

Kinobesucher 2017

Strukturen und Entwicklungen auf Basis des GfK-Panels

Mai 2018

Vorwort

Seit mittlerweile 26 Jahren veröffentlicht die FFA ihre Studien über die Struktur des Kinobesuchs und die Entwicklung im Besucherverhalten. Seit 2004 werden die Zahlen in Form einer Präsentation herausgegeben. Diese stützt sich auf das Individualpanel Media*Scope der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), dessen Ergebnisse die FFA im Hinblick auf die filmwirtschaftlichen Daten ausschließlich erworben hat.

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

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

Die FFA hatte 2012 die Gelegenheit genutzt, um die Studie auch inhaltlich zu überarbeiten. Die Auswertung stellt weiterhin die allgemeine Entwicklung im Kino dar. Ergänzend dazu erfolgen Analysen hinsichtlich soziodemografischer Merkmale sowie eine Betrachtung einzelner kino- und filmspezifischer Informationen. Der Kinobesuch deutscher Filme und 3D-Filme wird in eigenständigen Studien veröffentlicht.

Die 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.

Aufgrund einer erhöhten Verwechslungsgefahr der Nomenklaturen von Besuche/Besucher werden in dieser Studie Besuche künftig auch als Tickets und Besucher als Personen ausgewiesen.

GfK Media*Scope – Methodensteckbrief

Befragungsinhalt



Erfassung aller Kinobesuche von deutschen Privatpersonen ab 10 Jahren. In die Abfrage sind Kinder unter 10 Jahren über die Begleitpersonen inkludiert.

Befragungsmethode



Schriftlich (ca. 80% Online, ca. 20% Paper & Pencil) in Form eines Tagebuchs, das von den Panelteilnehmern selbst kontinuierlich geführt wird.

Stichprobe



Die Ergebnisse werden auf die Grundgesamtheit (Stand Januar 2018: 67,4 Mio.) der deutschen Bevölkerung ab 10 Jahre hochgerechnet.

Hochrechnung



Kontinuierliches Panel von 25.000 deutschen Einzelpersonen ab 10 Jahren (brutto, Januar 2018).

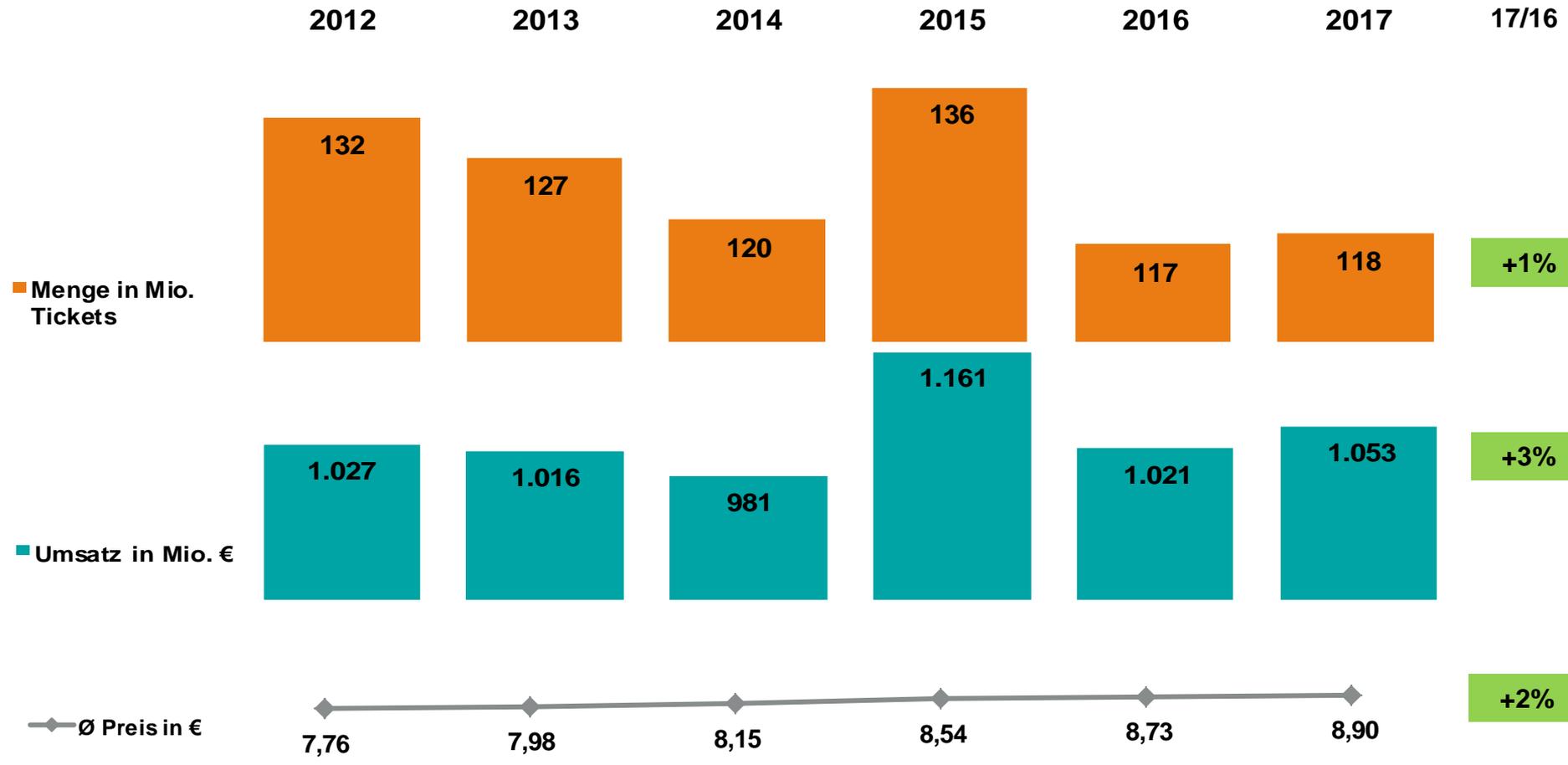
Inhalt

- 1** Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2** Kinobesucher I – soziodemografisch und kinospezifisch
- 3** Kinobesucher II – Reichweiten und Intensitäten
- 4** Kinobesucher III – filmspezifisch
- 5** Kinobesucher IV – NEU: Fokus 2017

Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

Tickets und Umsatz

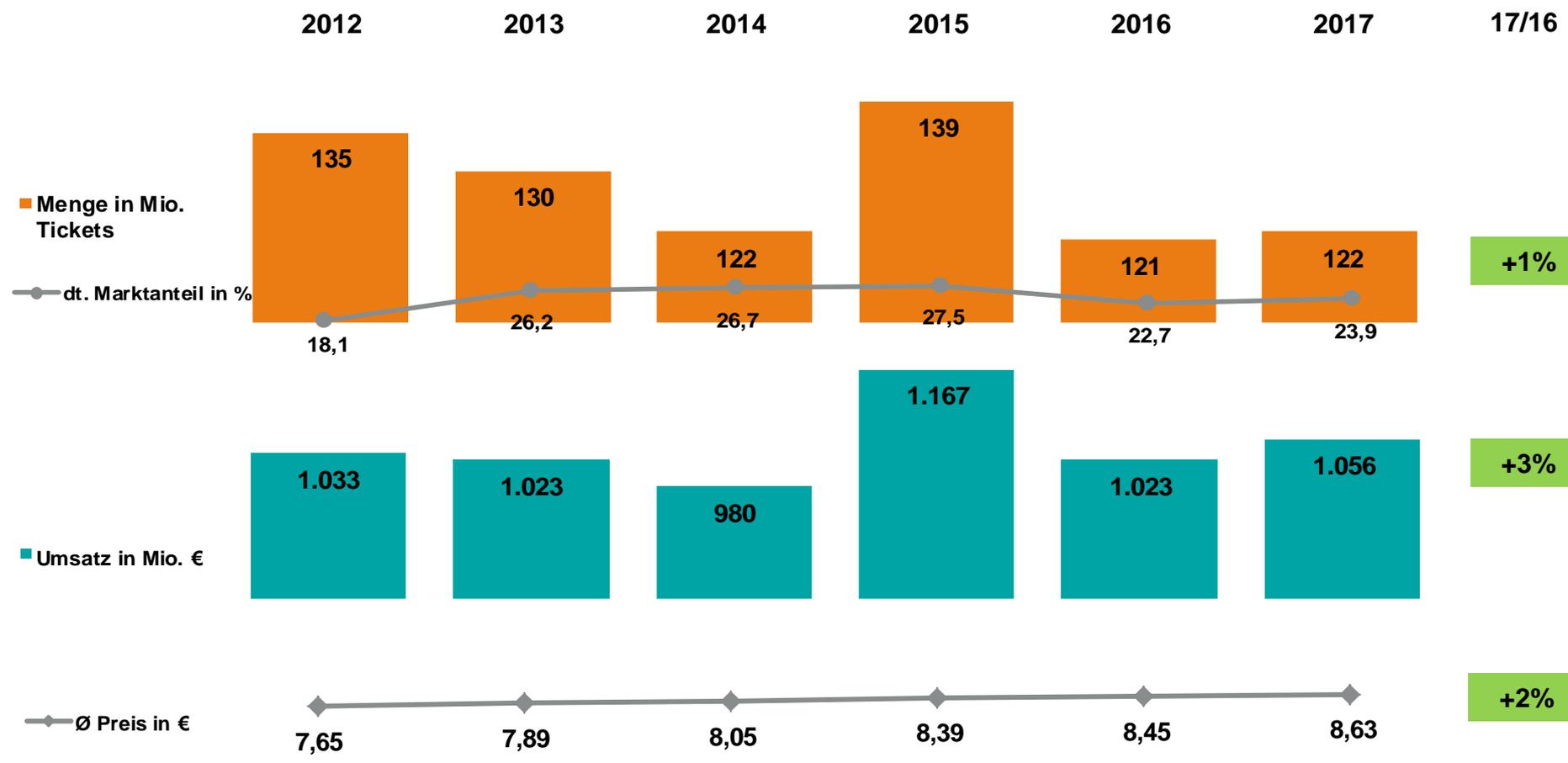
Basis: GfK-Panel



Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

Tickets und Umsatz

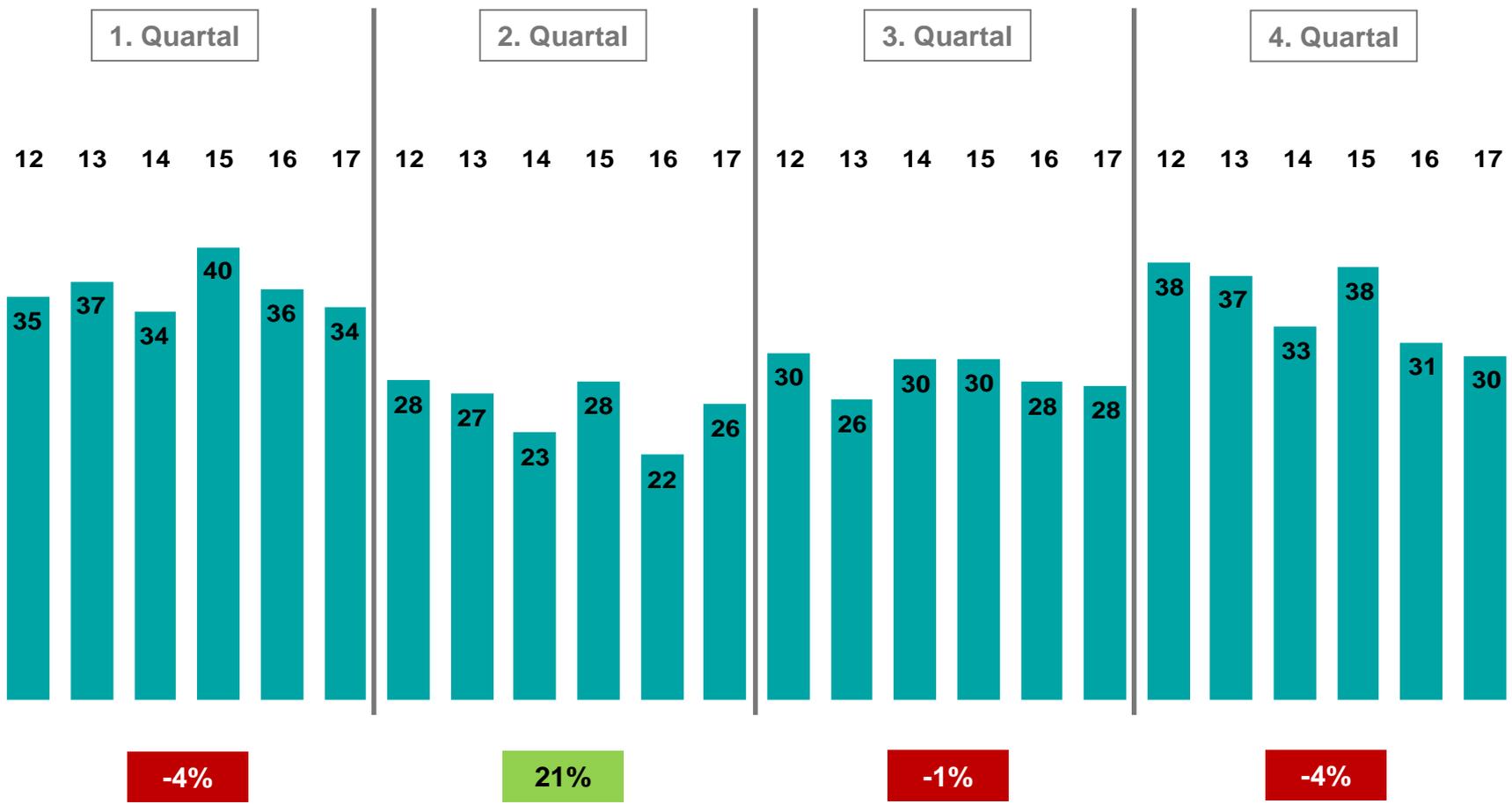
Basis: Meldungen der Filmtheater, FFA



Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

Saisonalität

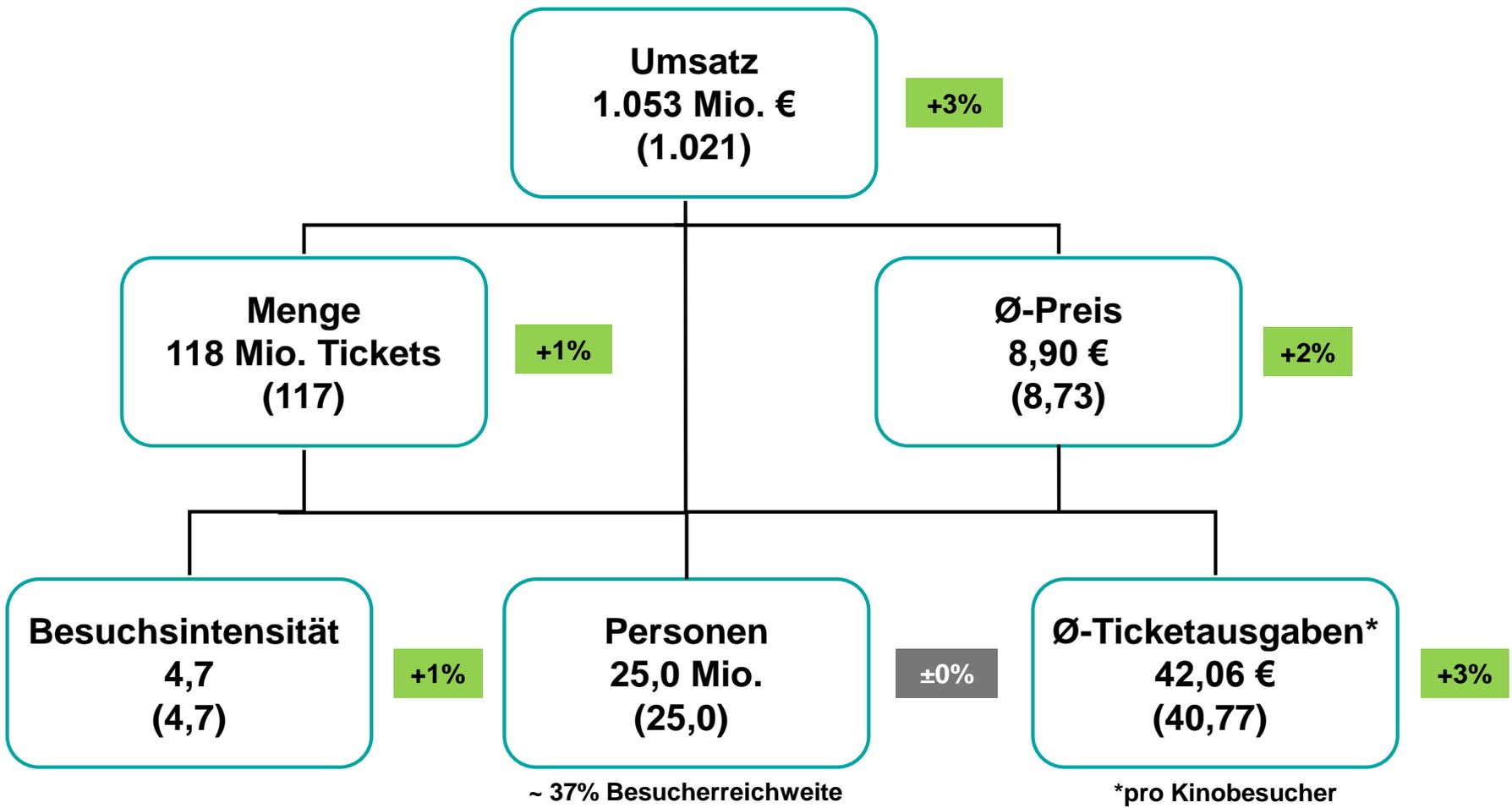
Basis: Tickets in Mio., GfK-Panel



17/16

Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts Key Facts zum Kinomarkt 2017 (2016)

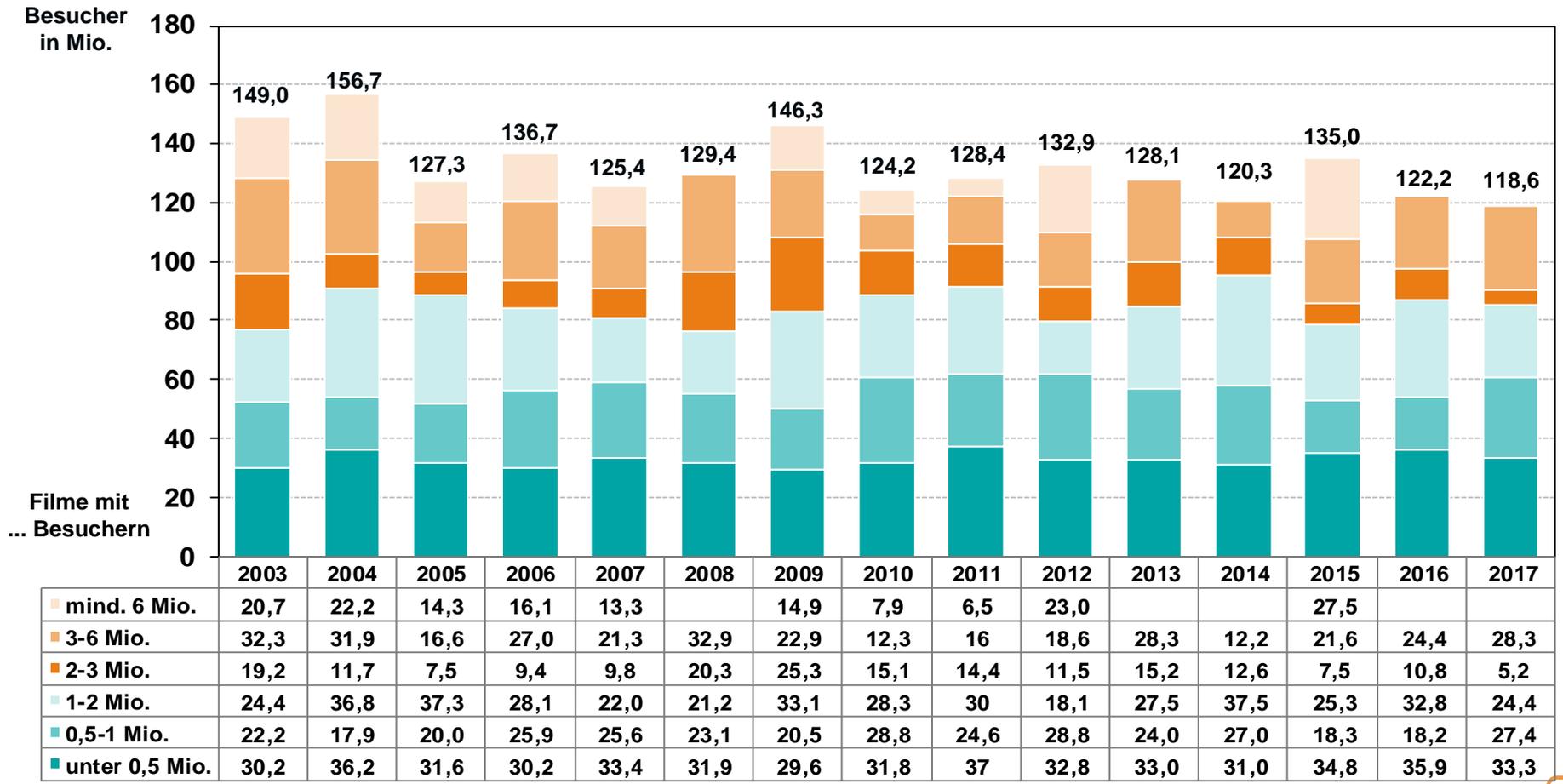
Basis: GfK-Panel



Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

Key Facts – Besucherklassen

Basis: Ticket-Meldungen der Filmverleiher, FFA



Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

Key Facts – Besucherklassen

Basis: Ticket-Meldungen der Filmverleiher, FFA

		Zahl der Millionen-Hits															Durchschnitt 2003-2017
Filme mit ... Besuchern	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017		
mind. 6 Mio	3	3	2	2	2	-	2	1	1	3	-	-	4	-	-	2	
3 bis unter 6 Mio.	8	8	4	6	5	8	6	3	4	5	7	3	5	7	7	6	
2 bis unter 3 Mio.	8	5	3	4	4	8	11	6	6	5	6	5	3	4	2	5	
1 bis unter 2 Mio.	17	26	29	21	15	15	25	21	21	15	21	28	19	23	18	21	
Summe	36	42	38	33	26	31	44	31	32	28	34	36	31	34	27	34	
nachrichtlich:																	
0,5 bis unter 1 Mio.	32	26	29	34	36	31	30	41	36	43	36	38	28	26	39	34	

- **Fast jedes dritte Kinoticket (30%) wurde im Jahr 2017 für einen TOP 10-Film erworben. Im Jahr davor waren es nur 27 Prozent. Sieben Filme überschritten die 3 Mio. Besucher.**
- **Die 27 Besuchermillionäre stellten mit 58 Mio. verkauften Tickets knapp die Hälfte (49%) des gesamten Besucheraufkommens. Im Vorjahr machten 34 Besuchermillionäre noch über die Hälfte der Tickets (56%) aus.**
- **Mit FACK JU GÖHTE 3, BULLYPARADE – DER FILM und BIBI UND TINA – TOHUWABOHU TOTAL befanden sich 2017 drei deutsche Filme unter den TOP 20. 2016 waren es vier deutsche Produktionen.**
- **Unter den 27 Filmen, die in 2017 mindestens eine Million verkaufte Tickets erzielten, befanden sich vier deutsche Filmproduktionen. 2016 waren es sieben und 2015 neun Produktionen.**

Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

Key Facts – Ausgaben

Basis: FFA und GfK-Panel

Durchschnittliche Ausgaben im Kino

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	17/16
durchschnittlicher Eintrittspreis pro Kinoticket lt. FFA:	7,39 €	7,65 €	7,89 €	8,05 €	8,39 €	8,45 €	8,63 €	2,2%
durchschnittlicher Eintrittspreis pro Kinoticket lt. GfK*:	7,50 €	7,76 €	7,98 €	8,15 €	8,54 €	8,73 €	8,90 €	1,9%
durchschnittliche Ausgaben pro Kinoticket für Verzehr lt. GfK*:	3,54 €	3,41 €	3,60 €	3,72 €	4,04 €	4,05 €	4,37 €	7,8%
durchschnittliche Gesamtausgaben pro Kinoticket lt. GfK*:	11,08 €	11,17 €	11,58 €	11,87 €	12,58 €	12,78 €	13,26 €	3,8%

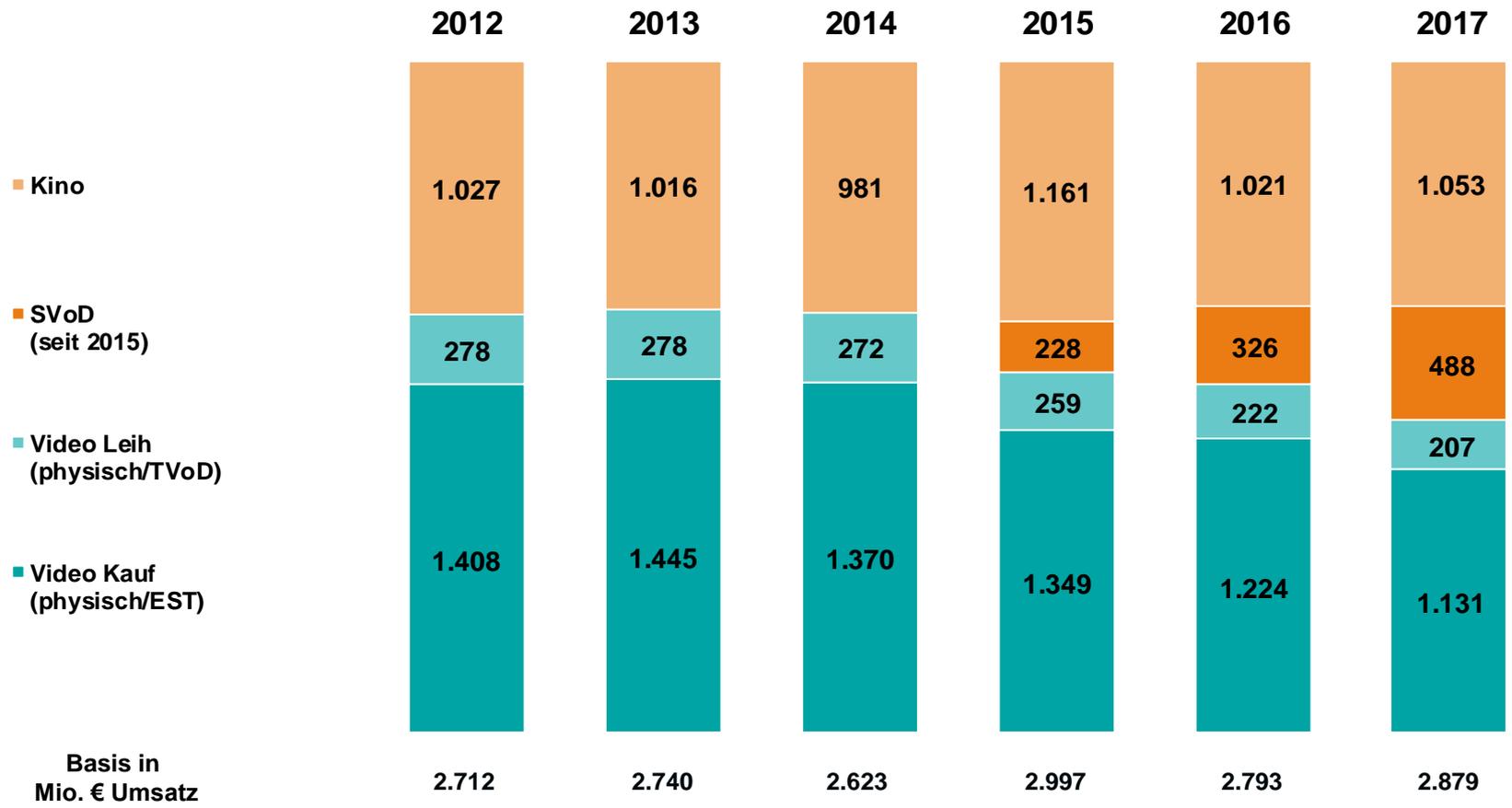
*ohne Ausländer und Kinder unter 10 Jahren, Eintrittspreise und Ausgaben für den Verzehr beziehen sich auf Bruttobeträge

- Anhand der Ticket- und Umsatzmeldungen der Filmtheater an die FFA lässt sich für das Jahr 2017 ein durchschnittlicher Eintrittspreis von 8,63 Euro errechnen.
- Der von der GfK ermittelte Eintrittspreis lag mit 8,90 Euro erneut geringfügig höher, da hier u. a. Kinder unter 10 Jahren, die meist Preisermäßigungen erhalten, nicht berücksichtigt wurden. Im Jahr 2017 verzehrten 59 Prozent aller Kinogänger im Kino Getränke, Popcorn & Co. Die durchschnittlichen Ausgaben für den Verzehr pro Käufer lagen in 2017 bei 7,45 Euro.

Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts

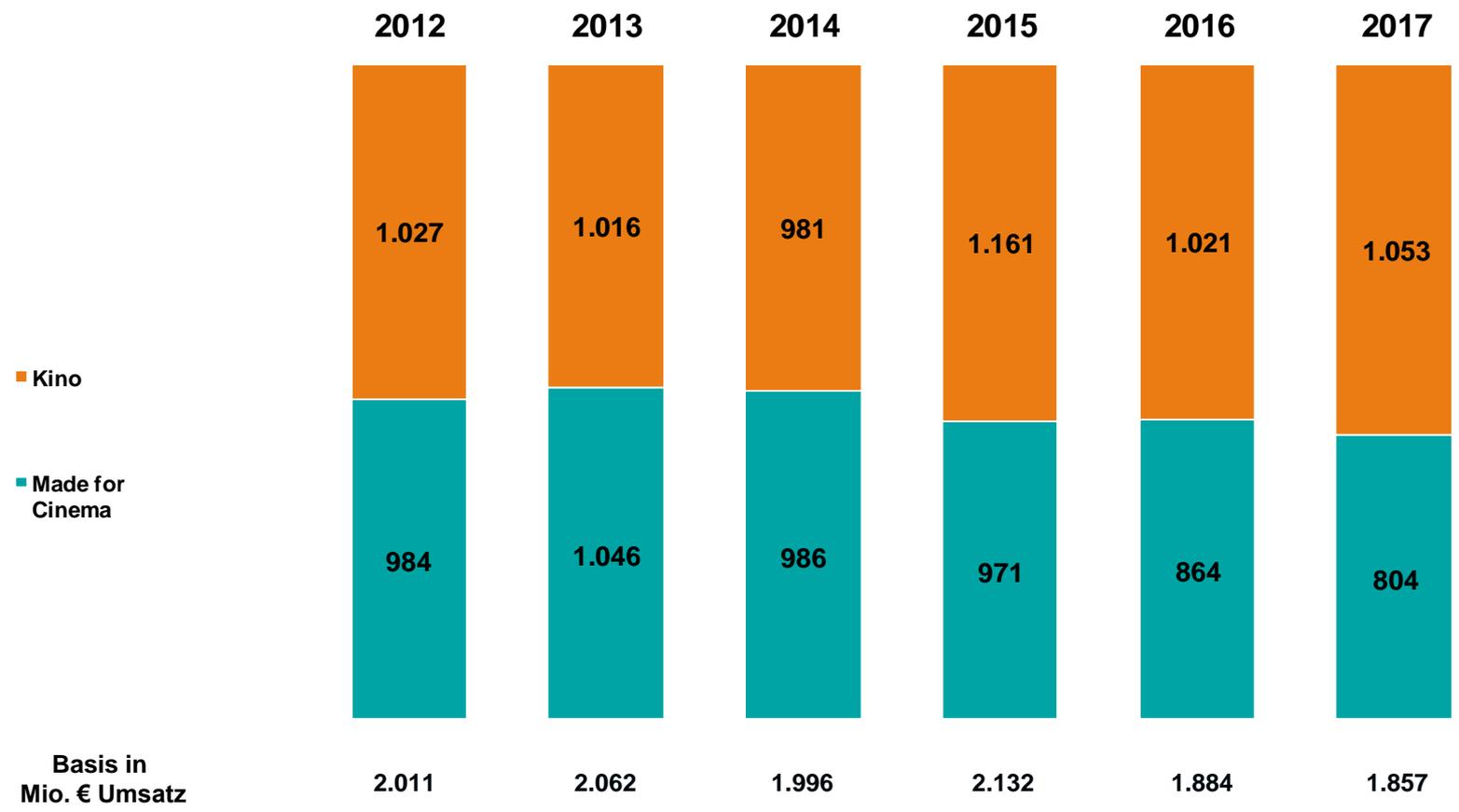
Kino vs. Home Video

Basis: Umsatz in Mio. €, GfK-Panel



Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts Kino vs. Home Video Kinoprodukt*

Basis: Umsatz in Mio. €, GfK-Panel



*exkl. SVoD; exkl. Special Interest Kinoproduktionen; inkl. Kinoboxen (Es gibt Austauschbeziehungen zwischen den einzelnen Segmenten. Dies ist u. a. auf Boxen-Produkte zurückzuführen, die auch Kinofilme enthalten. Die Zuordnung dieser Produkte wurde im Laufe des vorletzten Jahres von der GfK vereinheitlicht und die Daten daraufhin bereinigt. Aus diesem Grunde kann es zu Abweichungen zu vorangegangenen Publikationen kommen.)

Key Facts zur allgemeinen Entwicklung des Kinomarkts

Im Jahr 2017 wurden nach Angaben der GfK 118 Mio. und damit 1 Mio. Kinotickets mehr verkauft als in 2016 (+1%). Der Ticketumsatz verzeichnete aufgrund des nach wie vor gestiegenen Ticketpreises eine etwas stärker ausgeprägte Steigerung um +3 Prozent und lag damit in 2017 bei 1.053 Mio. Euro. Das entspricht dem zweithöchsten Ergebnis seit GfK-Datenerhebung.

Der durchschnittliche Eintrittspreis für einen Kinobesuch betrug in 2017 laut GfK 8,90 Euro.

Auch in 2017 sorgten die Blockbuster für die Mehrheit der verkauften Tickets. 27 Filme erreichten mehr als eine Million Besucher und stellten mit 58 Mio. verkauften Kinotickets 49 Prozent aller verkauften Kinokarten. Unter ihnen befanden sich vier deutsche Produktionen, welche sich das Prädikat Besuchermillionär verleihen durften.

Die TOP 3 der erfolgreichsten Filme des Jahres 2017 kamen allesamt über die 4 Mio. Besucher-Grenze bzw. kratzten im Falle des TOP-Titels an der 6. Million. Es handelte sich um die Sequels: FACK JU GÖHTE 3, gefolgt von ICH – EINFACH UNVERBESSERLICH 3 und STAR WARS: DIE LETZTEN JEDI.

Von den TOP 10 Filmen des Jahres 2017 handelte es sich bei fünf um 3D-Filme: ICH – EINFACH UNVERBESSERLICH 3, STAR WARS: DIE LETZTEN JEDI, DIE SCHÖNE UND DAS BIEST, PIRATES OF THE CARIBBEAN: SALAZARS RACHE sowie GUARDIANS OF THE GALAXY VOL 2.

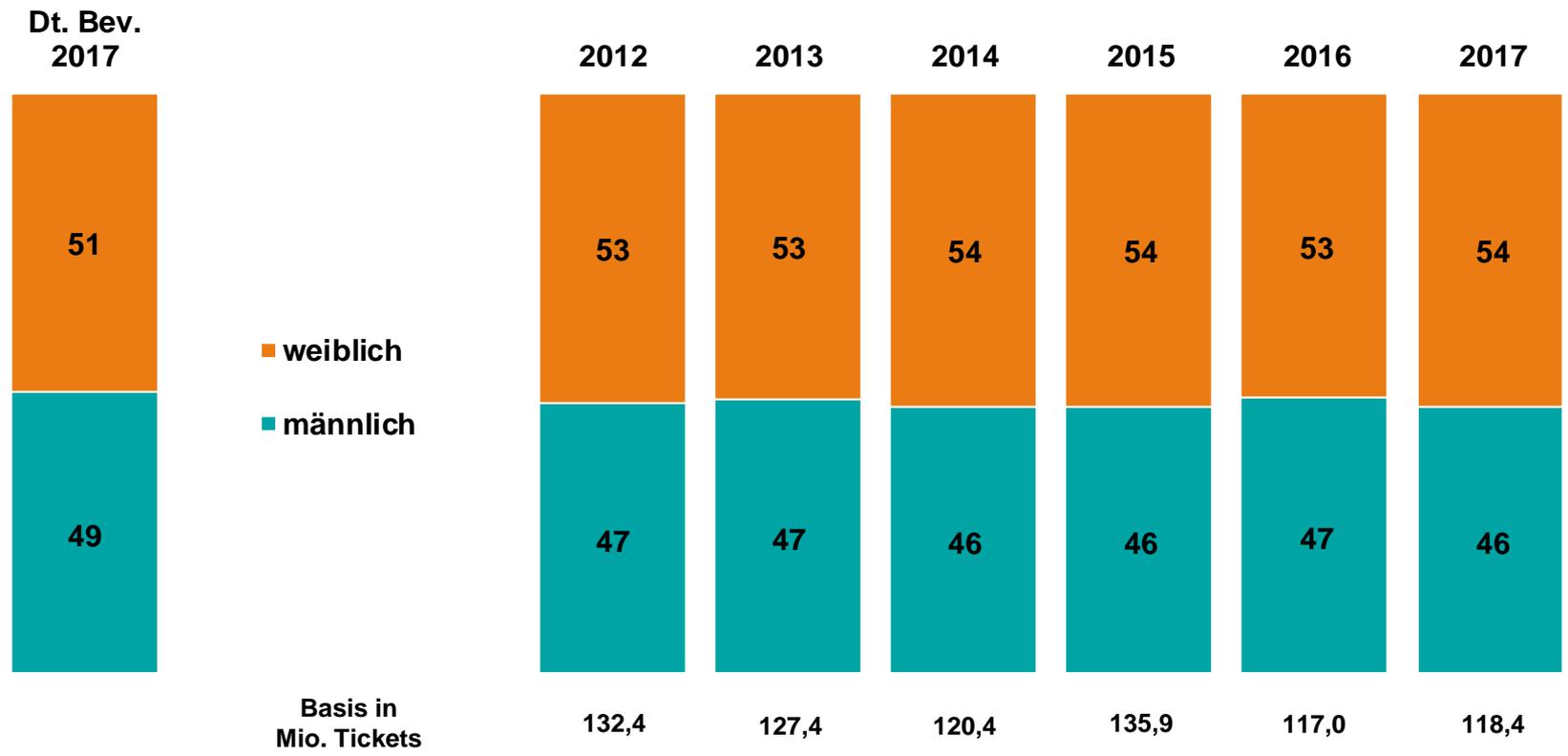
Inhalt

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2 Kinobesucher I – soziodemografisch und kinospezifisch
- 3 Kinobesucher II – Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher III – filmspezifisch
- 5 Kinobesucher IV – NEU: Fokus 2017

Kinobesucher I

Geschlecht der Besucher im Zeitverlauf

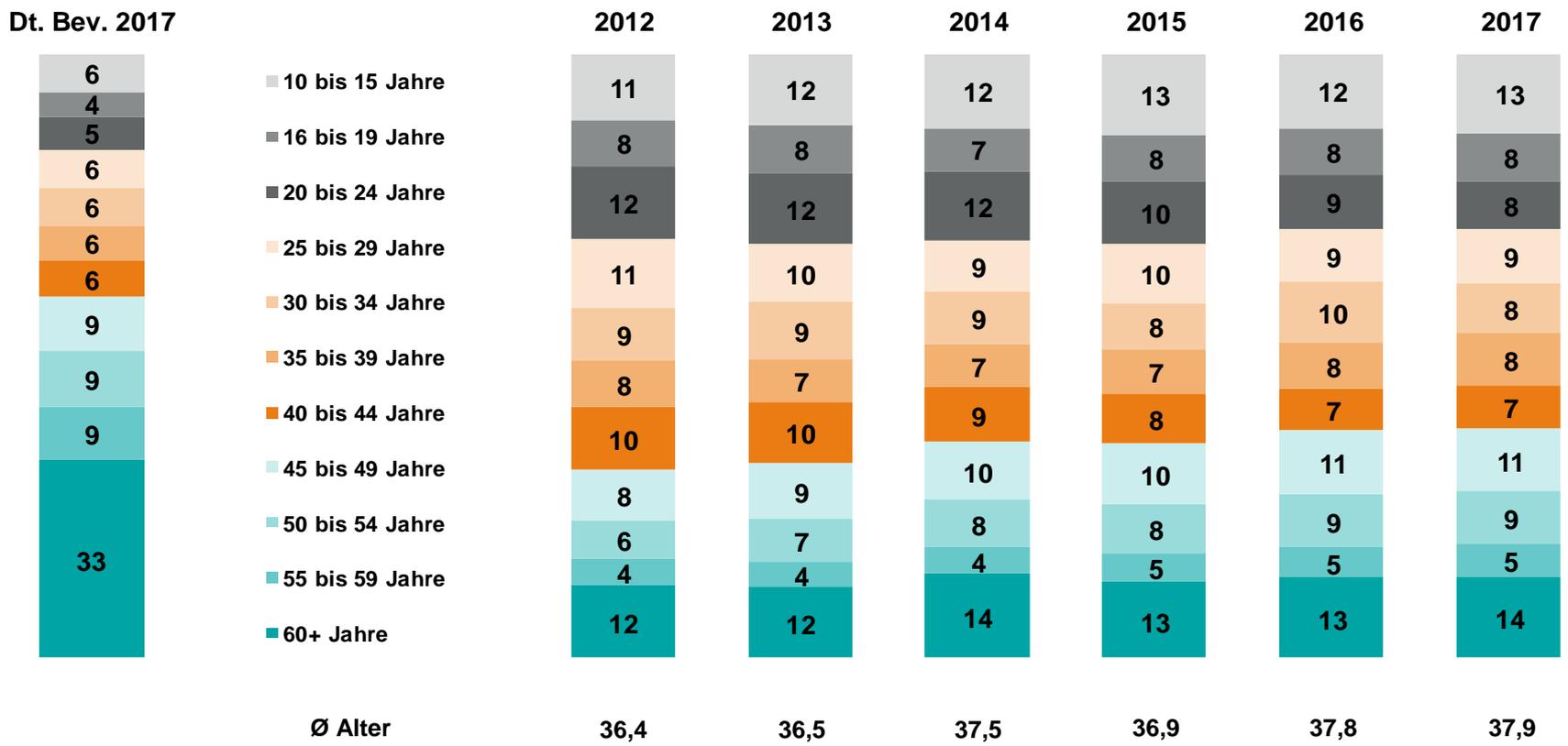
Basis: Besuche in %



Kinobesucher I

Alter der Besucher im Zeitverlauf

Basis: Tickets in %



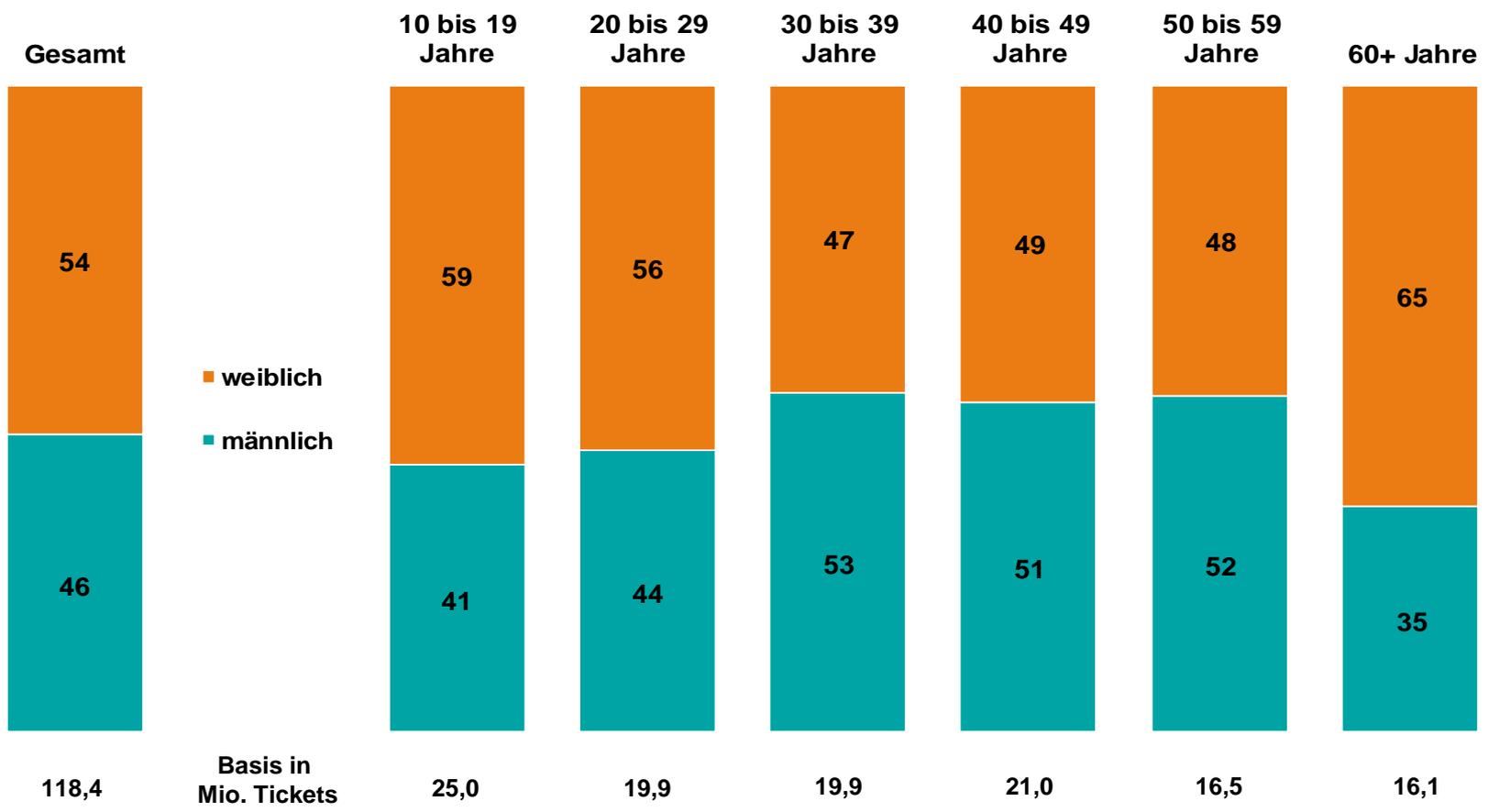
Kinobesucher I
Gewinne und Verluste – Alter und Geschlecht
 Basis: Tickets in Mio.

	Veränderung 2017/2016	Mio. Besuche 2016	Mio. Besuche 2017
Total	1%	117,0	118,4
<hr/>			
weiblich	4%	61,5	64,0
männlich	-2%	55,5	54,3
<hr/>			
10 bis 15 Jahre	8%	14,4	15,5
16 bis 19 Jahre	6%	8,9	9,5
20 bis 24 Jahre	-12%	10,5	9,2
25 bis 29 Jahre	3%	10,3	10,7
30 bis 34 Jahre	-16%	11,7	9,9
35 bis 39 Jahre	15%	8,8	10,1
40 bis 44 Jahre	6%	8,0	8,5
45 bis 49 Jahre	0%	12,5	12,5
50 bis 54 Jahre	0%	10,2	10,1
55 bis 59 Jahre	8%	5,9	6,4
60+ Jahre	3%	15,6	16,1

Kinobesucher I

Alter der Besucher – Geschlecht

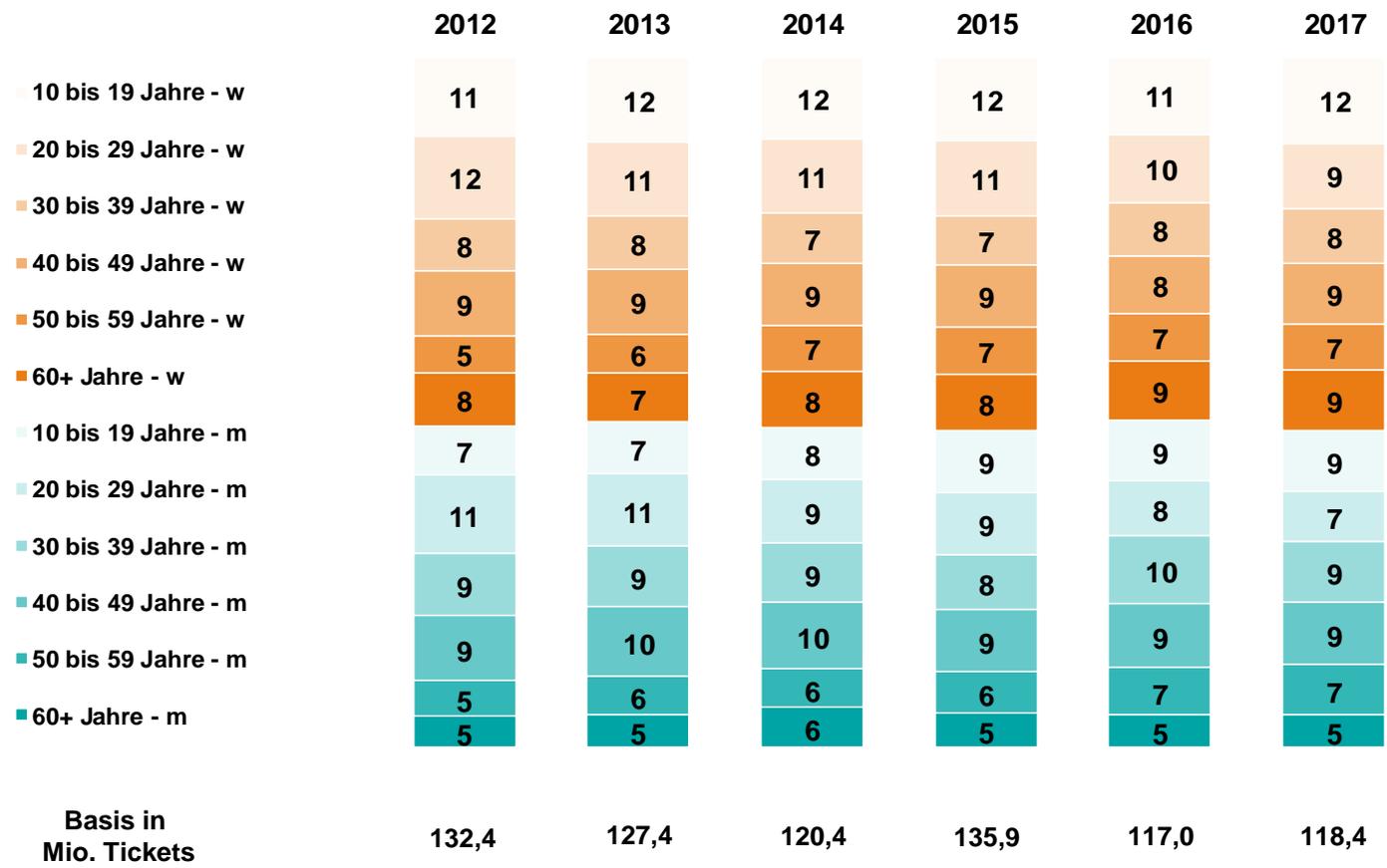
Basis: Tickets in %



Kinobesucher I

Alter der Besucher nach Geschlecht im Zeitverlauf

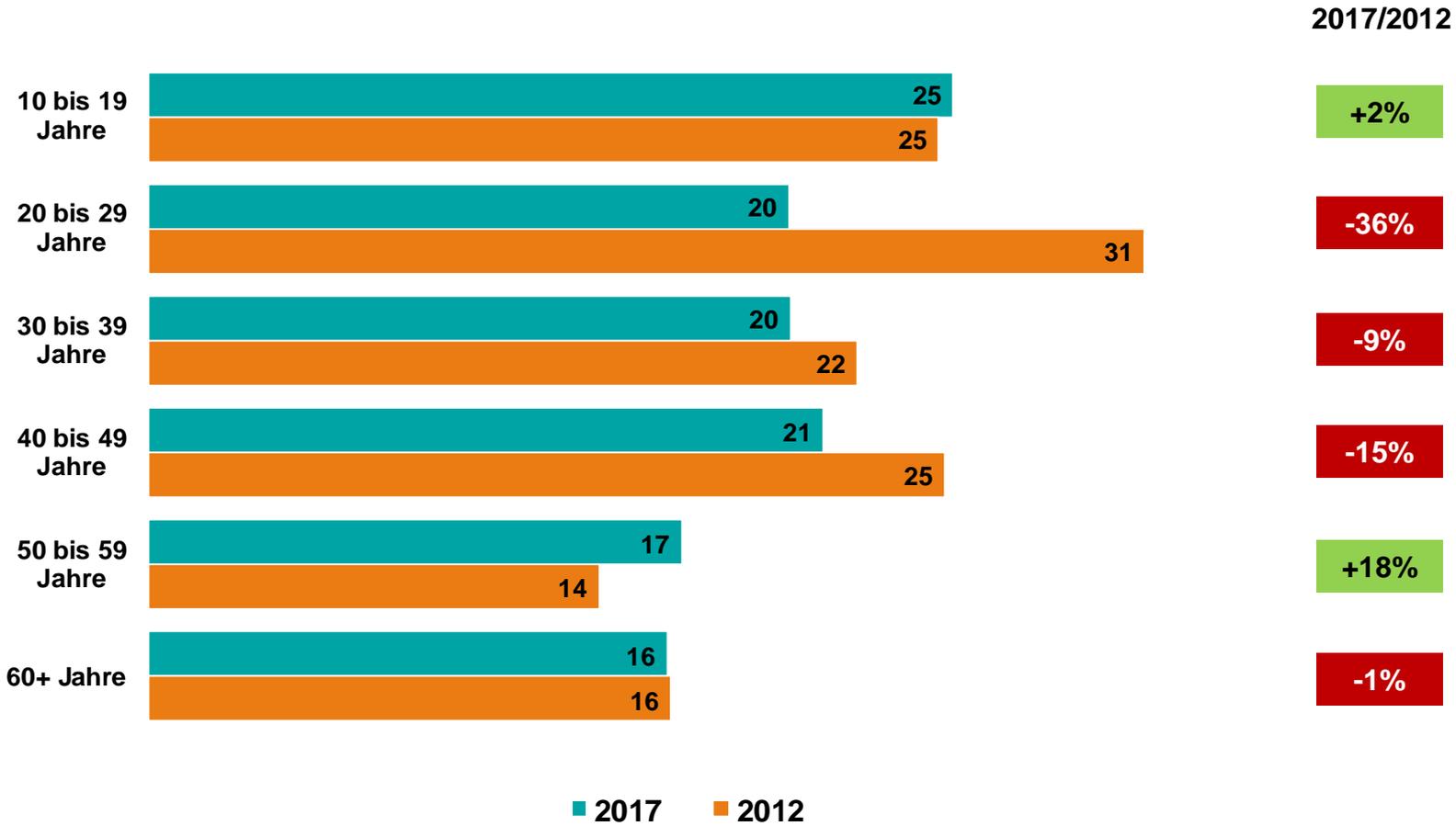
Basis: Tickets in %



Kinobesucher I

Alter der Besucher – Vergleich 2017/2012

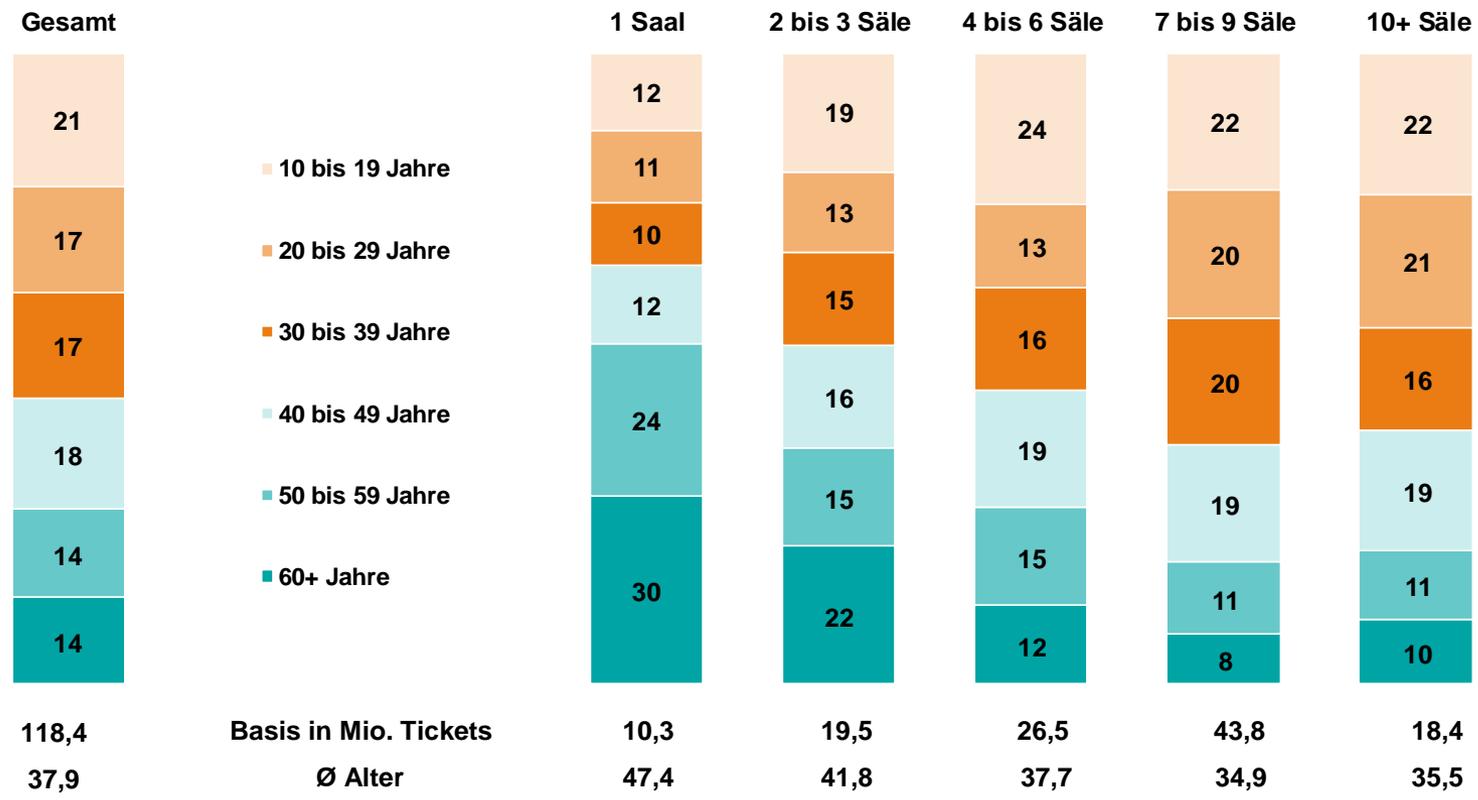
Basis: Tickets in Mio.



Kinobesucher I

Anzahl der Säle – Altersgruppen

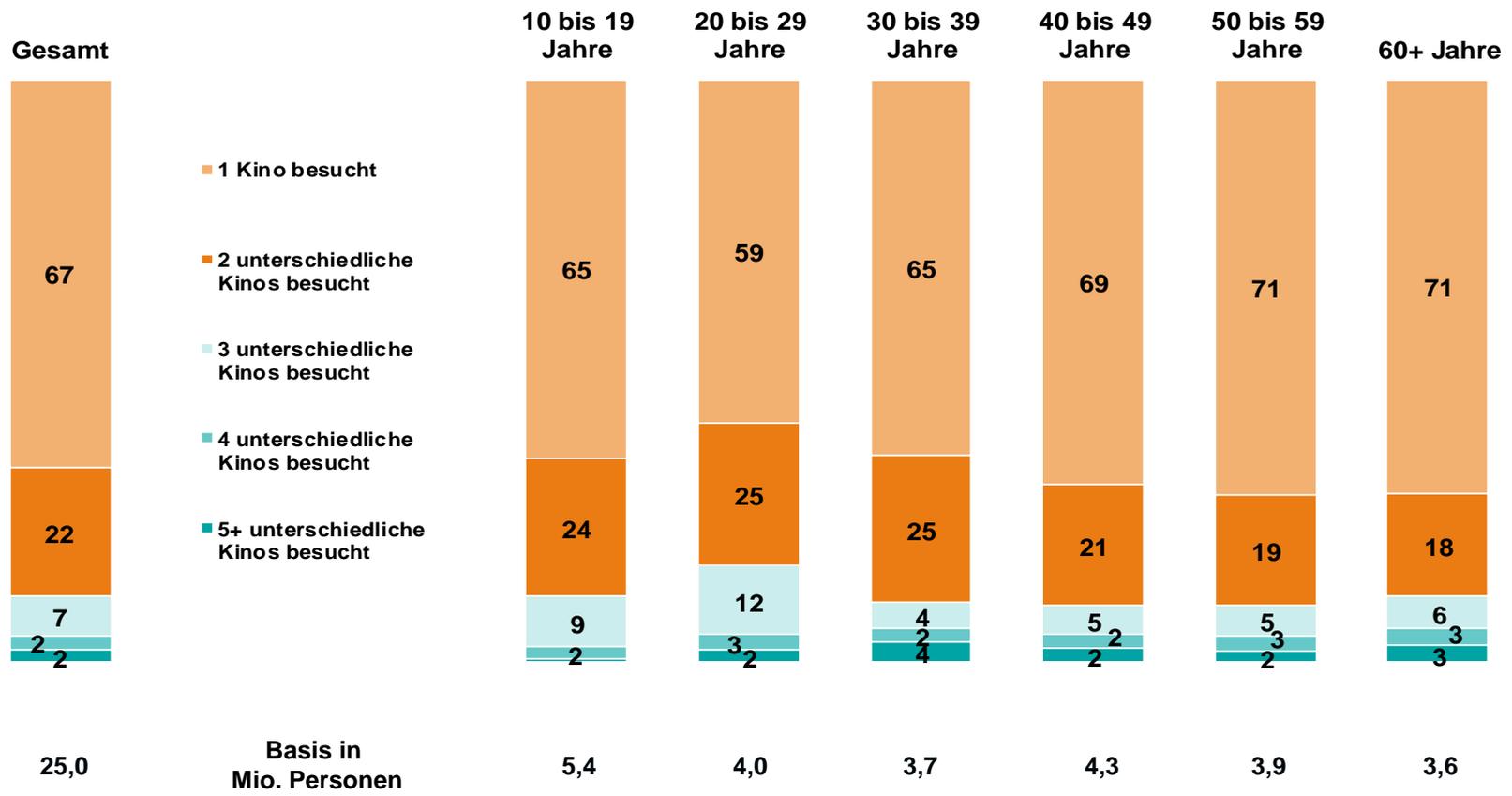
Basis: Tickets in %



Kinobesucher I

Anzahl besuchter Kinos – Altersgruppen

Basis: Personen in %



Key Facts zum Kinobesucher I

soziodemografisch und kinospezifisch

Für den größten Anteil an Tickets in 2017 sorgten mit 21 Prozent nach wie vor Jugendliche bis 19 Jahre. Knapp dahinter folgten mit 18 Prozent die 40- bis 49-Jährigen und danach mit jeweils 17 Prozent die 30- bis 39-Jährigen und die 20- bis 29-Jährigen.

Erneut gingen mit einem Anteil von 54% etwas mehr weibliche Besucher als männliche ins Kino. Die Geschlechterverteilung blieb damit im Zeitverlauf stabil. Das stärkste Wachstum einer Altersgruppe nach Tickets zeigten in 2017 die 35- bis 39-Jährigen mit 10,1 Mio. gelösten Tickets (2016: 8,8 Mio.) und damit einem Plus von 14 Prozent. Den größten Rückgang wiesen im Vergleich zum Vorjahr 2016 die 30- bis 34-Jährigen mit -16 Prozent und die 20- bis 24-Jährigen mit -12 Prozent auf.

Im direkten Vergleich der letzten sechs Jahre zeigen sich wie in den Vorjahren starke Unterschiede in den einzelnen Zielgruppen: Die 50- bis 59-Jährigen konnten genau wie im Vorjahr den stärksten Ticketzuwachs im 6-Jahres-Vergleich für sich verbuchen (+18%). Die 20- bis 29-Jährigen mussten im Zeitvergleich die stärksten Verluste hinnehmen (-36%) und liegen in diesem Jahr nur noch auf dem vierten Platz nach verkauften Tickets. In den vergangenen Jahren hatten sie immer den zweiten Platz hinter den 10- bis 19-Jährigen inne.

Insgesamt zeigt sich im Zeitverlauf erneut die gestiegene Kinoaffinität der älteren Besucher – im direkten Vergleich 2017/2012 vor allem der Besucher ab 50 Jahren. Dies spiegelt sich auch im Durchschnittsalter des Kinobesuchers wider, welches im 6-Jahres-Vergleich mit 37,9 Jahren das höchste war.

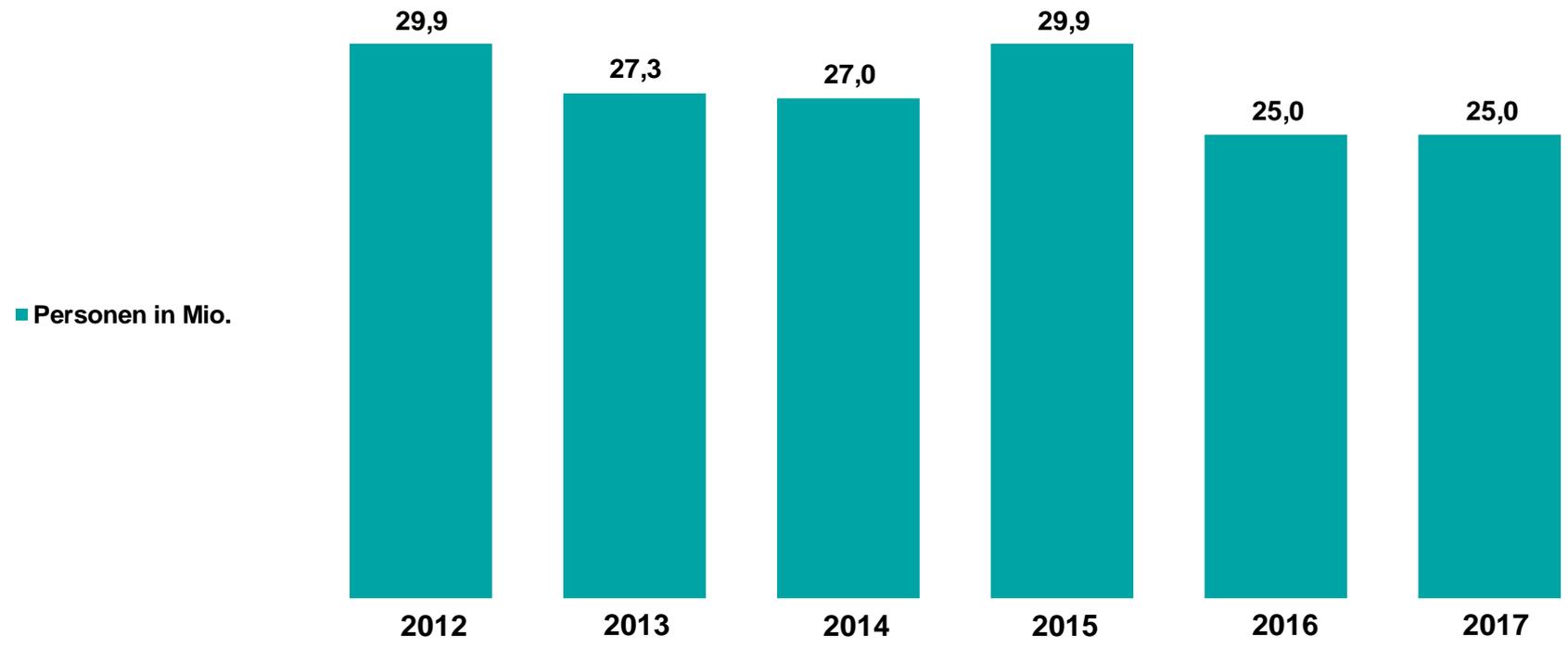
Inhalt

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2 Kinobesucher I – soziodemografisch und kinospezifisch
- 3 Kinobesucher II – Reichweiten und Intensitäten**
- 4 Kinobesucher III – filmspezifisch
- 5 Kinobesucher IV – NEU: Fokus 2017

Kinobesucher II

Reichweitenentwicklung und Besuche pro Kopf

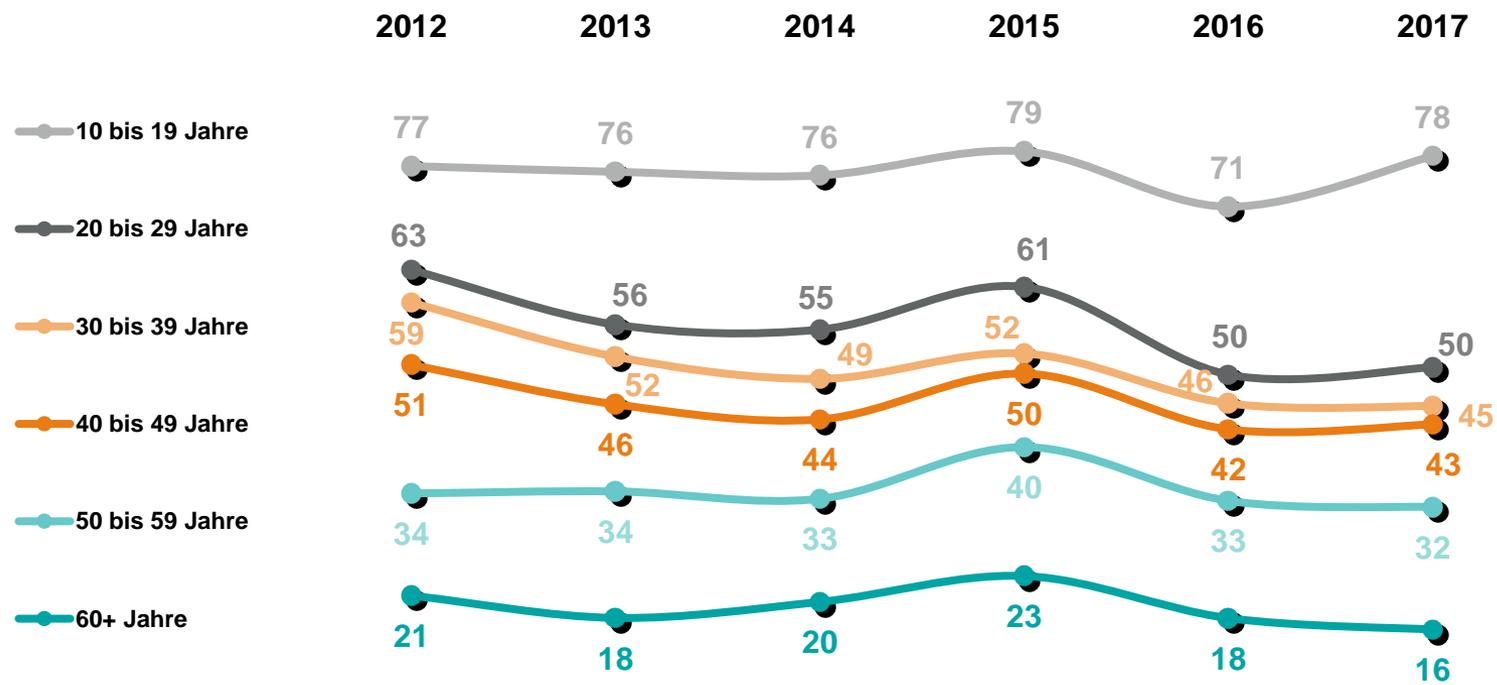
Basis: Personen in Mio.



Reichweite	44%	40%	40%	44%	37%	37%
Besuche pro Kopf	4,4	4,7	4,5	4,5	4,7	4,7

Kinobesucher II Reichweitenentwicklung – Altersgruppen

Basis: Personen in %



Die Reichweiten sind in 2017 in den jüngeren Altersgruppen wieder gestiegen, wohingegen die in den älteren Gruppen eher sanken. Im Zeitverlauf bleiben sie jedoch stabil.

Kinobesucher II Reichweitenentwicklung – Alter und Geschlecht

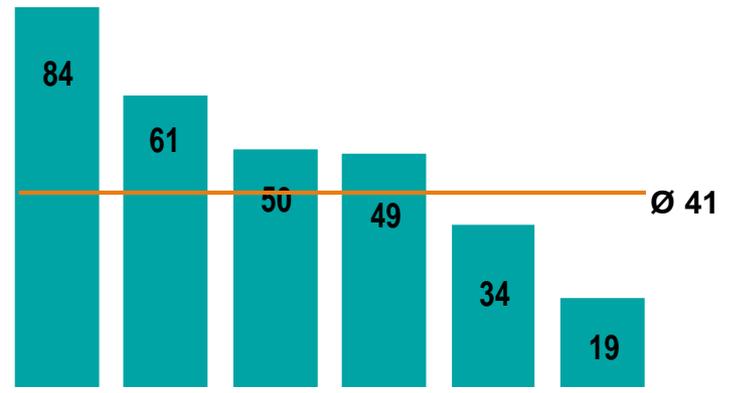
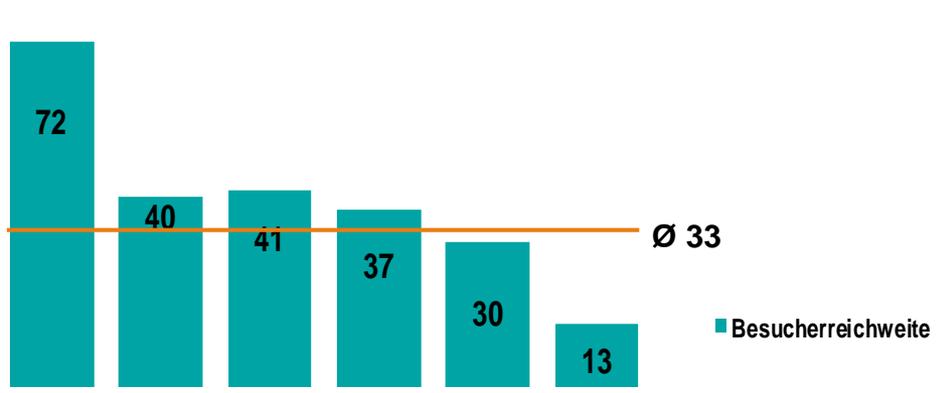
Basis: Personen in %

Männer

Frauen

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

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



Die höchste Reichweite erreichten sowohl bei den Männern als auch bei den Frauen – genau wie in den Vorjahren – mit großem Abstand die 10- bis 19-Jährigen.

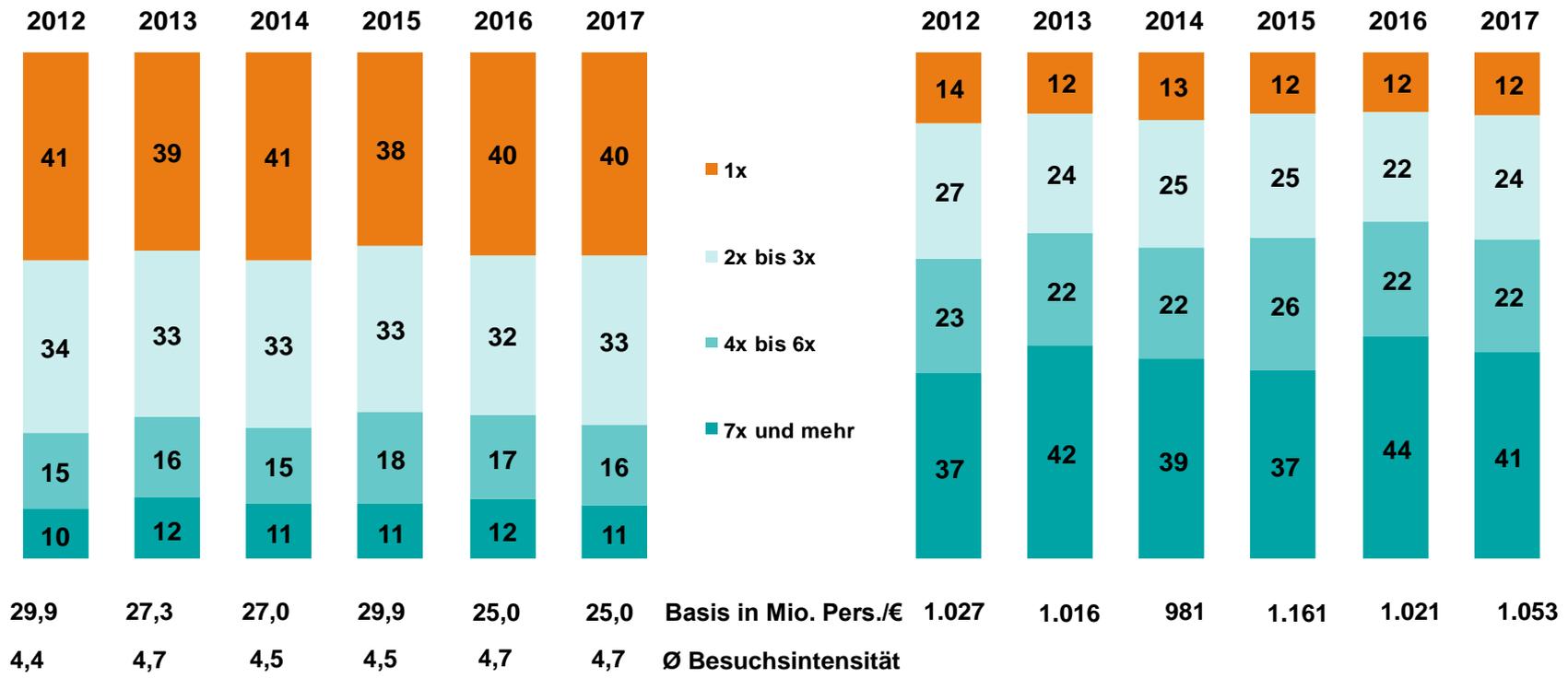
Kinobesucher II

Entwicklung der Besuchsintensität

Basis: Personen und Umsatz in %

Personen in %

Umsatz in %

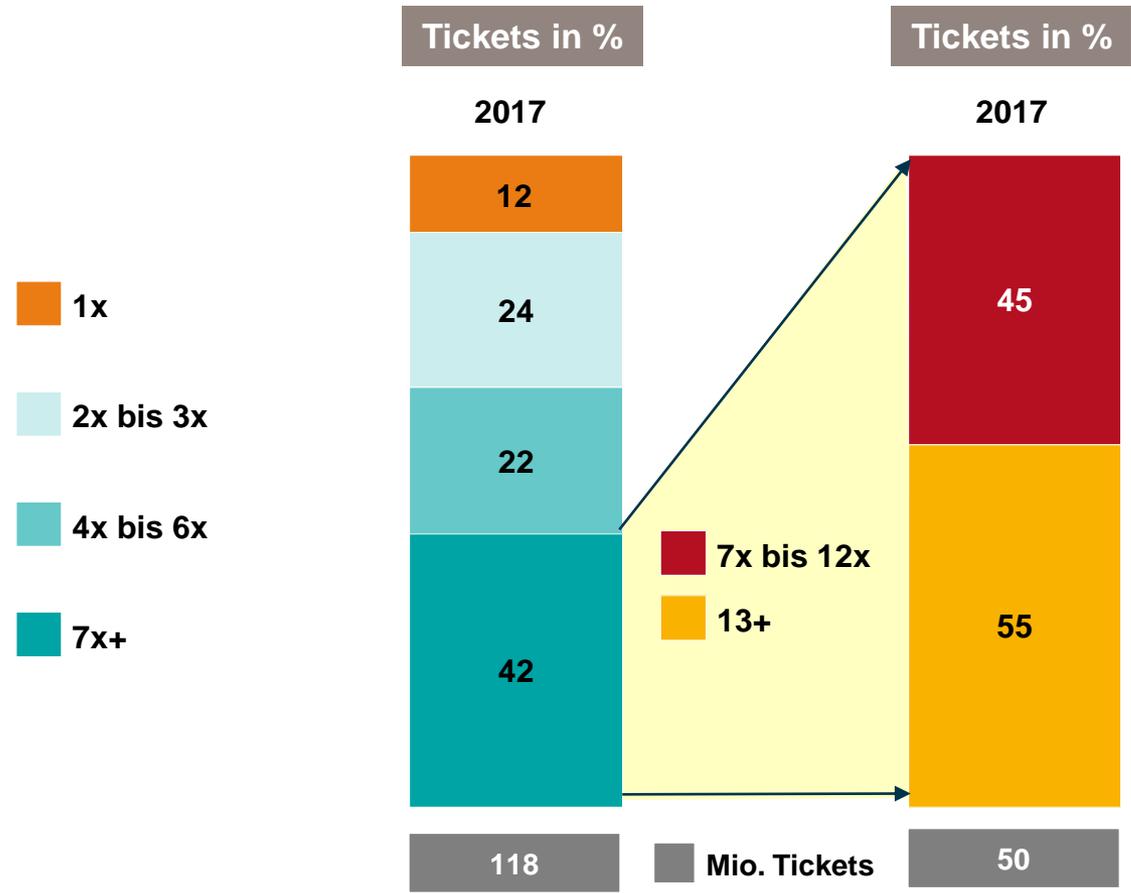


Kinobesucher II

Besuchsintensitäten

Basis: Tickets in %

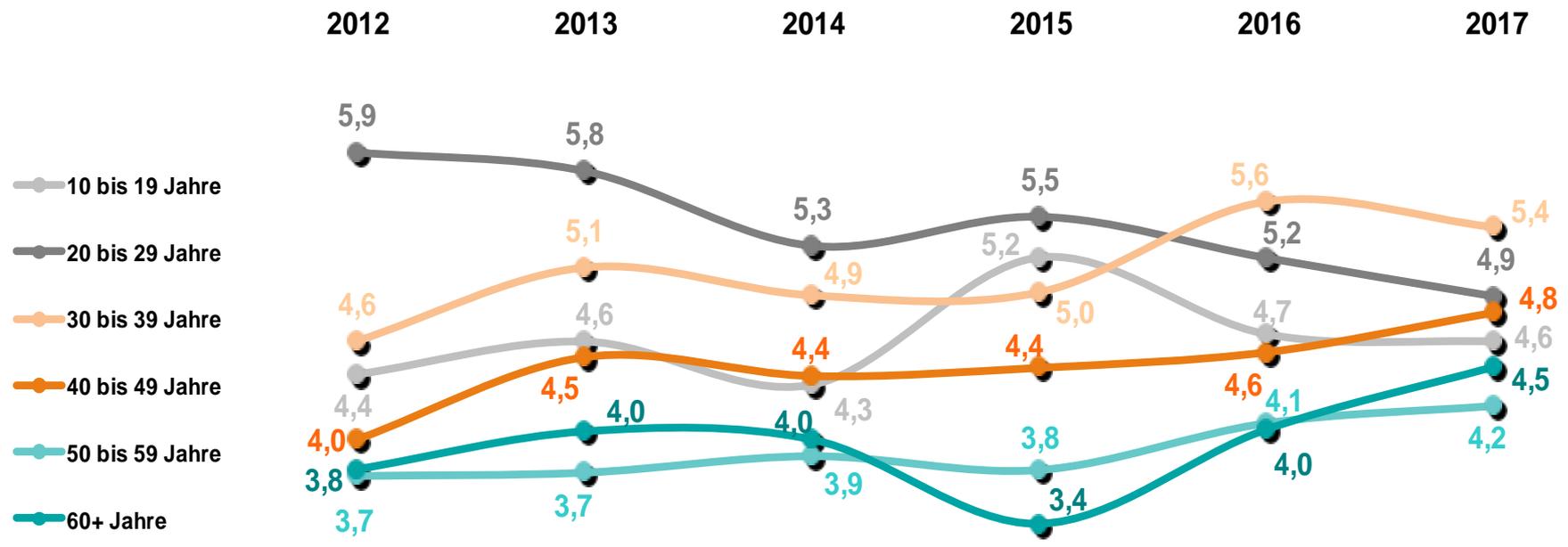
NEU
in
2017



Kinobesucher II

Entwicklung der Besuchsintensität – Altersgruppen

Basis: Besuche

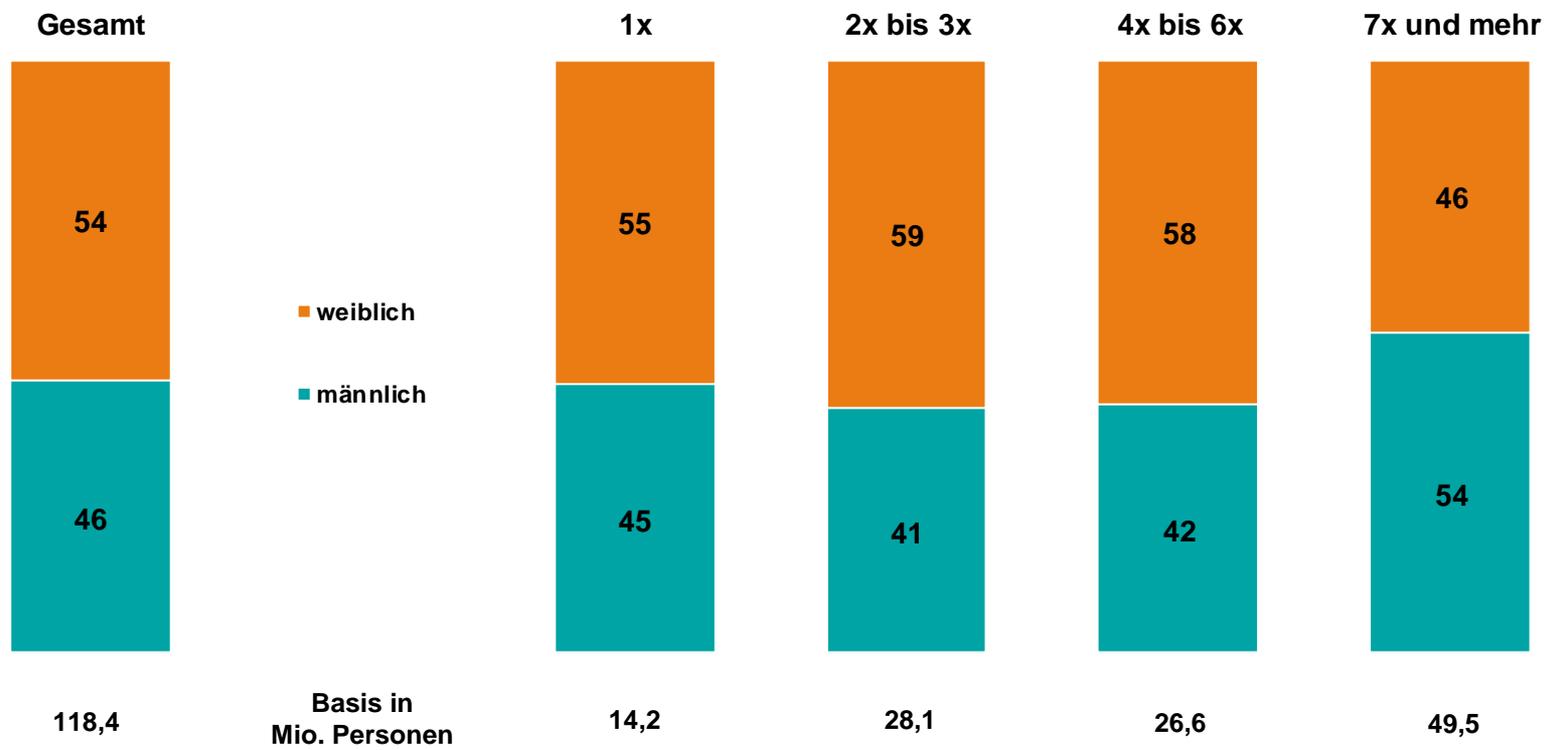


In 2017 blieb die Besuchsintensität mit 4,7 Besuchen pro Kinogänger auf gleich hohem Niveau – jedoch ergaben sich Unterschiede in den Altersgruppen: Während sie bei den unter 40-Jährigen abnahm, stieg die Intensität bei allen älteren Besuchergruppen an. Mit 5,4 Besuchen waren die Pro-Kopf-Besuche bei den 30- bis 39-Jährigen jedoch wie im letzten Jahr am höchsten. Erneut toppten sie damit im Betrachtungszeitraum die 20- bis 29-Jährigen mit 4,9 Besuchen in 2017.

Kinobesucher II

Besuchsintensität – Geschlecht

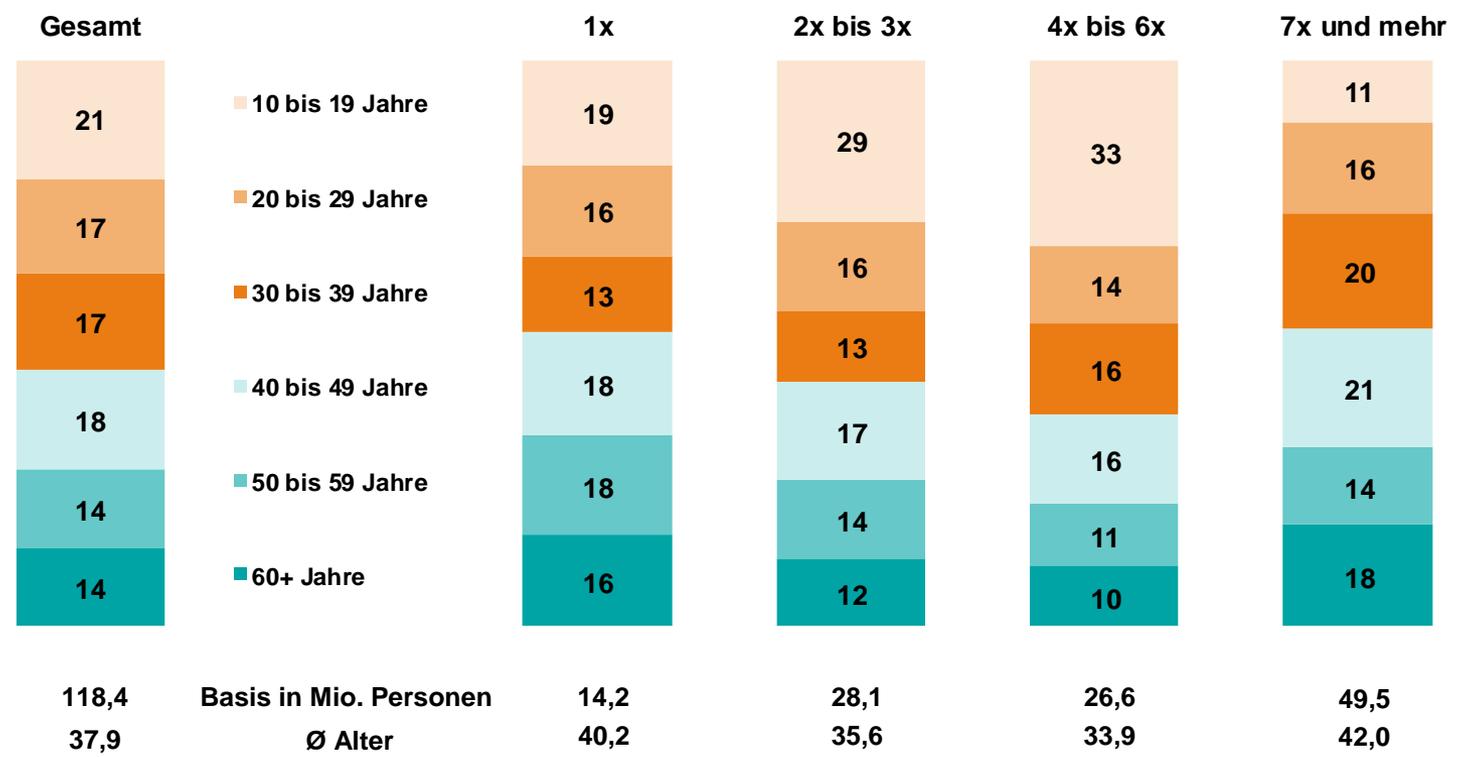
Basis: Personen in %



Kinobesucher II

Besuchsintensität – Altersgruppen

Basis: Personen in %



Key Facts zum Kinobesucher II

Reichweiten und Intensitäten

25,0 Mio. Personen fanden im Jahr 2017 den Weg ins Kino – keine Veränderung zum Jahr 2016.

Die Besucherreichweite gemessen an der Gesamtbevölkerung lag in 2017 erneut bei 37 Prozent. Reichweitenverluste waren in den älteren Altersgruppen ab 30 zu verzeichnen, wohingegen die jüngeren Altersgruppen zulegen konnten. Die 10- bis 19-Jährigen konnten mit neun Prozent die größten Gewinne erreichen. Im Zeitverlauf blieb die Reichweite jedoch stabil und nahm wie gewohnt mit steigendem Alter ab.

Am kinoaffinsten nach Reichweite waren erneut die 10- bis 19-Jährigen (78%) und hier insbesondere die jungen Frauen (84%). Über vier Fünftel aller jungen Frauen in Deutschland in diesem Alter waren also in 2017 im Kino.

Die Besuchsintensität blieb im Vergleich zum Vorjahr konstant bei 4,7. Mit durchschnittlich 5,4 Besuchen waren die Pro-Kopf-Besuche bei den 30- bis 39-Jährigen am höchsten. Sie sind damit erneut stärkste Gruppe vor den 20- bis 29-Jährigen mit 4,9 Besuchen in 2017.

Der typische Heavy-User war mit 7 und mehr Kinobesuchen im Jahr eher männlich (54%) und zwischen 40 und 49 Jahre alt (21%).

Inhalt

- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2 Kinobesucher I – soziodemografisch und kinospezifisch
- 3 Kinobesucher II – Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher III – filmspezifisch
- 5 Kinobesucher IV – NEU: Fokus 2017

Kinobesucher III

Top 10 Titel 2017 – Altersgruppen

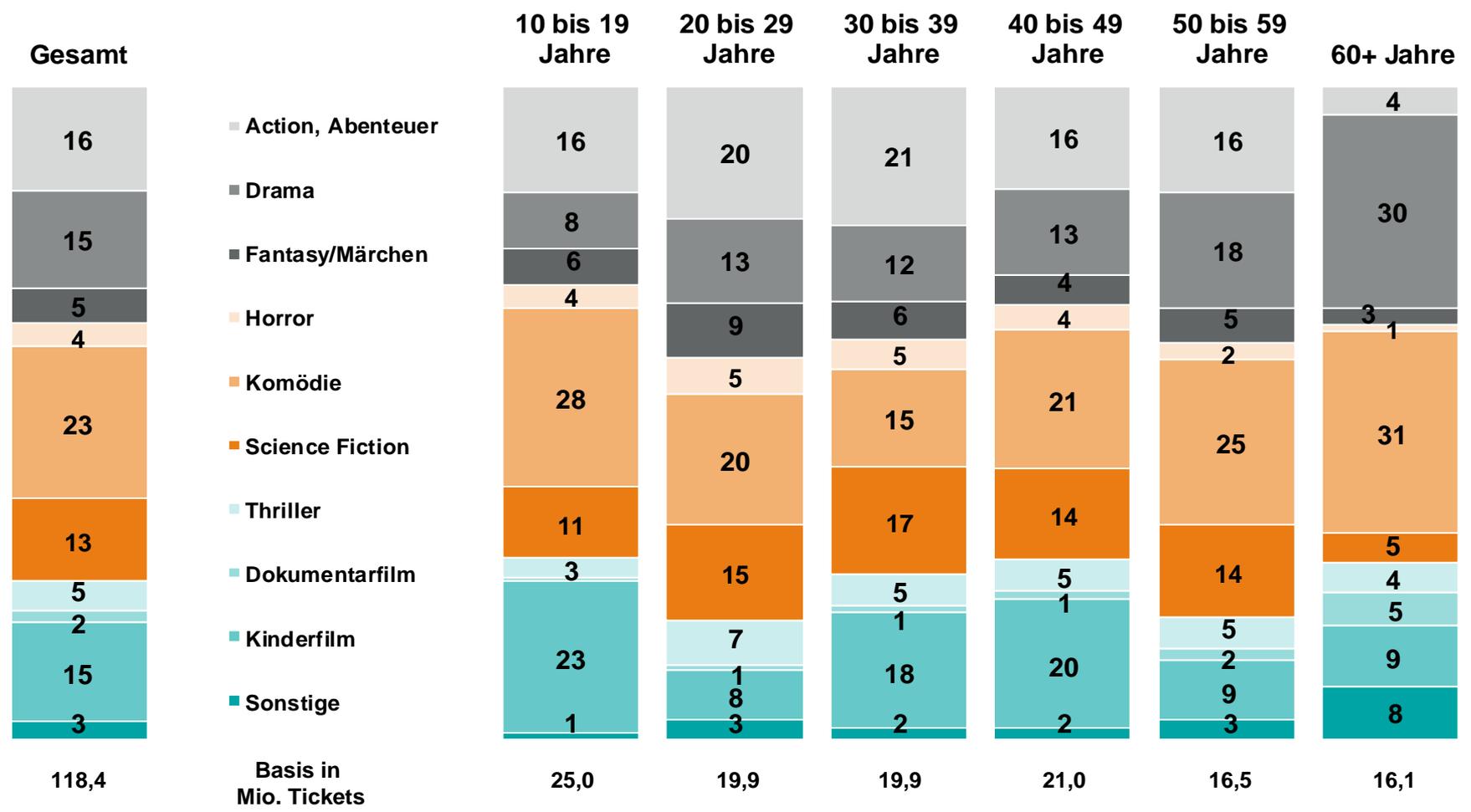
Basis: Tickets in Mio.

10 bis 19 Jahre	20 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50 bis 59 Jahre	60+ Jahre
Fack Ju Göhte 3	Fack Ju Göhte 3	Ich - Einfach unverbesserlich 3	Ich - Einfach unverbesserlich 3	Star Wars: Die letzten Jedi	La La Land
Ich - Einfach unverbesserlich 3	Fifty Shades Of Grey - Gefährliche Liebe	Fifty Shades Of Grey - Gefährliche Liebe	Star Wars: Die letzten Jedi	Fack Ju Göhte 3	Bob, der Streuner
Die Schöne und das Biest	Die Schöne und das Biest	Star Wars: Die letzten Jedi	Fack Ju Göhte 3	Fifty Shades Of Grey - Gefährliche Liebe	Willkommen bei den Hartmanns
Fast & Furious 8	Star Wars: Die letzten Jedi	Fast & Furious 8	Bullyparade - Der Film	Die Schöne und das Biest	Lion - Der lange Weg nach Hause
Star Wars: Die letzten Jedi	Ich - Einfach unverbesserlich 3	Fack Ju Göhte 3	Fifty Shades Of Grey - Gefährliche Liebe	Ich - Einfach unverbesserlich 3	Kundschafter des Friedens
Baywatch	Fast & Furious 8	Die Schöne und das Biest	Es	Bullyparade - Der Film	Die Schöne und das Biest
Fifty Shades Of Grey - Gefährliche Liebe	Guardians Of The Galaxy Vol. 2	Guardians Of The Galaxy Vol. 2	The Boss Baby	La La Land	Bullyparade - Der Film
Bullyparade - Der Film	Es	Es	Die Schöne und das Biest	Guardians Of The Galaxy Vol. 2	Mein Blind Date mit dem Leben
Pirates Of The Caribbean: Salazars Rache	Bullyparade - Der Film	Pirates Of The Caribbean: Salazars Rache	Fast & Furious 8	Pirates Of The Caribbean: Salazars Rache	Tulpenfieber
Bibi & Tina - Tohuwabohu Total!	Pirates Of The Caribbean: Salazars Rache	Thor: Tag der Entscheidung	Guardians Of The Galaxy Vol. 2	Fast & Furious 8	Star Wars: Die letzten Jedi

Kinobesucher III

Alter der Besucher – Genre

Basis: Tickets in %

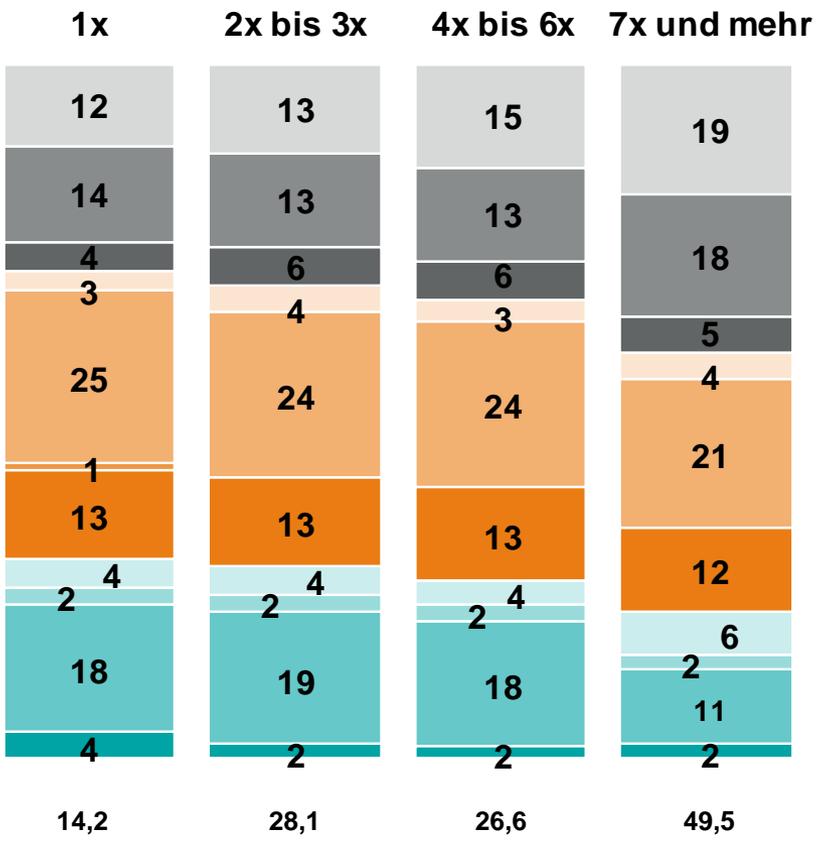


Kinobesucher III

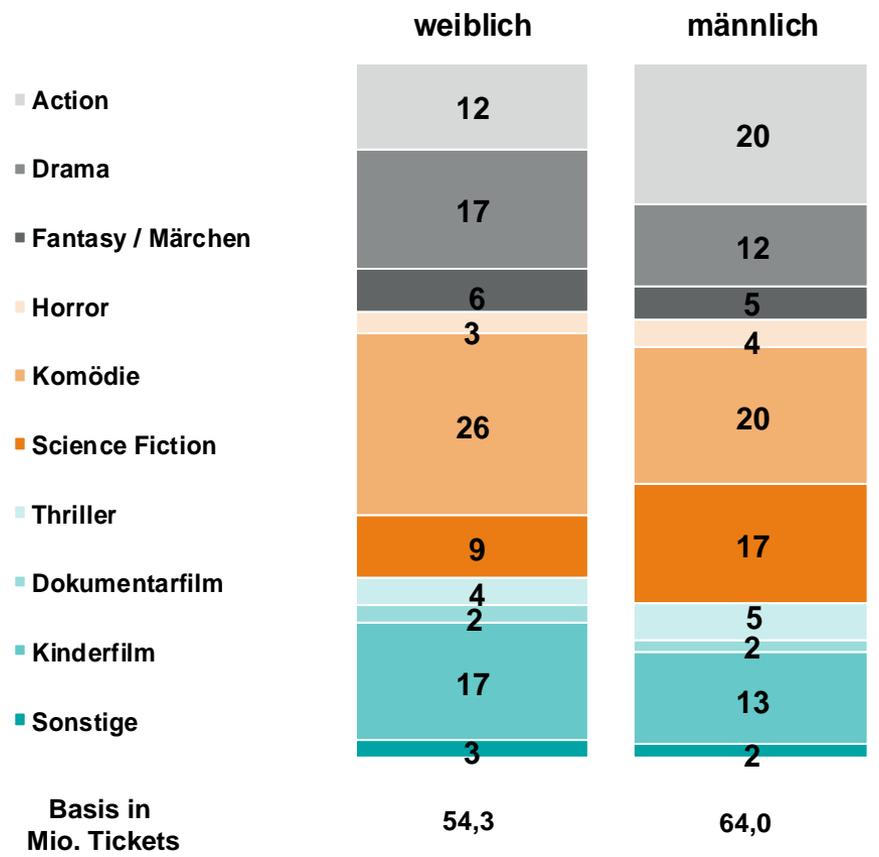
Filmgenre – Besuchsintensität und Geschlecht

Basis: Tickets in %

Besuchsintensität



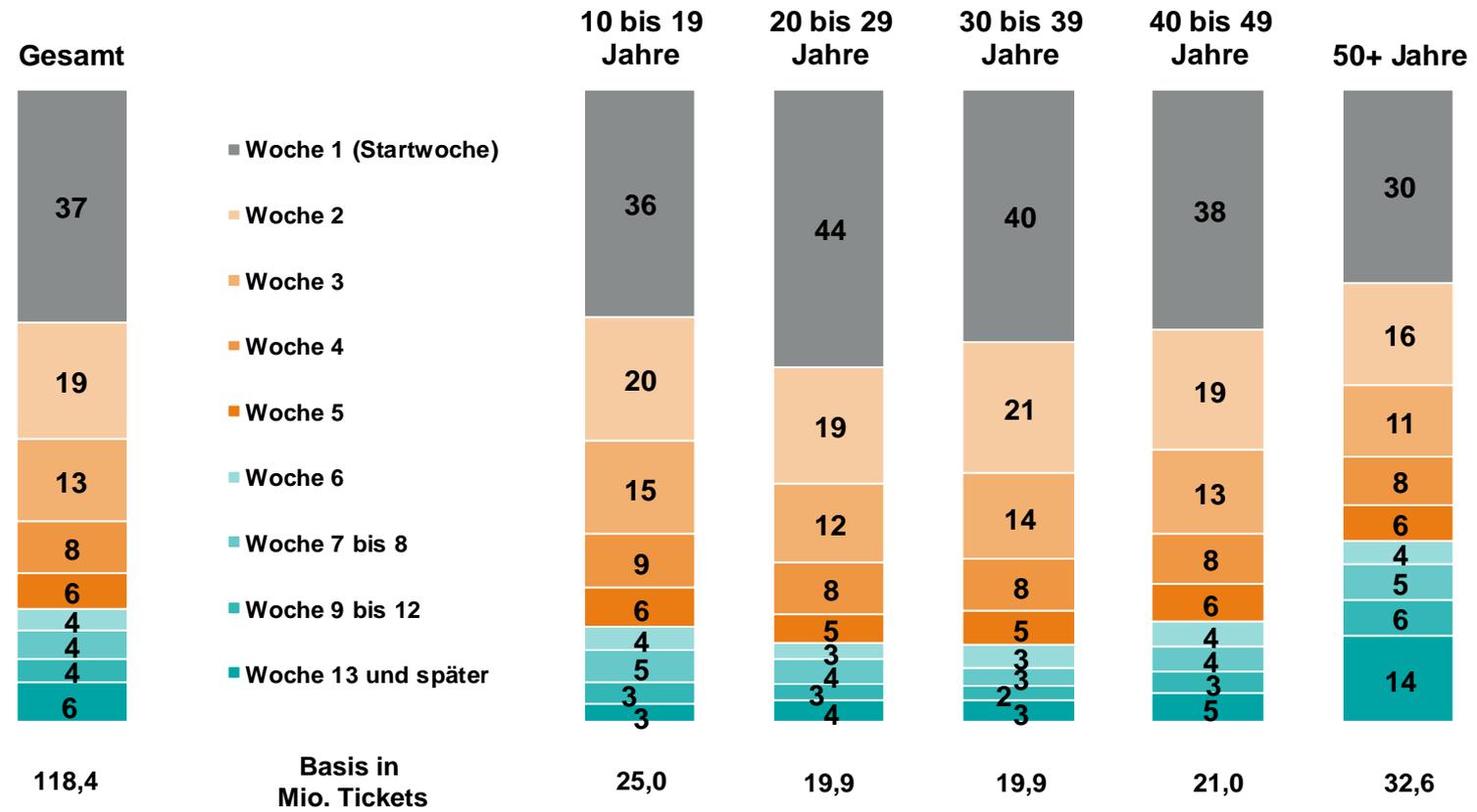
Geschlecht



Kinobesucher III

Alter der Besucher – Zeitpunkt des Besuchs

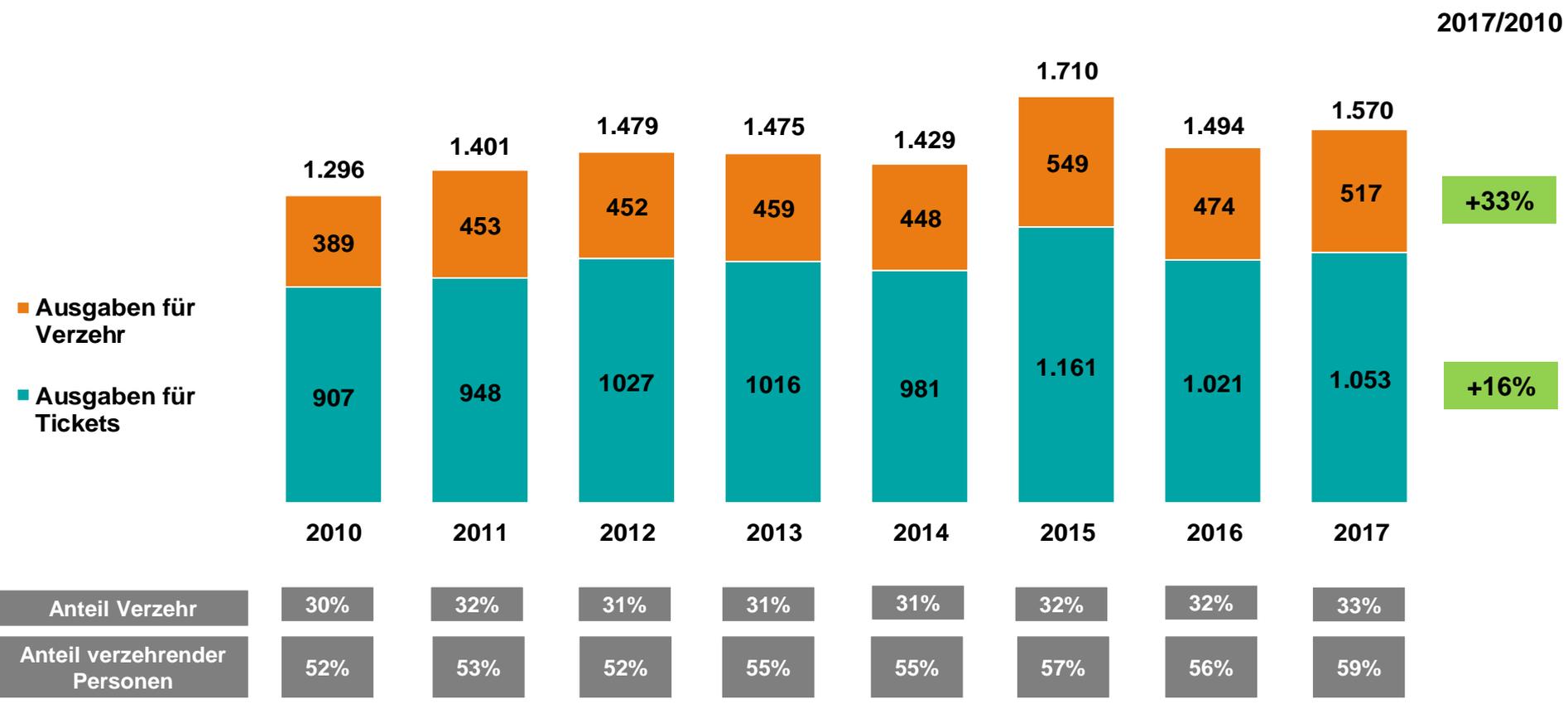
Basis: Tickets in %



Kinobesucher III

Ausgaben für Tickets und Verzehr

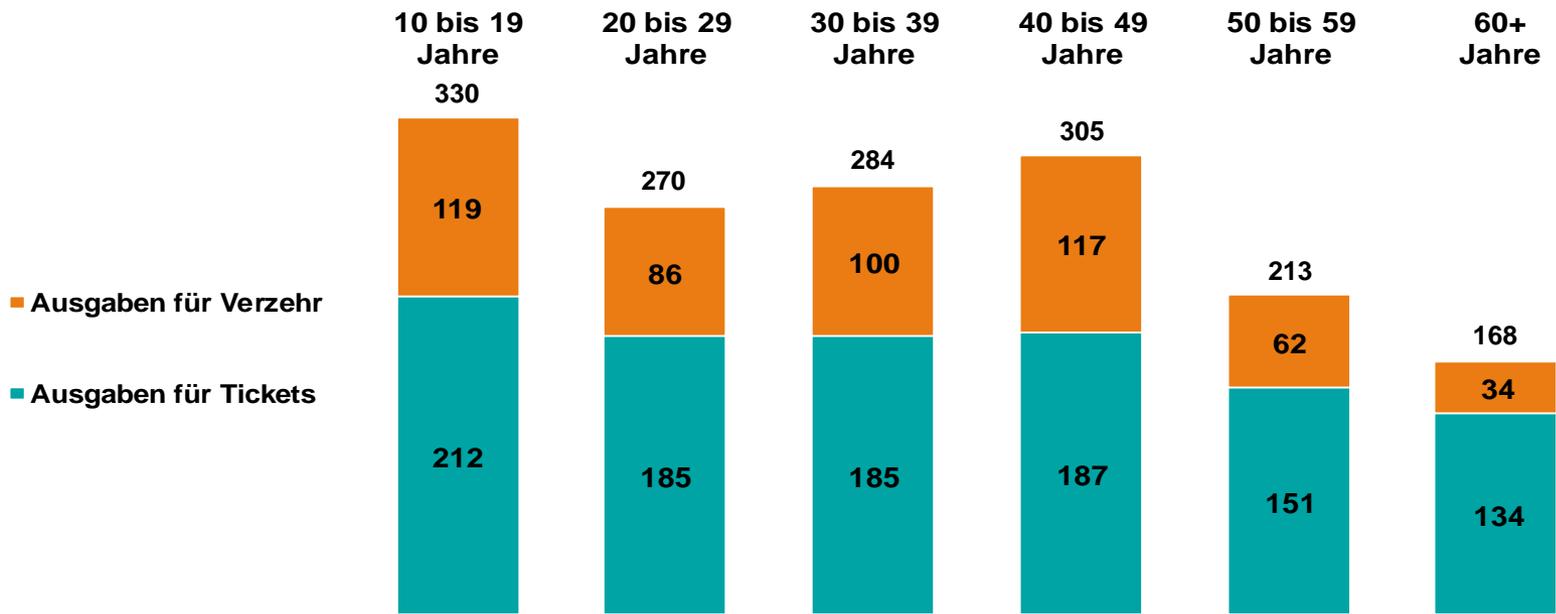
Basis: Umsatz in Mio. € / Personen in %



Kinobesucher III

Ausgaben für Tickets und Verzehr – Altersgruppen

Basis: Umsatz in Mio. €

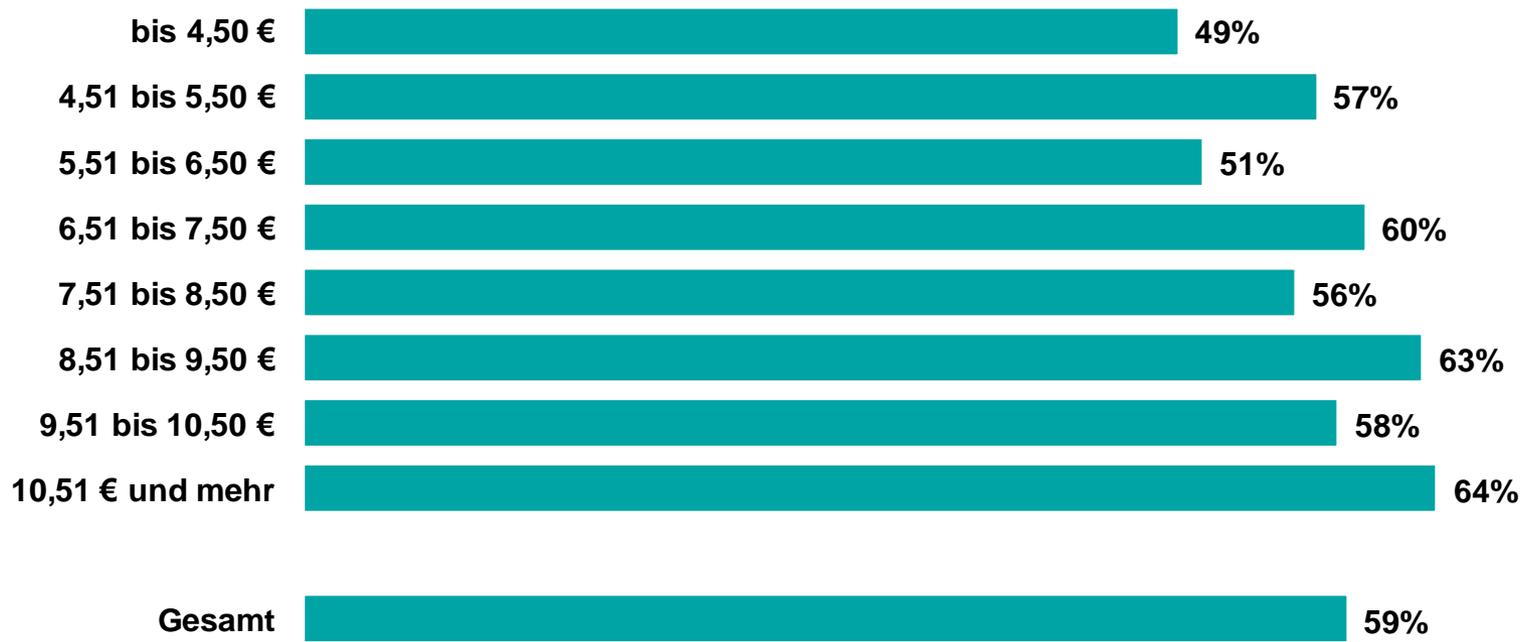


Ø Gesamtausgaben in €	13,22	13,61	14,28	14,55	12,84	10,42
Ø Ausgaben für Verzehr in €	4,74	4,32	5,01	5,60	3,74	2,11
Anteil Verzehr in %	36	32	35	38	29	20

Kinobesucher III

Verzehr – Höhe des Eintrittspreises

Basis: Personen in %

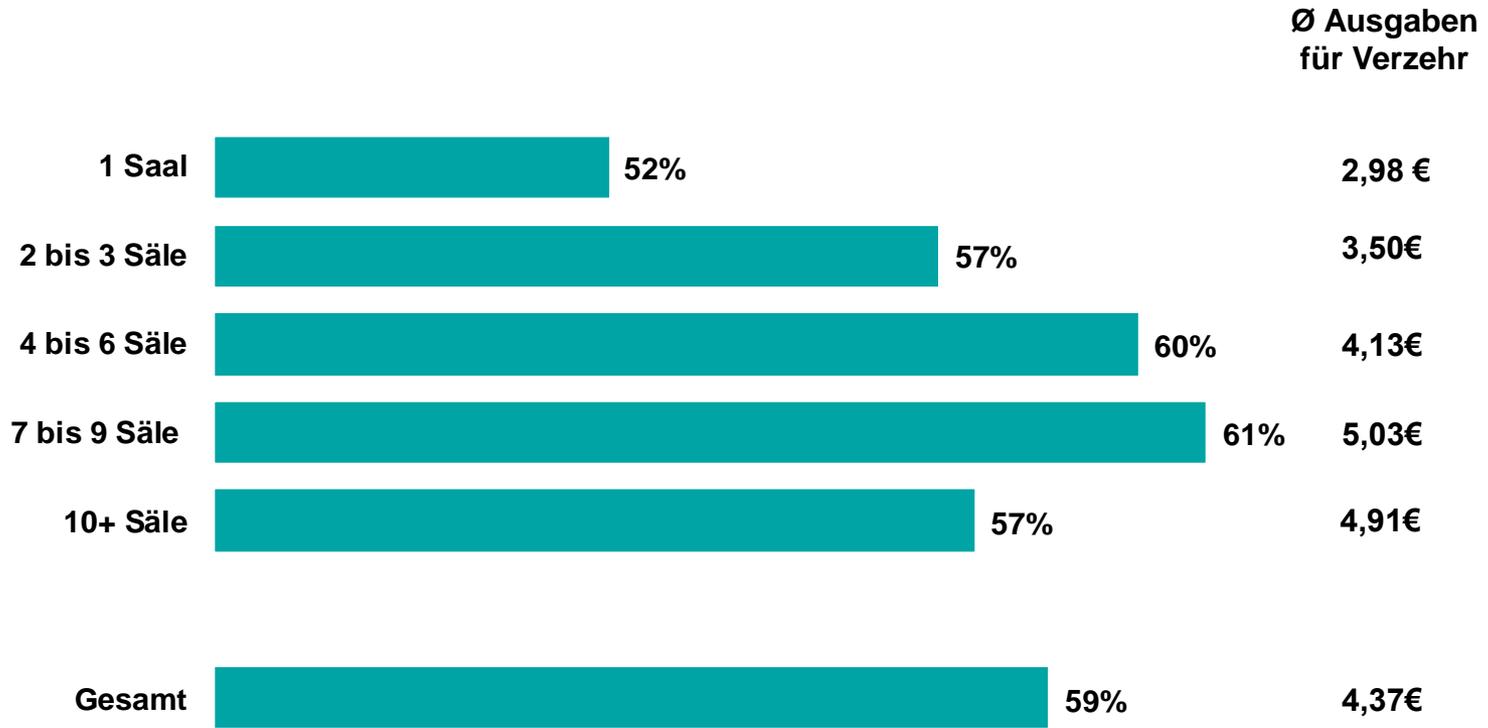


Die Zahl der Besucher, die Geld für den Verzehr ausgaben, hängt nicht allein von der Höhe des Eintrittspreises ab. Dennoch zeigt sich bei einem höheren Eintrittspreis generell eine höhere Affinität für Popcorn und Co. als bei niedrigeren Ticketpreisen.

Kinobesucher III

Verzehr – Anzahl der Säle

Basis: Personen in %



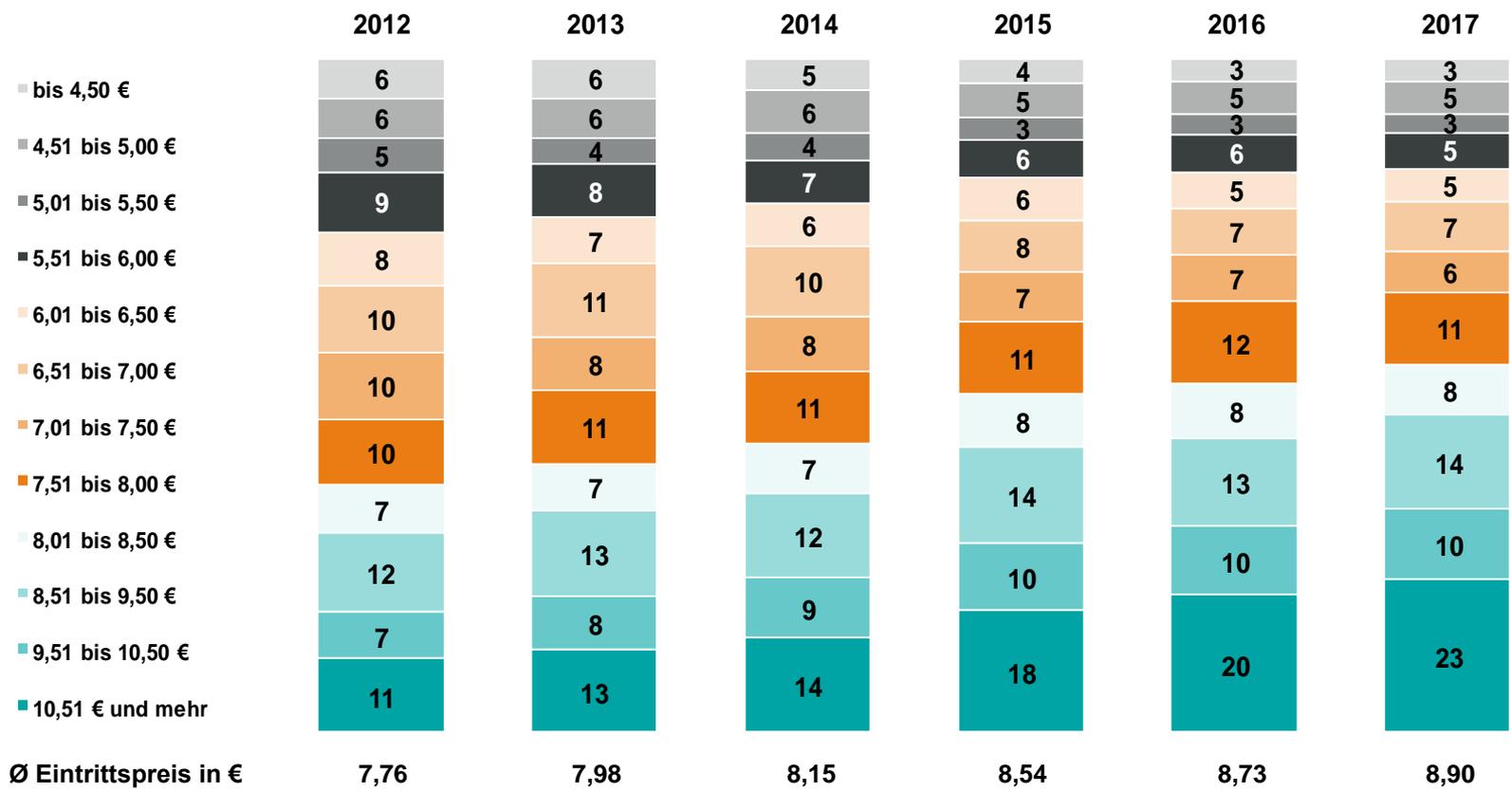
Kinos mit 7 bis 9 Sälen waren in 2017 bei der Kundenwerbung im Concession-Bereich am erfolgreichsten. Hier kauften 61 Prozent der Kinobesucher auch Speisen und Getränke.

Kinobesucher III
Verzehr – Wochentage
Basis: Personen in %



Noch immer wird an den Wochenenden am meisten verzehrt. An den Wochentagen Montag bis Mittwoch hingegen war das Kaufverhalten auch in 2017 geringer ausgeprägt.

Kinobesucher III
Eintrittspreis
 Basis: Tickets in %

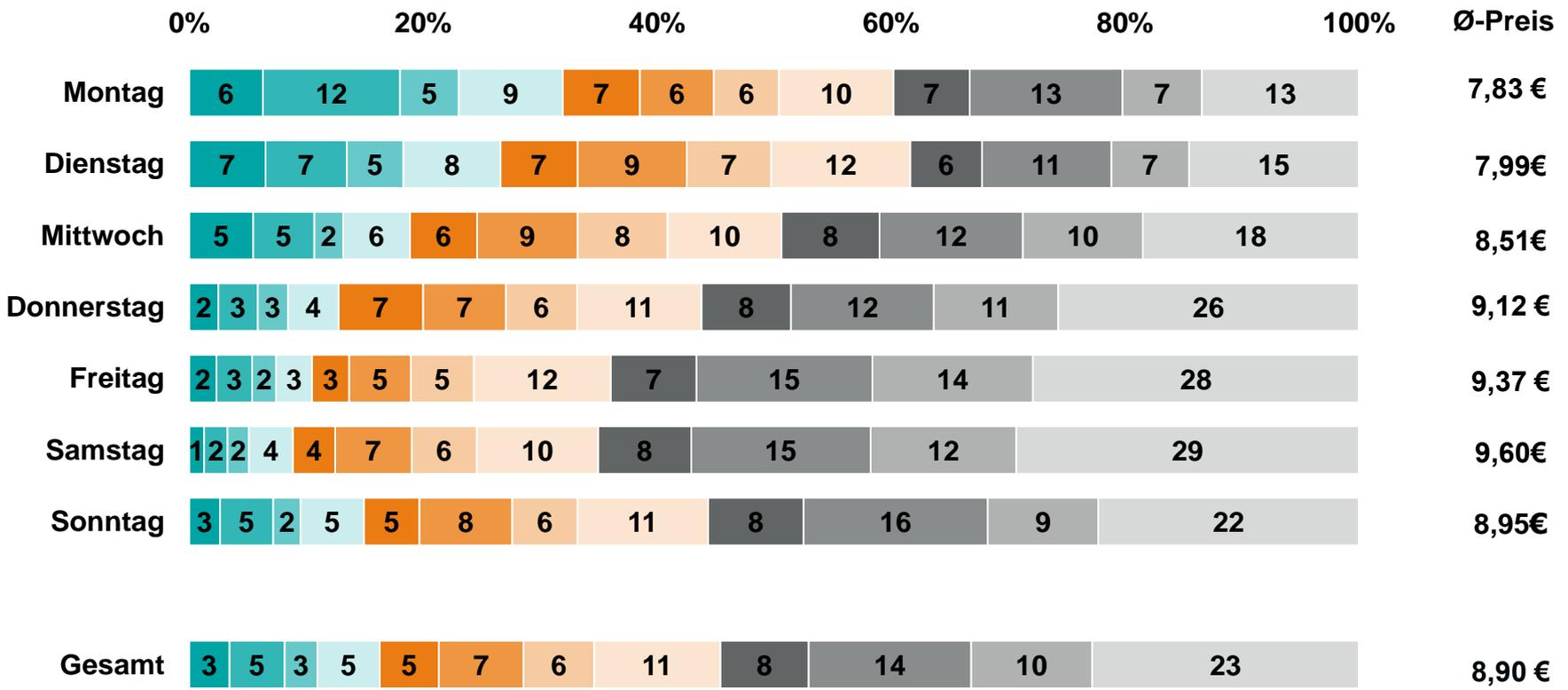


47 Prozent der Kinotickets kosteten im Jahr 2017 mehr als 8,51 Euro. Zum Vergleich: Der durchschnittliche Eintrittspreis lag in diesem Jahr bei 8,90 Euro.

Kinobesucher III

Eintrittspreis – Wochentage

Basis: Tickets in %

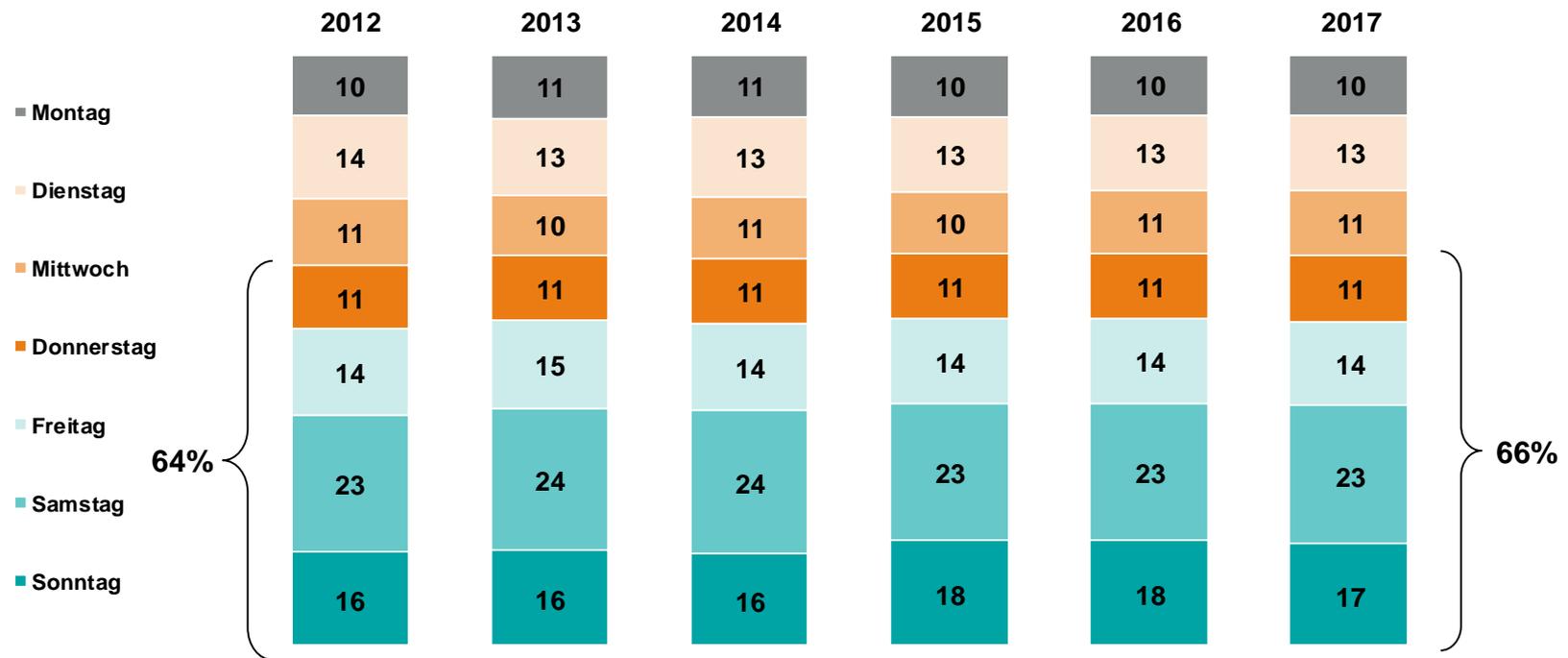


■ bis 4,50 €
 ■ 4,51 bis 5,00 €
 ■ 5,01 bis 5,50 €
 ■ 5,51 bis 6,00 €
 ■ 6,01 bis 6,50 €
 ■ 6,51 bis 7,00 €
■ 7,01 bis 7,50 €
 ■ 7,51 bis 8,00 €
 ■ 8,01 bis 8,50 €
 ■ 8,51 bis 9,50 €
 ■ 9,51 bis 10,50 €
 ■ 10,51 € und mehr

Kinobesucher III

Wochentage

Basis: Tickets in %

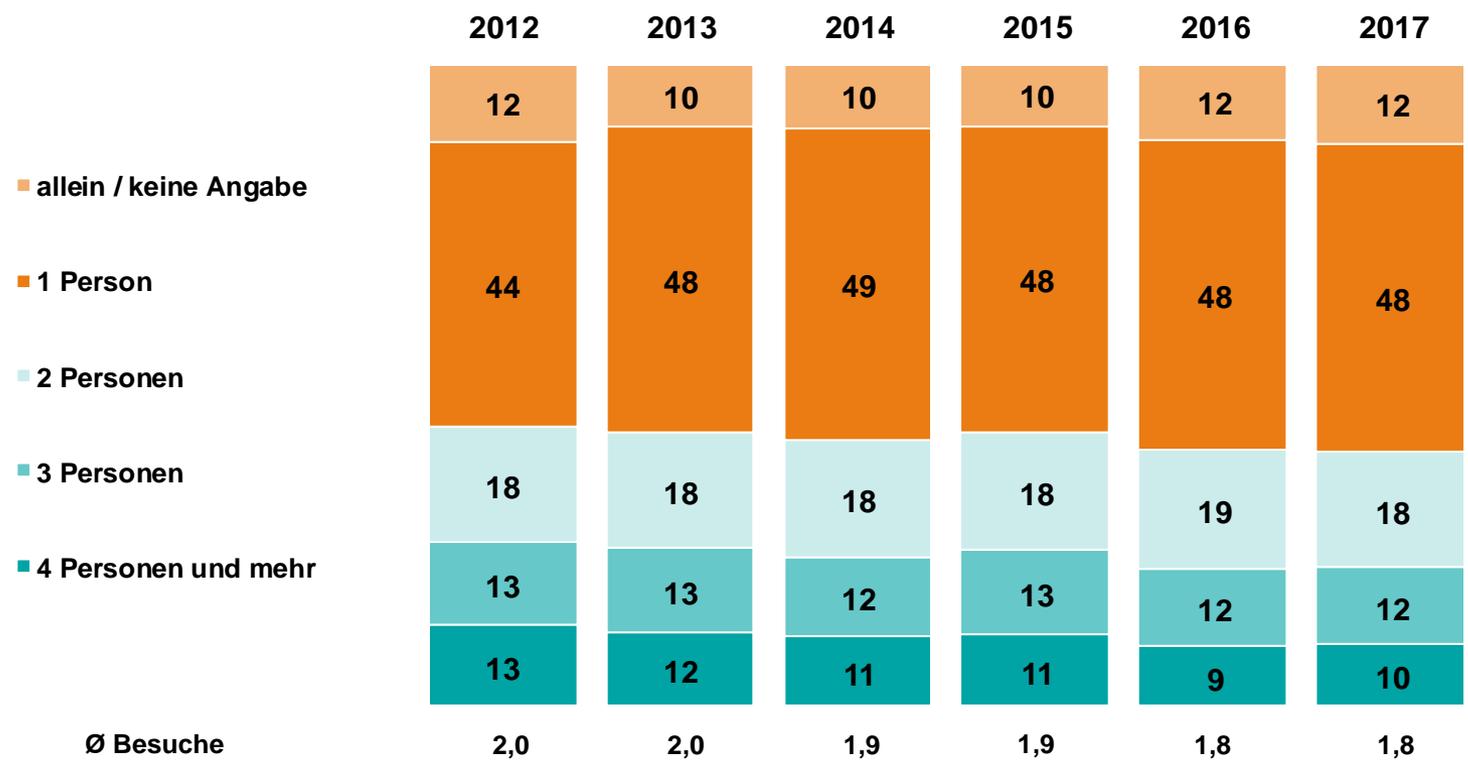


Genau wie in den Vorjahren fand der Großteil aller Kinobesuche in der zweiten Wochenhälfte von Donnerstag bis Sonntag statt.

Kinobesucher III

Anzahl der Begleitpersonen

Basis: Tickets in %

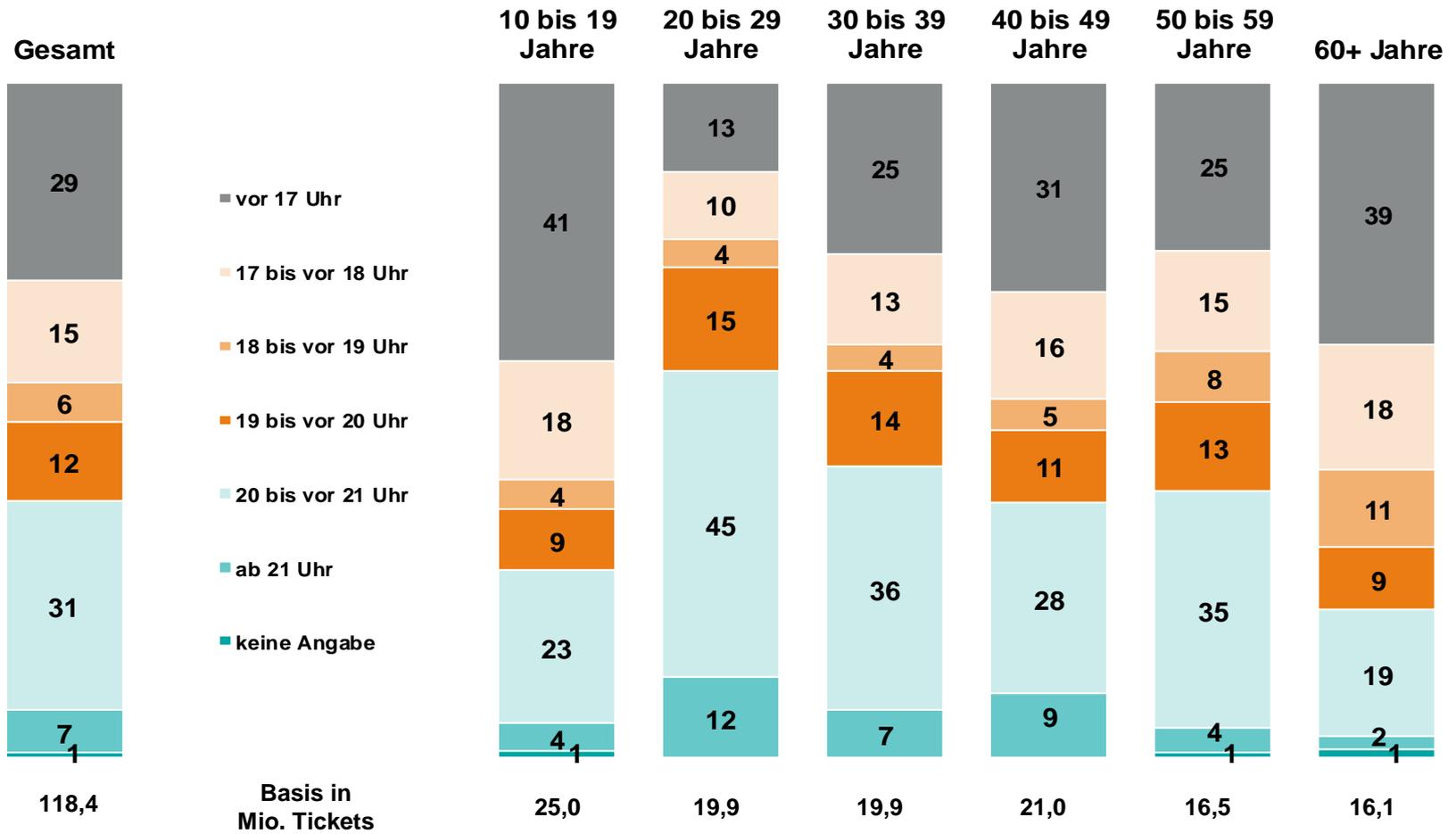


Im Jahr 2017 ging man durchschnittlich gemeinsam mit 1,8 Personen ins Kino.

Kinobesucher III

Filmbeginn – Altersgruppen

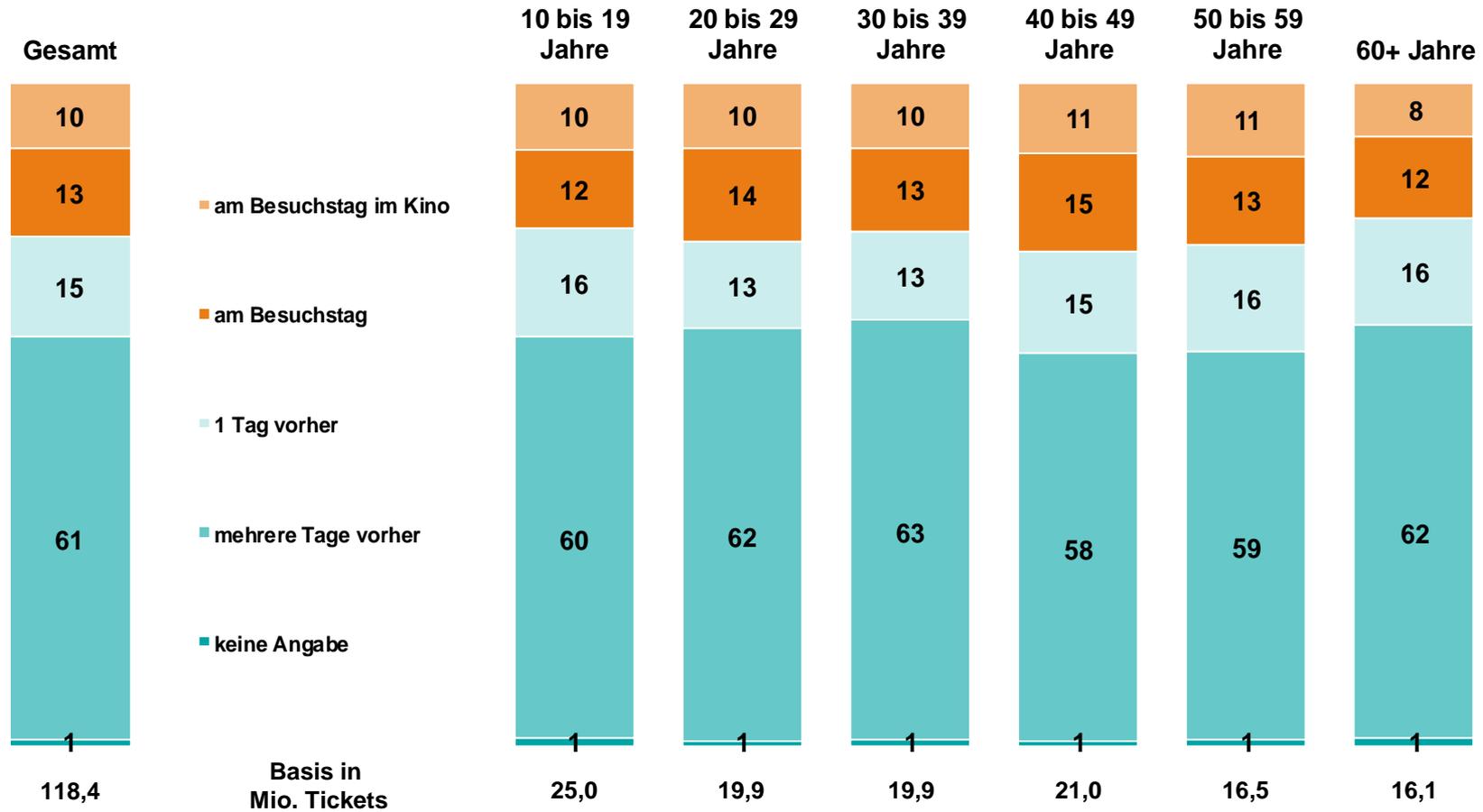
Basis: Tickets in %



Kinobesucher III

Planung des Kinobesuchs – Altersgruppen

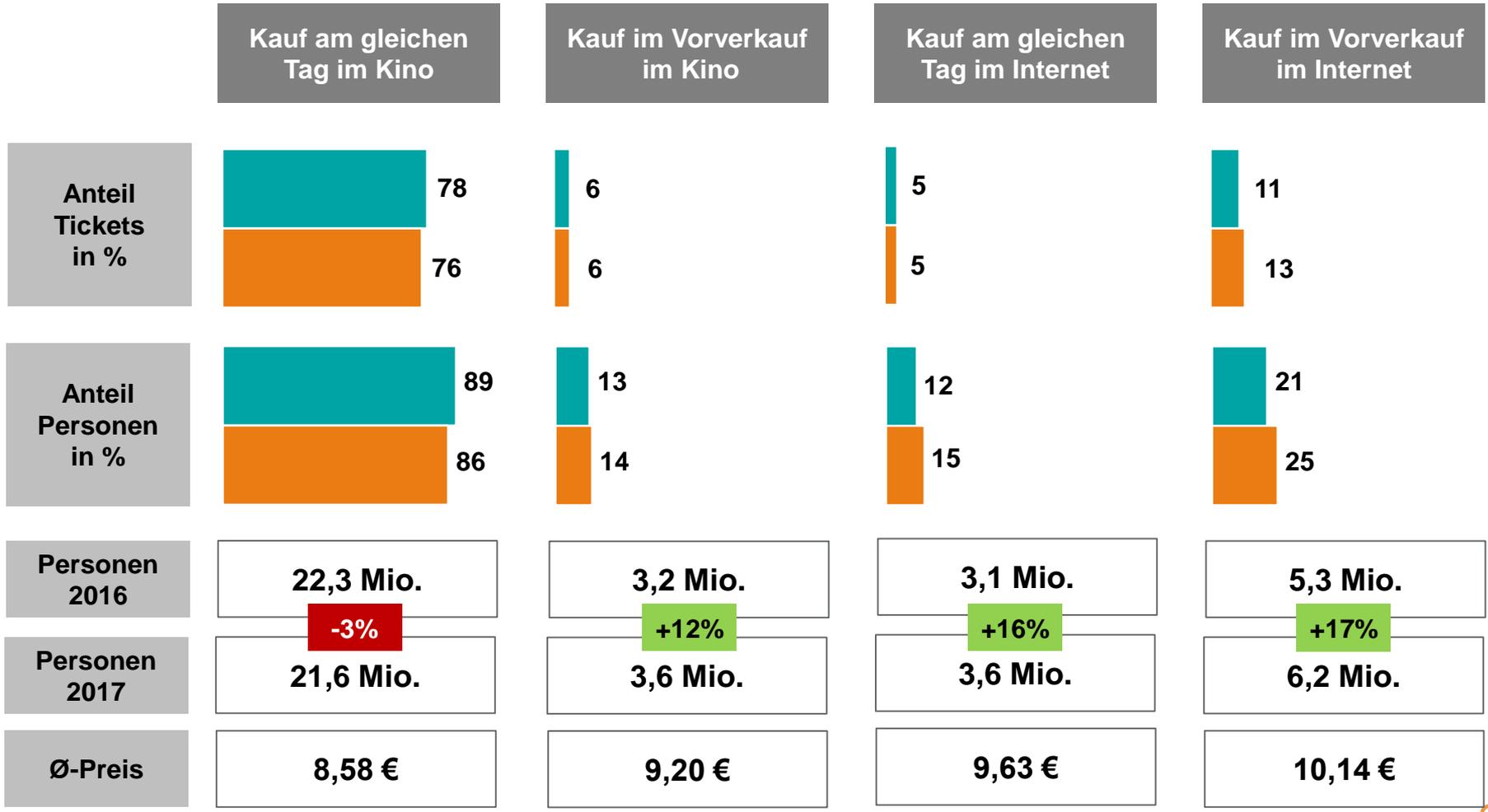
Basis: Tickets in %





Kinobesucher III

Ticketkauf

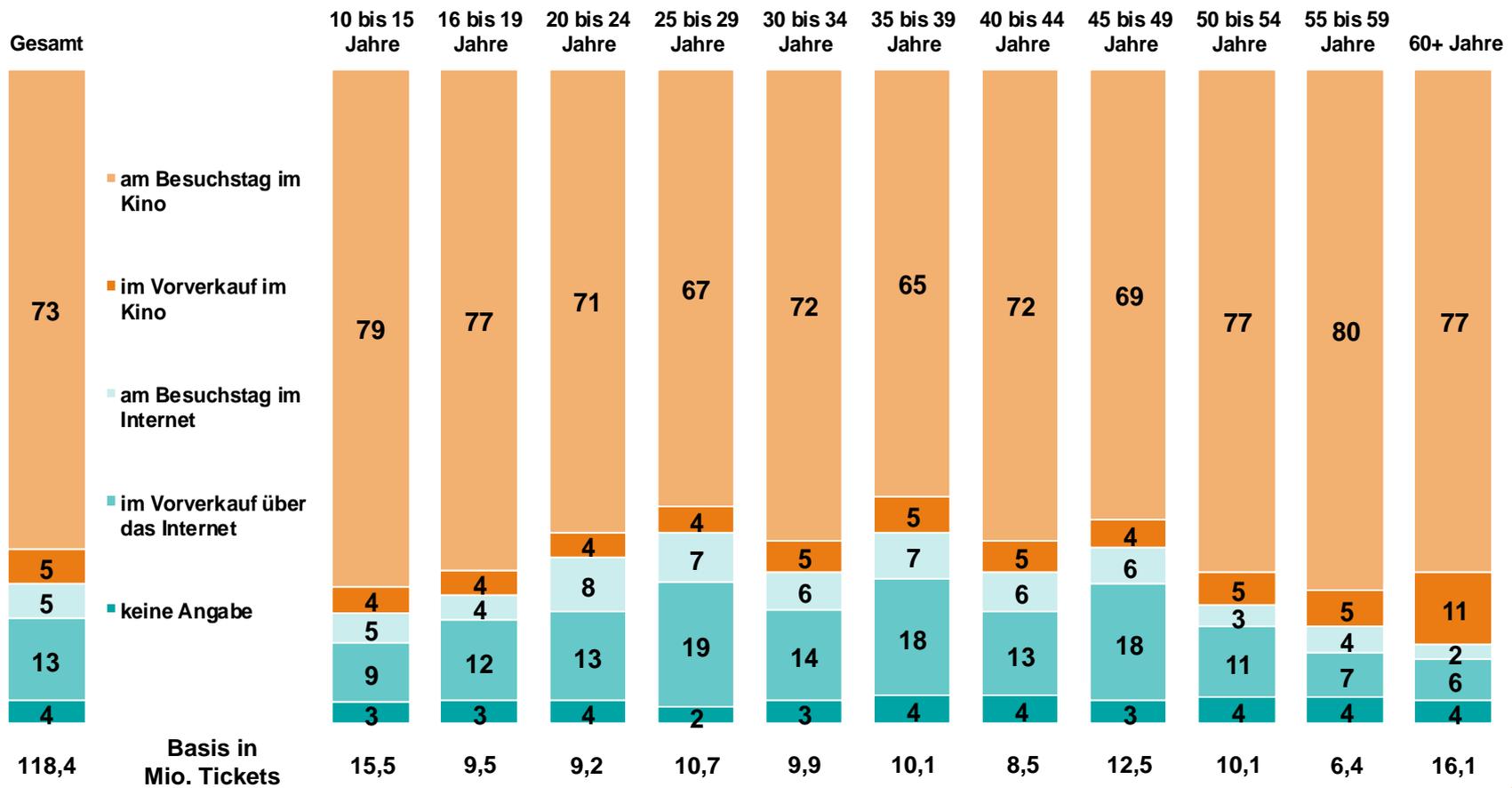


Quelle: FFA auf Basis des GfK-Panels

Kinobesucher III

Ticketkauf — Altersgruppen

Basis: Tickets in %



Kinobesucher III

Sources of Awareness 2017

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)

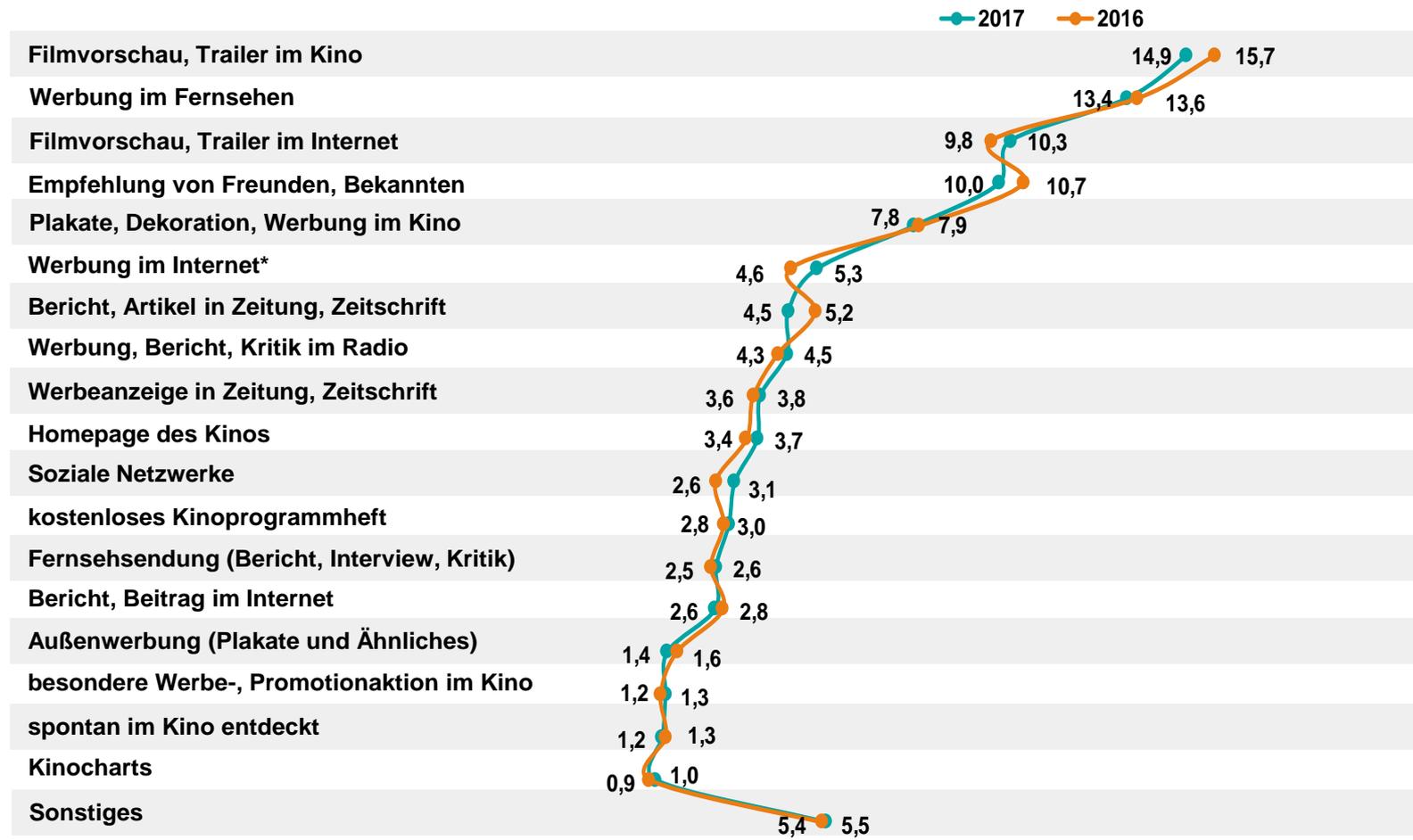


*inkl. E-Mail, Newsletter, SMS-Werbung

Kinobesucher III

Sources of Awareness 2017/2016

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)

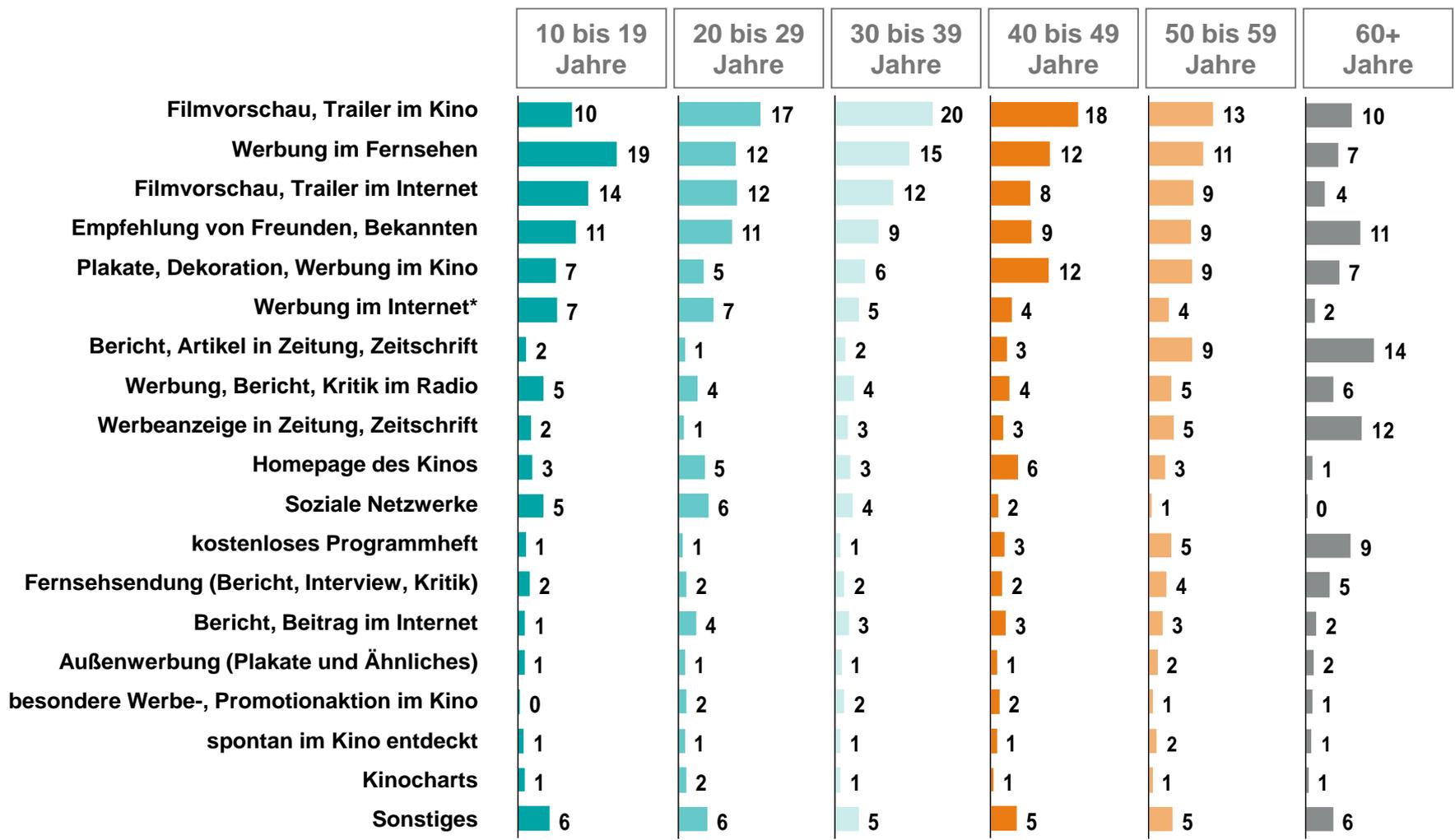


*inkl. E-Mail, Newsletter, SMS-Werbung

Kinobesucher III

Sources of Awareness – Altersgruppen

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



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

Kinobesucher III

Sources of Awareness – TOP 4 internationale Filme

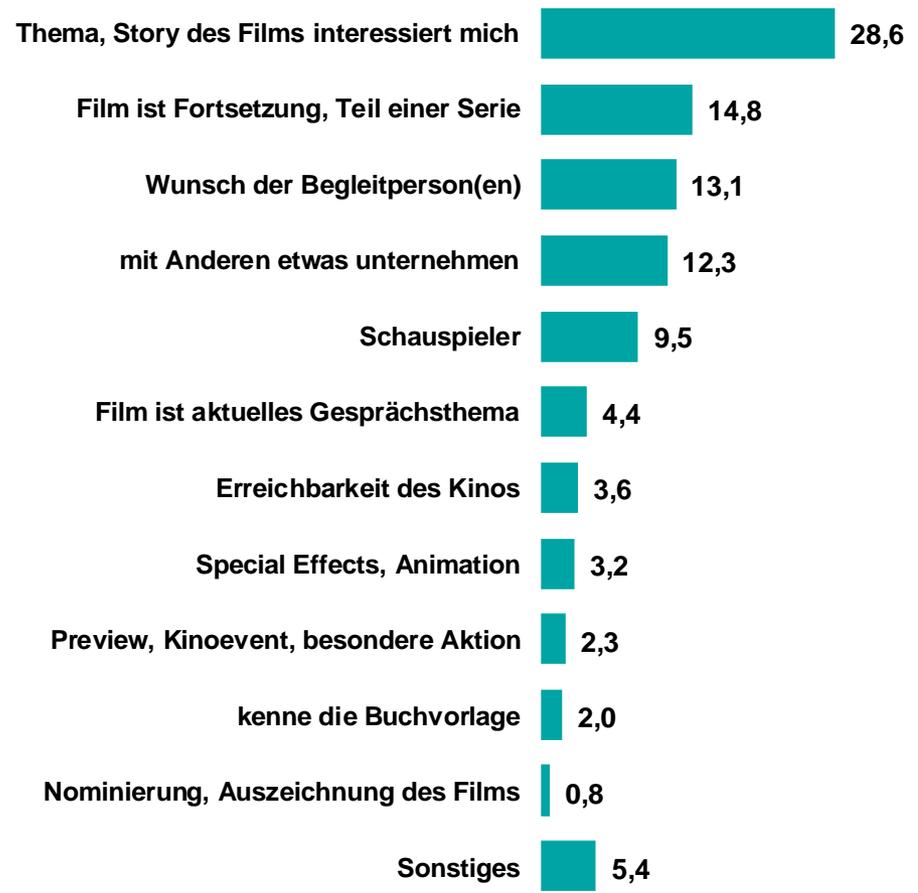
Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)

Gesamt		Fack Ju Göhte 3	Ich – Einfach unverbesserlich 3	Star Wars: Die letzten Jedi	Fifty Shades of Grey – Gefährliche Liebe
15	Filmvorschau, Trailer im Kino	8,5	12,8	11,2	11,9
13	Werbung im Fernsehen	23,4	26,2	15,0	14,9
10	Filmvorschau, Trailer im Internet	12,3	9,8	13,7	7,7
10	Empfehlung von Freunden, Bekannten	8,1	7,3	8,2	14,1
8	Plakate, Dekoration, Werbung im Kino	5,5	9,6	4,4	5,5
5	Werbung im Internet*	5,9	6,2	9,1	5,1
5	Bericht, Artikel in Zeitung, Zeitschrift	2,4	1,7	3,8	2,7
4	Werbung, Bericht, Kritik im Radio	8,5	4,5	7,7	8,1
4	Werbeanzeige in Zeitung, Zeitschrift	3,5	2,7	2,8	2,5
4	Homepage des Kinos	1,1	2,3	1,6	1,5
3	Soziale Netzwerke	7,2	3,1	3,2	6,5
3	kostenloses Kinoprogrammheft	0,8	1,8	0,9	0,7
3	Fernsehsendung (Bericht, Interview, Kritik)	4,2	1,6	3,0	1,9
3	Bericht, Beitrag im Internet	1,2	1,4	4,2	1,8
1	Außenwerbung (Plakate und Ähnliches)	1,0	2,3	1,3	1,9
1	besondere Werbe-, Promotionaktion im Kino	0,2	0,0	0,3	0,6
1	spontan im Kino entdeckt	0,2	0,7	0,2	0,3
1	Kinocharts	1,6	1,3	1,5	2,5
5	Sonstiges	4,5	4,9	7,8	9,7

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

Kinobesucher III Besuchsgrund 2017

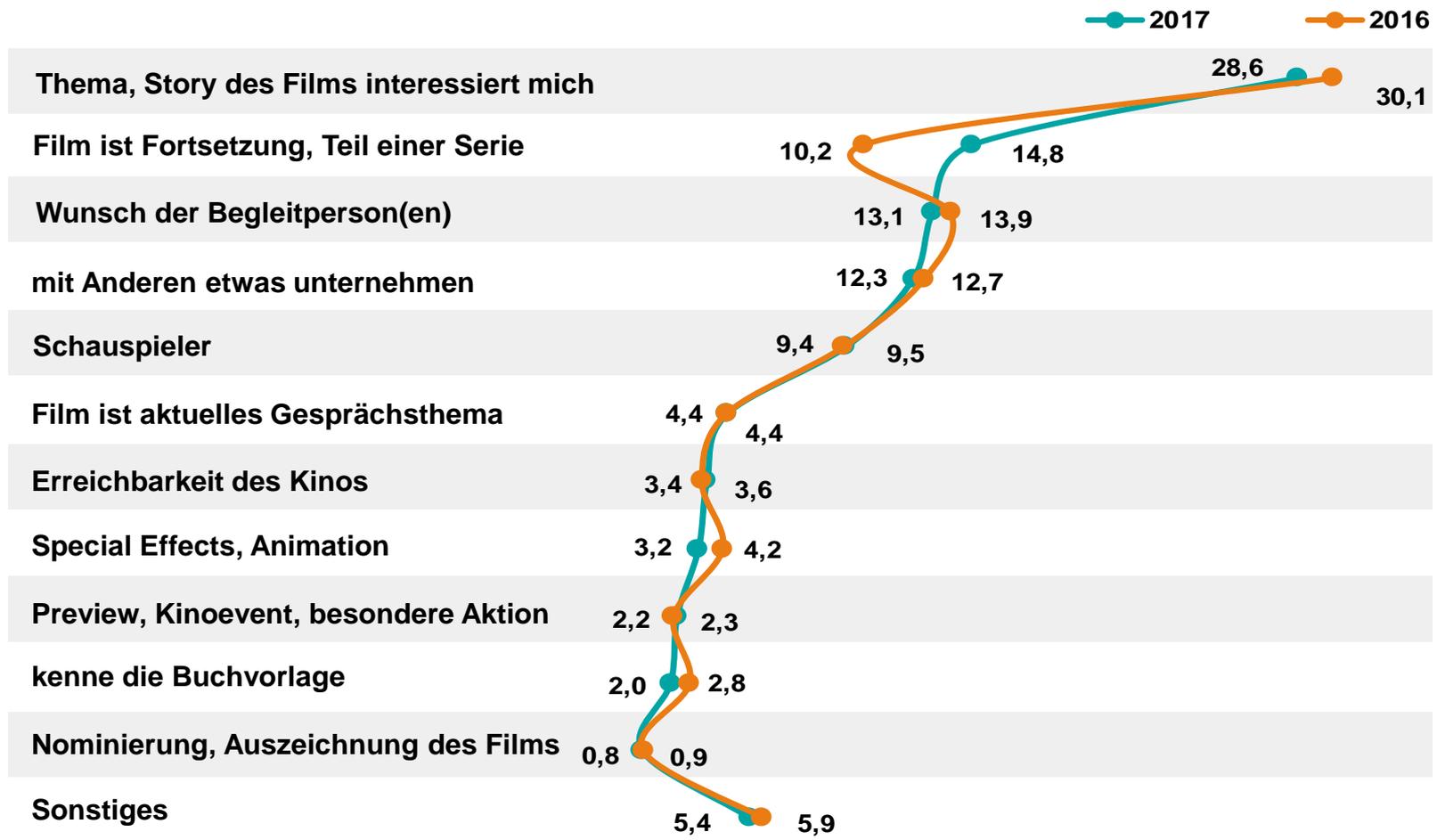
Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



Kinobesucher III

Besuchsgrund 2017/2016

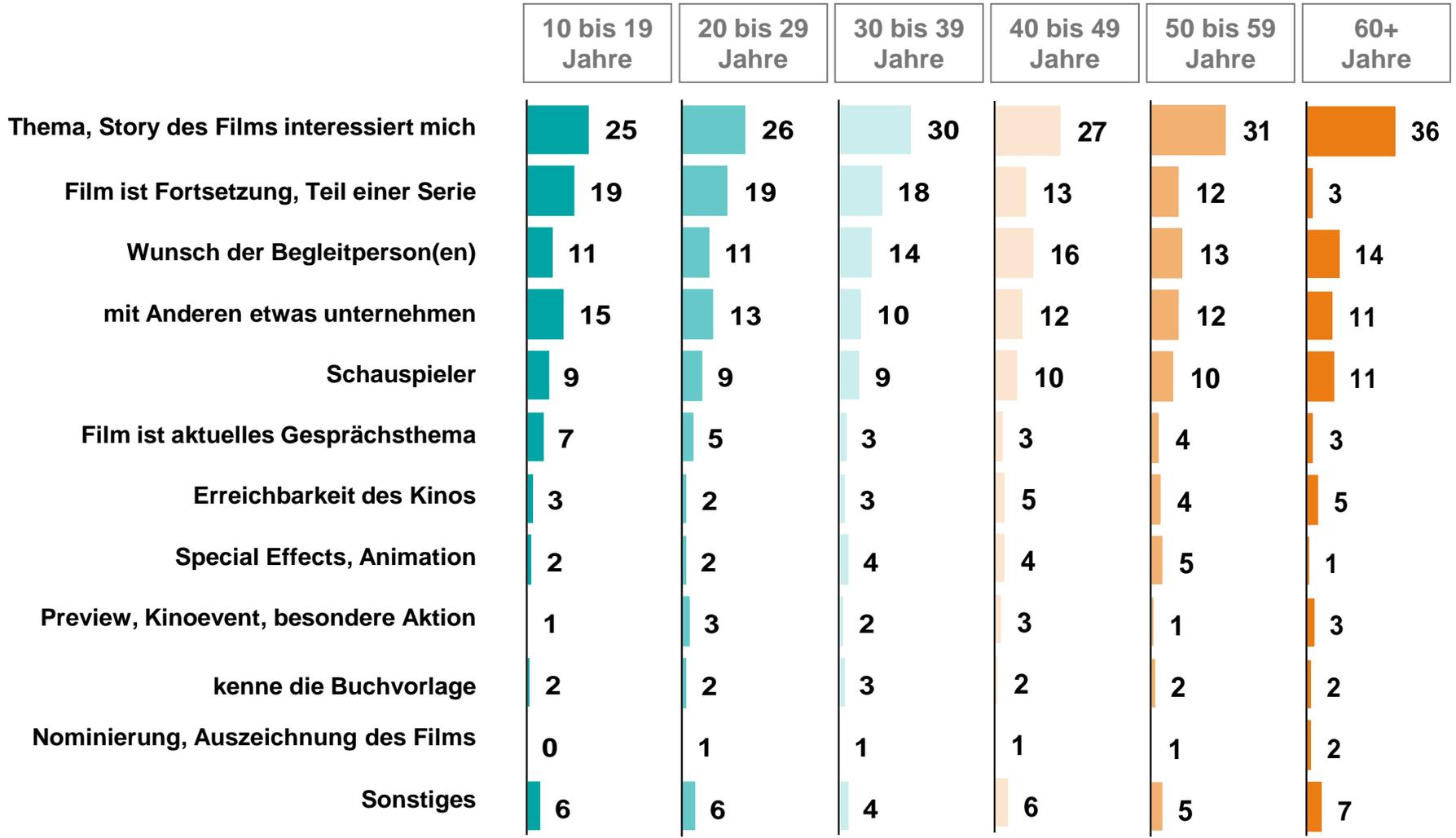
Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



Kinobesucher III

Besuchsgrund – Altersgruppen

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)



Kinobesucher III

Besuchsgrund – Top Titel 2017

Basis: Tickets in Mio. (mit Mehrfachnennungen)

Gesamt	Thema, Story des Films interessiert mich	Film ist Fortsetzung, Teil einer Serie	Wunsch der Begleitperson(en)	mit Anderen etwas unternehmen
Fack Ju Göhte 3	Die Schöne und das Biest	Fack Ju Göhte 3	Ich - Einfach unverbesserlich 3	Fack Ju Göhte 3
Ich - Einfach unverbesserlich 3	Star Wars: Die letzten Jedi	Star Wars: Die letzten Jedi	Die Schöne und das Biest	Die Schöne und das Biest
Star Wars: Die letzten Jedi	Fifty Shades of Grey - Gefährliche Liebe	Ich - Einfach unverbesserlich 3	The Boss Baby	Ich - Einfach unverbesserlich 3
Fifty Shades of Grey - Gefährliche Liebe	Fack Ju Göhte 3	Fast & Furious 8	Fifty Shades of Grey - Gefährliche Liebe	Bullyparade - Der Film
Die Schöne und das Biest	ES	Fifty Shades of Grey - Gefährliche Liebe	Fack Ju Göhte 3	The Boss Baby
Fast & Furious 8	Ich - Einfach unverbesserlich 3	Guardians of the Galaxy Vol. 2	Star Wars: Die letzten Jedi	Fifty Shades of Grey - Gefährliche Liebe
Bullyparade - Der Film	Guardians of the Galaxy Vol. 2	Pirates of the Caribbean: Salazars Rache	Die Schlümpfe - Das verlorene Dorf	Baywatch
Guardians of the Galaxy Vol. 2	Fast & Furious 8	Thor: Tag der Entscheidung	Bullyparade - Der Film	Star Wars: Die letzten Jedi
ES	Bullyparade - Der Film	Rogue One: A Star Wars Story	ES	ES
Pirates of the Caribbean: Salazars Rache	Passengers	Logan - The Wolverine	Pirates of the Caribbean: Salazars Rache	Passengers

Kinobesucher III

Besuchsgrund – Top 4 internationale Filme

Basis: Tickets in % (mit Mehrfachnennungen)

Gesamt

Fack Ju
Göhte 3

Ich –
Einfach
unverbes-
serlich 3

Star Wars:
Die letzten
Jedi

Fifty Shades
of Grey –
Gefährliche
Liebe

	Gesamt	Fack Ju Göhte 3	Ich – Einfach unverbessertlich 3	Star Wars: Die letzten Jedi	Fifty Shades of Grey – Gefährliche Liebe
29	Thema, Story des Films interessiert mich	16,6	16,4	27,0	23,4
15	Film ist Fortsetzung, Teil einer Serie	38,6	35,4	39,3	29,3
13	Wunsch der Begleitperson(en)	7,4	20,2	8,5	11,1
12	mit Anderen etwas unternehmen	10,8	11,1	6,2	8,0
9	Schauspieler	13,3	1,8	0,7	2,9
4	Film ist aktuelles Gesprächsthema	8,0	4,3	6,3	7,8
4	Erreichbarkeit des Kinos	1,6	3,1	1,5	2,1
3	Special Effects, Animation	0,1	3,4	6,3	0,0
2	Preview, Kinoevent, besondere Aktion	0,4	0,4	1,1	0,9
2	kenne die Buchvorlage	0,2	0,3	0,7	11,7
1	Nominierung, Auszeichnung des Films	0,2	0,1	0,1	0,0
5	Sonstiges	2,8	3,4	2,4	2,9

Key Facts zum Kinobesucher III

filmspezifisch

Im Vergleich zum Vorjahr (19%) legte das Genre Komödie mit 23 Prozent wieder zu und lockte nach Tickets die meisten Kinogänger in die Kinos. Auf Platz zwei schaffte es der Actionfilm mit einem Anteil von 16 Prozent. Auf Platz drei folgten die Kinderfilme und Dramen mit jeweils 15 Prozent.

Der Verzehranteil an den Kinogesamtausgaben betrug 33 Prozent, der Gesamterlös aus Ticket- und Concession-Verkauf 1.570 Mio. Euro. 59 Prozent aller Kinobesucher gaben in 2017 Geld für Getränke, Popcorn und Co. aus – die 40- bis 49-Jährigen gaben hier erneut am meisten aus (Ø 5,60 €). Kinos mit 7 bis 9 Sälen konnten sowohl die meisten Besucher zum Popcorn-Kauf bewegen (61%), als auch das meiste Geld mit durchschnittlich 5,03 Euro pro Ticket generieren.

57 Prozent der Twens sahen sich lieber Filme ab 20 Uhr an, 57 Prozent der über 60-Jährigen bevorzugten hingegen einen Filmbeginn vor 18 Uhr. Bei der Besuchswache zeigten sich ähnliche starke Altersunterschiede: Während 44 Prozent der Twens in der Startwoche eines Films ins Kino gingen, fand jeder fünfte Kinogänger ab 50 Jahren (20%) erst nach mehr als zwei Monaten nach Start den Weg zum Film. Der Großteil aller Kinobesuche fand auch in 2017 von Donnerstag bis Sonntag statt (66%). Der Durchschnitts-Kinobesucher ging am liebsten zu dritt (1,8 Begleitpersonen) ins Kino.

„Filmvorschau, Trailer im Kino“ (15%) und „Werbung im Fernsehen“ (13%) waren auch in 2017 erneut die wichtigsten Aufmerksamkeitsquellen. An dritter Stelle folgte die „Filmvorschau und Trailer im Internet“ mit 10 Prozent. Letztere schaffte damit in 2017 erstmals den Sprung in die TOP-3 der Aufmerksamkeitsquellen.

Der häufigste Besuchsgrund war auch in 2017 mit 29 Prozent „Thema, Story interessiert mich“, mit großem Abstand gefolgt von „Film ist Fortsetzung, Teil einer Serie“ (15%). Auf Platz drei folgt dann der „Wunsch der Begleitperson“, welcher im letzten Jahr noch den zweiten Platz erreichte.

Inhalt

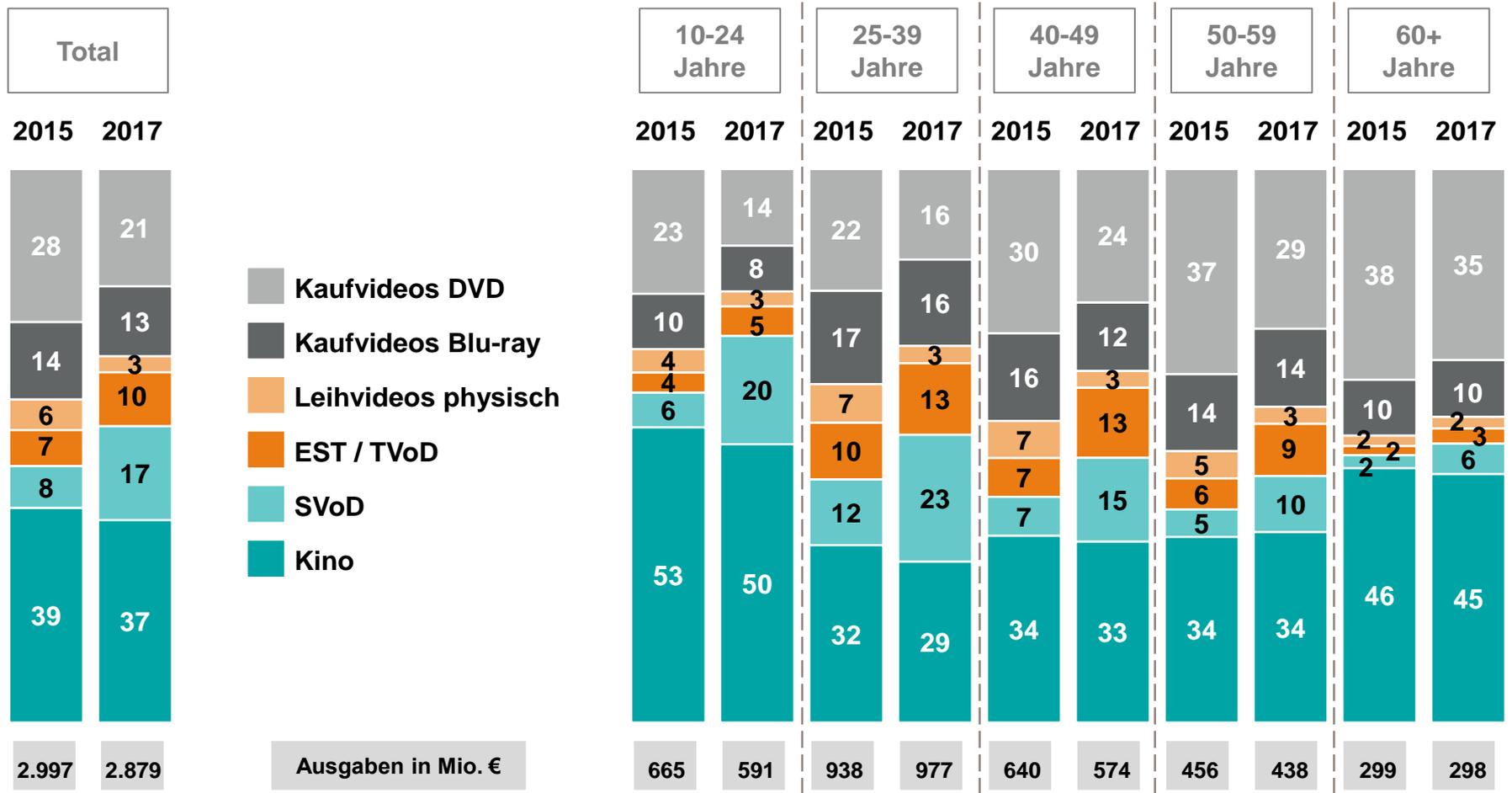
- 1 Allgemeine Entwicklung des Kinomarkts
- 2 Kinobesucher I – soziodemografisch und kinospezifisch
- 3 Kinobesucher II – Reichweiten und Intensitäten
- 4 Kinobesucher III – filmspezifisch
- 5 Kinobesucher IV – NEU: Fokus 2017

Der Kino- und Videonutzer 2017

Kinobesucher IV

Der Kino- und Videomarkt nach Altersgruppen

Ausgaben in %



Kinobesucher IV
Nutzer-Segmentierung
 Personen in %

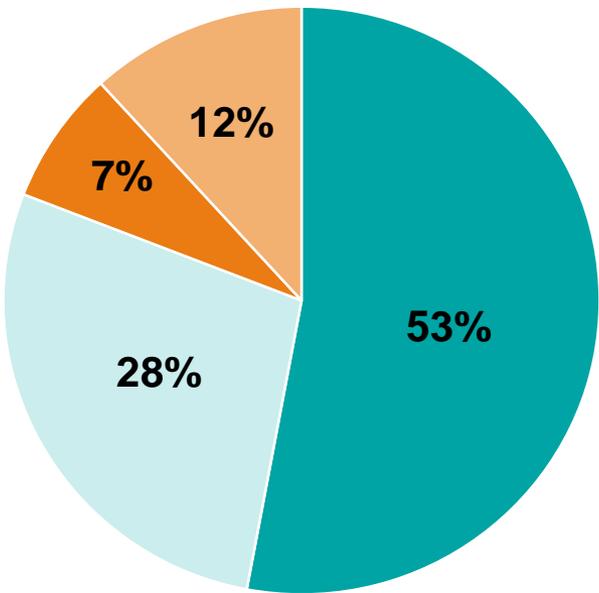
 Home Video transakt.	 SVoD	 Kino	Name des Nutzer-Clusters	35,1 Mio. Pers. 2017
			Transactional Classics	14%
			Old School Screens	19%
			Classic Cineasts	37%
			Couch Potatoes	4%
			Streaming Cineasts	6%
			Allrounder	9%
			Pure Streamer	10%

Kinobesucher IV

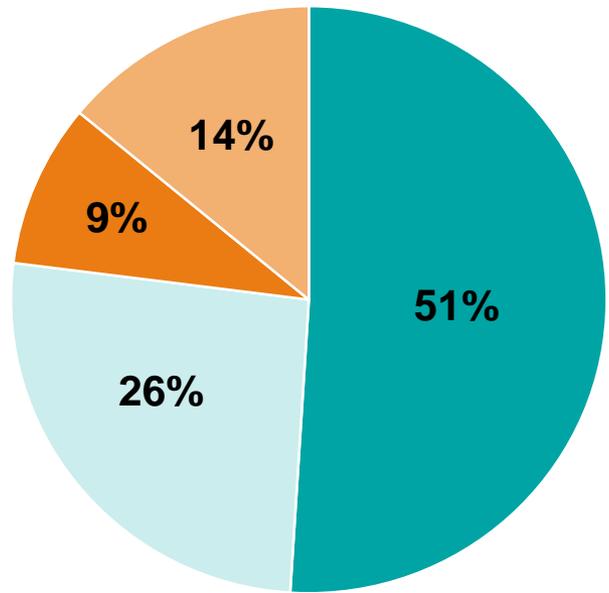
Kinocluster – Anteile

Personen in %

2016: 25,0 Mio. Personen



2017: 25,0 Mio. Personen



- Classic Cineasts
- Old School Screens
- Streaming Cineasts
- Allrounder

Kinobesucher IV

Kinocluster – Statements

Personen in %

Ich bin ein großer Kino-Fan.

Ins Kino gehe ich meistens gemeinsam mit Freunden / Bekannten.

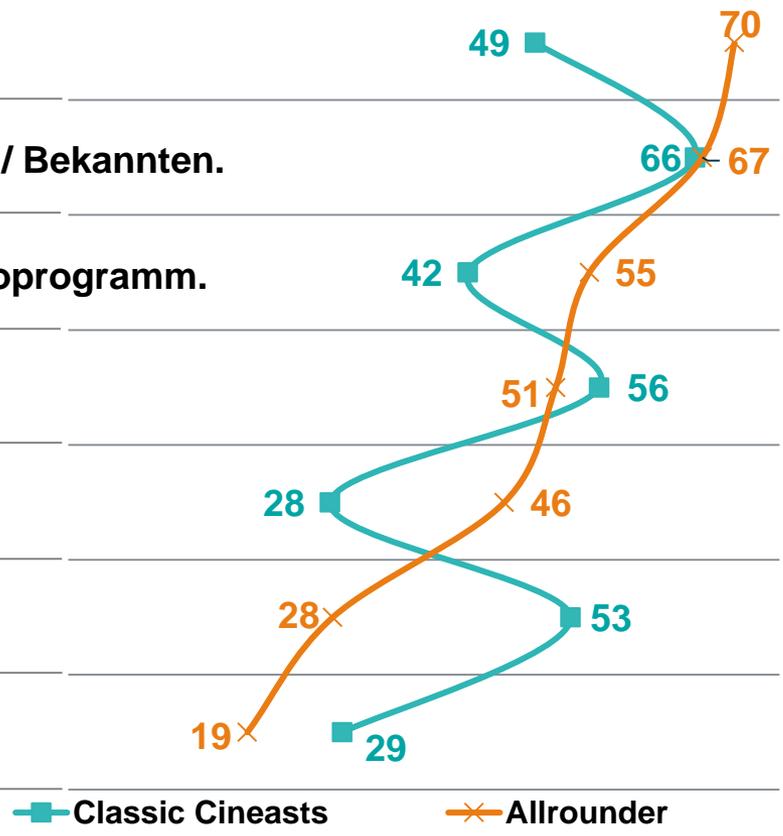
Ich informiere mich regelmäßig über das aktuelle Kinoprogramm.

Ich sehe mir gerne anspruchsvolle Filme im Kino an.

Bei Kinofilmen ist mir spektakuläre Action wichtig.

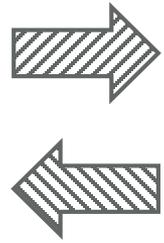
Das Film-Angebot im Fernsehen reicht mir völlig aus.

Kinofilme interessieren mich einfach nicht genug, um Geld für Kinobesuche auszugeben.



Kinobesucher IV Der Kino- vs. SVoD-Nutzer

23% aller
Kinogänger sind
SVoD-Abonnenten.

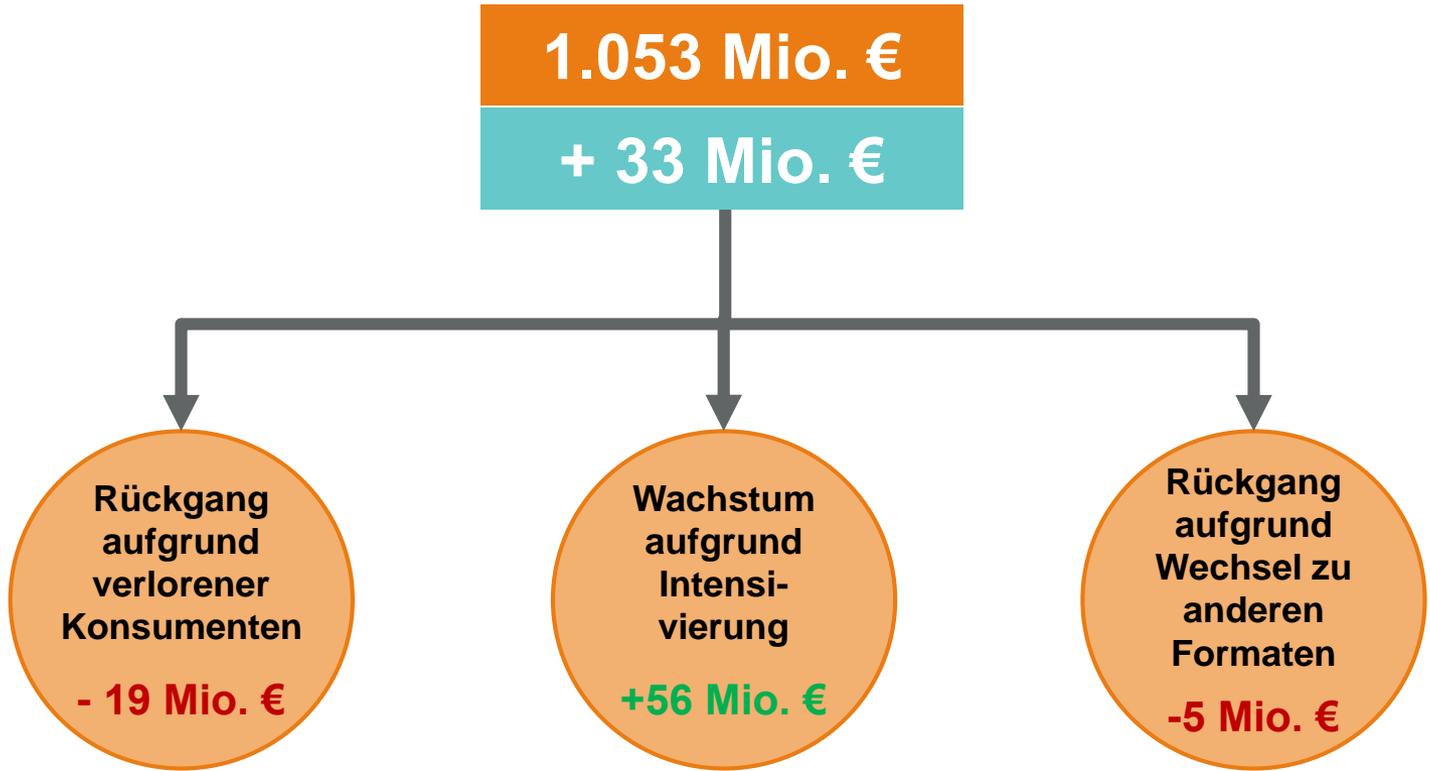


55% aller
SVoD-Abonnenten
sind Kinogänger.

5,5
Tickets
4,7 Tickets
Gesamtmarkt

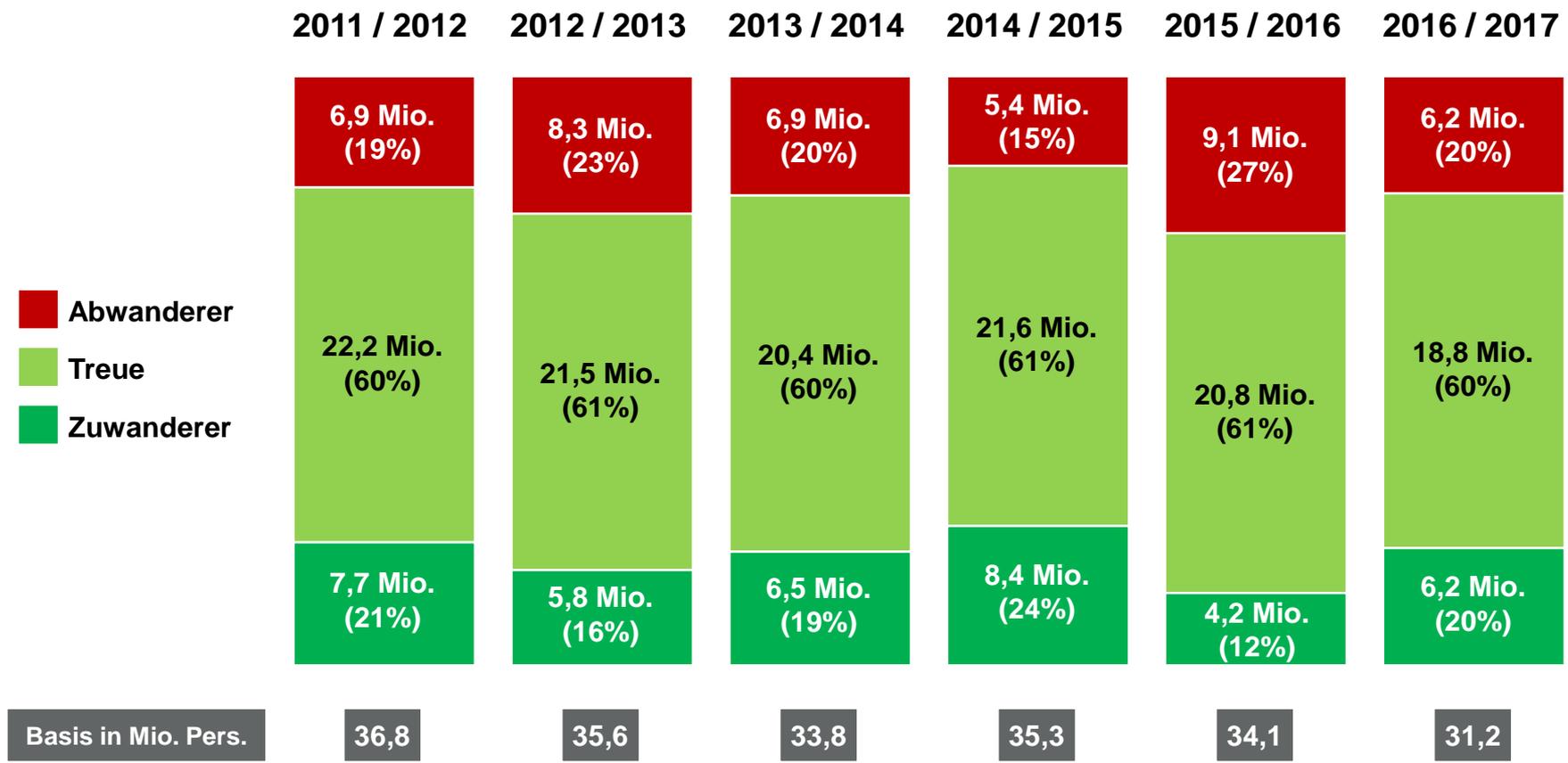
9,44 €
Ø-Preis
8,90 €
Gesamtmarkt

Kinobesucher IV Umsatzbewegungen Kino 2016 >> 2017



Besucherwanderung

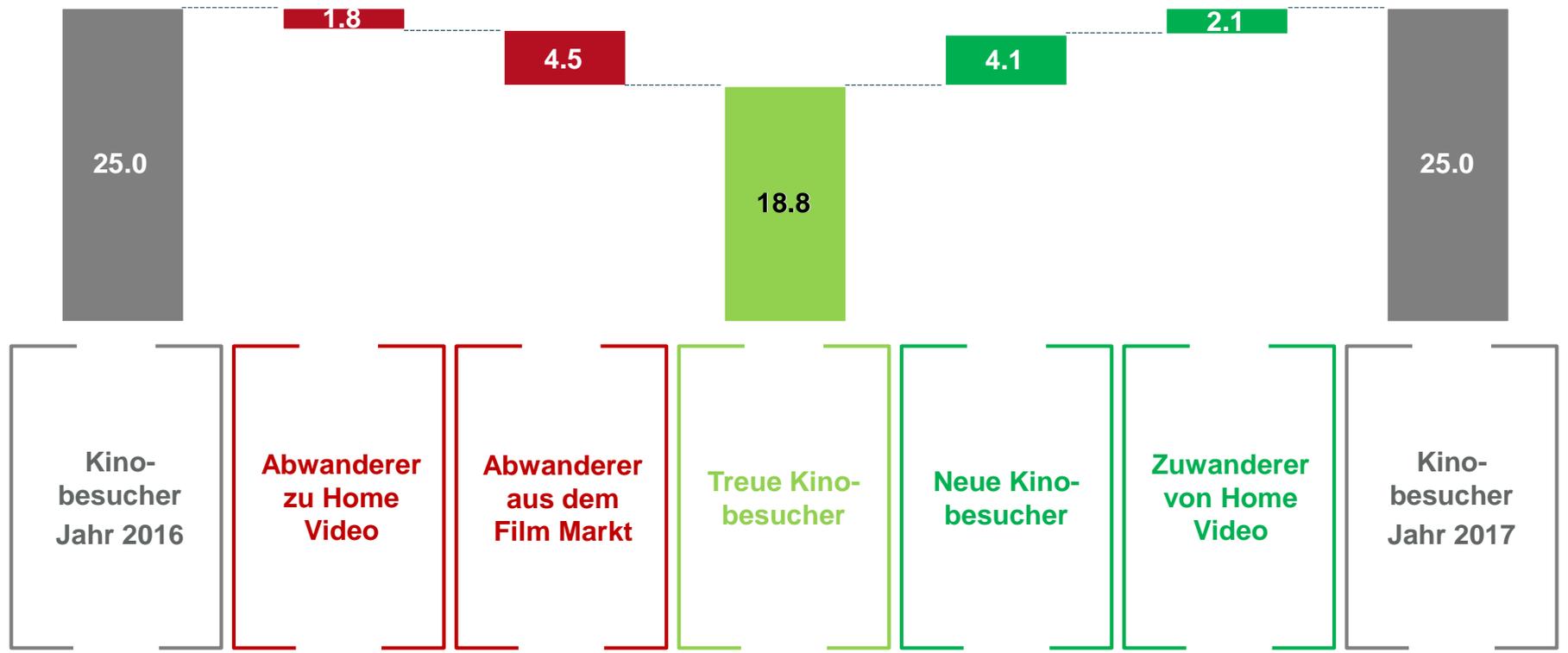
Kinobesucher IV
Entwicklung Besucherwanderung
 Personen in Mio. / Personen in %



Kinobesucher IV

Besucherwanderung 2016 >> 2017

Personen in Mio. / Personen in %



Zusammenfassung

**Bipolare Entwicklung
im Kinomarkt**

Zweitstärkstes Boxoffice im
Langzeitvergleich,
Ticketzahlen auf
zweitniedrigstem Niveau

**Deutsche
Produktionen
wachsen um
6 Prozent**

Anteil deutsche
Produktionen
steigt auf 24
Prozent

**Alternativer
Content
steigt an**

Gestiegene
Ø-Preise sowie
Intensivierung
sorgen für
Wachstum

**Umsatzwachs-
tum aufgrund
Intensivierung**

Die Reichweite sinkt
im Zeitverlauf, die Pro-
Kopf-Besuche steigen
dagegen an

**Kontinuierlicher
Besucherrückgang
in 2016 / 2017**

Mit knapp 19 Mio.
erreichen die treuen
Besucher ihren niedrigsten
Stand

**11 Prozent der Kino-
besucher stehen für 42
Prozent der Kinotickets**

Insbesondere intensive Kinogänger
(mehr als 13 Kinobesuchen) sind
dafür verantwortlich

SVoD und Kino

SVoD Abonnenten mit
höherer Intensität,
höherer Reichweite und
höherem Ticketpreis als
Kinogänger ohne SVoD
Abonnement

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

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

Tel.: 030 / 27 577 - 0
Fax: 030 / 27 577 - 111
E-Mail: marktforschung@ffa.de

Weitere Informationen, Studien und Marktdaten erhalten Sie unter:

www.ffa.de