

KINOBESUCHERSTUDIE 2005

– Ausgewählte Ergebnisse –

UNTERSUCHUNGSANSATZ

Datenerhebung: Schriftliche Befragung von Kinosuchern mittels vollstandardisierten Fragebogen

Sample Points: 7 UCI-Kinos in den Neuen Bundesländern

Stichprobengröße: $n = 1.508$

HINWEISE ZU DEN ERGEBNISDARSTELLUNGEN

Hinweis zu den Abbildungen

Soweit in den nachfolgenden Abbildungen nicht anders ausgewiesen, bildet die Summe der „gültigen Fälle“, d. h. unter Ausschluß der „missing values“, die Basis für die dargestellten Prozentwerte.

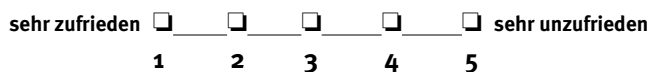
Erläuterungen zu den Tabellen

Die Ergebnisse der Untersuchung sind in Ergebnistabellen getrennt nach den Fragen des Fragebogens dargestellt.

Die Ergebnisse in den Tabellen der einfachen Häufigkeitsauszählung zeigen spaltenbezogene Häufigkeiten und Prozentwerte. Diese beziehen sich auf die Anzahl der Personen (Fälle) und nicht auf die Anzahl der Antworten. Dies bedeutet, daß der in einer Zelle ausgewiesene Prozentwert den Anteil der in der Zelle ausgewiesenen Häufigkeit an der Gesamtzahl der in der Spaltensumme ausgewiesenen Personen darstellt. Bei Fragen mit Mehrfachantworten können daher die Prozentangaben und Häufigkeiten in den Zellen größer sein, als die in den Spaltensummen ausgewiesenen Fallzahlen und Prozentwerte. Letztere beziehen sich immer auf die in der spezifischen Analyse berücksichtigte Anzahl von Personen.

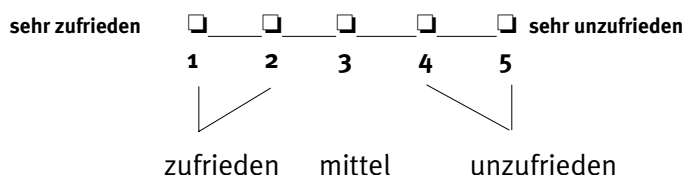
Bei Fragen, die von nur wenigen Personen beantwortet wurden, sind zusätzlich zu den ausgewiesenen Prozentwerte immer auch die entsprechenden Fallzahlen bei der Interpretation der Daten heranzuziehen.

Bei Ratingskalen werden jeweils die Mittelwerte und die Standardabweichungen ausgewiesen. Die einzelnen Positionen auf den Ratingskalen wurden entsprechend nachfolgendem Beispiel jeweils von 1 bis 5 codiert.



Die in den Tabellen zusammen mit den Skalenmittelwerten ausgewiesene Standardabweichung ist ein Maß für die Variabilität der Beurteilungen der Personen in der Stichprobe.

Die Beurteilungen auf den Ratingskalen werden zusätzlich in Form 3-fach abgestufter Antwortergebnisse dargestellt. Dazu wurden die Skalenpositionen 1 und 2 bzw. 4 und 5 zusammengefaßt. Bei einer Zufriedenheitsskala beispielsweise, ergeben sich dadurch die Abstufungen „zufrieden“ (Skalenpositionen 1 und 2), „mittel“ (interpretierbar als „mittlere Zufriedenheit“ oder „Indifferenz“) und „unzufrieden“ (Skalenpositionen 4 und 5).



10. WIE ZUFRIEDEN SIND SIE INSGESAMT MIT DER SCHAUBÜHNE ?

F11.: Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit der [Bühne]?

	ALTER						Gesamt
	-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	
zufrieden	28 93,3%	117 81,3%	92 73,0%	93 84,5%	62 69,7%	76 76,0%	9 81,8%
mittel	2 6,7%	23 16,0%	27 21,4%	13 11,8%	20 22,5%	15 15,0%	2 18,2%
unzufrieden		4 2,8%	7 5,6%	4 3,6%	7 7,9%	9 9,0%	
Gesamt	30 100,0%	144 100,0%	126 100,0%	110 100,0%	89 100,0%	100 100,0%	11 100,0%

Zeilensumme: 78,2% (477 Fälle) aller Befragten (660 Fälle) sind mit der Bühne zufrieden

③

Summe aller Fälle (Befragte) für diese Tabelle.

②

	ALTER						
	-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70+
Mittelwert	2,0	2,0	2,1	2,1	1,9	2,1	1,7
Standardabweichung	0,8	0,8	0,9	0,9	0,9	0,9	0,8
Fallzahl	610	144	126	110	89	100	11

Insgesamt wurden allerdings 798 Besucher an dieser Bühne befragt.
Die fehlenden 138 Befragten wurden in dieser Tabelle nicht berücksichtigt, weil sie entweder a) die Frage nach der Zufriedenheit nicht beantwortet oder a) keine Altersangabe gemacht haben.

① Die Markierungen jedes Befragten auf der 5-stufigen Ratingskala wurden von 1 - 5 codiert. Für die obere Tabelle wurden diese Angaben zu 3 Gruppen zusammen gefaßt:
- Befragte, die die ersten beiden linken Kästchen angekreuzt haben (1 oder 2) gelten als zufrieden
- Befragte, die die mittlere Kategorie angekreuzt haben äussern eine mittlere Zufriedenheit oder sind indifferent
- Befragte, die die beiden rechts-außen Positionen gewählt haben, gelten als unzufrieden.

= Maß für die Variabilität in den Antworten: je kleiner der Wert, desto weniger unterscheiden sich die Befragten in ihren Antworten voneinander.

⑦ Mit einem Mittelwert von 1,8 auf der 5-stufigen Skala sind die bis 19jährigen zufriedener als die 50-50jährigen, die im Durchschnitt auf einen mittleren Skalenwert von 2,2 kommen.

⑧ Mit einem Wert von .6 ist die Standardabweichung in der Gruppe der bis 19jährigen geringer als bei den 50-59jährigen. Dies besagt, daß die jüngeren stärker in ihrer ausgedrückten Zufriedenheit übereinstimmen als die Befragten in der älteren Altersgruppe.

Erläuterung zur den Faktorenanalysen

Die Zufriedenheit mit verschiedenen Merkmalen der besuchten Spielstätte (Frage 9) sowie die Frage 18 und 19 wurden jeweils Faktorenanalysen unterzogen.

Die Faktorenanalyse ist ein statistisches Verfahren, das aus einer Vielzahl von Erklärungsvariablen eine relativ kleine Anzahl von voneinander unabhängigen Einflußfaktoren herauszukristallisieren versucht, die dann weiteren Analysen zugrunde gelegt werden können. Sie geht von der Annahme aus, daß für die Korrelation zwischen Variablen eine hinter diesen Variablen stehende nicht beobachtbare Größe (Faktor) kausal verantwortlich ist.

Im vorliegenden Fall wurden die Daten einer Hauptkomponentenfaktorenanalyse unterzogen. Die zu beantwortende Frage ist dabei, wie sich die auf einen Faktor hoch ladenden Variablen durch einen Sammelbegriff zusammenfassen lassen.

Für die Anzahl der zu extrahierenden Faktoren gibt es keine eindeutigen Vorschriften. In dieser Studie wurde das sog. „Kaiser-Kriterium“ zugrunde gelegt, nach dem die Anzahl der zu extrahierenden Faktoren gleich der Anzahl der Faktoren mit einem Eigenwert größer 1 ist.

Die Faktorladungen sind ein Maß für die Stärke und Richtung des Zusammenhangs zwischen Faktoren und ursprünglichen Variablen darstellen. Es handelt sich dabei um „Korrelationen“ zwischen Faktoren und ursprünglichen Variablen (genauer: standardisierte Regressionskoeffizienten einer multiplen Regressionsgleichung mit der originären Variablen als abhängige Variable und den Faktoren als unabhängige Variablen). Faktorladungen mit Werten von $\geq 0,5$ gelten dabei als hoch.

Für eine bessere Interpretation wurde die Faktorenlösung einer rechtwinkligen Rotation nach dem „Varimax“-Prinzip unterzogen.

Für die einzelnen Personen wurden abschließend noch deren Faktorwerte berechnet und die Mittelwerte für unterschiedliche Personengruppen ausgewiesen (vgl. Splits in den Kreuztabellierungen). Diese geben an, welche Werte die einzelnen Personen bzw. Personengruppen/Bühnen hinsichtlich der extrahierten Faktoren annehmen. Sie werden als Abweichung vom auf Null normierten Mittelwert dargestellt, so daß hohe positive Faktorwerte stark überdurchschnittliche und hohe negative Faktorwerte stark unterdurchschnittliche Ausprägungen kennzeichnen.

Ein negativer Faktorwert besagt, daß eine Personengruppe im Mittel in bezug auf diesen Faktor im Vergleich zu allen anderen betrachteten Befragtengruppen überdurchschnittlich ausgeprägt ist.

Ein Faktorwert von Null bedeutet, daß eine Befragtengruppe im Mittel in bezug auf diesen Faktor eine dem Durchschnitt entsprechende Ausprägung besitzt.

Ein positiver Faktorwert gibt an, daß eine Personengruppe in bezug auf diesen Faktor im Vergleich zu allen anderen betrachteten Personengruppen unterdurchschnittlich ausgeprägt ist.

Fl.: Welche Art von Filmen sehen Sie am liebsten im Kino?

	GESAMT
Komödien	1023 68.5%
Action	572 38.3%
Triller	582 39.0%
Drama	308 20.6%
Kriegsfilme	247 16.5%
Science Fiction	405 27.1%
Horror	623 41.7%
Actionfilme	459 30.7%
Trickfilme	341 22.8%
Dokumentarfilme	115 7.7%
Romane	226 15.1%
Historie	299 20.0%
Sonstige	4 .3%
Gesamt	1494 100.0%

F2.: Welches waren die letzten 3 Filme, die Sie im Kino gesehen haben?

	GESAMT
Felix	36 2.5%
Das Mädchen mit dem Perlenohrring	8 .6%
Troja	36 2.5%
Meine Frau, ihre Schwiegereltern und ich	182 12.8%
Constantine	153 10.8%
Saw	175 12.3%
Wilden Kerle 2	14 1.0%
Hitch-Der Date Doktor	339 23.8%
Rätselhafte Ereignisse	25 1.8%
Der Untergang	81 5.7%
Aviator	85 6.0%
Bridget Jones 2	30 2.1%
Darf ich bitten	28 2.0%
Blade	16 1.1%
Die Unglaublichen (Incredibles)	83 5.8%
7 Zwerge	131 9.2%
Alien vs. Predator	29 2.0%
Mathilde- eine Liebe	44 3.1%
Alles auf Zucker	24 1.7%
Sophie Scholl	44 3.1%
Das Vermächtnis der Tempelritter	21 1.5%
Spiderman	20 1.4%
Traumschiff Surprise	45 3.2%
In 80 Tagen um die Welt	40 2.8%
Vom Suchen und Finden der Liebe	25 1.8%
Lemony Snickets (Originalversion)	10 .7%
Herr der Ringe 3	43 3.0%
White noise	22 1.5%
8 Mile	5 .4%
Butterfly Effect	5 .4%

Resident Evil 2	9 .6%
Phantom der Oper	7 .5%
Blade Trinity	120 8.4%
I Robot	93 6.5%
Terminator 3	7 .5%
Fluch der Karibik	9 .6%
Die Vergessenen	10 .7%
Napola	64 4.5%
Im Rennstall ist das Zebra...	11 .8%
Star Wars Episode 1	5 .4%
Sind wir schon da	21 1.5%
Hautnah	45 3.2%
Alone in the dark	15 1.1%
Der Fluch (The Grudge)	91 6.4%
Kleine Haie, große Fische	5 .4%
Shrek	35 2.5%
Ocean's 12	36 2.5%
Ray	13 .9%
Trouble ohne Puddel	20 1.4%
Matrix	5 .4%
Girls Club	6 .4%
The day after tomorrow	15 1.1%
Der Menchurian Kandidat	5 .4%
Der Wixxer	8 .6%
Hell Boy	11 .8%
The Village	31 2.2%
Spongebob Schwammkopf	27 1.9%
Alexander	38 2.7%
Herr der Ringe 1	9 .6%
Herr der Ringe 2	4 .3%
Alfie	16 1.1%

Lauras Stern	6 .4%
Die fetten Jahre sind vorbei	5 .4%
Harry Potter	26 1.8%
Polar Express	9 .6%
Wenn Träume fliegen lernen	29 2.0%
Kammerflimmern	5 .4%
Elektra	13 .9%
Bibi Bloxberg	5 .4%
Findet Nemo	29 2.0%
Bärenbrüder	6 .4%
King Arthur	14 1.0%
Final call	7 .5%
Sideways	7 .5%
Anaconda 2	5 .4%
Garfield	6 .4%
Anityville	43 3.0%
Barfuss	68 4.8%
Babynator	72 5.1%
Der Ring II	86 6.0%
Star Wars II	4 .3%
Star Wars III	45 3.2%
Reine Chefsache	8 .6%
Winnie Puh	8 .6%
Die Dolmetscherin	43 3.0%
xXx	46 3.2%
Be cool	28 2.0%
Königreich der Himmel	52 3.7%
Creep	18 1.3%
Die Bourne Verschwörung	8 .6%
Hostage	17 1.2%
Collateral	10 .7%

Ice Age	5 .4%
Plötzlich Prinzessin	7 .5%
Miss Undercover 2	28 2.0%
Boogyman	18 1.3%
Kill Bill 2	5 .4%
Spanglish	5 .4%
Grosse Haie, kleine Fische	8 .6%
Der Babynator OV	5 .4%
Hide and Seek	15 1.1%
Gothika	7 .5%
Das Schwiegermonster	9 .6%
Sahara- Abenteuer Wüste	5 .4%
House of Wax	8 .6%
Coach Carter	7 .5%
Million Dollar Baby	16 1.1%
Hotel Ruanda	7 .5%
Team America	5 .4%
Entfesselt	5 .4%
Kebap Connection	11 .8%
Max und Moritz	10 .7%
If Only	10 .7%
Basta	8 .6%
SONSTIGES	159 11.2%
Gesamt	1423 100.0%

F3.: Wie haben Sie die Eintrittskarte für den heutigen Abend erworben?

	GESAMT
Abendkasse	1234 83.1%
telefonisch	76 5.1%
Internet	44 3.0%
geschenkt bekommen	125 8.4%
sonstiges	6 .4%
Gesamt	1485 100.0%

F4.1.: Sind Sie allein hier oder in Begleitung?

	GESAMT
allein	82 5.7%
in Begleitung	1365 94.3%
Gesamt	1447 100.0%

F4.2.: Anzahl sonstiger Personen

	GESAMT
1 Person	523 54.1%
2-3 Personen	265 27.4%
4 und mehr Personen	179 18.5%
Gesamt	967 100.0%

Basis: Befragte in Begleitung

	Gesamt	GESAMT
Mittelwert	2.3	2.3
Standardabweichung	2.0	2.0
Fallzahl	1139	1139

Basis: Befragte in Begleitung

F4.3.: Begleitende Personen

	GESAMT
Freunde, Bekannte	708 57.3%
Familie, Partner	628 50.9%
Schule, Uni	35 2.8%
Kollegen, -innen	39 3.2%
Gesamt	1235 100.0%

Basis: Befragte in Begleitung

F5.: Wodurch haben Sie von dem heutigen Kinofilm erfahren?

	GESAMT
Tageszeitung	276 21.1%
Radio	97 7.4%
Plakate	312 23.9%
Stadtmagazin	57 4.4%
persönliche Empfehlung	212 16.2%
Fernsehen	716 54.7%
Internet	171 13.1%
Homepage Kino	132 10.1%
Radio	78 6.0%
Sonstiges	30 2.3%
Gesamt	1308 100.0%

F6.1.: Wie oft haben Sie in den letzten 12 Monaten besucht ...?

	GESAMT
KINO 1 Besuch	20 1.5%
2-3 Besuche	157 11.7%
4-6 Besuche	227 16.9%
7+ Besuche	936 69.9%
Gesamt	1340 100.0%

	GESAMT
SCHAUSPIEL 1 Besuch	157 43.7%
2-3 Besuche	149 41.5%
4-6 Besuche	35 9.7%
7+ Besuche	18 5.0%
Gesamt	359 100.0%

	GESAMT
OPER 1 Besuch	105 57.1%
2-3 Besuche	44 23.9%
4-6 Besuche	27 14.7%
7+ Besuche	8 4.3%
Gesamt	184 100.0%

	GESAMT
BALLETT	
1 Besuch	62 29.1%
2-3 Besuche	17 8.0%
4-6 Besuche	128 60.1%
7+ Besuche	6 2.8%
Gesamt	213 100.0%

	GESAMT
TANZTHEATER	
1 Besuch	89 57.8%
2-3 Besuche	36 23.4%
4-6 Besuche	23 14.9%
7+ Besuche	6 3.9%
Gesamt	154 100.0%

	GESAMT
MUSICAL / REVUE	
1 Besuch	315 70.2%
2-3 Besuche	111 24.7%
4-6 Besuche	16 3.6%
7+ Besuche	7 1.6%
Gesamt	449 100.0%

	GESAMT
KABARETT / VARIETÉ	
1 Besuch	224 64.7%
2-3 Besuche	94 27.2%
4-6 Besuche	22 6.4%
7+ Besuche	6 1.7%
Gesamt	346 100.0%

	GESAMT
KLASSISCHES KONZERT	
1 Besuch	119 54.6%
2-3 Besuche	57 26.1%
4-6 Besuche	22 10.1%
7+ Besuche	20 9.2%
Gesamt	218 100.0%

	GESAMT
MUSEUM	
1 Besuch	199 26.6%
2-3 Besuche	349 46.7%
4-6 Besuche	119 15.9%
7+ Besuche	81 10.8%
Gesamt	748 100.0%

F6.2.: Mittelwerte

	Gesamt	GESAMT
KINO		
Mittelwert	14.1	14.1
Standardabweichung	15.0	15.0
Fallzahl	1457	1457
SCHAUSPIEL		
Mittelwert	2.9	2.9
Standardabweichung	5.9	5.9
Fallzahl	371	371
OPER		
Mittelwert	1.9	1.9
Standardabweichung	2.1	2.1
Fallzahl	175	175
BALLETT		
Mittelwert	2.1	2.1
Standardabweichung	3.5	3.5
Fallzahl	97	97
TANZTHEATER		
Mittelwert	1.8	1.8
Standardabweichung	1.7	1.7
Fallzahl	141	141
MUSICAL / REVUE		
Mittelwert	1.5	1.5
Standardabweichung	1.3	1.3
Fallzahl	447	447
KLASSISCHE KONZERTE		
Mittelwert	2.9	2.9
Standardabweichung	3.8	3.8
Fallzahl	223	223
MUSEEN		
Mittelwert	3.3	3.3
Standardabweichung	3.1	3.1
Fallzahl	767	767

F6.3.: Faktorenwerte

	Gesamt	GESAMT
UNTERHALTUNG		
Mittelwert	1.0	1.0
Standardabweichung	.9	.9
Fallzahl		
HOCHKULTUR		
Mittelwert	.0	.0
Standardabweichung	1.0	1.0
Fallzahl	.9	.9
SCHAUSPIEL		
Mittelwert	.0	.0
Standardabweichung	1.0	1.0
Fallzahl	.9	.9

	GESAMT
SCHAUSPIEL Besuche	359 29.6%
keine Besuche	584 48.2%
noch nie besucht	269 22.2%
Gesamt	1212 100.0%

	GESAMT
OPER Besuche	176 14.7%
keine Besuche	593 49.5%
noch nie besucht	430 35.9%
Gesamt	1199 100.0%

	GESAMT
BALLETT Besuche	127 10.5%
keine Besuche	565 46.8%
noch nie besucht	515 42.7%
Gesamt	1207 100.0%

	GESAMT
TANZTHEATER Besuche	143 12.1%
keine Besuche	632 53.6%
noch nie besucht	405 34.3%
Gesamt	1180 100.0%

	GESAMT
MUSICAL / REVUE Besuche	445 36.0%
keine Besuche	546 44.2%
noch nie besucht	245 19.8%
Gesamt	1236 100.0%

	GESAMT
KABARETT / VARIETÉ Besuche	343 28.3%
keine Besuche	515 42.6%
noch nie besucht	352 29.1%
Gesamt	1210 100.0%

	GESAMT
KLASSISCHE KONZERTE Besuche	218 18.3%
keine Besuche	526 44.1%
noch nie besucht	450 37.7%
Gesamt	1194 100.0%

	GESAMT
KINO Besuche	1339 98.5%
keine Besuche	17 1.3%
noch nie besucht	3 .2%
Gesamt	1359 100.0%

	GESAMT
MUSEEN Besuche	746 58.6%
keine Besuche	406 31.9%
noch nie besucht	120 9.4%
Gesamt	1272 100.0%

F7.2.: Wie oft haben Sie das [Kino] in den letzten 12 Monaten besucht? (inkl. des heutigen Besuches)

	GESAMT
1 Besuch	57 4.4%
2-3 Besuche	256 19.9%
4-6 Besuche	224 17.4%
7+ Besuche	748 58.2%
Gesamt	1285 100.0%

F7.1.: Mittelwerte

	Gesamt	GESAMT
Mittelwert	11.8	11.8
Standardabweichung	13.6	13.6
Fallzahl	1409	1409

F11.: Wie lange im Voraus planen Sie normalerweise Ihre Kinobesuche?

	GESAMT
spontane Entscheidung am Abend	698 47.7%
einige Tage vorher	363 24.8%
eine Woche vorher	51 3.5%
mehrere Wochen vorher	14 1.0%
noch länger vorher	8 .5%
unterschiedlich	330 22.5%
Gesamt	1464 100.0%

F12.: Haben Sie schon einmal Kinokarten über das Internet gekauft?

	GESAMT
ja	308 21.0%
nein	1117 76.2%
kenne diese Möglichkeit nicht	40 2.7%
Gesamt	1465 100.0%

F13.: Weshalb haben Sie noch nie Kinokarten über das Internet gekauft?

	GESAMT
Habe keinen Internetanschluss	258 31.6%
Kaufe immer an der Abendkasse (Spontaneität)	195 23.9%
zu umständlich/unübersichtlich	87 10.7%
zu unsicher/ persönliche Daten eingeben	47 5.8%
bedienerunfreundlich	21 2.6%
kenne diese Möglichkeit nicht	4 .5%
kein Interesse	135 16.5%
Automaten defekt	6 .7%
unpersönliche Bedienung/ möchte lieber persönlich beraten we	37 4.5%
keine Rabatte/Ermäßigungen möglich	41 5.0%
wegen Parkticket, muss ich sowieso zur Kasse	1 .1%
schlechte Abrechnungsmöglichkeiten/ lieber bar bezahlen	6 .7%
um keine Arbeitsplätze zu gefährden	4 .5%
habe keinen Computer	15 1.8%
noch nicht volljährig	3 .4%
Zeitaufwand	3 .4%
zu teuer	6 .7%
keine Kreditkarte	8 1.0%
Gesamt	816 100.0%

F18.1.: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Sie ganz persönlich zu?

	GESAMT
EIN KINOBESUCH IST FÜR MICH IMMER EIN BESONDERES EREIGNIS trifft zu	775 55.7%
mittel	461 33.1%
trifft nicht zu	155 11.1%
Gesamt	1391 100.0%

	GESAMT
ICH ORIENTIERE MICH VOR EINEM KINOBESUCH AN KINOKRITIKEN trifft zu	487 35.2%
mittel	301 21.8%
trifft nicht zu	595 43.0%
Gesamt	1383 100.0%

	GESAMT
EIN KINOBESUCH SOLL ZUM NACHDENKEN ANREGEN trifft zu	425 30.7%
mittel	488 35.3%
trifft nicht zu	470 34.0%
Gesamt	1383 100.0%

	GESAMT
ICH GEHE VOR ALLEM INS KINO, UM FREUNDE UND BEKANNTE ZU TREFFEN trifft zu	328 23.9%
mittel	355 25.8%
trifft nicht zu	692 50.3%
Gesamt	1375 100.0%

	GESAMT
EIN KINOBESUCH GIBT MIR ABSTAND VOM ALLTAG trifft zu	909 65.7%
mittel	311 22.5%
trifft nicht zu	164 11.8%
Gesamt	1384 100.0%

	GESAMT
VOR ODER NACH EINEM KINOBESUCH MÖCHTE ICH NOCH ETWAS UNTERNEHMEN trifft zu	604 43.7%
mittel	452 32.7%
trifft nicht zu	325 23.5%
Gesamt	1381 100.0%

	GESAMT
MIR IST ES WICHTIG, DAS ICH NEUE KINOFILME FRÜHER SEHER ALS ANDERE trifft zu	334 24.3%
mittel	273 19.9%
trifft nicht zu	767 55.8%
Gesamt	1374 100.0%

	GESAMT
EIN KINOBESUCH SOLL VOR ALLEM SPASS MACHEN trifft zu	1194 86.5%
mittel	132 9.6%
trifft nicht zu	54 3.9%
Gesamt	1380 100.0%

	GESAMT
KINOBESUCHE TRAGEN ZU MEINER PERSÖNLICHEN WEITERENTWICKLUNG BEI trifft zu	321 23.4%
mittel	456 33.3%
trifft nicht zu	592 43.2%
Gesamt	1369 100.0%

	GESAMT
ICH GEHE HAUPTSÄCHLICH WEGEN DER BESONDEREN ATMOSPHÄRE INS KINO trifft zu	478 35.0%
mittel	397 29.1%
trifft nicht zu	490 35.9%
Gesamt	1365 100.0%

	GESAMT
ICH GEHE VOR ALLEM INS KINO, UM BESTIMME SCHAUSPIELER ZU SEHEN trifft zu	445 32.5%
mittel	346 25.3%
trifft nicht zu	577 42.2%
Gesamt	1368 100.0%

	GESAMT
ICH ACHE IM KINO GEZIELT AUF SONDERANGEBOTE BEI SPEISEN UND GETRÄNKEN trifft zu	374 27.4%
mittel	203 14.9%
trifft nicht zu	787 57.7%
Gesamt	1364 100.0%

	GESAMT
KINOBESUCHE GEHÖREN ZUR GUTEN BILDUNG trifft zu	279 20.4%
mittel	461 33.6%
trifft nicht zu	631 46.0%
Gesamt	1371 100.0%

	GESAMT
ICH GEHE INS KINO, UM MAL ETWAS ANDERES ZU ERLEBEN trifft zu	750 54.7%
mittel	362 26.4%
trifft nicht zu	259 18.9%
Gesamt	1371 100.0%

	GESAMT
ICH GEHE VOR ALLEM WEGEN DES LEINWANDERLEBNISSES INS KINO trifft zu	805 59.0%
mittel	306 22.4%
trifft nicht zu	253 18.5%
Gesamt	1364 100.0%

	GESAMT
ICH GEHE HÄUFIG AUS LANGEWEILE INS KINO trifft zu	235 17.3%
mittel	252 18.5%
trifft nicht zu	873 64.2%
Gesamt	1360 100.0%

	GESAMT
ICH NUTZE GEZIELT DIE KINOTAGE MIT ERMÄSSIGTEN PREISEN trifft zu	795 58.2%
mittel	214 15.7%
trifft nicht zu	358 26.2%
Gesamt	1367 100.0%

	GESAMT
ICH GEHE GERNE INS KINO trifft zu	1267 91.9%
mittel	87 6.3%
trifft nicht zu	24 1.7%
Gesamt	1378 100.0%

F18.2.: Skalenmittelwerte

	Gesamt	GESAMT
EIN KINOBESUCH IST FÜR MICH IMMER EIN BESONDERES EREIGNIS		
Mittelwert	2.4	2.4
Standardabweichung	1.0	1.0
Fallzahl	1391	1391
ICH ORIENTIERE MICH VOR EINEM KINOBESUCH AN KINOKRITIKEN		
Mittelwert	3.2	3.2
Standardabweichung	1.4	1.4
Fallzahl	1383	1383
EIN KINOBESUCH SOLL ZUM NACHDENKEN ANREGEN		
Mittelwert	3.1	3.1
Standardabweichung	1.2	1.2
Fallzahl	1383	1383
ICH GEHE VOR ALLEM INS KINO, UM FREUNDE UND BEKANNTE ZU TREFFEN		
Mittelwert	3.5	3.5
Standardabweichung	1.3	1.3
Fallzahl	1375	1375
EIN KINOBESUCH GIBT MIR ABSTAND VOM ALLTAG		
Mittelwert	2.2	2.2
Standardabweichung	1.1	1.1
Fallzahl	1384	1384
VOR ODER NACH EINEM KINOBESUCH MÖCHTE ICH NOCH ETWAS UNTERNEHMEN		
Mittelwert	2.7	2.7
Standardabweichung	1.2	1.2
Fallzahl	1381	1381
MIR IST ES WICHTIG, DAS ICH NEUE KINOFILME FRÜHER SEHER ALS ANDERE		
Mittelwert	3.6	3.6
Standardabweichung	1.4	1.4
Fallzahl	1374	1374
EIN KINOBESUCH SOLL VOR ALLEM SPASS MACHEN		
Mittelwert	1.6	1.6
Standardabweichung	.9	.9
Fallzahl	1380	1380
KINOBESUCHE TRAGEN ZU MEINER PERSÖNLICHEN WEITERENTWICKLUNG BEI		
Mittelwert	3.3	3.3
Standardabweichung	1.2	1.2
Fallzahl	1369	1369
ICH GEHEN HAUPTSÄCHLICH WEGEN DER BESONDEREN ATMOSPHERE INS KINO		
Mittelwert	3.0	3.0
Standardabweichung	1.2	1.2
Fallzahl	1365	1365
ICH GEHE VOR ALLEM INS KINO, UM BESTIMME SCHAUSPIELER ZU SEHEN		
Mittelwert	3.2	3.2
Standardabweichung	1.3	1.3
Fallzahl	1368	1368
ICH ACHE IM KINO GEZIELT AUF SONDERANGEBOTE BEI SPEISEN UND GETRÄNKEN		
Mittelwert	3.6	3.6
Standardabweichung	1.5	1.5
Fallzahl	1364	1364
KINOBESUCHE GEHÖREN ZUR GUTEN BILDUNG		
Mittelwert	3.4	3.4
Standardabweichung	1.2	1.2
Fallzahl	1371	1371
ICH GEHE INS KINO, UM MAL ETWAS ANDERES ZU ERLEBEN		
Mittelwert	2.5	2.5
Standardabweichung	1.1	1.1
Fallzahl	1371	1371
ICH GEHE VOR ALLEM WEGEN DES LEINWANDERLEBNISSES INS KINO		
Mittelwert	2.4	2.4
Standardabweichung	1.2	1.2
Fallzahl	1364	1364
ICH GEHE HÄUFIG AUS LANGEWEILE INS KINO		
Mittelwert	3.8	3.8
Standardabweichung	1.3	1.3
Fallzahl	1360	1360
ICH NUTZE GEZIELT DIE KINOTAGE MIT ERMÄSSIGTEN PREISEN		
Mittelwert	2.5	2.5
Standardabweichung	1.5	1.5
Fallzahl	1367	1367
ICH GEHE GERNE INS KINO		
Mittelwert	1.4	1.4
Standardabweichung	.7	.7
Fallzahl	1378	1378

1 = trifft voll und ganz zu / 5 = trifft überhaupt nicht zu

F18.3.: Faktorenwerte (ohne Gefallen)

	Gesamt	GESAMT
KINERLEBNIS		
Mittelwert	.0	.0
Standardabweichung	1.0	1.0
Fallzahl	1299	1299
SOZIALES EREIGNIS		
Mittelwert	.0	.0
Standardabweichung	1.0	1.0
Fallzahl	1299	1299
GEISTIGE ANREGUNG		
Mittelwert	.0	.0
Standardabweichung	1.0	1.0
Fallzahl	1299	1299
ABWECHSLUNG VOM ALLTAG		
Mittelwert	.0	.0
Standardabweichung	1.0	1.0
Fallzahl	1299	1299
PREISORIENTIERUNG		
Mittelwert	.0	.0
Standardabweichung	1.0	1.0
Fallzahl	1299	1299

F19.1.: Was streben Sie persönlich in Ihrem Leben an? Wie wichtig sind die folgenden Dinge für Sie?

	GESAMT
EIN AUFREGENDES LEBEN	
wichtig	879 65.4%
mittel	367 27.3%
unwichtig	99 7.4%
Gesamt	1345 100.0%

	GESAMT
FREIHEIT	
wichtig	1136 84.3%
mittel	171 12.7%
unwichtig	41 3.0%
Gesamt	1348 100.0%

	GESAMT
EIN BEQUEMES LEBEN	
wichtig	751 56.2%
mittel	411 30.8%
unwichtig	174 13.0%
Gesamt	1336 100.0%

	GESAMT
FREUNDSCHAFT, FREUNDE HABEN	
wichtig	1220 90.1%
mittel	104 7.7%
unwichtig	30 2.2%
Gesamt	1354 100.0%

	GESAMT
FAMILIE UND KINDER wichtig	1055 78.4%
mittel	176 13.1%
unwichtig	115 8.5%
Gesamt	1346 100.0%

	GESAMT
SOZIALE SICHERHEIT wichtig	1110 82.2%
mittel	176 13.0%
unwichtig	65 4.8%
Gesamt	1351 100.0%

	GESAMT
KULTURELLES LEBEN wichtig	851 63.1%
mittel	357 26.5%
unwichtig	141 10.5%
Gesamt	1349 100.0%

	GESAMT
HILFSBEREITSCHAFT wichtig	1096 81.4%
mittel	190 14.1%
unwichtig	61 4.5%
Gesamt	1347 100.0%

	GESAMT
FREIZEIT UND ERHOLUNG wichtig	1192 88.2%
mittel	134 9.9%
unwichtig	26 1.9%
Gesamt	1352 100.0%

	GESAMT
BILDUNG wichtig	1143 84.7%
mittel	152 11.3%
unwichtig	54 4.0%
Gesamt	1349 100.0%

	GESAMT
BERUF UND ARBEIT wichtig	1093 80.9%
mittel	182 13.5%
unwichtig	76 5.6%
Gesamt	1351 100.0%

	GESAMT
UNABHÄNGIGKEIT wichtig	1152 85.7%
mittel	142 10.6%
unwichtig	51 3.8%
Gesamt	1345 100.0%

	GESAMT
FLEISS wichtig	951 70.8%
mittel	286 21.3%
unwichtig	107 8.0%
Gesamt	1344 100.0%

	GESAMT
SPASS HABEN wichtig	1170 87.0%
mittel	134 10.0%
unwichtig	41 3.0%
Gesamt	1345 100.0%

	GESAMT
GEHORSAM wichtig	457 34.2%
mittel	444 33.2%
unwichtig	435 32.6%
Gesamt	1336 100.0%

	GESAMT
REICHTUM UND WOHLSTAND wichtig	683 51.0%
mittel	426 31.8%
unwichtig	231 17.2%
Gesamt	1340 100.0%

	GESAMT
DURCHSETZUNGSFÄHIGKEIT wichtig	1027 76.9%
mittel	247 18.5%
unwichtig	62 4.6%
Gesamt	1336 100.0%

	GESAMT
VERANTWORTUNGSBEWUSSTSEIN wichtig	1155 85.9%
mittel	143 10.6%
unwichtig	47 3.5%
Gesamt	1345 100.0%

	GESAMT
EHRlichkeit wichtig	1226 90.7%
mittel	90 6.7%
unwichtig	36 2.7%
Gesamt	1352 100.0%

	GESAMT
INDIVIDUALITÄT wichtig	1116 83.5%
mittel	188 14.1%
unwichtig	32 2.4%
Gesamt	1336 100.0%

	GESAMT
DISZIPLIN wichtig	913 67.8%
mittel	316 23.5%
unwichtig	117 8.7%
Gesamt	1346 100.0%

	GESAMT
EHRGEIZ wichtig	998 74.2%
mittel	239 17.8%
unwichtig	108 8.0%
Gesamt	1345 100.0%

F19.2.: Skalenmittelwerte

	Gesamt	GESAMT
EIN AUFREGENDES LEBEN		
Mittelwert	2.2	2.2
Standardabweichung	1.0	1.0
Fallzahl	1345	1345
FREIHEIT		
Mittelwert	1.7	1.7
Standardabweichung	0.9	0.9
Fallzahl	1348	1348
EIN BEQUEMES LEBEN		
Mittelwert	2.4	2.4
Standardabweichung	1.1	1.1
Fallzahl	1336	1336
FREUNDSCHAFT, FREUNDE HABEN		
Mittelwert	1.4	1.4
Standardabweichung	0.8	0.8
Fallzahl	1354	1354
FAMILIE UND KINDER		
Mittelwert	1.8	1.8
Standardabweichung	1.1	1.1
Fallzahl	1346	1346
SOZIALE SICHERHEIT		
Mittelwert	1.7	1.7
Standardabweichung	0.9	0.9
Fallzahl	1351	1351
KULTURELLES LEBEN		
Mittelwert	2.3	2.3
Standardabweichung	1.0	1.0
Fallzahl	1349	1349
HILFSBEREITSCHAFT		
Mittelwert	1.8	1.8
Standardabweichung	0.9	0.9
Fallzahl	1347	1347
FREIZEIT UND ERHOLUNG		
Mittelwert	1.6	1.6
Standardabweichung	0.8	0.8
Fallzahl	1352	1352
BILDUNG		
Mittelwert	1.7	1.7
Standardabweichung	0.9	0.9
Fallzahl	1349	1349
BERUF UND ARBEIT		
Mittelwert	1.7	1.7
Standardabweichung	1.0	1.0
Fallzahl	1351	1351

	Gesamt	GESAMT
UNABHÄNGIGKEIT		
Mittelwert	1.6	1.6
Standardabweichung	.9	.9
Fallzahl	1345	1345
FLEISS		
Mittelwert	2.1	2.1
Standardabweichung	1.0	1.0
Fallzahl	1344	1344
SPASS HABEN		
Mittelwert	1.6	1.6
Standardabweichung	.8	.8
Fallzahl	1345	1345
GEHORSAM		
Mittelwert	3.0	3.0
Standardabweichung	1.2	1.2
Fallzahl	1336	1336
REICHTUM UND WOHLSTAND		
Mittelwert	2.5	2.5
Standardabweichung	1.1	1.1
Fallzahl	1340	1340
DURCHSETZUNGSFÄHIGKEIT		
Mittelwert	1.9	1.9
Standardabweichung	.9	.9
Fallzahl	1336	1336
VERANTWORTUNGSBEWUSSTSEIN		
Mittelwert	1.6	1.6
Standardabweichung	.9	.9
Fallzahl	1345	1345
EHRlichkeit		
Mittelwert	1.4	1.4
Standardabweichung	.8	.8
Fallzahl	1352	1352
INDIVIDUALITÄT		
Mittelwert	1.7	1.7
Standardabweichung	.8	.8
Fallzahl	1336	1336
DISZIPLIN		
Mittelwert	2.1	2.1
Standardabweichung	1.0	1.0
Fallzahl	1346	1346
EHRGEIZ		
Mittelwert	2.0	2.0
Standardabweichung	1.0	1.0
Fallzahl	1345	1345

1 = sehr wichtig / 5 = vollkommen unwichtig

F19.3.: Faktorenwerte

	Gesamt	GESAMT
INSTRUMENTALITÄT		
Mittelwert	.0	.0
Standardabweichung	1.0	1.0
Fallzahl	1275	1275
SOZIALE BINDUNGEN		
Mittelwert	.0	.0
Standardabweichung	1.0	1.0
Fallzahl	1275	1275
EASY LIVING		
Mittelwert	.0	.0
Standardabweichung	1.0	1.0
Fallzahl	1275	1275
INDIVIDUALITÄT		
Mittelwert	.0	.0
Standardabweichung	1.0	1.0
Fallzahl	1275	1275

F20.: Welche drei Medien haben Sie in den letzten 14 Tagen in den einzelnen Medienkategorien jeweils am häufigsten genutzt?

	GESAMT
TAGESZEITUNGEN	
Lausitzer Rundschau	204 22.7%
20 Cent	85 9.5%
Bild	186 20.7%
Der Märkische Bote	8 .9%
Tageszeitung	23 2.6%
Berliner Zeitung	216 24.0%
Berliner Morgenpost	81 9.0%
Tagesspiegel	53 5.9%
Financial Times	7 .8%
Berliner Kurier	39 4.3%
Die Welt	29 3.2%
FAZ	49 5.5%
Die Zeit	11 1.2%
Frankfurter Allgemeine	23 2.6%
Mitteldeutsche Zeitung	24 2.7%
Sächsische Zeitung	73 8.1%
Handelsblatt	7 .8%
Süddeutsche Zeitung	60 6.7%
Wochenkurrier	14 1.6%
Wochenspiegel	8 .9%
Volksstimme	3 .3%
Neues Deutschland	4 .4%
Dresden Morgenpost	53 5.9%
LVZ (Leipziger...)	50 5.6%
MZ (Mitteldeutsche Zeitung)	71 7.9%
MAZ	50 5.6%
PNN	15 1.7%
Potsdamer am Sonntag	8 .9%
SONSTIGES	
Gesamt	15 1.7%
	899 100.0%

	GESAMT
ZEITSCHRIFTEN	
Focus	65 9.6%
Spiegel	110 16.2%
Bravo	68 10.0%
Eulenspiegel	5 .7%
Wirtschaftswoche	7 1.0%
Chip	9 1.3%
C'T	18 2.6%
Glamour	30 4.4%
NEON	12 1.8%
Jolie	17 2.5%
Auto Bild	18 2.6%
PC-Zeitschrift	27 4.0%
TV-Zeitschrift (Spielfilm)	47 6.9%
Brand Eins	5 .7%
Stern	76 11.2%
YAM	25 3.7%
Gala	9 1.3%
Bunte	15 2.2%
National Geographic	13 1.9%
Gamestar	10 1.5%
Null Drei Null30	10 1.5%
Stiftung Warentest	9 1.3%
P.M.	33 4.9%
Tip	18 2.6%
Zitty	14 2.1%
Bild der Frau	17 2.5%
TV Movie	28 4.1%
Skip	14 2.1%
TV Today	9 1.3%
Shape	5 .7%

Kicker	8 1.2%
Sport-Bild	16 2.4%
Maxim	8 1.2%
Micky Maus	8 1.2%
Cosmopolitan	20 2.9%
FHM	18 2.6%
Super-Ilu	28 4.1%
Playboy	26 3.8%
Young	20 2.9%
Joy	24 3.5%
Popcorn	10 1.5%
In Style	12 1.8%
Auto-Motor-Sport	11 1.6%
ADAC-Zeitung	8 1.2%
Herrmann	5 .7%
Cinema	9 1.3%
Geo	19 2.8%
Mathador	10 1.5%
Freundin	8 1.2%
Capital	6 .9%
Brigitte	8 1.2%
Girl	10 1.5%
Computer Bild	12 1.8%
Events (Potsd. Stadtm.)	9 1.3%
SONSTIGES	96 14.1%
Gesamt	680 100.0%

	GESAMT
TV-SENDER RTL	580 54.5%
MTV	129 12.1%
N-TV	33 3.1%
Arte	54 5.1%
Eurosport	10 .9%
ARD	221 20.8%
ZDF	138 13.0%
PRO 7	672 63.1%
NDR	8 .8%
WDR	10 .9%
N 24	34 3.2%
Sat 1	339 31.8%
Vox	197 18.5%
RTL 2	136 12.8%
XXP	21 2.0%
Viva 2	11 1.0%
DSF	34 3.2%
Phoenix	8 .8%
Viva	39 3.7%
Kabel 1	69 6.5%
3 Sat	24 2.3%
RBB	42 3.9%
MDR	25 2.3%
KIKA	8 .8%
Premiere	22 2.1%
Super RTL	18 1.7%
SONSTIGES	14 1.3%
Gesamt	1065 100.0%

	GESAMT
HÖRFUNKSENDER 94,3 RS 2	115 11.3%
BB Radio	164 16.2%
94,5 Cottbus	69 6.8%
Fritz	257 25.3%
Radio Multi Kulti	6 .6%
88,8	6 .6%
Deutschland Funk	22 2.2%
Kiss FM	113 11.1%
Jam FM	30 3.0%
RTL Radio (104,6)	216 21.3%
Star FM	14 1.4%
Radio 1	128 12.6%
Energy	231 22.8%
Paradiso	18 1.8%
Antenne Brandenburg	35 3.5%
Lausitz Radio	9 .9%
Info-Radio	24 2.4%
Berliner Rundfunk	38 3.7%
Klassik Radio	17 1.7%
Jump FM	161 15.9%
Radio PSR	90 8.9%
Spreeradio	10 1.0%
Sunshine live	11 1.1%
Deutschlandradio Berlin	7 .7%
Sputnik	91 9.0%
SAW	77 7.6%
Radio-Brocken	30 3.0%
Rockland	17 1.7%
Eins-Live	9 .9%
RTL Radio (89,0)	16 1.6%

MDR-Sachsen	34 3.4%
RSA	6 .6%
SONSTIGES	35 3.5%
Gesamt	1014 100.0%

F21: Geschlecht

	GESAMT
weiblich	776 56.9%
männlich	588 43.1%
Gesamt	1364 100.0%

F22: Alter

	GESAMT
bis 15 Jahre	97 7.2%
16 bis 20 Jahre	367 27.3%
21 bis 25 Jahre	379 28.2%
26 bis 30 Jahre	187 13.9%
31 bis 35 Jahre	90 6.7%
36 bis 50 Jahre	165 12.3%
51 Jahre und älter	57 4.2%
Gesamt	1342 100.0%

	Gesamt	GESAMT
Mittelwert	26.2	26.2
Standardabweichung	10.8	10.8
Fallzahl	1354	1354

F24: Welche abgeschlossene Schulbildung haben Sie?

	GESAMT
(noch) ohne Abschluß	188 13.8%
8-klass. Schule	14 1.0%
10-klass. Schule	503 37.0%
Abitur	419 30.9%
Hochschulstudium	174 12.8%
Sonstiges	60 4.4%
Gesamt	1358 100.0%

F25: Sind Sie erwerbstätig?

	GESAMT
voll berufstätig	490 36.3%
Teilzeitarbeit	76 5.6%
nicht berufstätig	32 2.4%
arbeitslos	77 5.7%
in Ruhestand	33 2.4%
Schüler, Student	467 34.6%
in Berufsausbildung	137 10.2%
Sonstiges	37 2.7%
Gesamt	1349 100.0%

F26: Persönliches monatliches Nettoeinkommen

	GESAMT
bis Euro 500,-	427 39.2%
501,- bis 1.000,-	240 22.0%
1.001,- bis 1.500,-	197 18.1%
1.501,- bis 2.000,-	109 10.0%
2.001,- bis 2.500,-	43 3.9%
2.501,-bis 3.000,-	18 1.7%
Euro 3.001,- und mehr	55 5.1%
Gesamt	1089 100.0%