

Kinobesucher deutscher Filme 2013

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 „Kinobesucher“ veröffentlicht die FFA immer auch Daten über den Besuch deutscher Filme, seit 2005 in einem separaten Kapitel und seit 2012 in einer eigenständigen Studie.

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.

Die Wahl der männlichen Form „Kinobesucher“ bedeutet keine Wertung oder Vernachlässigung des weiblichen Pendants. Aus Platzgründen und im Rahmen der Lesefreundlichkeit wird auf die Nennung der weiblichen zugunsten der männlichen Form verzichtet.

Aus rechentechnischen Gründen können in den Grafiken Rundungsdifferenzen (€, % usw.) auftreten.

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

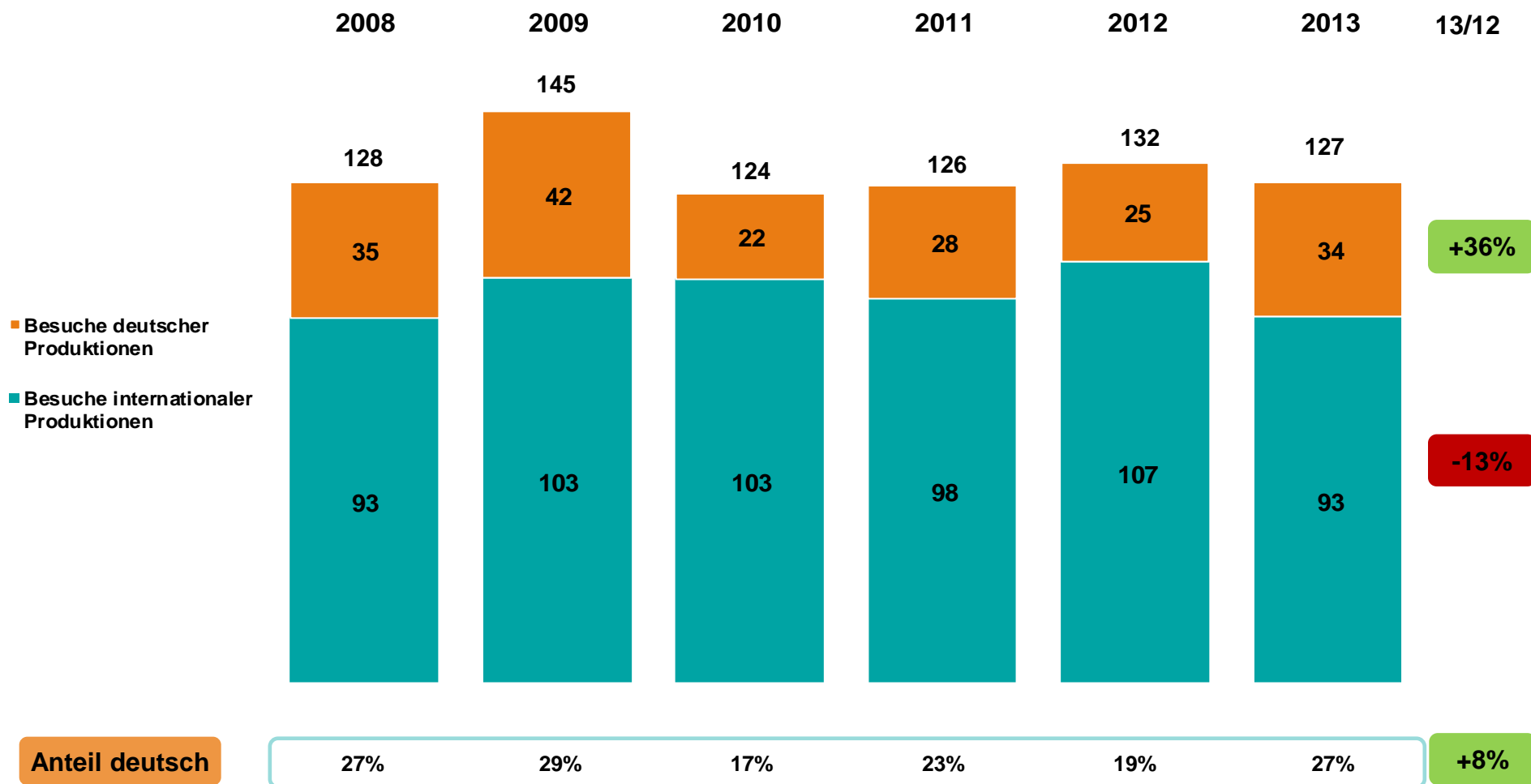
Basis: Besuche und Umsatz, GfK-Panel

		2011	2012	2013	13 vs. 12
Gesamt	Mio. Besuche	126	132	127	-4%
	Umsatz in Mio. €	948	1.027	1.016	-1%
Deutsche Produktionen	Mio. Besuche	28	25	34	36%
	Umsatz in Mio. €	196	175	246	41%
US-Produktionen	Mio. Besuche	84	87	83	-4%
	Umsatz in Mio. €	656	708	701	-1%
Sonstige	Mio. Besuche	14	20	10	-53%
	Umsatz in Mio. €	97	144	69	-52%

Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts deutscher Filme

Besuche deutscher Filme

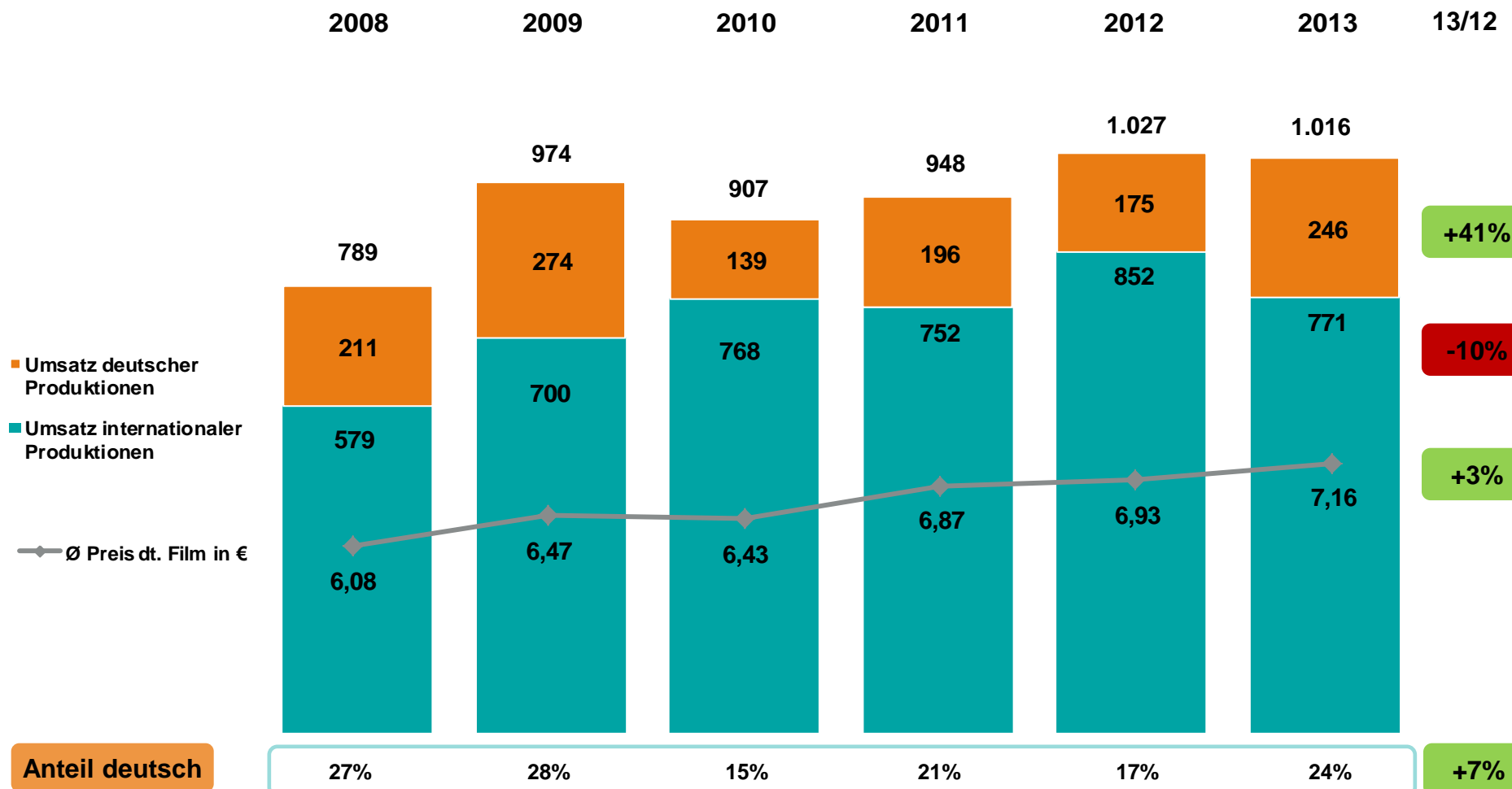
Basis: Besuche in Mio., GfK-Panel



Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts deutscher Filme

Umsatz deutscher Filme

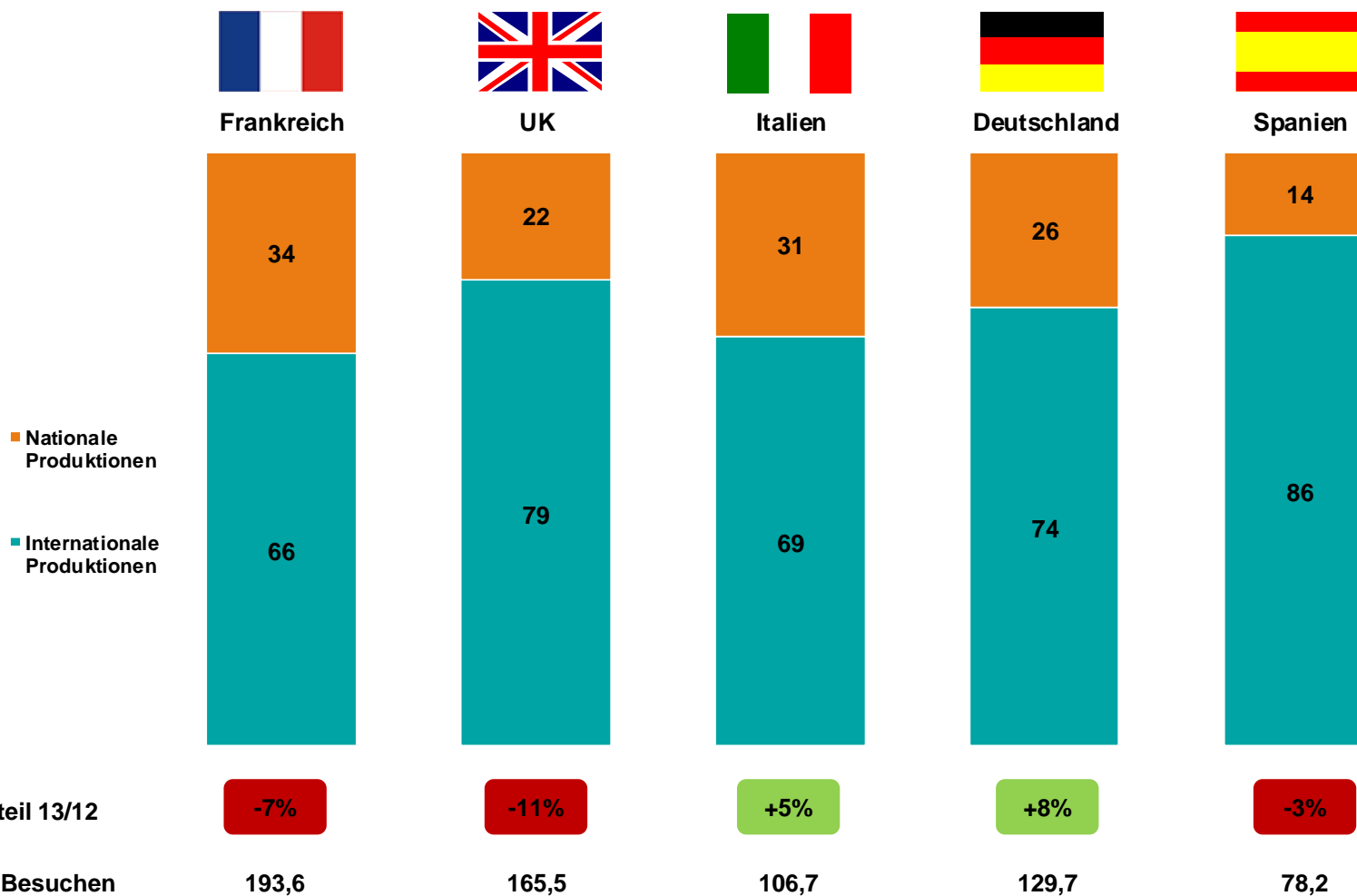
Basis: Umsatz in Mio. €, GfK-Panel



Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts deutscher Filme

Nationale Produktionen im europäischen Vergleich

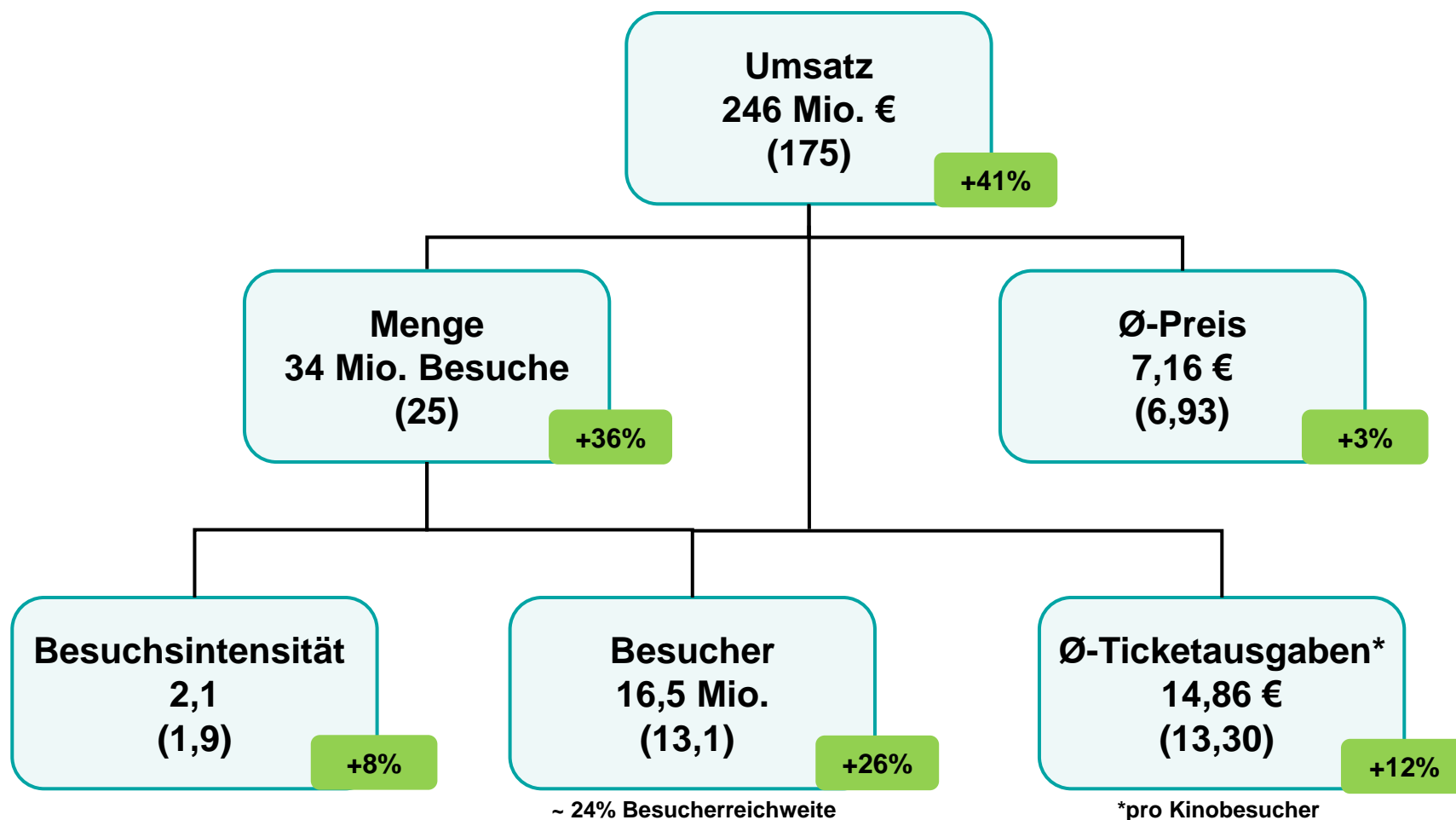
Basis: Besuche in % (außer UK), Europäische Audiovisuelle Informationsstelle



Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts deutscher Filme

Key-Facts zum deutschen Film 2013 (2012)

Basis: GfK-Panel



Key Facts zur allgemeinen Entwicklung des Kinomarkts deutscher Filme

- 2013 verzeichneten die deutschen Filme ein Besuchplus von 36% im Vergleich zu 2012. Bei den Kinotickete Erlösen erzielten die Kinos 41% mehr Umsatz mit deutschen Filmen.
- Der durchschnittliche Eintrittspreis für den Kinobesuch eines deutschen Filmes 2013 lag bei 7,16 €.
- Deutsche Produktionen erreichten im GfK-Panel 2013 einen Marktanteil von 27%, 8 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr.
- Mit 5,6 Mio. Besuchen war *Fack Ju Göhte* der erfolgreichste deutsche Kinofilm im Jahr 2013.
- Insgesamt sieben deutsche Produktionen waren 2013 Besuchermillionäre. Neben *Fack Ju Göhte* generierten auch *Kokowääh 2*, *Schlussmacher*, *Hänsel und Gretel: Hexenjäger*, *Frau Ella*, *Fünf Freunde 2* und *Der Medicus* mindestens 1 Million Besucher.

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 %

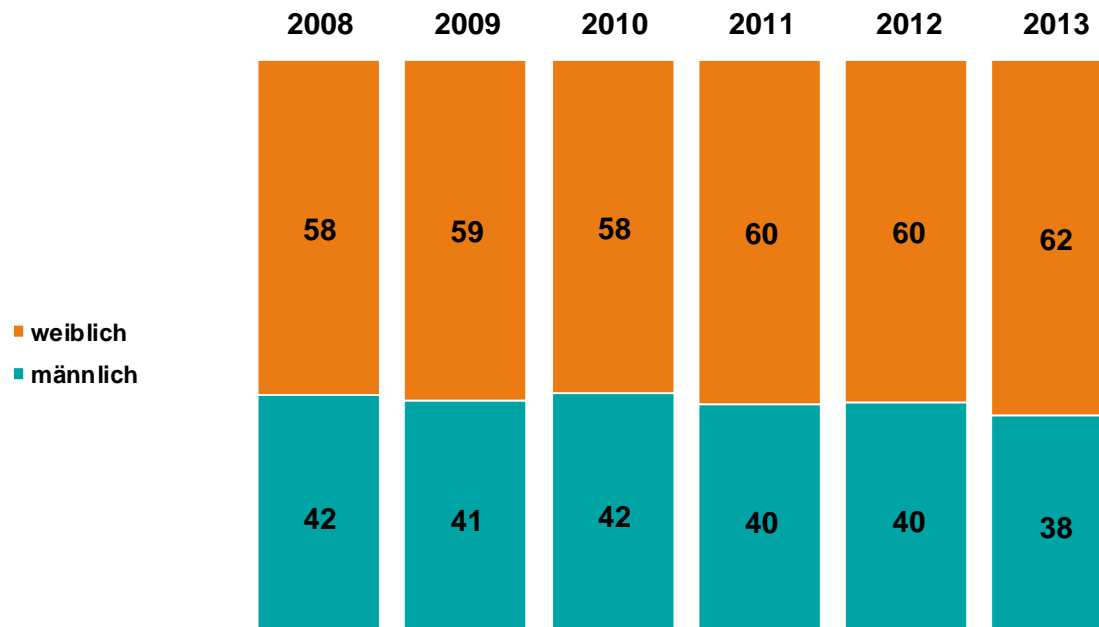
Gesamtbesuche



127,4

Basis in Mio. Besuchen

Deutsche Produktionen



34,7

42,4

21,6

28,5

25,2

34,3

Der Anteil weiblicher Besucher deutscher Filme erreichte 2013 mit 62 Prozent den höchsten Stand der letzten sechs Jahre.

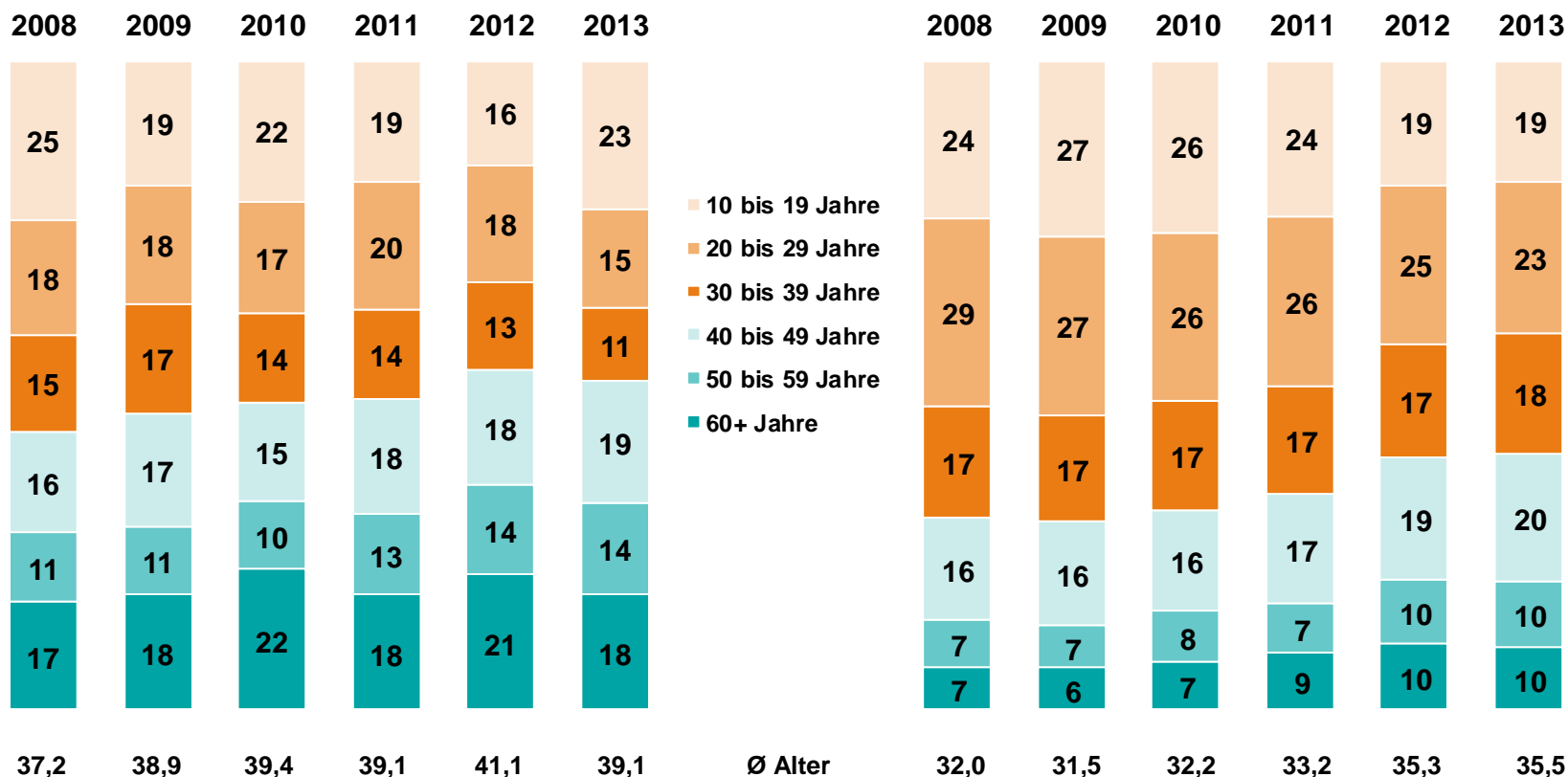
Kinobesucher I

Besuche nach Herkunftsland – Alter im Zeitverlauf

Basis: Besuche in %

Deutsche Produktionen

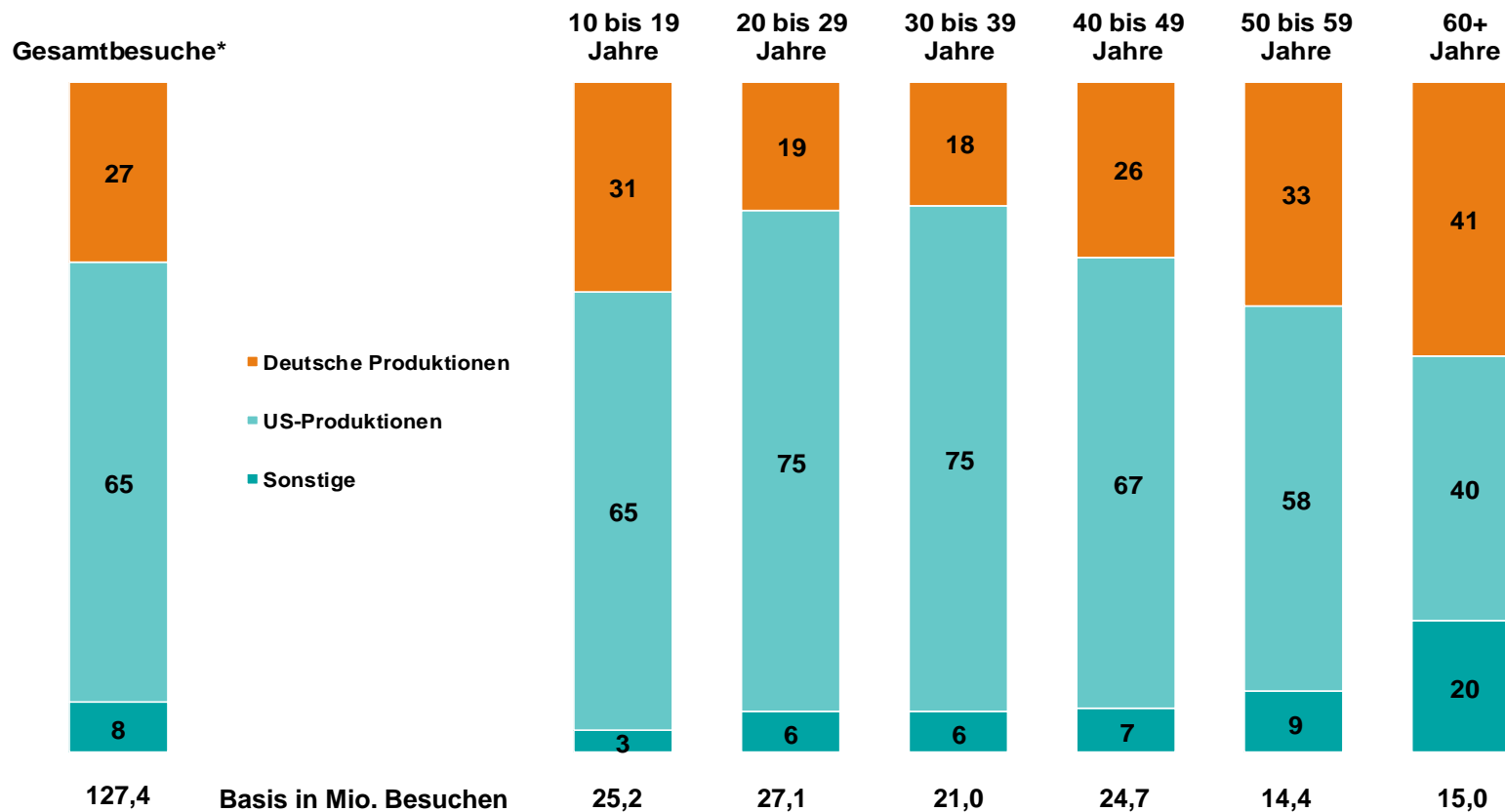
Internationale Produktionen



Kinobesucher I

Besuche nach Herkunftsland– Altersgruppen

Basis: Besuche in %

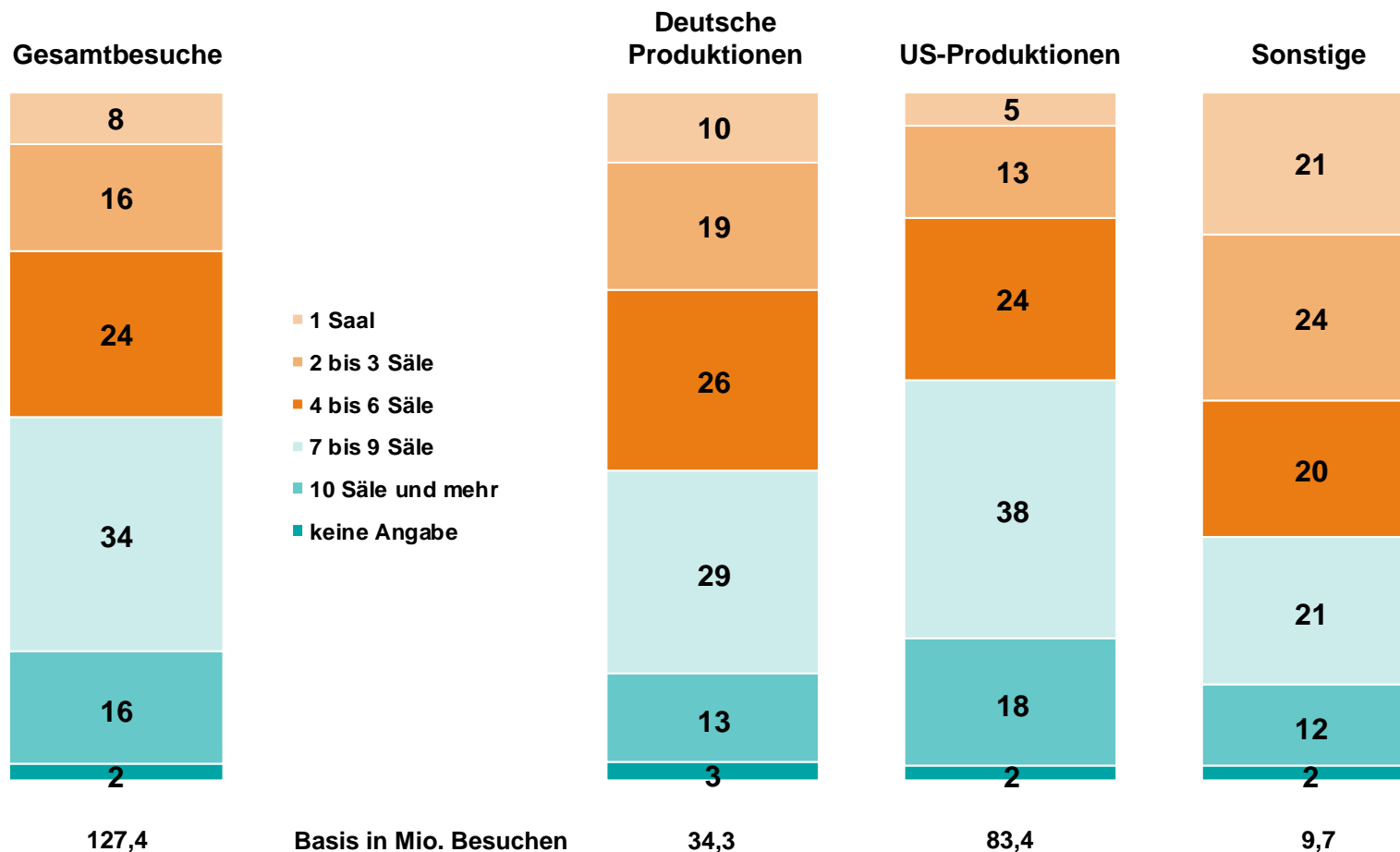


* Marktanteile laut GfK-Panel

Kinobesucher I

Besuche nach Herkunftsland – Anzahl der Säle

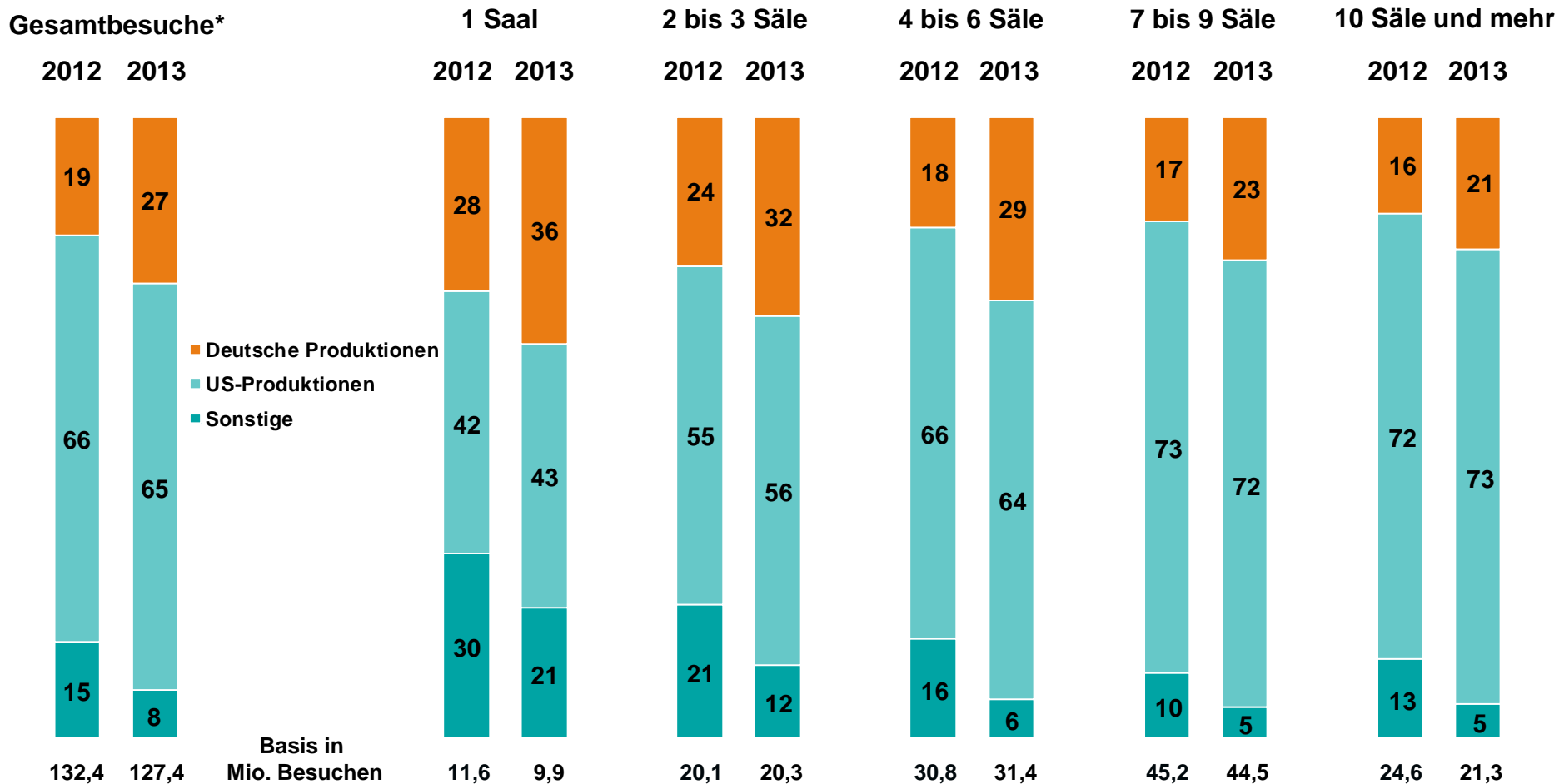
Basis: Besuche in %



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 62% weiterhin „weiblicher“ und älter (39,1 Jahre) als der Gesamtkinobesucher (36,5 Jahre).
- Deutsche Produktionen wurden auch 2013 gerne von den 50+ Jährigen besucht. Sie stellten 32% der Besucher deutscher Filme. Über die letzten vier Jahre zeigt sich der Anteil dieser Altersgruppe stabil.
- Gleichzeitig war knapp ein Viertel (23%) der Besucher deutscher Filme jünger als 20 Jahre. Damit stieg der Anteil der 10-19 Jährigen auf den zweithöchsten Wert seit 2008.
- 42% der Kinotickets für einen deutschen Film wurden in Kinos mit 7+ Sälen gelöst. Jeder 10. Kinobesuch eines deutschen Films fand in einem Einzelkino statt.
- Im Vergleich zu 2012 stieg der Anteil deutscher Filme in 2013 in allen Saalgrößen an.

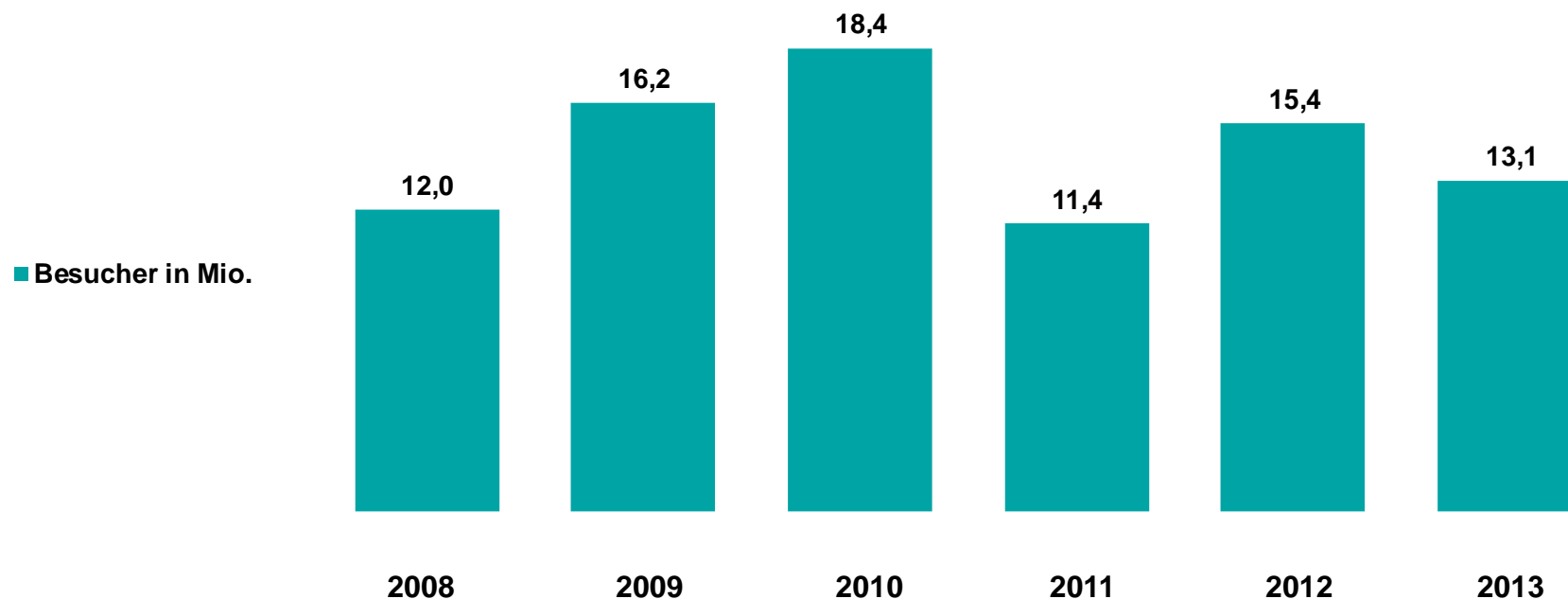
Inhalt

- 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

24%

27%

17%

23%

19%

24%

Besuche pro Kopf

2,1

2,3

1,9

1,9

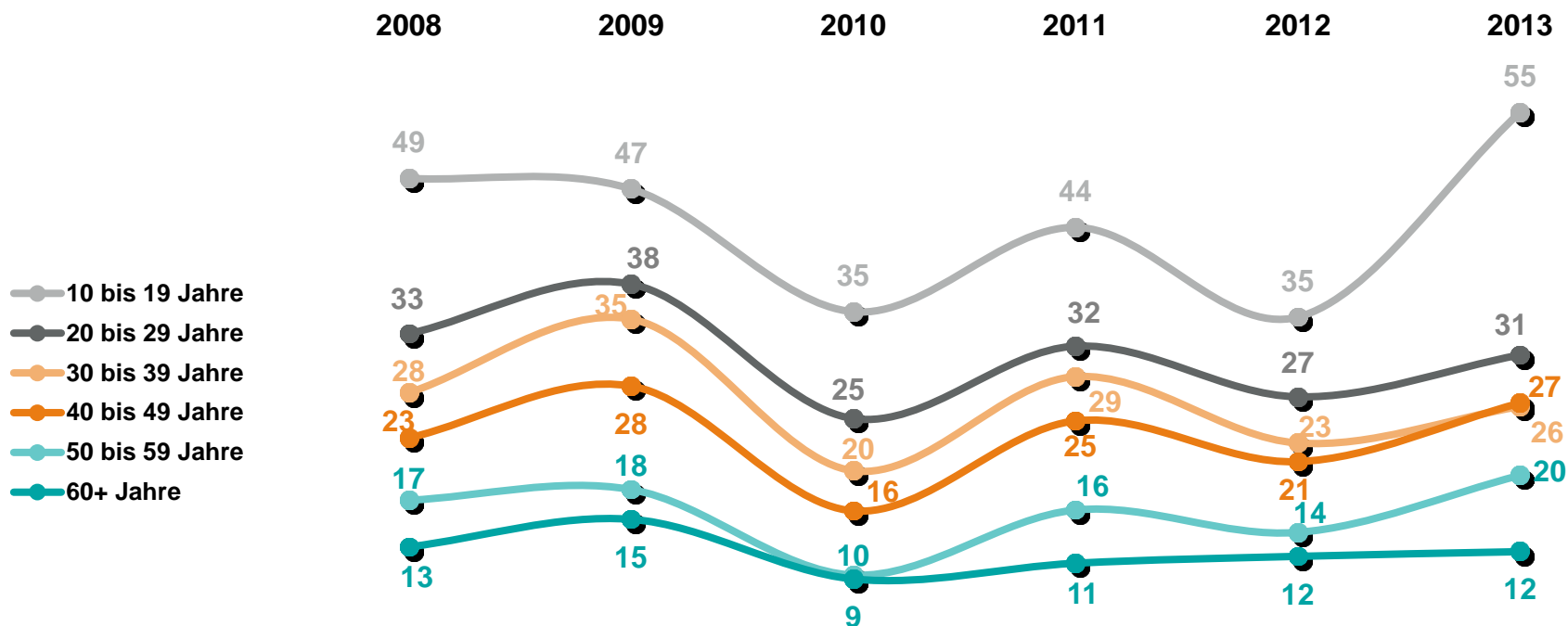
1,9

2,1

Kinobesucher II

Reichweitenentwicklung deutscher Filme – Altersgruppen

Basis: Besucher in %

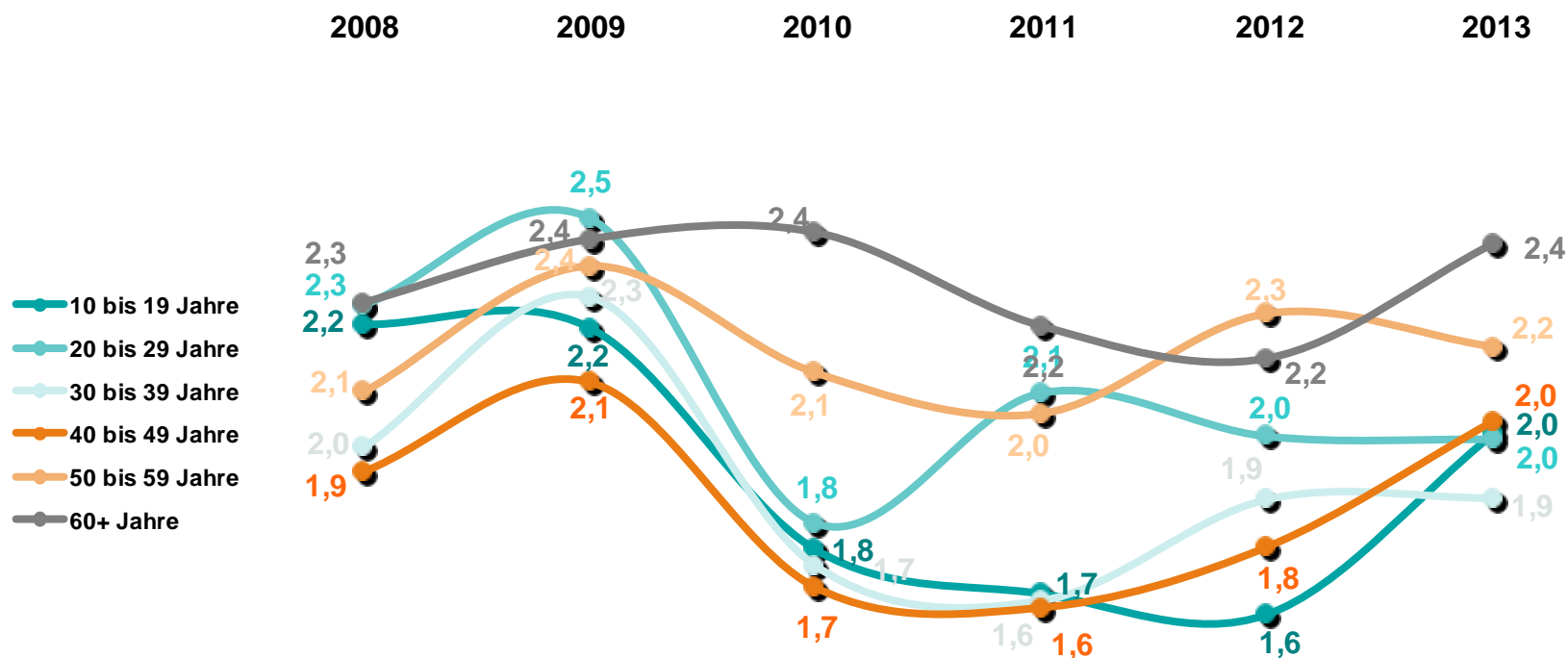


Die Reichweite deutscher Filme stieg in allen Altersgruppen an, besonders jedoch bei den Teenies auf den höchsten Wert der letzten 6 Jahre.

Kinobesucher II

Entwicklung der Besuchsintensität deutscher Filme – Altersgruppen

Basis: Besuche



Die Besuchsintensität bei deutschen Filmen stieg 2013 mit zunehmenden Alter an. Die sogenannten Best Ager (50+ Jahre) entschieden sich überdurchschnittlich oft für deutsche Produktionen.

Kinobesucher II

Reichweiten 2013 – Alter und Geschlecht

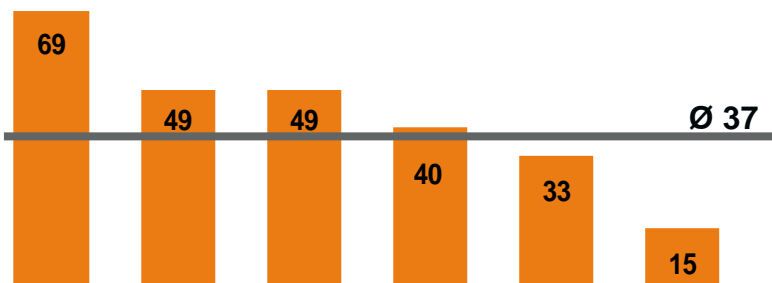
Basis: Besucher in %

Männer

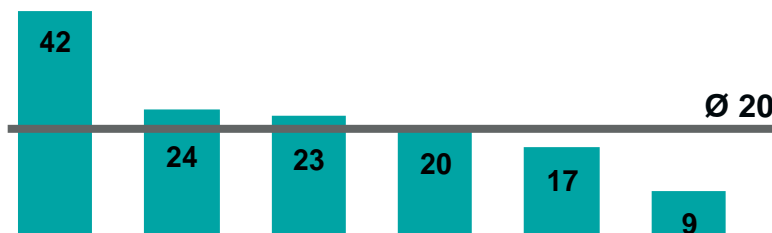
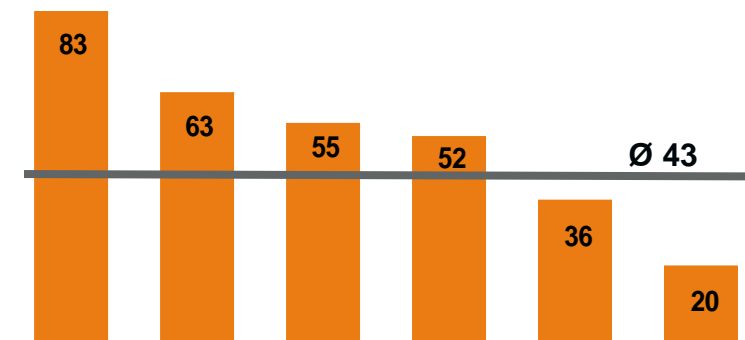
Frauen

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

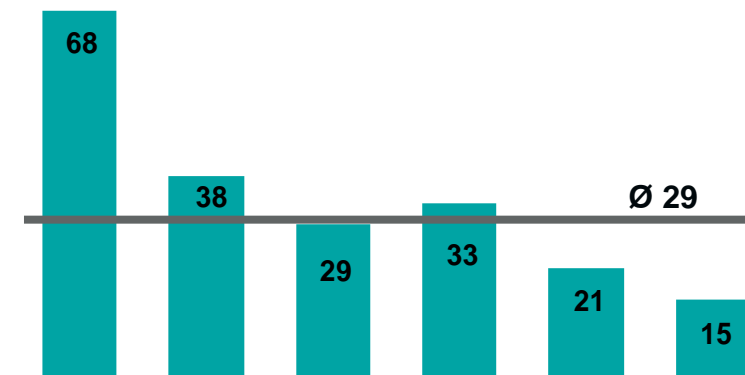
10 bis 19 Jahre 20 bis 29 Jahre 30 bis 39 Jahre 40 bis 49 Jahre 50 bis 59 Jahre 60+ Jahre



■ Besucherreichweite



■ Besucherreichweite Deutsche Produktionen



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 2013

7,2 Mio.

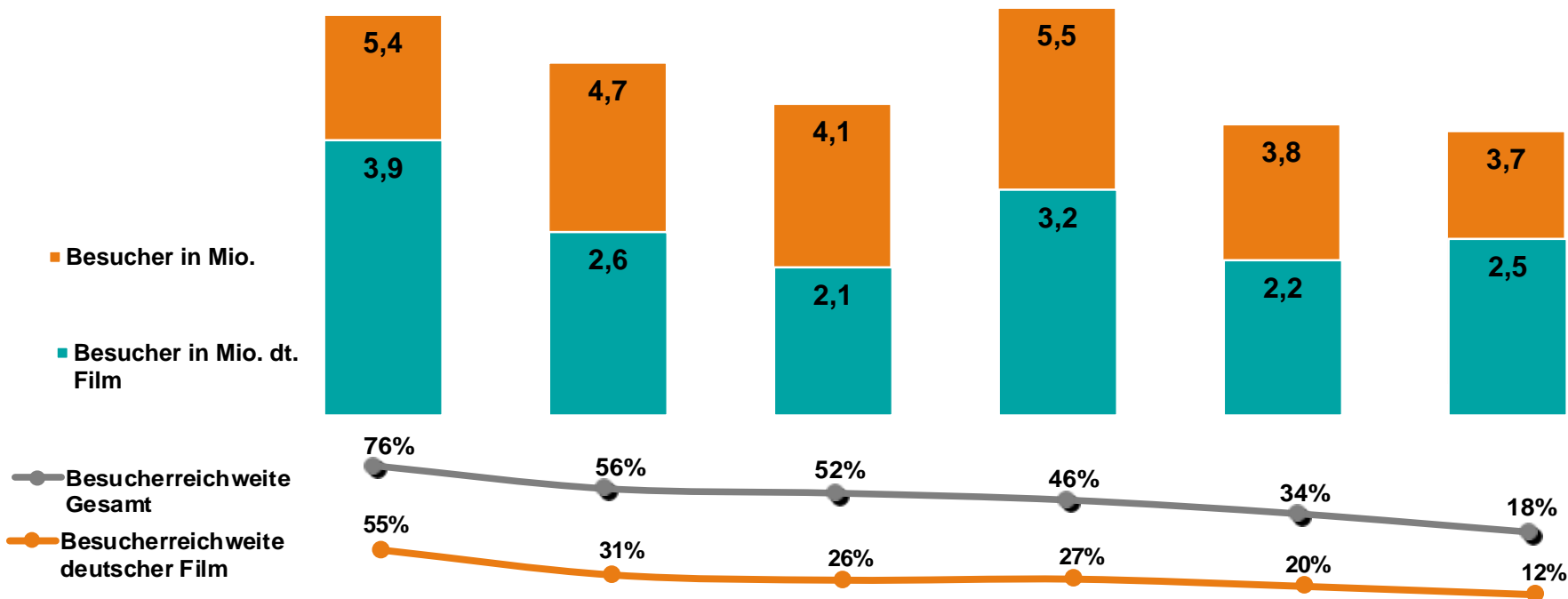
8,4 Mio.

7,9 Mio.

12,0 Mio.

11,2 Mio.

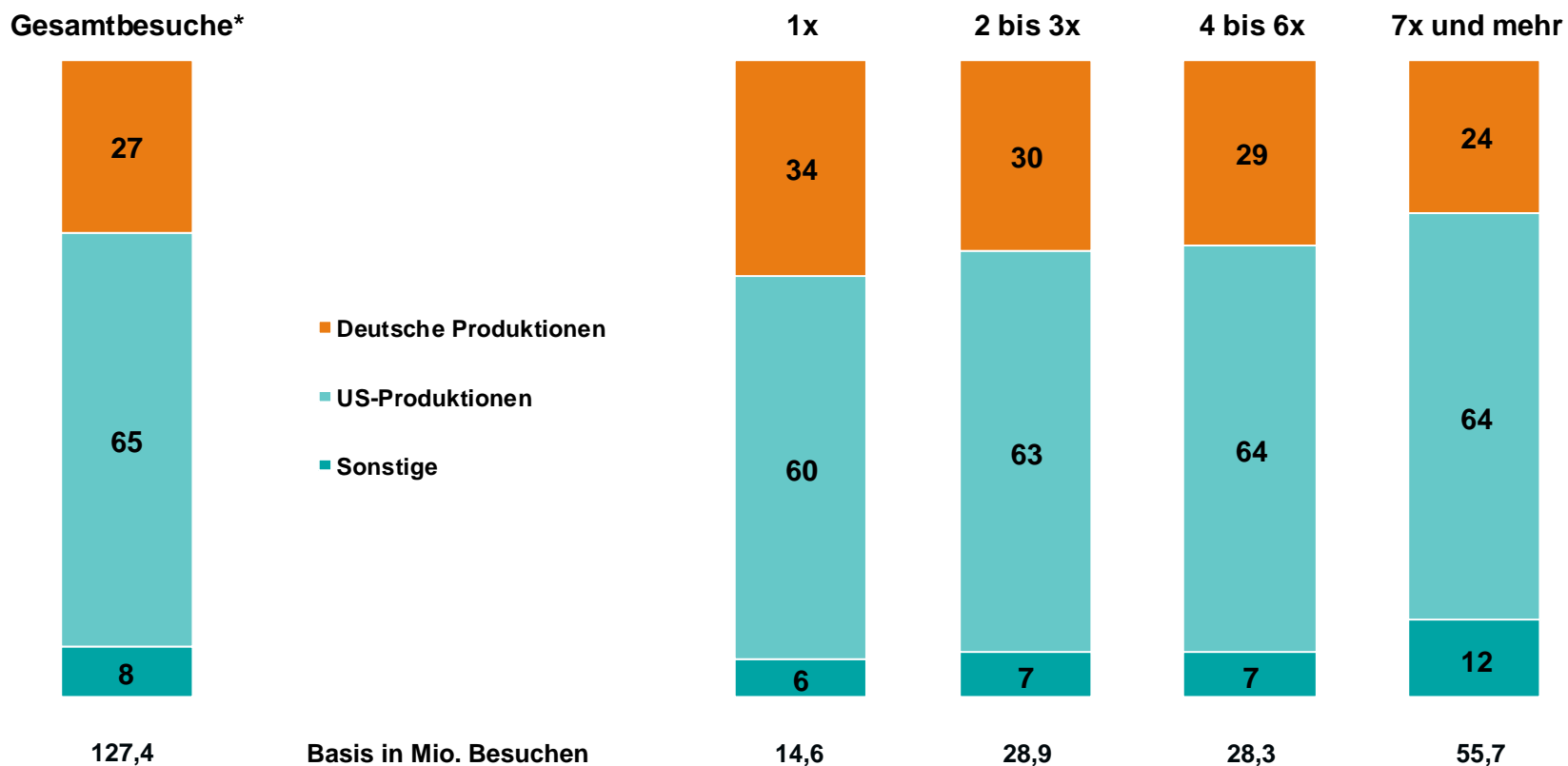
21,1 Mio.



Kinobesucher II

Besuche deutscher Filme – Besuchsintensität

Basis: Besuche in %



* Marktanteile laut GfK-Panel

Key Facts zum Kinobesucher deutscher Filme II

Reichweiten und Intensitäten

- **16,5 Mio. Kinobesucher bildeten 2013 die Gruppe der Kinoaffinen deutscher Filme; das sind 3,4 Mio. mehr als in 2012 (+26%).**
- **Die Besuchsintensität deutscher Filmelag bei 2,1 Besuchen pro Kopf. Im Vorjahr waren es 1,9 Besuche.**
- **Eine Intensivierung des Kinobesuchs in den Altersgruppen 10 bis 19 Jahre, 40 bis 49 Jahre sowie 60+ Jahre übertraf die leichte Extensivierung bei den 50 bis 59 Jährigen.**
- **Die Reichweite ist im Vergleich zu 2012 in allen Altersgruppen auf insgesamt 24% gestiegen und nimmt wie in den Vorjahren mit steigendem Alter ab. Die höchste Reichweite erreichten die 10 bis 19 Jährigen mit 55%. In dieser Gruppe sind die Frauen überrepräsentiert (68%).**
- **Deutsche Filme lockten in 2013 trotz der Intensivierung vor allem sporadische Kinogänger mit 1 bis 3 Besuchen pro Jahr vor die Leinwand.**

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 2013 – Altersgruppen

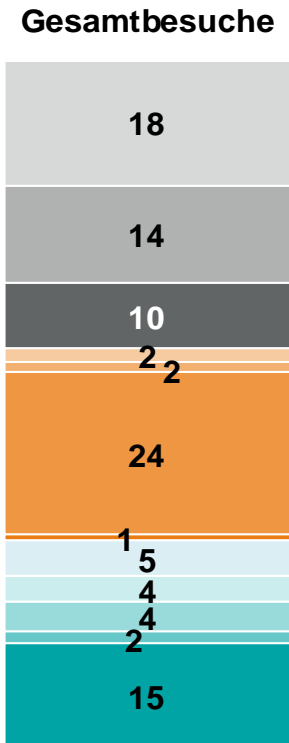
Basis: Besuche in Mio.

10 bis 19 Jahre	20 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50+ Jahre
Fack Ju Göhte	Fack Ju Göhte	Fack Ju Göhte	Fack Ju Göhte	Nachtzug nach Lissabon
Kokowääh 2	Kokowääh 2	Schlussmacher	Kokowääh 2	Fack Ju Göhte
Schlussmacher	Schlussmacher	Kokowääh 2	Schlussmacher	Kokowääh 2
Hanni & Nanni 3	Hänsel und Gretel: Hexenjäger	Hänsel und Gretel: Hexenjäger	Der Medicus	Der Medicus
Rubinrot	Frau Ella	Ritter Rost - Eisenhart und voll verbeut	Fünf Freunde 2	Schlussmacher

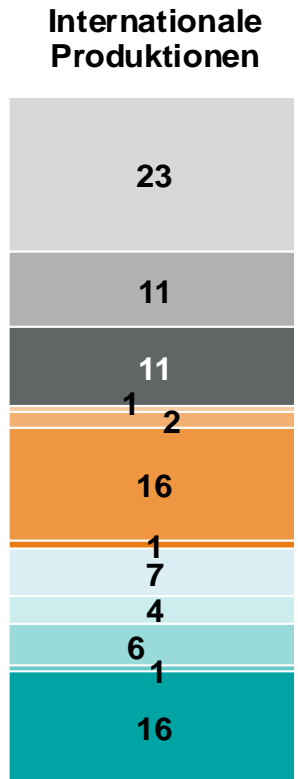
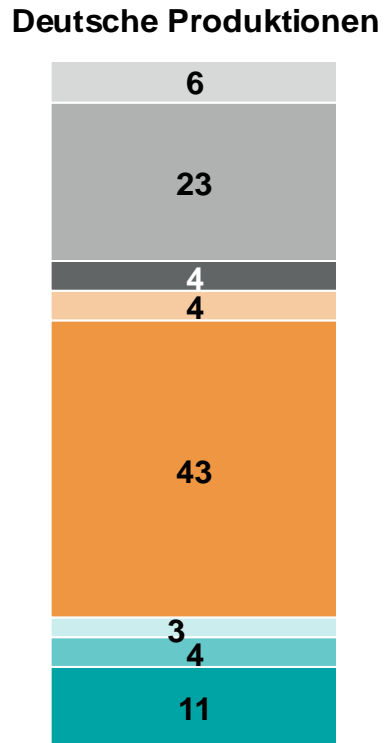
Kinobesucher III

Besuche deutscher Filme – Genre

Basis: Besuche in %



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



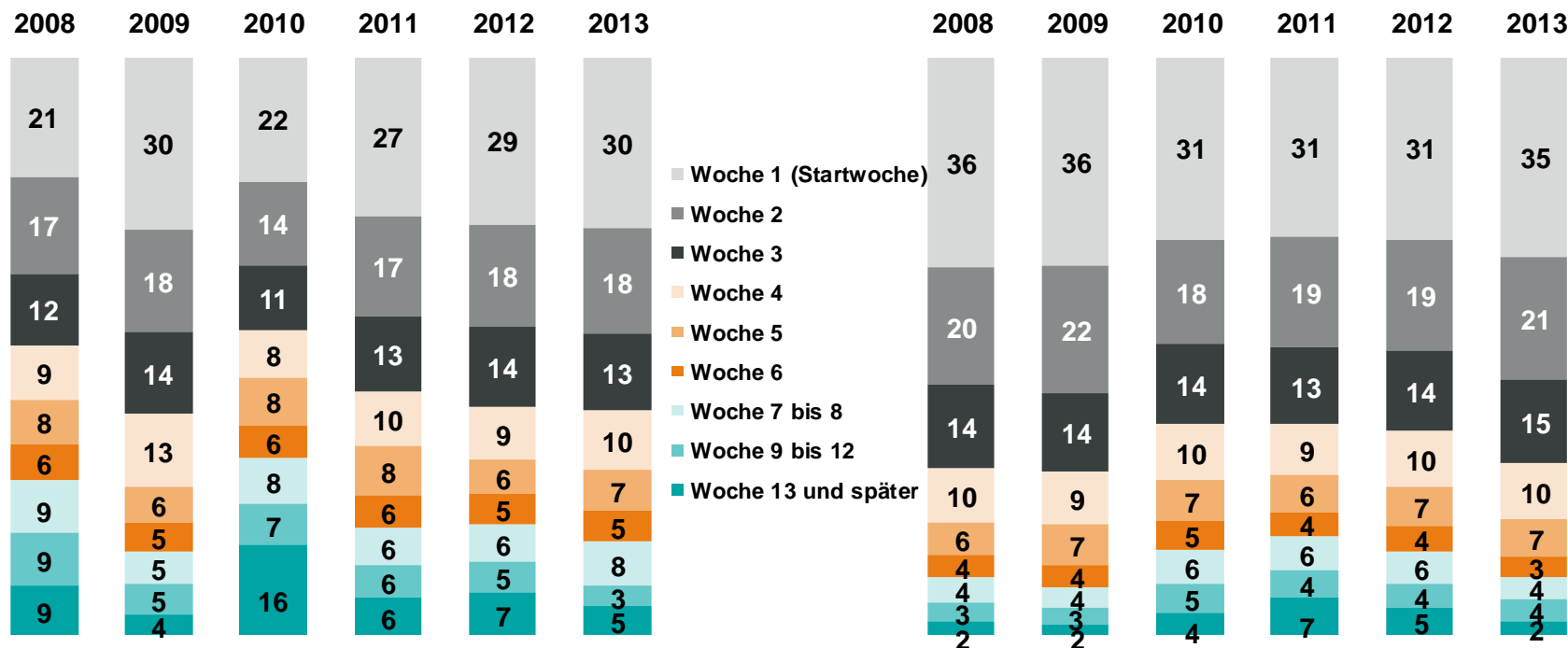
Kinobesucher III

Besuche deutscher Filme – Zeitpunkt des Besuchs (Top 75-Titel)

Basis: Besuche in %

Deutsche Produktionen

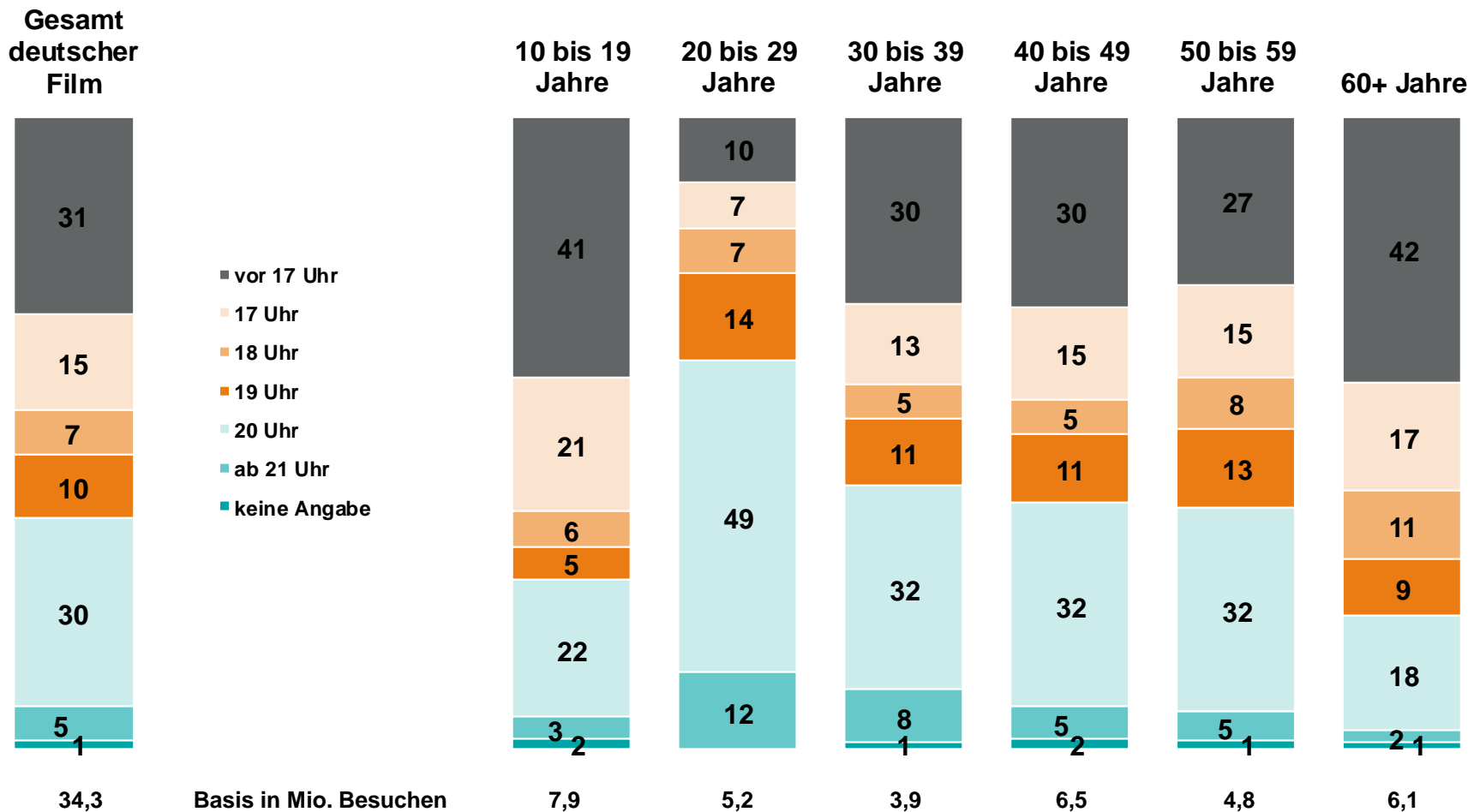
Internationale Produktionen



Kinobesucher III

Besuche deutscher Filme – Filmbeginn nach Altersgruppen

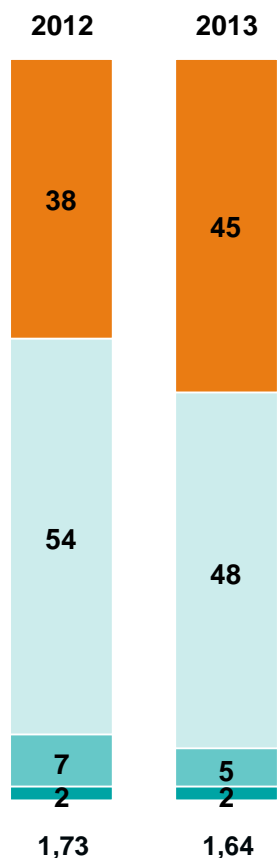
Basis: Besuche in %



Kinobesucher III Filmbewertung deutscher Filme

Basis: Besuche in %

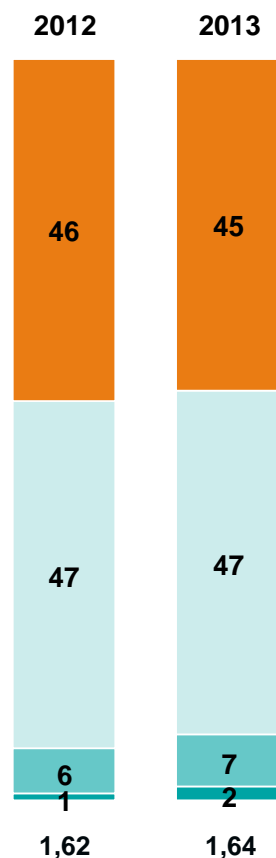
Deutsche Produktionen



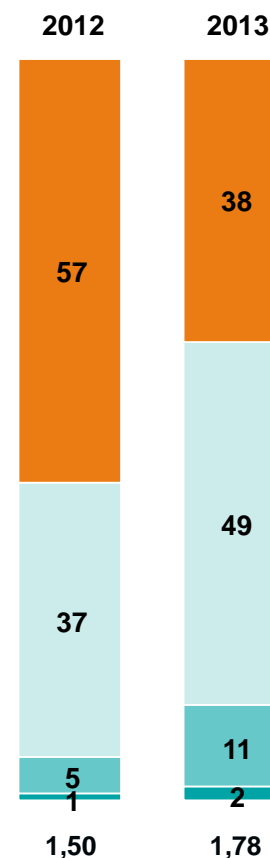
- Note 1 (hervorragend)
- Note 2 (gut)
- Note 3 (weniger gut)
- Note 4 (nicht empfehlenswert)

Ø Bewertung
(Gesamt 1,69)

US-Produktionen



Sonstige

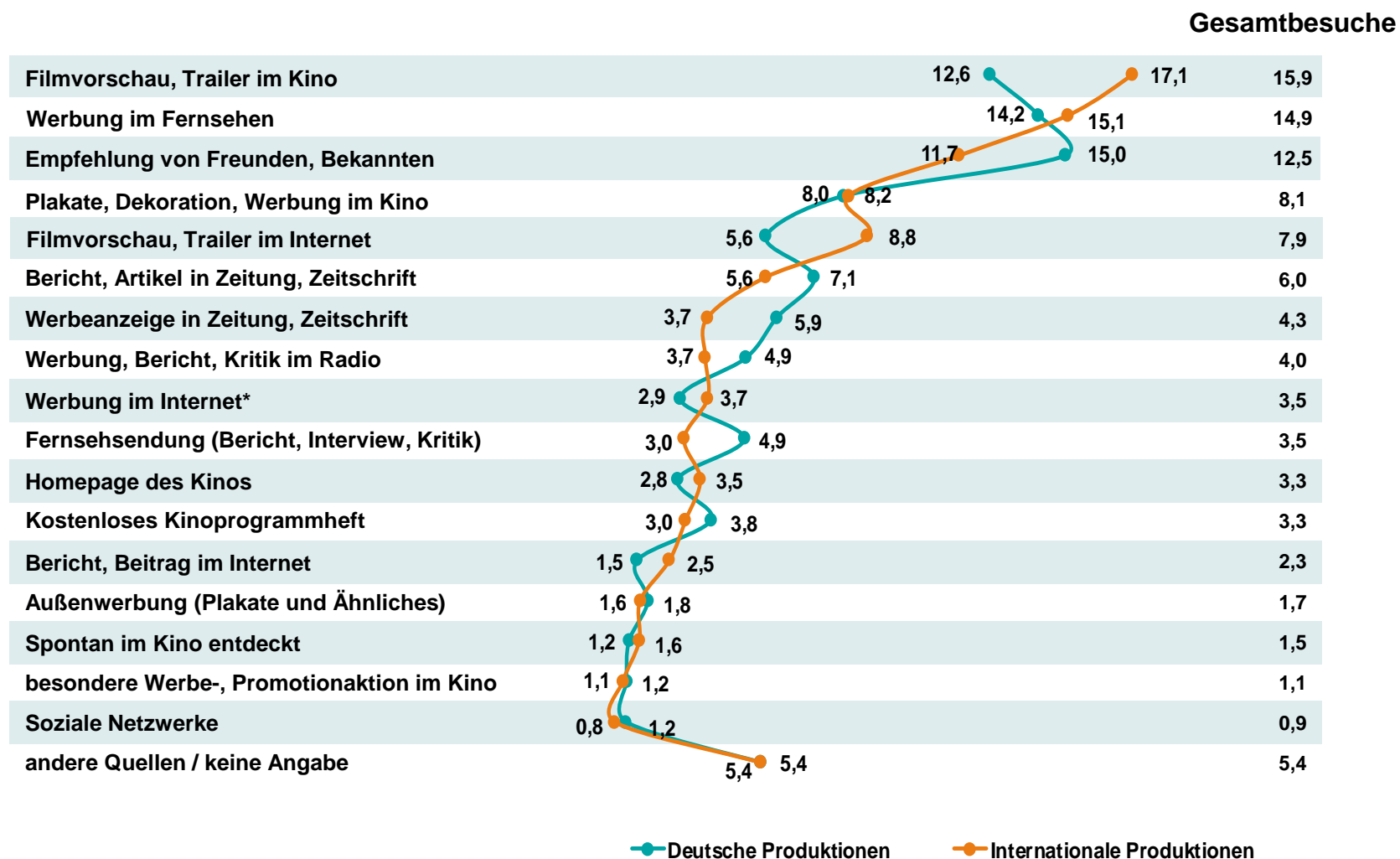


45% der Deutschen Produktionen 2013 wurden mit „sehr gut“ bewertet. Dazu zählten u.a. *Fack ju Göhte* (1,31), *Ostwind – Zusammen sind wir frei* (1,31) und *Der Medicus* (1,43).

Kinobesucher III

Besuche deutscher Filme – Sources of Awareness

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)



*inkl. E-Mail, Newsletter, SMS-Werbung

Kinobesucher III

Sources of Awareness – TOP 4 deutsche Filme

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)

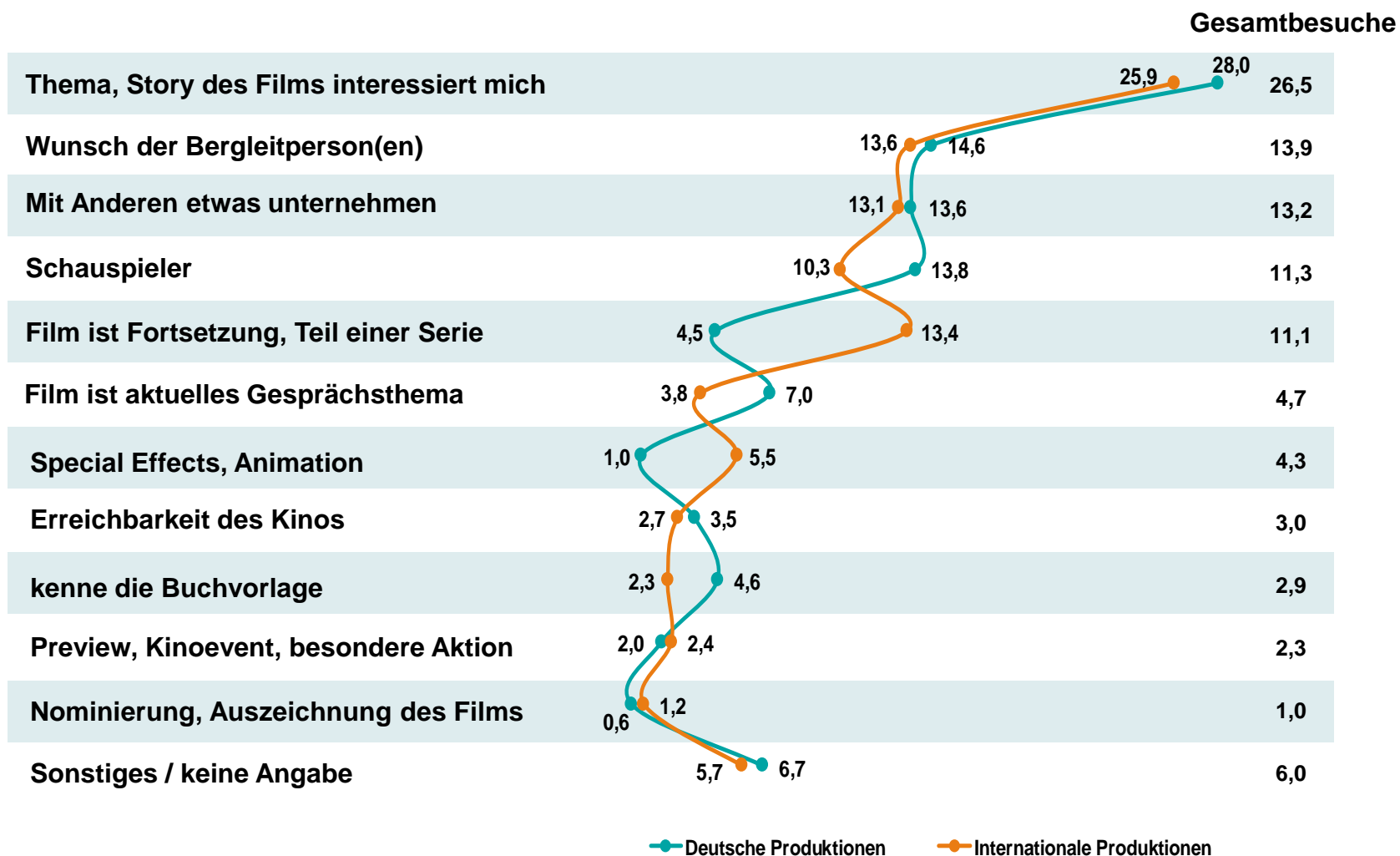
Gesamt Deutsche Filme		Fack Ju Göhte	Kokowääh 2	Schlussmacher	Hänsel und Gretel: Hexenjäger
15	Empfehlung von Freunden, Bekannten	23,4	12,0	13,3	11,1
14	Werbung im Fernsehen	17,2	21,0	25,7	17,8
13	Filmvorschau, Trailer im Kino	12,2	17,9	17,2	30,2
8	Plakate, Dekoration, Werbung im Kino	6,7	9,2	7,8	8,8
7	Bericht, Artikel in Zeitung, Zeitschrift	2,2	4,3	4,6	2,3
6	Werbeanzeige in Zeitung, Zeitschrift	3,3	4,3	3,7	2,4
6	Filmvorschau, Trailer im Internet	7,2	5,3	4,0	9,3
5	Werbung, Bericht, Kritik im Radio	6,6	5,7	5,8	0,9
5	Fernsehsendung (Bericht, Interview, Kritik)	3,7	4,3	4,2	1,7
4	kostenloses Kinoprogrammheft	1,1	2,4	1,5	1,5
3	Werbung im Internet*	3,2	3,1	3,0	3,7
3	Homepage des Kinos	2,8	1,9	1,8	2,9
2	Außenwerbung (Plakate und Ähnliches)	1,4	1,9	0,3	0,8
2	Bericht, Beitrag im Internet	1,3	0,9	1,1	1,7
1	spontan im Kino entdeckt	0,7	0,8	1,3	0,3
1	besondere Werbe-, Promotionaktion im Kino	0,4	0,3	1,0	1,0
1	Soziale Netzwerke	2,9	0,4	0,8	0,7
5	andere Quellen / keine Angabe	3,7	4,3	2,7	2,9

*inkl. E-Mail, Newsletter, SMS-Werbung

Kinobesucher III

Besuchsgrund – Top 4 deutsche Filme

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)



Kinobesucher III

Besuchsgrund – Top 4 deutsche Filme

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)

Gesamt Deutsche Produktionen		Fack Ju Göhte	Kokowääh 2	Schlussmacher	Hänsel und Gretel: Hexenjäger
28	Thema, Story des Films interessiert mich	27,7	16,6	21,5	29,6
15	Wunsch der Begleitperson(en)	11,7	12,7	12,6	11,8
14	Schauspieler	13,3	18,7	32,1	5,6
14	mit Anderen etwas unternehmen	17,3	10,6	16,3	16,5
7	Film ist aktuelles Gesprächsthema	18,2	3,6	7,7	2,8
5	kenne die Buchvorlage	0,0	0,0	0,0	0,8
5	Film ist Fortsetzung, Teil einer Serie	0,1	32,2	0,1	0,1
4	Erreichbarkeit des Kinos	3,2	1,6	3,2	5,8
2	Preview, Kinoevent, besondere Aktion	0,3	1,1	1,2	1,7
1	Special Effects, Animation	0,1	0,0	0,0	16,9
1	Nominierung, Auszeichnung des Films	0,3	0,2	0,2	0,0
7	Sonstiges / keine Angabe	7,7	2,9	5,0	8,4

Key Facts zum Kinobesucher deutscher Filme III *filmspezifisch*

- Gut drei Fünftel der Twens (61%) sahen sich deutsche Filme ab 20 Uhr an, 59% der über 60-Jährigen bevorzugten hingegen einen Filmbeginn vor 18 Uhr.
- Auch in 2013 stellte die Komödie (43%) das beliebteste Genre unter den deutschen Filmen, gefolgt vom Drama (23%). Mit 11% der Besuche war der deutsche Kinderfilm ebenfalls gefragt.
- 45% der deutschen Filme wurden mit „hervorragend“ bewertet, 48% der deutschen Produktionen erhielten die Note 2. Die Gesamtnote der deutschen Filme in 2012 lag damit bei 1,64.
- „Empfehlung von Freunden, Bekannten“ (15%) und „Werbung im Fernsehen“ (14%) waren in 2013 die wichtigsten Aufmerksamkeitsquellen für den Besucher deutscher Kinofilme, gefolgt von „Filmvorschau, Trailer im Kino“ (13%) und „Plakate, Dekoration, Werbung im Kino“ (8%).
- Der häufigste Besuchsgrund war in 2013 mit 28% „Thema, Story interessiert mich“. 15% erreichte „Wunsch der Begleitperson(en)“. Zudem lockten „Schauspieler“ (14%) 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