



Filmförderungsanstalt German Federal Film Board

**Programmkinos
in der Bundesrepublik Deutschland
und ihr Publikum im Jahr 2005**

Analyse zu Auslastung, Bestand, Besuch und Eintrittspreise
sowie zu
soziodemografischen und kinospezifischen Merkmalen

von
Yv. Beigel

und
Ingeborg Schultz

Berlin, im September 2006

FFA-Filmförderungsanstalt
Große Präsidentenstraße 9, 10178 Berlin
Telefon: 030/ 27 577 -217 Telefax: 030/ 27 577 -111
<http://www.ffa.de>

Vorwort

Die Programmkinostudie der FFA – eine Untersuchung des bundesweiten Programmkinomarktes vollzieht in diesem Jahr bereits Ihre sechste Auflage.

Die Datengrundlage hierfür bildet die FFA-Befragung der Theaterbetreiber aus dem Jahr 2005 sowie die an die FFA gemeldeten Besucher- und Umsatzzahlen für 2005.

Die Studie gliedert sich in zwei Teile. Im ersten Teil der vorliegenden Studie erfolgen Auswertungen hinsichtlich der Entwicklung des Saalbestandes, des Besuches, der Auslastung und der Eintrittspreise.

Der zweite Teil dieser Analyse betrachtet das Programmkinopublikum hinsichtlich soziodemografischer sowie kinospezifischer Merkmale wie Alter, Geschlecht, Berufsgruppen, Schulbildung, Haushaltsgröße, Haushalts-Nettoeinkommen, Besuchstage, Uhrzeit des Filmbeginns, Kinobegleitung, Source of Awareness, Bewertung des Films und Verzehr.

Die Ausarbeitung beruht auf den Ergebnissen des Individualpanels der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) für das Jahr 2005. Das Panel umfasst 20.000 Teilnehmer und steht repräsentativ für deutsche Privatpersonen. Nicht berücksichtigt werden Kinder unter 10 Jahren, ausländische Bürger sowie Personen, die ständig auf Reisen sind oder deren Bewegungsfreiheit vorübergehend eingeschränkt ist.

FILMFÖRDERUNGSANSTALT
Der Vorstand

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'P. Dinges', is written on a light blue background.

Peter Dinges

Berlin, September 2006

Inhalt

1. Einleitung.....	4
2. Bestand	5
3. Größe der Spielstätte	7
4. Ortsgröße	9
5. Besucherentwicklung.....	11
6. Eintrittspreisentwicklung	13
7. Auslastung.....	14
8. Soziodemografische Merkmale	15
9. Kino- und filmspezifische Merkmale	18
10. Zusammenfassung	22
Anlage 1: Bestand	24
Anlage 2: Bestand nach Bundesländern	25
Anlage 3: Bestand nach Centergrößen	26
Anlage 4: Bestand nach Ortsgrößen	27
Anlage 5: Besucher-, Umsatz- und Eintrittspreisentwicklung.....	28
Anlage 6: Besucher, Umsatz- und Eintrittspreisentwicklung nach Centergrößen	29
Anlage 7: Besucher-, Umsatz- und Eintrittspreisentwicklung nach Ortsgrößen.....	30
Anlage 8: Auslastung.....	31
Anlage 9: Auslastung nach Centergrößen.....	32
Anlage 10: Auslastung nach Ortsgrößen.....	33

1. Einleitung

Die FFA unterscheidet für die Auswertung im ersten Teil der Studie (2. bis 7. Kapitel) folgende **Untersuchungsgruppen**, die Programmkinos anbieten¹:

1. Filmtheater, die Mitglied der AG Kino-Gilde Deutscher Filmkunsttheater e.V.² (folgend **AG Kino-Gilde**) sind und
2. Filmtheater, die sich selbst bei der Kinobefragung 2003 gegenüber der FFA als Programmkinos eingeschätzt haben (folgend „**Selbsteinschätzer**“). Diese Filmtheater sind nicht Mitglied der ersten Gruppe³.

Als Vergleichsgruppe wurden die Daten der

- kommunalen Filmtheater und Kinos von Vereinen, die sich ebenfalls als „Studio-/ Programmkinos/ Filmkunstkinos“⁴ in der Befragung bezeichneten,

ergänzend zu den oben aufgeführten Gruppen aufbereitet.

Die Selbsteinschätzung der Inhaber (Gruppe 2) erfolgte im Rahmen einer schriftlichen Befragung der FFA aus dem Jahr 2003. Für diese Studie ausgewertet wurden hierbei nur Filmtheater, die in der Rubrik „Programm“ ausschließlich „Studio-/Programm-/Filmkunstkinos“⁵ angekreuzt haben und die weder in kommunaler Trägerschaft noch von Vereinen betrieben werden.

Im zweiten Teil der Studie (8. und 9. Kapitel) wurde das Programmkinopublikum über die besuchten Filme definiert. Hierfür wurden alle, bei der GfK für das Jahr 2005 registrierten Programmkinofilme untersucht.⁶ Insgesamt konnten so die Daten von über 200 Programmkinofilmen und deren Besuchern ausgewertet werden. Die Ergebnisse wurden nach den verschiedenen soziodemografischen sowie kinospezifischen Merkmalen aufgeschlüsselt und mit dem Gesamtdurchschnitt aller Kinobesucher verglichen.

¹ Die vorliegende Studie entstand auf Grundlage der FFA-Befragung 2003.

² Bei den Mitgliedern der AG Kino-Gilde Filmkunsttheater e.V. wurde vom Stand 02.02.2006 ausgegangen. Austritte nach diesem Datum aus Schließungsgründen bzw. Gründen der programmlichen Umwidmung konnten bei der Auswertung nicht berücksichtigt werden. Mitglieder der AG Kino-Gilde, die sich in kommunaler Trägerschaft befinden bzw. von Vereinen betrieben werden, wurden, um Verzerrungen zu vermeiden, nur in der Vergleichsgruppe „kommunale und Kinos von Vereinen“ ausgewertet. Die Universitätskinos und Openair-Spielstätten blieben unberücksichtigt.

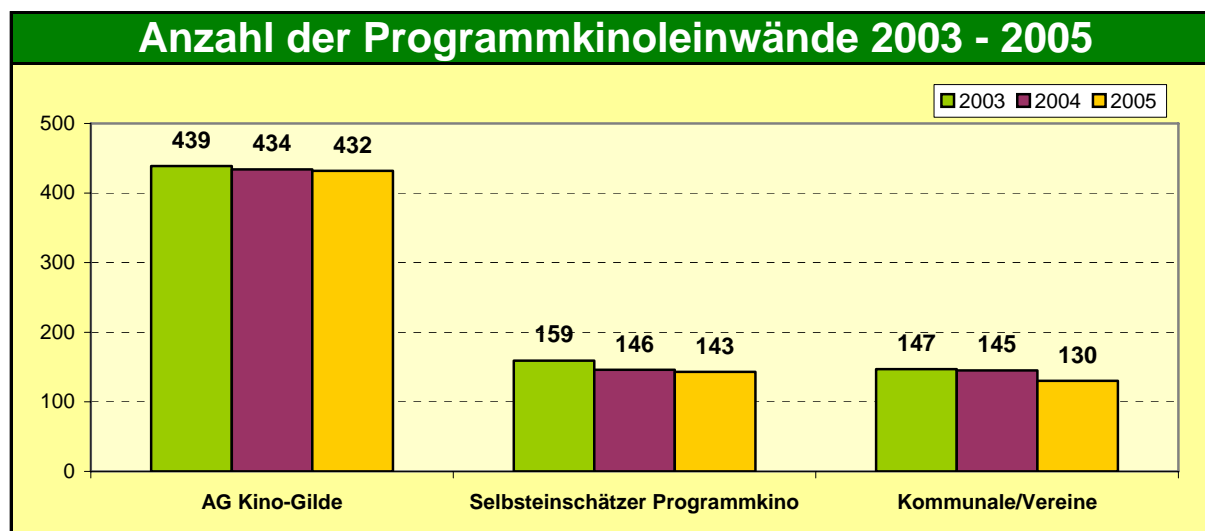
³ ohne kommunale und Kinos von Vereinen

⁴ sowohl ausschließlich Programmkinos als auch in Verbindung mit gemischtem Programm

⁵ ohne Mitglieder der AG Kino-Gilde Deutscher Filmkunsttheater e.V.

⁶ Die Definition der Programmkinofilme erfolgte mit Unterstützung der AG Kino/Gilde.

2. Bestand



Quelle: FFA

Im Jahr 2005 sind der AG Kino-Gilde 432 Leinwände (zum Vergleich: im Jahr 2003 waren es mit 439 Leinwänden geringfügig mehr) zuzuordnen. Zusätzlich wurden von den Kinobetreibern bundesweit 143 weitere Säle als Studio-/ Programmkinos/ Filmkunstkinos eingeschätzt. Im vergangenen Jahr waren 11,8 Prozent aller Leinwände in Deutschland reine Programmkinoleinwände. Der Anteil hat sich im Vergleich zu 2004 mit 11,9 Prozent kaum verringert.⁷ 2003 lag der Leinwandanteil der Programmkinos bei 12,3 Prozent.

Bei den Selbsteinschätzern ging der Bestand vom 31. Dezember 2005 zu 2003 um 10,1 Prozent (16 Leinwände) zurück. Verglichen mit 2004 sind es nur 3 Leinwände weniger. Auch bei den kommunalen Kinos und Vereinen vollzieht sich ein Abwärtstrend. Hier wird mit 130 Leinwänden nur noch knapp das Niveau von 2002 (mit 133 Leinwänden) erreicht. Ab dem Jahr 2003 betrachtet entspricht dies einem Entwicklungsminus von 11,6 Prozent (17 Leinwänden weniger).

Die AG Kino-Gilde-Mitglieder verfügen über 1.294 weniger Sitzplätze als im Jahr 2003. Dies entspricht einem Minus von 1,9 Prozent. Im Vergleich zu 2004 fällt der Rückgang mit -0,2 Prozent wesentlich niedriger aus. Der Sitzplatzverlust bei den Selbsteinschätzern hingegen beträgt -4,1 Prozent (921 Plätze weniger als in 2004). Die kommunalen Kinos und Vereine bilanzieren das größte Minus. Mit -11,9 Prozent verlieren sie 2005 im Vergleich zum Vorjahr 2.142 Sitzplätze. Das Jahr zuvor betrug der Rückgang nur 315 Sitzplätze.

Weitere Angaben zum Bestand sind in der Anlage 1 (Seite 24) zu finden.

⁷ ohne Kommunale/Vereine

Programmkinodichte in den Bundesländern 2005

Bundesland	Einwohnerzahlen*	Leinwände mit Programm kino**	Einwohner pro Leinwand
Berlin	3.395.189	68	49.929
Bayern	12.468.726	130	95.913
Baden-Württemberg	10.735.701	111	96.718
Hamburg	1.743.627	18	96.868
Bremen	663.467	5	132.693
Sachsen	4.273.754	29	147.371
Hessen	6.092.354	37	164.658
Nordrhein-Westfalen	18.058.105	87	207.564
Rheinland-Pfalz	4.058.843	19	213.623
Thüringen	2.334.575	10	233.458
Niedersachsen	7.993.946	34	235.116
Schleswig-Holstein	2.832.950	12	236.079
Mecklenburg-Vorpommern	1.707.266	7	243.895
Brandenburg	2.559.483	4	639.871
Sachsen-Anhalt	2.469.716	3	823.239
Saarland	1.050.293	1	1.056.417
bundesweit	82.437.995	575	143.370

* laut Statistischen Bundesamt, Wiesbaden per 31.12.2005

** Mitglieder AG Kino-Gilde sowie Selbsteinschätzer

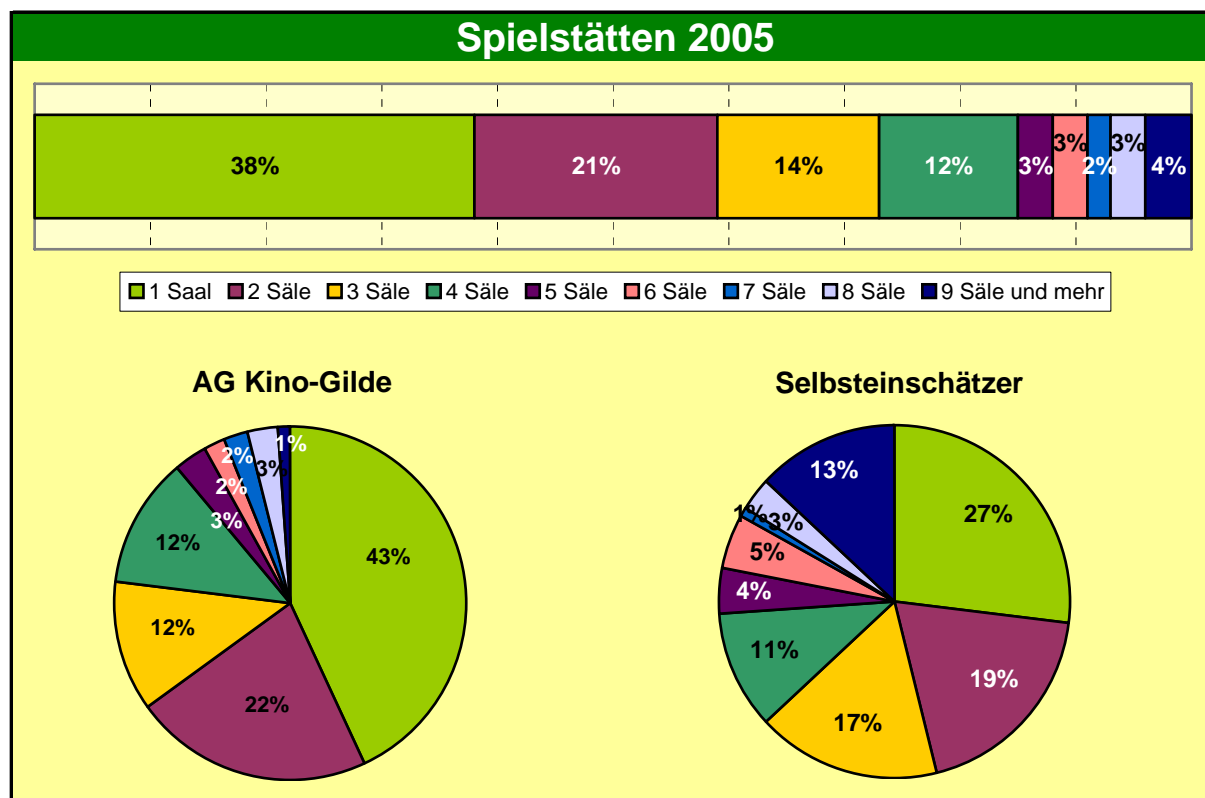
Quelle: FFA

Für das Jahr 2005 ergab sich hinsichtlich der Anzahl einzelnen Bundesländern folgendes Bild: Die meisten Programmkinos findet man in Bayern (130 Säle), Baden-Württemberg (111 Säle) und Nordrhein-Westfalen (87 Säle). Letzteres Bundesland hat mit 20 Sälen weniger im Vergleich zum Vorjahr den größten Verlust hinzunehmen. Davon sind 17 Säle den AG Kino-Gilde-Mitgliedern zuzurechnen. Die wenigsten Programmkinos weisen nach wie vor die Bundesländer Sachsen-Anhalt, Brandenburg und Bremen vor. Mit einem Programm kino steht das Saarland an letzter Stelle, wobei hier zu berücksichtigen ist, dass dieses erst seit 2004 existiert.

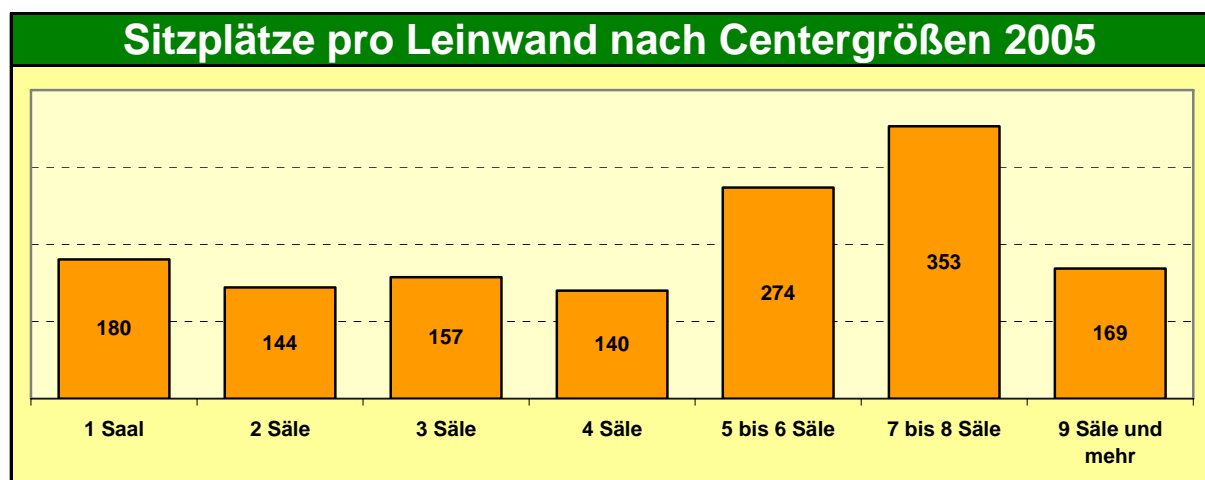
Mitglieder der AG Kino-Gilde sind schwerpunktmäßig und in Tradition in Süddeutschland - Bayern mit 109 Sälen und Baden-Württemberg mit 100 Sälen - anzutreffen (vgl. Anlage 2, Seite 25 Stand per 31. Dezember 2005).

Im Verhältnis zur Einwohnerzahl der einzelnen Bundesländer weist Berlin auch 2005 wieder die höchste Programmkinodichte auf. Danach folgen wiederum Bayern und Baden-Württemberg. Aufgrund des Zuwachses an acht Leinwänden in Baden-Württemberg wird Hamburg, im Vorjahr noch auf dem zweiten Platz und im Saalbestand 2005 unverändert, auf den vierten Rang verwiesen. Schlusslichter sind wieder die Länder Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt und das Saarland.

3. Größe der Spielstätte

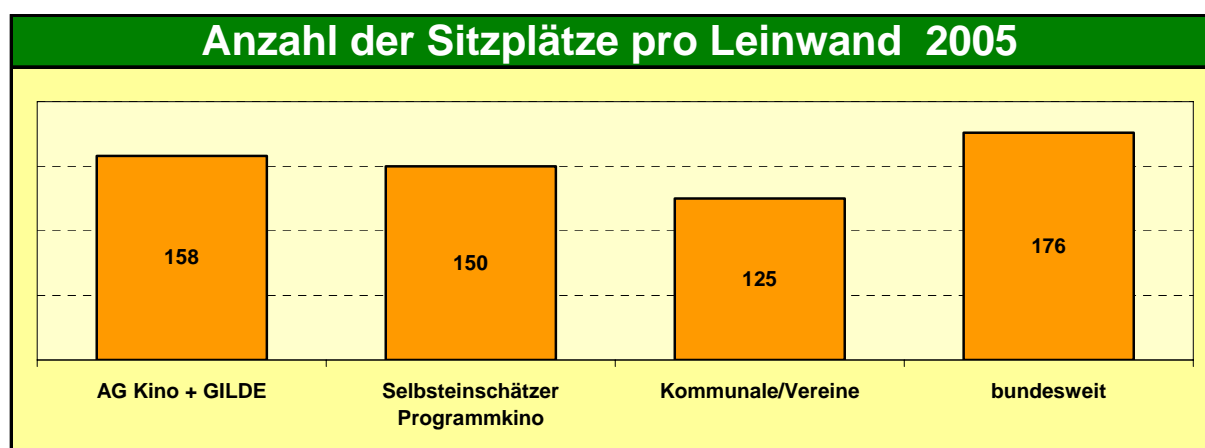


Unverändert zum Vorjahr besaßen mit 38 Prozent über ein Drittel der Programmkinospielstätten im Jahr 2005 nur eine Leinwand. 73 Prozent aller Programmkinospielstätten bestehen aus ein bis drei Leinwänden. Knapp ein Fünftel (18 Prozent) sind mit vier bis sechs Sälen mittelgroße Kinos. Dass Programmkinofilme in den letzten Jahren häufiger (seit 2004 beständig ca. 9 Prozent) auch in großen Spielstätten mit sieben und mehr Leinwänden aufgeführt werden, spricht für den Erfolg von Arthouse-Filmen wie aktuell für 2005: *Die Reise der Pinguine*, *Sin City*, *Sophie Scholl – Die letzten Tage* und *Alles auf Zucker!*.



Quelle: FFA

ohne Vereine und Kommunale



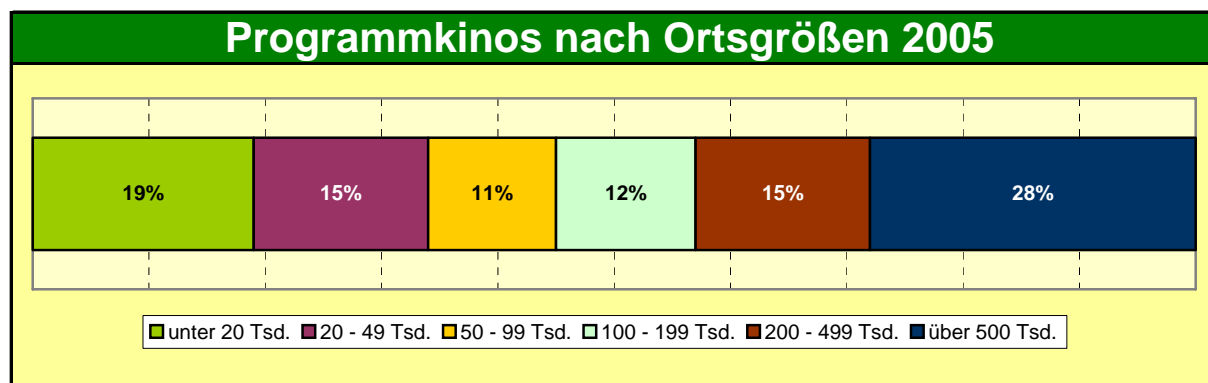
Quelle: FFA

Das Sitzplatzangebot der Programmkinos lag in 2005 mit 154 Sitzplätzen pro Leinwand (ohne Kommunale/Vereine) unter dem Bundesdurchschnitt mit 176 Plätzen. Programmkinosäle in Einzelhäusern sowie in Centern mit sieben bis acht Leinwänden besaßen die höchsten Sitzplatzkapazitäten.

Bei den untersuchten Gruppen lag das durchschnittliche Sitzplatzangebot der Selbsteinschätzer bei 150 Plätzen pro Leinwand, bei den Filmtheatern der AG Kino-Gilde bei 158 Sitzplätzen pro Leinwand.

Die genaue Verteilung der Leinwände, Spielstätten und Sitzplätze auf die Centergröße ist den Anlagen 3 (Seite 26) und 9 (Seite 32) zu entnehmen.

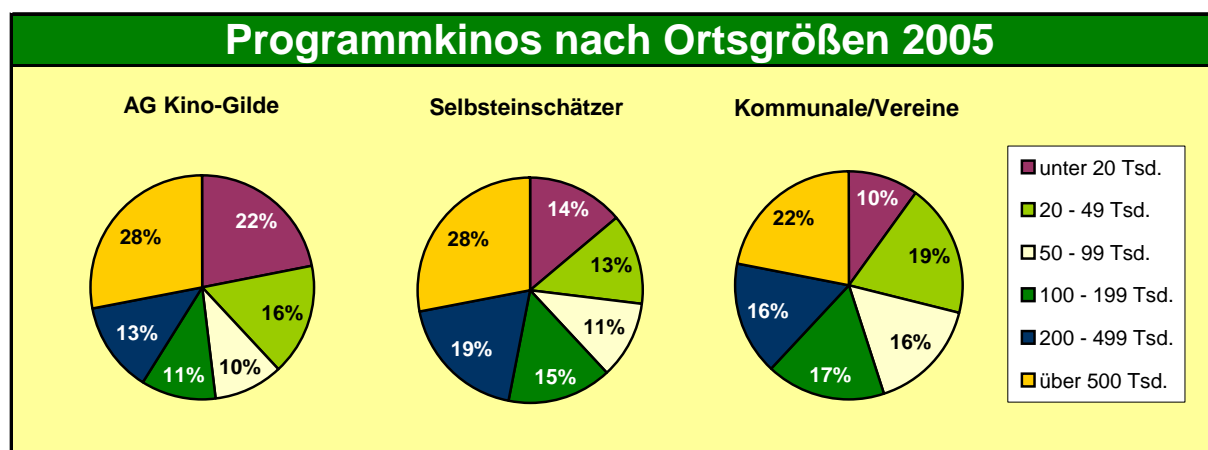
4. Ortsgrößen



Quelle: FFA

ohne Vereine und Kommunale

Programmkinos sind immer noch Domäne der Großstadt. Mehr als ein Viertel (28 Prozent) der Filmtheater, die Programmkinos anbieten, findet man in Städten mit über 500.000 Einwohnern. Im Bundesdurchschnitt sind dort nur knapp 6 Prozent aller Kinos vorhanden.⁸



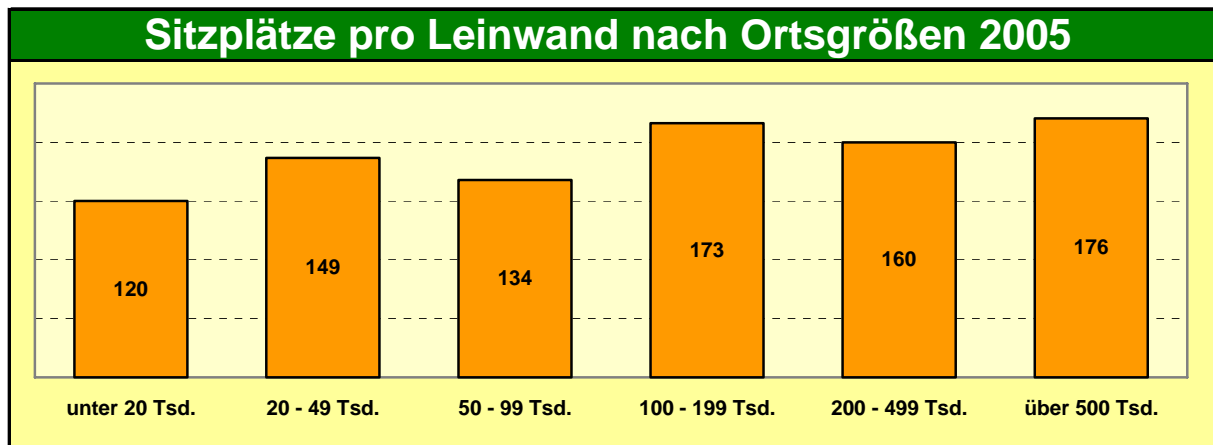
Quelle: FFA

Betrachtet man die Programmkinos in den drei verschiedenen Untersuchungsgruppen, wird ersichtlich, dass die Kinos der AG Kino-Gilde im Vergleich zu den vergangenen Jahren eher ländlich geprägt sind. Mit 38 Prozent der Kinosäle waren über ein Drittel in Orten mit weniger als 50.000 Einwohnern anzutreffen.

Die Selbsteinschätzer haben 2005 im Vergleich zum Vorjahr fünf Kinos in Städten mit über 500.000 Einwohnern verloren. Ihr Anteil liegt hier bei 28 Prozent (in 2004 waren es noch 41 Prozent). In den Kleinstädten mit weniger als 50.000 Einwohnern sind sie ebenfalls mit mehr als einem Drittel (27 Prozent) präsent.

Die genaue Verteilung der Leinwände und Spielstätten auf die Ortsgrößen ist der Anlage 4 (Seite 27) zu entnehmen.

⁸ vgl. FFA-Geschäftsbericht 2005, S. 40



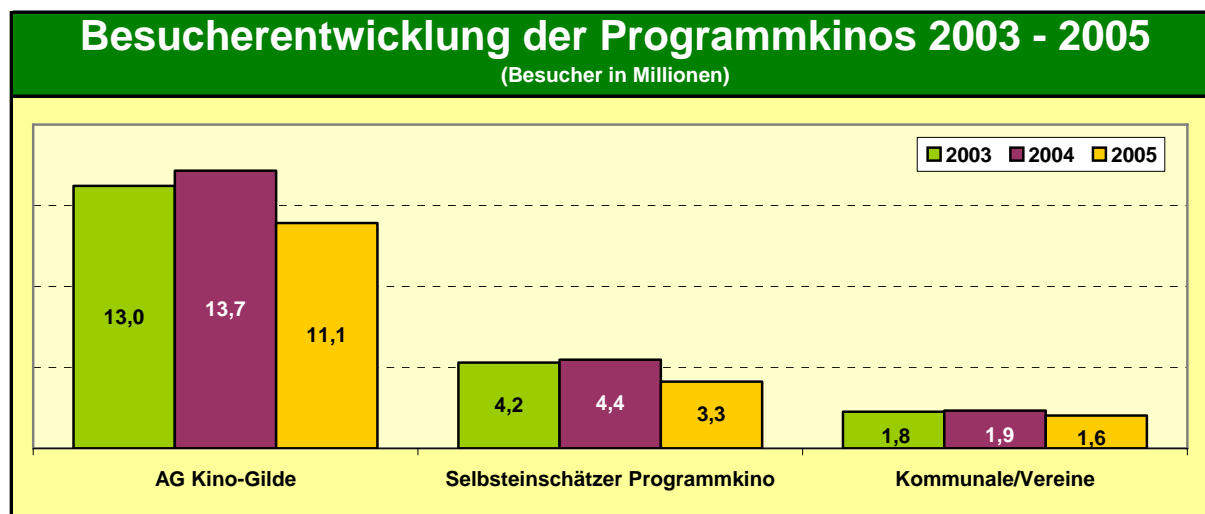
Quelle: FFA

ohne Vereine und Kommunale, Ortsgröße nach Einwohner

In den Ortsgrößenklassen unter 50.000 Einwohner liegt das Sitzplatzangebot der Programmkinosäle deutlich über dem Bundesdurchschnitt (vgl. FFA-Geschäftsbericht 2005, S. 40). Dies ändert sich ab den größeren Städten. Hier zeichnet sich eher ein gegensätzlicher Trend ab. Der Schnitt liegt hier bei 160 Sitzplätzen pro Programmkinoleinwand vs. 166 Sitzplätzen pro Leinwand bundesweit (unter Berücksichtigung aller Orte ab 50.000 Einwohnern).

Die genaue Verteilung der Sitzplätze auf die Ortsgrößen ist der Anlage 4 (Seite 27) zu entnehmen.

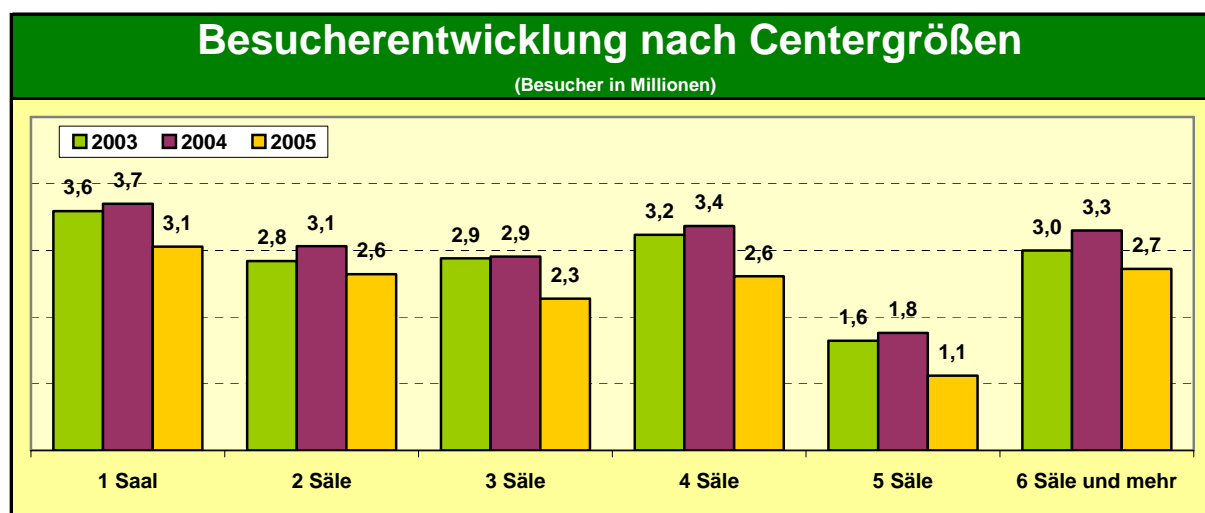
5. Besucherentwicklung



Quelle: FFA

Ohne Ausländer und Kinder unter 10 Jahren

Das Jahr 2005 war für das Kinogeschäft insgesamt ein Verlustjahr. Der Besucher-Anteil ging im Vergleich zum Vorjahr auf 18,8 Prozent zurück. Demzufolge wirkt sich dieser Rückgang auch auf die Programmkinos aus. Hier verzeichnete man sogar ein Minus von 20,3 Prozent.⁹ Die größten Besucherrückgänge bilanzierten die Selbsteinschätzer mit -24,6 Prozent. Dies entspricht knapp einem Viertel im Vergleich zu 2004. Weitere Angaben sind in der Anlage 5, Seite 28 zu finden.

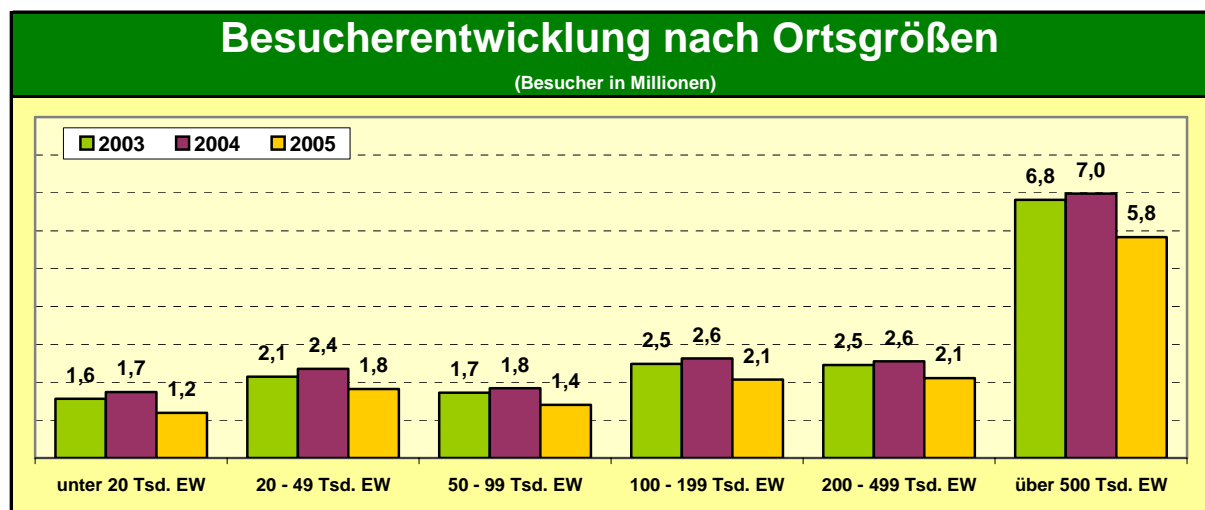


Quelle: FFA

ohne Vereine und Kommunale

Hinsichtlich der Besucherzahlen waren die kleinen Programmkinos der AG Kino-Gilde am erfolgreichsten. Mit rund 58 Prozent entfielen 2005 über die Hälfte des Gesamtbesuches der AG Kino-Gilde-Mitglieder auf Filmtheater mit ein bis drei Sälen. Die Selbsteinschätzer erreichten in dieser Theatergröße etwa 34 Prozent. Näheres zu den Besucherzahlen in Kinocentern kann man der Anlage 6 (Seite 29) entnehmen.

⁹ Einschließlich der Kommunalen/Vereine sind es -19,6 Prozent.



Quelle: FFA

ohne Vereine und Kommunale, EW - Einwohner

In Anbetracht der Tatsache, dass Programmkinos stark in Großstädten vertreten sind, gestalten sich hier auch die Besucherzahlen sehr hoch.

Die AG Kino-Gilde-Mitglieder erreichen in den Ortsgrößen bis 100.000 Einwohnern mit 36 Prozent einen gleich hohen Besucheranteil, wie in Städten mit über 500.000 Einwohnern. Hingegen bei den Selbsteinschätzern bei Betrachtung dieser Ortsgrößen die prozentuale Verteilung absolut differiert. Wird in Orten bis 100.000 Einwohnern nur ein Anteil von 13 Prozent erreicht, dominieren die Selbsteinschätzer bei Orten über 500.000 Einwohnern mit mehr als der Hälfte (56 Prozent) ihrer insgesamt erreichten Besucherzahlen.

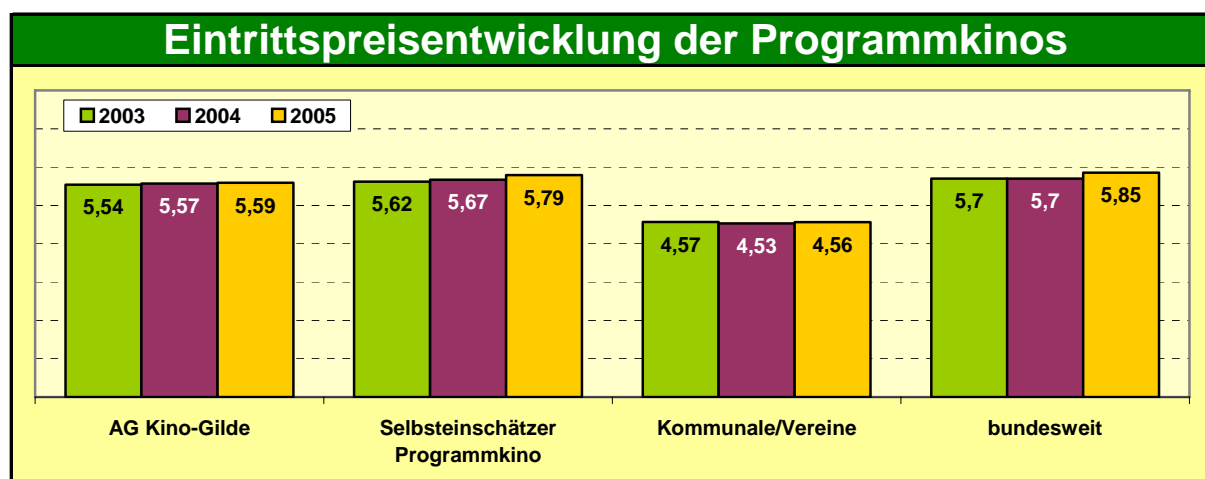
Trotz des hohen Anteils und mit Hinweis auf die Abnahme der Programmkinos von Selbsteinschätzern in den Großstädten (siehe Seite 9) liegt in Orten über 500.000 Einwohnern verglichen zum Vorjahr ein starker Besucherrückgang von etwa 26 Prozent vor.

Wie bereits erwähnt, sind mehr als ein Viertel (28 Prozent) der Programmkinos in Städten mit über 500.000 Einwohnern ansässig. Diese Filmtheater erbrachten gut ein Drittel der Besuche in Programmkinos, d.h. ca. 35 Prozent der Besuche in Programmkinos fanden dort statt. Im Bundesdurchschnitt wurden von den Kinos dieser Ortsgrößen im Jahr 2005 nur ein Viertel des Gesamtbesucheraufkommens erbracht.¹⁰

Die genaue Verteilung der Besucherzahlen auf die Center- und Ortsgrößen kann man der Anlage 6 und 7, Seite 29 und Seite 30 entnehmen.

¹⁰ vgl. FFA-Geschäftsbericht 2005, S. 40

6. Eintrittspreisentwicklung



Quelle: FFA

Auch im Jahr 2005 lag der durchschnittliche Eintrittspreis der Programmkinos¹¹ mit 5,69 Euro unter dem Bundesdurchschnitt von 5,85 Euro. Im vergangenen Jahr zahlten die Besucher eines AG Kino-Gilde-Programmkinos durchschnittlich 5,59 Euro. Hingegen der Eintrittspreis bei Filmtheatern, die sich selbst als Programmkinos einschätzten, mit 5,79 Euro um zehn Cent teurer ausfiel. Die Eintrittspreiserhöhung von 2004 auf 2005 fiel wie man in vorangegangener Grafik ersehen kann, innerhalb der AG Kino-Gilde unbedeutend aus. Bei der Gruppe der Selbsteinschätzer erhöhte man im Schnitt um zwölf Cent. Im Gegensatz zum bundesweiten Anstieg von 2,6 Prozent haben die Programmkinos ihre Eintrittspreise um gerade mal 0,7 Prozent erhöht (vgl. Anlage 5, Seite 28).

Umsatz					
	2003	2004	2005	Vergleich 04/03	Vergleich 05/04
AG Kino - Gilde	71.840.641	76.390.346	62.175.164	-9,2%	-18,6%
Selbsteinschätzer	23.761.381	24.826.503	19.093.677	-0,9%	-23,1%
Kommunale/Vereine	8.268.677	8.427.503	7.401.223	1,9%	-12,2%
Gesamt	103.870.699	109.644.352	88.670.064	-6,6%	-19,1%
BUNDESWEIT	849.762.087	892.925.497	744.988.513	-7,0%	-16,6%

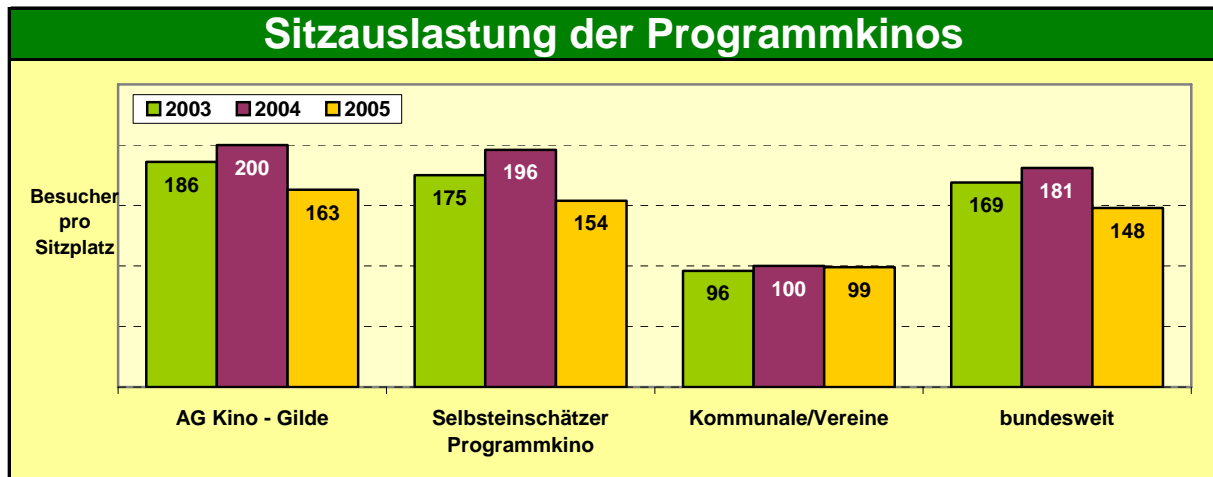
Quelle: FFA

Bundesweit sank der Umsatz verglichen mit 2004 um 16,6 Prozent. Bei den Programmkinos fiel auch hier das Minus etwas höher aus. In den verschiedenen Untersuchungsgruppen sank der Umsatz im Jahr 2005 gegenüber 2004 um insgesamt 19,1 Prozent. Im Vergleich hierzu betrug der Rückgang 2004/2003 nur 6,6 Prozent.

Die genauen Eintrittspreis- und Umsatzentwicklungen der Programmkinos nach Orts- und Centergrößen sind den Anlagen 6 und 7, Seite 29 und 30 zu entnehmen.

¹¹ ohne Kommunale/Vereine

7. Auslastung



Quelle: FFA

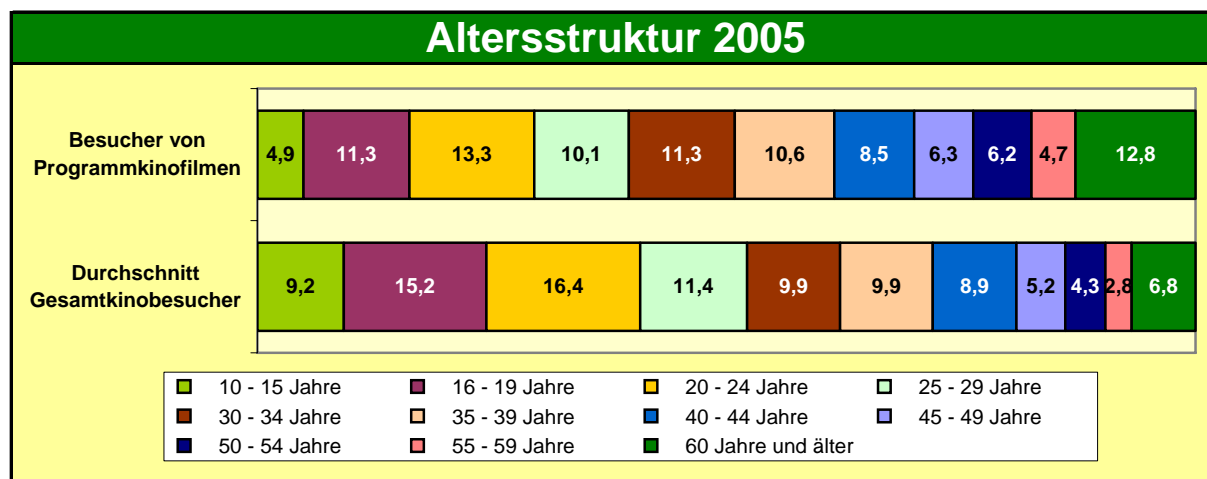
Die Sitzplatzauslastung der Programmkinos (ohne Kommunale/Vereine) ist parallel zu allen Kinos im Bundesgebiet nach einem kurzfristigen Anstieg im Jahr 2004 gesunken und bleibt deutlich unter den Wert von 2003.

2004 erreichte die Sitzplatzauslastung der Programmkinos noch durchschnittlich 198 Besucher. Im vergangenen Jahr sind es im Schnitt nur noch 158,5 Besucher. D.h. 2005 haben die Programmkinos knapp ein Fünftel der Besucher pro Sitzplatz im Vergleich zum Vorjahr verloren. Betrachtet man den Zeitraum 2003 bis 2005 sinkt die Sitzplatzauslastung um ca. 12 Prozent.

Die AG Kino-Gilde-Mitglieder weisen wie in den vergangenen Jahren die beste Auslastung vor. Mit 163 Besuchern pro Sitzplatz liegen sie weit über den Bundesdurchschnitt. Die Säle der Selbsteinschätzer waren mit 154 Besuchern pro Sitzplatz ebenfalls besser ausgelastet als der Bundesdurchschnitt. Die Sitzplatzauslastung der Kommunalen/Vereine ist weiterhin unterdurchschnittlich (99 Besucher pro Sitzplatz), blieb jedoch von der negativen Entwicklung des vergangenen Jahres größtenteils verschont. Lediglich einen Besucher weniger pro Sitzplatz bilanzieren die kommunalen Kinos im Vergleich zu 2004. Damit liegen sie immer noch über den Wert von 2003 (96 Besucher pro Sitzplatz).

Nähere Angaben zur Auslastung sind in der Anlage 8, Seite 31 zu finden.

8. Soziodemografische Merkmale

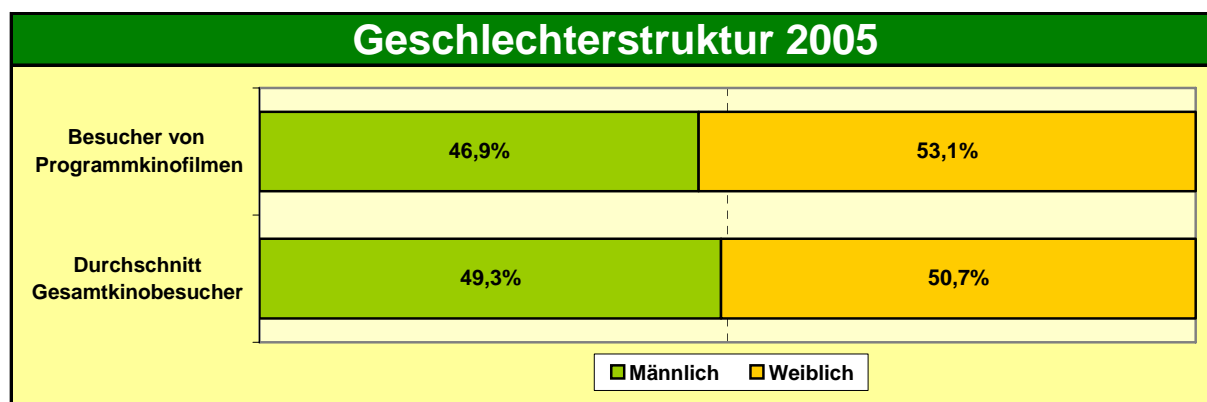


Ohne Ausländer und Kinder unter 10 Jahren, in Prozent

Die 20- bis 29jährigen sind 2005 gemessen am Eintrittskartenvolumen die stärkste Besuchergruppe sowohl im Bundesdurchschnitt (mit 27,8 Prozent) als auch bei den Programmkinos (mit 23,4 Prozent). Im Jahr zuvor waren es noch die 30-39jährigen. Diese Altersgruppe findet man zum gleichen Anteil in Programmkinos und in herkömmlichen Kinos und macht jeweils ca. ein Fünftel aller Kinobesucher aus.

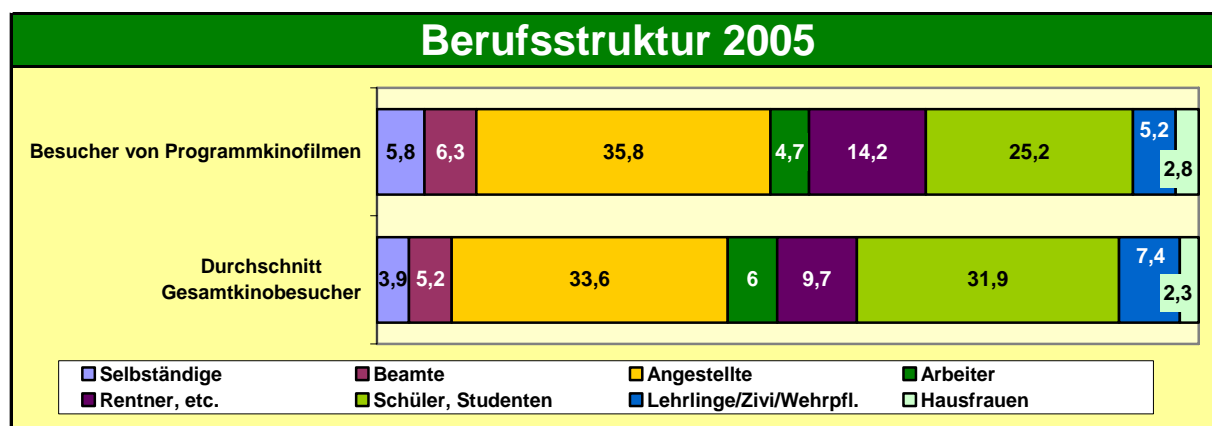
Teenager (10 bis 19 Jahre) findet man mit 16,2 Prozent seltener in Programmkinos. In den Kinos bundesweit machen sie fast ein Viertel (24,4 Prozent) aller Besucher aus. Treue Programmkinobesucher bleiben auch weiterhin die Best Ager (Altersgruppe ab 50+). Wie im Vorjahr ist der Anteil der ab 60jährigen bei dem Programmkinopublikum fast doppelt so hoch wie im Durchschnitt aller Kinobesucher.

Rein rechnerisch ergab sich daher für das Programmkinopublikum ein Durchschnittsalter von 37 Jahren, im Vergleich zu 32 Jahren bei allen Kinobesuchern.



Ohne Ausländer und Kinder unter 10 Jahren

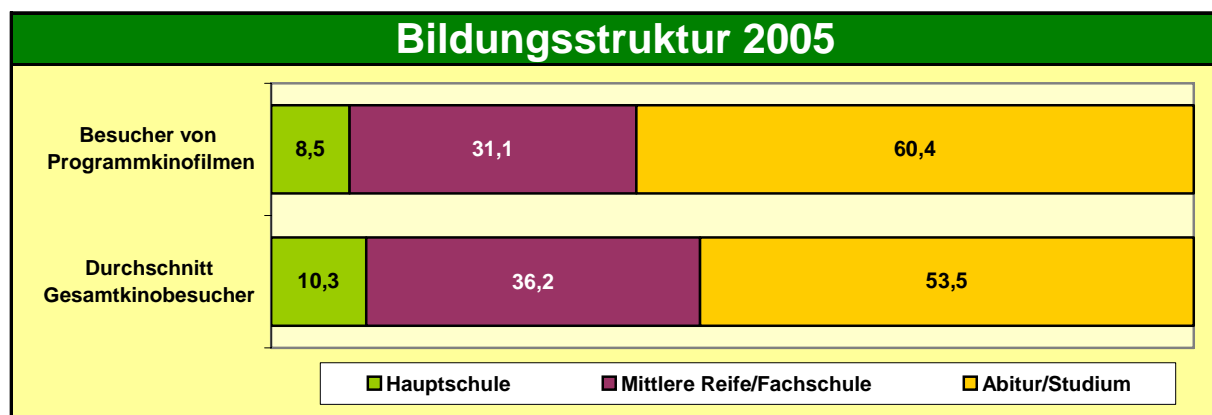
Wie auch im Gesamtdurchschnitt aller Kinobesucher sahen im vergangenen Jahr Frauen etwas häufiger als Männer Programmkinofilme.



Quelle: FFA

Ohne Ausländer und Kinder unter 10 Jahren, in Prozent

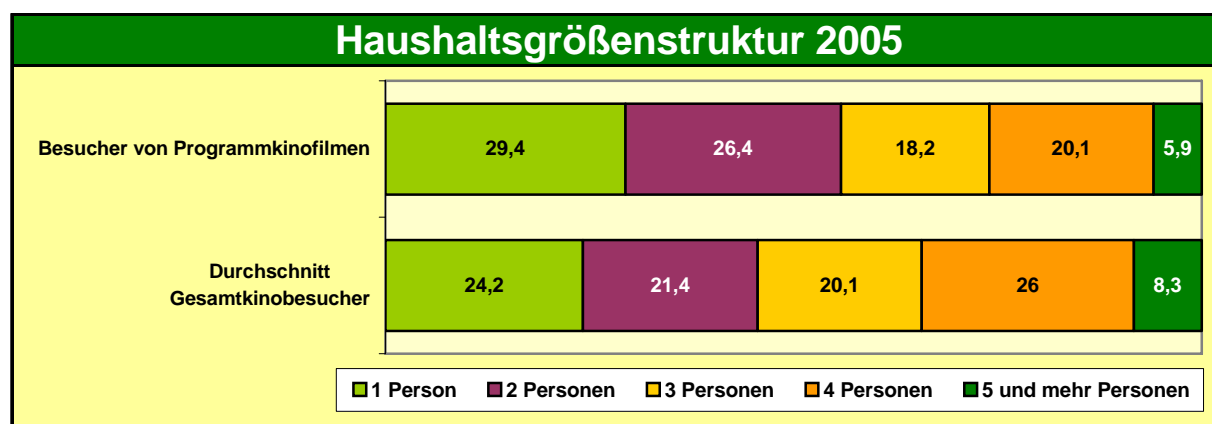
Die Angestellten bilden mit über einem Drittel sowohl beim Programmkinopublikum als auch im Gesamtdurchschnitt die größte Besuchergruppe. Danach folgen die Schüler und Studenten, wobei hier der Anteil aller Kinobesucher um knapp 7 Prozent höher ist. Wie bereits bei den Altersgruppen ersichtlich wurde, präferieren Rentner überdurchschnittlich Programmkinofilme. Im Vergleich zum Gesamtdurchschnitt waren auch Hausfrauen, Selbständige und Beamte häufiger in Programmkinofilmen anzutreffen.



Quelle: FFA

Ohne Ausländer und Kinder unter 10 Jahren, in Prozent

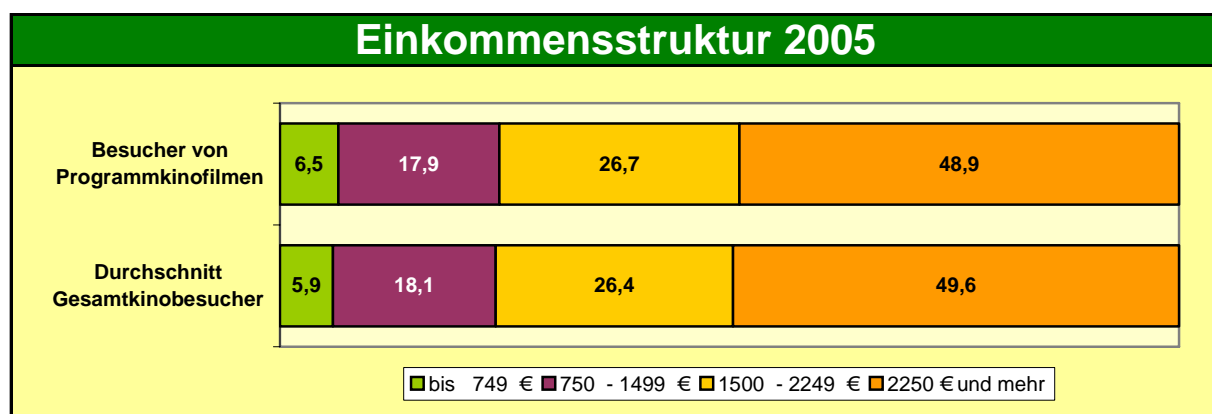
Programmkino-Besucher verfügen über einen hohen Bildungsgrad. Knapp zwei Drittel der Besucher von Arthouse-Produktionen sind Abiturienten oder absolvierten sogar eine akademische Ausbildung.



Quelle: FFA

Ohne Ausländer und Kinder unter 10 Jahren, in Prozent

Wie in den Jahren zuvor lebt ein Großteil der Kinobesucher in Single-Haushalten. Sie bilden die größte Besuchergruppe bei den Programmkinofilmen. Mit zunehmender Größe des Haushalts sinkt auch das Interesse an diesen Filmen.



Quelle: FFA

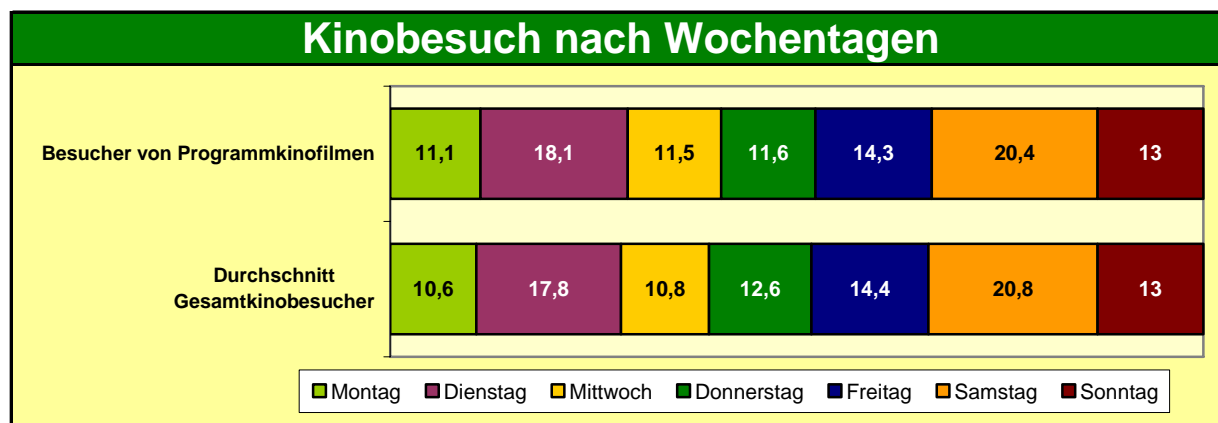
Ohne Ausländer und Kinder unter 10 Jahren, in Prozent

Im Vergleich zum Jahr 2004 (51,4 Prozent¹²) ist der Anteil der Besserverdienenden im vergangenen Jahr (48,9 Prozent) um wenige Prozente gesunken und erreicht nur noch knapp die Hälfte des Programmkinopublikums. Der Programmkinobesucher verdiente in 2005 geringfügig weniger. Dies gilt ebenso für den Gesamtbesucherdurchschnitt.

Bei dieser Auswertung muss berücksichtigt werden, dass der überdurchschnittliche Anteil an Studierenden und Rentnern bei den Programmkinobesuchern dazu führt, dass sich der Unterschied in der Einkommensstruktur zwischen den Besuchern von Programmkinofilmen und dem Durchschnitt aller Kinobesucher als gering darstellt.

¹² vgl. FFA-Studie *Programmkinos in der Bundesrepublik Deutschland und ihr Publikum in 2004*

9. Kino- und filmspezifische Merkmale

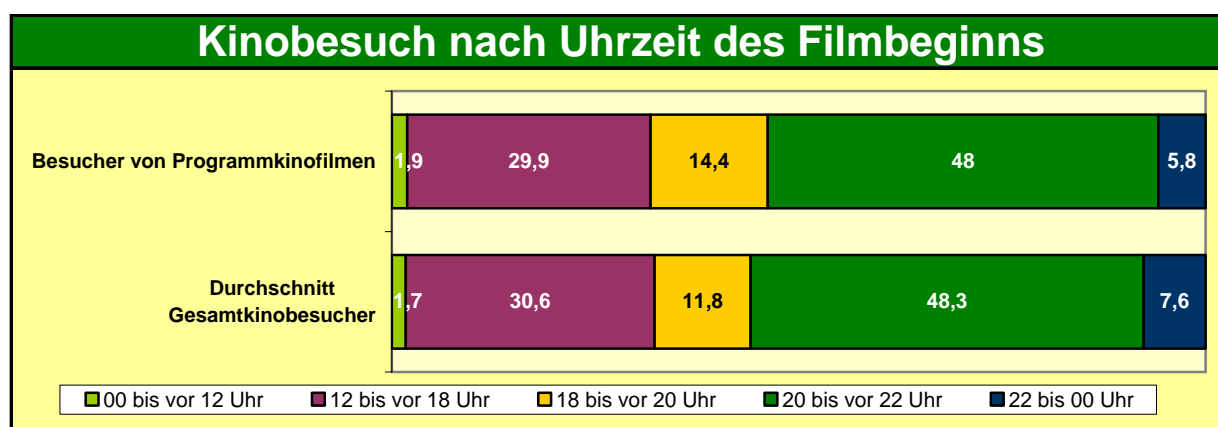


Quelle: FFA

Ohne Ausländer und Kinder unter 10 Jahren, in Prozent

Samstag und Dienstag sind auch im vergangenen Jahr weiterhin die besucherstärksten Wochentage des Programmkinopublikums.

Im Vergleich zum Gesamtdurchschnitt nutzen die Besucher von Arthouse-Filme die eher preiswerteren Werkstage Montag, Dienstag und Mittwoch für einen Kinobesuch. Generell genießen im Schnitt alle Kinos am Wochenende einen höheren Besucherandrang. Dies gilt mit nahezu gleichem Anteil ebenso für die Programmkinos.¹³

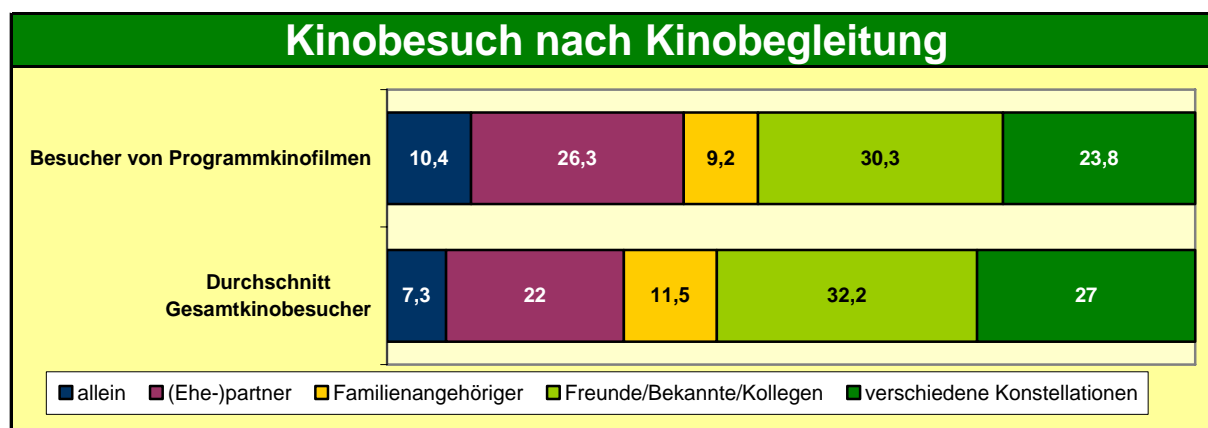


Quelle: FFA

Ohne Ausländer und Kinder unter 10 Jahren, in Prozent

Die Hauptbesuchszeit konzentriert sich bei den Programmkinos ebenso wie im Gesamtdurchschnitt auf die Abendstunden zwischen 18 und 22 Uhr.

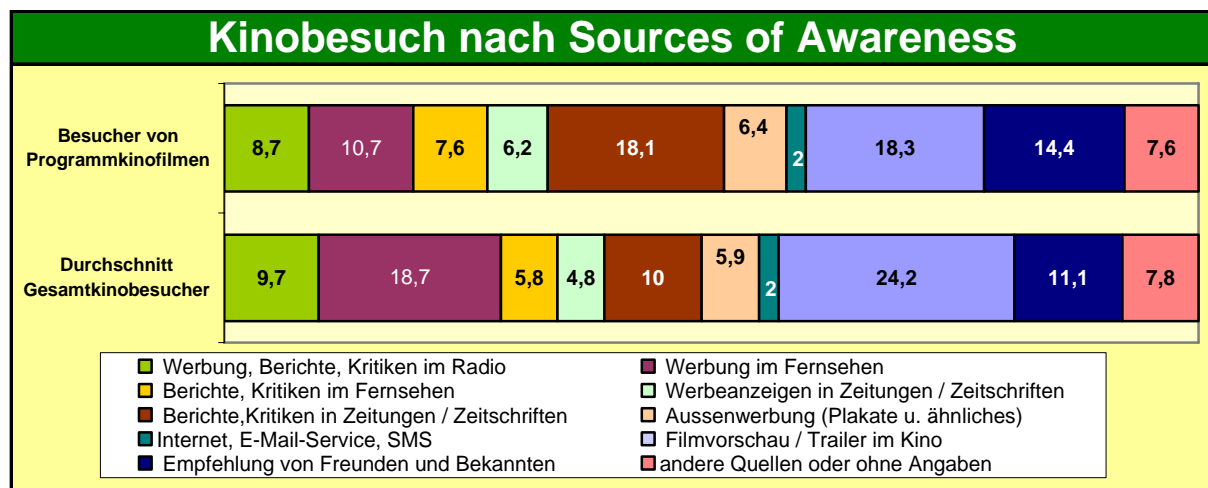
¹³ Innerhalb der Filmtheaterbefragung durch die FFA im Jahr 2001 gab die Hälfte der Programmkinos an, mindestens einen Kinotag in der Woche mit vergünstigten Eintrittspreisen anzubieten. Dabei war der Dienstag in 45 Prozent der Kinos der bevorzugte Kinotag, gefolgt vom Montag (30 Prozent), Mittwoch (16 Prozent) und Donnerstag (9 Prozent). Im Zusammenhang mit den gezeigten Vorstellungen soll an dieser Stelle kurz erwähnt werden, dass knapp die Hälfte der Programmkinoleinwände regelmäßig Filme in Originalversion mit oder ohne Untertitel zeigten. Bundesweit waren es dagegen nur 22 Prozent.



Quelle: FFA

Ohne Ausländer und Kinder unter 10 Jahren, in Prozent

Auch Arthouse-Filme werden bevorzugt in Begleitung von Freunden, Bekannten oder Kollegen gesehen. Im Vergleich zum Gesamtdurchschnitt ging jedoch das Programmkinopublikum häufiger allein bzw. zusammen mit dem (Ehe-)Partner ins Kino.



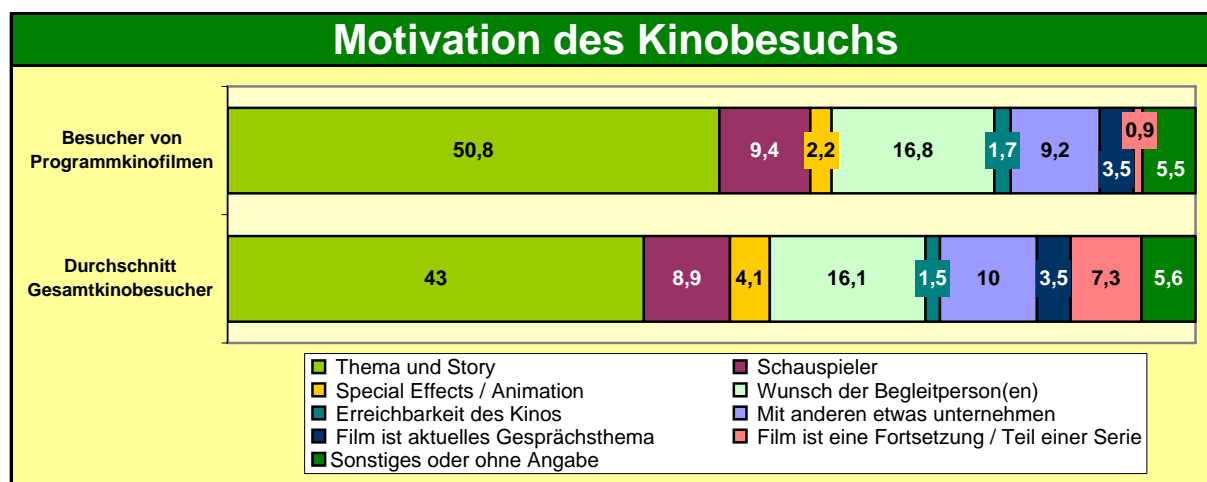
Quelle: FFA

Ohne Ausländer und Kinder unter 10 Jahren, in Prozent

Als wichtigste Aufmerksamkeitsquellen¹⁴ nannten die Besucher von Programmkinofilmen Berichte und Kritiken in Printmedien (hier ein deutlicher Unterschied von 8,1 Prozent zum Gesamtdurchschnitt) sowie die Filmvorschau bzw. den Trailer im Kino.

Die Empfehlung von anderen (mit 14,4 Prozent) spielt ebenfalls eine wesentliche Rolle, um die Aufmerksamkeit des Programmkinopublikums zu wecken. Hingegen die Werbung im Fernsehen deutlich weniger wahrgenommen wird. Gründe hierfür liegen vermutlich in der Konkurrenzsituation durch die Blockbuster-Trailer.

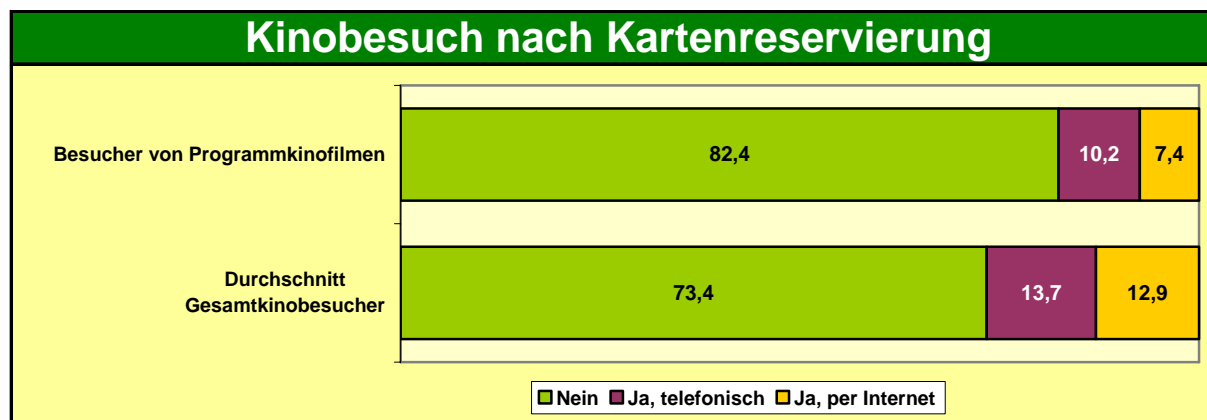
¹⁴ Frage des GfK-Panels: „Wie wurden Sie auf den gesehenen Film aufmerksam?“



Quelle: FFA

Ohne Ausländer und Kinder unter 10 Jahren, in Prozent

Thema und Story war für gut die Hälfte der Besucher von Arthouse-Filmen motivierend.¹⁵ 16,8 Prozent des Programmkinopublikums ging auf Wunsch der Begleitperson ins Kino. Hier als auch beim Besuchsgrund, mit anderen etwas zu unternehmen, ist der Anteil des Gesamtdurchschnitts ähnlich hoch.

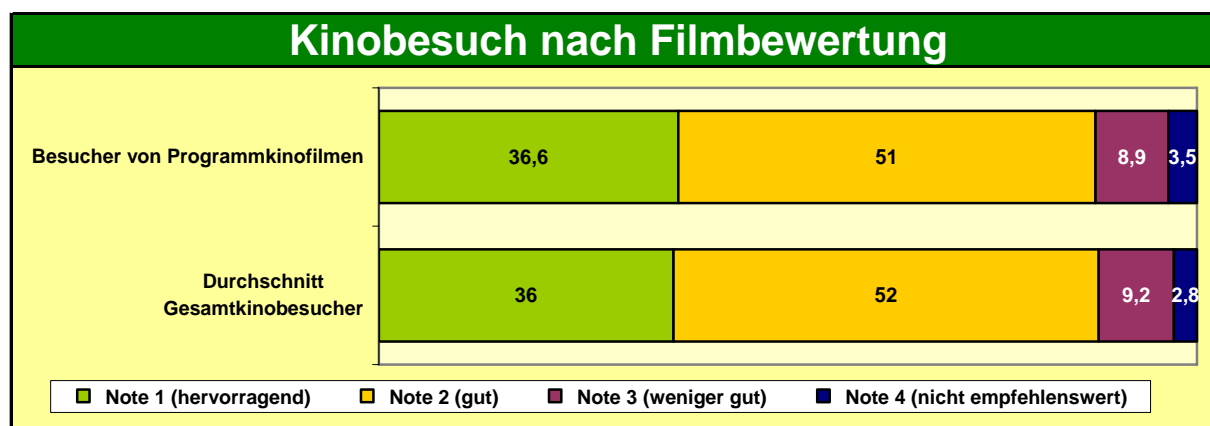


Quelle: FFA

Ohne Ausländer und Kinder unter 10 Jahren, in Prozent

Mit 17,6 Prozent ließen sich knapp ein Fünftel der Besucher eines Programmkinofilms ihre Karten im vergangenen Jahr telefonisch bzw. elektronisch reservieren. Bei den Besuchern aller Filme waren es im Durchschnitt rund ein Viertel (26,6 Prozent).

¹⁵ Frage des GfK-Panels: „Was war ausschlaggebend bei dem Entschluss, diesen Film zu sehen?“

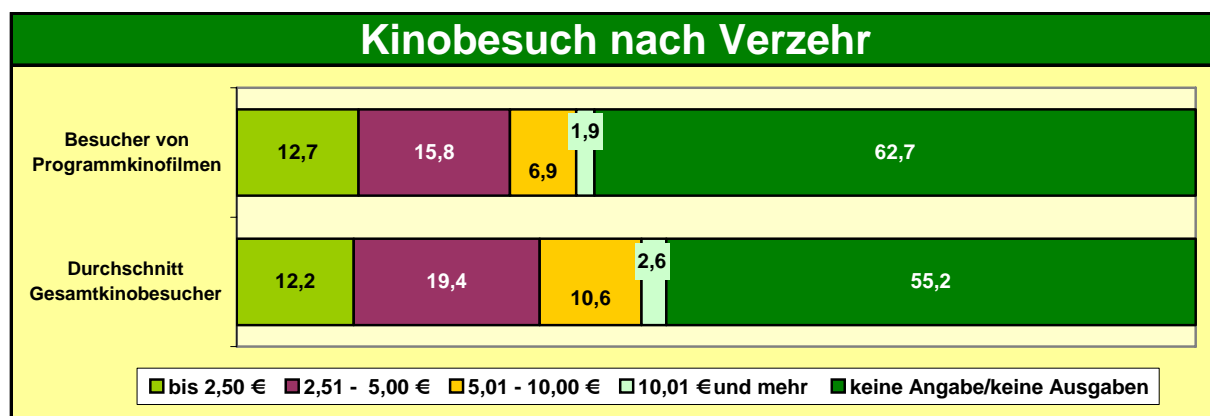


Quelle: FFA

Ohne Ausländer und Kinder unter 10 Jahren, in Prozent

Innerhalb des GfK-Panels werden durch den Kinobesucher Schulnoten für den gesehenen Film vergeben, aus deren Summen sich dann eine Gesamtdurchschnittsnote für den Film ergibt. Sowohl Programmkinofilme als auch alle Filme, die 2005 in deutschen Kinos gezeigt wurden, erreichten jeweils im Bewertungsdurchschnitt die Note 1,79.

Die bestbenoteten Programmkinofilme mit Start im Jahr 2005 waren: *Ray* (1,38), *Sophie Scholl - Die letzten Tage* (1,4), *Napola – Elite für den Führer* (1,54) und *Barfuss* (1,6).



Quelle: FFA

Ohne Ausländer und Kinder unter 10 Jahren, in Prozent

Die Mehrzahl¹⁶ der Programmkinos bietet seinen Besuchern den Verkauf von Getränken, Süßigkeiten und Popkorn an. Trotzdem wird im Programmkino vergleichsweise weniger verzehrt. Gleichbleibend zum Vorjahr gaben in 2005 ca. 37 Prozent der Besucher von Arthouse-Filmen Geld für Snacks und Getränke im Kino aus. Im Gesamtdurchschnitt nutzen rund 45 Prozent der Besucher den Concession-Bereich.

¹⁶ Lt. der FFA-Befragung der Theaterbetreiber aus dem Jahr 2001 bieten 93 Prozent der Programmkinos den Verkauf von Getränken und Snacks an. vgl. „Kinosäle in der Bundesrepublik Deutschland 1997 bis 2001“, S. 39

10. Zusammenfassung

- 11,8 Prozent aller Leinwände in Deutschland sind Programmkinos.
- Über die größte Programmkinodichte verfügen die Bundesländer Berlin, Bayern und Baden-Württemberg. Die geringste Programmkinodichte ist (neben dem Saarland) in Sachsen-Anhalt, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern zu finden.
- 73 Prozent der Programmkinovorstellungen findet in Spielstätten mit ein bis drei Leinwänden statt.
- Das Sitzplatzangebot der Programmkinoleinwände liegt deutlich unter dem Bundesdurchschnitt.
- Das Programmkino ist Domäne der Großstadt. Über ein Viertel der Leinwände mit Programmkino befindet sich in Städten mit über 500.000 Einwohnern.
- Mit rund 58 Prozent entfielen 2005 über die Hälfte des Gesamtbesuches der AG Kino-Gilde-Mitglieder auf Filmtheater mit ein bis drei Sälen.
- Programmkinoleinwände verfügen größtenteils über eine bessere Sitzplatzauslastung als der Bundesdurchschnitt.
- Bei den Programmkinofilmen stellen die 20 bis 29jährigen die stärkste Besuchergruppe dar. Der Anteil der ab 60jährigen bei dem Programmkinopublikum ist fast doppelt so hoch wie im Durchschnitt aller Kinobesucher.
- Angestellte und Rentner zeigen sehr große Präferenz für Programmkinofilme.
- Knapp zwei Drittel des Programmkinopublikums besitzt eine akademische Ausbildung oder das Abitur.
- Samstag und Dienstag sind weiterhin die besucherstärksten Wochentage des Programmkinopublikums in 2005.
- Die beiden wichtigsten Aufmerksamkeitsquellen für die Besucher von Programmkinofilmen sind die Berichte und Kritiken in Printmedien sowie die Filmvorschau/Trailer im Kino. Die Empfehlung von anderen Personen (Mundpropaganda) spielt ebenfalls eine wesentliche Rolle.
- Das Programmkinopublikum zahlt weniger für den Verzehr im Kino als der durchschnittliche Kinobesucher. Nur rund 37 Prozent der Besucher von Programmkinofilmen geben Geld für Snacks und Getränke aus. Im Gesamtdurchschnitt nutzen rund 45 Prozent der Besucher den Concession-Bereich.

- Die bestbenoteten Programmkinofilme mit Start im Jahr 2005 waren: *Ray* (1,38), *Sophie Scholl - Die letzten Tage* (1,4), *Napola – Elite für den Führer* (1,54) und *Barfuss* (1,6).

Anlage 1: Bestand

Leinwände				Vergleich
	2003	2004	2005	05/04
AG Kino + GILDE	439	434	432	-0,5%
Selbsteinschätzer Programmkino	159	146	143	-2,1%
Summe	598	580	575	-0,9%
Kommunale/Vereine	147	145	130	-10,3%
Summe	147	145	130	-10,3%
Gesamt	745	725	705	-2,8%
BUNDESWEIT	4.868	4.870	4.889	0,4%

Spielstätten				Vergleich
	2003	2004	2005	05/04
AG Kino + GILDE	225	222	220	-0,9%
Selbsteinschätzer Programmkino	103	98	98	0,0%
Summe	328	320	318	-0,6%
Kommunale/Vereine	137	135	122	-9,6%
Summe	137	135	122	-9,6%
Gesamt	465	455	440	-3,3%
BUNDESWEIT	1.831	1.845	1.854	0,5%

Sitzplätze				Vergleich
	2003	2004	2005	05/04
AG Kino + GILDE	69.511	68.361	68.217	-0,2%
Selbsteinschätzer Programmkino	24.143	22.325	21.404	-4,1%
Summe	93.654	90.686	89.621	-1,2%
Kommunale/Vereine	18.734	18.419	16.277	-11,6%
Summe	18.734	18.419	16.277	-11,6%
Gesamt	112.388	109.105	105.898	-2,9%
BUNDESWEIT	877.820	864.260	858.592	-0,7%

Quelle: FFA

Anlage 2: Bestand nach Bundesländern

Bundesland	AG Kino + GILDE			Selbsteinschätzer/ Programmkinos			Kommunal./ Vereine		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Baden-Württemberg	97	94	100	9	9	11	17	17	15
Bayern	103	104	109	25	23	21	13	13	11
Berlin	53	53	54	17	16	14	11	11	11
Brandenburg	4	4	4	0	0	0	9	9	8
Bremen	2	2	4	3	3	1	2	2	2
Hamburg	12	12	12	6	6	6	3	3	3
Hessen	23	23	27	13	10	10	17	17	12
Mecklenburg-Vorpommern	2	2	2	5	5	5	6	6	6
Niedersachsen	26	26	27	12	8	7	10	10	8
Nordrhein-Westfalen	76	73	56	37	34	31	27	25	23
Rheinland-Pfalz	17	17	6	7	7	13	2	2	2
Saarland	0	0	0	1	1	1	2	2	2
Sachsen	11	11	18	10	11	11	15	15	15
Sachsen-Anhalt	3	3	3	0	0	0	4	4	4
Schleswig-Holstein	3	3	3	9	9	9	3	3	3
Thüringen	7	7	7	5	4	3	6	6	5
BUNDESWEIT	439	434	432	159	146	143	147	145	130

Quelle: FFA

Anlage 3: Bestand nach Centergrößen

Centergrößen	AG Kino + GILDE				Selbsteinschätzer Programmkinos				Kommunale/ Vereine			
	2003	2004	2005	Vergleich 05/04	2003	2004	2005	Vergleich 05/04	2003	2004	2005	Vergleich 05/04
Leinwände												
1 Leinwand	94	95	96	1,1%	28	27	26	-3,7%	127	126	114	-9,5%
2 Leinwände	90	88	93	5,7%	38	36	28	-22,2%	20	19	16	-15,8%
3 Leinwände	61	58	56	-3,4%	29	20	26	30,0%				
4 Leinwände	96	96	93	-3,1%	17	17	18	5,9%				
5 Leinwände	43	43	31	-27,9%	7	7	6	-14,3%				
6 Leinwände	9	9	9	0,0%	11	11	11	0,0%				
7 Leinwände	17	16	17	6,3%	1	1	1	0,0%				
8 Leinwände	19	19	36	89,5%	10	10	10	0,0%				
9 bis 14 Leinwände	10	10	1	-90,0%	18	17	17	0,0%				
Summe	439	434	432	-0,5%	159	146	143	-2,1%	147	145	130	-10,3%
Spielstätten												
1 Leinwand	92	93	96	3,2%	28	27	26	-3,7%	126	125	114	-8,8%
2 Leinwände	49	47	48	2,1%	24	23	18	-21,7%	11	10	8	-20,0%
3 Leinwände	29	28	26	-7,1%	15	12	17	41,7%				
4 Leinwände	27	27	26	-3,7%	10	10	11	10,0%				
5 Leinwände	11	11	6	-45,5%	4	4	4	0,0%				
6 Leinwände	4	4	4	0,0%	5	5	5	0,0%				
7 Leinwände	5	4	5	25,0%	1	1	1	0,0%				
8 Leinwände	5	5	8	60,0%	3	3	3	0,0%				
9 bis 14 Leinwände	3	3	1	-66,7%	13	13	13	0,0%				
Summe	225	222	220	-0,9%	103	98	98	0,0%	137	135	122	-9,6%
Sitzplätze												
1 Leinwand	17.379	17.456	17.684	1,3%	4.721	4.551	4.318	-5,1%	16.328	16.263	14.518	-10,7%
2 Leinwände	13.779	13.063	13.542	3,7%	4.887	4.757	3.905	-17,9%	2.406	2.156	1.759	-18,4%
3 Leinwände	9.639	9.208	9.276	0,7%	4.324	2.962	3.638	22,8%				
4 Leinwände	13.816	13.816	13.177	-4,6%	3.002	3.002	2.370	-21,1%				
5 Leinwände	6.100	6.100	4.278	-29,9%	857	857	736	-14,1%				
6 Leinwände	1.053	1.053	1.053	0,0%	1.710	1.710	1.710	0,0%				
7 Leinwände	3.130	3.050	3.332	9,2%	101	101	101	0,0%				
8 Leinwände	2.940	2.940	5.731	94,9%	1.736	1.736	1.736	0,0%				
9 bis 14 Leinwände	1.675	1.675	144	-91,4%	2.805	2.649	2.890	9,1%				
Summe	69.511	68.361	68.217	-0,2%	24.143	22.325	21.404	-4,1%	18.734	18.419	16.277	-11,6%

Quelle: FFA

Anlage 4: Bestand nach Ortsgrößen

Ortsgrößen Einwohner	AG Kino + GILDE				Selbsteinschätzer Programmkinos				Kommunale/ Vereine			
	2003	2004	2005	Vergleich 05/04	2003	2004	2005	Vergleich 05/04	2003	2004	2005	Vergleich 05/04
Leinwände												
bis 20.000	70	70	70	0,0%	17	15	15	0,0%	17	17	12	-29,4%
bis 50.000	84	85	87	2,4%	16	15	14	-6,7%	33	33	26	-21,2%
bis 100.000	59	56	51	-8,9%	10	10	11	10,0%	23	23	20	-13,0%
bis 200.000	57	57	55	-3,5%	23	20	23	15,0%	23	22	23	4,5%
bis 500.000	60	57	58	1,8%	26	26	27	3,8%	23	22	21	-4,5%
über 500.000	109	109	111	1,8%	67	60	53	-11,7%	28	28	28	0,0%
Summe	439	434	432	-0,5%	159	146	143	-2,1%	147	145	130	-10,3%
Spielstätten												
bis 20.000	45	45	48	6,7%	15	14	14	0,0%	17	17	12	-29,4%
bis 50.000	35	36	34	-5,6%	14	13	13	0,0%	29	29	23	-20,7%
bis 100.000	29	27	23	-14,8%	7	7	11	57,1%	22	22	19	-13,6%
bis 200.000	26	26	25	-3,8%	15	14	15	7,1%	20	19	21	10,5%
bis 500.000	31	29	29	0,0%	17	18	18	0,0%	22	21	20	-4,8%
über 500.000	59	59	61	3,4%	35	32	27	-15,6%	27	27	27	0,0%
Summe	225	222	220	-0,9%	103	98	98	0,0%	137	135	122	-9,6%
Sitzplätze												
bis 20.000	8.889	8.889	8.803	-1,0%	1.562	1.432	1.399	-2,3%	2.487	2.487	1.713	-31,1%
bis 50.000	13.403	13.480	13.622	1,1%	1.693	1.539	1.467	-4,7%	4.118	4.118	3.154	-23,4%
bis 100.000	8.500	8.054	7.045	-12,5%	1.019	1.019	1.285	26,1%	2.937	2.937	2.551	-13,1%
bis 200.000	9.158	9.158	9.060	-1,1%	4.684	4.282	4.431	3,5%	2.624	2.374	2.442	2,9%
bis 500.000	10.236	9.455	10.183	7,7%	3.419	3.337	3.415	2,3%	2.615	2.550	2.464	-3,4%
über 500.000	19.325	19.325	19.504	0,9%	11.766	10.716	9.407	-12,2%	3.953	3.953	3.953	0,0%
Summe	69.511	68.361	68.217	-0,2%	24.143	22.325	21.404	-4,1%	18.734	18.419	16.277	-11,6%

Quelle: FFA

Anlage 5: Besucher-, Umsatz- und Eintrittspreisentwicklung

Besucher				Vergleich
	2003	2004	2005	05/04
AG Kino + GILDE	12.966.265	13.720.059	11.128.589	-18,9%
Selbsteinschätzer Programmkinos	4.230.223	4.378.541	3.300.198	-24,6%
Summe	17.196.488	18.098.600	14.428.787	-20,3%
Kommunale/Vereine	1.810.339	1.859.781	1.622.063	-12,8%
Summe	1.810.339	1.859.781	1.622.063	-12,8%
Gesamt	19.006.827	19.958.381	16.050.850	-19,6%
BUNDESWEIT	148.956.702	156.708.757	127.318.142	-18,8%

Umsatz				Vergleich
	2003	2004	2005	05/04
AG Kino + GILDE	71.840.641	76.390.346	62.175.164	-18,6%
Selbsteinschätzer Programmkinos	23.761.381	24.826.503	19.093.677	-23,1%
Summe	95.602.022	101.216.849	81.268.841	-19,7%
Kommunale/Vereine	8.268.677	8.427.503	7.401.223	-12,2%
Summe	8.268.677	8.427.503	7.401.223	-12,2%
Gesamt	103.870.699	109.644.352	88.670.064	-19,1%
BUNDESWEIT	849.762.087	892.925.497	744.988.513	-16,6%

durchschnittliche Eintrittspreise				Vergleich
	2003	2004	2005	05/04
AG Kino + GILDE	5,54	5,57	5,59	0,4%
Selbsteinschätzer Programmkinos	5,62	5,67	5,79	2,1%
Summe	5,56	5,59	5,63	0,7%
Kommunale/Vereine	4,57	4,53	4,56	0,7%
Summe	4,57	4,53	4,56	0,7%
Gesamt	5,46	5,49	5,52	0,5%
BUNDESWEIT	5,70	5,70	5,85	2,6%

Quelle: FFA

Anlage 6: Besucher, Umsatz- und Eintrittspreisentwicklung nach Centergrößen

Centergrößen	AG Kino + GILDE				Selbsteinschätzer Programmkinos				Kommunale/ Vereine			
	2003	2004	2005	Vergleich 05/04	2003	2004	2005	Vergleich 05/04	2003	2004	2005	Vergleich 05/04
Besucher												
1 Leinwand	2.854.931	2.986.754	2.551.451	-14,6%	733.906	715.011	504.227	-29,5%	1.480.920	1.568.448	1.362.996	-13,1%
2 Leinwände	2.031.848	2.229.906	2.073.198	-7,0%	808.349	833.807	570.891	-31,5%	329.419	291.333	259.067	-11,1%
3 Leinwände	2.093.530	2.169.396	1.783.749	-17,8%	786.041	737.668	490.301	-33,5%				
4 Leinwände	2.715.279	2.820.107	2.172.069	-23,0%	517.824	544.272	439.506	-19,2%				
5 Leinwände	1.527.954	1.609.247	987.016	-38,7%	116.491	152.106	133.749	-12,1%				
6 Leinwände	171.272	193.485	148.754	-23,1%								
7 Leinwände	585.760	631.170	431.797	-31,6%								
8 Leinwände	653.000	717.286										
9 bis 14 Leinw.	332.691	362.708										
Summe	12.966.265	13.720.059	11.128.589	-18,9%	4.230.223	4.378.541	3.300.198	-24,6%	1.810.339	1.859.781	1.622.063	-12,8%
Umsatz												
1 Leinwand	15.480.341	16.294.374	14.156.293	-13,1%	4.299.026	4.159.553	2.940.648	-29,3%	6.635.479	7.037.075	6.187.461	-12,1%
2 Leinwände	11.448.995	12.537.720	11.532.809	-8,0%	4.718.947	4.998.965	3.606.986	-27,8%	1.633.198	1.390.428	1.213.762	-12,7%
3 Leinwände	11.900.914	12.380.451	10.120.655	-18,3%	4.282.773	4.124.091	2.651.756	-35,7%				
4 Leinwände	14.071.595	14.899.324	11.609.677	-22,1%	3.017.668	3.190.094	2.618.601	-17,9%				
5 Leinwände	8.577.667	9.122.327	5.649.400	-38,1%	586.445	801.895	716.054	-10,7%				
6 Leinwände	904.222	1.032.587	820.653	-20,5%								
7 Leinwände	3.471.542	3.684.476	2.482.367	-32,6%								
8 Leinwände	3.897.394	4.194.515										
9 bis 14 Leinw.	2.087.971	2.244.572										
Summe	71.840.641	76.390.346	62.175.164	-18,6%	23.761.381	24.826.503	19.093.677	-23,1%	8.268.677	8.427.503	7.401.223	-12,2%
durchschnittlicher Eintrittspreis												
1 Leinwand	5,42	5,46	5,55	1,6%	5,86	5,82	5,83	0,2%	4,48	4,49	4,54	1,1%
2 Leinwände	5,63	5,62	5,56	-1,1%	5,84	6,00	6,32	5,3%	4,96	4,77	4,69	-1,7%
3 Leinwände	5,68	5,71	5,67	-0,7%	5,45	5,59	5,41	-3,2%				
4 Leinwände	5,18	5,28	5,34	1,1%	5,83	5,86	5,96	1,7%				
5 Leinwände	5,61	5,67	5,72	0,9%	5,03	5,27	5,35	1,5%				
6 Leinwände	5,28	5,34	5,52	3,4%								
7 Leinwände	5,93	5,84	5,75	-1,5%								
8 Leinwände	5,97	5,85										
9 bis 14 Leinw.	6,28	6,19										
Summe	5,54	5,57	5,59	0,4%	5,62	5,67	5,79	2,1%	4,57	4,53	4,56	0,7%

*Die Besucher- und Umsatzzahlen der mit Datenschutz gekennzeichneten Spalten sind in den Gesamtsummen enthalten

Quelle: FFA

Anlage 7: Besucher-, Umsatz- und Eintrittspreisentwicklung nach Ortsgrößen

Ortsgrößen Einwohner	AG Kino + GILDE				Selbsteinschätzer Programmkinos				Kommunale/ Vereine			
	2003	2004	2005	Vergleich 05/04	2003	2004	2005	Vergleich 05/04	2003	2004	2005	Vergleich 05/04
Besucher												
bis 20 Tsd.	1.411.668	1.570.949	1.046.381	-33,4%	151.017	170.707	145.756	-14,6%	155.953	191.902	107.355	-44,1%
bis 50 Tsd.	1.940.738	2.123.884	1.667.530	-21,5%	204.215	230.065	151.396	-34,2%	238.705	273.467	202.860	-25,8%
bis 100 Tsd.	1.554.594	1.658.236	1.259.670	-24,0%	172.049	181.908	143.048	-21,4%	322.766	272.924	245.571	-10,0%
bis 200 Tsd.	1.706.482	1.844.586	1.495.461	-18,9%	780.825	787.028	577.723	-26,6%	315.975	325.489	304.087	-6,6%
bis 500 Tsd.	1.974.051	2.038.596	1.680.418	-17,6%	484.390	512.342	428.369	-16,4%	298.826	302.424	269.889	-10,8%
über 500 Tsd.	4.378.732	4.483.808	3.979.129	-11,3%	2.437.727	2.496.491	1.853.906	-25,7%	478.114	493.575	492.301	-0,3%
Summe	12.966.265	13.720.059	11.128.589	-18,9%	4.230.223	4.378.541	3.300.198	-24,6%	1.810.339	1.859.781	1.622.063	-12,8%
Umsatz												
bis 20 Tsd.	7.532.559	8.478.902	5.498.540	-35,2%	810.175	909.124	783.562	-13,8%	704.464	874.187	497.028	-43,1%
bis 50 Tsd.	11.185.024	12.200.880	9.607.409	-21,3%	1.102.746	1.261.194	806.375	-36,1%	1.087.324	1.230.176	926.143	-24,7%
bis 100 Tsd.	8.718.676	9.376.463	7.216.688	-23,0%	912.608	1.000.449	846.297	-15,4%	1.681.171	1.333.321	1.206.654	-9,5%
bis 200 Tsd.	9.556.197	10.158.345	7.972.437	-21,5%	4.399.726	4.494.785	3.407.218	-24,2%	1.279.494	1.316.975	1.263.662	-4,0%
bis 500 Tsd.	9.689.354	10.378.036	8.767.286	-15,5%	2.568.234	2.764.780	2.296.948	-16,9%	1.226.037	1.282.692	1.132.298	-11,7%
über 500 Tsd.	25.158.831	25.797.720	23.112.804	-10,4%	13.967.892	14.396.171	10.953.277	-23,9%	2.290.187	2.390.152	2.375.438	-0,6%
Summe	71.840.641	76.390.346	62.175.164	-18,6%	23.761.381	24.826.503	19.093.677	-23,1%	8.268.677	8.427.503	7.401.223	-12,2%
durchschnittlicher Eintrittspreis												
bis 20 Tsd.	5,34	5,40	5,25	-2,8%	5,36	5,33	5,38	0,9%	4,52	4,56	4,63	1,5%
bis 50 Tsd.	5,76	5,74	5,76	0,3%	5,40	5,48	5,33	-2,7%	4,56	4,50	4,57	1,6%
bis 100 Tsd.	5,61	5,65	5,73	1,4%	5,30	5,50	5,92	7,6%	5,21	4,89	4,91	0,4%
bis 200 Tsd.	5,60	5,51	5,33	-3,3%	5,63	5,71	5,90	3,3%	4,05	4,05	4,16	2,7%
bis 500 Tsd.	4,91	5,09	5,22	2,6%	5,30	5,40	5,36	-0,7%	4,10	4,24	4,20	-0,9%
über 500 Tsd.	5,75	5,75	5,81	1,0%	5,73	5,77	5,91	2,4%	4,79	4,84	4,83	-0,2%
Summe	5,54	5,57	5,59	0,4%	5,62	5,67	5,79	2,1%	4,57	4,53	4,56	0,7%

Quelle: FFA

Anlage 8: Auslastung

Besucher pro Leinwand				Vergleich
	2003	2004	2005	05/04
AG Kino + GILDE	29.536	31.613	25.761	-18,5%
Selbsteinschätzer Programmkinos	26.605	29.990	23.078	-23,0%
Summe	28.757	31.204	25.094	-19,6%
Kommunale/Vereine	12.315	12.826	12.477	-2,7%
Summe	12.315	12.826	12.477	-2,7%
Gesamt	25.513	27.529	22.767	-17,3%
BUNDESWEIT	30.599	32.178	26.042	-19,1%

Besucher pro Sitzplatz				Vergleich
	2003	2004	2005	05/04
AG Kino + GILDE	186	200	163	-18,5%
Selbsteinschätzer Programmkinos	175	196	154	-21,4%
Summe	183	199	160	-19,6%
Kommunale/Vereine	96	100	99	-1,0%
Summe	96	100	99	-1,0%
Gesamt	169	182	151	-17,0%
BUNDESWEIT	169	181	148	-18,2%

Sitzplatz pro Leinwand				Vergleich
	2003	2004	2005	05/04
AG Kino + GILDE	158	157	157	0,0%
Selbsteinschätzer Programmkinos	151	152	149	-2,0%
Summe	156	156	155	-0,6%
Kommunale/Vereine	127	127	125	-1,6%
Summe	127	127	125	-1,6%
Gesamt	150	150	150	0,0%
BUNDESWEIT	180	177	175	-1,1%

Quelle: FFA

Anlage 9: Auslastung nach Centergrößen

Centergrößen	AG Kino + GILDE				Selbsteinschätzer Programmkinos				Kommunale/ Vereine			
	2003	2004	2005	Vergleich 05/04	2003	2004	2005	Vergleich 05/04	2003	2004	2005	Vergleich 05/04
Besucher pro Leinwand												
1 Leinwand	30.372	31.440	26.578	-15,5%	26.211	26.482	19.393	-26,8%	11.661	12.448	11.956	-4,0%
2 Leinwände	22.576	25.340	22.292	-12,0%	21.272	23.161	20.389	-12,0%	16.471	15.333	16.192	5,6%
3 Leinwände	34.320	37.403	31.853	-14,8%	27.105	36.883	18.858	-48,9%				
4 Leinwände	28.284	29.376	23.356	-20,5%	30.460	32.016	24.417	-23,7%				
5 Leinwände	35.534	37.424	31.839	-14,9%	16.642	21.729	22.292	2,6%				
6 Leinwände	19.030	21.498	16.528	-23,1%								
7 Leinwände	34.456	39.448	25.400	-35,6%								
8 Leinwände	34.368	37.752			Datenschutz*							
9 bis 14 Leinw.	33.269	36.271										
Summe	29.536	31.613	25.761	-18,5%	26.605	29.990	23.078	-23,0%	12.315	12.826	12.477	-2,7%
Besucher pro Sitzplatz												
1 Leinwand	164	171	144	-15,7%	155	157	117	-25,7%	91	96	94	-2,7%
2 Leinwände	147	171	153	-10,3%	165	175	146	-16,6%	137	135	147	9,0%
3 Leinwände	217	236	192	-18,4%	182	249	135	-45,9%				
4 Leinwände	197	204	165	-19,2%	172	181	185	2,3%				
5 Leinwände	250	264	231	-12,5%	136	177	182	2,4%				
6 Leinwände	163	184	141	-23,1%								
7 Leinwände	187	207	130	-37,4%								
8 Leinwände	222	244			Datenschutz*							
9 bis 14 Leinw.	199	217										
Summe	187	201	163	-18,7%	175	196	154	-21,4%	97	101	100	-1,3%
Sitzplatz pro Leinwand												
1 Leinwand	185	184	184	0,3%	169	169	166	-1,5%	129	129	127	-1,3%
2 Leinwände	153	148	146	-1,9%	129	132	139	5,5%	120	113	110	-3,1%
3 Leinwände	158	159	166	4,3%	149	148	140	-5,5%				
4 Leinwände	144	144	142	-1,5%	177	177	132	-25,4%				
5 Leinwände	142	142	138	-2,7%	122	122	123	0,2%				
6 Leinwände	117	117	117	0,0%	155	155	155	0,0%				
7 Leinwände	184	191	196	2,8%	101	101	101	0,0%				
8 Leinwände	155	155	159	2,9%	174	174	174	0,0%				
9 bis 14 Leinw.	168	168	144	-14,0%	156	156	170	9,1%				
Summe	158	158	158	0,3%	152	153	150	-2,1%	127	127	125	-1,4%

*Die Besucher- und Umsatzzahlen der mit Datenschutz gekennzeichneten Spalten sind in den Gesamtsummen enthalten

Quelle: FFA

Anlage 10: Auslastung nach Ortsgrößen

Ortsgrößen Einwohner	AG Kino + GILDE				Selbsteinschätzer Programmkinos				Kommunale/ Vereine			
	2003	2004	2005	Vergleich 05/04	2003	2004	2005	Vergleich 05/04	2003	2004	2005	Vergleich 05/04
Besucher pro Leinwand												
bis 20 Tsd.	20.167	22.442	14.948	-33,4%	8.883	11.380	9.717	-14,6%	9.174	11.288	8.946	-20,7%
bis 50 Tsd.	23.104	24.987	19.167	-23,3%	12.763	15.338	10.814	-29,5%	7.233	8.287	7.802	-5,8%
bis 100 Tsd.	26.349	29.611	24.699	-16,6%	17.205	18.191	13.004	-28,5%	14.033	11.866	12.279	3,5%
bis 200 Tsd.	29.938	32.361	27.190	-16,0%	33.949	39.351	25.118	-36,2%	13.738	14.795	13.221	-10,6%
bis 500 Tsd.	32.901	35.765	28.973	-19,0%	18.630	19.705	15.866	-19,5%	12.992	13.747	12.852	-6,5%
über 500 Tsd.	40.172	41.136	35.848	-12,9%	36.384	41.608	34.979	-15,9%	17.076	17.628	17.582	-0,3%
Summe	29.536	31.613	25.761	-18,5%	26.605	29.990	23.078	-23,0%	12.315	12.826	12.477	-2,7%
Besucher pro Sitzplatz												
bis 20 Tsd.	159	177	119	-32,7%	97	119	104	-12,6%	63	77	63	-18,8%
bis 50 Tsd.	145	158	122	-22,3%	121	149	103	-31,0%	58	66	64	-3,1%
bis 100 Tsd.	183	206	179	-13,2%	169	179	111	-37,6%	110	93	96	3,6%
bis 200 Tsd.	186	201	165	-18,1%	167	184	130	-29,1%	120	137	125	-9,2%
bis 500 Tsd.	193	216	165	-23,5%	142	154	125	-18,3%	114	119	110	-7,6%
über 500 Tsd.	227	232	204	-12,1%	207	233	197	-15,4%	121	125	125	-0,3%
Summe	187	201	163	-18,7%	175	196	154	-21,4%	97	101	100	-1,3%
Sitzplatz pro Leinwand												
bis 20 Tsd.	127	127	126	-1,0%	92	95	93	-2,3%	146	146	143	-2,4%
bis 50 Tsd.	160	159	157	-1,3%	106	103	105	2,1%	125	125	121	-2,8%
bis 100 Tsd.	144	144	138	-4,0%	102	102	117	14,6%	128	128	128	-0,1%
bis 200 Tsd.	161	161	165	2,5%	204	214	193	-10,0%	114	108	106	-1,6%
bis 500 Tsd.	171	166	176	5,8%	132	128	126	-1,5%	114	116	117	1,2%
über 500 Tsd.	177	177	176	-0,9%	176	179	177	-0,6%	141	141	141	0,0%
Summe	158	158	158	0,3%	152	153	150	-2,1%	127	127	125	-1,4%

Quelle: FFA