

Kinobesucher von 3D-Filmen 2015

Strukturen und Entwicklungen auf Basis des GfK-Panels

Juni 2016

Vorwort

Seit mittlerweile 23 Jahren veröffentlicht die FFA Studien zum Kinobesuchverhalten 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 seit 2011 auch Daten über den Besuch von 3D-Filmen, die in diesem Jahr zum vierten Mal in einer eigenständigen Studie vorgestellt werden. Die Studie gibt einen Überblick über die Entwicklung des 3D-Films im Kino der vergangenen fünf Jahre. Ergänzend dazu erfolgen Auswertungen hinsichtlich soziodemografischer Merkmale sowie eine Betrachtung einzelner kino- und filmspezifischer Informationen.

Das GfK-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 Aufbereitung der filmspezifischen Informationen mit Mehrfachnennungen (Aufmerksamkeitsquellen und Besuchsgrund) wurde zudem 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.

Die Wahl der männlichen Form „Kinobesucher“ bedeutet keine Wertung oder Vernachlässigung des weiblichen Pendant. 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.

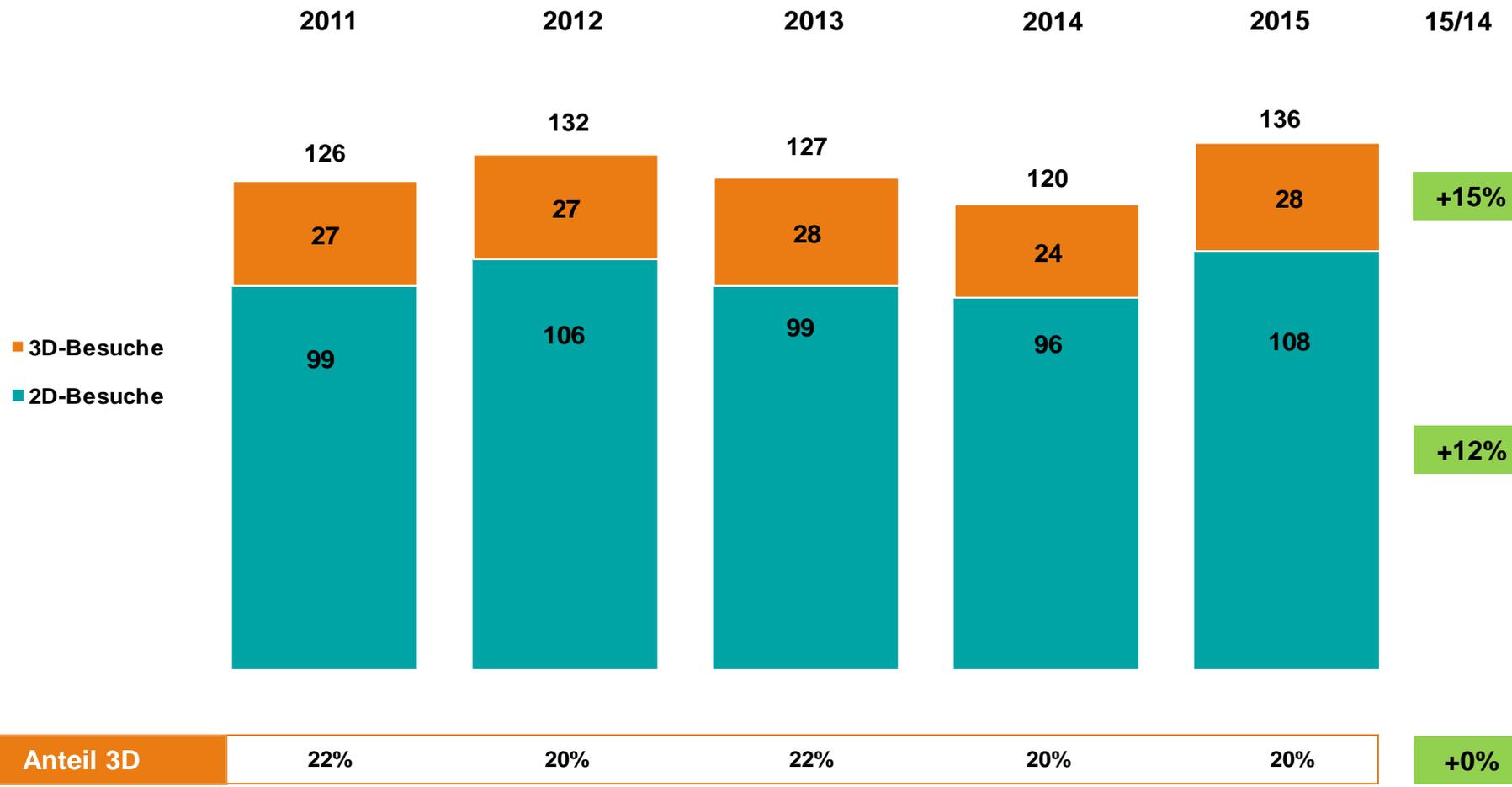
Inhalt

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

Allgemeine Entwicklung des 3D-Kinomarkts

Besuche 3D

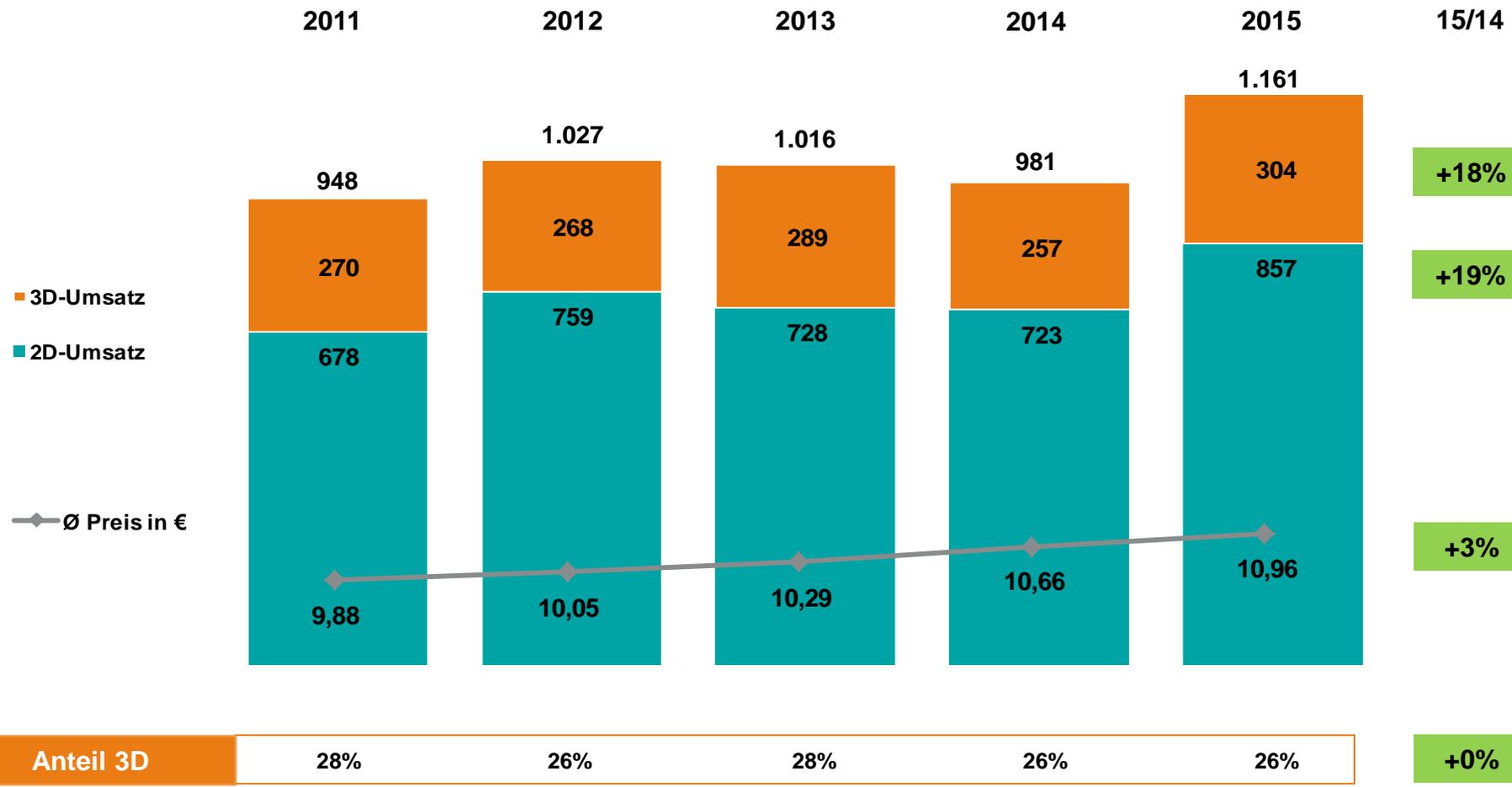
Basis: Besuche in Mio., GfK-Panel



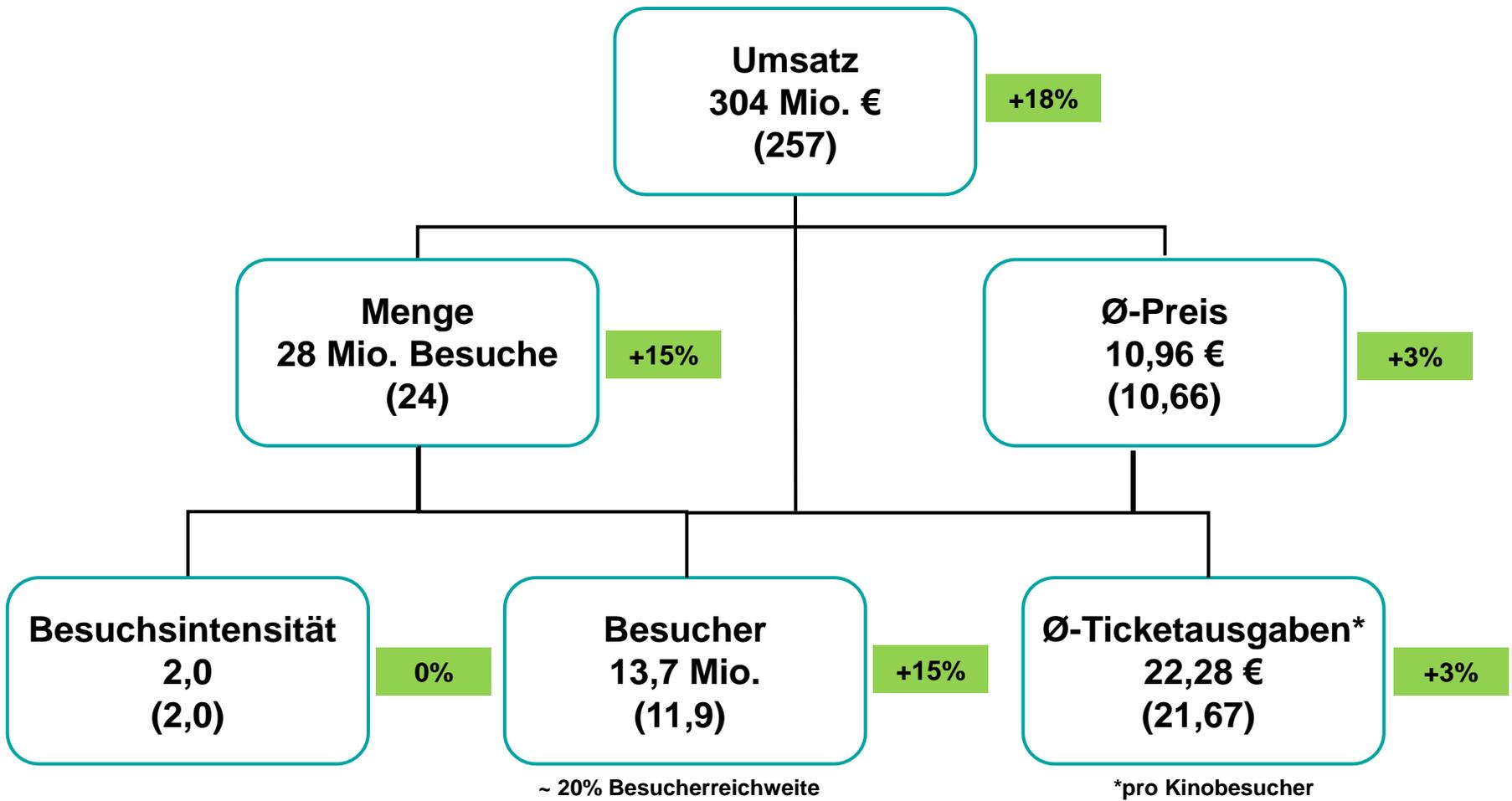
Allgemeine Entwicklung des 3D-Kinomarkts

Umsatz 3D

Basis: Umsatz in Mio. €, GfK-Panel



Allgemeine Entwicklung des 3D-Kinomarkts
Key Facts zum 3D-Kinomarkt 2015 (2014)
Basis: GfK-Panel



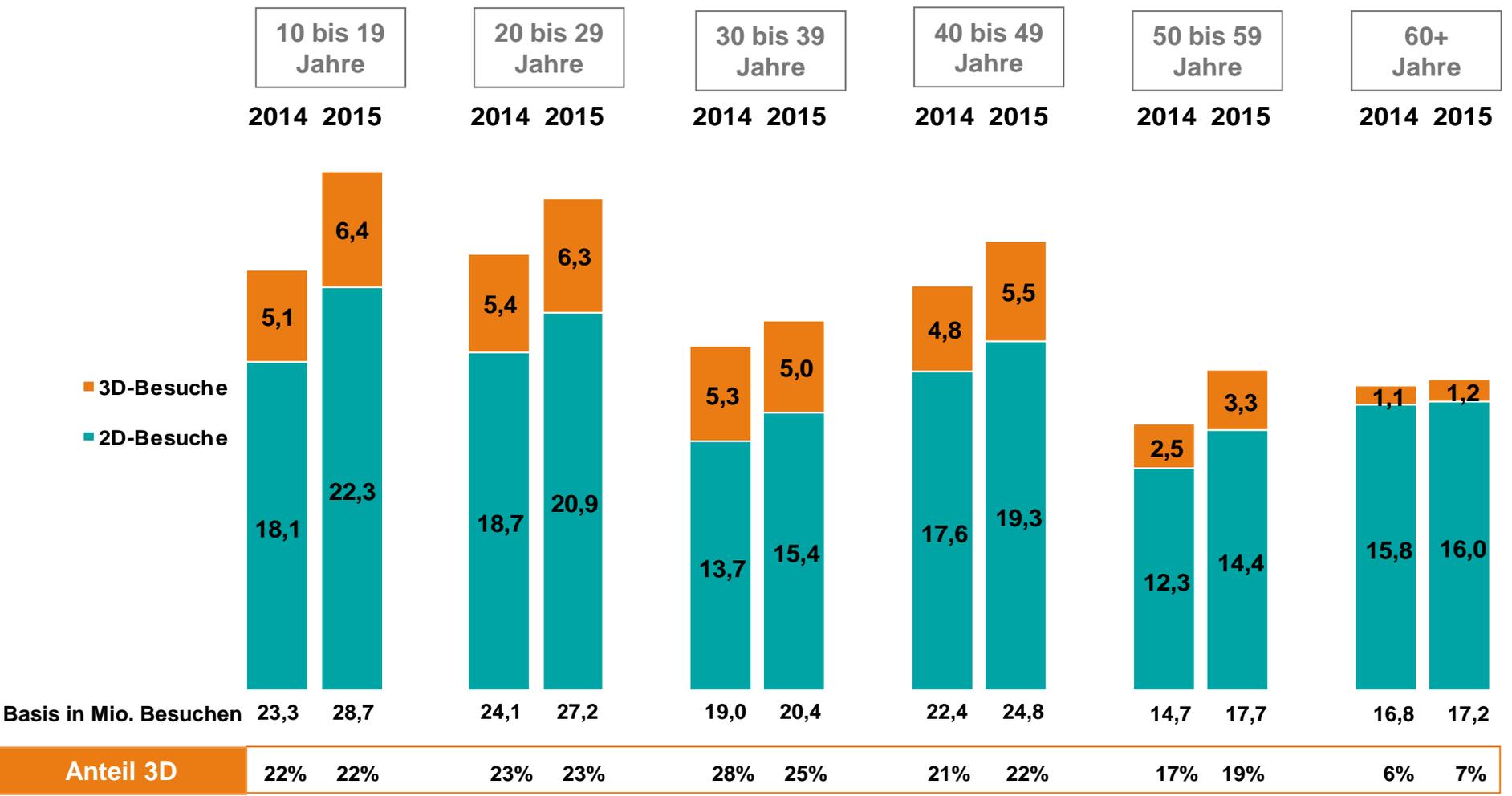
Inhalt

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

3D-Kinobesucher I

Besuche nach Altersgruppen 2015 (2014)

Basis: Besuche in Mio., GfK-Panel

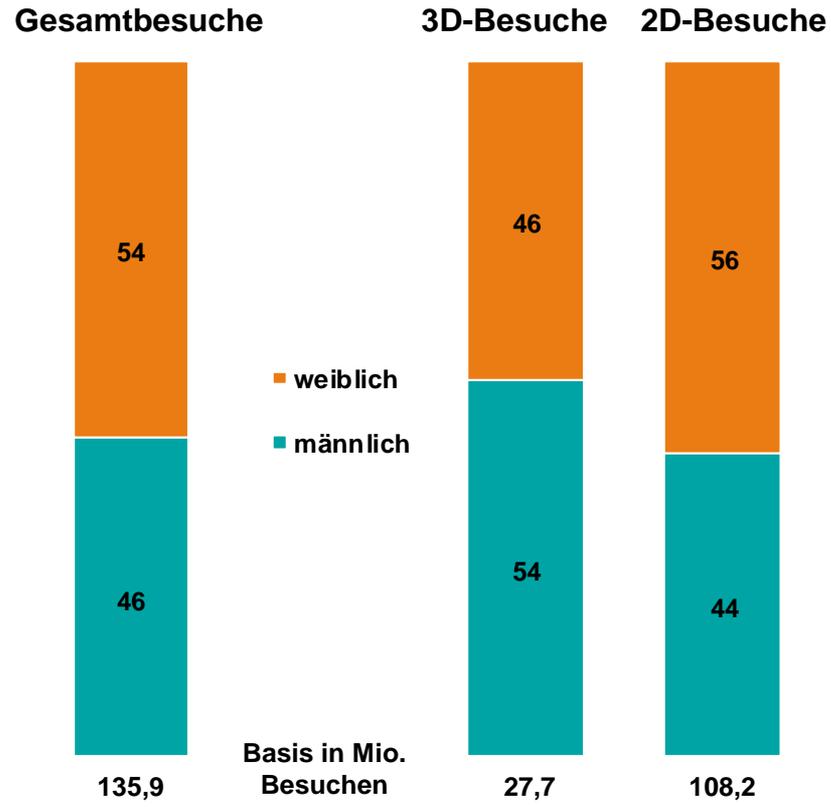


3D-Kinobesucher I

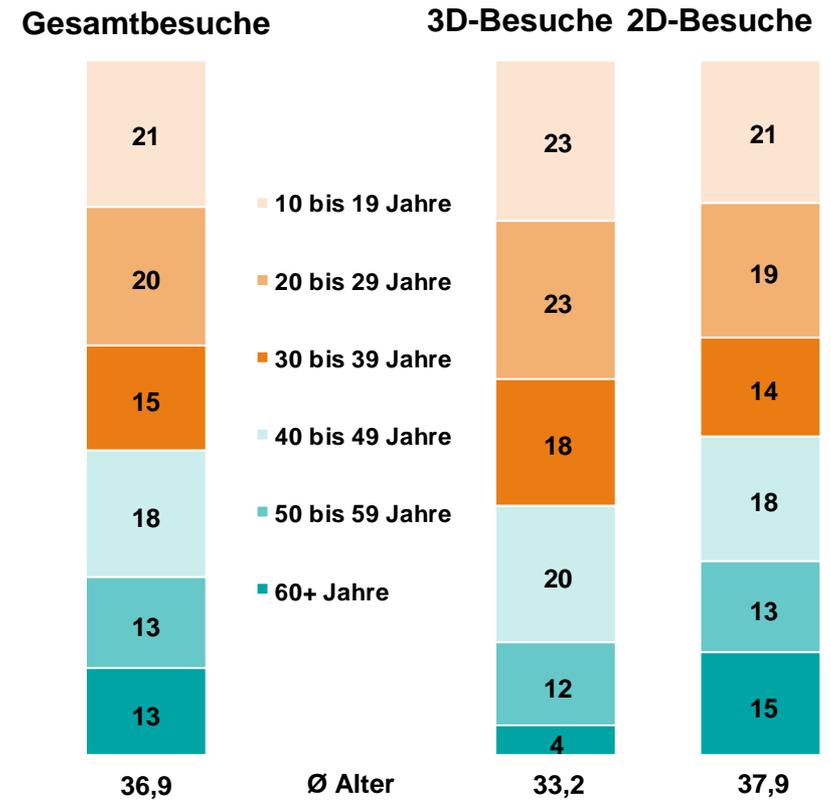
Vergleich 2D- und 3D-Besuche – Geschlecht und Alter

Basis: Besuche in %

Besuchergeschlecht



Besucheralter

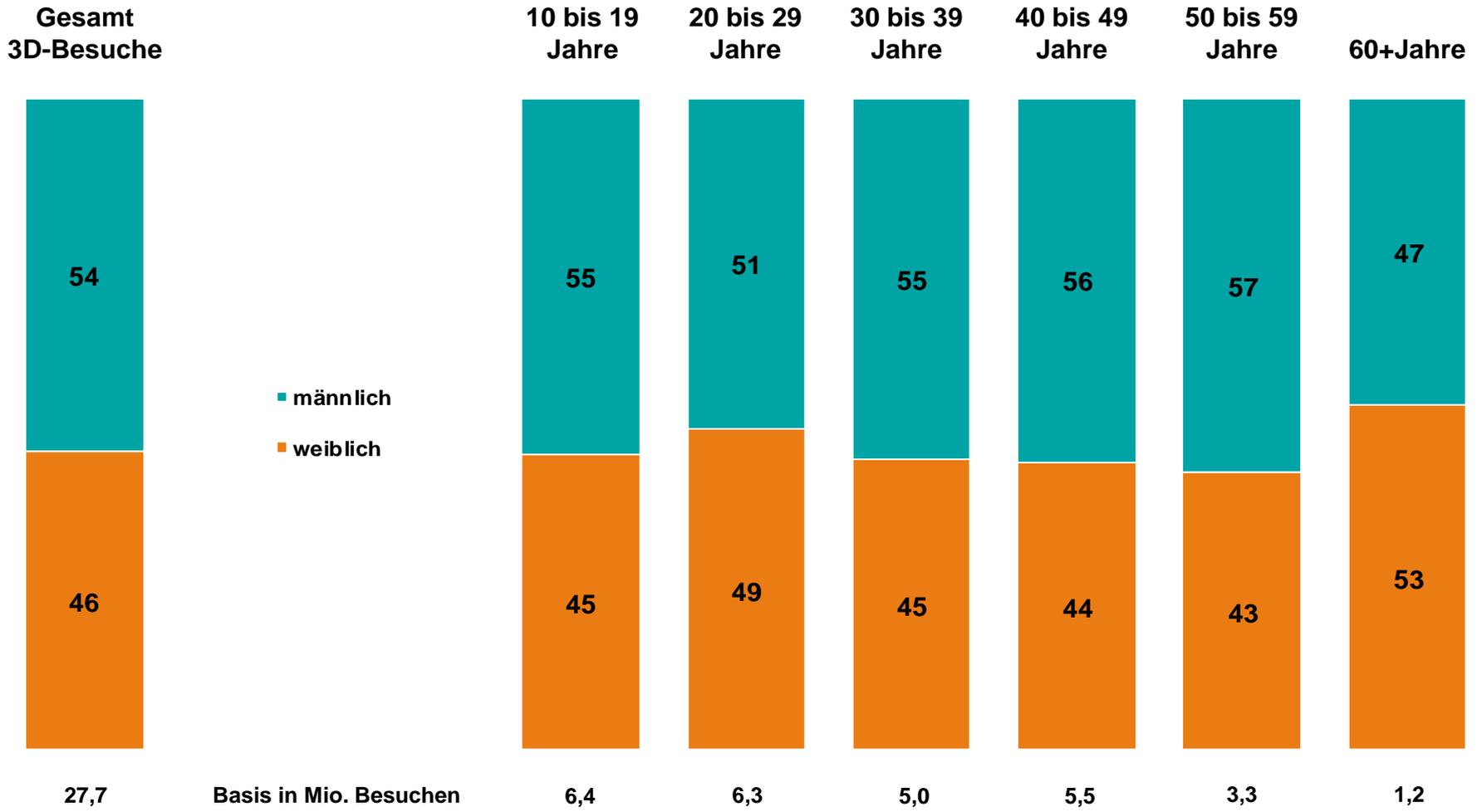


Die 3D-Besucher waren tendenziell „männlicher“ und mit 33,2 Jahren im Schnitt 4,7 Jahre jünger als die 2D-Besucher.

3D-Kinobesucher I

3D-Besuche im Altersvergleich – Geschlecht

Basis: Besuche in %



Key Facts zum 3D-Kinobesucher I

soziodemografisch und kinospezifisch

Auch in 2015 spielte der Besuch von 3D-Filmen eine wichtige Rolle für den deutschen Kinomarkt. 28 Mio. gelöste Kinotickets und damit jeder fünfte Besuch (20%) entfielen auf einen 3D-Film.

Die Anzahl der verkauften Tickets für 3D-Filme stieg im Vergleich zum Vorjahr um 15%. Der Besuchs-Gewinn des 3D-Marktes war höher als der Ticketanstieg des Gesamtmarkts von 13%.

3D-Filme generierten in 2015 mit 304 Mio. € Umsatz den bisher höchsten Umsatz für 3D-Filme aller Zeiten – 18 Prozent mehr als 2014 (Gesamtumsatz: +18%). Der Besuch von 3D-Filmen stellte 26 Prozent des gesamten Ticketumsatzes an den Kinokassen.

Für den Besuch eines 3D-Filmes zahlte der Kinobesucher im Schnitt 10,96 € und somit 3% mehr als im Vorjahr. Dabei lag der Eintrittspreis 2,42€ über dem durchschnittlichen Eintrittspreis des Jahres 2015.

Die meisten 3D-Tickets wurden an 10 bis 19 Jährige verkauft (6,4 Mio.). Der Gewinn an Besuchern zieht sich auch bei 3D-Filmen durch fast alle Altersgruppen. Lediglich die 30 bis 39 Jährigen lösten in 2015 weniger Tickets für 3D-Filme als im Vorjahr.

Der 3D-Kinobesucher ist „männlicher“ und jünger als der allgemeine Kinobesucher. Das Durchschnittsalter des Besuchers von 3D-Filmen lag im Jahr 2015 bei 33,2 Jahren (2014: 33,1).

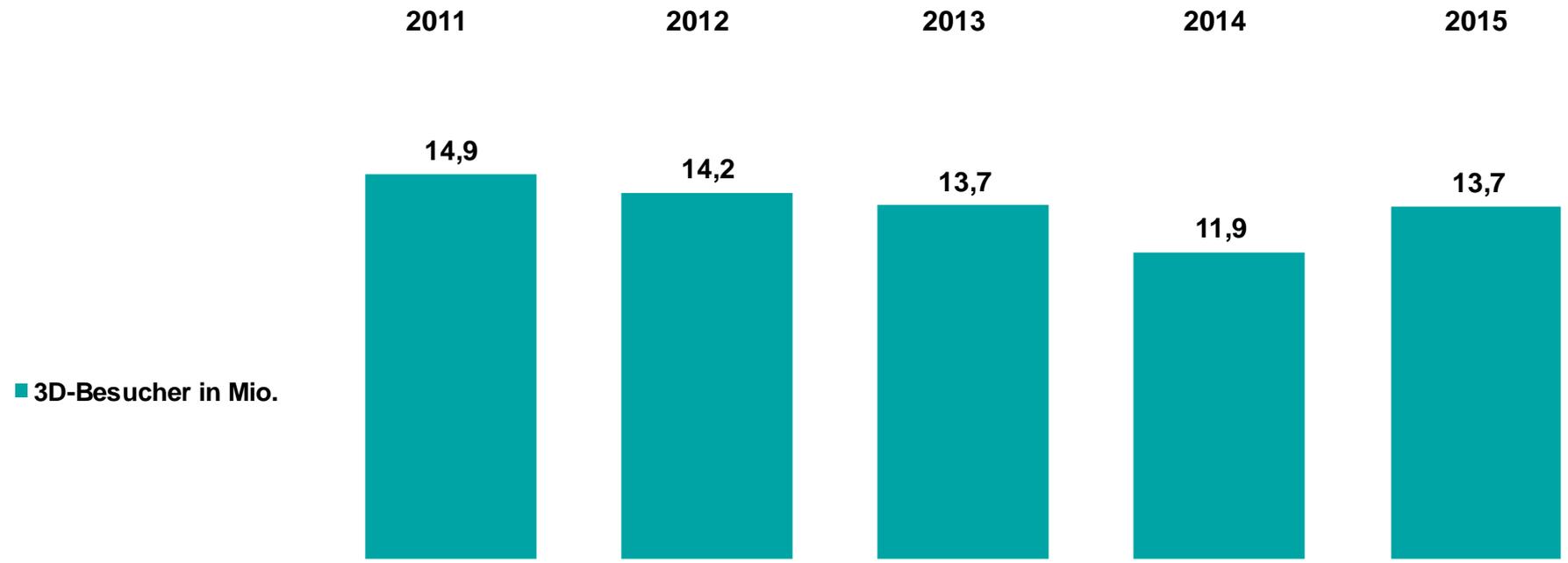
Inhalt

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

3D-Kinobesucher II

3D-Reichweitenentwicklung und Besuche pro Kopf

Basis: Besucher in Mio., GfK-Panel

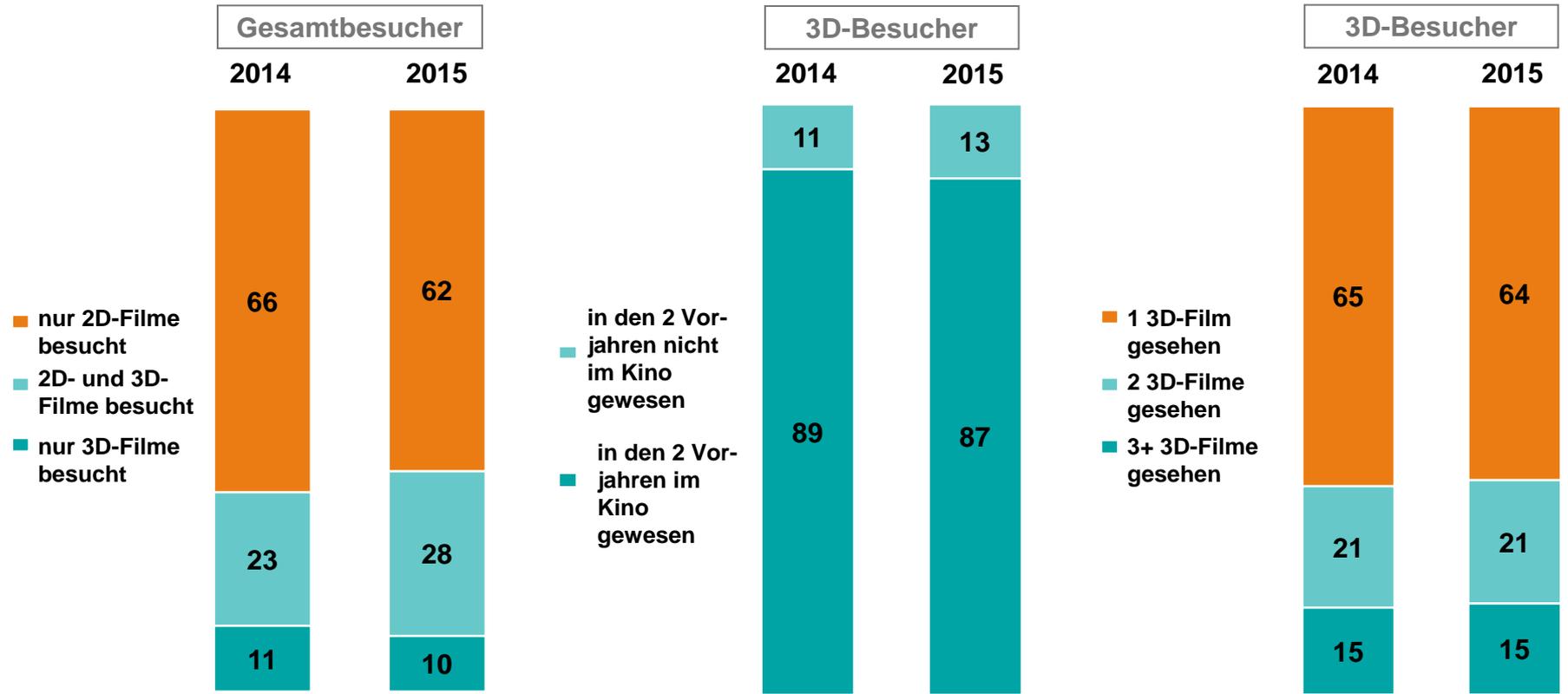


Reichweite	22%	21%	20%	18%	20%
Besuche pro Kopf	1,8	1,9	2,1	2,0	2,0

3D-Kinobesucher II

Vergleich 2D- und 3D-Besucher – Besucherwanderung

Basis: Besucher in %

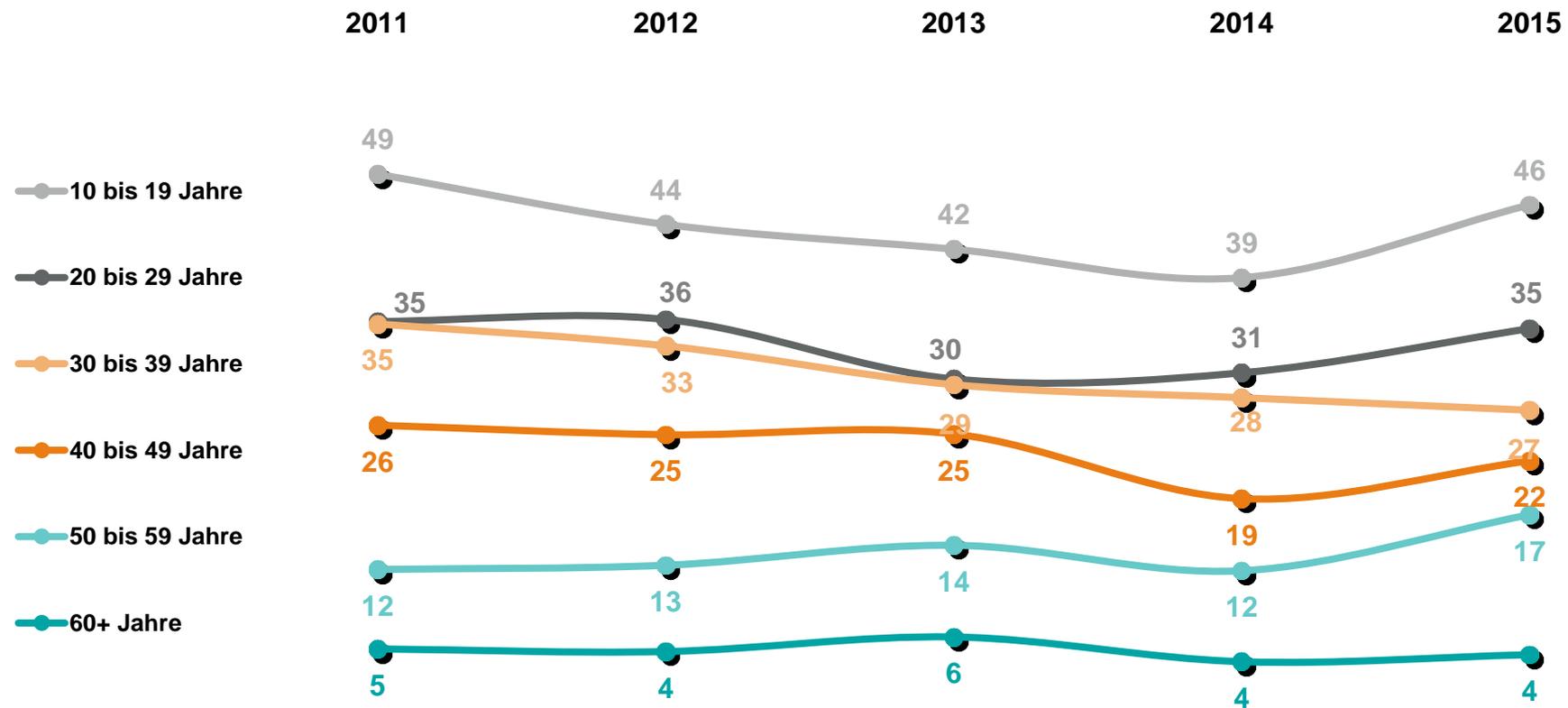


Der Anteil der Kinobesucher, die ausschließlich für einen 3D-Film ins Kino gingen, lag 2015 bei 10 Prozent. 13 Prozent der 3D-Besucher wurden erst durch einen 3D-Film zu einem Kinobesuch mobilisiert. Die 3D-Besucher blieben 2015 weiterhin sporadische Kinogänger (64%).

3D-Kinobesucher II

3D-Reichweitenentwicklung – Altersgruppen

Basis: Besucher in %

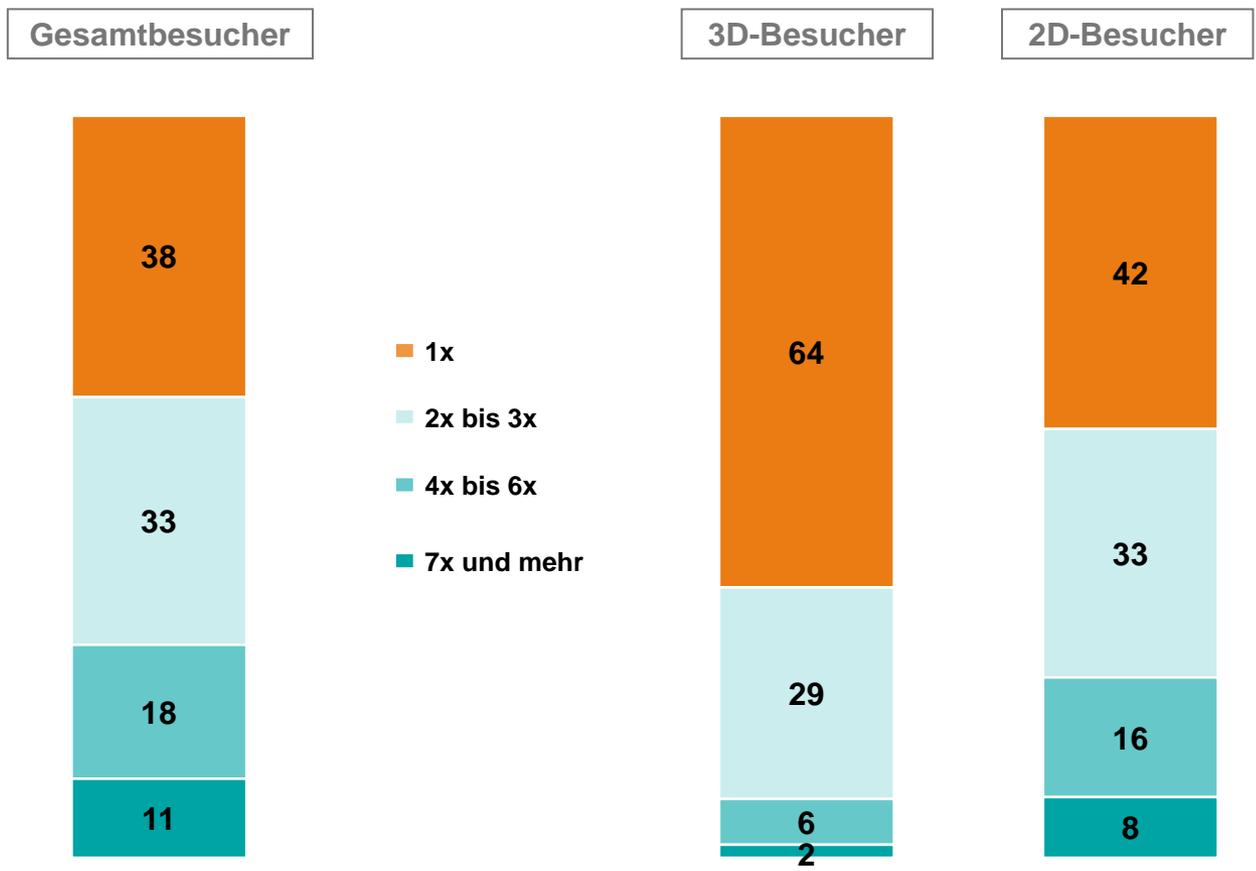


Wie in den Jahren zuvor sank auch in 2015 die Reichweite mit steigendem Alter.

3D-Kinobesucher II

Vergleich 2D- und 3D-Besucher – Besuchsintensität

Basis: Besucher in %

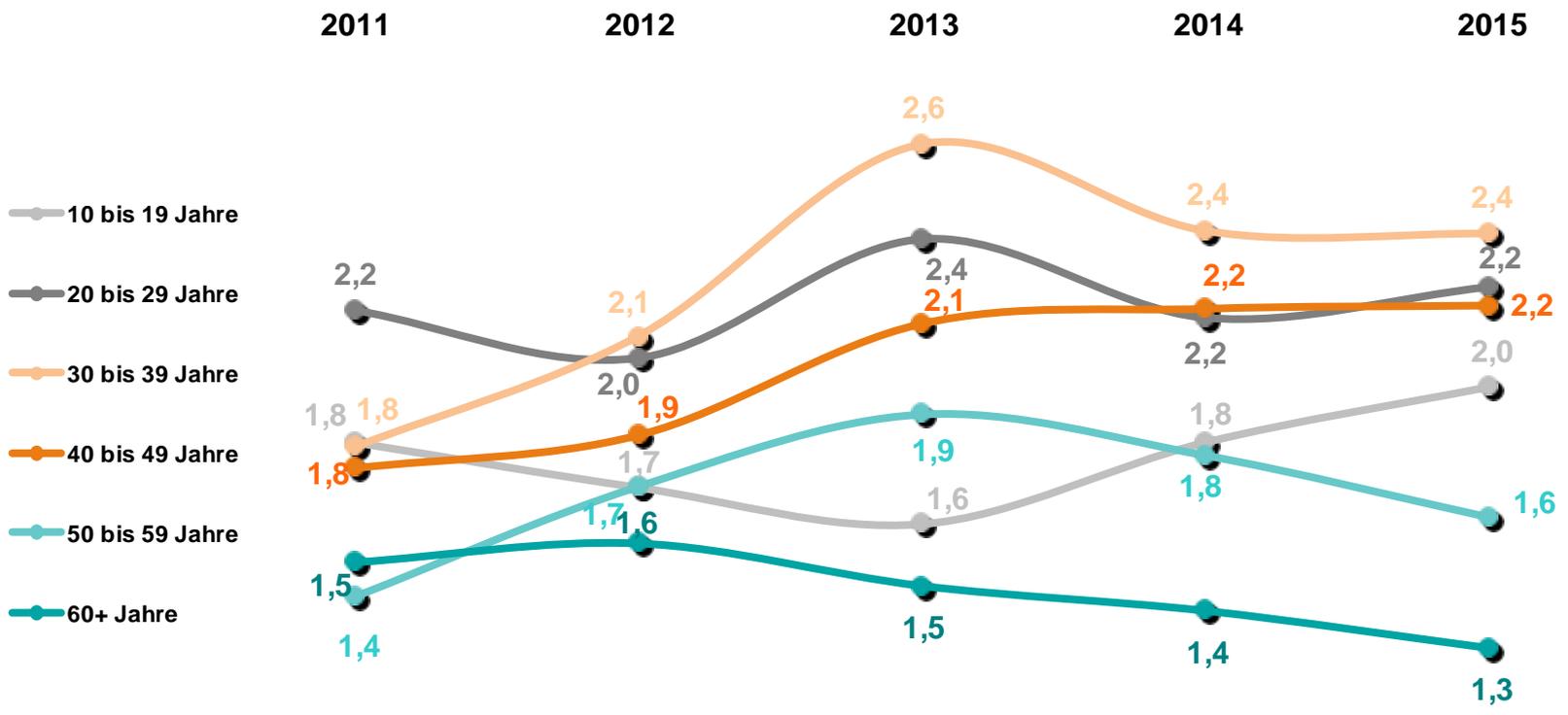


Der 3D-Besucher ist nach wie vor ein sporadischer Kinogänger. 64 Prozent gingen 2015 nur einmal ins Kino.

3D-Kinobesucher II

Entwicklung der 3D-Besuchsintensität – Altersgruppen

Basis: Besuche



Mit 2,4 Besuchen in 2015 gingen die 30- bis 39-Jährigen am häufigsten in einen 3D-Film.

Key Facts zum 3D-Kinobesucher II

Reichweiten und Intensitäten

Im Jahr 2015 besuchten 13,7 Mio. Personen einen 3D-Film. Das sind 1,8 Mio. Besucher mehr als im Vorjahr. Daraus ergibt sich für 2015 eine 3D-Besucher-Reichweite von 20 Prozent – 2 Prozent mehr als 2014.

Weit mehr als ein Drittel der Kinogänger schauten 2015 einen 3D-Film (38%). Der Anteil konnte im Vergleich zum Vorjahr erneut gesteigert werden (34%).

3D-Besucher gehörten mit durchschnittlich 2,0 Kinobesuchen auch in 2015 vorrangig zur Gruppe der sporadischen Kinogänger. 64 Prozent der 3D-Besucher sahen sich nur einen 3D-Film an. Die Besuchsintensität des Gesamtkinobesuchers war mit erneut 4,5 Besuchen pro Kopf mehr als doppelt so hoch.

Mit 2,4 Besuchen pro Kopf gingen die 30- bis 39-Jährigen am häufigsten in einen 3D-Film.

13 Prozent der 3D-Kinobesucher wurden durch 3D erst zu einem Kinobesuch motiviert.

Inhalt

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

3D-Kinobesucher III**Top 10 Titel 3D 2015 – Altersgruppen**

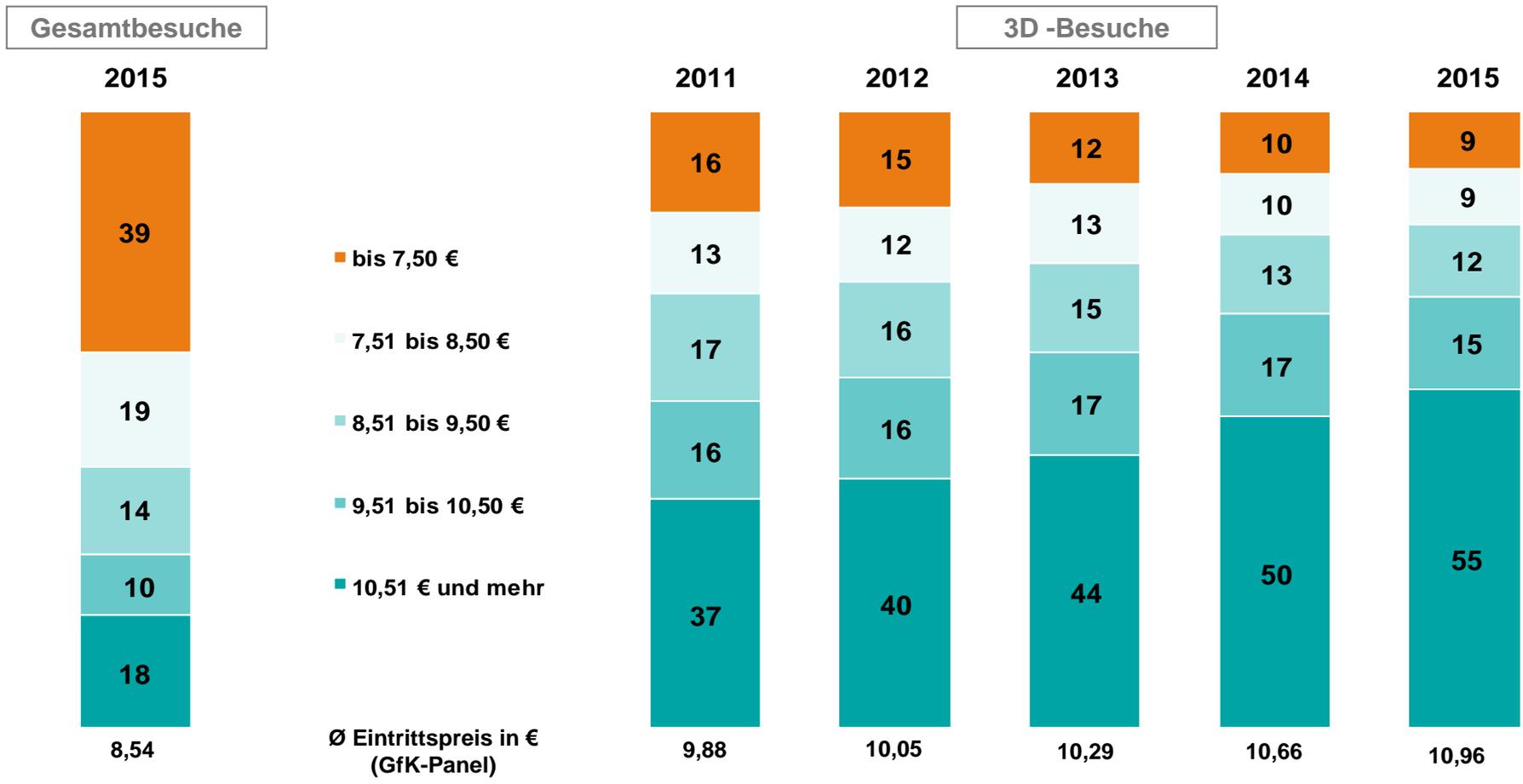
Basis: Besuche in Mio.

10 bis 19 Jahre	20 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50 bis 59 Jahre	60+ Jahre
Minions	Minions	Minions	Star Wars: Das Erwachen der Macht	Star Wars: Das Erwachen der Macht	Everest
Star Wars: Das Erwachen der Macht	Star Wars: Das Erwachen der Macht	Star Wars: Das Erwachen der Macht	Minions	Jurassic World	Minions
Jurassic World	Jurassic World	Jurassic World	Jurassic World	Minions	Jurassic World
Die Tribute von Panem - Mockingjay, Teil 2	Avengers: Age of Ultron	Alles steht Kopf	Alles steht Kopf	Der Hobbit: Die Schlacht der fünf Heere	Star Wars: Das Erwachen der Macht
Alles steht Kopf	Die Tribute von Panem - Mockingjay, Teil 2	Die Tribute von Panem - Mockingjay, Teil 2	Die Tribute von Panem - Mockingjay, Teil 2	Die Tribute von Panem - Mockingjay, Teil 2	Alles steht Kopf
Avengers: Age of Ultron	Alles steht Kopf	Avengers: Age of Ultron	Avengers: Age of Ultron	Everest	Der Hobbit: Die Schlacht der fünf Heere
Baymax - Riesiges Robowabohu	Der Hobbit: Die Schlacht der fünf Heere	Der Hobbit: Die Schlacht der fünf Heere	Der Hobbit: Die Schlacht der fünf Heere	Alles steht Kopf	Der Marsianer - Rettet Mark Watney
Spongebob Schwammkopf 3D	Mad Max: Fury Road	Baymax - Riesiges Robowabohu	Terminator: Genisys	Avengers: Age of Ultron	Baymax - Riesiges Robowabohu
Pixels	Der Marsianer - Rettet Mark Watney	Terminator: Genisys	Der Marsianer - Rettet Mark Watney	Der Marsianer - Rettet Mark Watney	Die Tribute von Panem - Mockingjay, Teil 2
Hotel Transsilvanien 2	Baymax - Riesiges Robowabohu	Der Marsianer - Rettet Mark Watney	Baymax - Riesiges Robowabohu	Terminator: Genisys	Asterix im Land der Götter

3D-Kinobesucher III

3D-Besuche — Eintrittspreis im Zeitverlauf

Basis: Besuche in %

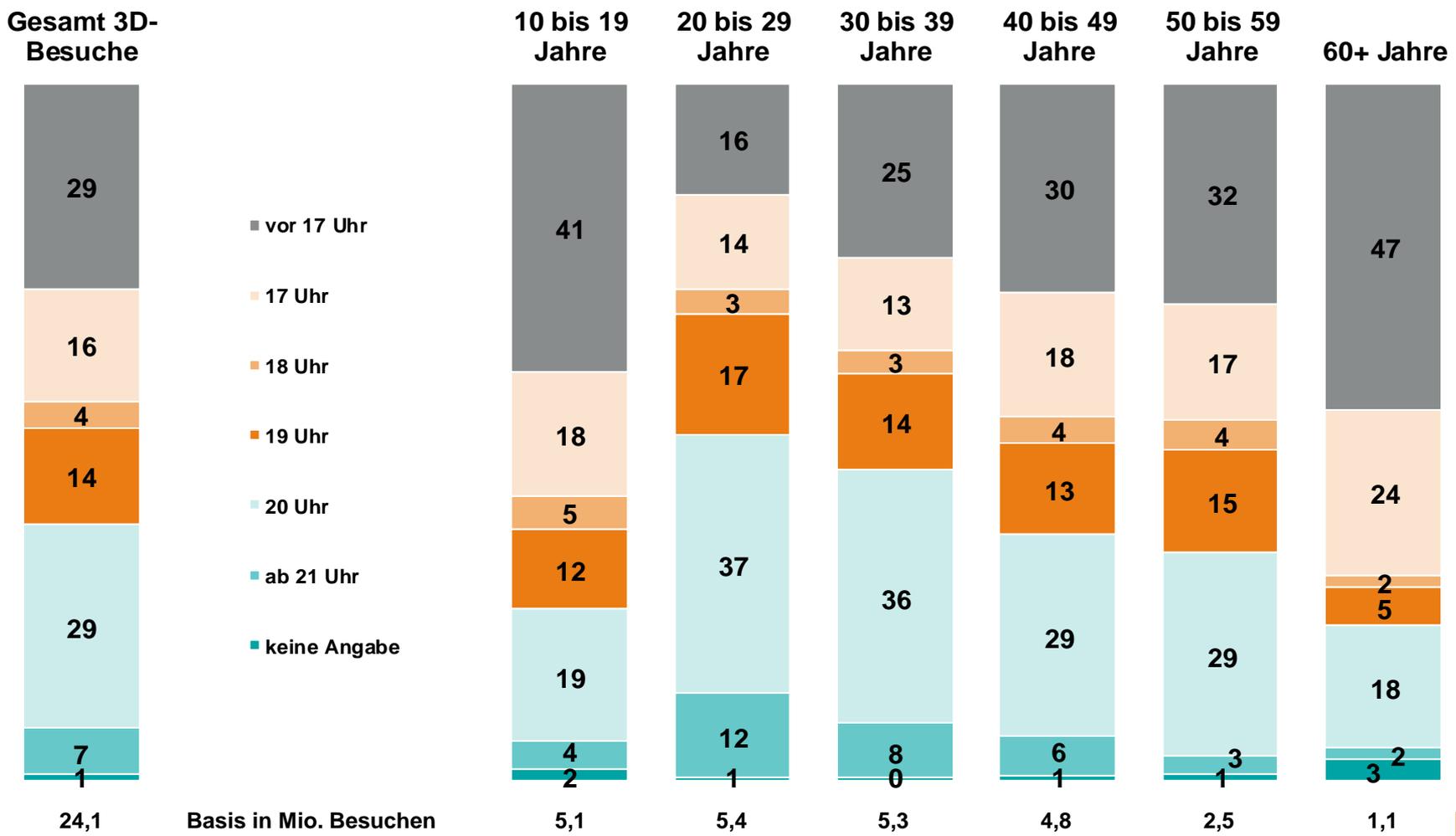


Während das Preissegment „10,51 € und mehr“ im Gesamtmarkt lediglich einen Anteil von 18 Prozent hatte, machte es bei den 3D-Besuchen mehr als die Hälfte aller Besuche (55%) aus.

3D-Kinobesucher III

3D-Besuche — Filmbeginn nach Altersgruppen

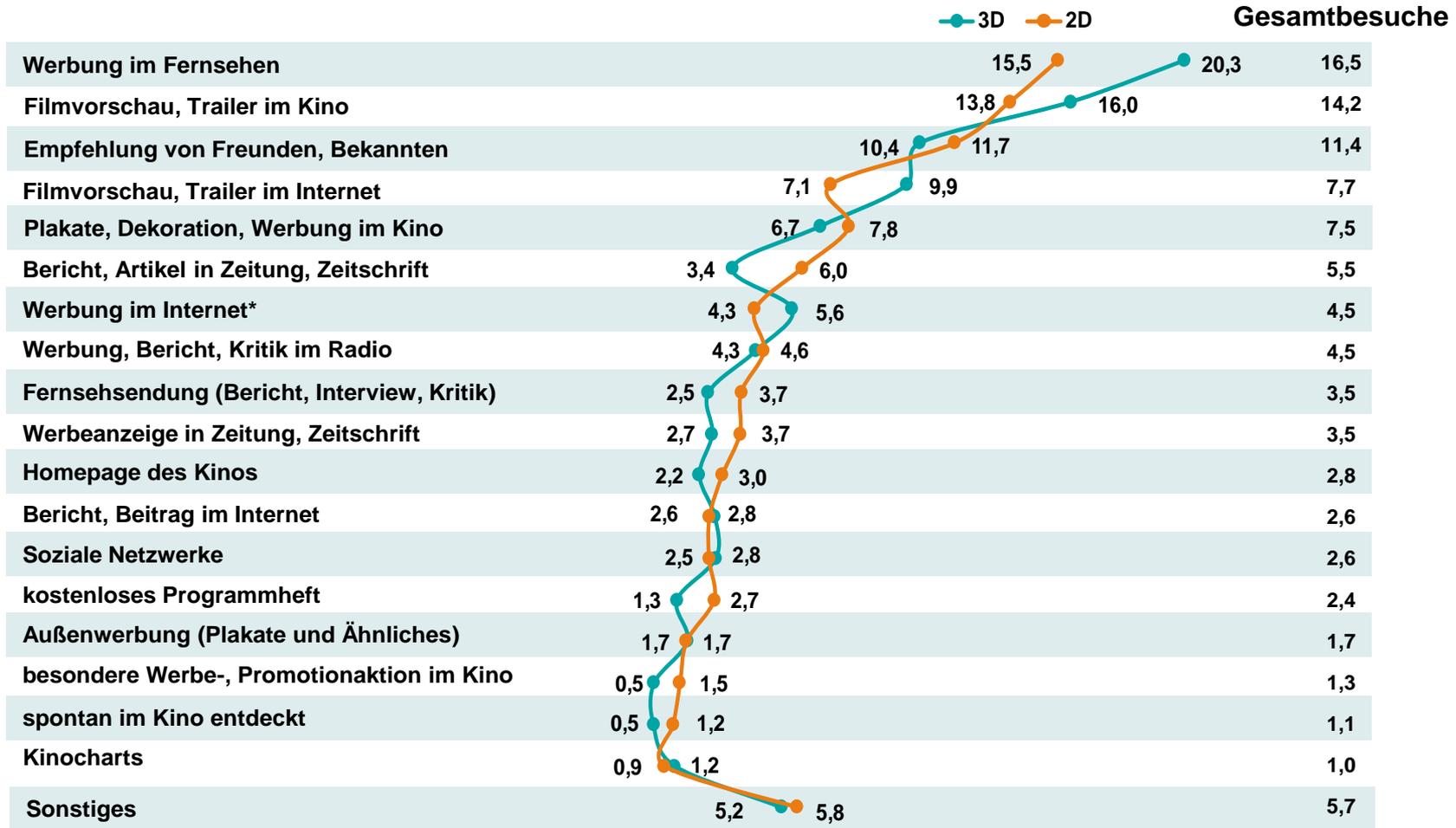
Basis: Besuche in %



3D-Kinobesucher III

Vergleich 2D- und 3D-Besuche — Sources of Awareness

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)

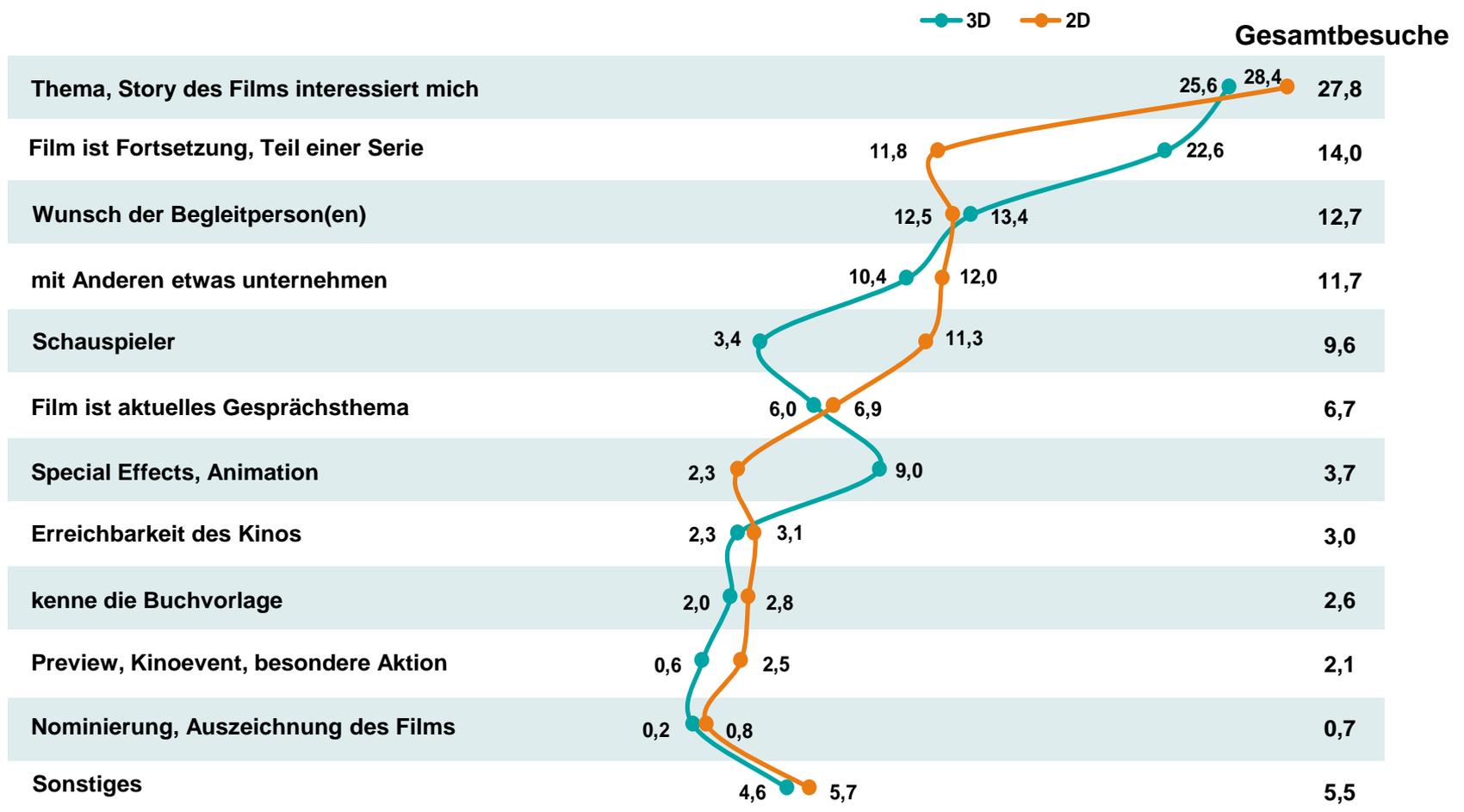


*inkl. E-Mail, Newsletter, SMS-Werbung

3D-Kinobesucher III

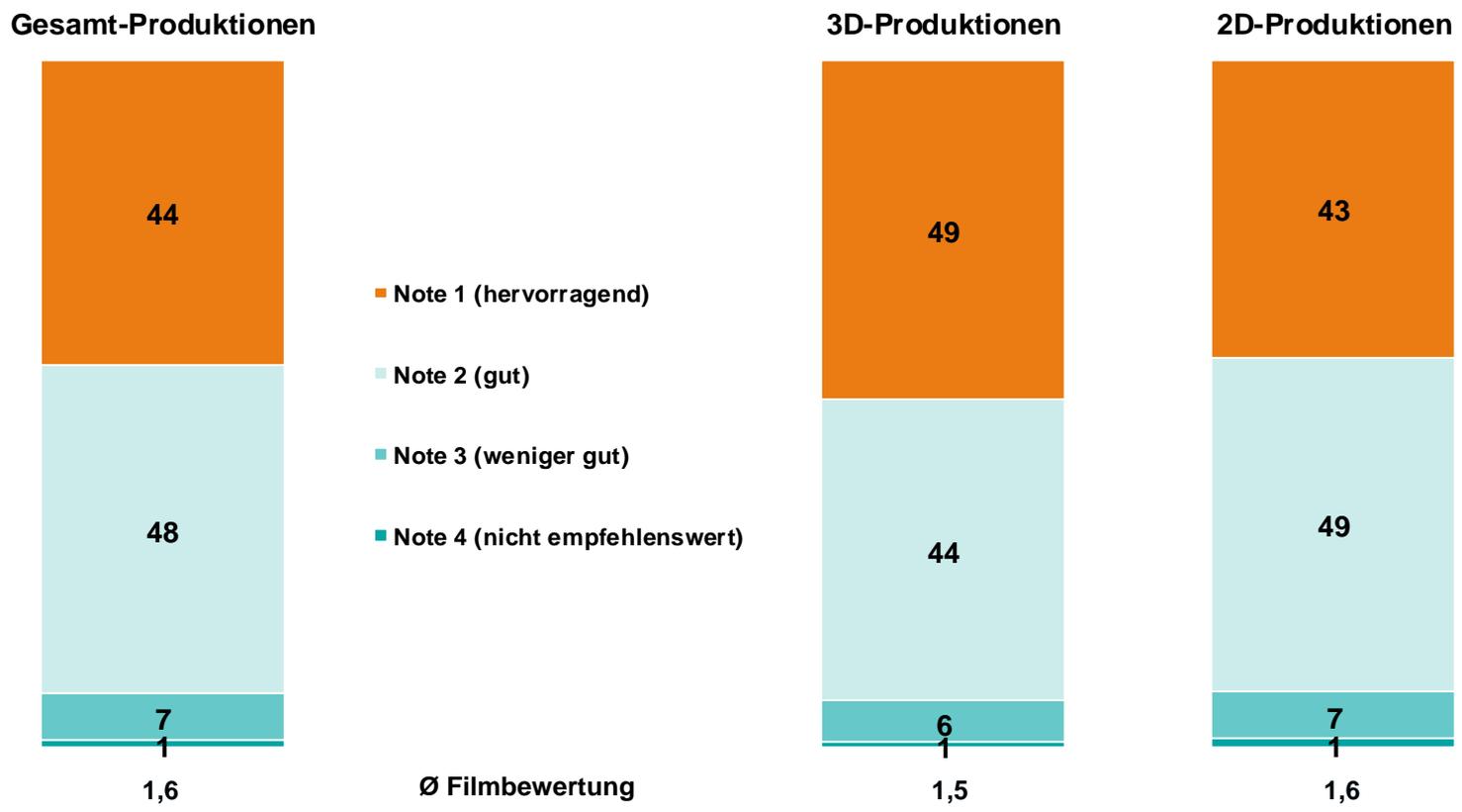
Vergleich 2D- und 3D-Besuche – Besuchsgrund

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)



3D-Kinobesucher III Filmbewertung 3D-Filme 2015

Basis: Besuche in %



Die bestbewerteten 3D-Filmtitel waren 2015 AVENGERS: AGE OF ULTRON (1,39), BAYMAX – RIESIGES ROBOWABOHU (1,41) und STAR WARS: DAS ERWACHEN DER MACHT (1,44).

Key Facts zum 3D-Kinobesucher III

filmspezifisch

Während das Preissegment „10,51 € und mehr“ im Gesamtmarkt lediglich einen Anteil von 18 Prozent hatte, machte es bei den 3D-Besuchen mehr als die Hälfte aller Besuche (55%) aus.

Die Hälfte der Twens sahen sich 3D-Filme 20 Uhr oder später an, fast drei Viertel (71%) der über 60-Jährigen bevorzugten hingegen einen Filmbeginn vor 18 Uhr.

„Werbung im Fernsehen“ (20,3%) und „Filmvorschau, Trailer im Kino“ (16,0%) waren auch in 2015 die wichtigsten Aufmerksamkeitsquellen, gefolgt von „Empfehlung von Freunden, Bekannten“ mit 10,4 Prozent.

Der häufigste Besuchsgrund in 2015 war mit 25,6 Prozent „Thema, Story interessiert mich“. Als zweithäufigster Grund wurde „Film ist Fortsetzung, Teil einer Serie“ angegeben (22,6%). Ebenfalls wichtig war dem 3D-Besucher mit 13,4% der „Wunsch der Begleitperson(en)“.

Die Bewertung von 3D-Filmen erhielt im Durchschnitt eine Note von 1,5.

**Für weitere Fragen 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

Weitere Informationen, Studien und Marktdaten erhalten Sie unter:

www.ffa.de