

Kinobesucher 2014

Strukturen und Entwicklungen
auf Basis des GfK Panels

Vorwort

Seit mittlerweile 23 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 hatte 2012 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 in eigenständigen Studien veröffentlicht.

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.

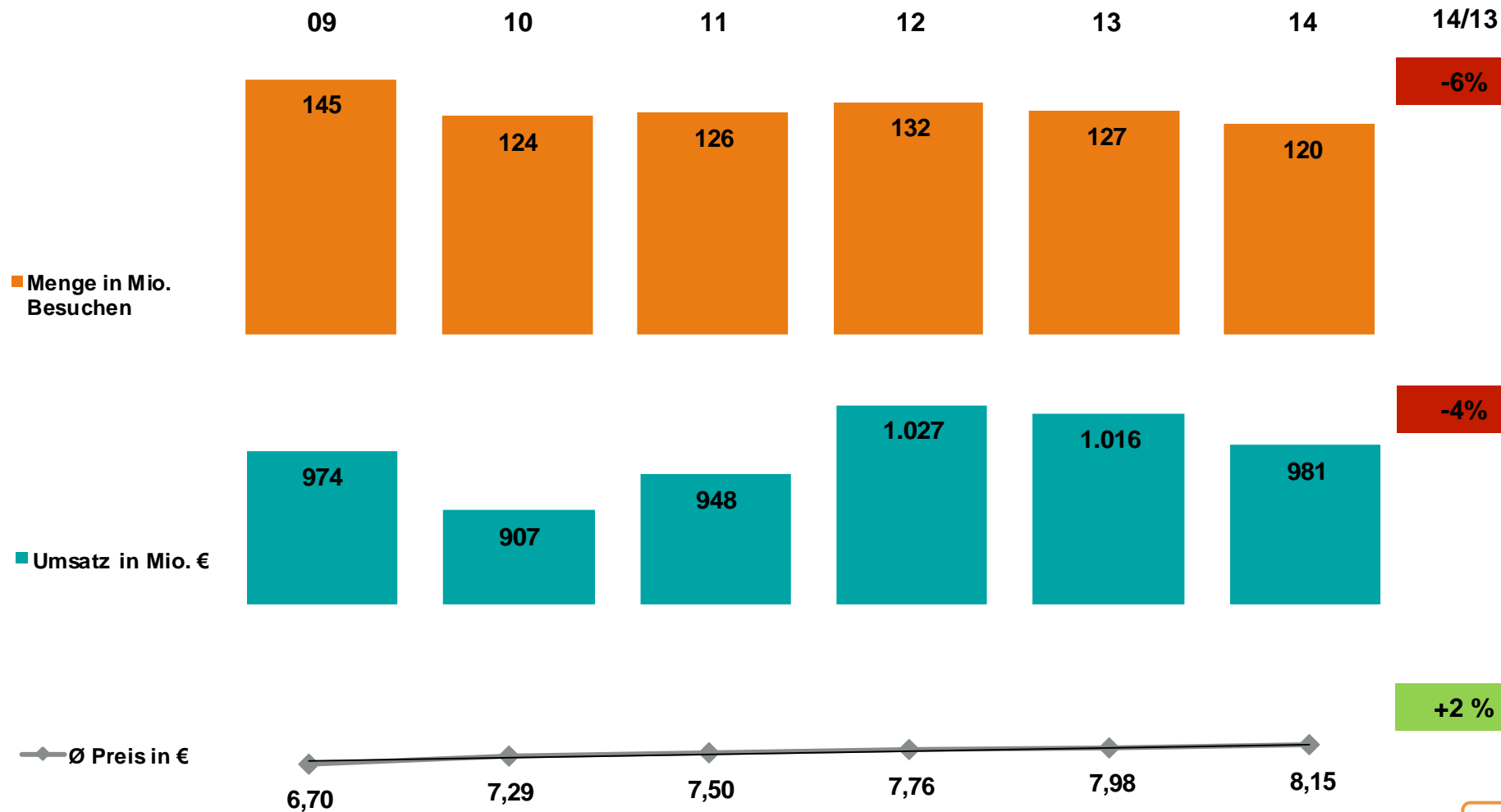
Inhalt

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

Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

Besucher und Umsatz

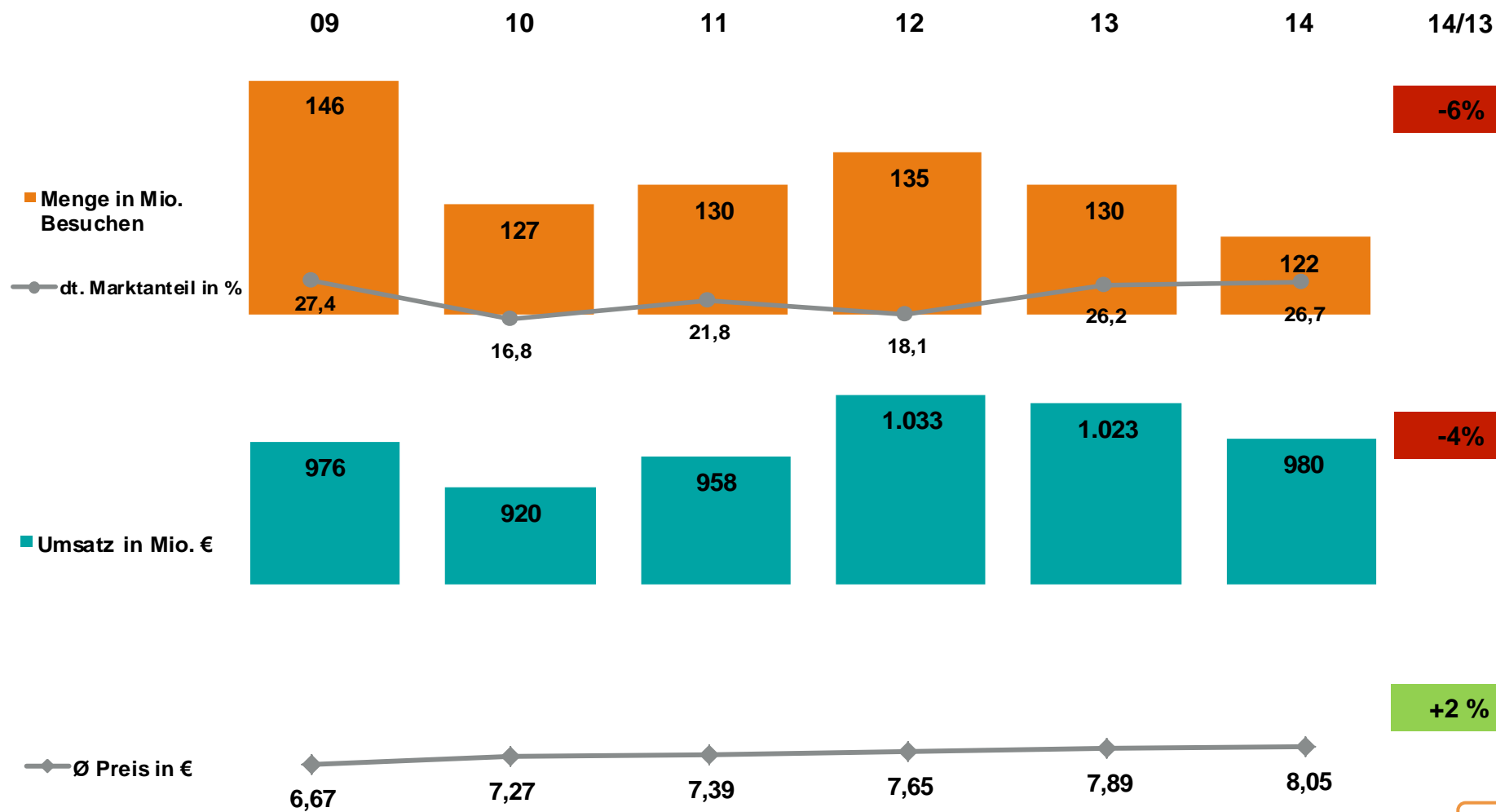
Basis: GfK-Panel



Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

Besucher und Umsatz

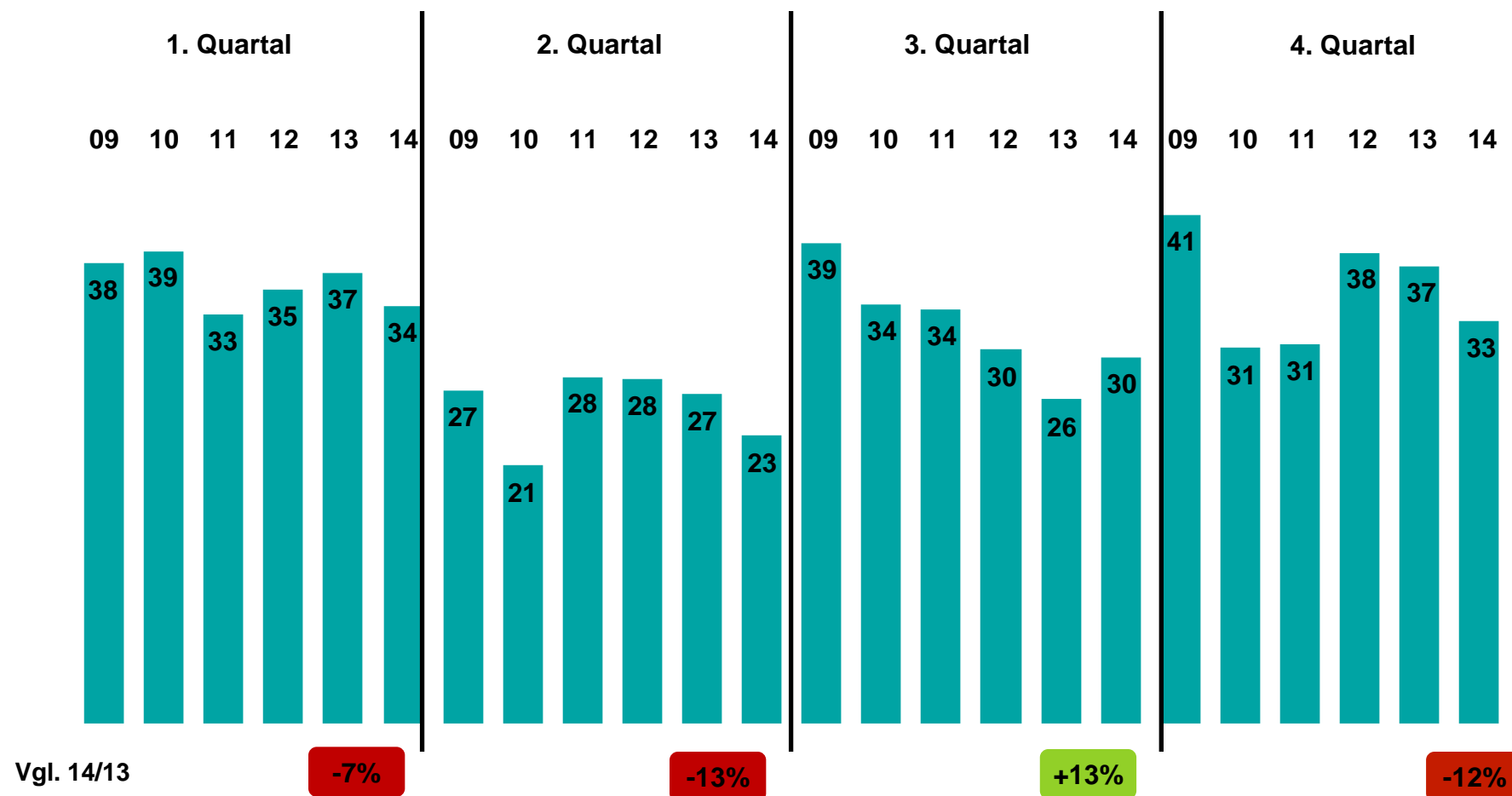
Basis: Meldungen der Filmtheater, FFA



Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

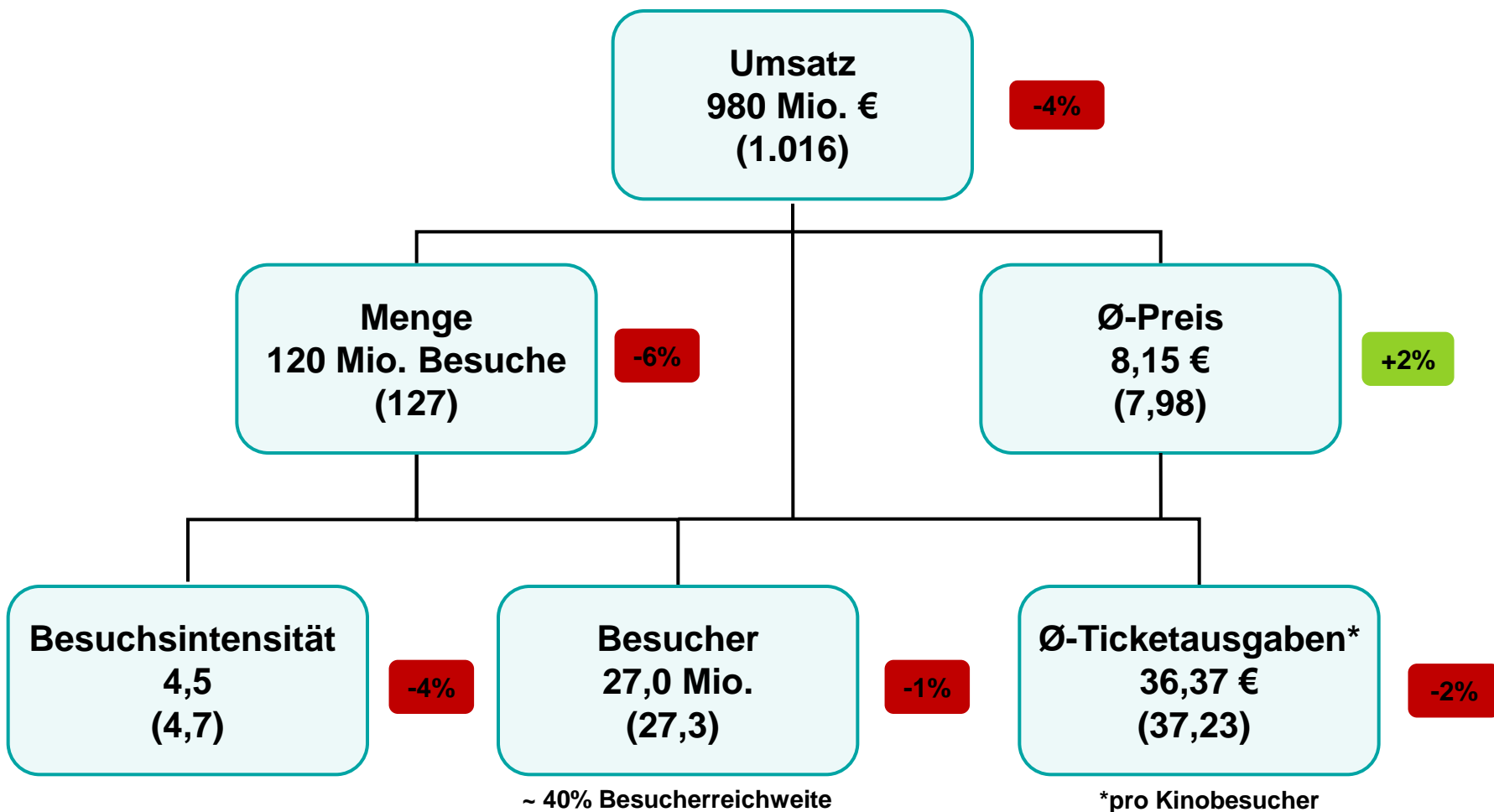
Saisonalität

Basis: Besuche in Mio., GfK-Panel



Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts Key Facts zum Kinomarkt 2014 (2013)

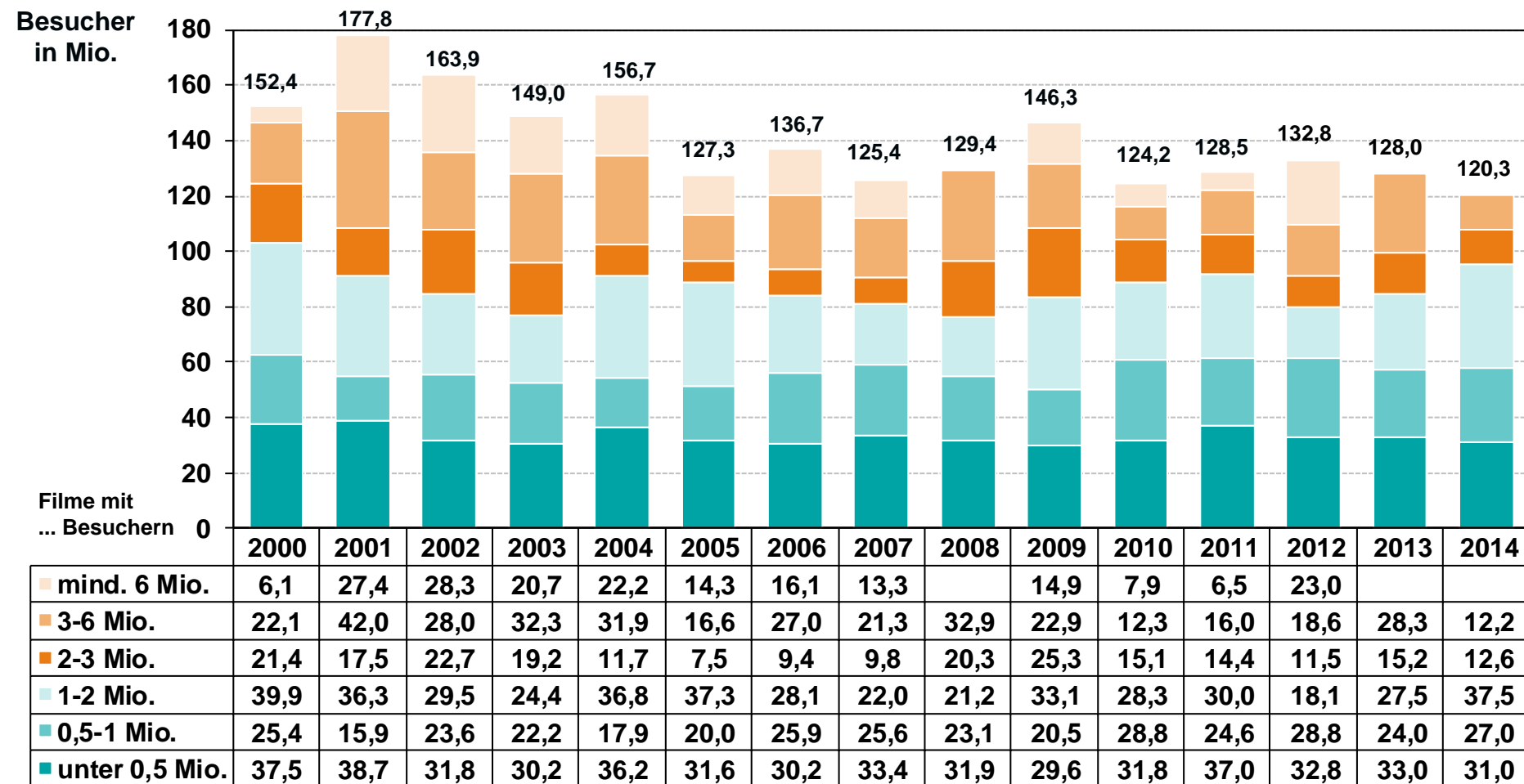
Basis: GfK-Panel



Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

Key Facts – Besucherklassen

Basis: Meldungen der Filmverleiher, FFA



Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

Key Facts – Besucherklassen

Basis: Meldungen der Filmverleiher, FFA

Filme mit ... Besuchern	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Durchschnitt 2000-2014
mind. 6 Mio	1	3	4	3	3	2	2	2	-	2	1	1	3	-	-	2
3 bis unter 6 Mio.	6	10	6	8	8	4	6	5	8	6	3	4	5	7	3	6
2 bis unter 3 Mio.	9	7	10	8	5	3	4	4	8	11	6	6	5	6	5	6
1 bis unter 2 Mio.	27	26	21	17	26	29	21	15	15	25	21	21	15	21	28	22
Summe	43	46	41	36	42	38	33	26	31	44	31	32	28	34	36	36
nachrichtlich: 0,5 bis unter 1 Mio.	37	22	32	32	26	29	34	36	31	30	41	36	43	36	38	34

- Knapp jedes vierte Kinoticket (24%) wurde im Jahr 2014 für einen TOP 10-Film erworben. Die Zahl der Filme mit 1 bis 6 Mio. Besuchern stieg 2014 auf 36 und lag damit genau im Durchschnitt der letzten 15 Jahre.
- Die 36 Besuchermillionäre stellten mit 62,3 Mio. Besuchen gut die Hälfte (52%) des gesamten Besucheraufkommens. Im Vorjahr machten die Besuchermillionäre 55% der Kinobesuche aus.
- Mit *Der Medicus*, *Vaterfreuden*, *Fack Ju Göhte* und *Stromberg – Der Film* befanden sich 2014 vier deutsche Filme unter den TOP 20. 2013 waren es drei deutsche Produktionen.
- Unter den 36 Filmen, die in 2014 mindestens 1 Million Besucher verzeichneten, befanden sich acht deutsche Filmproduktionen. 2013 waren es sieben Produktionen.

Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

Key Facts Ausgaben

Basis: FFA und GfK-Panel

Durchschnittliche Ausgaben im Kino

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	14/13
durchschnittlicher Eintrittspreis je Kinobesucher lt. FFA:	6,67 €	7,27 €	7,39 €	7,65 €	7,89 €	8,05 €	2,0%
durchschnittlicher Eintrittspreis je Kinobesucher lt. GfK*:	6,70 €	7,29 €	7,50 €	7,76 €	7,98 €	8,15 €	2,1%
durchschnittliche Ausgaben je Kinobesuch für Verzehr lt. GfK*:	2,86 €	3,12 €	3,54 €	3,41 €	3,60 €	3,72 €	3,3%
durchschnittliche Gesamtausgaben je Kinobesuch lt. GfK*:	9,53 €	10,42 €	11,08 €	11,17 €	11,58 €	11,87 €	2,5%

*ohne Ausländer und Kinder unter 10 Jahren, Eintrittspreise und Ausgaben für den Verzehr beziehen sich auf Bruttobeträge

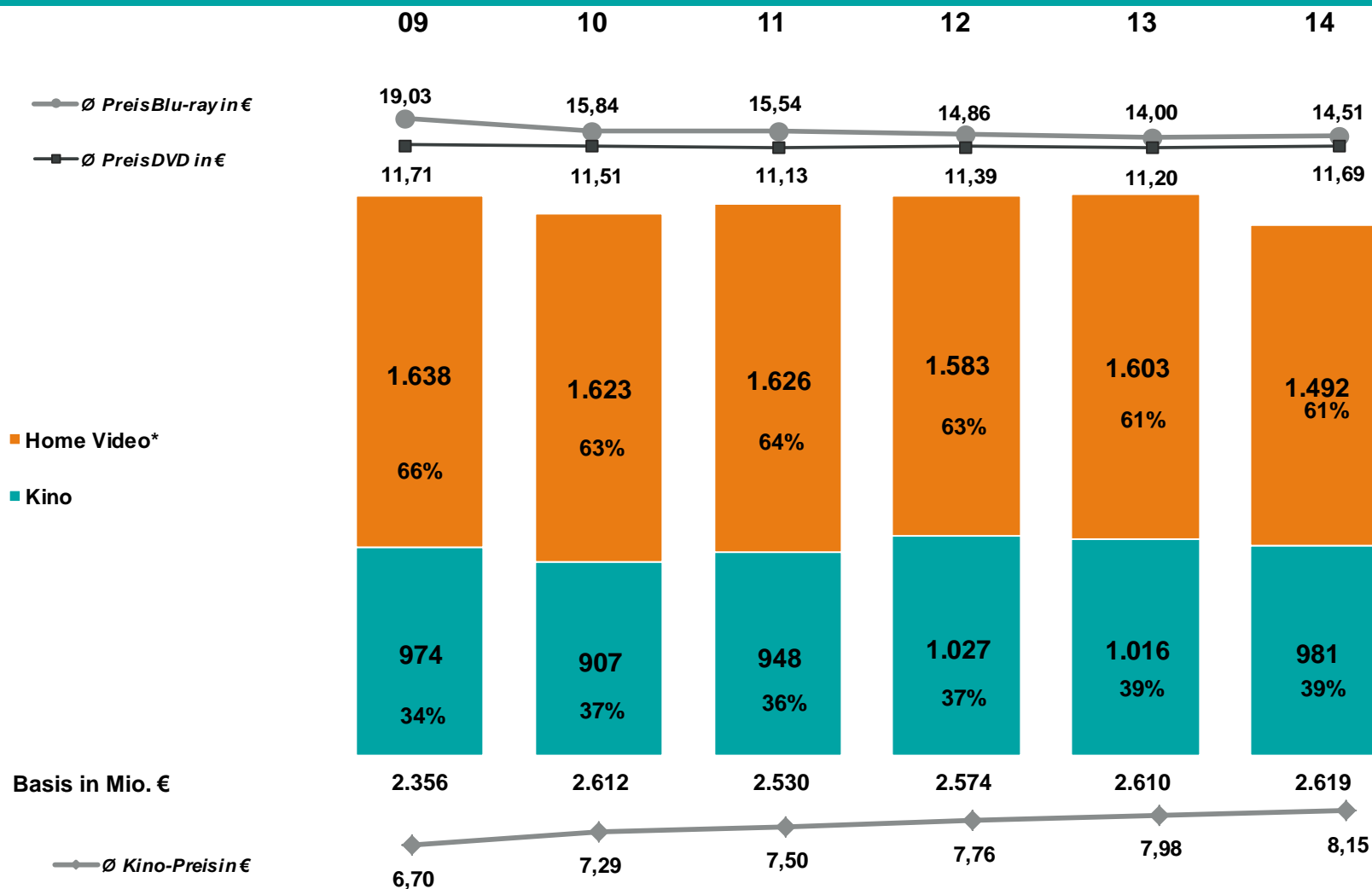
Anhand der Besucher- und Umsatzmeldungen der Filmtheater an die FFA ließ sich für das Jahr 2014 ein durchschnittlicher Eintrittspreis von 8,05 € errechnen.

Der von der GfK ermittelte Eintrittspreis lag mit 8,15 € erneut geringfügig höher, da hier u. a. Kinder unter 10 Jahren, die meist Preisermäßigungen erhalten, nicht berücksichtigt wurden. Im Jahr 2014 verzehrten erneut 55% aller Besucher im Kino Getränke, Popcorn & Co. Die Durchschnittlichen Ausgaben für den Verzehr pro Käufer lagen in 2014 bei 6,73 €.

Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

Kino vs. Home Video*

Basis: Umsatz in Mio. €

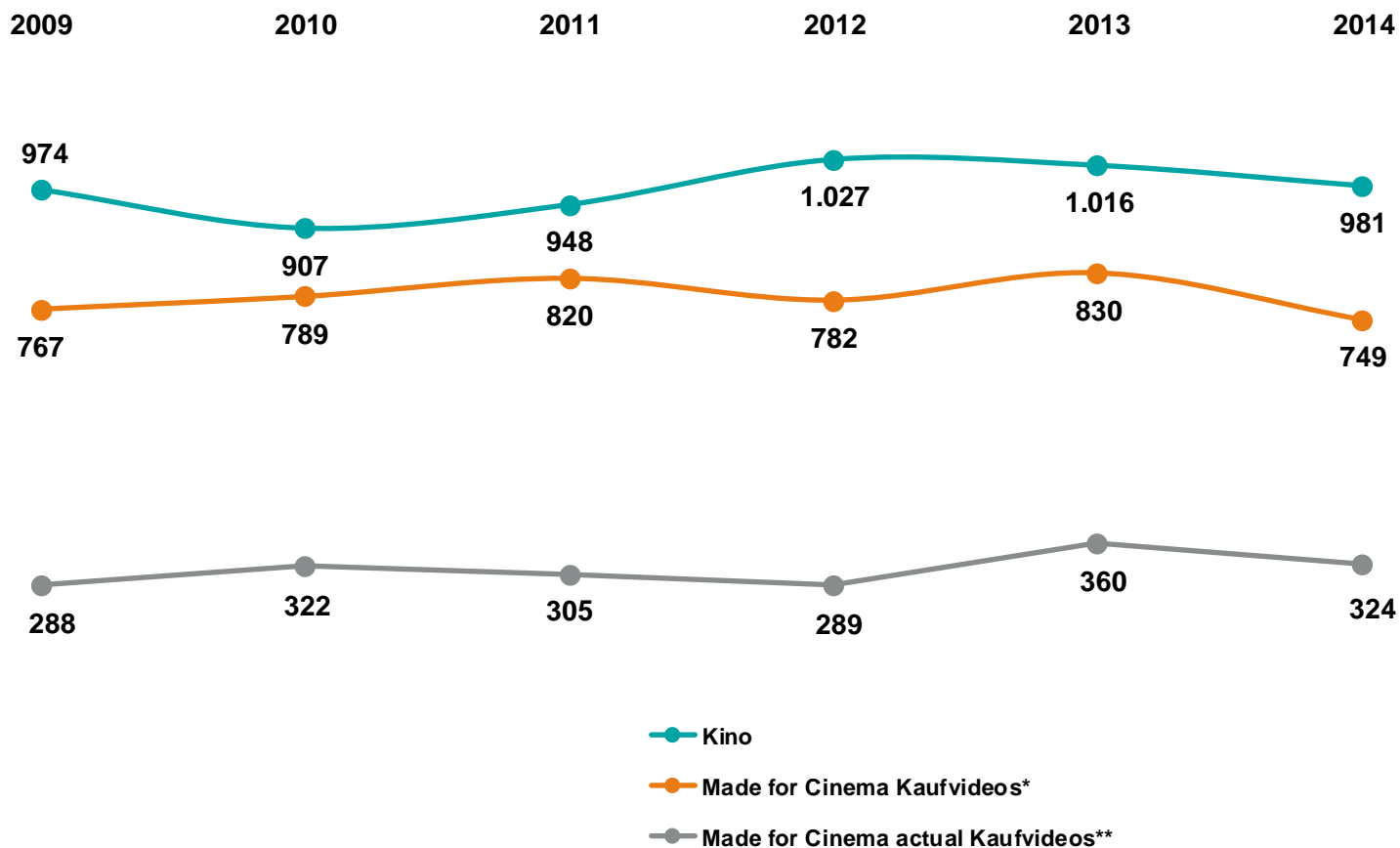


* physischer Videokauf- und Videoleihmarkt inkl. DVD, Blu-ray und VHS (ohne digital)

Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

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

Basis: Umsatz in Mio. €



* Made for Cinema inkl. Kinoboxen

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

Key Facts zur allgemeinen Entwicklung des Kinomarkts

- Im Jahr 2014 gingen erneut 6 Prozent weniger Besucher in die Kinos als 2013. 120 Mio. Tickets wurden nach Angaben der GfK im letzten Jahr verkauft. Der Ticketumsatz sank aufgrund der weiterhin leicht steigenden Ticketpreise um 4 Prozent. Dennoch erzielte der Kinomarkt laut GfK mit rund 981 Mio. € das viertstärkste Ergebnis seit Datenerhebung.
- Der durchschnittliche Eintrittspreis für einen Kinobesuch laut GfK bei 8,15 €.
- Die Kinobesucher waren auch in 2014 affin für Blockbuster. 36 Filme erreichten mehr als 1 Million Besucher. Acht deutsche Produktionen waren 2014 Besuchermillionäre. Mehr deutsche Besuchermillionäre gab es nur im „Ausnahmejahr“ 2009.
- Erfolgreichster Film war 4,7 Mio. Besuchern *Der Hobbit: Die Schlacht der fünf Heere*. Die erfolgreichste deutsche Produktion war mit 2,6 Mio. Besuchern *Der Medicus*.
- Unter den TOP 10 des Jahres 2014 befanden sich fünf 3D-Filme: *Der Hobbit: Die Schlacht der fünf Heere*, *Drachenzähmen leicht gemacht 2*, *Transformers: Ära des Untergangs*, *Guardians of the Galaxy* und *Rio 2 – Dschungelfieber*.

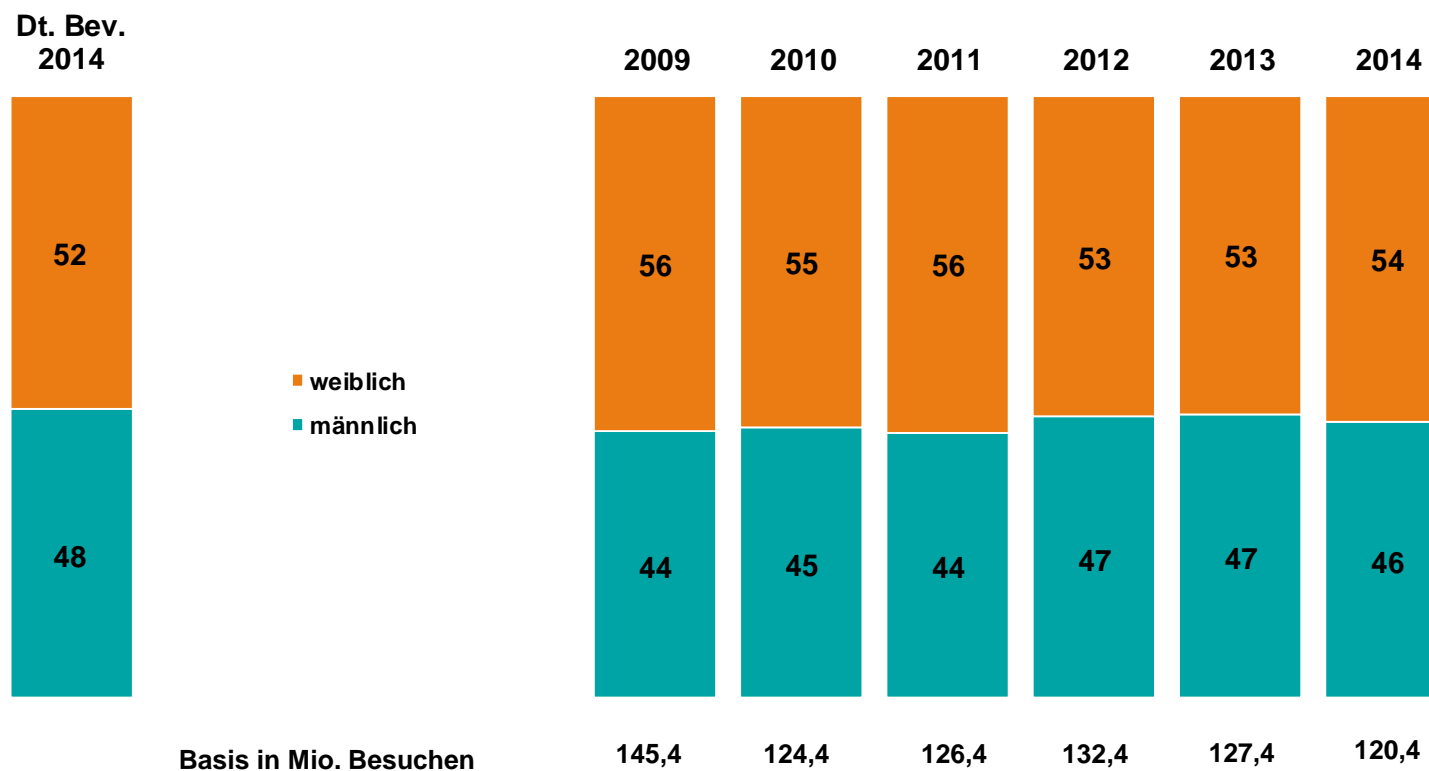
Inhalt

- 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 %

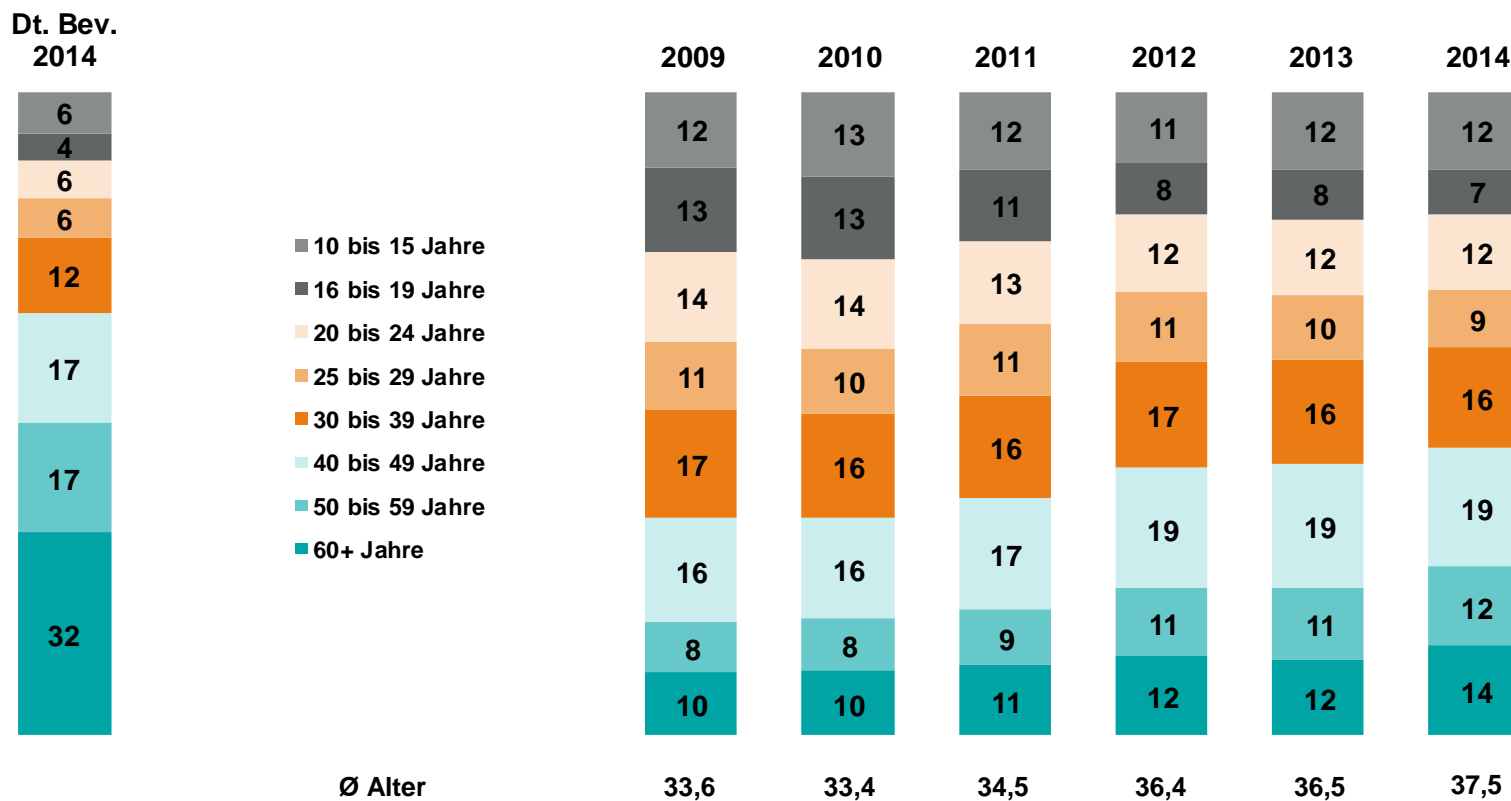


Im Jahr 2014 gingen wie in den Vorjahren mehr Frauen als Männer in deutsche Kinos. Die Verteilung blieb dabei stabil.

Kinobesucher I

Alter der Besucher im Zeitverlauf

Basis: Besuche in %



Der Anteil der Jugendlichen und Twens lag in 2014 bei 40%. Das Durchschnittsalter des Kinobesuchers stieg abermals leicht an und lag bei 37,5 Jahren.

Kinobesucher I

Gewinne und Verluste – Alter und Geschlecht

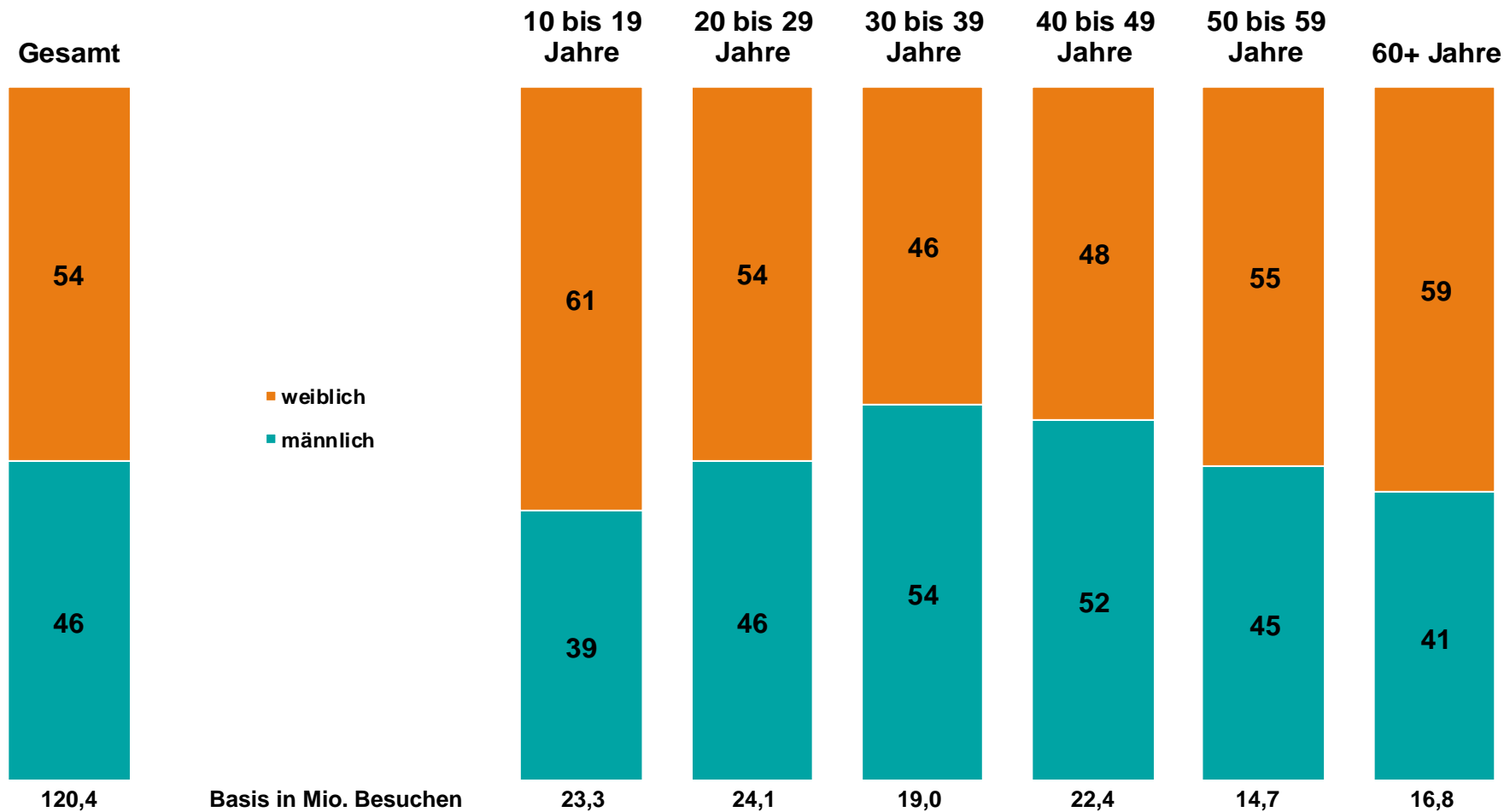
Basis: Besuche in Mio.

	Veränderung 2014 vs. 2013	Mio. Besuche	
		2013	2014
Total	-6%	127,4	120,4
weiblich	-4%	67,4	64,6
männlich	-7%	60,1	55,8
10 bis 19 Jahre	-8%	25,2	23,3
20 bis 29 Jahre	-11%	27,1	24,1
30 bis 39 Jahre	-10%	21,0	19,0
40 bis 49 Jahre	-9%	24,7	22,4
50 bis 59 Jahre	3%	14,4	14,7
60+ Jahre	12%	15,0	16,8

Kinobesucher I

Alter der Besucher – Geschlecht

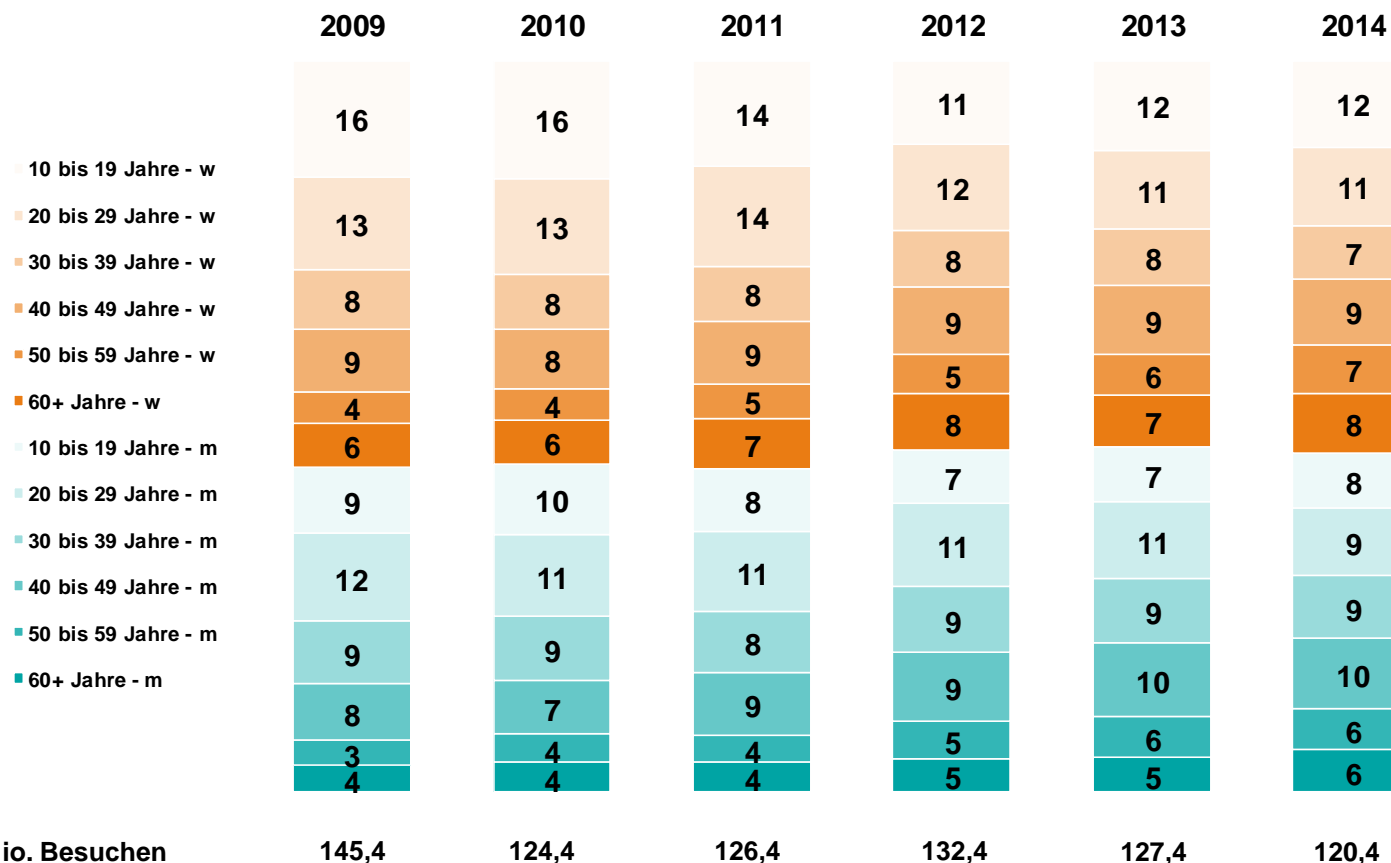
Basis: Besuche in %



Kinobesucher I

Alter der Besucher nach Geschlecht im Zeitverlauf

Basis: Besuche in %

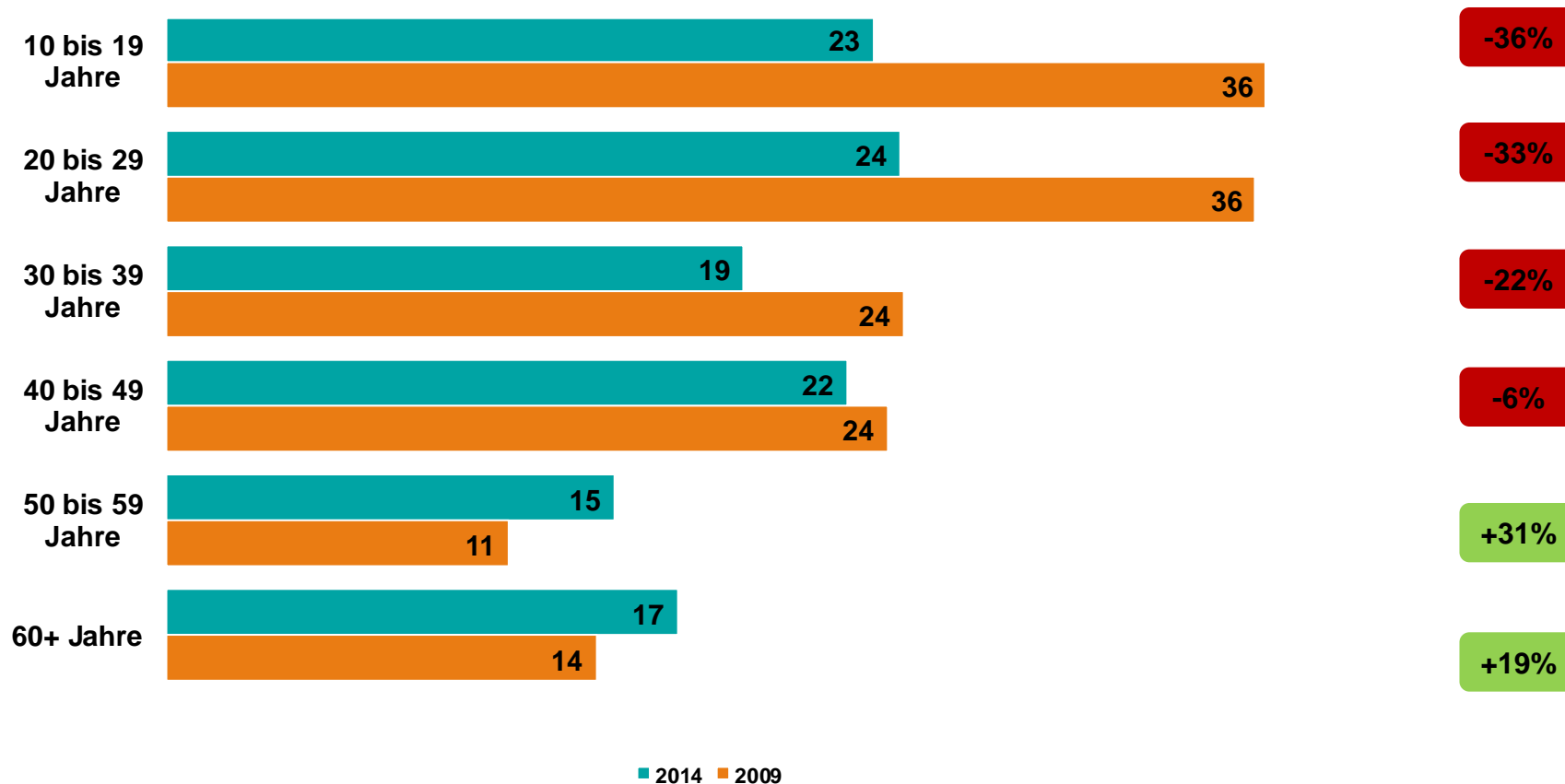


Kinobesucher I

Alter der Besucher – Vergleich 2009/2014

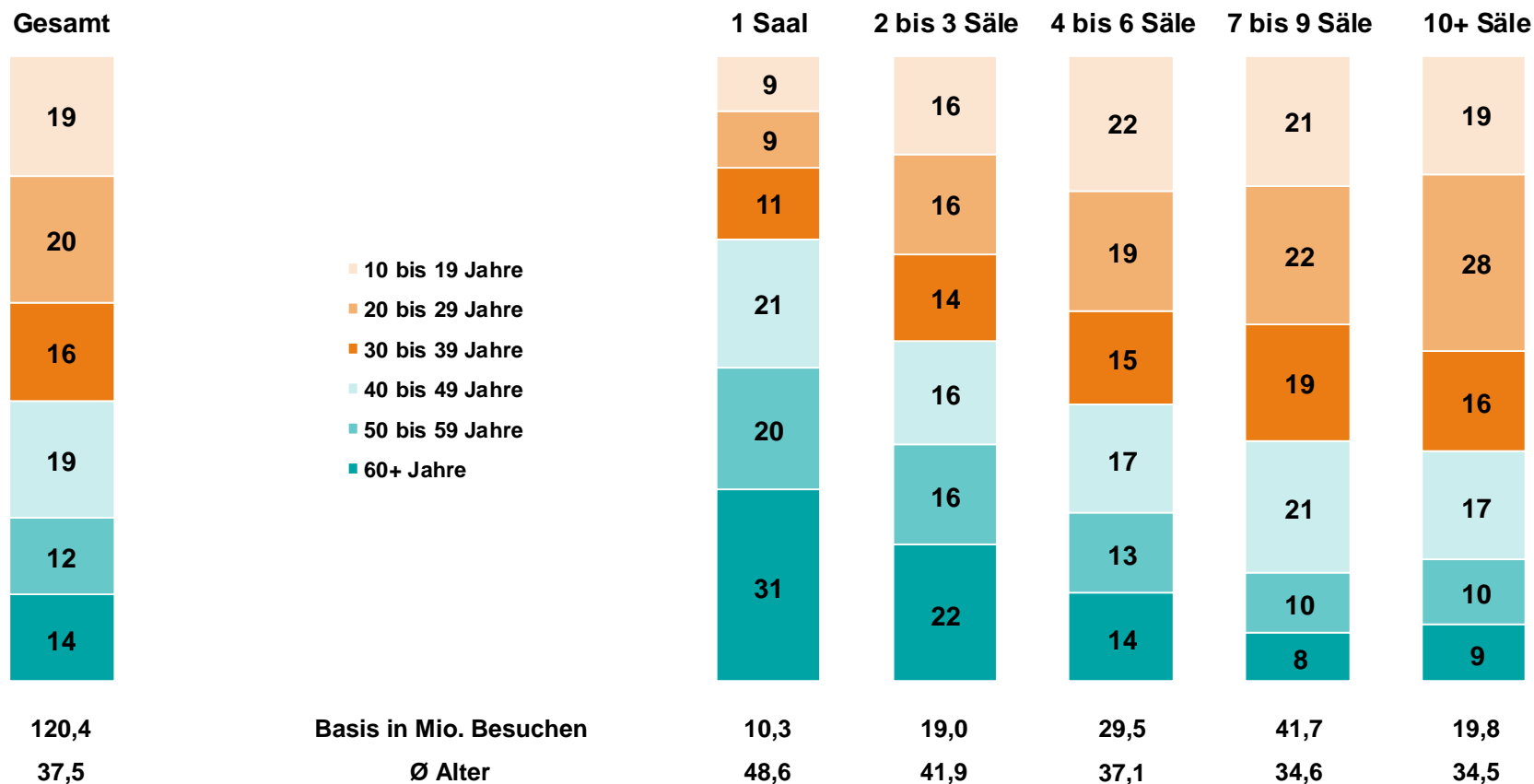
Basis: Besuche in Mio.

14 vs. 09



Kinobesucher I Anzahl der Säle – Altersgruppen

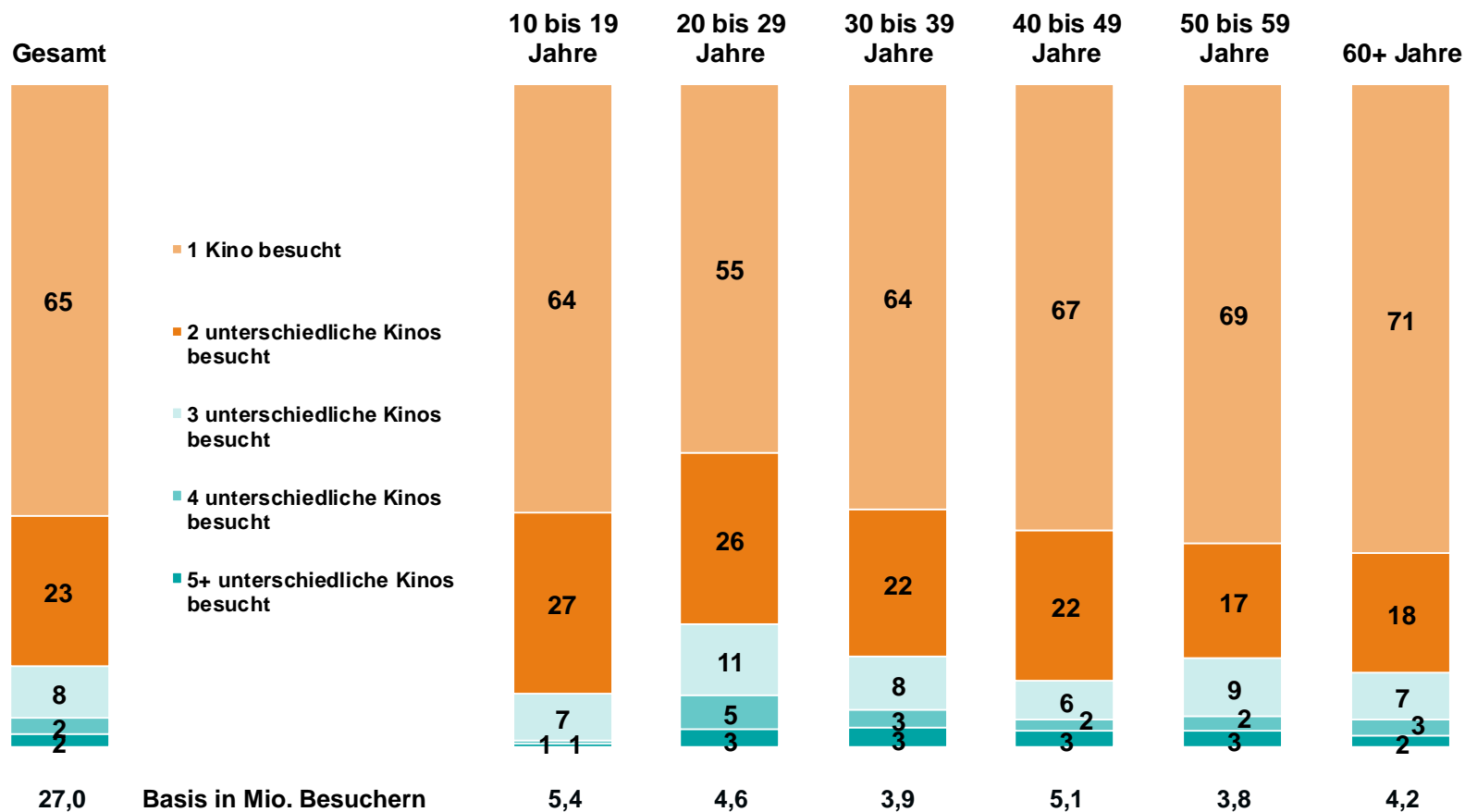
Basis: Besuche in %



Kinobesucher I

Anzahl besuchter Kinos – Altersgruppen

Basis: Besucher in %



Key Facts zum Kinobesucher I *soziodemografisch und kinospezifisch*

- Den größten Besucheranteil stellten auch 2014 die 20 bis 29 Jährigen mit 21%. Darauf folgten Jugendliche bis 19 Jahre und die 40 bis 49 Jährigen mit jeweils 19%.
- Der Besuchsrückgang in 2014 verteilte sich dabei auf beide Geschlechter und wirkte sich gleichmäßig auf die Altersgruppen der 10 bis 49 Jährigen aus. Die 50+ Jährigen konnten das Defizit mit ihrem Besucherzuwachs nicht ausgleichen.
- Dieses wird auch im Zeitverlauf der letzten sechs Jahre bestätigt. Die Zahl der 10 bis 19 Jährigen Kinobesucher ist von 2009 auf 2014 um 36% und die der 20 bis 29 Jährigen um 33% zurückgegangen. Auch die Altersgruppen der 30 bis 39 Jährigen (-22%) und die der 40 bis 49 Jährigen (-6%) haben Besucher einbüßen müssen.
- Die Altersgruppen ab 50 Jahren sind im gleichen Zeitraum 2009 bis 2014 kinoaffiner geworden. Im Vergleich zu 2009 lösten die 50 bis 59 Jährigen in 2014 knapp ein Drittel (31%) und die Generation 60+ Jahre knapp ein Fünftel (19%) mehr Kinotickets. Dabei stellten diese Altersgruppen ein gutes Viertel (26%) des Gesamtkinobesuchs.
- Das Kinopublikum bleibt weiterhin weiblicher (54%), jedoch konnten die Männer erneut einen Anteil von 46% erreichen.

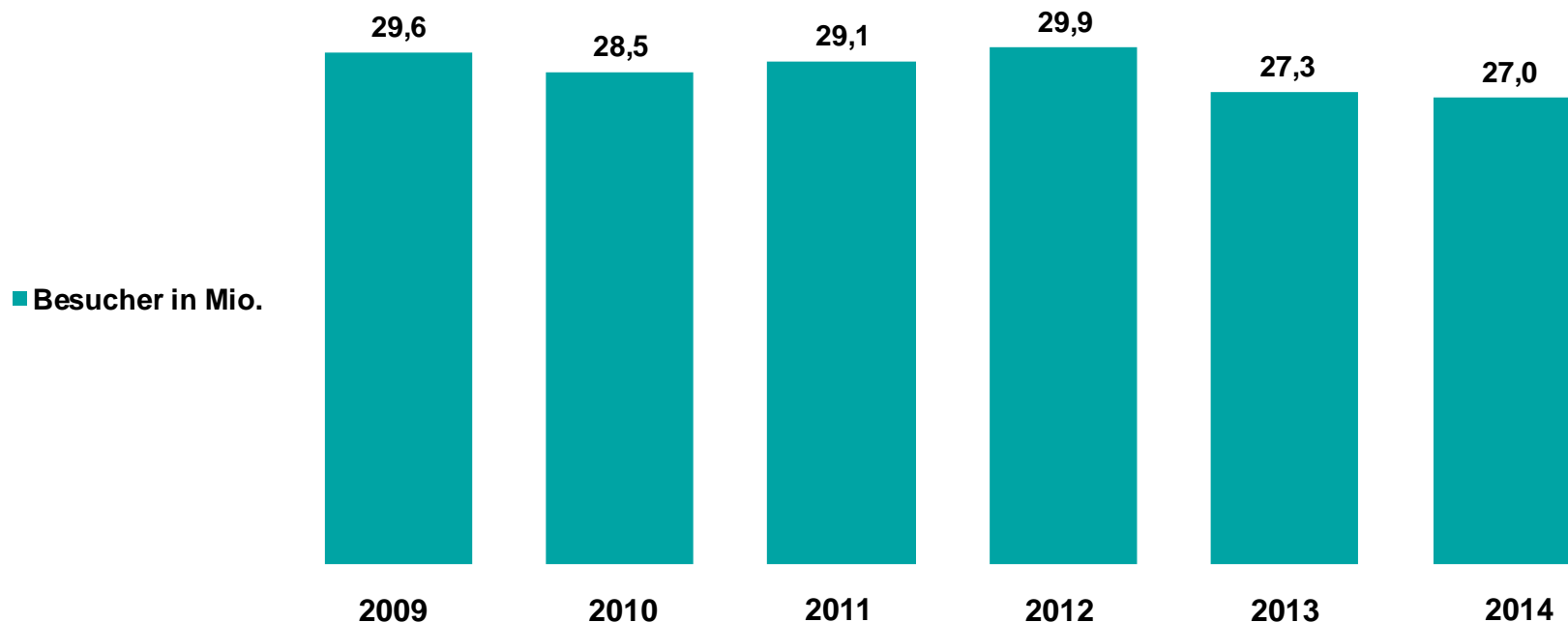
Inhalt

- 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

2009	2010	2011	2012	2013	2014
44%	42%	43%	44%	40%	40%

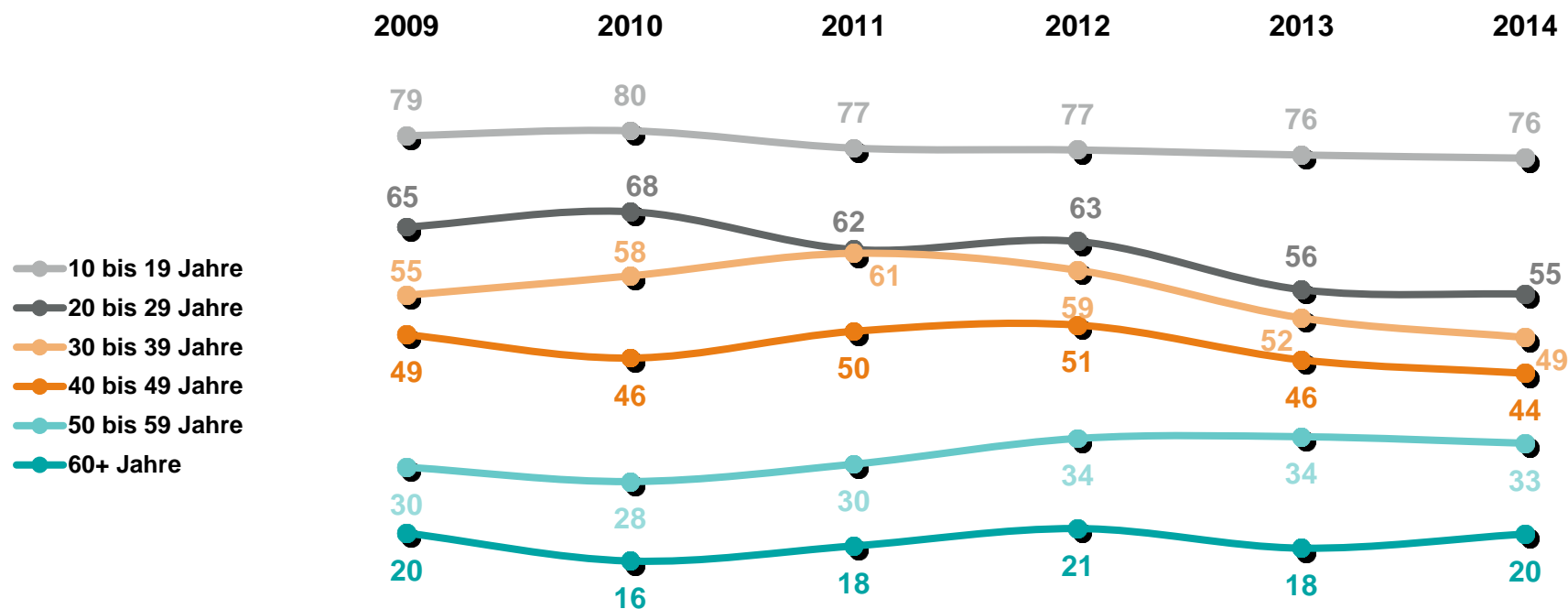
Besuche pro Kopf

2009	2010	2011	2012	2013	2014
4,9	4,4	4,3	4,4	4,7	4,5

Kinobesucher II

Reichweitenentwicklung – Altersgruppen

Basis: Besucher in %



Auch in 2014 sind die Reichweiten bei fast allen Altersgruppen zurückgegangen. Den stärksten Rückgang verzeichneten die 30 bis 39 Jährigen.

Kinobesucher II

Reichweiten 2014 – Alter und Geschlecht

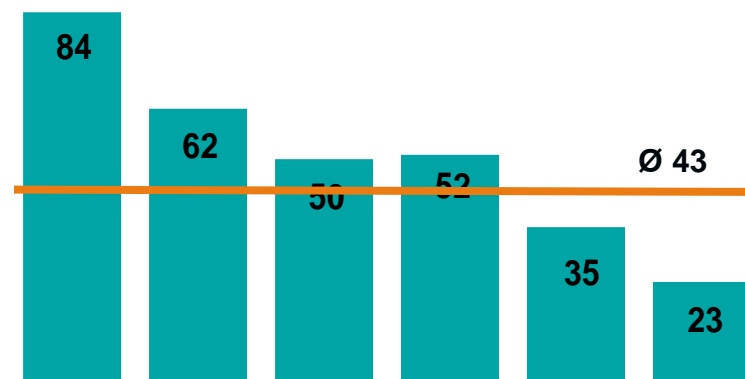
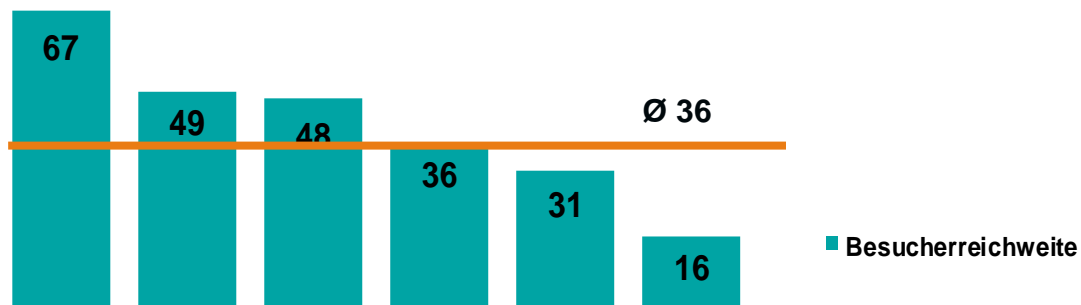
Basis: Besucher in %

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



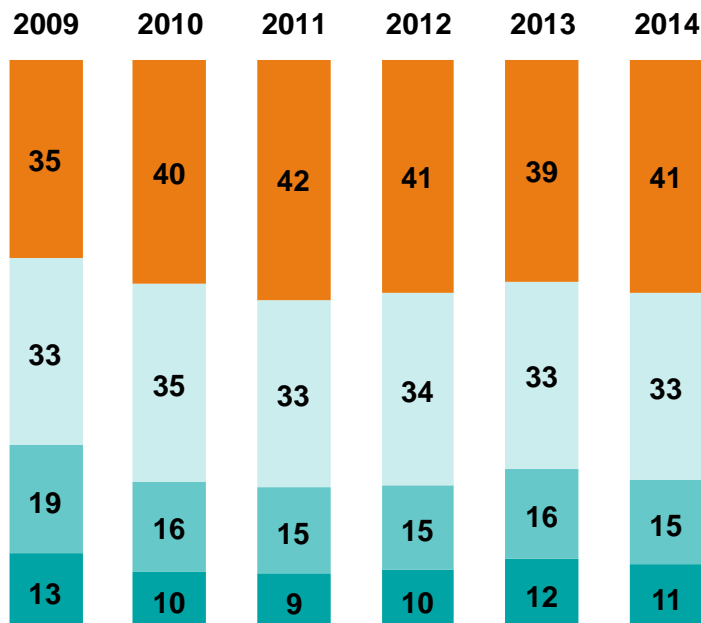
Die höchste Reichweite erreichten sowohl bei den Männern als auch bei den Frauen mit großem Abstand die 10 bis 19 Jährigen.

Kinobesucher II

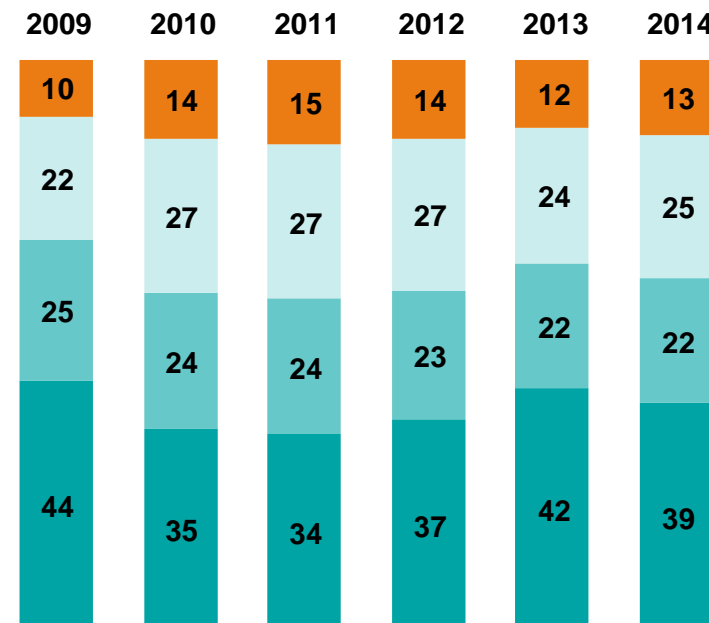
Entwicklung der Besuchsintensität

Basis: Besucher und Umsatz in %, GfK-Panel

Personen in %



Umsatz in %



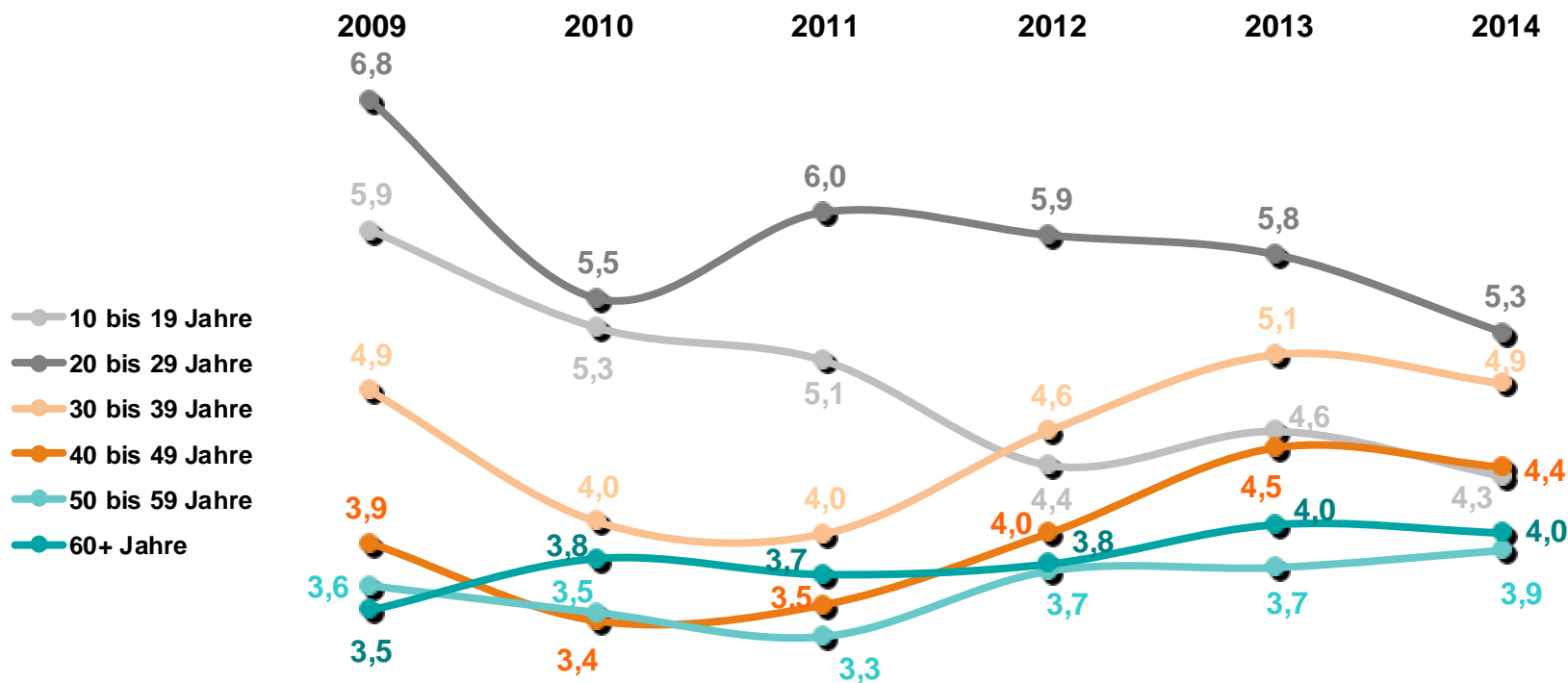
29,6	28,5	29,1	29,9	27,3	27,0	Basis in Mio. Pers./ €
4,9	4,4	4,3	4,4	4,7	4,5	

974	907	948	1.027	1.016	981
-----	-----	-----	-------	-------	-----

Kinobesucher II

Entwicklung der Besuchsintensität – Altersgruppen

Basis: Besuche

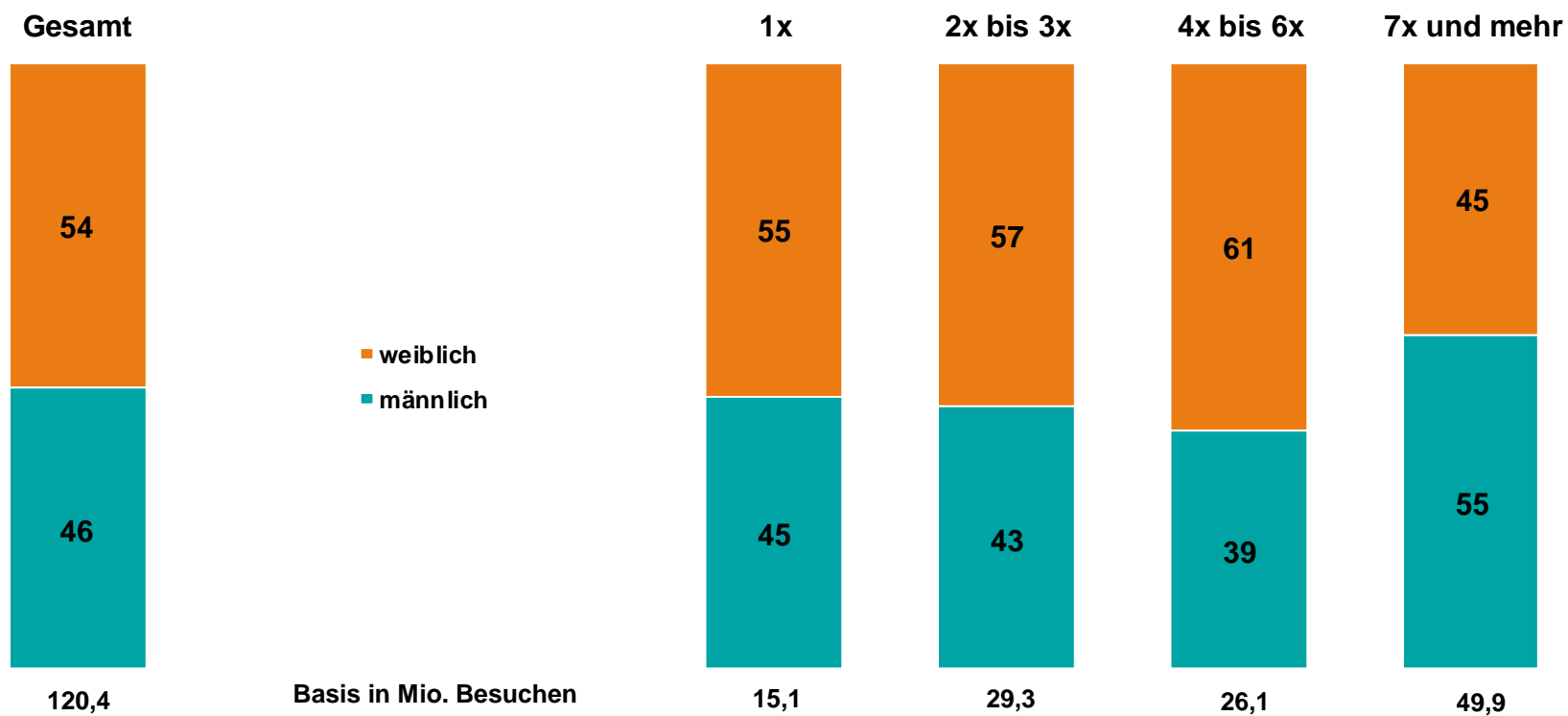


Die Besuchsintensität 2014 nahm in allen Altersgruppen unter 50 Jahren ab. Dennoch gingen mit 5,3 Besuchen erneut die 20 bis 29 Jährigen und mit 4,9 Besuchen auch die 10 bis 19 Jährigen überdurchschnittlich oft ins Kino. Der Durchschnitt lag 2014 bei 4,5 Besuchen.

Kinobesucher II

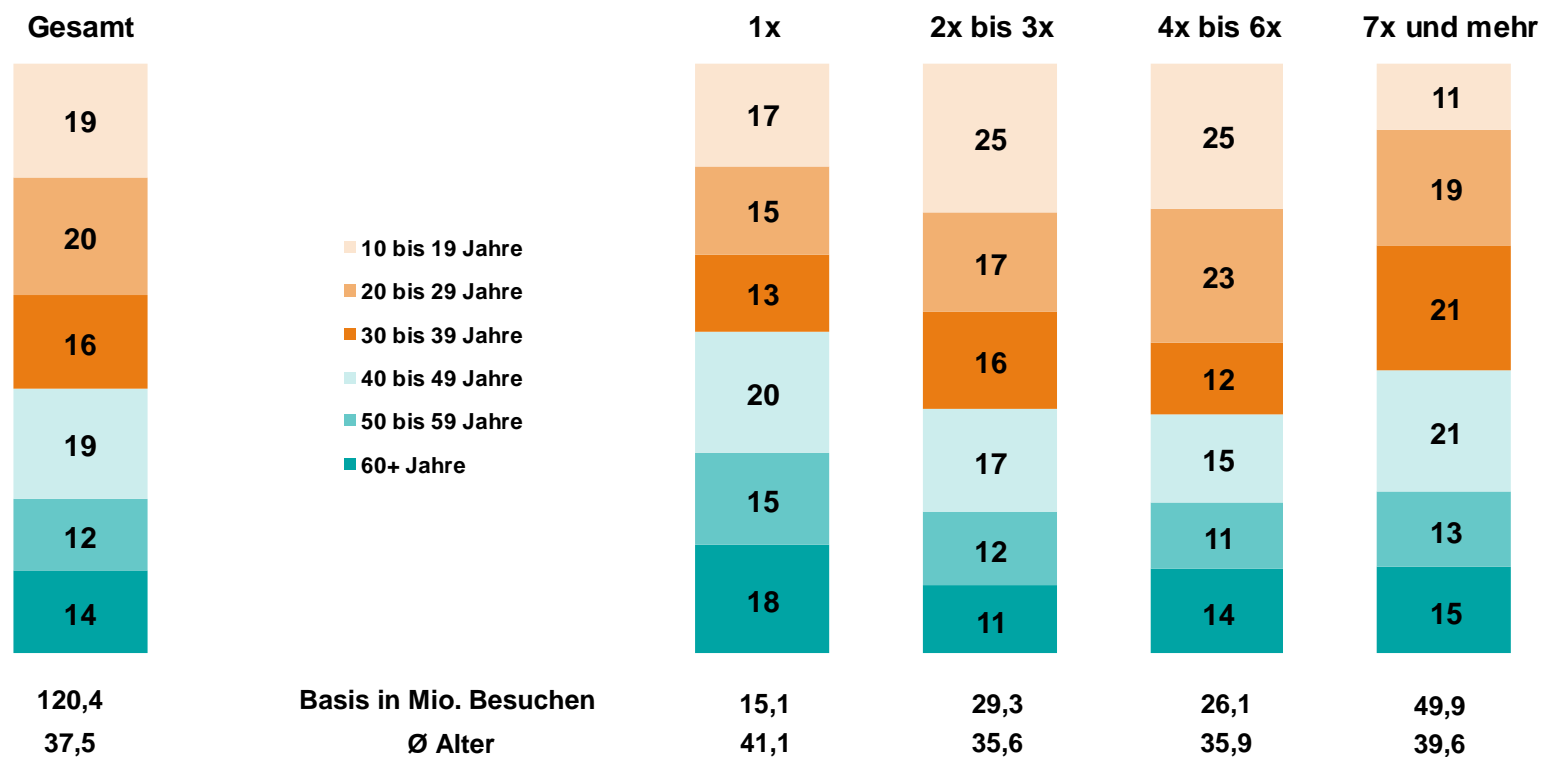
Besuchsintensität – Geschlecht

Basis: Besuche in %



Kinobesucher II Besuchsintensität – Altersgruppen

Basis: Besuche in %



Key Facts zum Kinobesucher II

Reichweiten und Intensitäten

- **27,0 Mio. Kinobesucher bildeten 2014 die Gruppe der Kinogänger, 0,3 Mio. Personen weniger als in 2013 (-1%).**
- **Die Reichweite lag im Jahr 2014 bei stabilen 40% und nimmt wie gewohnt mit steigendem Alter ab. Die höchste Reichweite erreichten die 10 bis 19 Jährigen mit 76% und hier insbesondere die jungen Frauen mit einer Reichweite von 84%.**
- **Die Anzahl der Besuche pro Kopf hat abgenommen und lag in 2014 mit 4,5 leicht unter dem Wert von 2013 (4,7). Die Besuchsintensität war dabei in allen Altersgruppen unter 50 Jahren rückläufig. Die 20 bis 29 Jährigen gingen mit 5,3 Besuchen erneut überdurchschnittlich häufig ins Kino.**
- **Über die letzten 6 Jahre hinweg verringerte sich die Spannweite der Besuchsintensitäten zwischen den Altersgruppen. Dabei war insbesondere die Besuchs pro Kopf der kinoaffinsten jüngeren Altersgruppen der 10 bis 29 Jährigen zwischen 2009 und 2014 stark rückläufig. Die Besuchsintensität der 10 bis 19 Jährigen fiel von 5,9 auf 4,3 und die der 20 bis 29 Jährigen sogar von 6,8 auf 5,3 Besuche pro Kopf .**
- **In der Gruppe der aktivsten Kinobesucher mit mehr als sieben Besuchen in 2014 waren 42% 30 bis 49 Jahre alt. 19% der so genannten „Heavy User“ stellten die 20 bis 29 Jährigen.**

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 2014 – Altersgruppen

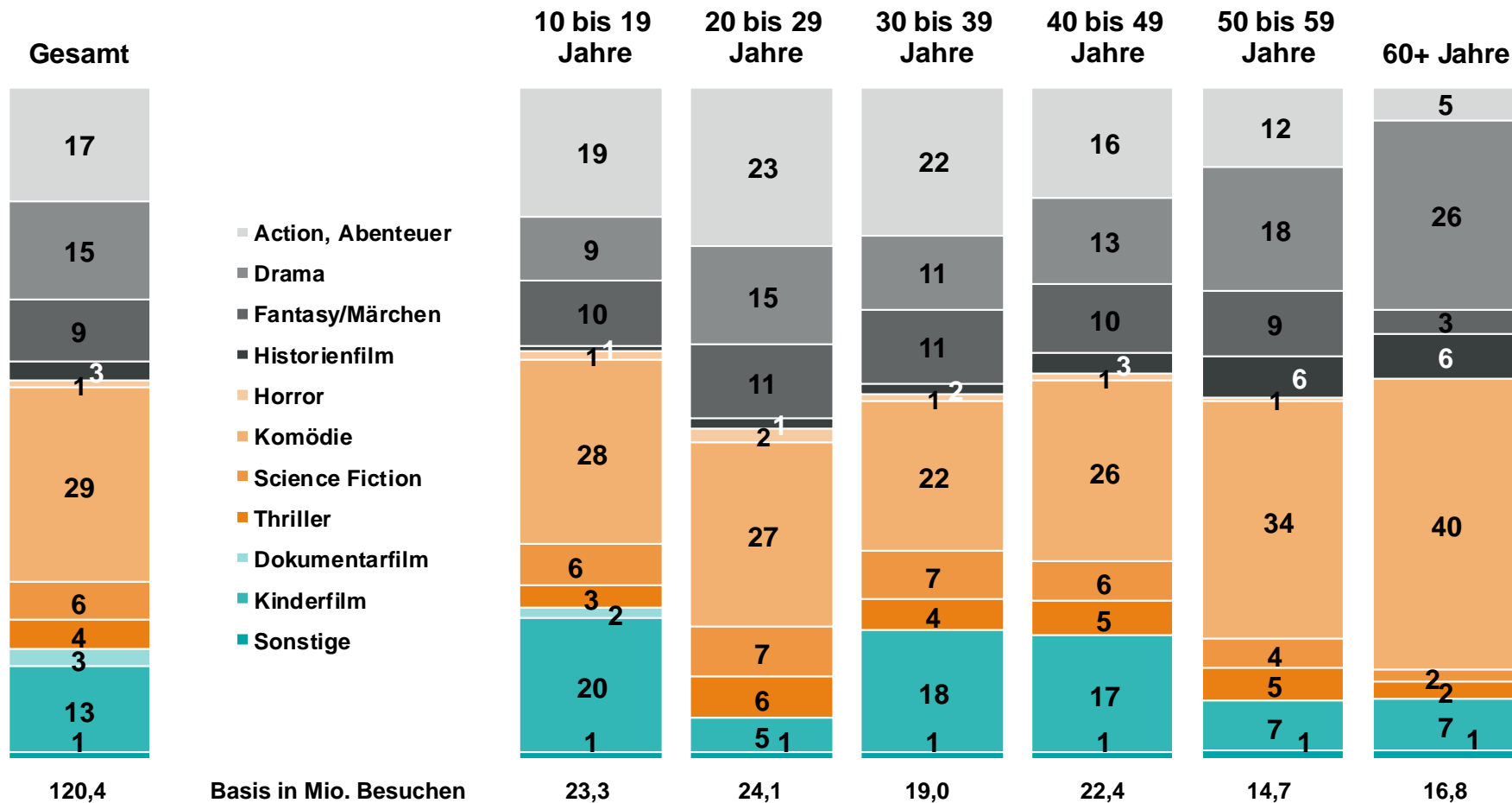
Basis: Besuche in Mio.

10 bis 19 Jahre	20 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50+ Jahre
Die Tribute von Panem - Mockingjay Teil 1	Der Hobbit: Die Schlacht der fünf Heere	Der Hobbit: Die Schlacht der fünf Heere	Der Hobbit: Die Schlacht der fünf Heere	Monsieur Claude und seine Töchter
Der Hobbit: Die Schlacht der fünf Heere	Die Tribute von Panem - Mockingjay Teil 1	Transformers: Ära des Untergangs	Drachenzähmen leicht gemacht 2	Der Medicus
Vaterfreuden	The Wolf of Wall Street	Drachenzähmen leicht gemacht 2	Monsieur Claude und seine Töchter	Der Hobbit: Die Schlacht der fünf Heere
Das Schicksal ist ein mieser Verräter	Transformers: Ära des Untergangs	Der Hobbit: Smaugs Einöde	Der Medicus	Der Hobbit: Smaugs Einöde
Drachenzähmen leicht gemacht 2	Vaterfreuden	Die Tribute von Panem - Mockingjay Teil 1	Der Hobbit: Smaugs Einöde	Fack Ju Göthe
Transformers: Ära des Untergangs	Guardians of the Galaxy	Lucy	Die Tribute von Panem - Mockingjay Teil 1	Honig im Kopf
Rio 2: Dschungelfieber	Der Hobbit: Smaugs Einöde	X-Men: Zukunft ist Vergangenheit	Vaterfreuden	Vaterfreuden
22 Jump Street	Stromberg - Der Film	Guardians of the Galaxy	Die Eiskönigin: Völlig unverfroren	12 Years a Slave
Bad Neighbours	Lucy	Vaterfreuden	Fack Ju Göthe	The Wolf of Wall Street
Doktorspiele	Interstellar	Planet der Affen: Revolution	Transformers: Ära des Untergangs	Die Tribute von Panem - Mockingjay Teil 1

Kinobesucher III

Alter der Besucher – Genre

Basis: Besuche in %

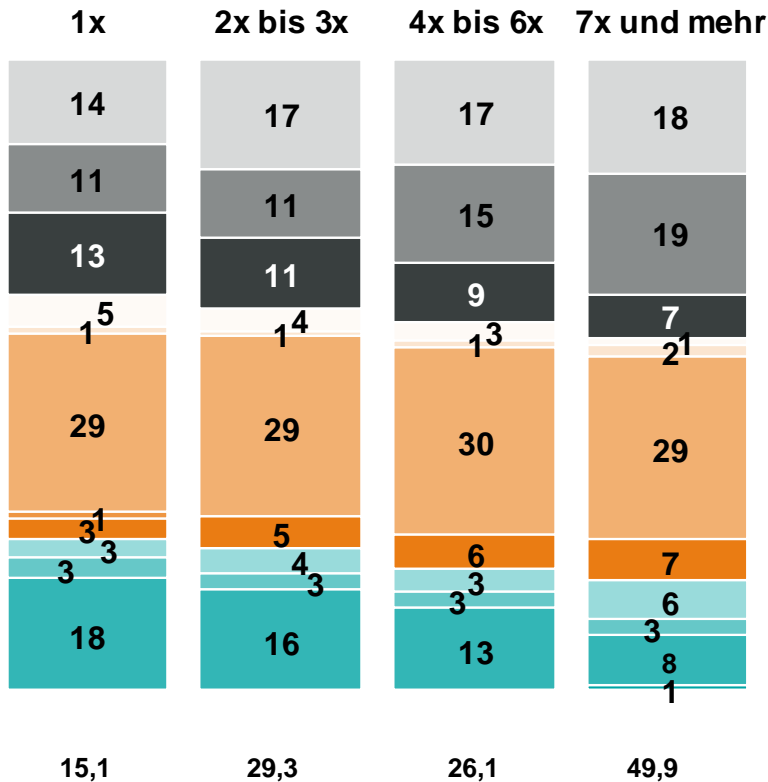


Kinobesucher III

Filmgenre – Besuchsintensität und Geschlecht

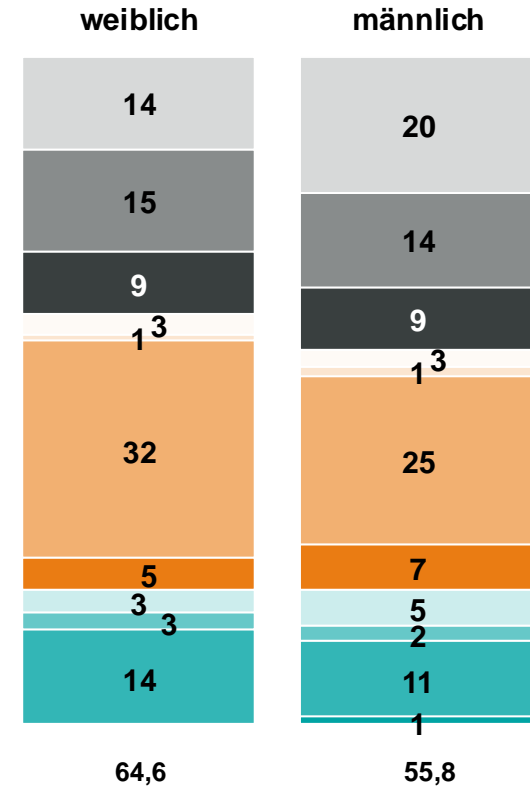
Basis: Besuche in %

Besuchsintensität



Basis in Mio. Besuchen

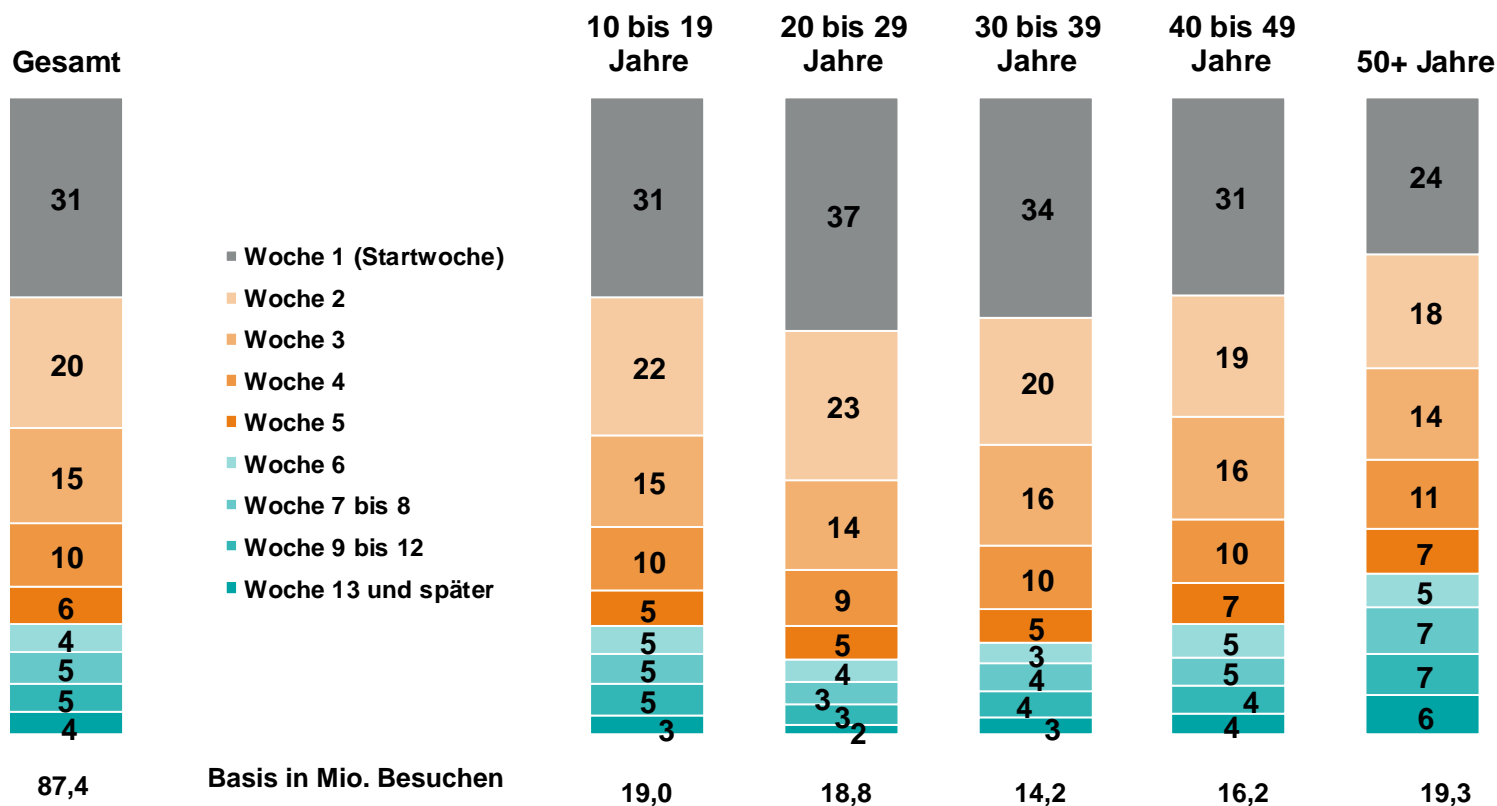
Geschlecht



Kinobesucher III

Alter der Besucher – Zeitpunkt des Besuchs (Top 75 Titel)

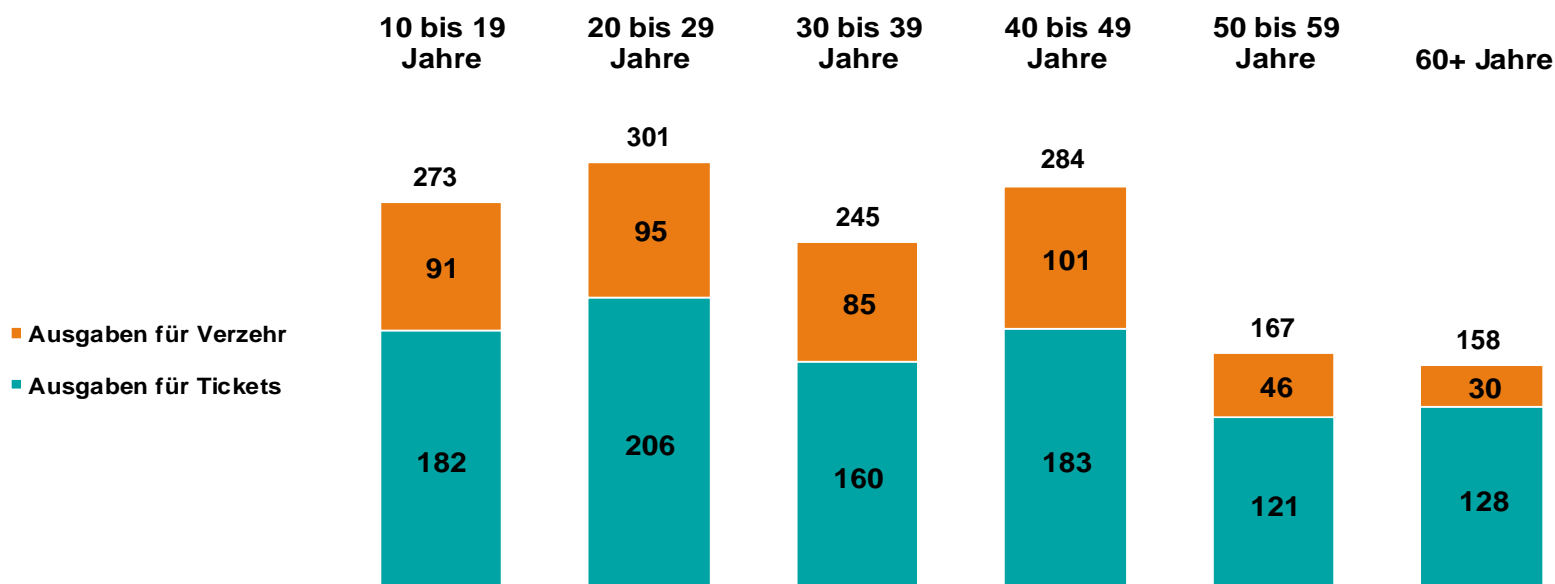
Basis: Besuche in %



Kinobesucher III

Ausgaben für Tickets und Verzehr

Basis: Umsatz in Mio. €, GfK-Panel



■ Ausgaben für Verzehr
■ Ausgaben für Tickets

	10 bis 19 Jahre	20 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50 bis 59 Jahre	60+ Jahre
Ø Gesamtausgaben in €	11,74	12,46	12,88	12,68	11,33	9,42
Ø Ausgaben f. Verzehr in €	3,91	3,94	4,45	4,51	3,13	1,79
Anteil Verzehr in %	33	32	35	36	28	19

Kinobesucher III

Verzehr – Höhe des Eintrittspreises

Basis: Besucher in %



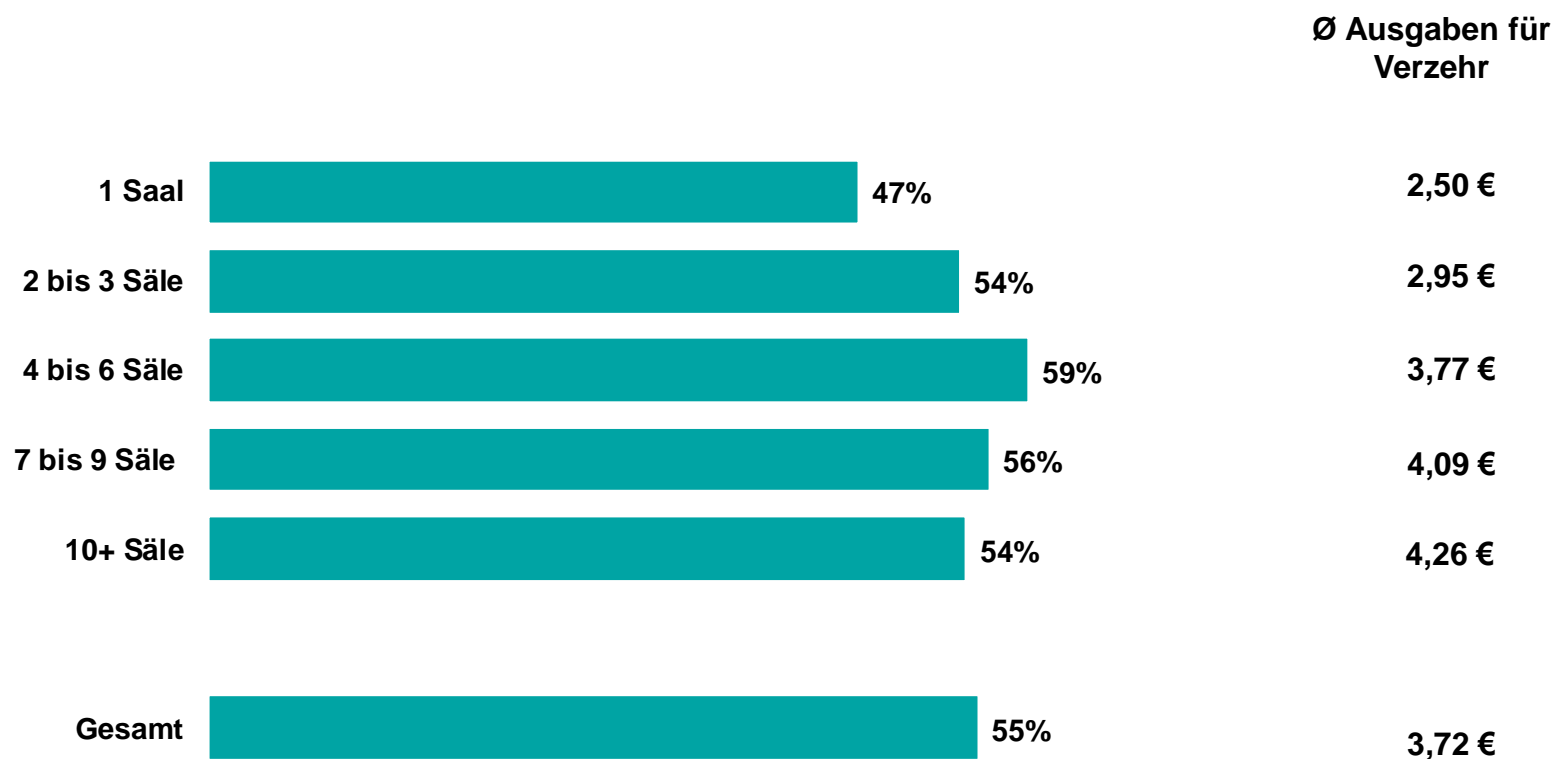
Mit Zunahme des Eintrittspreises erhöhen sich die durchschnittlichen Ausgaben für Verzehr. Die Zahl der Besucher, die Geld für den Verzehr ausgeben, erhöht sich mit Anstieg des Eintrittspreises.

→ Ein niedriger Eintrittspreis animierte auch 2014 nicht zu höheren Ausgaben.

Kinobesucher III

Verzehr – Anzahl der Säle

Basis: Besuche in %



Kinos mit 4 bis 6 Sälen waren in 2014 bei der Kundenwerbung im Concession-Bereich am erfolgreichsten. Hier kauften 59% der Kinobesucher auch Speisen und Getränke.

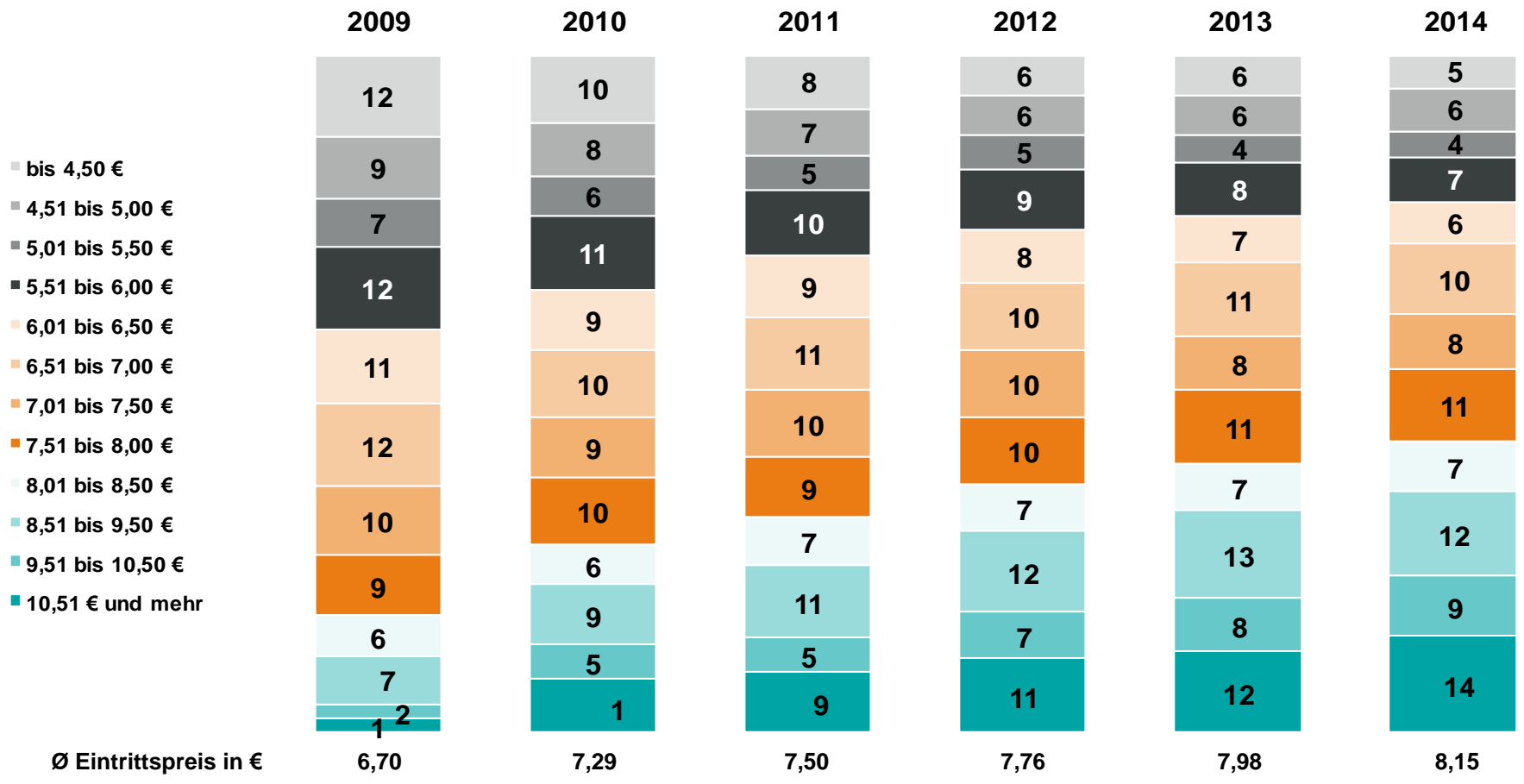
Kinobesucher III Verzehr – Wochentage

Basis: Besucher in %



Noch immer wird an den Wochenenden am meisten verzehrt. An den Wochentagen Montag bis Mittwoch hingegen war das Kaufverhalten auch in 2014 geringer ausgeprägt.

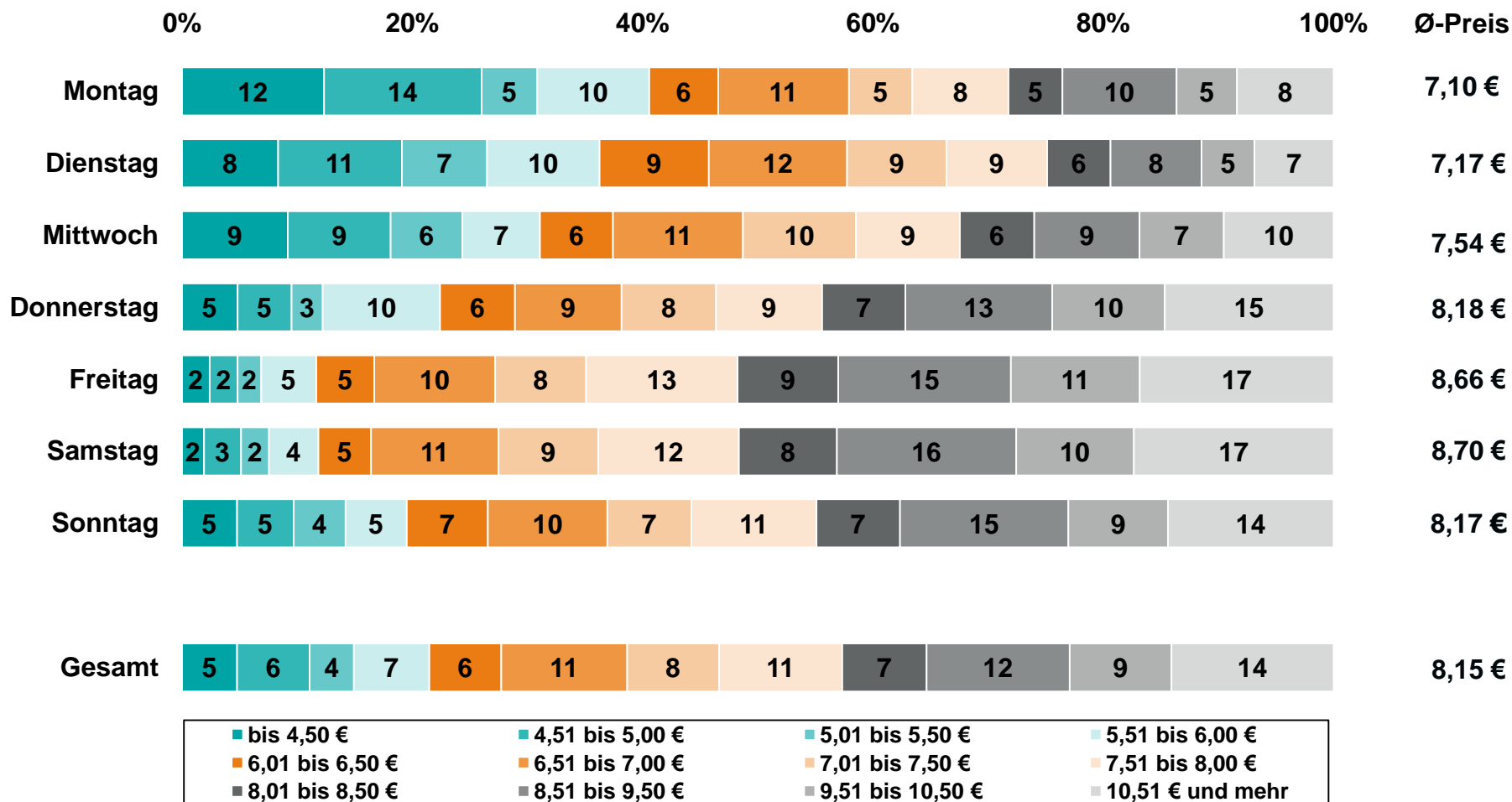
Kinobesucher III Eintrittspreis Basis: Besuche in %



43% der Kinotickets kosteten im Jahr 2014 mehr als 8,01 € und lagen damit über dem durchschnittlichen Eintrittspreis von 8,15 €.

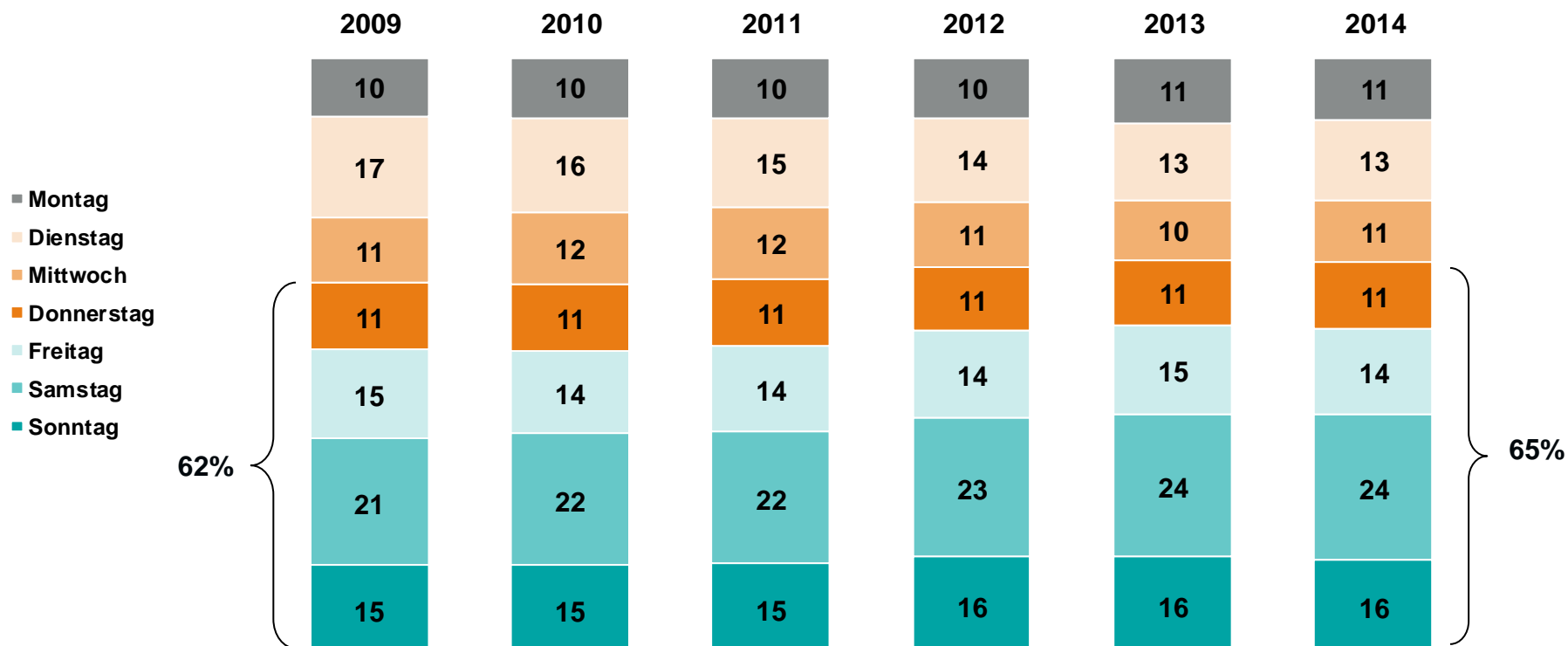
Kinobesucher III Eintrittspreis – Wochentage

Basis: Besuche in %



Kinobesucher III Wochentage

Basis: Besuche in %

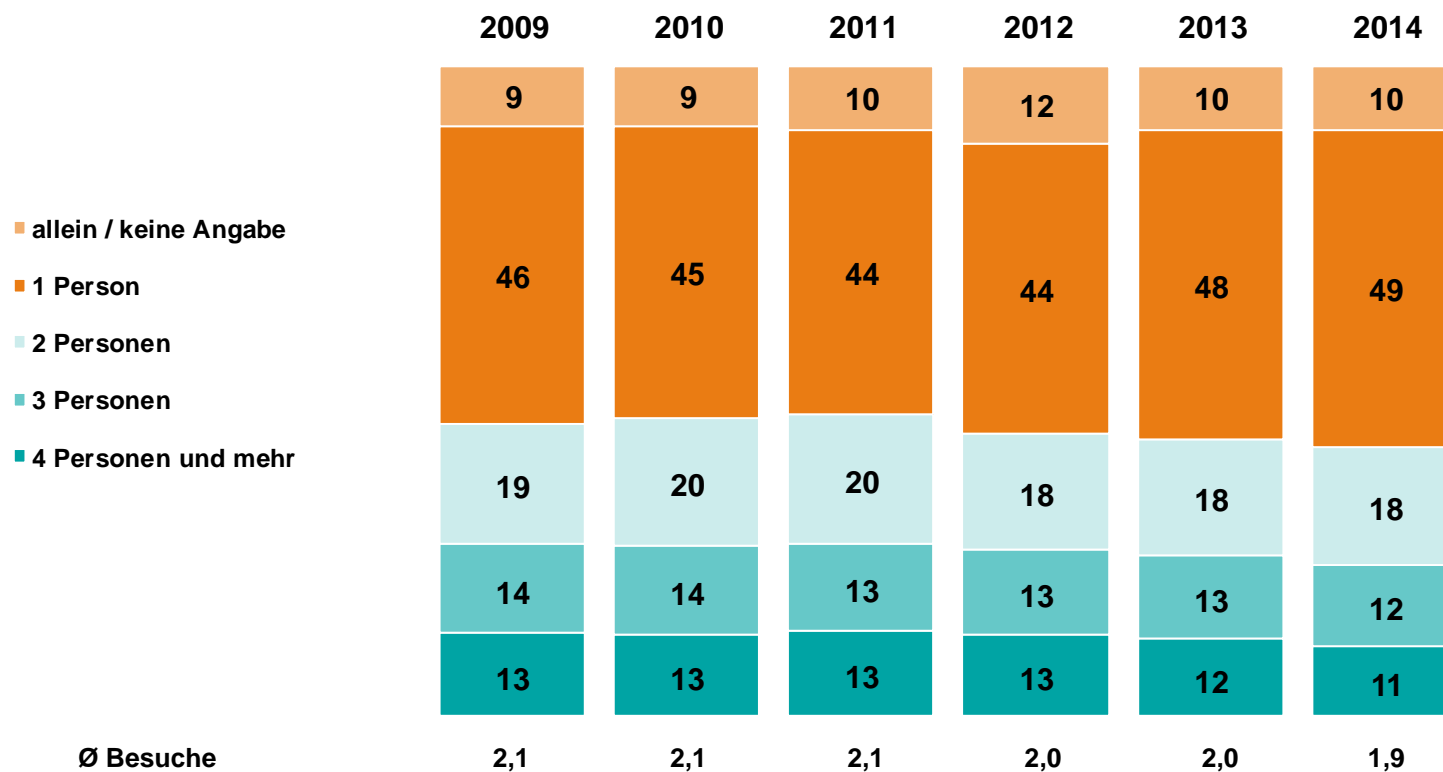


Genau wie in den Vorjahren fand der Großteil aller Kinobesuche in der zweiten Wochenhälfte von Donnerstag bis Sonntag statt.

Kinobesucher III

Anzahl der Begleitpersonen

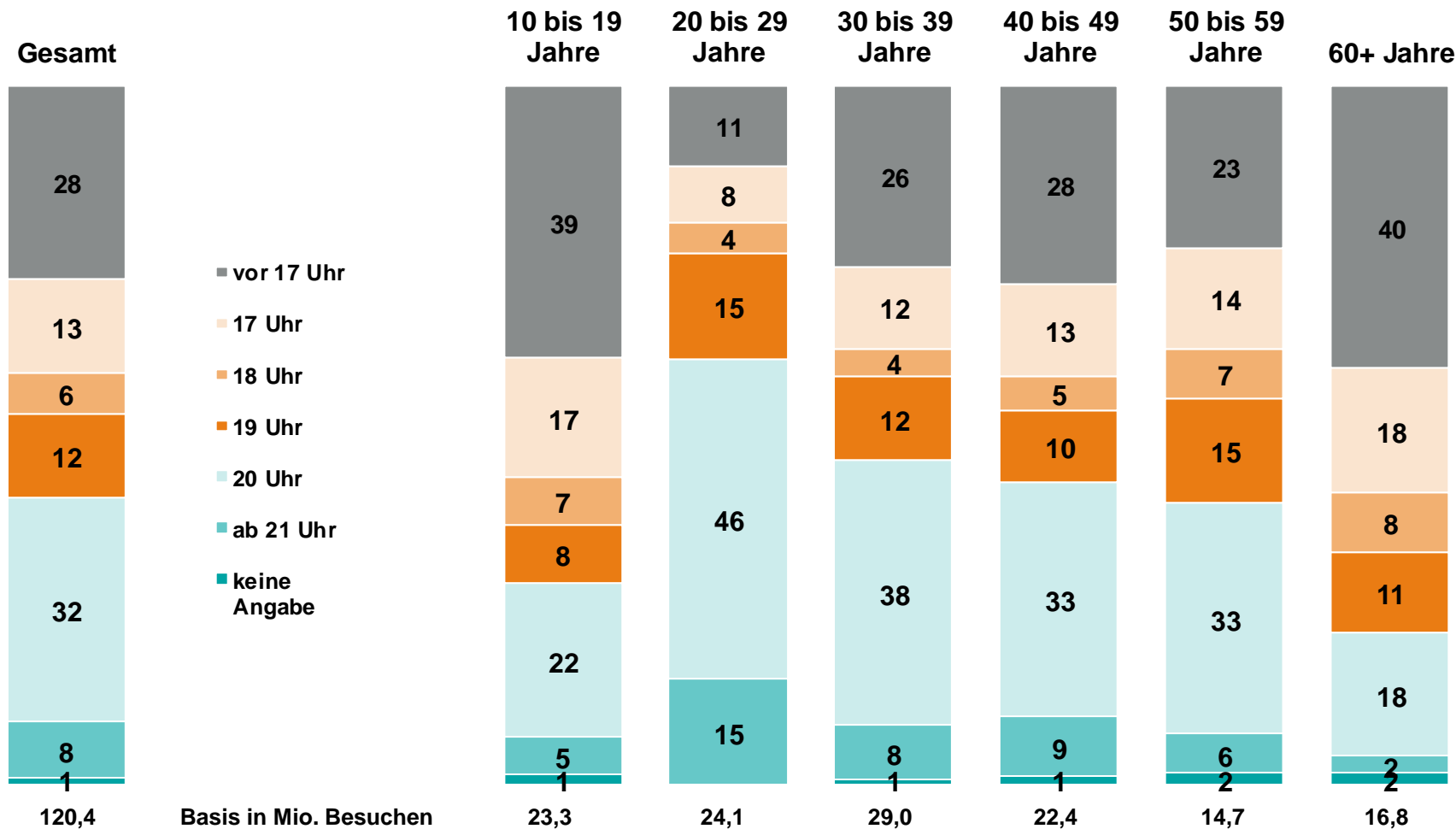
Basis: Besuche in %



Im Jahr 2014 ging man durchschnittlich gemeinsam mit 1,9 Personen ins Kino.

Kinobesucher III Filmbeginn – Altersgruppen

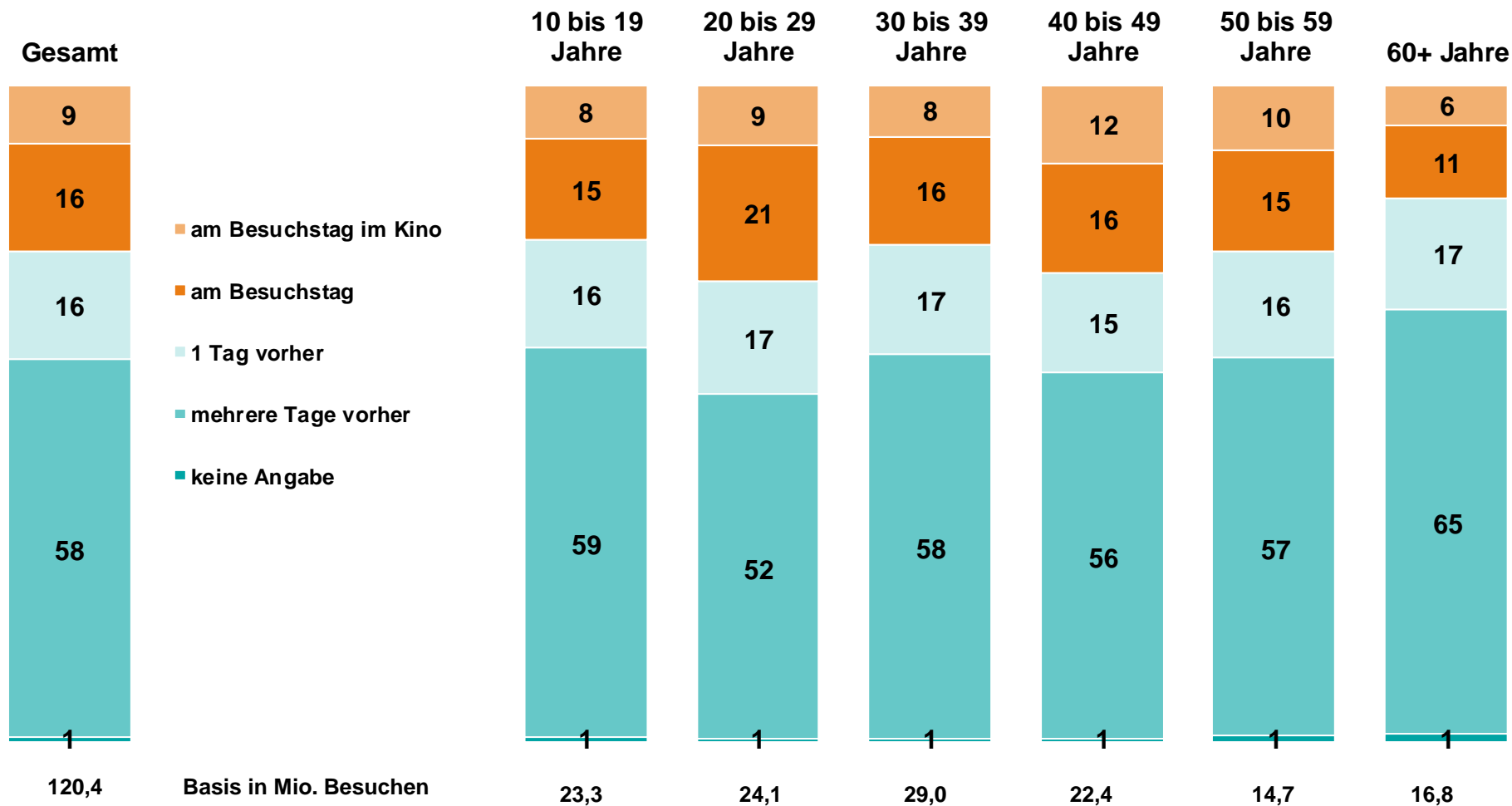
Basis: Besuche in %



Kinobesucher III

Planung des Kinobesuchs — Altersgruppen

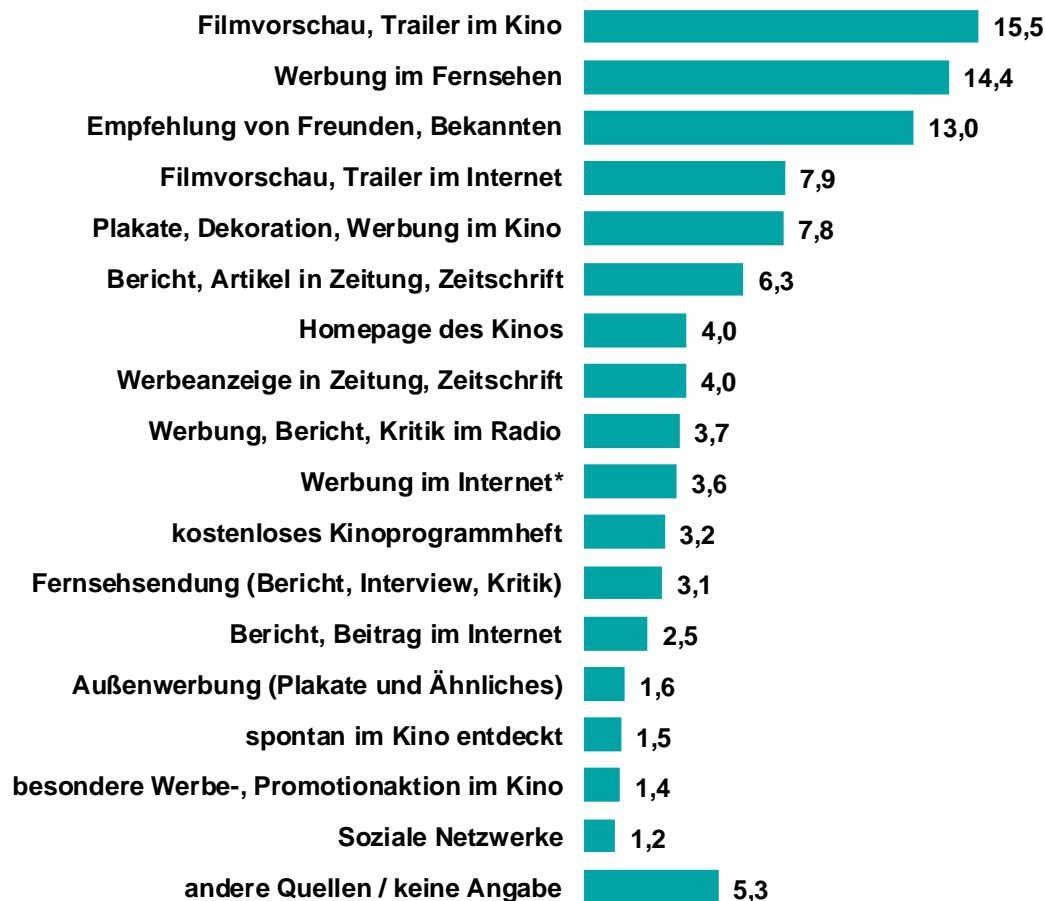
Basis: Besuche in %



Kinobesucher III

Sources of Awareness 2014

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)

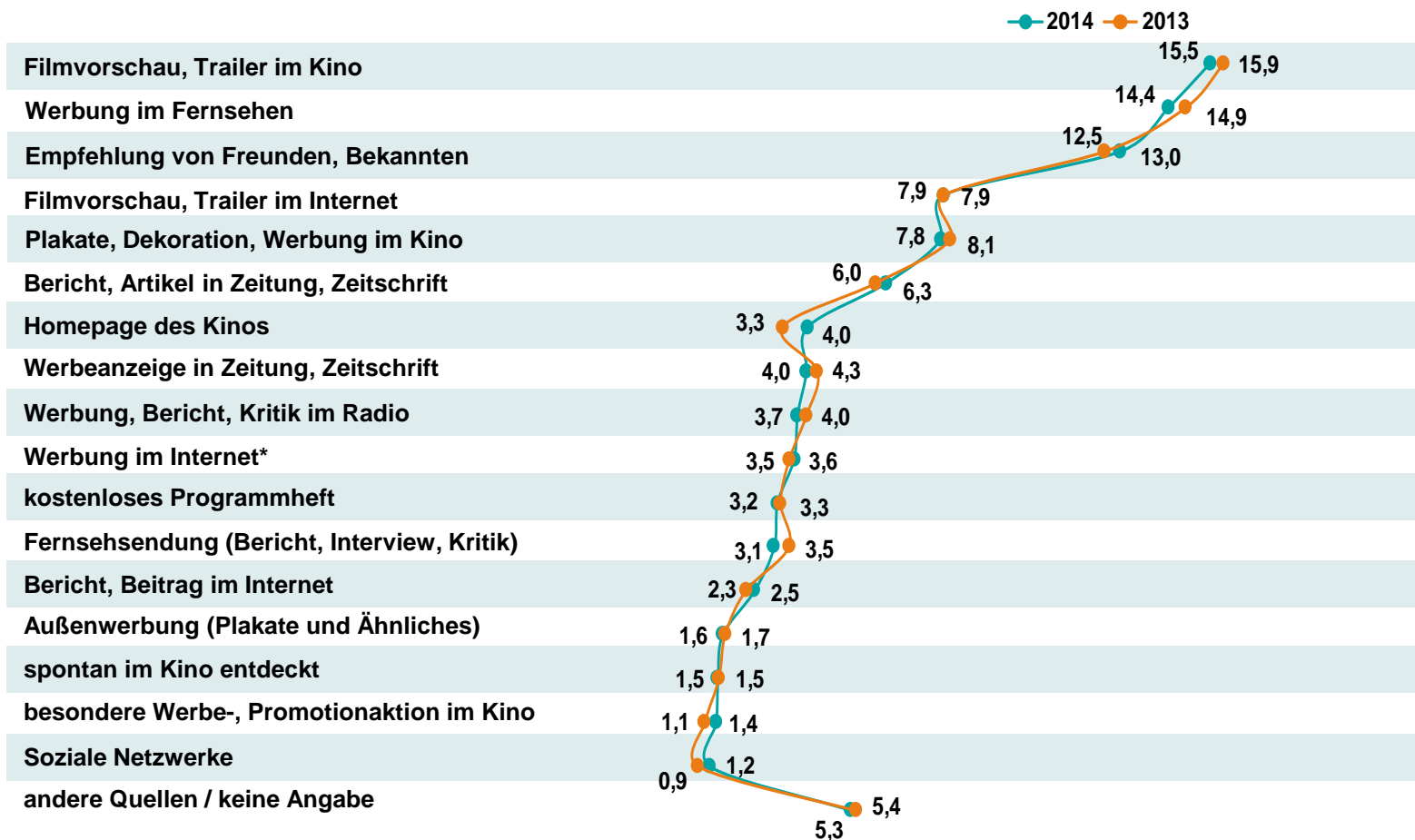


*inkl. E-Mail, Newsletter, SMS-Werbung

Kinobesucher III

Sources of Awareness 2014/2013

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)

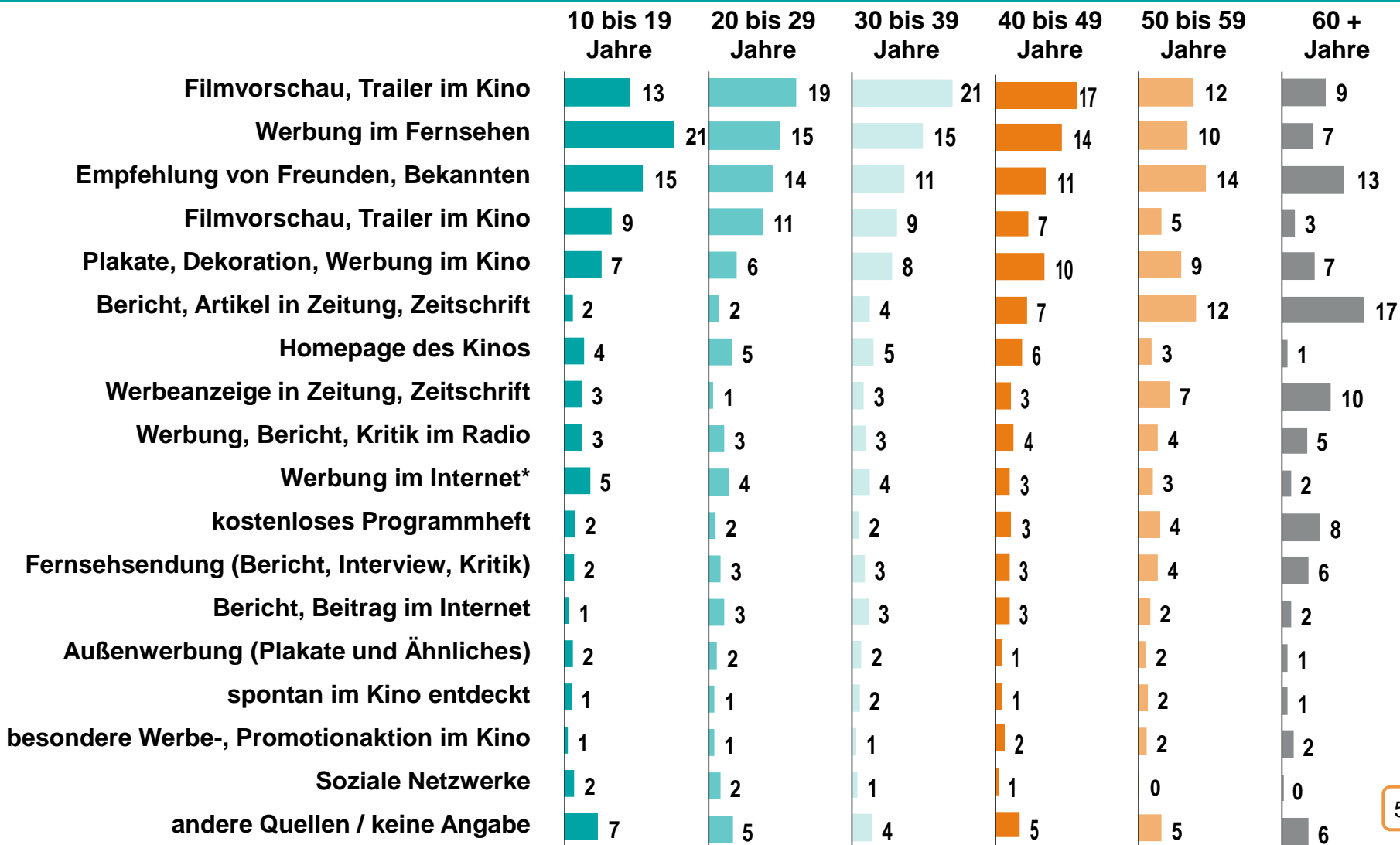


*inkl. E-Mail, Newsletter, SMS-Werbung

Kinobesucher III

Sources of Awareness – Altersgruppen

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)



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

Kinobesucher III

Sources of Awareness – TOP 4 internationale Filme

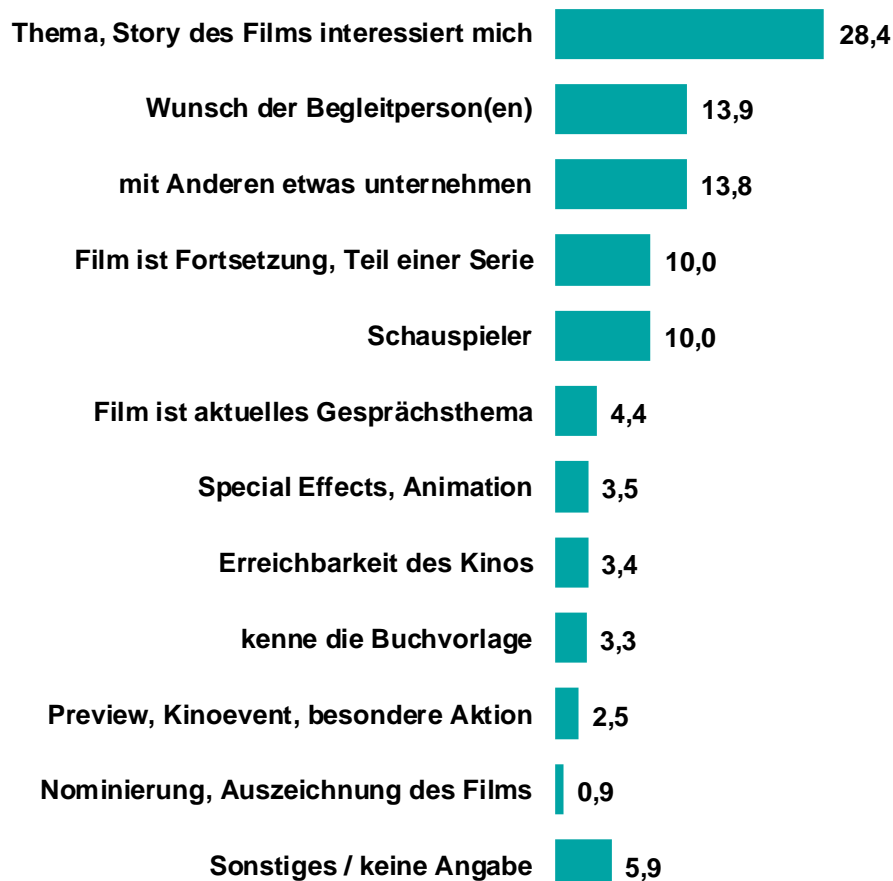
Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)

Gesamt		Der Hobbit: Die Schlacht der fünf Heere	Die Tribute von Panem - Mockingjay Teil 1	Monsieur Claude und seine Töchter	Drachenzäh- men leicht gemacht 2
16	Filmvorschau, Trailer im Kino	16,7	15,4	10,0	11,5
14	Werbung im Fernsehen	18,1	18,8	5,4	28,0
13	Empfehlung von Freunden, Bekannten	9,8	12,8	28,2	11,8
8	Filmvorschau, Trailer im Internet	10,3	12,0	5,5	5,4
8	Plakate, Dekoration, Werbung im Kino	5,6	6,2	6,2	8,7
6	Bericht, Artikel in Zeitung, Zeitschrift	3,2	2,4	13,8	2,5
4	Homepage des Kinos	1,8	2,0	2,7	3,5
4	Werbeanzeige in Zeitung, Zeitschrift	5,1	2,9	6,0	3,6
4	Werbung, Bericht, Kritik im Radio	4,5	4,0	4,8	1,9
4	Werbung im Internet*	3,3	4,2	1,2	5,1
3	kostenloses Kinoprogrammheft	1,0	1,0	3,0	3,1
3	Fernsehsendung (Bericht, Interview, Kritik)	1,8	2,5	4,9	1,6
3	Bericht, Beitrag im Internet	3,0	2,0	1,4	1,6
2	Außenwerbung (Plakate und Ähnliches)	2,4	1,7	1,5	2,6
1	spontan im Kino entdeckt	0,4	0,2	1,5	0,6
1	besondere Werbe-, Promotionaktion im Kino	0,6	0,4	1,0	0,4
1	Soziale Netzwerke	1,2	3,0	0,1	0,9
5	andere Quellen / keine Angabe	11,3	8,3	2,6	7,2

Kinobesucher III

Besuchsgrund 2014

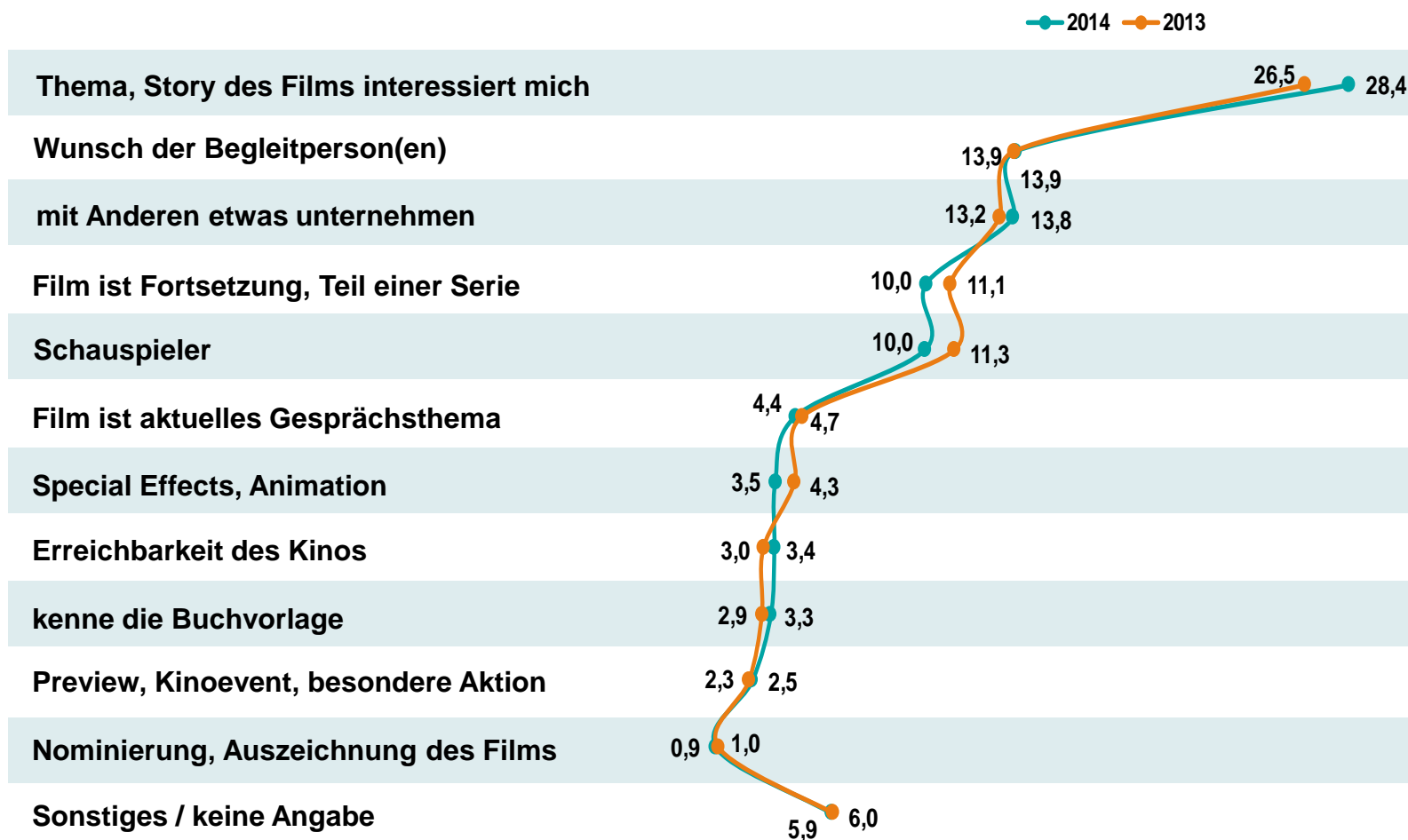
Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)



Kinobesucher III

Besuchsgrund 2014/2013

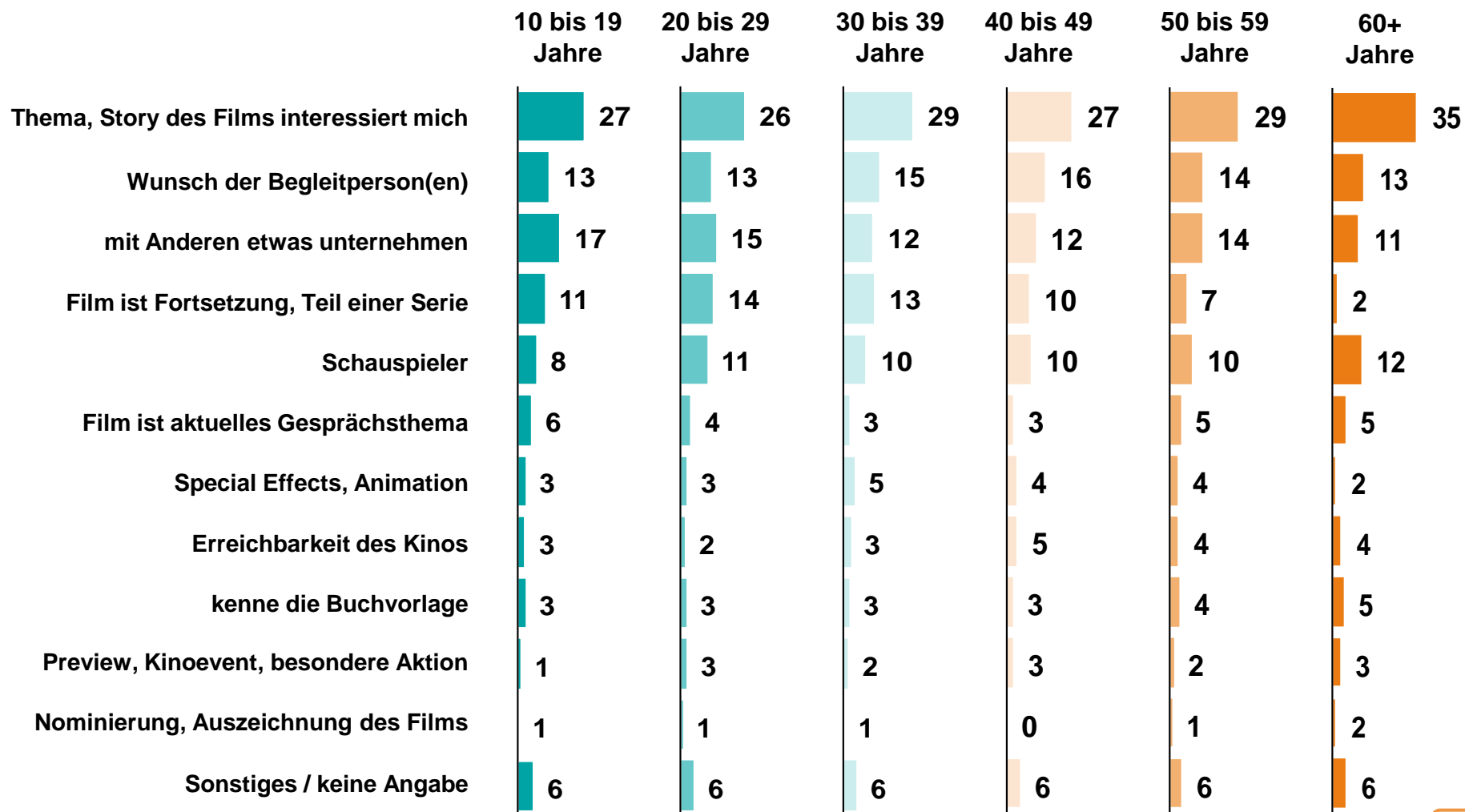
Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)



Kinobesucher III

Besuchsgrund – Altersgruppen

Basis: Besucher in % (mit Mehrfachnennungen)



Kinobesucher III

Besuchsgrund – Top Titel 2014

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
Der Hobbit: Die Schlacht der fünf Heere	Monsieur Claude und seine Töchter	Drachenzähmen leicht gemacht 2	Monsieur Claude und seine Töchter	Der Hobbit: Die Schlacht der fünf Heere
Monsieur Claude und seine Töchter	Der Hobbit: Die Schlacht der fünf Heere	Monsieur Claude und seine Töchter	Vaterfreuden	Die Tribute von Panem - Mockingjay Teil 1
Die Tribute von Panem - Mockingjay Teil 1	Der Medicus	Der Medicus	Der Medicus	Der Hobbit: Smaugs Einöde
Der Medicus	Die Tribute von Panem - Mockingjay Teil 1	Die Eiskönigin - Völlig unverfroren	Der Hobbit: Die Schlacht der fünf Heere	Transformers: Ära des Untergangs
Vaterfreuden	The Wolf of Wall Street	Rio 2 - Dschungelfieber	Die Tribute von Panem - Mockingjay Teil 1	Drachenzähmen leicht gemacht 2
Drachenzähmen leicht gemacht 2	Lucy	Vaterfreuden	Drachenzähmen leicht gemacht 2	X-Men: Zukunft ist Vergangenheit
Der Hobbit: Smaugs Einöde	Honig im Kopf	Der Hobbit: Die Schlacht der fünf Heere	Fack Ju Göhte	Planet der Affen: Revolution
Transformers: Ära des Untergangs	Der Hobbit: Smaugs Einöde	Die Tribute von Panem - Mockingjay Teil 1	22 Jump Street	The Return Of The First Avenger
The Wolf of Wall Street	Guardians Of The Galaxy	Die Pinguine aus Madagascar	Guardians Of The Galaxy	Rio 2 - Dschungelfieber
Der Hundertjährige, der aus dem Fenster stieg und verschwand	Vaterfreuden	Maleficent - Die dunkle Fee	Das Schicksal ist ein mieser Verräter	Saphirblau

Kinobesucher III

Besuchsgrund – Top 4 internationale Filme

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)

Gesamt		Der Hobbit: Die Schlacht der fünf Heere	Die Tribute von Panem - Mockingjay Teil 1	Monsieur Claude und seine Töchter	Drachenzäh- men leicht gemacht 2
28	Thema, Story des Films interessiert mich	23,3	21,2	38,7	11,0
14	Wunsch der Begleitperson(en)	5,9	8,0	13,4	29,4
14	mit Anderen etwas unternehmen	6,7	8,2	19,5	13,3
10	Film ist Fortsetzung, Teil einer Serie	46,3	40,6	0,1	30,2
10	Schauspieler	0,7	3,0	1,5	0,1
4	Film ist aktuelles Gesprächsthema	2,7	3,4	11,3	2,6
3	Special Effects, Animation	4,5	1,1	0,0	4,7
3	Erreichbarkeit des Kinos	0,9	1,5	6,5	2,0
3	kenne die Buchvorlage	6,1	10,6	0,2	0,3
2	Preview, Kinoevent, besondere Aktion	0,2	0,4	0,5	1,1
1	Nominierung, Auszeichnung des Films	0,1	0,0	0,6	0,0
6	Sonstiges / keine Angabe	2,4	1,9	7,7	5,4

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	
Die Bestimmung - Divergent	1,17	Die Vampirschwestern 2 - Fledermäuse im Bauch	1,00	Das Schicksal ist ein mieser Verräter	1,13	The Purge - Anarchy	1,19	12 Years a Slave	1,30
Madame Mallory und der Duft von Curry	1,20	Winterkartoffelknödel	1,27	Honig im Kopf	1,30	12 Years a Slave	1,27	Honig im Kopf	1,30
Honig im Kopf	1,20	Drachenzähmen leicht gemacht 2	1,30	Saphirblau	1,31	Winterkartoffelknödel	1,28	22 Jump Street	1,44
Edge of Tomorrow	1,20	Monsieur Claude und seine Töchter	1,31	Der Hobbit: Smaugs Einöde	1,31	Monsieur Claude und seine Töchter	1,30	Monsieur Claude und seine Töchter	1,47
Fack Ju Göhte	1,21	Who am I - Kein System ist sicher	1,32	12 Years a Slave	1,33	Honig im Kopf	1,30	Das Schicksal ist ein mieser Verräter	1,49
Winterkartoffelknödel	1,23	Fack Ju Göhte	1,35	The Equalizer	1,35	Fack Ju Göhte	1,33	Step up: All in	1,50
22 Jump Street	1,26	Das Schicksal ist ein mieser Verräter	1,36	Madame Mallory und der Duft von Curry	1,35	The Return of the First Avenger	1,35	Der Hobbit: Smaugs Einöde	1,51
Who am I - Kein System ist sicher	1,27	Honig im Kopf	1,36	Winterkartoffelknödel	1,36	Pettersson & Findus - Kleiner Quälgeist, große Freundschaft	1,37	Vaterfreuden	1,58
The Lego Movie	1,27	Paddington	1,38	Drachenzähmen leicht gemacht 2	1,38	Das Schicksal ist ein mieser Verräter	1,40	Rico, Oskar und die Tieferschatten	1,58
Der Hobbit: Die Schlacht der fünf Heere	1,27	Gone Girl - Das perfekte Opfer	1,39	Edge of Tomorrow	1,40	Paddington	1,41	Saphirblau	1,60

Key Facts zum Kinobesucher III *filmspezifisch*

- Die meisten Besucher besuchten 2013 Komödien, Action-/Abenteuerfilme und Dramen. Komödien erfreuten sich in allen Altersgruppen der höchsten Beliebtheit. Nur bei den 30 bis 39-Jährigen lagen Action und Abenteuerfilme gleichauf.
- Der Verzehranteil an den Kinogesamtausgaben betrug auch in 2014 31%. Der Gesamterlös aus Ticket- und Concession-Verkauf betrug 1.429 Mio. €.
- 55% aller Kinobesucher verzehrten auch in 2014 auch Getränke, Popcorn und Co. Die 40 bis 49-Jährigen gaben erneut am meisten für Speisen und Getränke aus (Ø 4,51 €). Dabei wurde generell in Kinos mit höheren Eintrittspreisen in 2014 erneut 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 (61%) sahen sich lieber Filme ab 20 Uhr an, 58% der über 60-Jährigen bevorzugten hingegen einen Filmbeginn vor 18 Uhr.
- Der Großteil aller Kinobesuche wurde auch in 2014 von Donnerstag bis Sonntag getätigt (65%). Dabei ging man mit durchschnittlich 1,9 Begleitpersonen ins Kino. Erneut fand auch in 2014 jeder zehnte Kinobesuch (10%) alleine statt.
- „Filmvorschau, Trailer im Kino“ (16%) und „Werbung im Fernsehen“ (14%) waren in 2014 erneut die wichtigsten Aufmerksamkeitsquellen, gefolgt von „Empfehlung von Freunden, Bekannten“ mit 13%.
- Der häufigste Besuchsgrund war auch in 2014 mit 28% „Thema, Story interessiert mich“. Als weitere wichtige Gründe wurden „Wunsch der Begleitperson(en)“ und „mit Anderen etwas unternehmen“ angegeben (je 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

Weitere Informationen, Studien und Marktdaten erhalten Sie unter

www.ffa.de