

Kulturverhalten in der Schweiz  
Erhebung 2008

# Film und Kino



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement des Innern EDI  
**Bundesamt für Statistik BFS**

Neuchâtel, 2009

Der Kinobesuch gehört zum Spitzentrio der am häufigsten ausgeübten kulturellen Aktivitäten in der Schweiz, zusammen mit der Besichtigung von Denkmälern und historischen Stätten sowie dem Besuch von Konzerten und anderen Musikanlässen, die jeweils von knapp zwei Dritteln der Bevölkerung ausgeübt werden.

Man kann von einer eigentlichen «Filmkultur» sprechen, die schon im Kindesalter mit dem Kinobesuch beginnt und sich anschliessend mit dem Konsum von Filmen am Fernsehen fortsetzt, wobei unterschiedliche Datenträger zum Einsatz kommen. Den Hauptanteil an dieser Filmkultur scheint heutzutage der Bereich der Videos/DVDs zu haben. In Zukunft werden diese jedoch wahrscheinlich von moderneren Möglichkeiten wie VoD (Video on Demand) oder dem Download von Filmen über das Internet verdrängt werden. Trotzdem hat der Kinobesuch in der Gunst des Publikums nach wie vor einen hohen Stellenwert.

### **Eine nationale Erhebung**

In der vorliegenden Kurzpublikation wird detailliert das Kulturverhalten der Bevölkerung in der Schweiz ab 15 Jahren im Bereich des Kinobesuchs beschrieben. Ebenfalls erläutert werden die Bedeutung, welche die Bevölkerung dem Konsum von Filmen zu Hause einräumt, sowie die verschiedenen Einflussfaktoren und Hinderungsgründe im Zusammenhang mit dem Kinobesuch.

Die Ergebnisse beruhen auf einer repräsentativen Erhebung, die das Bundesamt für Statistik im Jahr 2008 in Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Kultur zum Kulturverhalten in der Schweiz durchgeführt hat. Es ist das erste Mal seit 20 Jahren, dass der Bund auf nationaler Ebene eine detaillierte Erhebung zu diesem Thema realisiert hat.

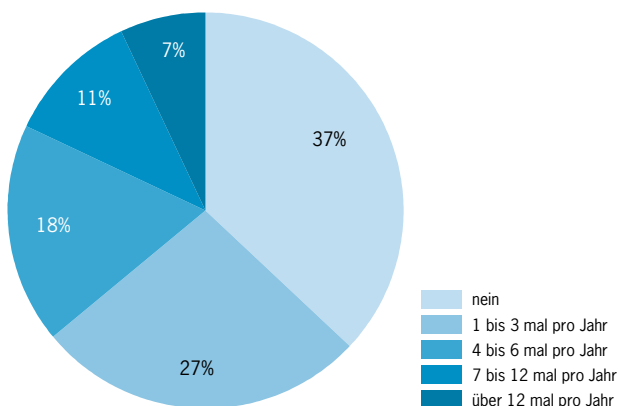
Die vorliegende Broschüre wird mit zwei anderen kurzen Publikationen des BFS ergänzt, eine zum allgemeinen Kulturverhalten der Bevölkerung in der Schweiz und eine andere zum Thema Musik. Die Analyse des Kulturverhaltens wird im Jahr 2010 mit der Publikation einer Broschüre zum Thema «Bibliotheken und Lesen» und mit einer Vertiefungsstudie abgeschlossen.

## Eine kinobegeisterte Bevölkerung

Im Jahr 2008 sind zwei Drittel der Wohnbevölkerung ab 15 Jahren mindestens einmal ins Kino gegangen. Davon gehören 17% zu den regelmässigen Kinobesuchern (mindestens sieben Kinobesuche pro Jahr). Im internationalen Vergleich liegt die Schweiz damit über dem Durchschnitt der Europäischen Union (EU 27), wo 51% der Bevölkerung mindestens einmal pro Jahr ins Kino gehen (Zahl aus dem Jahr 2007), gegenüber 63% in der Schweiz.

## Häufigkeit der Kinobesuche (2008)

G 1



Grundgesamtheit: gesamte Wohnbevölkerung

Erläuterung: «nein» steht hier für den Anteil der Personen, die in den letzten zwölf Monaten nicht ins Kino gegangen sind.

Quelle: BFS

© BFS

Anders verhält es sich mit den Kinobesuchen. Beim durchschnittlichen jährlichen Kinobesuch (durchschnittliche Anzahl Eintritte pro Einwohner und Jahr) lag die Schweiz mit einem Wert von 1,81 im Jahr 2007 nahe beim Durchschnittswert der Europäischen Union (EU 27), der sich im gleichen Jahr auf 1,86 belief. Es ist darauf hinzuweisen, dass der durchschnittliche jährliche Kinobesuch von 2002 bis 2007 in der Schweiz um 29% (von 2,56 auf 1,81) und in der EU 27 um 11% (von 2,09 auf 1,86) zurück gegangen ist.

## Ein hauptsächlich junges Publikum

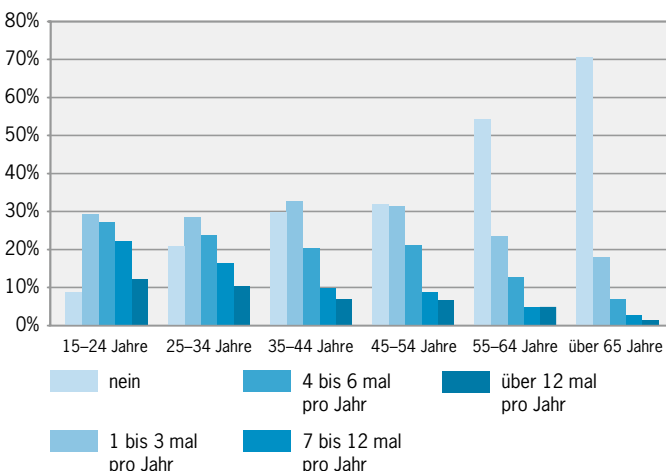
Der Kinobesuch wird durch bestimmte Parameter teilweise in erheblichem Ausmass beeinflusst. Der erste dieser Parameter ist das Alter. Je älter die Personen sind, desto geringer ist die Zahl der Kinobesuche: 54% der 55-Jährigen und mehr und sogar über 70% der 65-Jährigen und mehr gingen im Betrachtungszeitraum nie ins Kino.

Am häufigsten ins Kino gehen Jugendliche im Alter von 15 bis 24 Jahren. Nur 9% von ihnen gingen im Jahr 2008 nie ins Kino, während dieser Wert bei den 25- bis 34-Jährigen etwa doppelt so hoch war (ungefähr 20%). Der Anteil der Personen, die im Jahr 2008 nie ins Kino gegangen sind, ist insbesondere bei den 55-Jährigen und Älteren deutlich höher.

Junge Menschen gehen somit grundsätzlich häufiger ins Kino als ältere Menschen. Doch verschiedene Studien, die in Frankreich, Deutschland und Österreich durchgeführt wurden, zeigten bereits im Jahr 2003, dass der Anteil der «Senioren» (vor allem der 50- bis 74-Jährigen) am Kinopublikum zunimmt. Dasselbe gilt in dieser Altersgruppe für die Häufigkeit des Kinobesuchs. Bei den älteren Personen dürfte sich somit ein neuer Trend abzeichnen.

## Häufigkeit der Kinobesuche, nach Alter (2008)

G 2



Grundgesamtheit: gesamte Wohnbevölkerung

Erläuterung: «nein» steht hier für den Anteil der Personen, die in den letzten zwölf Monaten nicht ins Kino gegangen sind.

Quelle: BFS

© BFS

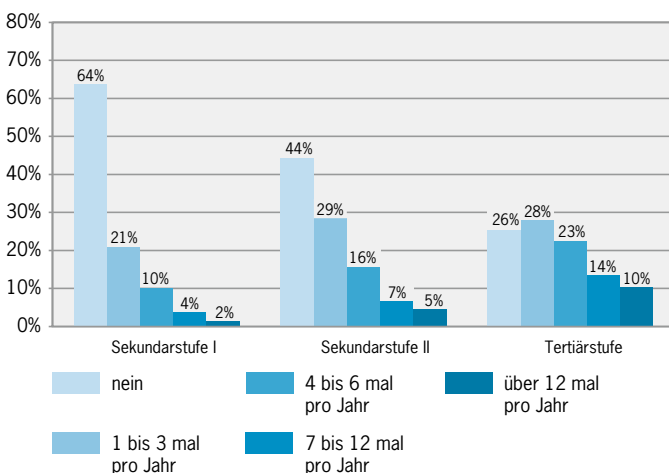
## Auswirkungen von Ausbildung und Einkommen auf den Kinobesuch

Aus allen veröffentlichten Studien zum Kulturverhalten geht klar hervor, dass ein Zusammenhang zwischen dem Einkommen und der Ausbildung einerseits und dem Kinobesuch andererseits besteht: Je höher ihre Ausbildung (oder ihr Einkommen), desto häufiger gehen die Leute ins Kino.

So waren beispielsweise 64% der Personen, die über einen Abschluss der Sekundarstufe I verfügen, im Jahr 2008 nie im Kino, während der entsprechende Anteil bei den Personen mit einer tertiären Bildung nur 26% betrug (vgl. Definitionen am Ende der Publikation). Ebenso waren weniger als 2% der Personen mit einem Abschluss der Sekundarstufe I im betreffenden Jahr mehr als zwölf mal im Kino, während der entsprechende Wert bei den Personen mit einer tertiären Bildung bei 10% lag.

## Häufigkeit der Kinobesuche, nach Ausbildung (2008)

G 3



Grundgesamtheit: gesamte Wohnbevölkerung

Erläuterung: «nein» steht hier für den Anteil der Personen, die in den letzten zwölf Monaten nicht ins Kino gegangen sind.

Quelle: BFS

© BFS

Eine Analyse des Kinobesuchs nach Haushaltseinkommen ergibt ein ähnliches Bild: 57% der Bevölkerung mit einem bescheidenen Einkommen (vgl. Definitionen am Ende der Publikation) gehen nie ins Kino, während dieser Anteil bei den Personen mit einem hohen Einkommen lediglich 25% beträgt. Personen aus Haushalten mit einem mittleren Einkommen gehen nur gelegentlich ins Kino, davon 30% ein bis drei mal pro Jahr und 18% vier bis sechs mal pro Jahr.

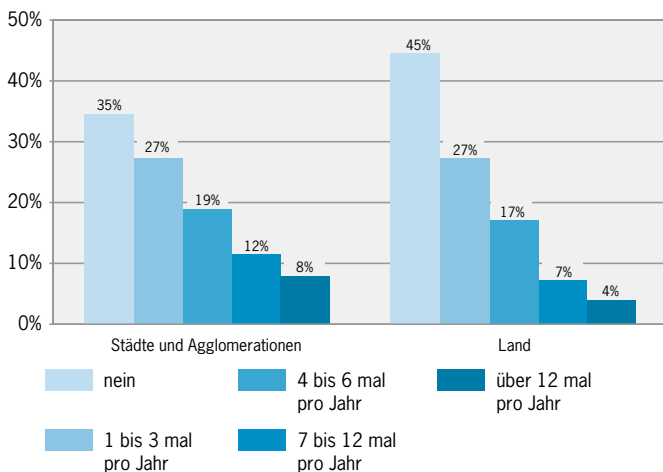
### **Ein hauptsächlich urbanes Publikum**

Aus verschiedenen europäischen Studien ist bekannt, dass es sich bei den Kinobesucherinnen und -besuchern um ein eher urbanes Publikum handelt. Auch in der Schweiz besteht in Bezug auf den Kinobesuch ein deutlicher Unterschied zwischen Stadt und Land, insbesondere hinsichtlich der Anteile der Personen, die nie oder häufig ins Kino gehen. So waren 45% der Bewohnerinnen und Bewohner von ländlichen Gebieten im Jahr 2008 nie im Kino, während der entsprechende Anteil bei den Bewohnerinnen und Bewohnern von Städten und Agglomerationen bei 35% lag. Was die Personen anbelangt, die häufig ein Kino besuchen, ist ihr Anteil in der Kategorie «über 12 Kinobesuche pro Jahr» in städtischen Gebieten beinahe doppelt so hoch als in ländlichen Regionen und in der Kategorie «7 bis 12 Kinobesuche pro Jahr» deutlich höher (12% gegenüber 7%).

Dieses Phänomen könnte mit der Konzentration des Angebots in Städten und Agglomerationen (Kinokomplexe und Multiplexkinos) erklärt werden. Schliesslich ist auch der Anteil von Personen mit hohem Einkommen und hoher Ausbildung in städtischen Gebieten grösser und diese Personen sind – wie gezeigt – auch fleissige Kinobesucher.

## Häufigkeit der Kinobesuche, nach Art des Wohnorts (2008)

G 4



Grundgesamtheit: gesamte Wohnbevölkerung

Erläuterung: «nein» steht hier für den Anteil der Personen, die in den letzten zwölf Monaten nicht ins Kino gegangen sind.

Quelle: BFS

© BFS

Auch wenn zurzeit vor allem ein städtisches Publikum Kinos frequentiert, wird es interessant sein, die künftige Entwicklung zu verfolgen. In gewissen kleineren und mittleren Regionen (Agglomerationen) ist nämlich entgegen dem allgemeinen Trend kein Rückgang der Kinoeintritte festzustellen, wie die BFS-Zahlen zeigen. Ähnliche Feststellungen wurden auch in Frankreich, Deutschland und Grossbritannien gemacht, wo in Agglomerationen mit weniger als 20'000 Einwohnerinnen und Einwohner sogar eine Zunahme der Kinobesuche festgestellt wurde.

Schliesslich ist darauf hinzuweisen, dass in Bezug auf den Kinobesuch kein signifikanter Unterschied zwischen den Geschlechtern und Schweizern und Ausländern festgestellt wurde. Was die Sprachregionen betrifft, gehen die Westschweizerinnen und Westschweizer häufiger ins Kino als die Bewohnerinnen und Bewohner der italienischen Schweiz. Die Besuchswerte der Deutschschweizerinnen und Deutschschweizer liegen dazwischen.

## Der Wunsch, häufiger ins Kino zu gehen

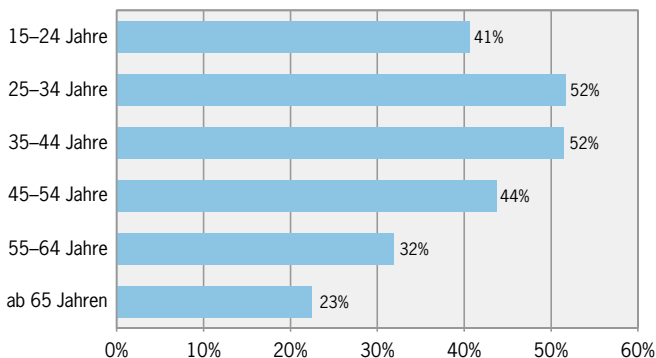
### Ein oft geäußelter Wunsch, sogar bei Personen, die häufig ins Kino gehen

Insgesamt wird die Frage, ob man gerne häufiger ins Kino gehen würde, von 40% der Bevölkerung mit «Ja» beantwortet. Wenn man berücksichtigt, dass es sich um eine bereits weit verbreitete kulturelle Aktivität handelt, ist dies ein hoher Wert.

Der Ja-Anteil der Antworten hängt stark von der Altersgruppe ab. Bei den 15- bis 24-Jährigen wurde die Frage von 41% mit «Ja» beantwortet, obwohl die Personen dieser Altersgruppe am häufigsten ins Kino gehen. Doch der höchste Ja-Anteil wurde mit 52% bei den 25- bis 34-Jährigen und bei den 35- bis 44-Jährigen verzeichnet. Interessant ist auch der Umstand, dass knapp ein Drittel der 55- bis 64-Jährigen und ungefähr ein Viertel der 65-Jährigen und Älteren gerne häufiger ins Kino gehen würden. Dies steht im Einklang mit den bereits erwähnten europäischen Studien, die eine Zunahme der Kinobesuche von älteren Menschen festgestellt haben.

### Wunsch, häufiger ins Kino zu gehen, nach Altersgruppen (2008)

G 5



Grundgesamtheit: gesamte Wohnbevölkerung

Erläuterung: 41% der Personen der Altersgruppe der 15- bis 24-Jährigen haben die Frage «Würden Sie gerne häufiger ins Kino gehen?» mit «Ja» beantwortet.

Quelle: BFS

© BFS

Hinsichtlich des Geschlechts und der Art der Wohngemeinde der Personen (ländliche oder städtische Region) bestehen bei dieser Frage keine Unterschiede. Hingegen ist der Wunsch, mehr ins Kino zu gehen, bei den Westschweizerinnen und Westschweizern mit einem Ja-Anteil von 50% ausgeprägter als bei den Befragten in der



## Der Wunsch, häufiger ins Kino zu gehen

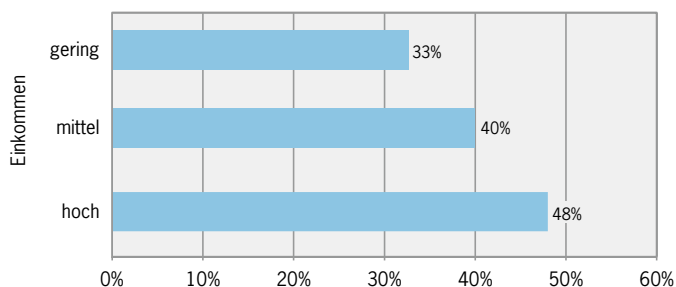
Deutschschweiz und der italienischen Schweiz. Dasselbe gilt für die Ausländerinnen und Ausländer, bei denen der Ja-Anteil ebenfalls 50% betrug, während 38% der Schweizerinnen und Schweizer mit «Ja» geantwortet haben.

### Der Wunsch, häufiger ins Kino zu gehen, variiert nach Einkommen und Ausbildung

Die Faktoren Ausbildung und Haushaltseinkommen haben einen ähnlichen Effekt wie die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Altersgruppe. Je höher die Ausbildung und das Einkommen, desto grösser ist der Wunsch, häufiger ins Kino zu gehen. Es besteht somit diesbezüglich ein ähnlicher Zusammenhang wie beim tatsächlichen Kinobesuch. So haben 48% der Personen mit hohem Einkommen die Frage mit «Ja» beantwortet, während dieser Anteil bei den Personen mit geringem Einkommen bei 33% lag.

### Wunsch, häufiger ins Kino zu gehen, nach Einkommen (2008)

G 6



Grundgesamtheit: gesamte Wohnbevölkerung

Erläuterung: 48% der Personen mit hohem Einkommen haben die Frage «Würden Sie gerne häufiger ins Kino gehen?» mit «Ja» beantwortet.

Quelle: BFS

© BFS

Was die Ausbildung anbelangt, wurden praktisch die gleichen Anteile verzeichnet. So haben 47% der Personen mit einer tertiären Ausbildung die Frage mit «Ja» beantwortet, während sich dieser Anteil bei den Personen mit einem Abschluss der Sekundarstufe I auf 34% belief.

## Hinderungsgründe für den Kinobesuch

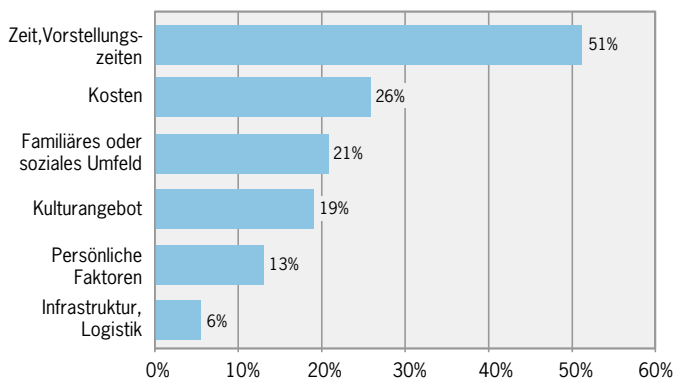
Aus verschiedenen europäischen Studien geht hervor, dass in Bezug auf den Zugang zu Kulturangeboten im Allgemeinen – und hinsichtlich des Kinobesuchs im Besonderen – vor allem die folgenden Hinderungsgründe bestehen: Zeitmangel, Preis, mangelndes Interesse und fehlende Informationen. Unsere Erhebung zeigt, dass in der Schweiz mehr oder weniger dasselbe gilt. Das Alter, die Ausbildung und das Haushaltseinkommen sind die Variablen, die sich auf die Beurteilung der Hinderungsgründe im Zusammenhang mit dem Kinobesuch am stärksten auswirken.

### Die Schwierigkeit, die verfügbare Zeit, die Vorstellungszeiten und den Wunsch, häufiger ins Kino zu gehen, miteinander in Einklang zu bringen

Für die Personen, die häufiger ins Kino gehen möchten, sind die folgenden Hinderungsgründe am wichtigsten: die Zeit und/oder die Vorstellungszeiten, die als ungünstig betrachtet werden, die Kosten, die als zu hoch eingestuft werden, sowie Einschränkungen im familiären oder sozialen Umfeld.

### Hinderungsgründe für den Kinobesuch (2008)

G 7



Grundgesamtheit: alle Personen, die geantwortet haben, dass sie gerne häufiger ins Kino gehen würden.

Erläuterung: Der Faktor «Zeit, Vorstellungszeiten» wurde von 51% der Befragten genannt.

Quelle: BFS

© BFS

### **Nicht bei allen Personen bestehen die gleichen Hinderungsgründe**

Hinsichtlich der Hinderungsgründe für den Kinobesuch gibt es keine Unterschiede zwischen den Sprachregionen. Hingegen ist ein deutlicher Unterschied zwischen Stadt und Land im Zusammenhang mit dem Faktor «Infrastruktur, Logistik» zu verzeichnen. Dieser Hinderungsgrund wurde von über 11% der Bevölkerung in ländlichen Gebieten, aber von lediglich 4% der städtischen Bevölkerung genannt. Dies könnte damit zusammenhängen, dass in ländlichen Regionen entweder ein Mangel an in der Nähe liegenden Kinos besteht oder dass es schwierig ist, ein Kino zu erreichen (öffentliche Verkehrsmittel, Strassenverkehr, Parkplätze).

Ein deutlicher Unterschied zwischen Männern und Frauen besteht beim Hinderungsgrund «familiäres oder soziales Umfeld»: Dieser wurde von 17% der Männer gegenüber 24% der Frauen angeführt. Diese Differenz hängt wahrscheinlich damit zusammen, dass es für Frauen schwieriger ist, ihren Wunsch, ins Kino zu gehen – der wie wir gesehen haben bei den Frauen nicht geringer ist als bei den Männern –, mit ihren familiären und sozialen Verpflichtungen in Einklang zu bringen.

Personen mit einer tertiären Ausbildung unterscheiden sich von den anderen Personen dadurch, da sie vom Hinderungsgrund «Kosten» weniger, aber dafür von der Problematik «Zeit, Vorstellungszeiten» mehr betroffen sind. Es ist keine Überraschung, dass der Hinderungsgrund «Kosten» von Personen mit hohem Einkommen am wenigsten genannt wird, im Gegensatz zu den Personen mit geringem Einkommen. Dasselbe gilt für den Hinderungsgrund «Infrastruktur, Logistik», der von Personen mit geringem Haushaltseinkommen drei mal häufiger genannt wird als von Personen mit hohem Einkommen. Umgekehrt wird das Kriterium «Zeit, Vorstellungszeiten» umso häufiger angeführt, je höher das Haushaltseinkommen ist: Bei den geringen Einkommen liegt der Anteil der Nennungen bei 34%, bei den mittleren Einkommen bei 47% und bei den hohen Einkommen bei 64%.

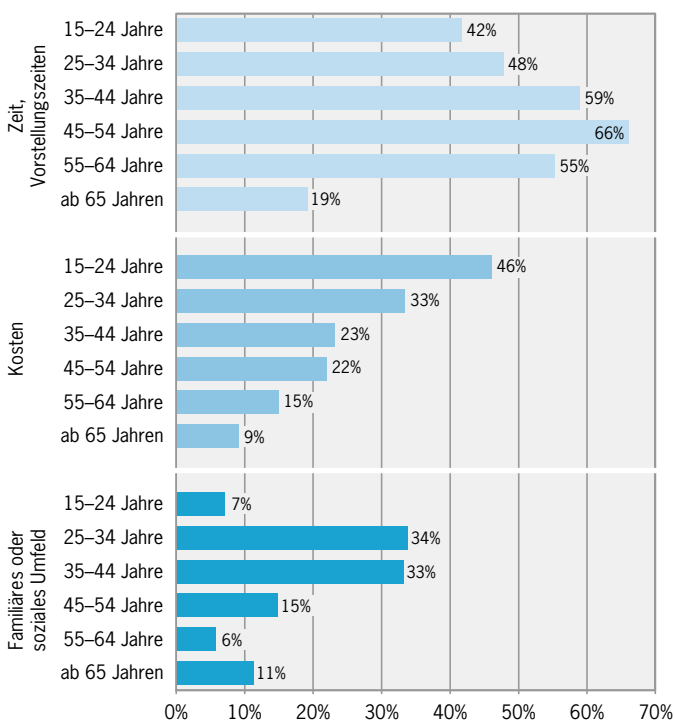
Die grössten Unterschiede zwischen den verschiedenen Gruppen hängen indessen eindeutig mit der Zugehörigkeit zu einer bestimmten Altersgruppe zusammen. So sind beispielsweise junge Menschen vom Hinderungsgrund «Kosten» viel stärker betroffen (dies hängt damit zusammen, dass die Einkommen in dieser Altersgruppe

## Hinderungsgründe für den Kinobesuch

eher tief sind). Zeitmangel wird am häufigsten von den mittleren Altersgruppen als Hinderungsgrund angegeben, da die betreffenden Personen hauptsächlich von beruflichen Verpflichtungen stark in Anspruch genommen werden. Vom Hinderungsgrund «familiäres oder soziales Umfeld» schliesslich sind namentlich die 25- bis 44-Jährigen betroffen, deren Möglichkeiten, ins Kino zu gehen, durch die Zeit, die sie der Familie widmen, zwangsläufig eingeschränkt sein dürften.

### Hinderungsgründe für den Kinobesuch (2008) nach Alter

G 8



Grundgesamtheit: alle Personen, die geantwortet haben, dass sie gerne häufiger ins Kino gehen würden

Erläuterung: Der Hinderungsgrund «Zeit, Vorstellungszeiten» wurde von 66% der Befragten der Altersgruppe der 45- bis 54-Jährigen genannt.

Quelle: BFS

© BFS

## Filme auf Video/DVD oder über VoD sehen

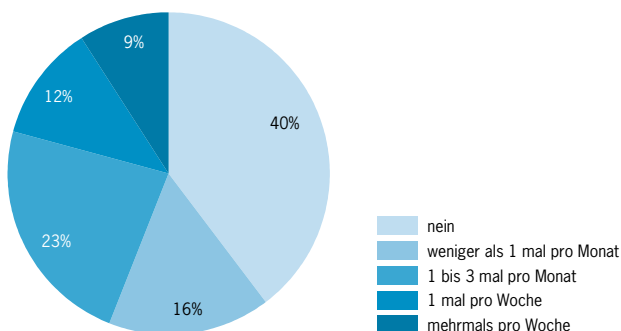
---

### Viele sehen sich Filme auf Video/DVD oder über VoD an

Knapp 60% der Befragten gaben an, in den letzten zwölf Monaten Filme auf Video/DVD oder über VoD angeschaut zu haben. Dies ist nur etwas weniger als der Anteil der Personen, die im gleichen Zeitraum mindestens einmal ins Kino gegangen sind (63%). Zudem sehen sich 20% der Personen mindestens einmal pro Woche einen Film auf Video/DVD oder über VoD an. Dieser Anteil liegt viel höher als der entsprechende Wert beim Kinobesuch, der nur wenige Prozent der Bevölkerung beträgt.

### Filme auf Video/DVD oder über VoD sehen (2008) nach Häufigkeit

G 9



Grundgesamtheit: gesamte Wohnbevölkerung

Erläuterung: «nein» steht hier für den Anteil der Personen, die in den letzten zwölf Monaten keine Filme auf Video/DVD oder über VoD konsumiert haben.

Quelle: BFS

© BFS

## Filme auf Video/DVD oder über VoD sehen

---

Zwischen den Sprachregionen sind nur geringe Unterschiede zu verzeichnen. Doch im Vergleich mit den anderen beiden Sprachregionen liegt in der Deutschschweiz der entsprechende Anteil bei der höchsten Kategorie («mehrmals pro Woche») tiefer, während der betreffende Anteil bei den beiden niedrigsten Kategorien («weniger als 1 mal pro Monat» und «1 bis 3 mal pro Monat») etwas höher liegt.

In ländlichen Regionen haben sich 2008 48% der Personen nie einen Film auf Video/DVD oder über VoD angesehen, während 19% der Landbevölkerung dies 1 bis 3 mal taten. In städtischen Gebieten betragen die entsprechenden Werte 37% bzw. 25%. Dieser Unterschied mag überraschen, doch der gegenwärtige Stand der Analyse lässt keine schlüssige Erklärung zu.

Schliesslich ist festzuhalten, dass in Bezug auf diese Datenträger keinerlei Unterschiede zwischen den Geschlechtern und zwischen Schweizer und ausländischen Staatsangehörigen bestehen.

### **Gleiche Differenzierungsfaktoren wie beim Kinobesuch**

Wie beim Kinobesuch haben bei Video/DVD und VoD das Haushaltseinkommen und die Ausbildung einen Einfluss. Je höher das Einkommen oder die Ausbildung, desto häufiger werden Filme auf Video/DVD oder über VoD konsumiert. So sehen sich 54% der Personen mit geringem Einkommen und 60% der Personen, die maximal über eine Ausbildung der Sekundarstufe I verfügen, nie einen Film auf Video/DVD oder über VoD an, während dies lediglich bei 28% der Personen mit hohem Einkommen und 34% der Personen mit einer tertiären Ausbildung der Fall ist.

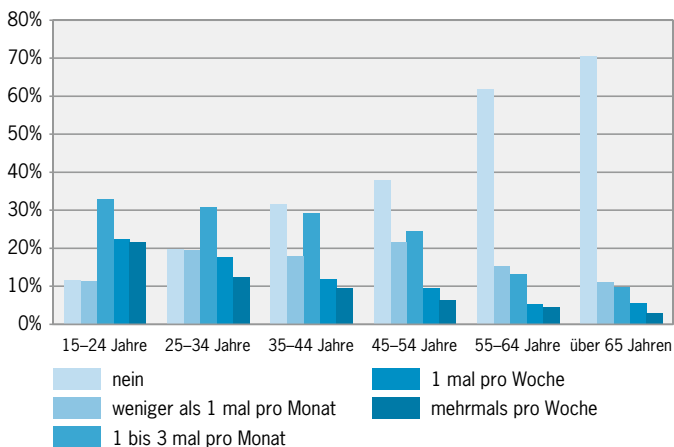
## Filme auf Video/DVD oder über VoD sehen

Ebenso sind die Unterschiede zwischen den verschiedenen Altersgruppen gleichermassen ausgeprägt wie beim Kinobesuch. Unter Berücksichtigung aller Anteile bezüglich der Häufigkeit des Konsums lässt sich zwischen diesen beiden Arten des Filmkonsums eine ähnliche Entwicklung feststellen. So sind unter anderem bei der Antwort «nie» sehr hohe Werte bei der Altersgruppe der 55- bis 64-Jährigen und der Personen ab 65 Jahren zu verzeichnen. Bei den höchsten Kategorien sind die jungen Altersgruppen am stärksten vertreten (so sehen sich beispielsweise 22% der 15- bis 24-Jährigen mehrmals pro Woche einen Film auf Video/DVD oder über VoD an).

Daraus lässt sich der Schluss ziehen, dass ältere Personen nicht automatisch den Kinobesuch durch Filme auf Video/DVD oder über VoD in den eigenen vier Wänden ersetzen.

### Filme auf Video/DVD oder über VoD sehen (2008) nach Altersgruppen und Häufigkeit

G 10



Grundgesamtheit: gesamte Wohnbevölkerung

Erläuterung: «nein» steht hier für den Anteil der Personen, die in den letzten zwölf Monaten keine Filme auf Video/DVD oder über VoD gesehen haben.

Quelle: BFS

© BFS

### Kinoliebhaber sehen sich auch gerne Filme am Kleinbildschirm an – und umgekehrt

Das Kinopublikum und die Konsumenten von Filmen auf Video/DVD oder über VoD werden zunehmend deckungsgleich.

Es ist insbesondere festzuhalten, dass die Mehrheit der Personen (59%), die in den letzten zwölf Monaten nicht ins Kino gegangen sind, in diesem Zeitraum auch keine Filme auf Video/DVD oder über VoD angeschaut hat. Von den Personen, die im Jahr 2008 mindestens 7 mal ins Kino gegangen sind, haben sich 52% regelmässig Filme auf Video/DVD oder über VoD angesehen (mindestens 1 mal pro Monat), und 15% taten dies sogar mindestens 1 mal pro Woche.

### T 1 Filme im Kino und Filme auf Video/DVD oder über VoD sehen (2008)

		Filme auf Video/DVD oder über VoD sehen				
		In den letzten zwölf Monaten nie	Mindestens einmal pro Jahr	Mindestens einmal pro Monat	Mindestens einmal pro Woche	Total
Kinobesuch	In den letzten zwölf Monaten nie	59%	14%	21%	6%	100%
	1 bis 6 mal pro Jahr	31%	20%	40%	9%	100%
	Mindestens 7 mal pro Jahr	20%	13%	52%	15%	100%

Grundgesamtheit: gesamte Wohnbevölkerung

Erläuterung: 15% der Personen, die mindestens sieben mal im Jahr ins Kino gingen, haben sich auch mindestens einmal pro Woche einen Film auf Video/DVD oder über VoD angesehen.

Quelle: BFS

© BFS

Mit anderen Worten sehen sich die Personen, die am häufigsten ins Kino gehen, auch viele Filme auf Video/DVD oder über VoD an. Diese Feststellung wurde zwar schon im Rahmen von früheren Untersuchungen in der Schweiz und im Ausland gemacht, doch die vorliegende Erhebung ermöglicht eine eingehendere Quantifizierung des Zusammenhangs zwischen diesen beiden Arten des Filmkonsums durch die Bevölkerung in der Schweiz.



### **Grundgesamtheit**

Gemäss einer Standarddefinition des BFS bezieht sich die Befragung auf die ständige Wohnbevölkerung in der Schweiz (inkl. Aufenthalterinnen und Aufenthalter mit Bewilligung für 12 oder mehr Monate) ab 15 Jahren.

### **Erhebung**

Das BFS hat für die Studie eine nach Sprachregion geschichtete Zufallsstichprobe mit 6564 Haushalten (gültige Adressen) gezogen. Grundlage ist das Register des Amtes für die Ziehung von Haushaltsstichproben (CASTEM). Die Telefonerhebung fand von September bis Mitte November 2008 in drei Sprachen statt und wurde vom Institut MIS Trend durchgeführt. Nach Bestimmung der Zusammensetzung des Haushalts wurde mittels Zufallsverfahren eine Person zur Beantwortung des Interviews bestimmt. Die Befragung bezog sich auf die zwölf Monate vor der Erhebung.

### **Antwortquote**

Es konnten 4346 Interviews durchgeführt werden, was eine sehr befriedigende Antwortquote von 66,2 Prozent bedeutet. Um die Schichtung und die Antwortausfälle zu berücksichtigen, wurde die Stichprobe gewichtet und kalibriert.

### **Fragebogen**

Die Beantwortung des Fragebogens dauerte rund 20 Minuten. Er umfasst einerseits 23 soziodemografische Fragen zu Alter, Geschlecht, Ausbildungsniveau usw. und ca. 55 Fragen zur Teilnahme an kulturellen Aktivitäten (ins Theater gehen, Museen besuchen usw.), zu den eigenen kulturellen Aktivitäten als Amateur, zur Mediennutzung, zu den Motivationsgründen sowie zu den Wünschen und Hindernissen im Zusammenhang mit dem Kulturverhalten. Andererseits enthält er ein Vertiefungsmodul zur Musik, dessen Ergebnisse in einer anderen Kurzpublikation des BFS präsentiert werden.

### **Einige benutzte Kategorien**

*Höchste abgeschlossene Ausbildung:* Sekundarstufe I (obligatorische Schule abgeschlossen oder nicht; 1 Jahr Vorlehre, Handelsschule o.ä.), Sekundarstufe II (Diplommittelschulen, EFZ, Handelsmittelschulen usw.; gymnasiale, Berufs-, Fachmaturität; Lehrkräfte-Seminar), Tertiärstufe (höhere Berufsbildung mit eidgenössischem Fachausweis oder Diplom; höhere Fachschule; FH, PH, Universität, ETH). Für diese Variable wurden ausschliesslich Personen ab 25 Jahren berücksichtigt, da diese in der Regel ihre Ausbildung abgeschlossen haben.

*Jährliches Bruttoeinkommen des Haushalts:* gering (CHF 0.– bis 50'000.–), mittel (CHF 50'001.– bis 100'000.–) und hoch (CHF 100'001.– und mehr).

### **Statistische Signifikanz**

Die statistische Genauigkeit wurde berechnet und bei der Präsentation der Resultate berücksichtigt. Es werden einzig statistisch signifikante Unterschiede kommentiert.

## Bibliografieauswahl

---

CNC (2006 bis 2008), *La géographie du cinéma (résultats des salles et des films, les pratiques cinématographiques des Français,...)*, Paris.

CNC (2005), *Les pratiques vidéo en Europe*, Paris.

CNC (2003), *Les pratiques cinématographiques des seniors*, Paris.

Donnat O. & Tolila P. (2003), *Le(s) public(s) des la culture. Politiques publiques et équipements culturels*, Band I und II, Presses de ScPo, Paris.

Europäische Kommission (2007), *European cultural values. Special Eurobarometer 278*, Brüssel.

EUROSTAT (2002), *Die Beteiligung der Europäer an kulturellen Aktivitäten. Eine Eurobarometer-Befragung im Auftrag der europäischen Kommission*, Brüssel.

Filmförderungsanstalt (2008), *Der Kinobesucher 2007, Strukturen und Entwicklungen auf Basis des GfK Panels*, Berlin.

Feistritzer G. (2007), *Kultur-Monitoring, Bevölkerungsbefragung, Studienbericht 2007*, IFES (Institut für Empirische Sozialforschung GmbH), BM für Unterricht, Kunst und Kultur, Wien.

Guy J.-M. (2000), *La culture cinématographique des Français*, Ministère de la culture et de la communication, Département des études et de la prospective; Développement Culturel Nr. 135, September 2000, Paris.

Moeschler O. (2006), *Les publics du cinéma en Suisse, une étude sociologique*, UNIL, OSPS, Lausanne.

Nörenberg B. & Shultz I. (2008), *Programmkinos in der Bundesrepublik Deutschland und das Publikum von Arthouse-Filmen im Jahr 2007, Analyse zu Auslastung, Bestand, Besuch und Eintrittspreisen sowie zu soziodemografischen und kinospezifischen Merkmalen*, Filmförderungsanstalt, Berlin.

Bundesamt für Statistik (2009), *Kulturverhalten in der Schweiz – Erhebung 2008, Erste Ergebnisse*, Leporello, Neuchâtel.

Österreichisches Filminstitut (2007), *Motive der Filmmutzung*, Wien.

**Weitere Informationen:** Bundesamt für Statistik (BFS)  
Kultur, Medien, Informationsgesellschaft, Sport  
E-Mail: [poku@bfs.admin.ch](mailto:poku@bfs.admin.ch)  
Umberto Tedeschi, Tel. +41 32 713 67 59  
Danièle Riem-Wacker, Tel.: +41 32 713 61 15

**Bestellungen:** Bestellnummer: 638-0900  
Tel. 032 713 60 60  
[order@bfs.admin.ch](mailto:order@bfs.admin.ch)  
Fax 032 713 60 61

**Internet:** <http://www.statistik.admin.ch>