

BOOMTOWNSURVEY 2006

20 Fragen zum Dokumentarfilm

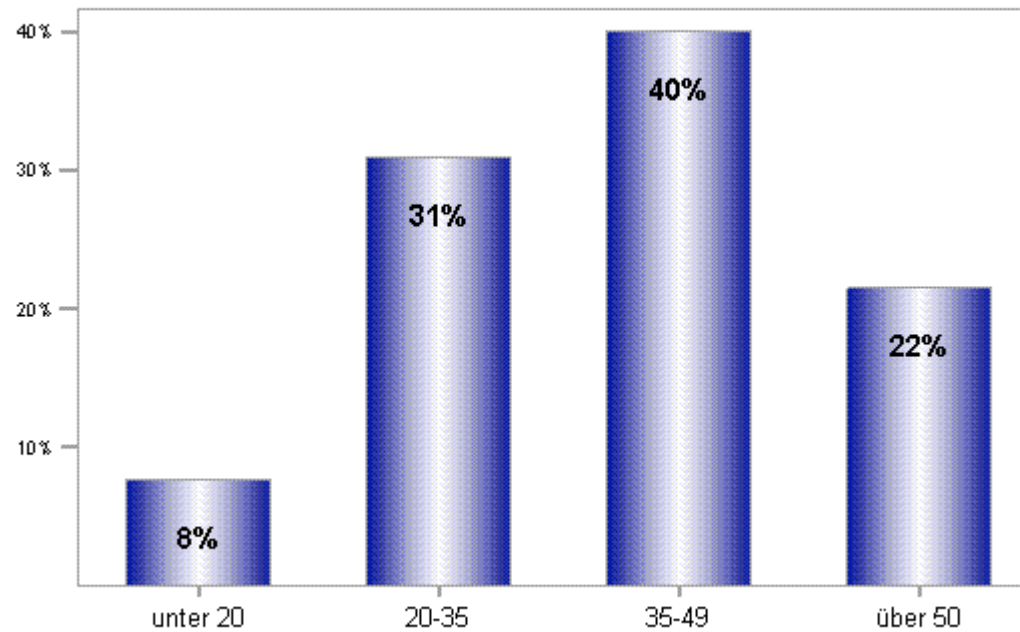
ERGEBNIS der ONLINE UMFRAGE | www.survey.boomtownmedia.de
Graphische Auswertung der Daten mit Kommentaren

Berlin, März 2006

Charakterisierung der Befragten

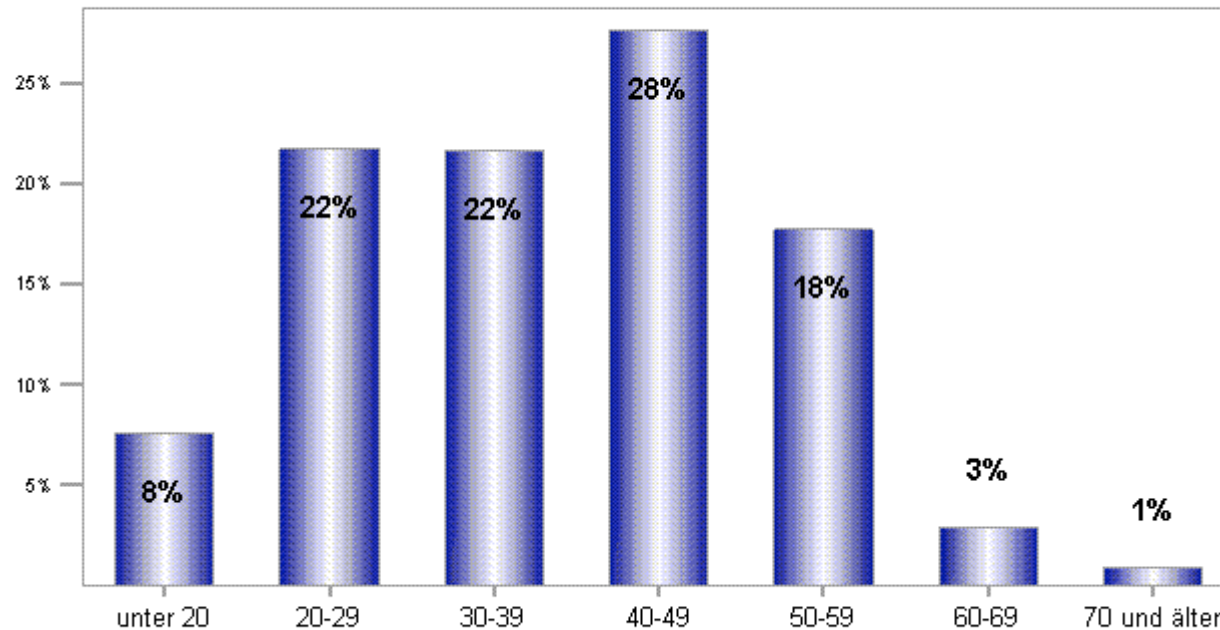
Altersverteilung (1)

- Altersklassen



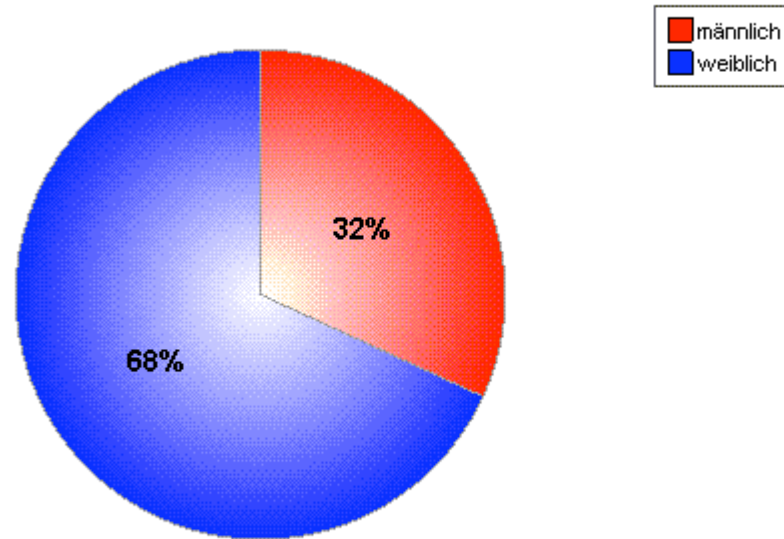
Insgesamt wurden 900 Fragebögen ausgewertet.

Altersverteilung (2)



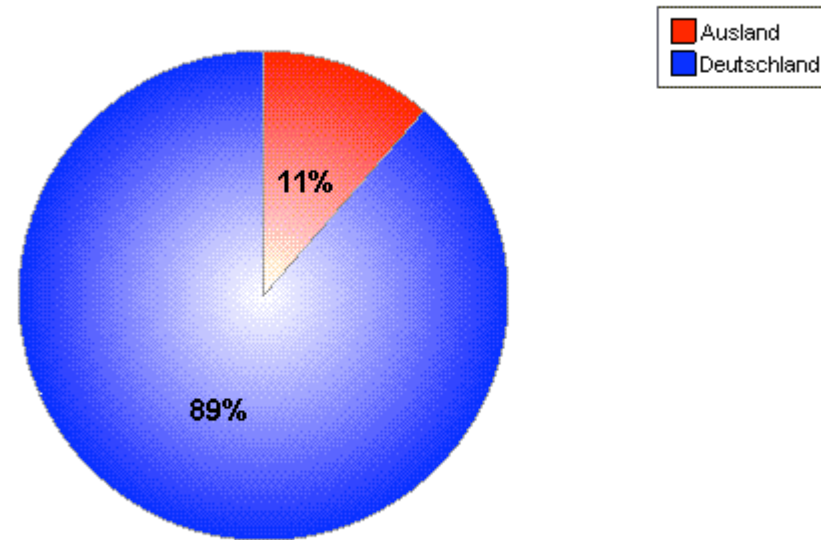
- **Die Altersverteilung ist sehr ausgewogen und entspricht im Wesentlichen der Bevölkerungspyramide.**
- Eine Onlineumfrage kann die Altersverteilung der Gesellschaft allerdings nicht ganz perfekt widerspiegeln, da die Älteren mit dem Medium weniger vertraut sind.

Geschlecht



- **Es haben überproportional viele Frauen an der Umfrage teilgenommen.**
(Gesamtbevölkerung: 51% Frauen, Quelle: Statistisches Bundesamt)

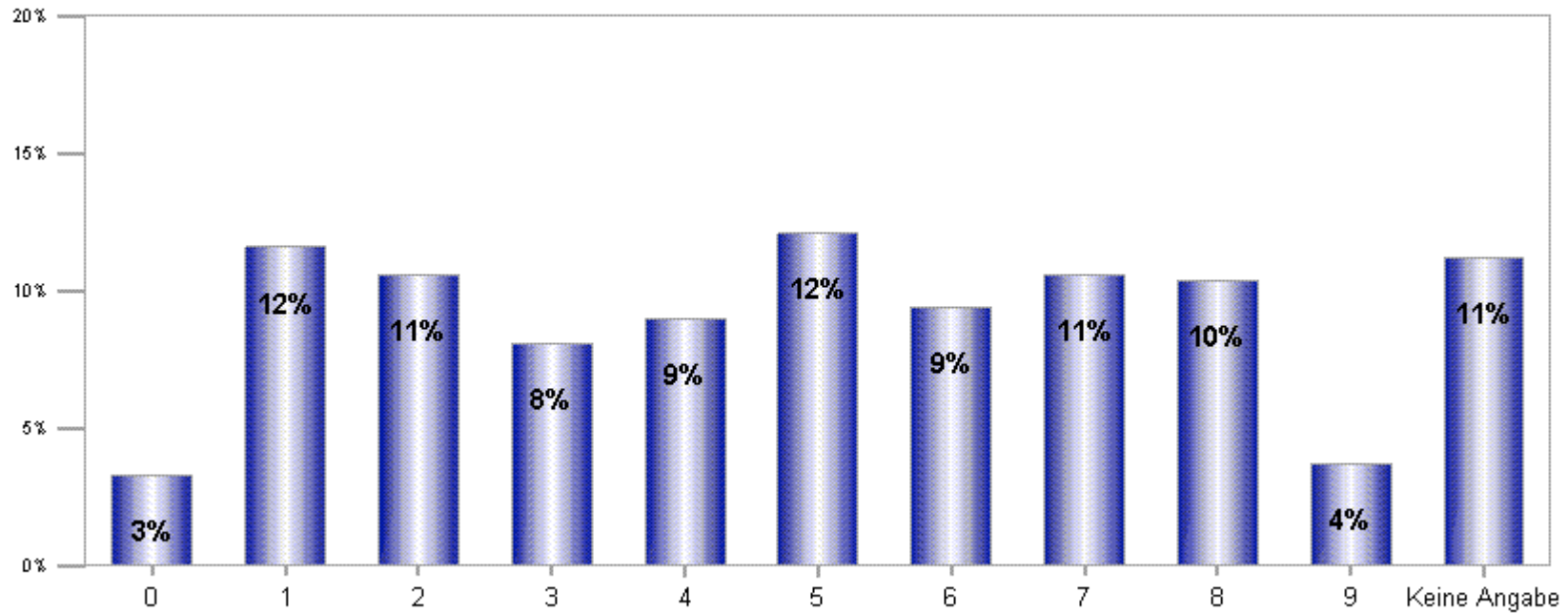
Wohnort (Land)



- Die ausländischen Teilnehmer stammen bis auf Einzelfälle zu etwa gleichen Teilen aus Österreich und der Schweiz.

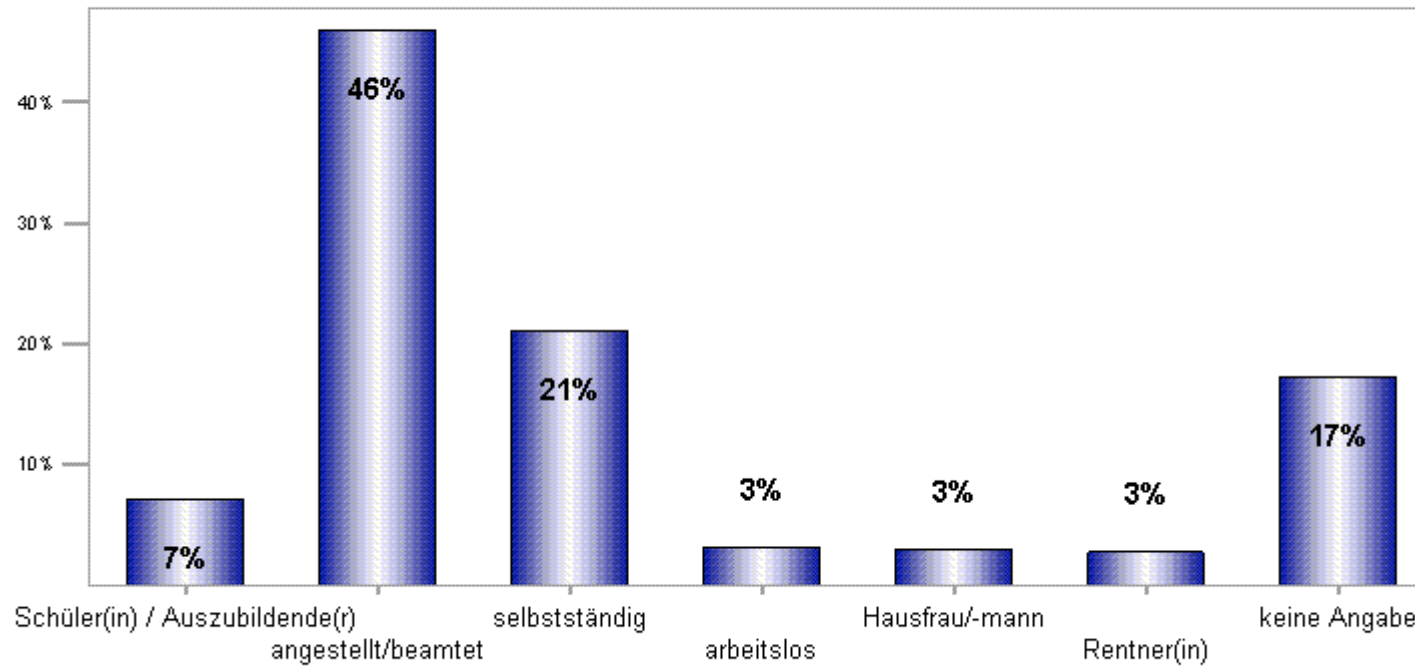
Wohnort (PLZ-Gebiete)

- Aufteilung der Teilnehmer in PLZ-Bereiche (1-9)



- Die deutschen Teilnehmer verteilen sich sehr ausgewogen auf die verschiedenen PLZ-Bereiche.

Beschäftigung

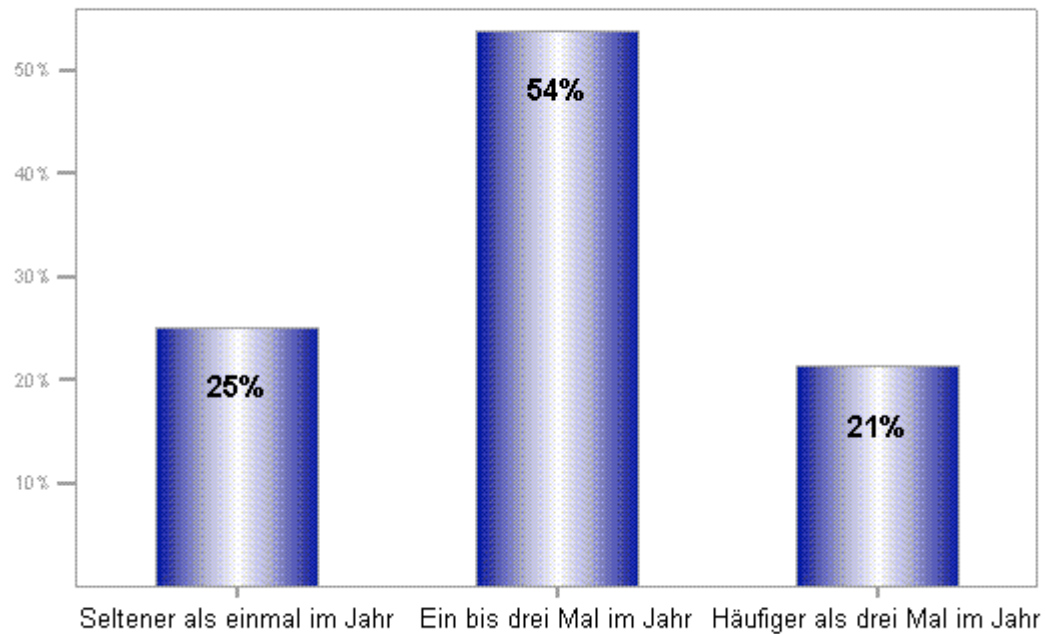


- Das Ergebnis zeigt, dass die große Mehrheit der Teilnehmer berufstätig ist.

Der Dokumentarfilm im Kino und auf DVD

Häufigkeit des Kinobesuchs

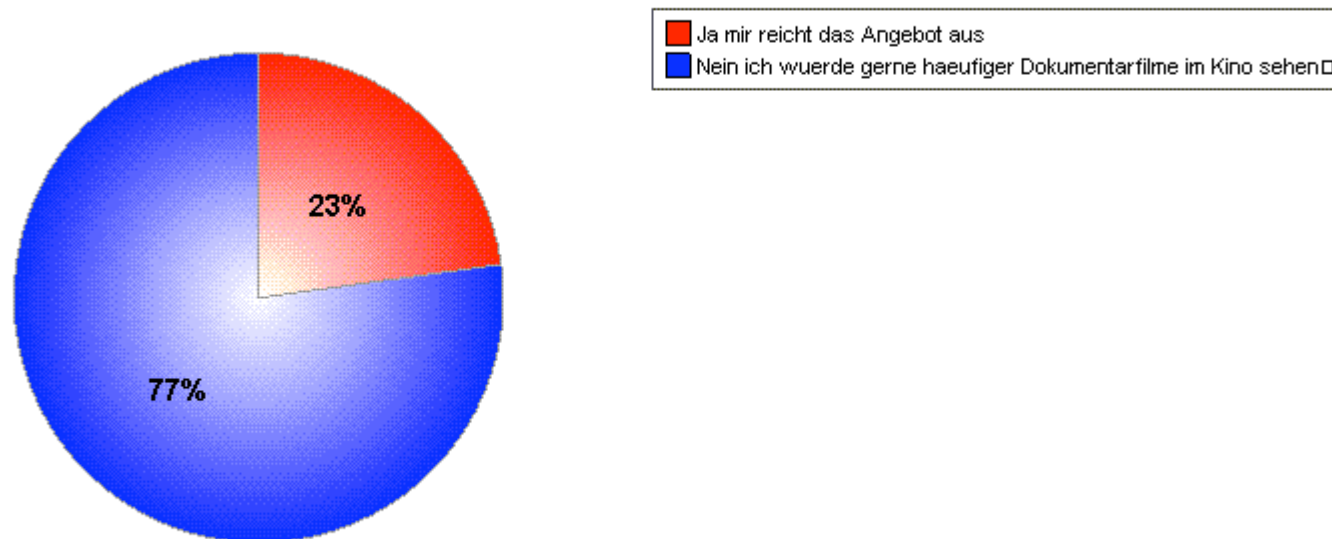
- Wie oft schauen Sie sich bewusst Dokumentarfilme im Kino an?



- Interessant ist hier die Symmetrie der Stichprobe, die veranschaulicht, dass ganz offenbar nicht nur absolute Dokumentarfilmfans mitgemacht haben, sondern auch genauso viele ‚relative Laien‘.

Dokumentarfilm im Kino

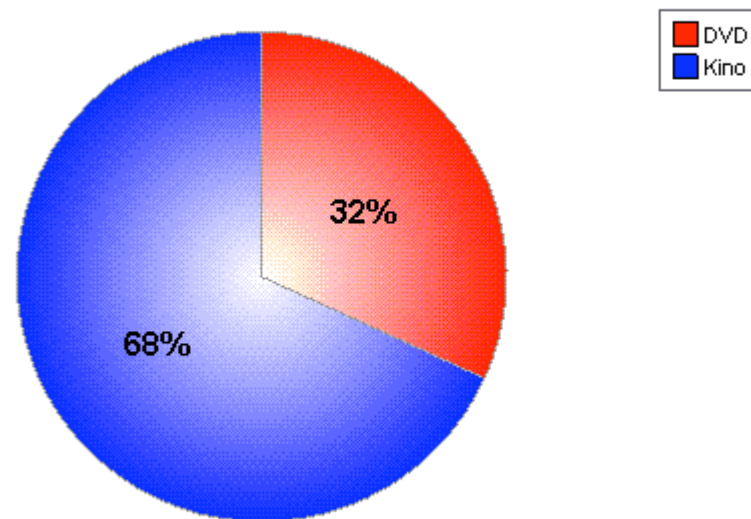
- Gibt es genug Dokumentarfilme im Kino?



- Das Ergebnis zeigt eindeutig, dass es einen starken Bedarf nach Dokumentarfilmen im Kino gibt.

Kino und DVD (1)

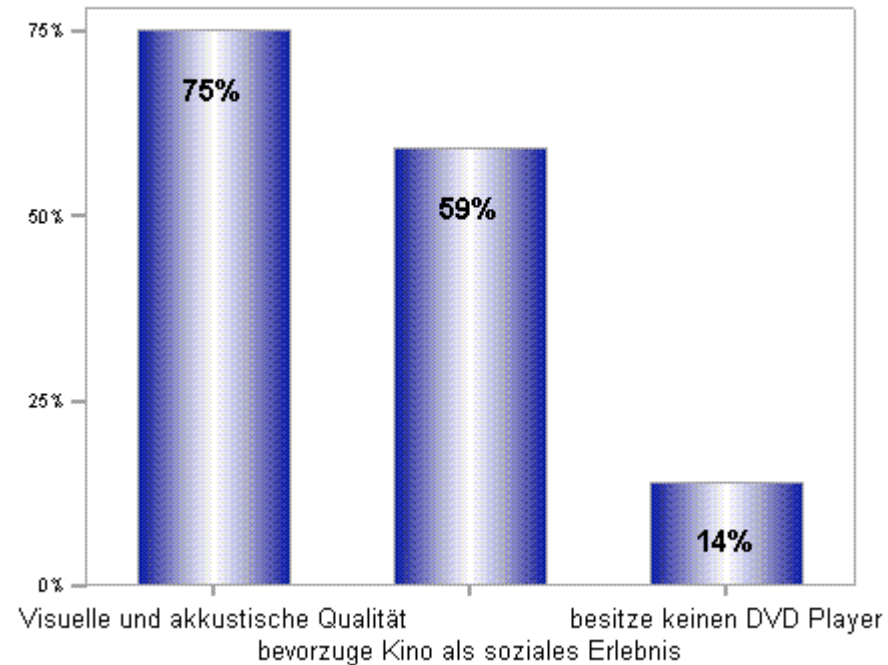
- **Schauen Sie Dokumentarfilme in der Regel lieber im Kino oder auf DVD?**



- **Das Ergebnis zeigt eindeutig, dass das Kino nach wie vor der favorisierte Ort für das Medium Film ist.**

Kino und DVD (2)

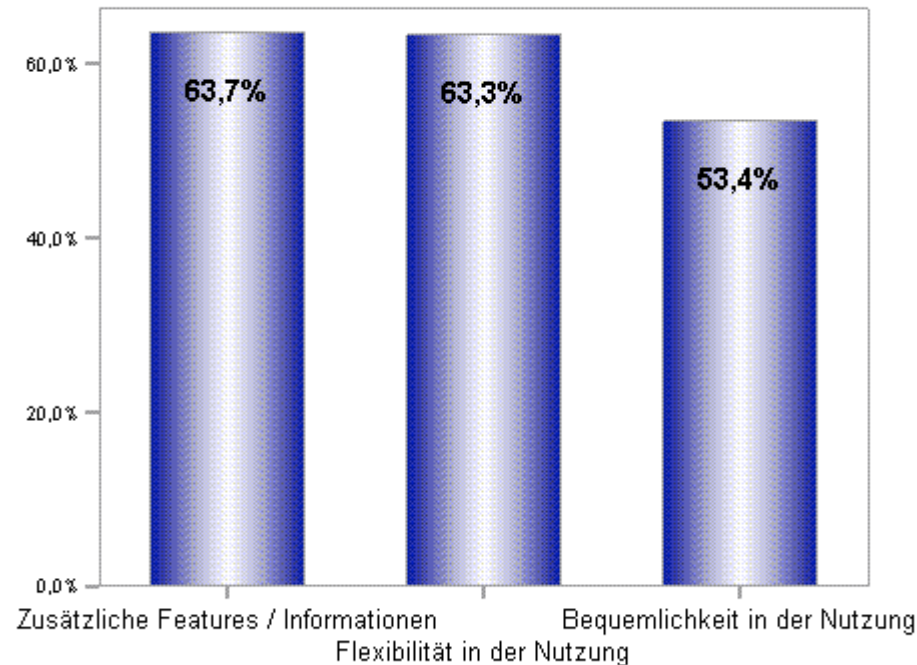
- Warum bevorzugen Sie das Kino?



- Die Teilnehmer, die angaben, Dokumentarfilme lieber im Kino als auf DVD zu sehen, wurden nach den Gründen Ihrer Wahl befragt. Mehrfachnennungen waren möglich, deshalb liegt die Summe der Prozente über 100.
- Im Ergebnis wird deutlich, dass die Bevorzugung des Kinos nach wie vor an den klassischen Vorzügen des Kinos liegt.

Kino und DVD (3)

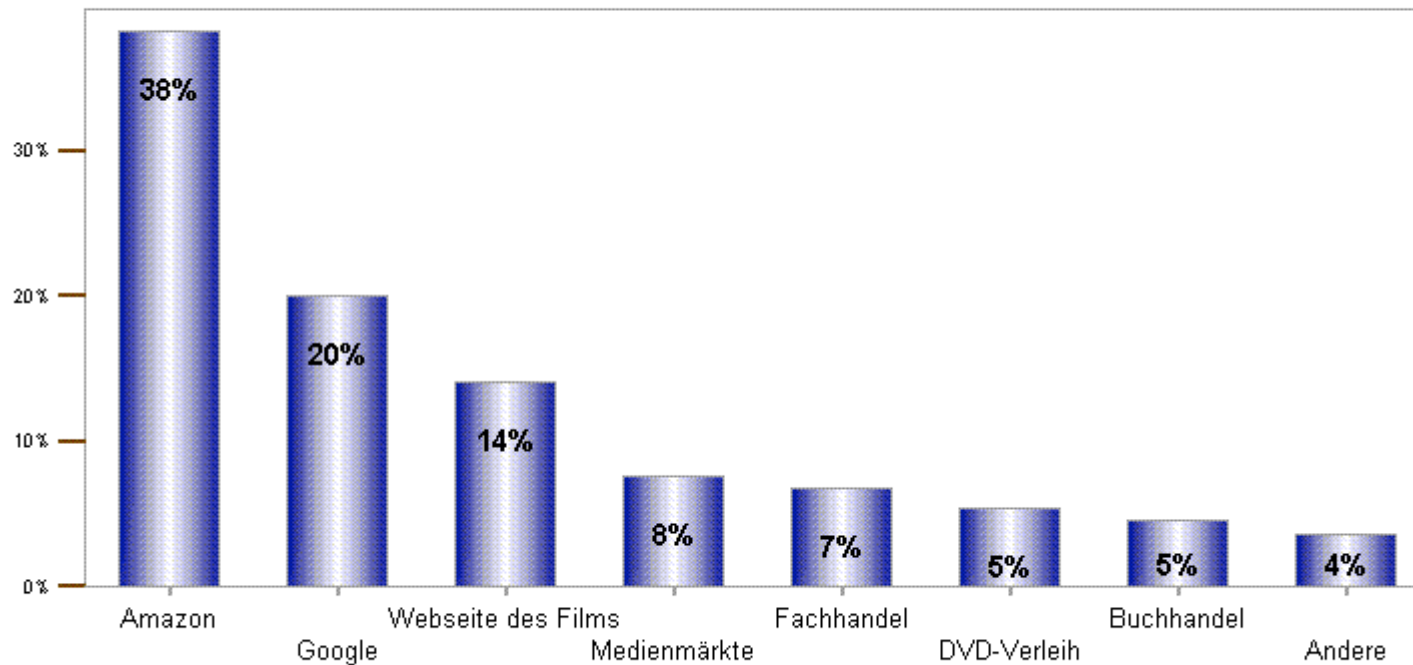
■ Warum bevorzugen Sie DVD? TOP 3 Gründe



- Die Teilnehmer, die angaben, Dokumentarfilme lieber auf DVD als im Kino zu sehen, wurden nach den Gründen ihrer Wahl befragt.
- Die größte Zustimmung erhielten die oben aufgeführten Gründe. Besonders wichtig ist also auch bei Dokumentarfilm DVDs die Ausstattung mit Zusatzfeatures. Des weiteren punktet die DVD gegenüber dem Kino vor allem im Hinblick auf Flexibilität und Bequemlichkeit.

DVD Kauf – bevorzugte Anlaufstellen

- Wo würden Sie zuerst nach der DVD eines Dokumentarfilms suchen?



- Es war nur eine Antwort möglich bei dieser Frage, deshalb summieren sich die Balken zu 100%.
- Das Internet ist für 72% der Befragten das bevorzugte Medium um eine Dokumentarfilm DVD zu finden.

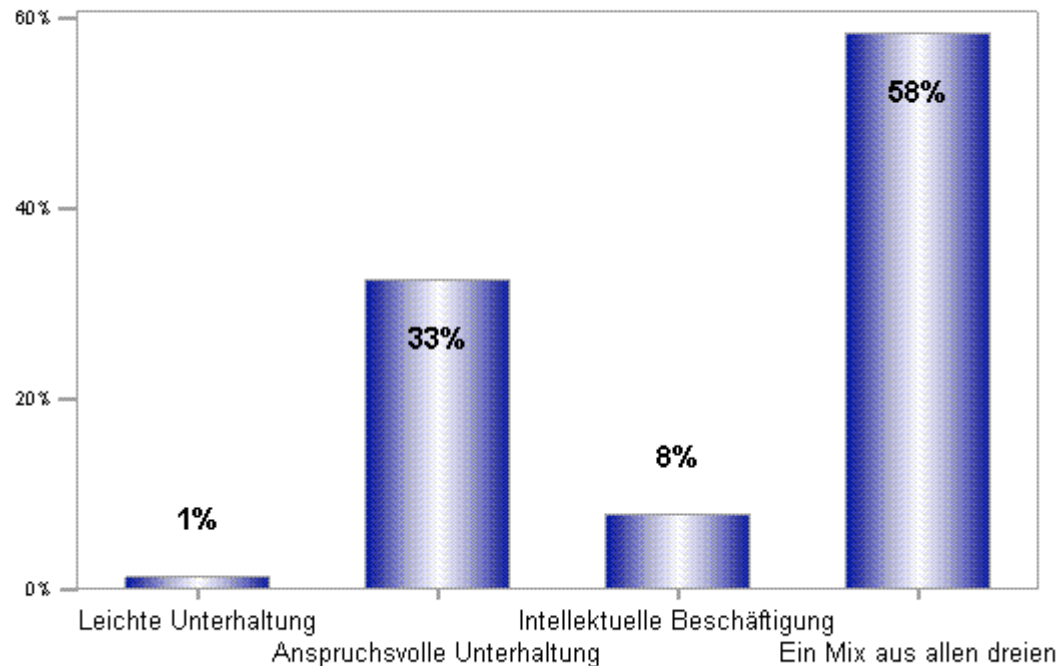
Kino und DVD - Fazit

- Dokumentarfilmzuschauer sind loyale Kinogänger, die zu gut zwei Dritteln den Kinobesuch der DVD vorziehen.
- Allerdings haben beide Verbreitungsformen ihre Berechtigung für den Dokumentarfilm, da besonders Zusatzfeatures sowie die Flexibilität in der Nutzung bei DVDs geschätzt werden. Ein Nutzen, den das Kino in der Regel nicht bietet.

Inhaltliche Fragen zum Dokumentarfilm

Unterhaltungsbedürfnis beim Kinobesuch allgemein

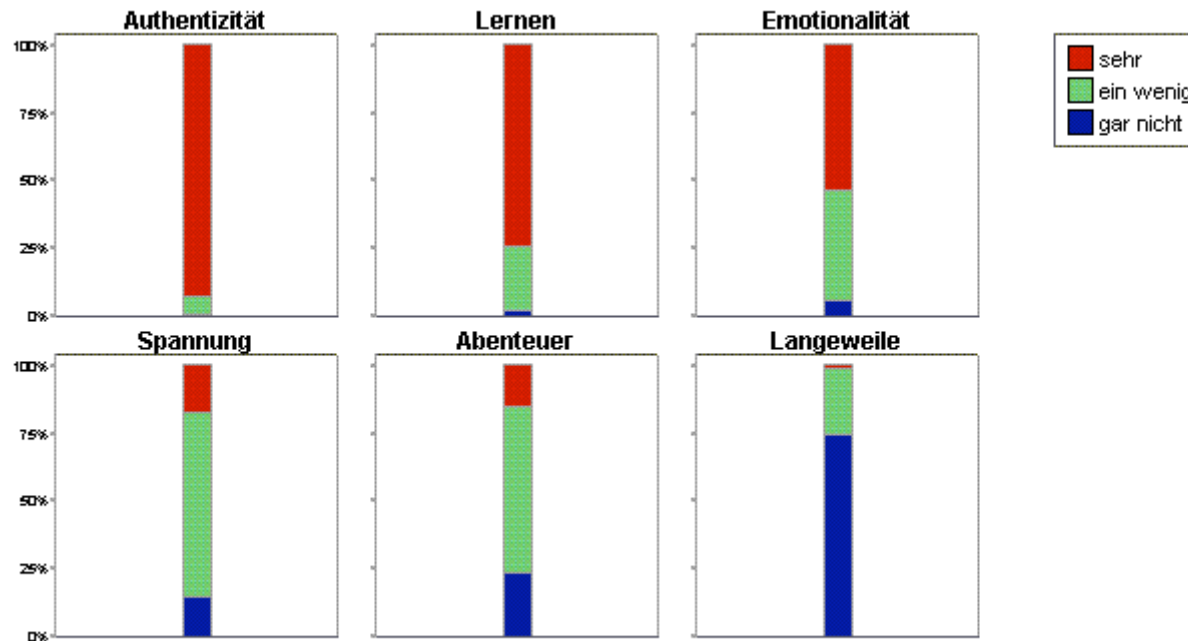
- Welche Form der Unterhaltung suchen Sie am ehesten bei einem Kinobesuch?



- Hier wurde allgemein nach dem Unterhaltungsbedürfnis bei Kinobesuchen gefragt.
- Interessant ist, dass die Teilnehmer leichte Unterhaltung fast komplett ablehnen (bei 900 Befragten). Genauso wenig wollen sie aber mit hoch intellektueller Darstellungsweise gelangweilt oder überfordert werden. Gefragt ist anspruchsvolle Unterhaltung, die gerne auch leichtere oder schwer verdaulichere Elemente enthalten darf, solange sie nicht mehrheitlich in eine Richtung kippt.
- Dokumentarfilme sind ideal geeignet, genau diesen Mix zu bieten.

Dokumentarfilmassoziationen (1)

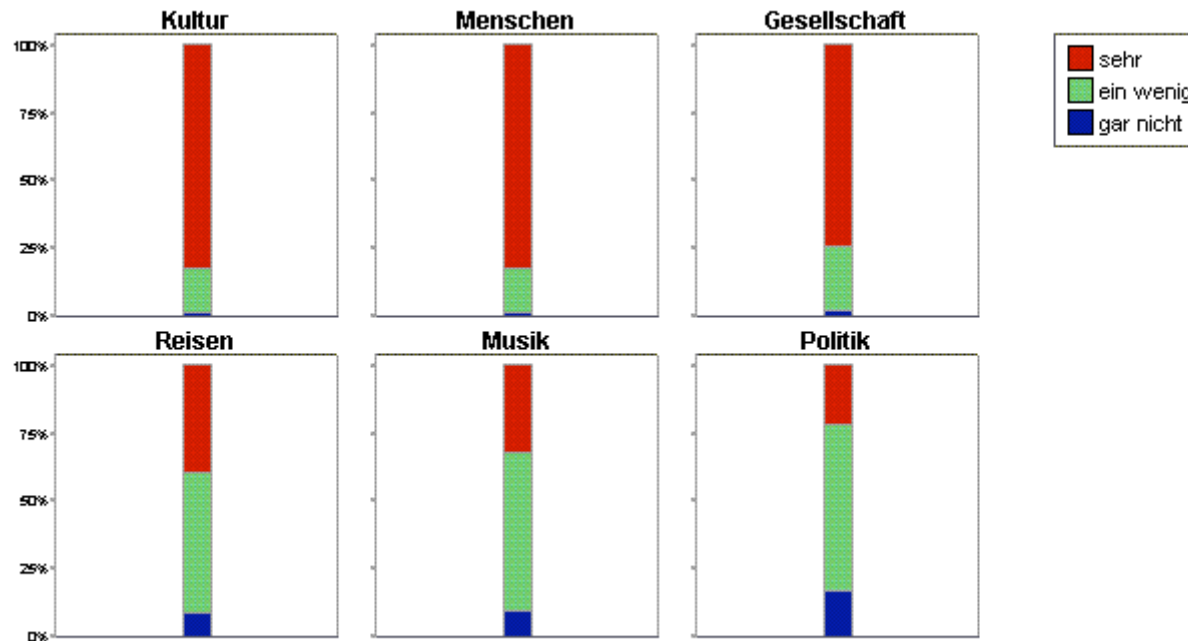
- Welche Assoziationen verbinden Sie typischer Weise mit dem Begriff Dokumentarfilm? Thematische Assoziationen



- Die Balken funktionieren wie eine Art Fieberthermometer. Je mehr rot, desto stärker die Assoziation (basierend auf der Anzahl der Teilnehmer, die in Bezug auf den Begriff mit ‚gar nicht‘, ‚ein wenig‘ oder ‚sehr‘ gestimmt haben).
- Von links oben nach rechts unten verläuft die Reihe von der stärksten zur schwächsten Assoziation.

Dokumentarfilmassoziationen (2)

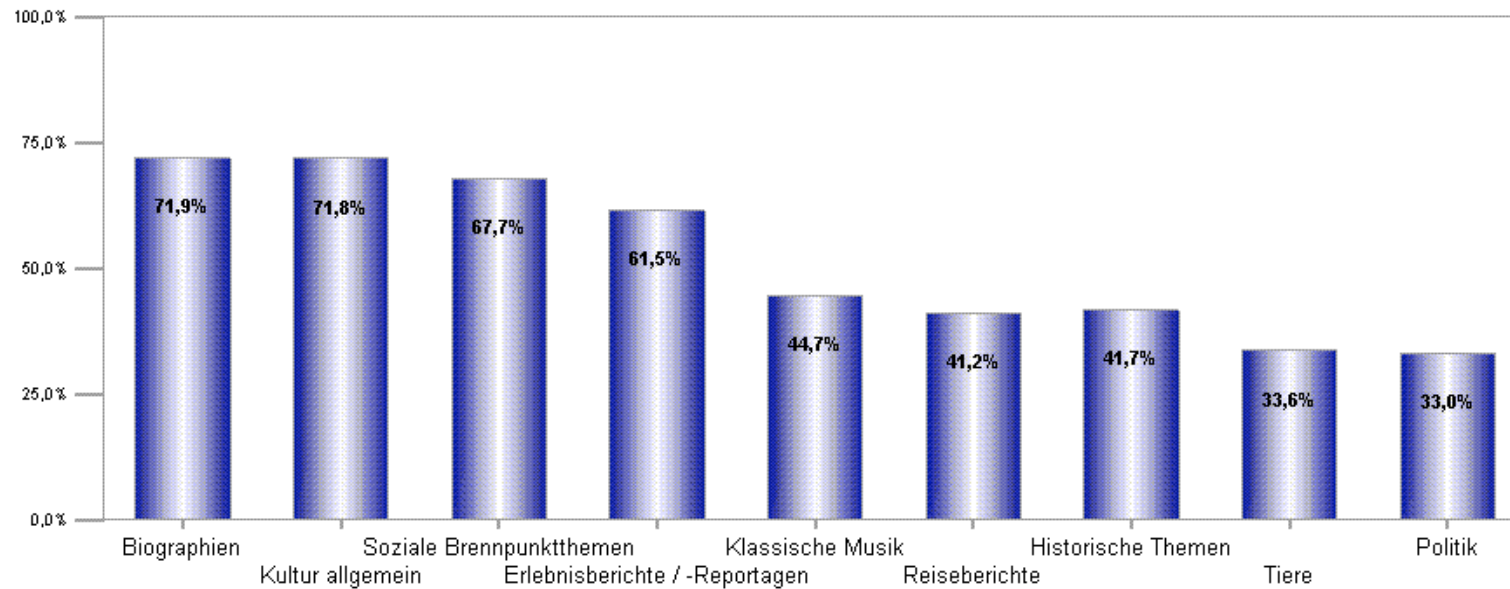
- Welche Assoziationen verbinden Sie typischer Weise mit dem Begriff Dokumentarfilm? Thematische Assoziationen



- Die Balken funktionieren wie eine Art Fieberthermometer. Je mehr rot, desto stärker die Assoziation (basierend auf der Anzahl der Teilnehmer, die in Bezug auf den Begriff mit ‚gar nicht‘, ‚ein wenig‘ oder ‚sehr‘ gestimmt haben).
- Von links oben nach rechts unten verläuft die Reihe von der stärksten zur schwächsten Assoziation.

Dokumentarfilmthemen

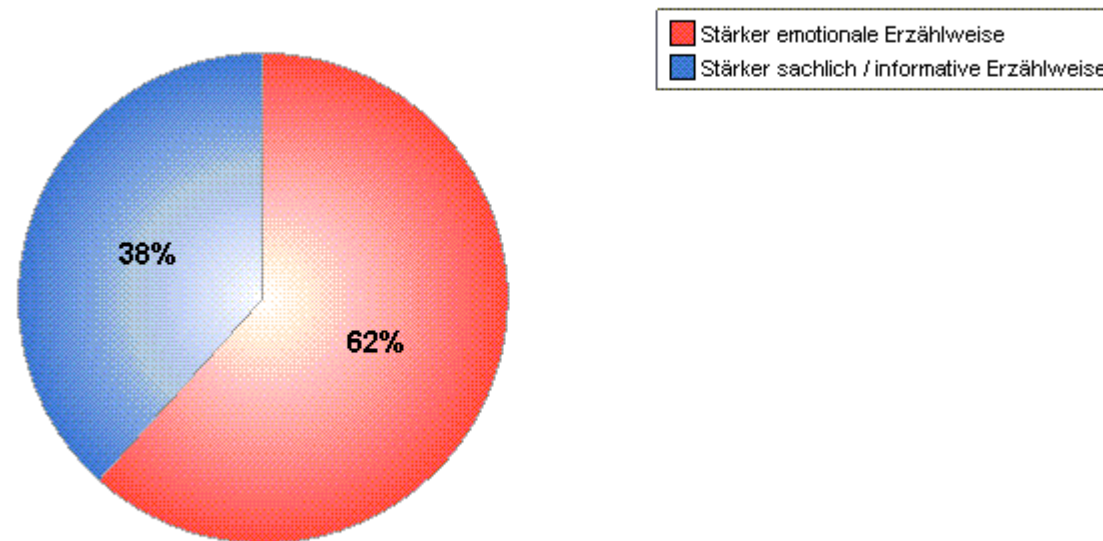
- Welche Dokumentarfilmthemen sprechen Sie besonders an?



- Die Balken stellen dar, wie viel Prozent der Teilnehmer die einzelnen Themen für besonders ansprechend halten.
- Soziale und kulturelle Themen stehen dabei im Mittelpunkt des Interesses.

Erzählformen des Dokumentarfilms

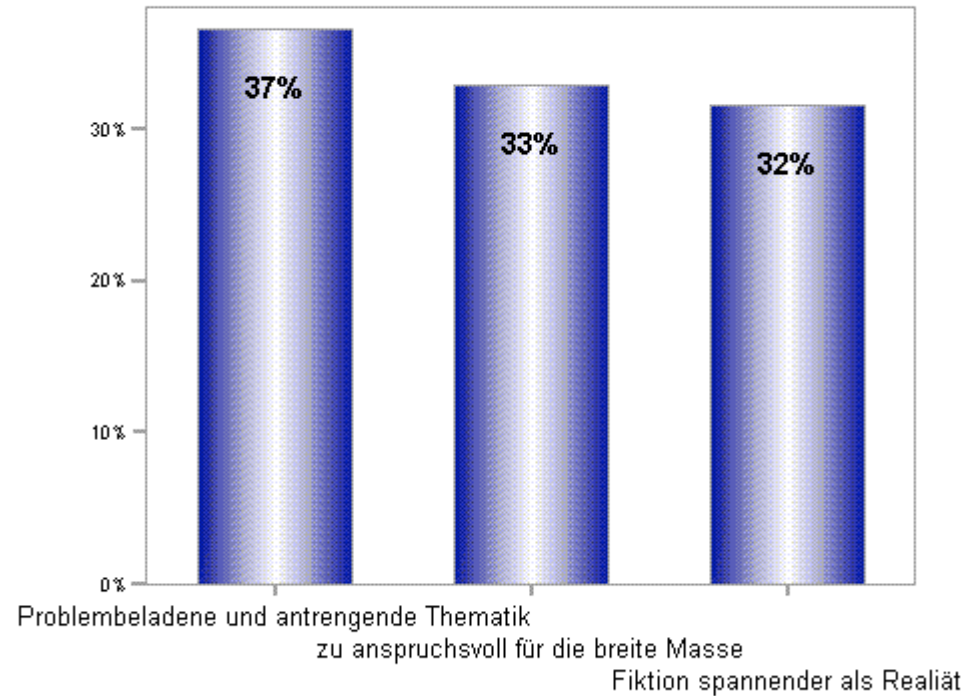
- Bevorzugen Sie beim Dokumentarfilm eher eine emotionale oder sachliche Erzählweise?



- Das Ergebnis passt zu den Dokumentarfilmassoziationen und Themenvorlieben der Teilnehmer.

Geringe Popularität – die drei häufigsten Gründe

- Was halten Sie persönlich für die drei häufigsten Gründe, warum Dokumentarfilme nur ein Nischenpublikum ansprechen?



- Die Antworten können auch dahingehend interpretiert werden, dass sie die Defizite des Dokumentarfilmangebots zur Zeit aus Sicht der Zuschauer beschreiben.

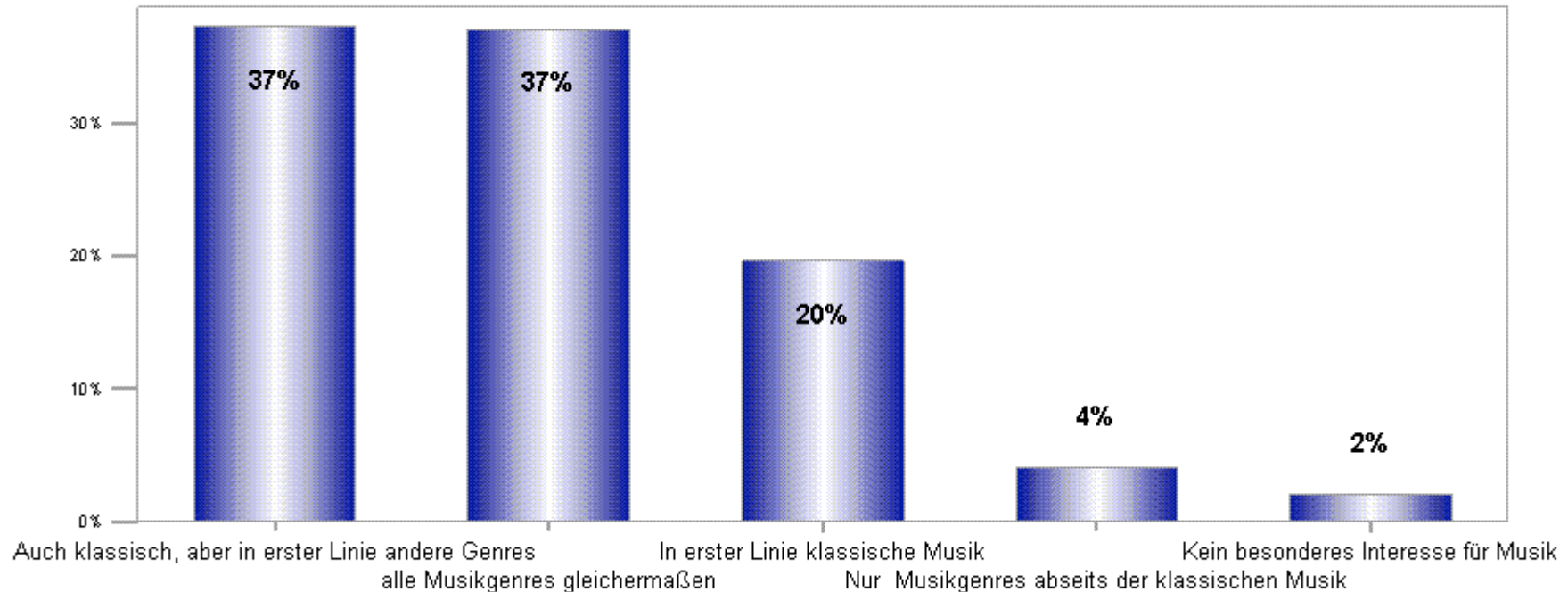
Fazit – Inhaltliche Fragen zum Dokumentarfilm

- Die Antworten der Teilnehmer weisen eindeutig auf einen Wunsch des Dokumentarfilmpublicums nach stärker emotional involvierenden Filmen mit soziokulturellem Themenschwerpunkt hin.
- Authentizität bleibt dabei ein entscheidendes Qualitätskriterium, an dem sich jeder Dokumentarfilm messen lassen muss.
- Eine allzu nüchterne, problematisierende Erzählweise wird als Hürde wahrgenommen, die den Dokumentarfilm auch daran hindert, ein breiteres Publikum zu erreichen.
- Offenbar kann der Dokumentarfilm auch vom Spielfilm lernen: Spannung und Abenteuer sind derzeit keine typischen Assoziationen, gleichzeitig drückt sich aber in der hohen Zustimmung zur Aussage „Fiktion ist spannender als Realität“ der Wunsch nach mehr Spannung aus.

Soziodemographie und Musikinteresse

Musikinteresse

- Wie würden Sie Ihr persönliches Musikinteresse charakterisieren?



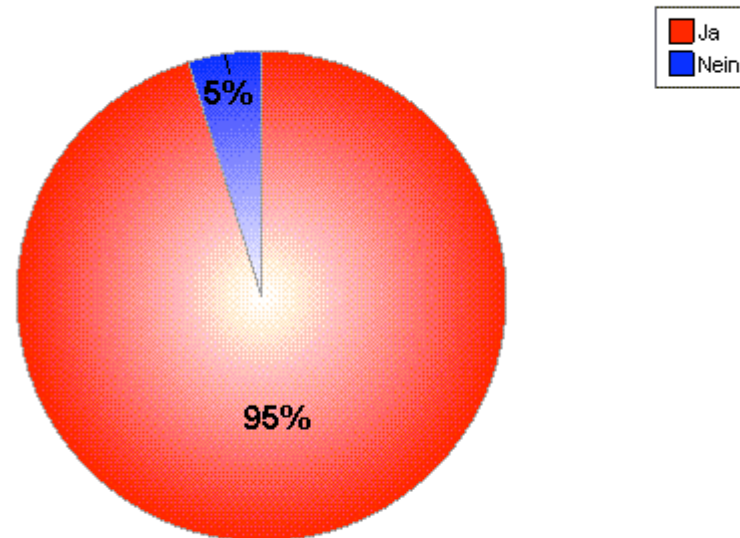
- Es fällt sofort ins Auge, dass der Fragebogen mitnichten mehrheitlich von Klassikfans ausgefüllt wurde. Ca. 3/4 der Teilnehmer interessieren sich auch, aber nicht in erster Linie für klassische Musik.
- Da ca. 95% der Teilnehmer den Film RHYTHM IS IT! bereits gesehen haben, lässt sich im Umkehrschluss sagen, dass der Film nicht im speziellen ausgesprochene Klassikfans angezogen hat.

RHYTHM IS IT!

BOOMTOWNMEDIA

Stichprobe: Kennerschaft RHYTHM IS IT!

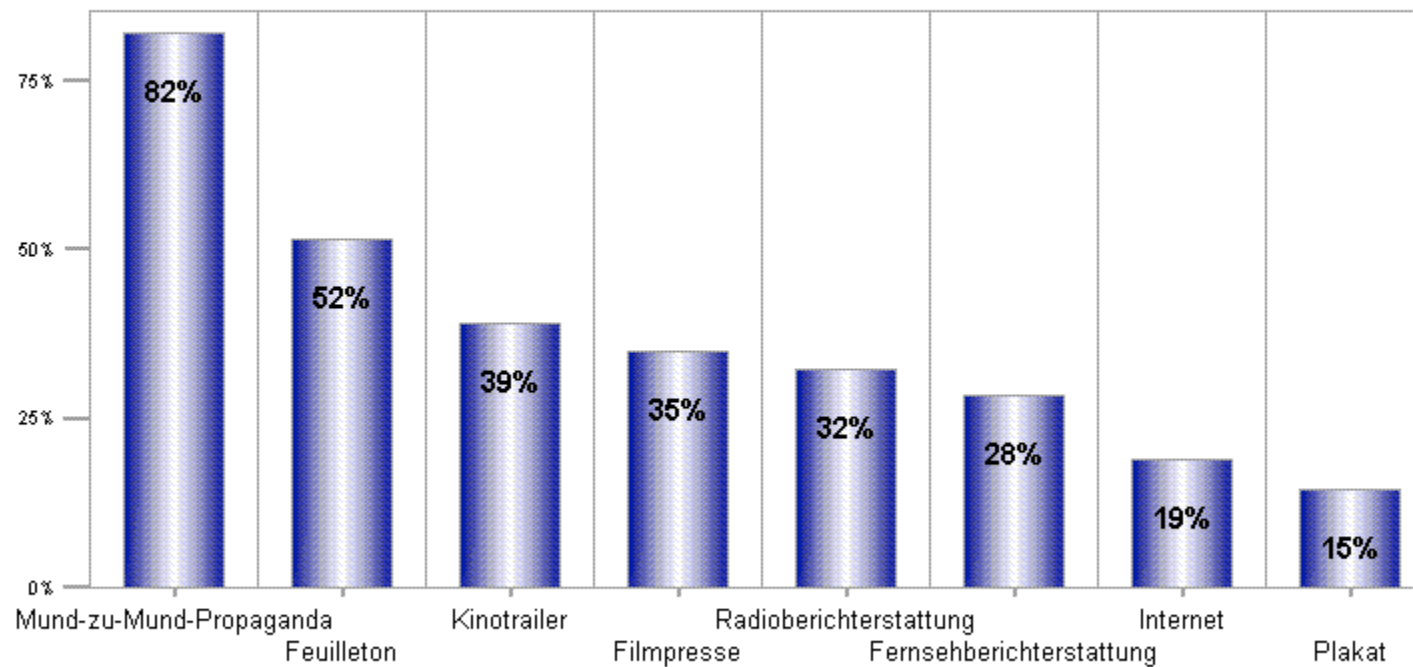
- Haben Sie den Film ‚RHYTHM IS IT!‘ bereits gesehen?



- 845 der 900 Teilnehmer haben den Film bereits gesehen.
Für die Fragen 15-19 gelten diese 845 als 100%.

Informationsquellen Kino allgemein

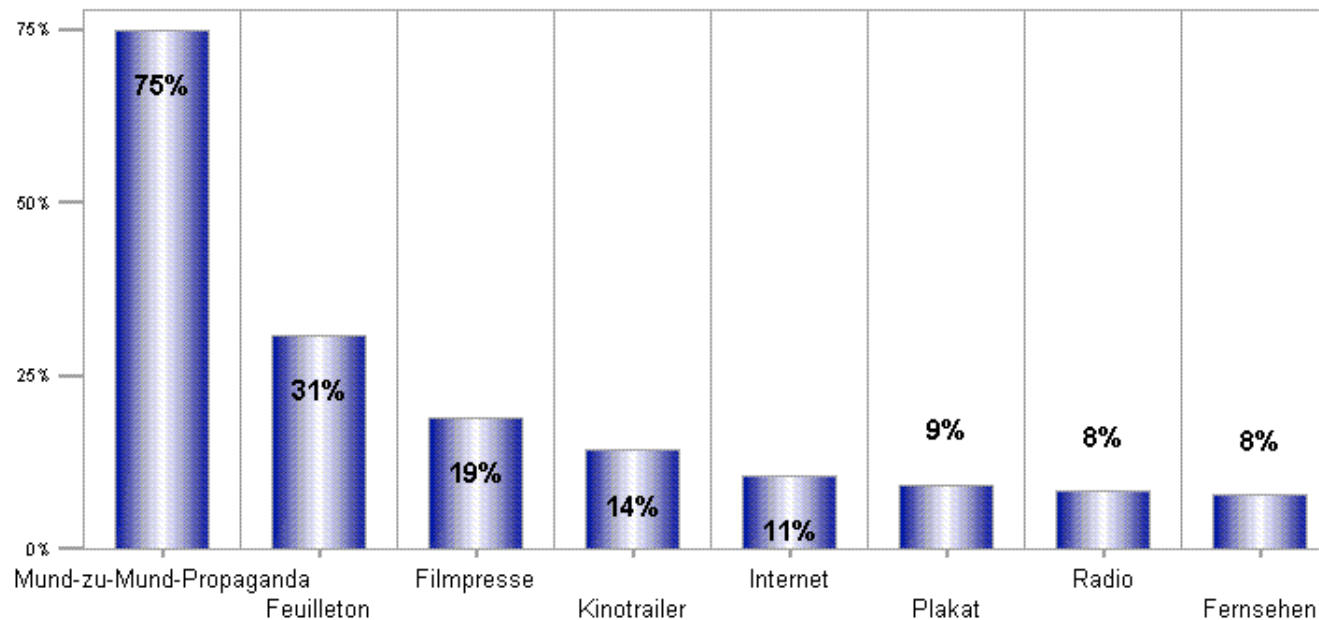
- Welche der folgenden Informationsquellen beeinflussen in der Regel maßgeblich Ihre Entscheidung, in einen Kinofilm (nicht speziell Dokumentarfilm) zu gehen?



- Die Frage dient hauptsächlich zum Vergleich mit dem Spezialfall RHYTHM IS IT!, um zu erkennen, wie sich Informationsquellen unterscheiden.

Informationsquellen Kino allgemein vs. RHYTHM IS IT!

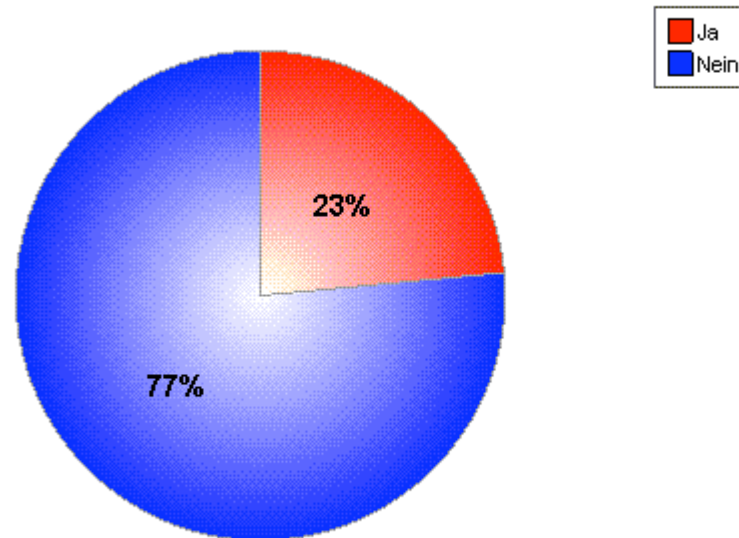
- Welche Informationsquellen haben Sie bei Ihrer Entscheidung, sich RHYTHM IS IT! anzusehen, beeinflusst?



- Mund-zu-Mund-Propaganda ist mit Abstand die wichtigste Informationsquelle, sowohl für Kinofilme allgemein als auch für den Dokumentarfilm RHYTHM IS IT!.
- Trotz aufwändiger RHYTHM IS IT! Kommunikations-Kampagne ist die Bedeutung der Massenmedien (z.B. Radio, TV, Plakat) für den Kinoerfolg überraschend gering. Nur das Feuilleton hat hier noch eine Rolle gespielt. Offensichtlich verbindet der Zuschauer das Thema Dokumentarfilm selten mit klassischen Kommunikationsmedien.

Medienberichterstattung über RHYTHM IS IT!

- Hat es genug Information über RHYTHM IS IT! in den Medien gegeben?

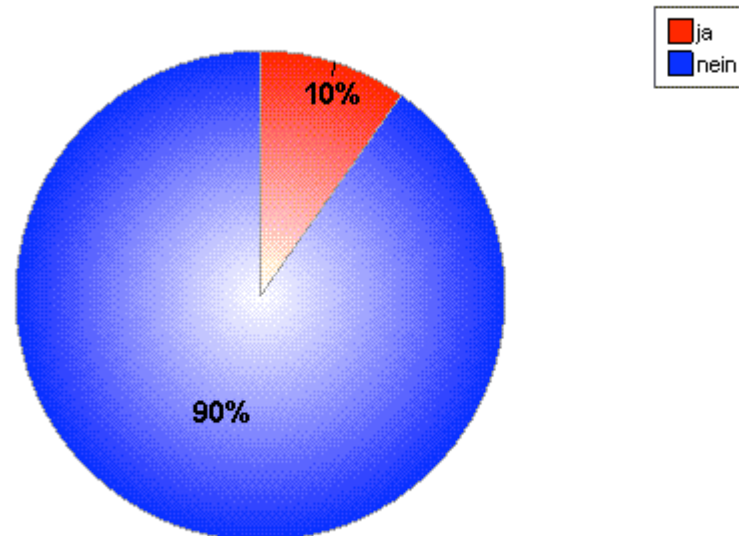


- Filmpresse, Radio und Fernsehen bleiben als mediale ‚Verstärker‘ hinter ihrer eigentlichen Bedeutung zurück. Die Grafik zeigt, dass dies von den Zuschauern auch als Manko empfunden wird.

Ein unausgeschöpftes Potential?

Barrieren im Vorfeld eines RHYTHM IS IT!-Besuchs

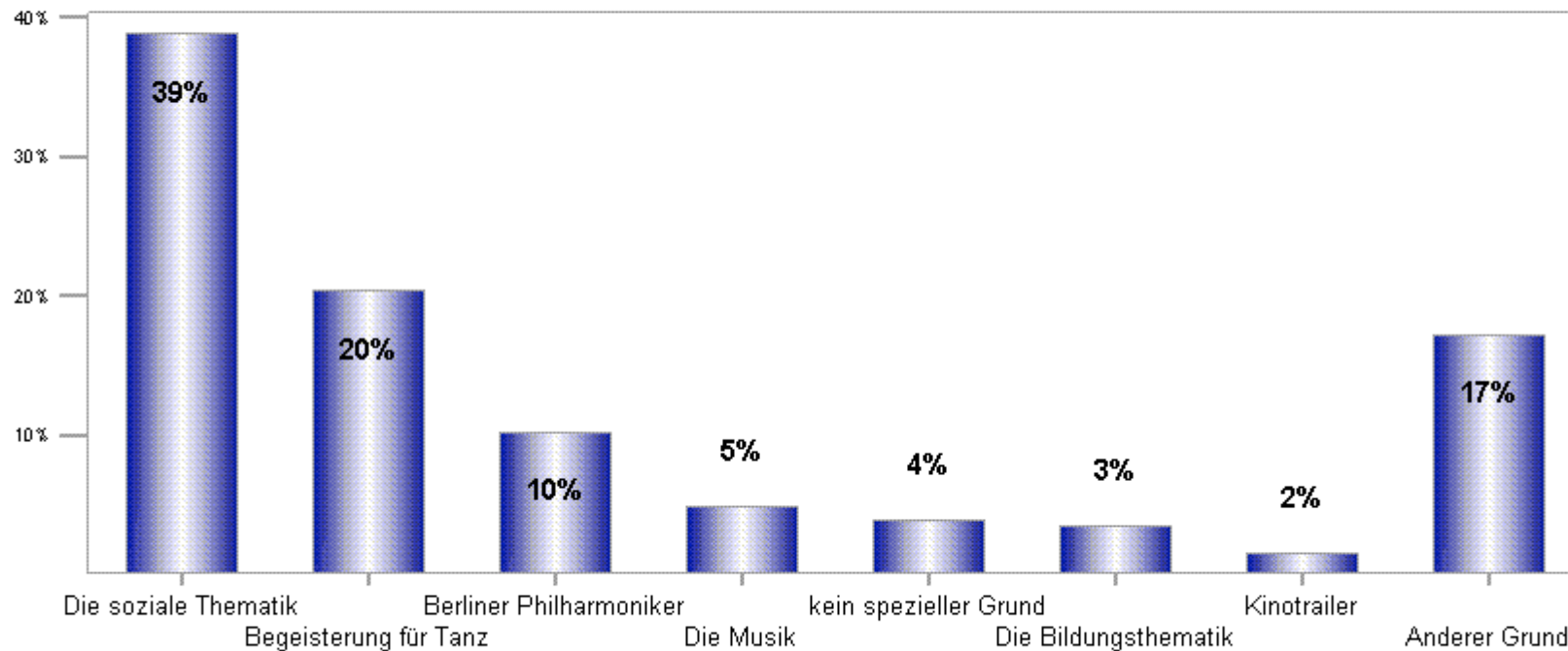
- Haben Sie zunächst gezögert, sich RHYTHM IS IT! anzusehen?



- Die große Mehrzahl der Teilnehmer hatten keine Vorbehalte gegenüber RHYTHM IS IT! im Vorfeld des Kinobesuchs.
- Von den 10%, die anfänglich zögerten, gab die Mehrzahl als Grund an, dass sie nichts über den Film wussten. Gründe, die mit dem Thema des Films zu tun haben, spielten praktisch keine Rolle.
- In Zusammenhang mit der Tatsache, dass 75% der Teilnehmer durch Mund-zu-Mund-Propaganda und nur zu geringem Anteil durch andere Medien informiert wurden, kann man davon ausgehen, dass viele den Film spontan auf Empfehlung hin besucht haben – ohne Vorurteile bezüglich der Thematik.

Hauptmotivation für den Besuch von RHYTHM IS IT! (1)

- Was war für Sie im Vorfeld der wichtigste Grund, sich RHYTHM IS IT! anzusehen?



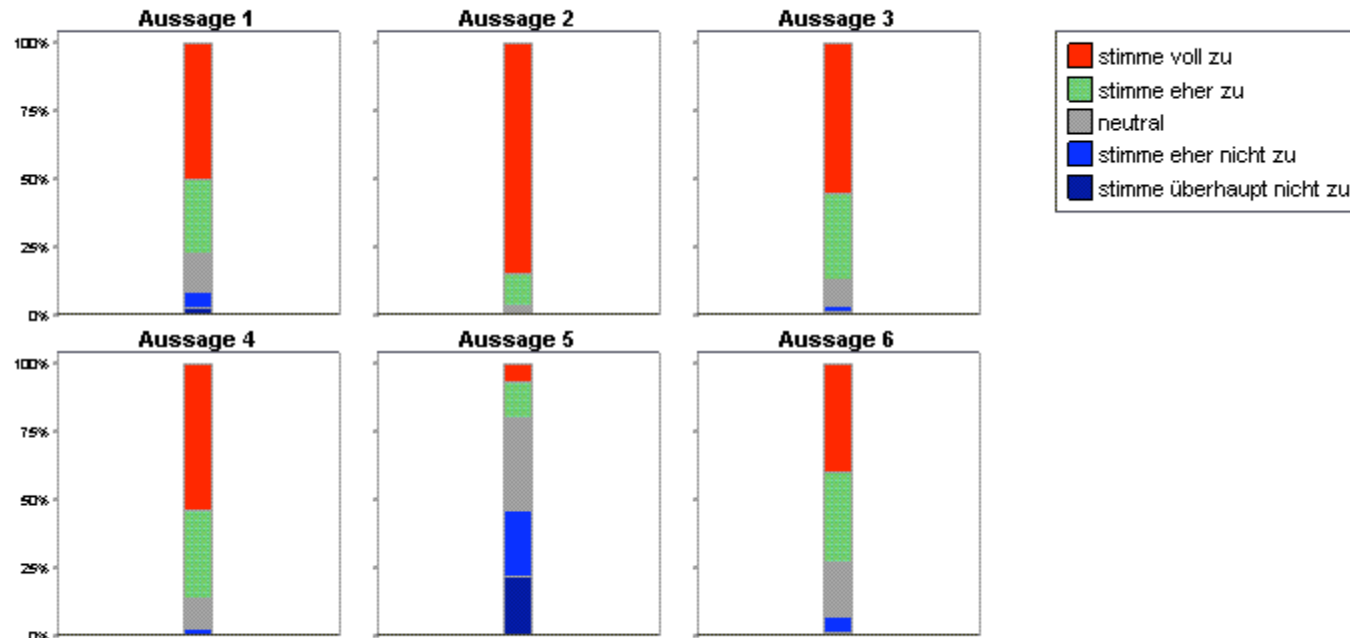
- Fast 40% der Teilnehmer haben sich für die soziale Thematik als Hauptmotivation für den Kinobesuch entschieden.

Hauptmotivation für den Besuch von RHYTHM IS IT! (2)

- Mit 17,5% ist der Anteil der Teilnehmer, die andere als die vorgegebenen Gründe angeben besonders hoch.
- Die häufigste Nennung ist ‚Empfehlung von Freunden‘. Das unterstreicht die hohe Bedeutung der Mundpropaganda für den Film.
- Fast genauso häufig kommt die Nennung ‚Verbindung von sozialer Thematik und Tanz/klassischer Musik‘ vor. Ähnlich viele Befragte fühlten sich durch die ‚Verbindung von Philharmonikern und Arbeit mit Jugendlichen‘ angesprochen. Demnach lag der Hauptanreiz für viele Besucher weniger in nur einem Faktor begründet als vielmehr in der ungewöhnlichen Kombination klassisch bildungsbürgerlicher Elemente mit der sozialpädagogischen Arbeit mit Kindern und Jugendlichen.

Wirkung von RHYTHM IS IT! (1)

- Drücken Sie bitte durch entsprechendes Ankreuzen Ihre Zustimmung/Ablehnung zu den folgenden Aussagen über RHYTHM IS IT! aus!



Aussage 1: Der Film hat mich aus meinem Alltagsleben entführt

Aussage 2: Der Film hat mich tief berührt

Aussage 3: Der Film hat mich in Bezug auf meine eigene Lebenseinstellung bereichert

Aussage 4: Der Film war für mich sehr lehrreich

Aussage 5: Der Film hat mich einfach gut unterhalten

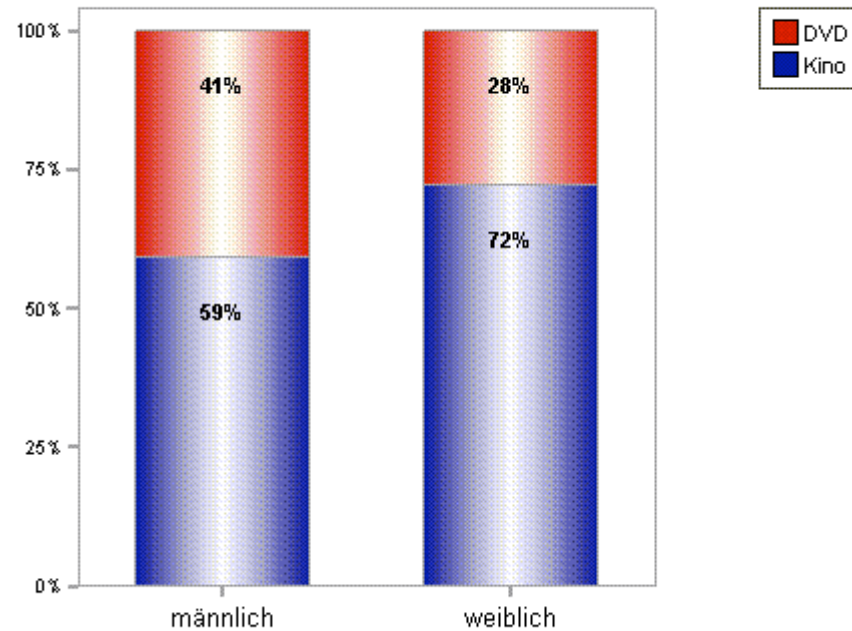
Aussage 6: Durch den Film ist mir die Musik sehr nahe gekommen

Wirkung von RHYTHM IS IT! (2)

- Das Ergebnis zeigt, dass RHYTHM IS IT! in den ersten vier Dimensionen große Zustimmung findet, wobei die Aussage „Der Film hat mich tief berührt“ besonders heraus sticht (85% stimmen voll zu!). In diesem Aspekt scheint der Kern der Wirkung von RHYTHM IS IT! auf die Zuschauer zu liegen.
- Dennoch sieht die große Mehrheit der Teilnehmer den Film nicht als bloßen Unterhaltungsfilm.
- Die Ergebnisse zeigen, dass Dokumentarfilme lehrreich sein und Relevanz vermitteln können während sie den Zuschauer gleichermaßen in eine andere Welt entführen und tief berühren können. Sie können Brücken schlagen zwischen E und U, zwischen Bildung und Abenteuer.

Auffällige Korrelationen

Geschlecht

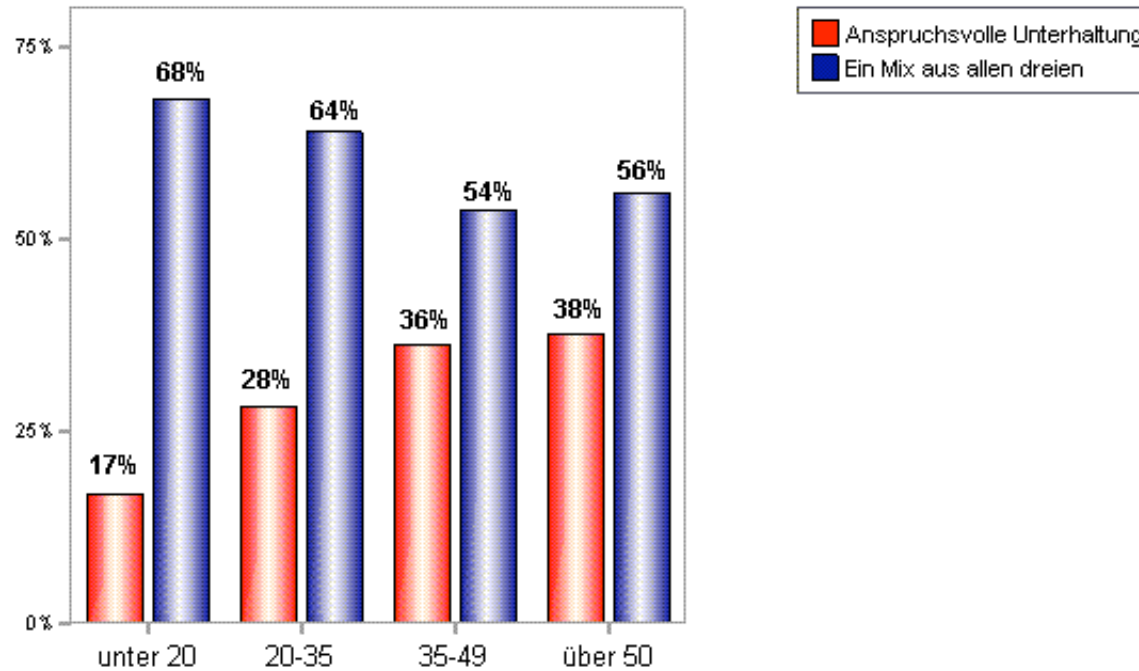


- Es fällt auf, dass Frauen Dokumentarfilme deutlich lieber im Kino als auf DVD sehen (72% gegenüber 59% der Männer). Frauen sind für den Dokumentarfilm auf der Leinwand somit das eindeutig loyalere Kinopublikum.

Geschlecht

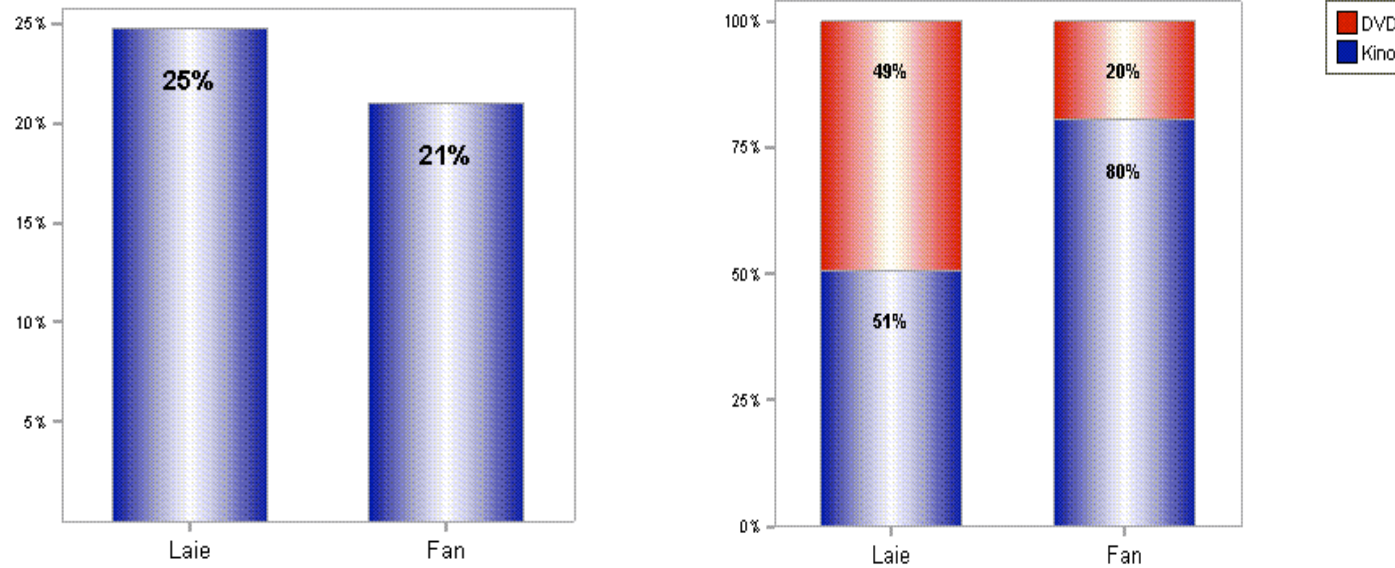
- Frauen assoziieren mit dem Dokumentarfilm deutlich häufiger ‚Menschen‘, ‚Gesellschaft‘, ‚Lernen‘, ‚Reisen‘ als Männer.
- Bei den Dokumentarfilmthemen interessieren sich Frauen bis zu 15% mehr für Biographien, Kultur allgemein, Reiseberichte und soziale Brennpunktthemen.
- In Bezug auf den Dokumentarfilm bevorzugen Männer fast zur Hälfte eine sachlich/ rationale Erzählweise (46%) gegenüber einem guten Drittel der Frauen (35%).

Alter und Interessen



- In der Frage zur bevorzugten Unterhaltungsform, sticht ein klarer Zusammenhang mit dem Alter hervor: Je älter das Publikum, desto eher sucht es ‚anspruchsvolle Unterhaltung‘, während die jüngeren eher ‚einen Mix aus allen dreien‘ suchen: leichte, anspruchsvolle Unterhaltung und intellektuelle Beschäftigung.
- Vor dem Hintergrund des Ergebnisses einer neuen Forsa-Umfrage (02/2006), nach der rund die Hälfte aller Deutschen zwischen 50 und 69 Jahren im Jahr 2005 gar nicht ins Kino gegangen sind, zeigt sich der Dokumentarfilm gerade im Hinblick auf die demographische Entwicklung in Deutschland als Genre mit großem Zuschauerpotential.

Dokumentarfilm-Laien vs. Fan



- Bei dieser Frage (Wie oft schauen Sie sich bewusst Dokumentarfilme im Kino an?) wurde eine Begrenzung der Umfrage auf Laien (seltener als einmal im Jahr) und Fans (häufiger als drei Mal im Jahr) vorgenommen.

Dokumentarfilm-Laien vs. Fan

- Dokumentarfilmfans sind häufiger der Meinung, dass es mehr Dokumentarfilme im Kino geben müsste (83% vs. 67%). Immerhin sind aber bei den Laien auch noch 2/3 für mehr Kinodokumentarfilme.
- Deutliche Unterschiede zeigen sich auch bei den Assoziationen zum Dokumentarfilm. Bei der Aufbereitung der Themen assoziieren Laien immerhin zu 41% ‚ein wenig‘ oder ‚sehr‘ den Begriff ‚Langeweile‘ (dagegen bei den Fans nur 13% ‚ein wenig‘, und keiner ‚sehr‘). Entsprechend häufiger assoziieren die Fans den Begriff ‚Spannung‘.
- Auffällig ist auch, dass nur 40% der Laien, aber 70% der Fans den Begriff ‚Emotionalität‘ stark mit dem Dokumentarfilm assoziieren - bei den Laien besteht also noch durchaus ‚Aufklärungsbedarf‘.

Abschließende Bemerkung zur Repräsentativität

- Die Ergebnisse zeigen, dass die Befragung nicht nur die Meinung eines auf RHYTHM IS IT! fixierten Publikums wiedergibt. Dadurch und auch angesichts der Teilnehmerzahl von 900 ausgewerteten Fragebögen erlangen die Ergebnisse ein hohes Maß an allgemeiner Repräsentativität.
- Auch die Kombination aus hoher Teilnehmerzahl, ausgewogener Altersverteilung und ausgewogener Dokumentarfilm-‘Kennerschaft’ bezeugt das repräsentative Potenzial der Umfrage.
- Die teilweise überraschenden Ergebnisse dieser Umfrage legen nahe, dass regelmäßige, größer angelegte Studien zum Dokumentarfilm, beispielsweise durch die Filmförderungsanstalt FFA, wünschens- und lohnenswert wären.

Die Umfrage finden Sie im Netz unter:
<http://www.survey.boomtownmedia.de>

Kontakt und weitere Informationen:

BOOMTOWNMEDIA GmbH&Co.KG
Genthiner Strasse 8, 10785 Berlin, Germany
Tel: +49-(0)30-264 80 550, Fax: +49-(0)30-264 80 555
e-mail: info@boomtownmedia.de

www.boomtownmedia.de | www.rhythmisit.de | www.triptoasia.de