

Kinobesucher 2013

Strukturen und Entwicklungen
auf Basis des GfK Panels

Vorwort

Seit mittlerweile 22 Jahren veröffentlicht die FFA ihre Studien über die Struktur des Kinobesuchs und die Entwicklung im Besucherverhalten. Seit 2004 werden die Zahlen in Form einer Präsentation herausgegeben. Diese stützt sich auf das Individualpanel Media*Scope der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), dessen Ergebnisse die FFA im Hinblick auf die filmwirtschaftlichen Daten ausschließlich erworben hat.

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

2012 wurde Media*Scope methodisch überarbeitet und alle Daten ab 2007 rückwirkend neu berechnet. Aus diesem Grunde kann es zu geringfügigen Abweichungen mit den Werten vorangegangener Publikationen kommen.

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

Die Aufbereitung der filmspezifischen Informationen mit Mehrfachnennungen (Aufmerksamkeitsquellen und Besuchsgrund) wurde Ende 2015 von der GfK überarbeitet und die Daten rückwirkend für alle Altstudien ab 2012 angepasst. Aufgrund dessen kann es zu Abweichungen mit den Werten vorheriger Auflagen kommen.

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

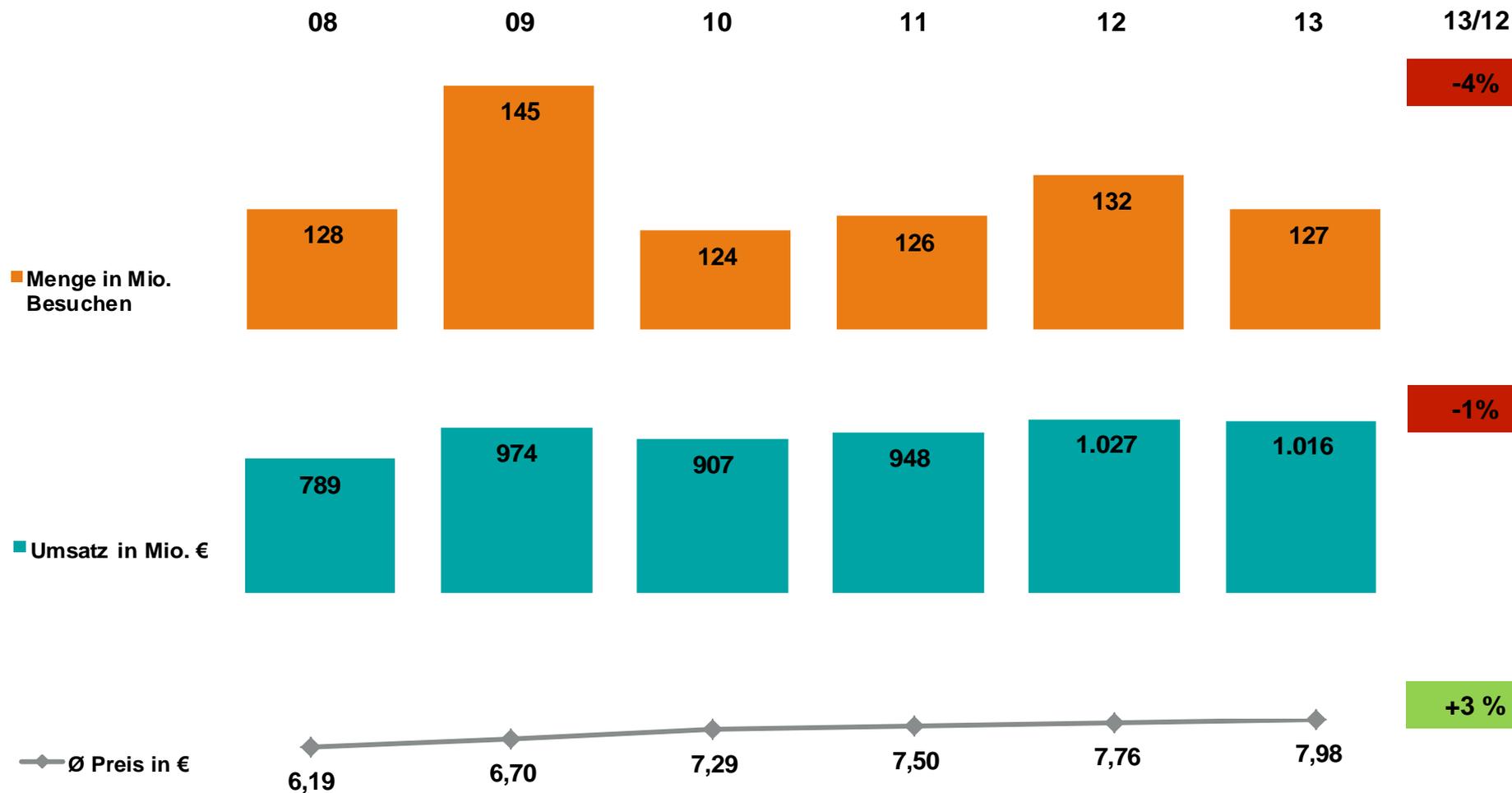
Inhalt

- 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

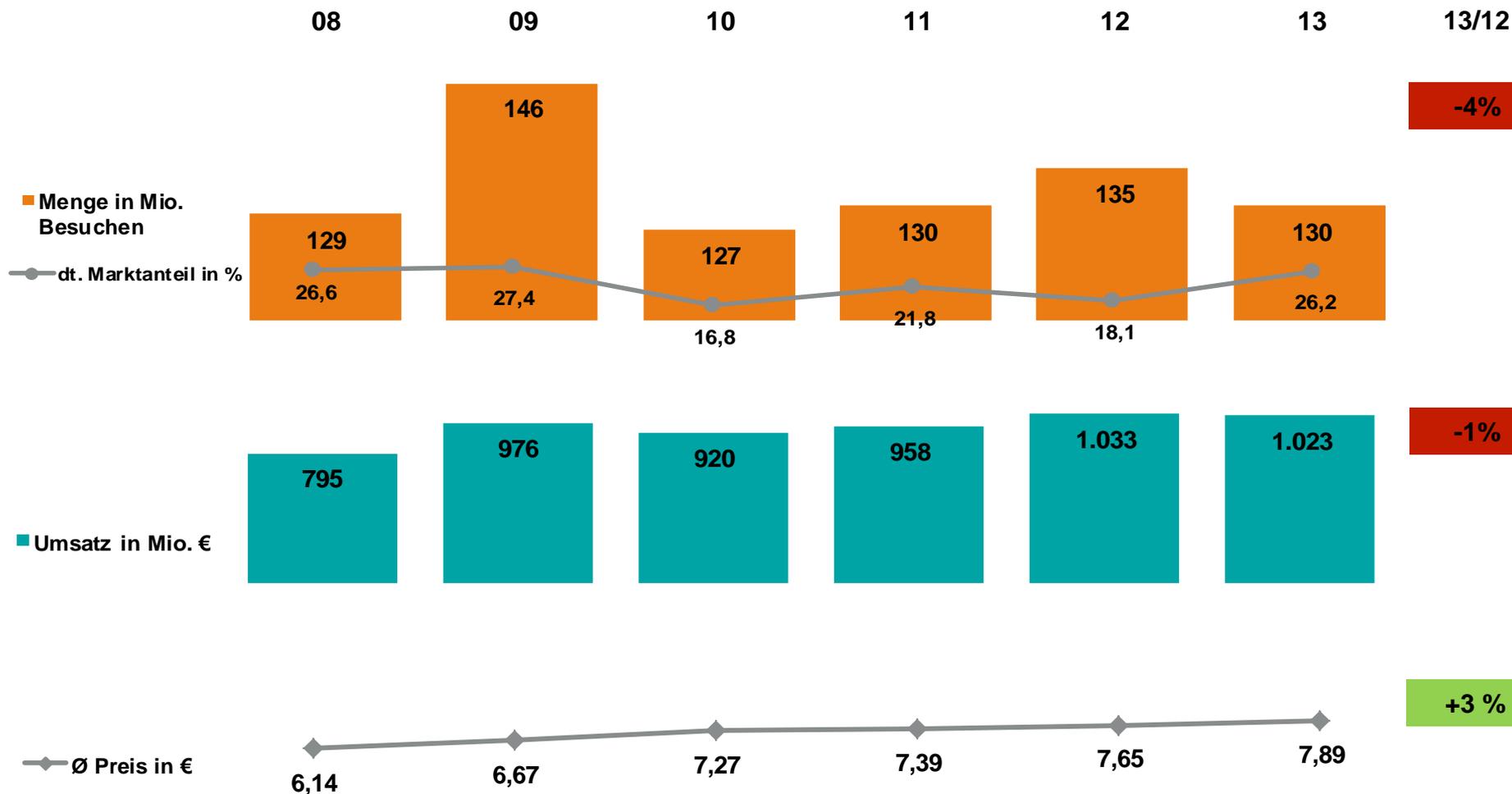
Basis: GfK-Panel



Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

Besucher und Umsatz

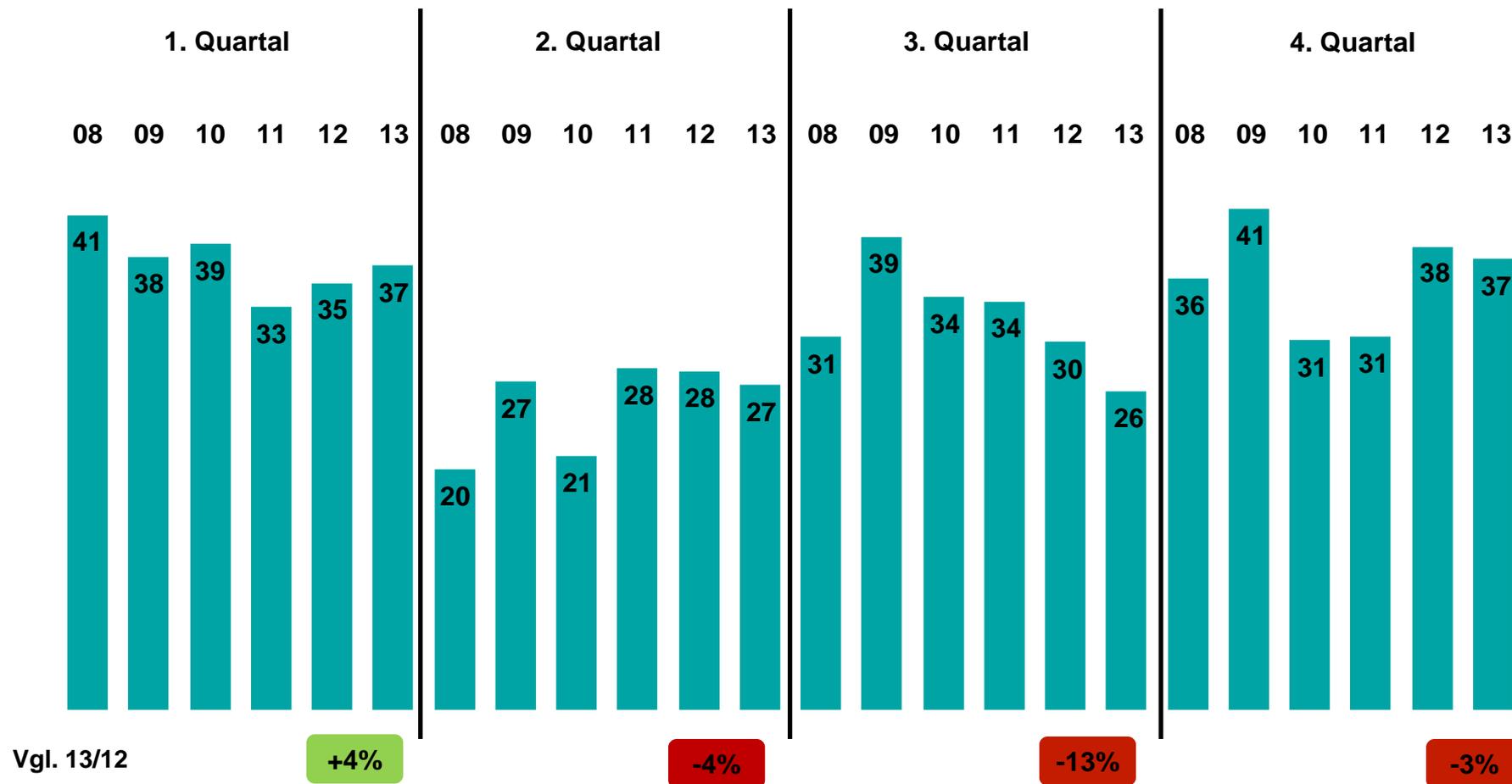
Basis: Meldungen der Filmtheater, FFA



Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

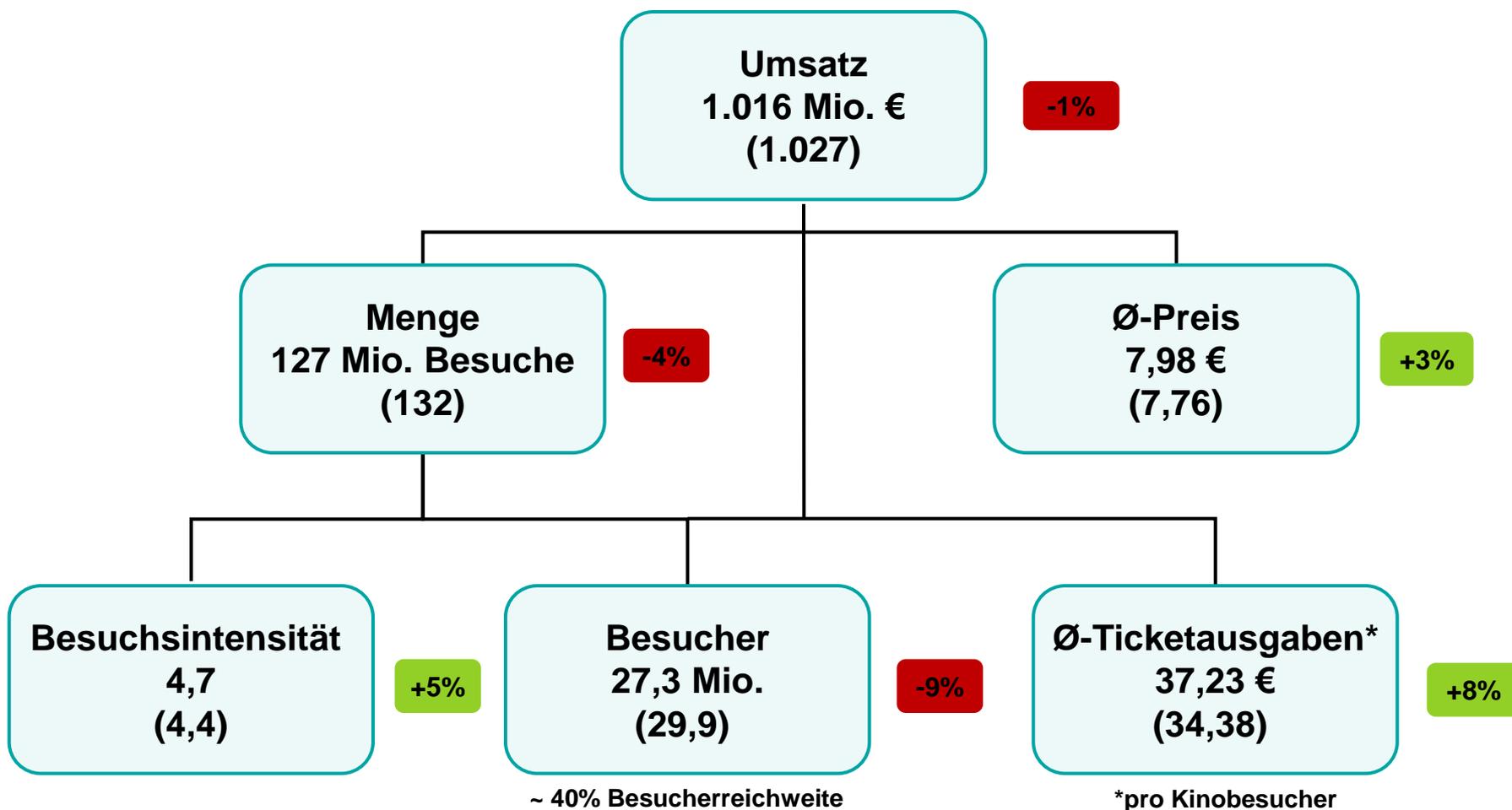
Saisonalität

Basis: Besuche in Mio., GfK-Panel



Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts Key Facts zum Kinomarkt 2013 (2012)

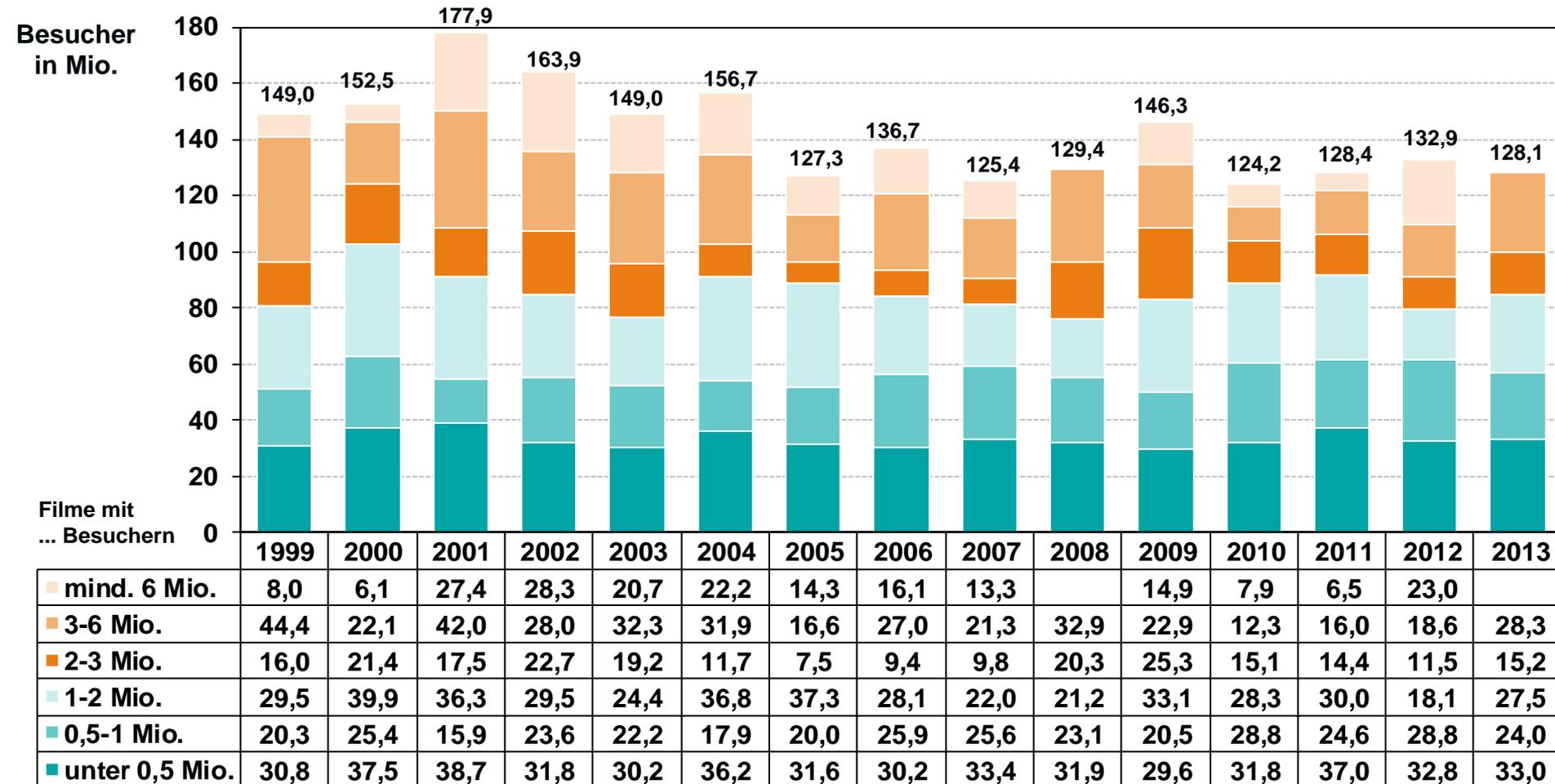
Basis: GfK-Panel



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	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Durchschnitt 1999-2013
mind. 6 Mio	1	1	3	4	3	3	2	2	2	-	2	1	1	3	-	2
3 bis unter 6 Mio.	11	6	10	6	8	8	4	6	5	8	6	3	4	5	7	6
2 bis unter 3 Mio.	7	9	7	10	8	5	3	4	4	8	11	6	6	5	6	7
1 bis unter 2 Mio.	21	27	26	21	17	26	29	21	15	15	25	21	21	15	21	21
Summe	40	43	46	41	36	42	38	33	26	31	44	31	32	28	34	36
nachrichtlich: 0,5 bis unter 1 Mio.	30	37	22	32	32	26	29	34	36	31	30	41	36	43	36	33

- Gut jedes vierte Kinoticket (28%) wurde im Jahr 2013 für einen TOP 10-Film erworben. Die Zahl der Filme mit 1 bis 6 Mio. Besuchern stieg 2013 wieder auf 34, lag damit jedoch noch knapp unter dem Durchschnitt der letzten 15 Jahre.
- Die 34 Besuchermillionäre stellten mit 71,0 Mio. Besuchen gut die Hälfte (55%) des gesamten Besucheraufkommens. Im Vorjahr machten die Besuchermillionäre 54% der Kinobesuche aus.
- Mit *Fack Ju Göhte*, *Kokowääh 2* und *Schlussmacher* befanden sich 2013 drei deutsche Filme unter den TOP 20. 2012 war es nur eine deutsche Produktion.
- Unter den 34 Filmen, die in 2013 mindestens 1 Million Besucher verzeichneten, befanden sich sieben deutsche Filmproduktionen. 2012 waren es vier Produktionen.

Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

Key Facts Ausgaben

Basis: FFA und GfK-Panel

Durchschnittliche Ausgaben im Kino

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	13/12
durchschnittlicher Eintrittspreis je Kinobesucher lt. FFA:	6,14 €	6,67 €	7,27 €	7,39 €	7,65 €	7,89 €	3,1%
durchschnittlicher Eintrittspreis je Kinobesucher lt. GfK*:	6,19 €	6,70 €	7,29 €	7,50 €	7,76 €	7,98 €	2,8%
durchschnittliche Ausgaben je Kinobesuch für Verzehr lt. GfK*:	2,70 €	2,86 €	3,12 €	3,54 €	3,41 €	3,60 €	5,6%
durchschnittliche Gesamtausgaben je Kinobesuch lt. GfK*:	8,89 €	9,53 €	10,42 €	11,08 €	11,17 €	11,58 €	3,7%

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

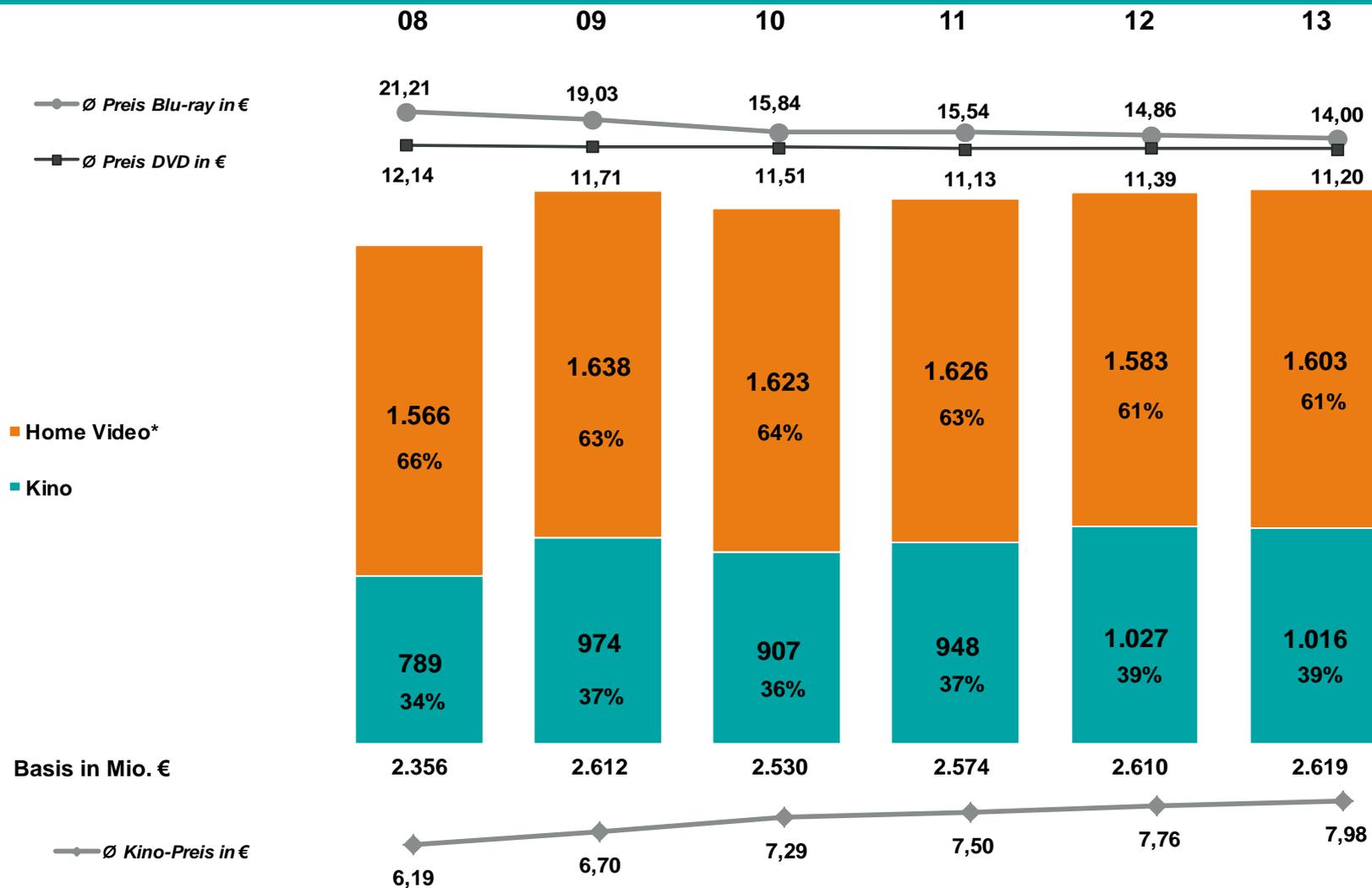
Anhand der Besucher- und Umsatzmeldungen der Filmtheater an die FFA ließ sich für das Jahr 2013 ein durchschnittlicher Eintrittspreis von 7,89 € errechnen.

Der von der GfK ermittelte Eintrittspreis lag mit 7,98 € erneut geringfügig höher, da hier u. a. Kinder unter 10 Jahren, die meist Preisermäßigungen erhalten, nicht berücksichtigt wurden. Im Jahr 2013 verzehrten 55% aller Besucher im Kino Getränke, Popcorn & Co. Die durchschnittlichen Ausgaben für den Verzehr pro Käufer lagen in 2013 bei 6,56 €.

Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

Kino vs. Home Video*

Basis: Umsatz in Mio. €

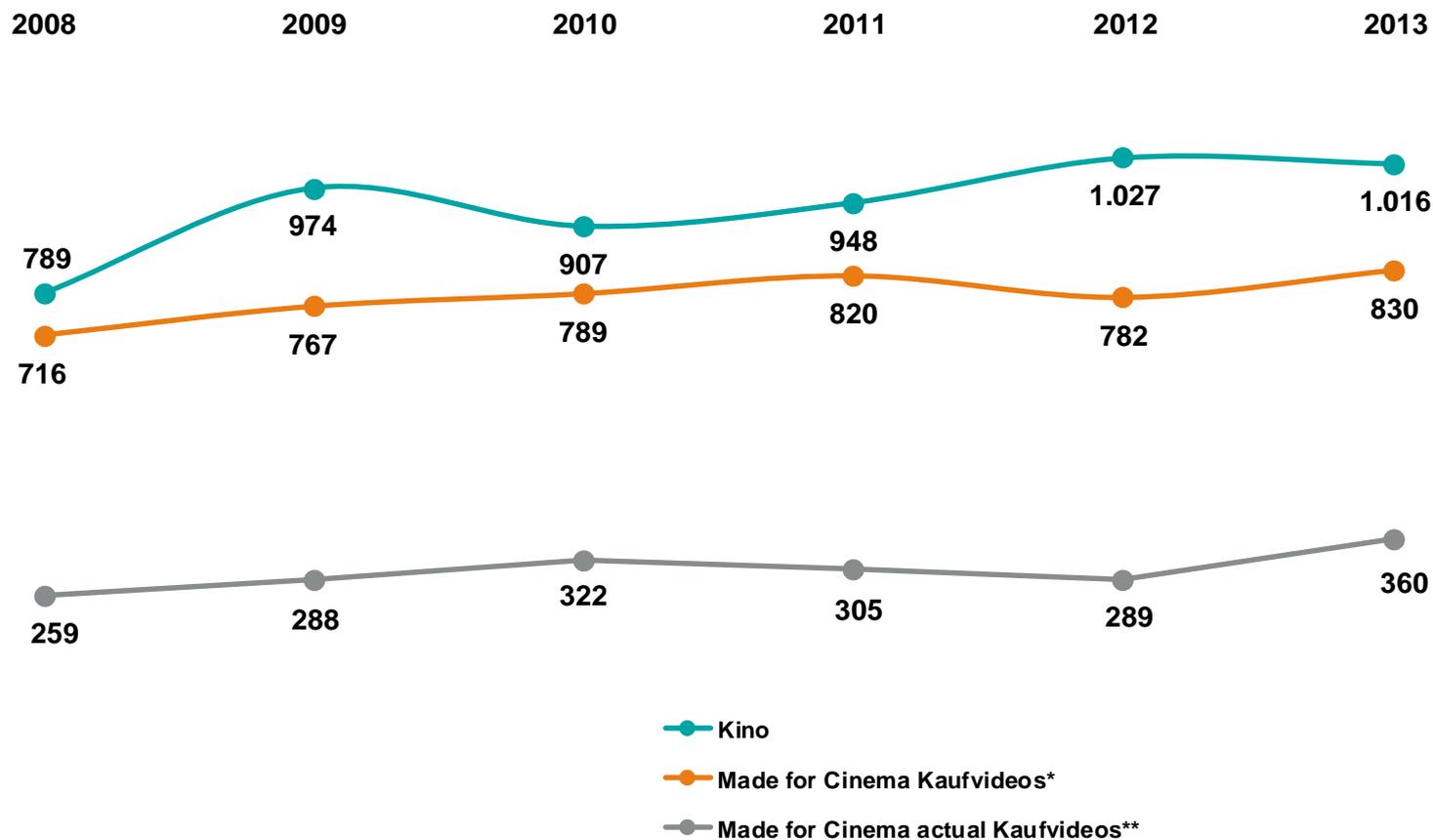


* physischer Videokauf- und Videoleihmarkt inkl. DVD, Blu-ray und VHS (ohne digital)

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

- 2013 gingen 4% weniger Besucher in die Kinos als 2012. Der Umsatz durch Kinotickete Erlöse nahm um 1% ab. Dennoch erzielte der Kinomarkt laut GfK mit rund 1.016 Mio. € das zweitstärkste Ergebnis seit Datenerhebung.
- Der durchschnittliche Eintrittspreis für einen Kinobesuch lag bei 7,98 €.
- Die Kinobesucher waren auch in 2013 affin für Blockbuster. 34 Filme erreichten mehr als 1 Million Besucher. Sieben deutsche Produktionen waren 2013 Besuchermillionäre.
- Erfolgreichster Film war mit 5,6 Mio. Besuchern die deutsche Produktion *Fack Ju Göhte*.
- Unter den TOP 10 des Jahres 2013 befanden sich drei 3D-Filme: *Der Hobbit: Smaugs Einöde*, *Ich – Einfach unverbesserlich 2* und *Die Eiskönigin – Völlig unverfroren*.

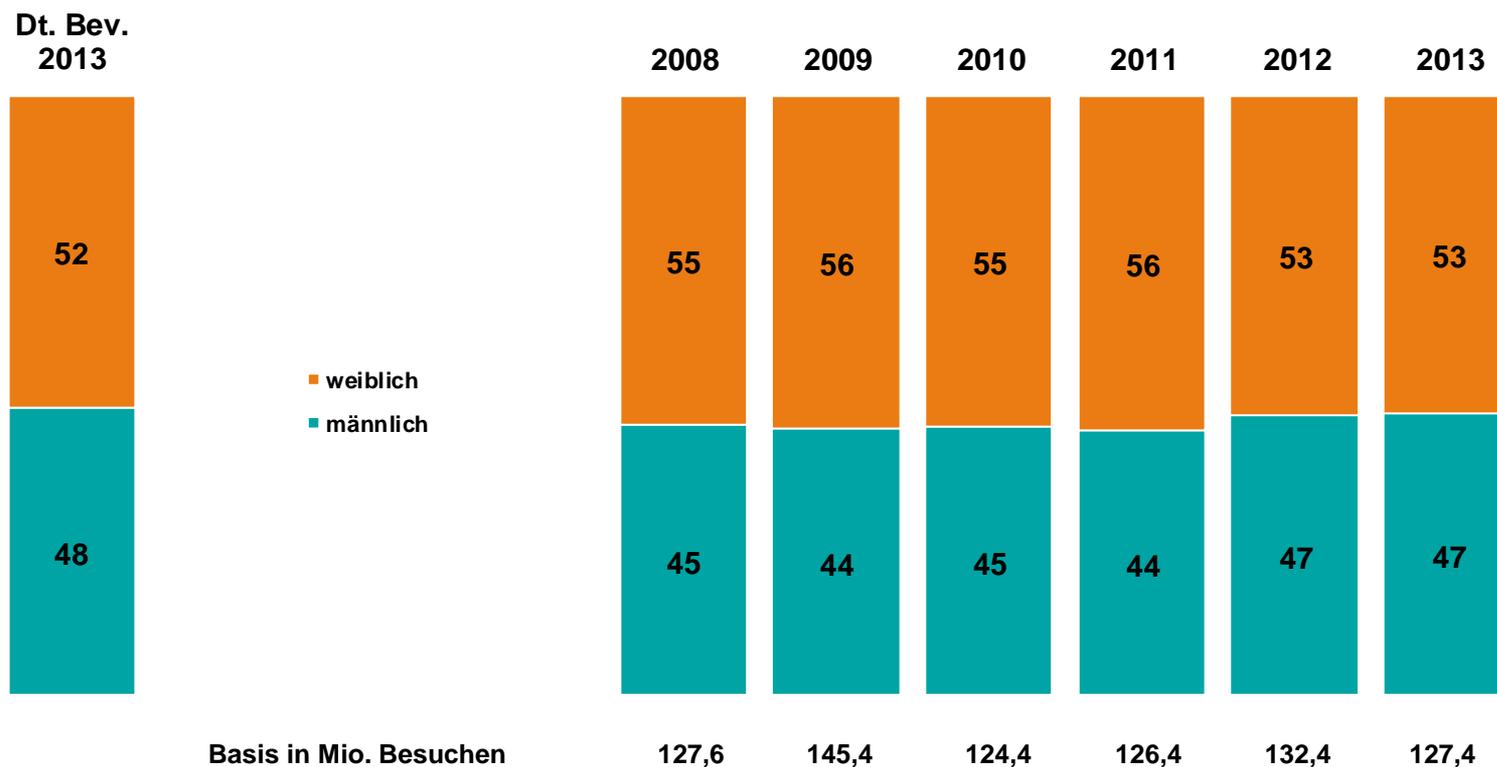
Inhalt

- 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

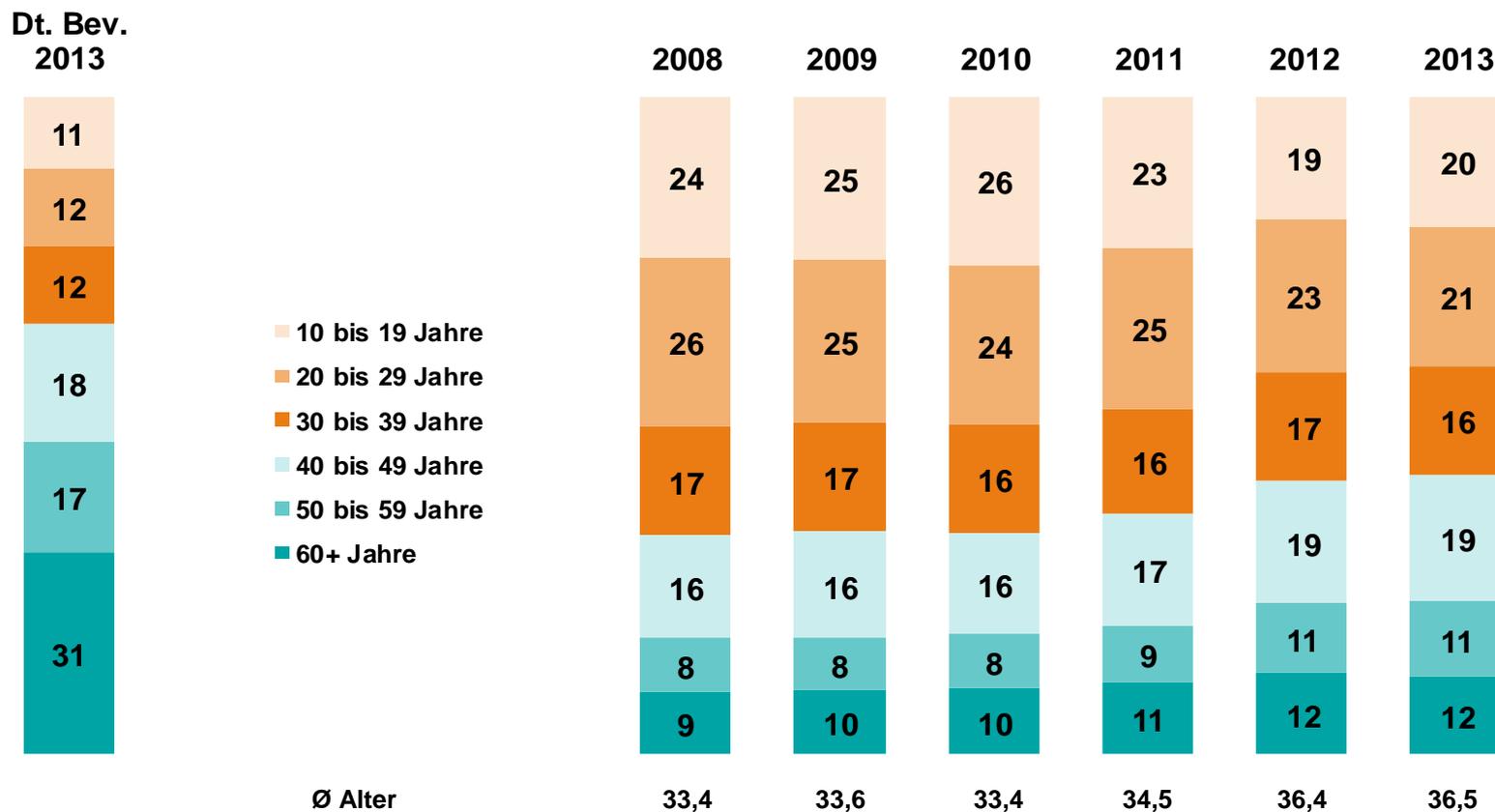
Basis: Besuche in %



Im Jahr 2013 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 sank 2013 auf 41%. Das Durchschnittsalter des Kinobesuchers stieg abermals leicht an und lag bei 36,5 Jahren.

Kinobesucher I

Gewinne und Verluste – Alter und Geschlecht

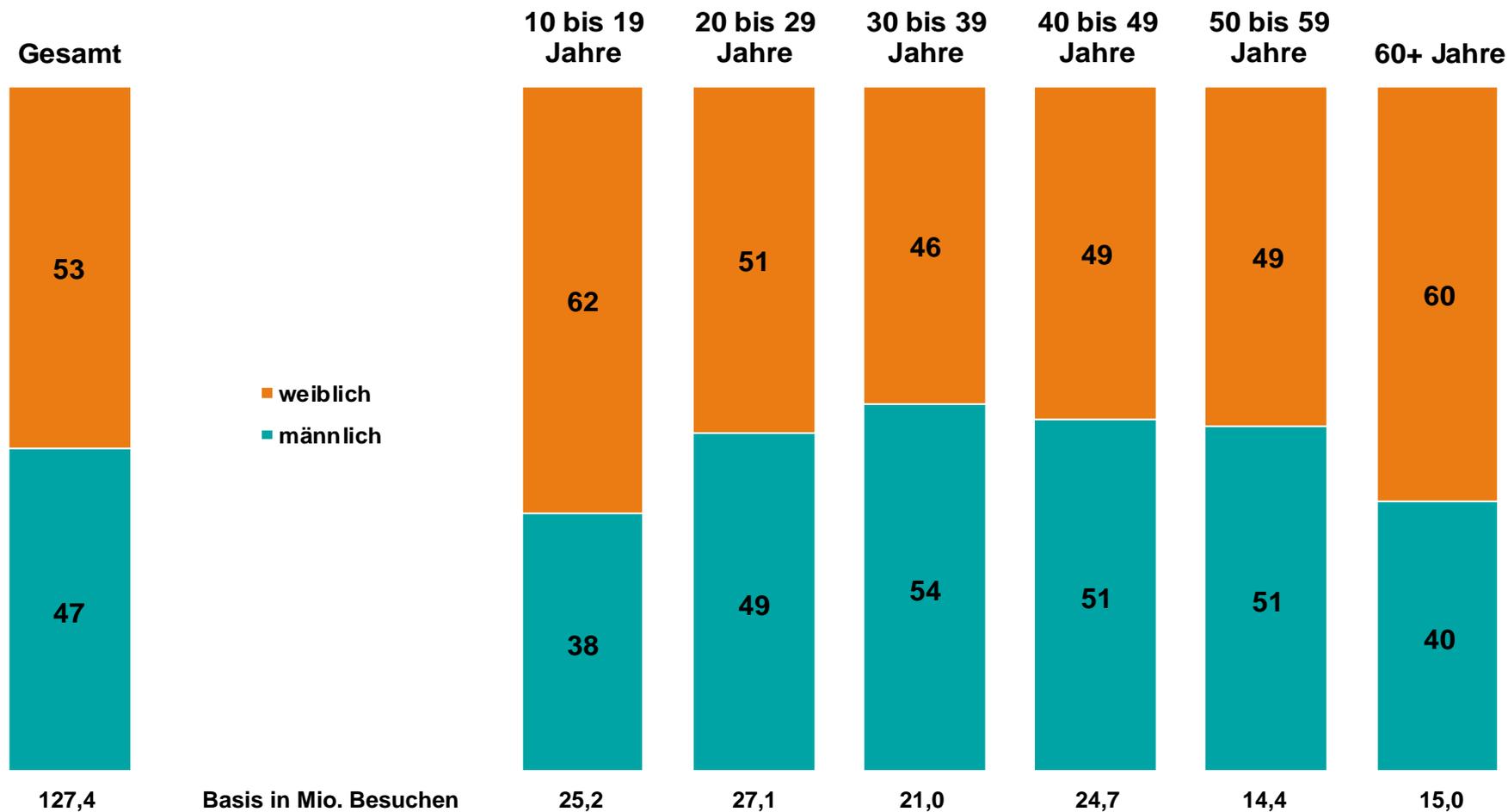
Basis: Besuche in Mio.

	Veränderung 2013 vs. 2012	Mio. Besuche	
		2012	2013
Total	-4%	132,4	127,4
weiblich	-5%	70,6	67,4
männlich	-3%	61,8	60,1
10 bis 19 Jahre	3%	24,5	25,2
20 bis 29 Jahre	-12%	30,9	27,1
30 bis 39 Jahre	-5%	22,0	21,0
40 bis 49 Jahre	0%	24,7	24,7
50 bis 59 Jahre	3%	14,0	14,4
60+ Jahre	-7%	16,2	15,0

Kinobesucher I

Alter der Besucher – Geschlecht

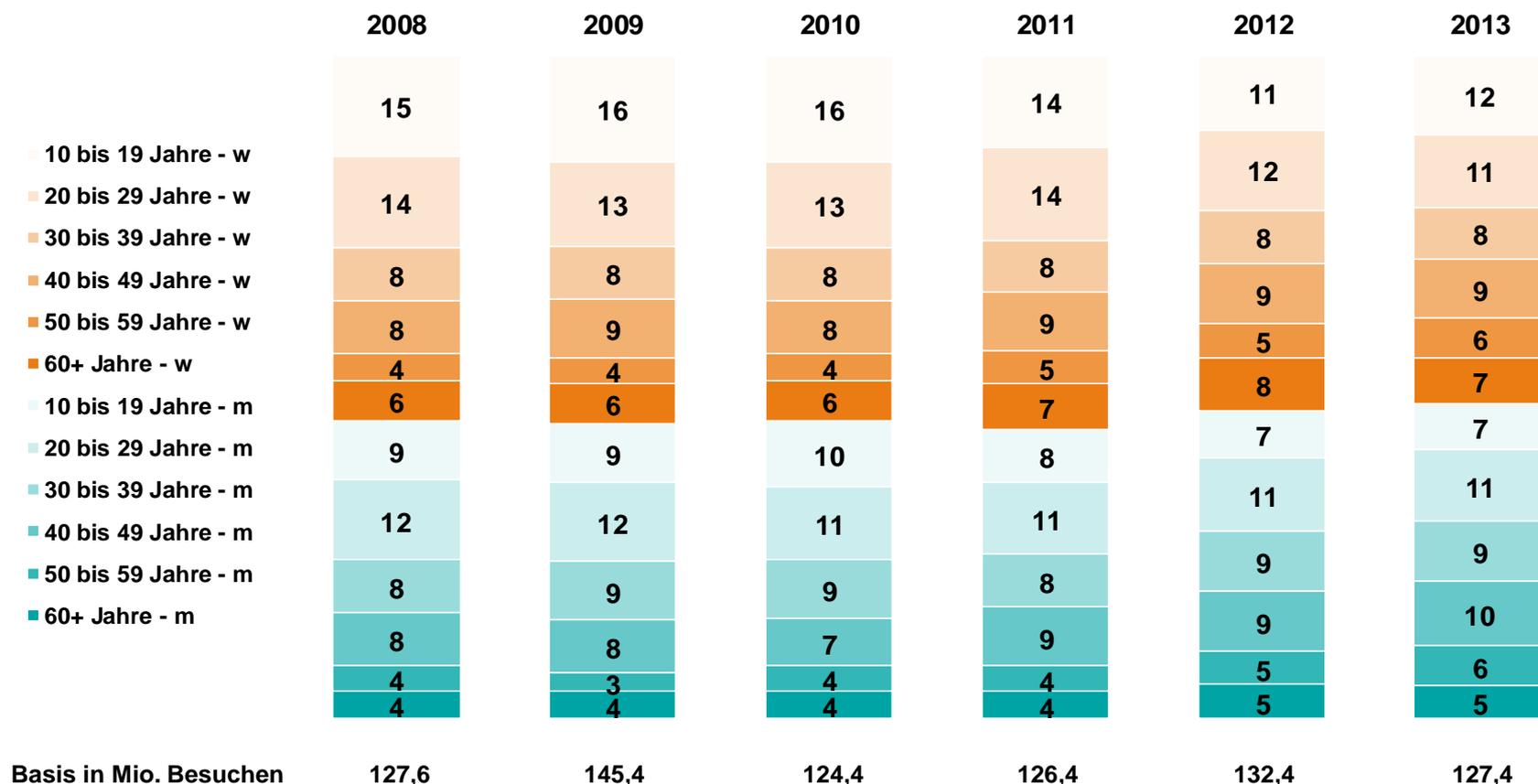
Basis: Besuche in %



Kinobesucher I

Alter der Besucher nach Geschlecht im Zeitverlauf

Basis: Besuche in %

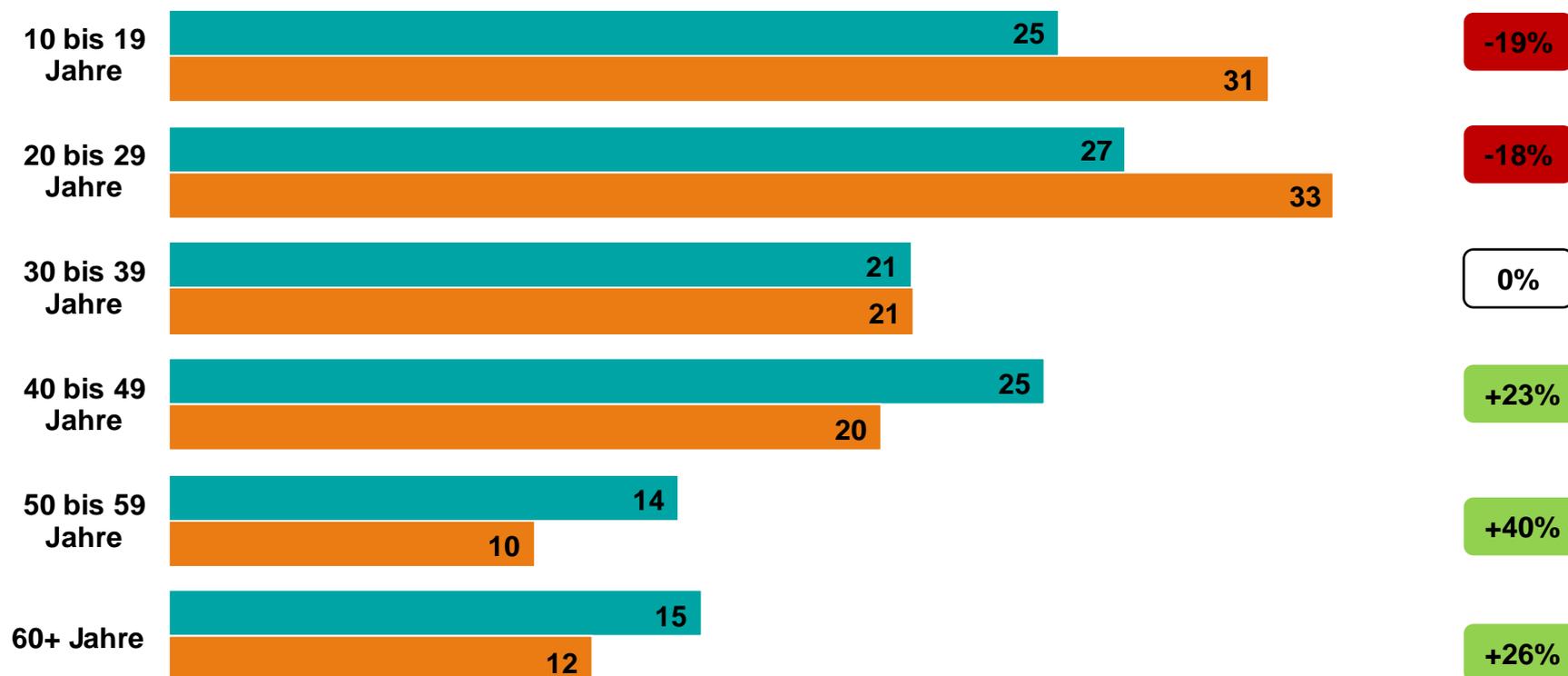


Kinobesucher I

Alter der Besucher – Vergleich 2008/2013

Basis: Besuche in Mio.

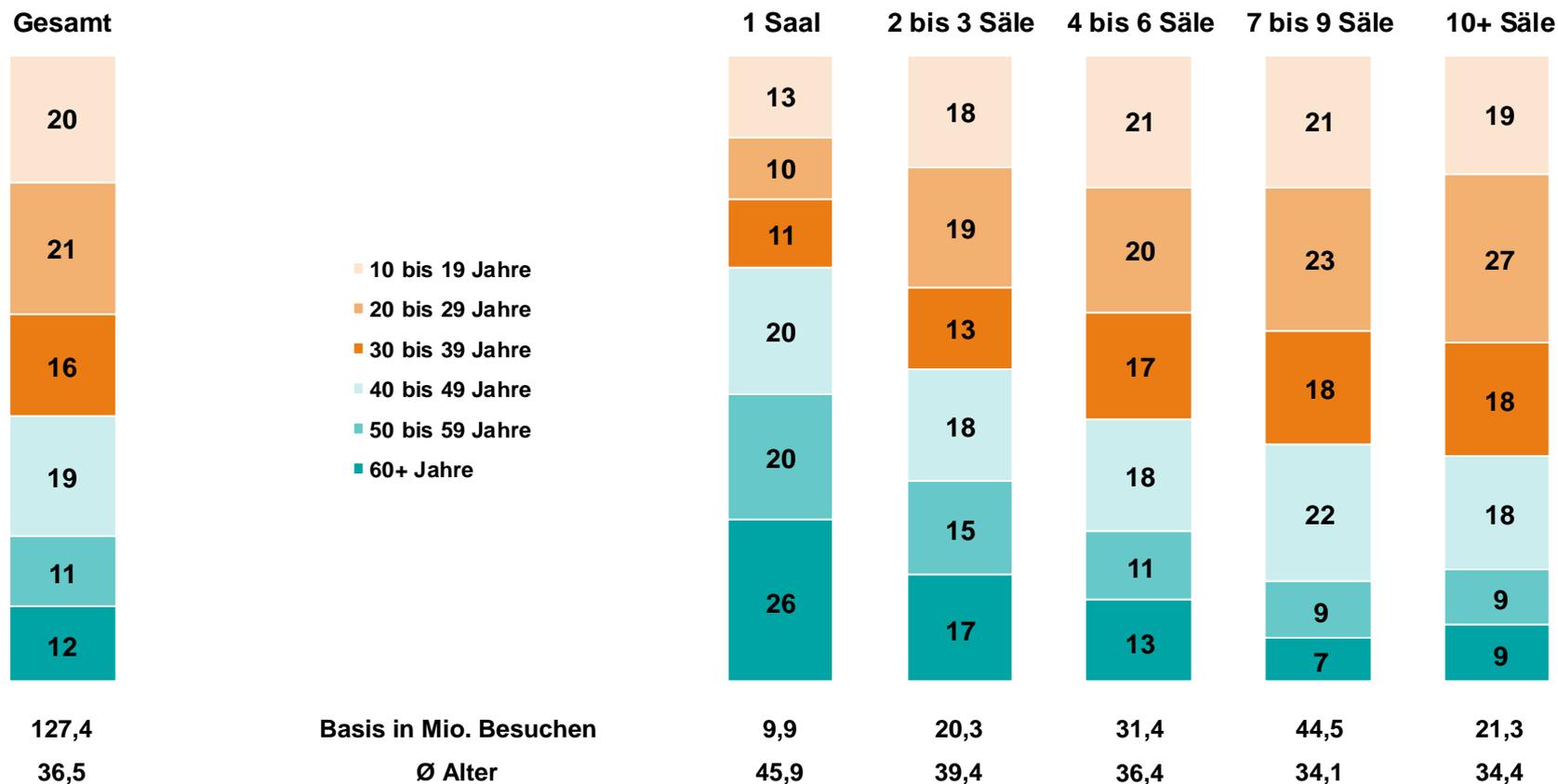
13 vs. 08



■ 2013 ■ 2008

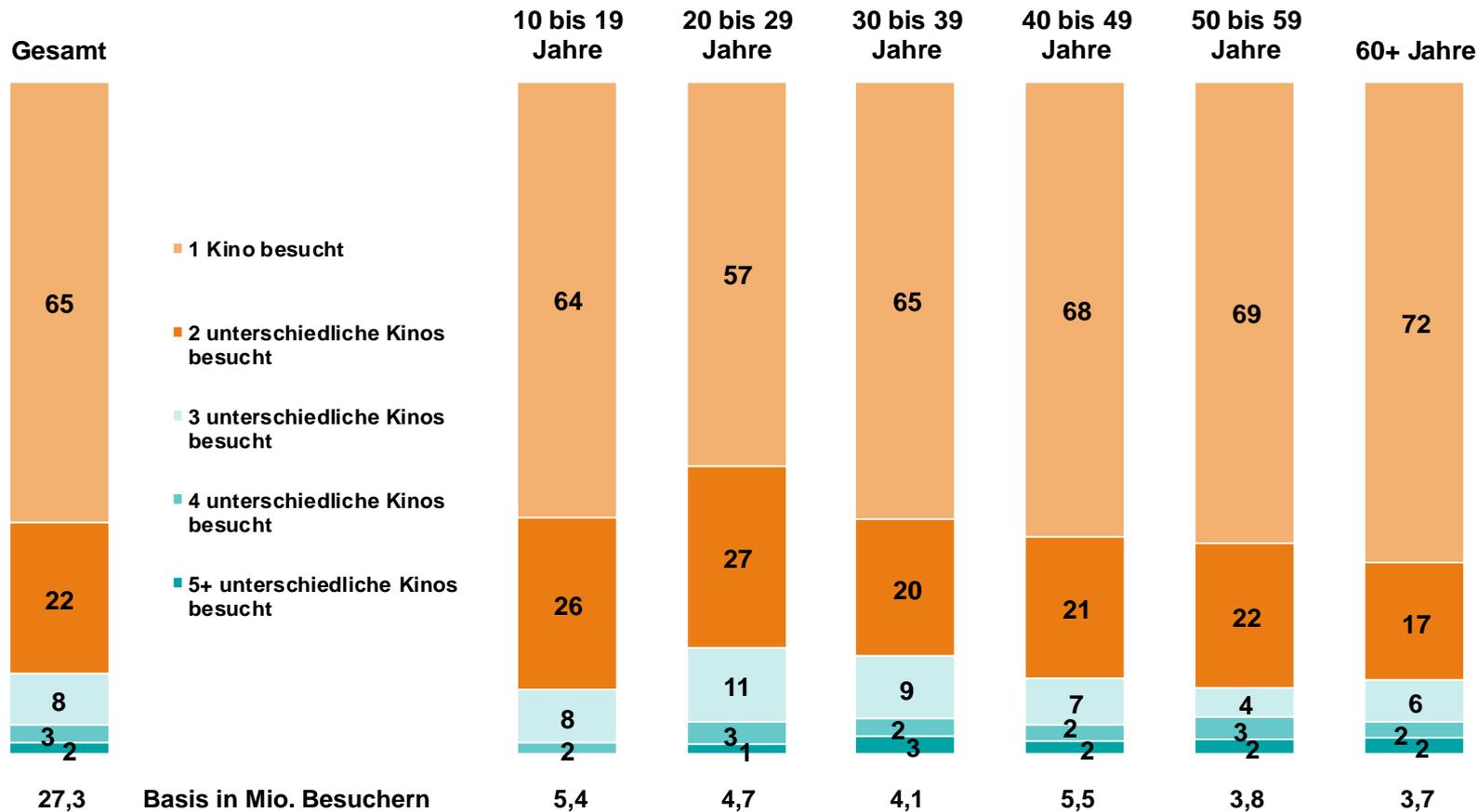
Kinobesucher I Anzahl der Säle – Altersgruppen

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 2013 die 20 bis 29 Jährigen mit 21%. Darauf folgten Jugendliche bis 19 Jahre (20%) und die 40 bis 49 Jährigen (19%).
- Der leichte Besuchsrückgang in 2013 verteilte sich dabei auf beide Geschlechter und fast alle Altersgruppen, wobei der Rückgang mit -12% besonders bei den Twens ins Gewicht fiel, gefolgt von den 30 bis 39 Jährigen (-5%) und der Generation 60+ (-7%). Ein leichter Anstieg von je 3 Prozent bei den Altersgruppen 10 bis 19 und 50 bis 59 konnte das Defizit nicht ausgleichen.
- Im Zeitverlauf der letzten sechs Jahre ist die Zahl der 20 bis 29 Jährigen Kinobesucher sogar um 18% zurückgegangen. Bei den 10 bis 19 Jährigen ist trotz des Besuchsplus von 3% in 2013 insgesamt ein Rückgang von 19% zu verzeichnen.
- Die Altersgruppen ab 50 Jahren sind im gleichen Zeitraum kinoaffiner geworden. Im Vergleich zu 2008 lösten die 50 bis 59 Jährigen in 2013 40% und die Generation 60+ 26% mehr Tickets. Dabei stellten diese Altersgruppen nur 23% des Gesamtkinobesuches.
- Das Kinopublikum bleibt weiterhin weiblicher (53%), jedoch konnten die Männer erneut einen Anteil von 47 Prozent erreichen – der höchste Wert der letzten sechs Jahre.

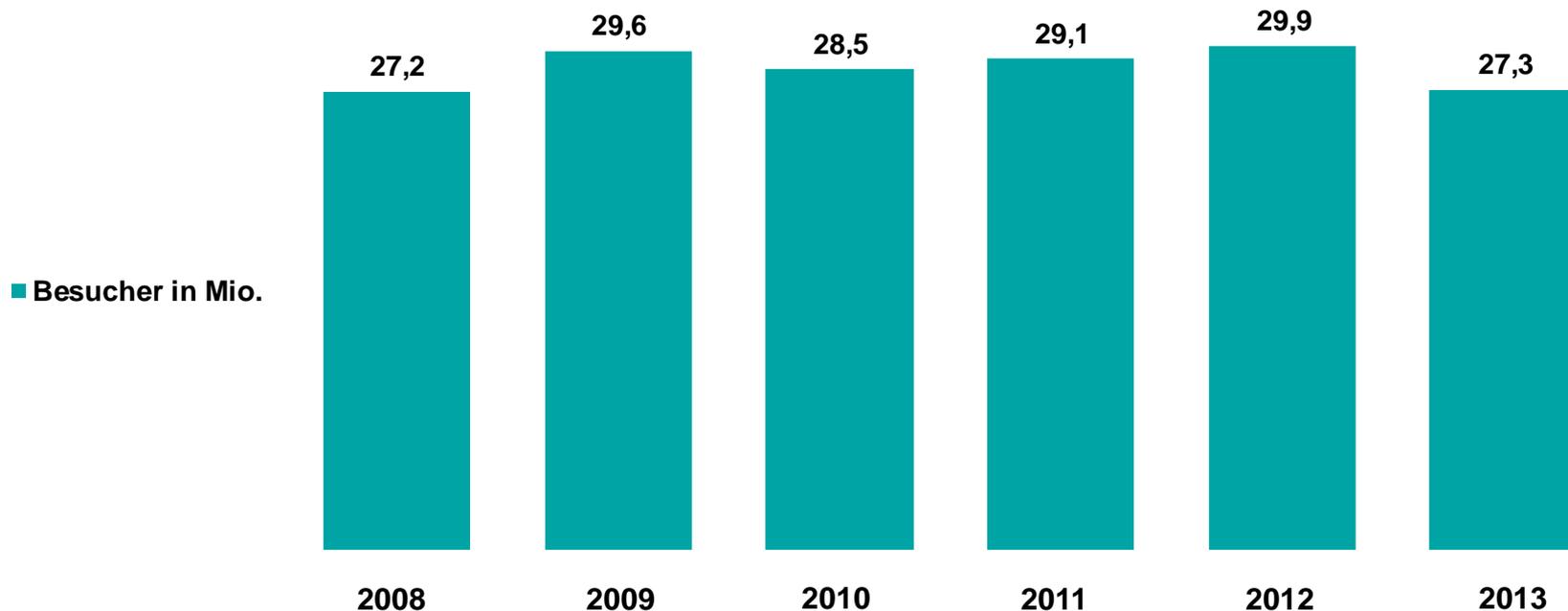
Inhalt

- 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

40%

44%

42%

43%

44%

40%

Besuche pro Kopf

4,7

4,9

4,4

4,3

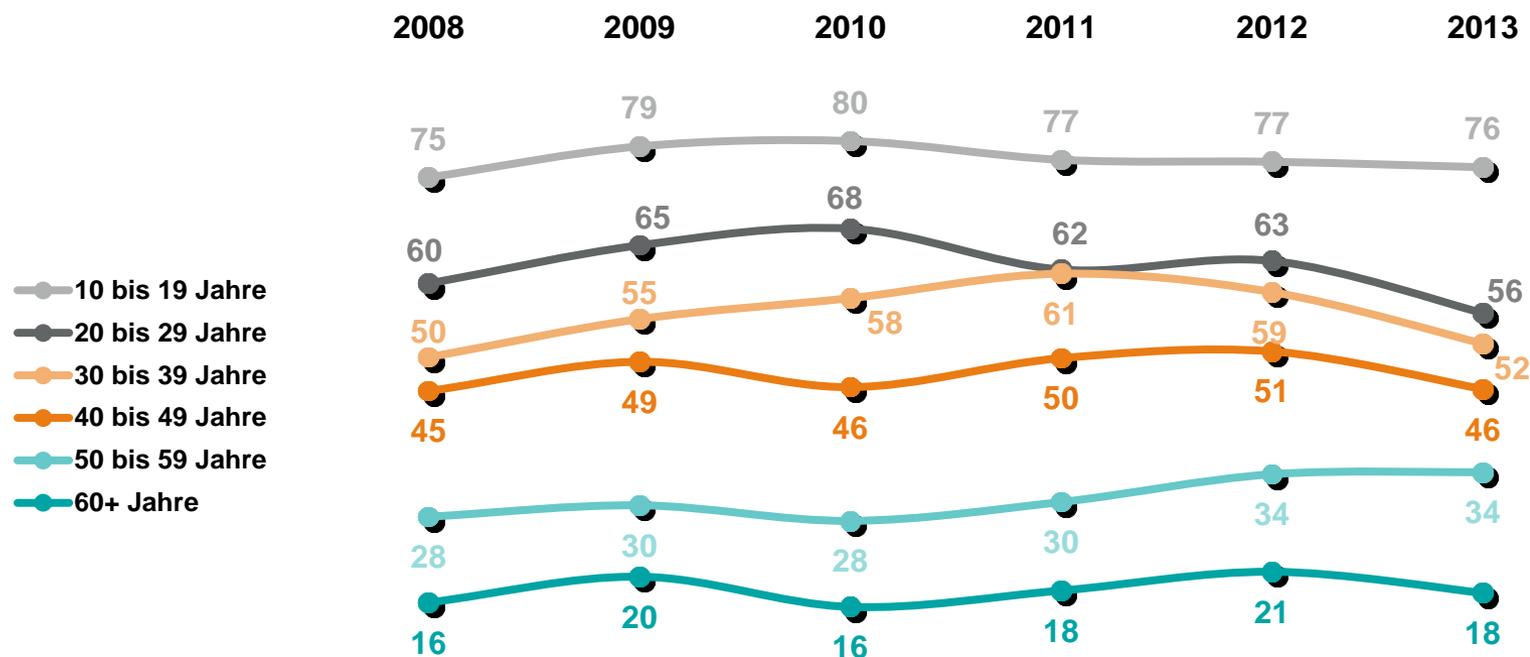
4,4

4,7

Kinobesucher II

Reichweitenentwicklung – Altersgruppen

Basis: Besucher in %



In 2013 sind die Reichweiten bei fast allen Altersgruppen zurückgegangen. Den stärksten Rückgang verzeichneten die 20 bis 39 Jährigen.

Kinobesucher II

Reichweiten 2013 – Alter und Geschlecht

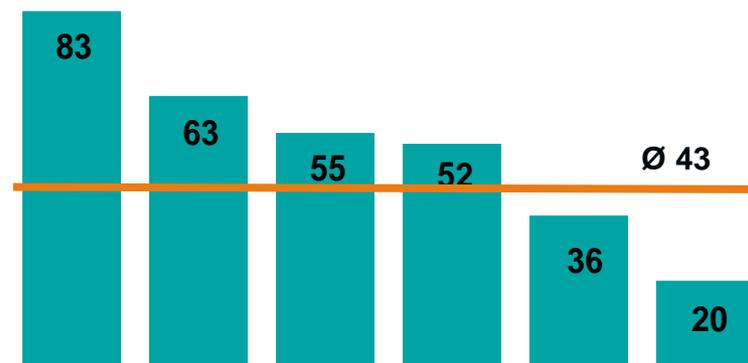
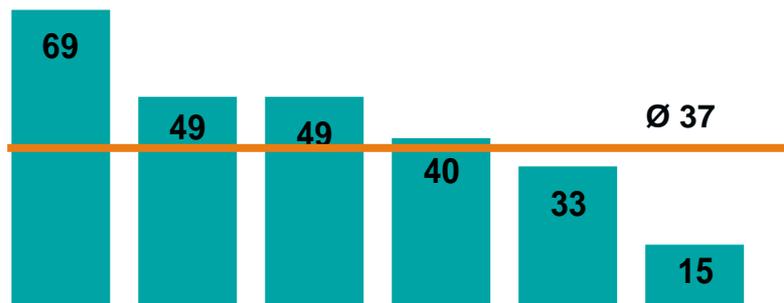
Basis: Besucher in %

Männer

Frauen

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

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



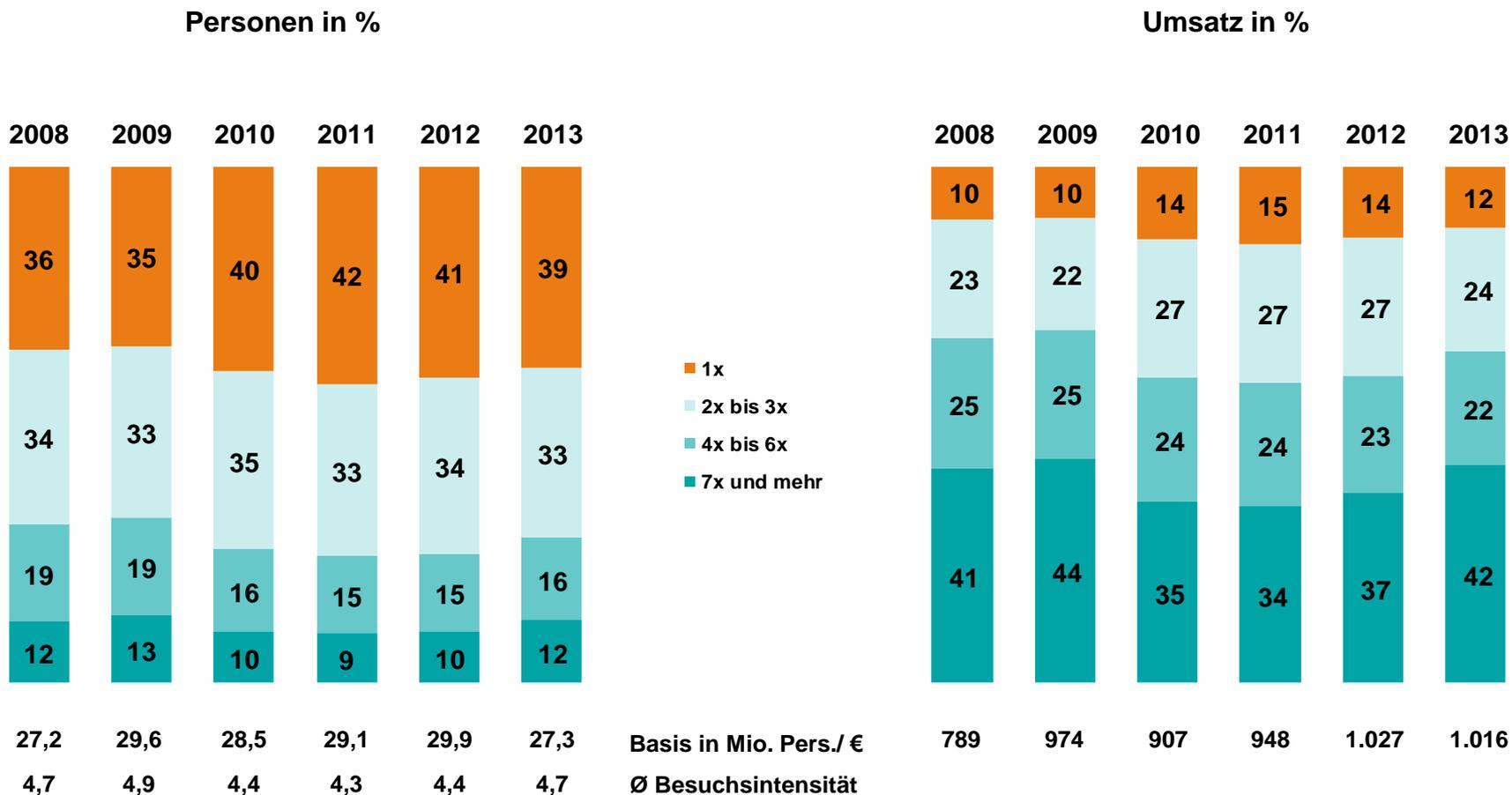
■ Besucherreichweite

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

Kinobesucher II

Entwicklung der Besuchsintensität

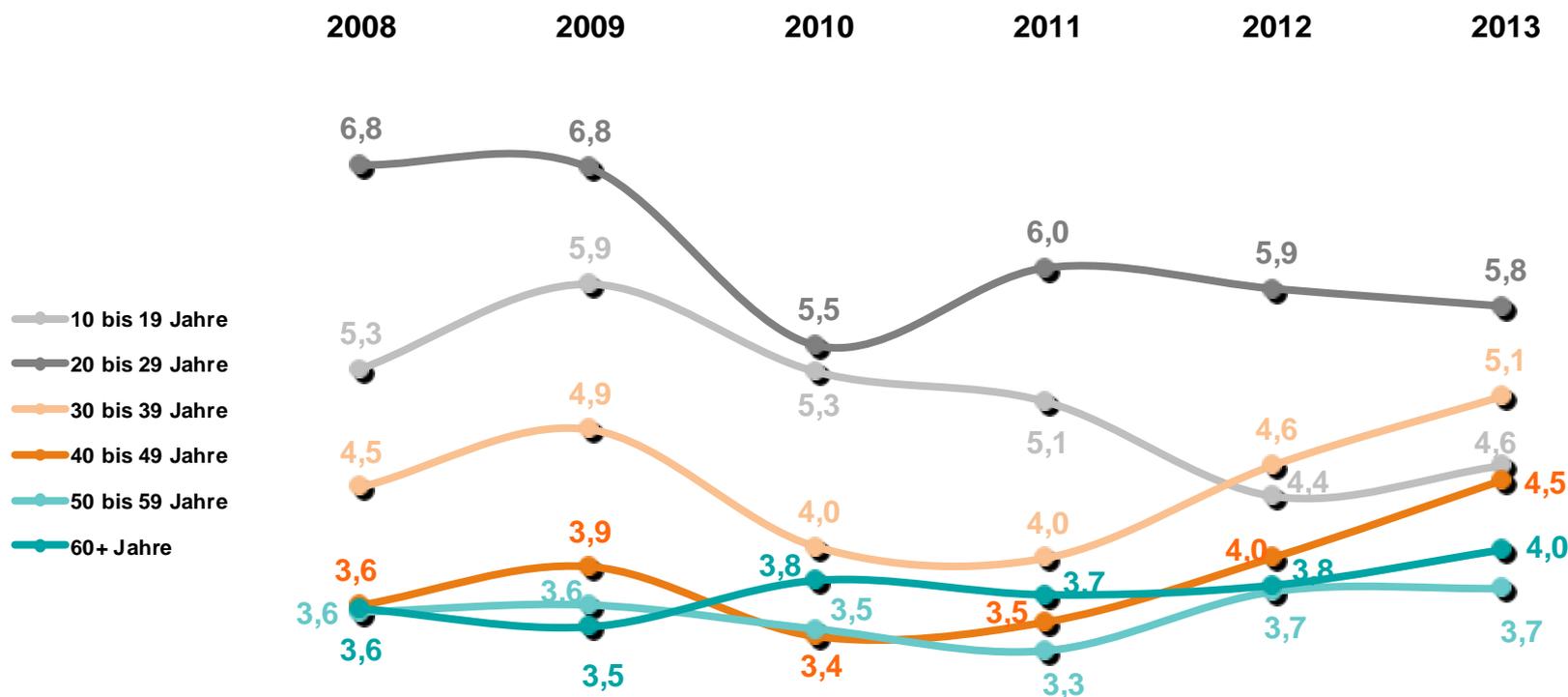
Basis: Besucher und Umsatz in %, GfK-Panel



Kinobesucher II

Entwicklung der Besuchsintensität – Altersgruppen

Basis: Besuche

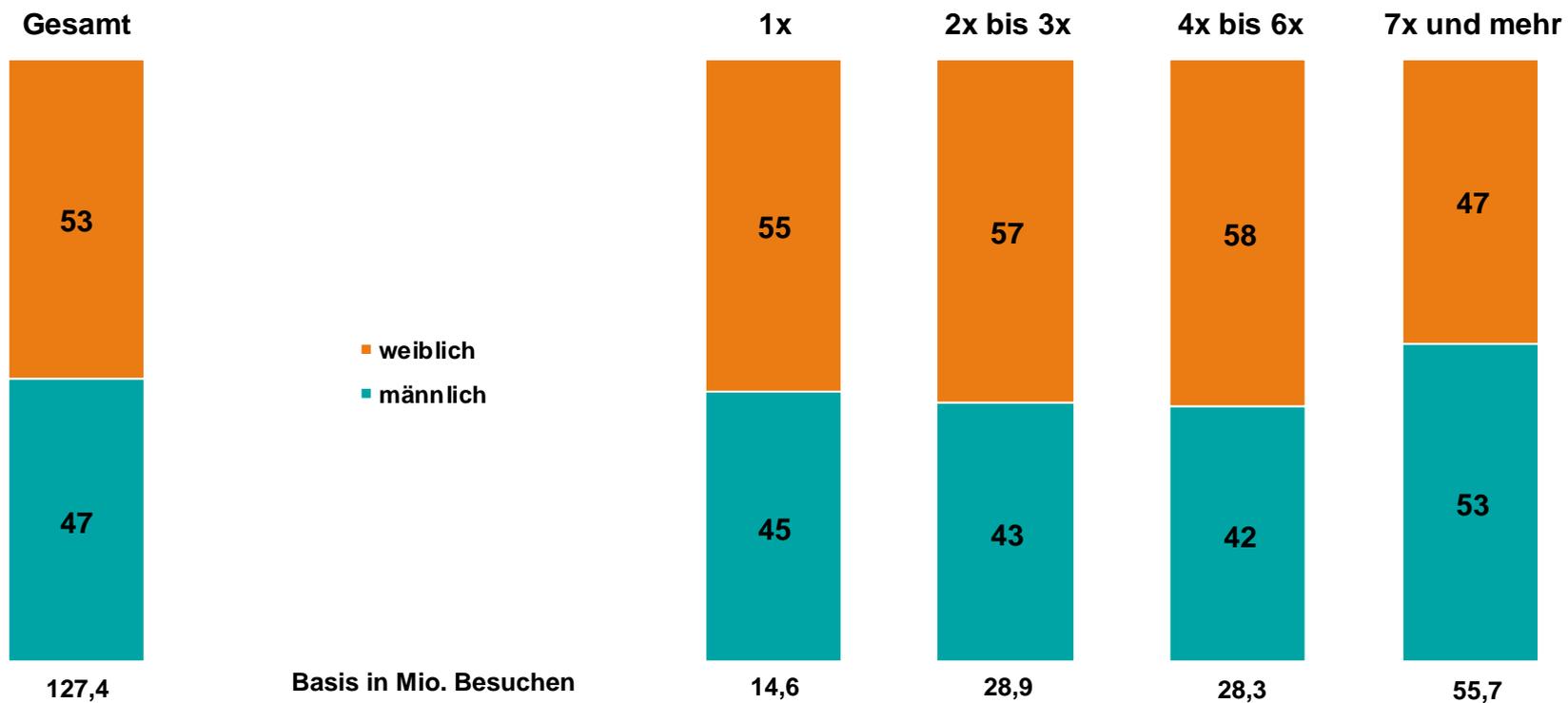


Die Besuchsintensität 2013 stieg in allen Altersgruppen ab 30 Jahren an. Dennoch gingen mit 5,8 Besuchen erneut die 20 bis 29 Jährigen überdurchschnittlich oft ins Kino.

Kinobesucher II

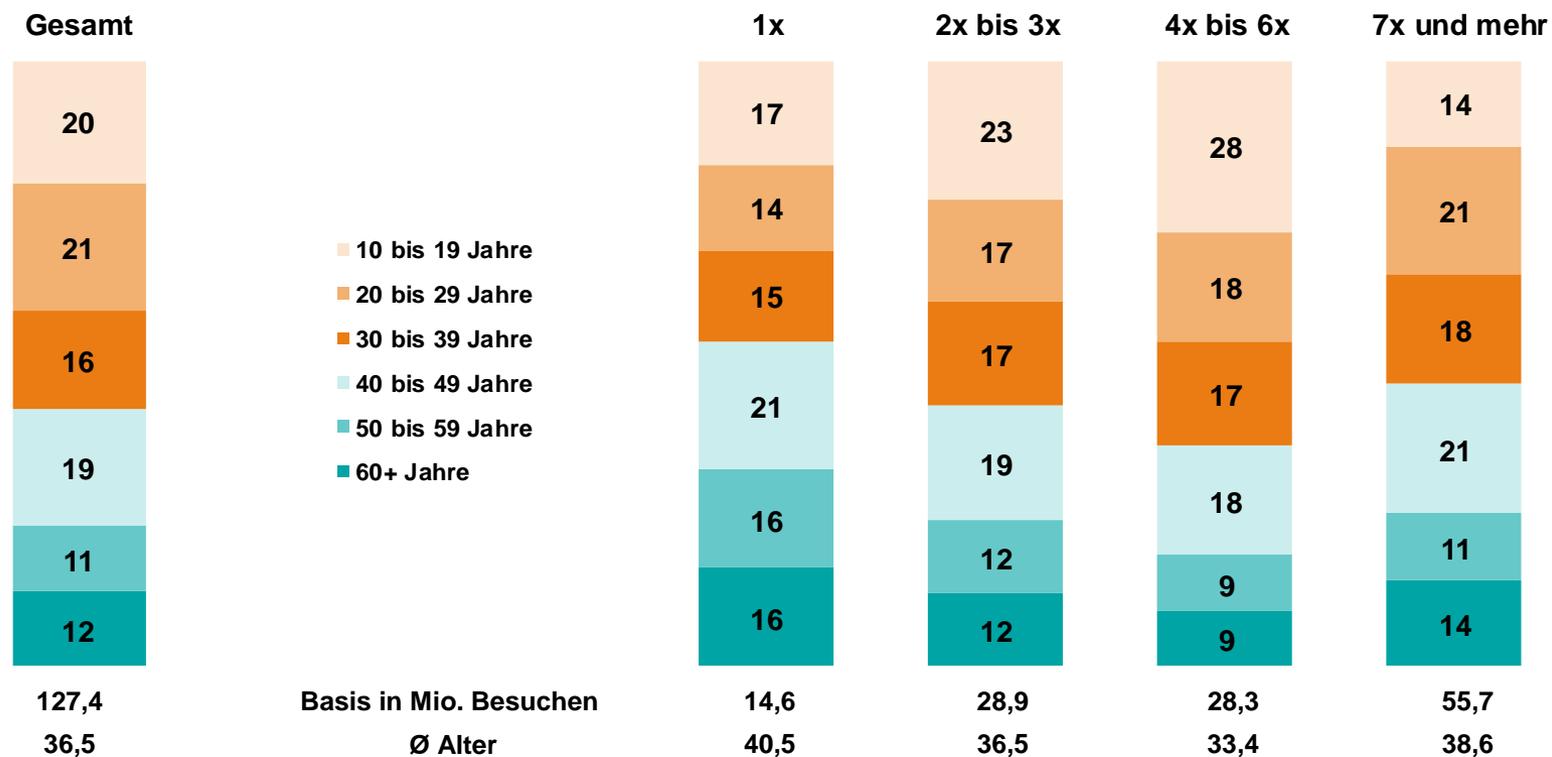
Besuchsintensität – Geschlecht

Basis: Besuche in %



Kinobesucher II Besuchsintensität – Altersgruppen

Basis: Besuche in %



Key Facts zum Kinobesucher II

Reichweiten und Intensitäten

- 27,3 Mio. Kinobesucher bildeten 2013 die Gruppe der Kinogänger, 2,6 Mio. Personen weniger als in 2012 (-9%).
- Die Reichweite sank dadurch im Jahr 2013 auf 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 83%.
- Die Anzahl der Besuche pro Kopf hat zugenommen und lag in 2013 mit 4,7 leicht über dem Wert von 2012 (4,4). In den Altersgruppen ab 30 Jahren konnte eine Intensivierung verzeichnet werden, die die starke Extensivierung der unter 30 Jährigen ausgleichen konnte.
- Über die letzten 6 Jahre hinweg verringerte sich die Spannweite der Besuchsintensitäten zwischen den Altersgruppen. Zudem gab es auch Änderungen in der Altersstruktur: Nahm die Besuchsintensität bisher mit zunehmendem Alter ab, erreichten die 30 bis 39 Jährigen 2013 den zweithöchsten Wert nach den Twens.
- Zu den 20 bis 29 Jährigen als aktivste Kinobesucher gesellten sich in 2013 die 40 bis 49 Jährigen. Sie stellten je 21% der „intensiven Kinogänger“ mit mehr als sieben Besuchen.

Inhalt

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

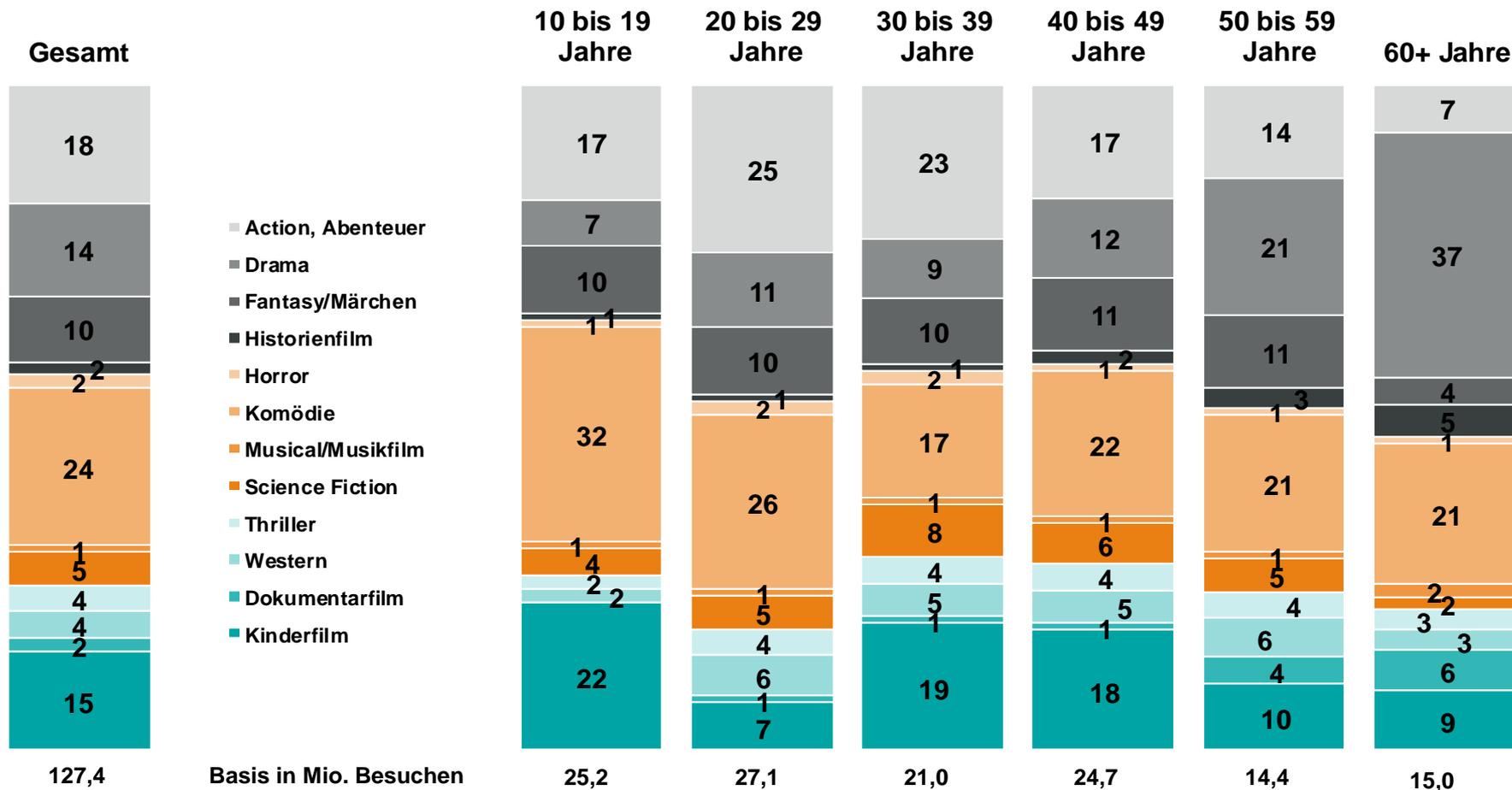
Kinobesucher III Top 10 Titel 2013 – Altersgruppen

Basis: Besuche in Mio.

10 bis 19 Jahre	20 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50+ Jahre
Fack Ju Göhte	Django Unchained	Django Unchained	Der Hobbit: Smaugs Einöde	Django Unchained
Die Tribute von Panem - Catching Fire	Der Hobbit: Smaugs Einöde	Der Hobbit: Smaugs Einöde	Django Unchained	Der Hobbit: Smaugs Einöde
Ich - Einfach unverbesserlich 2	Fack Ju Göhte	Star Trek Into Darkness	Fack Ju Göhte	Life of Pi: Schiffbruch mit Tiger
Der Hobbit: Smaugs Einöde	Die Tribute von Panem - Catching Fire	Die Eiskönigin - Völlig unverfroren	Kokowääh 2	Nachtzug nach Lissabon
Kokowääh 2	Fast & Furious 6	Der Hobbit: Eine unerwartete Reise	Der Hobbit: Eine unerwartete Reise	Der Hobbit: Eine unerwartete Reise
Schlussmacher	Hangover 3	Stirb langsam - Ein guter Tag zum Sterben	Die Eiskönigin - Völlig unverfroren	Fack Ju Göhte
Hangover 3	Ich - Einfach unverbesserlich 2	Die Tribute von Panem - Catching Fire	Star Trek Into Darkness	Kokowääh 2
Die Schlümpfe 2	Kokowääh 2	Ich - Einfach unverbesserlich 2	Die Schlümpfe 2	Der Medicus
Fast & Furious 6	Schlussmacher	Fack Ju Göhte	Schlussmacher	Lincoln
Die Eiskönigin - Völlig unverfroren	Der Hobbit: Eine unerwartete Reise	Die Schlümpfe 2	Die Tribute von Panem - Catching Fire	Die Eiskönigin - Völlig unverfroren

Kinobesucher III Alter der Besucher – Genre

Basis: Besuche in %

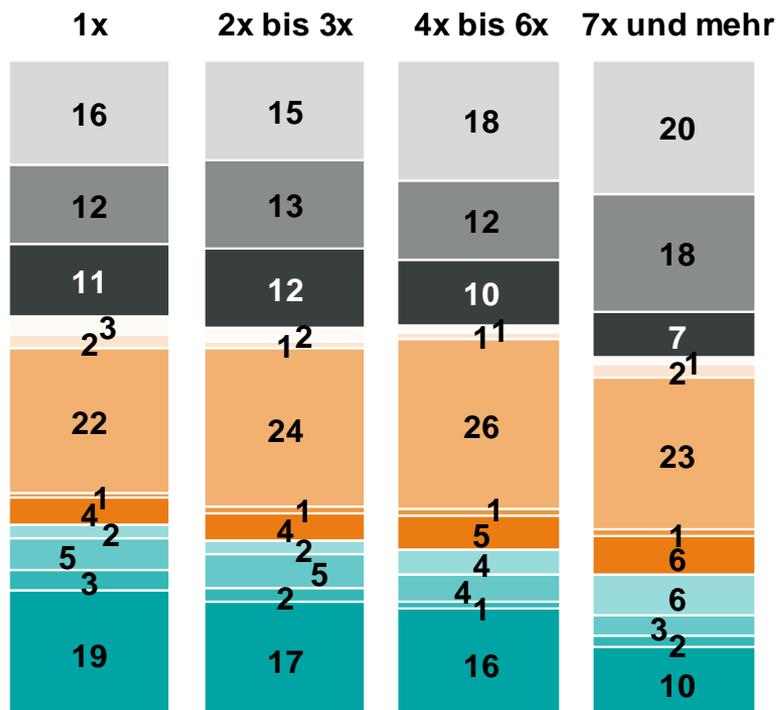


Kinobesucher III

Filmgenre – Besuchsintensität und Geschlecht

Basis: Besuche in %

Besuchsintensität



14,6

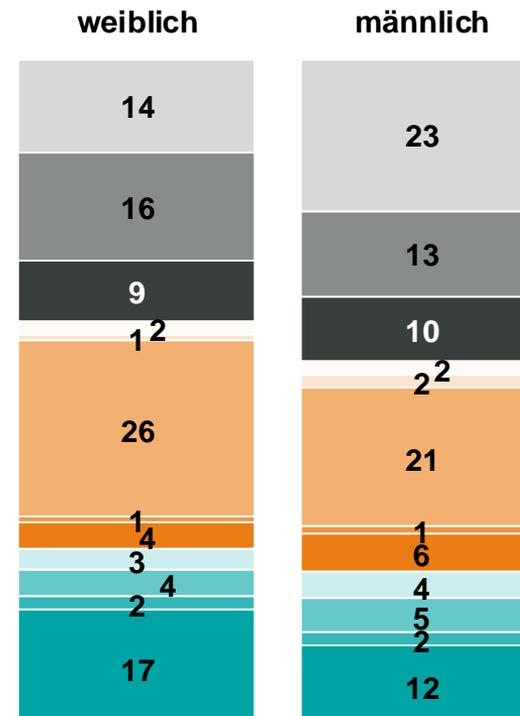
28,9

28,3

55,7

Basis in Mio. Besuchen

Geschlecht



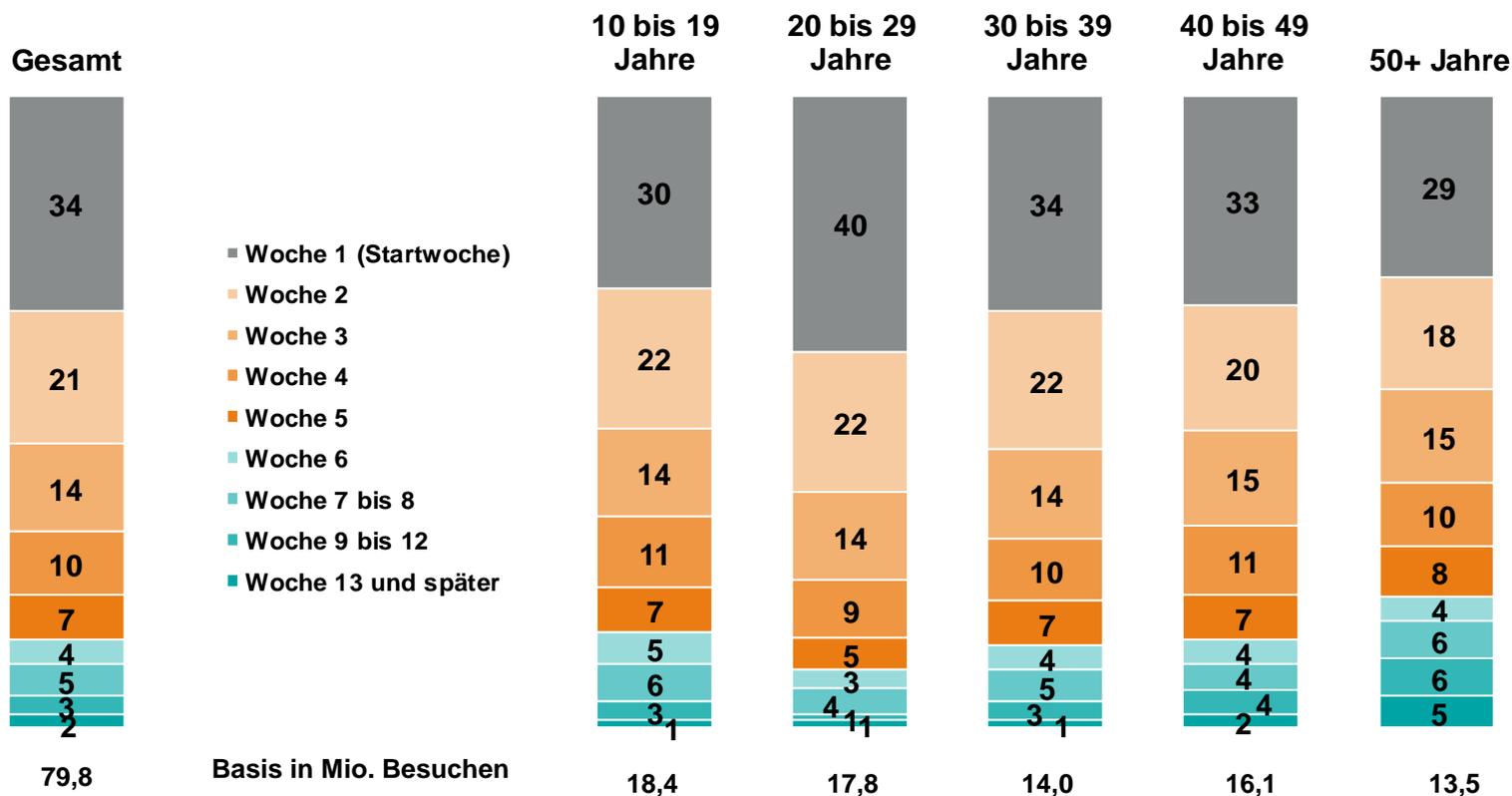
67,4

60,1

Kinobesucher III

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

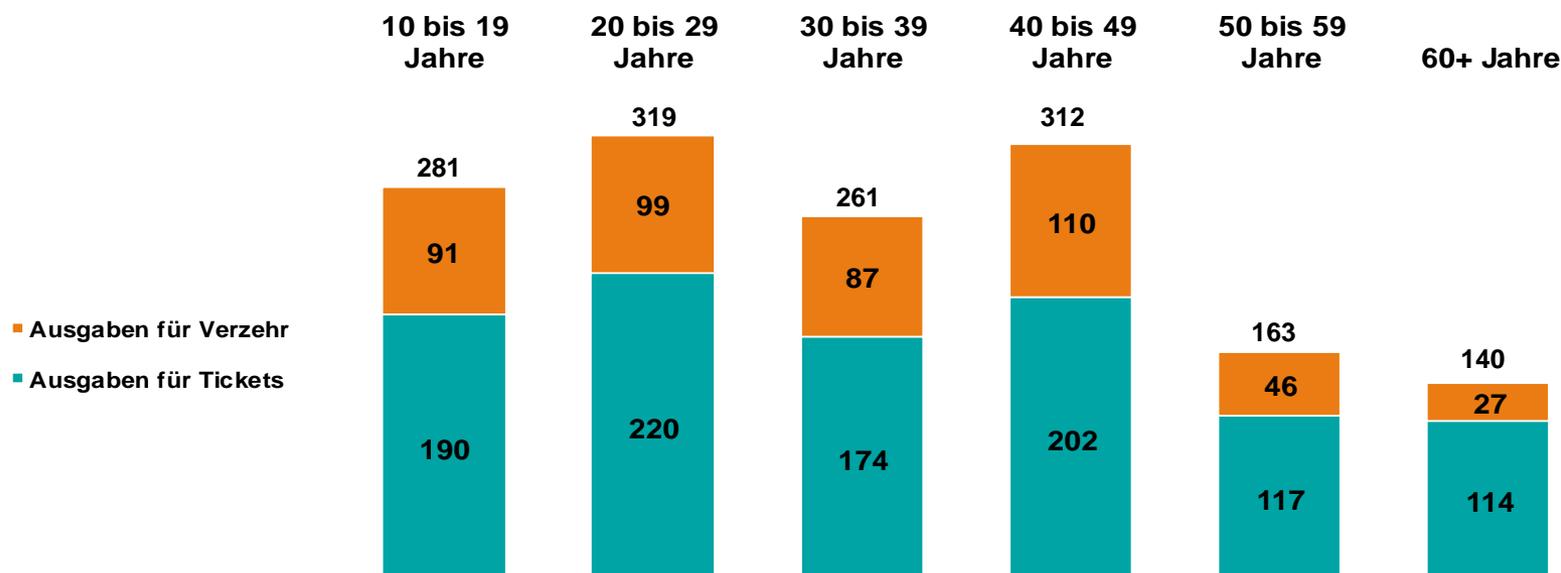
Basis: Besuche in %



Kinobesucher III

Ausgaben für Tickets und Verzehr

Basis: Umsatz in Mio. €, GfK-Panel



Ø Gesamtausgaben in €	11,16	11,79	12,42	12,61	11,30	9,32
Ø Ausgaben f. Verzehr in €	3,61	3,65	4,15	4,45	3,18	1,77
Anteil Verzehr in %	32	31	33	35	28	19

Kinobesucher III

Verzehr – Höhe des Eintrittspreises

Basis: Besucher in %



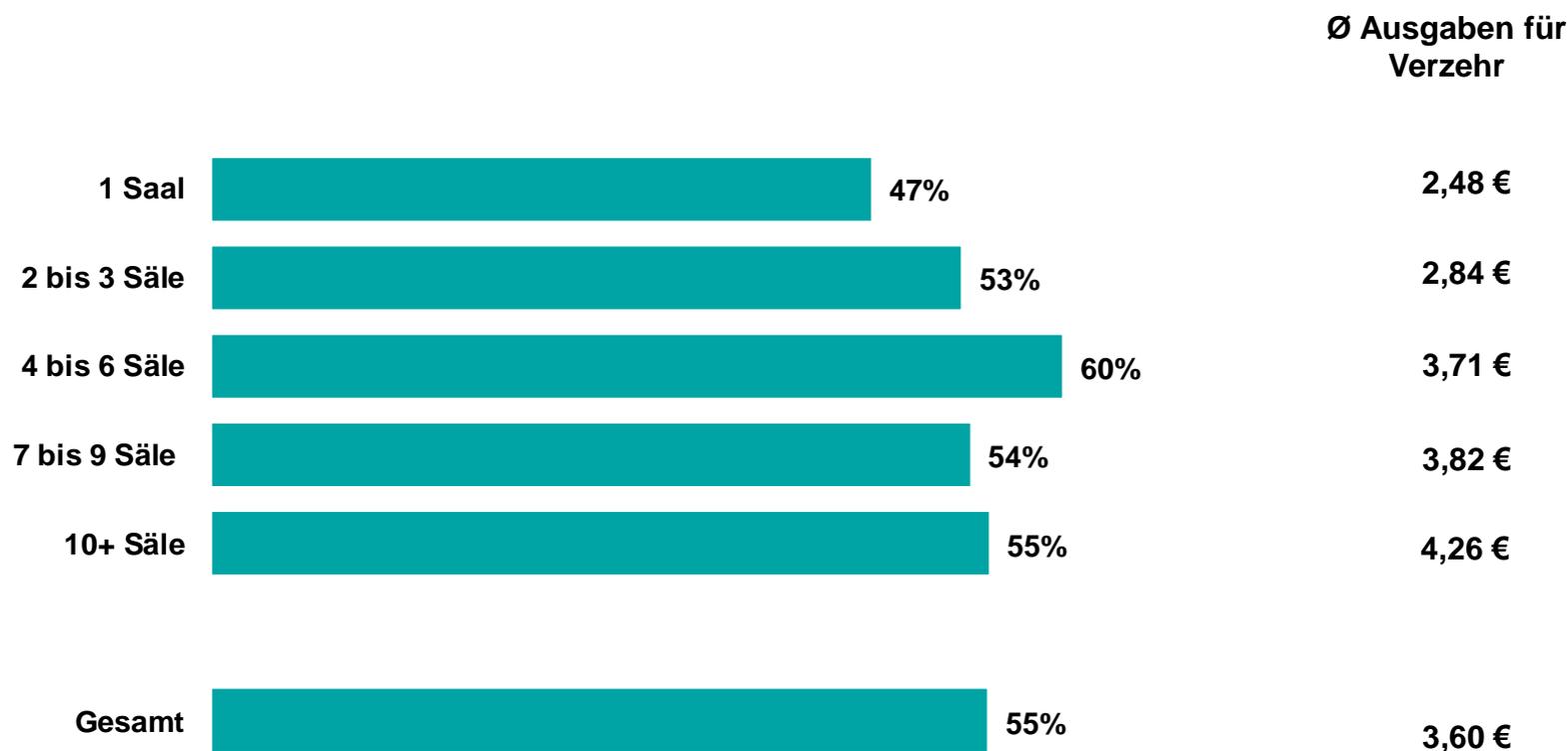
Mit Zunahme des Eintrittspreises erhöhen sich die durchschnittlichen Ausgaben für Verzehr. Die Zahl der Besucher, die Geld für den Verzehr ausgeben, erhöht sich mit Anstieg des Eintrittspreises.

→ Ein niedriger Eintrittspreis animierte auch 2013 nicht zu höheren Ausgaben.

Kinobesucher III

Verzehr – Anzahl der Säle

Basis: Besuche in %



Kinos mit 4 bis 6 Sälen waren in 2013 bei der Kundenwerbung im Concession-Bereich am erfolgreichsten. Hier kauften 60% der Kinobesucher auch Speisen und Getränke.

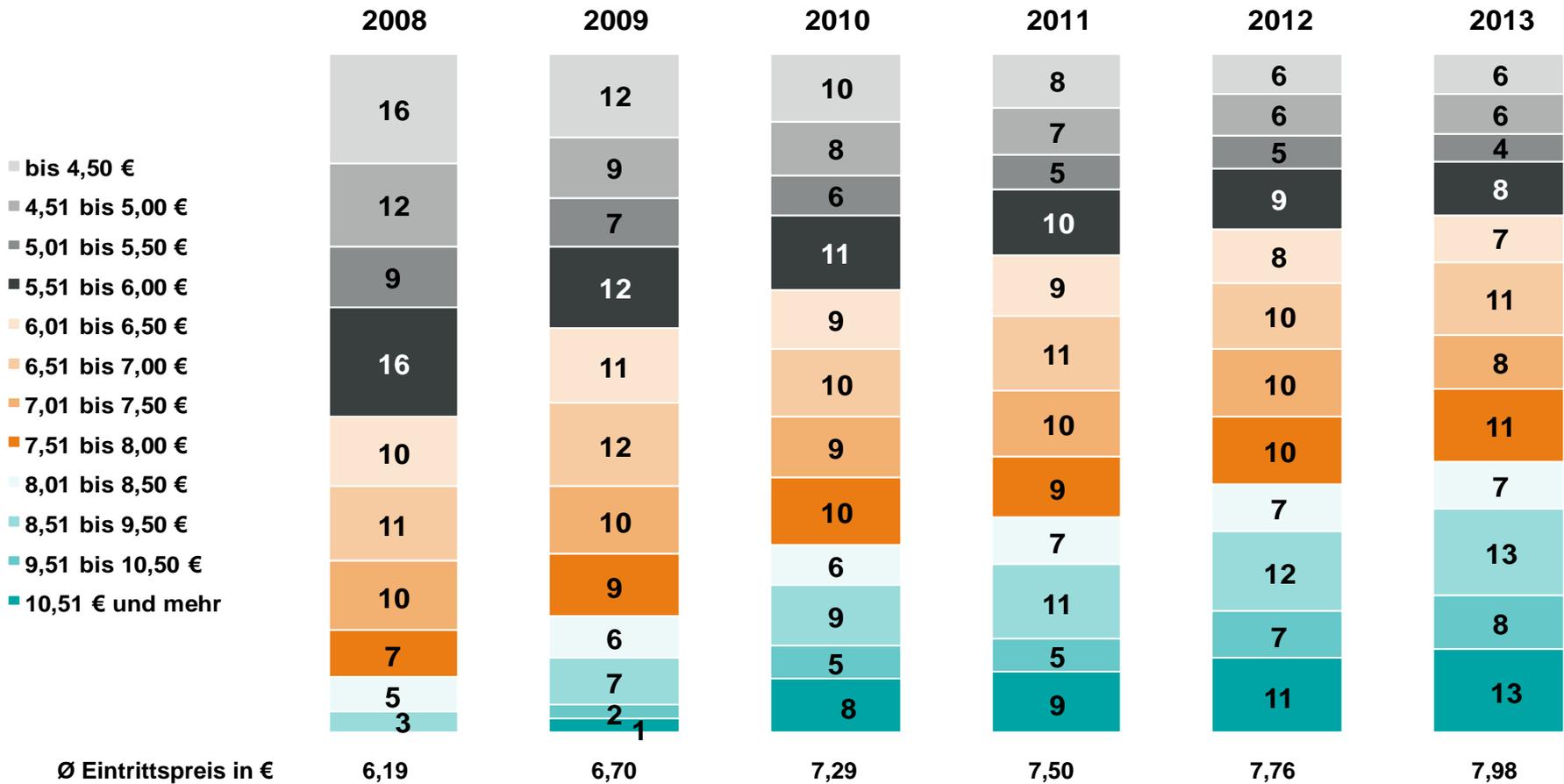
Kinobesucher III Verzehr – Wochentage

Basis: Besucher in %



Noch immer wird an den Wochenenden am meisten verzehrt. Bei den Wochentagen Montag bis Donnerstag konnte jedoch ein erhöhtes Kaufverhalten festgestellt werden. Erstmals kauften auch unter der Woche mindestens 50% der Besucher Snacks an der Concessionstheke.

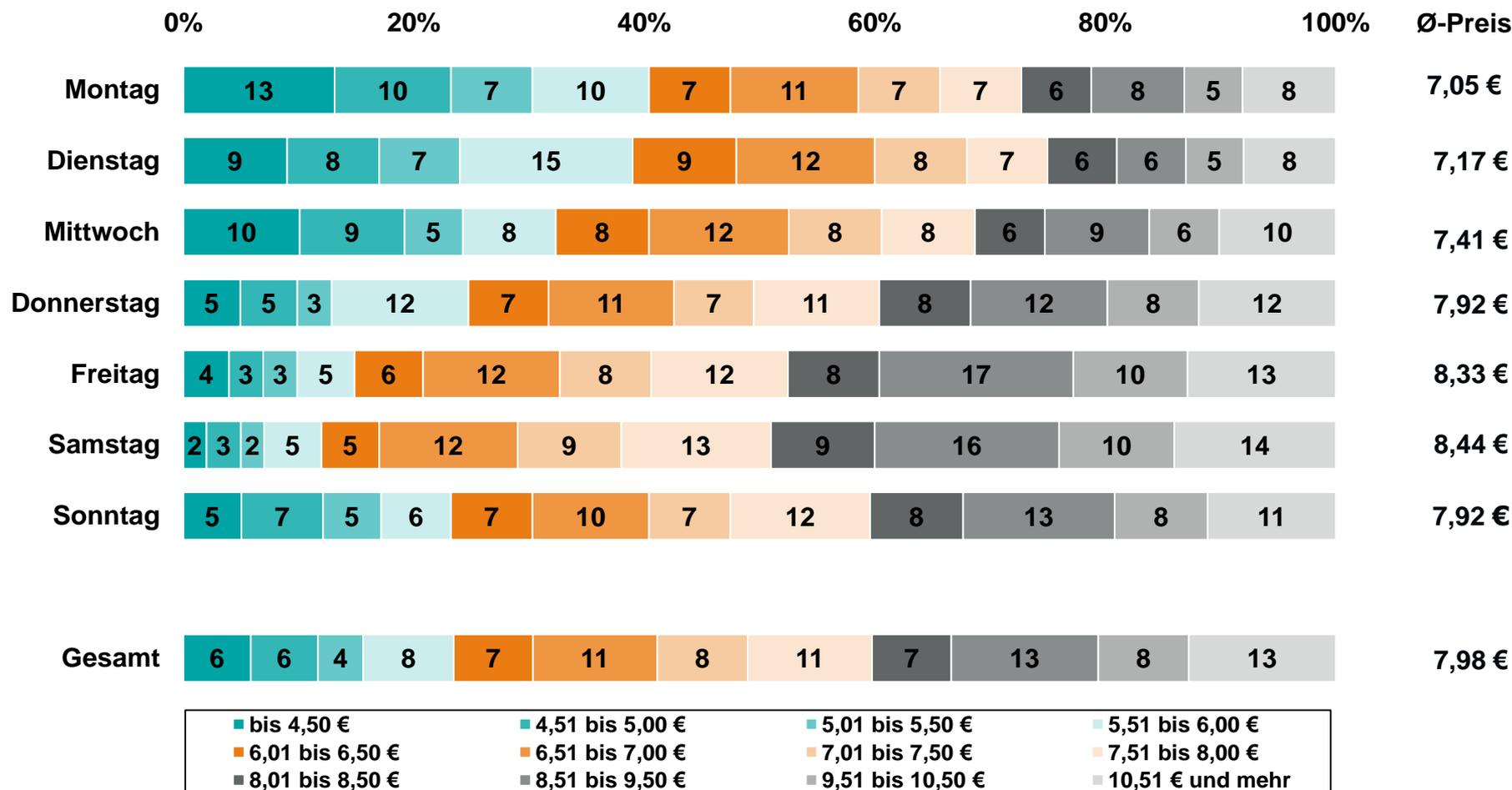
Kinobesucher III Eintrittspreis Basis: Besuche in %



40% der Kinotickets lagen im Jahr 2013 über dem durchschnittlichen Eintrittspreis und kosteten ab 8,01 €.

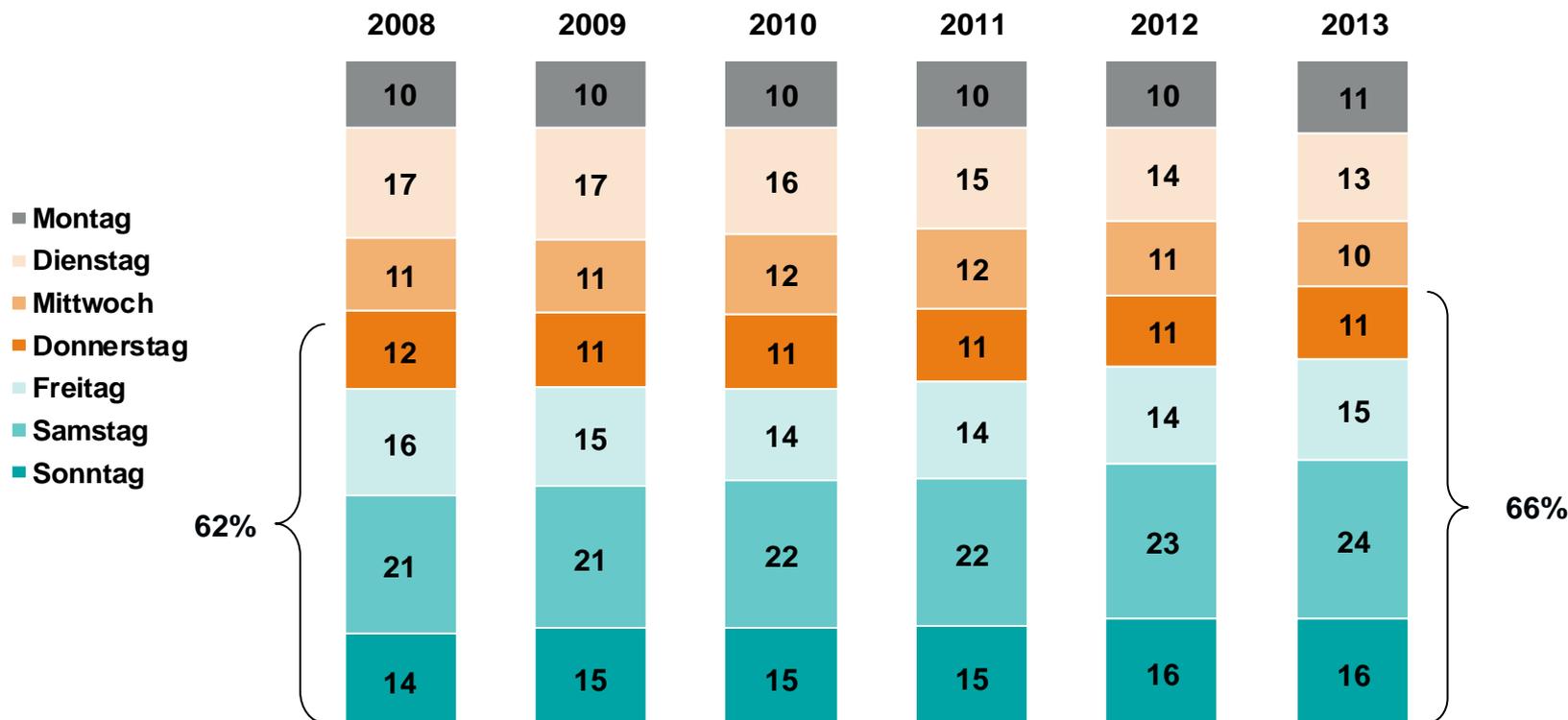
Kinobesucher III Eintrittspreis – Wochentage

Basis: Besuche in %



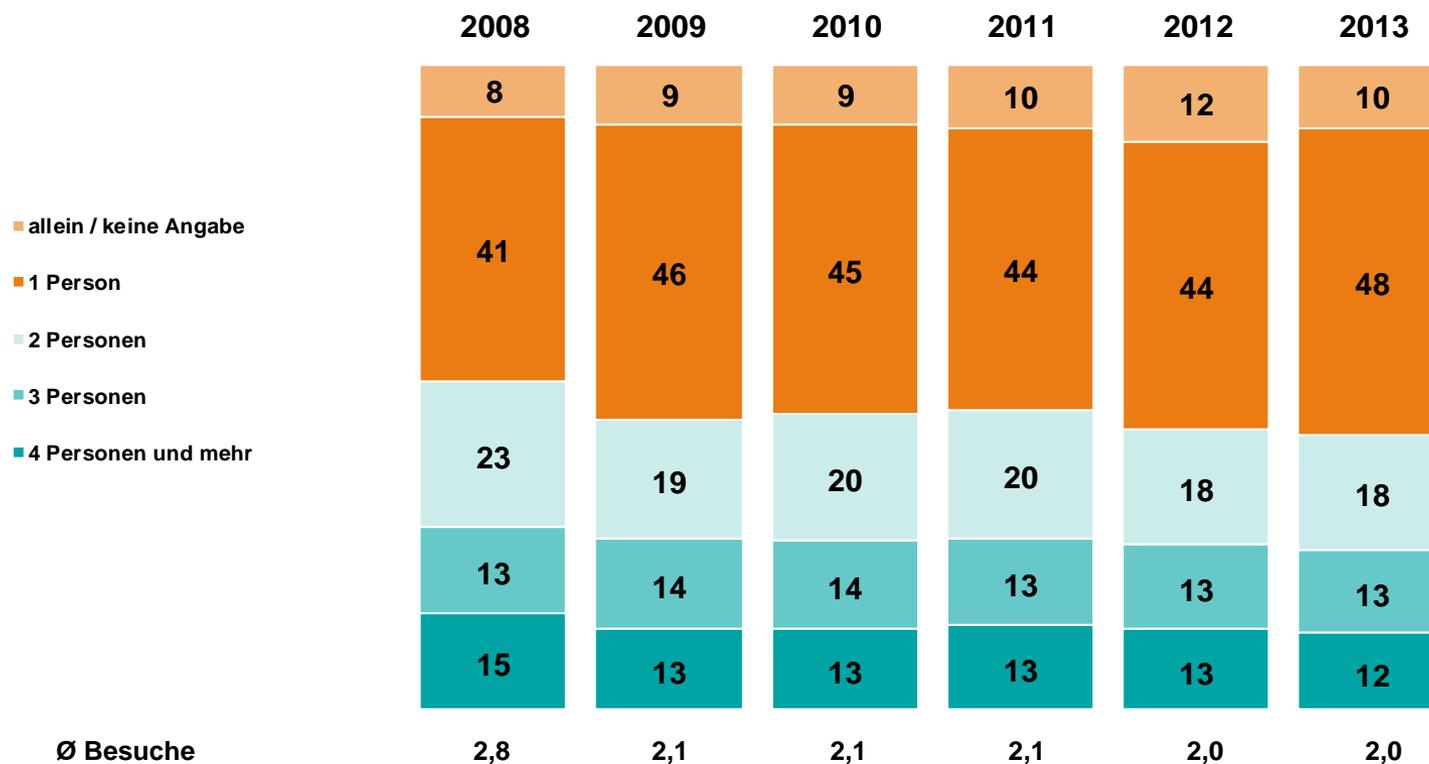
Kinobesucher III Wochentage

Basis: Besuche in %



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

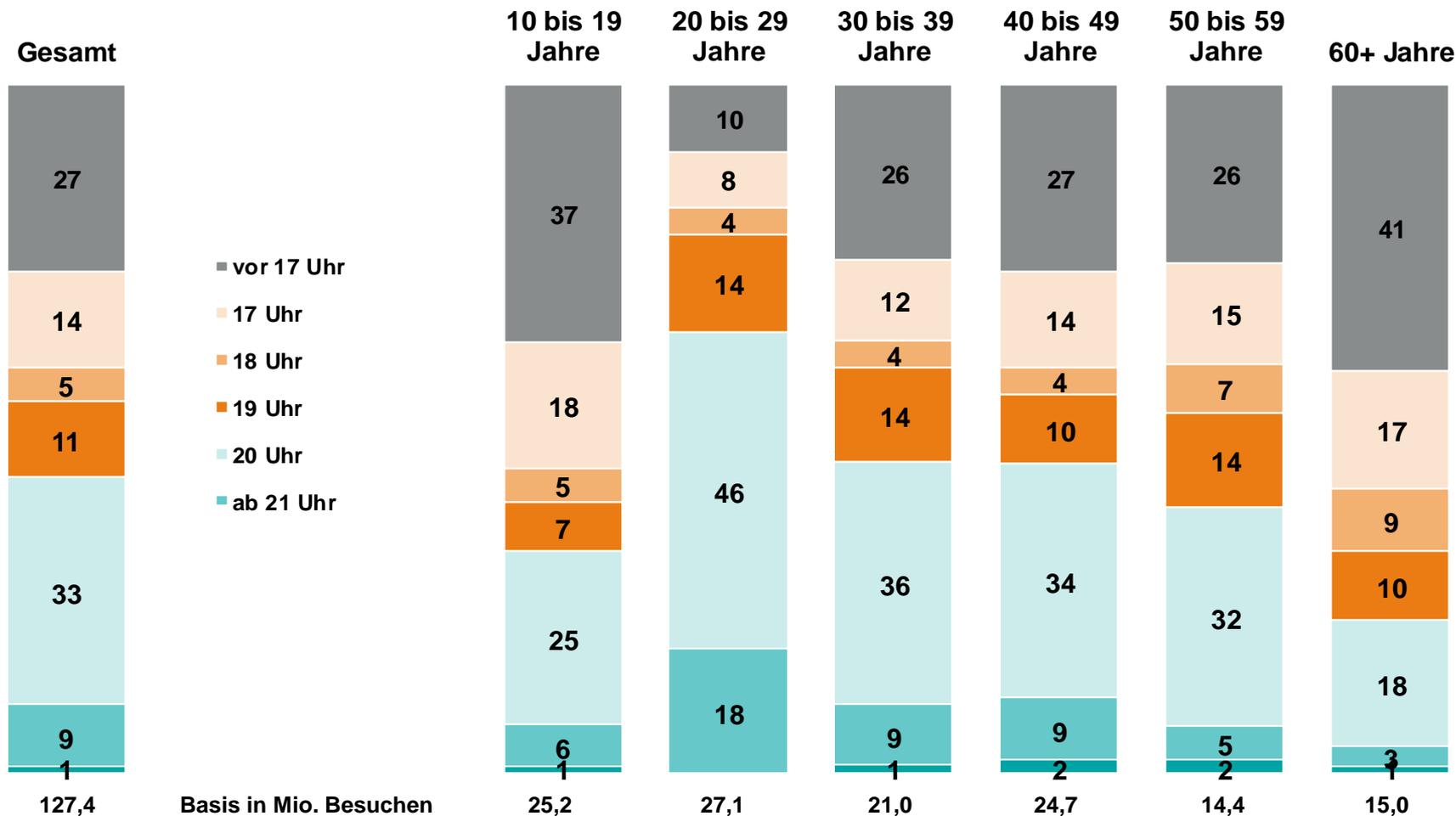
Kinobesucher III Anzahl der Begleitpersonen Basis: Besuche in %



Im Jahr 2013 ging man durchschnittlich gemeinsam mit 2,0 Personen ins Kino.

Kinobesucher III Filmbeginn – Altersgruppen

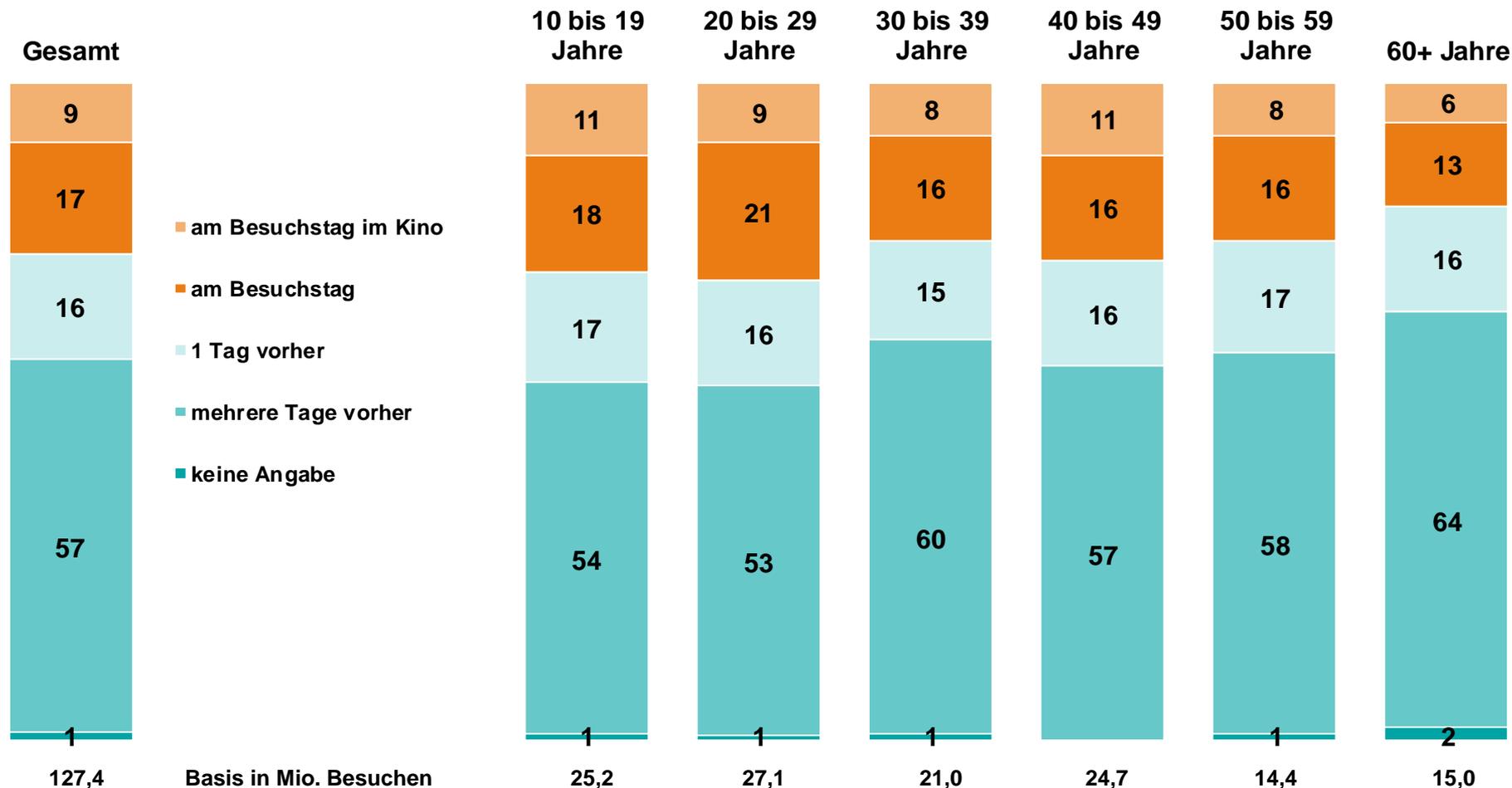
Basis: Besuche in %



Kinobesucher III

Planung des Kinobesuchs — Altersgruppen

Basis: Besuche in %



Kinobesucher III

Sources of Awareness 2013

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)

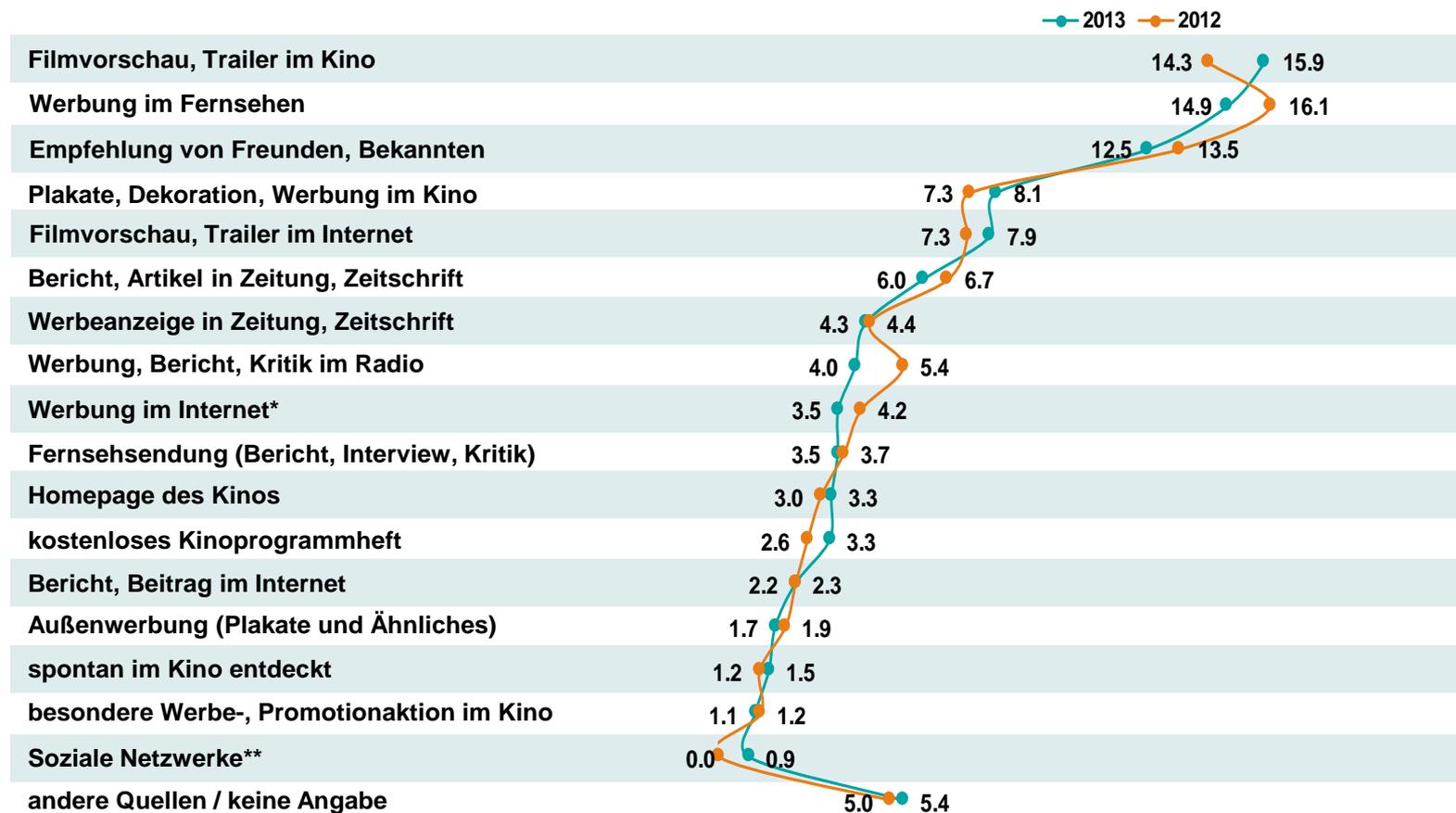


*inkl. E-Mail, Newsletter, SMS-Werbung

Kinobesucher III

Sources of Awareness 2013/2012

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)



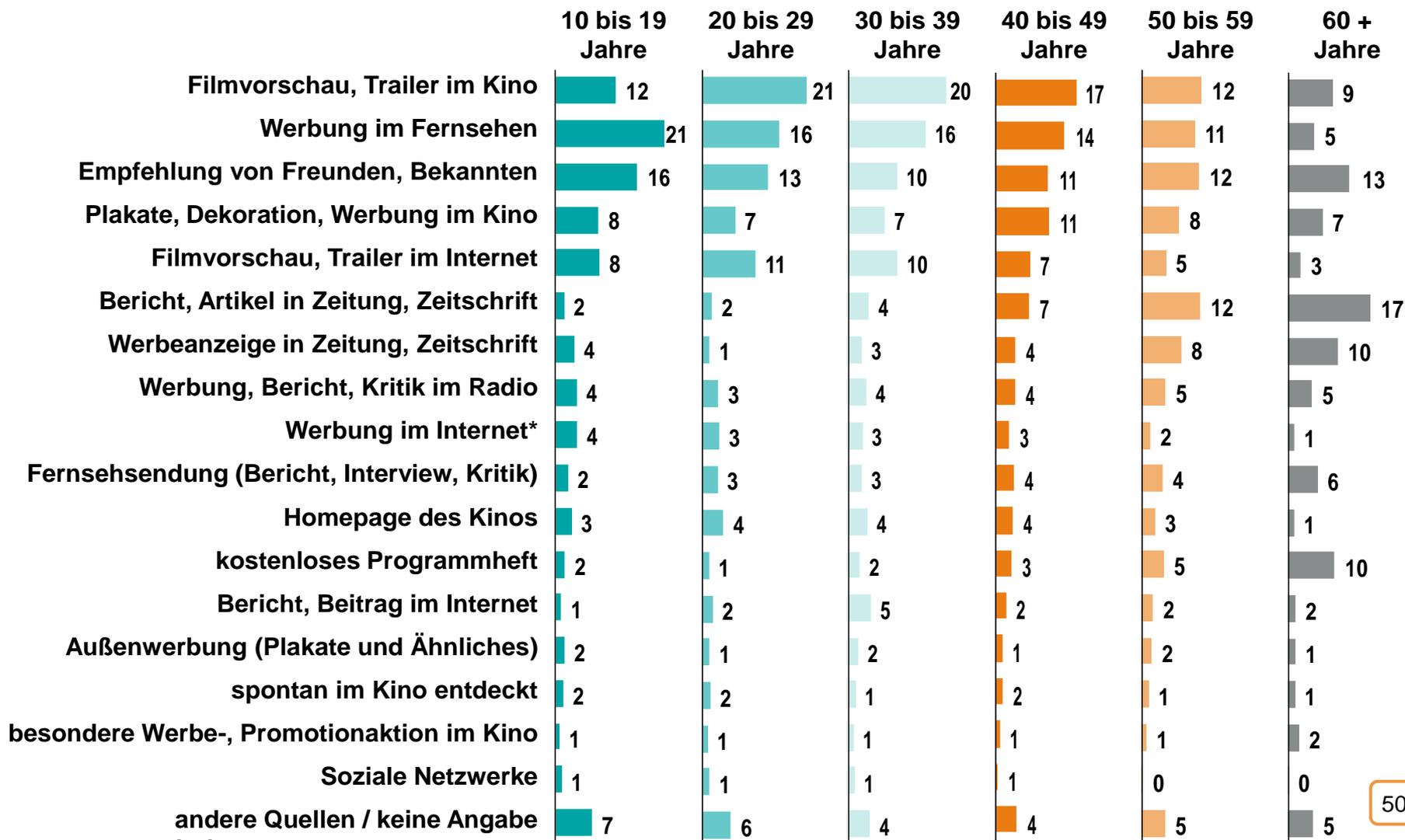
*inkl. E-Mail, Newsletter, SMS-Werbung

**Soziale Netzwerke werden seit 2013 erfasst

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

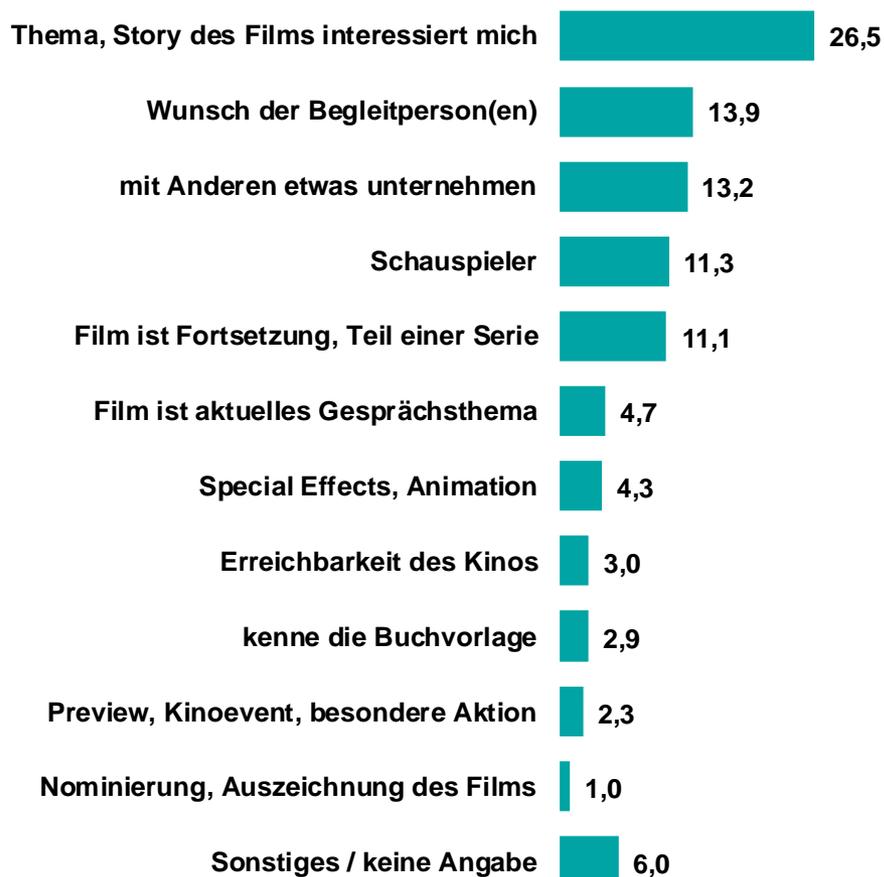
Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)

Gesamt		Fack ju Göhte	Der Hobbit: Smaugs Einöde	Django Unchained	Ich- Einfach unver- besserlich 2
16	Filmvorschau, Trailer im Kino	12,2	16,1	16,4	17,5
15	Werbung im Fernsehen	17,2	14,7	13,9	20,8
13	Empfehlung von Freunden, Bekannten	23,4	12,0	15,0	14,1
8	Plakate, Dekoration, Werbung im Kino	6,7	9,1	5,6	9,1
8	Filmvorschau, Trailer im Internet	7,2	8,5	7,0	9,1
6	Bericht, Artikel in Zeitung, Zeitschrift	2,2	5,2	7,8	2,0
4	Werbeanzeige in Zeitung, Zeitschrift	3,3	4,6	3,8	2,8
4	Werbung, Bericht, Kritik im Radio	6,6	4,2	6,3	2,0
4	Werbung im Internet*	3,2	3,5	3,7	4,4
3	Fernsehsendung (Bericht, Interview, Kritik)	3,7	3,1	9,3	2,4
3	Homepage des Kinos	2,8	1,7	1,3	2,8
3	kostenloses Kinoprogrammheft	1,1	1,6	2,0	1,2
2	Bericht, Beitrag im Internet	1,3	2,8	2,5	0,7
2	Außenwerbung (Plakate und Ähnliches)	1,4	1,5	1,2	3,5
1	spontan im Kino entdeckt	0,7	0,3	0,1	0,4
1	besondere Werbe-, Promotionaktion im Kino	0,4	0,3	0,1	0,1
1	Soziale Netzwerke	2,9	1,6	0,5	1,0
5	andere Quellen / keine Angabe	3,7	9,3	3,5	6,2

Kinobesucher III

Besuchsgrund 2013

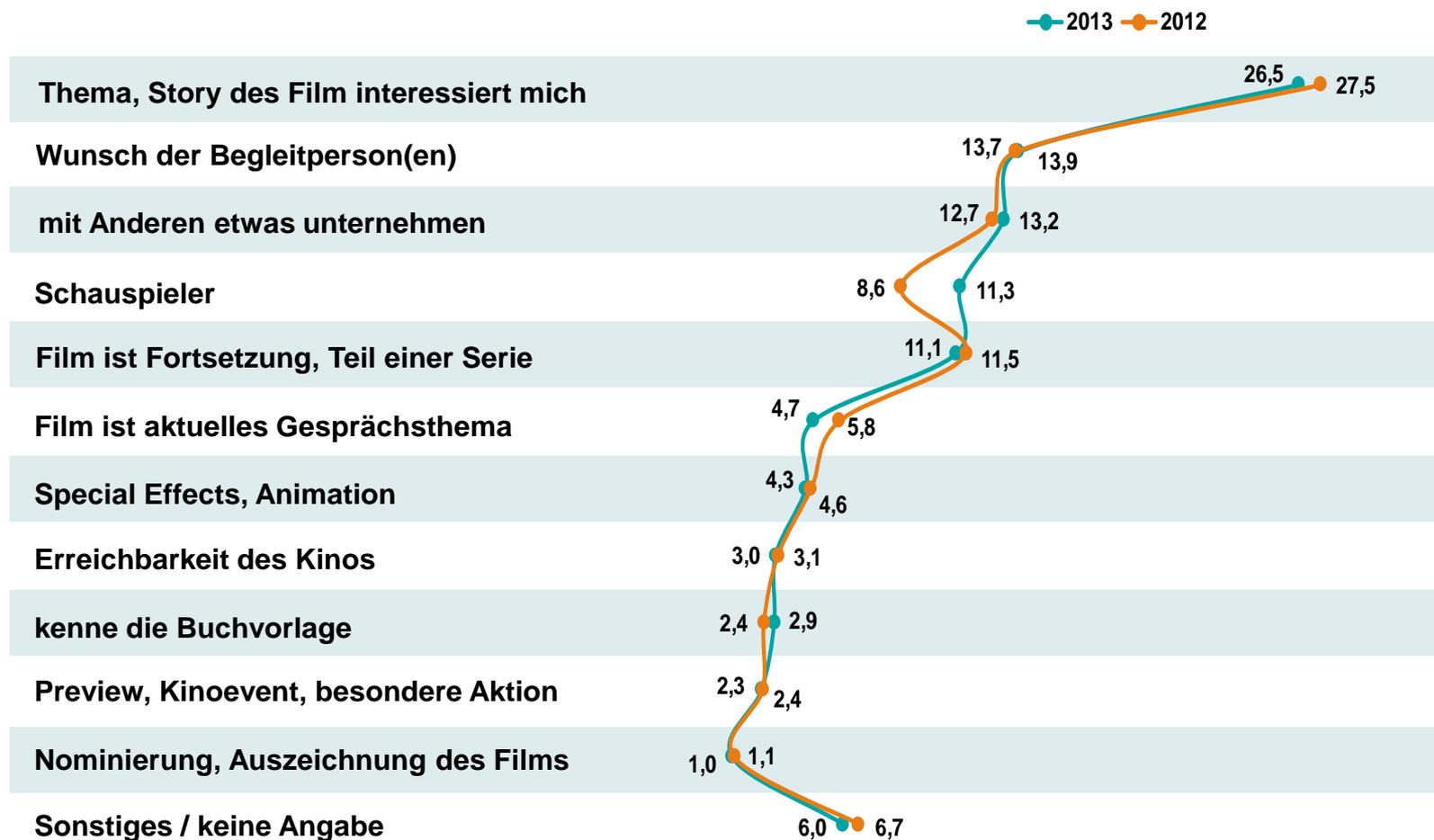
Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)



Kinobesucher III

Besuchsgrund 2013/2012

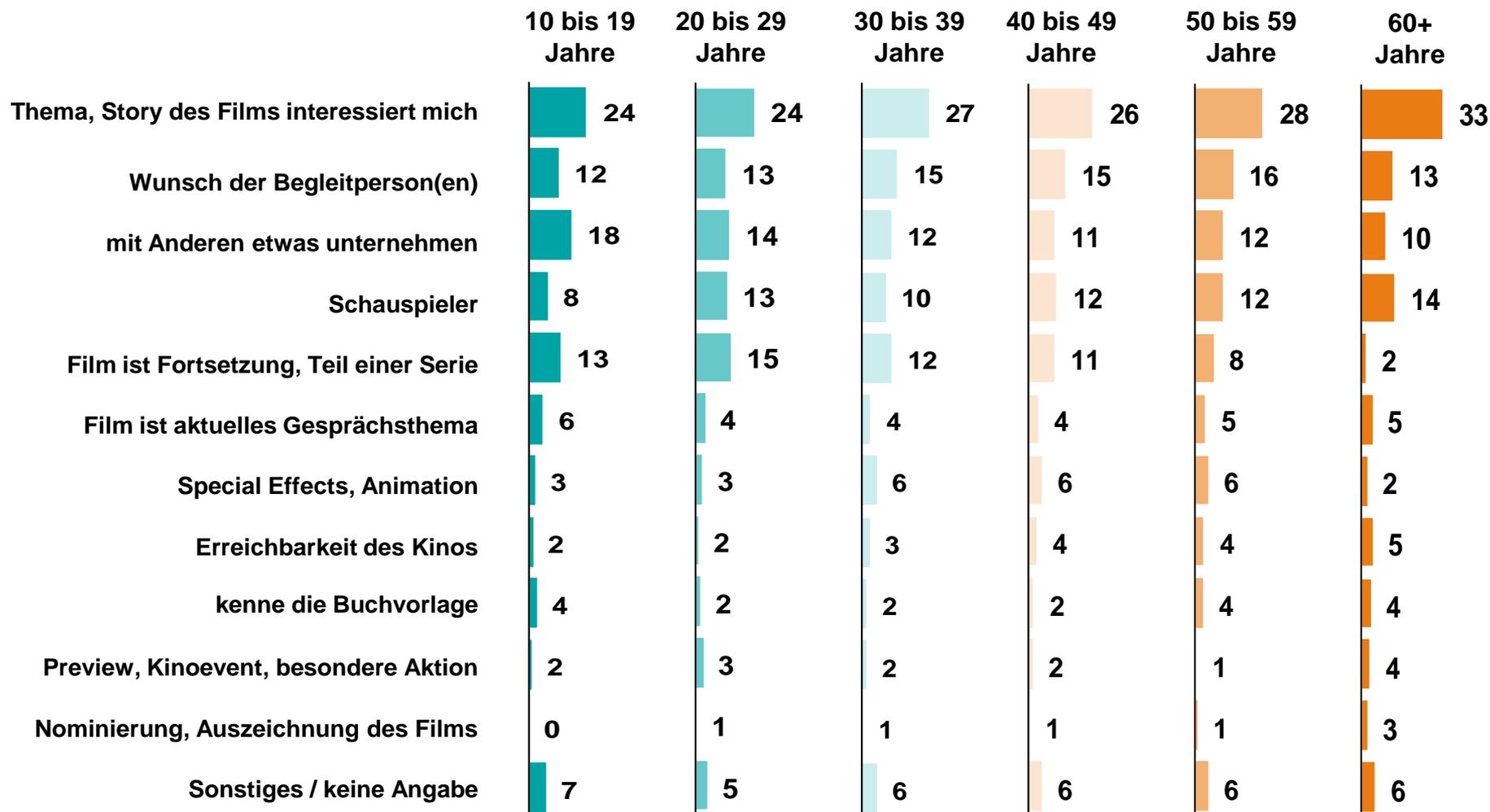
Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)



Kinobesucher III

Besuchsgrund – Altersgruppen

Basis: Besucher in % (mit Mehrfachnennungen)



Kinobesucher III

Besuchsgrund – Top Titel 2013

Basis: Besuche in Mio. (mit Mehrfachnennungen)

Gesamt	Thema, Story des Films interessiert mich	Wunsch der Begleitperson(en)	mit Anderen etwas unternehmen	Schauspieler
Fack Ju Göhte	Fack Ju Göhte	Die Eiskönigin - Völlig unverfroren	Fack Ju Göhte	Django Unchained
Der Hobbit: Smaugs Einöde	Der Hobbit: Smaugs Einöde	Fack Ju Göhte	Die Eiskönigin - Völlig unverfroren	Schlussmacher
Django Unchained	Django Unchained	Die Schlümpfe 2	Django Unchained	Fack Ju Göhte
Die Tribute von Panem - Catching Fire	Der Hobbit: Eine unerwartete Reise	Ich - Einfach unverbesserlich 2	Schlussmacher	Kokowääh 2
Kokowääh 2	Die Tribute von Panem - Catching Fire	Django Unchained	Hangover 3	Stirb Langsam - Ein guter Tag zuM Sterben
Der Hobbit: Eine unerwartete Reise	Star Trek Into Darkness	Die Croods	Die Croods	Frau Ella
Schlussmacher	Life of Pi - Schiffbruch mit Tiger	Kokowääh 2	Kokowääh 2	Lone Ranger
Ich - Einfach unverbesserlich 2	Schlussmacher	Life of Pi - Schiffbruch mit Tiger	Ich - Einfach unverbesserlich 2	Der grosse Gatsby
Die Eiskönigin - Völlig unverfroren	Kokowääh 2	Der Hobbit: Smaugs Einöde	Die Tribute von Panem - Catching Fire	World War Z
Hangover 3	Hangover 3	Schlussmacher	Die Schlümpfe 2	Gravity

Kinobesucher III

Besuchsgrund – Top 4 internationale Filme

Basis: Besuche in % (mit Mehrfachnennungen)

Gesamt		Fack Ju Göhte	Der Hobbit: Smaugs Einöde	Django Unchained	Ich - Einfach unverbesserlich 2
26	Thema, Story des Films interessiert mich	27,7	22,6	23,9	16,7
14	Wunsch der Begleitperson(en)	11,7	7,3	9,5	17,6
13	mit Anderen etwas unternehmen	17,3	5,4	11,5	12,0
11	Schauspieler	13,3	1,1	25,0	0,3
11	Film ist Fortsetzung, Teil einer Serie	0,1	41,6	0,2	33,0
5	Film ist aktuelles Gesprächsthema	18,2	3,9	11,4	3,9
4	Special Effects, Animation	0,1	6,4	0,9	9,1
3	Erreichbarkeit des Kinos	3,2	1,4	1,7	1,8
3	kenne die Buchvorlage	0,0	7,2	0,0	0,2
2	Preview, Kinoeffekt, besondere Aktion	0,3	0,2	0,4	0,5
1	Nominierung, Auszeichnung des Films	0,3	0,2	9,0	0,0
6	Sonstiges / keine Angabe	7,7	2,7	6,6	4,9

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	
Der Medicus	1,08	Hanni & Nanni 3	1,00	Hannah Arendt	1,11	Der Medicus	1,25	Chroniken der Unterwelt - City Of Bones	1,35
Percy Jackson - Im Bann des Zyklopen	1,16	Das kleine Gespenst	1,00	Rush - Alles für den Sieg	1,12	Rush - Alles für den Sieg	1,30	Hannah Arendt	1,43
White House Down	1,16	Jack Reacher	1,19	Ostwind - Zusammen sind wir frei	1,15	Safe Haven - Wie ein Licht in der Nacht	1,32	Star Trek Into Darkness	1,43
Thor - The Dark Kingdom	1,20	Ritter Rost - Eisenhart und voll verbeult	1,20	Django Unchained	1,21	Taffe Mädels	1,35	Pitch Perfect	1,48
Fack Ju Göhte	1,21	Die Tribute von Panem - Catching Fire	1,21	Star Trek Into Darkness	1,27	Paulette	1,36	Der Hobbit: Smaugs Einöde	1,49
Chroniken der Unterwelt - City Of Bones	1,21	Turbo - Kleine Schnecke, großer Traum	1,21	Turbo - Kleine Schnecke, großer Traum	1,29	Django Unchained	1,37	Fack Ju Göhte	1,50
Ostwind - Zusammen sind wir frei	1,22	Die Unfassbaren - Now You See Me	1,24	Fack Ju Göhte	1,30	Ostwind - Zusammen sind wir frei	1,38	Ostwind - Zusammen sind wir frei	1,50
Die Tribute von Panem - Catching Fire	1,23	Fack Ju Göhte	1,26	Ich - Einfach unverbesserlich 2	1,31	Der Hobbit: Eine unerwartete Reise	1,38	Django Unchained	1,50
Star Trek Into Darkness	1,23	Rush - Alles für den Sieg	1,26	Der Hobbit: Smaugs Einöde	1,36	Evil Dead	1,40	Safe Haven - Wie ein Licht in der Nacht	1,52
Wolkig mit Aussicht auf Fleischbällchen 2	1,25	Die Croods	1,27	Frau Ella	1,37	Star Trek Into Darkness	1,40	Les Misérables	1,54

Key Facts zum Kinobesucher III *filmspezifisch*

- Die meisten Besucher besuchten 2013 Komödien, Action-/Abenteuerfilme und Kinderfilme. War die Komödie im Vorjahr noch in allen Altersgruppen am beliebtesten, wurde sie nun vom Drama bei den Best Agern sowie vom Action- bzw. Abenteuerfilm bei den 30 bis 39-Jährigen abgelöst.
- Der Verzehranteil an den Kinogesamtausgaben betrug in 2013 31%. Der Gesamterlös aus Ticket- und Concession-Verkauf betrug 1.476 Mio. €.
- 55% aller Kinobesucher verzehrten in 2013 auch Getränke, Popcorn und Co. Die 40 bis 49-Jährigen gaben dabei am meisten für Speisen und Getränke aus (Ø 4,45 €). Dabei wurde generell in Kinos mit höheren Eintrittspreisen auch in 2013 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 (64%) sahen sich lieber Filme ab 20 Uhr an, 59% der über 60-Jährigen bevorzugten hingegen einen Filmbeginn vor 18 Uhr.
- Der Großteil aller Kinobesuche wurde auch in 2013 von Donnerstag bis Sonntag getätigt (66%). Dabei ging man mit durchschnittlich 2,0 Begleitpersonen ins Kino. Jeder zehnte Kinobesuch (10%) fand alleine statt.
- „Filmvorschau, Trailer im Kino“ (16%) und „Werbung im Fernsehen“ (15%) waren in 2013 die wichtigsten Aufmerksamkeitsquellen, gefolgt von „Empfehlung von Freunden, Bekannten“ (12%) sowie „Plakate, Dekoration, Werbung im Kino“ und „Filmvorschau, Trailer im Internet“ (jeweils 8%).
- Der häufigste Besuchsgrund war in 2013 mit 26% „Thema, Story interessiert mich“. Als zweithäufigster Grund wurde „Wunsch der Begleitperson(en)“ angegeben (14%).

**Wünschen Sie weitere Details zur Demografie der Kinobesucher
bzw. zu kinospezifischen Merkmalen, können Sie sich gern an uns wenden.**

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

Tel.: 030 / 27 577 - 0

Fax: 030 / 27 577 - 111

E-Mail: presse@ffa.de

Weitere Informationen, Studien und Marktdaten erhalten Sie unter

www.ffa.de