

# Kinobesucher deutscher Filme 2016

## Strukturen und Entwicklungen auf Basis des GfK-Panels

**Juni 2017**

## Vorwort

Seit mehr als 22 Jahren veröffentlicht die FFA Studien zum Kinobesuchsverhalten auf Basis des Individualpanels Media\*Scope der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK). Seit 2004 werden die Ergebnisse in Form einer Präsentation herausgegeben. Als Teil der Studie „Der Kinobesucher“ veröffentlicht die FFA immer auch Daten über den Besuch deutscher Filme, seit 2005 in einem separaten Kapitel und seit 2012 in einer eigenständigen Studie.

Die Studie gibt einen Überblick über die Entwicklung deutscher Filme im Kino. Ergänzend dazu erfolgen Auswertungen hinsichtlich soziodemografischer Merkmale sowie eine Betrachtung einzelner kino- und filmspezifischer Informationen.

2012 wurde Media\*Scope methodisch überarbeitet und alle Daten ab 2007 rückwirkend neu berechnet. Aus diesem Grunde kann es zu geringfügigen Abweichungen mit den Werten vorangegangener Publikationen kommen. Im vergangenen Jahr wurde zudem die Länderzugehörigkeit überarbeitet und rückwirkend neu berechnet. Auch hier kann es zu marginalen Abweichungen mit den Werten vorangegangener Studien kommen. Die Grundaussagen bleiben davon unberührt.

Das Panel umfasst 25.000 Teilnehmer und steht repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 10 Jahren. Nicht erfasst werden durch das Panel Kinder unter 10 Jahren, ausländische Bürger sowie Personen, die ständig auf Reisen sind oder deren Bewegungsfreiheit vorübergehend eingeschränkt ist.

Die Wahl der männlichen Form „Kinobesucher“ bedeutet keine Wertung oder Vernachlässigung des weiblichen 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 und Texten Rundungsdifferenzen (€, % usw.) auftreten.

## Inhalt

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

## Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts deutscher Filme Entwicklung – Kinomarkt in Deutschland

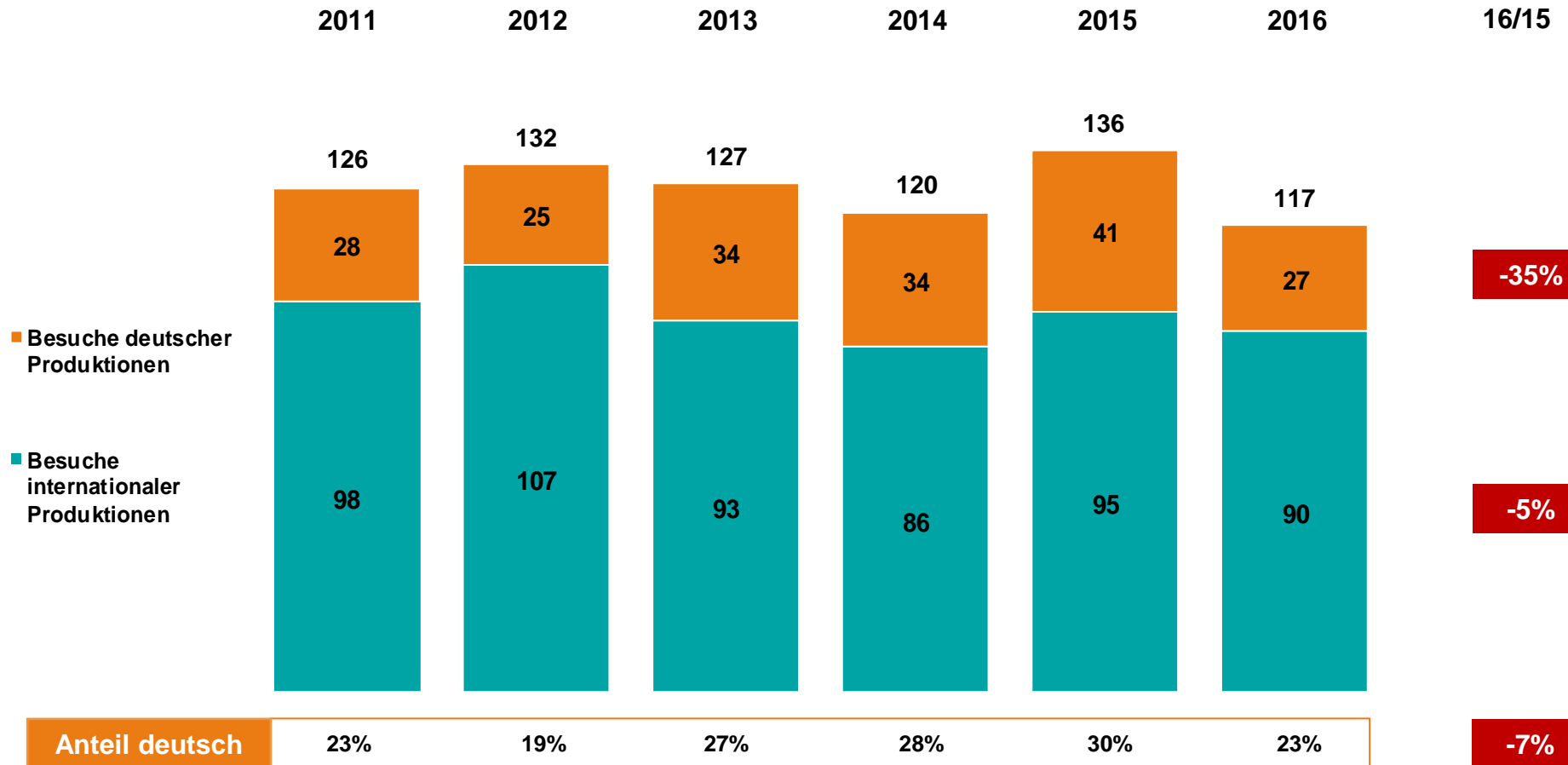
Basis: Besuche und Umsatz, GfK-Panel

		2014	2015	2016	16 vs. 15
<b>Gesamt</b>	Mio. Besuche	120	136	117	-14%
	Umsatz in Mio. €	981	1.161	1.021	-12%
<b>Deutsche Produktionen</b>	Mio. Besuche	34	41	27	-35%
	Umsatz in Mio. €	250	319	208	-35%
<b>US-Produktionen</b>	Mio. Besuche	68	71	74	4%
	Umsatz in Mio. €	595	638	675	6%
<b>Sonstige</b>	Mio. Besuche	18	24	17	-32%
	Umsatz in Mio. €	135	204	137	-33%

## Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts deutscher Filme

# Besuche deutscher Filme

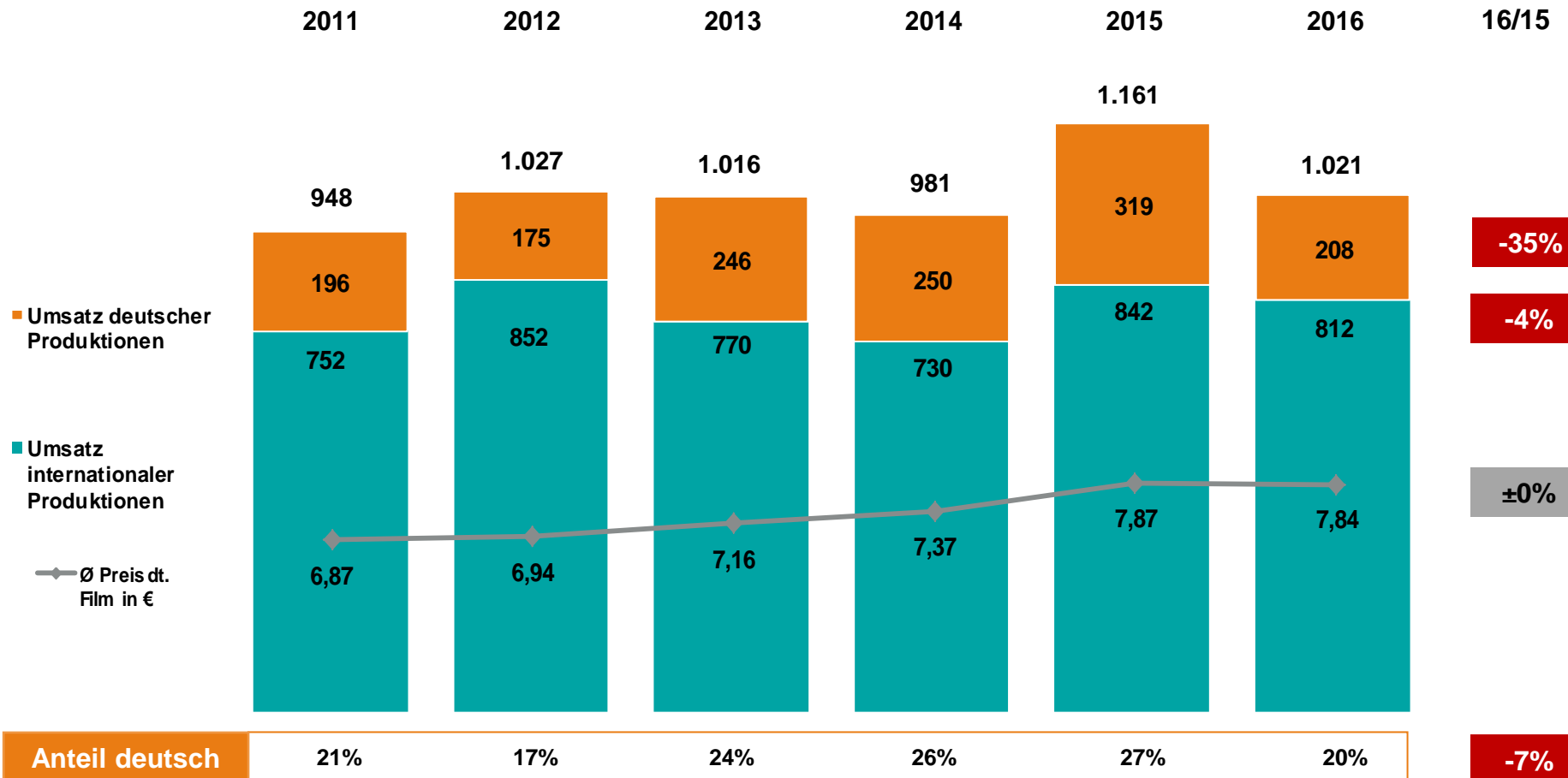
Basis: Besuche in Mio., GfK-Panel



## Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts deutscher Filme

# Umsatz deutscher Filme

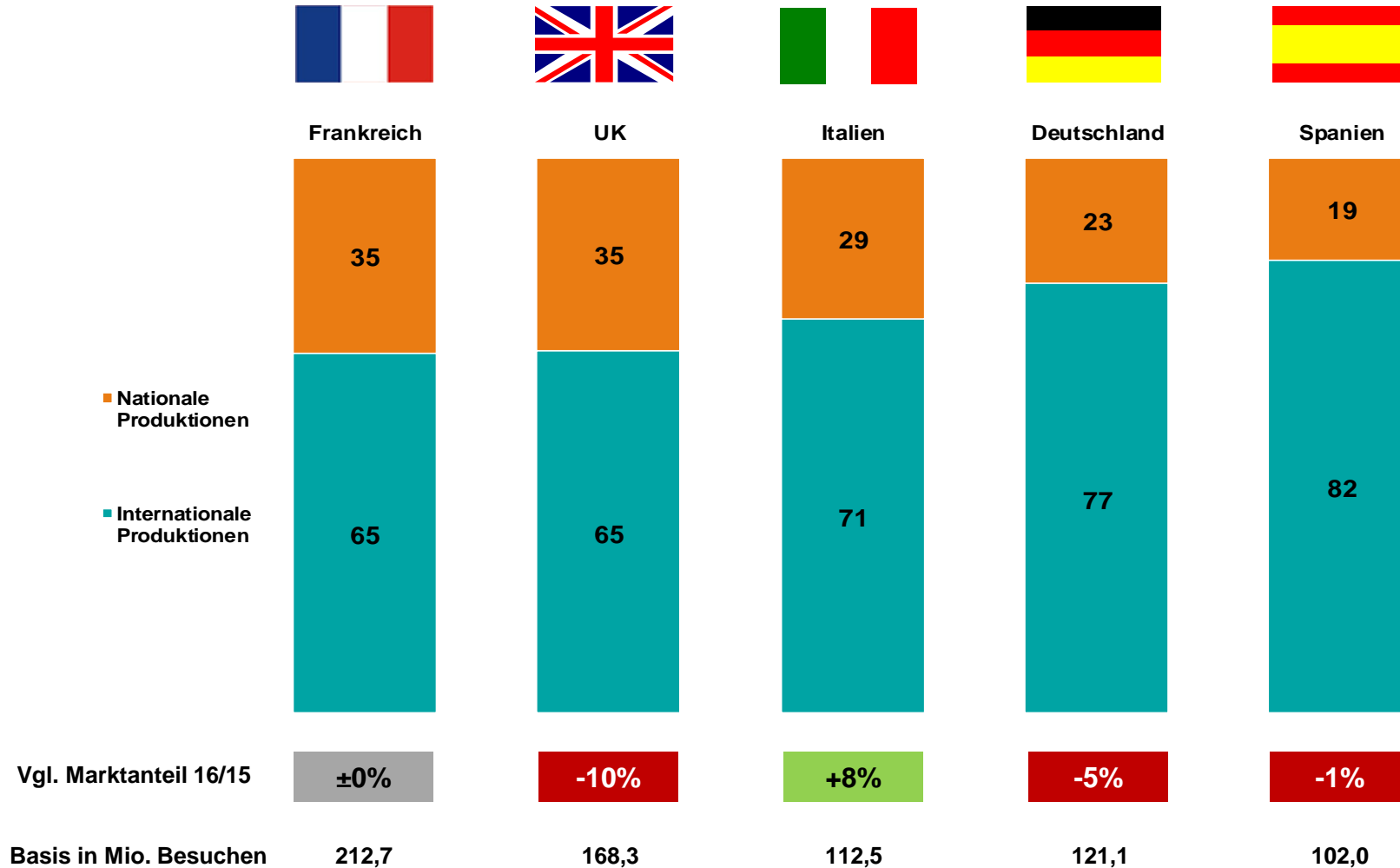
Basis: Umsatz in Mio. €, GfK-Panel



## Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts deutscher Filme

# Nationale Produktionen im europäischen Vergleich

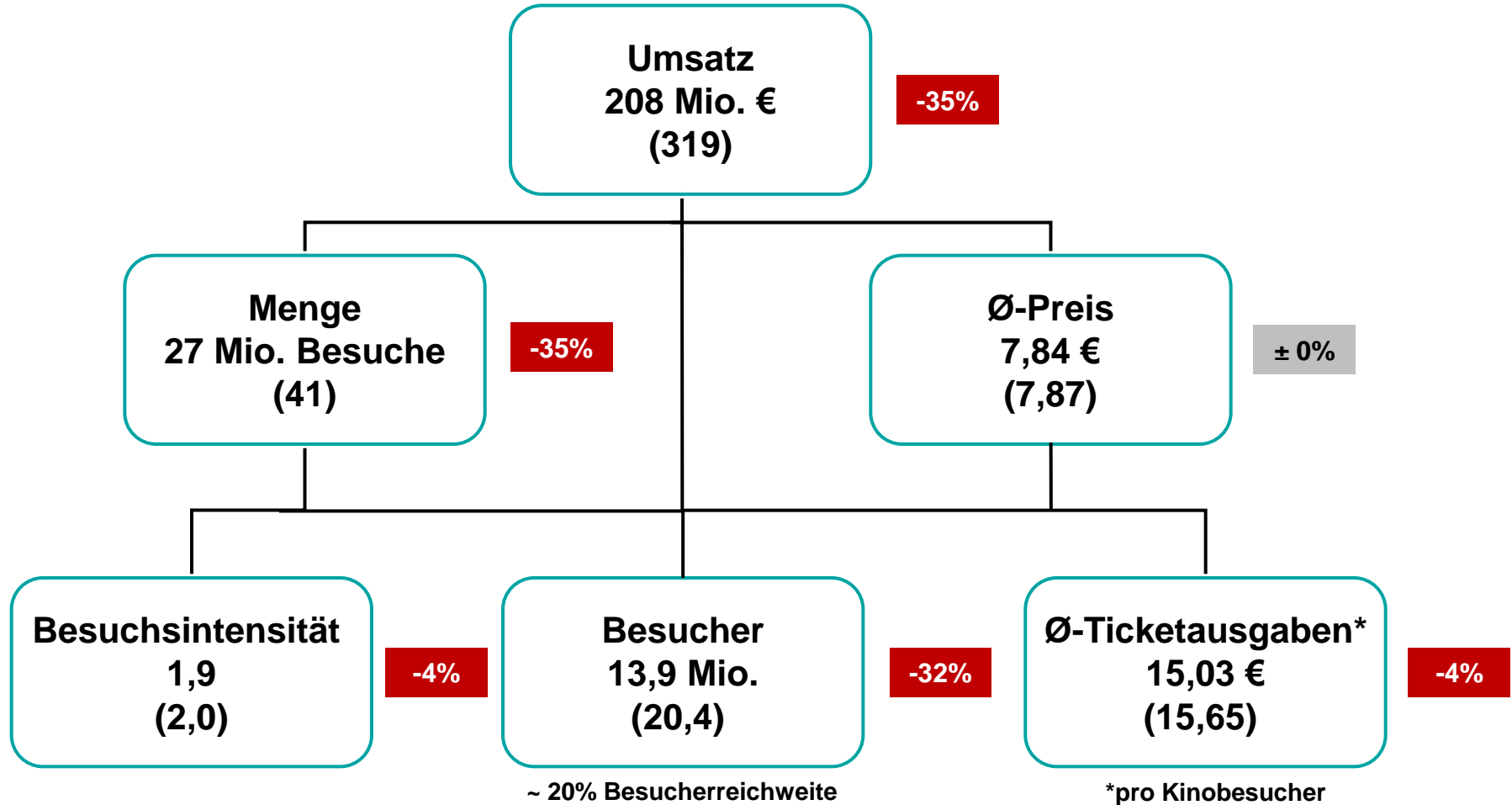
Basis: Besuche in % (außer UK), Europäische Audiovisuelle Informationsstelle



Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts deutscher Filme

# Key-Facts zum deutschen Film 2016 (2015)

Basis: GfK-Panel





## Key Facts zur allgemeinen Entwicklung des Kinomarkts deutscher Filme

**Mit 208 Mio. Euro konnte der deutsche Film im Jahr 2016 nicht an das erfolgreiche Jahr davor anknüpfen. 27 Mio. Kinobesuche sorgten ebenfalls für ein Minus im Vergleich zu 2015 (42 Mio. Besuche). Daraus ergibt sich für das Jahr 2016 sowohl ein Umsatz- als auch ein Besuchsinus von 35 Prozent.**

**Auch der durchschnittliche Eintrittspreis von 7,84 Euro sank im Vergleich zum Vorjahr leicht um 0,03 € (±0%).**

**Der deutsche Marktanteil nach Besuchen blieb mit 23 Prozent jedoch trotz Einbußen im Jahr 2016 über der 20-Prozent-Marke, verlor jedoch 7 Prozentpunkte im Vergleich zu 2015.**

**Der erfolgreichste deutsche Film 2016 war WILLKOMMEN BEI DEN HARTMANNs mit 3,1 Mio. Zuschauern. Es handelte sich gleichzeitig um den einzigen deutschen Film in den Top 10 des vergangenen Jahres.**

**Von allen 2016 gezeigten Filmen zählten inklusive WILLKOMMEN BEI DEN HARTMANNs insgesamt neun deutsche Produktionen zu den Besuchermillionären\* in 2016.**

\*Der Film DIE TRIBUTE VON PANEM – MOCKINGJAY, TEIL 2 erzielte bereits in 2015 mehr als 1 Mio. Besucher, konnte in 2016 jedoch erneut mehr als 1 Mio. Besucher verzeichnen. Die Filme HILFE, ICH HAB MEINE LEHRERIN GESCHRUMPFT sowie DAS KLEINE GESPENST erzielten in 2015 bzw. in den Vorjahren weniger als 1 Mio. Besucher, erreichten die Gesamtbesucherzahl von 1 Mio. jedoch im Laufe des Jahres 2016.

## Inhalt

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

## Kinobesucher I

# Besuche deutscher Filme – Geschlecht im Zeitverlauf

Basis: Besuche in %

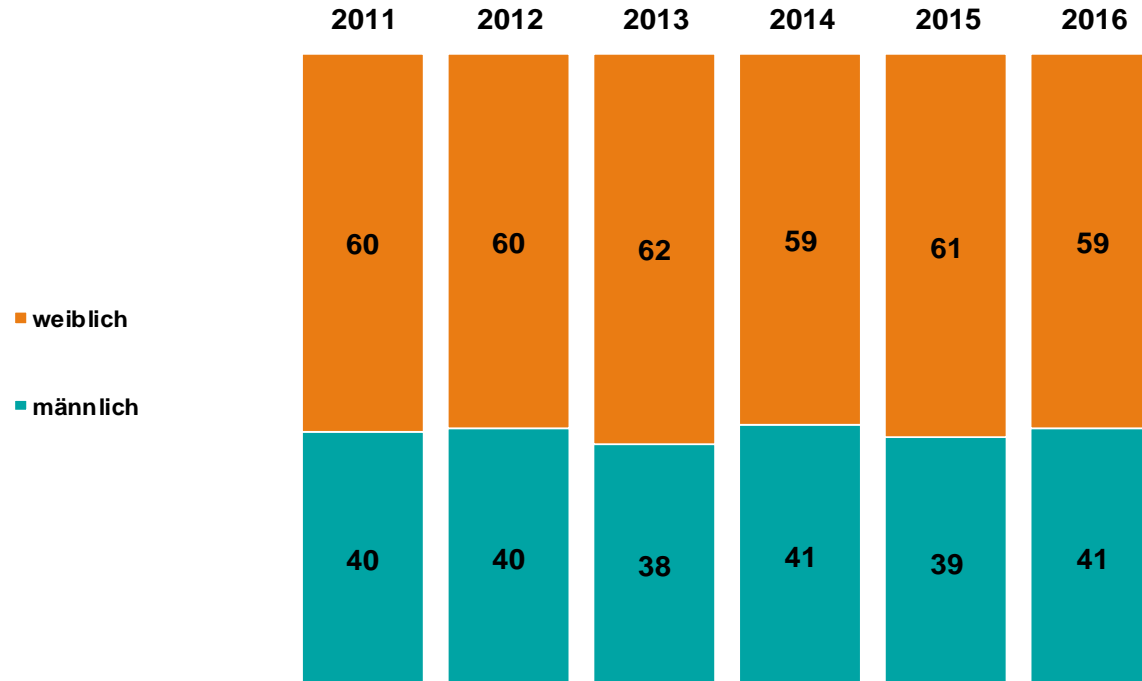
Gesamtbesuche



117,0

Basis in Mio. Besuchen

Deutsche Produktionen



28,5

25,2

34,3

34,0

40,6

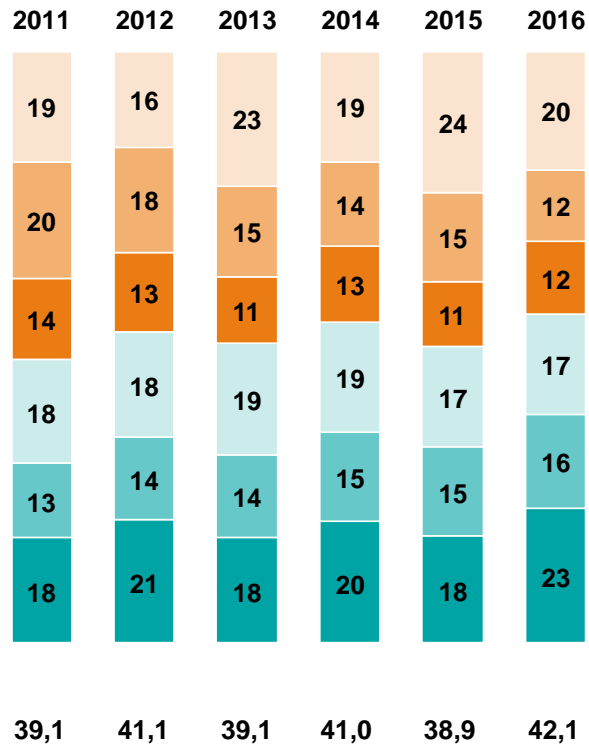
26,6

## Kinobesucher I

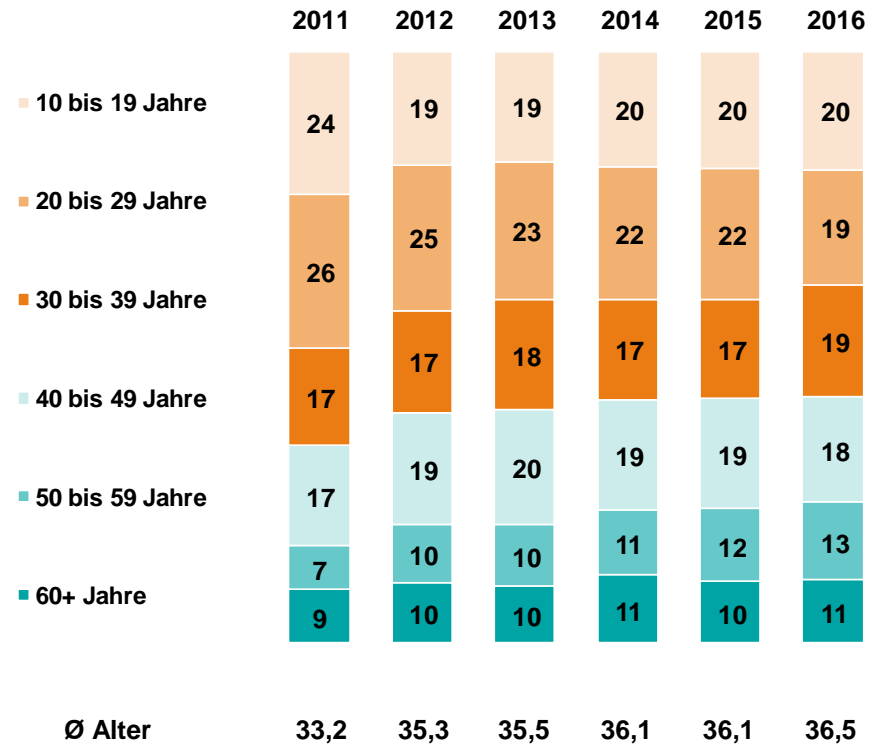
# Besuche nach Herkunftsland – Alter im Zeitverlauf

Basis: Besuche in %

Deutsche Produktionen



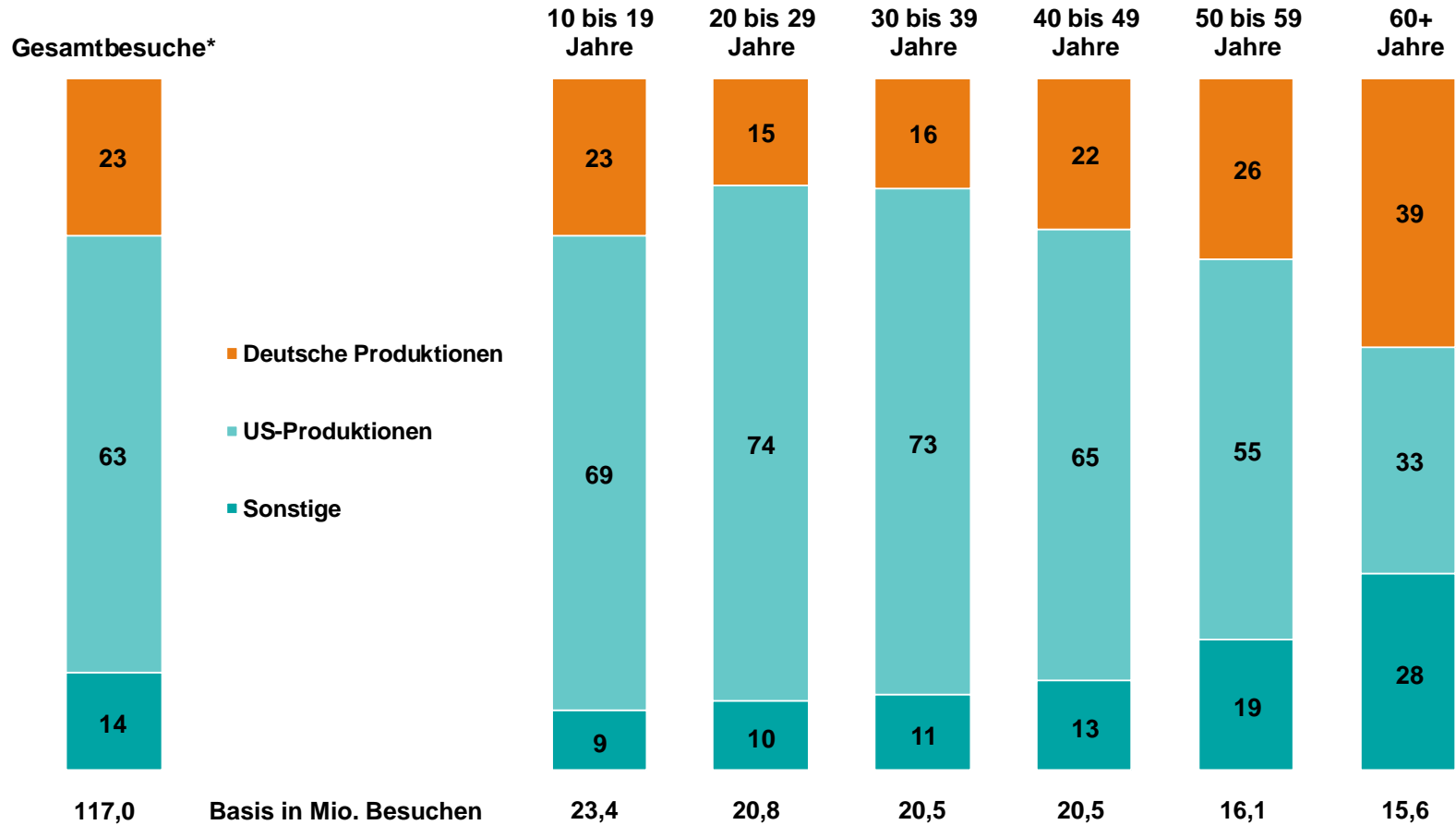
Internationale Produktionen



## Kinobesucher I

# Besuche nach Herkunftsland – Altersgruppen

Basis: Besuche in %

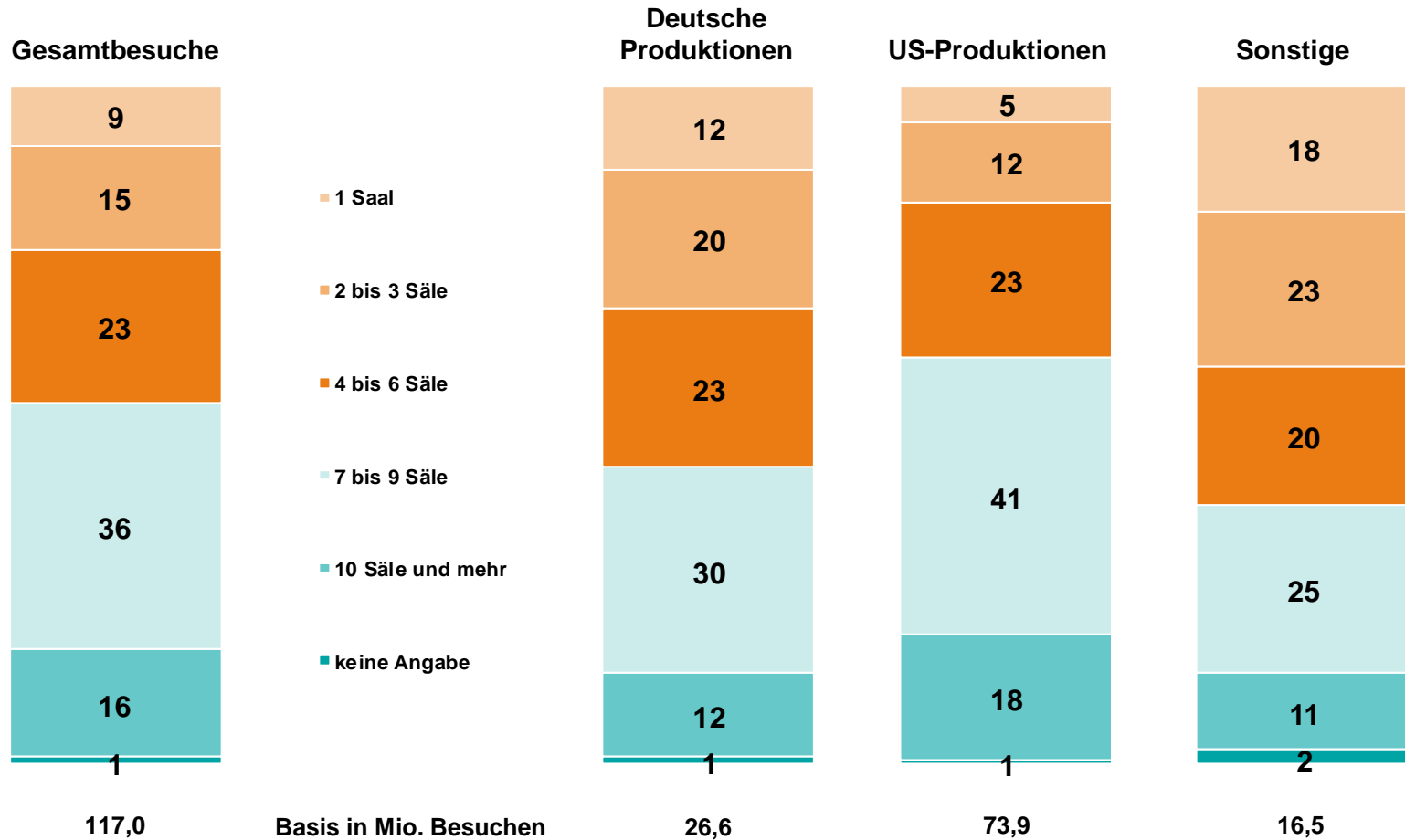


\*Marktanteile laut GfK-Panel

## Kinobesucher I

# Besuche nach Herkunftsland – Anzahl der Säle

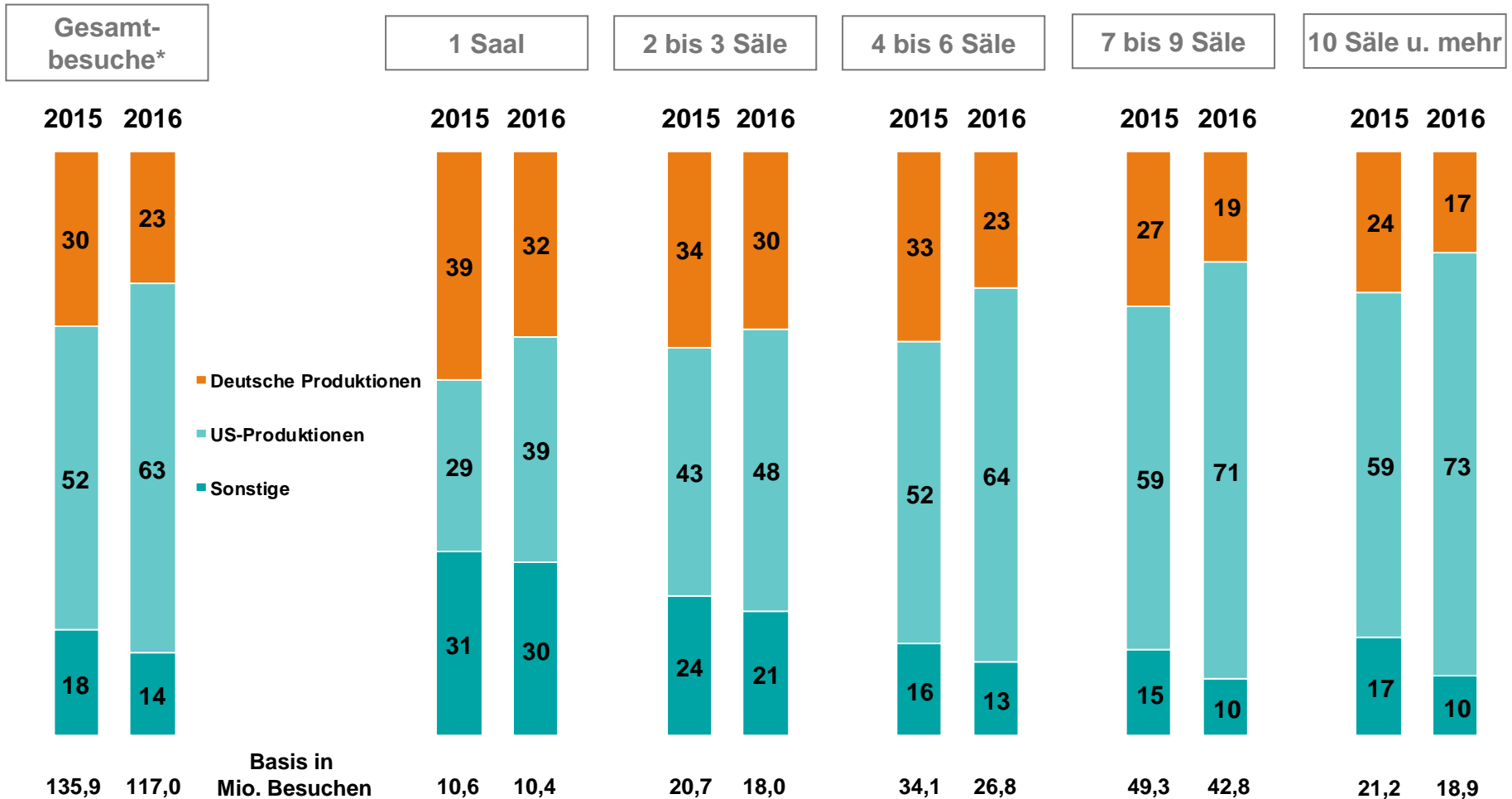
Basis: Besuche in %



## Kinobesucher I

# Besuche nach Herkunftsland – Anzahl der Säle

Basis: Besuche in %



Basis in Mio. Besuchen

\*Marktanteile laut GfK-Panel

## Key Facts zum Kinobesucher deutscher Filme I

### soziodemografisch und kinospezifisch

Im Sechsjahresvergleich war der Anteil der weiblichen Zuschauer deutscher Filme mit 59 Prozent der zweitniedrigste. Der Gesamtanteil weiblicher Zuschauer lag 2016 noch geringer nur bei 53 Prozent.

Genau wie in den Vorjahren war der deutsche Kinobesucher mit 42 Jahren etwas älter als der Gesamtkinobesucher mit knapp 38 Jahren. Die Gruppe der über 50-Jährigen machte beim deutschen Film einen Besucheranteil von 39 Prozent aus und lag damit fast zwölf Prozentpunkte über dem Durchschnitt 2016.

Der Anteil der 10- bis 19-Jährigen in 2016 entsprach mit 20 Prozent dem des Gesamtmarktes. Im Vergleich zu den anderen Altersgruppen verzeichneten im Vergleich zum Vorjahr mit -18 Prozent an Besuchen die über 60-Jährigen die geringste Verlustrate für den deutschen Film. Mit einem Besuchsanteil von 23 Prozent, gemessen an allen deutschen Filmen, lag diese Altersgruppe mit einem Plus von knapp 5 Prozent sogar noch über dem Anteil des Vorjahres.

US-amerikanische Produktionen waren mit einem Anteil von 59 Prozent, wie auch in den Jahren davor, dominierend in Kinos mit sieben und mehr Sälen. Deutsche Produktionen wurden dagegen vorrangig in kleineren Kinos mit bis zu sechs Sälen gesehen (55%). Zum Vergleich: Der Anteil der Kinobesuche deutscher Filme machte 2016 in Kinos mit einem Saal 32 Prozent aus, in Kinos mit zehn und mehr Sälen dagegen nur 17 Prozent. Der Anteil deutscher Filme in Mehrsaalkinos sank im Vergleich zum Ausnahmejahr 2015 wieder.



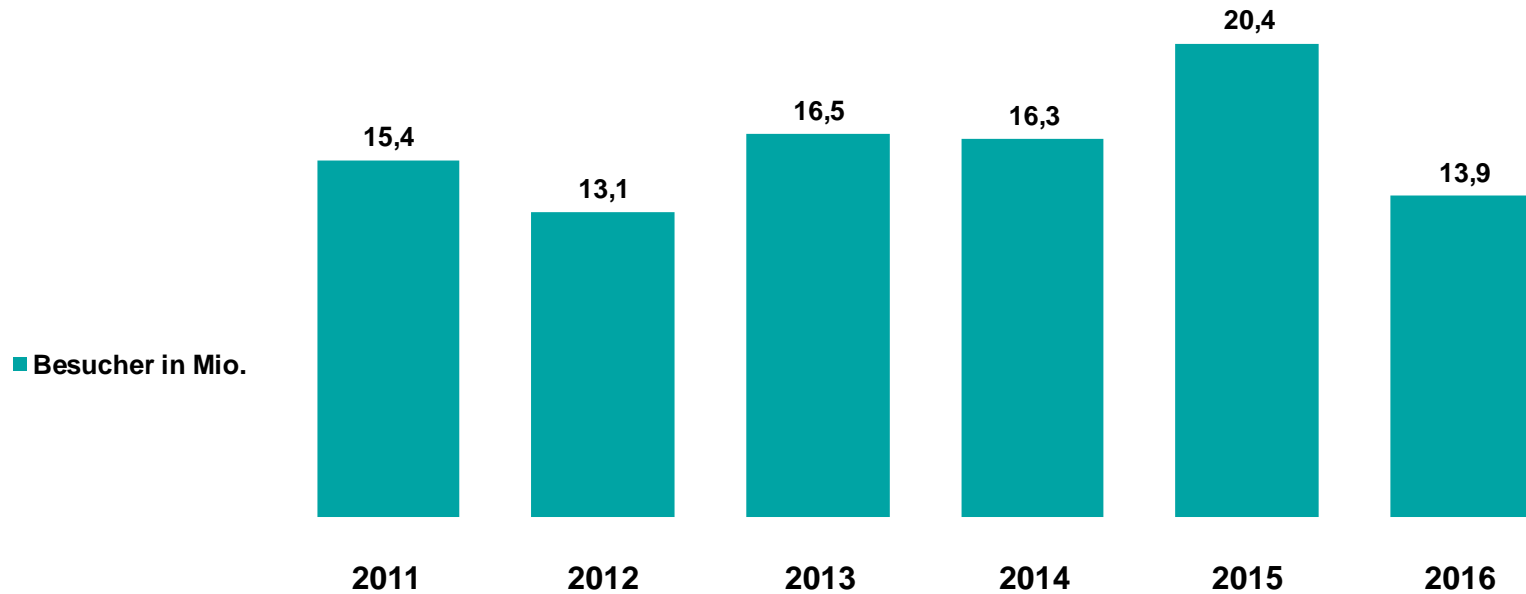
## Inhalt

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

*Kinobesucher II*

# Reichweitenentwicklung und Besuche pro Kopf deutscher Filme

Basis: Besucher in Mio., GfK-Panel

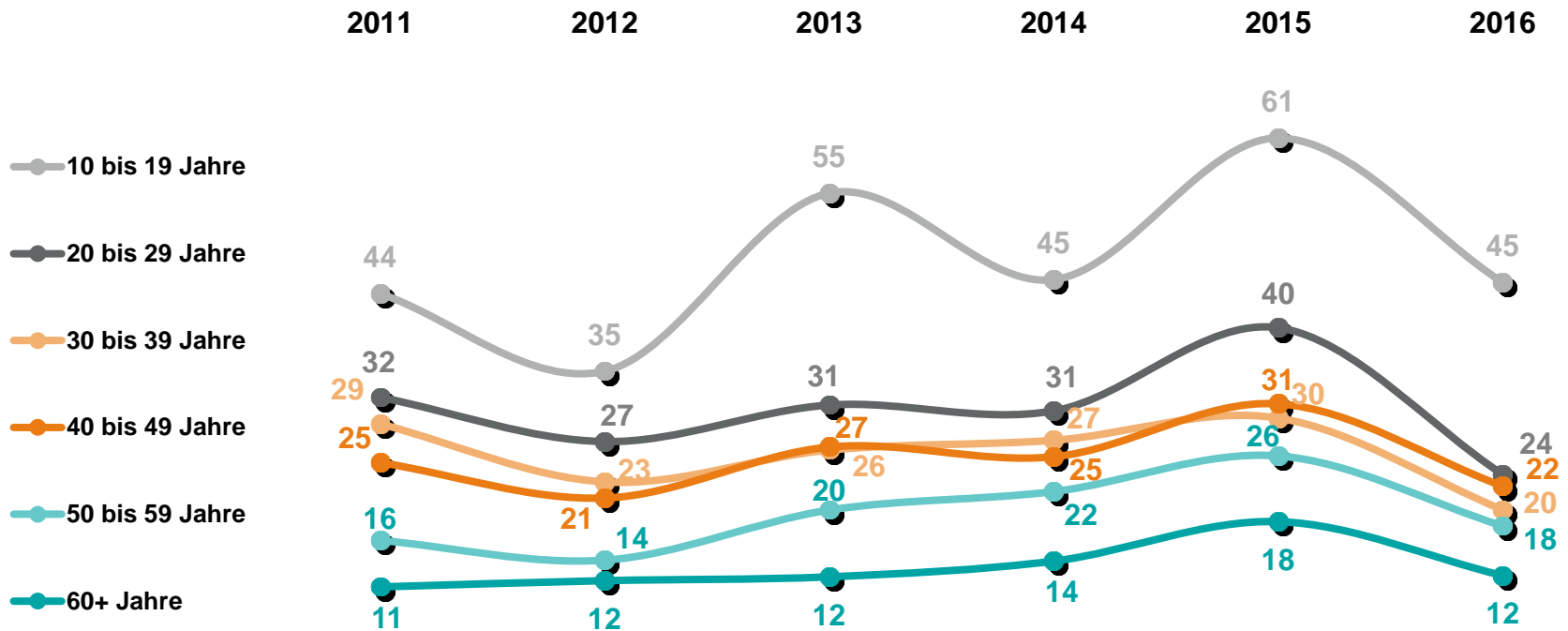


<b>Reichweite</b>	23%	19%	24%	24%	30%	20%
<b>Besuche pro Kopf</b>	1,9	1,9	2,1	2,1	2,0	1,9

## Kinobesucher II

# Reichweitenentwicklung deutscher Filme – Altersgruppen

Basis: Besucher in %

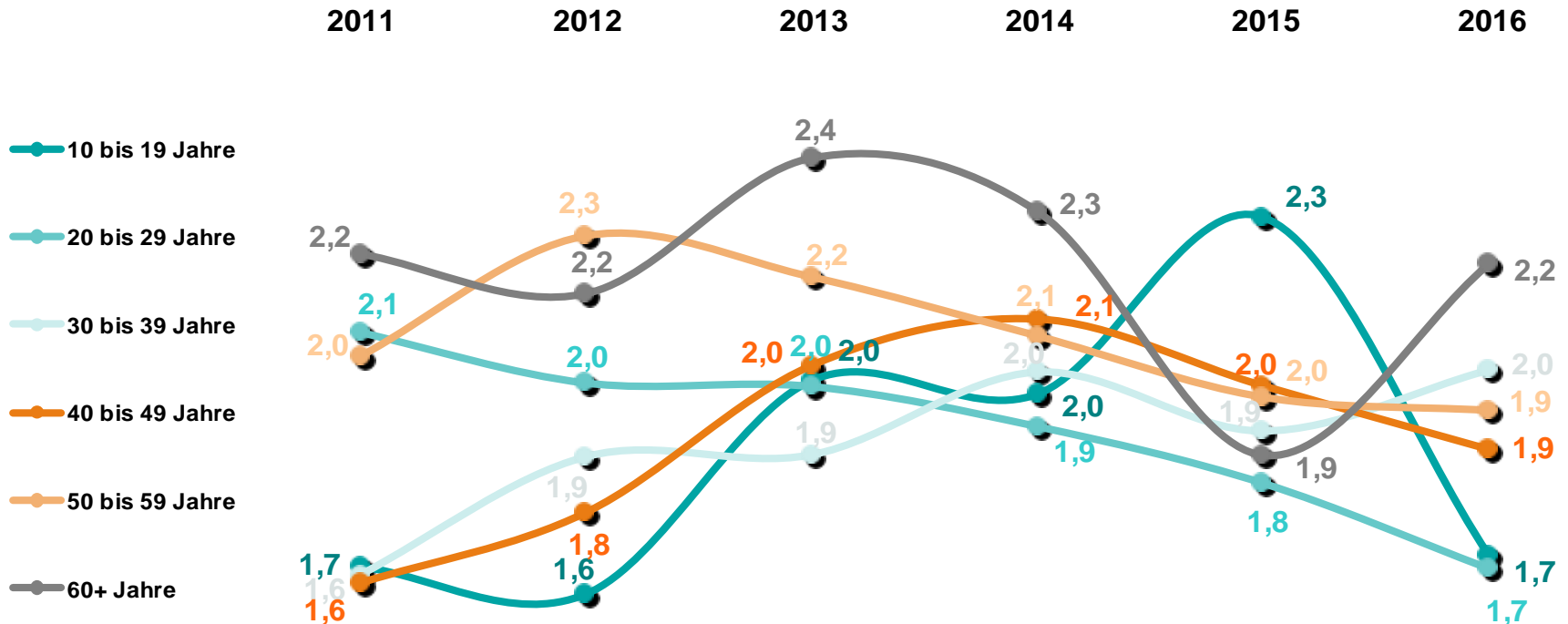


Die Reichweite deutscher Filme hat im Vergleich zum Vorjahr in allen Altersgruppen abgenommen. Die stärksten Verluste gab es bei den 10- bis 29-Jährigen.

## Kinobesucher II

## Entwicklung der Besuchsintensität deutscher Filme – Altersgruppen

Basis: Besuche



Im Jahr 2016 entschieden sich die über 60-Jährigen wieder überdurchschnittlich häufig für einen deutschen Kinofilm, während die Besuchsintensität fast aller anderen Altersgruppen rückläufig war. Lediglich die 30- bis 39-Jährigen entschieden sich 2016 ebenfalls dafür, häufiger ins Kino zu gehen als noch im Vorjahr. Betrachtet man die Gesamtbesuchsverteilung, gingen mit 23 Prozent überdurchschnittlich viele Personen über 60 Jahren in deutsche Filme. Internationale Produktionen kamen in dieser Altersgruppe lediglich auf einen Anteil von 11 Prozent.

## Kinobesucher II

# Reichweiten 2016 – Alter und Geschlecht

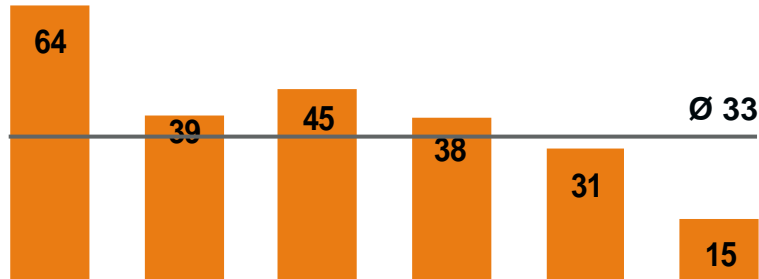
Basis: Besucher in %

### Männer

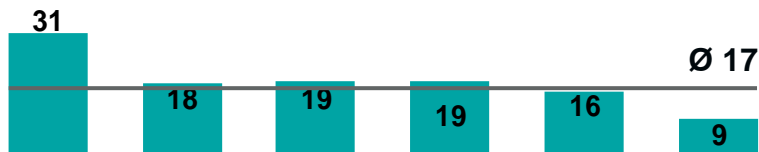
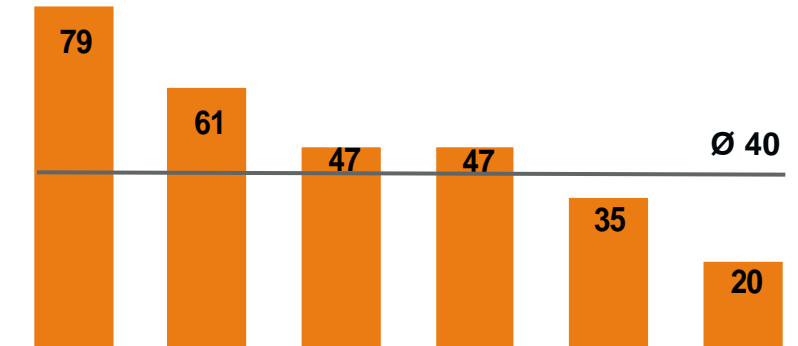
### Frauen

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

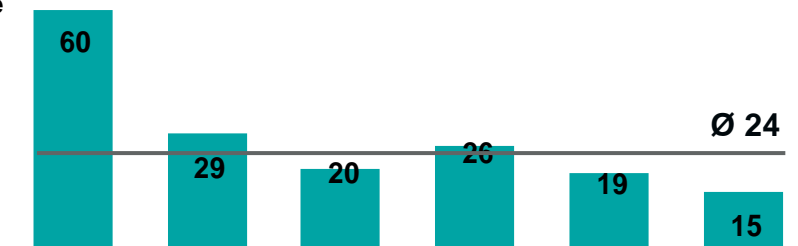
10 bis 19 Jahre    20 bis 29 Jahre    30 bis 39 Jahre    40 bis 49 Jahre    50 bis 59 Jahre    60+ Jahre



■ Besucherreichweite



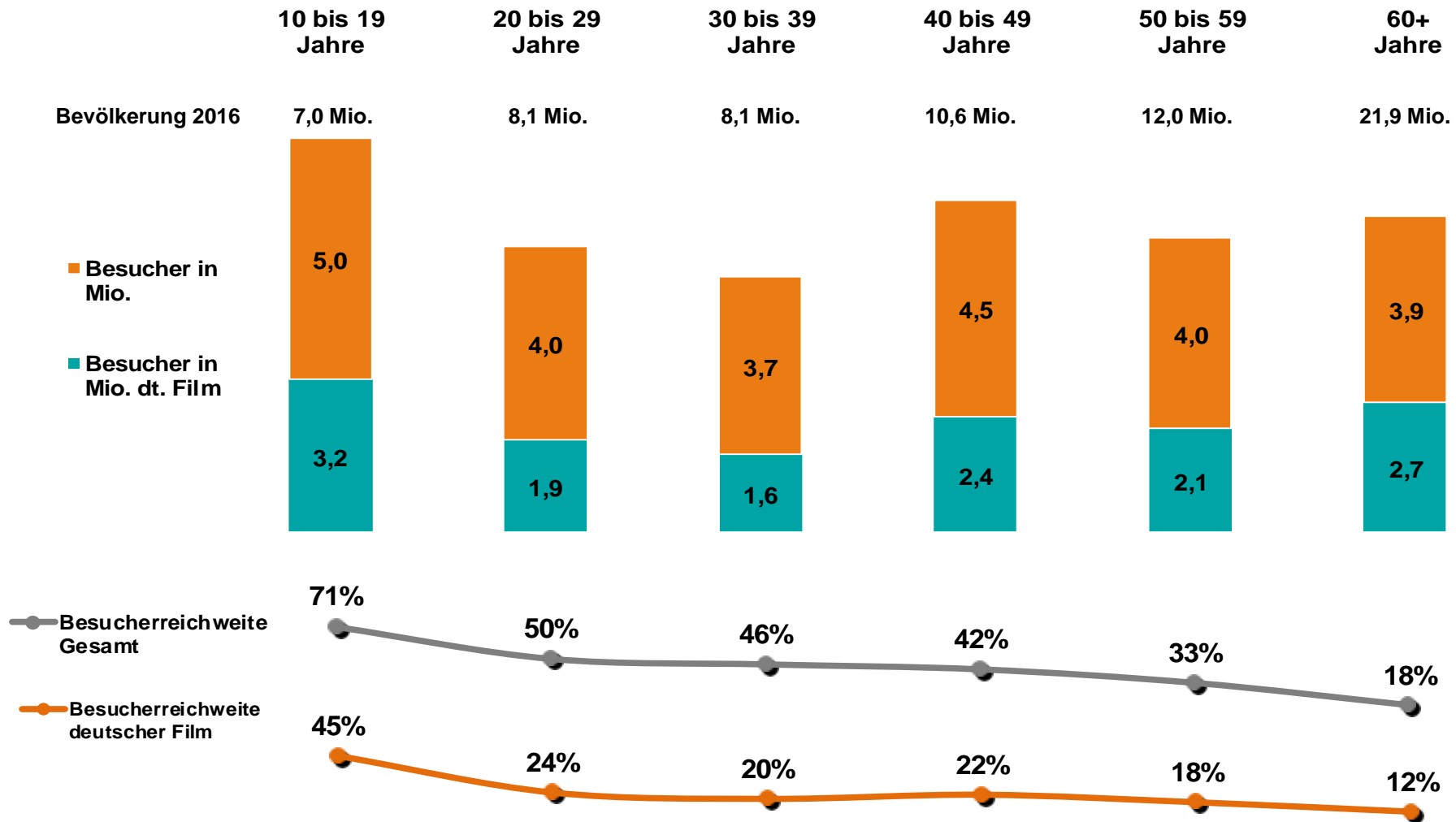
■ Besucherreichweite deutsche Produktionen



## Kinobesucher II

# Reichweiten nach Altersgruppen – Besucher deutscher Produktionen

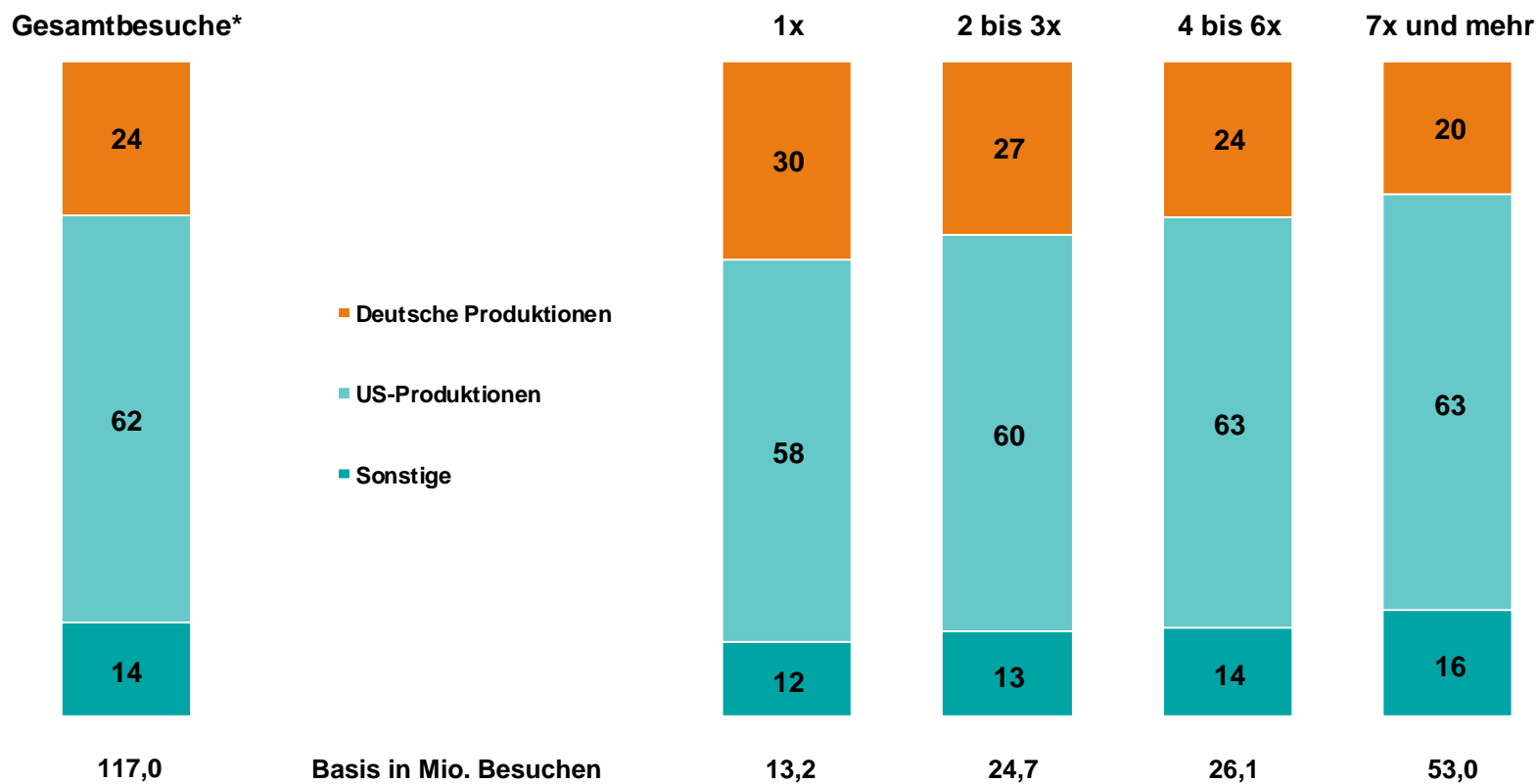
Basis: Besucher in Mio. und %



## Kinobesucher II

# Besuche deutscher Filme – Besuchintensität

Basis: Besuche in %



\*Marktanteile laut GfK-Panel

## Key Facts zum Kinobesucher deutscher Filme II

### Reichweiten und Intensitäten

Im Sechsjahresvergleich konnte der deutsche Film im Jahr 2016 mit 13,9 Mio. Kinobesuchern nur den zweitniedrigsten Wert verzeichnen. Die Reichweite fiel analog dazu von 30 auf 20 Prozent; die Besuchsintensität sank dagegen nur leicht auf 1,9 Besuche pro Kopf.

Betrachtet man die Reichweitenentwicklung im Detail sieht man auch hier, dass über alle Altersklassen hinweg ein Rückgang zu verzeichnen war. Die 10- bis 19-Jährigen kamen erneut auf die höchste Besucherreichweite (45%). Knapp jeder zweite Jugendliche in diesem Alter sah in 2016 folglich einen deutschen Film. Die Altersgruppe bildete jedoch gleichzeitig, im Gegensatz zum Vorjahr, eine der Gruppen, mit der geringsten Besuchsintensität (1,7). 2016 waren es wieder die über 60-Jährigen, die am häufigsten in einen deutschen Film gingen. Betrachtet man jedoch die absoluten Werte, gingen mit 3,2 Mio. Personen nach wie vor die 10- bis 19-Jährigen am häufigsten in deutsche Produktionen.

Ein noch detaillierterer Blick zeigt, dass erneut vor allem die jungen Frauen vom deutschen Film angesprochen wurden. Im Vergleich zum Vorjahr fiel die Reichweite bei den unter 20-jährigen Frauen von 72 Prozent auf 60 Prozent und bei den 20- bis 29-Jährigen noch dramatischer um 24 Prozentpunkte von 53 auf 29 Prozent. Auch die Reichweite der jungen Männer bis 19 Jahre fiel nach dem Ausnahmejahr 2015 (51%) wieder auf den Wert von 2014: 31 Prozent (-20%).



## Inhalt

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

*Kinobesucher III*

# Top 5 Titel deutscher Filme 2016 – Altersgruppen

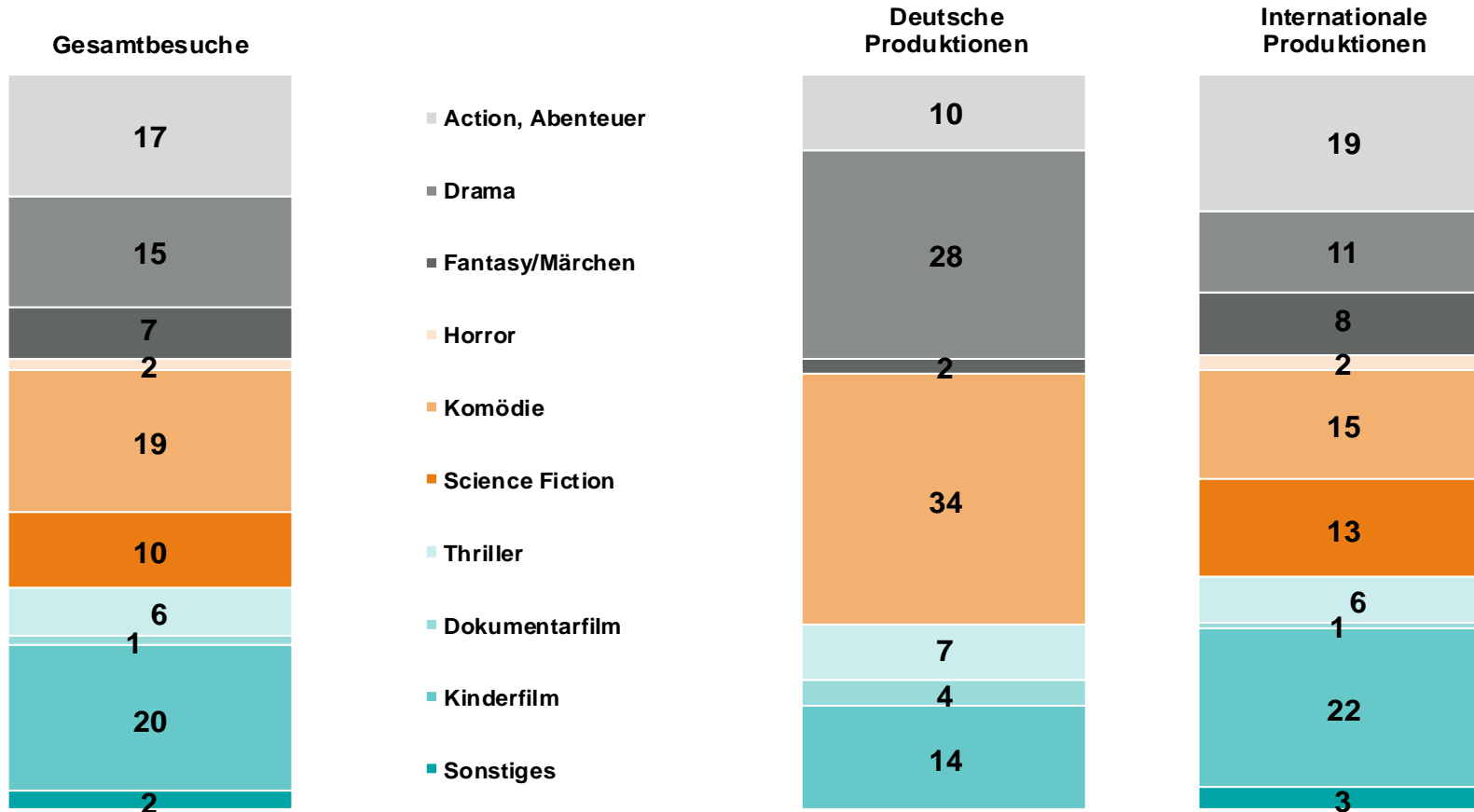
Basis: Besuche in Mio.

10 bis 19 Jahre	20 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50+ Jahre
Bibi & Tina - Mädchen gegen Jungs	The First Avenger: Civil War	The First Avenger: Civil War	Willkommen bei den Hartmanns	Ich bin dann mal weg
Willkommen bei den Hartmanns	Willkommen bei den Hartmanns	Willkommen bei den Hartmanns	Bibi & Tina - Mädchen gegen Jungs	Willkommen bei den Hartmanns
Der geilste Tag	Der geilste Tag	Der geilste Tag	Ich bin dann mal weg	Der geilste Tag
The First Avenger: Civil War	SMS für Dich	Bibi & Tina - Mädchen gegen Jungs	Der geilste Tag	Toni Erdmann
Smaragdgrün	Smaragdgrün	Pettersson und Findus: Das schönste Weihnachten überhaupt	The First Avenger: Civil War	Schweinskopf al dente

## Kinobesucher III

# Besuche deutscher Filme – Genre

Basis: Besuche in %

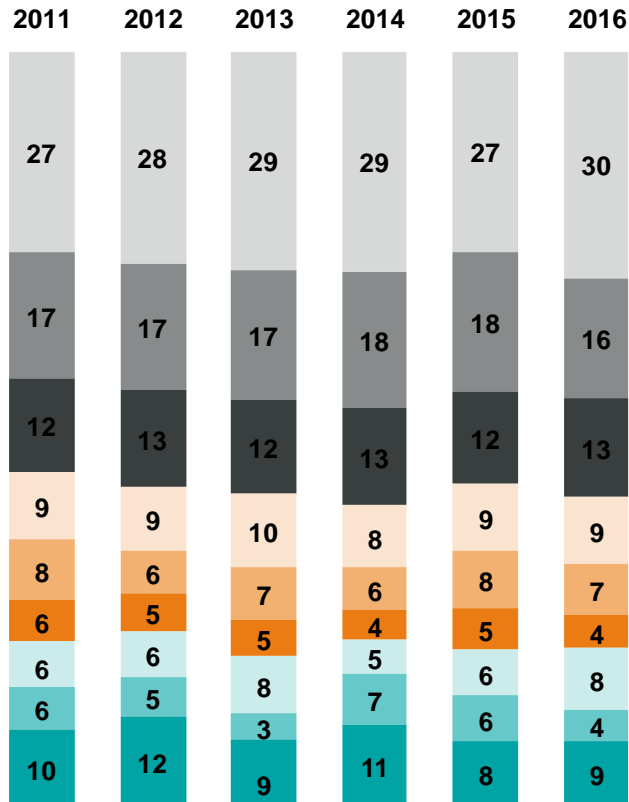


## Kinobesucher III

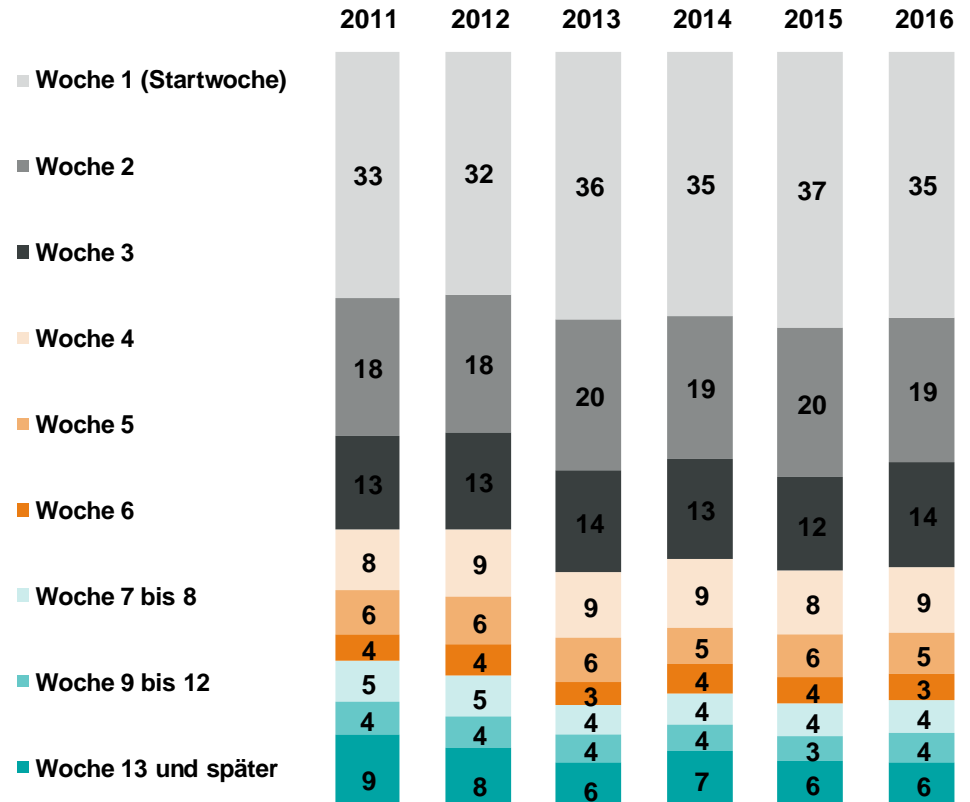
# Besuche deutscher Filme – Zeitpunkt des Besuchs

Basis: Besuche in %

### Deutsche Produktionen



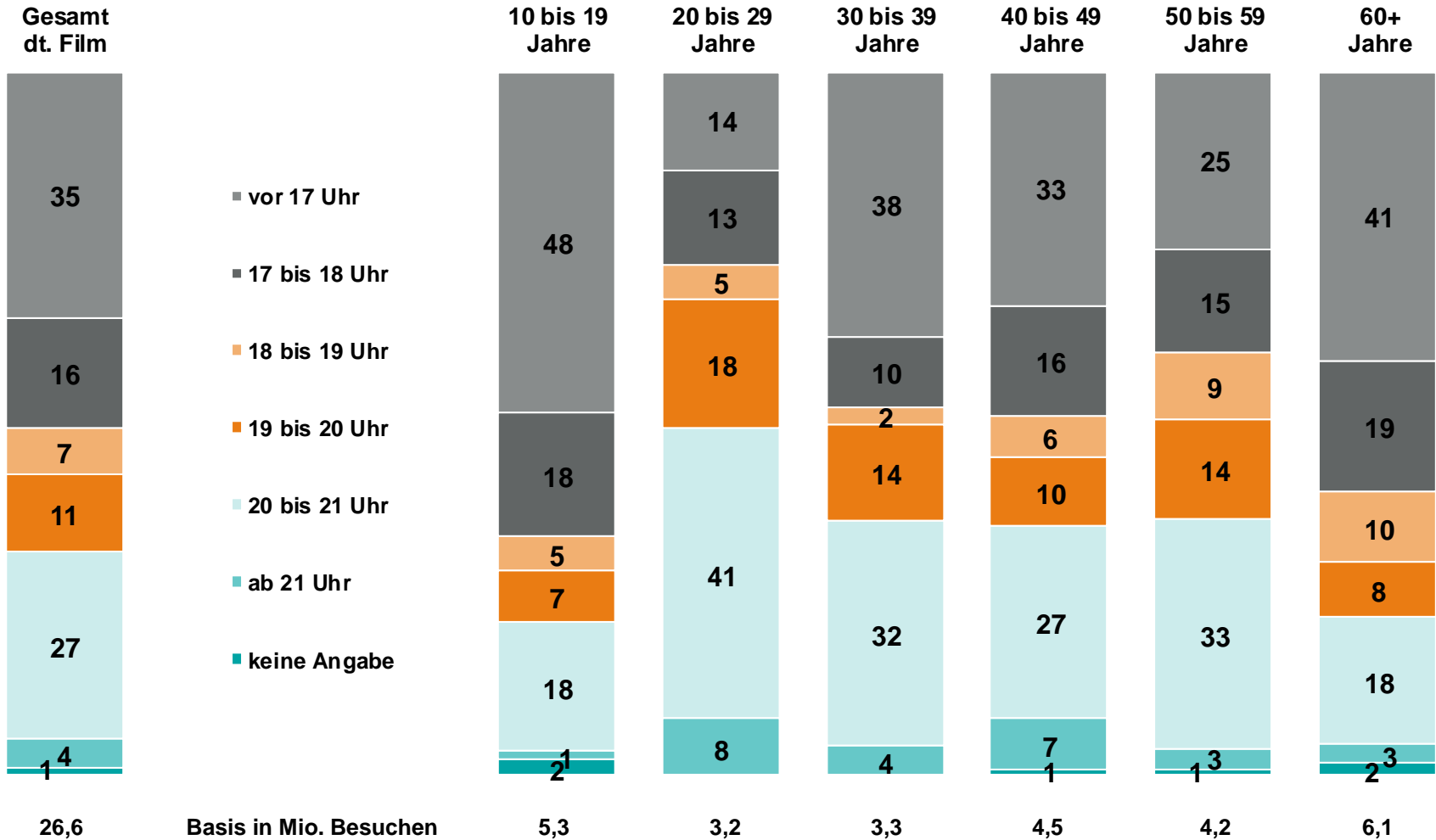
### Internationale Produktionen



## Kinobesucher III

# Besuche deutscher Filme – Filmbeginn nach Altersgruppen

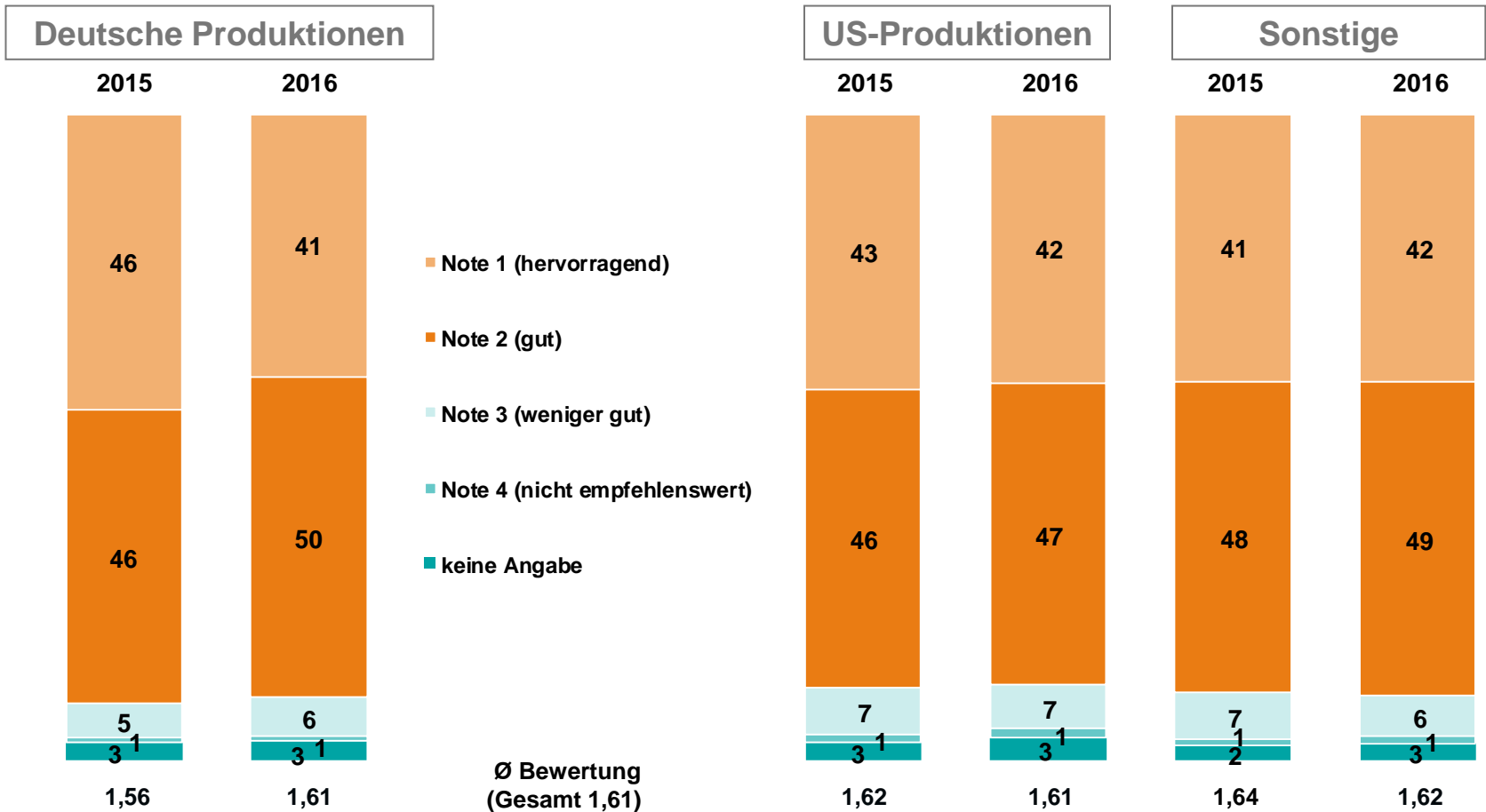
Basis: Besuche in %



## Kinobesucher III

# Filmbewertung deutscher Filme

Basis: Besuche in %



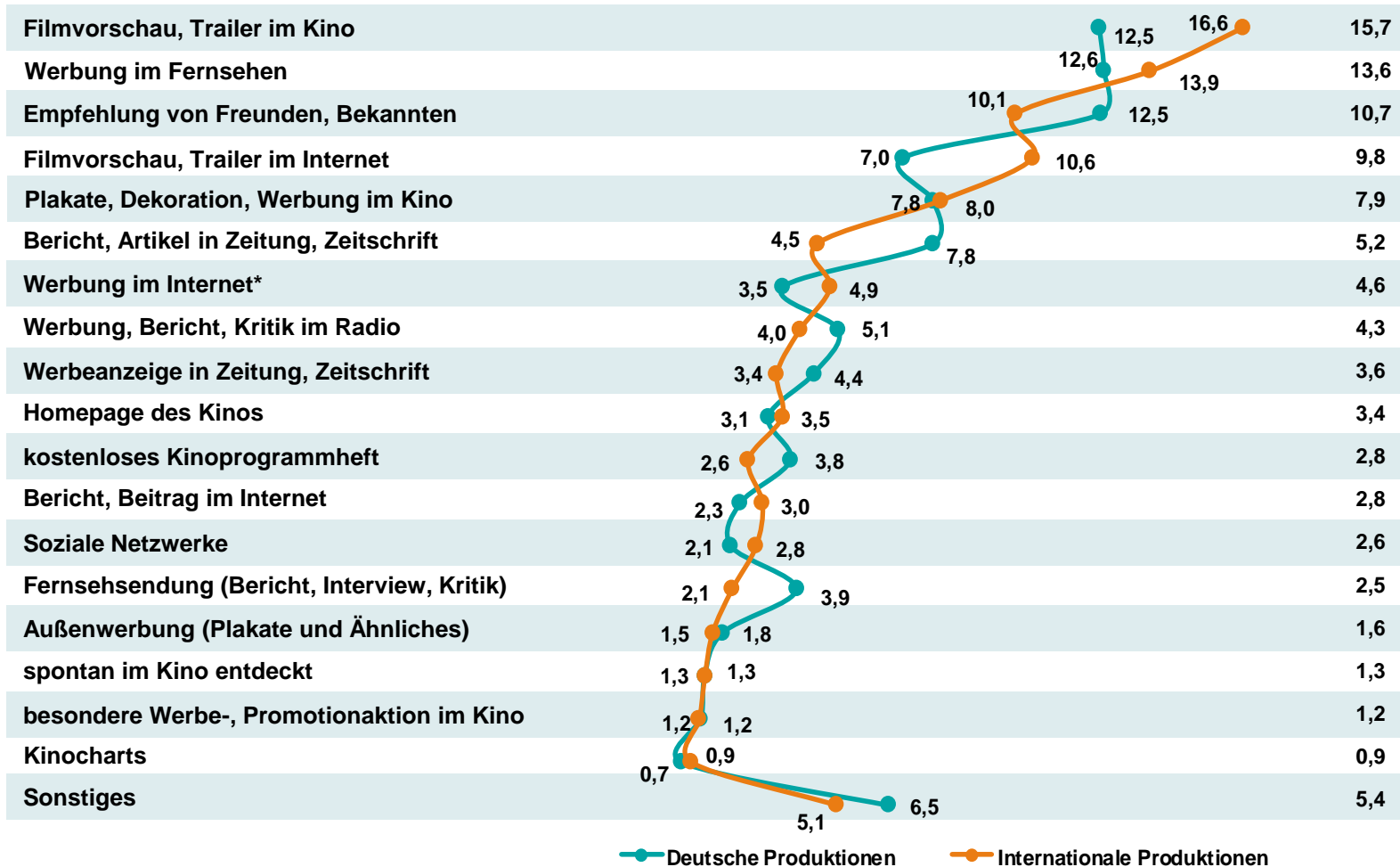
41 Prozent der deutschen Produktionen erhielten 2016 von den Kinobesuchern das Prädikat „sehr gut“. Dazu zählen u. a. THE DANISH GIRL (1,3), HEIDI (1,4) und THE FIRST AVENGER: CIVIL WAR (1,4).

*Kinobesucher III*

# Besuche deutscher Filme – Sources of Awareness

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)

Gesamtbesuche



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

## Kinobesucher III

# Sources of Awareness – TOP 4 deutsche Filme

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)

Gesamt deutsche Filme		Willkommen bei den Hartmanns	Bibi & Tina - Mädchen gegen Jungs	The First Avenger: Civil War	Der geilste Tag
12,6	Werbung im Fernsehen	25,5	19,8	10,1	18,9
12,5	Empfehlung von Freunden, Bekannten	12,9	17,8	8,8	10,5
12,5	Filmvorschau, Trailer im Kino	9,8	10,7	19,4	15,9
7,8	Plakate, Dekoration, Werbung im Kino	5,0	9,2	8,6	7,7
7,8	Bericht, Artikel in Zeitung, Zeitschrift	7,5	1,7	3,6	6,1
7,0	Filmvorschau, Trailer im Internet	6,2	8,9	16,3	6,1
5,1	Werbung, Bericht, Kritik im Radio	7,3	3,1	2,9	5,4
4,4	Werbeanzeige in Zeitung, Zeitschrift	4,8	4,9	1,3	4,3
3,9	Fernsehsendung (Bericht, Interview, Kritik)	6,7	2,0	1,7	4,6
3,8	kostenloses Kinoprogrammheft	1,8	1,9	0,7	0,5
3,5	Werbung im Internet*	2,2	4,0	7,0	5,3
3,1	Homepage des Kinos	1,9	2,6	3,5	1,7
2,3	Bericht, Beitrag im Internet	1,2	1,8	4,6	1,0
2,1	Soziale Netzwerke	1,5	2,0	2,8	4,5
1,8	Außenwerbung (Plakate und Ähnliches)	1,8	0,5	1,2	1,6
1,3	spontan im Kino entdeckt	0,8	0,0	0,0	1,0
1,2	besondere Werbe-, Promoaktion im Kino	0,2	0,7	0,3	0,2
0,7	Kinocharts	0,7	1,7	1,6	0,3
6,5	Sonstiges	2,3	7,0	5,6	4,3

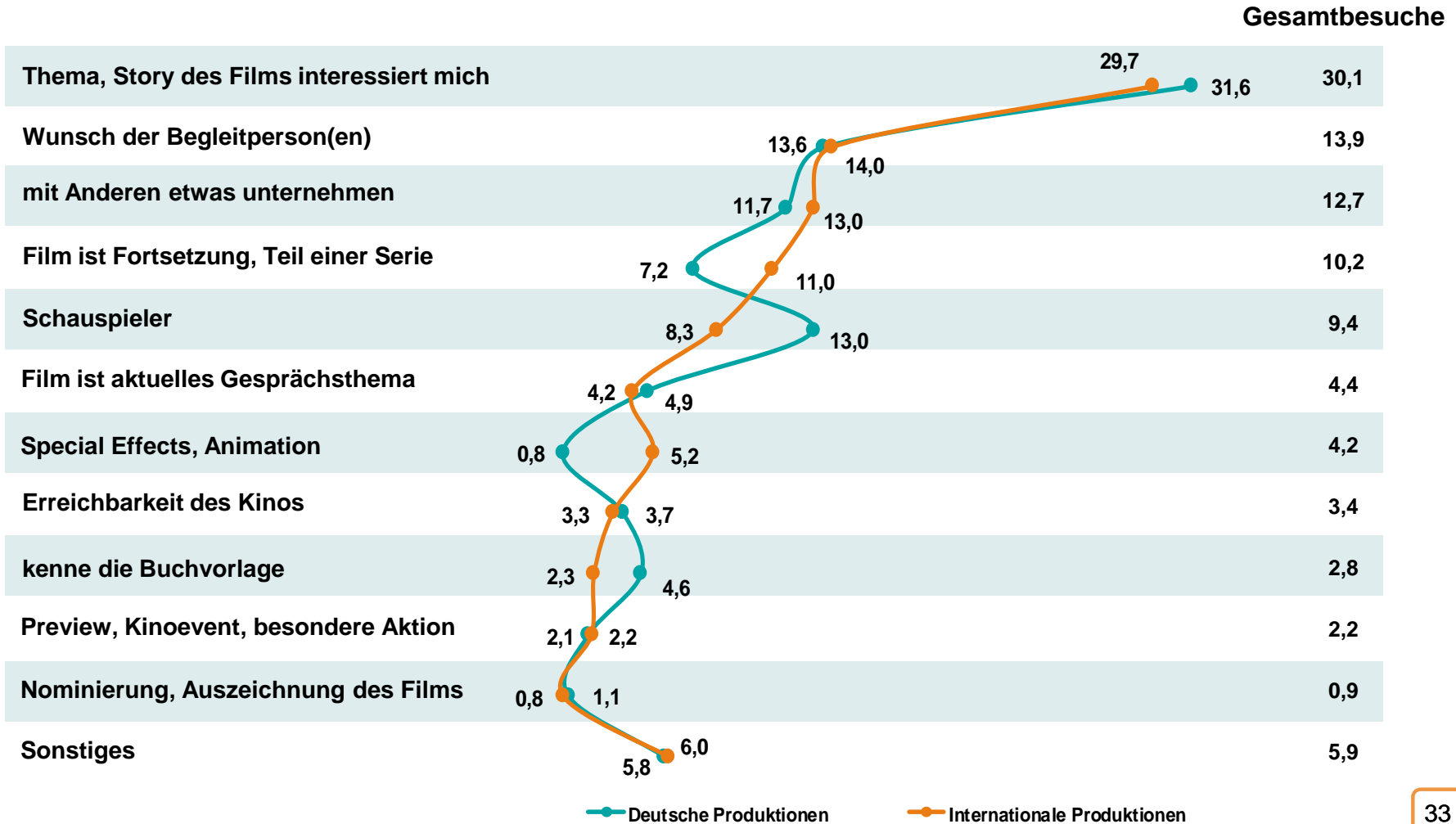
\*inkl. E-Mail, Newsletter, SMS-Werbung



*Kinobesucher III*

# Besuche deutscher Filme – Besuchsgrund

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)



## Kinobesucher III

# Besuchsgrund – Top 4 deutsche Filme

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)

Gesamt deutsche Filme		Willkommen bei den Hartmanns	Bibi & Tina - Mädchen gegen Jungs	The First Avenger: Civil War	Der geilste Tag
31,6	Thema, Story des Films interessiert mich	35,1	19,0	29,0	25,4
13,6	Wunsch der Begleitperson(en)	10,7	26,5	7,7	12,6
13,0	Schauspieler	24,1	1,2	5,4	34,7
11,7	mit Anderen etwas unternehmen	10,8	12,5	10,0	14,9
7,2	Film ist Fortsetzung, Teil einer Serie	0,0	22,9	33,0	0,1
4,9	Film ist aktuelles Gesprächsthema	10,7	6,2	2,1	3,3
4,6	kenne die Buchvorlage	0,1	1,2	1,9	0,4
3,7	Erreichbarkeit des Kinos	3,2	2,1	1,7	2,7
2,1	Preview, Kinoevent, besondere Aktion	0,7	1,5	0,6	0,8
1,1	Nominierung, Auszeichnung des Films	0,2	0,0	0,0	0,0
0,8	Special Effects, Animation	0,3	0,0	5,8	0,3
5,8	Sonstiges	4,1	6,9	2,9	4,8

## Key Facts zum Kinobesucher deutscher Filme III

filmspezifisch

Im Jahr 2016 schaffte es nur ein Film das Kinopublikum über alle Altersklassen hinweg zu begeistern und immer unter den Top 2 der deutschen Filme 2016 zu sein: WILLKOMMEN BEI DEN HARTMANN'S.

Nach wie vor ist die deutsche Komödie das beliebteste Genre bei den deutschen Kinogängern. Sie waren erneut deutlich beliebter als internationale Komödien. Die Differenz fällt jedoch mit 19 Prozentpunkten deutlich geringer aus als im Vorjahr.

Wie auch im Vorjahr nutzten vor allem die Twens (49%) den Abend ab 20 Uhr, um sich einen deutschen Film anzusehen. Mit steigendem Alter verlagert sich der Kinobesuch zunehmend auf den Nachmittag. 60 Prozent der über 60-Jährigen bevorzugten den Filmbeginn vor 18 Uhr.

Gerundet 90 Prozent der deutschen Filme wurden 2016 vom Kinobesucher mit „hervorragend“ oder „gut“ bewertet. Mit einer Gesamtnote von 1,61 liegt die Bewertung der deutschen Filme gleichauf mit den weiteren Produktionen am Markt.

Die Aufmerksamkeit für deutsche Filme wurde 2016 vor allem durch „Werbung im Fernsehen“ (13%), „Empfehlung von Freunden, Bekannten“ (13%) sowie „Filmvorschau, Trailer im Kino“ (13%) geweckt. Im Gesamtranking lag letztere Aufmerksamkeitsquelle auf Platz 1.

Im Jahr 2016 war mit 32 Prozent der nach wie vor häufigste Besuchsgrund „Thema, Story des Films interessiert mich“. Auf Platz 2 folgte mit 14 Prozent der „Wunsch der Begleitperson“. Deutlich häufiger als im Gesamtranking ging man aufgrund der Schauspieler in einen deutschen Film (+4%).

**Für weitere Fragen zur Demografie der Kinobesucher deutscher Filme bzw. zu kinospezifischen Merkmalen können Sie sich gern an uns wenden:**

Filmförderungsanstalt  
- German Federal Film Board -  
Große Präsidentenstraße 9  
10178 Berlin

Tel.: 030 / 27 577 - 0  
Fax: 030 / 27 577 - 111  
E-Mail: [marktforschung@ffa.de](mailto:marktforschung@ffa.de)

Weitere Informationen, Studien und Marktdaten erhalten Sie unter:

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