



Der Kinobesucher von Dokumentarfilmen 2011-2016

GfK Shopper

Im Auftrag der Filmförderungsanstalt (FFA), Juni 2017



Das zugrundeliegende Instrument – GfK Consumer Panel **Media*Scope** auf einen Blick



Befragungsinhalt



Erfassung aller Kinobesuche von deutschen Privatpersonen ab 10 Jahren.

Befragungsmethode



Schriftlich (ca. 80% Online - Anteil steigend + 20% Paper & Pencil) in Form eines Tagebuchs, das von den Panelteilnehmern selbst kontinuierlich geführt wird.

Hochrechnung



Die Ergebnisse werden auf die Grundgesamtheit der deutschen Bevölkerung ab 10 Jahre hochgerechnet.

Stichprobe



Feststehendes Panel von n = 25.000 (brutto) deutschen Einzelpersonen ab 10 Jahren. (Stand 2016)

Teilstichprobe Kinobesuche 2011-2016: n=135.346

Teilstichprobe Kinobesuche exkl. Dokumentarfilm 2011-2016: n=133.116

Teilstichprobe Dokumentarfilm-Besuche 2011-2016: n=2.230

Anzahl der besuchten Dokumentarfilme: 411 Titel

Agenda

1

Der Kinomarkt für Dokumentarfilme im Zeitverlauf

2

Besucher von Dokumentarfilmen: Demographie

3

Besucher von Dokumentarfilmen: Besuchsspezifika

4

Dokumentarfilme: Untergenres im Vergleich

5

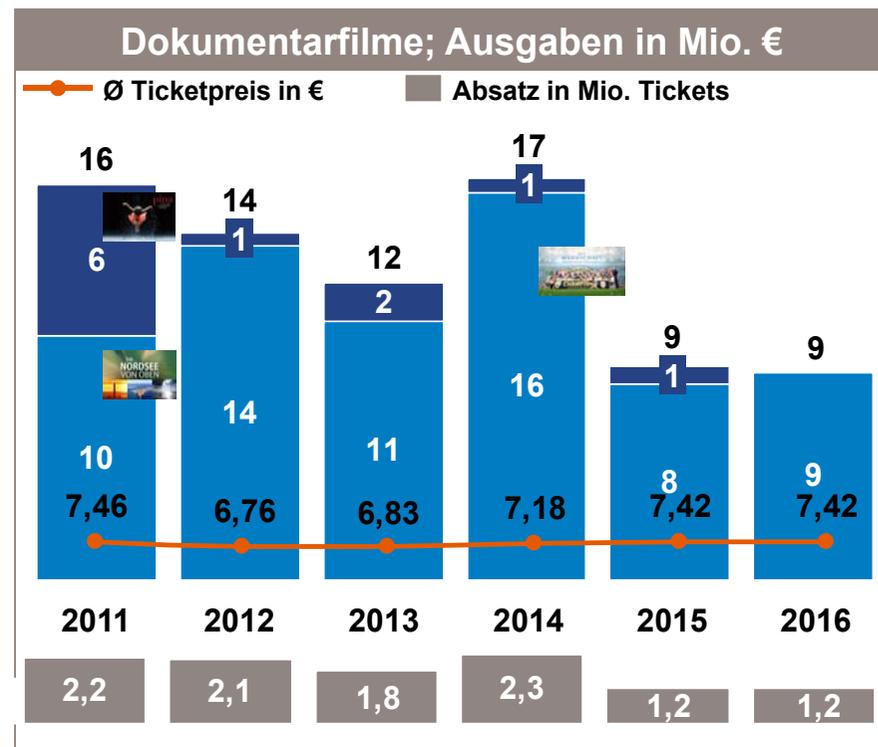
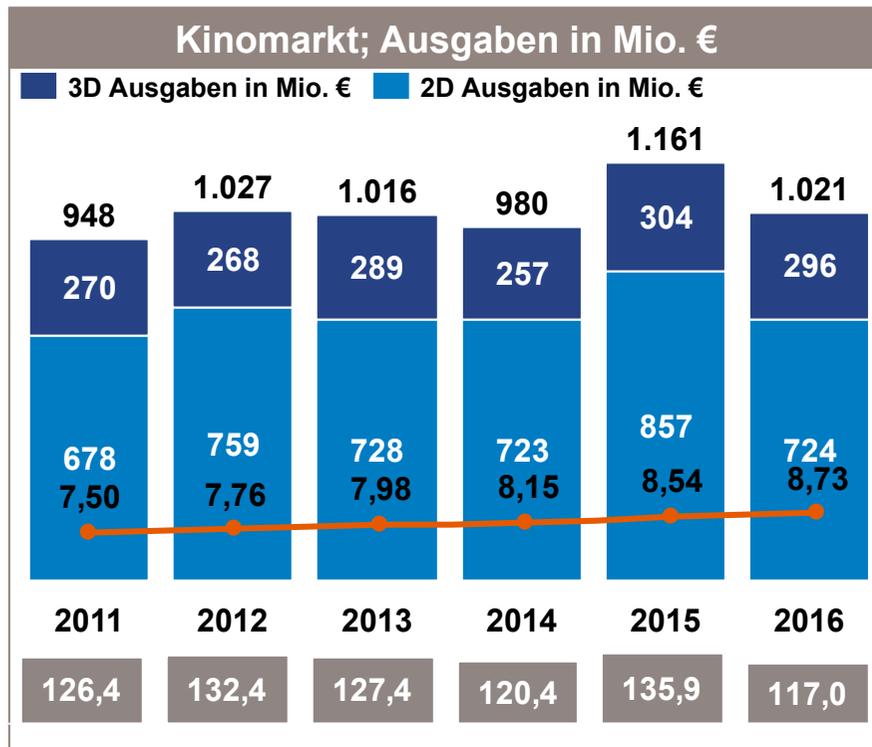
Besucher von Dokumentarfilmen: Besuchsverhalten im Kinomarkt 2016

6

Zusammenfassung

Der Kinomarkt für Dokumentarfilme im Zeitverlauf

Dokumentarfilme entwickeln sich unterschiedlich im Vergleich zum Kinomarkt und sind stark von „Top-Titeln“ geprägt.



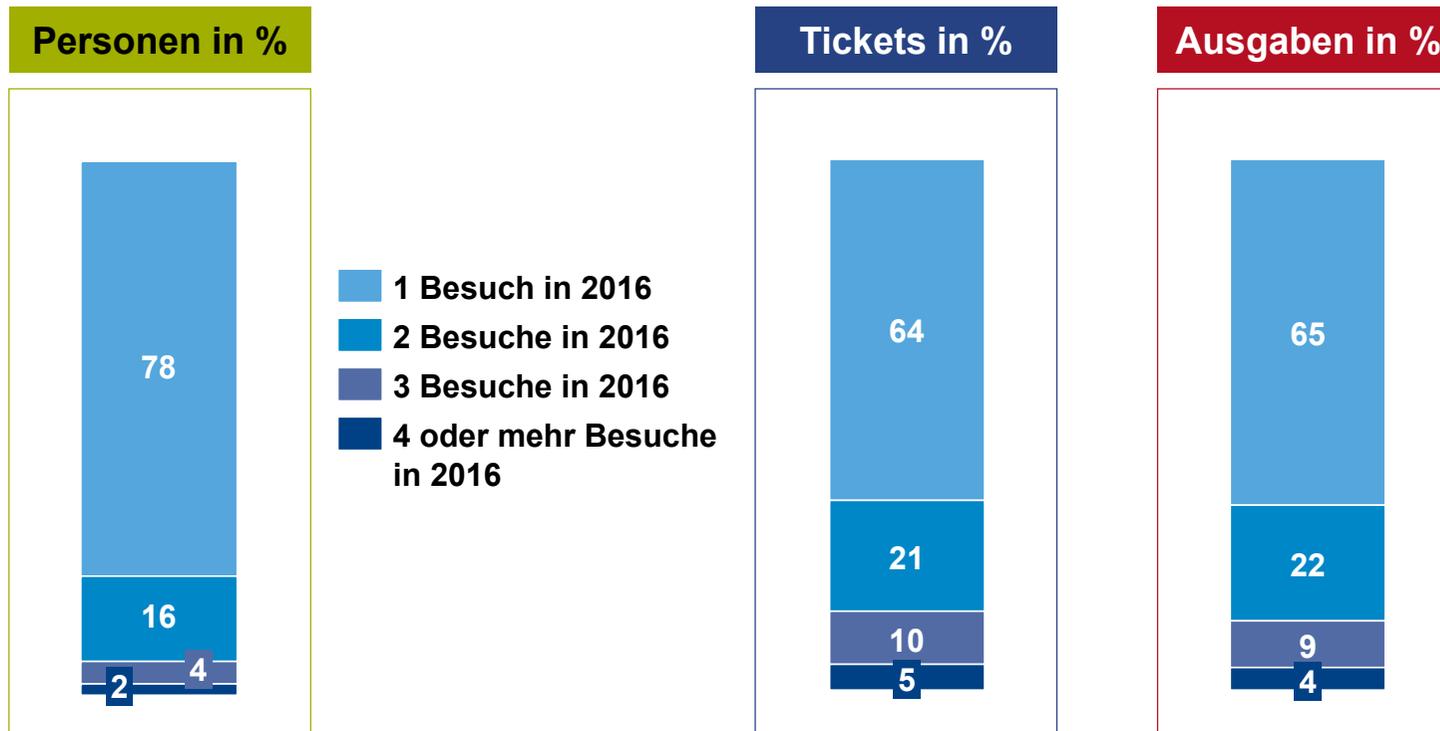
Kino; Alle Zeiträume: Januar-Dezember

n 2011-2016 Kinomarkt = 135346; Dokumentarfilme = 2230

© GfK 2017 | Der Kinobesucher von Dokumentarfilmen 2011-2016 | Im Auftrag der Filmförderungsanstalt (FFA)

Besuchsintensitäten im Dokumentationsmarkt am Beispiel 2016: Sehr hoher Anteil an Einmalbesuchern.

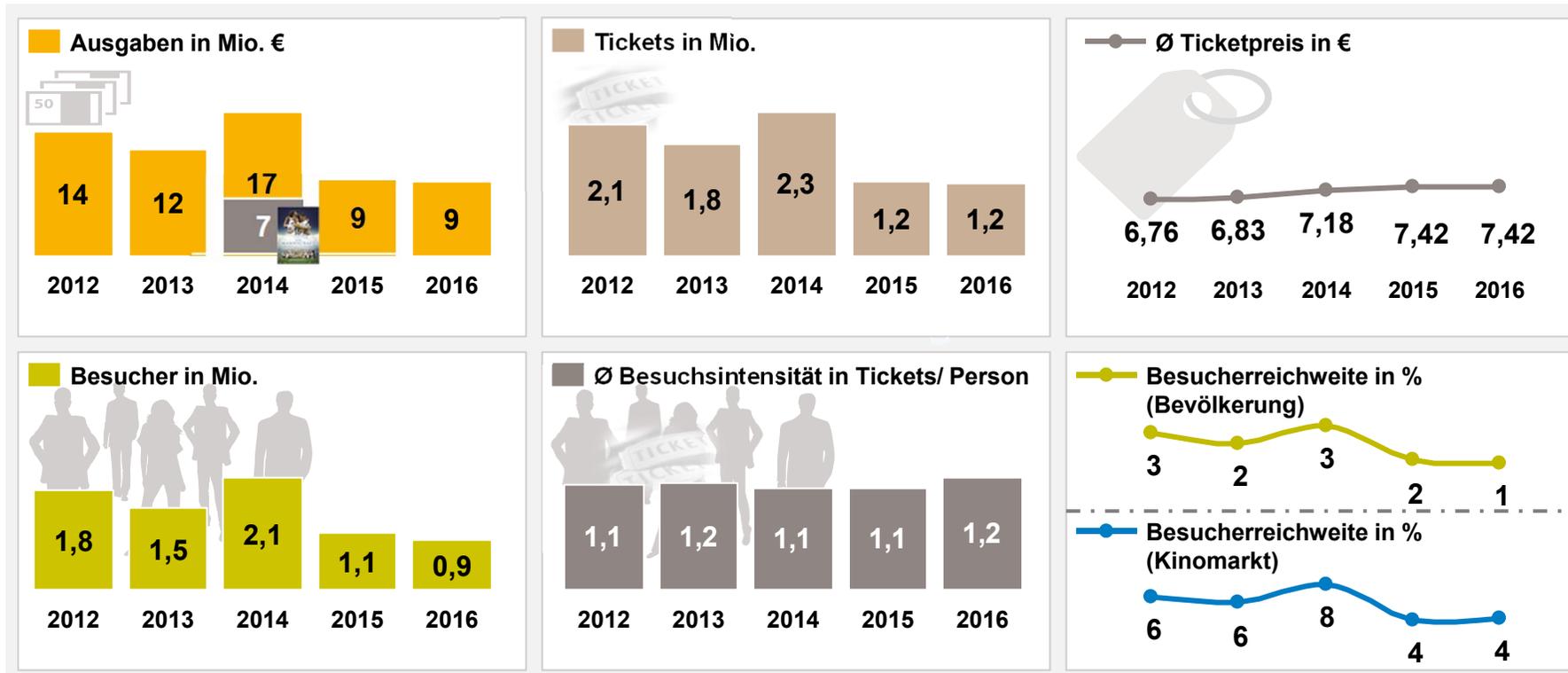
Lesebeispiel: 78% der Besucher von Dokumentarfilmen haben in 2016 einen Dokumentarfilm besucht und sind für 65% der Ausgaben verantwortlich.



Kino Dokumentarfilme; Zeitraum: Januar-Dezember 2016

n Dokumentarfilme 2016 = 225

Nach dem starken Jahr 2014 („Die Mannschaft“) liegt das Segment auf einem stabilen Niveau von rund 1 Mio. Besuchern pro Jahr



Kino Dokumentarfilme; Alle Zeiträume: Januar-Dezember

n 2011-2016 Dokumentarfilme = 2230

© GfK 2017 | Der Kinobesucher von Dokumentarfilmen 2011-2016 | Im Auftrag der Filmförderungsanstalt (FFA)

Besucher von Dokumentarfilmen: Demographie

Demographischer Steckbrief der Besucher von Dokumentarfilmen: Ältere Zielgruppe, urban, höheres Einkommen



Geschlecht			Alter			HH Größe		
	%	Index	Jahre	%	Index	Personen	%	Index
	43	94	10 – 19	7	44	1	33	136
			20 – 29	6	29			
			30 – 39	9	55	2	42	149
	57	105	40 – 49	12	67	3	11	55
			50 – 59	20	155			
			60 – 69	21	272	4+	14	52
			70+	24	371			
Mtl Einkommen / Pers.			Ausbildung			Ortsgröße		
€	%	Index		%	Index	Einwohner	%	Index
up to 749	7	62	Hauptschule	14	130	< 1,999	4	74
750 – 1,249	22	75	Realschule	34	97	2,000 – 19,999	27	82
1,250 – 1,999	38	106	Abitur	16	63	20,000 – 99,999	27	103
2,000+	32	144	Hochschule	35	126	100,000 – 499,999	19	123
						500,000+	22	116

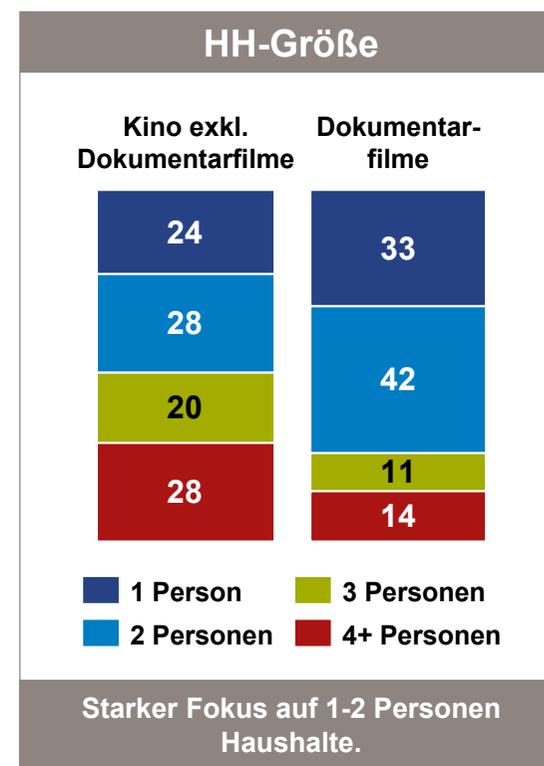
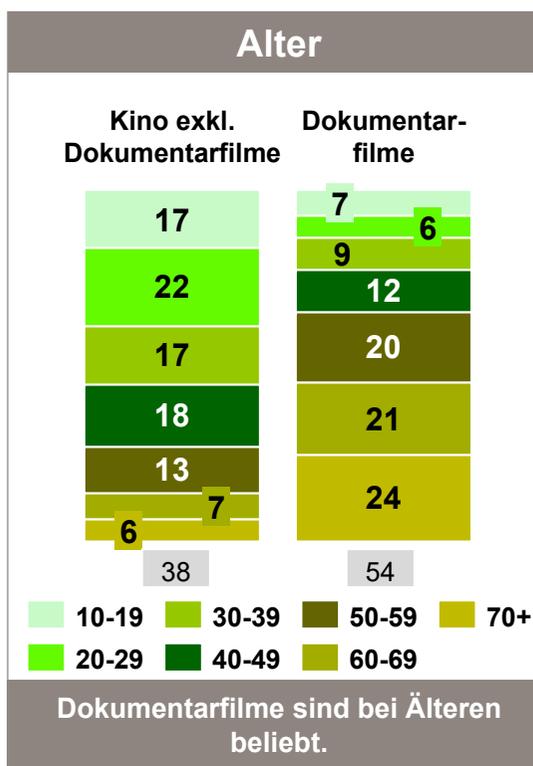
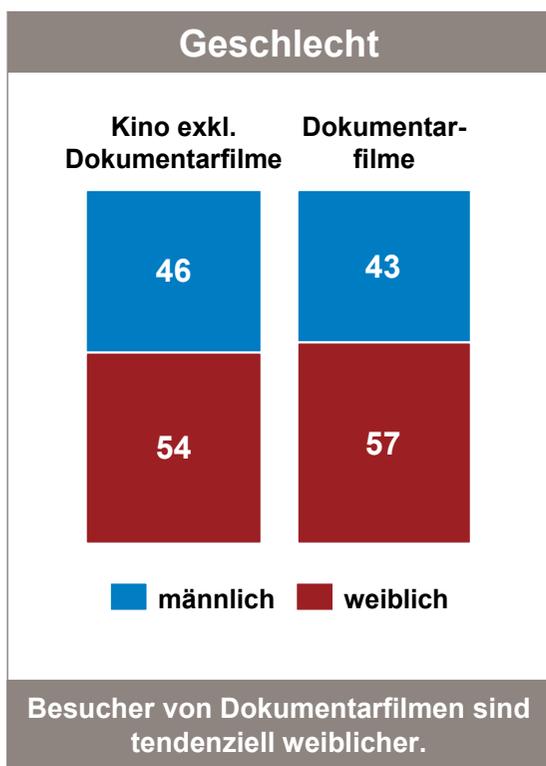


n: Kinomarkt exkl. Dokumentarfilme = 133116;
Dokumentarfilme = 2230

Index vs Kinomarkt exkl. Dokumentarfilme

Kino Dokumentarfilme; Zeitraum: 2011-2016; Tickets in %

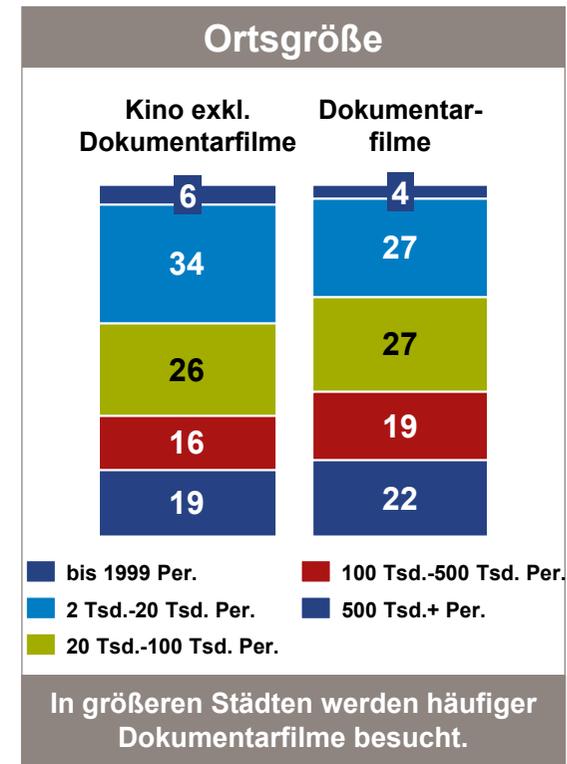
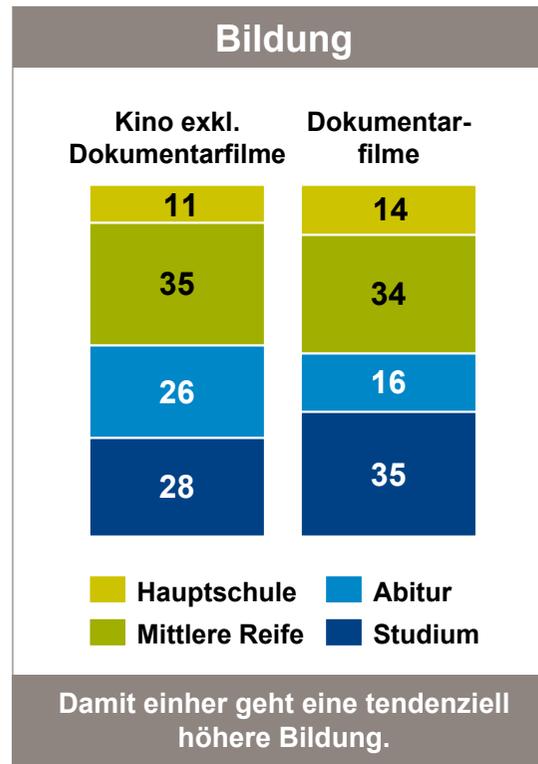
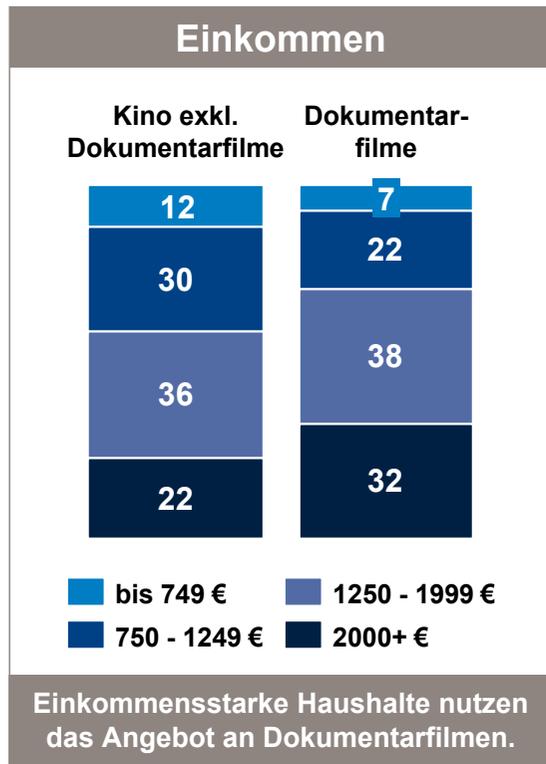
Soziodemographie der Besucher von Dokumentarfilmen



Kino Dokumentarfilme; Zeitraum: 2011-2016; Tickets in %

n: Kinomarkt exkl. Dokumentarfilme = 133116; Dokumentarfilme = 2230

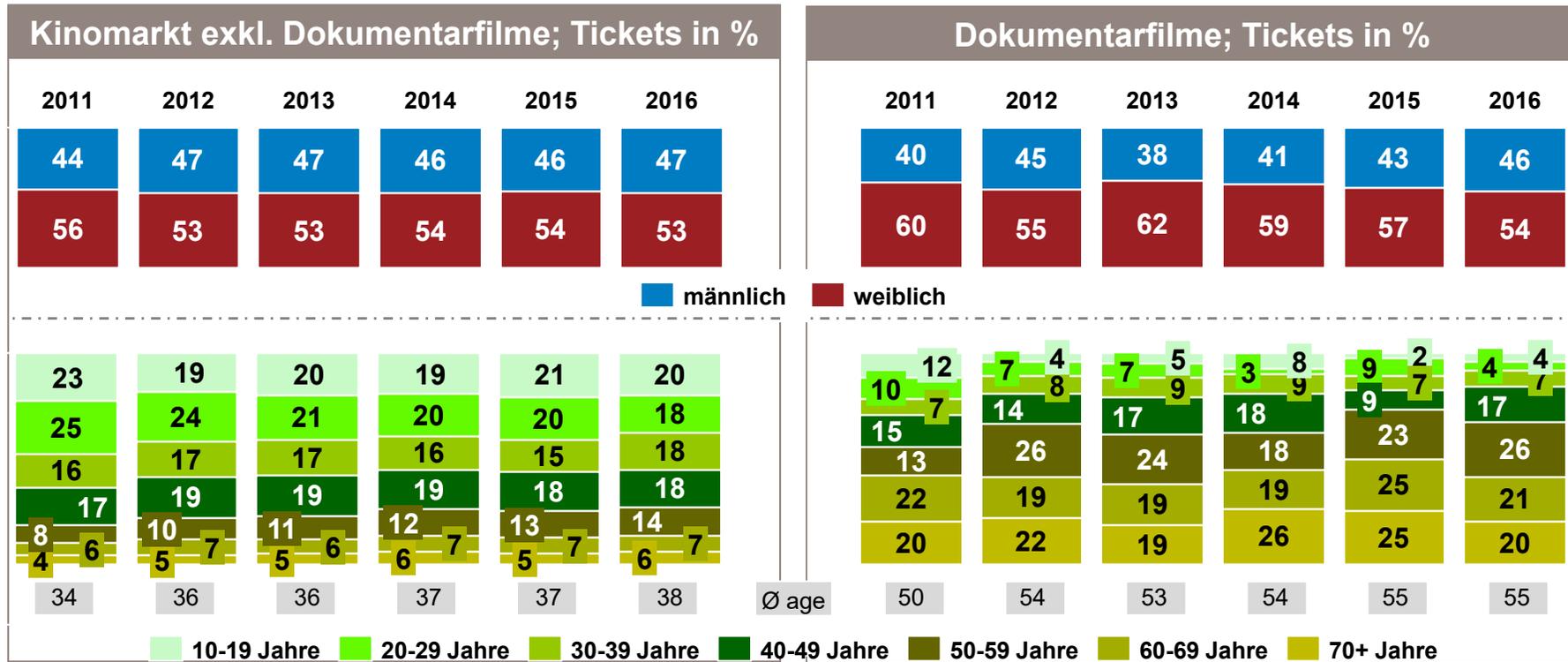
Soziodemographie der Besucher von Dokumentarfilmen



Kino Dokumentarfilme; Zeitraum: 2011-2016; Tickets in %

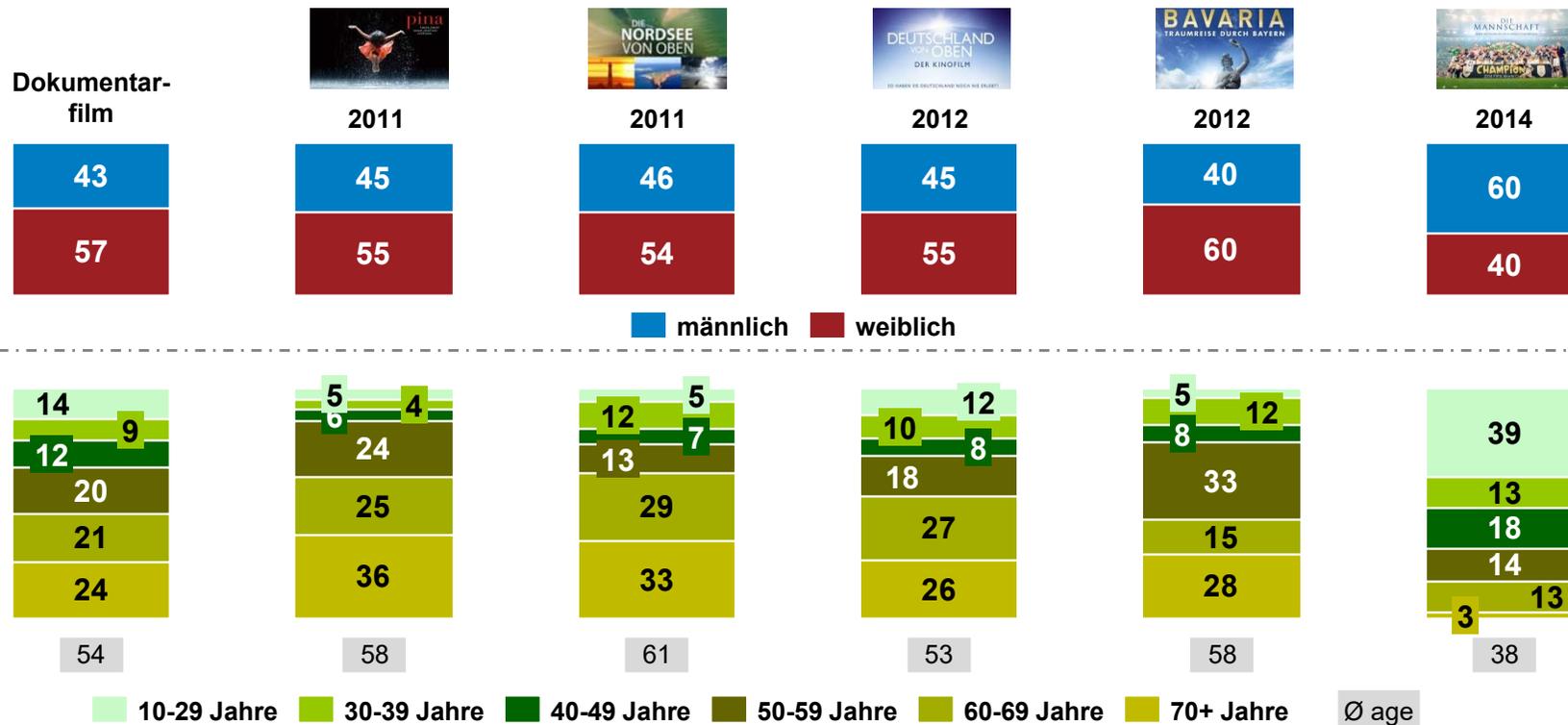
n: Kinomarkt exkl. Dokumentarfilme = 133116; Dokumentarfilme = 2230

Alter und Geschlecht: Relativ stabile Strukturen der Besucher von Dokumentarfilmen im Zeitverlauf.



Kino Dokumentarfilme; Tickets in %; Alle Zeiträume: Januar-Dezember; 2014 exkl. „Die Mannschaft“ n 2011-2016 Kinomarkt exkl. Dokumentarfilme = 133116; Dokumentarfilme = 2230

Größere Titel im Profil: Alter und Geschlecht – Die Mannschaft als „untypischer“ Titel im Markt für Dokumentarfilme.



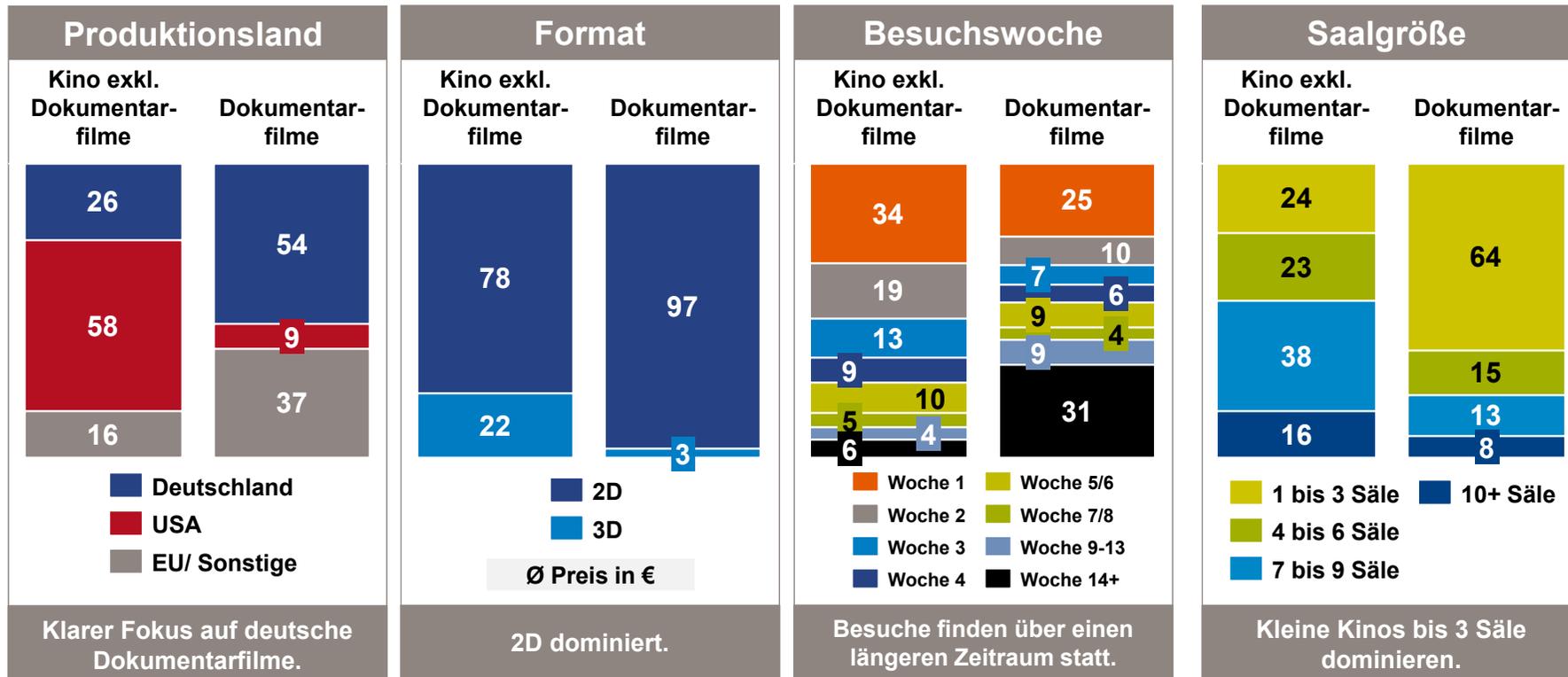
Kino Dokumentarfilme; Tickets in %; Zeitraum: Jahr 2011-2016

n Dokumentarfilme 2011-2016 = 2230

© GfK 2017 | Der Kinobesucher von Dokumentarfilmen 2011-2016 | Im Auftrag der Filmförderungsanstalt (FFA)

Besucher von Dokumentarfilmen: Besuchsspezifika

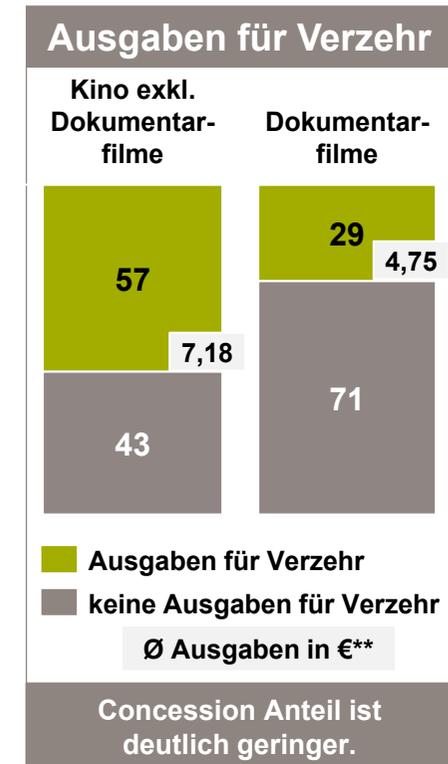
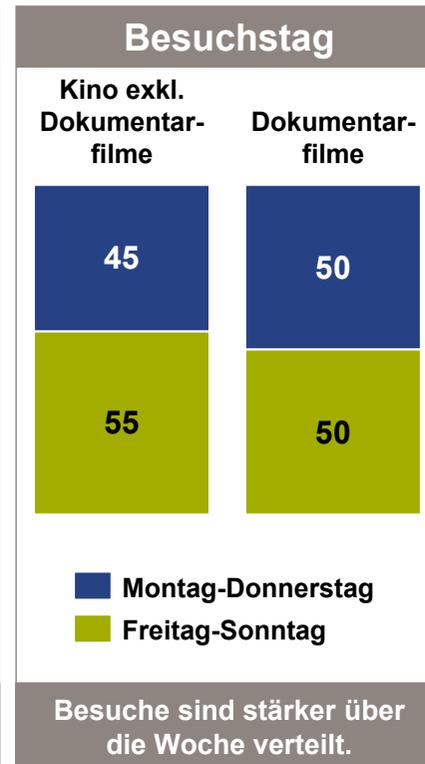
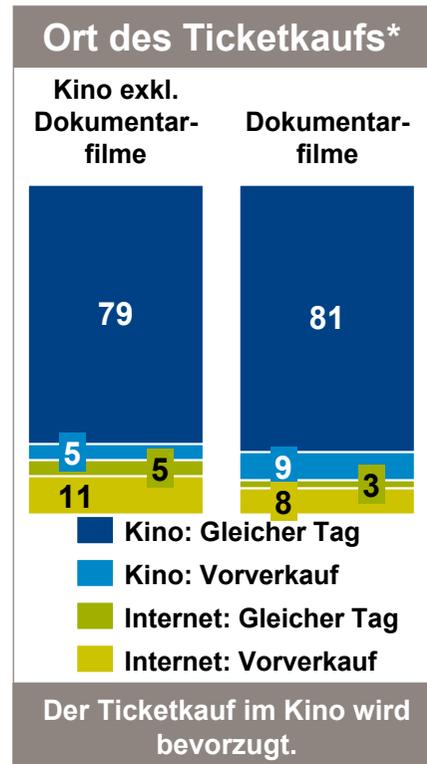
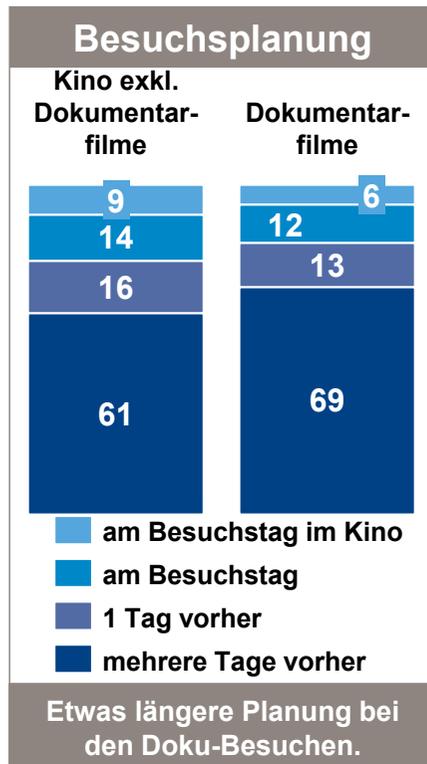
Besuchsspezifika von Dokumentarfilmen



Kino; Zeitraum: Januar 2015-Dezember 2016; Tickets in %

n 2015/2016 Kino exkl. Dokumentarfilme = 42251; n Dokumentarfilme = 480

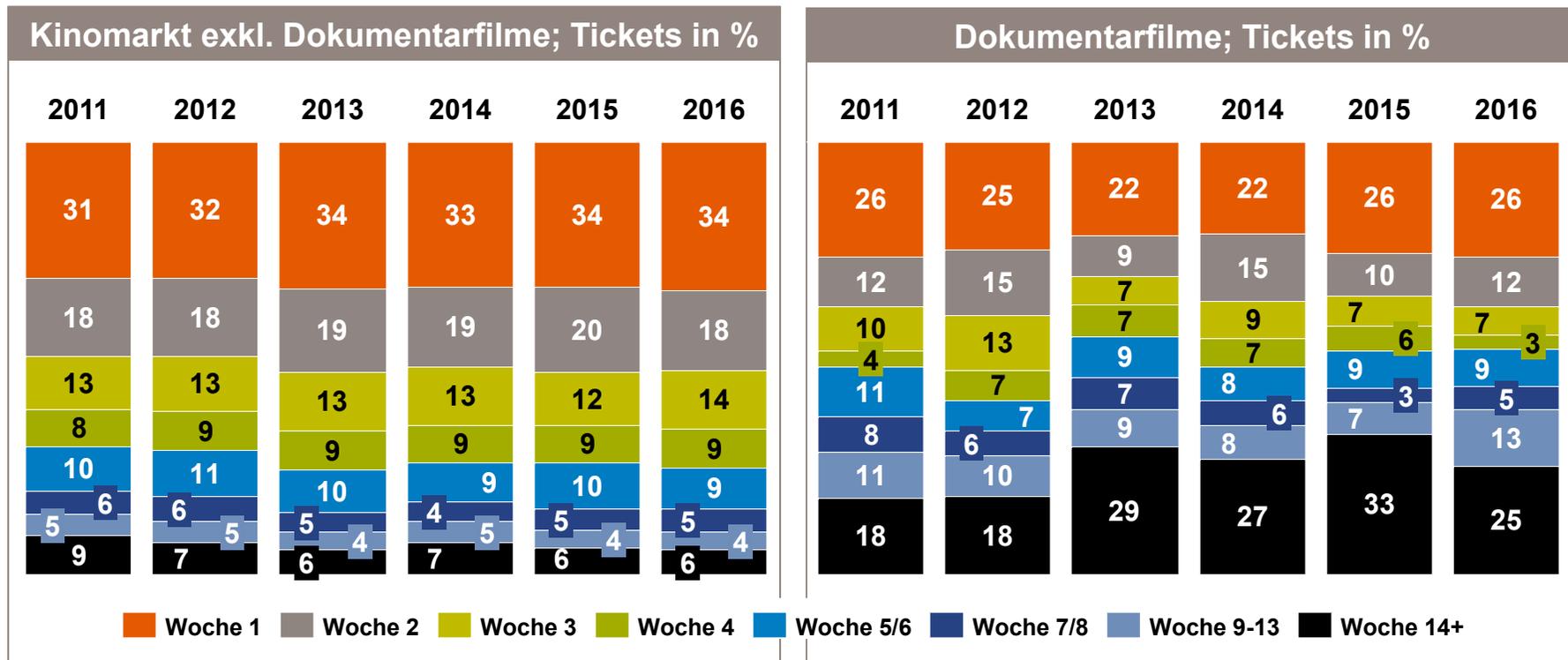
Besuchsspezifika von Dokumentarfilmen



Kino; Zeitraum: Januar 2015-Dezember 2016; Tickets in %; *in dieser Form seit 2016 vorhanden; ** bezogen auf Tickets mit Verzehr

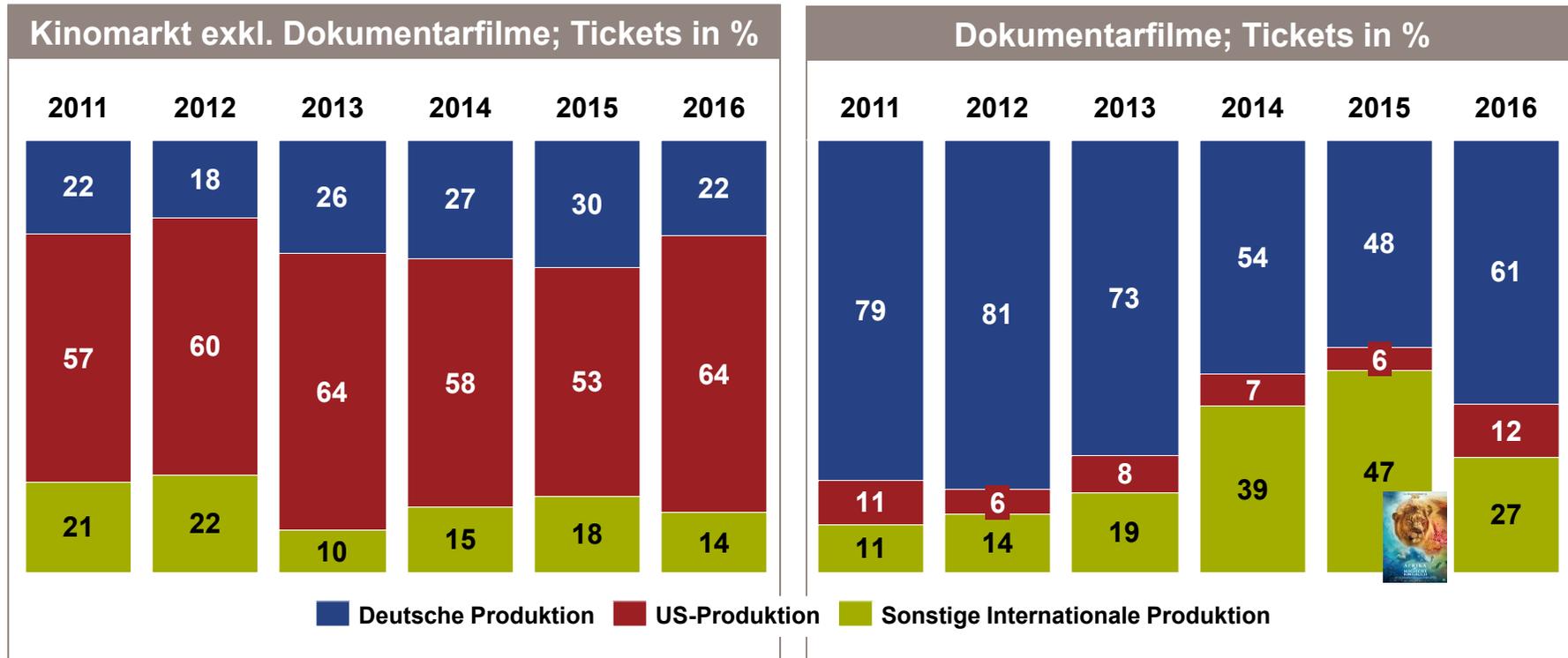
n 2015/2016 Kino exkl. Dokumentarfilme = 42251; n Dokumentarfilme = 480

Besuchsspezifika von Dokumentarfilmen: Auch im Zeitvergleich bestätigt sich eine höhere Bedeutung der Besuchswochen 9+ für Dokumentarfilme.



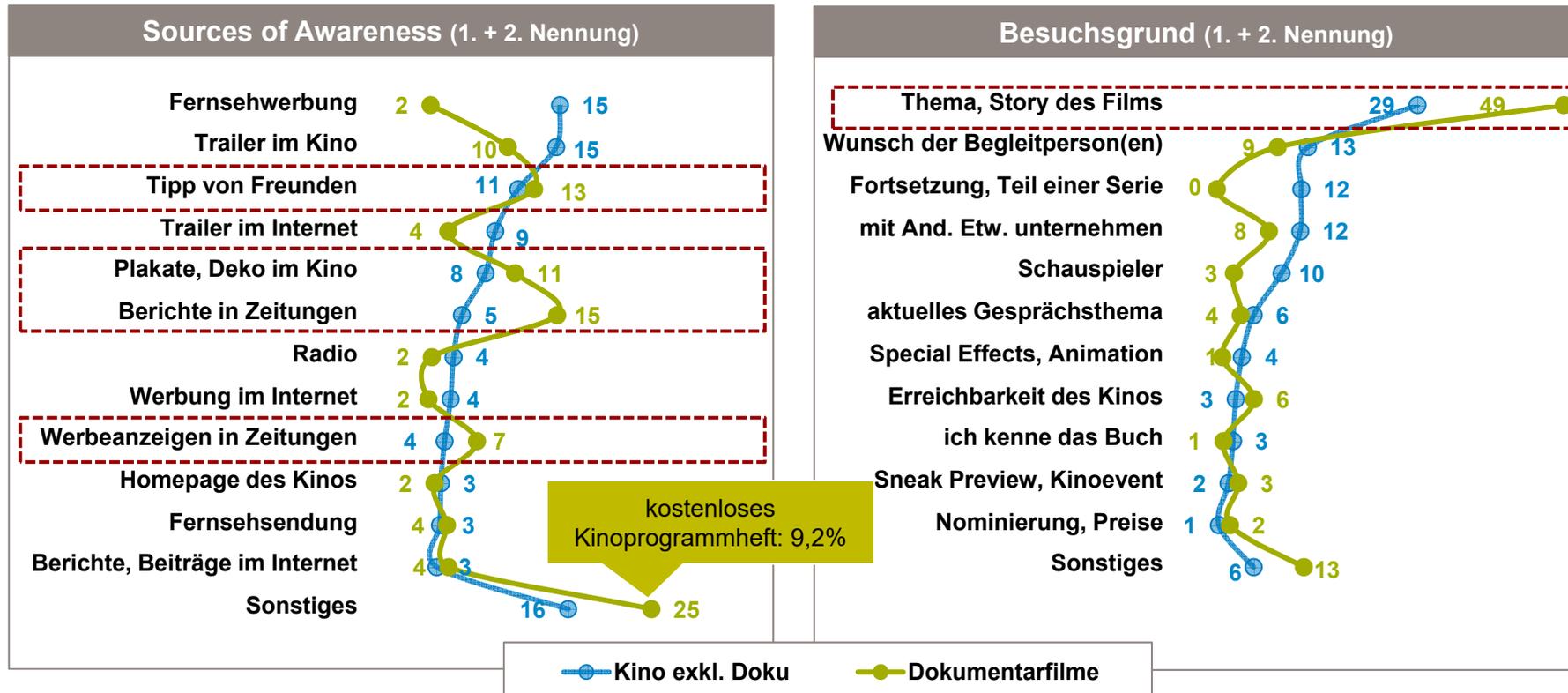
Kino Dokumentarfilme; Tickets in %; Alle Zeiträume: Januar-Dezember; 2014 exkl. „Die Mannschaft“ n 2011-2016 Kinomarkt exkl. Dokumentarfilme = 133116; Dokumentarfilme = 2230

Besuchsspezifika von Dokumentarfilmen: Deutsche Produktionen stellen auch im Zeitvergleich mehr als die Hälfte der Ticketverkäufe.



Kino Dokumentarfilme; Tickets in %; Alle Zeiträume: Januar-Dezember; 2014 exkl. „Die Mannschaft“ n 2011-2016 Kinomarkt exkl. Dokumentarfilme = 133116; Dokumentarfilme = 2230

Dokumentarfilme: Sources of Awareness / Besuchsgrund Werbung im Kino und Zeitungen sind wichtiger



Kino; Zeitraum: Januar 2015-Dezember 2016; Tickets in %

n 2015/2016 Kino exkl. Dokumentarfilme =42251; n Dokumentarfilme = 480

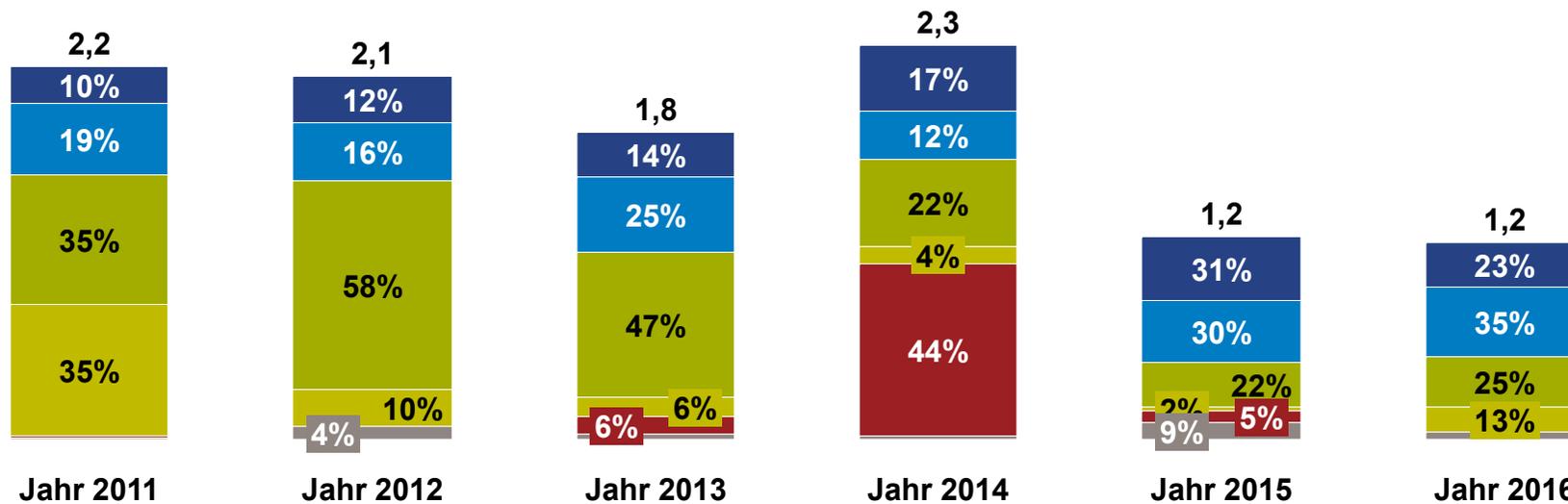
Dokumentarfilme: Untergenres im Vergleich

Unterschiedliche Genre-Schwerpunkte: 2011 bis 2013 im Zeichen von Natur, Musik und Geschichte, 2014 das Jahr „der Mannschaft“. 2015 stehen Biographien, im Jahr 2016 Geschichte und Co im Vordergrund.



Dokumentarfilme mit Untergenres; Tickets in % (Gesamt in Tickets in Mio.)

- Biografie
- Geschichte/ Zeitgeschichte/ Gesellschaft/ Politik
- Landschaftsporträts/Natur/ Tierfilm
- Musikfilm
- Sport
- Dokudrama/ Essay/ Reise/ Sonstige

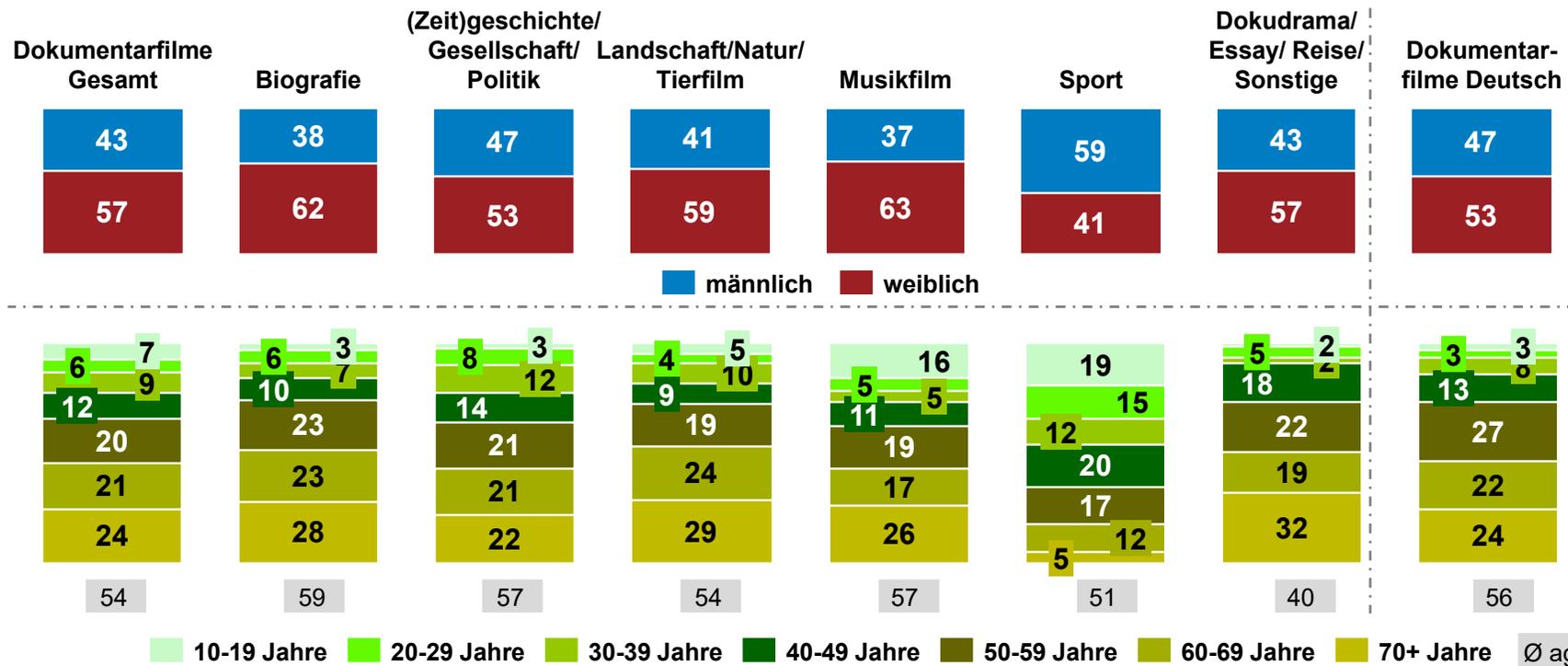


Kino Dokumentarfilme; Alle Zeiträume: Januar-Dezember

n 2011-2016 Dokumentarfilme = 2230

© GfK 2017 | Der Kinobesucher von Dokumentarfilmen 2011-2016 | Im Auftrag der Filmförderungsanstalt (FFA)

Dokumentarfilm-Genres im Vergleich: Alter und Geschlecht

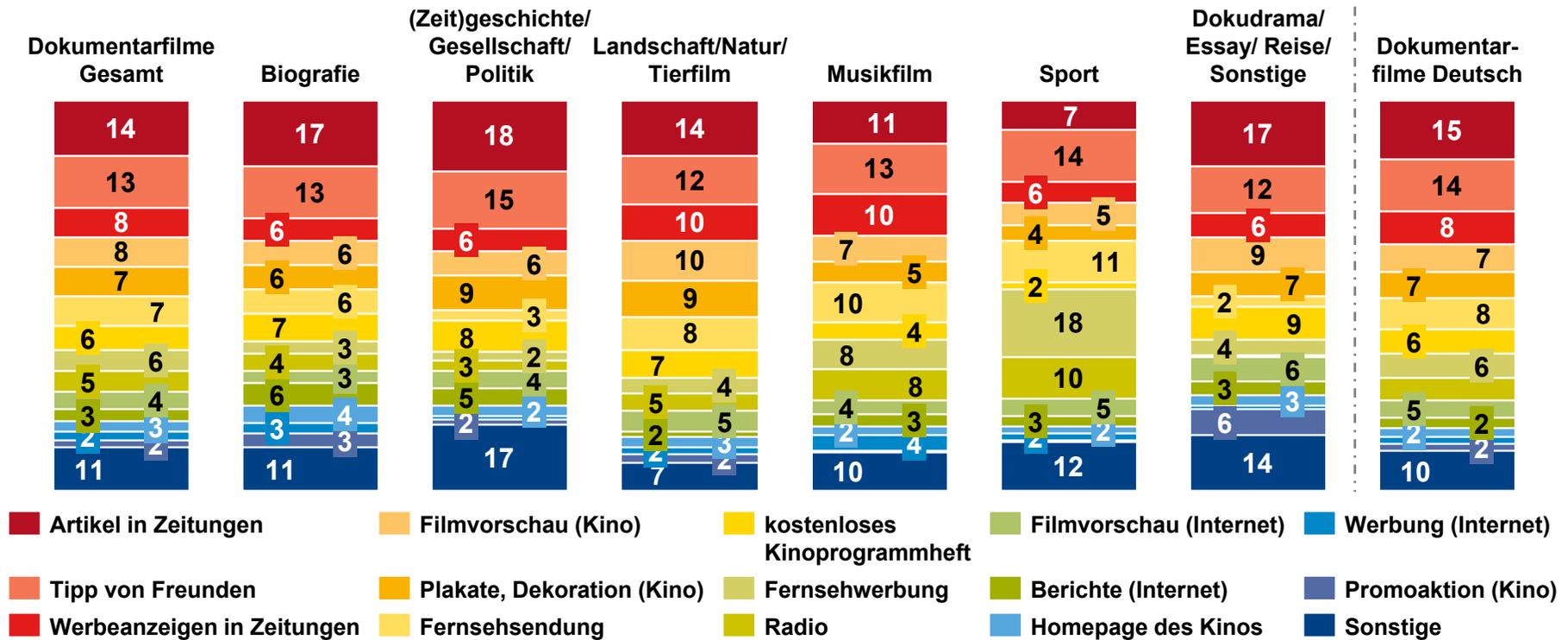


Kino Dokumentarfilme; Zeitraum 2011-2016

n 2011-2016 Dokumentarfilme = 2230

© GfK 2017 | Der Kinobesucher von Dokumentarfilmen 2011-2016 | Im Auftrag der Filmförderungsanstalt (FFA)

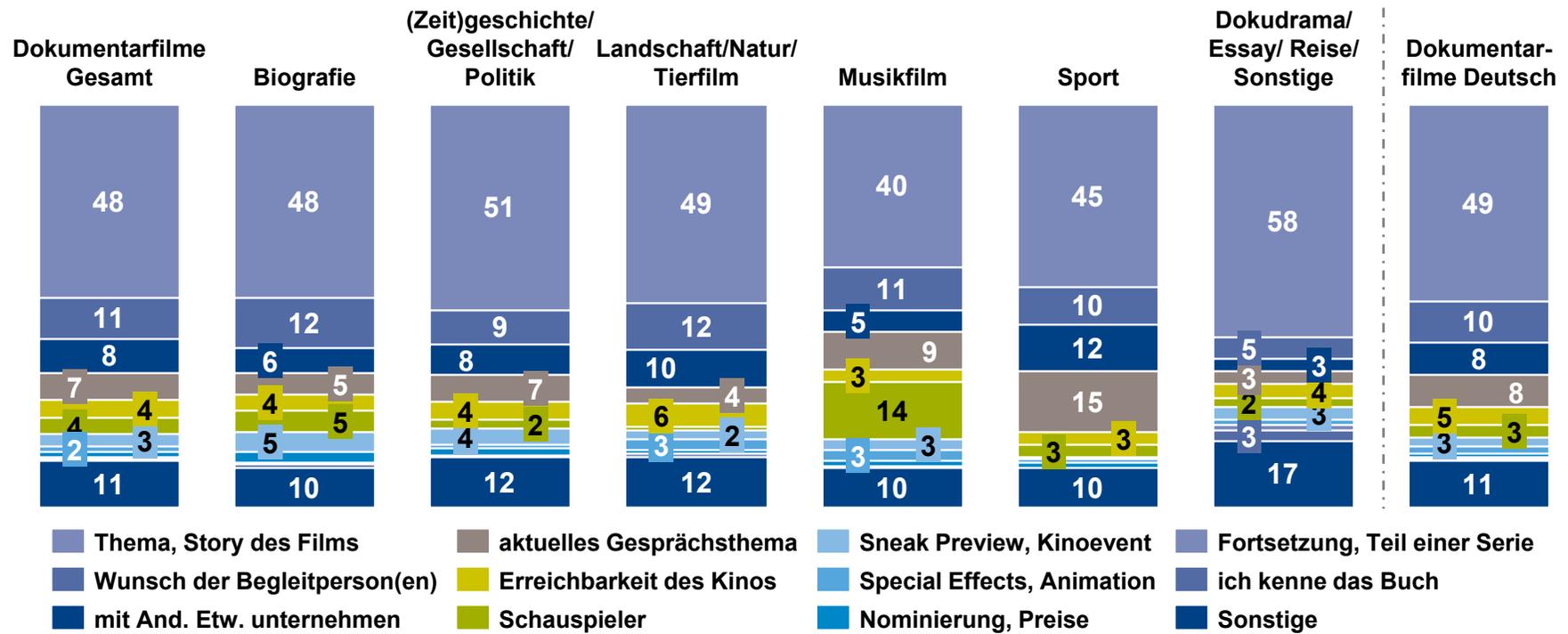
Dokumentarfilm-Genres im Vergleich: Sources of Awareness



Kino Dokumentarfilme; Zeitraum: 2011-2016

n 2011-2016 Dokumentarfilme = 2230

Dokumentarfilm-Genres im Vergleich: Besuchsgrund



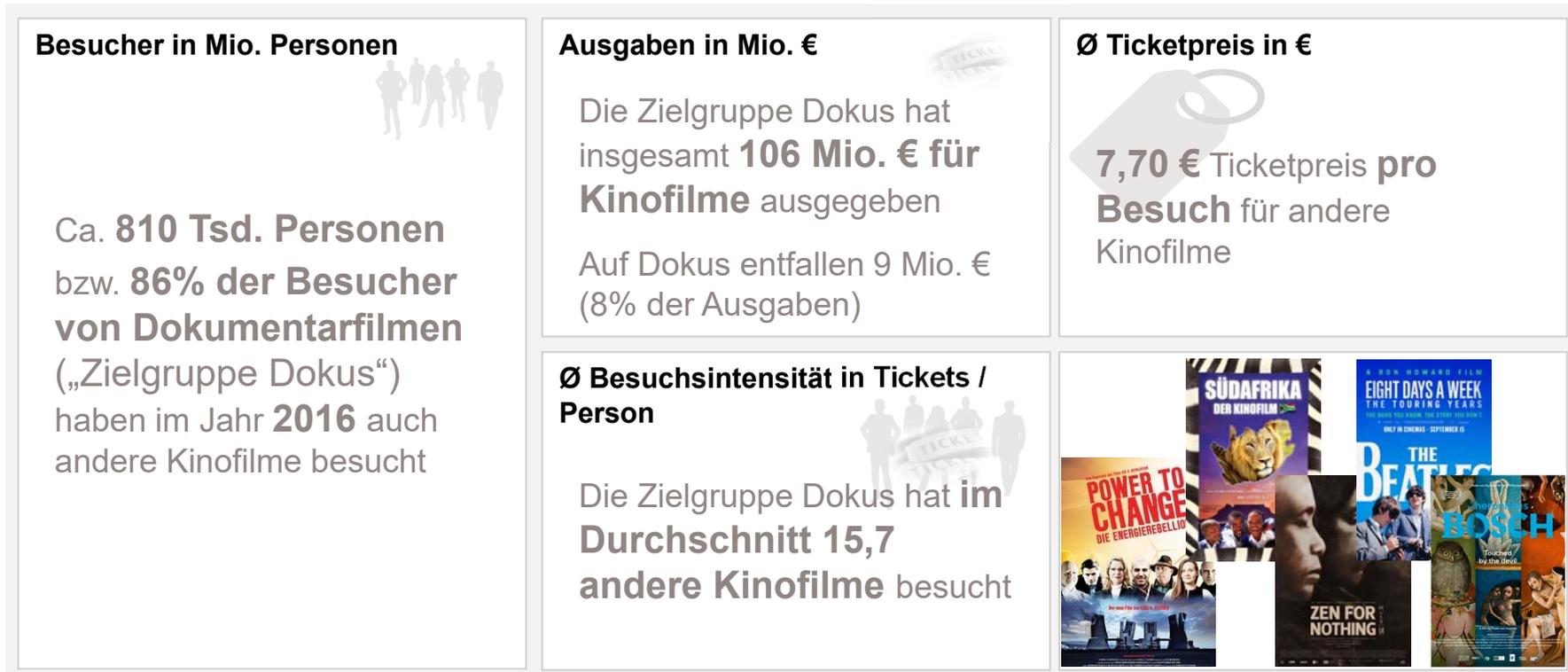
Kino Dokumentarfilme; Zeitraum: 2011-2016

n 2011-2016 Dokumentarfilme = 2230

© GfK 2017 | Der Kinobesucher von Dokumentarfilmen 2011-2016 | Im Auftrag der Filmförderungsanstalt (FFA)

Besucher von Dokumentarfilmen: Besuchsverhalten im Kinomarkt 2016

Dokumentarfilm-Besucher im Kinomarkt: Kinobesuche jenseits der Dokumentarfilme



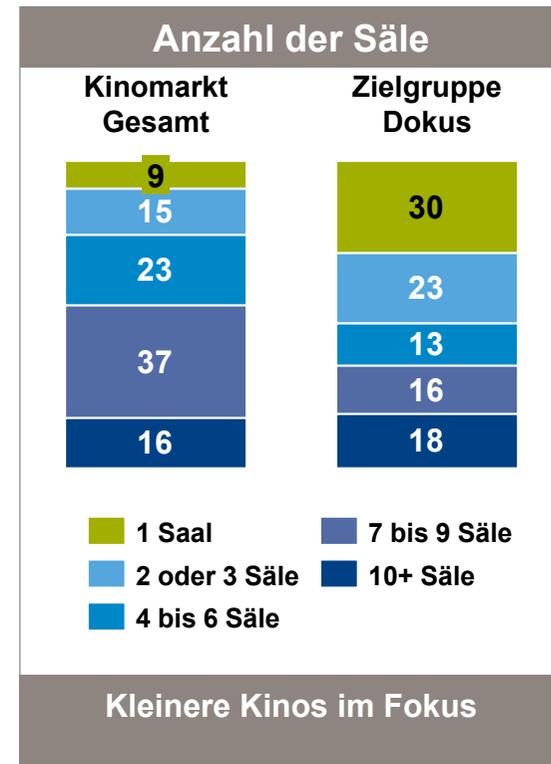
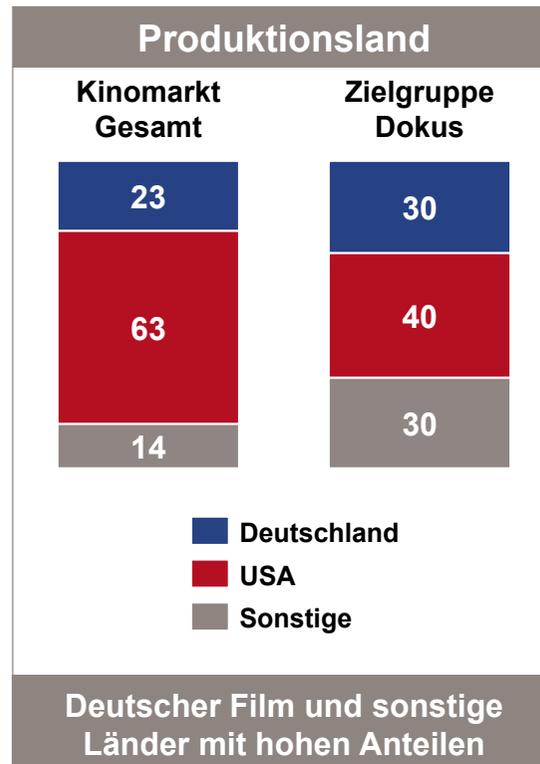
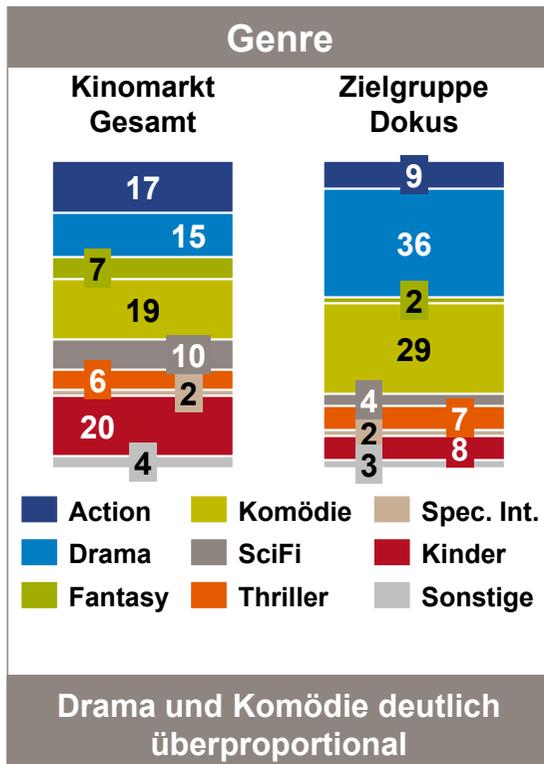
Kino Dokumentarfilme; Zeitraum: Januar-Dezember 2016

© GfK 2017 | Der Kinobesucher von Dokumentarfilmen 2011-2016 | Im Auftrag der Filmförderungsanstalt (FFA)

n (Personen) = 154

Zielgruppe Dokus = Dokumentarfilm-Besucher

Dokumentarfilm-Besucher im Kinomarkt: Genre / Produktionsland / Anzahl der Säle

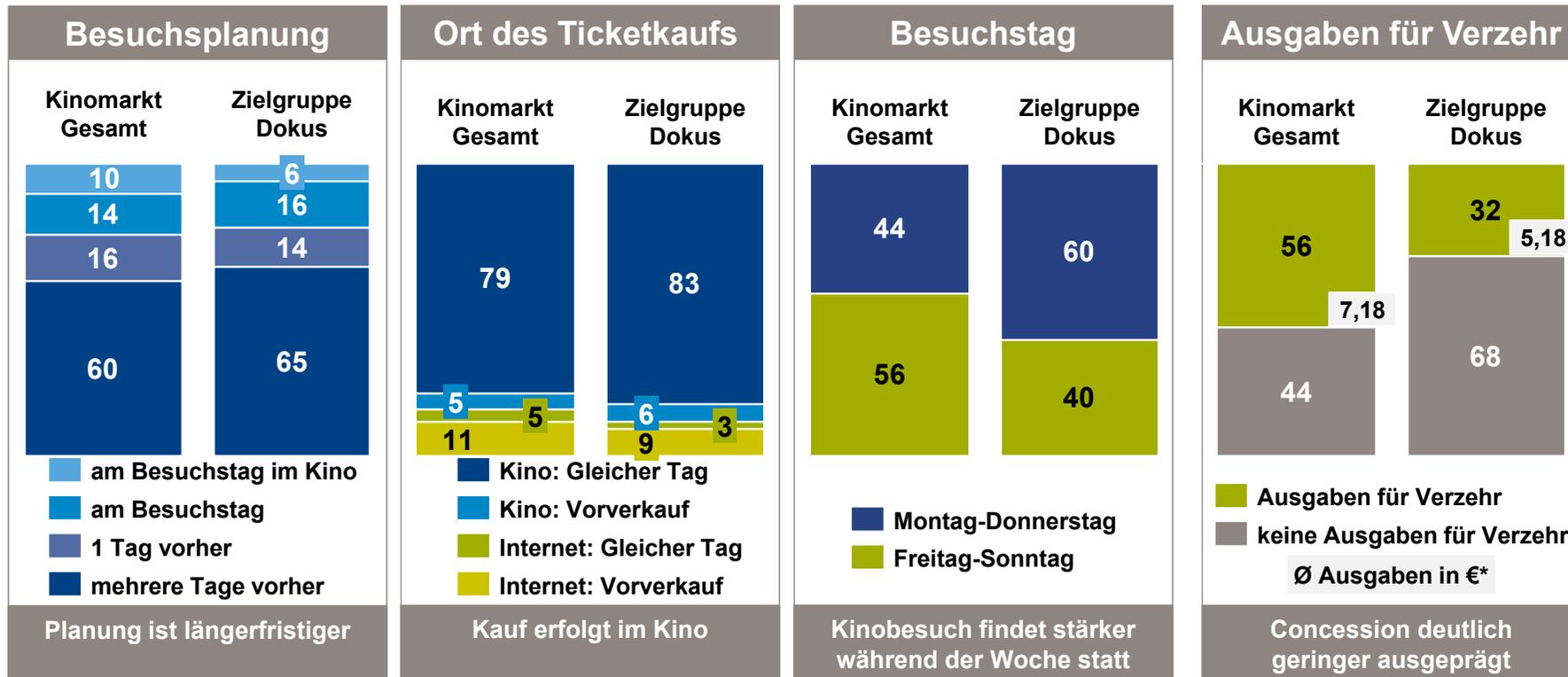


Kino; Zeitraum: Januar-Dezember 2016; Tickets in %

© GfK 2017 | Der Kinobesucher von Dokumentarfilmen 2011-2016 | Im Auftrag der Filmförderungsanstalt (FFA)

n: Gesamt = 19654; Zielgruppe Dokus = 1264
Zielgruppe Dokus = Dokumentarfilm-Besucher

Dokumentarfilm-Besucher im Kinomarkt: Besuchsplanung / Ort des Ticketkaufs / Besuchstag / Concession



Kino; Zeitraum: Januar-Dezember 2016; Tickets in %

n: Gesamt = 19654; Zielgruppe Dokus = 1264
Zielgruppe Dokus = Dokumentarfilm-Besucher

© GfK 2017 | Der Kinobesucher von Dokumentarfilmen 2011-2016 | Im Auftrag der Filmförderungsanstalt (FFA)

Dokumentarfilm-Besucher im Kinomarkt: Top Titel zeigen eine anspruchsvolle Arthouse-Affinität.

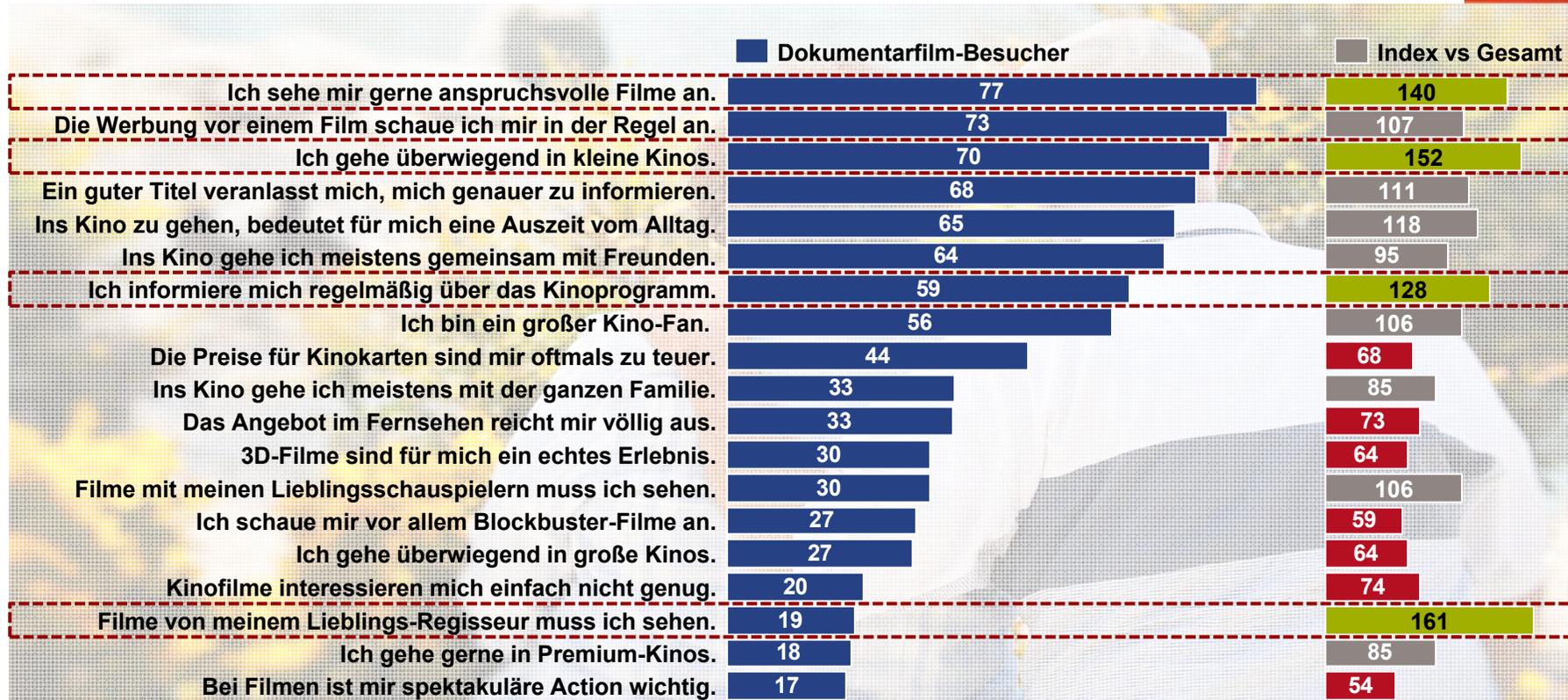


	Titel	Verleiher
	1 Frühstück bei Monsieur Henri	Neue Visionen
	2 The Revenant – Der Rückkehrer	Fox
	3 Birnenkuchen mit Lavendel	Neue Visionen
	4 Ich bin dann mal weg	Warner
	5 Willkommen bei den Hartmanns	Warner
	6 Ein Mann namens Ove	Concorde
	7 Toni Erdmann	NFP
	8 Hail, Caesar!	Universal
	9 Ein ganzes halbes Jahr	Warner
	10 Tschick	Studiocanal

Kino – Zielgruppe Dokumentarfilm-Besucher; Zeitraum: Januar-Dezember 2016; Tickets

n = 1264

Dokumentarfilm-Besucher im Kinomarkt: Statements zum Thema Kino



Kino; Januar-Dezember 2016; Personen in %

n: Gesamt = 5187; Dokumentarfilm-Besucher = 154

Fragestellung: „Nachfolgend finden Sie einige Aussagen zum Thema Kinofilme/ Kinobesuche. Inwieweit stimmen Sie persönlich den folgenden Aussagen zu?“ Top Box 3/4: „stimme eher/ voll & ganz zu“

© GfK 2017 | Der Kinobesucher von Dokumentarfilmen 2011-2016 | Im Auftrag der Filmförderungsanstalt (FFA)

Zusammenfassung

Besucher von Dokumentarfilmen: Key Facts



- ❖ **Unterschiedliche Entwicklung** im Vergleich zum Kino Gesamtmarkt, d.h. Dokumentarfilme profitieren nicht bzw. eingeschränkt von starken Kinojahren mit vielen Besuchern.
- ❖ Nach dem starken Jahr 2014 ("Die Mannschaft") liegt das Dokumentarfilm-Segment auf einem **stabilen Besuchs-Niveau** von rund **1 Mio. Besuchern** pro Jahr.
- ❖ **Stagnierende Preisentwicklung**, d.h. Dokumentarfilme haben die „Chance“ mit höheren Preisen Wertschöpfung zu betreiben im Umfeld steigender Ticketpreise nicht wahrgenommen.
- ❖ Der Markt ist im Vergleich zum Gesamtmarkt **deutlich älter**. Aus diesem Grund spielen traditionelle **Printmedien** bei der Ansprache der Zielgruppe eine **wichtige Rolle**.

Besucher von Dokumentarfilmen: Key Facts



- ❖ Der Besuch von Dokumentarfilmen wird **länger geplant**, der **Ticketkauf im Kino** wird bevorzugt und die **Besuche** sind stärker **über die Woche** verteilt.
- ❖ Der Anteil der **weiblichen Besucher** von Dokumentarfilmen und des Segmentes **Natur und Tiere** ist im Zeitverlauf **rückläufig**.
- ❖ Der Dokumentarfilm-Besucher ist sehr **kinoaffin**. Die Besuchintensität ist mit durchschnittlich **knapp 16 besuchten Filmen pro Jahr** sehr hoch. Der Besuch von **Arthouse-Filmen** ist **überdurchschnittlich** ausgeprägt.

Der Markt für Dokumentarfilme: Potenziale und mögliche weitere Fragestellungen

- ❖ Wie schafft man es, **aktuelle Besucher stärker** für den Besuch von Dokumentarfilmen **zu motivieren & zu intensivieren**, da die Zahl der Einmalbesucher (zu) hoch ist?
- ❖ Wie schafft man es die **Bedarfsdeckung** von Dokumentarfilmen innerhalb des hohen Kinobudgets dieser hochaffinen Kino-Zielgruppe zu **erhöhen**?
- ❖ Wie können **Frauen**, deren Anteil in diesem Kinosegment abnimmt, **stärker für Dokumentarfilme gewonnen werden**?
- ❖ Wie groß ist das **Potential unter Kinobesuchern**, d.h. Konsumenten die aktiv ins Kino gehen und gleichzeitig an Dokumentarfilmen interessiert sind, aktuell aber keine Dokumentarfilme besuchen?

Kontakt



GfK im Auftrag der
Filmförderungsanstalt
- German Federal Film Board -
Große Präsidentenstraße 9
10178 Berlin

Tel.: 030 / 27 577 - 0
Fax: 030 / 27 577 - 111
E-Mail: marktforschung@ffa.de

Weitere Informationen, Studien und Marktdaten erhalten Sie unter: www.ffa.de