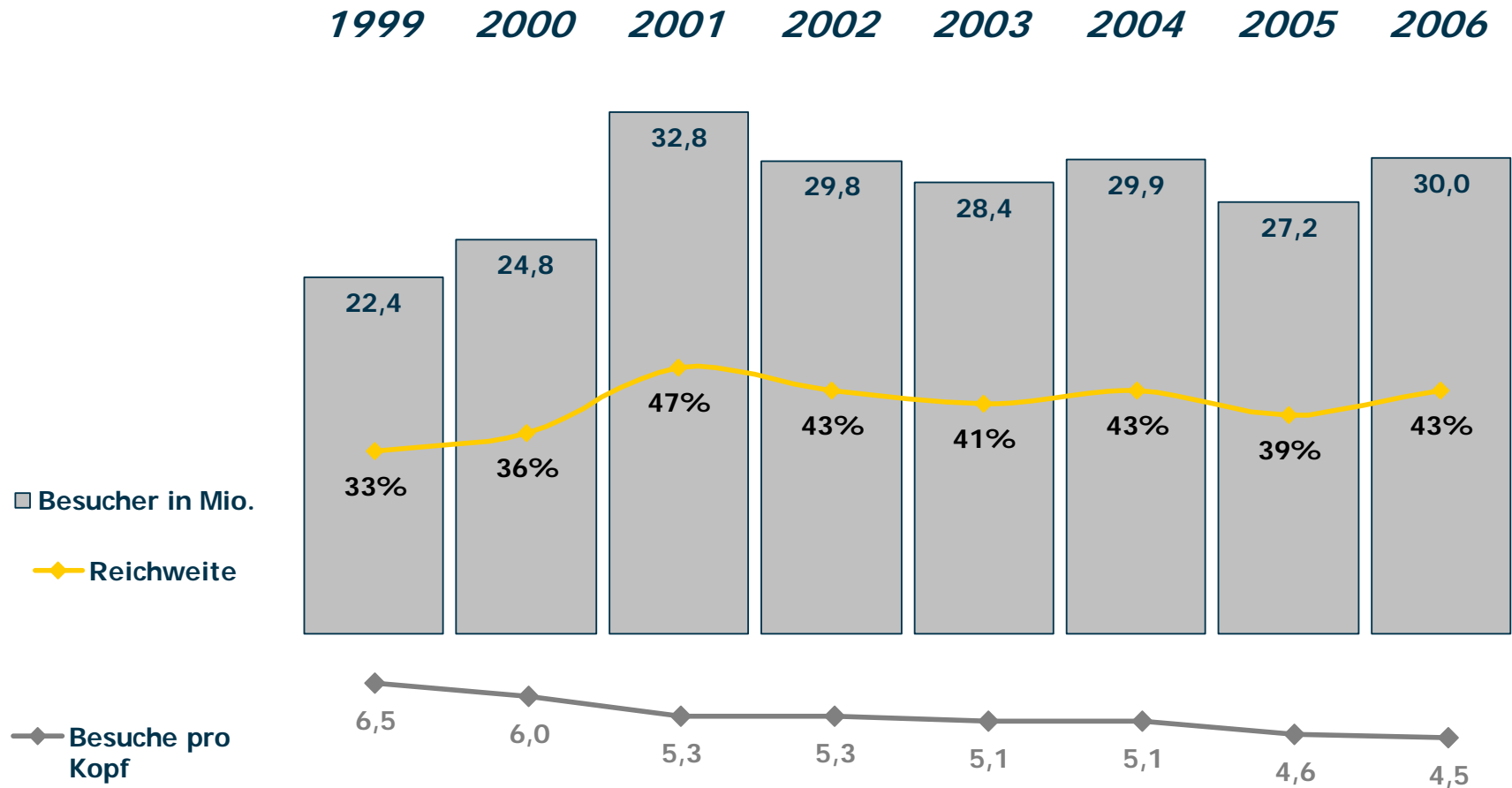
Key Facts zum Kinobesucher *soziodemografisch und kinospezifisch*

- Fast ein Fünftel der Kinobesucher sind Jugendliche.
- Der Anteil älterer Kinobesucher stieg 2006 weiter an. Damit setzte sich der Trend der vergangenen Jahre fort.
- Das Geschlechterverhältnis bleibt weiterhin ausgewogen mit leichter Tendenz für die weiblichen Kinobesucher (53 Prozent).
- Einzig in der Altersgruppe 30- 39 Jahre fanden Männer mit 55 Prozent Besucheranteil häufiger als Frauen den Weg ins Kino. Dagegen besuchte in den Altersgruppen 10-19 Jahre und 60+ Jahre bevorzugt das weibliche Geschlecht (je 59 Prozent Besucheranteil) die Kinos.
- Die jüngeren Altersgruppen gingen vor zehn Jahren häufiger ins Kino als heute. Im Jahr 2006 wurden nur noch 60 Prozent des Besucheranteils von 1997 erreicht.
- Die jüngeren Altersgruppen nutzen öfter die Kinokartenreservierung. Bei den 20 bis 29 Jährigen reserviert jeder Fünfte (21 Prozent) über das Internet.

Agenda

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinos
- 2 Kinobesucher - soziodemografisch und kinospezifisch
- 3 Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher - filmspezifisch
- 5 Deutsche Produktionen
- 6 Anhang

Reichweitenentwicklung und Besuche pro Kopf 1999 bis 2006

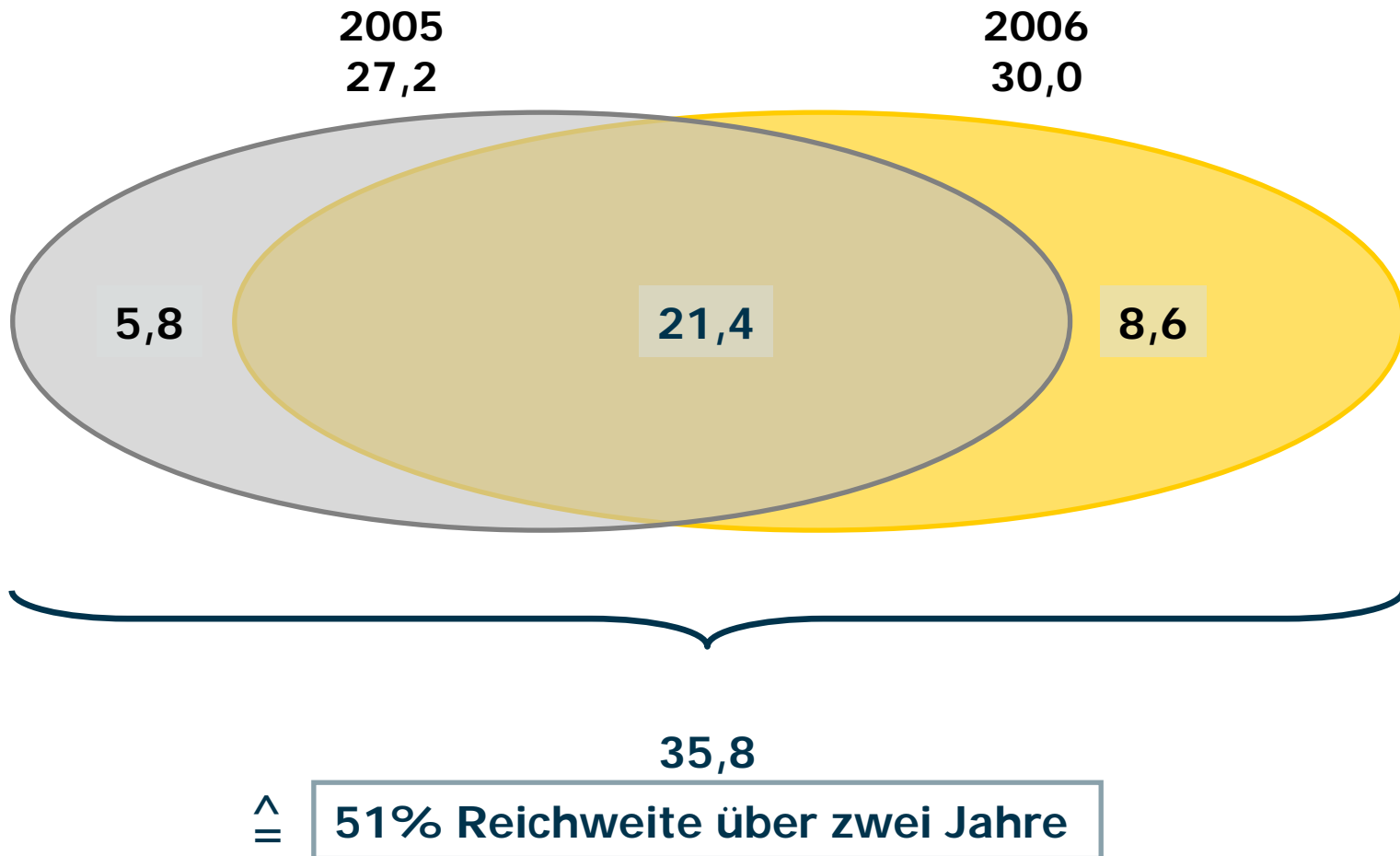


Die Besucherreichweite bewegt sich wieder im oberen Level und liegt nur unter dem Rekordjahr 2001.

Besucherwanderung

Kino 2005 zu 2006

Basis: Besucher in Mio.



Besucherwanderung

Profil der Zuwanderer

Konsumenten, die im Jahr 2006 mindestens einmal im Kino waren, im Vorjahr aber nicht

... sind überdurchschnittlich oft in folgenden demographischen Gruppen zu finden:

- Haushalte mit Kindern
- Mehr-Personen-Haushalte
- Ältere Zielgruppen (40+) und junge Kids (10-15 Jahre)
- Frauen
- ländlicher Bereich (bis 20.000 Einw.)

... zeichnen sich durch das folgende Besuchsverhalten aus:

- sehen überdurchschnittlich Thriller, Krimis, Dokumentationen und Kinderfilme
- gehen eher in kleinere & mittlere Kinos
- (2-6 Säle)
- nutzen vermehrt das Wochenende
- planen den Kinobesuch längerfristig
- werden überdurchschnittlich stark durch Werbeanstöße und Berichte (Fernsehen, Print) und Empfehlungen aufmerksam
- sind eher preis-unsensibel (Ø Preis liegt 25 Cent über dem der treuen Besucher und geben mehr für Concession aus)
- Besuchsgrund war hauptsächlich der Wunsch der Begleitperson und dass der Film aktuelles Gesprächsthema ist

Besucherwanderung

TOP-Titel 2006

Basis: Besuche (in %)

Treue Kinobesucher	Besucher- anteil
--------------------	---------------------

Ice Age II	5,7%
Fluch der Karibik II	5,7%
The Da Vinci Code	4,9%
Das Parfum	4,6%
Casino Royale	3,7%
Deutschland - Ein Sommermärchen	2,6%
Ab durch die Hecke	2,2%
Der Teufel trägt Prada	2,1%
7 Zwerge II	2,0%
X-Men - Der letzte Widerstand	1,6%

35,1%

Kino-Zuwanderer	Besucher- anteil
-----------------	---------------------

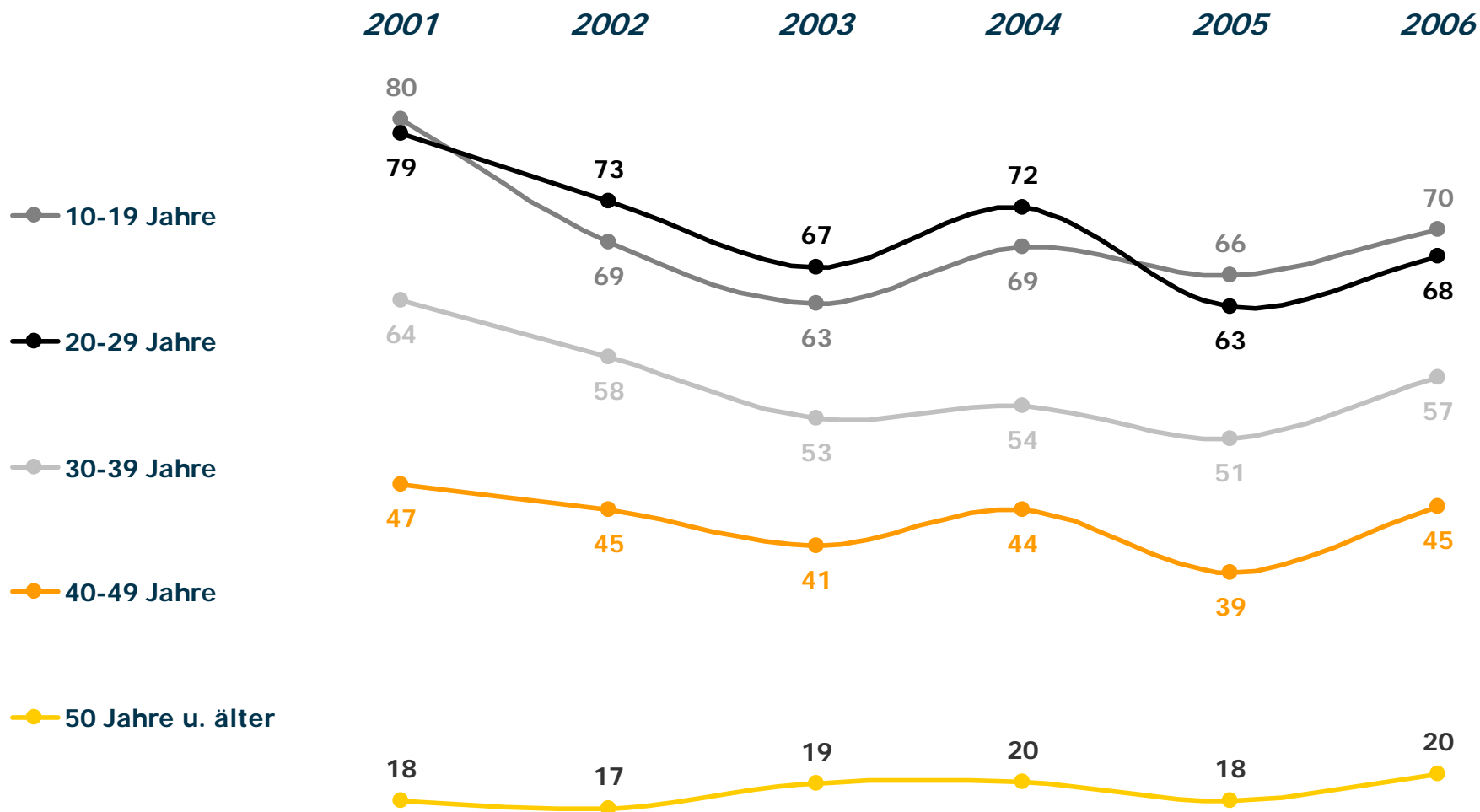
Das Parfum	7,6%
Ice Age II	6,6%
The Da Vinci Code	6,4%
Fluch der Karibik II	6,1%
Deutschland - Ein Sommermärchen	5,6%
Casino Royale	4,8%
7 Zwerge II	3,5%
Der Teufel trägt Prada	2,4%
Wer früher stirbt ist länger tot	2,2%
Die Chroniken von Narnia	2,0%

47,2%

Entwicklung der Besucherreichweite

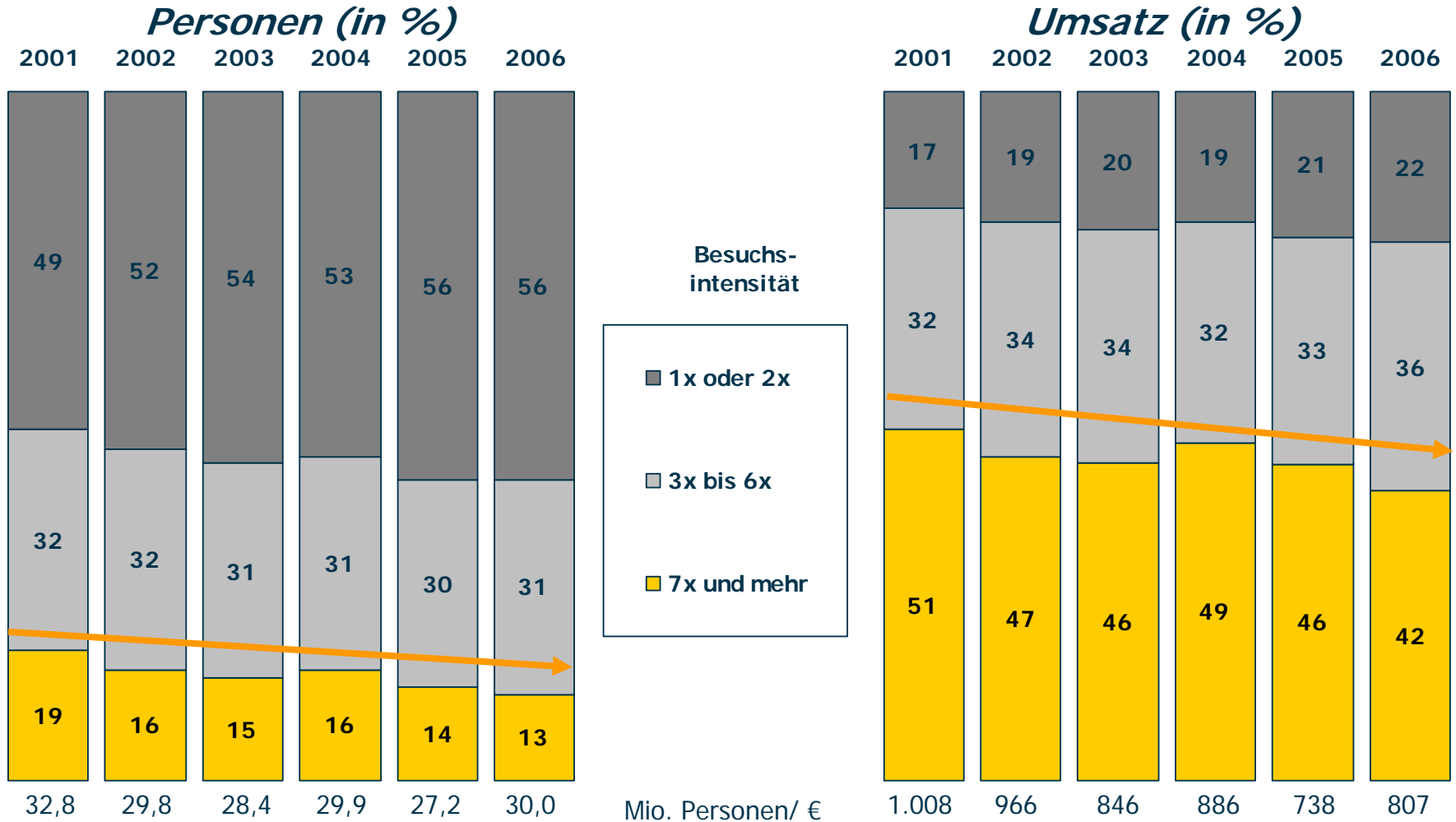
Altersgruppen in der Zeitreihe

Basis: Besucher (in %)



Entwicklung der Intensität

2000-2006 (Besucher und Umsatz basieren auf GfK-Panel)

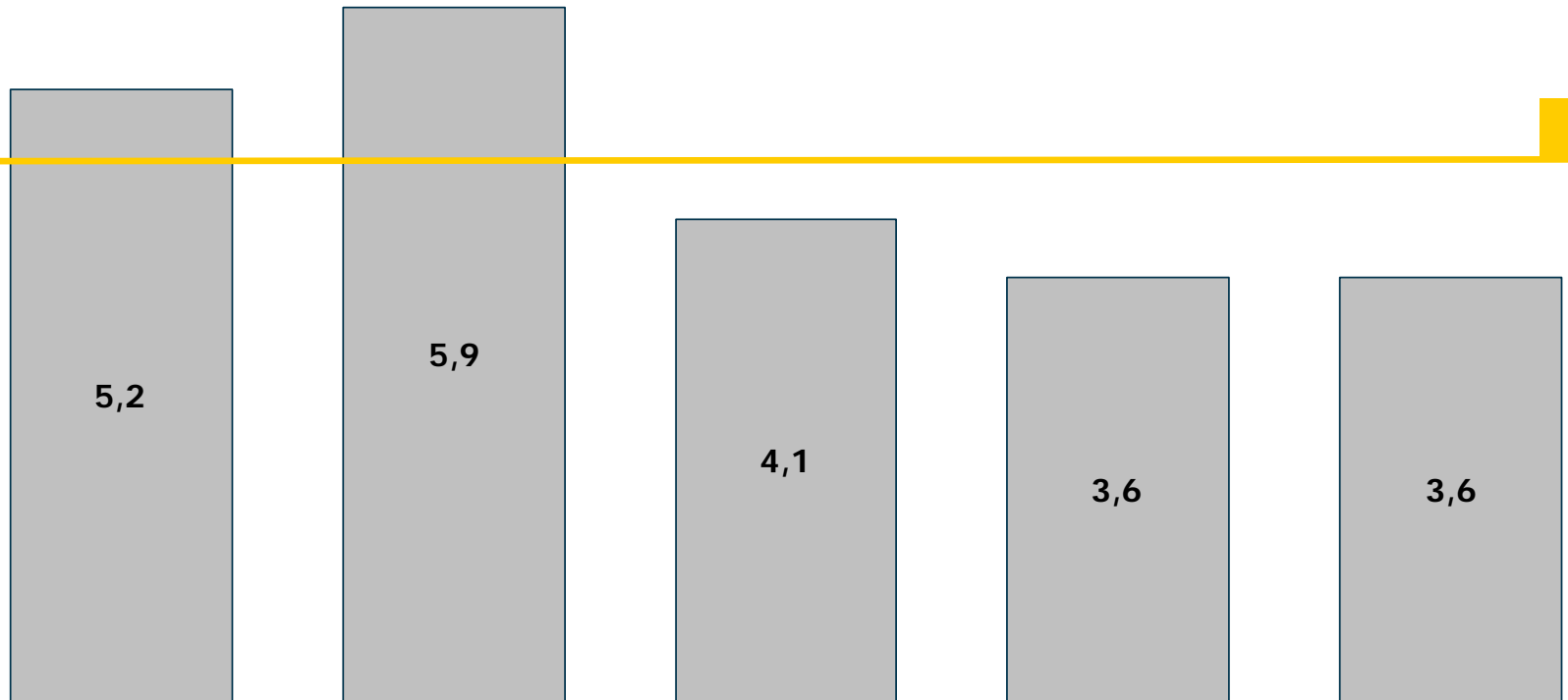


weiterhin Rückgang der intensiven Kinobesucher

Durchschnittliche Besuchsintensität

Kino 2006

bis 19 Jahre 20 bis 29 Jahre 30 bis 39 Jahre 40 bis 49 Jahre 50 Jahre +



Ø 4,6

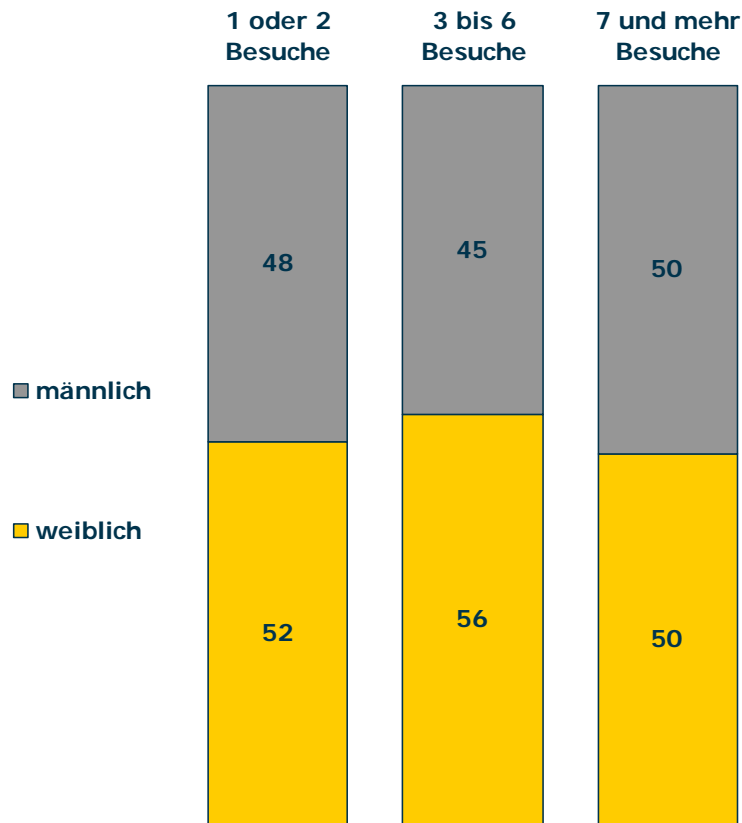
Besuchsintensität nimmt mit zunehmenden Alter deutlich ab

Intensität – Geschlecht und Altersgruppen

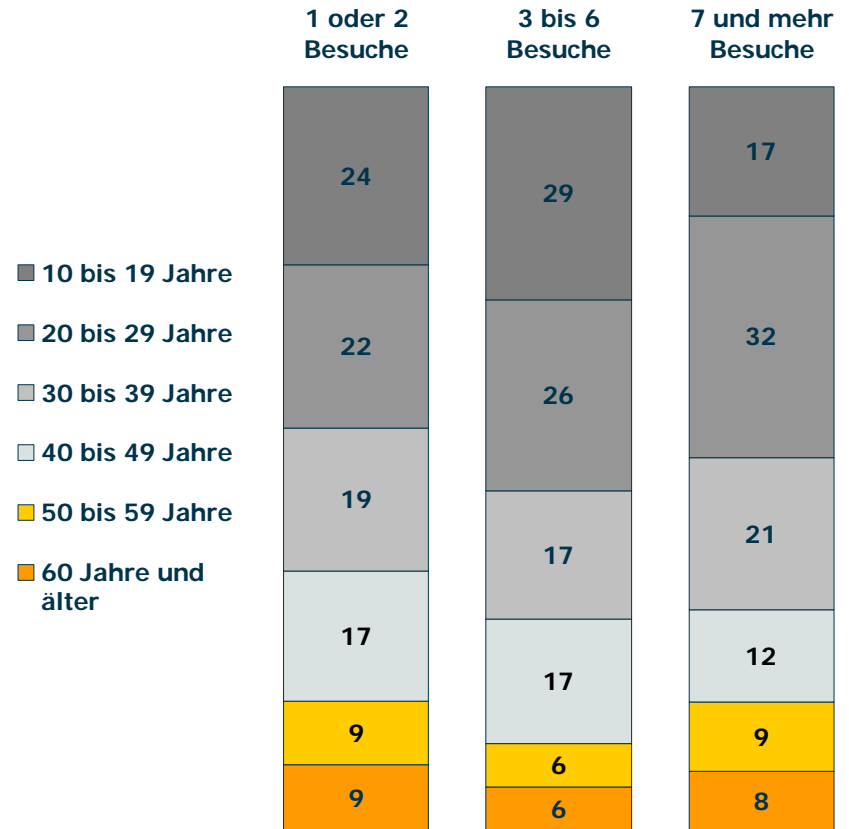
Basis: Personen (in %)

2006

Besuchergeschlecht



Besucheralter



Key Facts zu Reichweiten und Intensitäten

- Die Kinoreichweite bewegt sich mit 43 Prozent im letzten Jahr gleichlaufend mit 2002 und 2004 wieder im oberen Level, welches nur im Jahr 2001 (47 Prozent) überboten wird.
- Bei allen Altersgruppen stiegen die Reichweiten. Den höchsten Anstieg erreichten die 30 bis 39 sowie die 40 bis 49 Jährigen mit jeweils 6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.
- Der Anteil sog. „intensiver“ Kinobesucher geht seit 2001 weiterhin spürbar zurück. 2006 lag dieser bei nur noch 13 Prozent.
- Generell sinkt mit zunehmenden Alter die Häufigkeit der Kinobesuche.
- Die 20- bis 29- Jährigen sind die aktivsten Kinobesucher. Gut ein Drittel (32 Prozent) dieser Altersgruppe geht pro Jahr sieben Mal und mehr ins Kino.

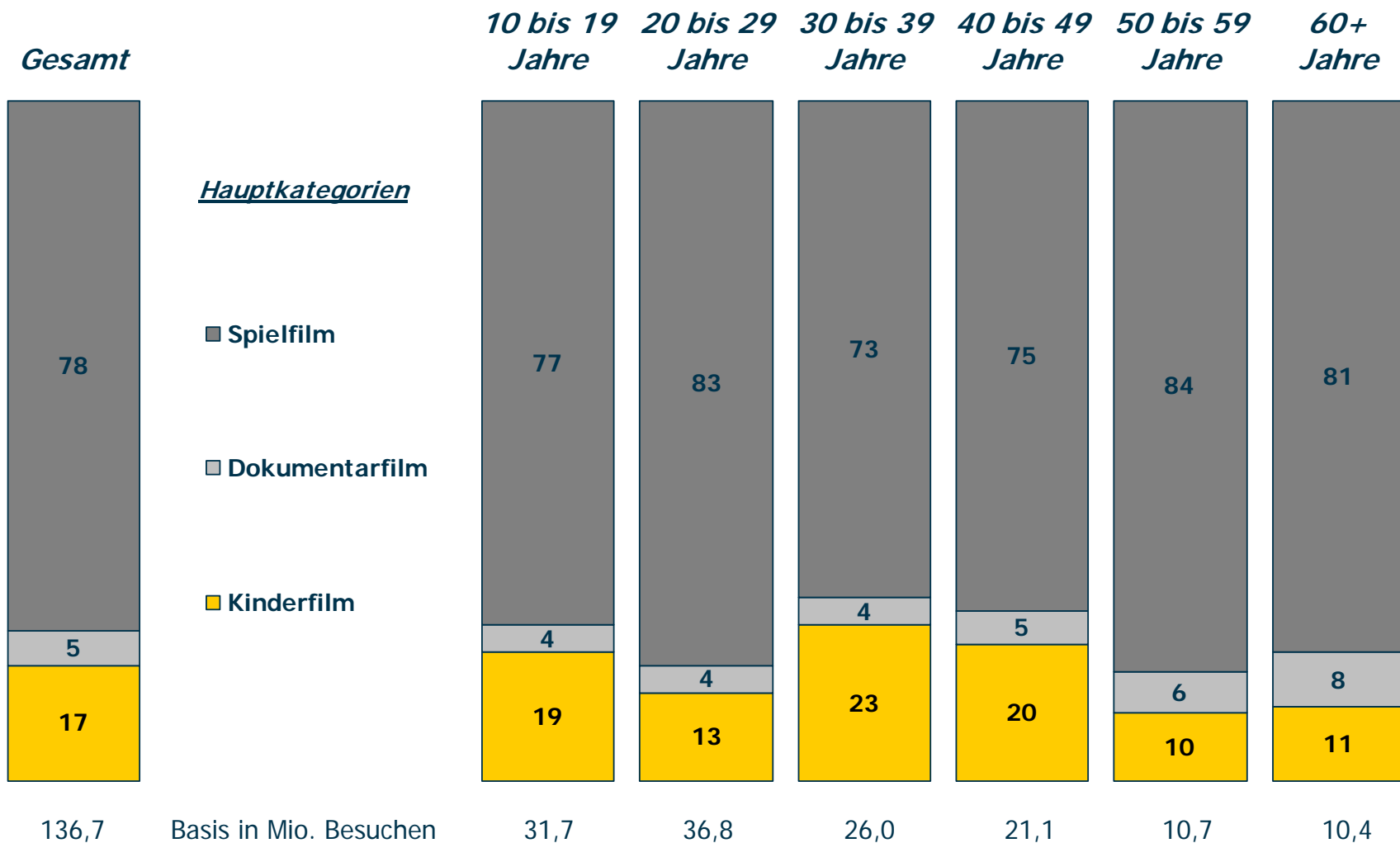
Agenda

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinos
- 2 Kinobesucher - soziodemografisch und kinospezifisch
- 3 Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher - filmspezifisch
- 5 Deutsche Produktionen
- 6 Anhang

Analyse des Alters

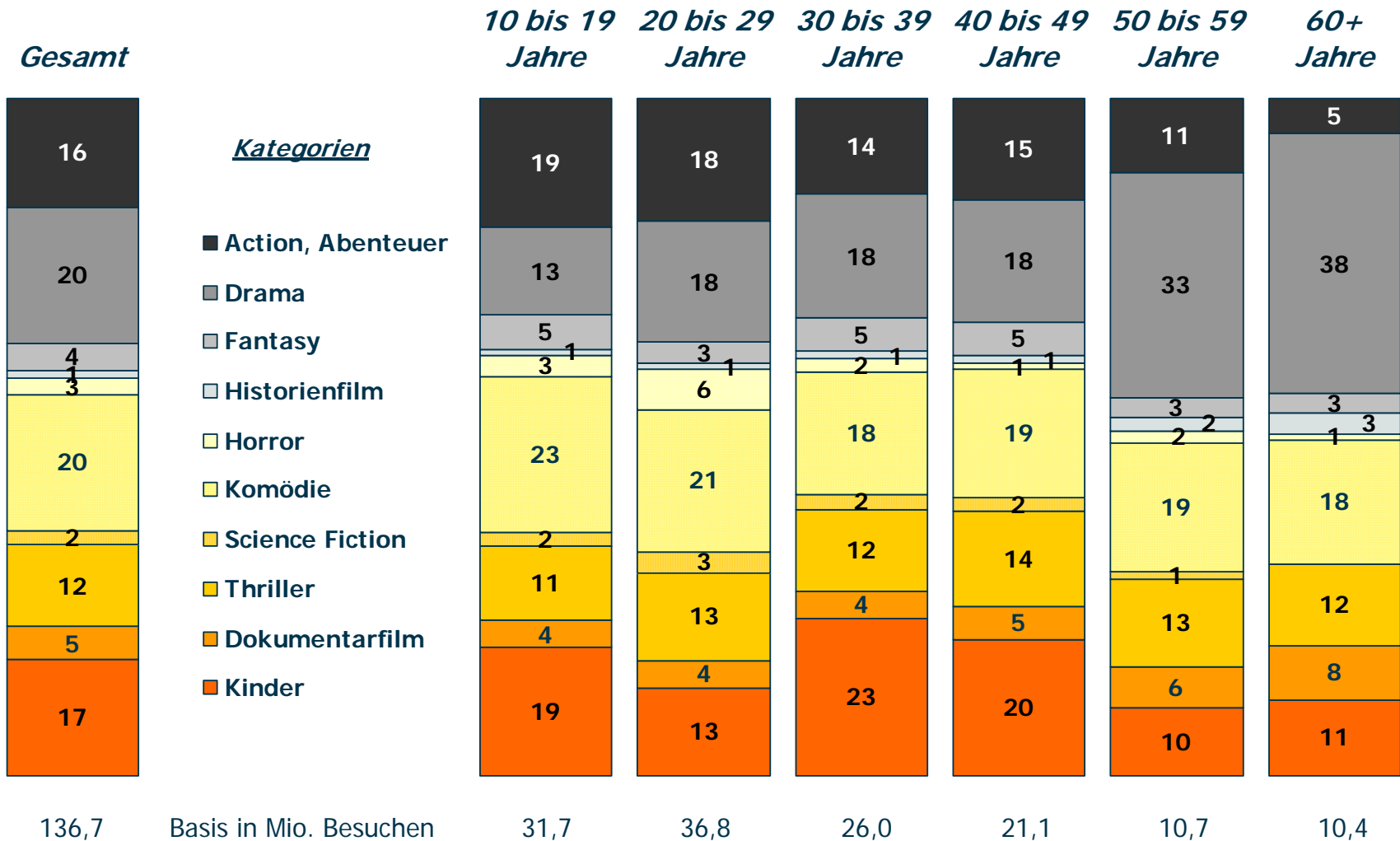
nach Genres Spiel-, Dokumentar- und Kinderfilm

Basis: Besuche (in %)



Analyse des Alters nach Filmarten

Basis: Besuche (in %)

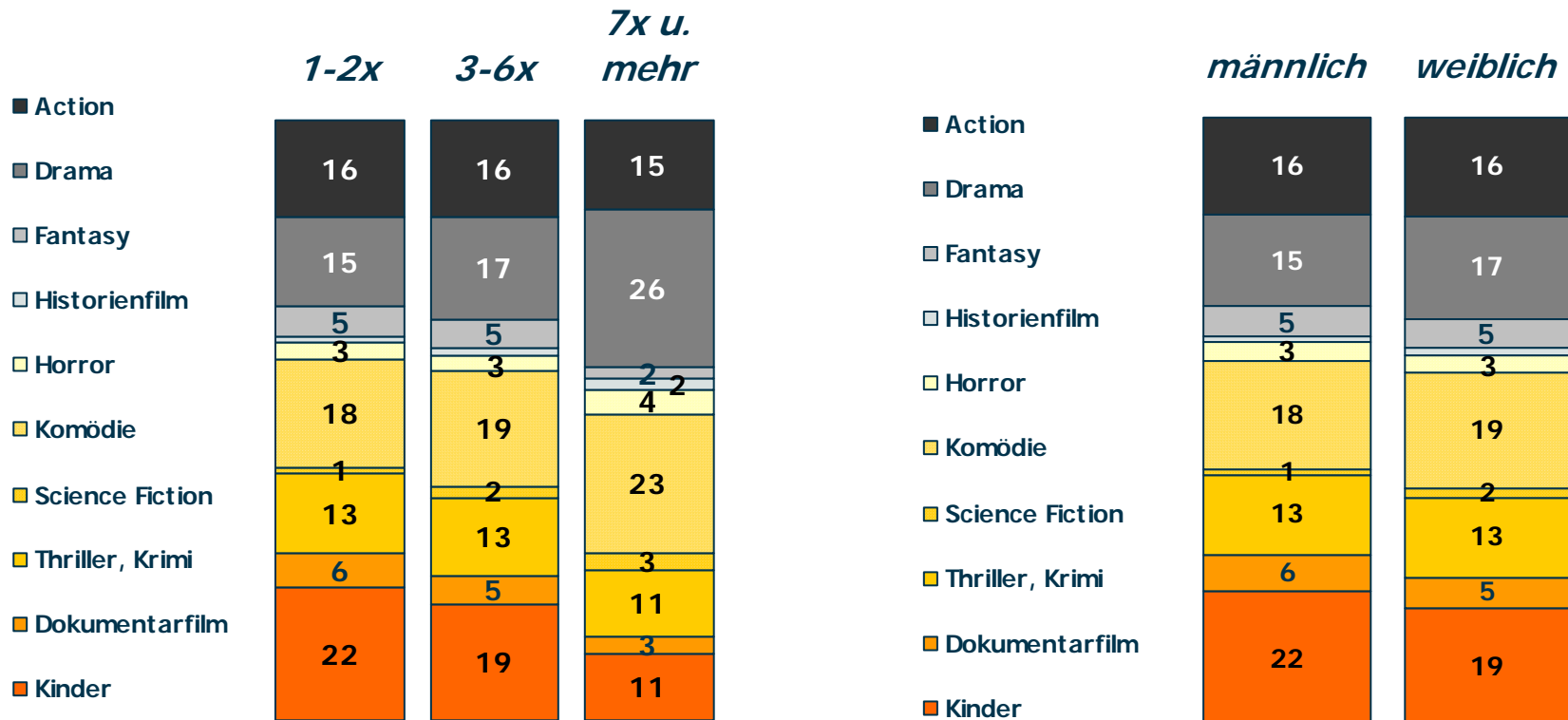


Kategorien – nach Intensität und nach Geschlecht

Basis: Personen (in %)

Jan-Dez 2006

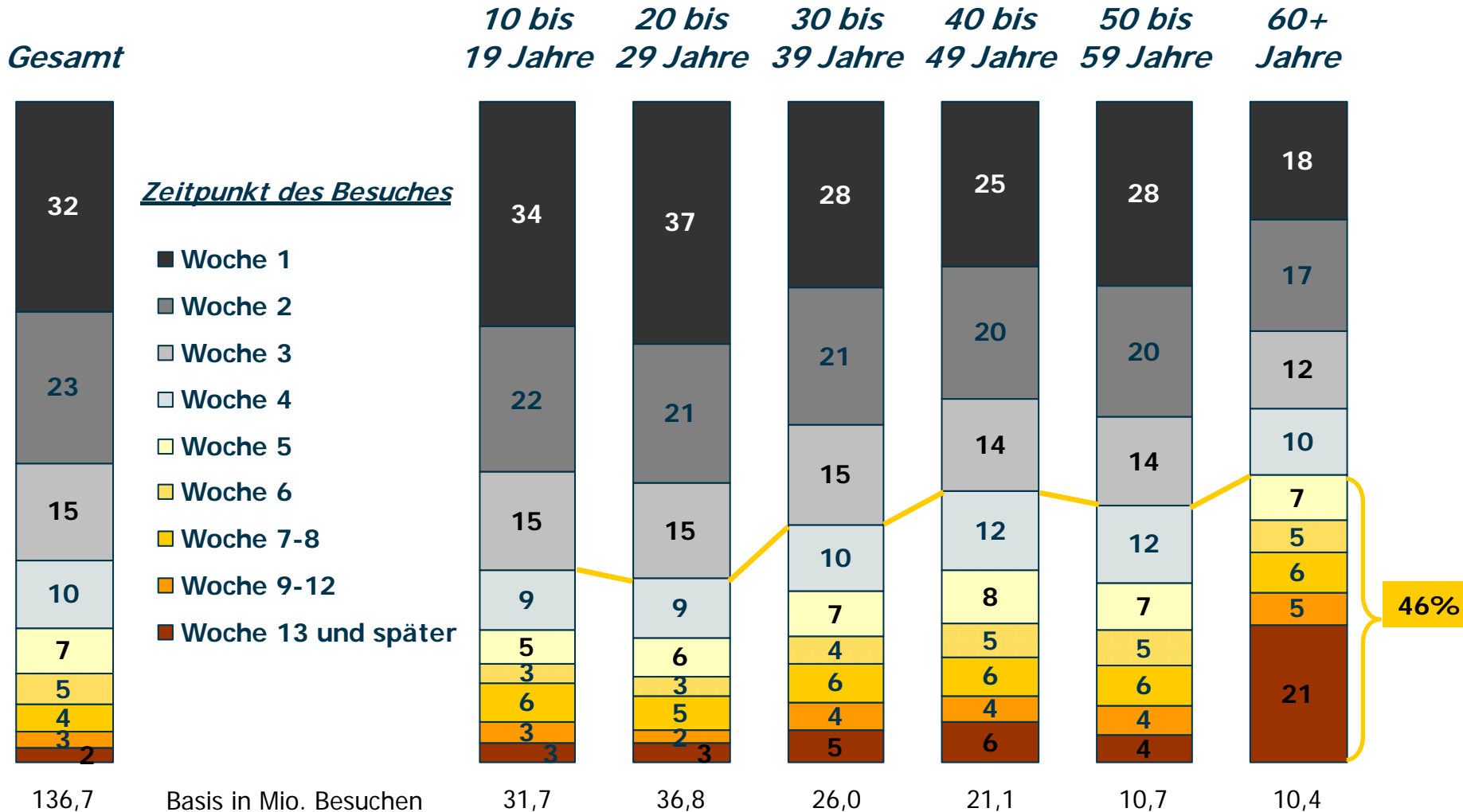
Kategorien



Analyse nach Besucheralter

nach Zeitpunkt des Besuchs

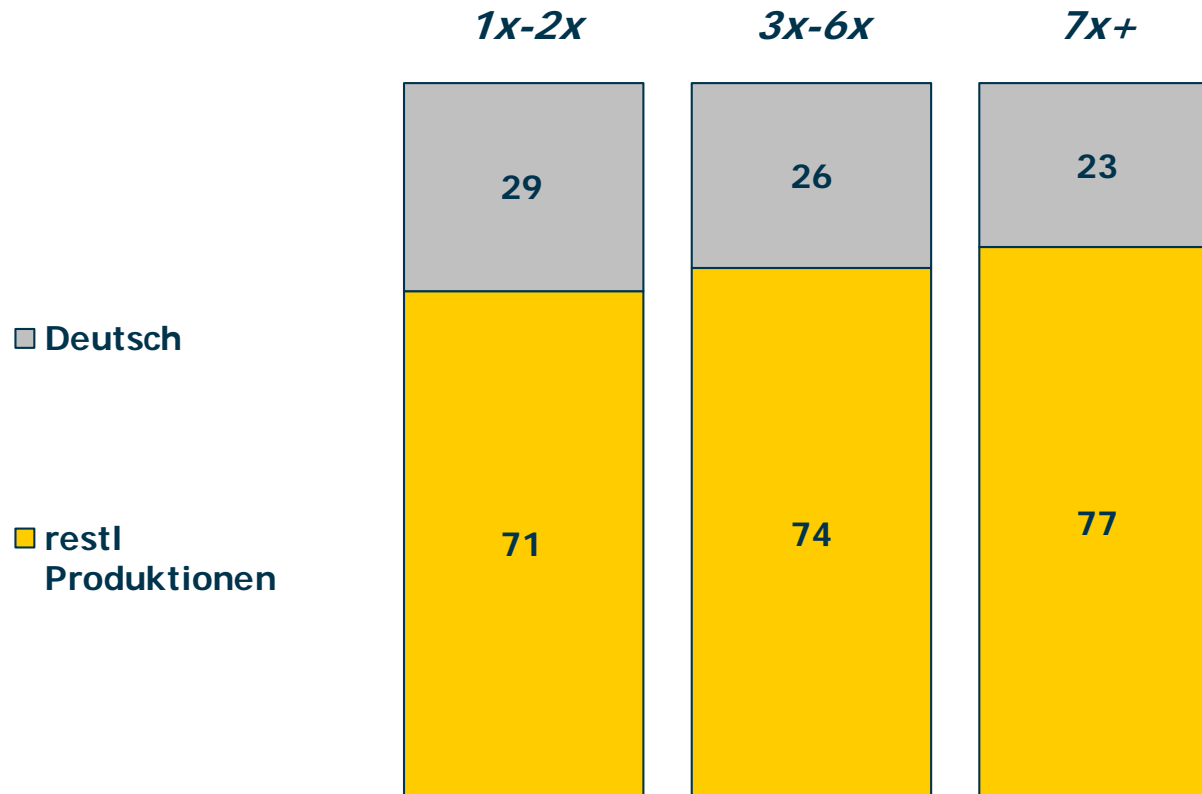
Basis: Besuche (in %) – Jahr 2006



Intensität – Anteil der deutschen Filme

Basis: Personen (in %)

Jan-Dez 2006



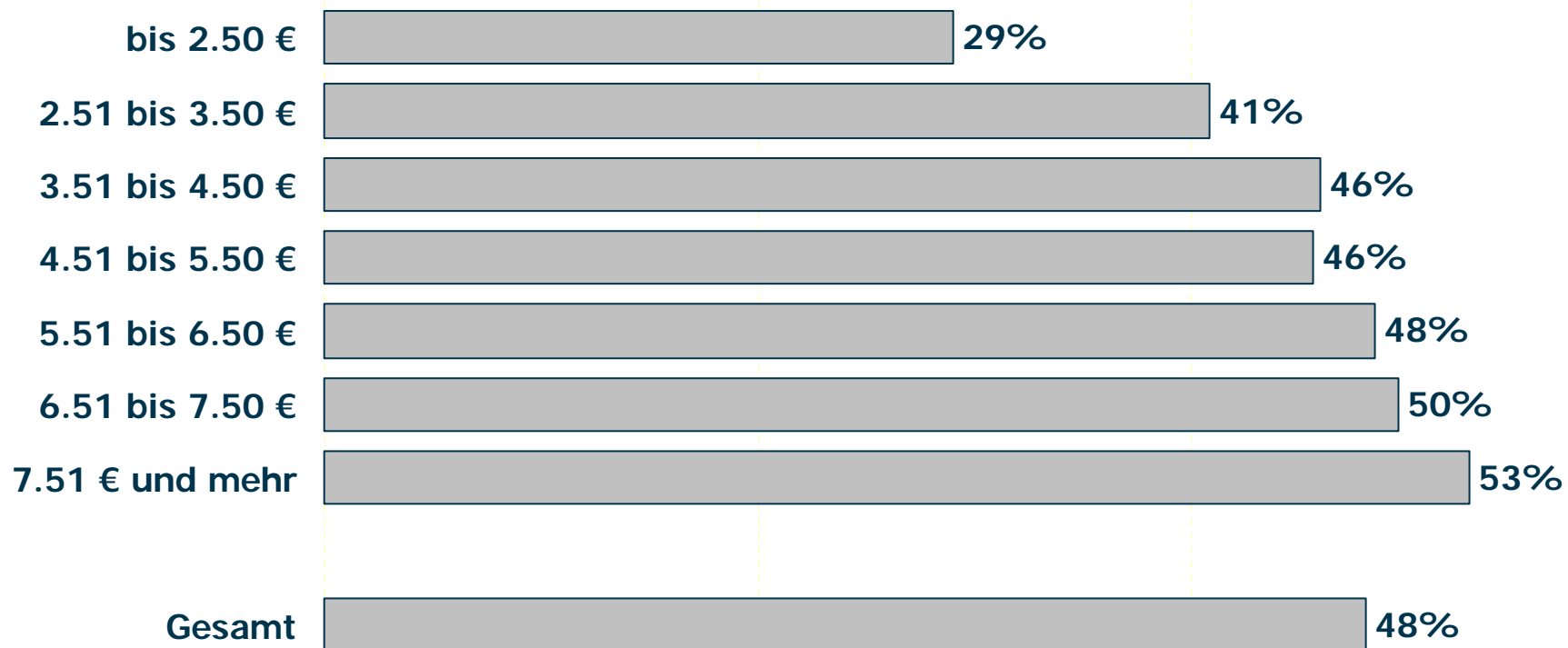
Top 10 Titel *nach Alter*

Basis: Besuche (in %)

10 bis 19 Jahre	20 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50+ Jahre
Fluch der Karibik II	Ice Age II	Ice Age II	Ice Age II	Das Parfum
Ice Age II	Fluch der Karibik II	Fluch der Karibik II	Fluch der Karibik II	Das Leben der Anderen
The Da Vinci Code	The Da Vinci Code	Das Parfum	Das Parfum	The Da Vinci Code
Das Parfum	Das Parfum	The Da Vinci Code	The Da Vinci Code	Der Teufel trägt Prada
Casino Royale	Casino Royale	Casino Royale	Casino Royale	Deutschland - Ein Sommermärchen
7 Zwerge II	Deutschland - Ein Sommermärchen	Deutschland - Ein Sommermärchen	7 Zwerge II	Casino Royale
Deutschland - Ein Sommermärchen	Ab durch die Hecke	7 Zwerge II	Deutschland - Ein Sommermärchen	Ice Age II
Ab durch die Hecke	Der Teufel trägt Prada	Ab durch die Hecke	Ab durch die Hecke	Wie im Himmel
Scary Movie IV	X-Men - Der letzte Widerstand	Cars	Der Teufel trägt Prada	Walk the Line
Die wilden Kerle III	Saw II	Hui Buh	Hui Buh	Fluch der Karibik II

Verzehr nach Höhe des Eintrittspreises 2006

Basis: Personen (in %)

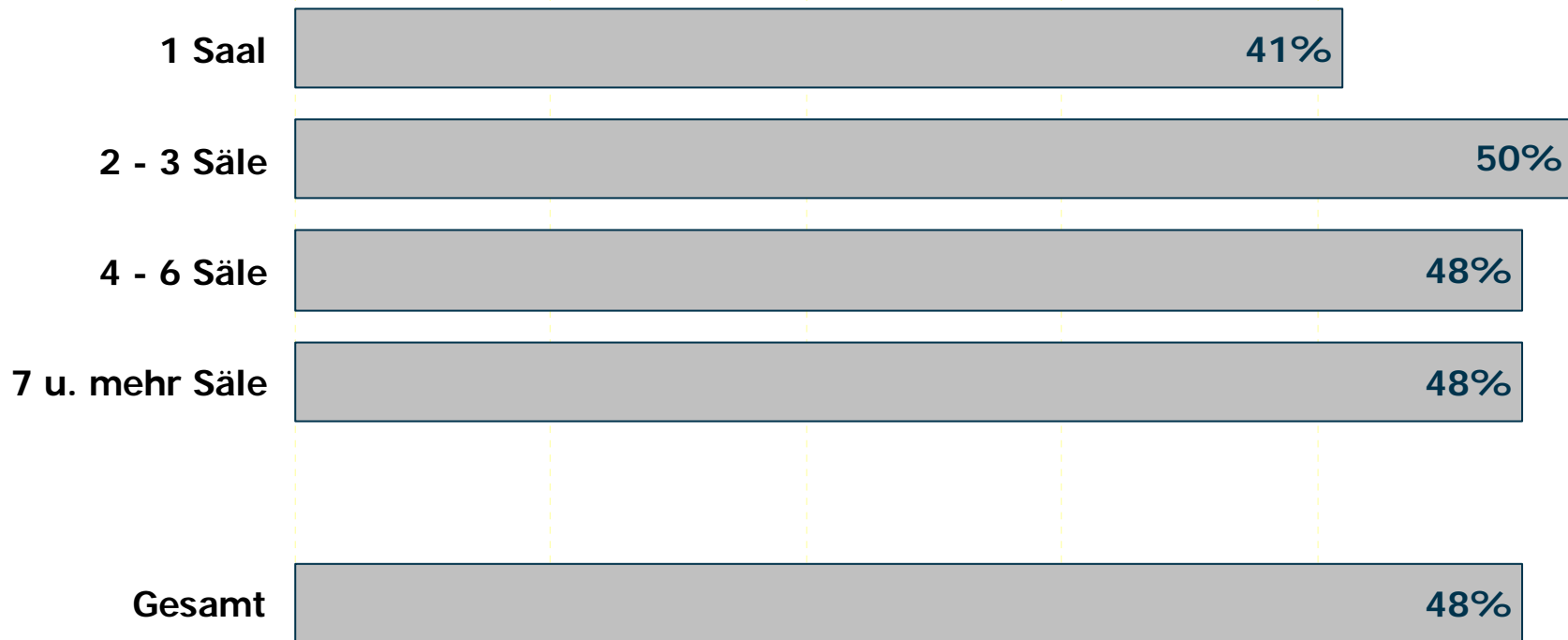


Mit Zunahme des Eintrittspreises erhöhen sich die durchschnittlichen Ausgaben für Verzehr. Die Zahl der Besucher, die Geld für den Verzehr ausgeben, erhöht sich mit Anstieg des Eintrittspreises.

→ Ein niedriger Eintrittspreis animiert nicht zwangsläufig zu höheren Ausgaben.

Verzehr nach Anzahl der Säle

Basis: Personen (in %)



Kinos mit 2 – 3 Sälen sind bei der Kundenwerbung im Concession-Bereich am erfolgreichsten.

Verzehr nach Wochentagen

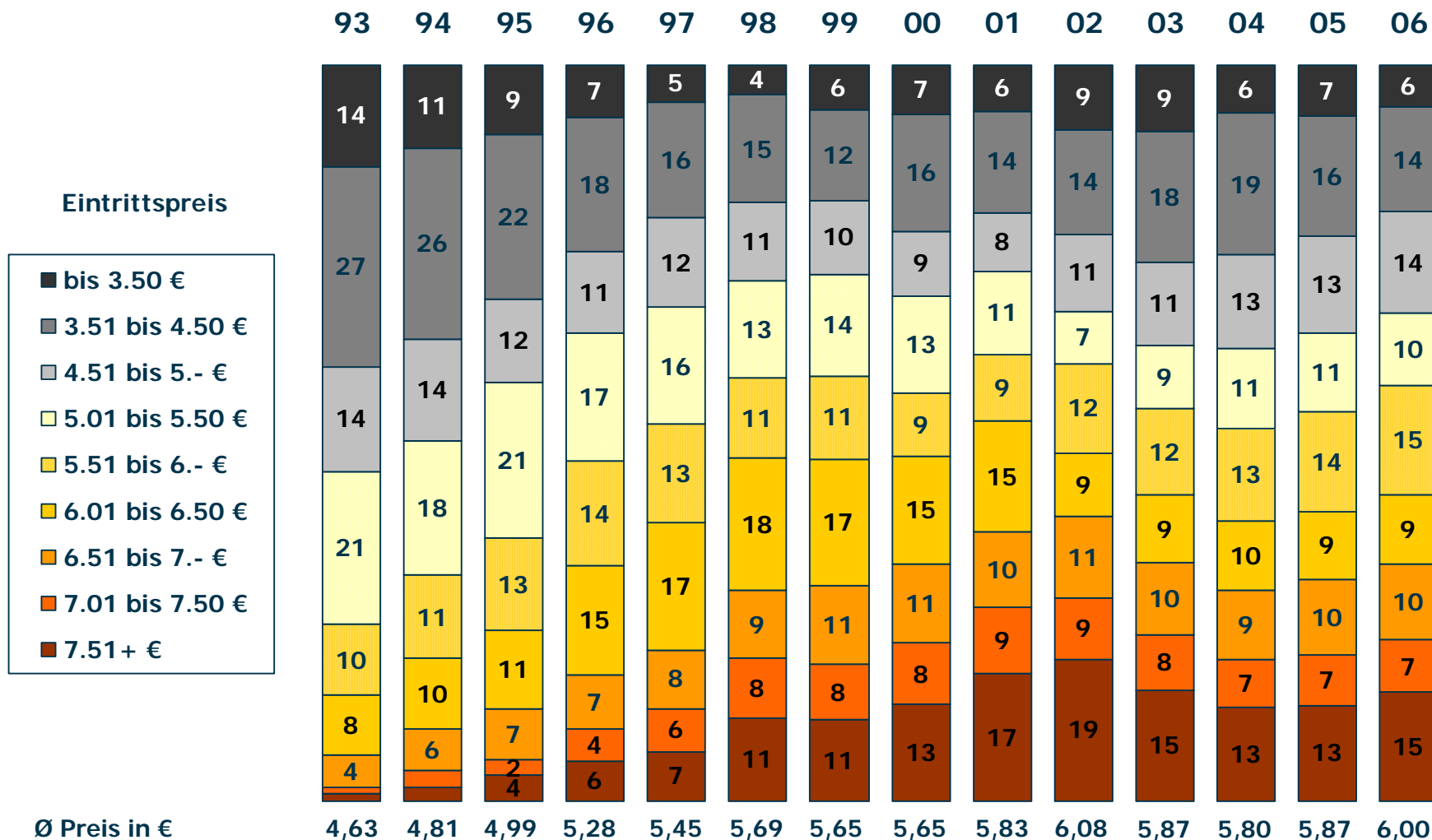
Basis: Personen (in %)



Der niedrige Eintrittspreis am Dienstag animiert nicht zu erhöhten Ausgaben für Verzehr; eher im Gegenteil besuchen hier die wenigsten Kinobesucher die Concession-Kassen. Am Wochenende steigen die Ausgaben für den Verzehr, vor allem sonntags.

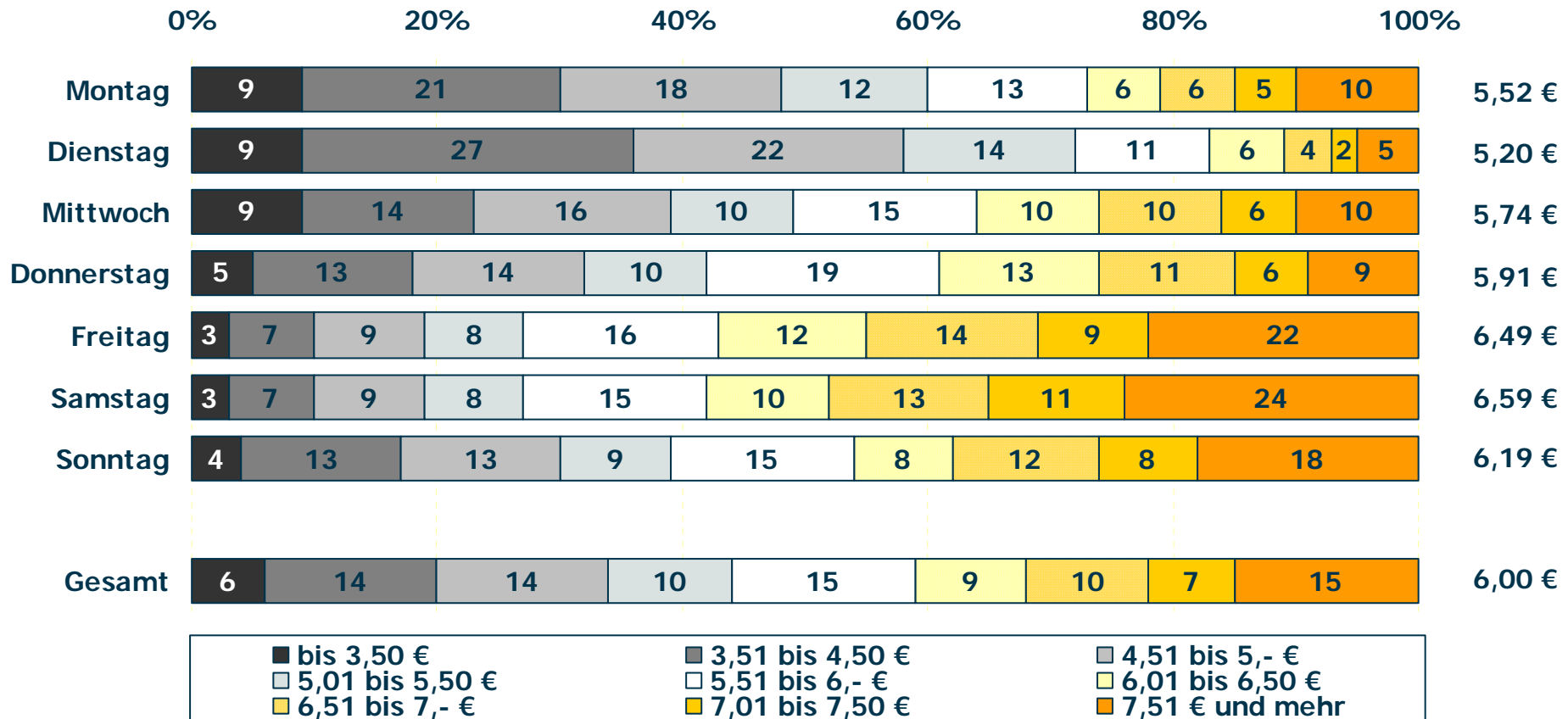
Eintrittspreis

Basis: Besuche (in %)



Eintrittspreis nach Wochentagen

Basis: Besuche (in %)



Wochentag

Kino

Basis: Besuche (in %)



54%

50%

Die Hälfte der Besuche entfallen auf das Wochenende

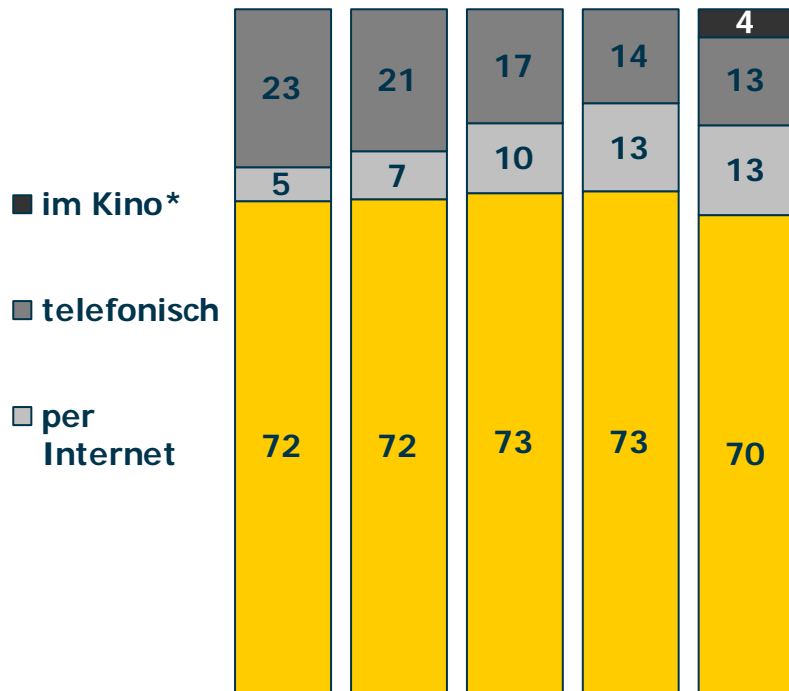
Ticket-Reservierung und Besuchsplanung

Kino

Basis: Besuche (in %)

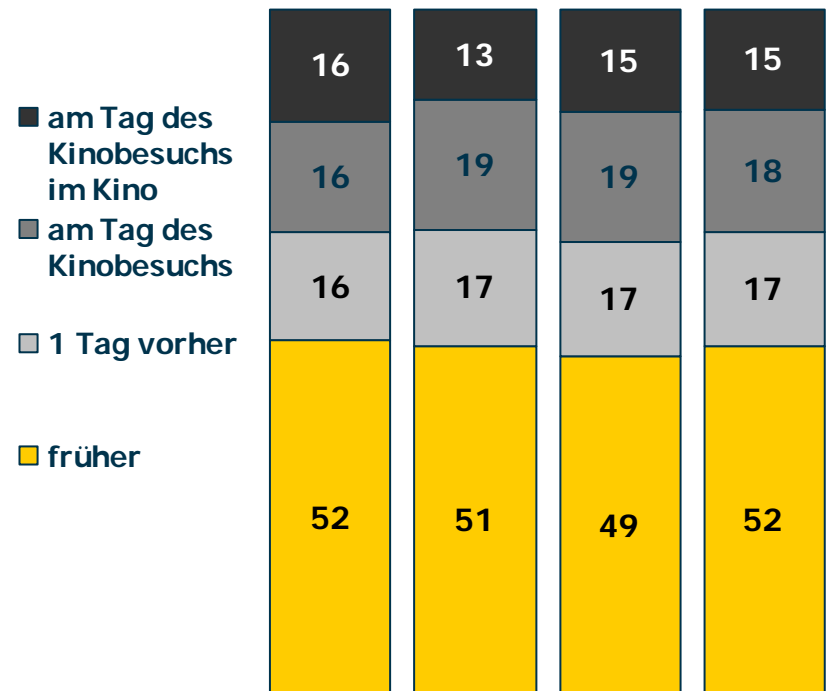
Ticket -Reservierung

2002 2003 2004 2005 2006



Besuchsplanung

2003 2004 2005 2006



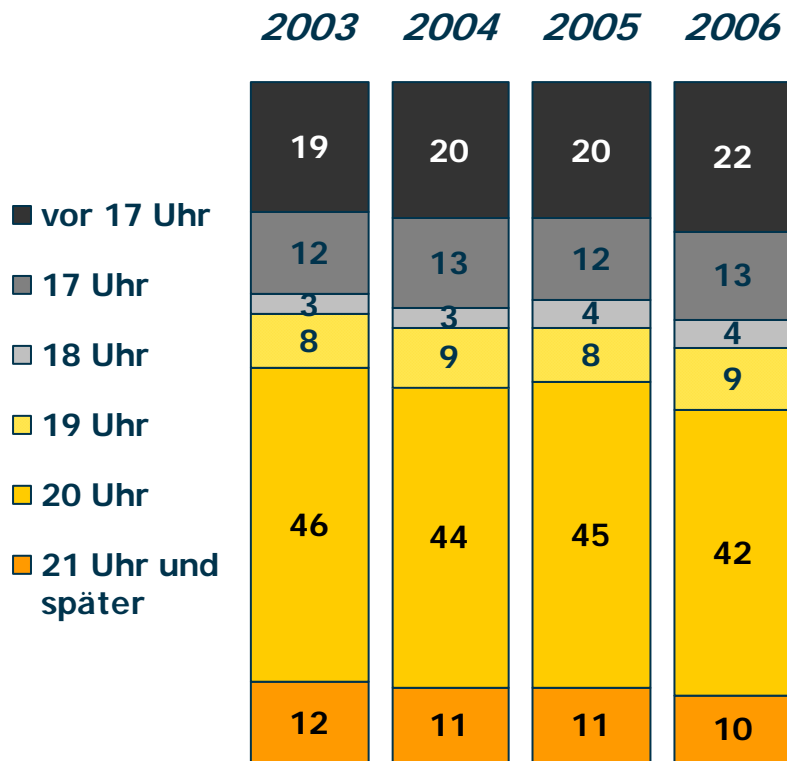
Ein Drittel der Besuche werden am Besuchstag entschieden

Filmbeginn und Begleitung

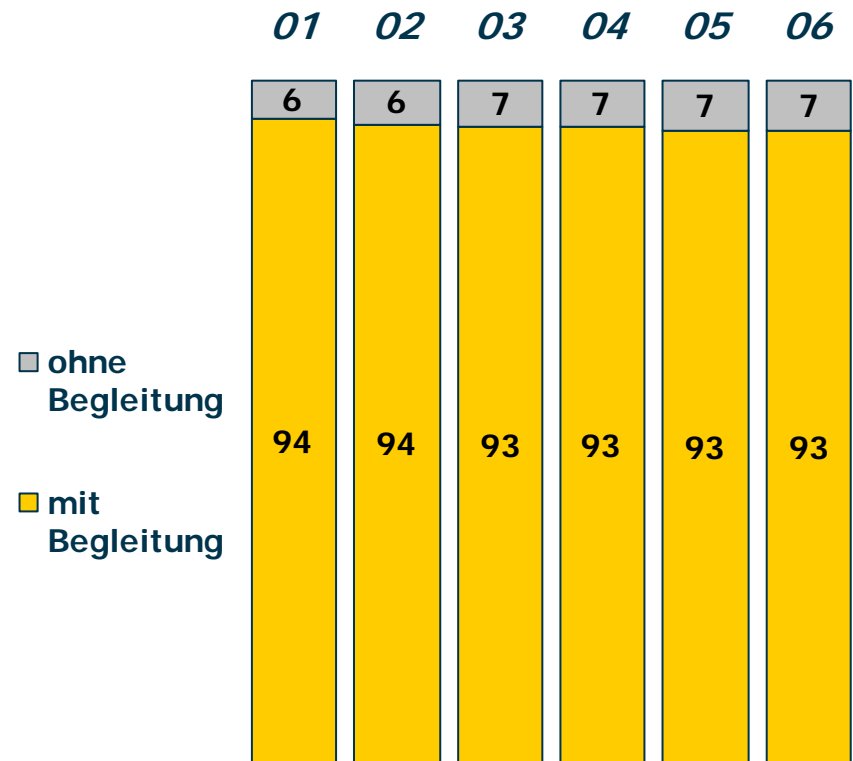
Zeitreihen

Basis: Besuche (in %)

Filmbeginn



Begleitung

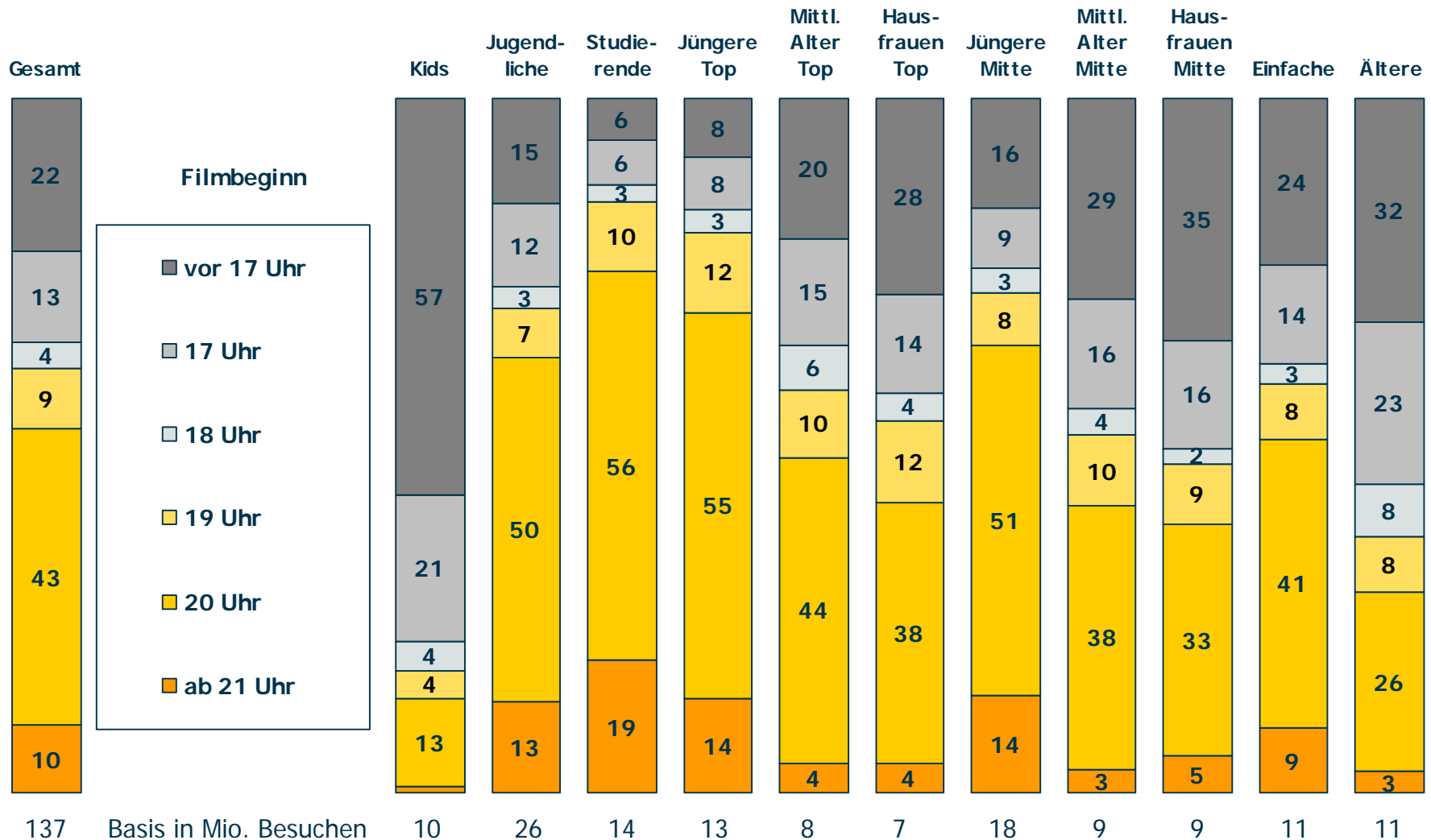


Ins Kino geht man überwiegend in Begleitung

Filmbeginn

biografische Lebenswelten

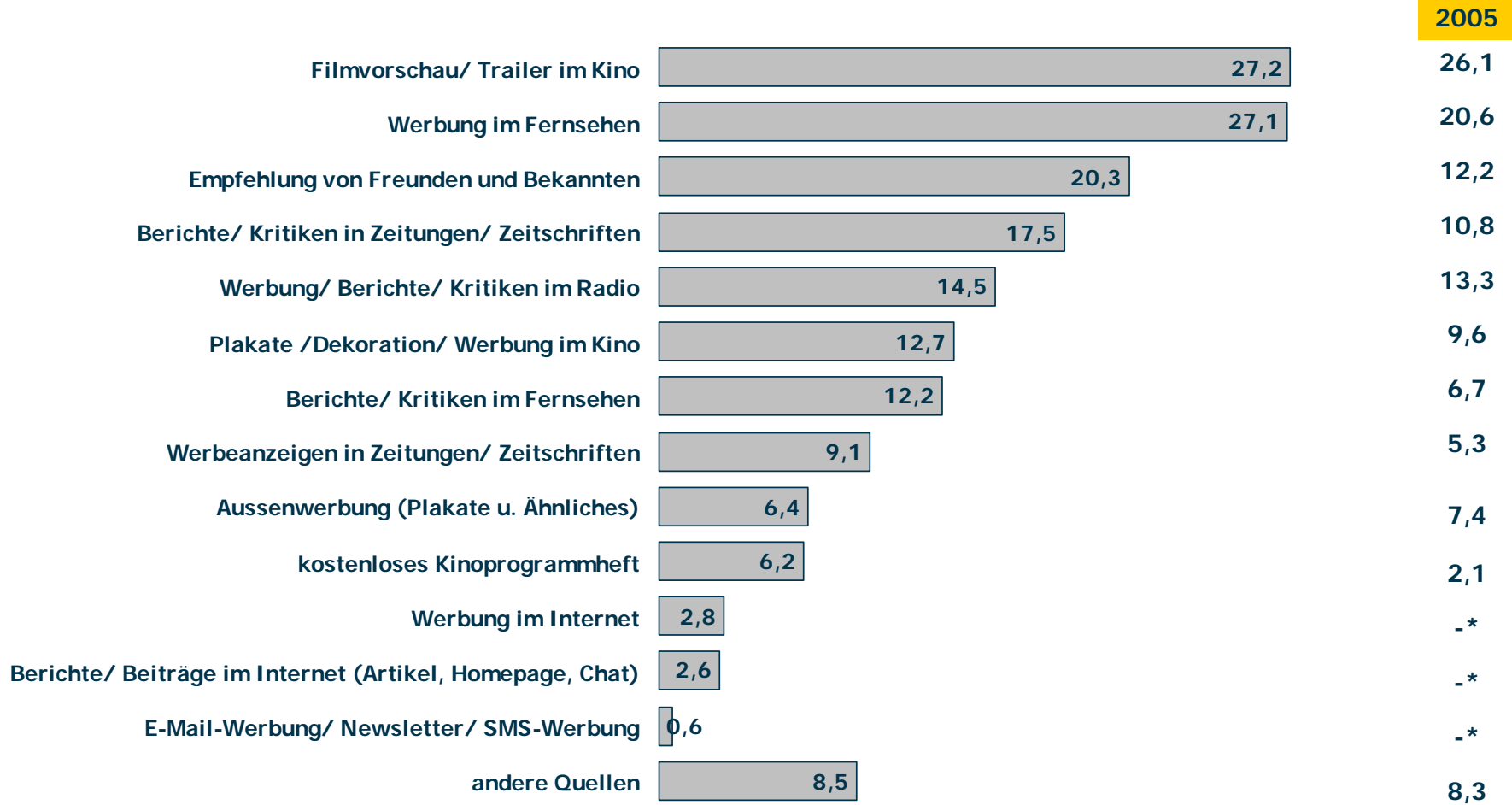
Basis: Besuche (in %)



Sources of Awareness

2006

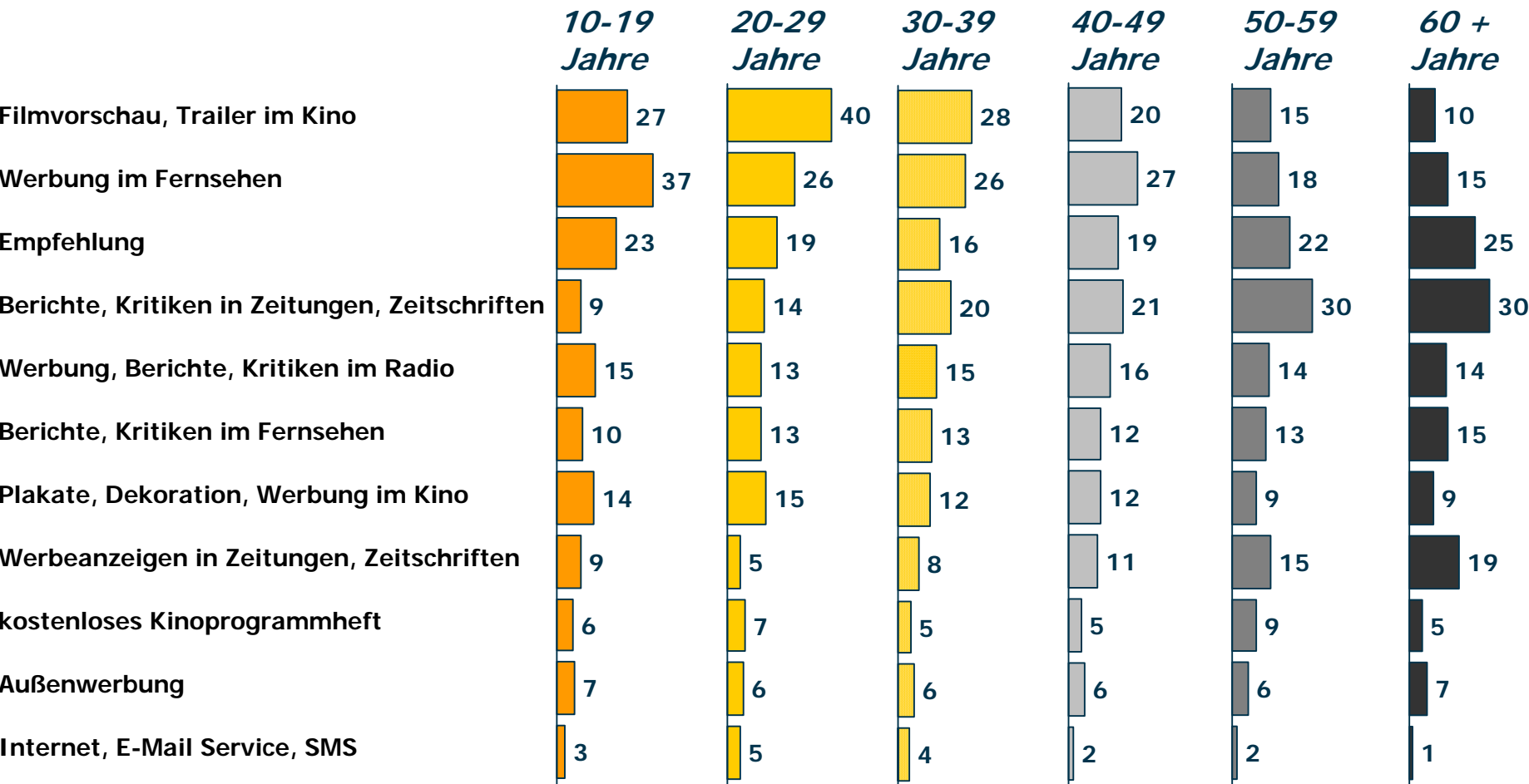
Basis: Besuche (in %)



Filmvorschau, Trailer, Werbung in TV und Empfehlungen sind die wichtigsten Aufmerksamkeitsquellen für den Kinobesuch

Sources of Awareness nach Altersgruppen

Basis: Besuche (%), Mehrfachnennungen waren möglich

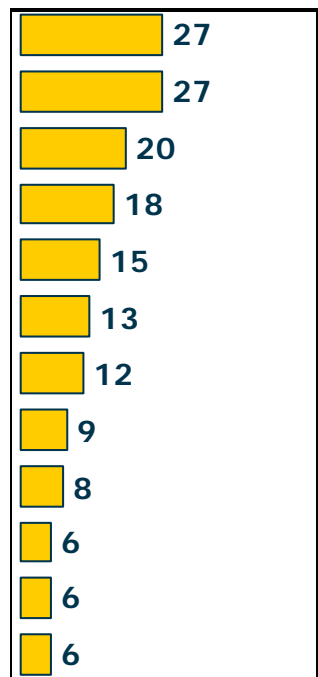


Sources of Awareness

Kino - TOP 4 deutsche Filme

Basis: Besuche (in %) – 2006

Gesamt



Filmvorschau, Trailer im Kino
Werbung im Fernsehen
Empfehlung
Berichte, Kritiken in Zeitungen, Zeitschriften
Werbung, Berichte, Kritiken im Radio
Plakate, Dekoration, Werbung im Kino
Berichte, Kritiken im Fernsehen
Werbeanzeigen in Zeitungen, Zeitschriften
sonstige Quellen
kostenloses Kinoprogrammheft
Aussenwerbung
Internet, E-Mail Service, SMS

Das Parfum
- Die
Geschichte
eines Mörders

Deutschland.
Ein Sommer-
märchen

7 Zwerge -
Der Wald ist
nicht genug

Die Wilden
kerle 3

22.7
23.9
20.7
24.7
24.9
9.5
23.3
8.7
11.6
1.3
3.7
1.6

11.7
36.4
19.3
16.4
30.8
6.6
30.7
7.0
7.7
0.7
4.3
3.1

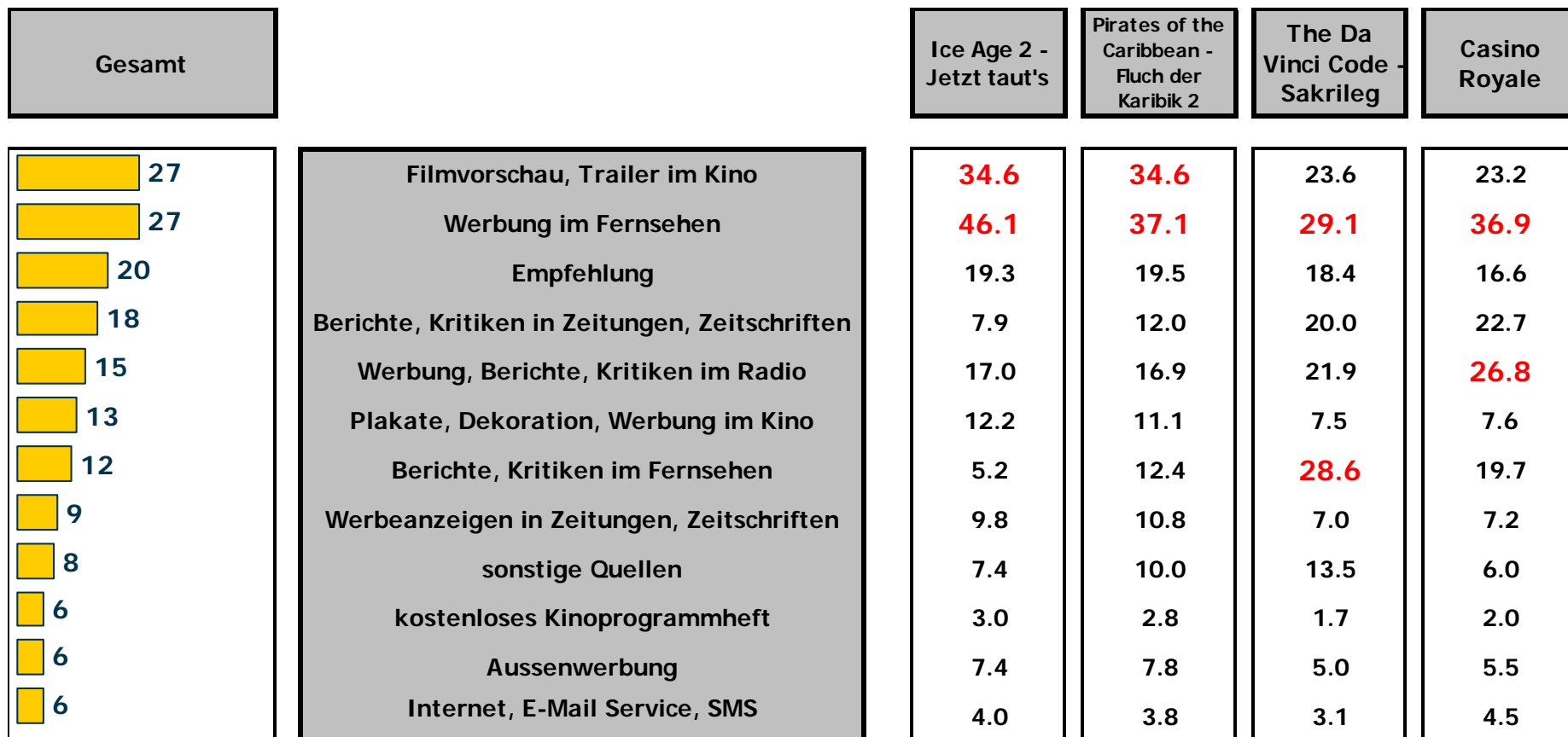
22.3
51.9
14.1
5.9
18.1
12.3
12.3
11.3
7.0
2.9
9.5
3.3

13.0
34.3
32.4
6.1
14.1
10.9
6.1
13.7
11.3
5.3
3.0
3.1

Sources of Awareness

Kino TOP 4 - internationale Filme (exkl. dt. Filme)

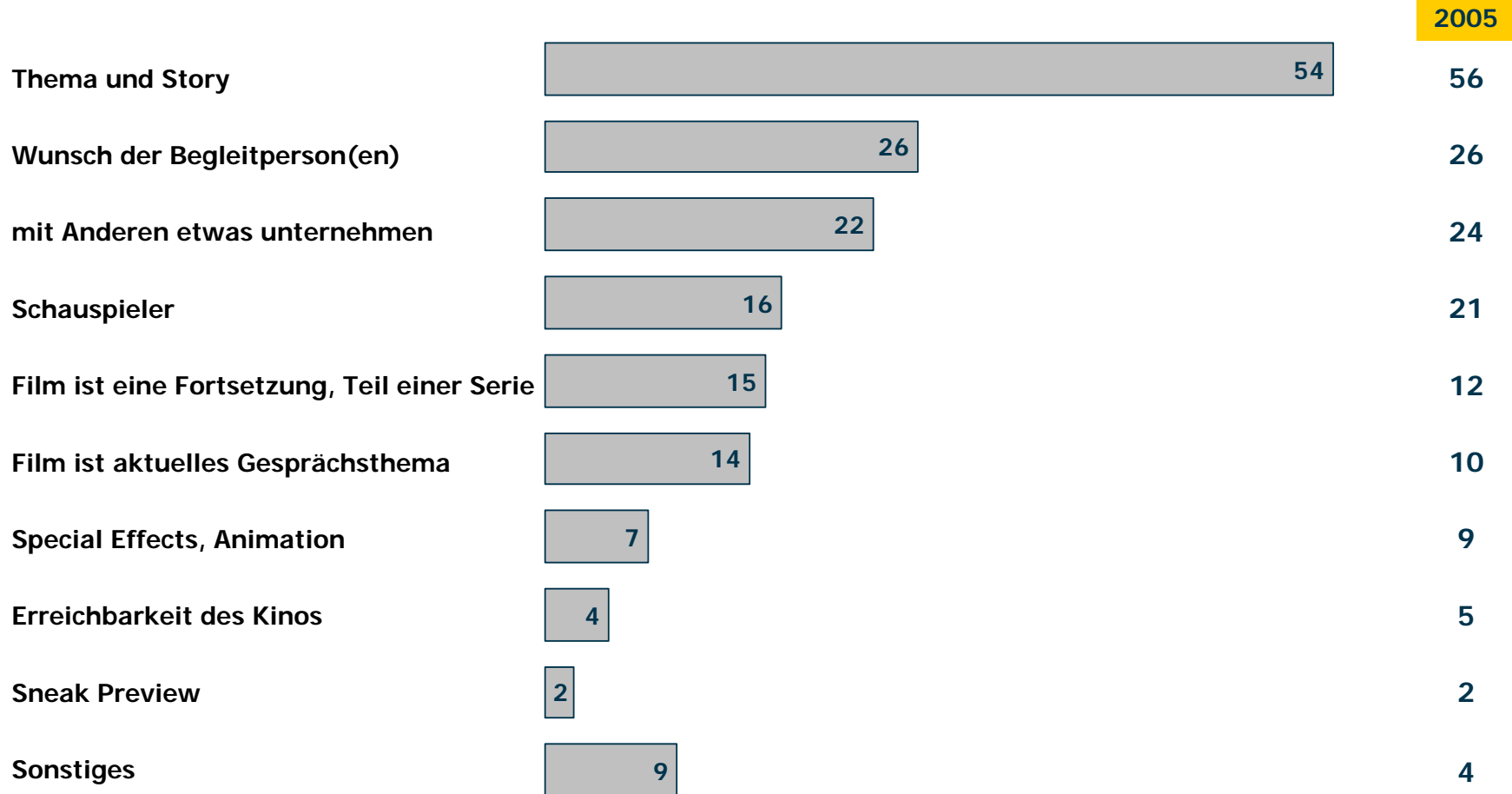
Basis: Besuche (in %) – 2006



Grund des Besuchs

2006 im Vergleich zu 2005

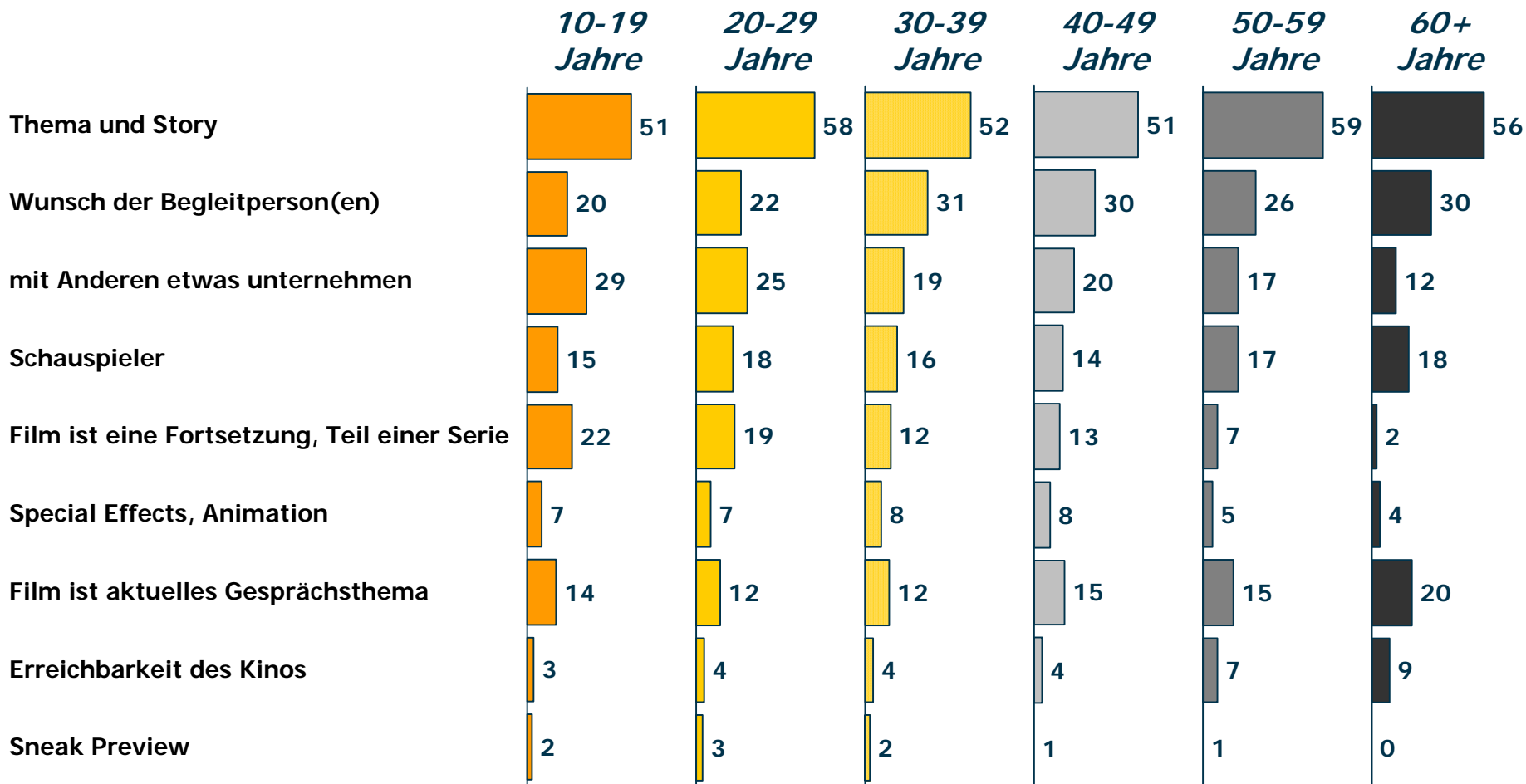
Basis: Besuche (in %)



Thema und Story sind die wichtigsten Gründe für den Kinobesuch

Grund des Besuchs nach Altersgruppen

Basis: Personen (%)

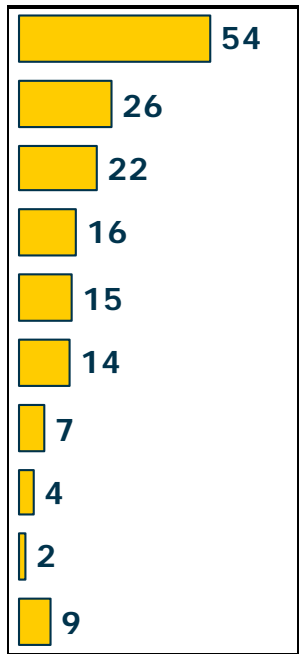


Grund für den Besuch

Kino - Top 4 der deutschen Filme

Basis: Besuche (in %) – 2006

Gesamt



Thema und Story
Wunsch der Begleitperson
Mit anderen etwas unternehmen
Schauspieler
Film ist eine Fortsetzung / Teil einer Serie
Special Effects, Animation
Film ist aktuelles Gesprächsthema
Erreichbarkeit des Kinos
Sneak Preview
Sonstiges

Das Parfum - Die Geschichte eines Mörders	Deutschland ein Sommermärchen	7 Zwerge - Der Wald ist nicht genug	Die Wilden Kerle 3
73.9	75.6	21.0	21.2
21.2	17.2	28.3	48.1
15.9	10.4	23.1	14.7
3.5	10.4	26.5	6.9
0.0	0.6	48.8	45.2
0.9	0.2	2.4	0.3
36.1	45.7	11.3	10.5
3.5	1.7	4.1	1.8
0.4	0.3	0.2	0.2
17.3	6.3	6.4	5.7

Grund für den Besuch

Kino - Top 4 der internationalen Filme

Basis: Besuche (in %) – 2006

Gesamt		Ice Age 2 - Jetzt taut's	Pirates of the Caribbean - Fluch der Karibik 2	The Da Vinci Code - Sakrileg	Casino Royale
54	Thema und Story	28.6	37.8	77.0	53.2
26	Wunsch der Begleitperson	25.5	16.1	17.7	18.4
22	Mit anderen etwas unternehmen	23.6	13.8	11.6	16.5
16	Schauspieler	0.7	27.4	14.2	14.1
15	Film ist eine Fortsetzung / Teil einer Serie	60.1	65.3	0.9	25.8
14	Special Effects, Animation	17.6	9.0	0.9	15.4
7	Film ist aktuelles Gesprächsthema	11.3	9.2	36.8	27.9
4	Erreichbarkeit des Kinos	2.3	0.7	2.2	1.4
2	Sneak Preview	0.1	0.0	0.1	0.3
9	Sonstiges	5.8	2.0	14.4	5.1

Key Facts zum Kinobesucher

filmspezifisch

- Die Leute gingen im Jahr 2006 am liebsten wegen Dramen, Komödien und Kinderfilmen ins Kino.
- Das Interesse am deutschen Film ist mit dem Alter steigend.
- In Kinos mit höheren Eintrittspreisen wurde 2006 auch proportional mehr für den Verzehr ausgegeben. Kinos mit 2-3 Sälen hatten durchschnittlich die meisten Besucher an den Concession-Kassen.
- Die Hälfte aller Kinobesuche fanden 2006 am Wochenende statt.
- Filmvorschauen und Trailer waren gleichermaßen mit der Werbung im Fernsehen die besten Aufmerksamkeitsquellen (27 Prozent). Danach folgt die Empfehlung durch Freunde, Bekannte und Verwandte mit 20 Prozent.
- „Thema und Story“ wird mit 54 Prozent am häufigsten als Besuchsgrund genannt. Danach folgen die Gründe „Wunsch der Begleitperson“ und „mit anderen etwas unternehmen“.

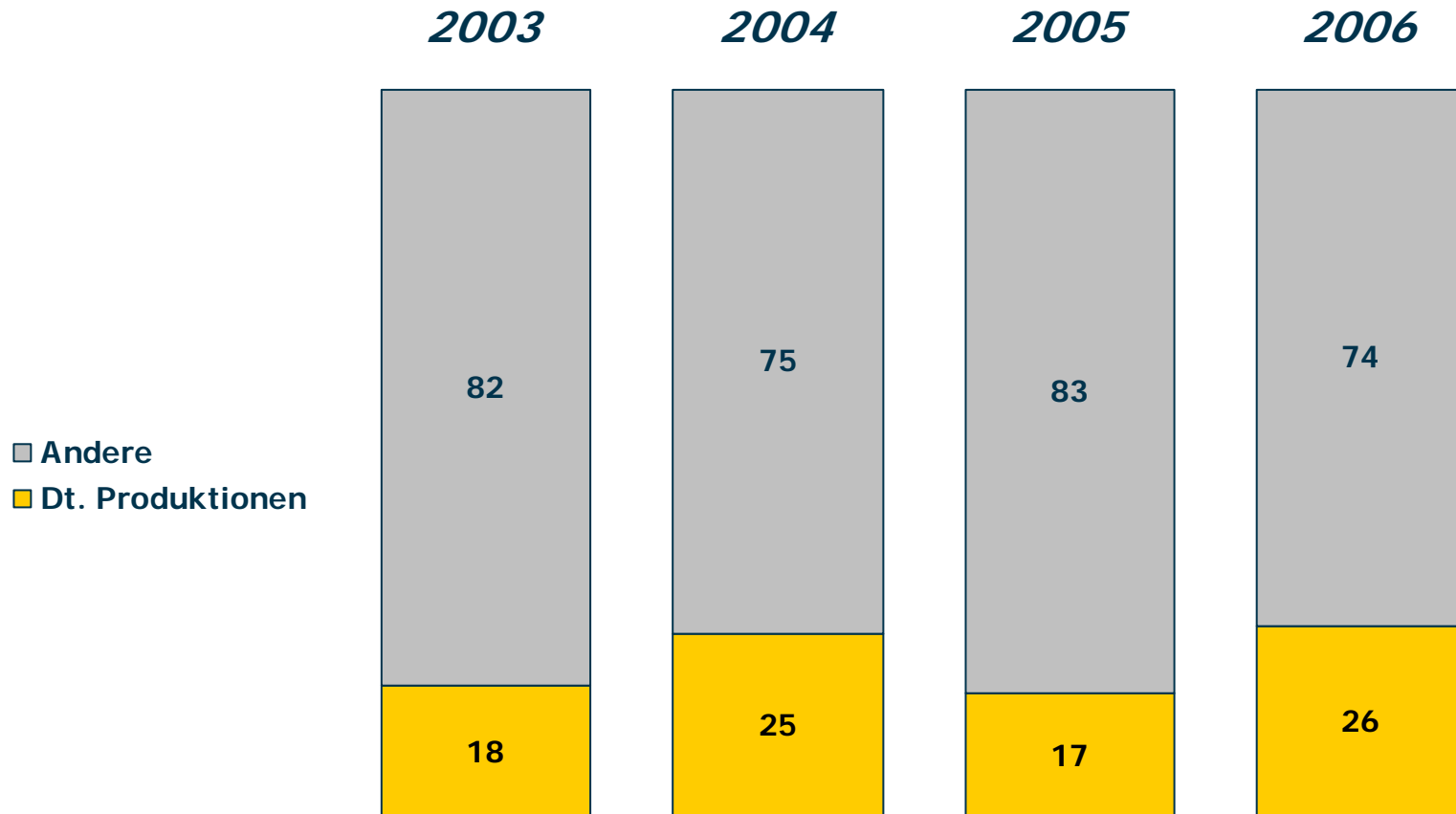
Agenda

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinos
- 2 Kinobesucher - soziodemografisch und kinospezifisch
- 3 Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher - filmspezifisch
- 5 Deutsche Produktionen
- 6 Anhang

Marktentwicklung

Kino

Basis: Besuche (in %)



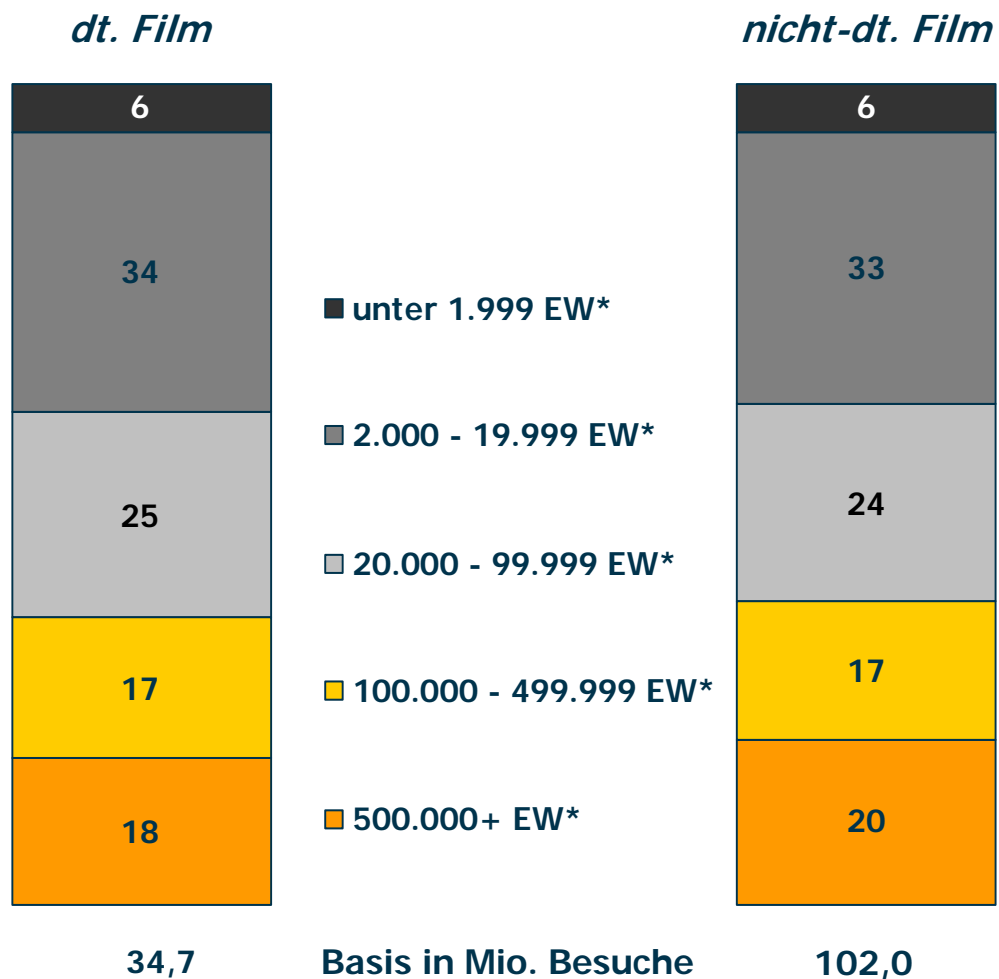
Marktentwicklung

		2004	2005	2006	06 vs. 05 in %
Deutsche Produktionen	Besuche in Mio.	38,2	22,0	34,4	56
	Boxoffice in Mio. €	220,0	124,1	203,2	64
Andere	Besuche in Mio.	114,5	103,7	100,2	-3
	Boxoffice in Mio. €	665,8	613,8	604,0	-2
Gesamtmarkt	Besuche in Mio.	152,7	125,7	134,5	7
	Boxoffice in Mio. €	885,9	737,9	807,2	9

Analyse des deutschen Films

nach Ortsgrößen

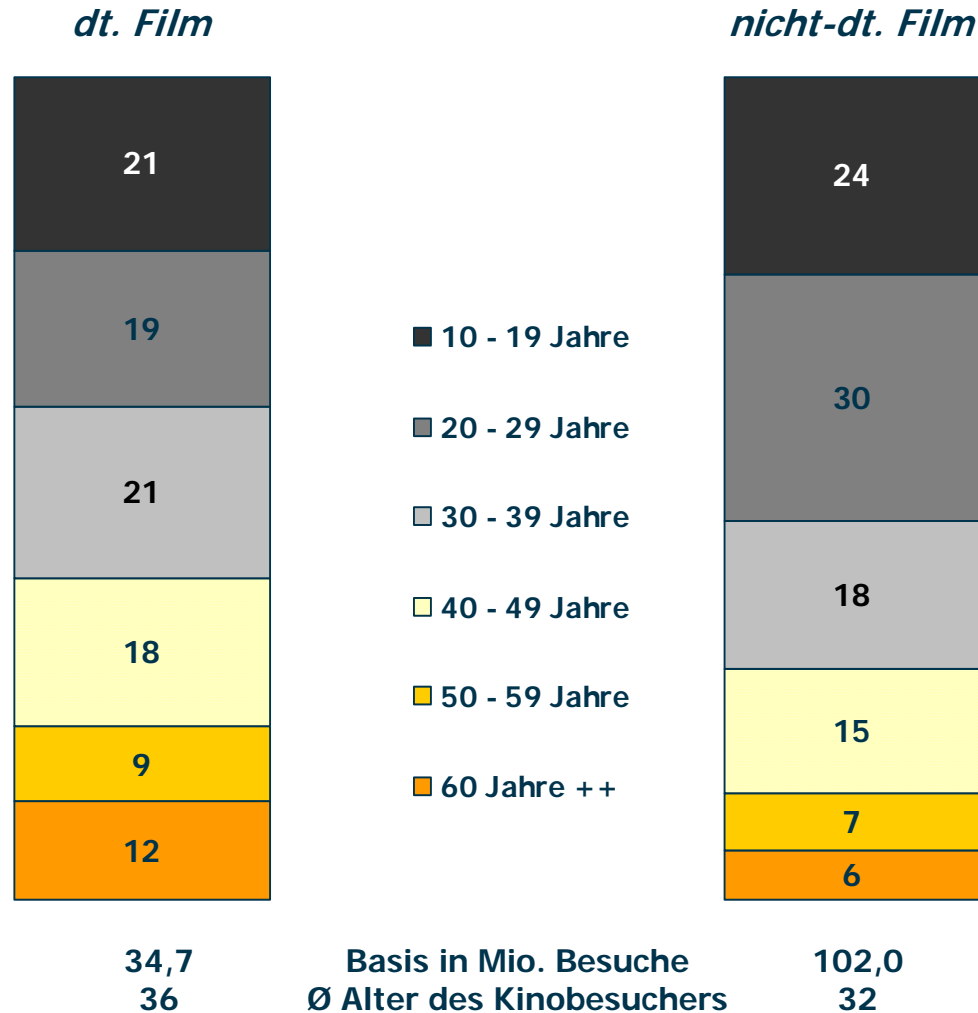
Basis: Besuche (in %)



Analyse des deutschen Films

nach Altersgruppen

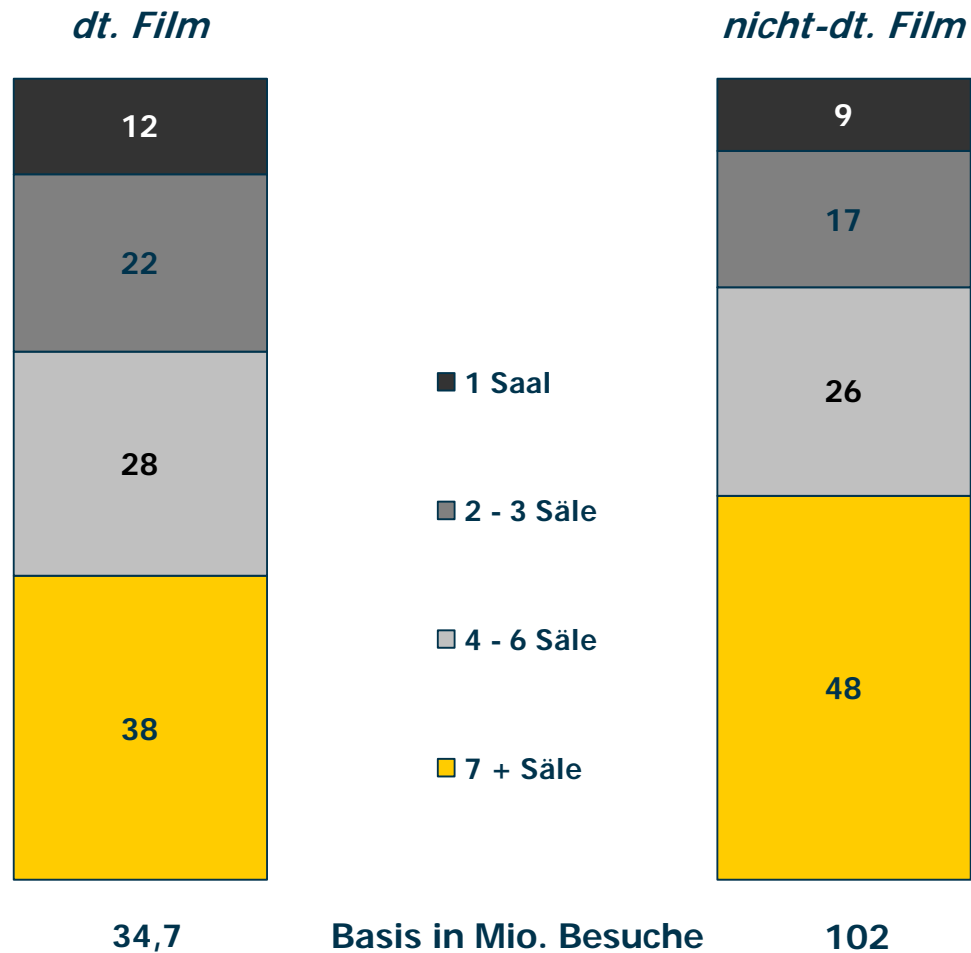
Basis: Besuche (in %)



Analyse des deutschen Films

nach Anzahl der Säle

Basis: Besuche (in %)

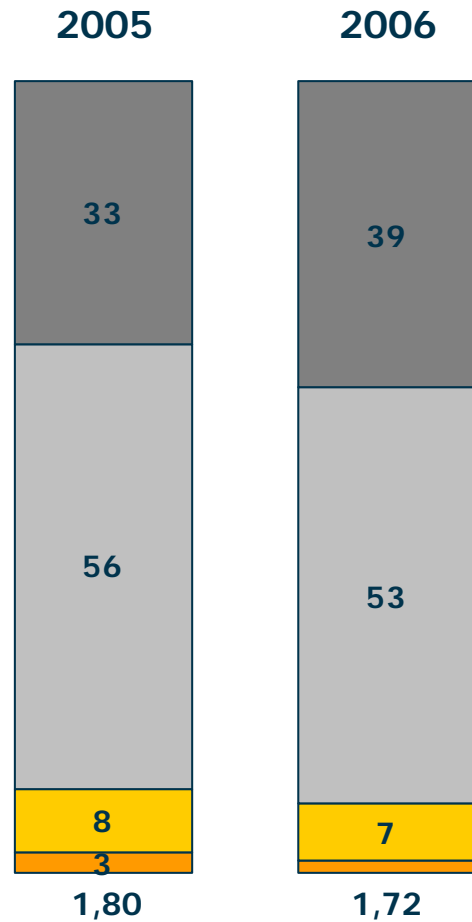


Analyse des deutschen Films

nach Bewertung

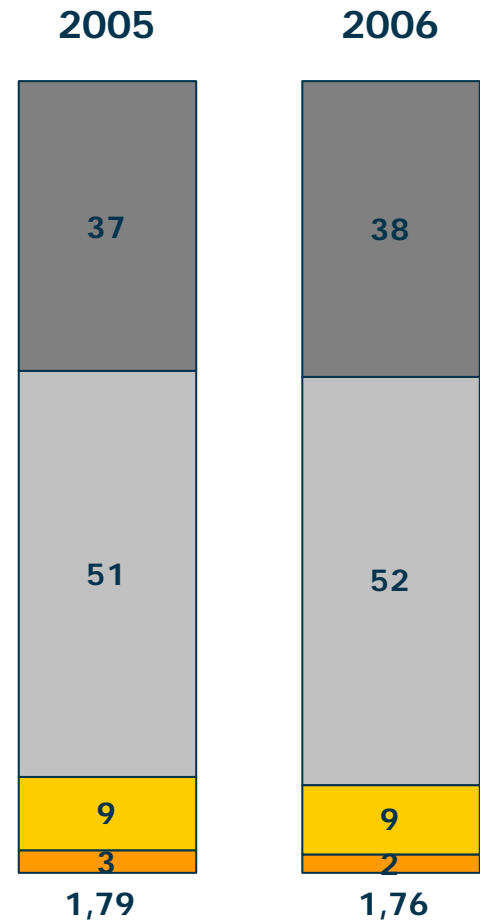
Basis: Besuche (in %)

Deutsche Produktion



- Note 1 (hervorragend)
- Note 2 (gut)
- Note 3 (weniger gut)
- Note 4 (nicht empfehlenswert)

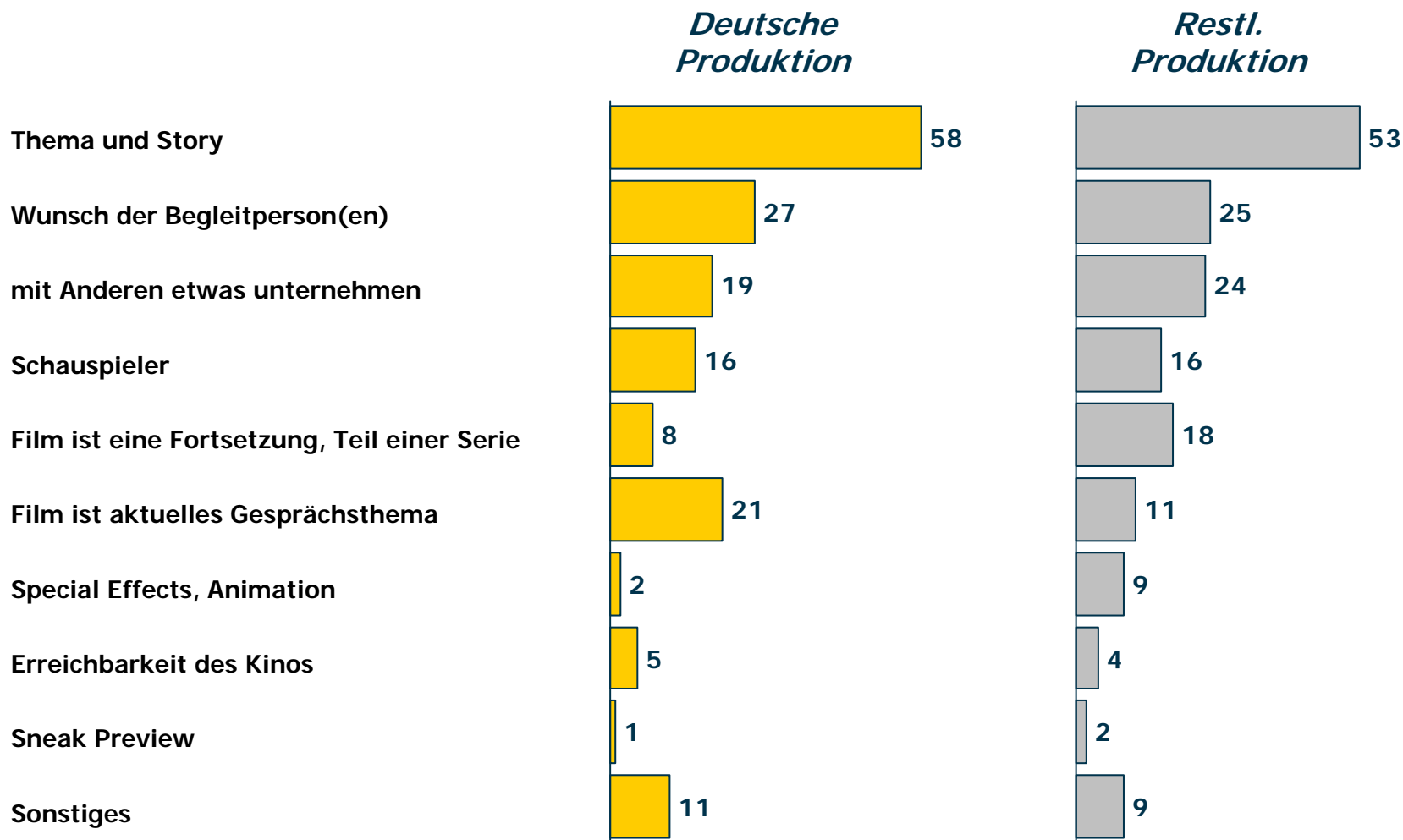
Restl. Produktion



Analyse des deutschen Films

Grund des Filmbesuchs

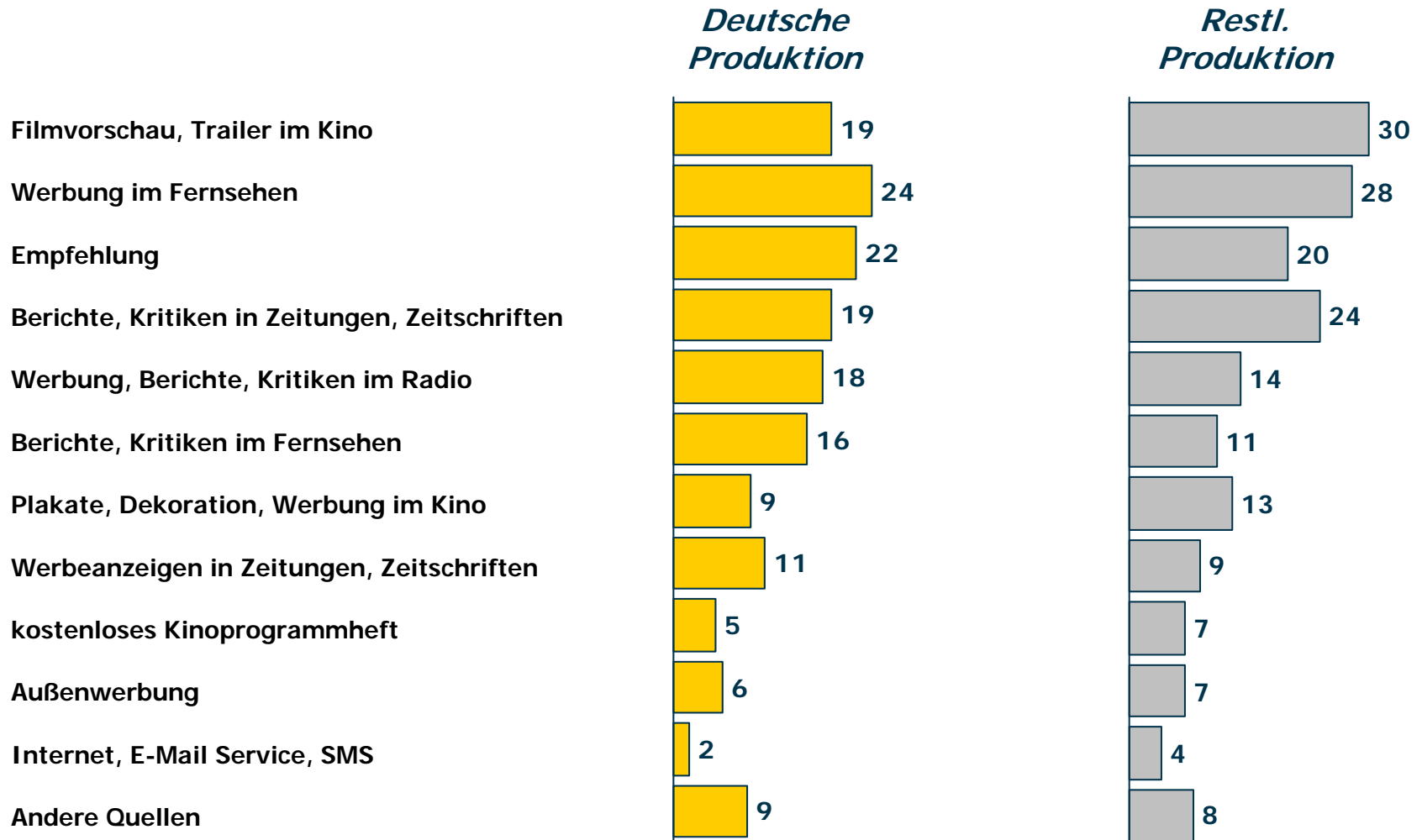
Basis: Besuche (in %)



Analyse des deutschen Films

Sources of Awareness

Basis: Besuche (in %)



Key Facts zu Deutschen Produktionen

- **Deutsche Produktionen erreichten 2006 einen Marktanteil von 25,8 Prozent und ist damit der höchste Anteil seit Datenerfassung.**
- **Im Vergleich zu 2005 gewann der deutsche Film 56 Prozent der Kinobesuche. Die restlichen Produktionen erlitten einen leichten Verlust von 3 Prozent.**
- **Werbung im Fernsehen sowie die Empfehlung aus dem persönlichen Umfeld verhalfen vor allem dem deutschen Film 2006 zu Kinobesuchern.**
- **Filmvorschauen und Trailer wurden bei den restlichen Produktionen als wichtigste Aufmerksamkeitsquelle genannt.**

Agenda

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinos
- 2 Kinobesucher - soziodemografisch und kinospezifisch
- 3 Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher - filmspezifisch
- 5 Deutsche Produktionen
- 6 Anhang

Eintrittskarten nach Altersgruppen

Entwicklung

1993 - 2006

Deutsche...	Mio. Eintrittskarten													
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
unter 10 Jahre	6,4	11,2	9,4	5,9	8,5	8,4	10,1	9,2	7,1	7,2	6,1	7,1	6,4	6,5
10 bis 15 Jahre	6,9	8,4	6,8	6,5	7,3	8,2	10,1	9,0	15,8	13,9	11,3	12,3	10,1	12,4
16 bis 19 Jahre	19,9	21,2	19,7	21,7	20,9	16,4	15,4	19,9	18,4	19,7	18,5	17,4	16,6	14,8
20 bis 24 Jahre	30,5	28,4	25,2	29,4	30,0	29,4	30,2	30,1	27,6	26,7	25,2	25,1	17,8	18,9
25 bis 29 Jahre	21,5	18,0	19,0	20,5	20,4	20,2	20,5	21,3	19,0	17,3	14,2	14,1	12,5	12,8
30 bis 39 Jahre	15,6	15,7	15,9	17,9	20,0	24,7	25,4	24,7	36,9	31,2	26,1	28,2	21,7	22,3
40 bis 49 Jahre	7,2	8,6	8,1	9,2	11,0	14,1	12,9	13,7	20,9	19,0	16,9	20,0	15,4	18,1
50 bis 59 Jahre	6,8	5,9	5,6	6,3	7,1	8,5	6,2	6,7	8,2	8,1	8,8	10,0	7,8	9,1
60 Jahre u. ä.	2,8	3,0	3,2	2,0	3,4	4,6	3,5	4,0	7,5	6,1	8,0	8,3	7,5	8,9
Zusammen	117,6	120,4	112,9	119,4	128,6	134,5	134,3	138,6	161,4	149,1	135,2	142,7	115,7	123,8
nachrichtlich:														
Ausländer	12,9	12,4	11,6	13,6	14,6	14,3	14,6	13,9	16,3	14,8	13,8	14,0	11,6	12,9
Gesamtbevölk.	130,5	132,8	124,5	133,0	143,2	148,8	148,9	152,5	177,7	163,9	149,0	156,7	127,3	136,7

Eintrittskarten nach Geschlecht

Entwicklung

1993 - 2006

Deutsche ab 10 Jahren	Mio. Eintrittskarten													
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
männlich	56,5	53,3	52,1	58,2	62,0	64,1	62,2	66,4	84,1	73,1	66,3	66,1	53,1	55,1
weiblich	54,7	55,9	51,4	55,2	58,0	62,1	62,0	63,0	70,4	68,8	62,7	69,5	56,2	62,1
Zusammen	111,2	109,2	103,5	113,4	120,1	126,2	124,2	129,4	154,5	141,9	129,1	135,6	109,3	117,2
nachrichtlich:														
dt. Kinder u. 10 J.	6,4	11,2	9,4	5,9	8,5	8,4	10,1	9,2	7,1	7,2	6,1	7,1	6,4	6,5
Ausländer	12,9	12,4	11,6	13,6	14,6	14,3	14,6	13,9	16,3	14,8	13,8	14,0	11,6	12,9
Gesamtbevölk.	130,5	132,8	124,5	132,9	143,1	148,9	149,0	152,5	177,9	163,9	149,0	156,7	127,3	136,7

Eintrittskarten nach Ortsgrößen

Entwicklung

1993 - 2006

Deutsche ab 10 J. in Orten mit ...	Mio. Eintrittskarten													
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
unter 20 Tsd. Einw.	36,5	38,8	36,7	40,3	42,1	44,1	40,8	44,8	60,2	56,8	50,0	51,8	44,0	48,6
20 bis 100 Tsd. Einw.	30,2	28,2	26,7	28,8	31,8	30,4	29,2	30,8	37,0	32,2	30,5	34,6	28,3	30,6
100 bis 500 Tsd. Einw.	24,2	22,7	21,6	24,6	26,2	28,8	29,2	27,9	29,4	27,0	24,1	24,2	20,0	20,7
mind. 500 Tsd. Einw.	20,3	19,4	18,5	19,7	20,0	22,9	25,0	25,9	27,8	25,9	24,5	25,0	23,4	23,9
Zusammen	111,2	109,2	103,5	113,4	120,1	126,2	124,2	129,4	154,4	141,9	129,1	135,6	115,7	123,8
nachrichtlich:														
dt. Kinder u. 10 J.	6,4	11,2	9,4	5,9	8,5	8,4	10,1	9,2	7,1	7,2	6,1	7,1	6,4	6,5
Ausländer	12,9	12,4	11,6	13,6	14,6	14,3	14,6	13,9	16,3	14,8	13,8	14,0	11,6	12,9
Gesamtbevölk.	130,5	132,8	124,5	132,9	143,1	148,9	149,0	152,5	177,9	163,9	149,0	156,7	127,3	136,7

Eintrittskarten nach Berufsgruppen

Entwicklung

1993 - 2006

	Mio. Eintrittskarten													
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Deutsche														
Kinder unter 10 J.	6,4	11,2	9,4	5,9	8,5	8,4	10,1	9,2	7,1	7,2	6,1	7,1	6,4	6,5
Schüler, Studenten	45,1	45,6	43,8	43,1	48,5	43,2	41,4	42,7	46,4	43,9	38,1	40,6	36,9	35,9
Lehrlinge	14,2	12,6	11,2	12,2	11,5	7,9	8,1	11,0	8,4	7,9	6,7	7,9	8,6	7,3
Arbeiter	6,6	5,8	5,3	7,7	7,1	9,3	9,1	9,4	14,7	11,8	8,9	8,9	6,9	7,5
Angestellte	25,1	24,8	24,7	28,7	29,1	38,4	40,9	43,5	53,0	50,4	46,8	48,3	38,9	40,1
Beamte	7,1	6,6	6,0	7,7	7,0	7,9	6,5	6,8	9,7	8,5	7,5	8,0	6,0	6,0
Selbstständige	1,1	1,6	1,8	2,5	2,3	4,0	3,1	2,8	4,8	4,2	4,0	4,2	4,5	4,5
Hausfrauen	5,3	5,1	3,9	4,5	6,3	6,3	5,2	5,0	5,2	4,1	4,2	3,2	2,7	3,3
Rentner usw.	6,8	6,9	6,7	7,0	8,4	9,2	10,0	8,1	12,4	11,2	12,7	14,5	11,2	12,7
Zusammen	117,7	120,4	112,9	119,3	128,5	134,6	134,4	138,6	161,6	149,1	135,2	142,7	115,7	123,8
nachrichtlich:														
Ausländer	12,9	12,4	11,6	13,6	14,6	14,3	14,6	13,9	16,3	14,8	13,8	14,0	11,6	12,9
Gesamtbevölk.	130,6	132,8	124,5	132,9	143,1	148,9	149,0	152,5	177,9	163,9	149,0	156,7	127,3	136,7

Eintrittskarten nach Haushaltsgröße

Entwicklung

1993 - 2006

Deutsche ab 10 J. in Haushalten mit...	Mio. Eintrittskarten													
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1 Person	28,2	26,9	25,4	29,5	30,9	32,3	33,9	33,8	35,2	31,1	27,8	31,4	28,0	26,5
2 Personen	14,4	13,6	15,9	19,4	21,5	24,0	25,8	24,0	31,6	29,3	29,2	30,8	24,8	27,2
3 Personen	24,1	25,2	22,5	24,2	25,2	25,5	22,6	25,4	30,6	28,3	26,0	28,1	23,3	26,1
4 Personen	30,9	31,0	28,8	29,6	31,1	32,3	31,2	34,2	42,9	39,8	35,8	32,8	30,1	33,5
5 Personen u.m.	13,7	12,5	10,8	10,7	11,4	12,1	10,8	12,0	14,2	13,5	10,2	12,5	9,6	10,4
Zusammen	111,2	109,2	103,5	113,4	120,1	126,2	124,2	129,4	154,5	141,9	129,1	135,6	115,7	123,8
nachrichtlich:														
dt. Kinder unter 10 J.	6,4	11,2	9,4	5,9	8,5	8,4	10,1	9,2	7,1	7,2	6,1	7,1	6,4	6,5
Ausländer	12,9	12,4	11,6	13,6	14,6	14,3	14,6	13,9	16,3	14,8	13,8	14,0	11,6	12,9
Gesamtbevölk.	130,5	132,8	124,5	132,9	143,1	148,9	149,0	152,5	177,9	163,9	149,0	156,7	127,3	136,7

Eintrittskarten nach Haushaltsnettoeinkommen

Entwicklung

1993 - 2006

Deutsche ab 10 J. in Haushalten mit...	Mio. Eintrittskarten													
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
unter 750 €	17,3	15,5	14,3	15,6	17,9	15,7	13,1	12,0	11,4	7,0	6,5	7,2	6,4	6,4
750 bis 1499 €	25,7	23,9	22,0	26,5	26,4	29,8	28,5	30,4	29,7	22,0	20,8	24,5	19,8	21,0
1500 bis 2249 €	36,2	32,6	32,0	33,7	36,0	37,9	37,2	37,2	45,0	36,6	33,0	33,8	29,0	31,1
2250 €u.m.*	32,1	37,1	35,2	37,6	39,8	42,8	45,5	49,7	68,3	76,4	68,7	70,0	54,1	65,2
Zusammen	111,3	109,1	103,5	113,4	120,1	126,2	124,3	129,3	154,4	141,9	129,1	135,6	109,3	123,8
nachrichtlich:														
dt. Kinder unter 10 J.	6,4	11,2	9,4	5,9	8,5	8,4	10,1	9,2	7,1	7,2	6,1	7,1	6,4	6,5
Ausländer	12,9	12,4	11,6	13,6	14,6	14,3	14,6	13,9	16,3	14,8	13,8	14,0	11,6	12,9
Gesamtbevölk.	130,5	132,8	124,5	132,9	143,1	148,9	149,0	152,5	177,9	163,9	149,0	156,7	127,3	136,7

Wünschen Sie weitere Details zur Demographie der Kinobesucher bzw. zu kinospezifischen Merkmalen können Sie sich gern an uns wenden.

Filmförderungsanstalt
- German Federal Film Board -
Große Präsidentenstraße 9
10178 Berlin

Tel.: 030 / 27 577 – 0

Fax: 030 / 27 577 - 111

E-Mail: presse@ffa.de

Weitere Informationen und Statistiken erhalten Sie unter

www.ffa.de