

# **Der Kinobesucher 2007**

Strukturen und Entwicklungen  
auf Basis des GfK Panels

**Mai 2008**

## Vorwort

**Seit mittlerweile 16 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 der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), dessen Ergebnisse die FFA im Hinblick auf die filmwirtschaftlichen Daten ausschließlich erworben hat.**

**Das Panel umfasst 20.000 Teilnehmer und steht repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 10 Jahre. 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 Studie stellt die allgemeine Entwicklung im Kino dar. Ergänzend dazu erfolgen Auswertungen hinsichtlich soziodemografischer Merkmale sowie eine Betrachtung einzelner kino- und filmspezifischer Informationen, die ihren Fokus auch auf den deutschen Film richten.**

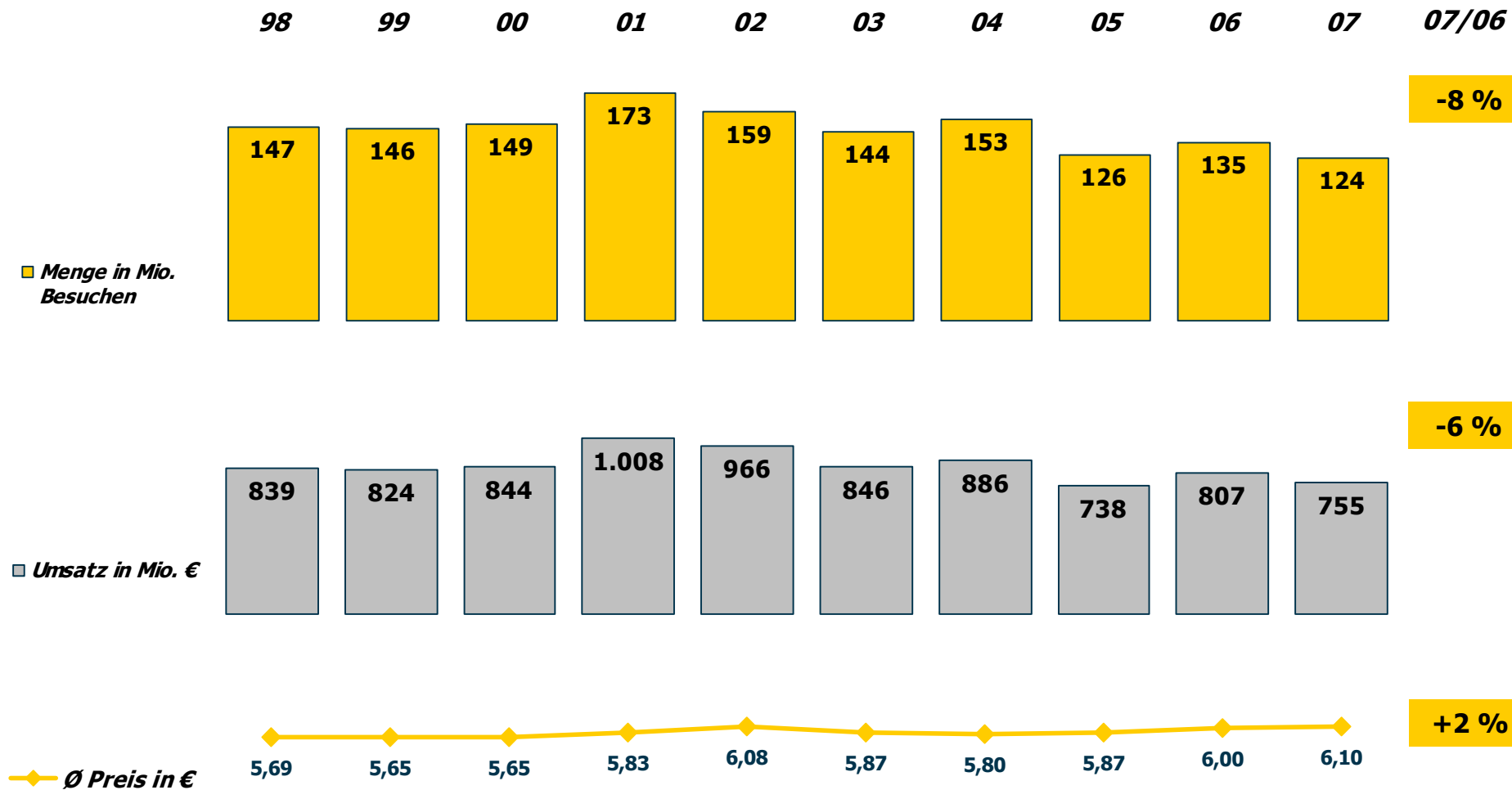
**Im Anhang werden die Daten des GfK-Panels durch qualifizierte Schätzungen um das Verhalten von Kindern unter 10 Jahren und ausländische Besucher ergänzt.**

## Inhalt

- 1** Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2** Kinobesucher I - soziodemografisch und kinospezifisch
- 3** Reichweiten und Intensitäten
- 4** Kinobesucher II - filmspezifisch
- 5** Analyse des deutschen Films
- 6** Anhang

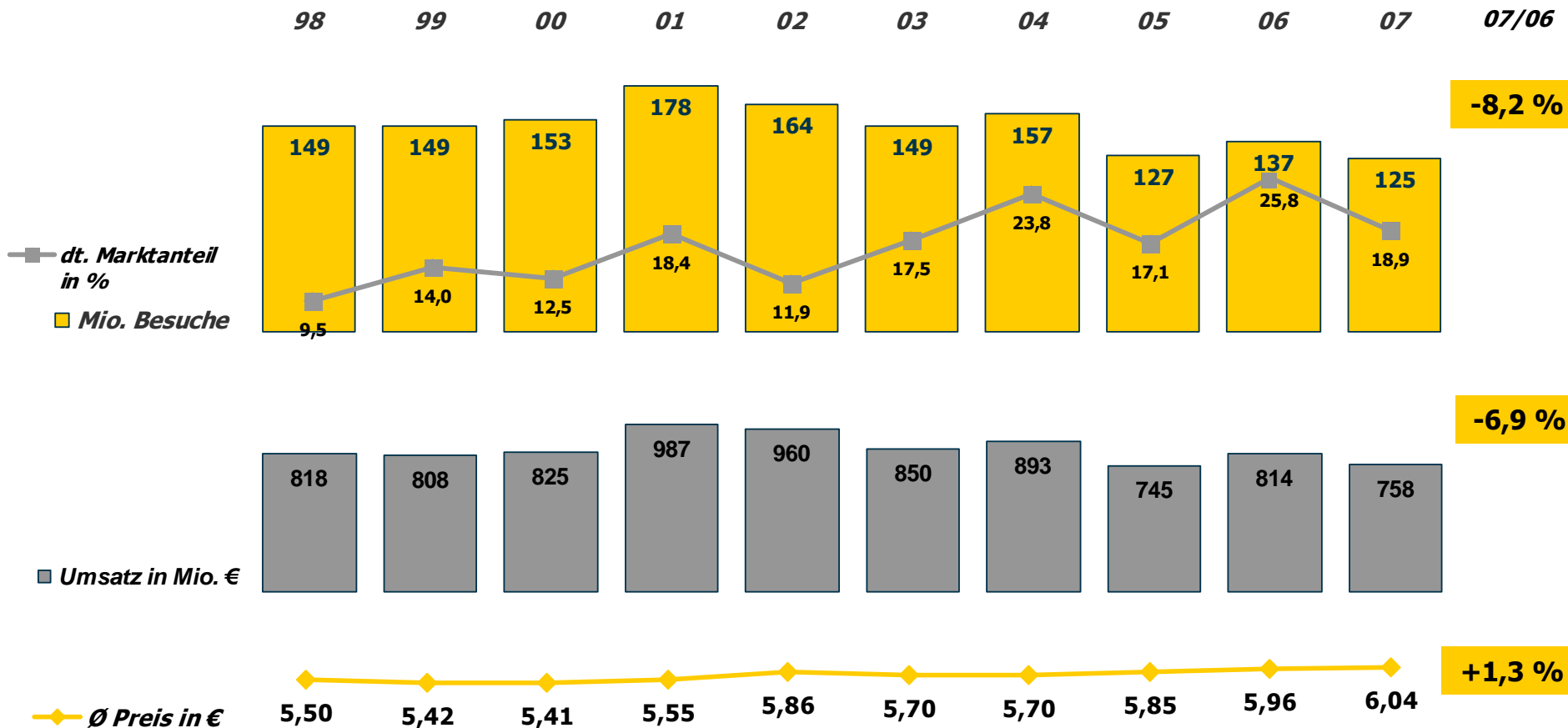
## Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts Besucher und Umsatz

Basis: GfK-Panel



## Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts Besucher und Umsatz

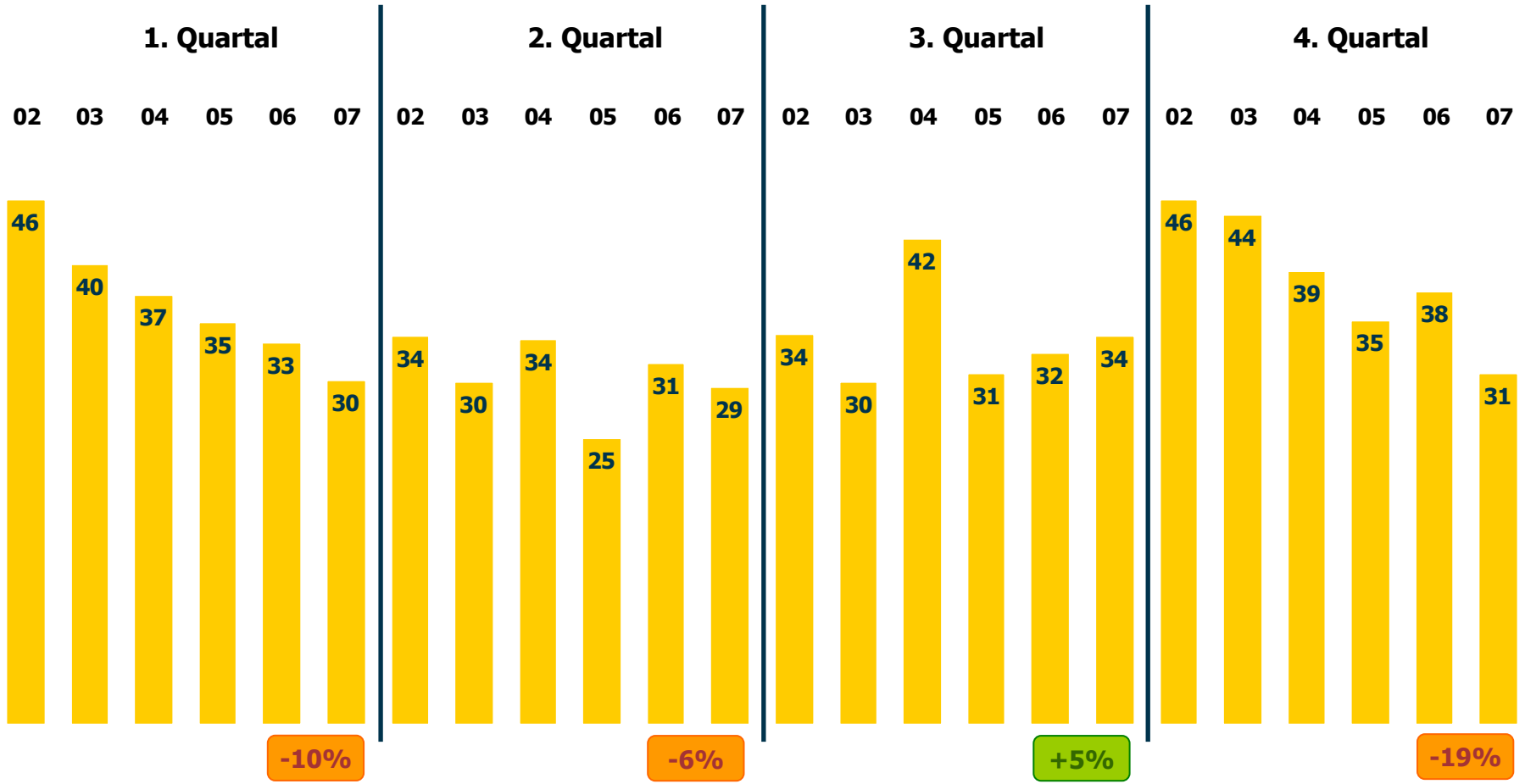
Basis: Meldungen der Filmtheater, FFA



Die Marktentwicklung der letzten 10 Jahre verlief zyklisch. Der deutsche Marktanteil von 18,9 Prozent in 2007 lag über dem Mittelwert von 16,9 Prozent für den gesamten Zeitraum.

## Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts Saisonalität (GfK)

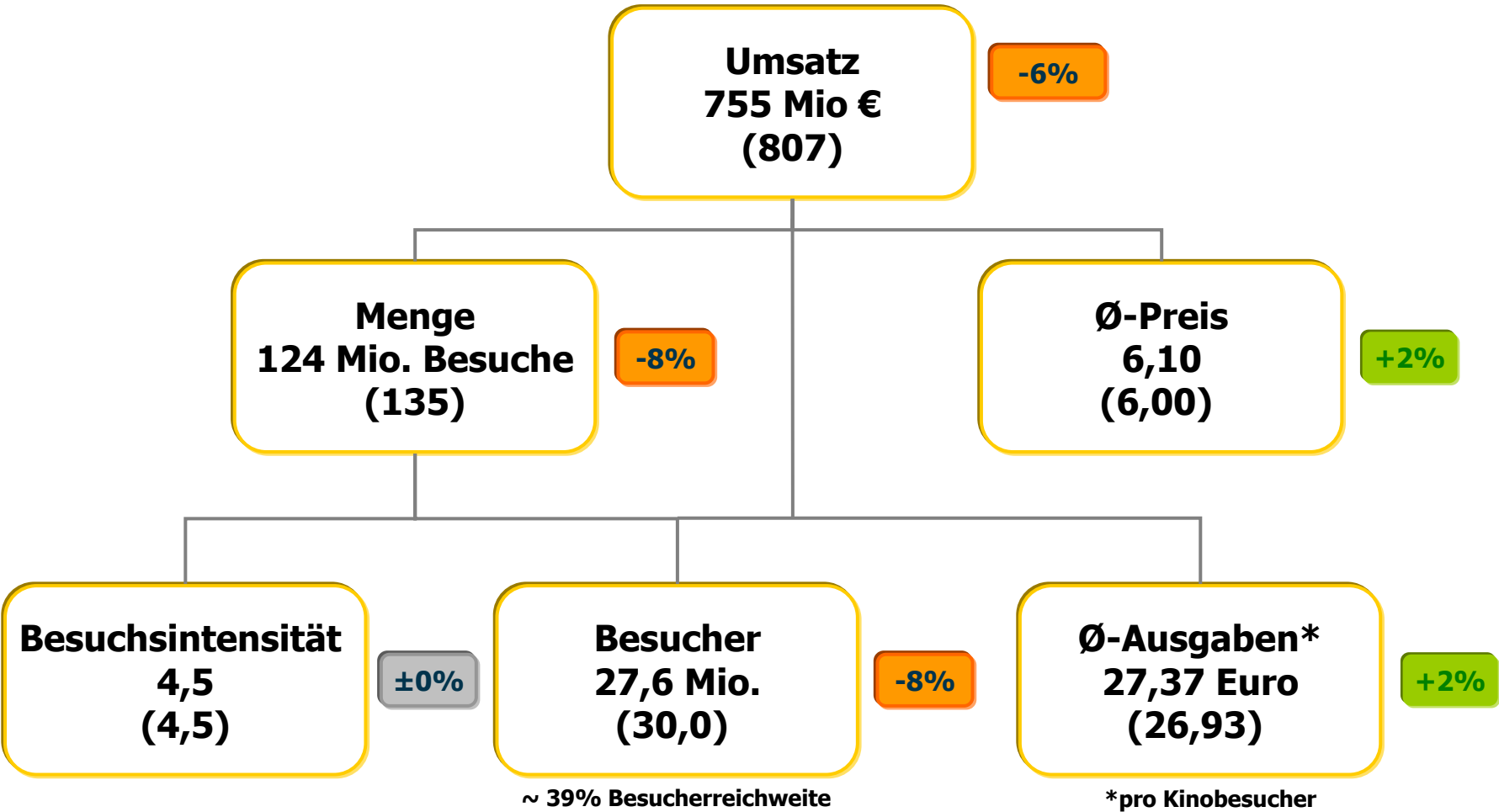
Basis: Besuche in Mio.



# Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

## Key Facts zum Kinomarkt 2007 (2006)

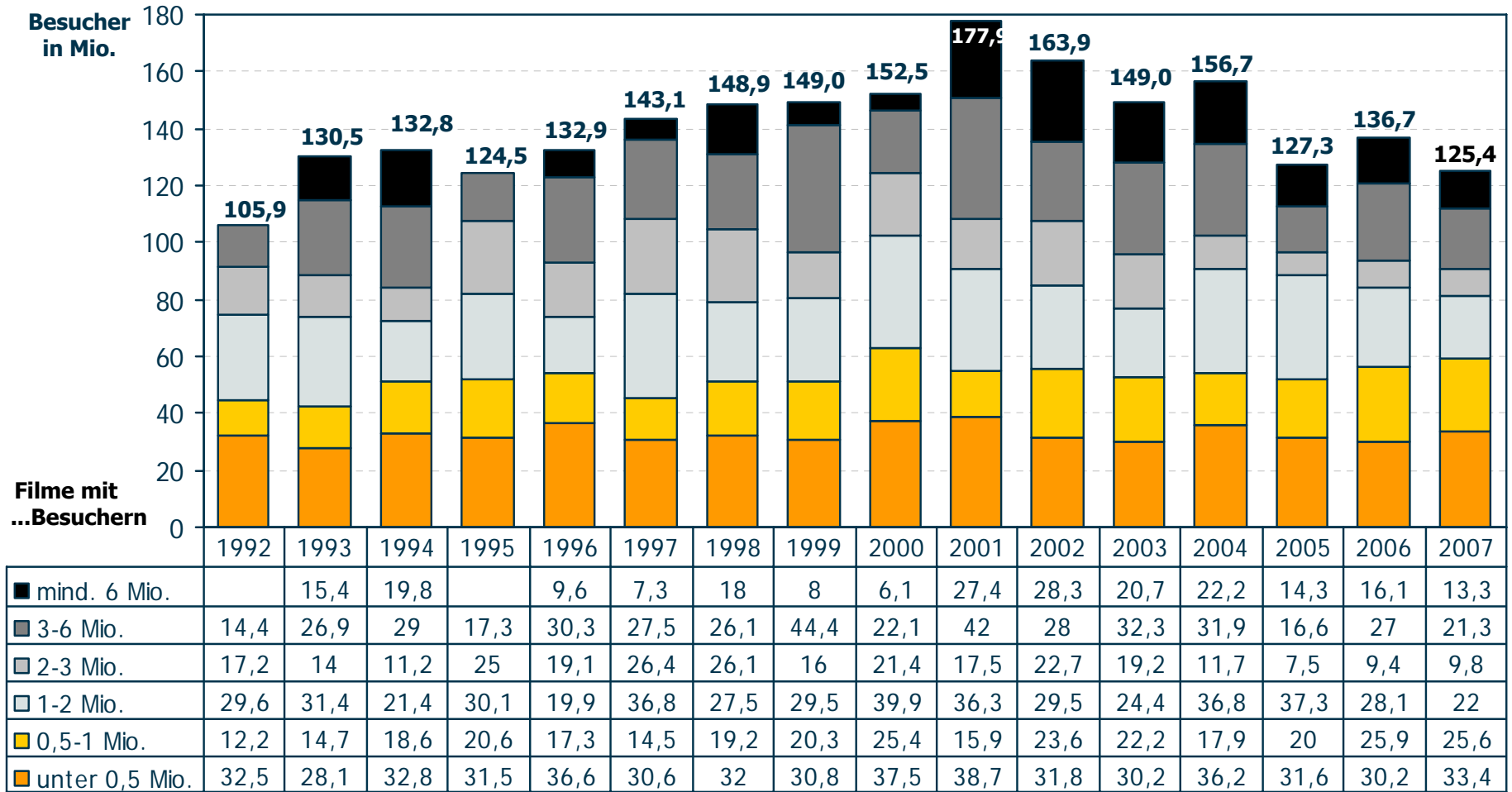
Basis: GfK-Panel



## Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

### Key Facts

Basis: Meldungen der Filmverleiher, FFA





## Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

### Key Facts

Basis: Meldungen der Filmverleiher, FFA

Zahl der Millionen-Hits																
Filme mit ... Besuchern	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Durchschnitt 1993-2007
<b>mind. 6 Mio</b>	2	3	-	1	1	1	1	1	3	4	3	3	2	2	2	2
<b>3 bis unter 6 Mio.</b>	7	7	5	8	7	7	11	6	10	6	8	8	4	6	5	7
<b>2 bis unter 3 Mio.</b>	6	4	10	8	11	11	7	9	7	10	8	5	3	4	4	7
<b>1 bis unter 2 Mio.</b>	22	15	20	16	26	20	21	27	26	21	17	26	29	21	15	21
<b>Summe</b>	37	29	35	33	45	39	40	43	46	41	36	42	38	33	26	38
<b>nachrichtlich: 0,5 bis unter 1 Mio.</b>	20	26	28	25	20	27	30	37	22	32	32	26	29	34	36	28

- Auch im Jahr 2007 wurde jede dritte Eintrittskarte für einen Top-10-Film gelöst. Dabei lag die Zahl der Filme mit 1-6 Mio. Besuchern unter dem Durchschnitt der letzten 15 Jahre. Der Anteil der Filme mit 0,5-1 Mio. Besucher hingegen war im Jahr 2007 vergleichsweise hoch.
- 26 Filme waren Besuchermillionäre. Mit 66,4 Mio. Besuchern stellten Sie 53 Prozent des gesamten Besucheraufkommens.
- Mit *Die Wilden Kerle 4* war in 2007 ein deutscher Film unter den TOP 10.
- Unter den 26 Filmen, die 2007 mindestens eine Million Besucher ins Kino lockten, befinden sich vier deutsche Filme. Im Jahr 2006 waren es acht Filme.

*Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts*

**Key Facts Ausgaben**

Basis: Daten FFA und GfK-Panel

Durchschnittliche Ausgaben im Kino							
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	06/07
durchschnittlicher <b>Eintrittspreis je Kinobesucher lt. FFA:</b>	<b>5,86 €</b>	<b>5,70 €</b>	<b>5,70 €</b>	<b>5,85 €</b>	<b>5,96 €</b>	<b>6,04 €</b>	1,3%
durchschnittlicher <b>Eintrittspreis</b> je Kinobesucher lt. GfK*:	6,08 €	5,87 €	5,80 €	5,87 €	6,00 €	6,10 €	1,7%
durchschnittliche Ausgaben je Kinobesuch für <b>Verzehr</b> lt. GfK*:	1,86 €	2,08 €	2,09 €	2,11 €	2,39 €	2,66 €	11,3%
durchschnittliche <b>Gesamtausgaben</b> je Kinobesuch lt. GfK*:	7,94 €	7,95 €	7,89 €	7,98 €	8,39 €	8,76 €	4,4%

\*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 2007 ein durchschnittlicher Eintrittspreis von 6,04 € errechnen. In den neuen Bundesländer erhöhte sich der durchschnittliche Eintrittspreis um 1,1 Prozent auf € 5,74 und in den alten Bundesländer um 1,3 Prozent auf € 6,09.

Der von der GfK ermittelte Eintrittspreis lag mit 6,10 € erneut geringfügig höher, da hier u. a. Kinder unter 10 Jahren, die meist Preisermäßigungen erhalten, nicht berücksichtigt wurden. Im Jahr 2007 verzehrten 49 Prozent aller Besucher im Kino Getränke, Popcorn & Co. Die durchschnittlichen Ausgaben für den Verzehr pro Käufer lagen in 2007 bei € 5,39.

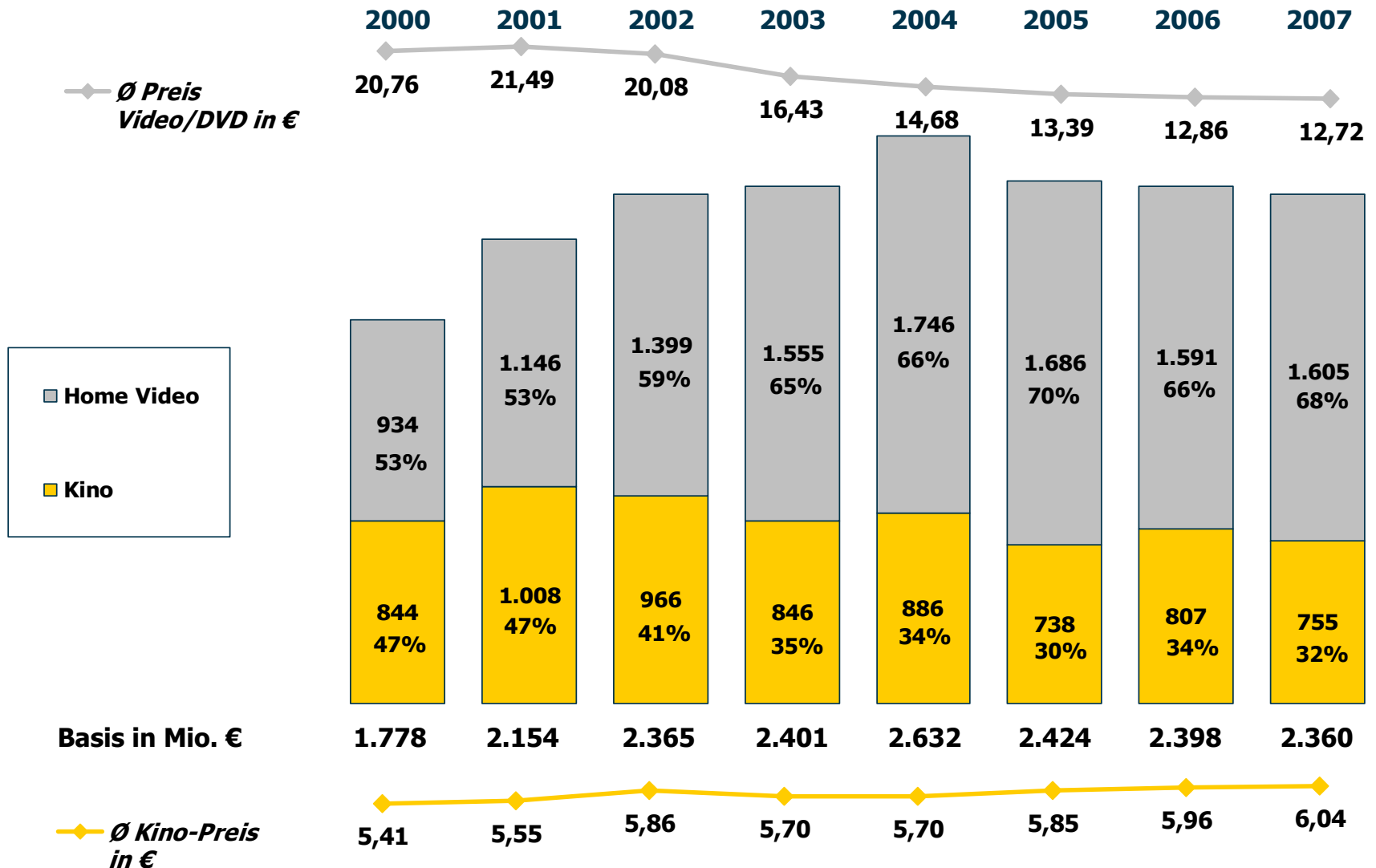
## Key Facts zur allgemeinen Entwicklung des Kinomarkts

- **Das Jahr 2007 lockte 8,2 Prozent weniger Besucher in die Kinos und erwirtschaftete 5,7 Prozent weniger Umsatz.**
- **Der durchschnittliche Eintrittspreis für einen Kinobesuch lag bei 6,04 Euro.**
- **Die Kinobesucher waren auch 2007 affin für Blockbuster.**
- **Unter den TOP 10 der erfolgreichsten Filme des Jahres 2007 befindet sich ein deutscher Film.**
- **Vier deutsche Produktionen waren 2007 Besuchermillionäre.**

## Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

### Kino vs. Home Video

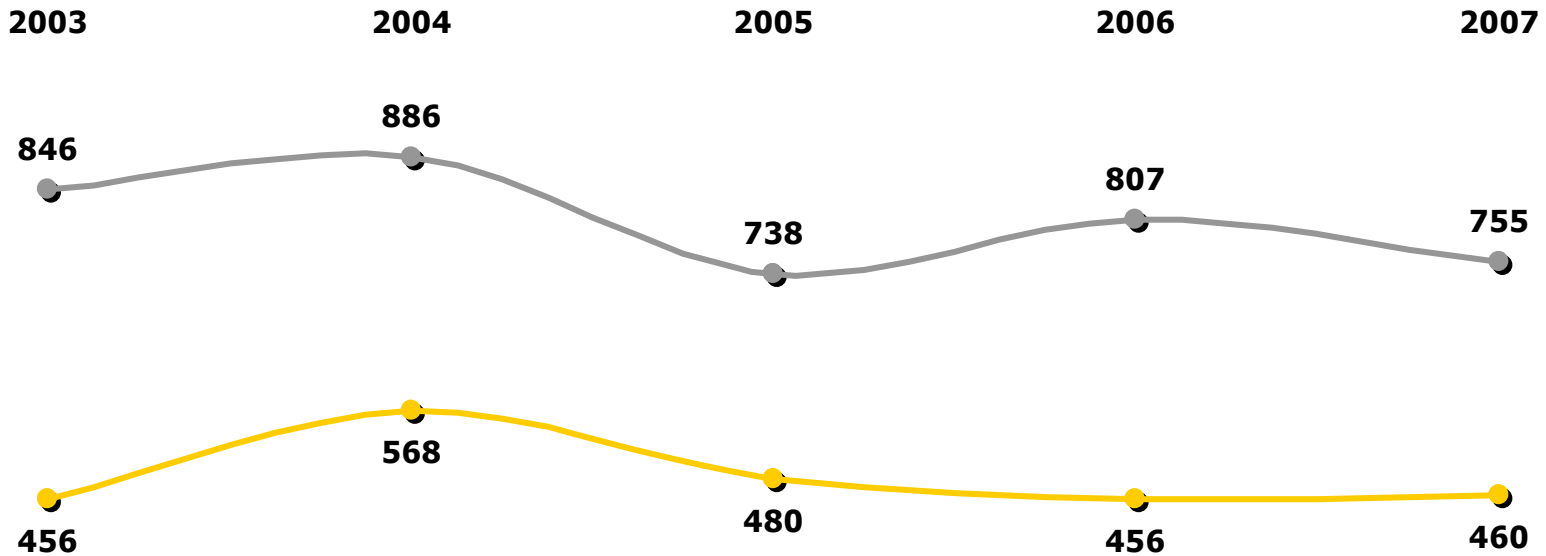
Basis: Umsatz in Mio. €



## Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

### Kino vs. Theatrical (neu)\*

Basis: Umsatz in Mio. €



—●— Theatrical (neu)

—●— Kino

\* DVD-Veröffentlichungen innerhalb von 12 Monaten nach Kinostart (alle Formen der Vermarktung)

*Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts*

**Wechselwirkung zwischen Kinoerfolg und DVD-Verkauf**

Basis: Umsatzveränderung (VÄ) zum Vorjahreszeitraum in %

1. Halbjahr 2005	2. Halbjahr 2005	1. Halbjahr 2006	2. Halbjahr 2006	1. Halbjahr 2007	2. Halbjahr 2007
---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

**Kino  
VÄ in %**

-16	-17	9	9	-6	-7
-----	-----	---	---	----	----

**Theatrical (neu)  
VÄ in %**

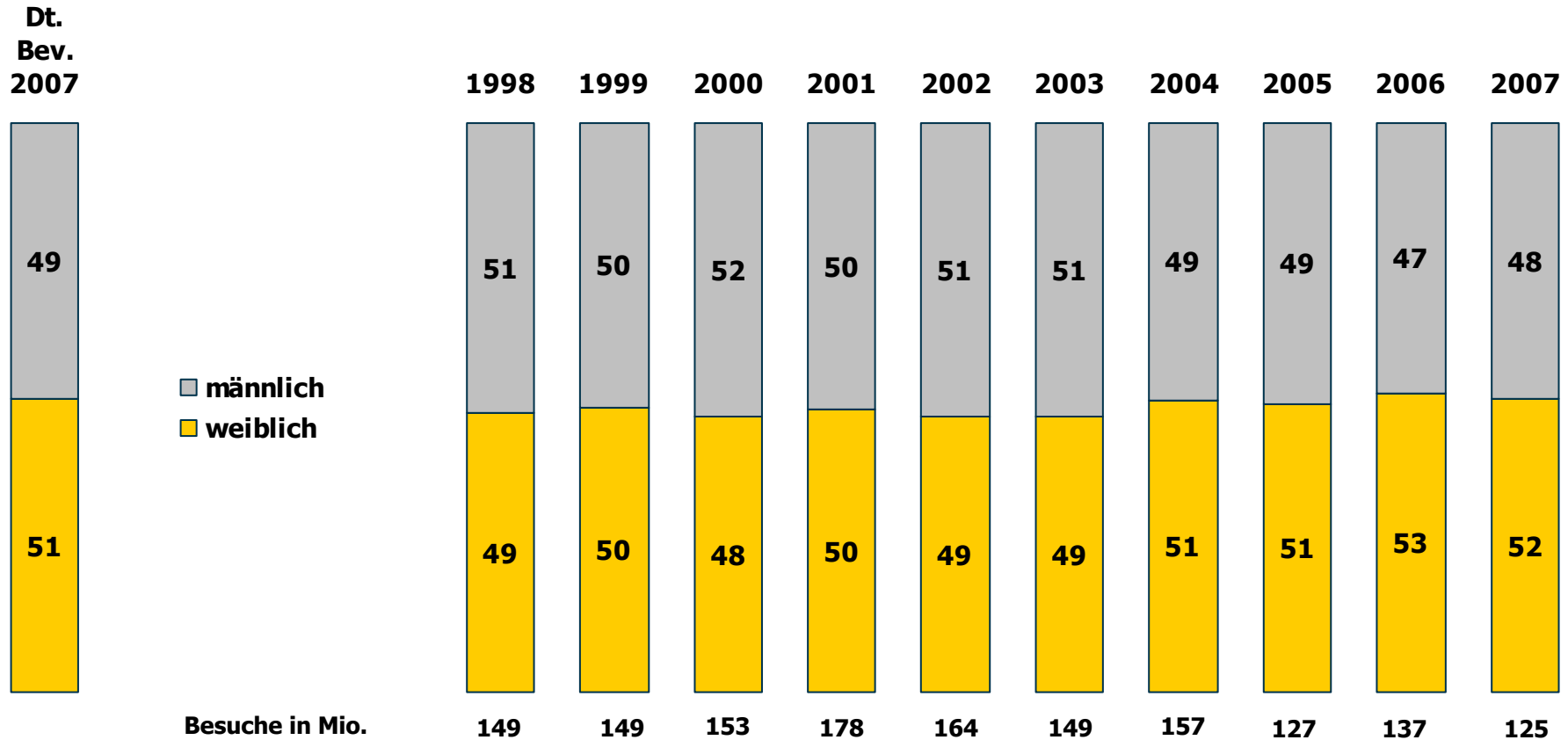
-5	-23	-17	6	-1	2
----	-----	-----	---	----	---

## Inhalt

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2 Kinobesucher I - soziodemografisch und kinospezifisch
- 3 Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher II - filmspezifisch
- 5 Analyse des deutschen Films
- 6 Anhang

## Kinobesucher I Geschlecht der Besucher im Zeitverlauf

Basis: Besuche in %

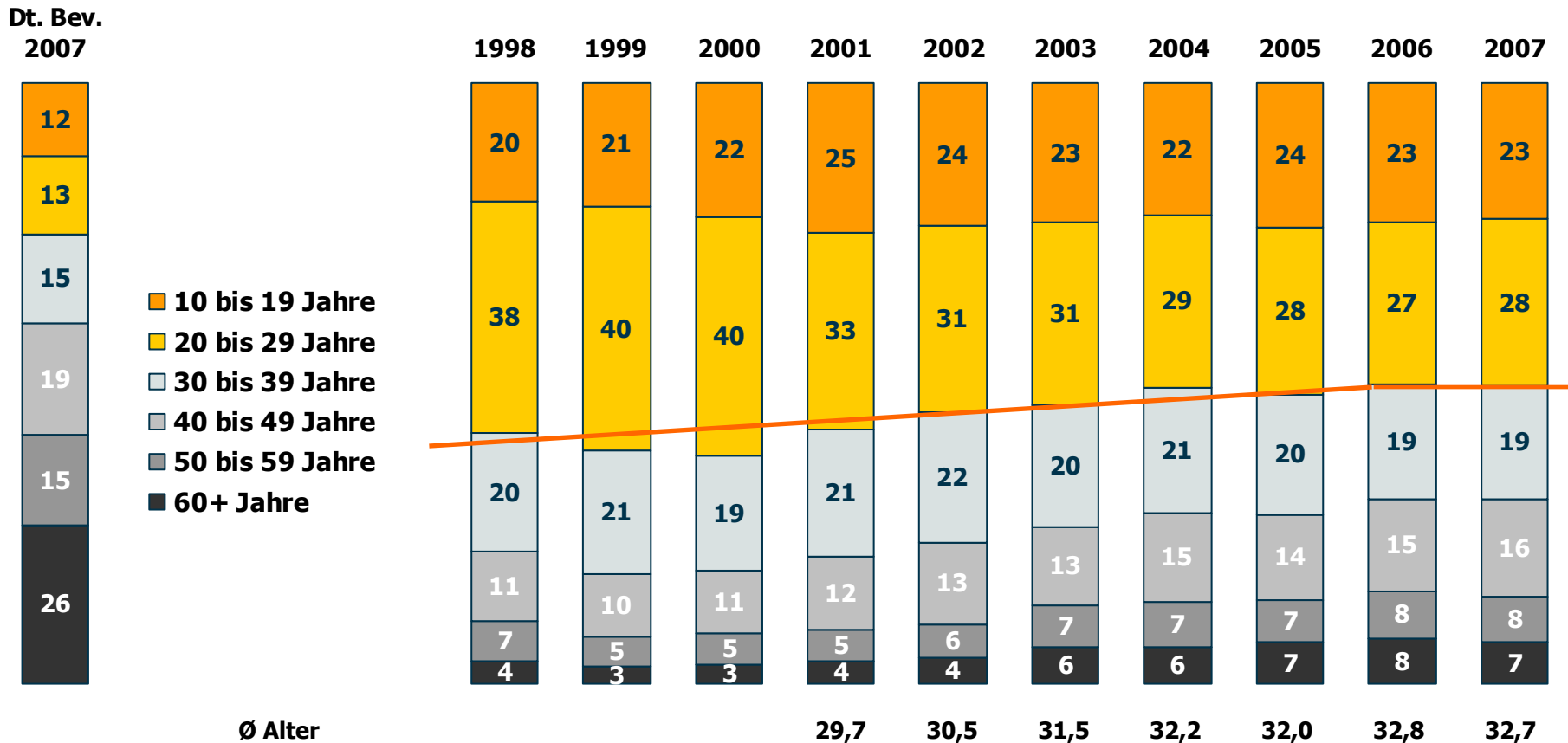


**Auch im Jahr 2007 ergab sich ein ausgewogenes Bild der Kinobesucherstruktur, mit einer leichten Tendenz für die Frauen.**



## Kinobesucher I Alter der Besucher im Zeitverlauf

Basis: Besuche in %



Der kontinuierliche Anstieg in den älteren Besuchergruppen im Verlauf der letzten Jahre stagnierte 2007 erstmals.

## *Kinobesucher I*

# Gewinne und Verluste – Alter und Geschlecht

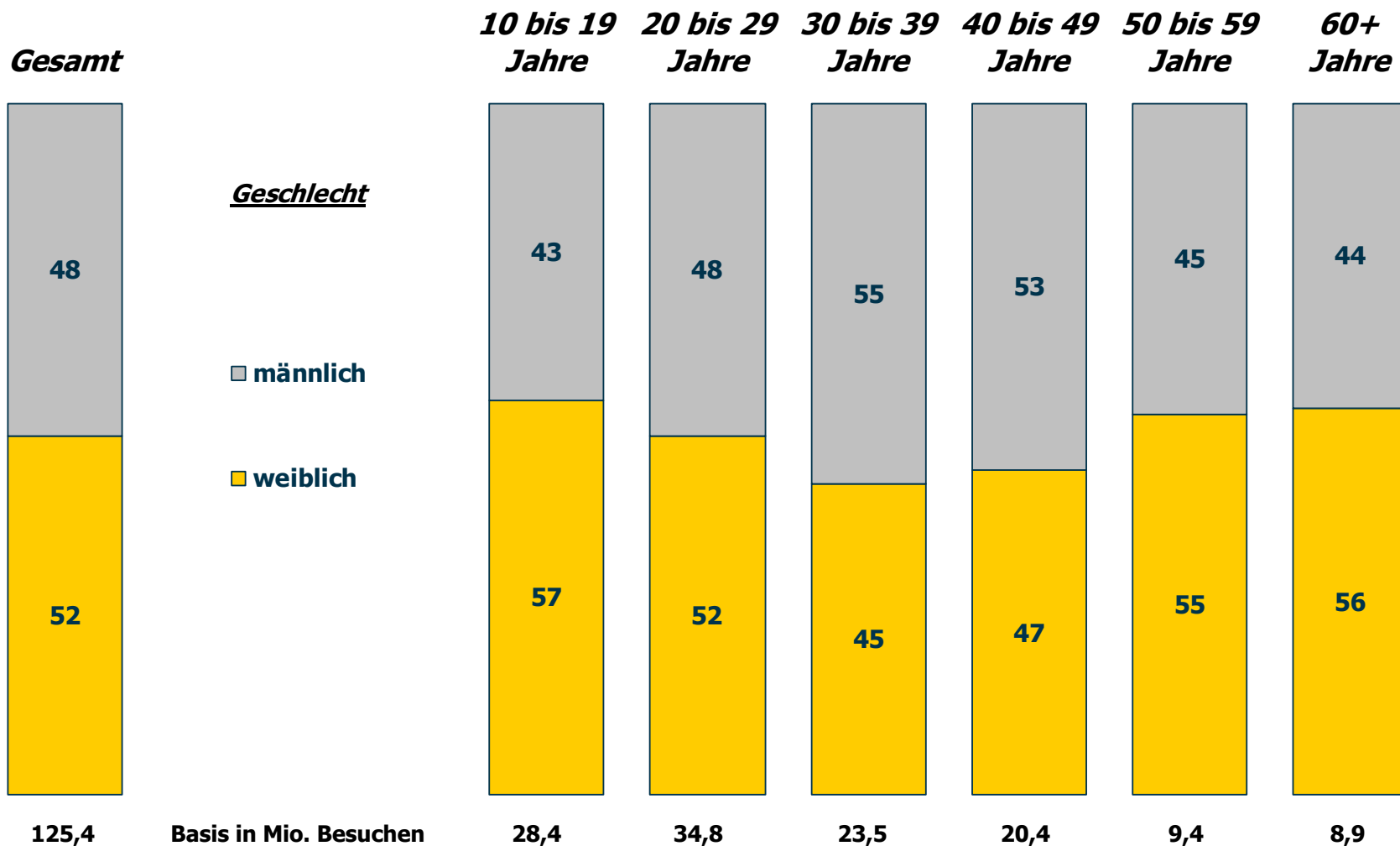
Basis: Besuche (absolut)

	<i>Veränderung 2006 vs. 2007</i>	<i>Mio. Besuche</i>	
		2006	2007
Total	-8%	136,7	125,4
männlich	-5%	64,3	60,8
weiblich	-11%	72,4	64,6
10 bis 19 Jahre	-10%	31,7	28,4
20 bis 29 Jahre	-5%	36,8	34,8
30 bis 39 Jahre	-10%	26,0	23,5
40 bis 49 Jahre	-3%	21,1	20,4
50 bis 59 Jahre	-12%	10,7	9,4
60 Jahre und älter	-14%	10,4	8,9

*Kinobesucher I*

**Alter der Besucher - Geschlecht**

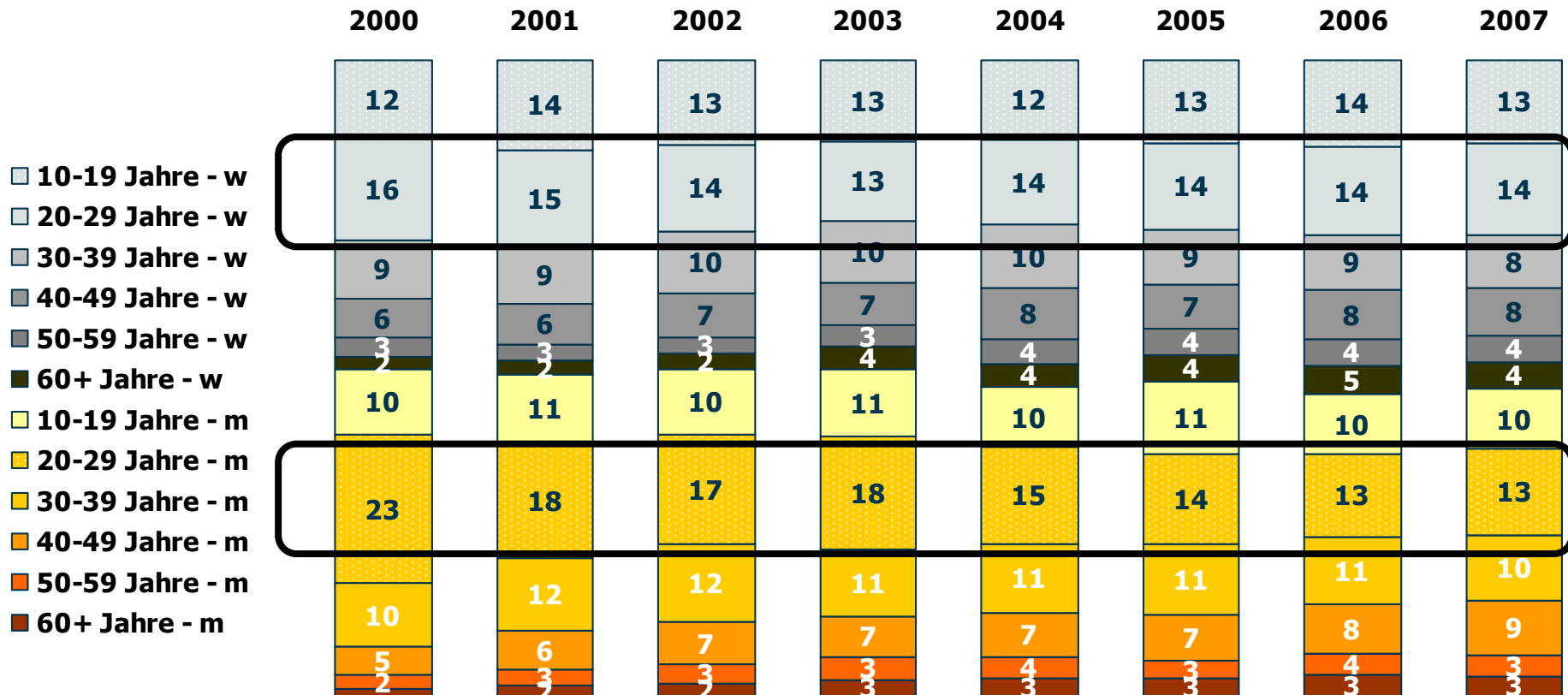
Basis: Besuche in %



## Kinobesucher I

### Alter der Besucher nach Geschlecht – Zeitreihe 2000 bis 2007

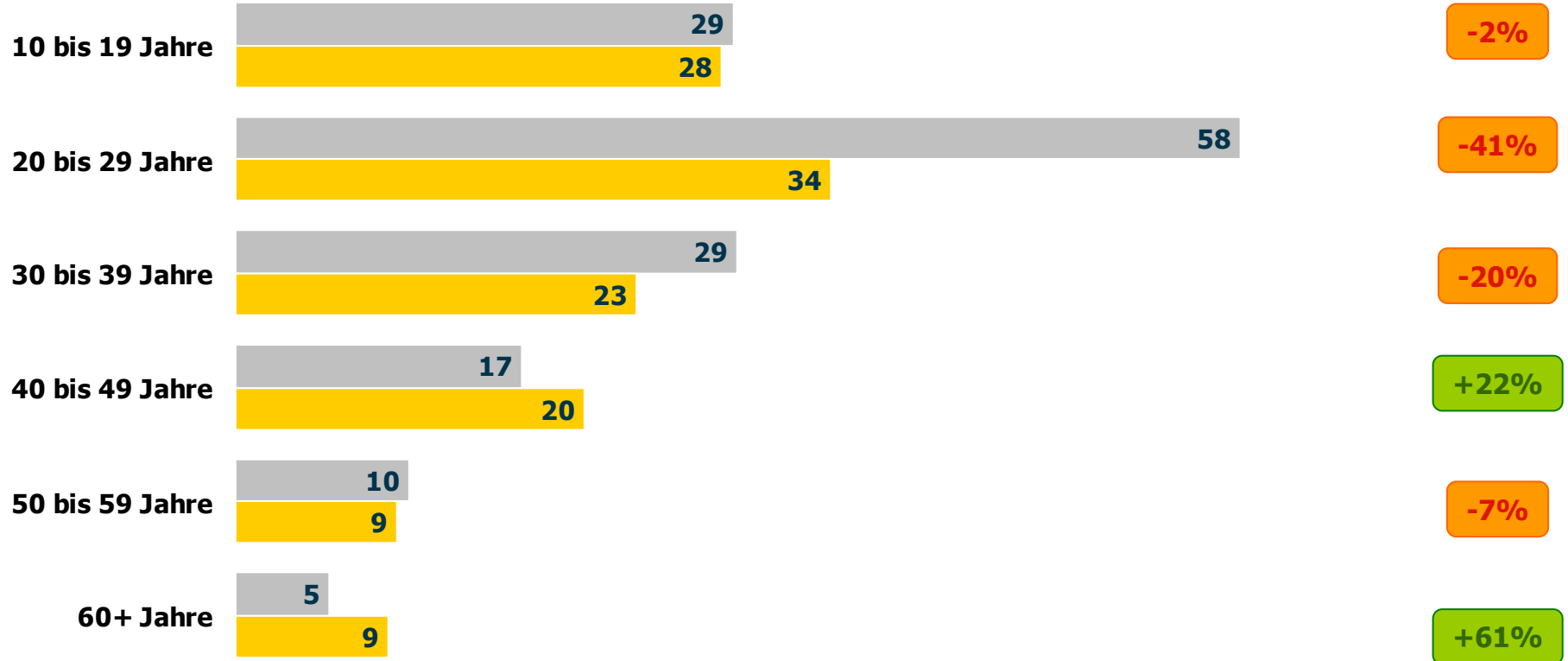
Basis: Besuche in %



## Kinobesucher I Alter der Besucher - Vergleich 1998/2007

Basis: Besuche in Mio.

07 vs. 98

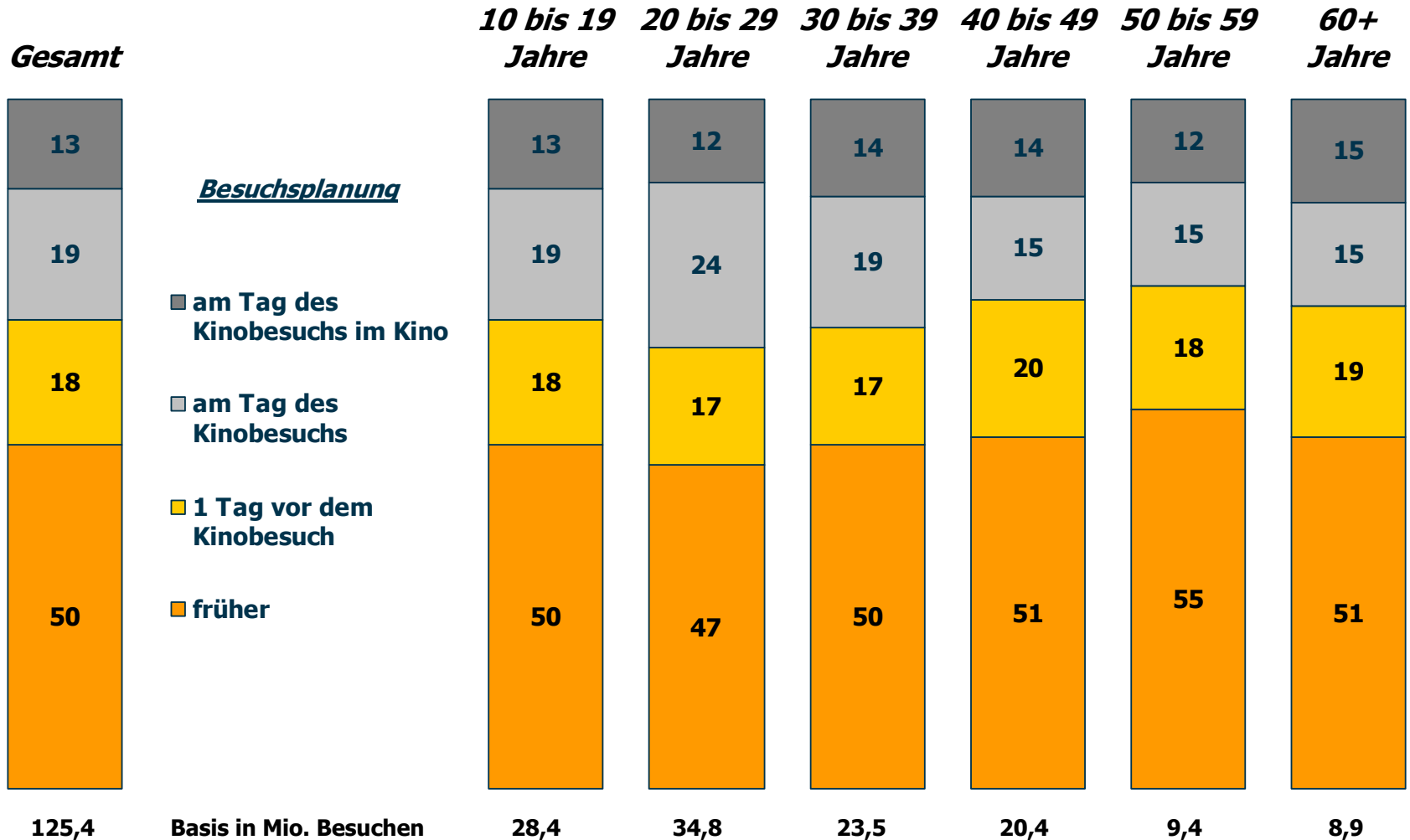


■ 1998  
■ 2007

*Kinobesucher I*

# Alter der Besucher - Planung des Kinobesuchs

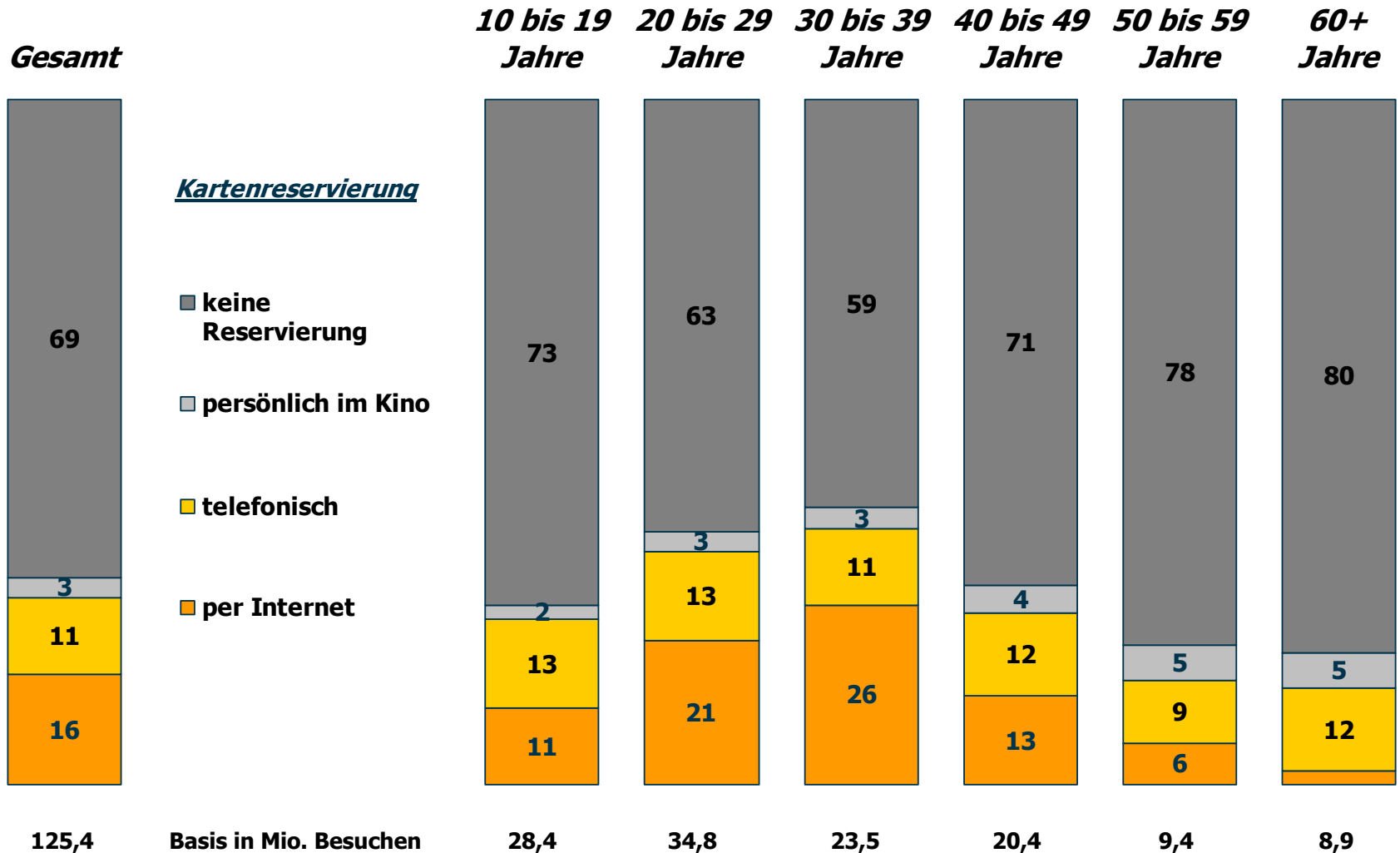
Basis: Besuche (in %)



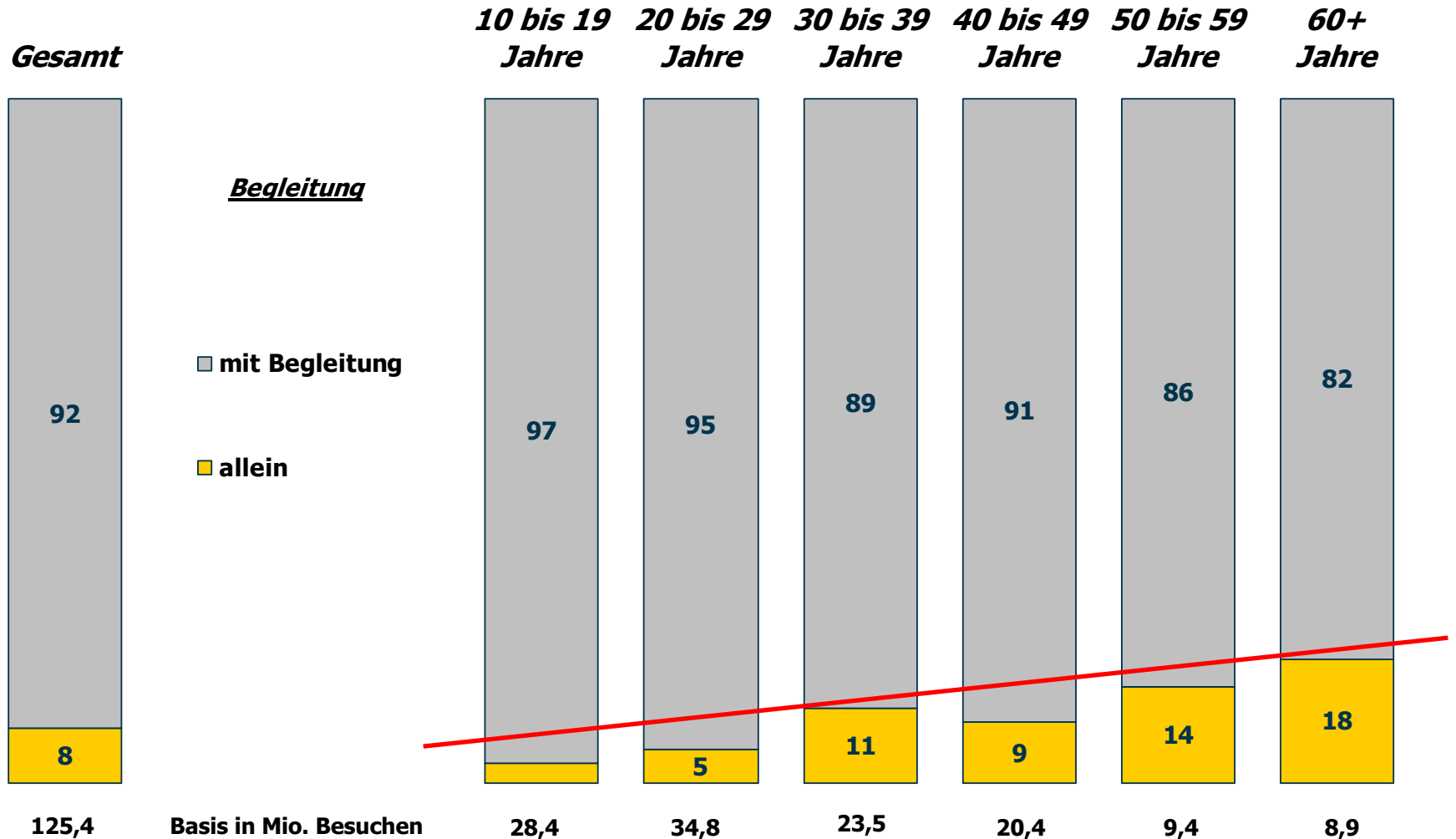
*Kinobesucher I*

# Alter der Besucher - Kartenreservierung

Basis: Besuche in %



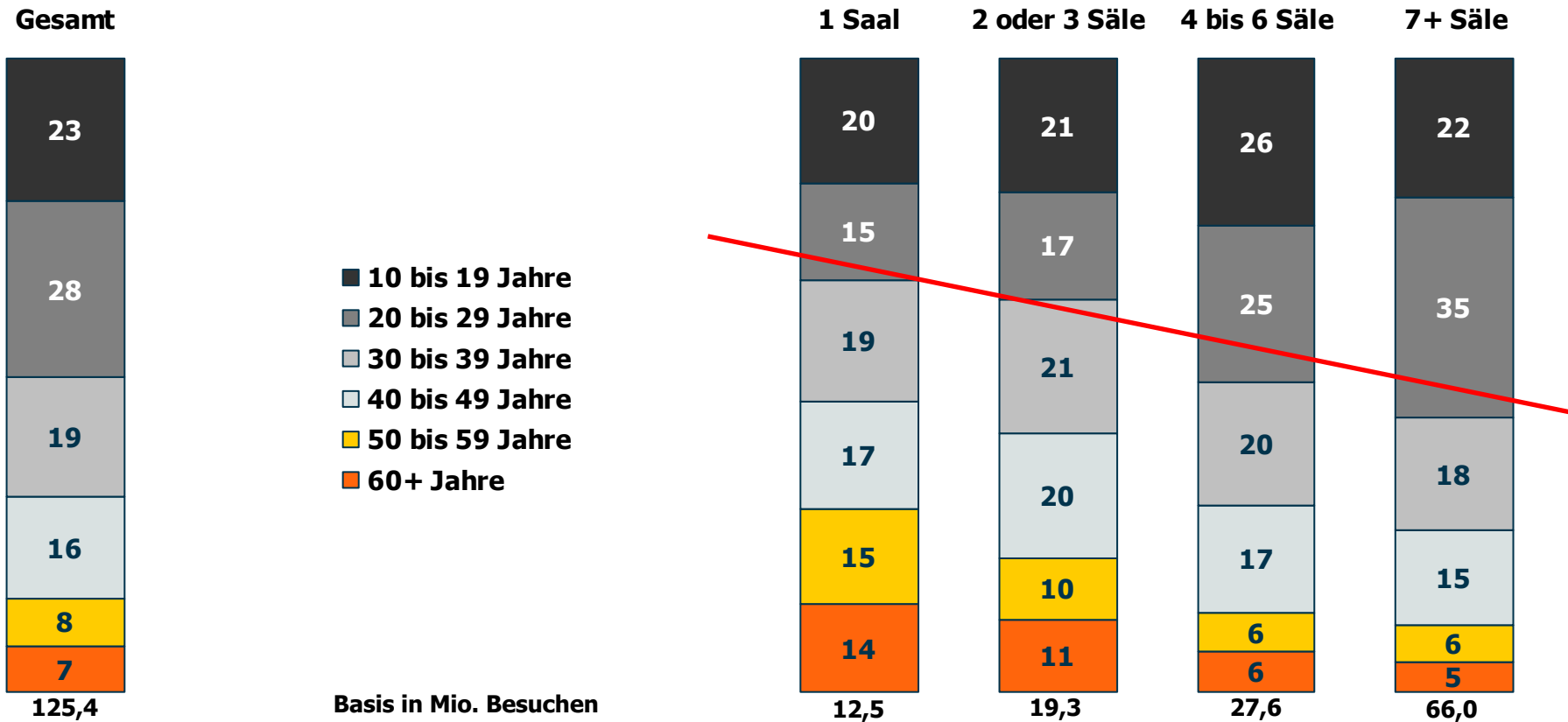
**Kinobesucher I**  
**Alter der Besucher - Begleitung**  
 Basis: Besuche in %





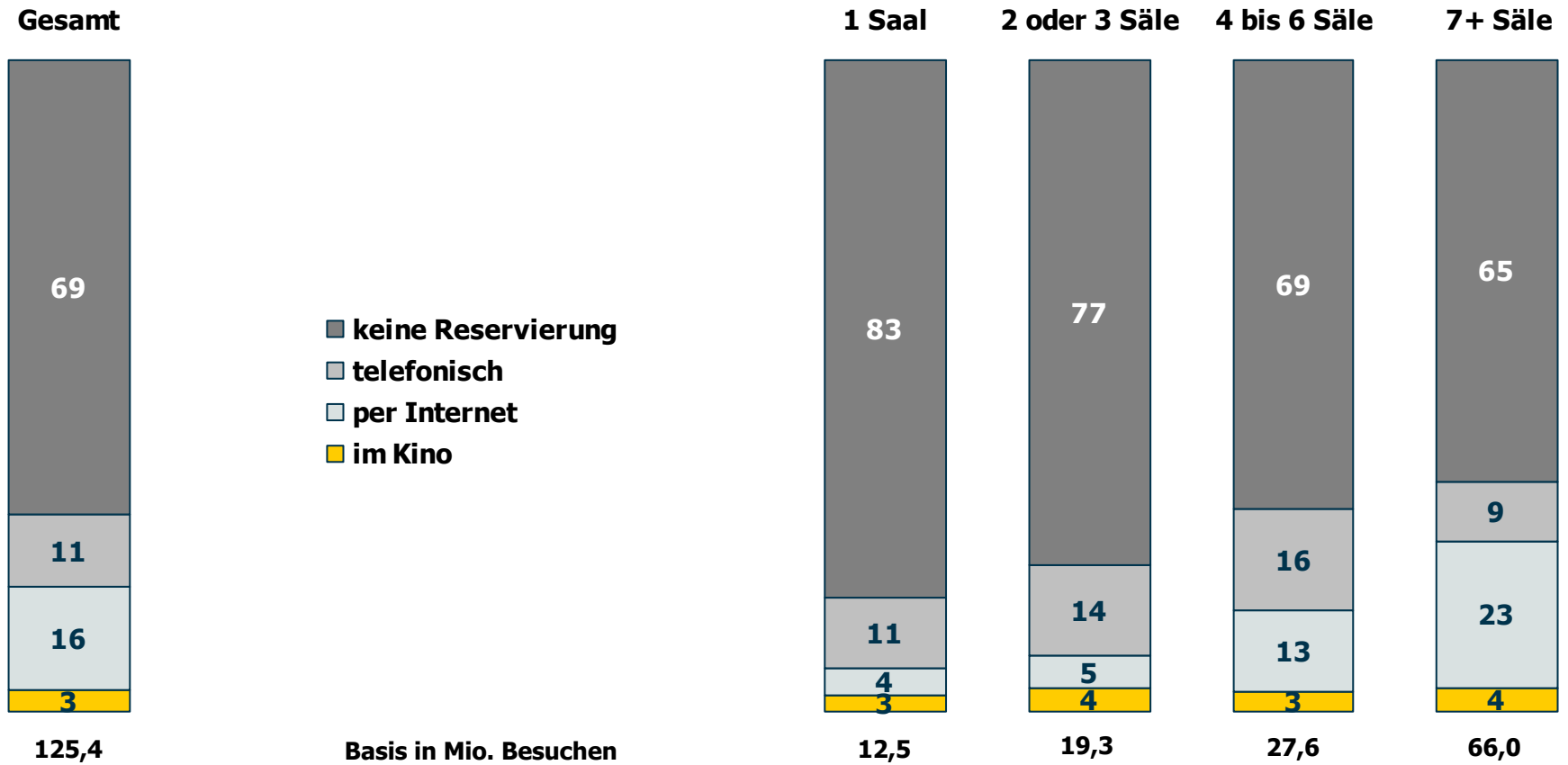
## Kinobesucher I Anzahl der Säle - Altersgruppen

Basis: Besuche in %



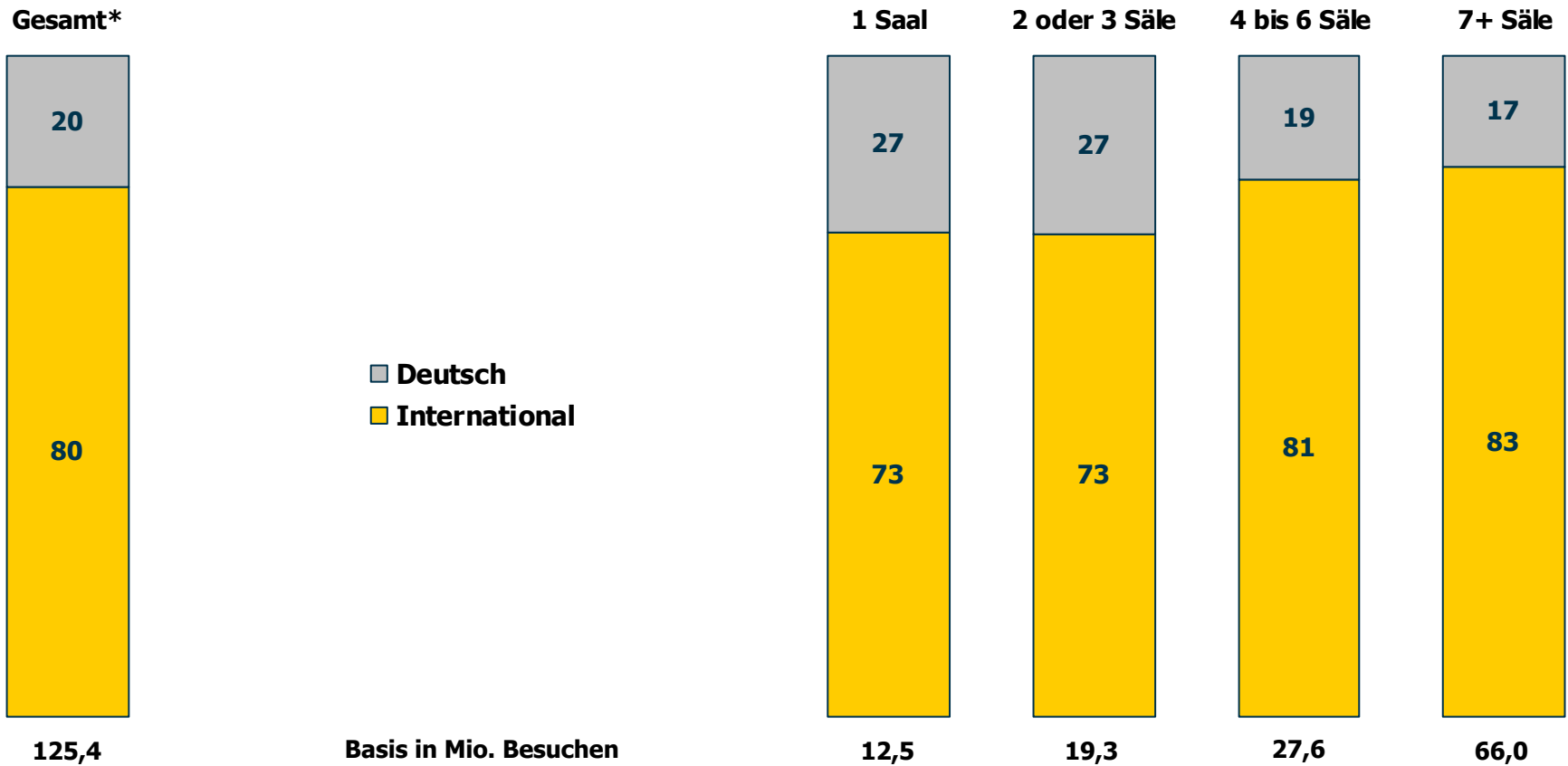
## Kinobesucher I Anzahl der Säle - Kartenreservierung

Basis: Besuche in %



## Kinobesucher I Anzahl der Säle - Deutsche Produktionen

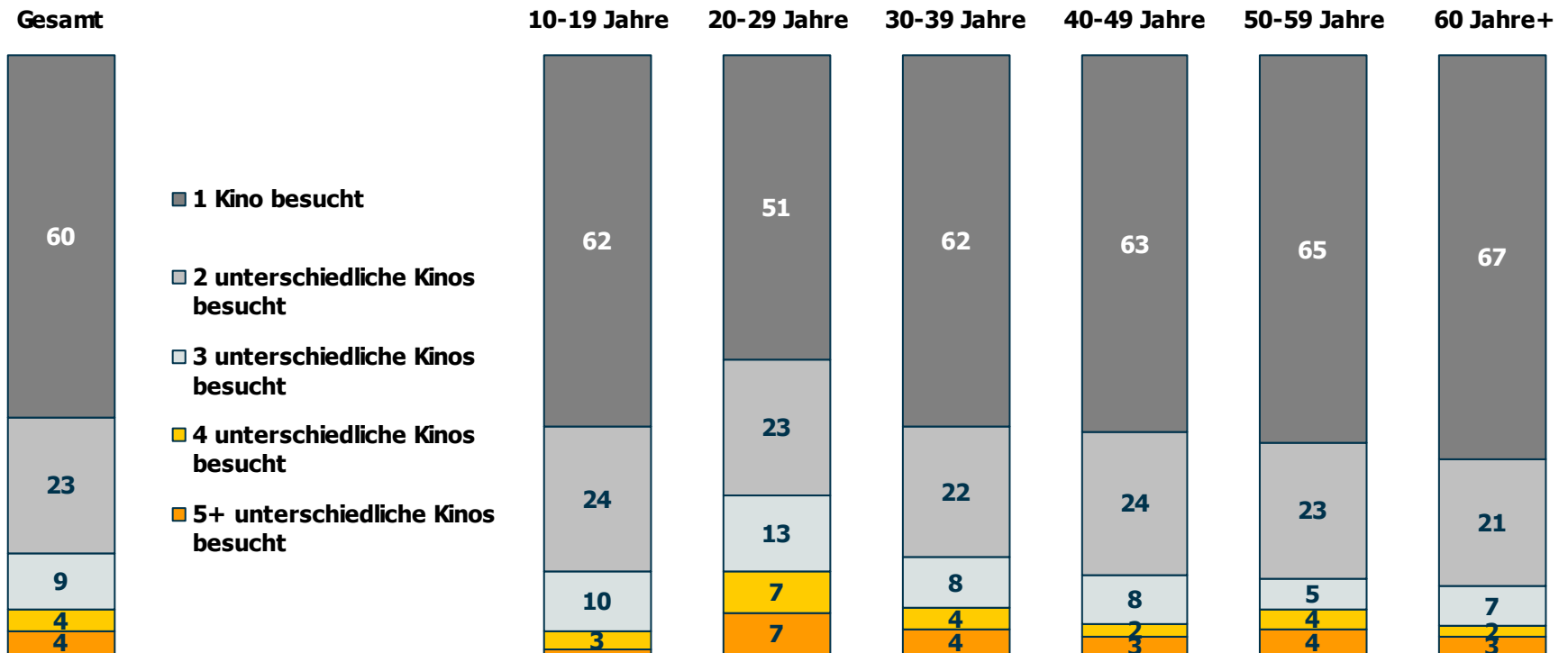
Basis: Besuche in %



\* Marktanteil nach GfK-Panel

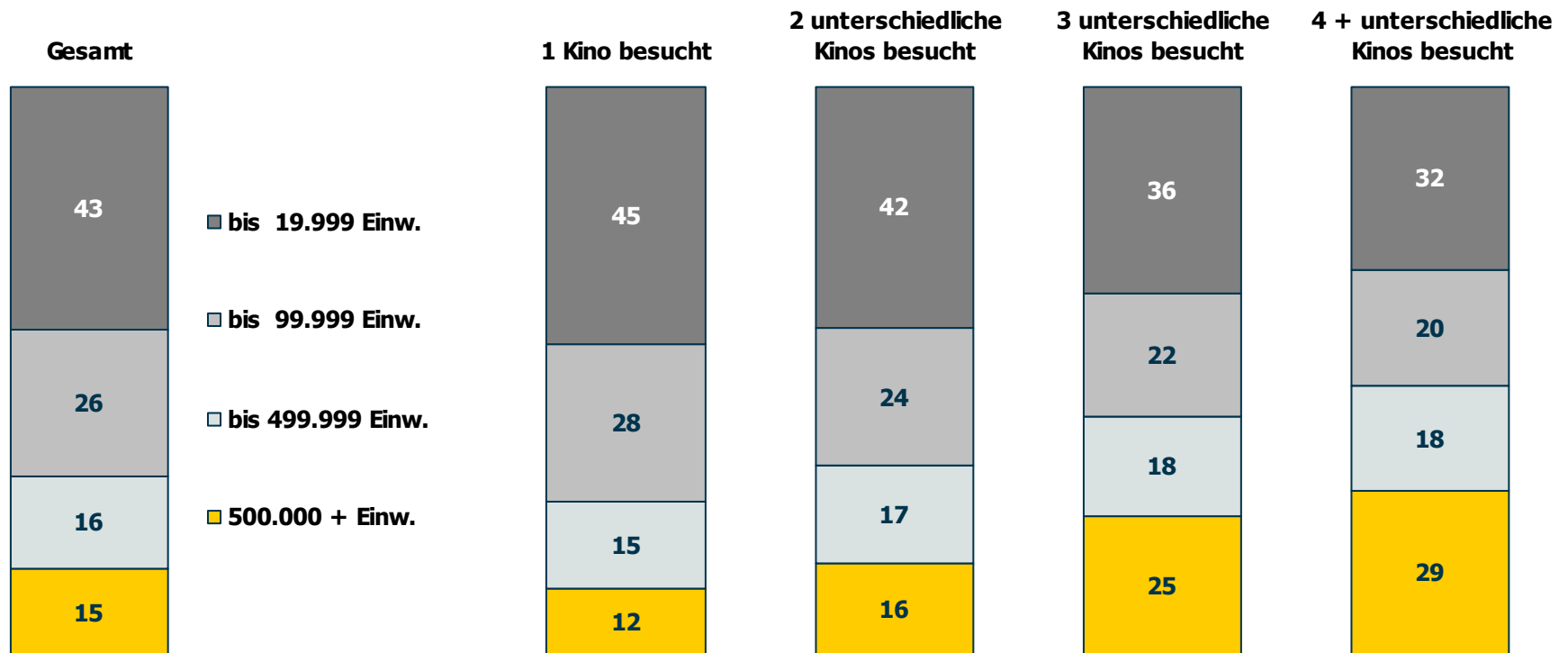
## Kinobesucher I Anzahl besuchter Kinos - Altersgruppen

Basis: Besucher in %



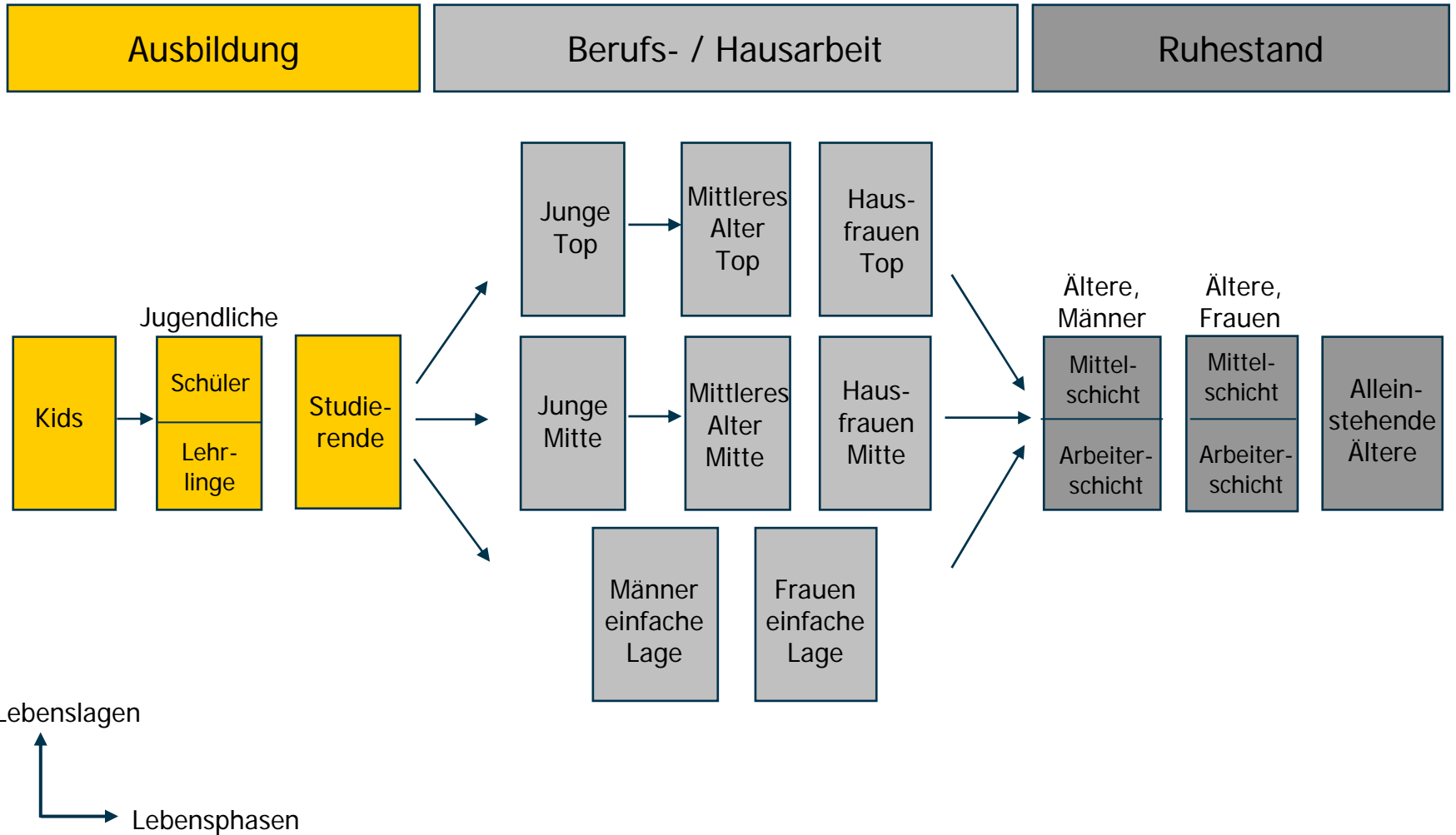
## Kinobesucher I Anzahl besuchter Kinos - Ortgrößen

Basis: Besucher in %



# Kinobesucher I

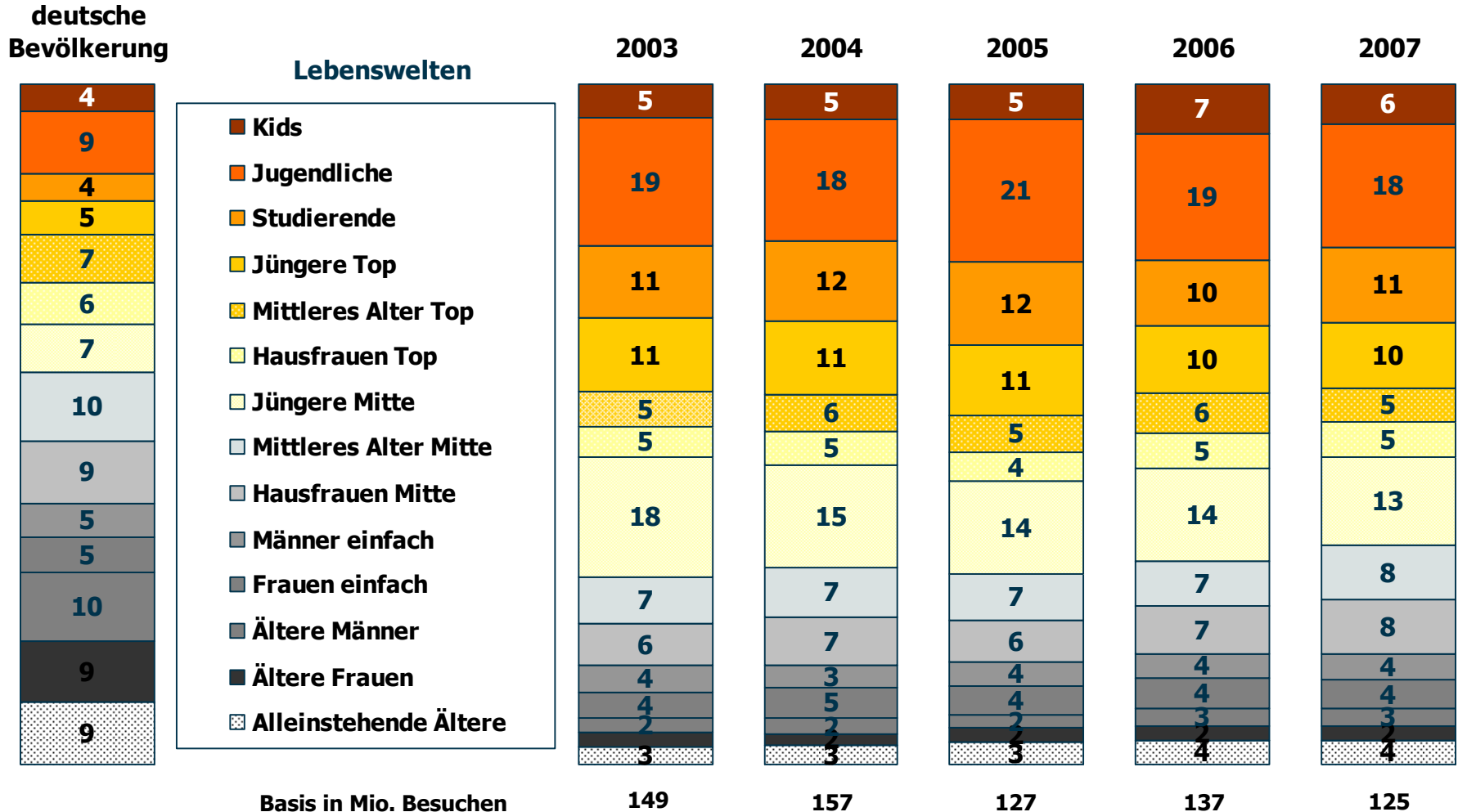
## Biografische Lebenswelten



## Kinobesucher I

# Biografische Lebenswelten – Kinobesuch im Zeitverlauf

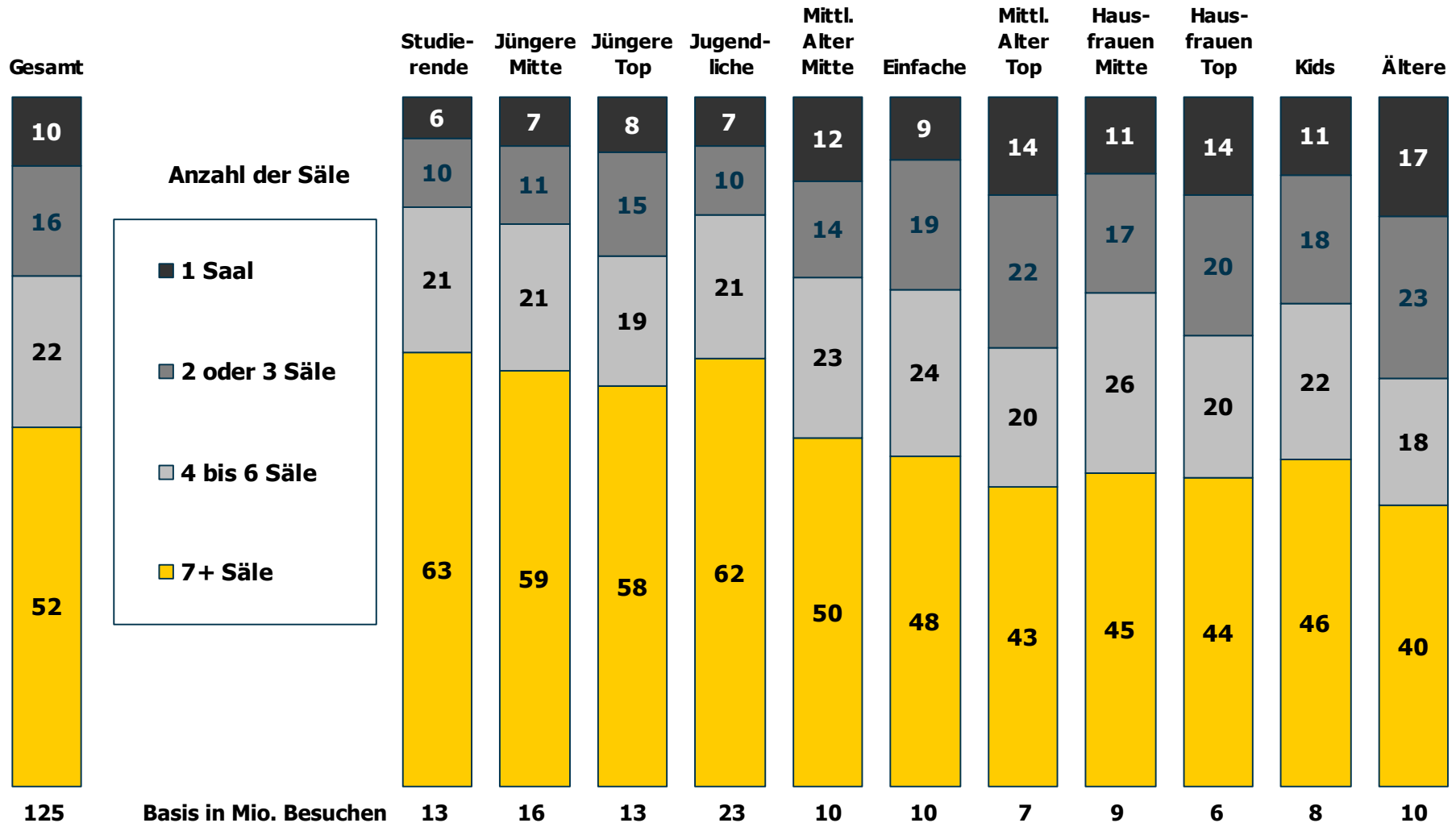
Basis: Besuche in %



## Kinobesucher I

### Biografische Lebenswelten - Anzahl der Säle

Basis: Besuche in %

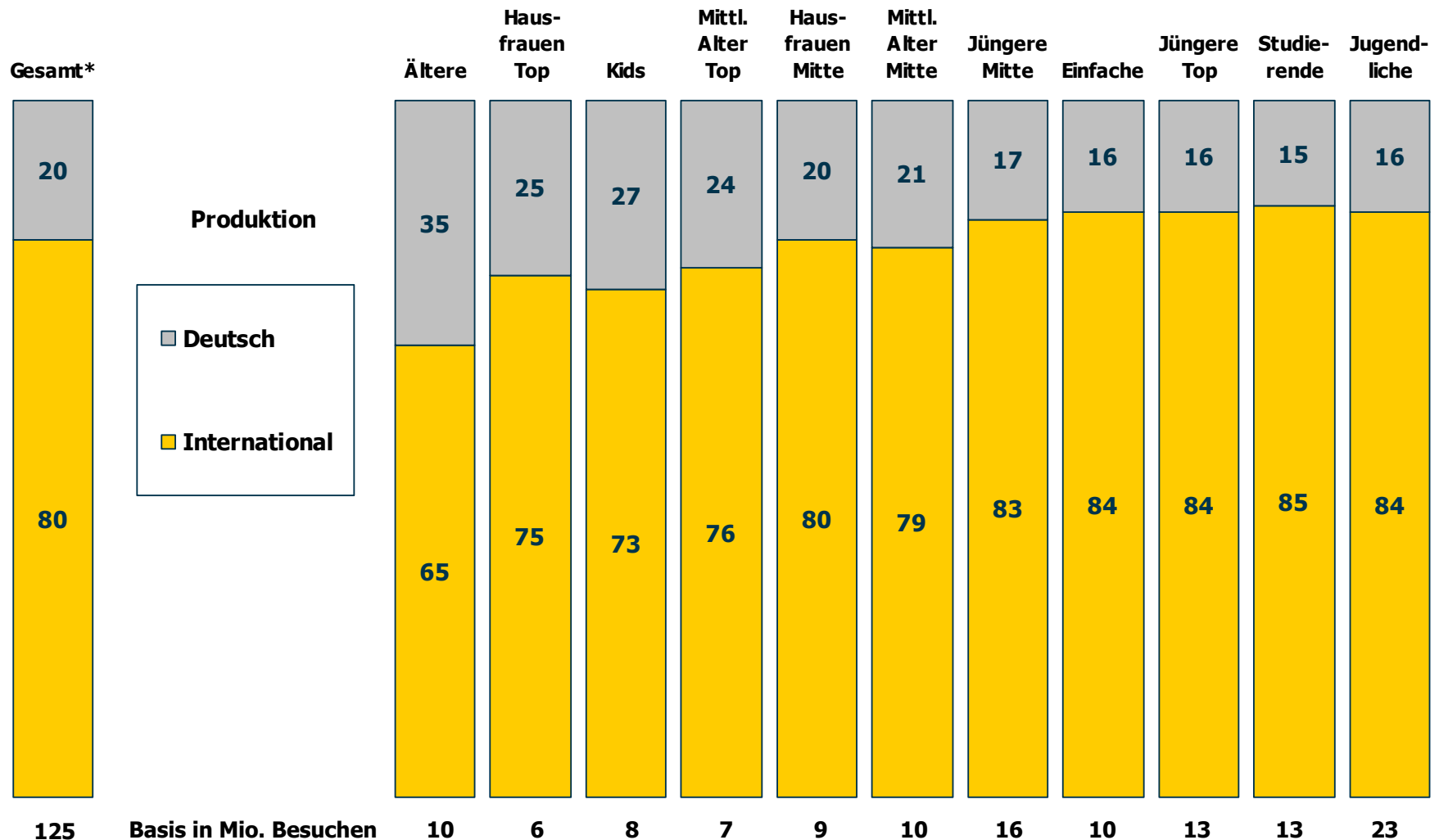




## Kinobesucher I

# Biografische Lebenswelten – Deutsche Produktionen

Basis: Besuche in %



\*Marktanteil nach GfK-Panel

## Key Facts zum Kinobesucher I

*soziodemografisch und kinospezifisch*

- Den größten Besucheranteil stellten auch 2007 die 20 bis 29 Jährigen mit 28 Prozent. Fast ein Fünftel der Kinobesucher (23 Prozent) sind Jugendliche bis 19 Jahre.
- Im Zeitverlauf der letzten 10 Jahre lässt sich ein deutlicher Anstieg älterer Kinobesucher erkennen, wobei sich dieser 2007 erstmals nicht weiterführte.
- Das Geschlechterverhältnis bleibt weiterhin ausgewogen mit leichter Tendenz für die weiblichen Kinobesucher (52 Prozent). Im Vergleich zum Vorjahr gingen 11 Prozent weniger Frauen ins Kino.
- Einzig in den Altersgruppen 30-49 Jahre fanden mehr Männer den Weg ins Kino als Frauen.
- Im Vergleich zu 1998 gingen 2007 41 Prozent weniger Twens ins Kino. Dahingegen lösten die Altersgruppe der 40-49 Jährigen 22 Prozent und die Generation 60+ sogar 61 Prozent mehr Kinotickets.
- Je jünger das Publikum umso mehr zieht es sie in Kinos mit mehreren Sälen. In den Kinos mit 7+ Sälen stellen die 10-29 Jährigen 57 Prozent der Kinobesucher.
- Mit zunehmender Ortgröße steigt die Zahl der von den Kinogängern besuchten Kinos an. In Orten mit mehr als 500.000 Einwohnern besuchte 2007 knapp ein Drittel mehr als 3 Kinos.

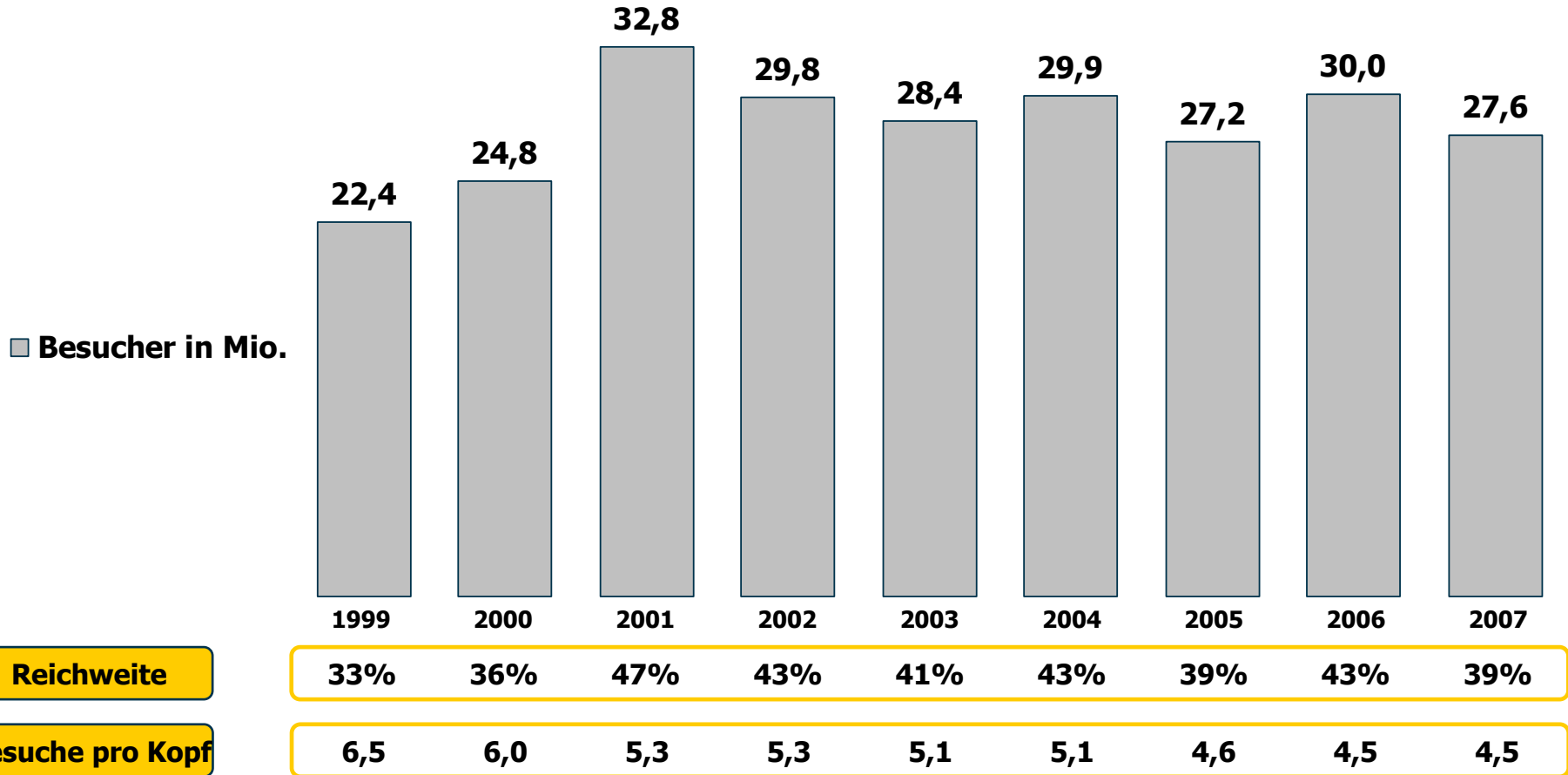
## Inhalt

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2 Kinobesucher I - soziodemografisch und kinospezifisch
- 3 Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher II - filmspezifisch
- 5 Analyse des deutschen Films
- 6 Anhang

## Reichweiten und Intensitäten

# Reichweitenentwicklung und Besuche pro Kopf

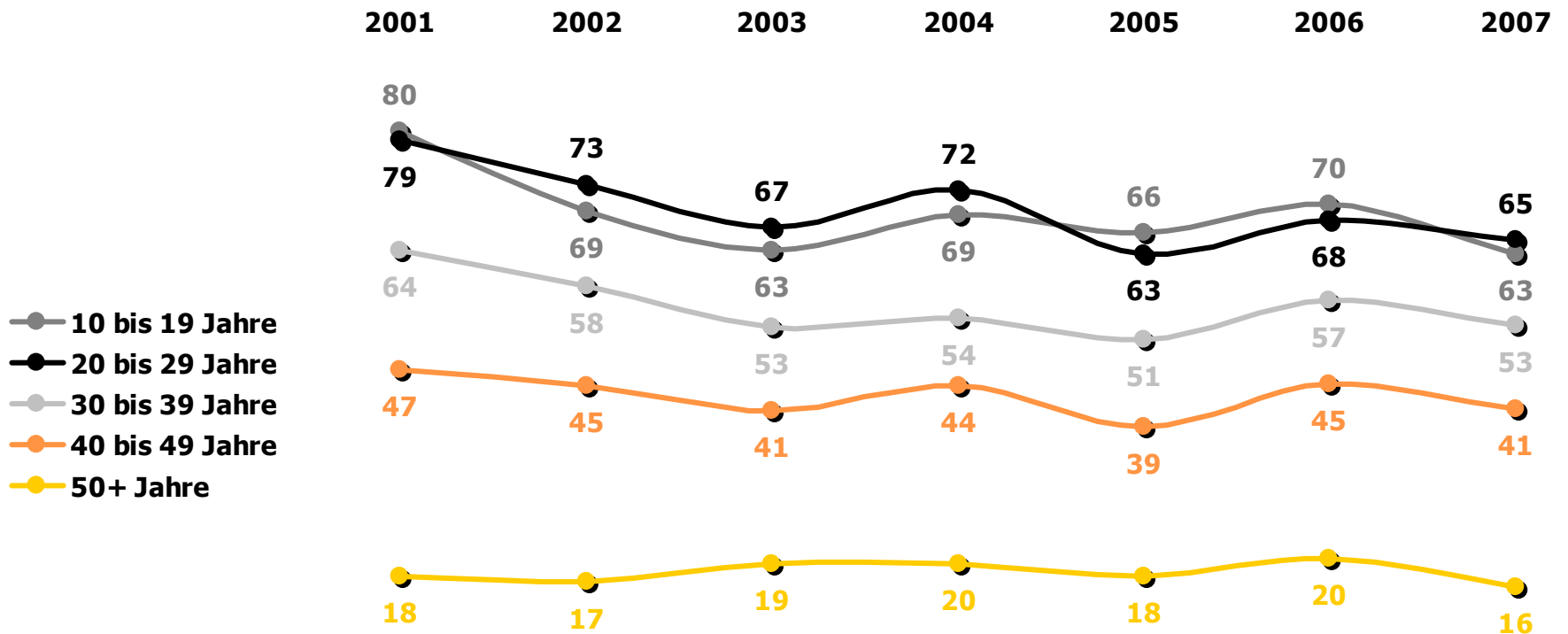
Basis: Besucher in Mio.



## Reichweiten und Intensitäten

### Reichweitenentwicklung - Altersgruppen

Basis: Besuche in %

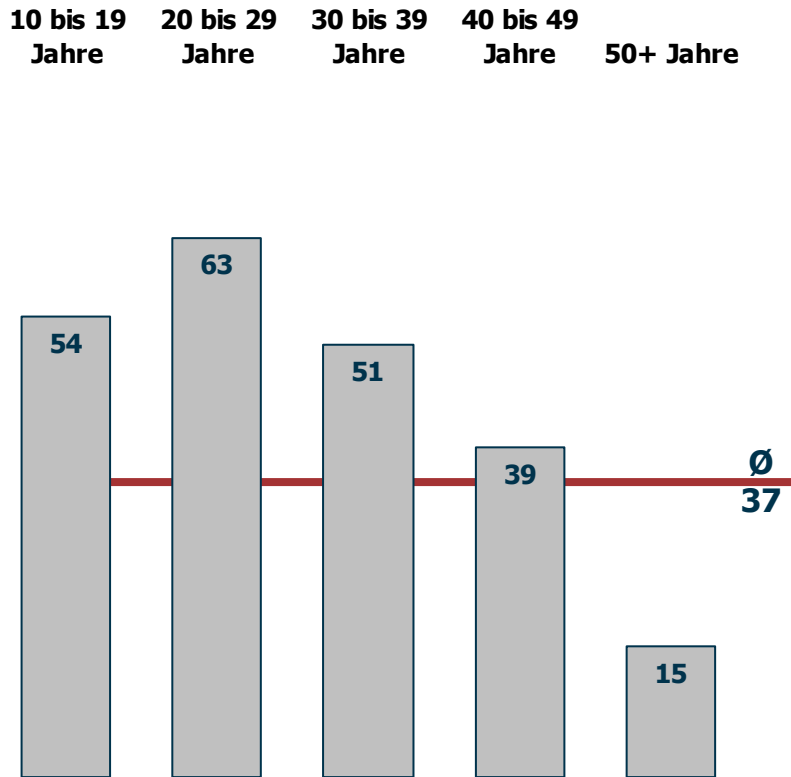


## Reichweiten und Intensitäten

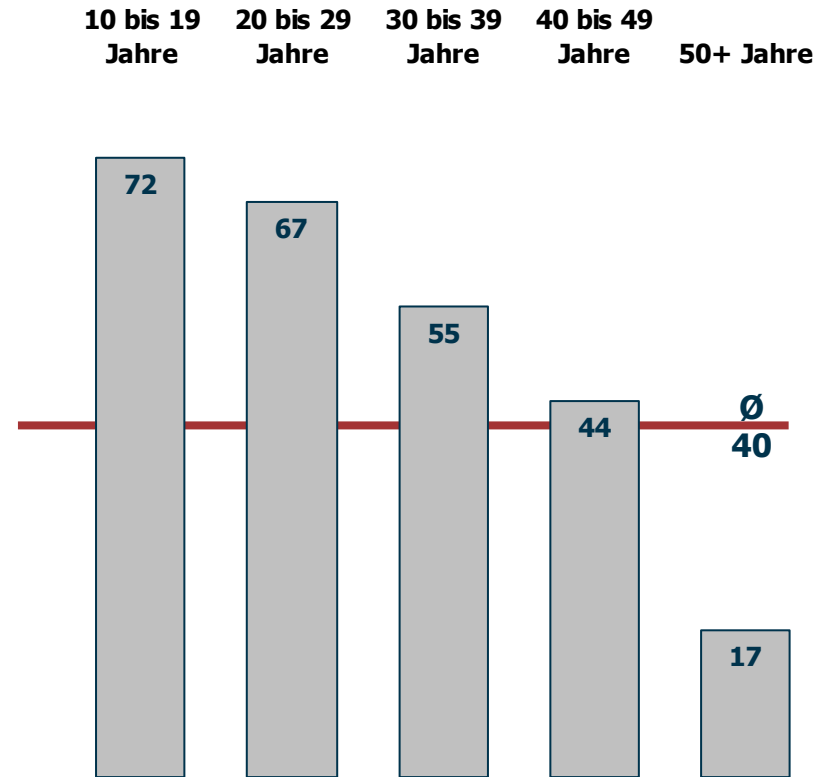
# Reichweiten 2007 - Alter und Geschlecht

Basis: 70,3 Mio. priv. Deutsche ab 10 Jahre

### Männer



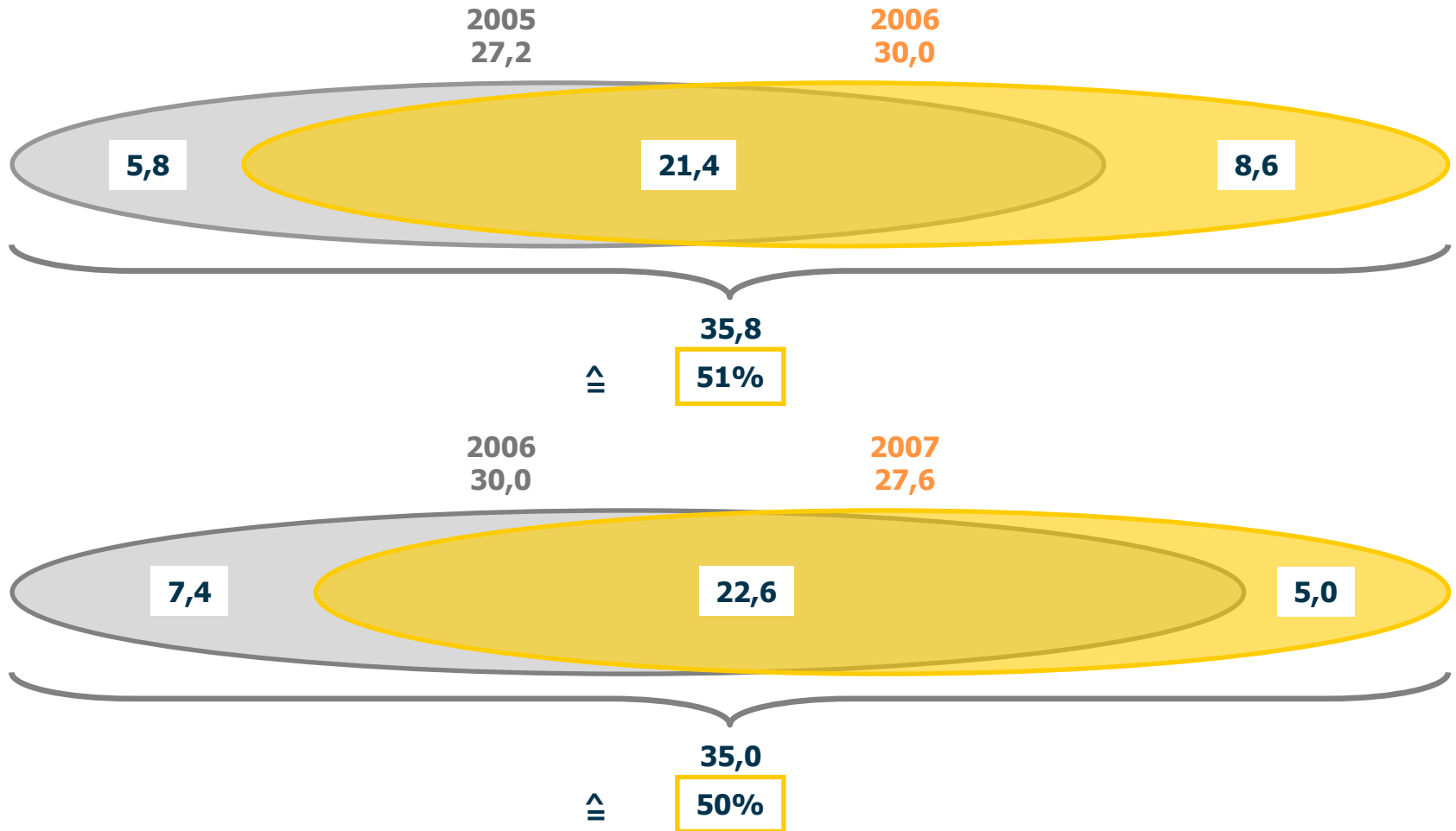
### Frauen



## Reichweiten und Intensitäten

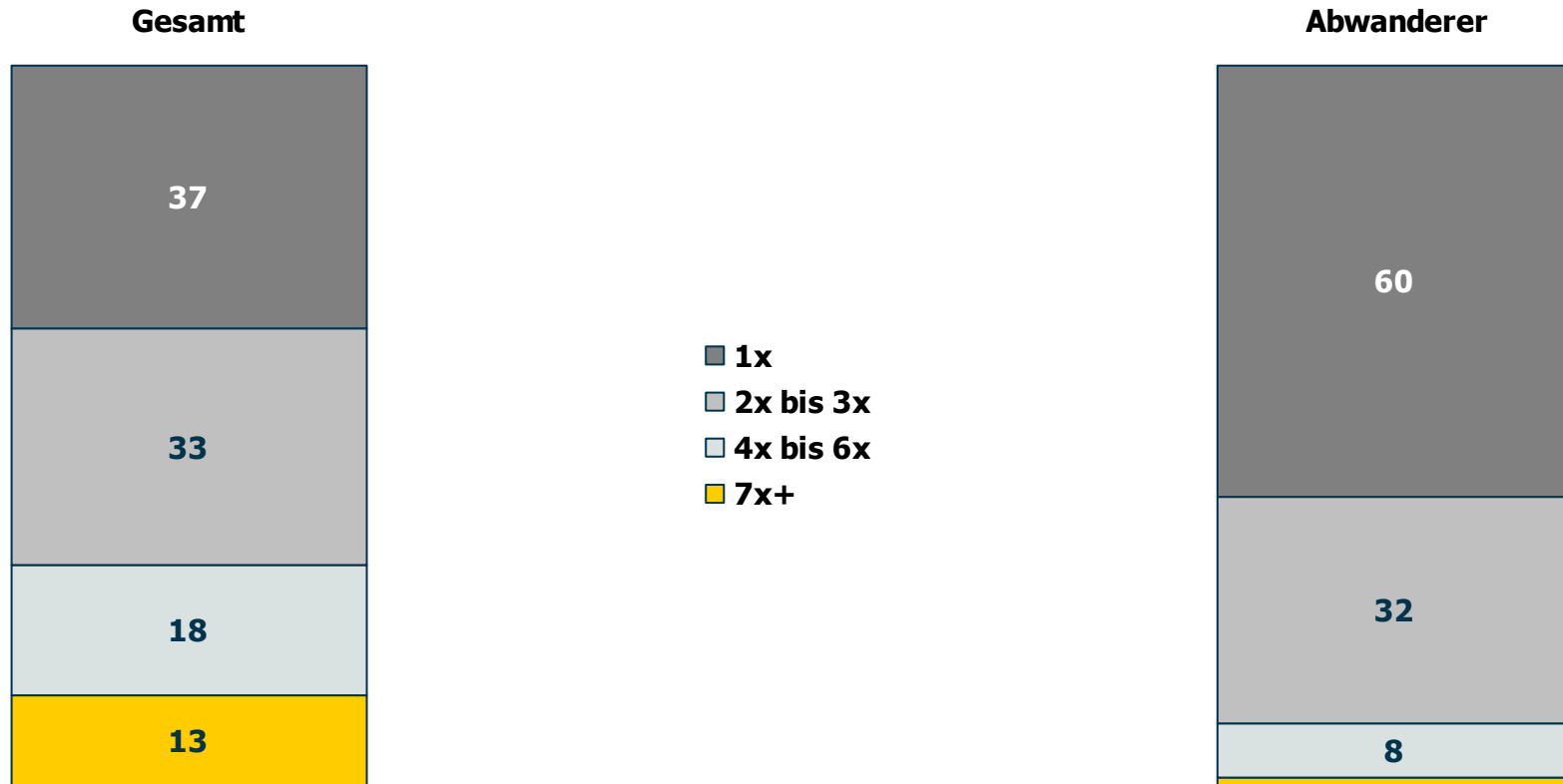
### Besucherwanderung 2005/2006 und 2006/2007

Basis: Besucher in Mio.



## Reichweiten und Intensitäten Besuchsintensität der Abwanderer

Basis: Besucher in %





## *Reichweiten und Intensitäten* **Besucherwanderung - Profil der Abwanderer**

**Konsumenten, die im Jahr 2007 nicht mehr im Kino waren, aber im Vorjahr 2006**

**... sind überdurchschnittlich oft in folgenden demografischen Gruppen zu finden:**

- ✓ **2-Personen-Haushalte**
- ✓ **Ältere Zielgruppen (40+) und junge Kids (10-15 Jahre)**
- ✓ **Männer**
  
- ✓ **unterscheiden sich allerdings oft auch nicht vom „typischen“ Kinobesucher**

**... zeichnen sich durch das folgende Besuchsverhalten aus:**

- ✓ **sehen überdurchschnittlich Thriller, Krimis, Dokumentationen und Kinderfilme**
- ✓ **gehen eher in kleinere und mittlere Kinos (2-6 Säle)**
- ✓ **nutzen vermehrt den Nachmittag**
- ✓ **planen den Kinobesuch längerfristig**
- ✓ **werden überdurchschnittlich stark durch TV und Empfehlungen aufmerksam**
- ✓ **Besuchsgrund war hauptsächlich der Wunsch der Begleitperson und dass der Film aktuelles Gesprächsthema ist**
- ✓ **besuchten vermehrt deutsche Filme 33%**

## Reichweiten und Intensitäten Besucherwanderung - TOP-Titel

Basis: Besuche in %

Kino-Abwanderer	Besucher-anteil
-----------------	-----------------

Ice Age 2	7,4%
Das Parfum	6,2%
The Da Vinci Code - Sakrileg	6,2%
Deutschland. Ein Sommermärchen	5,6%
Casino Royale	4,7%
Pirates of the Caribbean - Fluch der Karibik 2	4,1%
7 Zwerge - Der Wald ist nicht genug	3,2%
Der Teufel trägt Prada	2,3%
Ab durch die Hecke	2,1%
Die wilden Kerle 3	2,0%

**Σ 44%**

Treue Kinobesucher	Besucher-anteil
--------------------	-----------------

Harry Potter und der Orden des Phönix	3,1%
Ice Age 2	3,1%
Pirates of the Caribbean - Fluch der Karibik 2	3,0%
Pirates of the Caribbean - Am Ende der Welt	2,6%
The Da Vinci Code	2,5%
Das Parfum	2,4%
Casino Royale	2,4%
Ratatouille	2,0%
Die Simpsons - Der Film	1,3%
Shrek der Dritte	1,3%

**Σ 24%**

Kino-Zuwanderer	Besucher-anteil
-----------------	-----------------

Harry Potter und der Orden des Phönix	10,0%
Pirates of the Caribbean - Am Ende der Welt	6,5%
Ratatouille	5,9%
Die Simpsons - Der Film	4,6%
Shrek der Dritte	4,0%
Mr. Bean macht Ferien	4,0%
Stirb langsam 4.0	2,8%
Born To Be Wild	2,5%
Nachts im Museum	2,2%
Lissi und der wilde Kaiser	2,2%

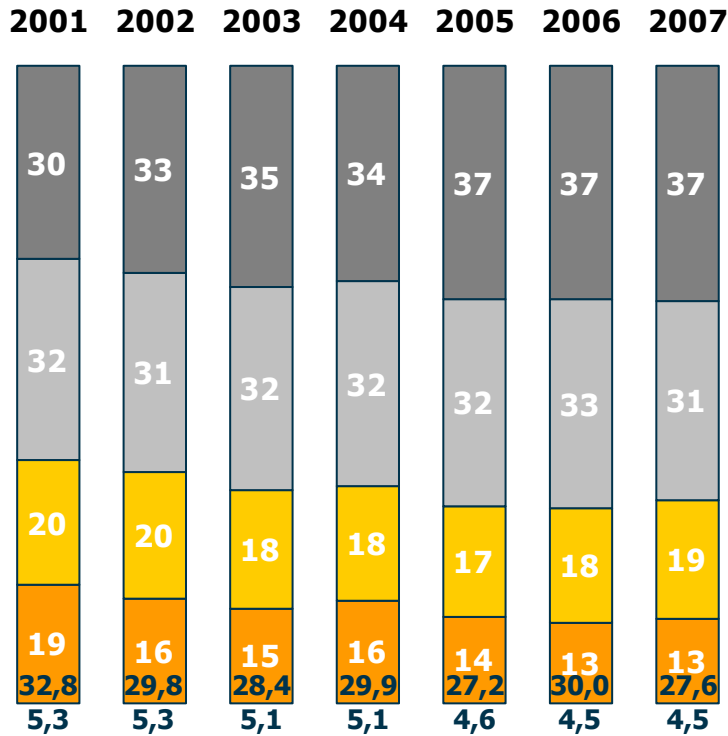
**Σ 45%**

## Reichweiten und Intensitäten

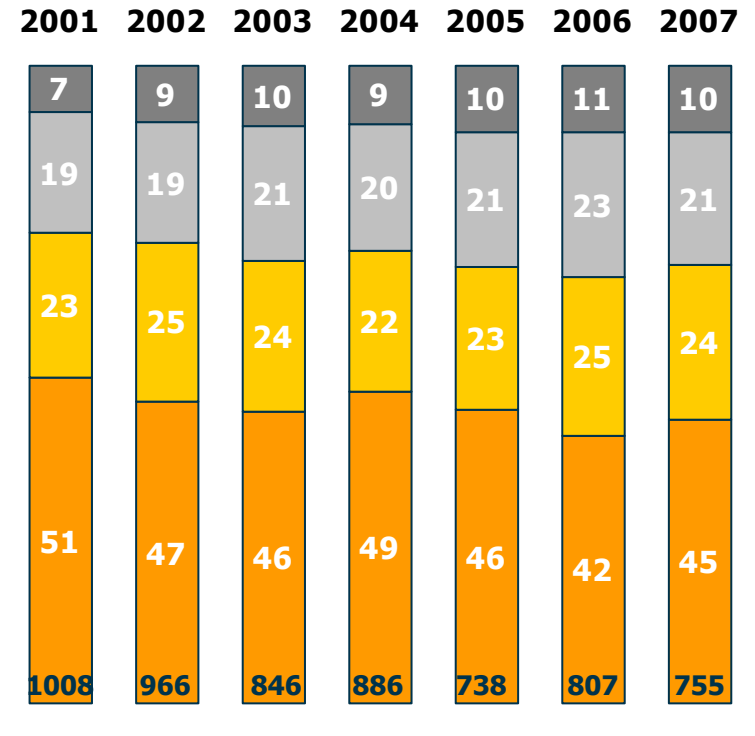
# Entwicklung der Besuchsintensität

Basis: Besuche und Umsatz, GfK-Panel

Personen in %



Umsatz in %



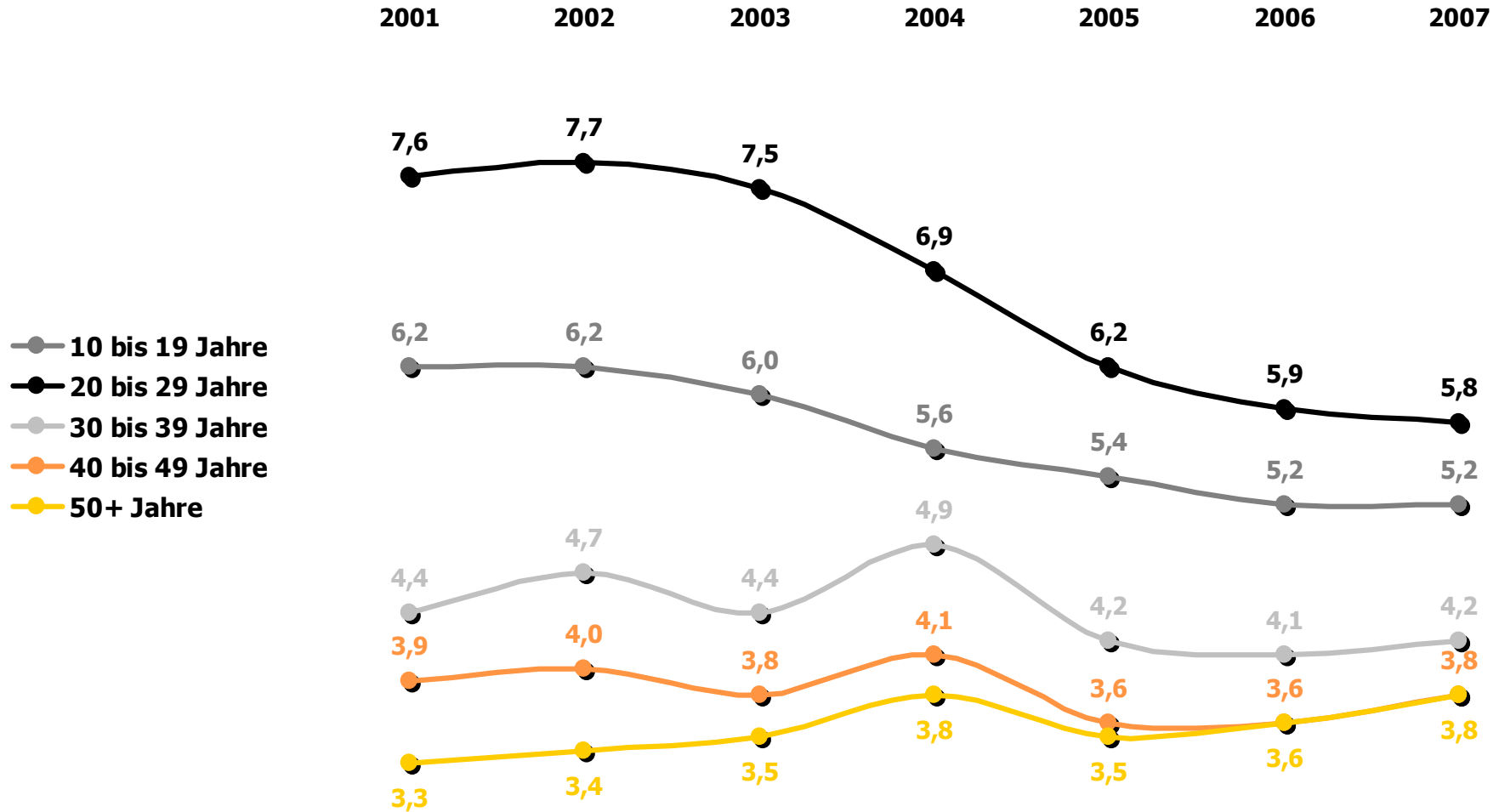
- 1x
- 2x bis 3x
- 4x bis 6x
- 7x+

Basis in Mio. Pers./ €  
Ø Besuchsintensität

## Reichweiten und Intensitäten

### Entwicklung der Besuchsintensität – Altersgruppen

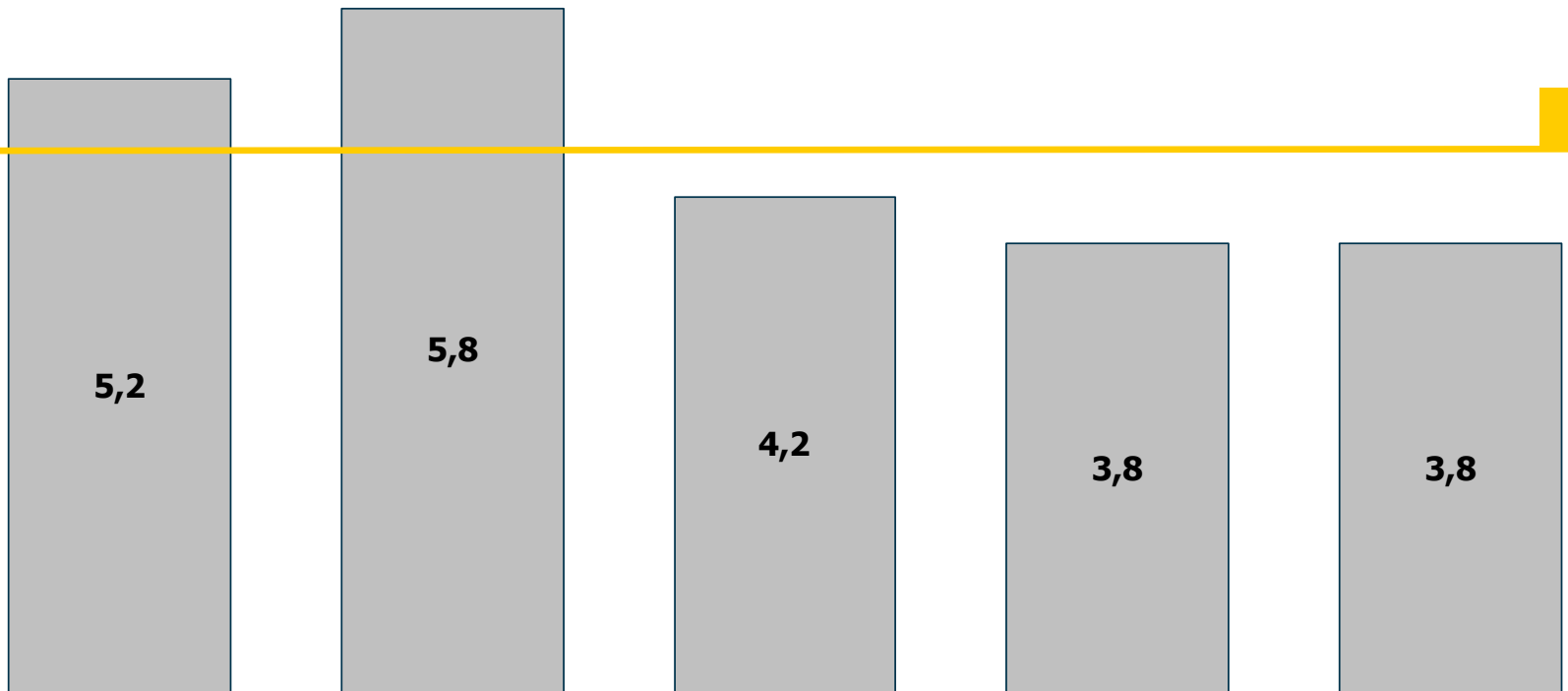
Basis: Besuche, GfK-Panel



*Reichweiten und Intensitäten*

**Durchschnittliche Besuchsintensität 2007**

*bis 19 Jahre    20 bis 29 Jahre    30 bis 39 Jahre    40 bis 49 Jahre    50 Jahre +*



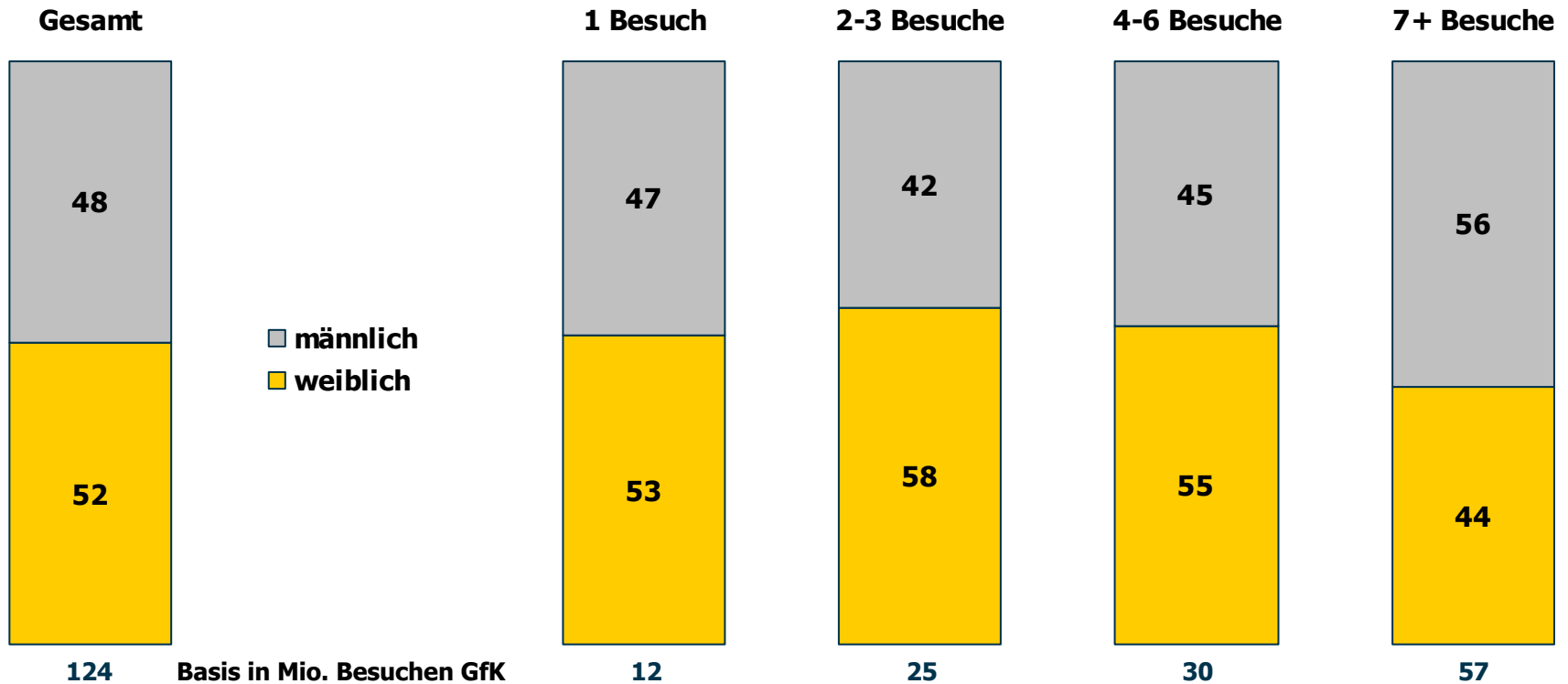
**Ø 4,5**

**Die Besuchsintensität nimmt mit zunehmenden Alter deutlich ab.**

## Reichweiten und Intensitäten

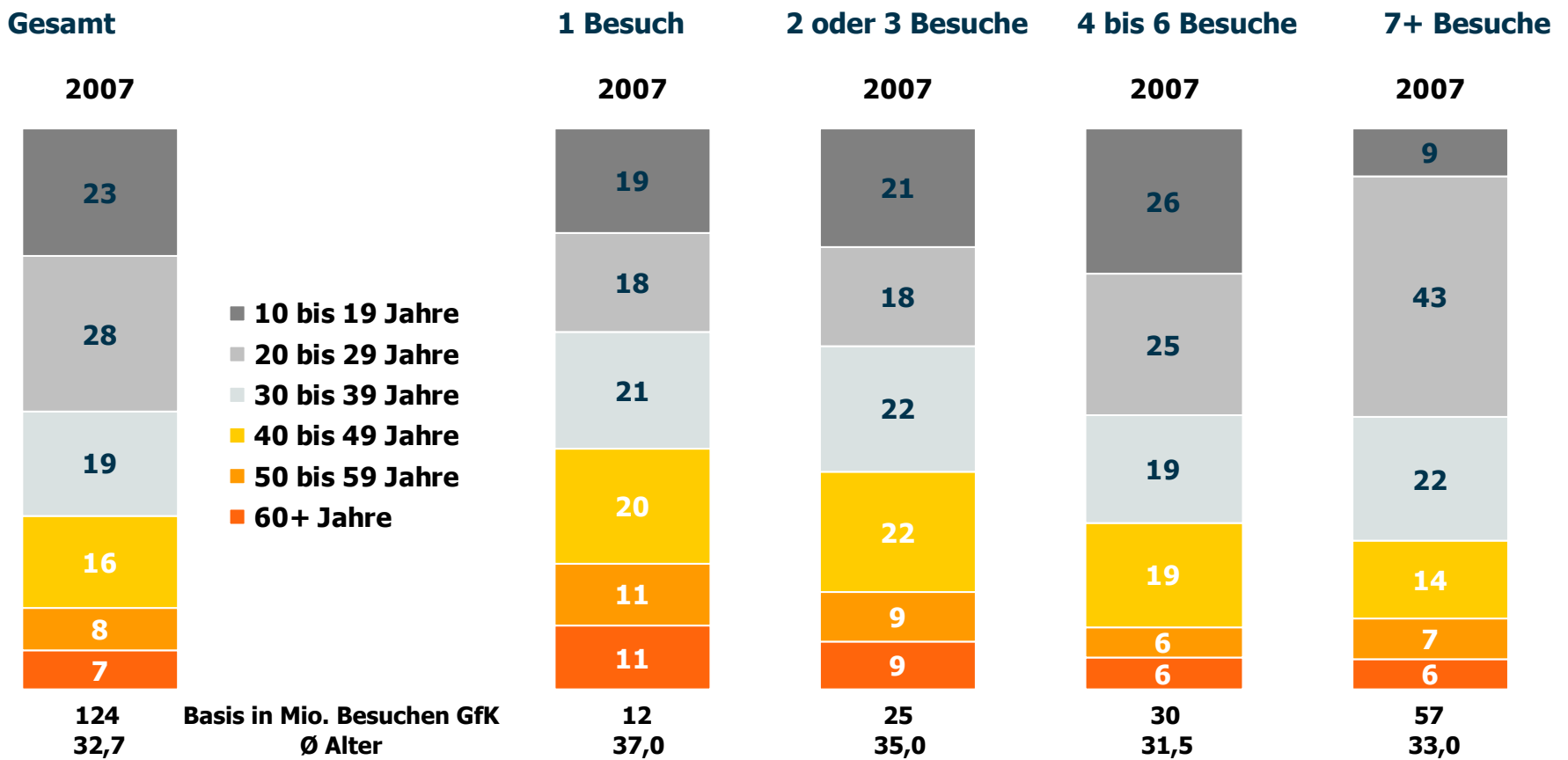
### Besuchsintensität 2007 - Geschlecht

Basis: Besuche in %



## Reichweiten und Intensitäten Besuchtsintensität - Altersgruppen

Basis: Besuche in %



## Key Facts zu Reichweiten und Intensitäten

- Die Kinoreichweite bewegte sich 2007 mit 39 Prozent auf dem gleichen Level wie 2005, aber 4 Prozent unter dem Vorjahresniveau von 43 Prozent.
- Die Anzahl der Besuche pro Kopf blieb mit 4,5 auf dem gleichen Niveau wie im Vorjahr.
- Bei allen Altersgruppen fielen die Reichweiten geringfügig im Vergleich zum Vorjahr (43 Prozent). Die 20-29 Jährigen erreichten 2007 mit 65 Prozent die höchste Reichweite, knapp über den 10-19 Jährigen mit 63 Prozent.
- 60 Prozent der Abwanderer, die 2007 nicht ins Kino gingen, aber 2006, gehören zur Gruppe der „sporadischen Kinogänger“ mit einer Besuchsintensität von 1 Besuch pro Jahr.
- Der Anteil der „intensiven“ Kinogänger geht seit 2001 generell zurück. 2007 stagnierte der Wert erstmals bei 13 Prozent.
- Generell sinkt mit zunehmendem Alter die Häufigkeit der Kinobesuche.
- Die 20-29 Jährigen sind die aktivsten Kinobesucher. Sie stellen 43 Prozent der „intensiven Kinogänger“ mit mehr als 7 Besuchen in 2007.



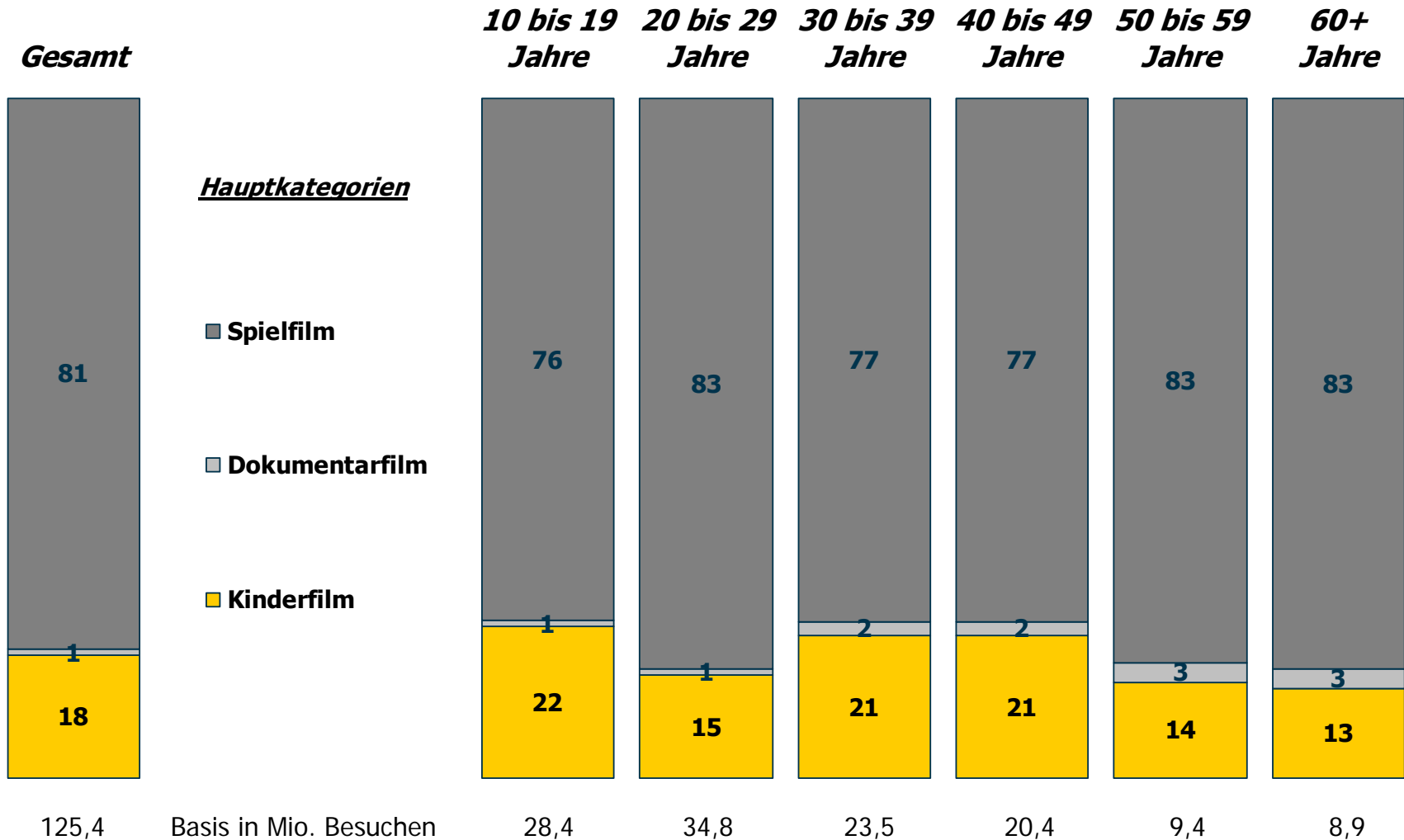
## Inhalt

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2 Kinobesucher I - soziodemografisch und kinospezifisch
- 3 Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher II - filmspezifisch
- 5 Analyse des deutschen Films
- 6 Anhang

*Kinobesucher II*

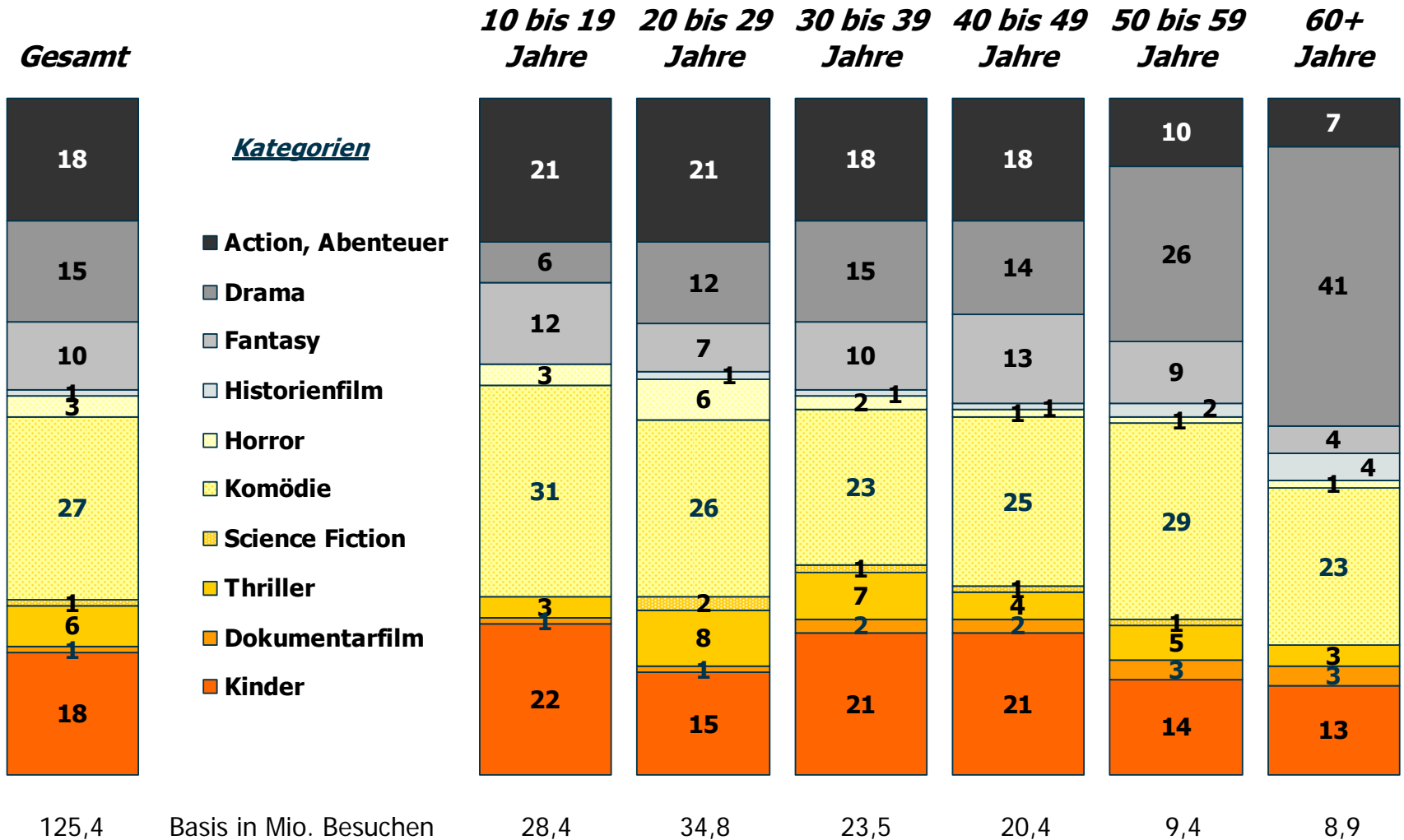
**Alter der Besucher - Filmarten**

Basis: Besuche in %



## Kinobesucher II Alter der Besucher - Genre

Basis: Besuche in %

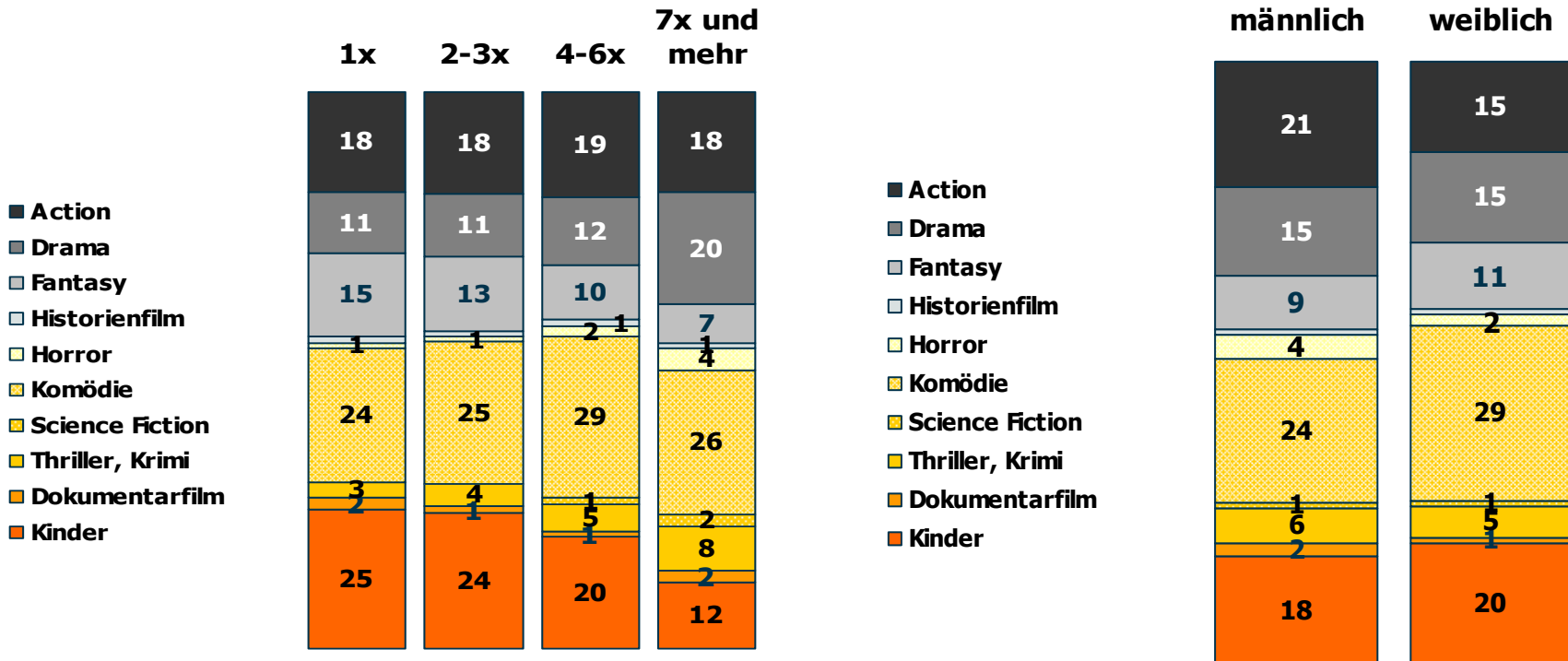


*Kinobesucher II*

# Filmgenre - Besuchsintensitäten und Geschlecht

Basis: Besucher in %

## Filmgenre



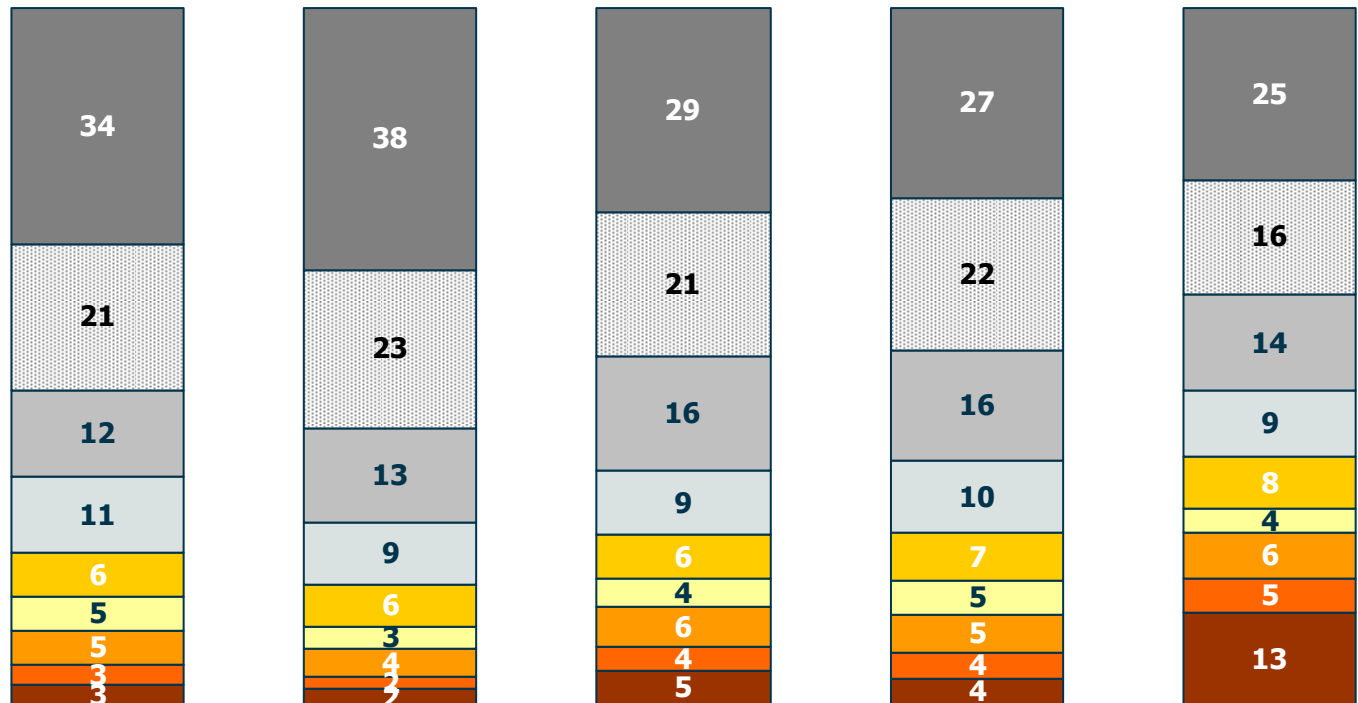
## Kinobesucher II

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

Basis: Besuche in %

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

- Woche 1
- ▨ Woche 2
- Woche 3
- Woche 4
- Woche 5
- Woche 6
- Woche 7-8
- Woche 9-12
- Woche 13 und später



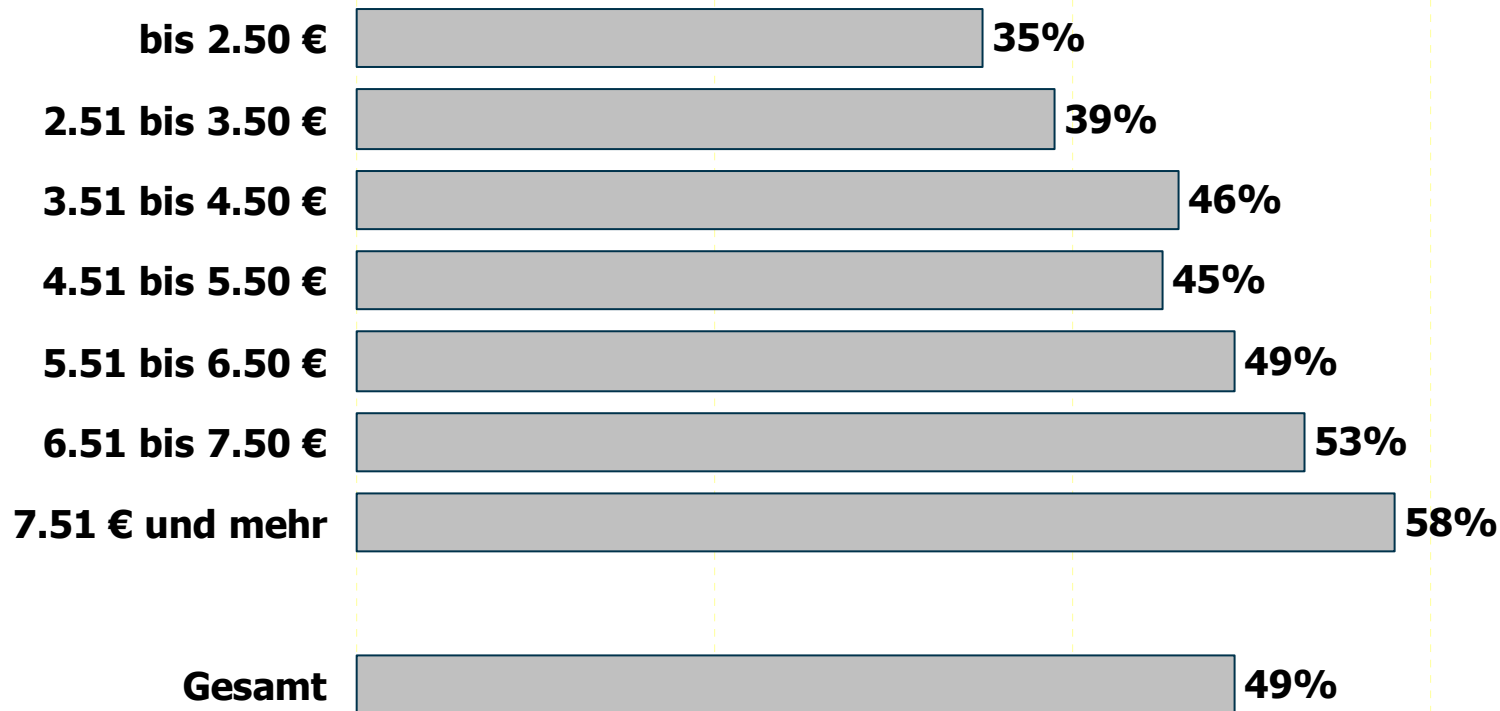
## Kinobesucher II Top 10 Titel 2007 - Altersgruppen

Basis: Besuche

10 bis 19 Jahre	20 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50+ Jahre
Harry Potter u. der Orden des Phönix	Pirates of the Caribbean - Am Ende der Welt	Harry Potter u. der Orden des Phönix	Harry Potter u. der Orden des Phönix	Harry Potter u. der Orden des Phönix
Pirates of the Caribbean - Am Ende der Welt	Harry Potter u. der Orden des Phönix	Ratatouille	Ratatouille	Ratatouille
Die Simpsons - Der Film	Die Simpsons - Der Film	Pirates of the Caribbean - Am Ende der Welt	Pirates of the Caribbean - Am Ende der Welt	Die Queen
Ratatouille	Ratatouille	Shrek der Dritte	Shrek der Dritte	Das Leben der Anderen
Mr. Bean macht Ferien	Stirb Langsam 4.0	Stirb Langsam 4.0	Mr. Bean macht Ferien	Pirates of the Caribbean - Am Ende der Welt
Lissi und der wilde Kaiser	Ocean's Thirteen	Mr. Bean macht Ferien	Stirb Langsam 4.0	Mr. Bean macht Ferien
Shrek der Dritte	Shrek der Dritte	Spider-Man 3	Nachts im Museum	Vier Minuten
Spider-Man 3	Spider-Man 3	Die Simpsons - Der Film	Der goldene Kompass	Shrek der Dritte
Die wilden Kerle 4	Lissi und der wilde Kaiser	Lissi und der wilde Kaiser	Spider-Man 3	La vie en rose
Nachts im Museum	Das Bourne Ultimatum	Der goldene Kompass	Die Simpsons - Der Film	Die Herbstzeitlosen

## *Kinobesucher II* Verzehr - Höhe des Eintrittspreises

Basis: Besucher in %

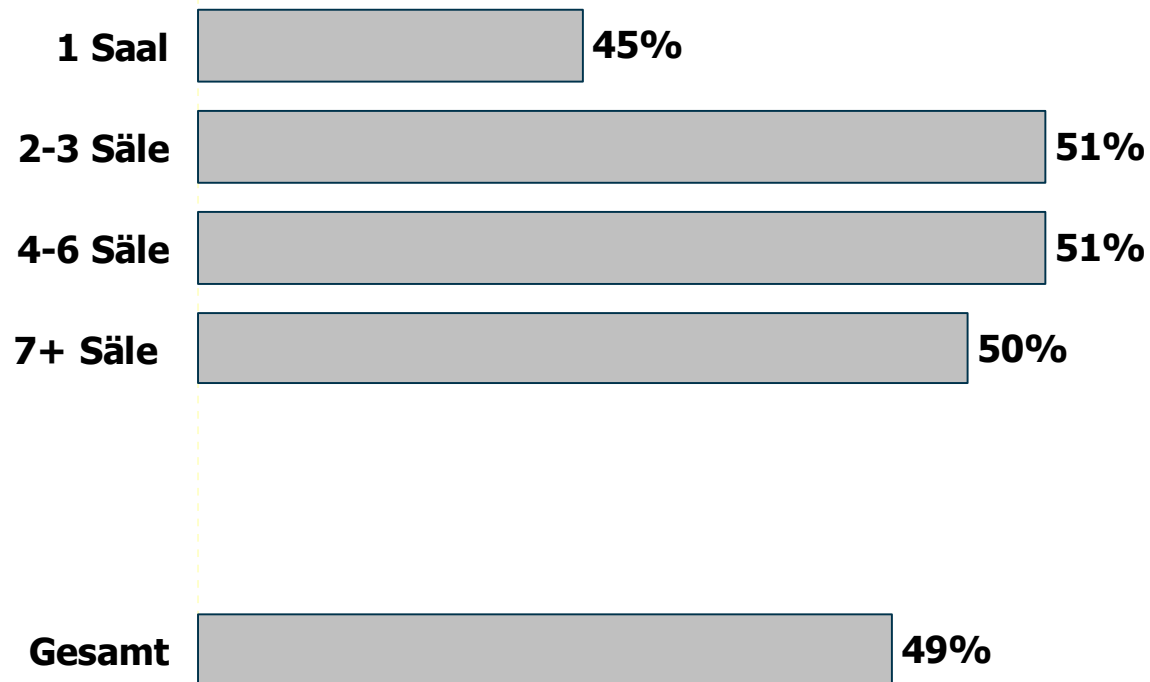


**Mit Zunahme des Eintrittspreises erhöhen sich die durchschnittlichen Ausgaben für Verzehr. Die Zahl der Besucher, die Geld für den Verzehr ausgeben, erhöht sich mit Anstieg des Eintrittspreises.**

**→ Ein niedriger Eintrittspreis animiert nicht zwangsläufig zu höheren Ausgaben.**

## *Kinobesucher II* Verzehr - Anzahl der Säle

Basis: Besucher in %



**Kinos mit 2-6 Sälen sind bei der Kundenwerbung im Concession-Bereich am Erfolgreichsten.**



## *Kinobesucher II* Verzehr – Wochentage

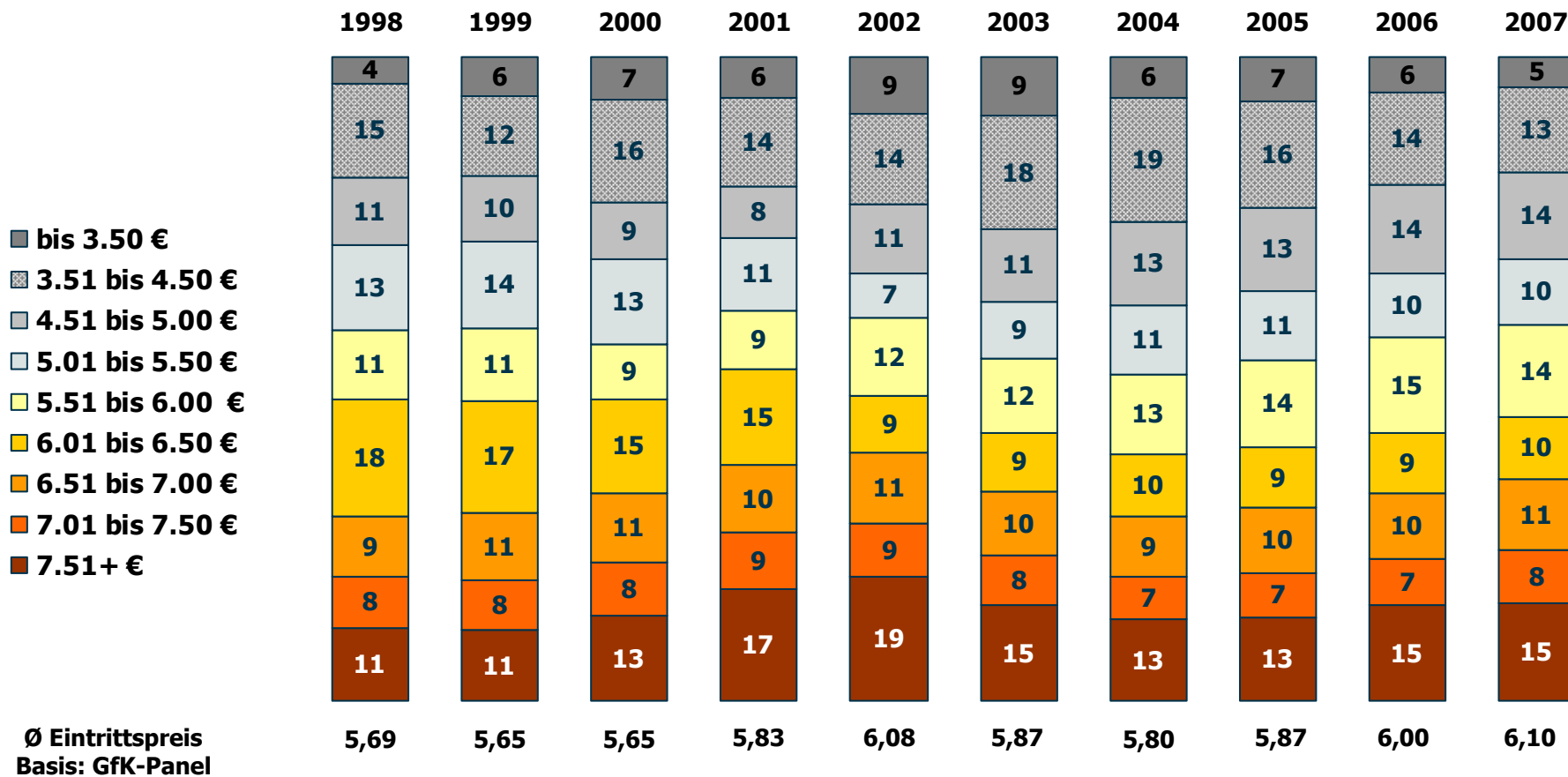
Basis: Besucher in %



**Der niedrige Eintrittspreis am Dienstag animiert nicht zu erhöhten Ausgaben für Verzehr; eher im Gegenteil besuchen hier die wenigsten Kinobesucher die Concession-Kassen. Am Wochenende steigen die Ausgaben für den Verzehr, vor allem am Samstag.**

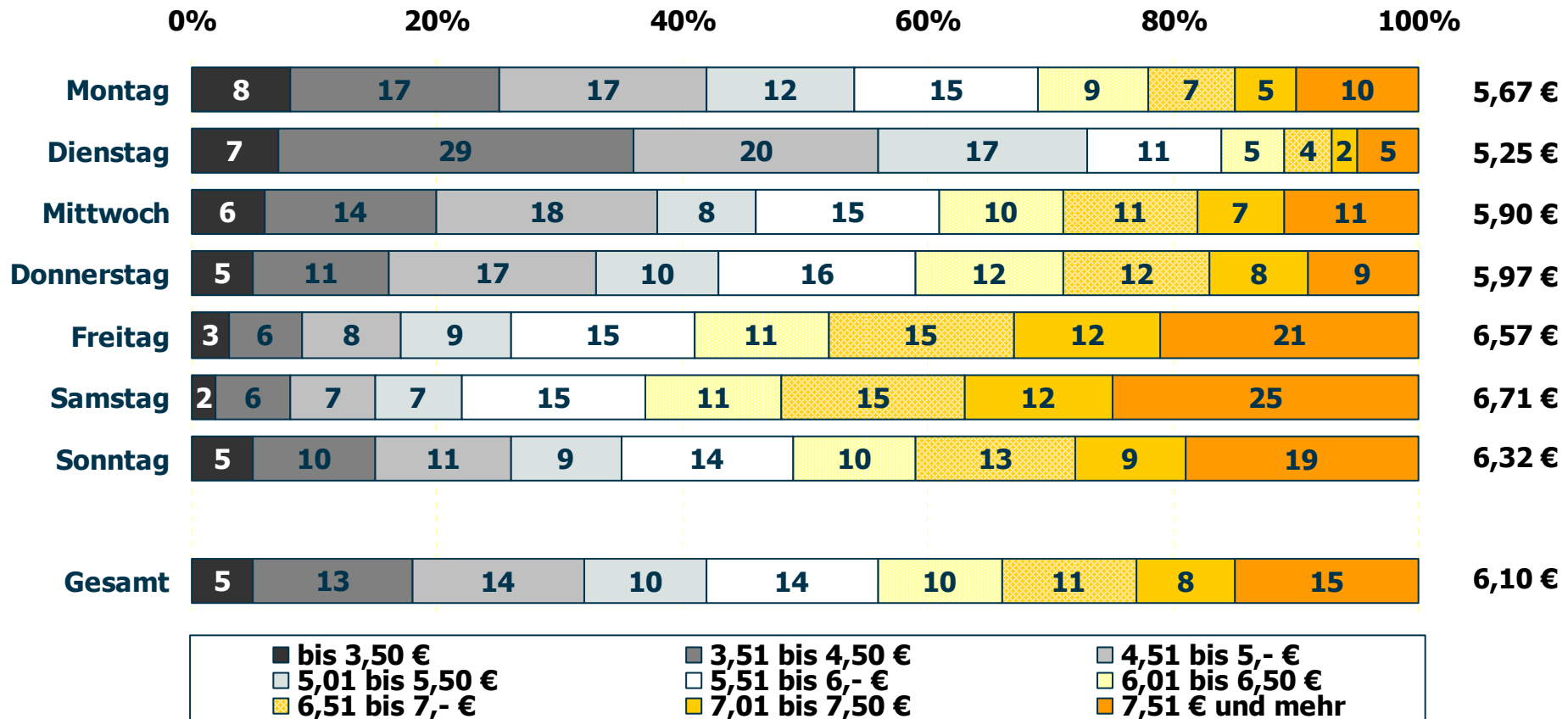
## Kinobesucher II Eintrittspreis

Basis: Besuche in %



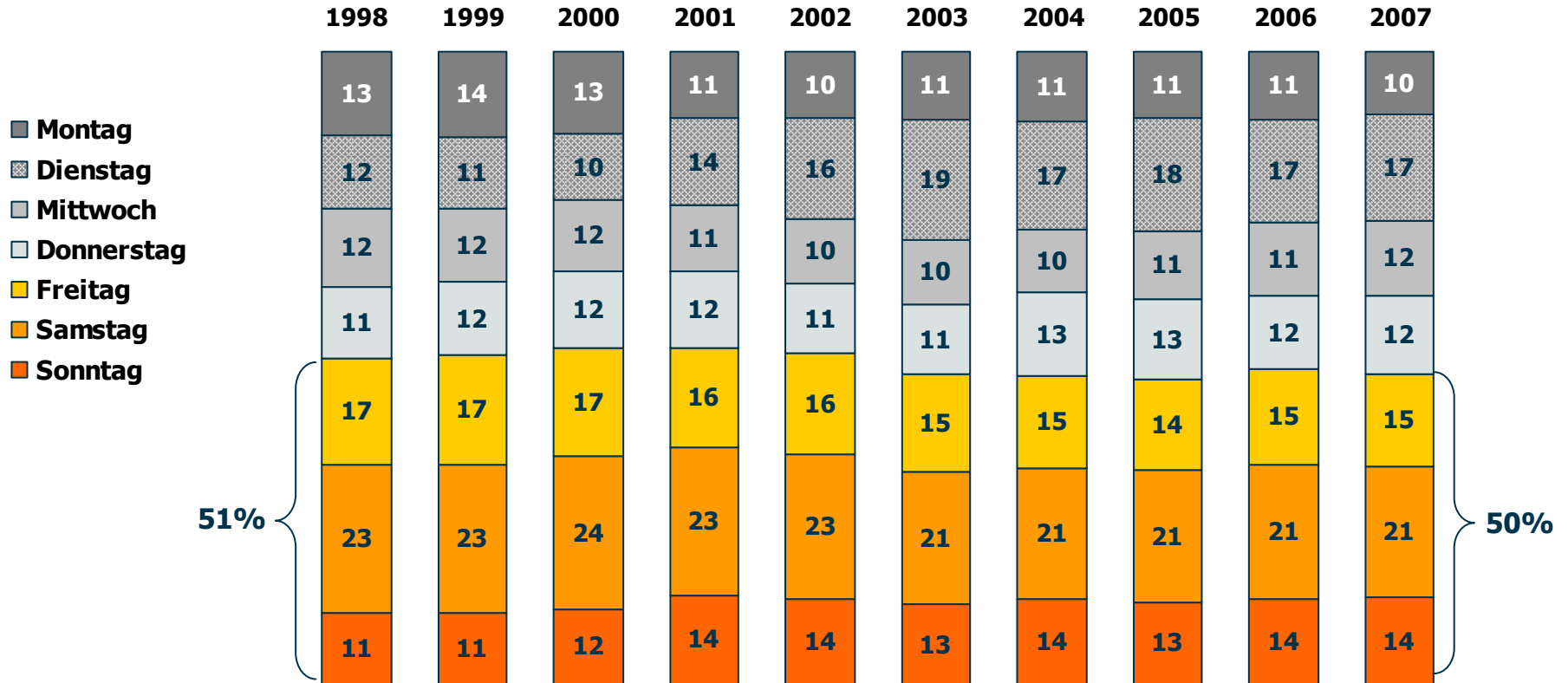
## Kinobesucher II Eintrittspreis - Wochentage

Basis: Besuche in %



## Kinobesucher II Wochentage

Basis: Besuche in %



Die Hälfte aller Kinobesuche findet am Wochenende (Fr, Sa, So) statt.

# Kinobesucher II

## Ticket-Reservierung und Besuchsplanung

Basis: Besuche in %

### Ticket -Reservierung

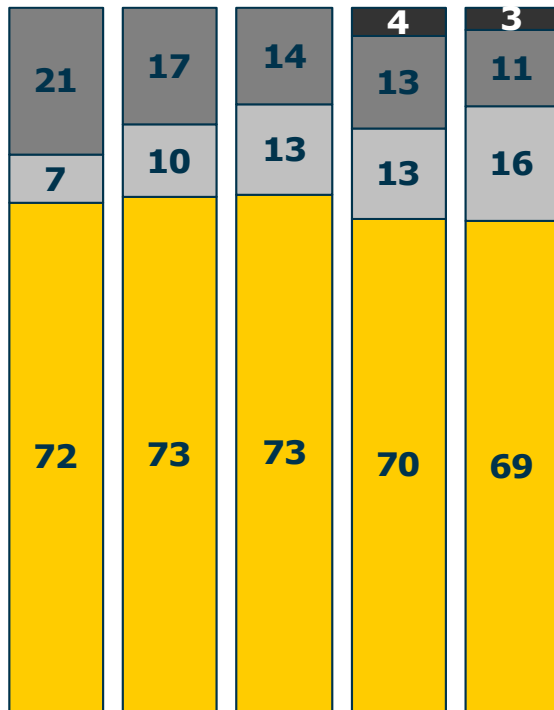
2003 2004 2005 2006 2007

■ im Kino\*

■ telefonisch

■ per Internet

■ keine Reser-  
vierung



### Besuchsplanung

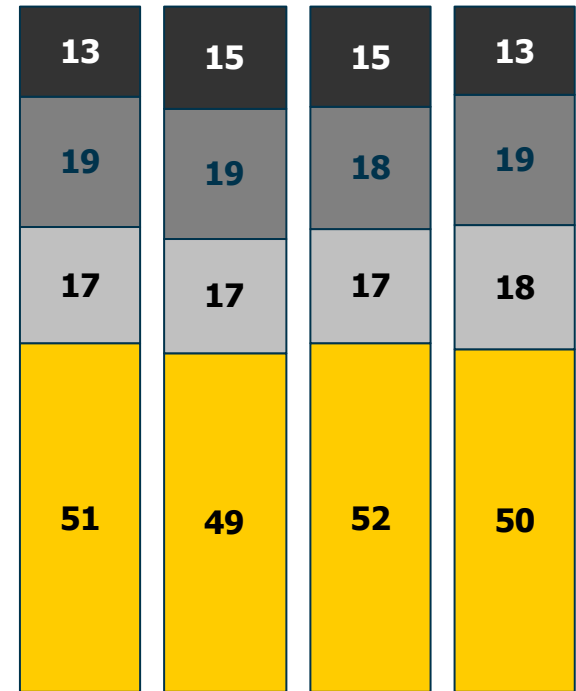
2004 2005 2006 2007

■ am Tag des  
Kinobesuchs  
im Kino

■ am Tag des  
Kinobesuchs

■ 1 Tag vorher

■ früher



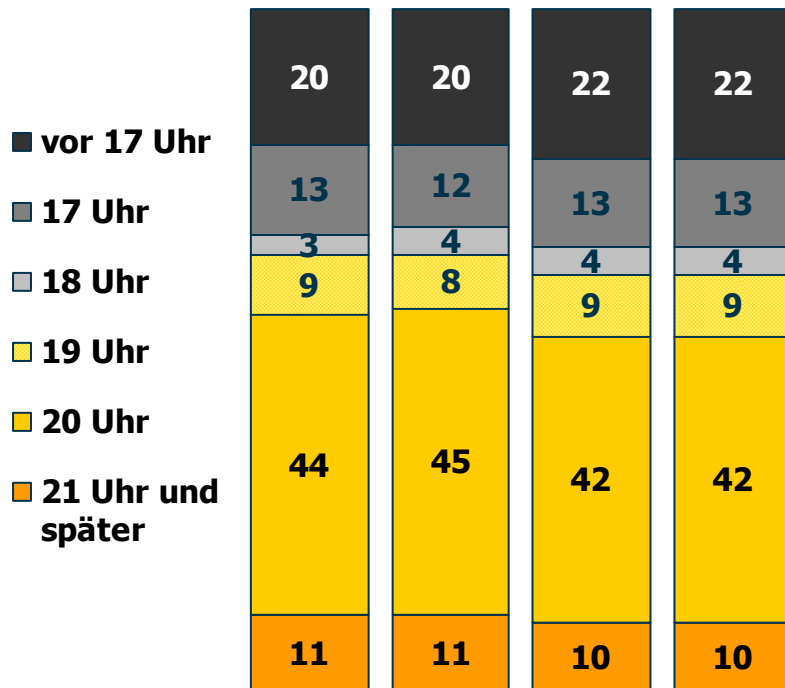
**Knapp ein Drittel der Besuche werden am Besuchstag entschieden.**

## Kinobesucher II Filmbeginn und Begleitung

Basis: Besuche in %

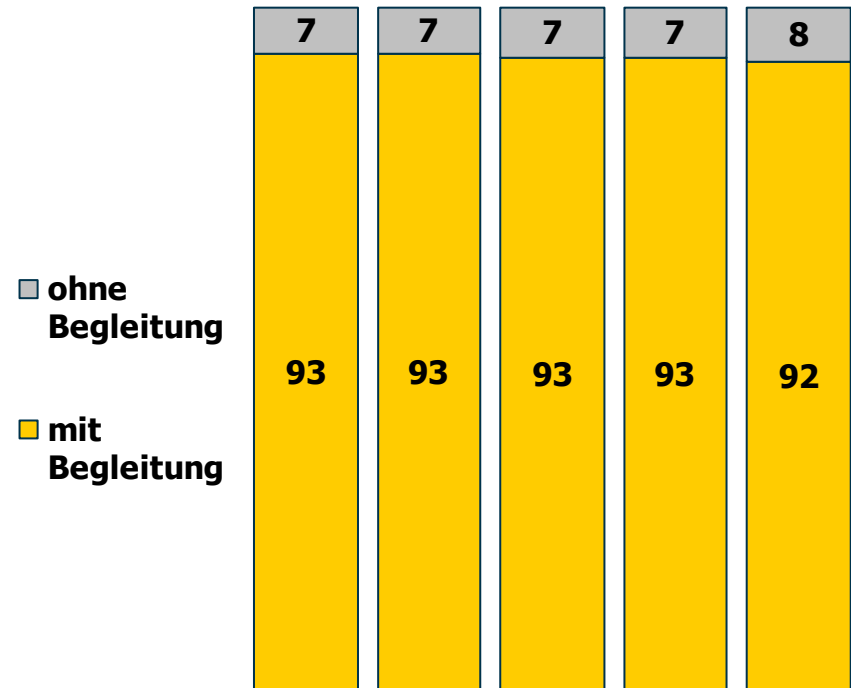
### Filmbeginn

2004 2005 2006 2007



### Begleitung

03 04 05 06 07

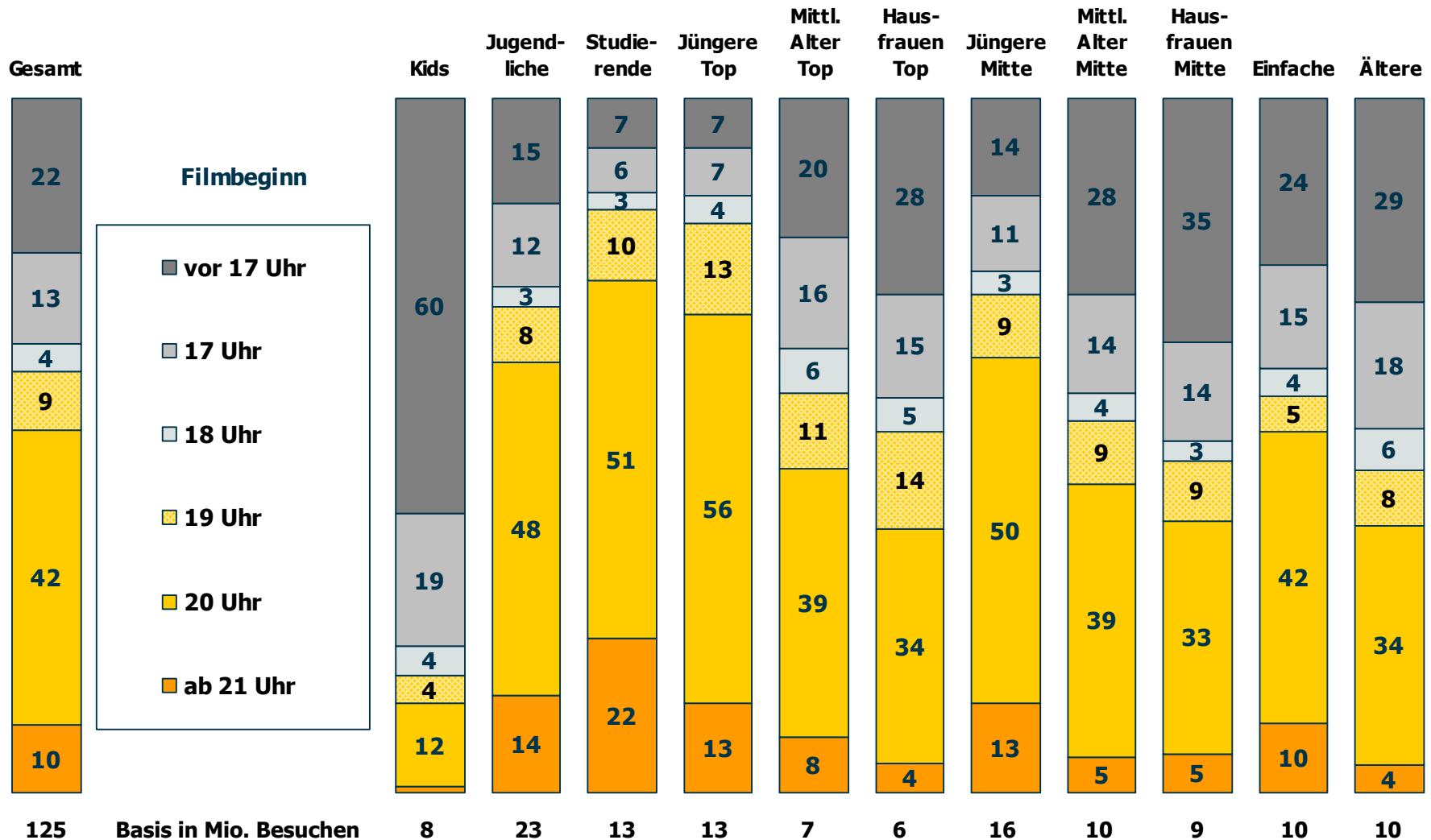


Ins Kino ging man auch 2007 überwiegend in Begleitung.

## Kinobesucher II

### Filmbeginn - Biografische Lebenswelten

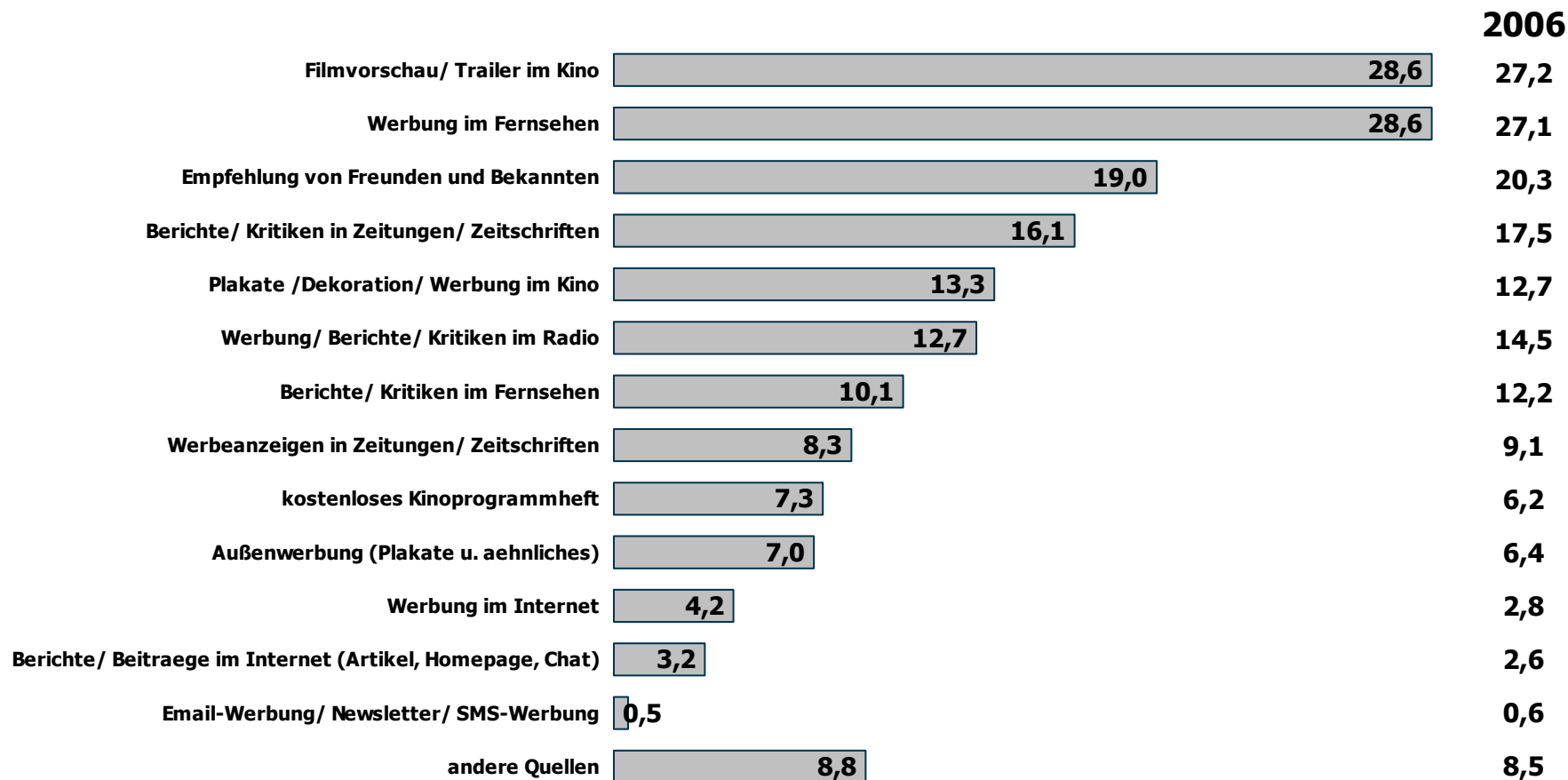
Basis: Besuche in %



# Kinobesucher II

## Sources of Awareness 2007

Basis: Besuche in % ( mit Mehrfachnennungen)



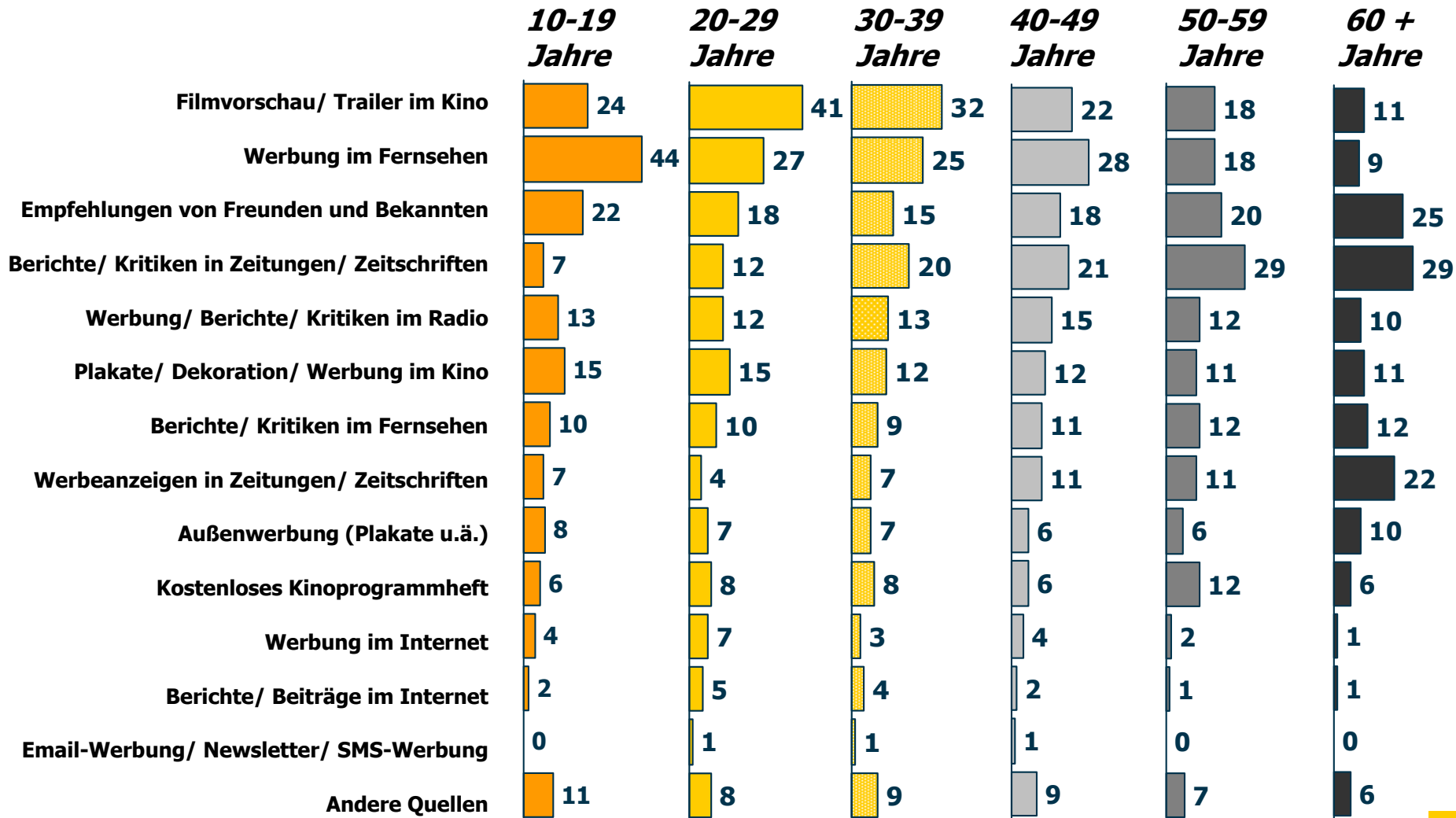
„Filmvorschau/ Trailer“, „Werbung im TV“ und „Empfehlungen“ waren auch im Jahr 2007 die wichtigsten Aufmerksamkeitsquellen für den Kinobesuch.



*Kinobesucher II*

# Sources of Awareness - Altersgruppen

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)



*Kinobesucher II*

# Sources of Awareness - TOP 4 deutsche Filme

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)

Gesamt		Die wilden Kerle 4	Lissi und der wilde Kaiser	Keinohrhasen	Die wilden Hühner u. die Liebe
29	Filmvorschau, Trailer im Kino	15,0	28,5	32,8	20,3
29	Werbung im Fernsehen	41,7	52,3	33,9	27,5
19	Empfehlung	18,8	10,4	28,5	22,5
16	Berichte, Kritiken in Zeitungen, Zeitschriften	4,0	7,1	10,9	9,5
13	Plakate, Dekoration, Werbung im Kino	6,5	11,4	11,8	7,4
13	Werbung, Berichte, Kritiken im im Radio	14,7	19,8	13,8	13,5
10	Berichte, Kritiken im Fernsehen	7,9	19,8	12,2	10,7
8	Werbeanzeigen in Zeitungen, Zeitschriften	16,5	4,9	5,3	15,6
7	kostenloses Kinoprogrammheft	2,3	3,0	2,1	5,0
7	Außenwerbung	5,5	5,7	7,6	5,4
4	Werbung im Internet	0,7	3,6	0,9	0,9
3	Berichte, Beiträge im Internet	0,5	2,3	3,9	1,8
1	Email-Werbung, Newsletter, SMS-Werbung	0,3	0,1	0	0
9	andere Quellen	18,2	5,4	4,9	14,4

**Kinobesucher II**

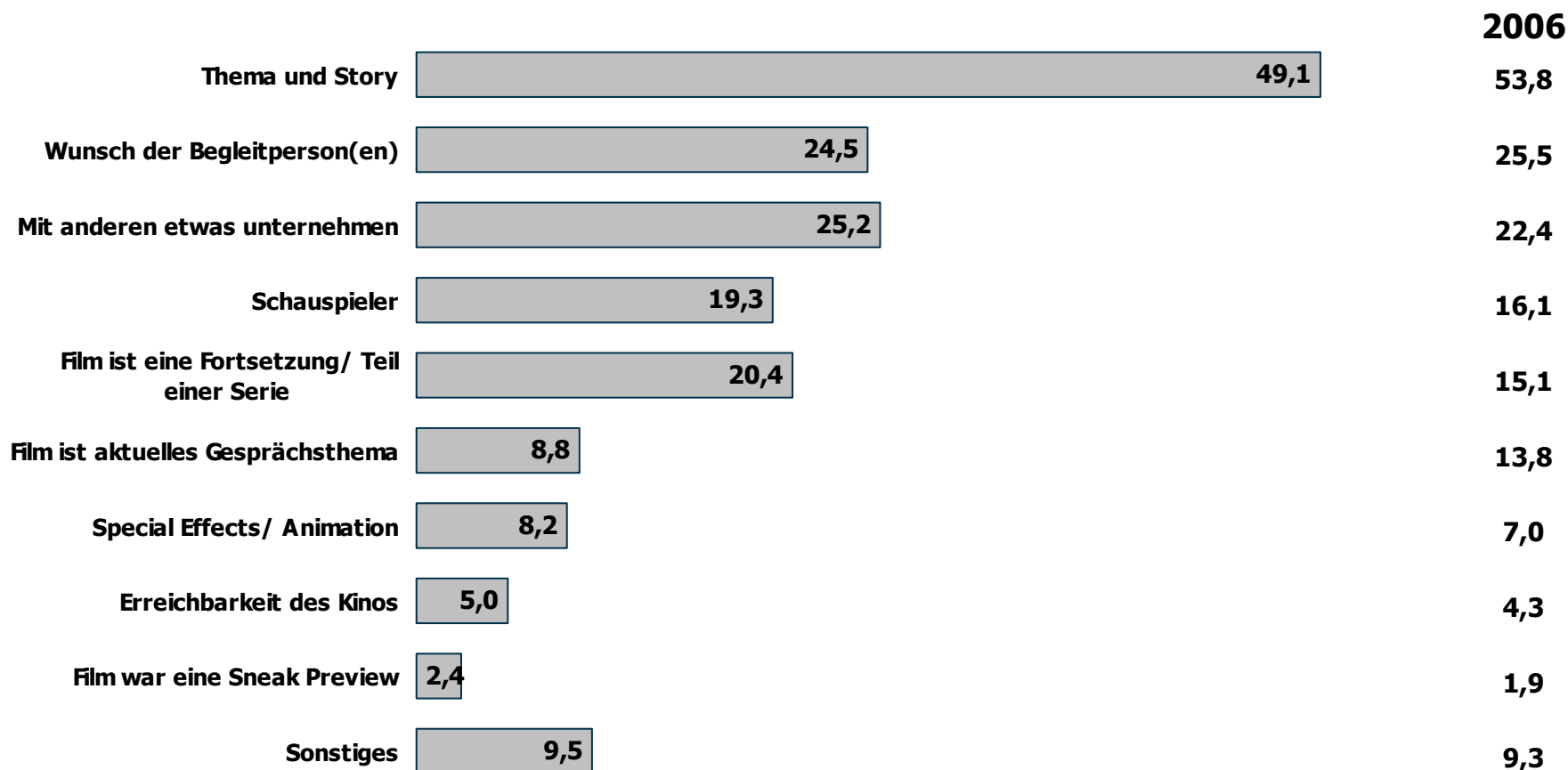
**Sources of Awareness - TOP 4 - internationale Filme (exkl. dt. Filme)**

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)

Gesamt	Harry Potter u. der Orden des Phoenix	Pirates of the Caribbean - Am Ende der Welt	Ratatouille	Die Simpsons - Der Film
29	25,8	33,9	31,5	29,4
29	39,8	40,4	41,5	59,3
19	13,1	16,3	22,9	16,6
16	11,5	10,3	11,7	8,2
13	9,1	12,1	11,4	10,9
13	20,4	17,3	17,5	15,8
10	15,1	11,5	8,8	10,4
8	8,4	10,6	9,6	4,0
7	2,4	3,3	1,8	2,2
4	7,5	7,3	6,0	7,0
3	2,9	2,7	1,9	3,0
1	2,1	2,1	1,2	3,6
8	0,2	0,1	0,6	0,8
	15,4	12	4,6	4,4

## Kinobesucher II Besuchsgrund 2007

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)

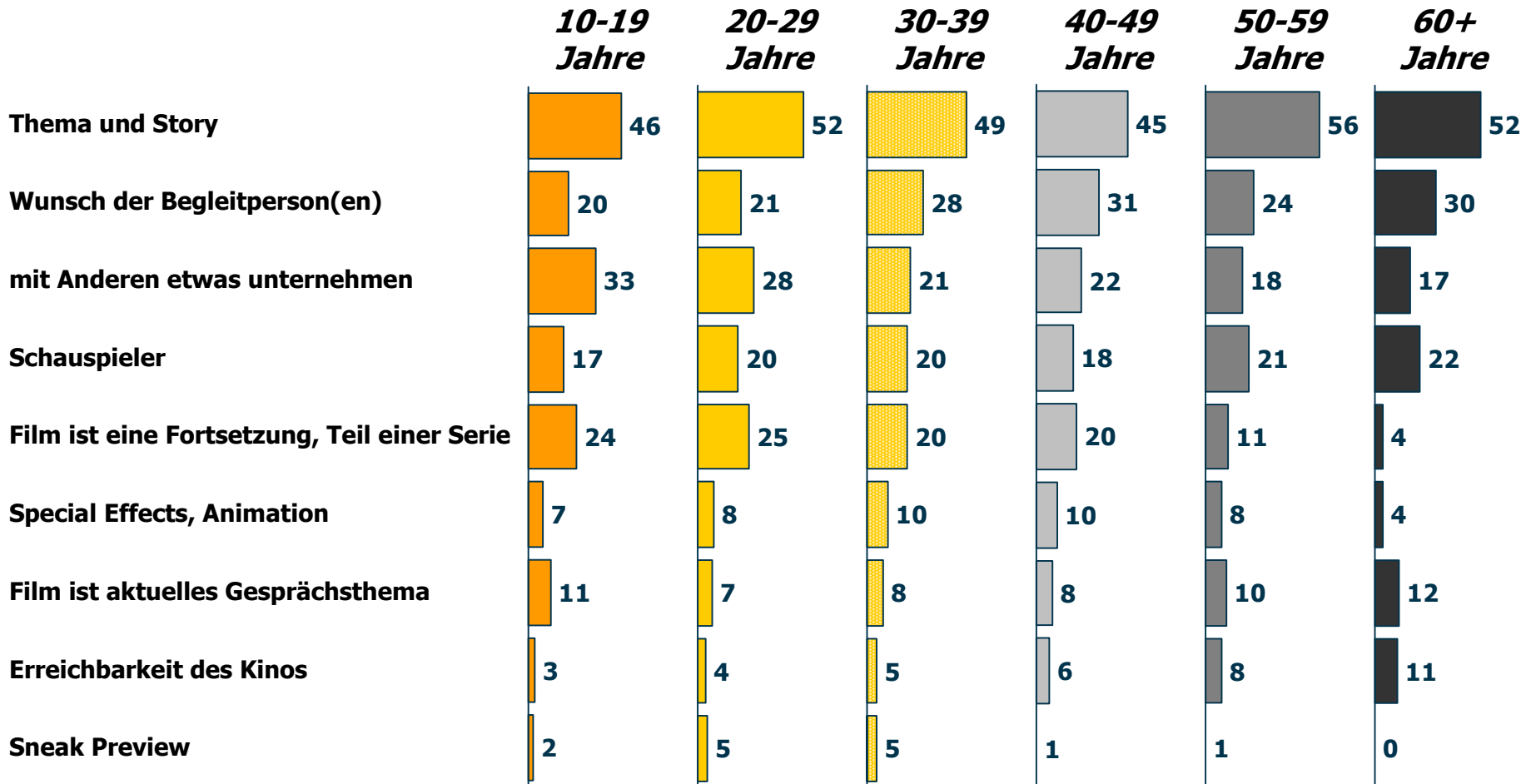


„Thema und Story“ waren auch 2007 das wichtigste Auswahlkriterium für einen Film. „Film als Fortsetzung/ Teil einer Serie“ hingegen spielte im „Sequel-Jahr 2007“ eine wesentlich größere Rolle als im Vorjahr.

*Kinobesucher II*

**Besuchsgrund - Altersgruppen**

Basis: Besucher in % (mit Mehrfachnennungen)



## Kinobesucher II Besuchsgrund – Top Titel 2007

Basis: Besuche (mit Mehrfachnennungen)

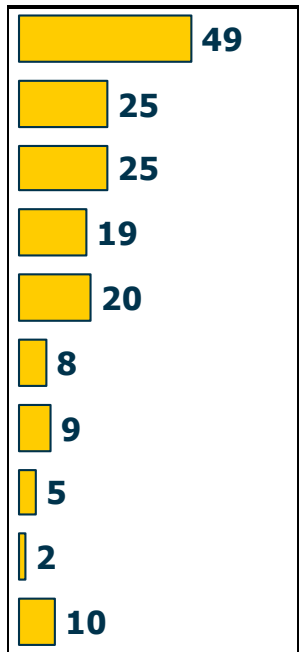
Gesamt	Schauspieler	Special Effects / Animation	Wunsch der Begleitperson	Film ist aktuelles Gesprächsthema
Harry Potter und der Orden des Phönix	Mr. Bean macht Ferien	Ratatouille	Ratatouille	Die Simpsons - Der Film
Pirates of the Caribbean - Am Ende der Welt	Pirates of the Caribbean - Am Ende der Welt	Transformers	Harry Potter und der Orden des Phönix	Harry Potter und der Orden des Phönix
Ratatouille	Stirb langsam 4.0	Stirb langsam 4.0	Shrek der Dritte	Ratatouille
Die Simpsons - Der Film	Mitten ins Herz - Ein Song für Dich	Pirates of the Caribbean - Am Ende der Welt	Mr. Bean macht Ferien	Lissi und der wilde Kaiser
Shrek der Dritte	Oceans's Thirteen	Spider-Man 3	Pirates of the Caribbean - Am Ende der Welt	Pirates of the Caribbean - Am Ende der Welt
Mr. Bean macht Ferien	Keinohrhasen	Shrek der Dritte	Nachts im Museum	Das Leben der Anderen
Stirb langsam 4.0	Das Streben nach Glück	300	Die Simpsons - Der Film	Casino Royale
Lissi und der wilde Kaiser	Born To Be Wild - Saumäßig unterwegs	Harry Potter und der Orden des Phönix	Lissi und der wilde Kaiser	Keinohrhasen
Spider-Man 3	Lissi und der wilde Kaiser	Lissi und der wilde Kaiser	Die Wwlden Kerle 4	Mein Führer - Die wirklich wahrste...
Nachts im Museum	Nachts im Museum	Nachts im Museum	Der goldene Kompass	Spider-Man 3
Oceans's Thirteen	Chuck und Larry - Wie Feuer und Flamme	Der goldene Kompass	Spider-Man 3	Stirb langsam 4.0
Der goldene Kompass	Neues vom Wixxer	Die Simpsons - Der Film	Mitten ins Herz - Ein Song für Dich	Mr. Bean macht Ferien
Mitten ins Herz - Ein Song für Dich	Vollidiot	Casino Royale	Born To Be wild - sSumäßig unterwegs	Schwere Jungs
Das Bourne Ultimatum	Déjà vu - Wettlauf gegen die Zeit	Ghost Rider	Keinohrhasen	Shrek der Dritte
Die wilden Kerle 4	Rush Hour 3	Die Legende von Beowulf	Stirb Langsam 4.0	Der goldene Kompass

*Kinobesucher II*

**Besuchsgrund - Top 4 deutsche Filme**

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)

Gesamt



Thema und Story  
 Wunsch der Begleitperson  
 Mit anderen etwas unternehmen  
 Schauspieler  
 Film ist eine Fortsetzung / Teil einer Serie  
 Special Effects, Animation  
 Film ist aktuelles Gesprächsthema  
 Erreichbarkeit des Kinos  
 Sneak Preview  
 Sonstiges

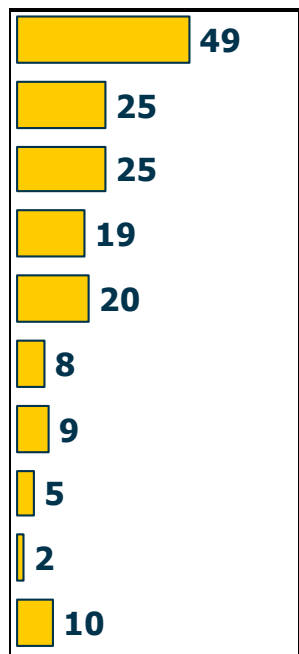
	Die wilden Kerle 4	Lissi und der wilde Kaiser	Keinohrhasen	Die wilden Hühner u. die Liebe
Thema und Story	21,1	38,1	46,9	31,8
Wunsch der Begleitperson	44,3	28,5	29,1	43,3
Mit anderen etwas unternehmen	20,7	31,5	29,3	20,0
Schauspieler	9,1	18,0	48,3	8,1
Film ist eine Fortsetzung / Teil einer Serie	43,4	3,4	0,0	40,1
Special Effects, Animation	0,0	15,2	15,2	0,0
Film ist aktuelles Gesprächsthema	7,9	25,0	25,0	8,7
Erreichbarkeit des Kinos	2,4	2,6	2,6	7,4
Sneak Preview	0,2	0,8	0,2	0,0
Sonstiges	6,3	13,3	6,4	8,3

*Kinobesucher II*

# Besuchsgrund - Top 4 internationale Filme

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)

Gesamt



Thema und Story  
 Wunsch der Begleitperson  
 Mit anderen etwas unternehmen  
 Schauspieler  
 Film ist eine Fortsetzung / Teil einer Serie  
 Special Effects, Animation  
 Film ist aktuelles Gesprächsthema  
 Erreichbarkeit des Kinos  
 Sneak Preview  
 Sonstiges

Harry Potter  
u. der Orden  
des Phoenix

Pirates of  
the  
Caribbean -  
Am Ende der  
Welt

Ratatouille

Die  
Simpsons -  
Der Film

46,0  
17,9  
10,1  
2,8  
76,1  
5,3  
12,9  
1,9  
0,2  
4,1

36,8  
14,2  
16,9  
23,1  
71,8  
8,6  
7,6  
1,7  
0,3  
2,7

40,4  
34,8  
31,3  
0,5  
0,1  
28,3  
18,5  
5,3  
0,7  
11,3

48,5  
24,1  
28,2  
6,8  
14,0  
8,1  
28,3  
2,8  
0,5  
13,1



## Kinobesucher II

### Filmbewertung Top 50 Titel - Altersgruppen

Basis: Besuche

10 bis 19 Jahre		20 bis 29 Jahre		30 bis 39 Jahre		40 bis 49 Jahre		50+ Jahre	
DAS BOURNE ULTIMATUM	1,26	STIRB LANGSAM 4.0	1,36	KEINOHRHASEN	1,14	WER FRUEHER STIRBT, IST LAENGER TOT	1,33	VITUS	1,27
ARTHUR UND DIE MINIMOYS	1,34	DER STERNWANDERER	1,36	DAS LEBEN DER ANDEREN	1,37	DAS LEBEN DER ANDEREN	1,42	DAS LEBEN DER ANDEREN	1,31
KEINOHRHASEN	1,37	KEINOHRHASEN	1,41	WER FRUEHER STIRBT, IST LAENGER TOT	1,43	ARTHUR UND DIE MINIMOYS	1,43	VIER MINUTEN	1,32
RUSH HOUR 3	1,37	TRANSFORMERS - 2007	1,41	STIRB LANGSAM 4.0	1,46	CASINO ROYALE	1,47	KEINOHRHASEN	1,43
DIE WILDEN HUEHNER UND DIE LIEBE	1,40	DAS BOURNE ULTIMATUM	1,42	RATATOUILLE	1,48	RATATOUILLE	1,48	SIE SIND EIN SCHOENER MANN!	1,46
DIE SIMPSONS - DER FILM	1,41	BLOOD DIAMOND	1,42	SCHWERE JUNGS	1,49	KEINOHRHASEN	1,48	SCHWERE JUNGS	1,47
LIEBE BRAUCHT KEINE FERIE	1,41	CASINO ROYALE - NEU	1,46	DIE WILDEN HUEHNER UND DIE LIEBE	1,52	STIRB LANGSAM 4.0	1,50	DIE HERBSTZEITLOSEN	1,49
NACHTS IM MUSEUM	1,43	DIE SIMPSONS - DER FILM	1,48	ZUSAMMEN IST MAN WENIGER ALLEIN	1,53	ERAGON - DAS VERMAECHTNIS DER DRACHENRE	1,51	IRINA PALM	1,50
STIRB LANGSAM 4.0	1,43	RUSH HOUR 3	1,49	DAS PERFEKTE VERBRECHEN	1,54	KOENIGE DER WELLEN	1,55	BABEL	1,53
DIE WILDEN KERLE 4	1,46	RATATOUILLE	1,52	BABEL	1,54	LA VIE EN ROSE	1,55	LA VIE EN ROSE	1,54

## Key Facts zum Kinobesucher II *filmspezifisch*

- **Komödien, Action-/Abenteuerfilme und Kinderfilme zogen im Jahr 2007 die meisten Zuschauer ins Kino.**
- **In Kinos mit höheren Eintrittspreisen wurde 2007 auch proportional mehr für den Verzehr ausgegeben. Kinos mit 2-3 und 4-6 Sälen hatten durchschnittlich die meisten Besucher an den Concession-Kassen.**
- **Die Hälfte aller Kinobesuche fand 2007 am Wochenende statt.**
- **„Filmvorschau/ Trailer“ war mit „Werbung im Fernsehen“ die wichtigste Aufmerksamkeitsquelle (29 Prozent). Danach folgt die „Empfehlung durch Freunde, Bekannte und Verwandte“ mit 19 Prozent.**
- **„Thema und Story“ waren auch 2007 mit 49 Prozent der häufigste Besuchsgrund. „Film als Fortsetzung/ Teil einer Serie“ hingegen spielte im „Sequel-Jahr 2007“ eine wesentlich größere Rolle als im Vorjahr.**

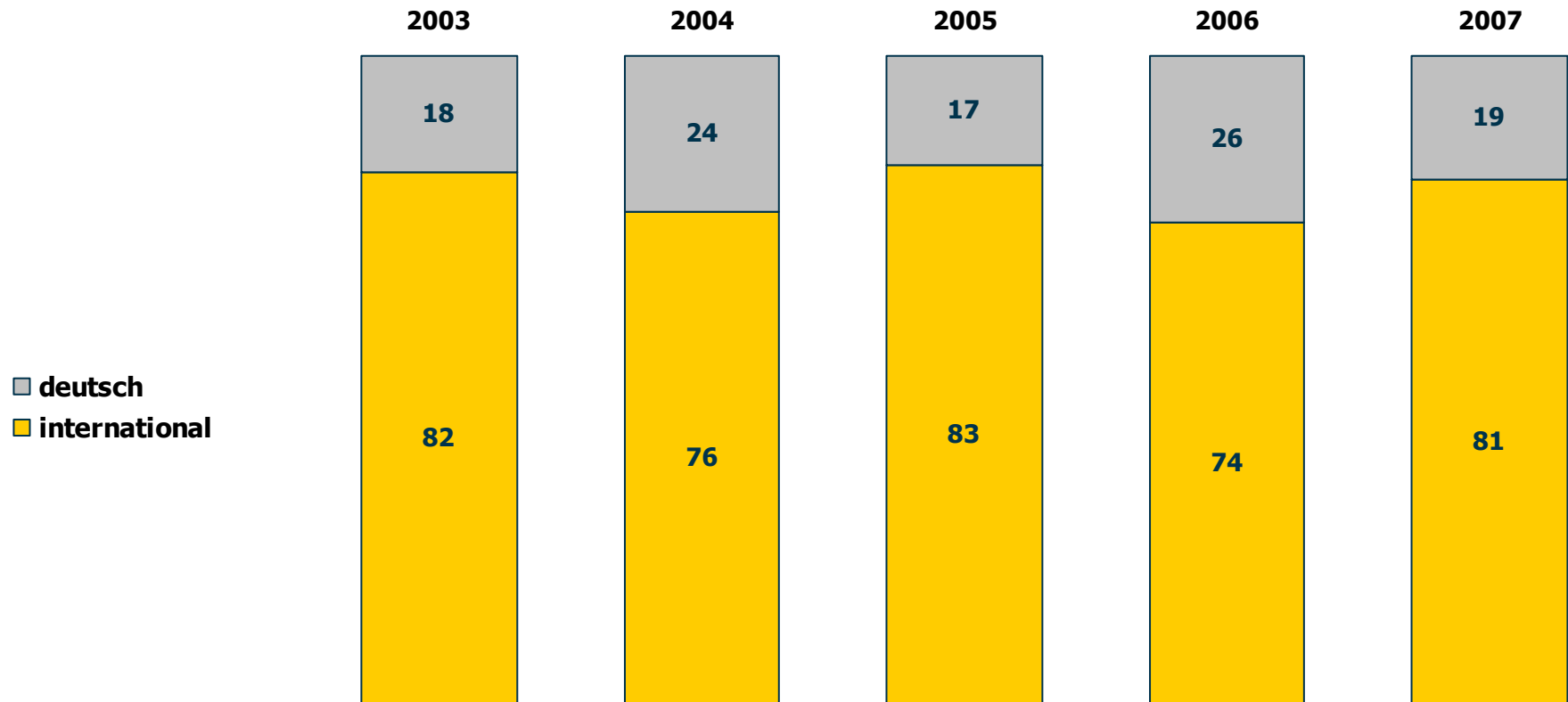
## Inhalt

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2 Kinobesucher I - soziodemografisch und kinospezifisch
- 3 Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher II - filmspezifisch
- 5 Analyse des deutschen Films
- 6 Anhang

## Analyse des deutschen Films

# Entwicklung des Marktanteils deutscher Produktionen

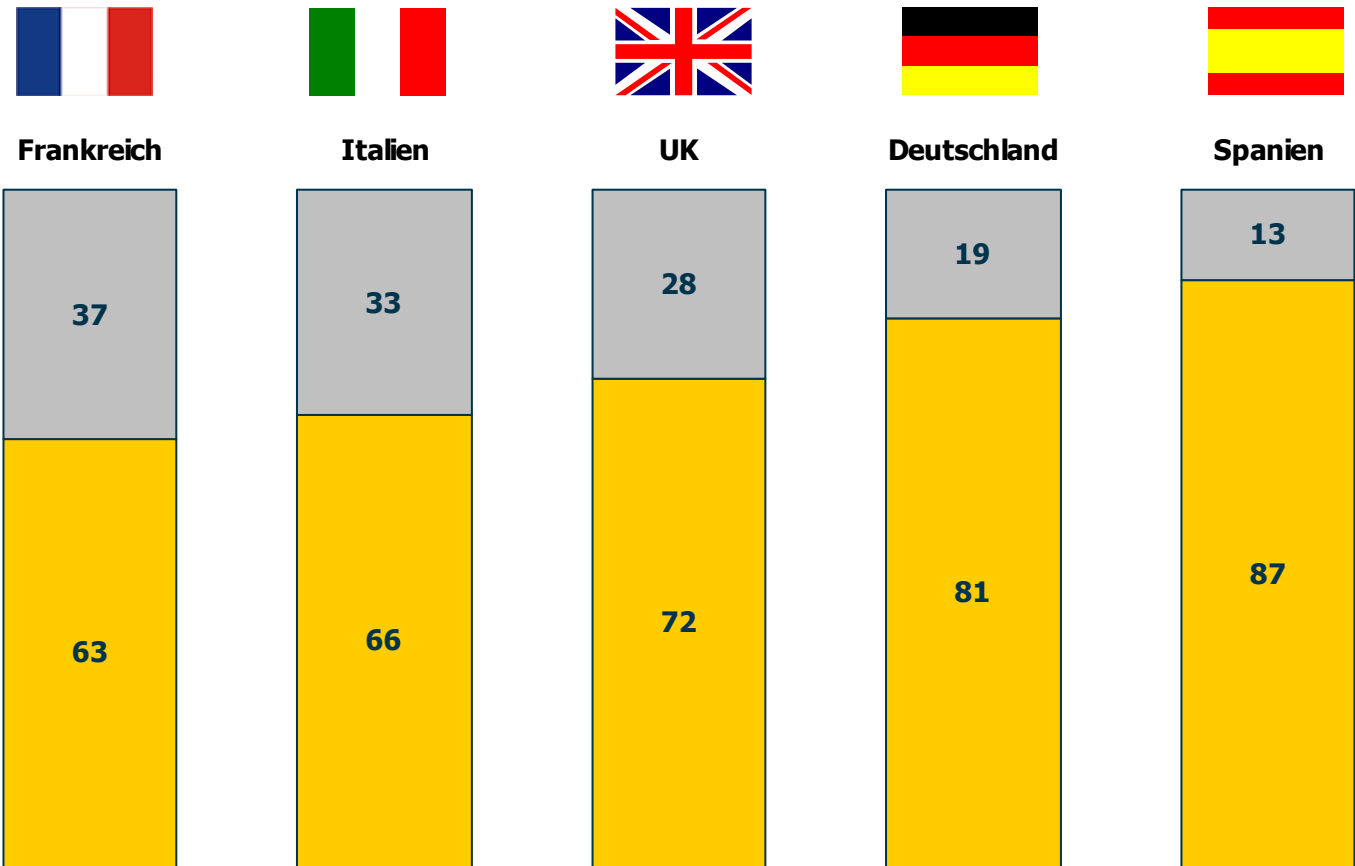
Basis: Besuche in %, FFA



## Analyse des deutschen Films

# Nationale Produktionen im europäischen Vergleich

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



■ jeweilige nationale Filme

■ international

## Analyse des deutschen Films Marktentwicklung

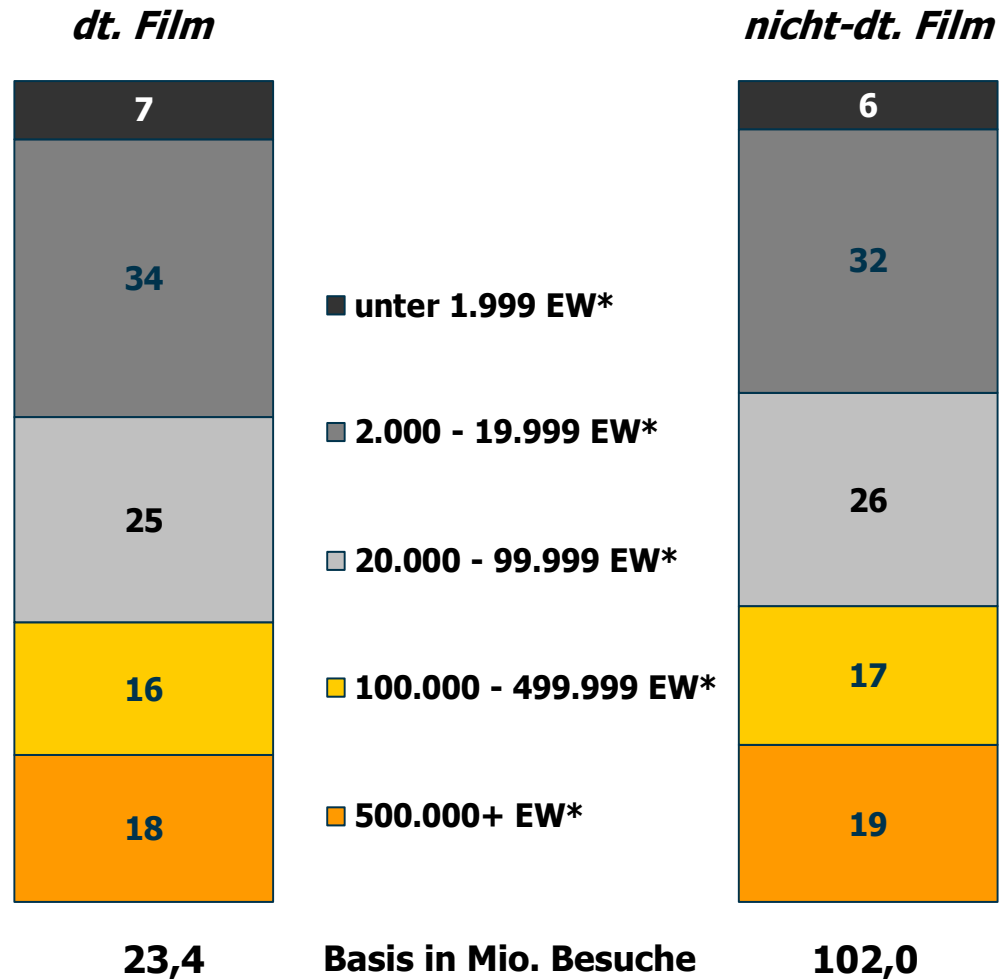
Basis: GfK-Panel

		2004	2005	2006	2007	07 vs. 06
<b>GESAMT</b>	Mio. Besuche	153	126	135	124	-8%
	Boxoffice in Mio. €	886	738	807	755	-6%
<b>deutsche Produktionen</b>	Mio. Besuche	38	22	34	25	-29%
	Boxoffice in Mio. €	220	124	203	143	-29%
<b>internationale Produktionen</b>	Mio. Besuche	114	104	100	99	-1%
	Boxoffice in Mio. €	666	614	604	612	1%

Analyse des deutschen Films

Besuche deutscher Filme - Ortgrößen

Basis: Besuche in %

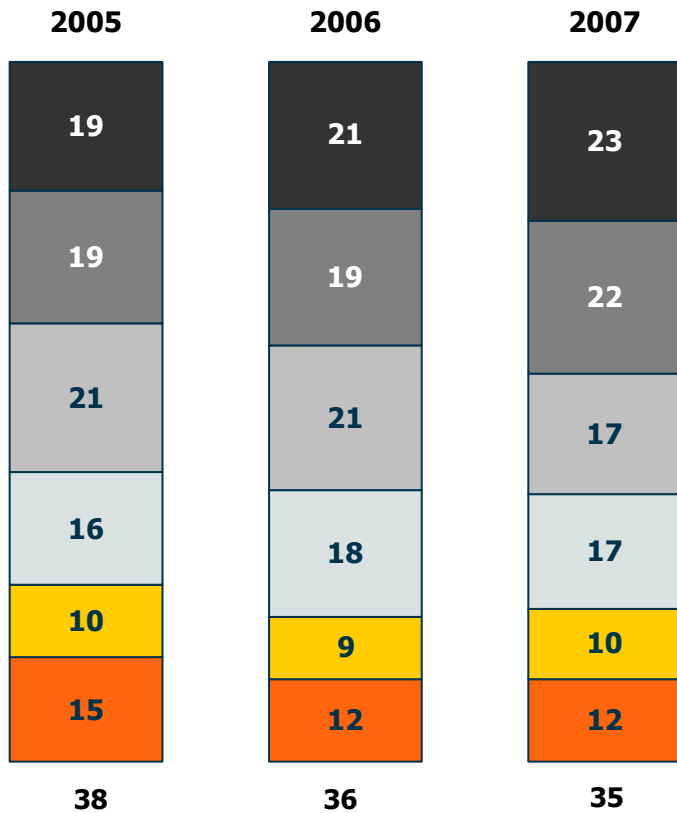


## Analyse des deutschen Films

# Besuche deutscher Filme - Alter im Zeitverlauf

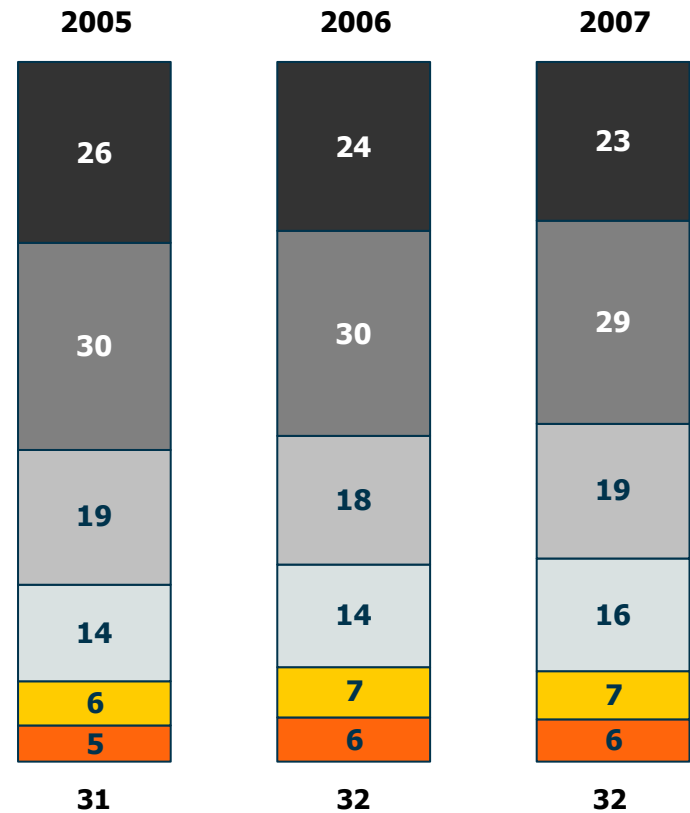
Basis: Besuche in %

### Deutsche Produktionen



### Internationale Produktionen

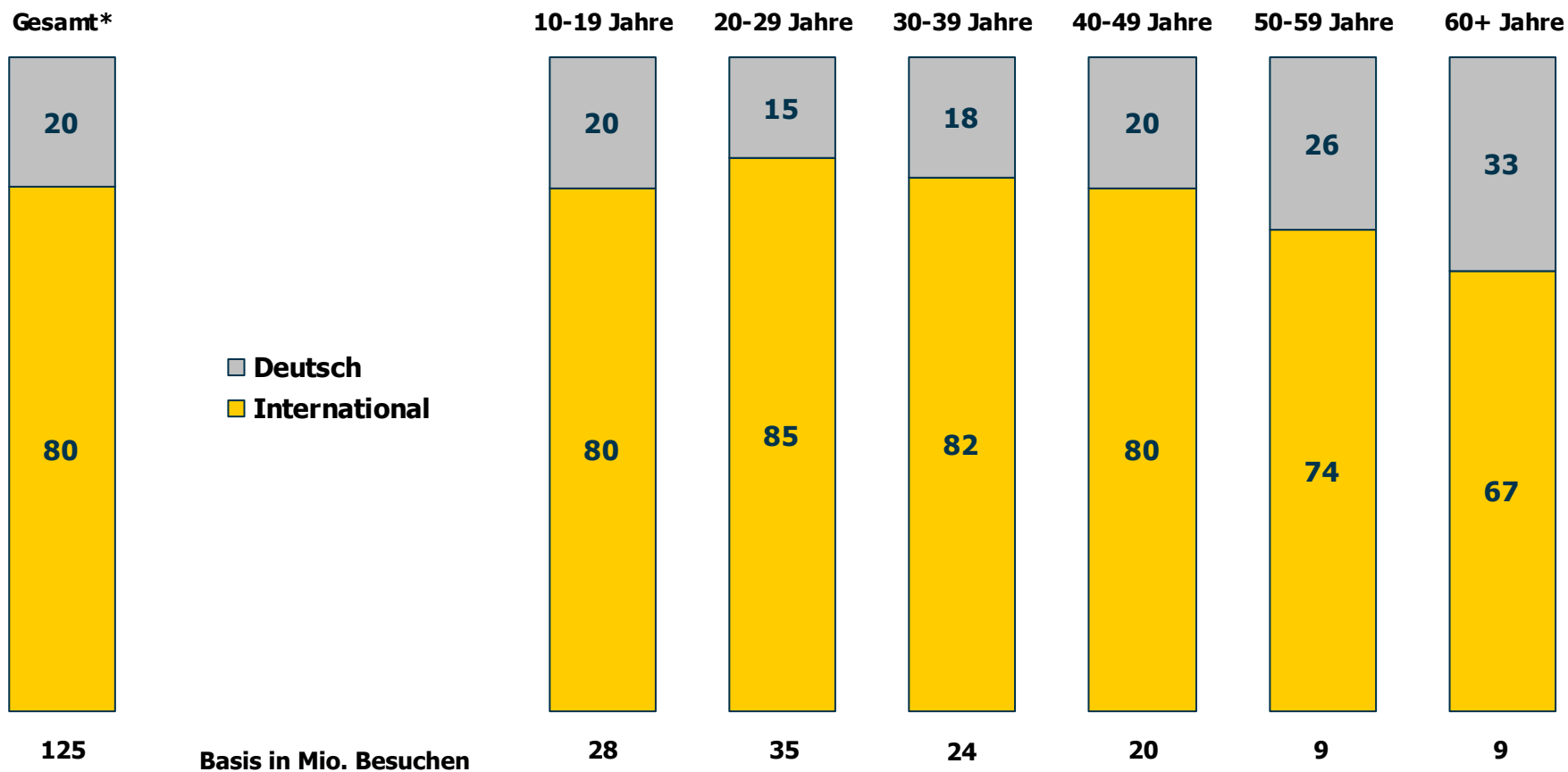
- 10 bis 19 Jahre
- 20 bis 29 Jahre
- 30 bis 39 Jahre
- 40 bis 49 Jahre
- 50 bis 59 Jahre
- 60+ Jahre





## Analyse des deutschen Films Alter der Besucher deutscher Filme 2007

Basis: Besuche in %

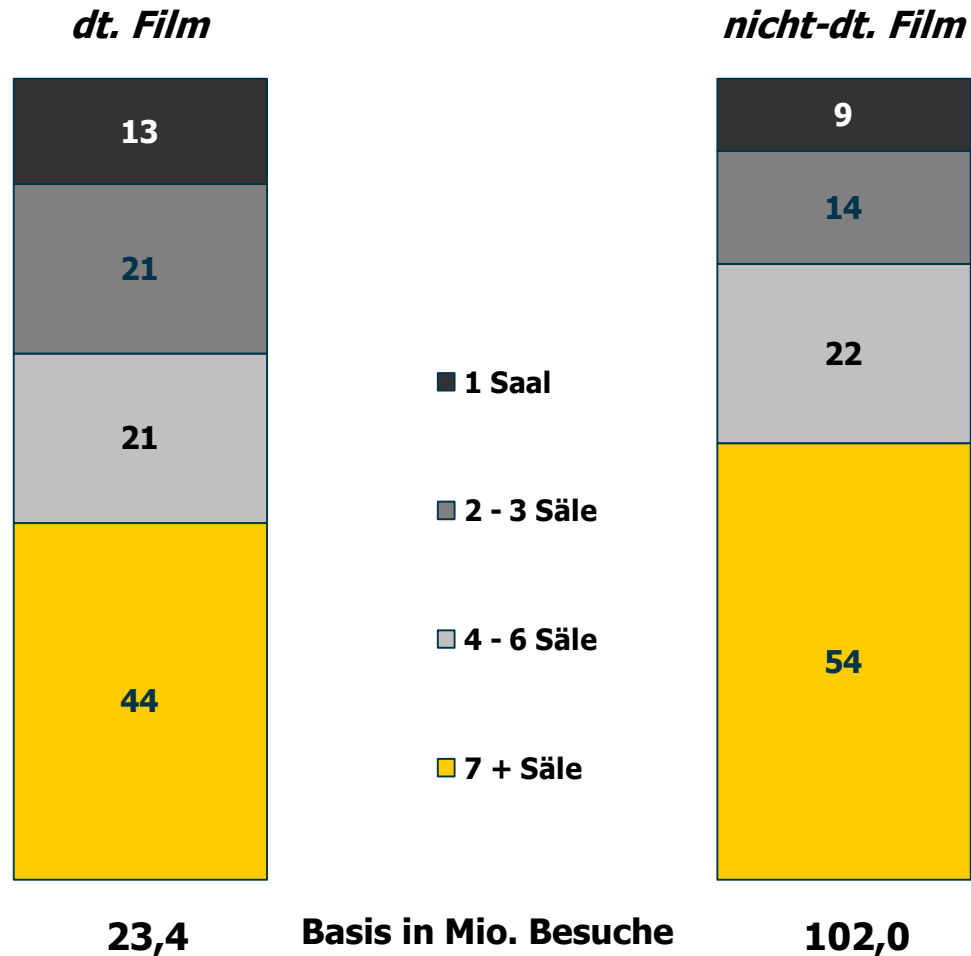


\* Marktanteile nach GfK-Panel

Analyse des deutschen Films

Besuche deutscher Filme - Anzahl der Säle

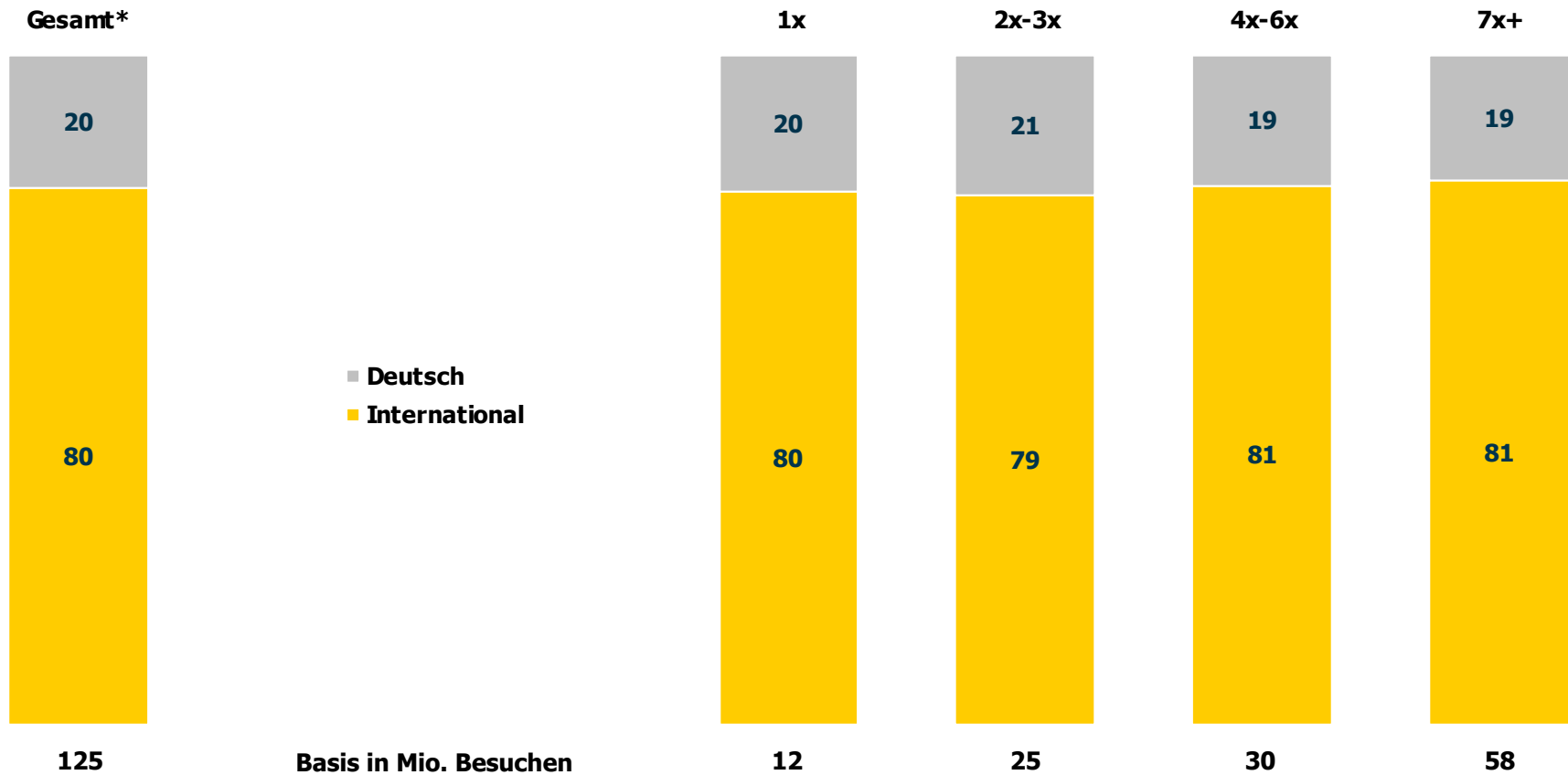
Basis: Besuche in %



*Analyse des deutschen Films*

**Besuche deutscher Filme - Besuchersintensität**

Basis: Besuche in %



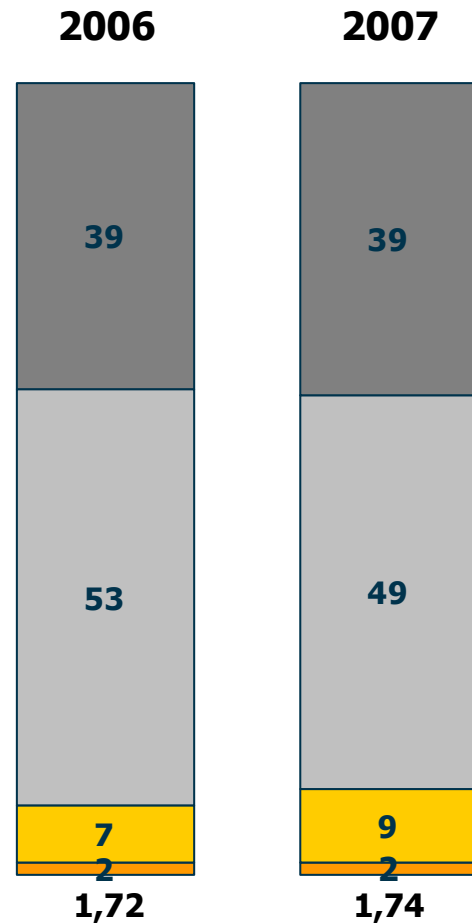
\* Marktanteil nach GfK-Panel

# Analyse des deutschen Films

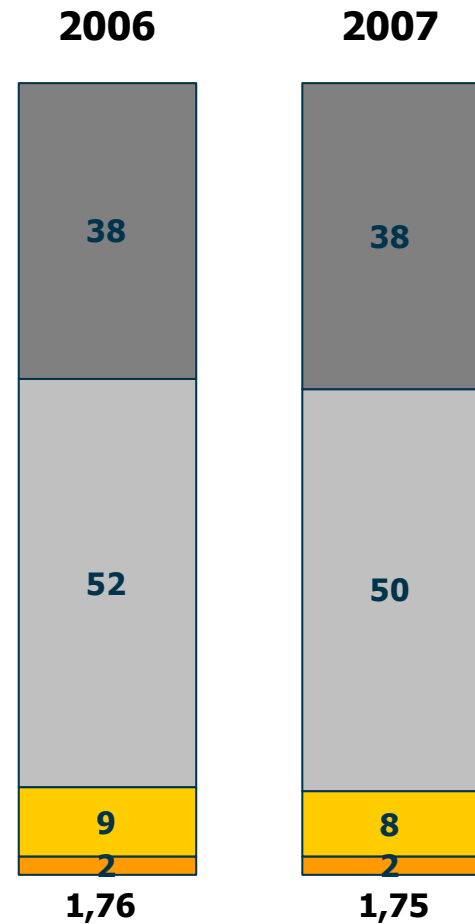
## Besuche deutscher Filme - Filmbewertung

Basis: Besuche in %

### Deutsche Produktion



### Restl. Produktion



- Note 1 (hervorragend)
- Note 2 (gut)
- Note 3 (weniger gut)
- Note 4 (nicht empfehlenswert)

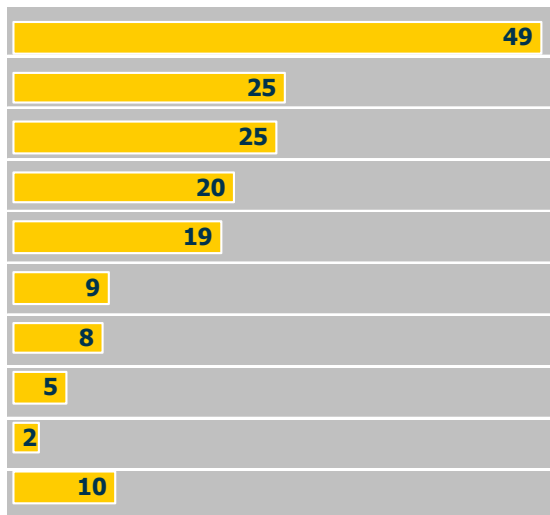
Ø Bewertung

*Analyse des deutschen Films*

**Besuche deutscher Filme - Grund des Filmbesuchs**

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)

Gesamt



Thema und Story
Mit anderen was unternehmen
Wunsch der Begleitperson(en)
Film ist eine Fortsetzung / Teil einer Serie
Schauspieler
Film ist aktuelles Gesprächsthema
Special Effects / Animation
Erreichbarkeit des Kinos
Film war ein Sneak Preview
Sonstiges

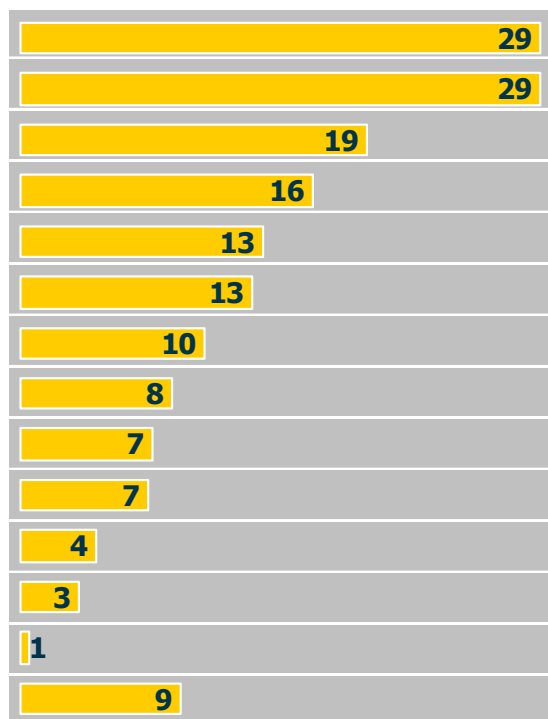
deutsche Produktion	internationale Produktion
50	49
26	25
27	24
8	23
22	19
13	8
2	10
6	5
3	2
12	9

*Analyse des deutschen Films*

**Besuche deutscher Filme - Sources of Awareness**

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)

<b>Gesamt</b>
---------------



Werbung im Fernsehen
Filmvorschau, Trailer im Kino
Empfehlung von Freunden/ Bekannten
Berichte, Kritiken in Zeitungen / Zeitschriften
Plakate/ Dekoration/ Werbung im Kino
Werbung, Berichte, Kritiken im Radio
Berichte, Kritiken im Fernsehen
Werbeanzeigen in Zeitungen/Zeitschriften
Kostenloses Kinoprogrammheft
Aussenwerbung (Plakate und Aehnliches)
Werbung im Internet
Berichte, Beitrage im Internet
Email-Werbung, Newsletter, SMS-Werbung
Andere Quellen

<b>deutsche Produktion</b>	<b>internationale Produktion</b>
--------------------------------	--------------------------------------

22	30
21	30
21	18
19	15
12	14
13	13
14	9
10	8
9	7
7	7
3	5
3	3
1	1
10	8

## Key Facts zur Analyse des deutschen Films

- **Deutsche Produktionen erreichten 2007 einen Marktanteil von 18,9 Prozent. Frankreich, Italien und UK konnten im Jahr 2007 Erfolgsquoten erreichen.**
- **Die geringeren Besucher- und Umsatzzahlen gingen in erster Linie zu Lasten deutscher Produktionen. Sie konnten 29 Prozent weniger Besucher als 2006 ins Kino locken.**
- **Das Interesse am deutschen Film steigt mit zunehmendem Alter. Ein Drittel der Besuche der Generation 60+ entfiel auf deutsche Produktionen.**
- **Das Durchschnittsalter der Besucher deutscher Filme liegt mit 35 Jahren etwas über dem Gesamtdurchschnitt von 32 Jahren, ist jedoch im Vergleich zu den Vorjahren leicht jünger.**
- **Deutsche Filme wurden 2007 unabhängig von der Besuchsintensität des Kinogängers geschaut.**
- **„Werbung im Fernsehen“ sowie „Filmvorschau/ Trailer“ bilden bei deutschen Filmen die wichtigste Aufmerksamkeitsquelle (21-22 Prozent), werden jedoch weniger wahrgenommen als die für internationale Produktionen (30 Prozent). Berichte und Kritiken in den Printmedien und TV spielen bei deutschen Produktionen eine größere Rolle als bei internationalen Filmen.**

## Inhalt

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2 Kinobesucher I - soziodemografisch und kinospezifisch
- 3 Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher II - filmspezifisch
- 5 Analyse des deutschen Films
- 6 Anhang



## Anhang

# Eintrittskarten nach Altersgruppen

### Entwicklung 1994 - 2007

Deutsche...	Mio. Eintrittskarten													
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
unter 10 Jahre	11,2	9,4	5,9	8,5	8,4	10,1	9,2	7,1	7,2	6,1	7,1	6,4	6,5	6,3
10 bis 15 Jahre	8,4	6,8	6,5	7,3	8,2	10,1	9,0	15,8	13,9	11,3	12,3	10,1	12,4	11,4
16 bis 19 Jahre	21,2	19,7	21,7	20,9	16,4	15,4	19,9	18,4	19,7	18,5	17,4	16,6	14,8	13,2
20 bis 24 Jahre	28,4	25,2	29,4	30,0	29,4	30,2	30,1	27,6	26,7	25,2	25,1	17,8	18,9	17,7
25 bis 29 Jahre	18,0	19,0	20,5	20,4	20,2	20,5	21,3	19,0	17,3	14,2	14,1	12,5	12,8	12,3
30 bis 39 Jahre	15,7	15,9	17,9	20,0	24,7	25,4	24,7	36,9	31,2	26,1	28,2	21,7	22,3	20,1
40 bis 49 Jahre	8,6	8,1	9,2	11,0	14,1	12,9	13,7	20,9	19,0	16,9	20,0	15,4	18,1	17,6
50 bis 59 Jahre	5,9	5,6	6,3	7,1	8,5	6,2	6,7	8,2	8,1	8,8	10,0	7,8	9,1	8,2
60 Jahre u. ä.	3,0	3,2	2,0	3,4	4,6	3,5	4,0	7,5	6,1	8,0	8,3	7,5	8,9	7,8
gesamt	120,4	112,9	119,4	128,6	134,5	134,3	138,6	161,4	149,1	135,2	142,7	115,7	123,8	114,6
nachrichtlich:														
Ausländer	12,4	11,6	13,6	14,6	14,3	14,6	13,9	16,3	14,8	13,8	14,0	11,6	12,9	10,8
Gesamtbevölk.	132,8	124,5	133,0	143,2	148,8	148,9	152,5	177,7	163,9	149,0	156,7	127,3	136,7	125,4

## Anhang

# Eintrittskarten nach Geschlecht

### Entwicklung 1994 - 2007

Deutsche ab 10 Jahren	Mio. Eintrittskarten													
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
männlich	53,3	52,1	58,2	62,0	64,1	62,2	66,4	84,1	73,1	66,3	66,1	53,1	55,1	52,5
weiblich	55,9	51,4	55,2	58,0	62,1	62,0	63,0	70,4	68,8	62,7	69,5	56,2	62,1	55,8
gesamt	109,2	103,5	113,4	120,1	126,2	124,2	129,4	154,5	141,9	129,1	135,6	109,3	117,2	108,3
nachrichtlich:														
dt. Kinder u. 10 J.	11,2	9,4	5,9	8,5	8,4	10,1	9,2	7,1	7,2	6,1	7,1	6,4	6,5	6,3
Ausländer	12,4	11,6	13,6	14,6	14,3	14,6	13,9	16,3	14,8	13,8	14,0	11,6	12,9	10,8
Gesamtbevölk.	132,8	124,5	132,9	143,1	148,9	149,0	152,5	177,9	163,9	149,0	156,7	127,3	136,7	125,4

## Anhang

# Eintrittskarten nach Ortgrößen

### Entwicklung 1994 - 2007

Deutsche ab 10 J. in Orten mit ...	Mio. Eintrittskarten													
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
unter 20 Tsd. Einw.	38,8	36,7	40,3	42,1	44,1	40,8	44,8	60,2	56,8	50,0	51,8	44,0	48,6	42,0
20 bis 100 Tsd. Einw.	28,2	26,7	28,8	31,8	30,4	29,2	30,8	37,0	32,2	30,5	34,6	28,3	30,6	27,5
100 bis 500 Tsd. Einw.	22,7	21,6	24,6	26,2	28,8	29,2	27,9	29,4	27,0	24,1	24,2	20,0	20,7	18,5
mind. 500 Tsd. Einw.	19,4	18,5	19,7	20,0	22,9	25,0	25,9	27,8	25,9	24,5	25,0	23,4	23,9	20,3
gesamt	109,2	103,5	113,4	120,1	126,2	124,2	129,4	154,4	141,9	129,1	135,6	115,7	123,8	108,3
nachrichtlich:														
dt. Kinder u. 10 J.	11,2	9,4	5,9	8,5	8,4	10,1	9,2	7,1	7,2	6,1	7,1	6,4	6,5	6,3
Ausländer	12,4	11,6	13,6	14,6	14,3	14,6	13,9	16,3	14,8	13,8	14,0	11,6	12,9	10,8
Gesamtbevölk.	132,8	124,5	132,9	143,1	148,9	149,0	152,5	177,9	163,9	149,0	156,7	127,3	136,7	125,4

## Anhang

# Eintrittskarten nach Berufsgruppen

### Entwicklung 1994 - 2007

	Mio. Eintrittskarten													
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<b>Deutsche</b>														
<b>Kinder unter 10 J.</b>	11,2	9,4	5,9	8,5	8,4	10,1	9,2	7,1	7,2	6,1	7,1	6,4	6,5	6,3
<b>Schüler, Studenten</b>	45,6	43,8	43,1	48,5	43,2	41,4	42,7	46,4	43,9	38,1	40,6	36,9	35,9	32,9
<b>Lehrlinge</b>	12,6	11,2	12,2	11,5	7,9	8,1	11,0	8,4	7,9	6,7	7,9	8,6	7,3	7,8
<b>Arbeiter</b>	5,8	5,3	7,7	7,1	9,3	9,1	9,4	14,7	11,8	8,9	8,9	6,9	7,5	7,7
<b>Angestellte</b>	24,8	24,7	28,7	29,1	38,4	40,9	43,5	53,0	50,4	46,8	48,3	38,9	40,1	36,9
<b>Beamte</b>	6,6	6,0	7,7	7,0	7,9	6,5	6,8	9,7	8,5	7,5	8,0	6,0	6,0	6,0
<b>Selbstständige</b>	1,6	1,8	2,5	2,3	4,0	3,1	2,8	4,8	4,2	4,0	4,2	4,5	4,5	3,7
<b>Hausfrauen</b>	5,1	3,9	4,5	6,3	6,3	5,2	5,0	5,2	4,1	4,2	3,2	2,7	3,3	2,4
<b>Rentner usw.</b>	6,9	6,7	7,0	8,4	9,2	10,0	8,1	12,4	11,2	12,7	14,5	11,2	12,7	10,9
<b>gesamt</b>	120,4	112,9	119,3	128,5	134,6	134,4	138,6	161,6	149,1	135,2	142,7	115,7	123,8	114,6
<b>nachrichtlich:</b>														
<b>Ausländer</b>	12,4	11,6	13,6	14,6	14,3	14,6	13,9	16,3	14,8	13,8	14,0	11,6	12,9	10,8
<b>Gesamtbevölk.</b>	132,8	124,5	132,9	143,1	148,9	149,0	152,5	177,9	163,9	149,0	156,7	127,3	136,7	125,4

## Anhang

# Eintrittskarten nach Haushaltsgröße

### Entwicklung 1994 - 2007

Deutsche ab 10 J. in Haushalten mit...	Mio. Eintrittskarten													
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<b>1 Person</b>	26,9	25,4	29,5	30,9	32,3	33,9	33,8	35,2	31,1	27,8	31,4	28,0	26,5	23,7
<b>2 Personen</b>	13,6	15,9	19,4	21,5	24,0	25,8	24,0	31,6	29,3	29,2	30,8	24,8	27,2	24,5
<b>3 Personen</b>	25,2	22,5	24,2	25,2	25,5	22,6	25,4	30,6	28,3	26,0	28,1	23,3	26,1	23,6
<b>4 Personen</b>	31,0	28,8	29,6	31,1	32,3	31,2	34,2	42,9	39,8	35,8	32,8	30,1	33,5	27,5
<b>5 Personen u.m.</b>	12,5	10,8	10,7	11,4	12,1	10,8	12,0	14,2	13,5	10,2	12,5	9,6	10,4	9,0
<b>gesamt</b>	109,2	103,5	113,4	120,1	126,2	124,2	129,4	154,5	141,9	129,1	135,6	115,7	123,8	108,3
<b>nachrichtlich:</b>														
<b>dt. Kinder unter 10 J.</b>	11,2	9,4	5,9	8,5	8,4	10,1	9,2	7,1	7,2	6,1	7,1	6,4	6,5	6,3
<b>Ausländer</b>	12,4	11,6	13,6	14,6	14,3	14,6	13,9	16,3	14,8	13,8	14,0	11,6	12,9	10,8
<b>Gesamtbevölk.</b>	132,8	124,5	132,9	143,1	148,9	149,0	152,5	177,9	163,9	149,0	156,7	127,3	136,7	125,4

## Anhang Eintrittskarten nach Haushaltsnettoeinkommen

### Entwicklung 1994 - 2007

Deutsche ab 10 J. in Haushalten mit...	Mio. Eintrittskarten													
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
unter 750 €	15,5	14,3	15,6	17,9	15,7	13,1	12,0	11,4	7,0	6,5	7,2	6,4	6,4	5,7
750 bis 1499 €	23,9	22,0	26,5	26,4	29,8	28,5	30,4	29,7	22,0	20,8	24,5	19,8	21,0	18,3
1500 bis 2249 €	32,6	32,0	33,7	36,0	37,9	37,2	37,2	45,0	36,6	33,0	33,8	29,0	31,1	28,2
2250 €u.m.*	37,1	35,2	37,6	39,8	42,8	45,5	49,7	68,3	76,4	68,7	70,0	54,1	65,2	56,1
gesamt	109,1	103,5	113,4	120,1	126,2	124,3	129,3	154,4	141,9	129,1	135,6	109,3	123,8	108,3
nachrichtlich:														
dt. Kinder unter 10 J.	11,2	9,4	5,9	8,5	8,4	10,1	9,2	7,1	7,2	6,1	7,1	6,4	6,5	6,3
Ausländer	12,4	11,6	13,6	14,6	14,3	14,6	13,9	16,3	14,8	13,8	14,0	11,6	12,9	10,8
Gesamtbevölk.	132,8	124,5	132,9	143,1	148,9	149,0	152,5	177,9	163,9	149,0	156,7	127,3	136,7	125,4

**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)**