

# Der Kinobesucher 2012

Strukturen und Entwicklungen  
auf Basis des GfK Panels

## Vorwort

Seit mittlerweile 21 Jahren veröffentlicht die FFA ihre Studien über die Struktur des Kinobesuchs und die Entwicklung im Besucherverhalten. Seit 2004 werden die Zahlen in Form einer Präsentation herausgegeben. Diese stützt sich auf das Individualpanel Media\*Scope der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), dessen Ergebnisse die FFA im Hinblick auf die filmwirtschaftlichen Daten ausschließlich erworben hat.

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.

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 FFA hat die Gelegenheit genutzt, um die Studie auch inhaltlich zu überarbeiten. Die Auswertung stellt weiterhin die allgemeine Entwicklung im Kino dar. Ergänzend dazu erfolgen Analysen hinsichtlich soziodemografischer Merkmale sowie eine Betrachtung einzelner kino- und filmspezifischer Informationen. Der Kinobesuch deutscher Filme und 3D-Filme wird erstmals in eigenständigen Studien vorgelegt.

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.

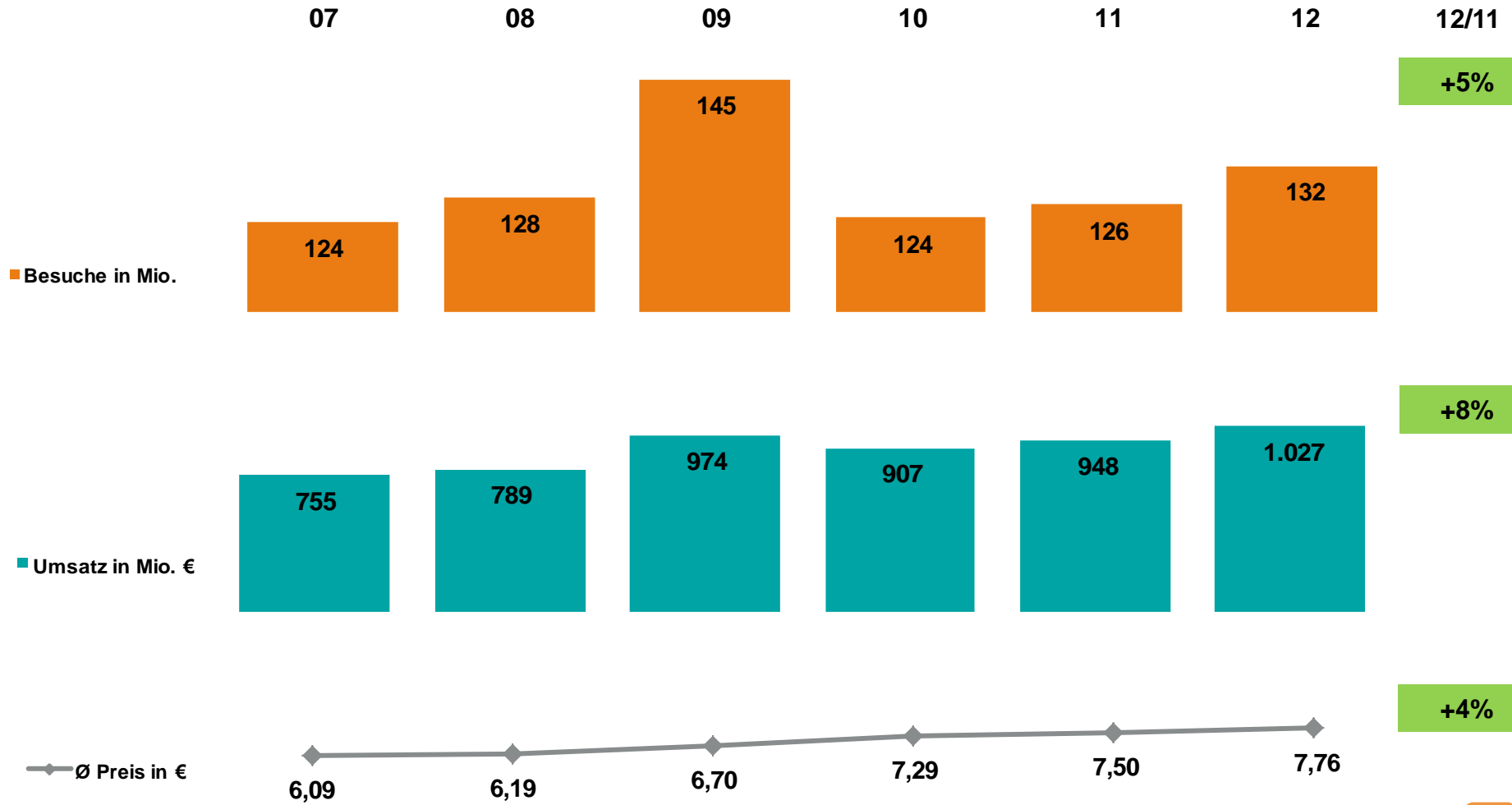
## Inhalt

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

## Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

### Besucher und Umsatz

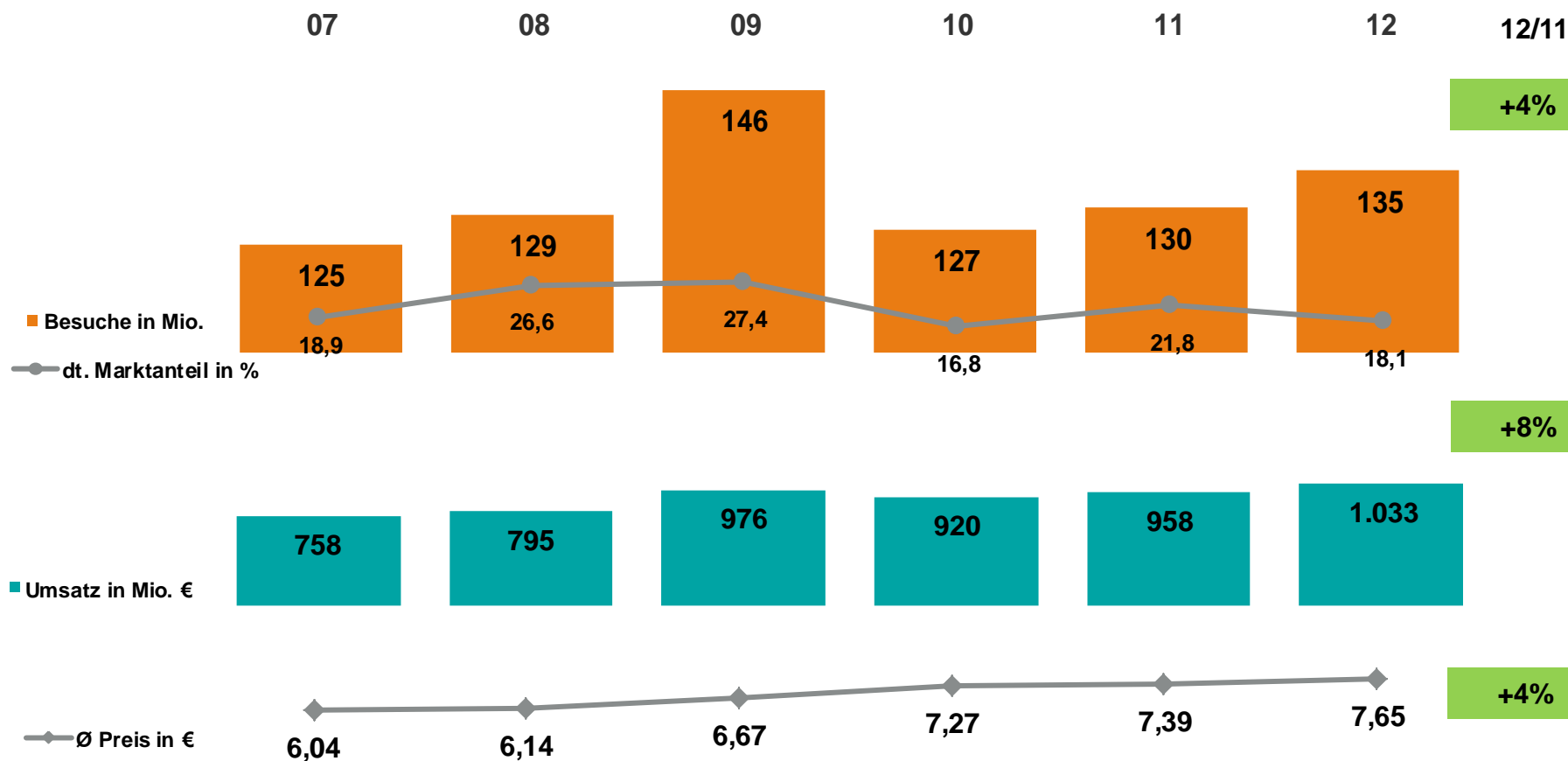
Basis: GfK-Panel



## Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

### Besucher und Umsatz

Basis: Meldungen der Filmtheater, FFA

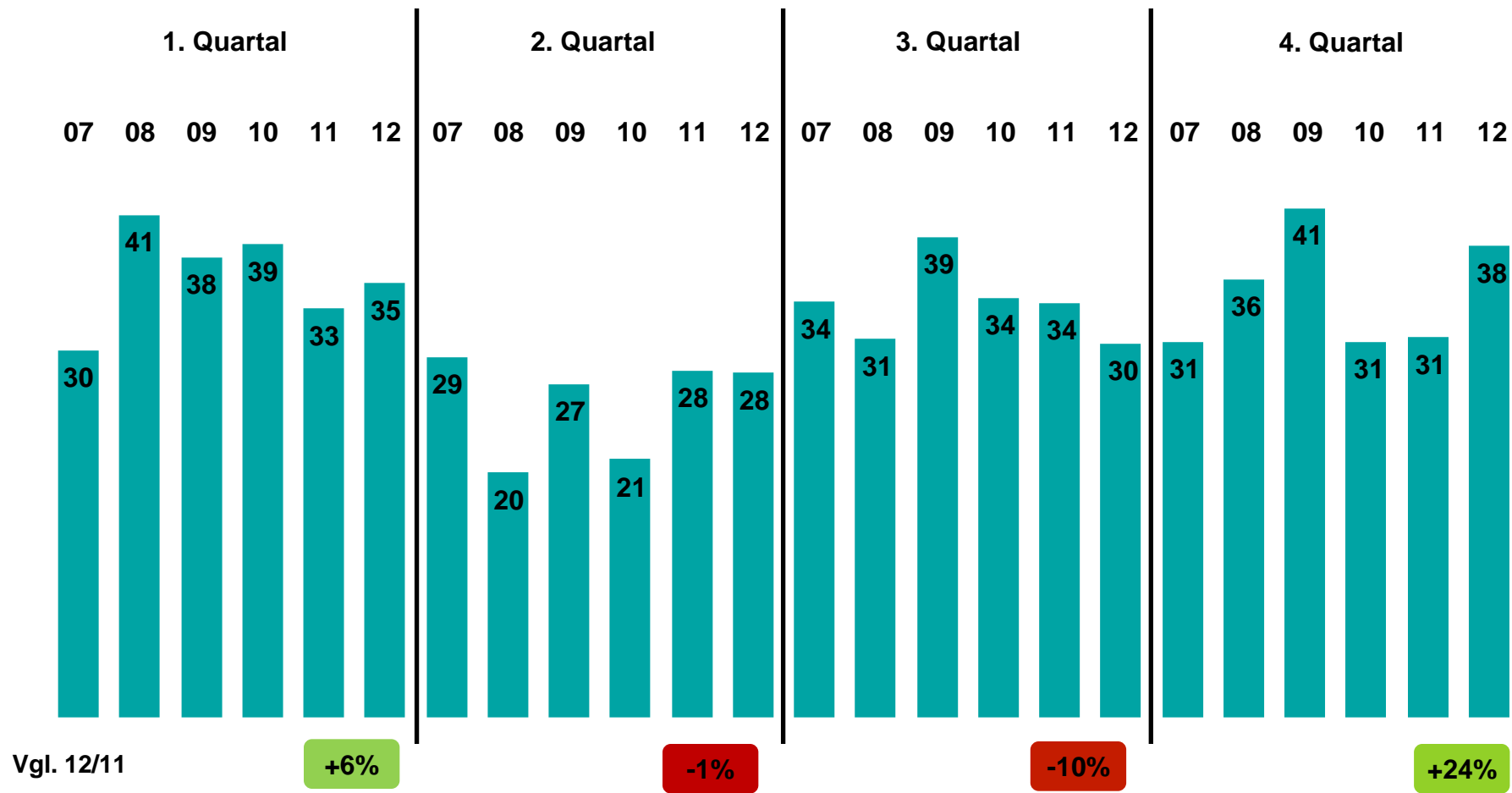


Die Marktentwicklung der letzten 6 Jahre verlief zyklisch. Dabei erreichte der deutsche Film 2012 einen Marktanteil von 18,1%.

## Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

### Saisonalität

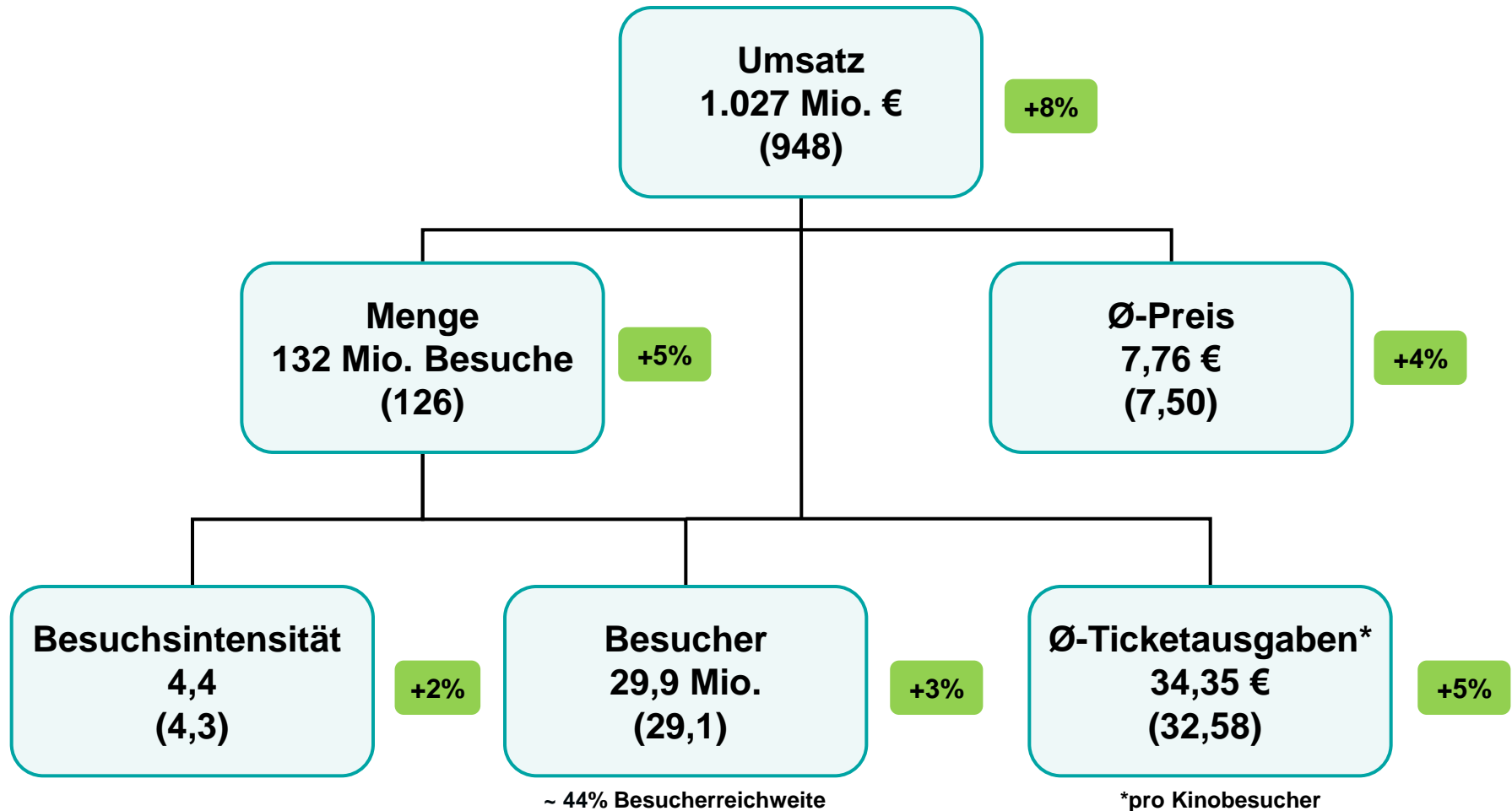
Basis: Besuche in Mio., GfK-Panel



## Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

### Key Facts zum Kinomarkt 2012 (2011)

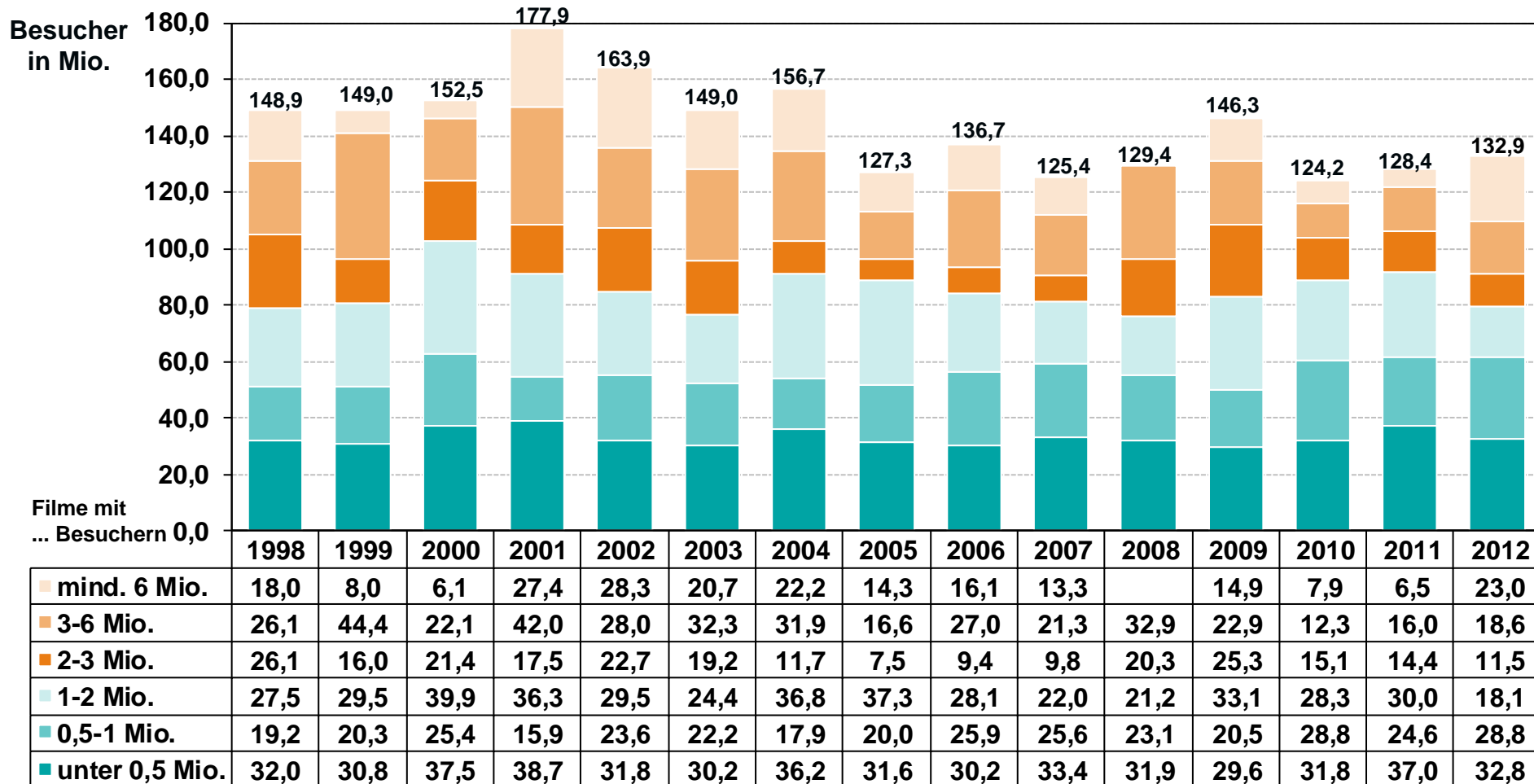
Basis: GfK-Panel



## Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

### Key Facts – Besucherklassen

Basis: Meldungen der Filmverleiher, FFA





## Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

### Key Facts – Besucherklassen

Basis: Meldungen der Filmverleiher, FFA

#### Zahl der Millionen-Hits

Filme mit ... Besuchern	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Durchschnitt 1998-2012
<b>mind. 6 Mio</b>	1	1	1	3	4	3	3	2	2	2	-	2	1	1	3	2
<b>3 bis unter 6 Mio.</b>	7	11	6	10	6	8	8	4	6	5	8	6	3	4	5	6
<b>2 bis unter 3 Mio.</b>	11	7	9	7	10	8	5	3	4	4	8	11	6	6	5	7
<b>1 bis unter 2 Mio.</b>	20	21	27	26	21	17	26	29	21	15	15	25	21	21	15	21
<b>Summe</b>	<b>39</b>	<b>40</b>	<b>43</b>	<b>46</b>	<b>41</b>	<b>36</b>	<b>42</b>	<b>38</b>	<b>33</b>	<b>26</b>	<b>31</b>	<b>44</b>	<b>31</b>	<b>32</b>	<b>28</b>	<b>37</b>
<b>nachrichtlich: 0,5 bis unter 1 Mio.</b>	27	30	37	22	32	32	26	29	34	36	31	30	41	36	43	32

- In 2012 wurde jedes dritte Kinoticket (35%) für einen TOP 10-Film gelöst. Die Zahl der Filme mit 1 bis 6 Mio. Besuchern erreichte im Jahr 2012 den zweitniedrigsten Wert innerhalb der letzten 15 Jahre und lag damit deutlich unter dem Durchschnitt.
- 28 Filme waren Besuchermillionäre. Mit 71,2 Mio. Besuchern stellten sie gut die Hälfte (54%) des gesamten Besucheraufkommens. Im Vorjahr stellten die Besuchermillionäre 52% der Kinobesuche.
- Mit *Türkisch für Anfänger* befand sich 2012 1 deutscher Film unter den TOP 20. 2011 waren es noch vier deutsche Produktionen.
- Unter den 28 Filmen, die in 2012 mindestens 1 Million Besucher verzeichneten, befanden sich vier deutsche Filmproduktionen, halb so viele wie in 2011.

## Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

### Key Facts Ausgaben

Basis: FFA und GfK-Panel

## Durchschnittliche Ausgaben im Kino

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	12/11
durchschnittlicher <b>Eintrittspreis</b> je Kinobesucher lt. FFA:	6,04 €	6,14 €	6,67 €	7,27 €	7,39 €	7,65 €	3,5%
durchschnittlicher <b>Eintrittspreis</b> je Kinobesucher lt. GfK*:	6,09 €	6,19 €	6,70 €	7,29 €	7,50 €	7,76 €	3,5%
durchschnittliche Ausgaben je Kinobesuch für <b>Verzehr</b> lt. GfK*:	2,66 €	2,70 €	2,86 €	3,12 €	3,54 €	3,46 €	-2,3%
durchschnittliche <b>Gesamtausgaben</b> je Kinobesuch lt. GfK*:	8,76 €	8,88 €	9,56 €	10,41 €	11,04 €	11,20 €	1,4%

\*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 2012 ein durchschnittlicher Eintrittspreis von 7,65 € errechnen.

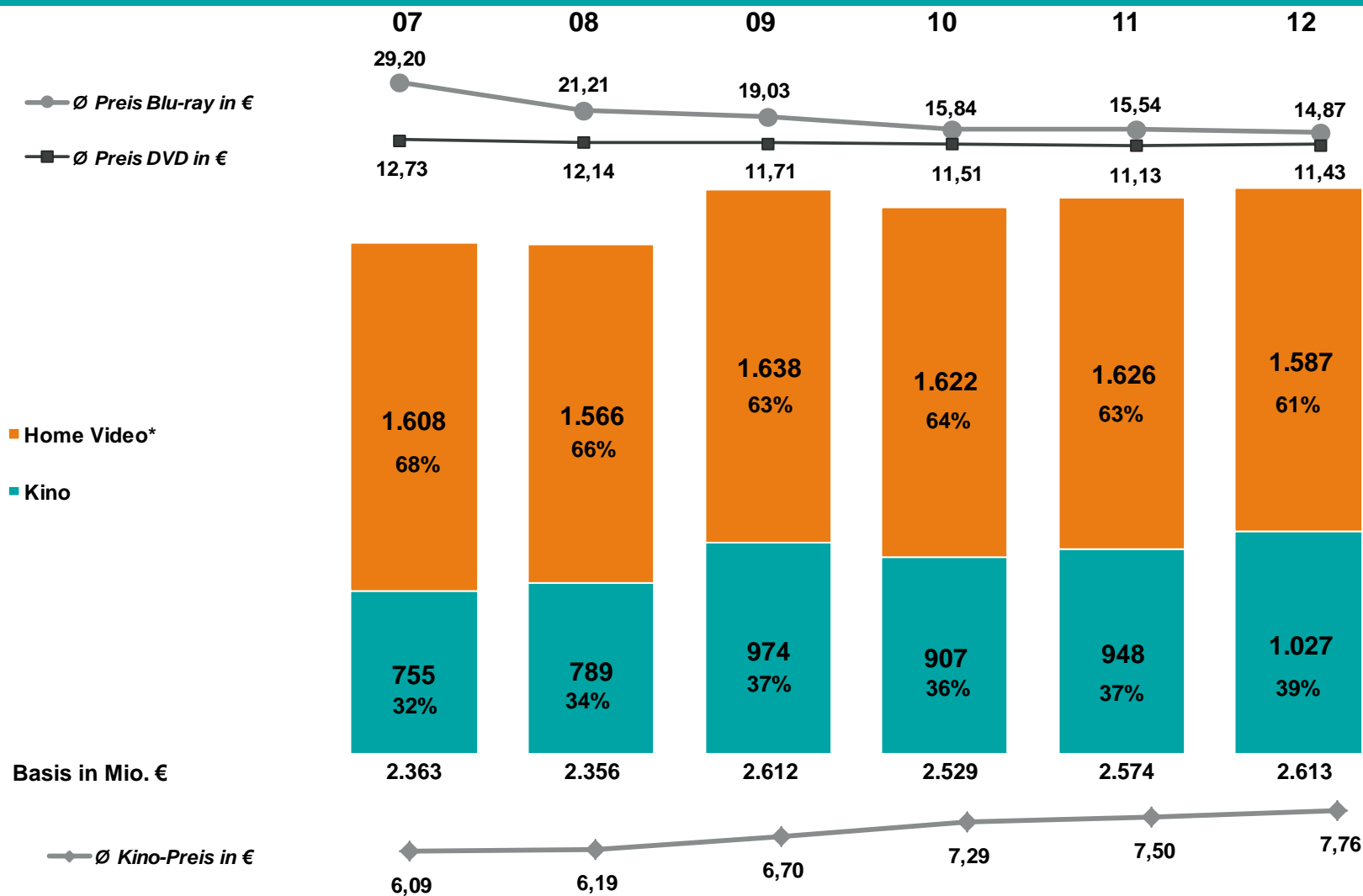
Der von der GfK ermittelte Eintrittspreis lag mit 7,76 € erneut geringfügig höher, da hier u. a. Kinder unter 10 Jahren, die meist Preisermäßigungen erhalten, nicht berücksichtigt wurden.

Im Jahr 2012 verzehrten 52% aller Besucher im Kino Getränke, Popcorn & Co. Die durchschnittlichen Ausgaben für den Verzehr pro Käufer lagen in 2012 bei 6,61 €.

## Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

### Kino vs. Home Video\*

Basis: Umsatz in Mio. €

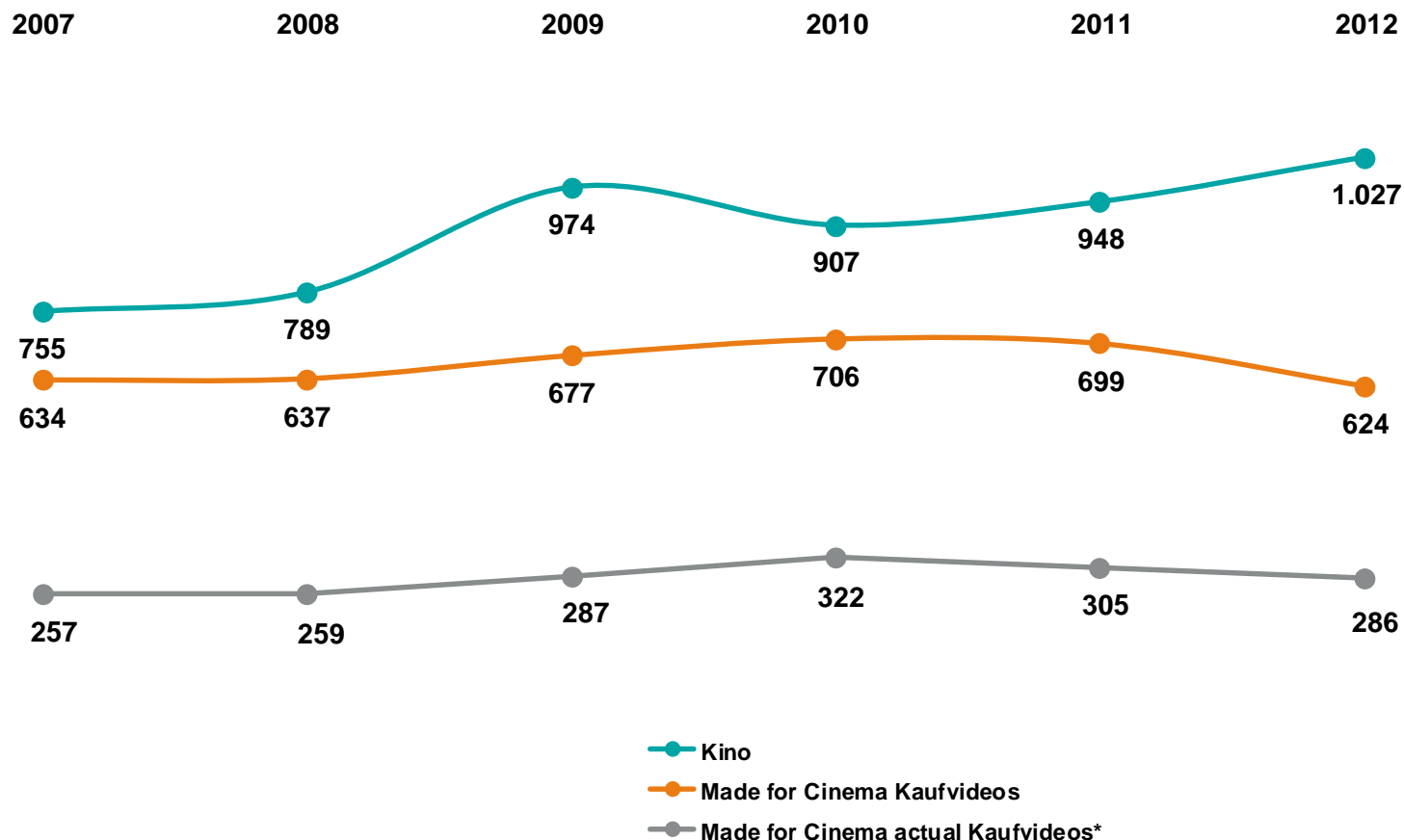


\* physischer Videokauf- und Videoleihmarkt inkl. DVD, Blu-ray und VHS (ohne digital)

## Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

### Kino vs. Home Video – Made for Cinema / Made for Cinema actual\*

Basis: Umsatz in Mio. €



\* Made for Cinema actual Kaufvideos = Veröffentlichungen innerhalb von 12 Monaten nach Kinostart (alle Formen der Vermarktung)

## Key Facts zur allgemeinen Entwicklung des Kinomarkts

- Das Jahr 2012 lockte 5% mehr Besucher in die Kinos als 2011. 8% mehr Umsatz konnten die Kinos durch Kinoticket Erlöse erwirtschaften. Dabei erzielte der Kinomarkt laut GfK mit rund 1.027 Mio. € das beste Ergebnis seit Datenerhebung.
- Der durchschnittliche Eintrittspreis für einen Kinobesuch lag bei 7,76 €.
- Die Kinobesucher waren auch in 2012 affin für Blockbuster. 28 Filme erreichten in 2012 mehr als 1 Million Besucher.
- Erfolgreichster Film war mit 8,9 Mio. Besuchern *Ziemlich beste Freunde*. Die erfolgreichste deutsche Produktion war *Türkisch für Anfänger* auf dem zehnten Platz mit 2,4 Mio. verkauften Kinotickets.
- Vier deutsche Produktionen waren 2012 Besuchermillionäre.
- Unter den TOP 10 des Jahres 2012 befanden sich drei 3D-Filme.

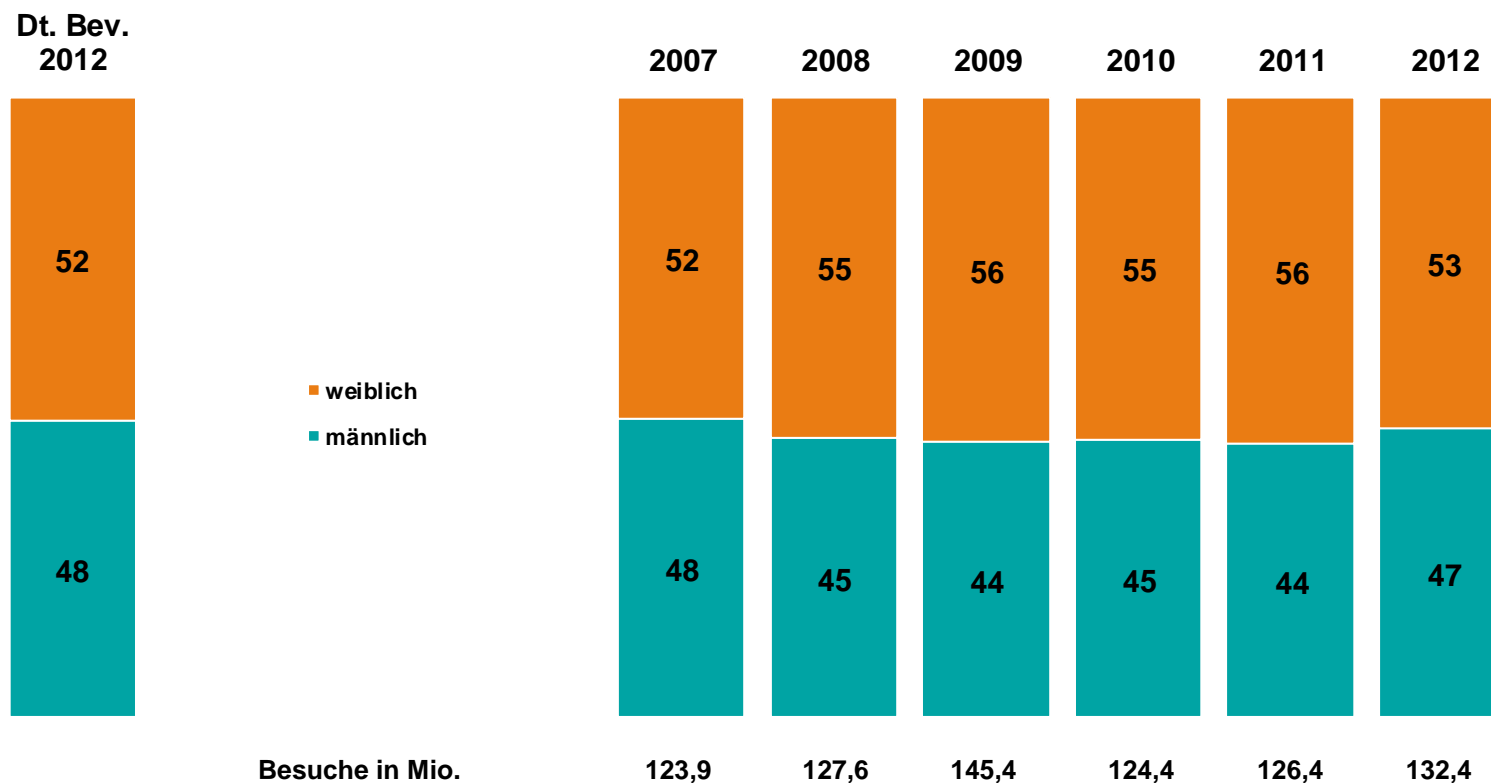
## Inhalt

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

## Kinobesucher I

### Geschlecht der Besucher im Zeitverlauf

Basis: Besuche in %

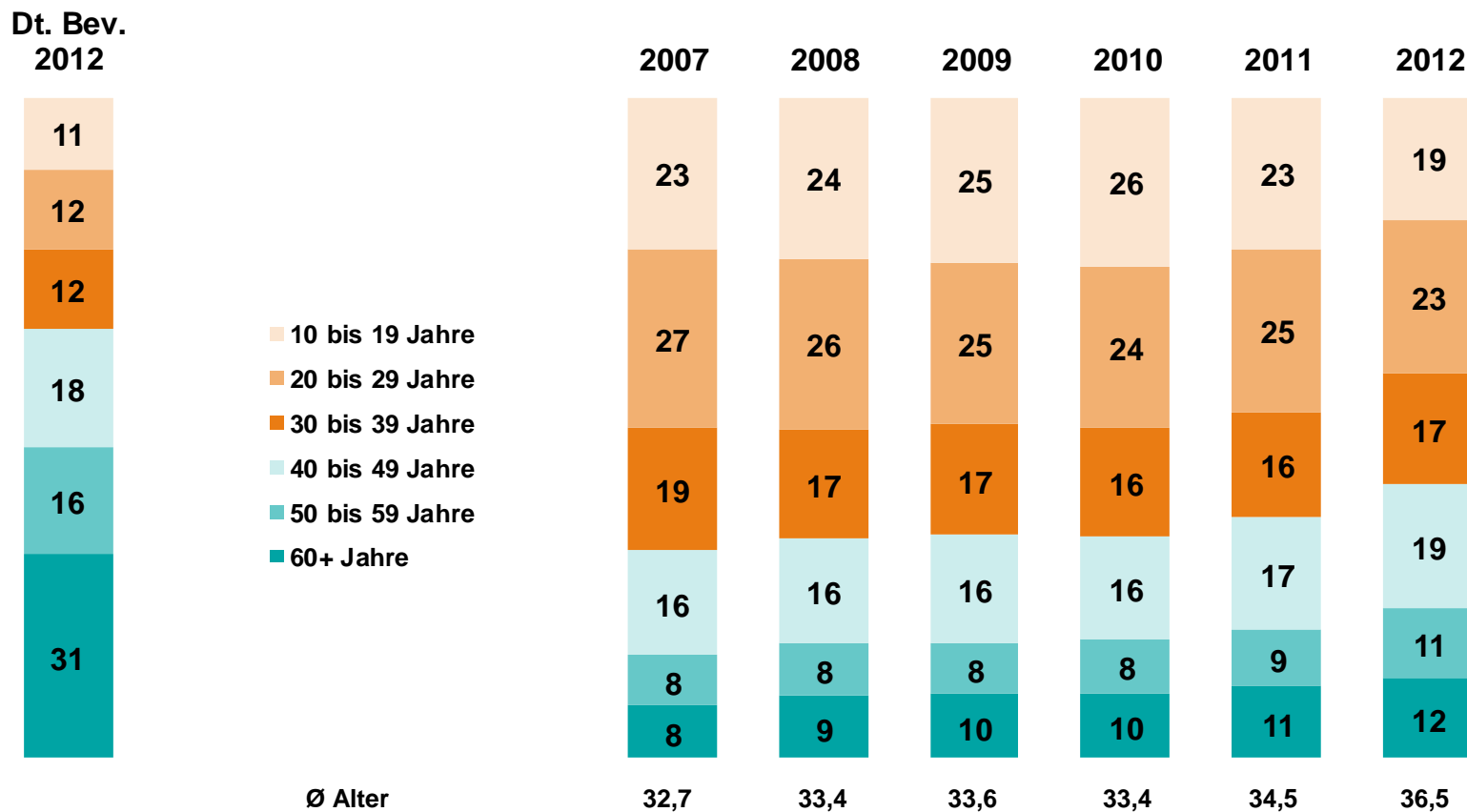


Im Jahr 2012 gingen wie in den Vorjahren mehr Frauen als Männer in deutsche Kinos. Der Anteil der Männer ist erstmals wieder leicht angestiegen.

## Kinobesucher I

### Alter der Besucher im Zeitverlauf

Basis: Besuche in %



Der Anteil der Jugendlichen und Twens sank 2012 auf 19% bzw. 23%. Das Durchschnittsalter des Kinobesuchers stieg stärker an als in den Vorjahren und lag bei 36,5 Jahren.



## Kinobesucher I

# Gewinne und Verluste – Alter und Geschlecht

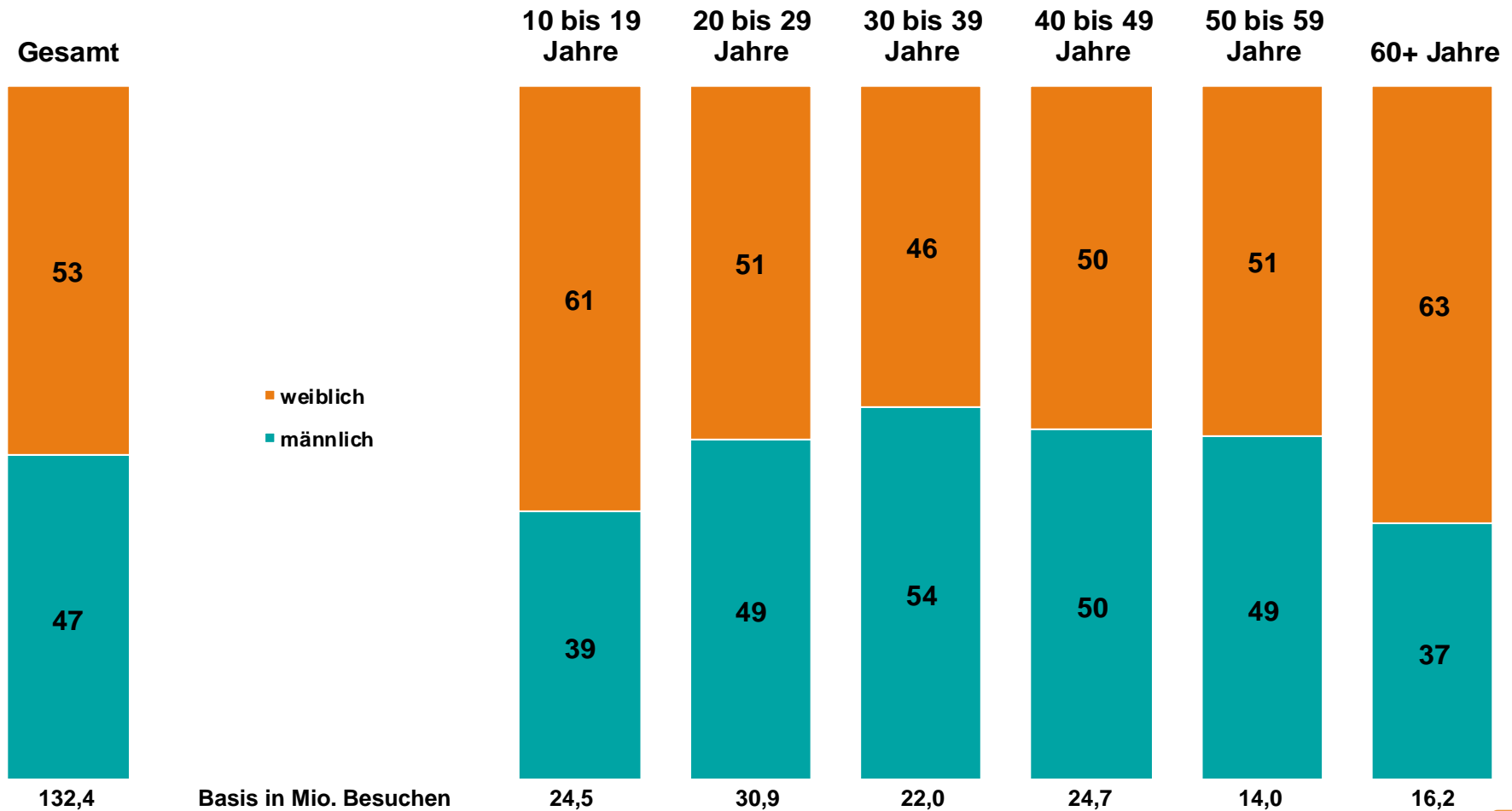
Basis: Besuche in Mio.

	Veränderung 2012 vs. 2011	Mio. Besuche	
		2011	2012
Total	5%	126,4	132,4
weiblich	0%	70,6	70,6
männlich	11%	55,8	61,8
10 bis 19 Jahre	-15%	29,0	24,5
20 bis 29 Jahre	0%	31,1	30,9
30 bis 39 Jahre	9%	20,1	22,0
40 bis 49 Jahre	14%	21,7	24,7
50 bis 59 Jahre	29%	10,8	14,0
60+ Jahre	18%	13,8	16,2

## Kinobesucher I

### Alter der Besucher – Geschlecht

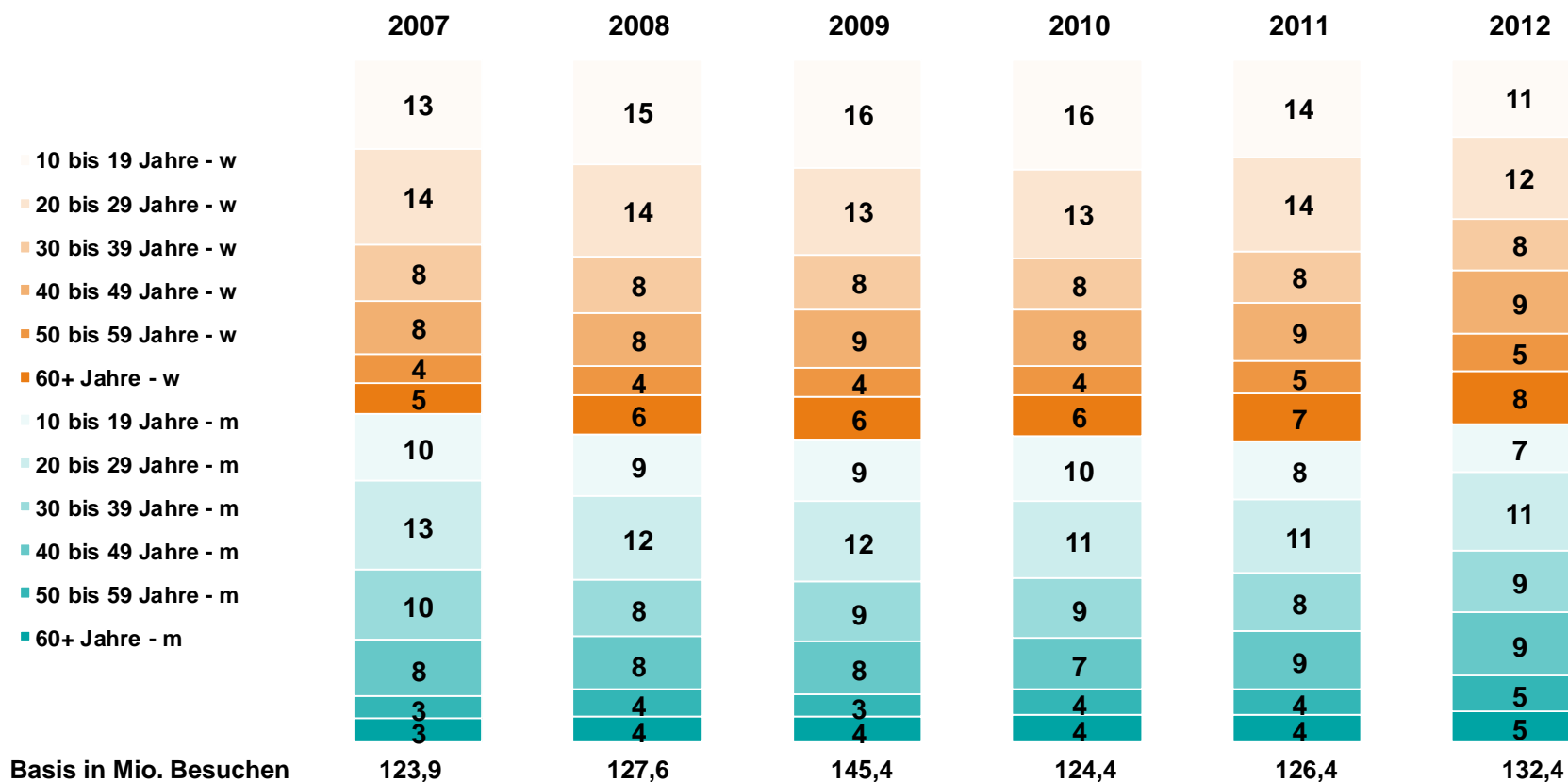
Basis: Besuche in %



## Kinobesucher I

### Alter der Besucher nach Geschlecht im Zeitverlauf

Basis: Besuche in %

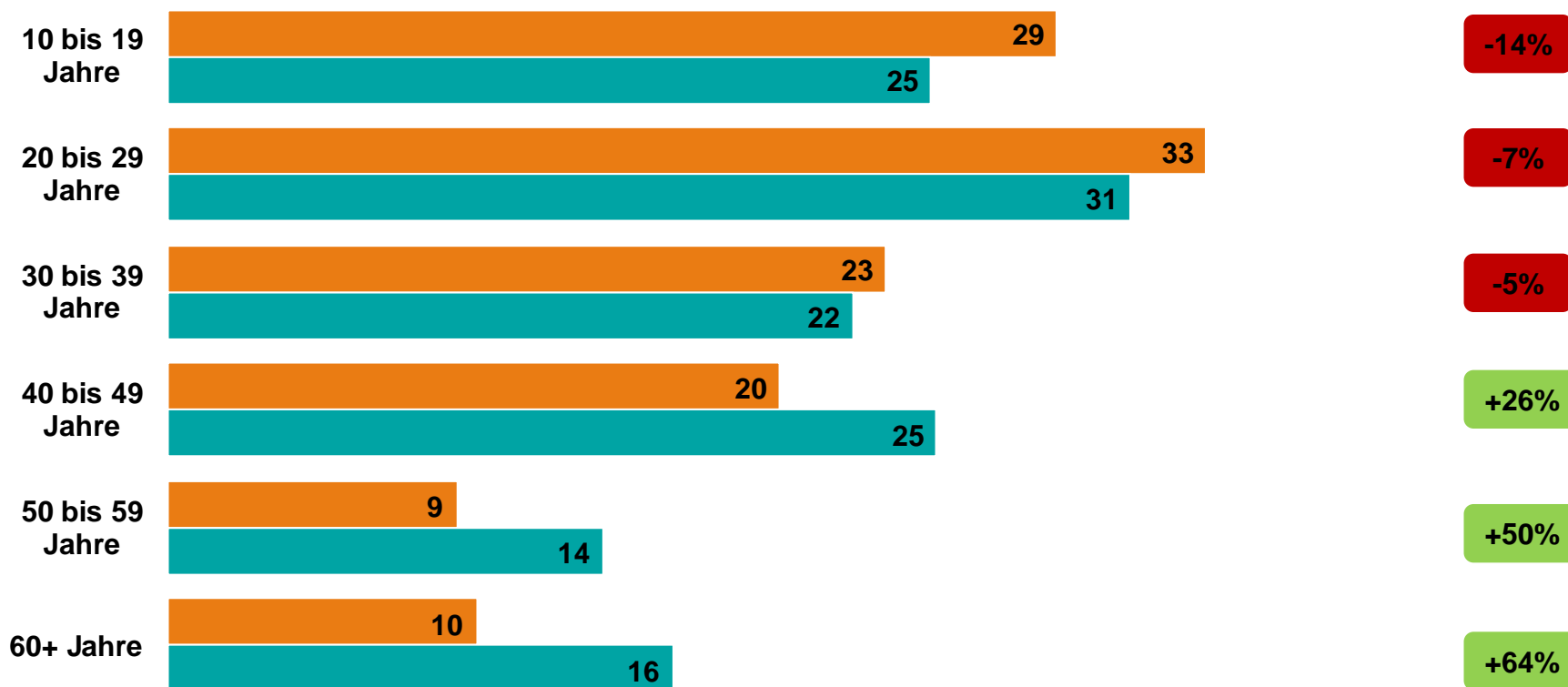


## Kinobesucher I

# Alter der Besucher – Vergleich 2007/2012

Basis: Besuche in Mio.

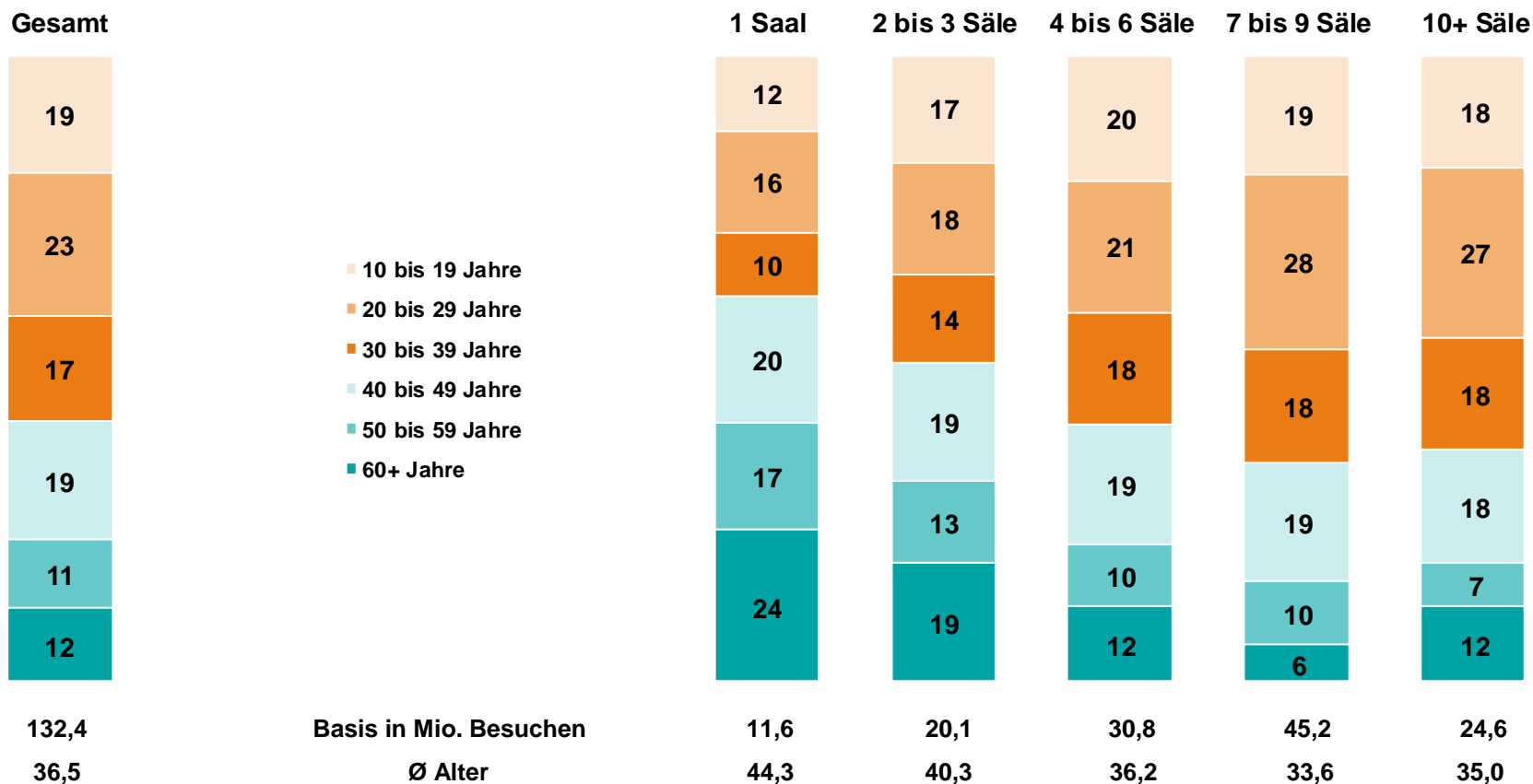
12 vs. 07



■ 2007  
■ 2012

## Kinobesucher I Anzahl der Säle – Altersgruppen

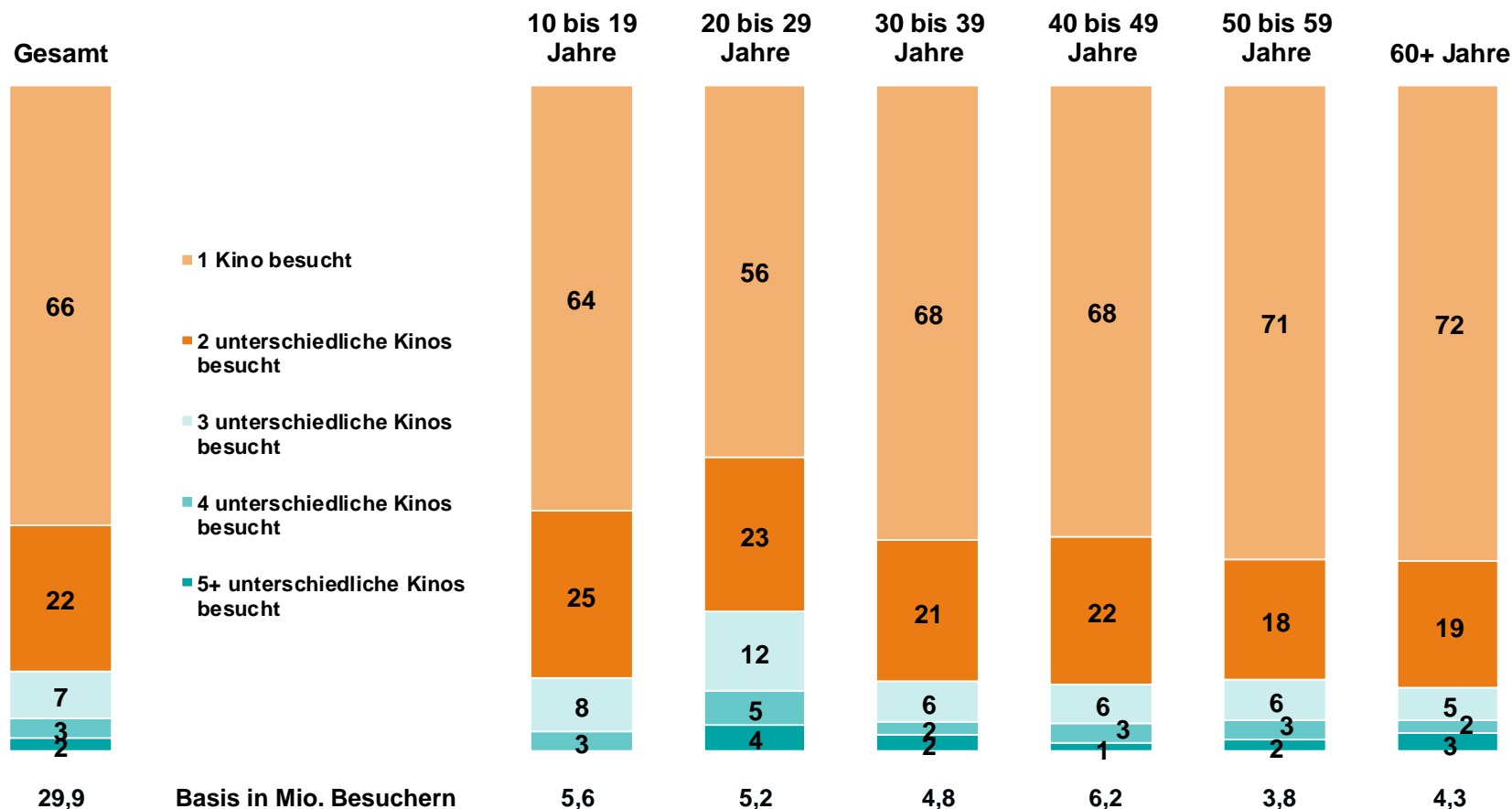
Basis: Besuche in %



## Kinobesucher I

### Anzahl besuchter Kinos – Altersgruppen

Basis: Besucher in %



## Key Facts zum Kinobesucher I *soziodemografisch und kinospezifisch*

- Den größten Besucheranteil stellten auch 2012 die 20 bis 29 Jährigen mit 23%. Jugendliche bis 19 Jahre und die 40 bis 49 Jährigen machten je 19% der Kinobesucher aus.
- Im Zeitverlauf der letzten sechs Jahre ist die Zahl der 20 bis 29 Jährigen Kinobesucher jedoch um 7% zurückgegangen. Bei den 10 bis 19 Jährigen ist ein Rückgang von 14% zu verzeichnen.
- Die Altersgruppen ab 50 Jahren sind im gleichen Zeitraum kinoaffiner geworden. Im Vergleich zu 2007 lösten die 50 bis 59 Jährigen in 2012 50% und die Generation 60+ sogar 64% mehr Tickets. Dabei stellten diese Altersgruppen nur 23% des Gesamtkinobesuches.
- Das Kinopublikum bleibt weiterhin weiblicher (53%), jedoch ist der Männeranteil 2012 erstmals seit 2007 wieder angestiegen.
- Der Kinobesuch stieg in 2012 im Vergleich zum Vorjahr in den Altersgruppen 30+ Jahre an, besonders stark jedoch bei den 50 bis 59 Jährigen (+29%) und der Generation 60+ Jahre (+18%). Nur bei den Jugendlichen unter 19 Jahren waren Verluste von 15% zu verzeichnen.

## Inhalt

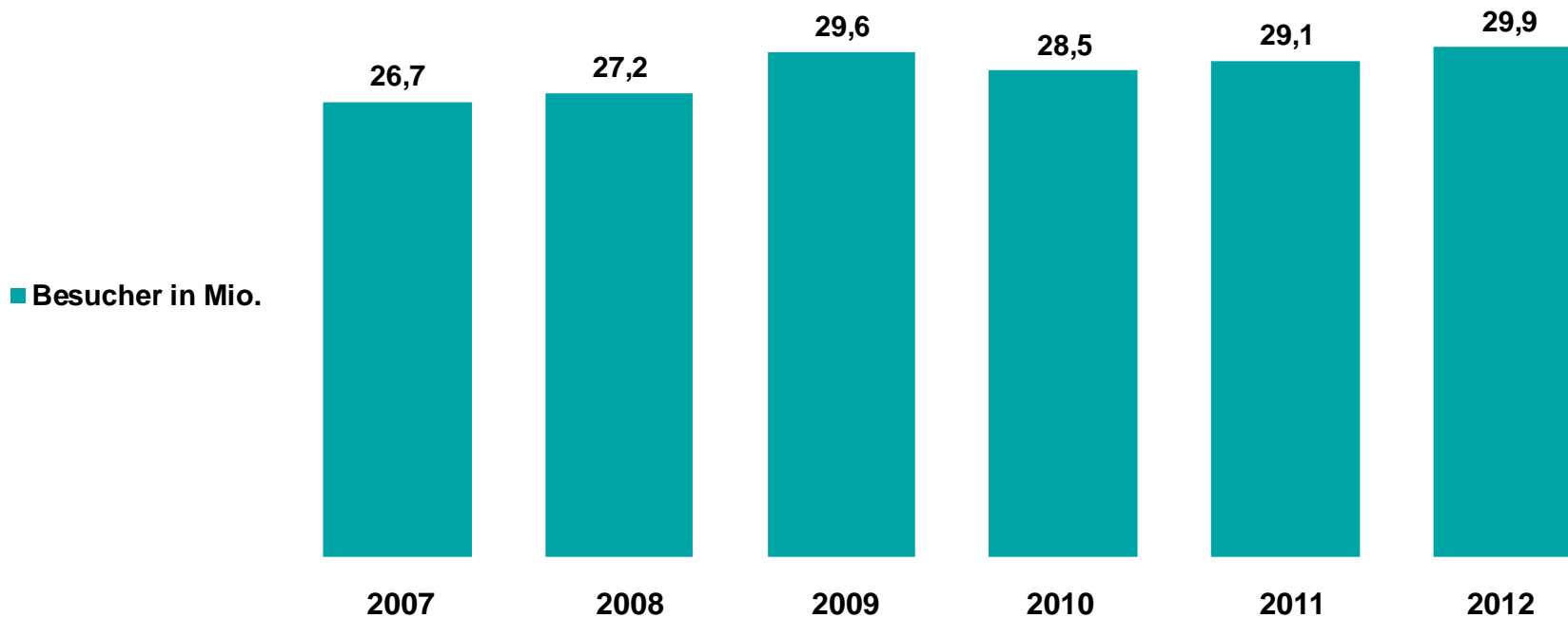
- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2 Kinobesucher I – soziodemografisch und kinospezifisch
- 3 Kinobesucher II – Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher III – filmspezifisch



## Kinobesucher II

# Reichweitenentwicklung und Besuche pro Kopf

Basis: Besucher in Mio.



Reichweite

39%

40%

44%

42%

43%

44%

Besuche pro Kopf

4,6

4,7

4,9

4,4

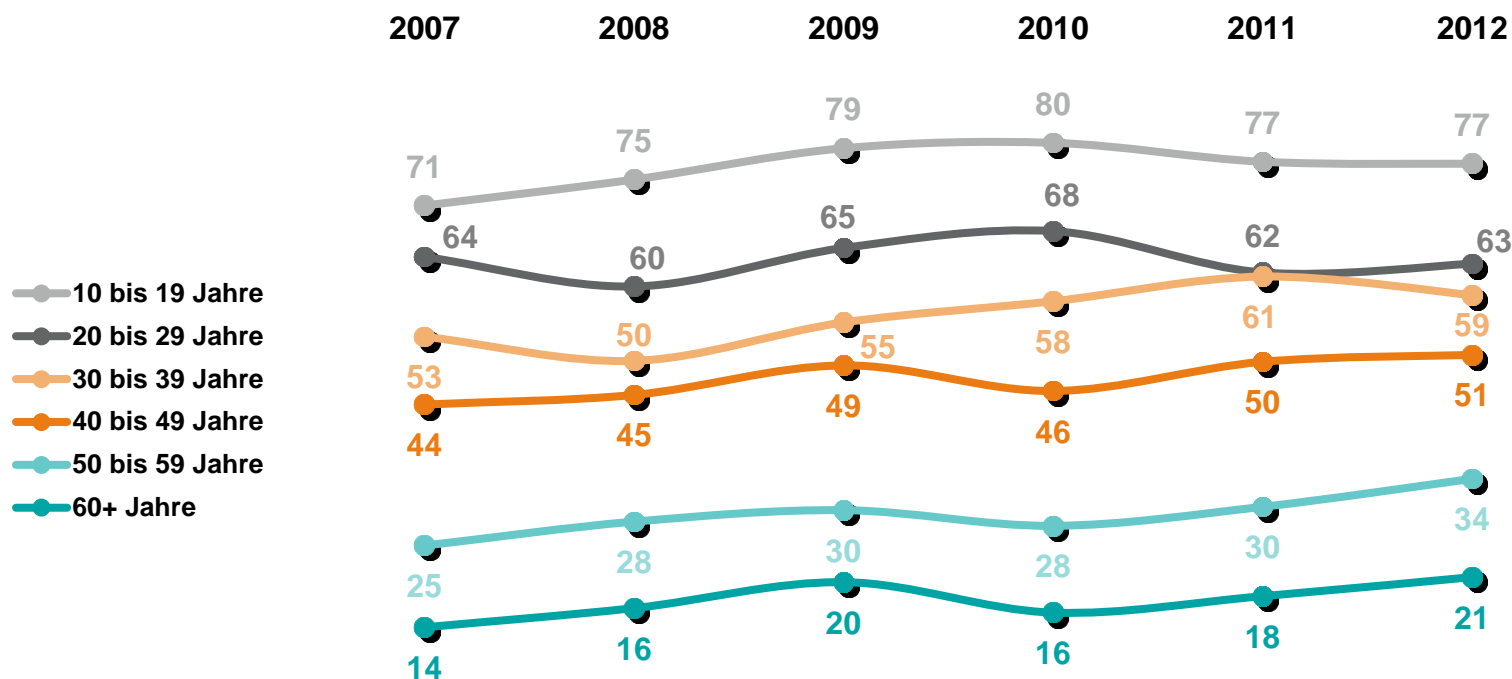
4,3

4,4

## Kinobesucher II

### Reichweitenentwicklung – Altersgruppen

Basis: Besucher in %



Bei den 40+ Jährigen konnten 2012 die höchste Reichweite innerhalb der letzten sechs Jahre verzeichnet werden.

## Kinobesucher II

### Reichweiten 2012 – Alter und Geschlecht

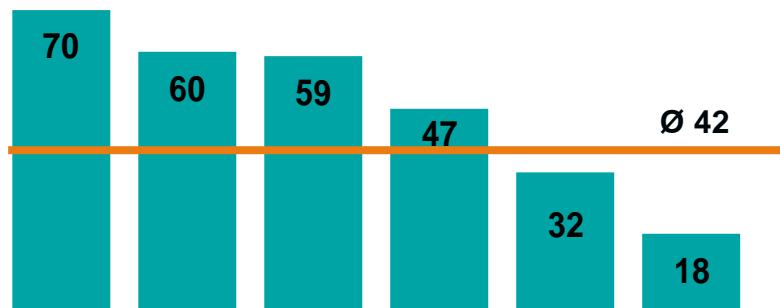
Basis: Besucher in %

#### Männer

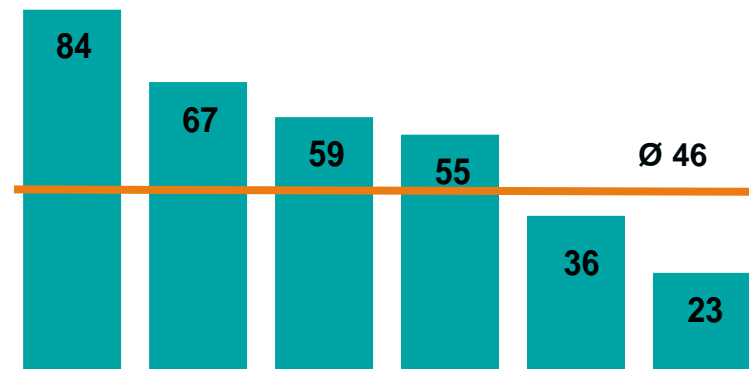
#### Frauen

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



■ Besucherreichweite



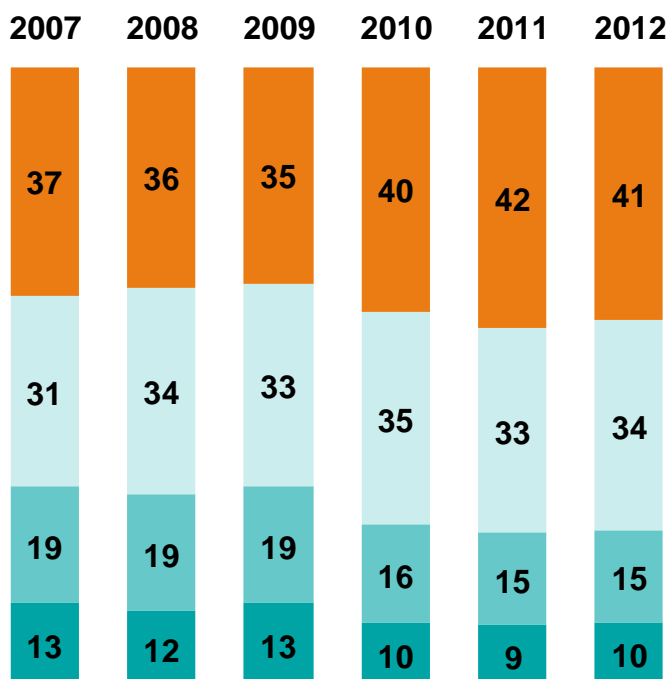
Die höchste Reichweite erreichten sowohl bei den Männern als auch bei den Frauen mit großem Abstand die 10 bis 19 Jährigen.

## Kinobesucher II

# Entwicklung der Besuchsintensität

Basis: Besucher und Umsatz in %, GfK-Panel

Personen in %



- 1x
- 2x bis 3x
- 4x bis 6x
- 7x und mehr

Umsatz in %



26,7	27,2	29,6	28,5	29,1	29,9
4,6	4,7	4,9	4,4	4,3	4,4

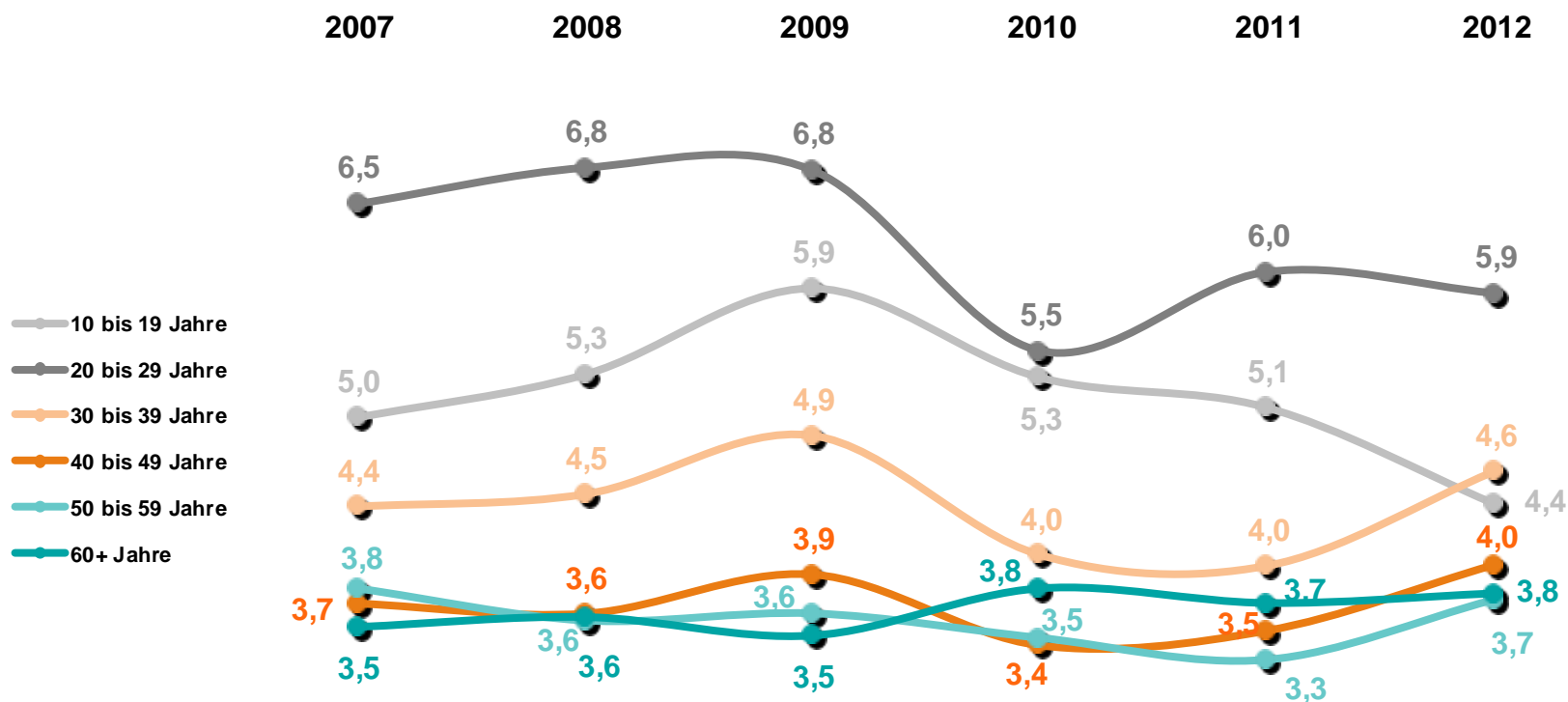
Basis in Mio. Pers./ €  
Ø Besuchsintensität

755	789	974	907	948	1.027
-----	-----	-----	-----	-----	-------

## Kinobesucher II

### Entwicklung der Besuchsintensität – Altersgruppen

Basis: Besuche

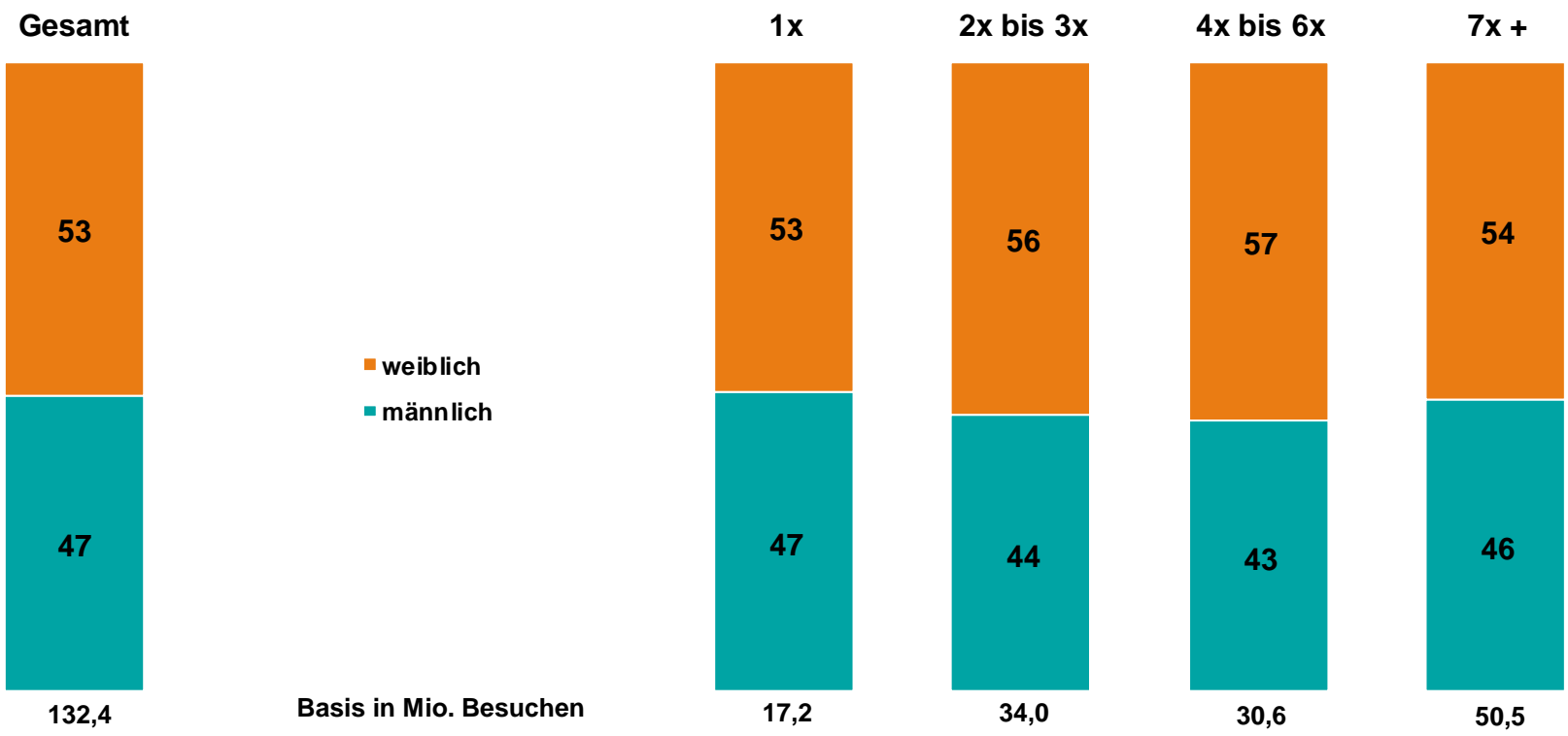


Die Besuchsintensität sank 2012 wie in den Jahren zuvor mit zunehmendem Alter. Dabei gingen vor allem die 20 bis 29 Jährigen überdurchschnittlich oft ins Kino.

## Kinobesucher II

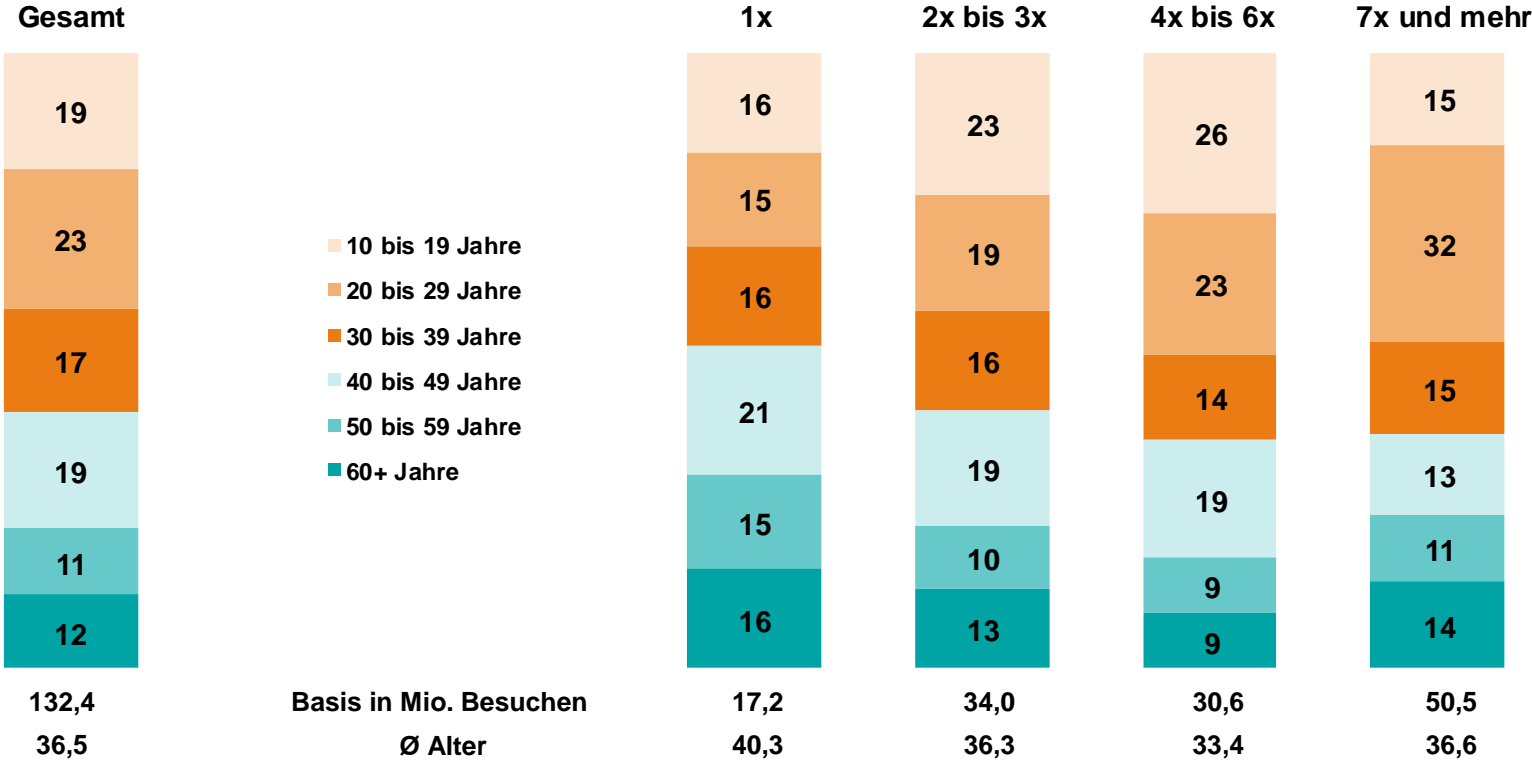
### Besuchsintensität – Geschlecht

Basis: Besuche in %



## Kinobesucher II Besuchsintensität – Altersgruppen

Basis: Besuche in %



## Key Facts zum Kinobesucher II

### *Reichweiten und Intensitäten*

- **29,9 Mio. Kinobesucher bildeten 2012 die Gruppe der Kinogänger, 0,8 Mio. Personen mehr als in 2011 (+3%). Dieser Wert ist der höchste der letzten sechs Jahre.**
- **Die Anzahl der Besuche pro Kopf hat ebenfalls zugenommen und lag in 2012 mit 4,4 leicht über dem Wert von 2011 (4,3). In den Altersgruppen ab 30 Jahren konnte eine Intensivierung verzeichnet werden, die die starke Extensivierung der unter 30 Jährigen ausgleichen konnte.**
- **Die Reichweite zeigt weiterhin eine positive Entwicklung auf 44% in 2012 und sinkt wie gewohnt mit steigendem Alter. Die höchste Reichweite erreichten die 10 bis 19 Jährigen mit 77% und hier insbesondere die jungen Frauen mit einer Reichweite von 84%.**
- **Die 20 bis 29 Jährigen bleiben die aktivsten Kinobesucher. Sie stellten 2012 32% der „intensiven Kinogänger“ mit mehr als sieben Besuchen.**



## Inhalt

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

## Kinobesucher III

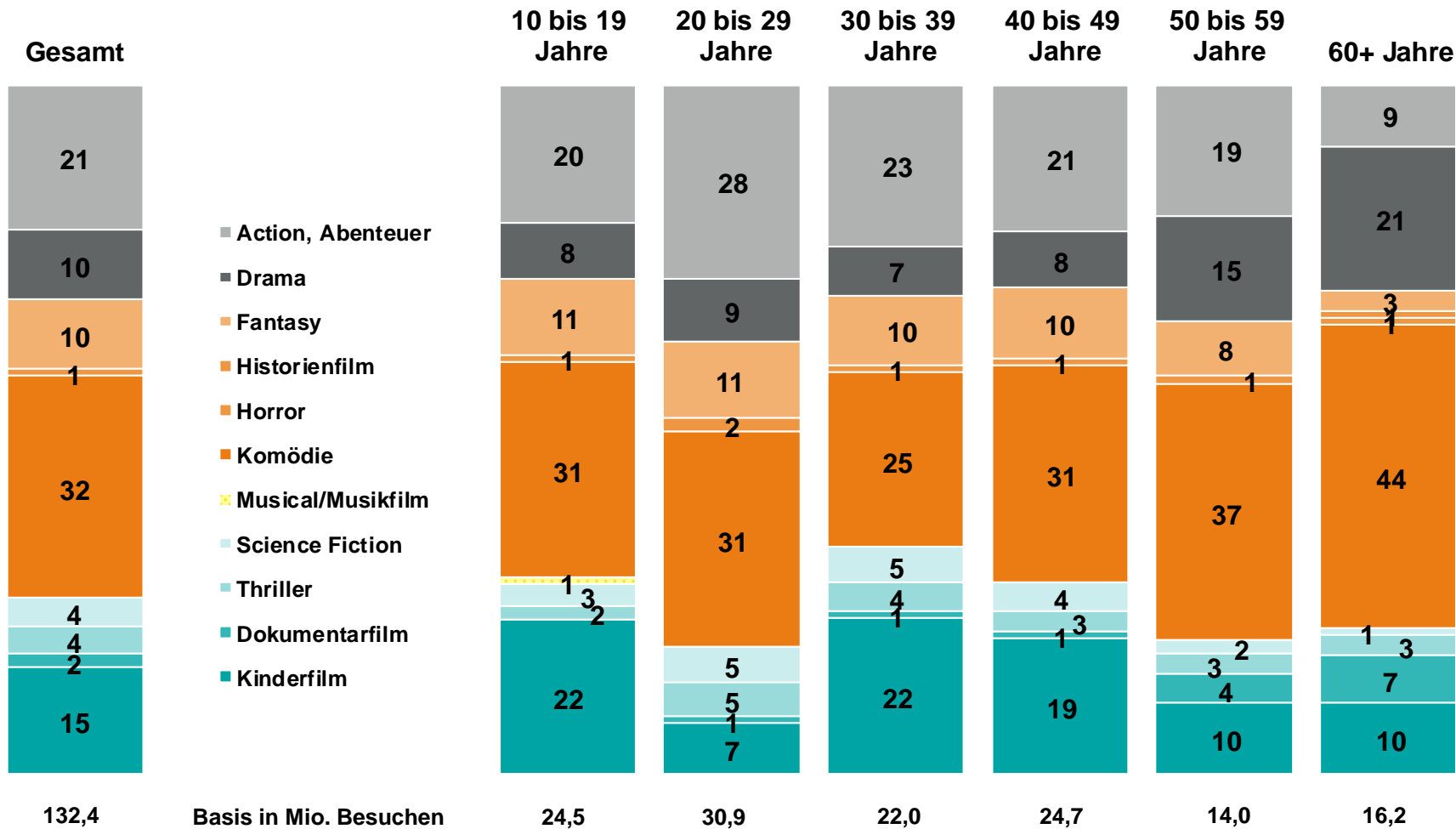
### Top 10 Titel 2012 – Altersgruppen

Basis: Besuche in Mio.

10 bis 19 Jahre	20 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50+ Jahre
Ice Age 4 - Voll verschoben	Skyfall	Ice Age 4 - Voll verschoben	Skyfall	Ziemlich beste Freunde
Skyfall	Ziemlich beste Freunde	Skyfall	Ziemlich beste Freunde	Skyfall
Breaking Dawn - Bis(s) zum Ende der Nacht 2	Der Hobbit: Eine unerwartete Reise	Ziemlich beste Freunde	Ice Age 4 - Voll verschoben	Ice Age 4 - Voll verschoben
Ziemlich beste Freunde	Ted	Der Hobbit: Eine unerwartete Reise	Der Hobbit: Eine unerwartete Reise	Der Hobbit: Eine unerwartete Reise
Der Hobbit: Eine unerwartete Reise	The Dark Knight Rises	Madagascar 3: Flucht durch Europa	Madagascar 3: Flucht durch Europa	Best Exotic Marigold Hotel
Madagascar 3: Flucht durch Europa	Breaking Dawn - Bis(s) zum Ende der Nacht 2	The Dark Knight Rises	Breaking Dawn - Bis(s) zum Ende der Nacht 2	Die eiserne Lady
Die Tribute von Panem - The Hunger Games	Ice Age 4 - Voll verschoben	Breaking Dawn - Bis(s) zum Ende der Nacht 2	Men in Black 3	Wie beim ersten Mal
Ted	Marvel's The Avengers	Men in Black 3	Die Tribute von Panem - The Hunger Games	The Descendants - Familie und andere Angelegenheiten
Türkisch für Anfänger	American Pie: Das Klassentreffen	Marvel's The Avengers	Türkisch für Anfänger	The Artist
American Pie: Das Klassentreffen	Die Tribute von Panem - The Hunger Games	Ted	Ted	Und wenn wir alle zusammenziehen?

## Kinobesucher III Alter der Besucher – Genre

Basis: Besuche in %

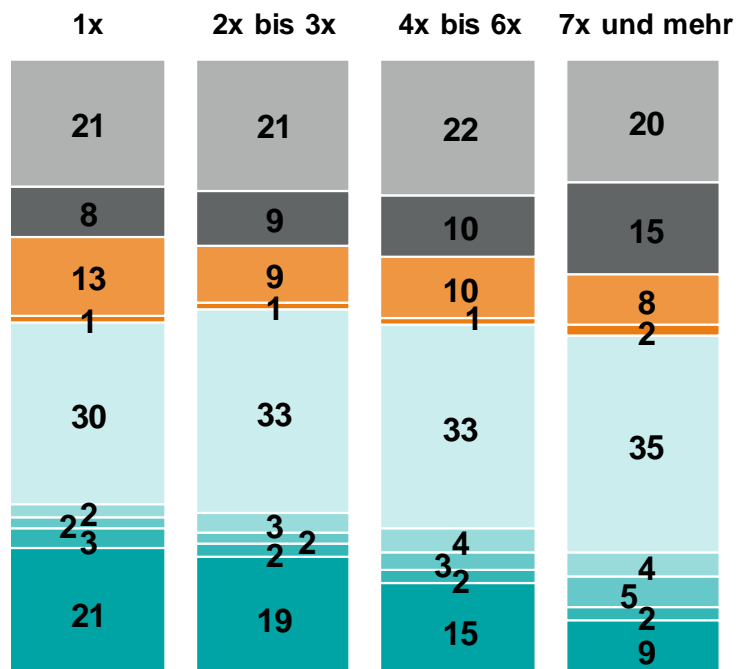


## Kinobesucher III

# Filmgenre – Besuchsintensität und Geschlecht

Basis: Besuche in %

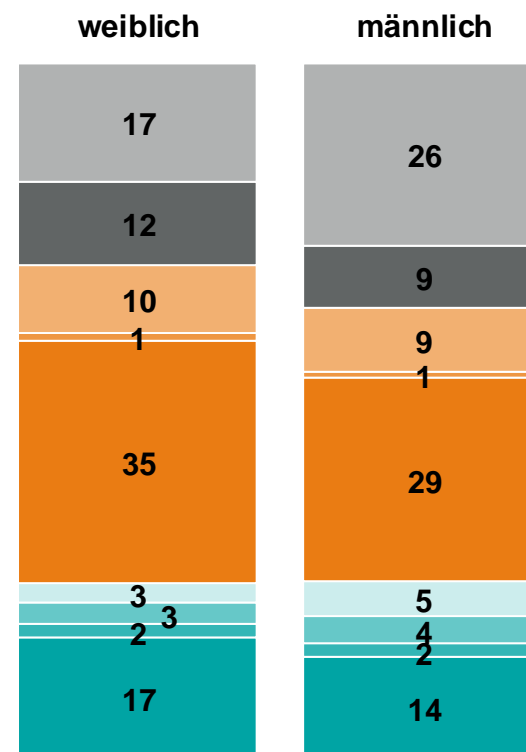
### Besuchsintensität



- Action
- Drama
- Fantasy
- Horror
- Komödie
- Science Fiction
- Thriller
- Dokumentarfilm
- Kinderfilm

Basis in Mio. Besuchen

### Geschlecht



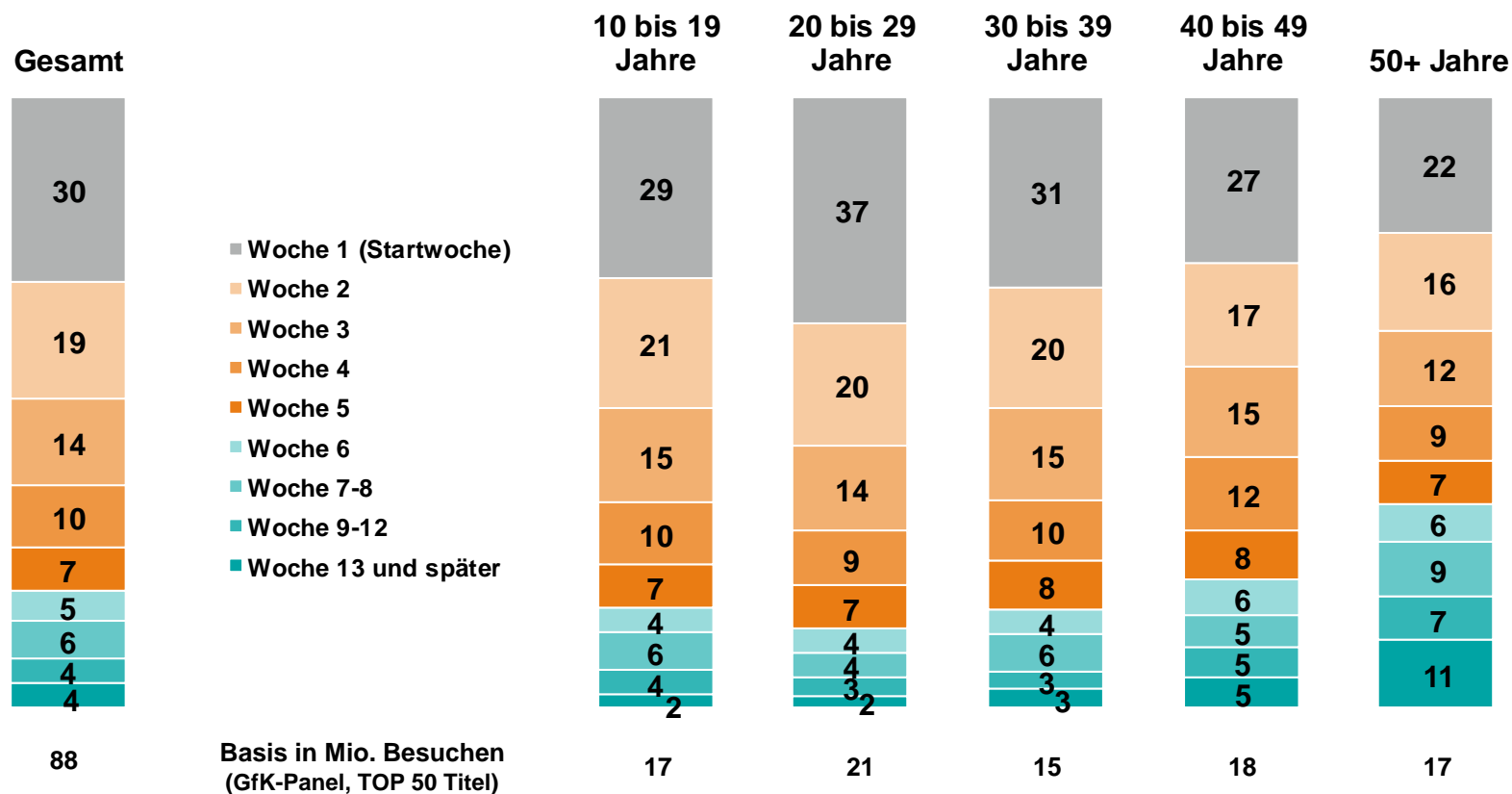
Basis in Mio. Besuchen

Basis in Mio. Besuchen

## Kinobesucher III

### Alter der Besucher – Zeitpunkt des Besuchs (Top 50 Titel)

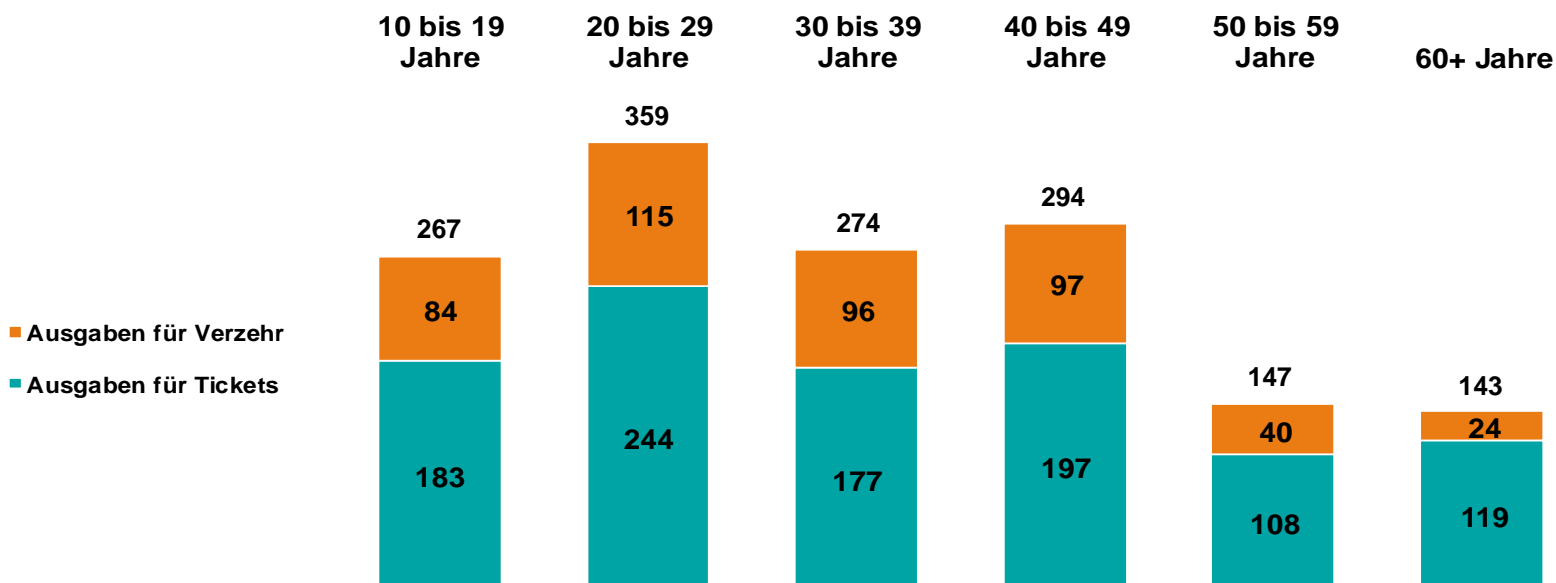
Basis: Besuche in %



## Kinobesucher III

# Ausgaben für Tickets und Verzehr

Basis: Umsatz in Mio. €, GfK-Panel



Ø Gesamtausgaben in €	10,88	11,60	12,45	11,88	10,52	8,81
Ø Ausgaben f. Verzehr in €	3,44	3,72	4,38	3,93	2,83	1,49
Anteil Verzehr in %	32	32	35	33	27	17

## Kinobesucher III

### Verzehr – Höhe des Eintrittspreises

Basis: Besucher in %



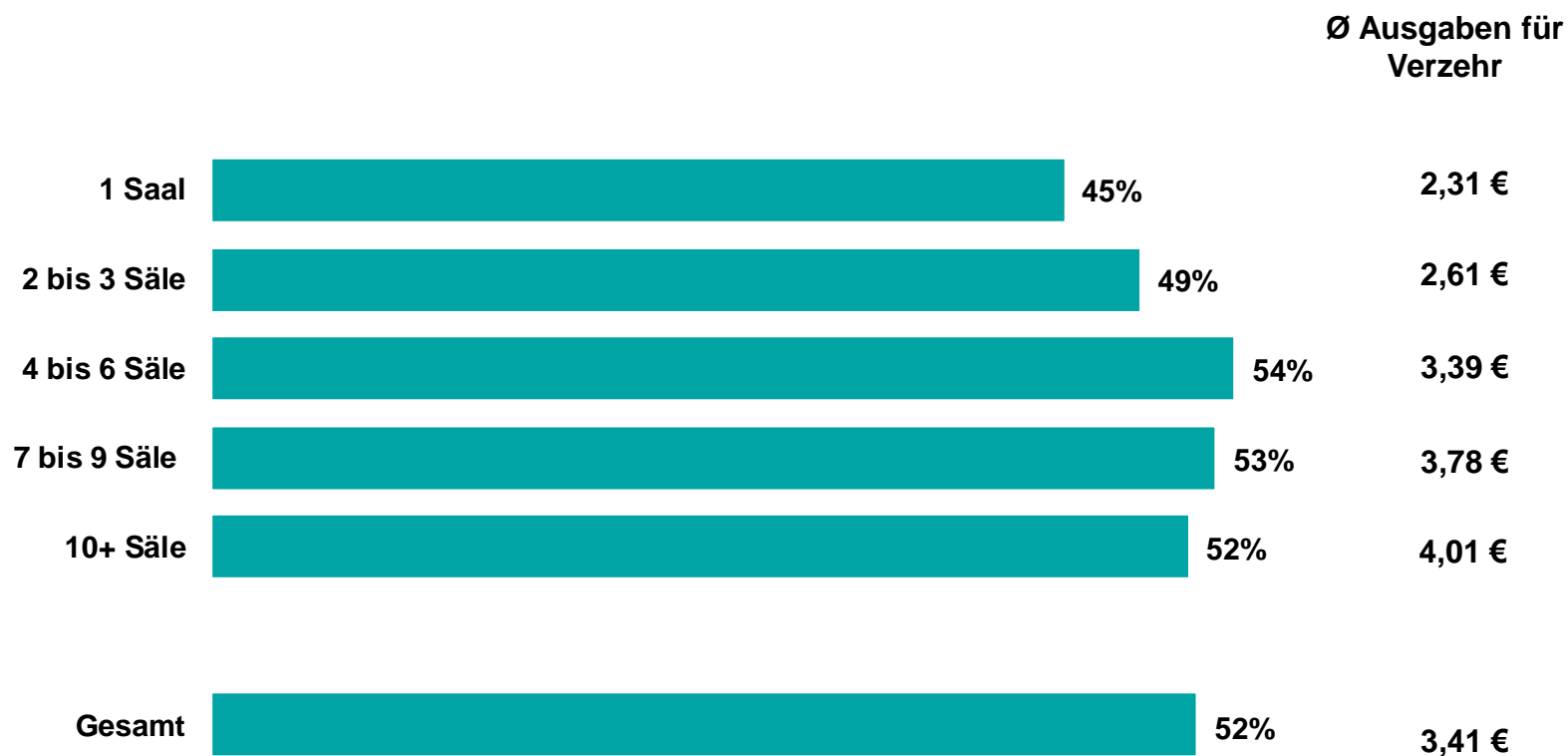
Mit Zunahme des Eintrittspreises erhöhen sich die durchschnittlichen Ausgaben für Verzehr. Die Zahl der Besucher, die Geld für den Verzehr ausgeben, erhöht sich mit Anstieg des Eintrittspreises.

→ Ein niedriger Eintrittspreis animierte auch 2012 nicht zu höheren Ausgaben.

## Kinobesucher III

### Verzehr – Anzahl der Säle

Basis: Besucher in %



**Kinos mit 4 bis 6 Sälen waren in 2012 bei der Kundenwerbung im Concession-Bereich am erfolgreichsten. Hier kauften 54% der Kinobesucher auch Speisen und Getränke.**



## *Kinobesucher III*

### Verzehr – Wochentage

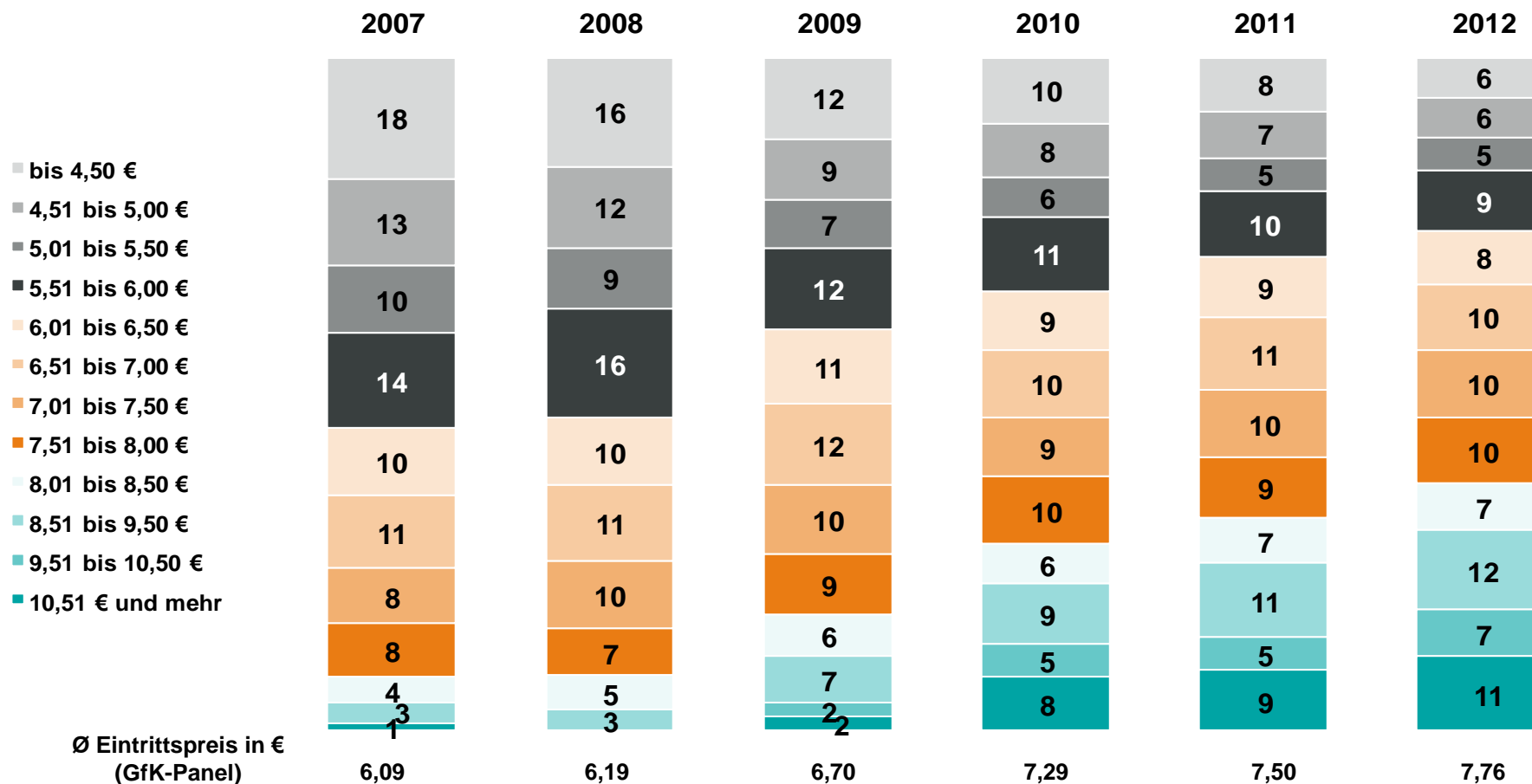
Basis: Besucher in %



Am Wochenende kaufen die Kinobesucher mehr Speisen und Getränke. Niedrige Eintrittspreise zu Beginn der Woche animierten auch in 2012 nicht zu erhöhten Ausgaben für Verzehr - eher im Gegenteil: Hier besuchten die wenigsten Kinobesucher die Concession-Kassen.

## Kinobesucher III Eintrittspreis

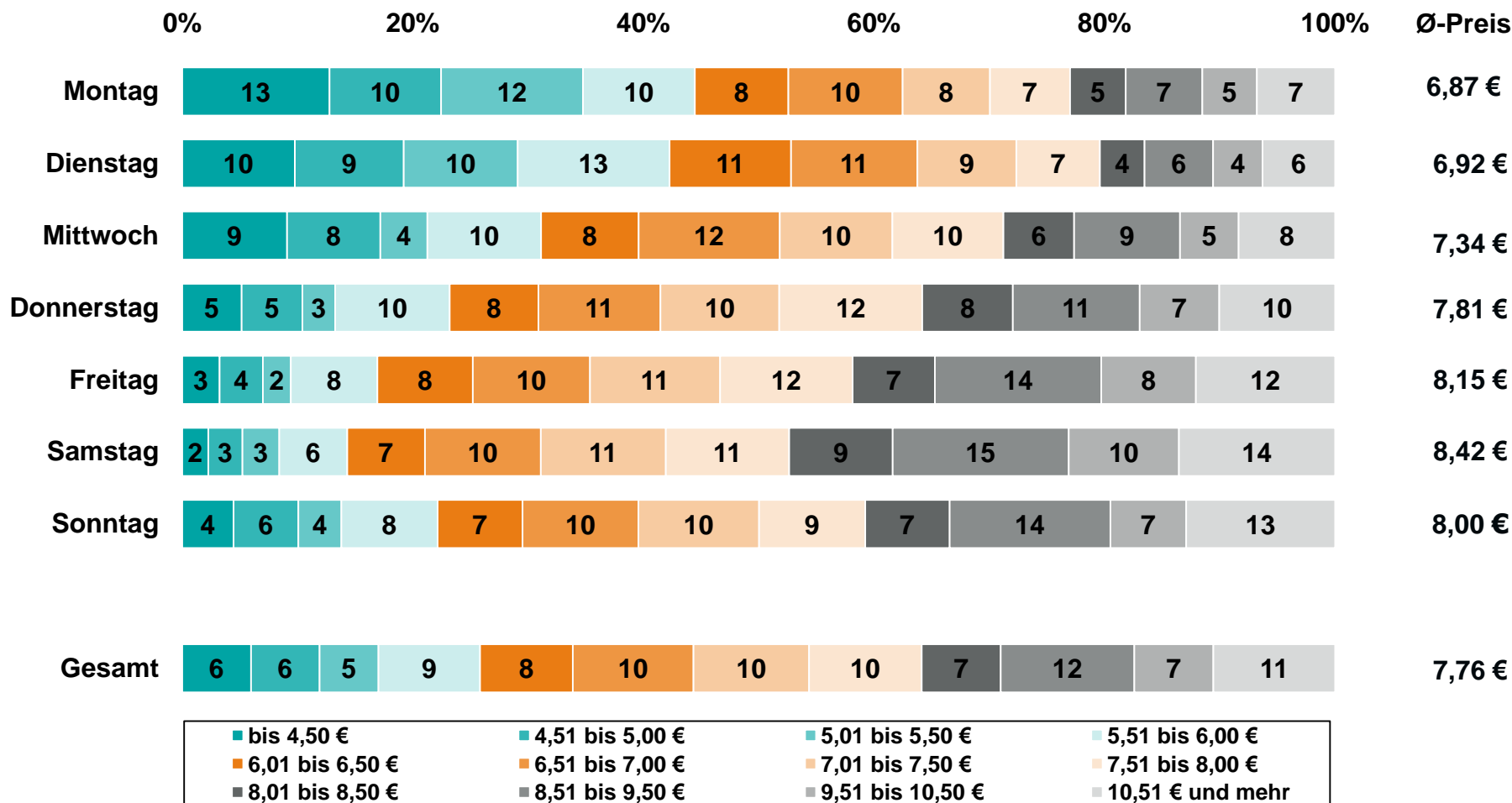
Basis: Besuche in %



**36% der Kinotickets lagen im Jahr 2012 über dem durchschnittlichen Eintrittspreis und kosteten ab 8,01 €.**

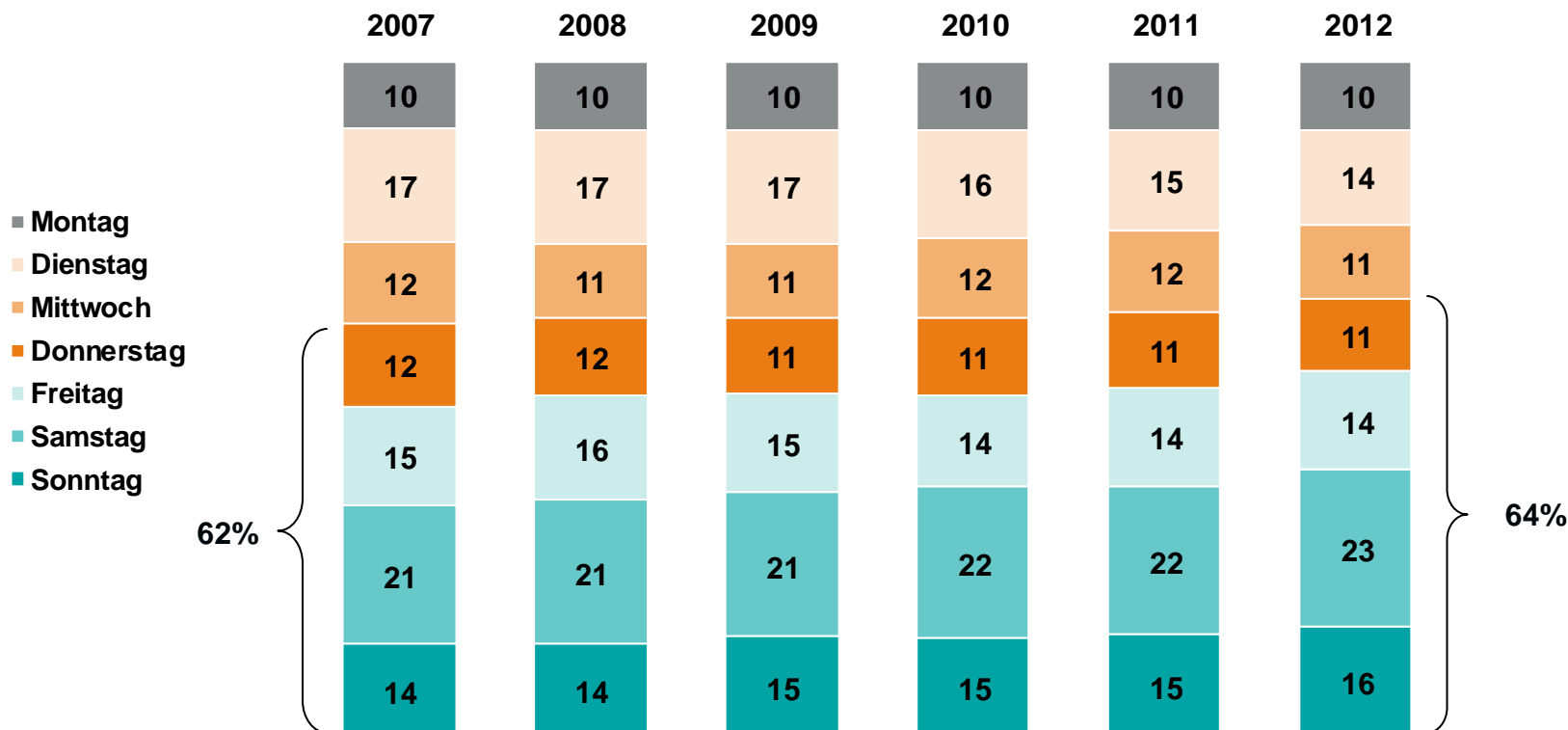
## Kinobesucher III Eintrittspreis – Wochentage

Basis: Besuche in %



## Kinobesucher III Wochentage

Basis: Besuche in %

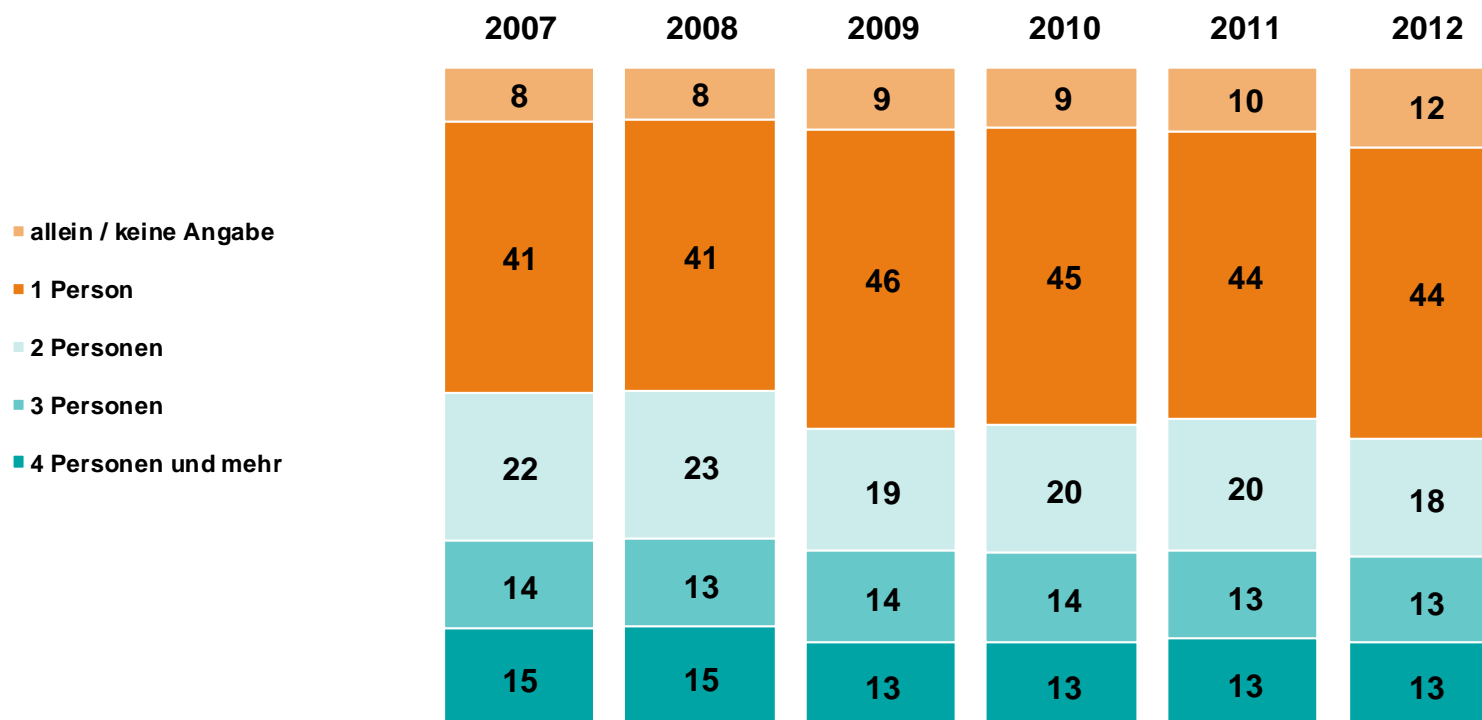


Genau wie in den Vorjahren fand der Großteil aller Kinobesuche in der zweiten Wochenhälfte von Donnerstag bis Sonntag statt.

## Kinobesucher III

### Anzahl der Begleitpersonen

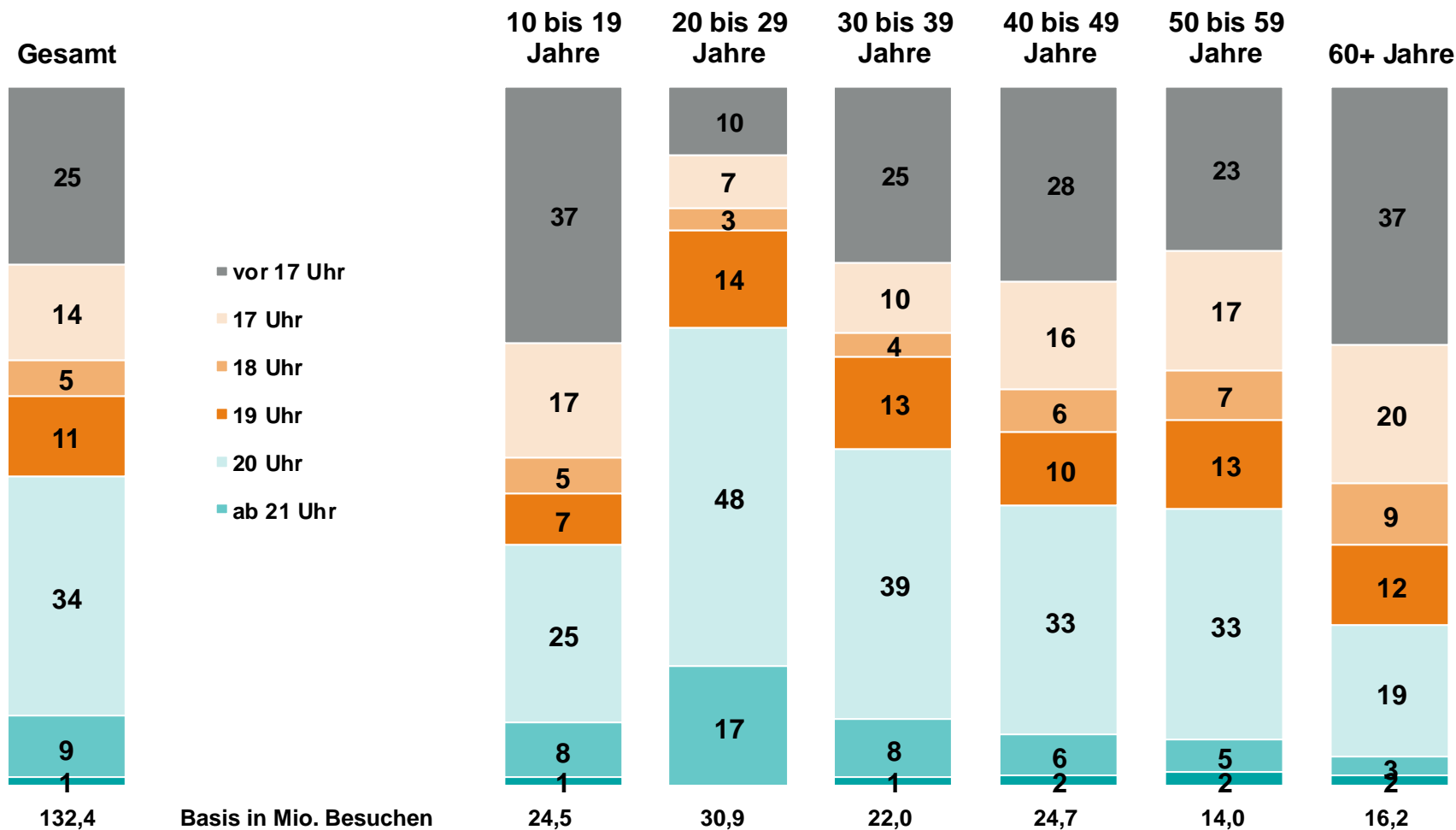
Basis: Besuche in %



Im Jahr 2012 ging man durchschnittlich gemeinsam mit 2,0 Personen ins Kino.

## Kinobesucher III Filmbeginn – Altersgruppen

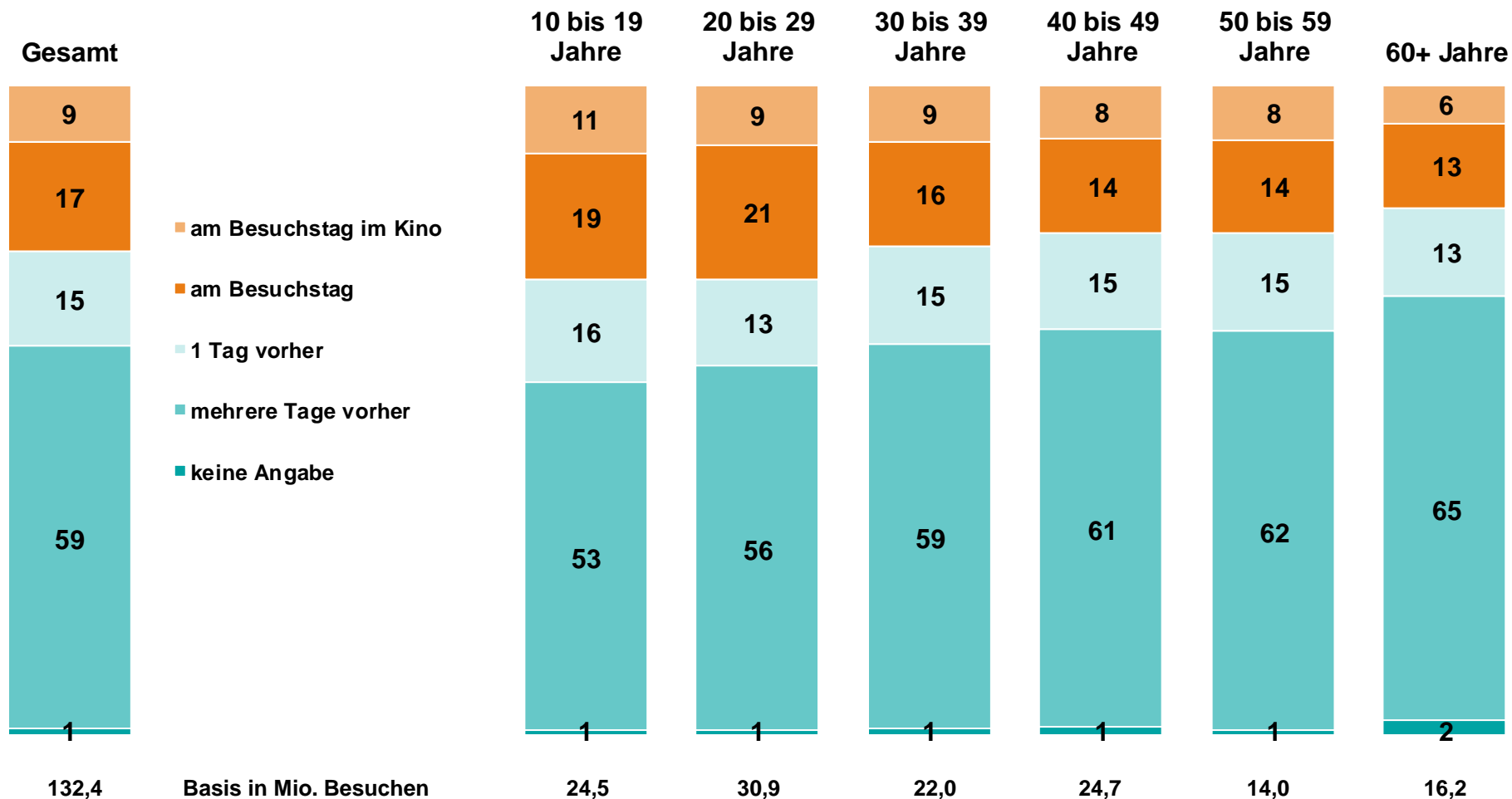
Basis: Besuche in %



## Kinobesucher III

### Planung des Kinobesuchs — Altersgruppen

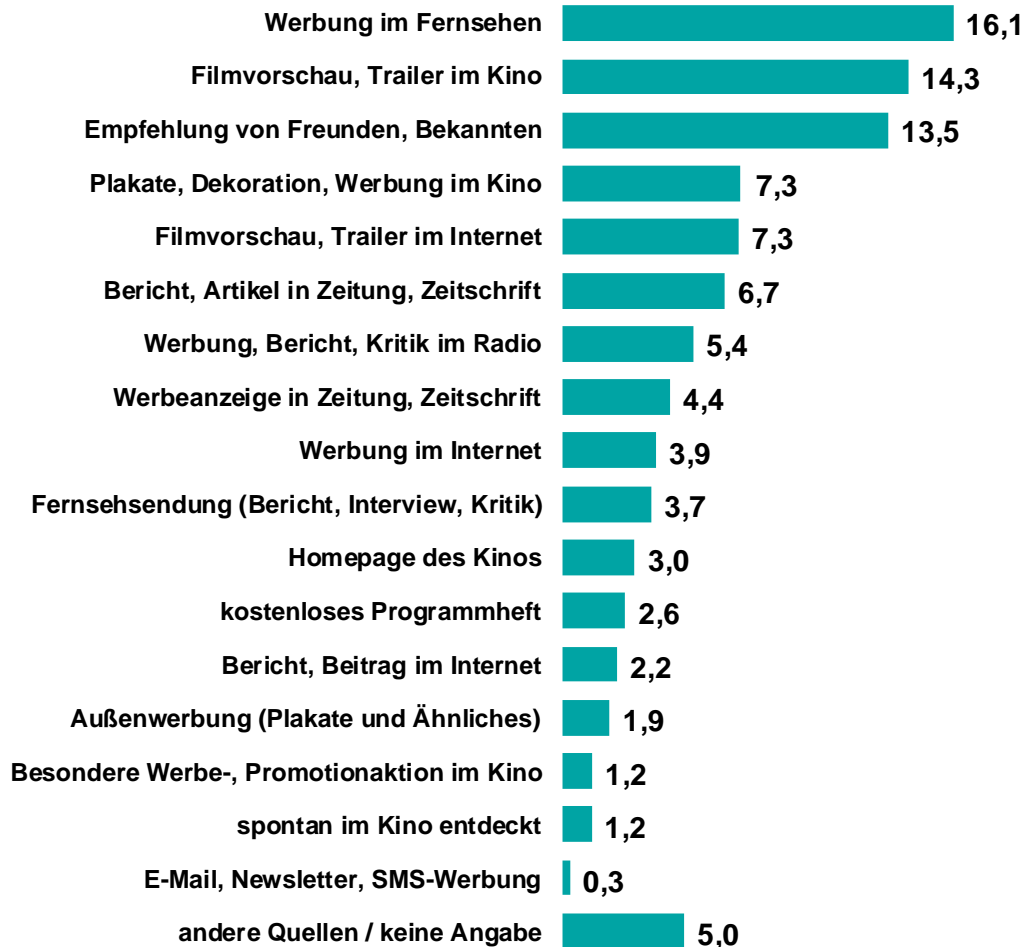
Basis: Besuche in %



## Kinobesucher III

### Sources of Awareness 2012

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)

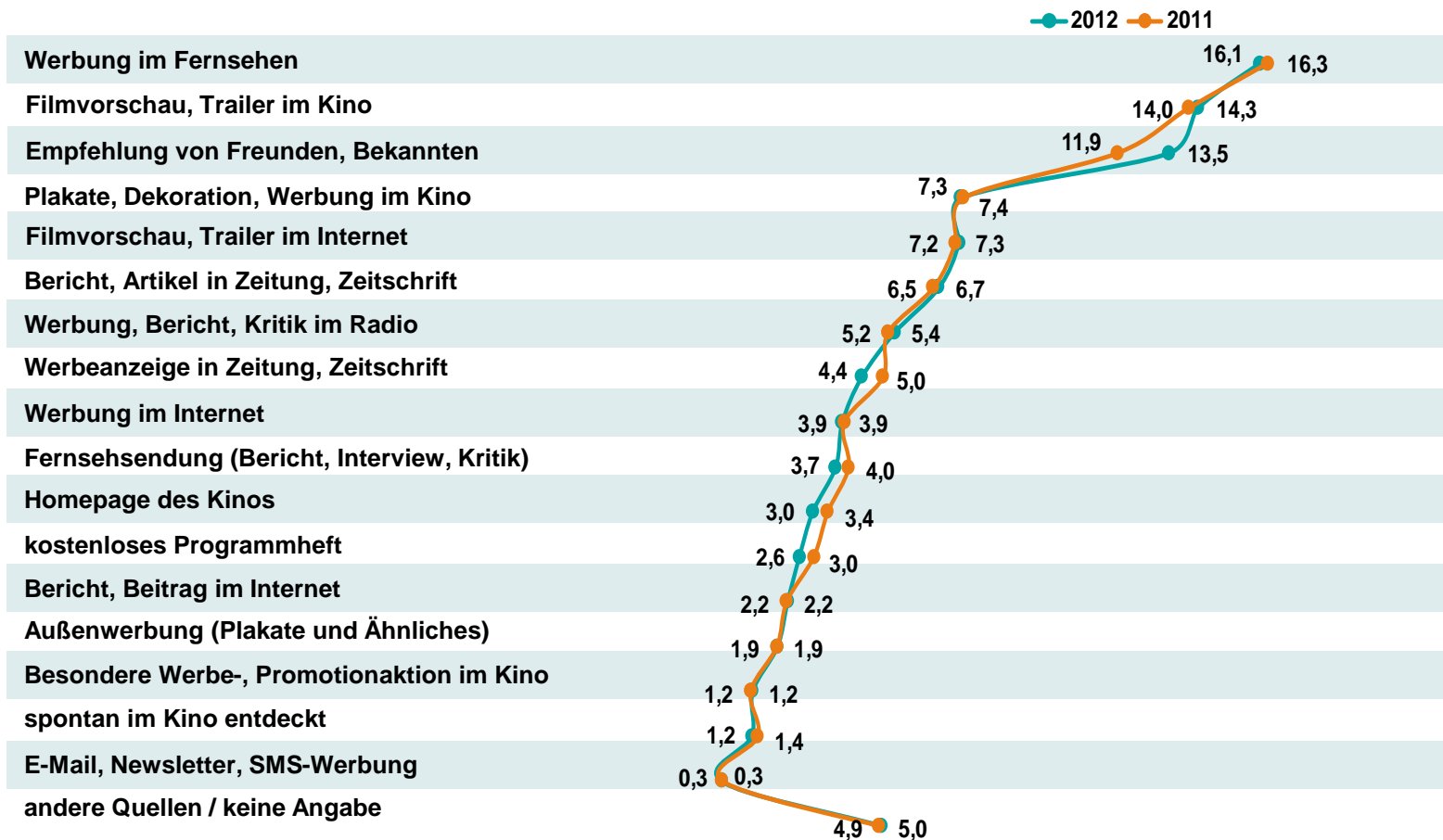




## Kinobesucher III

### Sources of Awareness 2012/2011

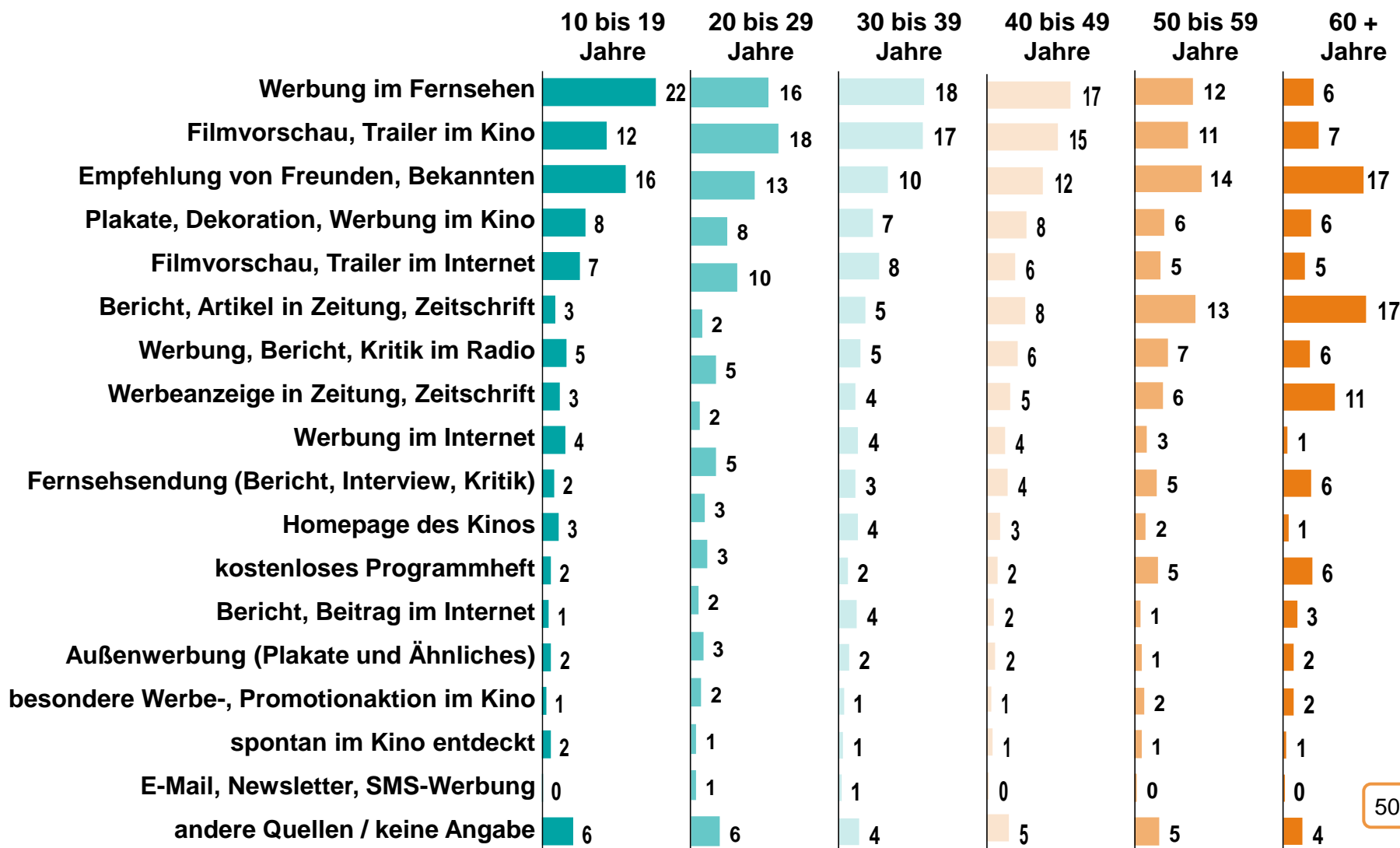
Basis: Besuche in % ( mit Mehrfachnennungen)



## Kinobesucher III

### Sources of Awareness – Altersgruppen

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)



## Kinobesucher III

### Sources of Awareness – TOP 4 internationale Filme

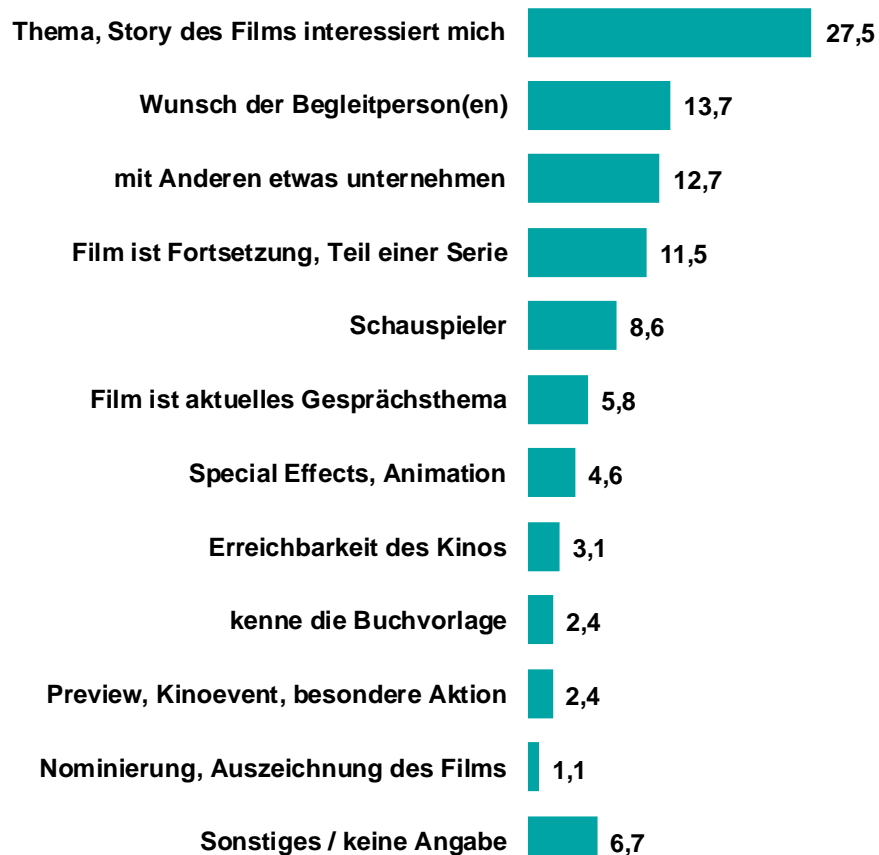
Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)

Gesamt		Ziemlich beste Freunde	Skyfall	Ice Age 4 - Voll verschoben	Der Hobbit: Eine unerwartete Reise
16	Werbung im Fernsehen	7,5	26,4	32,9	16,9
14	Filmvorschau, Trailer im Kino	7,5	9,0	12,4	13,5
13	Empfehlung von Freunden, Bekannten	34,4	9,4	10,3	12,8
7	Plakate, Dekoration, Werbung im Kino	3,5	5,2	8,4	7,2
7	Filmvorschau, Trailer im Internet	4,9	5,0	4,9	8,7
7	Bericht, Artikel in Zeitung, Zeitschrift	11,1	6,3	3,4	5,9
5	Werbung, Bericht, Kritik im Radio	8,4	13,8	5,9	5,3
4	Werbeanzeige in Zeitung, Zeitschrift	4,9	3,9	4,9	4,3
4	Werbung im Internet	1,5	4,2	3,0	5,8
4	Fernsehsendung (Bericht, Interview, Kritik)	4,0	6,7	1,9	4,3
3	Homepage des Kinos	2,2	0,8	1,8	0,8
3	kostenloses Programmheft	2,1	0,9	1,4	1,5
2	Bericht, Beitrag im Internet	1,5	1,3	0,6	3,4
2	Außenwerbung (Plakate und Ähnliches)	1,6	1,8	3,1	1,5
1	besondere Werbe-, Promotionaktion im Kino	0,5	0,5	0,4	0,4
1	spontan im Kino entdeckt	0,7	0,3	0,5	0,1
0	E-Mail, Newsletter, SMS-Werbung	0,3	0,2	0,1	0,4
5	andere Quellen / keine Angabe	3,3	4,3	4,2	7,1

## Kinobesucher III

### Besuchsgrund 2012

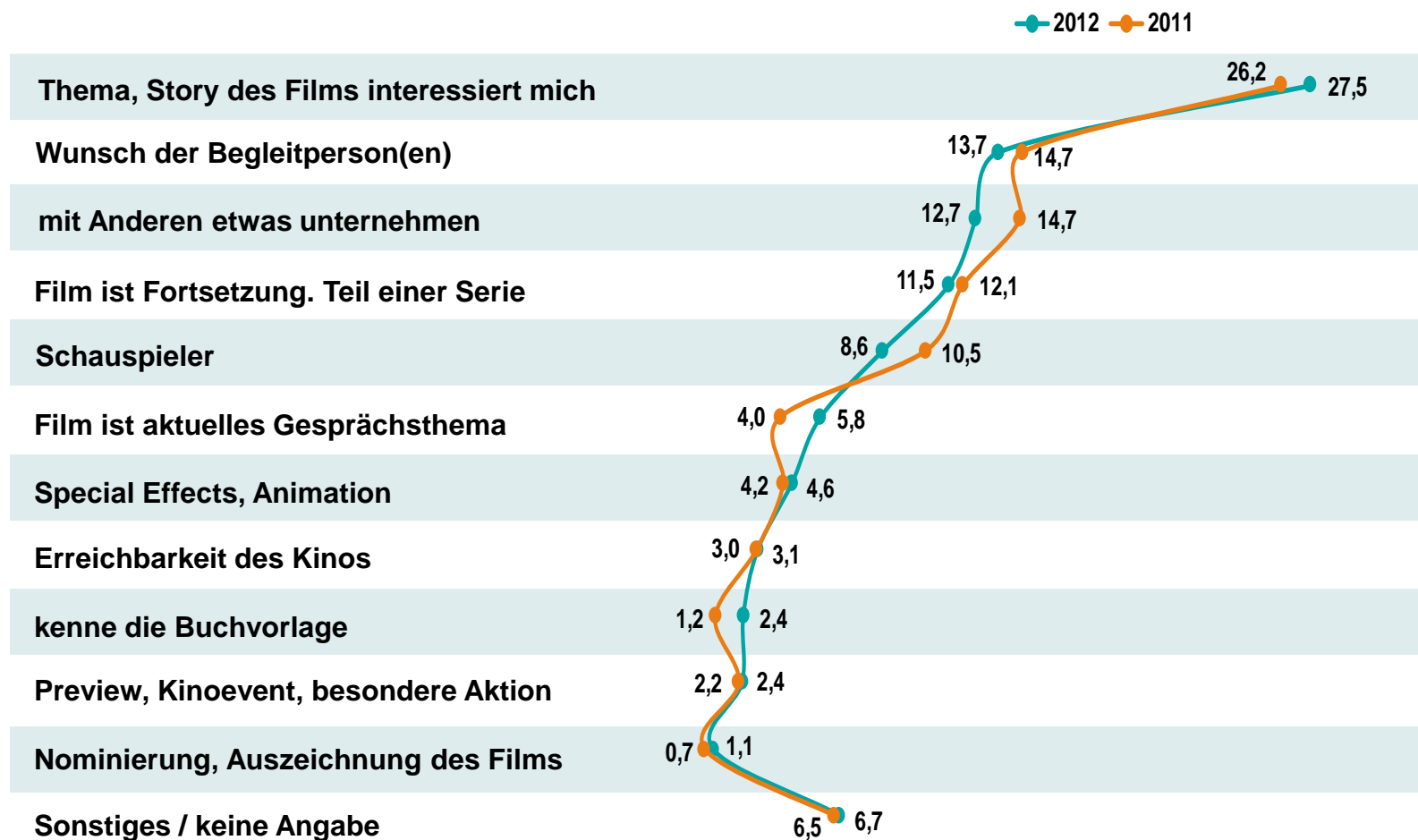
Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)



## Kinobesucher III

### Besuchsgrund 2012/2011

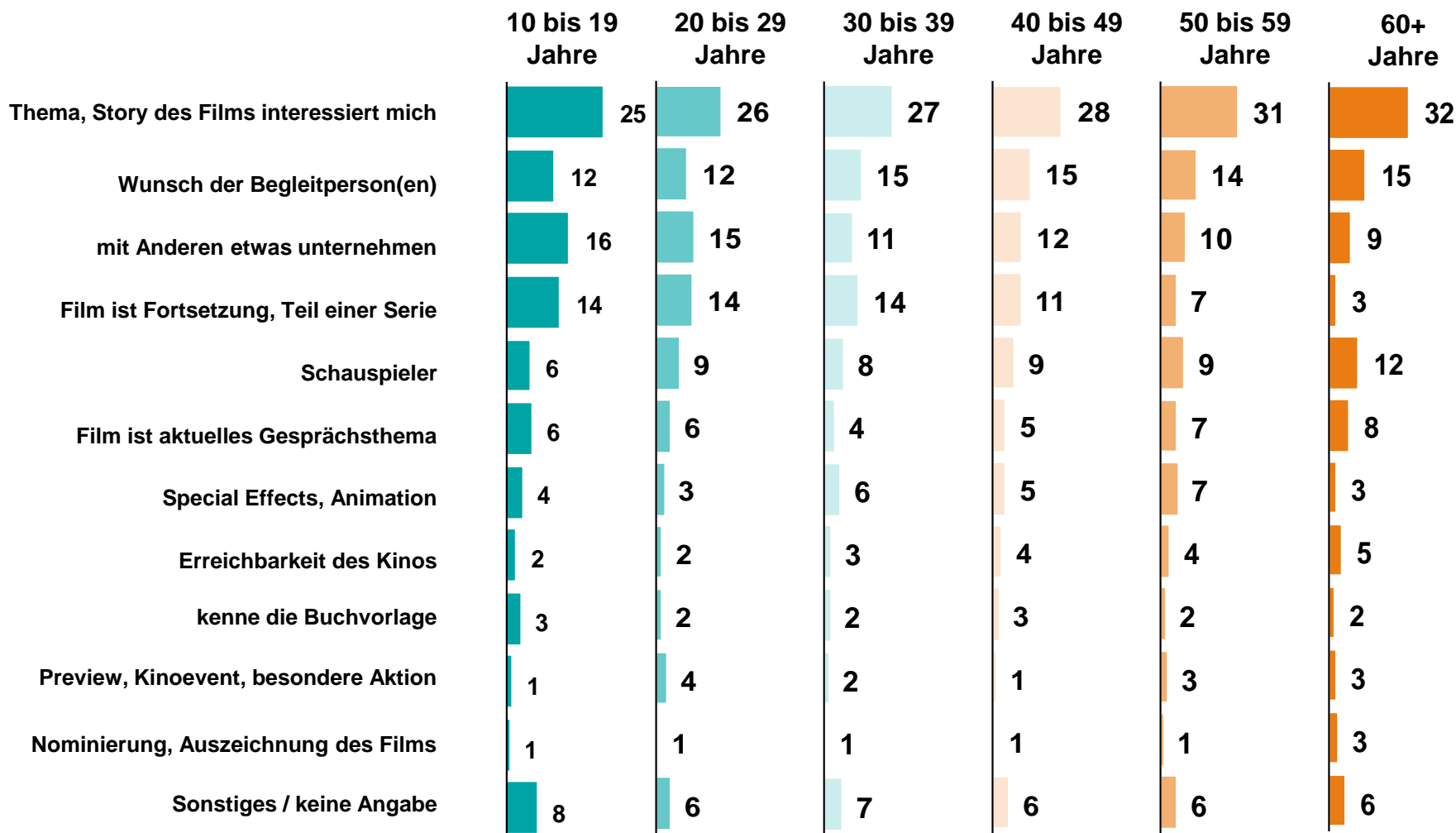
Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)



## Kinobesucher III

### Besuchsgrund – Altersgruppen

Basis: Besucher in % (mit Mehrfachnennungen)



## Kinobesucher III

### Besuchsgrund – Top Titel 2012

Basis: Besuche in Mio. (mit Mehrfachnennungen)

Gesamt	Thema, Story des Films interessiert mich	Wunsch der Begleitperson(en)	mit Anderen etwas unternehmen	Film ist Fortsetzung, Teil einer Serie
Ziemlich beste Freunde	Ziemlich beste Freunde	Ziemlich beste Freunde	Ziemlich beste Freunde	Ice Age 4 - Voll verschoben
Skyfall	Skyfall	Ice Age 4 - Voll verschoben	Ice Age 4 - Voll verschoben	Skyfall
Ice Age 4 - Voll verschoben	Der Hobbit: Eine unerwartete Reise	Madagascar 3: Flucht durch Europa	Skyfall	Breaking Dawn - Bis(s) zum Ende der Nacht 2
Der Hobbit: Eine unerwartete Reise	Ted	Skyfall	<b>Türkisch für Anfänger</b>	The Dark Knight Rises
Breaking Dawn - Bis(s) zum Ende der Nacht 2	Die Tribute von Panem - The Hunger Games	Der Hobbit: Eine unerwartete Reise	Ted	Men in Black 3
Ted	Ice Age 4 - Voll verschoben	Die Tribute von Panem - The Hunger Games	Der Hobbit: Eine unerwartete Reise	Madagascar 3: Flucht durch Europa
Madagascar 3: Flucht durch Europa	Marvel's The Avengers	Ted	Die Tribute von Panem - The Hunger Games	American Pie: Das Klassentreffen
Die Tribute von Panem - The Hunger Games	The Dark Knight Rises	Der gestiefelte Kater	Madagascar 3: Flucht durch Europa	Sherlock Holmes: Spiel im Schatten
The Dark Knight Rises	Breaking Dawn - Bis(s) zum Ende der Nacht 2	<b>Türkisch für Anfänger</b>	American Pie: Das Klassentreffen	96 Hours - Taken 2
Men in Black 3	<b>Türkisch für Anfänger</b>	Die Tribute von Panem - The Hunger Games	Men in Black 3	<b>Resident Evil: Retribution</b>

## Kinobesucher III

### Besuchsgrund – Top 4 internationale Filme

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)

Gesamt		Ziemlich beste Freunde	Skyfall	Ice Age 4 - Voll verschoben	Der Hobbit: Eine unerwartete Reise
27	Thema, Story des Films interessiert mich	36,0	28,3	13,4	29,9
14	Wunsch der Begleitperson(en)	13,8	8,1	21,0	9,1
13	mit Anderen etwas unternehmen	12,9	8,2	11,4	6,5
12	Film ist Fortsetzung, Teil einer Serie	0,0	19,0	35,8	20,8
9	Schauspieler	1,7	9,3	0,1	0,7
6	Film ist aktuelles Gesprächsthema	19,2	14,1	3,3	6,9
5	Special Effects, Animation	0,0	6,0	6,4	6,1
3	Erreichbarkeit des Kinos	4,1	1,6	2,0	1,5
2	kenne die Buchvorlage	0,2	0,1	0,0	13,8
2	Preview, Kinoevent, besondere Aktion	0,8	1,4	0,3	0,7
1	Nominierung, Auszeichnung des Films	3,1	0,3	0,2	0,3
7	Sonstiges / keine Angabe	8,2	3,7	6,1	3,7



## Kinobesucher III

### Filmbewertung Top 75 Titel – Altersgruppen

Basis: Besuche

10 bis 19 Jahre		20 bis 29 Jahre		30 bis 39 Jahre		40 bis 49 Jahre		50+ Jahre	
Step Up: Miami Heat	1,06	Das Geheimnis der Feenflügel	1,00	Ziemlich beste Freunde	1,20	Ziemlich beste Freunde	1,16	Pitch Perfect	1,00
Ziemlich beste Freunde	1,12	Ziemlich beste Freunde	1,07	Hugo Cabret	1,20	The Artist	1,20	Ziemlich beste Freunde	1,27
Die eiserne Lady	1,14	Marvel's The Avengers	1,26	Step Up: Miami Heat	1,21	Titanic 3D	1,25	<b>Yoko</b>	<b>1,32</b>
The Dark Knight Rises	1,25	Verblendung	1,32	Marvel's The Avengers	1,34	Hugo Cabret	1,35	Titanic 3D	1,35
Battleship	1,25	Star Wars: Episode I - Die dunkle Bedrohung 3D	1,32	Die Hüter des Lichts	1,34	Marvel's The Avengers	1,39	The Artist	1,38
Die Tribute von Panem - The Hunger Games	1,26	Best Exotic Marigold Hotel	1,38	Ice Age 4 - Voll verschoben	1,38	Der Hobbit: Eine unerwartete Reise	1,39	Ralph Reichts	1,44
Der Hobbit: Eine unerwartete Reise	1,27	Step Up: Miami Heat	1,42	Titanic 3D	1,41	Merida - Legende der Highlands	1,40	The Dark Knight Rises	1,45
Die Hüter des Lichts	1,29	The Expendables 2	1,42	Der Hobbit: Eine unerwartete Reise	1,43	Verblendung	1,41	Breaking Dawn - Bis(s) zum Ende der Nacht 2	1,45
Breaking Dawn - Bis(s) zum Ende der Nacht 2	1,31	The Dark Knight Rises	1,43	Hotel Transsilvanien	1,43	Das Geheimnis der Feenflügel	1,42	Der Hobbit: Eine unerwartete Reise	1,50
Ralph Reichts	1,31	Madagascar 3: Flucht durch Europa	1,43	<b>Fünf Freunde</b>	<b>1,44</b>	Die Hüter des Lichts	1,42	Verblendung	1,52

## Key Facts zum Kinobesucher III *filmspezifisch*

- Die meisten Besucher besuchten 2012 Komödien, Action-/Abenteuerfilme und Kinderfilme. Dabei waren auch in diesem Jahr Komödien in allen Altersgruppen am beliebtesten.
- Der Verzehranteil an den Kinogesamtausgaben betrug in 2012 30%. Der Gesamterlös aus Ticket- und Concession-Verkauf betrug 1.483 Mio. €.
- 52% aller Kinobesucher verzehrten in 2012 auch Getränke, Popcorn und Co. Die 30 bis 39-Jährigen gaben dabei am meisten für Speisen und Getränke aus (Ø 4,38 €). Dabei wurde generell in Kinos mit höheren Eintrittspreisen auch in 2012 proportional mehr für den Verzehr ausgegeben. Kinos mit 4 bis 6 Sälen hatten durchschnittlich die meisten Besucher an den Concession-Kassen.
- Knapp zwei Drittel der Twens (65%) sahen sich lieber Filme ab 20 Uhr an, 57% der über 60-Jährigen bevorzugten hingegen einen Filmbeginn vor 18 Uhr.
- Der Großteil aller Kinobesuche wurde auch in 2012 von Donnerstag bis Sonntag getätigt (64%). Dabei ging man mit durchschnittlich 2,0 Begleitpersonen ins Kino. Gut jeder achte Kinobesuch (12%) fand alleine statt.
- „Werbung im Fernsehen“ (16%) und „Filmvorschau, Trailer im Kino“ (14%) waren in 2012 die wichtigsten Aufmerksamkeitsquellen, gefolgt von „Empfehlung von Freunden, Bekannten (13%)“ sowie „Plakate, Dekoration, Werbung im Kino“ und „Filmvorschau, Trailer im Internet“ (jeweils 7%).
- Der häufigste Besuchsgrund war in 2012 mit 27% „Thema, Story des Film interessiert mich“. Als zweithäufigster Grund wurde „Wunsch der Begleitperson(en)“ angegeben (14%).

**Wünschen Sie weitere Details zur Demografie 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](mailto:presse@ffa.de)**

**Weitere Informationen, Studien und Marktdaten erhalten Sie unter**

**[www.ffa.de](http://www.ffa.de)**