

Der Kinobesucher deutscher Filme 2012

Strukturen und Entwicklungen
auf Basis des GfK Panels

Vorwort

Seit mehr als 20 Jahren veröffentlicht die FFA Studien zum Kinobesuchsverhalten auf Basis des Individualpanels Media*Scope der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK). Seit 2004 werden die Ergebnisse in Form einer Präsentation herausgegeben.

Als Teil der Studie „Der Kinobesucher“ veröffentlicht die FFA immer auch Daten über den Besuch deutscher Filme, seit 2005 in einem separaten Kapitel. Die Analyse des Kinobesuchers deutscher Filme wird in diesem Jahr nun erstmals in einer eigenständigen Studie vorgestellt.

Die Studie gibt einen Überblick über die Entwicklung deutscher Filme im Kino. Ergänzend dazu erfolgen Auswertungen hinsichtlich soziodemografischer Merkmale sowie eine Betrachtung einzelner kino- und filmspezifischer Informationen.

2012 wurde Media*Scope methodisch überarbeitet und alle Daten ab 2007 rückwirkend neu berechnet. Aus diesem Grunde kann es zu geringfügigen Abweichungen mit den Werten vorangegangener Publikationen kommen.

Die Aufbereitung der filmspezifischen Informationen mit Mehrfachnennungen (Aufmerksamkeitsquellen und Besuchsgrund) wurde Ende 2015 von der GfK überarbeitet und die Daten rückwirkend für alle Altstudien ab 2012 angepasst. Aufgrund dessen kann es zu Abweichungen mit den Werten vorheriger Auflagen kommen.

Das Panel umfasst 25.000 Teilnehmer und steht repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 10 Jahren. 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.

Inhalt

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts deutscher Filme
- 2 Kinobesucher deutscher Filme I – soziodemografisch und kinospezifisch
- 3 Kinobesucher deutscher Filme II – Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher deutscher Filme III – filmspezifisch

Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts deutscher Filme

Entwicklung- Kinomarkt in Deutschland

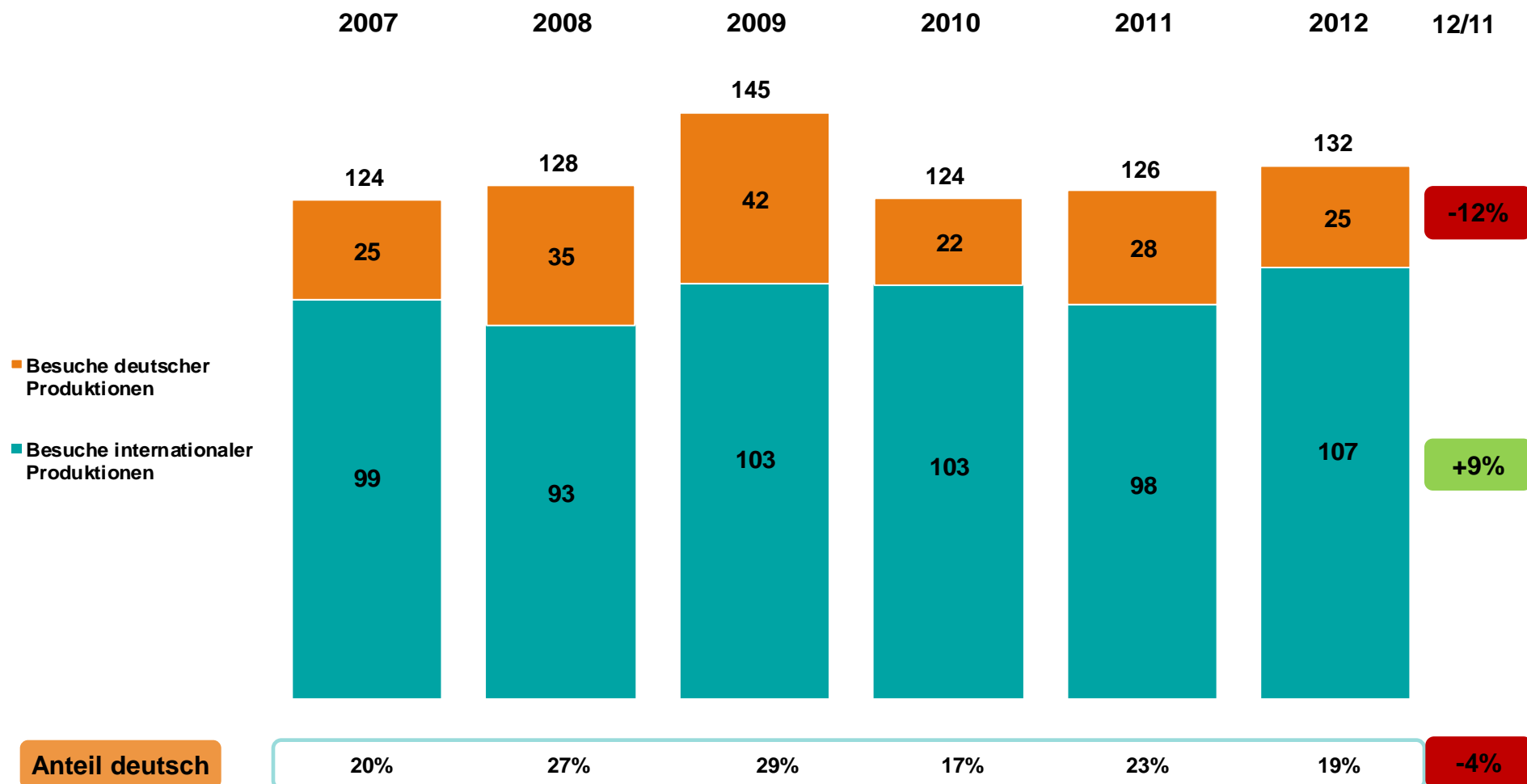
Basis: Besuche und Umsatz, GfK-Panel

		2010	2011	2012	12 vs. 11
Gesamt	Mio. Besuche	124	126	132	5%
	Umsatz in Mio. €	907	948	1.027	8%
Deutsche Produktionen	Mio. Besuche	22	28	25	-12%
	Umsatz in Mio. €	139	196	175	-11%
US-Produktionen	Mio. Besuche	93	84	87	4%
	Umsatz in Mio. €	702	656	708	8%
Sonstige	Mio. Besuche	10	14	20	44%
	Umsatz in Mio. €	67	97	144	49%

Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts deutscher Filme

Besuche deutscher Filme

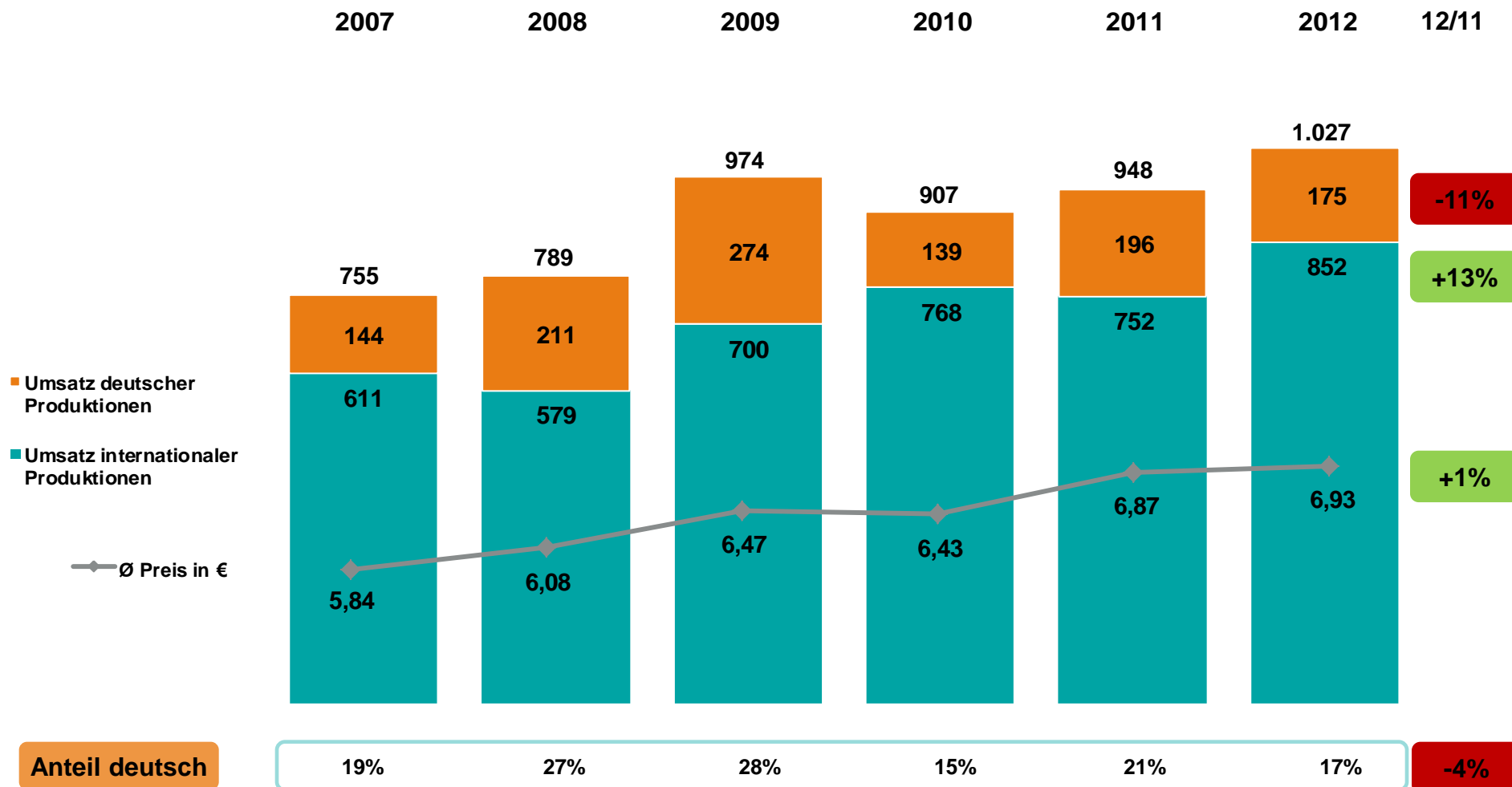
Basis: Besuche in Mio., GfK-Panel



Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts deutscher Filme

Umsatz deutscher Filme

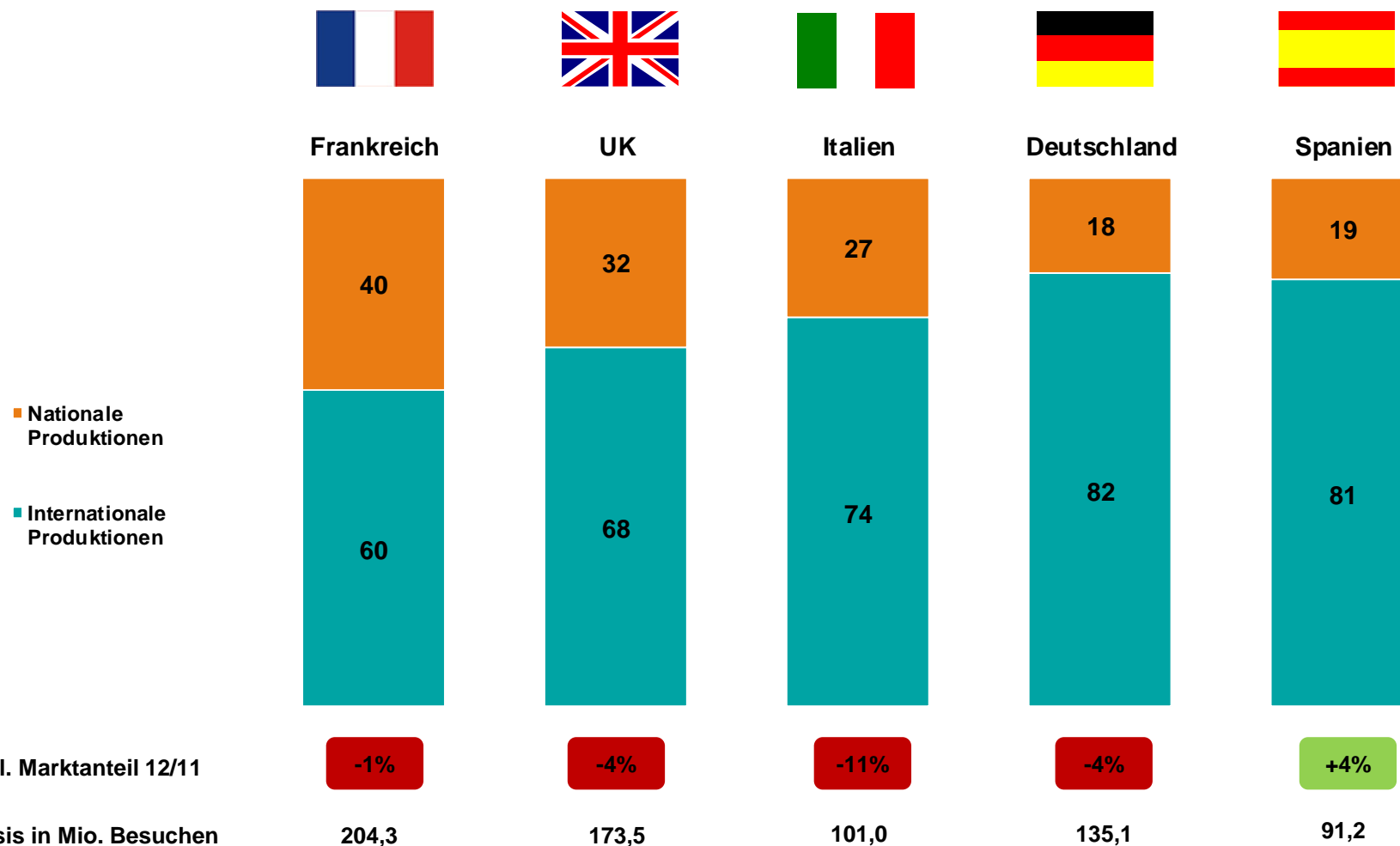
Basis: Umsatz in Mio. €, GfK-Panel



Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts deutscher Filme

Nationale Produktionen im europäischen Vergleich

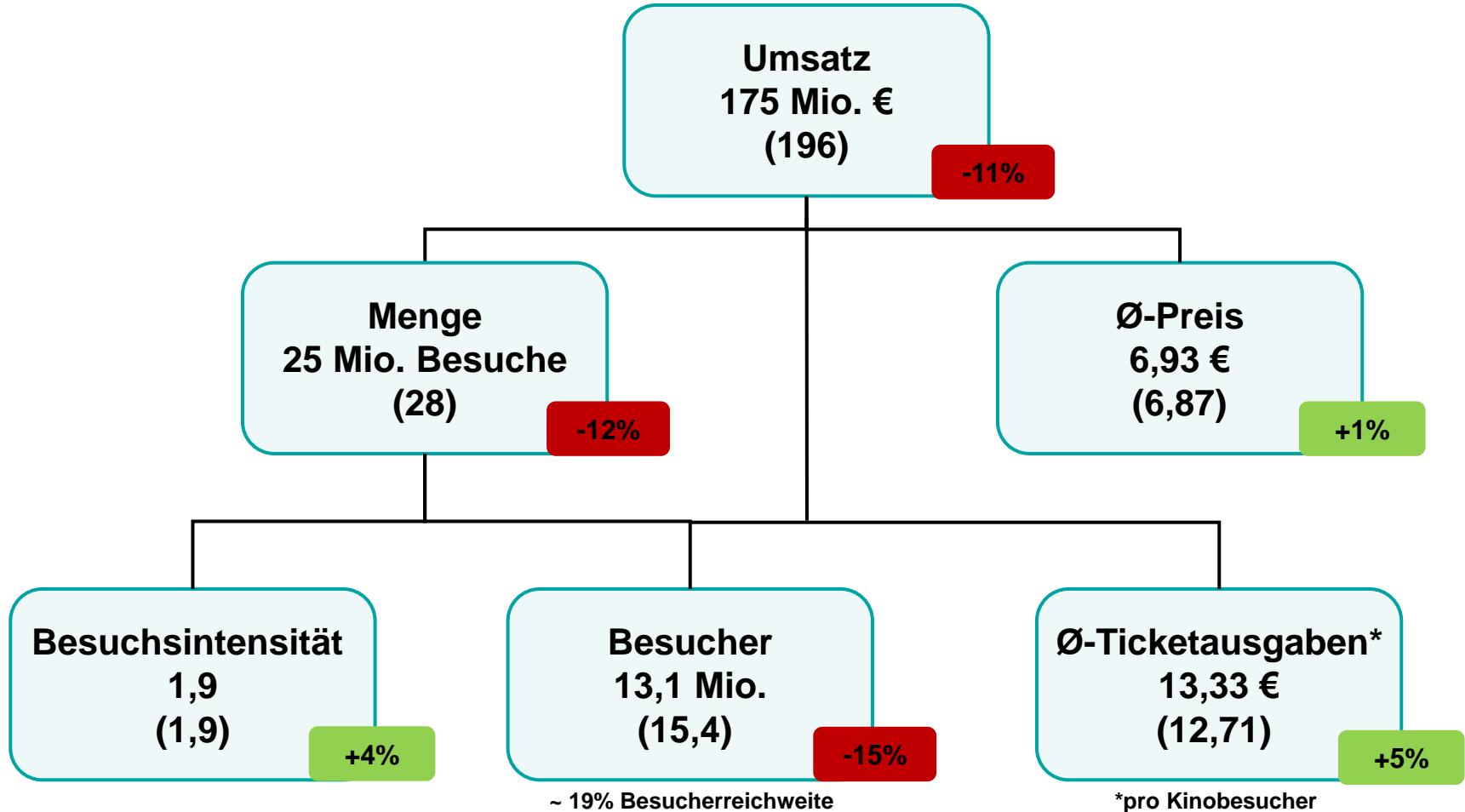
Basis: Besuche in % (außer UK), Europäische Audiovisuelle Informationsstelle



Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts deutscher Filme

Key-Facts zum deutschen Film 2012 (2011)

Basis: GfK-Panel



Key Facts zur allgemeinen Entwicklung des Kinomarkts deutscher Filme

- Im Jahr 2012 wurde ein Besuchsverlust bei deutschen Filmen von 12% im Vergleich zu 2011 verzeichnet. 11% weniger Umsatz machten die Kinos bei den Kinotickete Erlösen.
- Der durchschnittliche Eintrittspreis für einen Kinobesuch 2012 lag bei 6,93 €.
- Deutsche Produktionen erreichten im GfK-Panel 2012 einen Marktanteil von 19%, 4 Prozentpunkte weniger als im Vorjahr.
- *Türkisch für Anfänger* war 2012 mit 2,4 Mio. Besuchern der erfolgreichste deutsche Kinofilm.
- Vier deutsche Produktionen waren 2012 Besuchermillionäre: *Türkisch für Anfänger*, *Cloud Atlas*, *Fünf Freunde* und *Rubbeldiekatz*.

Inhalt

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts deutscher Filme
- 2 Kinobesucher deutscher Filme I – soziodemografisch und kinospezifisch
- 3 Kinobesucher deutscher Filme II – Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher deutscher Filme III – filmspezifisch

Kinobesucher I

Besuche deutscher Filme – Geschlecht im Zeitverlauf

Basis: Besuche in %

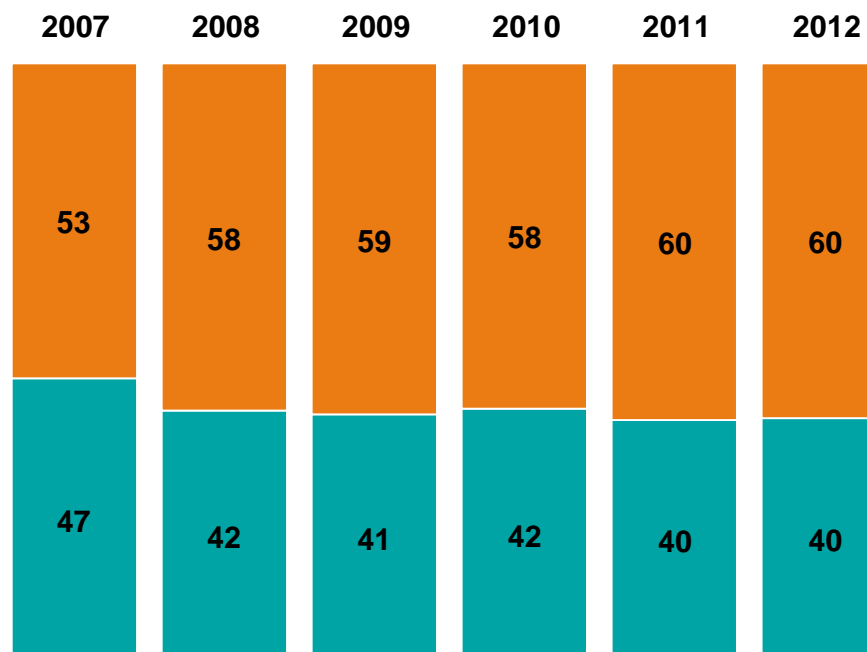
Gesamtbesuche



132,4

Basis in Mio. Besuchen

Deutsche Produktionen



24,7

34,7

42,4

21,6

28,5

25,2

Der deutsche Film wurde auch 2012 vorrangig von Frauen frequentiert.

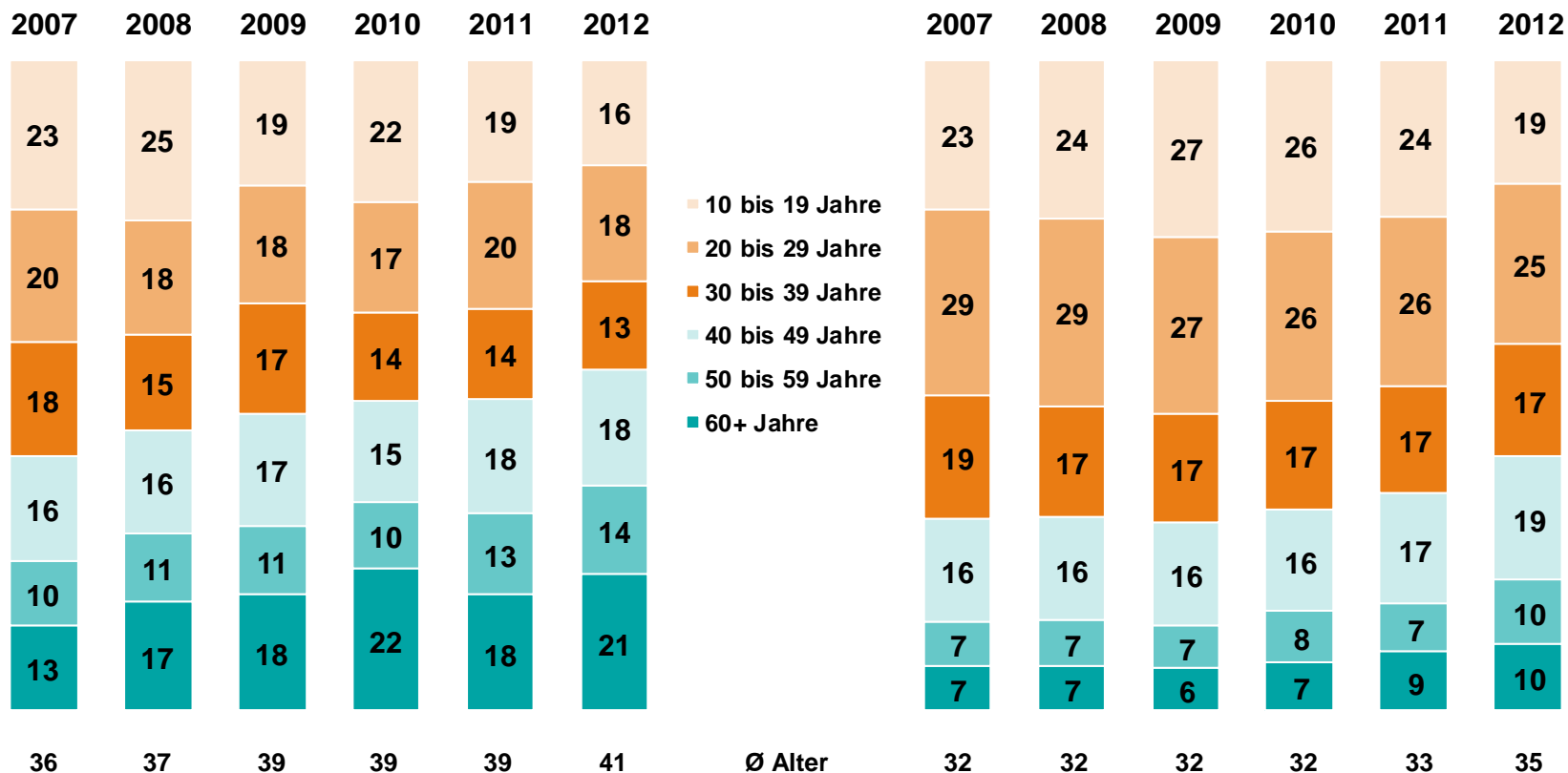
Kinobesucher I

Besuche nach Herkunftsland – Alter im Zeitverlauf

Basis: Besuche in %

Deutsche Produktionen

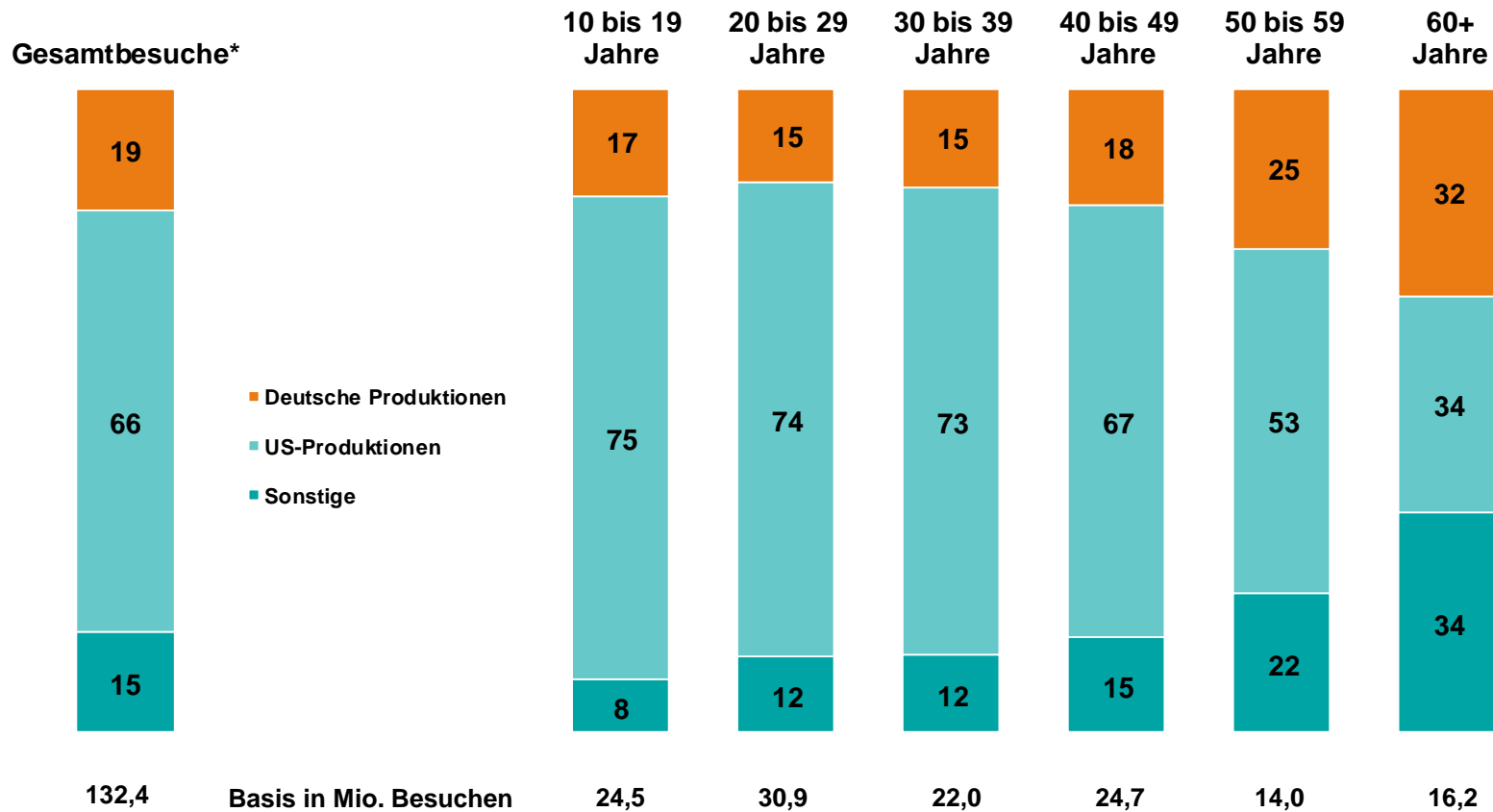
Internationale Produktionen



Kinobesucher I

Besuche nach Herkunftsland– Altersgruppen

Basis: Besuche in %

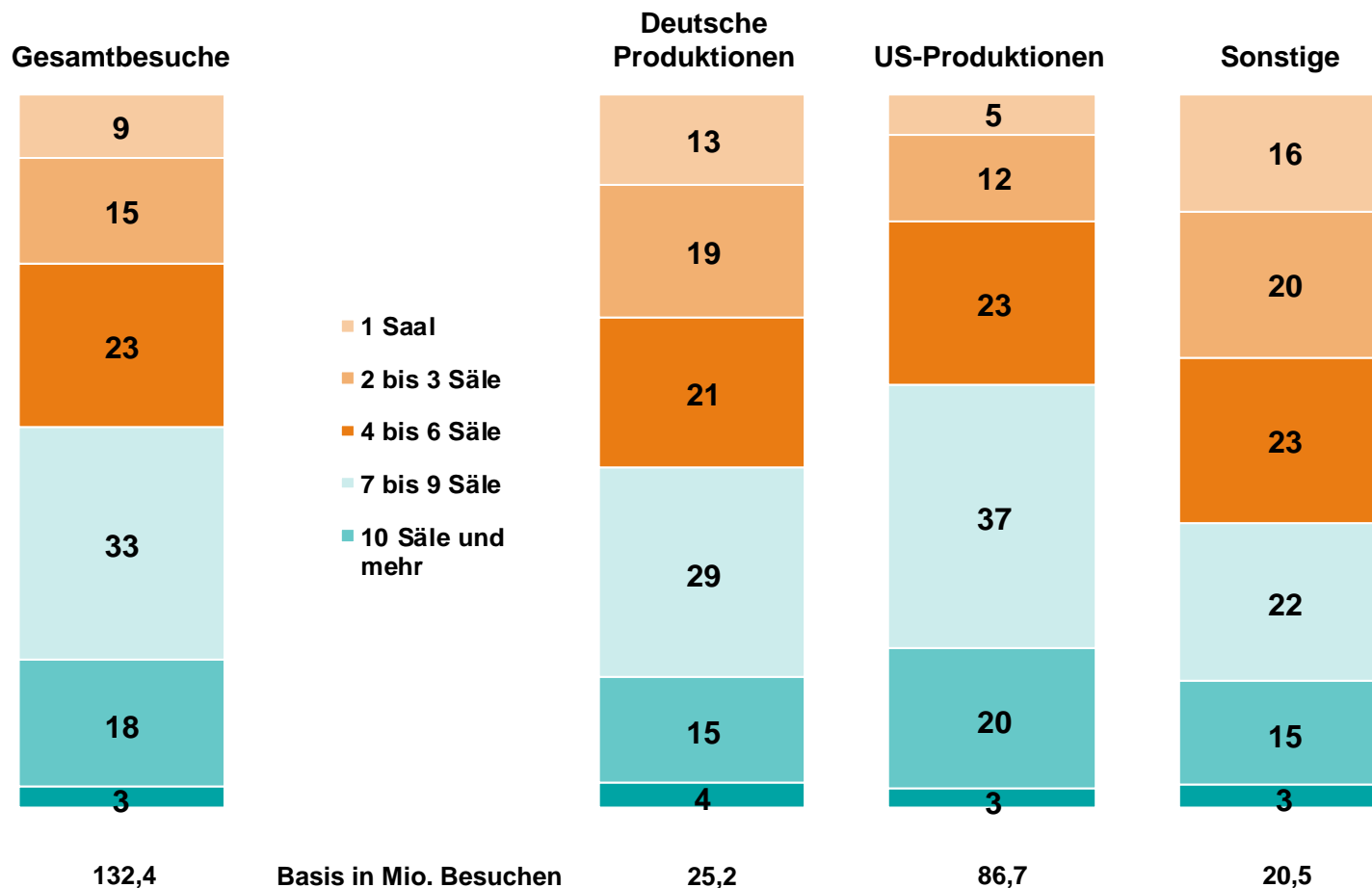


* Marktanteile laut GfK-Panel

Kinobesucher I

Besuche nach Herkunftsland – Anzahl der Säle

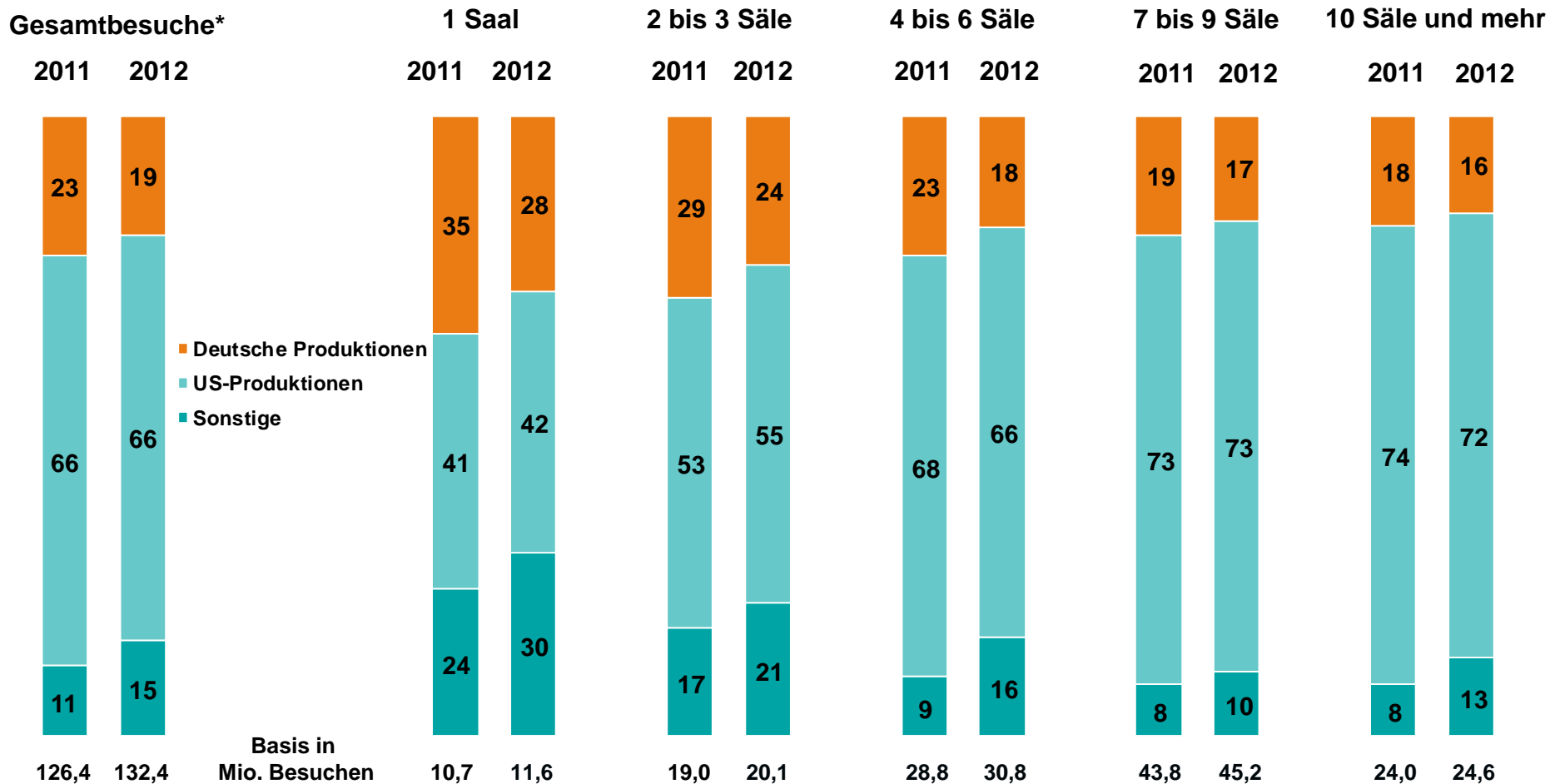
Basis: Besuche in %



Kinobesucher I

Besuche nach Herkunftsland – Anzahl der Säle

Basis: Besuche in %



* Marktanteile laut GfK-Panel

Key Facts zum Kinobesucher deutscher Filme I *soziodemografisch und kinospezifisch*

- Der Besucher deutscher Filme ist mit einem Anteil von 60% „weiblicher“ und älter (41 Jahre) als der Gesamtkinobesucher (37 Jahre).
- Deutsche Produktionen werden gerne von der Altersgruppe 50+ Jahre besucht. 2012 stellten sie 35% der Besucher deutscher Filme. Dabei gewinnen die Best Ager immer mehr an Bedeutung: 2007 machten sie noch 23% aus.
- Im gleichen Zeitraum ist der Anteil der 30 bis 39 Jährigen Kinobesucher jedoch um 4 Prozentpunkte zurückgegangen. Bei den 10 bis 19 Jährigen ist ein Rückgang von 7 Prozentpunkten zu verzeichnen.
- Kleinere Filmtheater mit bis zu drei Sälen lockten 32% der Besucher mit deutschen Filmen ins Kino.
- Im Vergleich zu 2011 ist der Anteil deutscher Filme in 2012 in allen Saalgrößen zurückgegangen. Dies ist vor allem den Zuwächsen bei Filmen sonstiger Herkunft geschuldet.

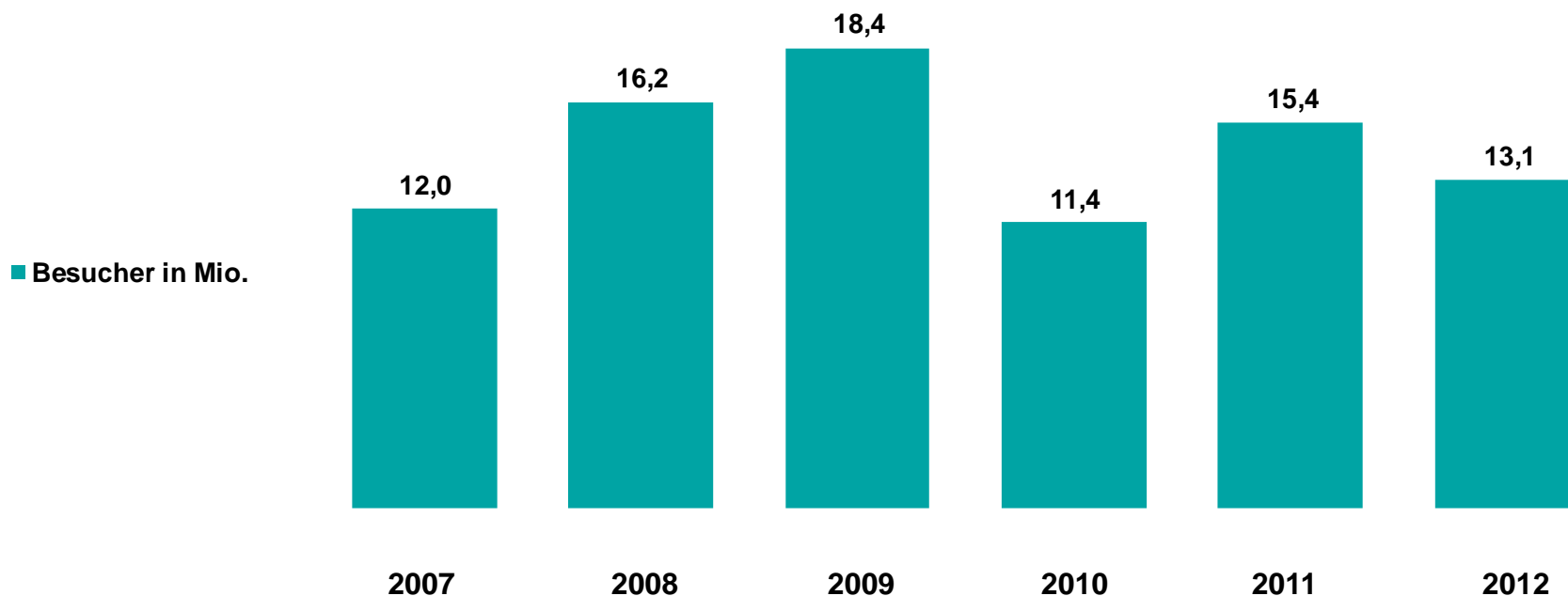
Inhalt

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts deutscher Filme
- 2 Kinobesucher deutscher Filme I – soziodemografisch und kinospezifisch
- 3 Kinobesucher deutscher Filme II – Reichweiten und Intensitäten**
- 4 Kinobesucher deutscher Filme III – filmspezifisch

Kinobesucher II

Reichweitenentwicklung und Besuche pro Kopf deutscher Filme

Basis: Besucher in Mio., GfK-Panel



Reichweite

18%

24%

27%

17%

23%

19%

Besuche pro Kopf

2,1

2,1

2,3

1,9

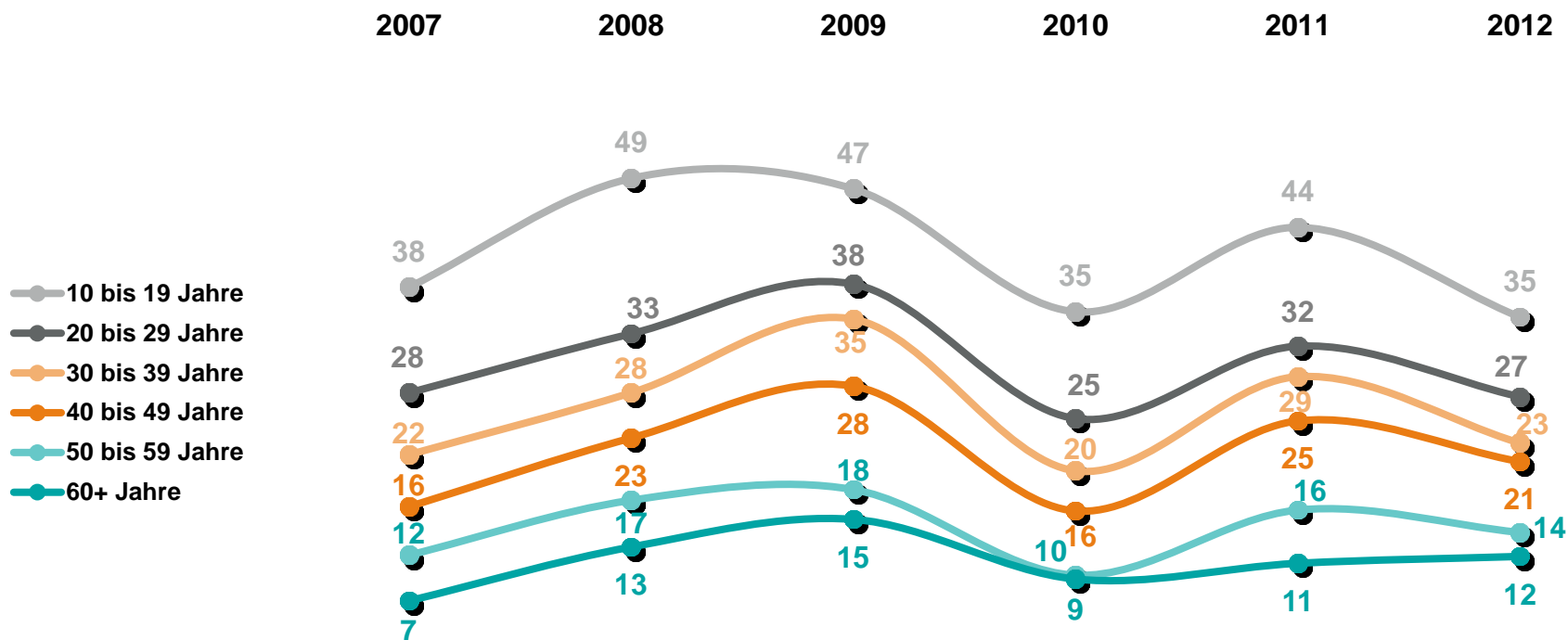
1,9

1,9

Kinobesucher II

Reichweitenentwicklung deutscher Filme – Altersgruppen

Basis: Besucher in %

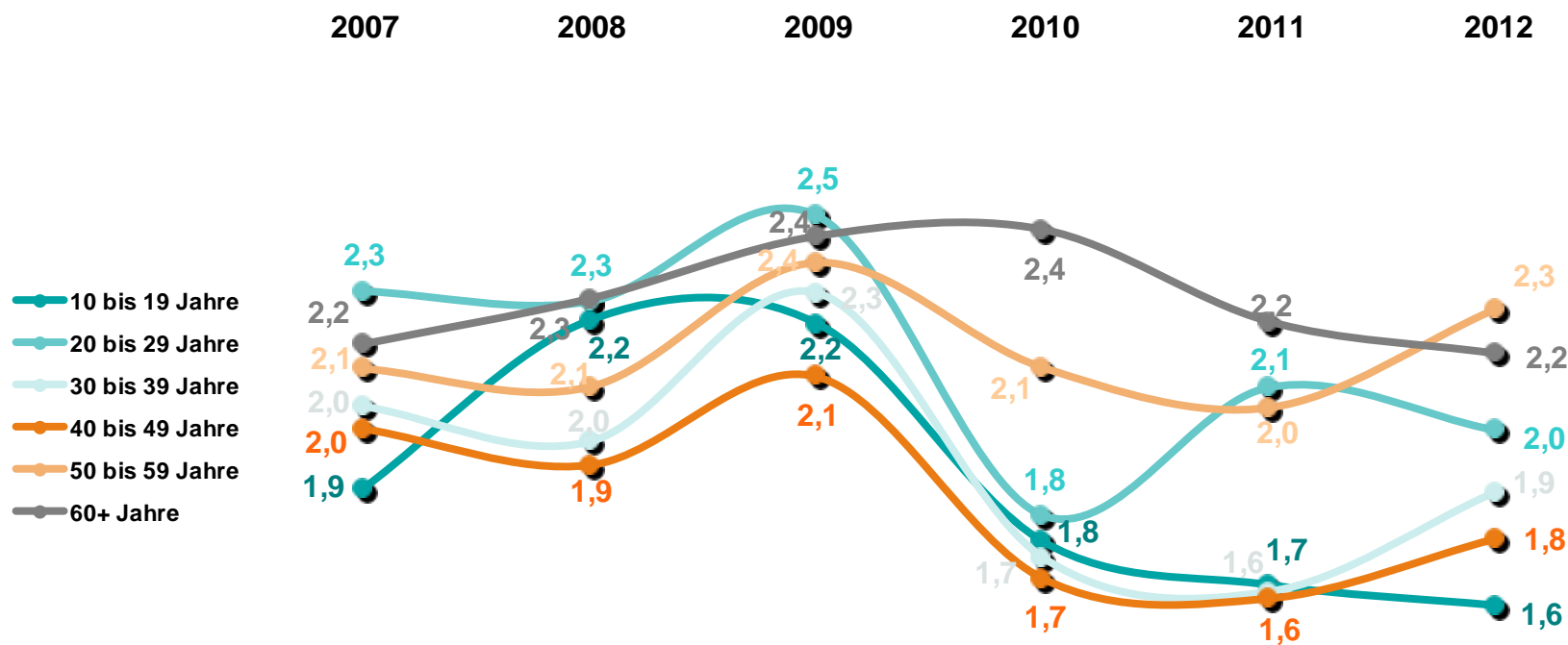


Die Reichweite deutscher Filme ging in allen Altersklassen zurück. Lediglich die Gruppe 60+ Jahre konnte eine leichte Verbesserung verzeichnen, lag aber dennoch unter dem Durchschnitt von 19%.

Kinobesucher II

Entwicklung der Besuchsintensität deutscher Filme – Altersgruppen

Basis: Besuche



Die Besuchsintensität bei deutschen Filmen stieg 2012 mit zunehmenden Alter an. Die sogenannten Best Ager (50+ Jahre) entschieden sich überdurchschnittlich oft für deutsche Produktionen.

Kinobesucher II Reichweiten 2012 – Alter und Geschlecht

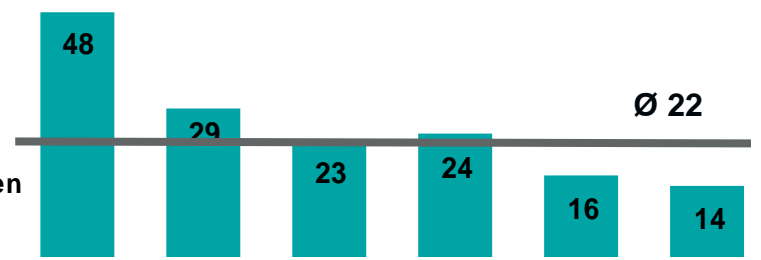
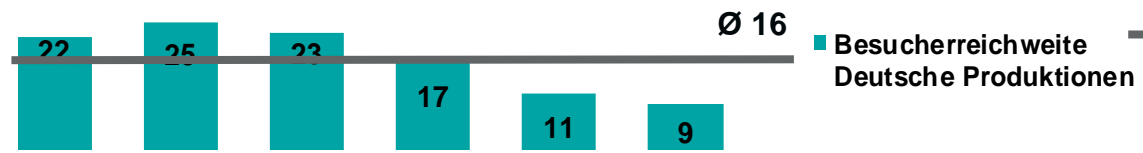
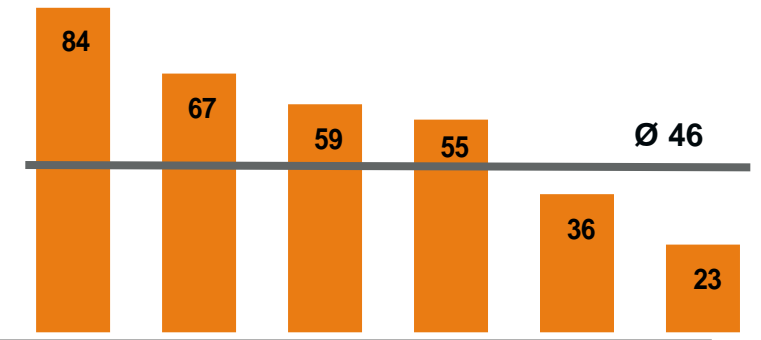
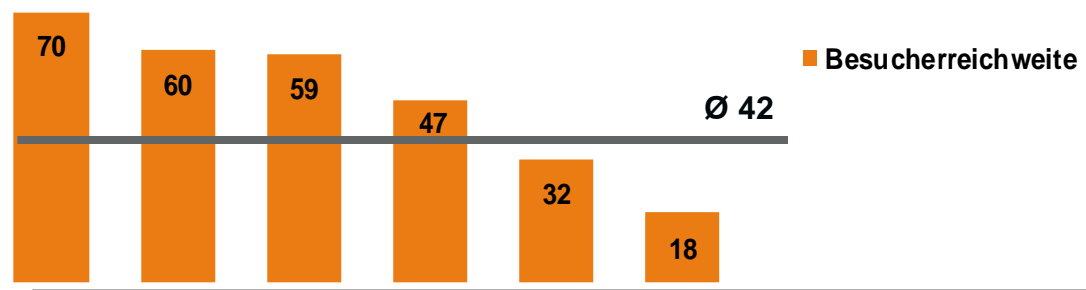
Basis: Besucher in %

Männer

Frauen

10 bis 19 Jahre 20 bis 29 Jahre 30 bis 39 Jahre 40 bis 49 Jahre 50 bis 59 Jahre 60+ Jahre

10 bis 19 Jahre 20 bis 29 Jahre 30 bis 39 Jahre 40 bis 49 Jahre 50 bis 59 Jahre 60+ Jahre



Kinobesucher II

Reichweiten nach Altersgruppen – Besucher deutscher Produktionen

Basis: Besucher in Mio. und %

10 bis 19 Jahre 20 bis 29 Jahre 30 bis 39 Jahre 40 bis 49 Jahre 50 bis 59 Jahre 60+ Jahre

Bevölkerung 2012

7,3 Mio.

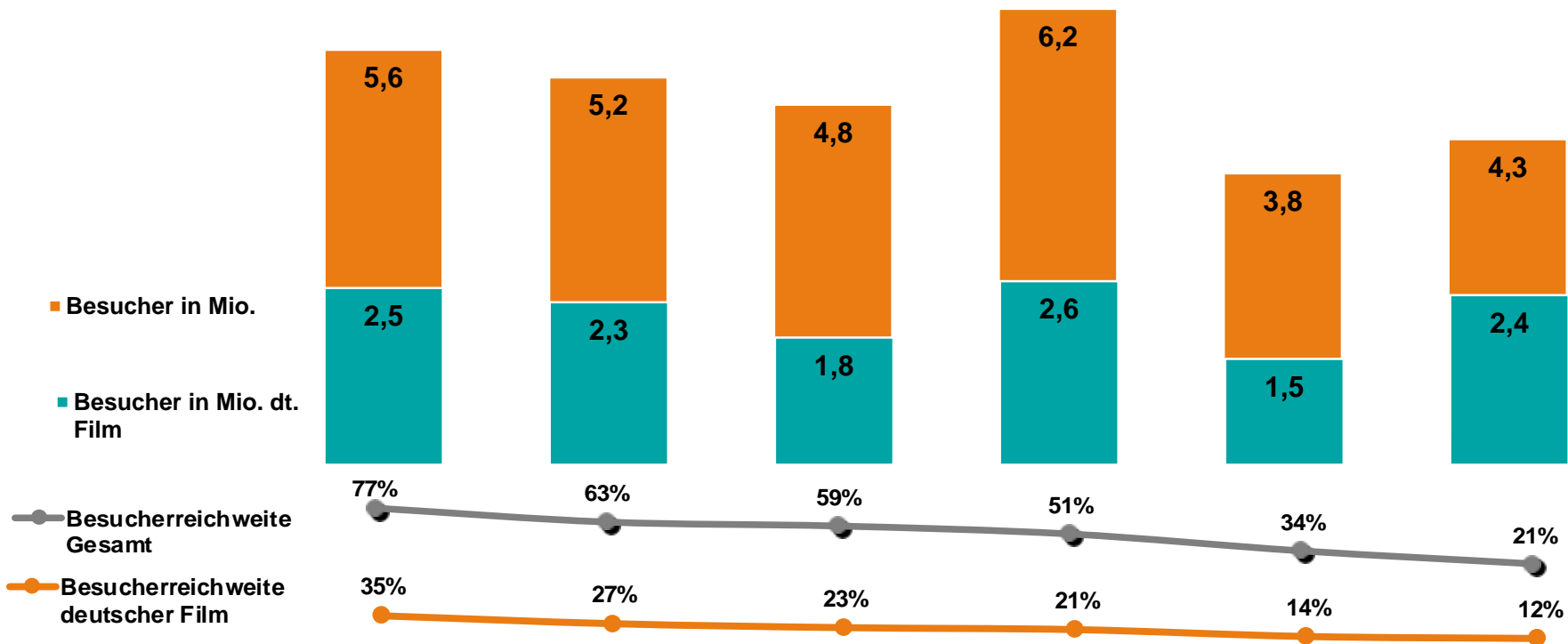
8,3 Mio.

8,1 Mio.

12,3 Mio.

11,1 Mio.

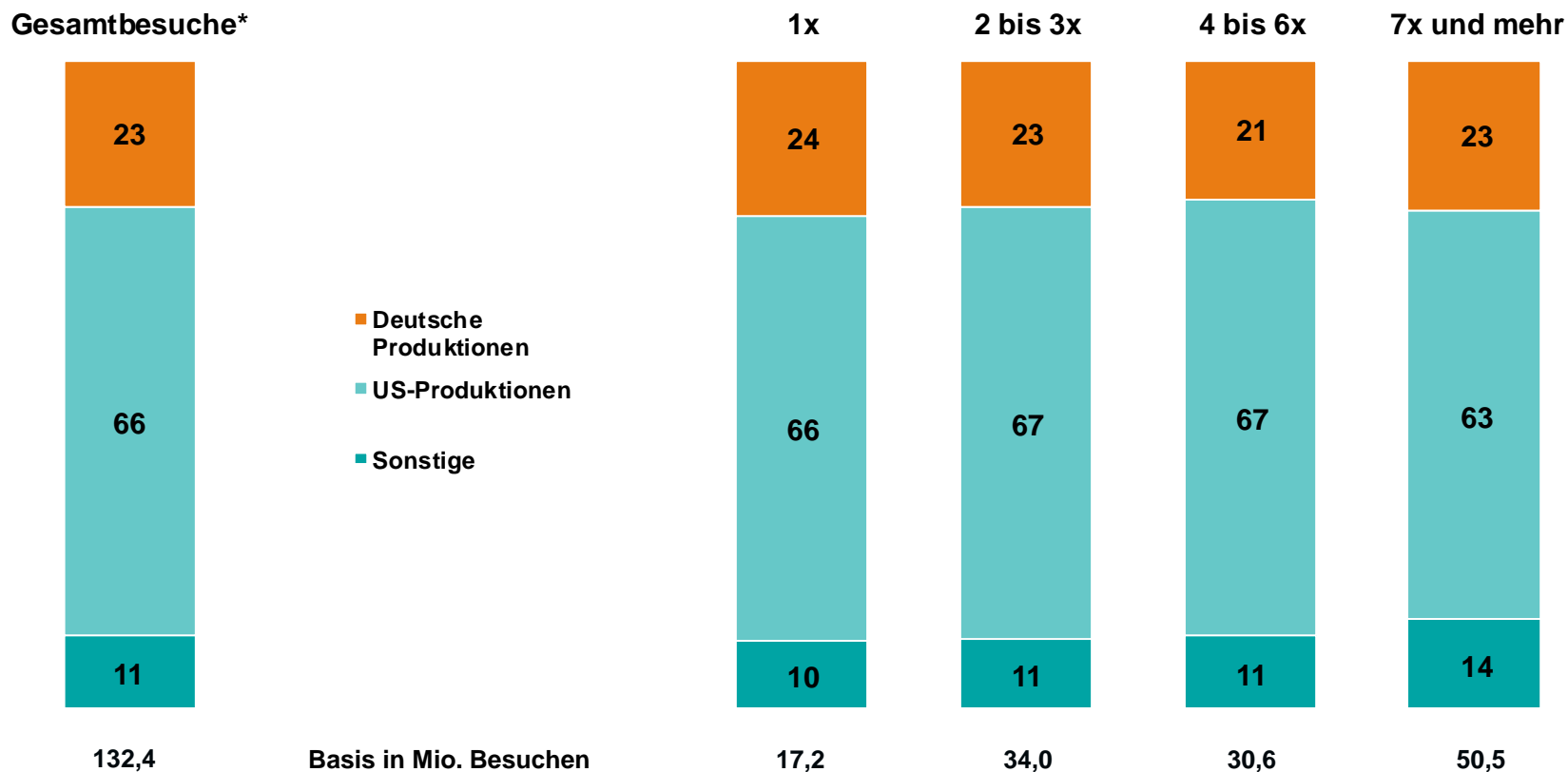
20,9 Mio.



Kinobesucher II

Besuche deutscher Filme – Besuchintensität

Basis: Besuche in %



* Marktanteile laut GfK-Panel

Key Facts zum Kinobesucher deutscher Filme II

Reichweiten und Intensitäten

- **13,1 Mio. Kinobesucher bildeten 2012 die Gruppe der Kinoaffinen; das sind 2,3 Mio. weniger als in 2011 (-15%).**
- **Die Besuchsintensität blieb bei stabilen 1,9 Besuchen pro Kopf.**
- **Die diesjährige Intensivierung des Kinobesuchs in den Altersgruppen zwischen 30 und 60 Jahren konnte die leichte Abnahme der Besuchsfrequenz bei den unter 30 Jährigen und über 60 Jährigen ausgleichen.**
- **Die Reichweite ist im Vergleich zu 2011 in allen Altersgruppen bis auf die Altersgruppe 60 Plus auf insgesamt 19% gesunken und nimmt wie in den Vorjahren mit steigendem Alter ab. Die höchste Reichweite erreichten die 10 bis 19 Jährigen mit 35%. In dieser Gruppe sind die Frauen mit 48% überrepräsentiert.**
- **Besucher deutscher Filme sind in allen Intensitätsgruppen gleichermaßen vertreten und liegen insbesondere bei Heavy Usern mit sieben und mehr Kinobesuchen in 2012 bei dem Gesamtwert von 23%.**

Inhalt

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts deutscher Filme
- 2 Kinobesucher deutscher Filme I – soziodemografisch und kinospezifisch
- 3 Kinobesucher deutscher Filme II – Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher deutscher Filme III – filmspezifisch

Kinobesucher III

Top 5 Titel deutscher Filme 2012 – Altersgruppen

Basis: Besuche in Mio.

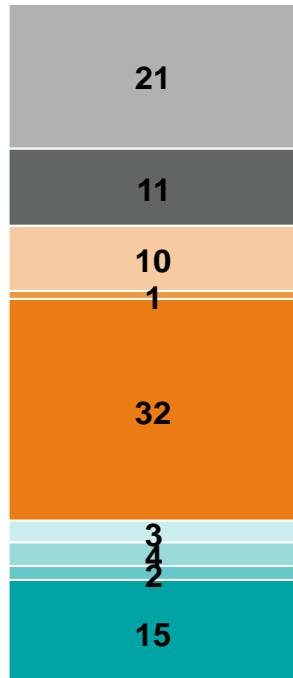
10 bis 19 Jahre	20 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50+ Jahre
Türkisch für Anfänger	Türkisch für Anfänger	Türkisch für Anfänger	Türkisch für Anfänger	Die Vermessung der Welt
Fünf Freunde	Resident Evil: Retribution	Fünf Freunde	Fünf Freunde	Türkisch für Anfänger
Hanni & Nanni 2	Cloud Atlas	Resident Evil: Retribution	Mann tut was Mann kann	Mann tut was Mann kann
Rubbeldiekatz	Rubbeldiekatz	Rubbeldiekatz	Cloud Atlas	Rubbeldiekatz
Mann tut was Mann kann	Schutzengel	Cloud Atlas	Rubbeldiekatz	Cloud Atlas

Kinobesucher III

Besuche deutscher Filme – Genre

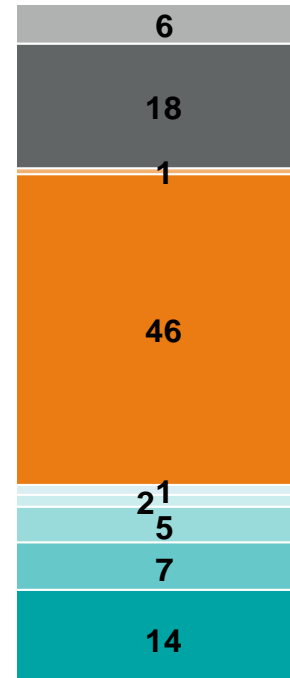
Basis: Besuche in %

Gesamtbesuche

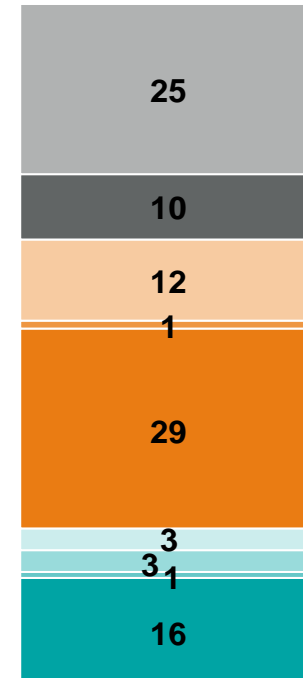


- Action, Abenteuer
- Drama
- Fantasy
- Historienfilm
- Horror
- Komödie
- Musical / Musikfilm
- Science Fiction
- Thriller
- Dokumentarfilm
- Kinderfilm

Deutsche Produktionen



Internationale Produktionen

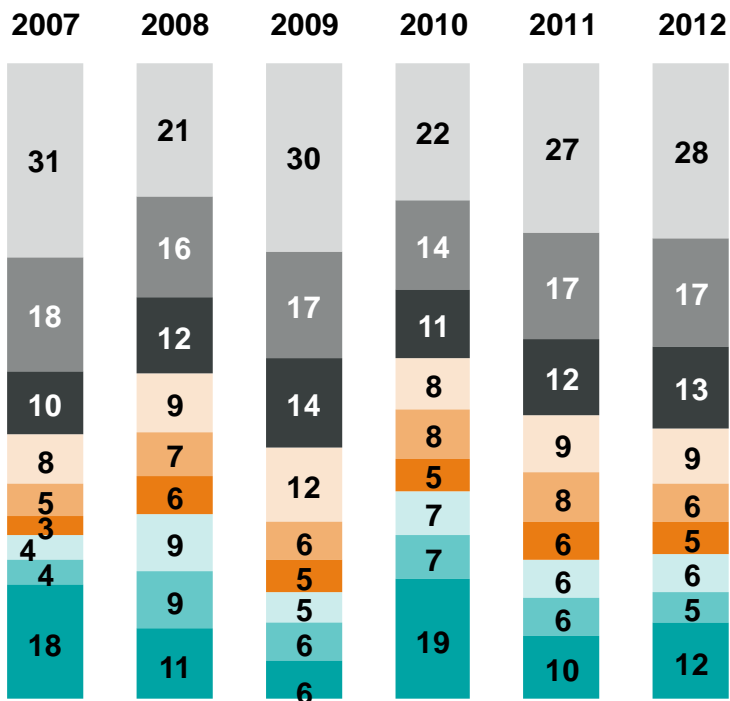


Kinobesucher III

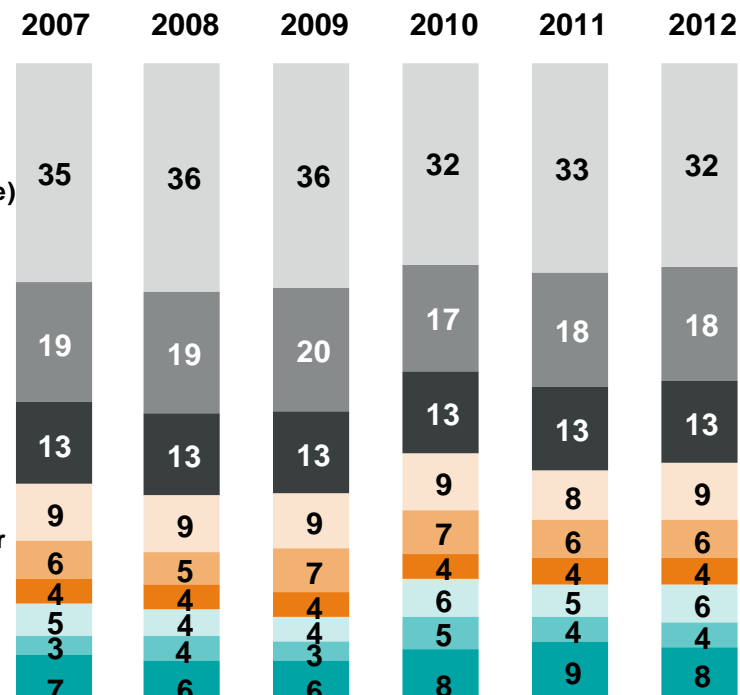
Besuche deutscher Filme – Zeitpunkt des Besuchs

Basis: Besuche in %

Deutsche Produktionen



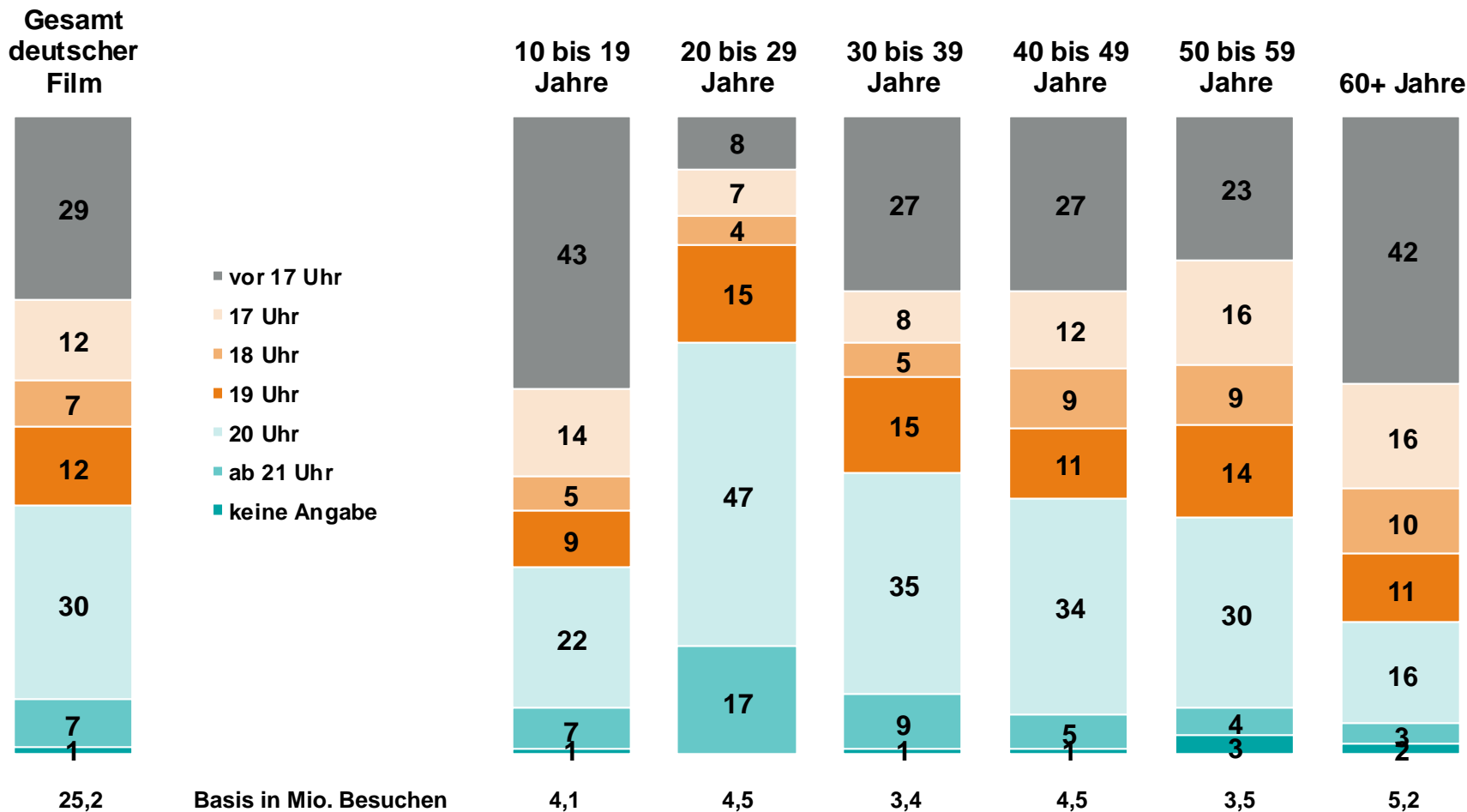
Internationale Produktionen



Kinobesucher III

Besuche deutscher Filme – Filmbeginn nach Altersgruppen

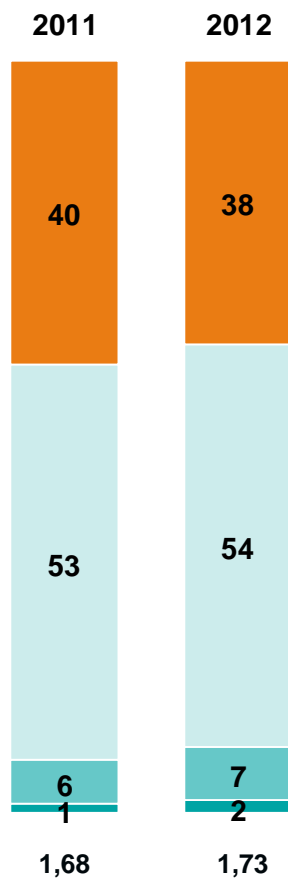
Basis: Besuche in %



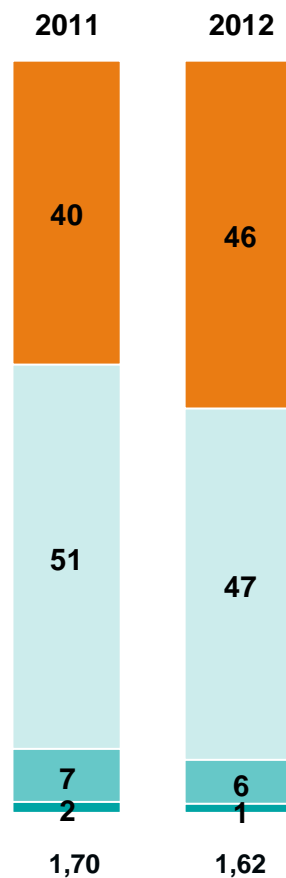
Kinobesucher III Filmbewertung deutscher Filme

Basis: Besuche in %

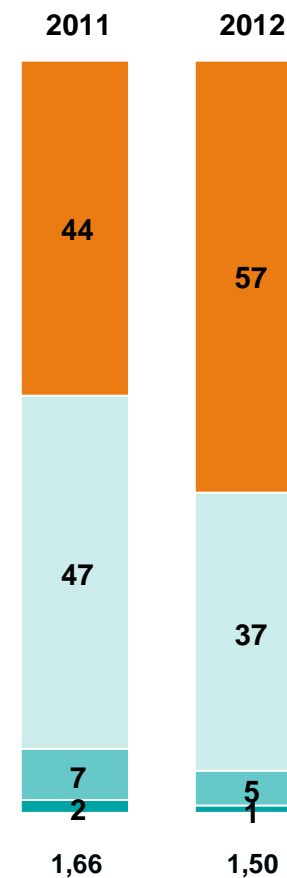
Deutsche Produktionen



US-Produktionen



Sonstige



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

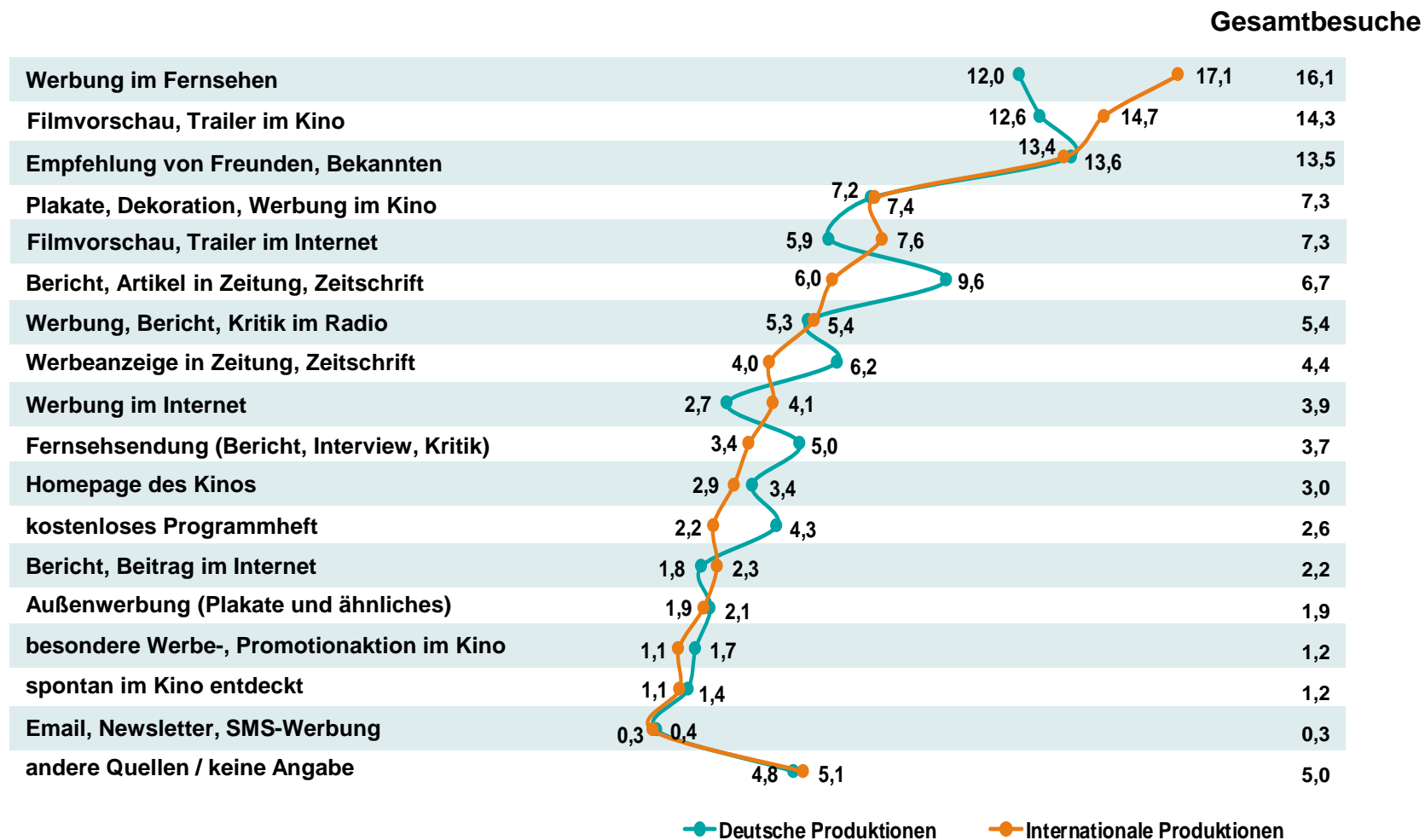
Ø Bewertung
(Gesamt 1,69)

Der Erfolgskinofilm *Ziemlich beste Freunde* bescherte den Produktionen sonstiger Herkunft einen hohen Anteil der Bewertung „sehr gut“.

Kinobesucher III

Besuche deutscher Filme – Sources of Awareness

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)



Kinobesucher III

Sources of Awareness – TOP 4 deutsche Filme

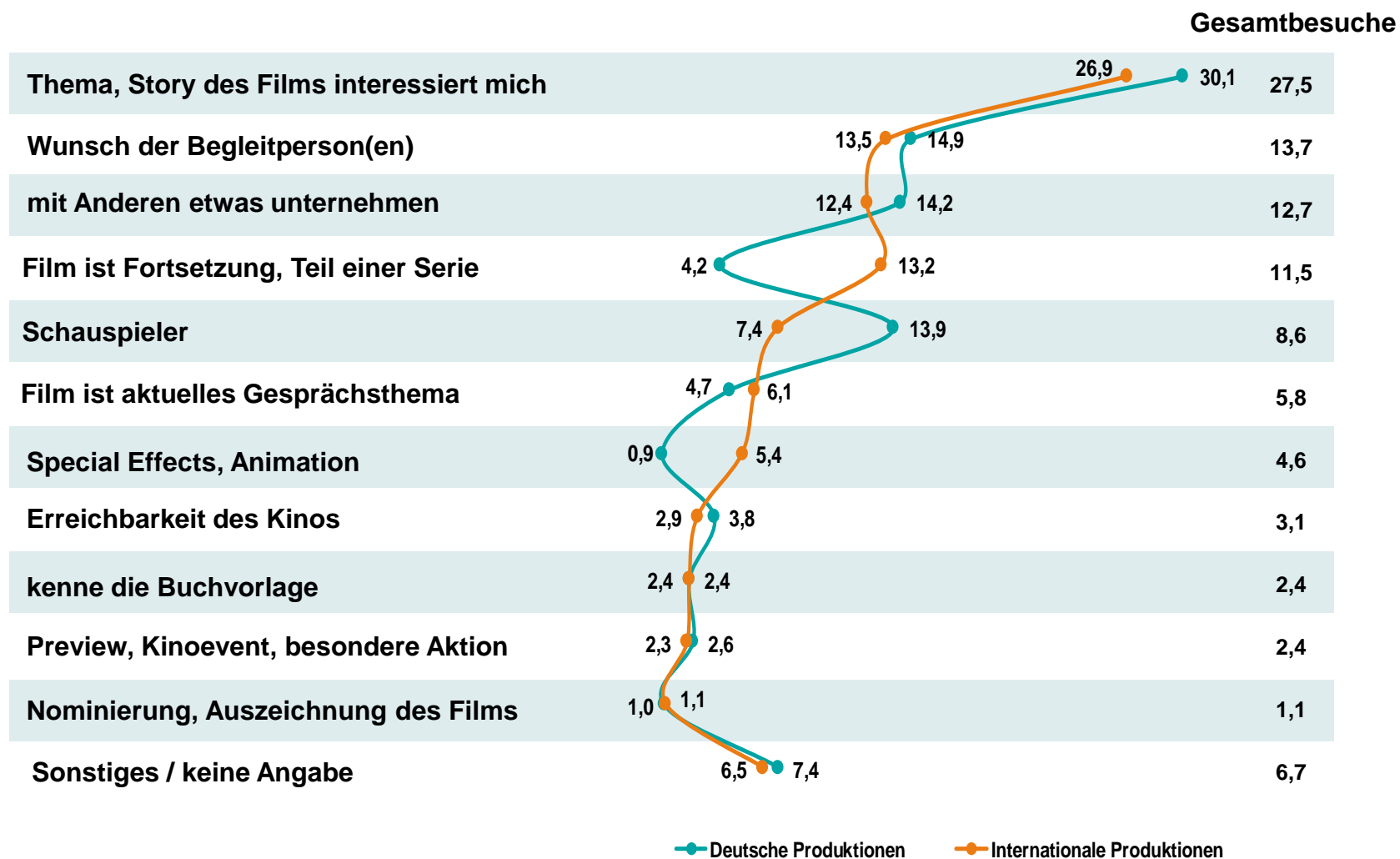
Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)

Gesamt Deutsche Filme		Türkisch für Anfänger	Cloud Atlas	Rubbeldiekatz	Fünf Freunde
14	Empfehlung von Freunden, Bekannten	17,1	10,9	14,5	13,9
13	Filmvorschau, Trailer im Kino	13,3	17,0	13,6	8,9
12	Werbung im Fernsehen	22,7	13,5	15,5	25,6
10	Bericht, Artikel in Zeitung, Zeitschrift	3,5	4,7	5,4	7,3
7	Plakate, Dekoration, Werbung im Kino	9,5	4,9	8,4	8,1
6	Werbeanzeige in Zeitung, Zeitschrift	3,7	4,4	5,4	7,9
6	Filmvorschau, Trailer im Internet	4,3	9,1	7,0	3,7
5	Werbung, Bericht, Kritik im Radio	4,2	4,6	5,6	3,2
5	Fernsehsendung (Bericht, Interview, Kritik)	3,2	14,4	6,1	1,1
4	kostenloses Kinoprogrammheft	2,7	1,7	2,9	2,3
3	Homepage des Kinos	2,8	2,0	4,3	4,9
3	Werbung im Internet	3,9	4,8	1,6	3,5
2	Außenwerbung (Plakate und Ähnliches)	2,3	1,2	3,6	3,1
2	Bericht, Beitrag im Internet	0,7	4,1	2,1	0,2
2	besondere Werbe-, Promotionaktion im Kino	0,9	0,0	0,6	0,6
1	spontan im Kino entdeckt	1,6	0,2	0,9	0,8
0	E-Mail, Newsletter, SMS-Werbung	0,2	0,6	0,0	1,0
5	andere Quellen / keine Angabe	3,3	1,8	2,6	4,0

Kinobesucher III

Besuche deutscher Filme – Besuchsgrund

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)



Kinobesucher III

Besuchsgrund – Top 4 deutsche Filme

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)

Gesamt Deutsche Produktionen		Türkisch für Anfänger	Cloud Atlas	Rubbeldiekatz	Fünf Freunde
30	Thema, Story des Films interessiert mich	27,9	35,5	23,1	17,8
15	Wunsch der Begleitperson(en)	15,6	11,1	14,2	37,2
14	mit Anderen etwas unternehmen	21,1	13,7	16,6	13,7
14	Schauspieler	9,0	20,2	30,0	0,3
5	Film ist aktuelles Gesprächsthema	6,3	8,4	4,5	3,6
4	Film ist Fortsetzung, Teil einer Serie	10,4	0,0	0,0	1,2
4	Erreichbarkeit des Kinos	2,2	2,0	4,1	6,8
3	Sneak Preview, Kinoevent, besondere Aktion	0,7	1,4	0,2	1,0
2	kenne die Buchvorlage	0,2	0,9	0,0	11,3
1	Preview, Kinoevent, besondere Aktion	0,4	0,1	0,4	0,0
1	Nominierung, Auszeichnung des Films	0,1	3,4	0,1	0,0
7	Sonstiges / keine Angabe	6,1	3,2	6,7	7,2

Key Facts zum Kinobesucher deutscher Filme III *filmspezifisch*

- Knapp zwei Drittel der Twens (64%) sahen sich deutsche Filme ab 20 Uhr an, 58% der über 60-Jährigen bevorzugten hingegen einen Filmbeginn vor 18 Uhr.
- Besonders beliebt war beim Kinobesucher die deutsche Komödie (46%), gefolgt vom Drama mit 18%. Aber auch der deutsche Kinderfilm wurde geschätzt: 14% der Besuche deutscher Filme wurden für einen Kinderfilm getätigt.
- 38% der deutschen Filme wurden mit „hervorragend“ bewertet, 54% der deutschen Produktionen erhielten die Note 2. Die Gesamtnote der deutschen Filme in 2012 lag damit bei 1,73.
- „Empfehlung von Freunden, Bekannten“ (14%) und „Filmvorschau, Trailer im Kino“ (13%) waren in 2012 die wichtigsten Aufmerksamkeitsquellen für den Besucher deutscher Kinofilme, gefolgt von der „Werbung im Fernsehen“ (12%) und „Berichte, Artikel in Zeitungen, Zeitschriften“ (10%).
- Der häufigste Besuchsgrund war in 2012 mit 30% „Thema, Story des Films interessiert mich“. Als zweithäufigster Grund wurde „Wunsch der Begleitperson(en)“ angegeben (15%). Aber auch „mit Anderen etwas unternehmen“ (14%) lockten mehr Besucher in einen deutschen Film als beim Kinobesucher gesamt.

Wünschen Sie weitere Details zur Demografie der Kinobesucher deutscher Filme 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, Studien und Marktdaten erhalten Sie unter

www.ffa.de