

Michael Kaschura

Generation 50plus im Kino

Studie und Internet-Befragung über das Kinoverhalten der 'Generation 50plus' mit möglichen Ansätzen für ein zielgruppengerechtes lokales Marketing

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2007 Diplom.de
ISBN: 9783836610223

Michael Kaschura

Generation 50plus im Kino

Studie und Internet-Befragung über das Kinoverhalten der 'Generation 50plus' mit möglichen Ansätzen für ein zielgruppengerechtes lokales Marketing

Michael Kaschura

Generation 50plus im Kino

*Studie und Internet-Befragung über das Kinoverhalten der
'Generation 50plus' mit möglichen Ansätzen für ein
zielgruppengerechtes lokales Marketing*

Diplomarbeit
Fachhochschule Darmstadt
Fachbereich Wirtschaft
Studiengang Betriebswirtschaftslehre
Dezember 2006



Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____
Fon: 040 / 655 99 20 _____
Fax: 040 / 655 99 222 _____
agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

Michael Kaschura

Generation 50plus im Kino

Studie und Internet-Befragung über das Kinoverhalten der 'Generation 50plus' mit möglichen Ansätzen für ein zielgruppengerechtes lokales Marketing

ISBN: 978-3-8366-1022-3

Druck Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2008

Zugl. Fachhochschule Darmstadt, Darmstadt, Deutschland, Diplomarbeit, 2006

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und der Verlag, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Diplomica Verlag GmbH

<http://www.diplomica.de>, Hamburg 2008

Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	i
Abbildungsverzeichnis	iii
Tabellenverzeichnis	iii
Anhangsverzeichnis	iii
Abkürzungsverzeichnis	v
Wörterbuch	v
1. Einführung	1
1.1 Vorstellung des Diplomanden	1
1.2 Abstract	2
2. Lokales Kino-Marketing	4
2.1 Einführung	4
2.2 Marketing	4
2.3 Lokales Marketing	5
2.4 Lokales Kino-Marketing	6
3. Die deutsche Kinolandschaft	7
3.1 Zahlen und Fakten	7
3.2 Kino in der Krise	8
3.3 Die Veränderungen der Kinolandschaft	9
4. Demographischer Wandel in Deutschland	12
4.1 Demographie und Bevölkerung	12
4.2 Bevölkerungsentwicklung in Deutschland	12
4.3 Altersaufbau der Bevölkerung in Deutschland	14
4.4 Altern der Bevölkerung Deutschlands	16
5. Die Generation 50 plus	18
5.1 Die neue Zielgruppe	18
5.2 Eine Generation im Wandel	18
5.3 Die Unterteilung der Generation 50 plus	20
6. Die Generation 50 plus im Kino	23
6.1 Grundtypen und Aktivität	23
6.2 Veränderungen in den Kinos	24
6.3 Veränderungen in den Strukturen der Kinobesucher	24
7. Internet-Befragung zum Thema „Generation 50 plus im Kino“	27
7.1 Marktforschung	27
7.2 Allgemeines zur Befragung	28

7.3 Fragenkatalog	30
7.3.1 Frage 1: Wie oft gehen Sie im Jahr ins Kino?	32
7.3.2 Frage 2: Gehen Sie heute öfter ins Kino als vor 1-2 Jahren?	33
7.3.3 Frage 3: Mit welchen Tätigkeiten verbringen Sie am liebsten Ihre Freizeit?	34
7.3.4 Frage 4: Wie informieren Sie sich über zukünftige Kinofilme?	35
7.3.5 Frage 5: Welche Art von Filmen sehen Sie am liebsten?	37
7.3.6 Frage 6: Aus welchen Ländern stammen die Filme, die Sie normalerweise gerne sehen?	39
7.3.7 Frage 7: Wie reservieren Sie Ihre Kinokarten?	41
7.3.8 Frage 8: Wann planen Sie Ihren Kinobesuch?	42
7.3.9 Frage 9: Hätten Sie Interesse an mehr Aktionen zu Filmen im Kino?	43
7.3.10 Frage 10: Welche Aktionen im Kino würden Sie ansprechen?	44
7.3.11 Frage 11: Warum gehen Sie nicht öfter ins Kino?	45
7.3.12 Frage 12: Welche Gastronomie-Artikel würden Sie gerne zusätzlich auf der Menükarte eines Kinos sehen?	47
7.3.13 Frage 13: Valet Parking	48
7.3.14 Frage 14: Restaurant und Kino	49
7.3.15 Frage 15: Was würde Sie dazu bewegen öfter ins Kino zu gehen?	50
8. Fazit	52
Literaturverzeichnis	54

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Bevölkerungsentwicklung in Deutschland 1991 - 2005	13
Abb. 2: Graphische Darstellung der Bevölkerungsentwicklung in Deutschland 1991 - 2005	13
Abb. 3: Altersaufbau der Bevölkerung in Deutschland von 1910 bis 2050	15
Abb. 4: Alterung in den USA und in Deutschland gemessen am Altersmedian	16

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Kino-Daten 1996 bis 2005	7
--	---

Anhangsverzeichnis

Anhang 1: Startseite www.kino-umfrage.de	71
Anhang 2: Frage 1 und Frage 2.....	71
Anhang 3: Frage 3 und Frage 4.....	72
Anhang 4: Frage 5 und Frage 6.....	72
Anhang 5: Frage 7 und Frage 8.....	73
Anhang 6: Frage 9 und Frage 10.....	73
Anhang 7: Frage 11 und Frage 12.....	74
Anhang 8: Frage 13 und Frage 14.....	74
Anhang 9: Frage 15.....	75
Anhang 10: Gewinnspielteilnahme	75
Anhang 11: Danksagung	76
Anhang 12: Verlinkung von www.50plus-aktuell.de	77
Anhang 13: Verlinkung von www.50plusbonus.de	77
Anhang 14: Verlinkung von www.feierabend.de	78
Anhang 15: Verlinkung von www.golonglife.de	78
Anhang 16: Newsletter von www.lebensfreude50.de	79
Anhang 17: Verlinkung von www.lebensfreude50.de	80
Anhang 18: Verlinkung von www.perita.de	80
Anhang 19: 10 x 2 Freikarten	81
Anhang 20: 10 Filmbücher.....	81
Anhang 21: Verteilung nach Alter in tabellarischer Form.....	82
Anhang 22: Verteilung nach Alter in graphischer Form	82

Anhang 23: Verteilung nach Geschlecht in graphischer Form.....	83
Anhang 24: Frage 1 in graphischer Form	84
Anhang 25: Frage 2 in graphischer Form	85
Anhang 26: Frage 3 in tabellarischer Form.....	86
Anhang 27: Frage 3 in graphischer Form	87
Anhang 28: Frage 4 in tabellarischer Form.....	88
Anhang 29: Frage 4 in graphischer Form	88
Anhang 30: Frage 5 in tabellarischer Form.....	89
Anhang 31: Frage 5 in graphischer Form	89
Anhang 32: Frage 6 in tabellarischer Form.....	90
Anhang 33: Frage 6 in graphischer Form	90
Anhang 34: Frage 7 in graphischer Form	91
Anhang 35: Frage 8 in graphischer Form	92
Anhang 36: Frage 9 in graphischer Form	93
Anhang 37: Frage 10 in tabellarischer Form.....	94
Anhang 38: Frage 10 in graphischer Form	94
Anhang 39: Frage 11 in tabellarischer Form.....	95
Anhang 40: Frage 11 in graphischer Form	96
Anhang 41: Frage 12 in tabellarischer Form.....	97
Anhang 42: Frage 12 in graphischer Form	97
Anhang 43: Frage 13 in graphischer Form	99
Anhang 44: Frage 14 in graphischer Form	100
Anhang 45: Frage 15 in tabellarischer Form.....	101
Anhang 46: Frage 15 in graphischer Form	102

Abkürzungsverzeichnis

- bzw.	beziehungsweise
- DVD	Digital Versatile Disc
- e.V.	eingetragener Verein
- GfK	Gesellschaft für Konsumforschung
- i.d.R.	in der Regel
- Mio.	Millionen
- POS	Point of Sale
- PR	Public Relations
- sog.	so genannte
- u.a.	unter anderem

Wörterbuch

- Blockbuster	Kassenschlager (besonders erfolgreicher Film)
- Boom	Hochkonjunktur
- Me-too-Produkt	Imitation eines Originalproduktes
- Merchandising	Absatzförderung; hier: lizenzierte Artikel zum Film
- Page Impressions	Seitenabrufe
- Public Relations	Öffentlichkeitsarbeit
- Remake	Neuverfilmung
- Surround-Sound	Raumklang
- Soundtrack	Film-Musik auf CD
- Testimonial	prominenter Fürsprecher eines Produktes in der Werbung
- Visits	Besuche

1. Einführung

1.1 Vorstellung des Diplomanden



Name: Michael Kaschura

Alter: 27 Jahre

Studienschwerpunkte:

Marketing

Rechnungswesen / Finanzierung / Controlling

Jobs/Praktika/Kenntnisse:

Nach meinem Abitur im Jahr 1998 am Gymnasium Gernsheim, absolvierte ich meinen Zivildienst in der Stiftung Soziale Gemeinschaft in Riedstadt. Nach Beendigung dieser Tätigkeit und einem Praktikum bei der Philipp Holzmann AG begann ich zum WS 1999/2000 mein Studium an der FH Darmstadt im Fachbereich Bauingenieurwesen. Durch eine studentische Nebentätigkeit in einem Multiplex-Kino, fand ich Gefallen an betriebswirtschaftlichen Aufgaben und wechselte im Sommersemester 2002 zum Studiengang Betriebswirtschaftslehre.

Im Rahmen meiner Nebentätigkeit als Betriebsleistungsassistent des CinemaxX Darmstadt war ich neben operativen Aufgaben im regulären Tagesablauf für den Bereich Marketing verantwortlich.

Nach dem betriebspraktischen Semester im WS 2005/06 bei der Premiere GmbH & Co. KG in Unterföhring konnte ich seit April 2006 als Volontär im Berufsfeld „Promotion / Publicity Manager“ bei S&L MediaNetworX GmbH wertvolle Erfahrungen in den Bereichen Kino und Marketing in der Filmbranche sammeln.