



Dokumentarfilm Publikumsanalyse

Det Danske Filminstitut
Juni 2015

HVEM SER DOKUMENTARFILM I BIOGRAFEN?

Eksisterer der et kernepublikum til dokumentarfilm, eller henvender vi os til nye målgrupper for hver film?

Det Danske Filminstitut igangsatte i 2014 en undersøgelse af profilen på det danske dokumentarfilmpublicum i biografen. Undersøgelsens hovedfokus har været det danske publikums profil, opfattelse og adfærd i relation til primært danske dokumentarfilm i biografen med perspektivering til tv og VOD.

Undersøgelsen af den første af sin art på dokumentarområdet. Undersøgelsen er ikke udtømmende, men det er ambitionen at den med sine unikke data kan bidrage til at kvalificere lanceringen og distributionen af dokumentarfilm i biografen.

Resultaterne af undersøgelsen blev præsenteret for branchen på et seminar onsdag d. 24. juni, 2015. Det er denne præsentation der hermed gøres tilgængelig.

Ane Mandrup
Afdelingschef, DOKUMENTAR

Martin Kofoed Hansen
Analysekonsulent

Morten Udsen
Lanceringskonsulent

Mira Bach Hansen
Lanceringskonsulent

Louise Haugstrup Jensen
Lanceringskonsulent

METODE

Stor landsdækkende undersøgelse, foretaget online (CAWI) i januar 2015 i samarbejde med analysebureauet YouGov

I alt blev der rekrutteret 2.670 i brutto samplet, hvoraf 1.252 interview var i de to hovedmålgrupper, fordelt med hhv. 570 interview i målgruppe 1, og 682 interview i målgruppe 2.

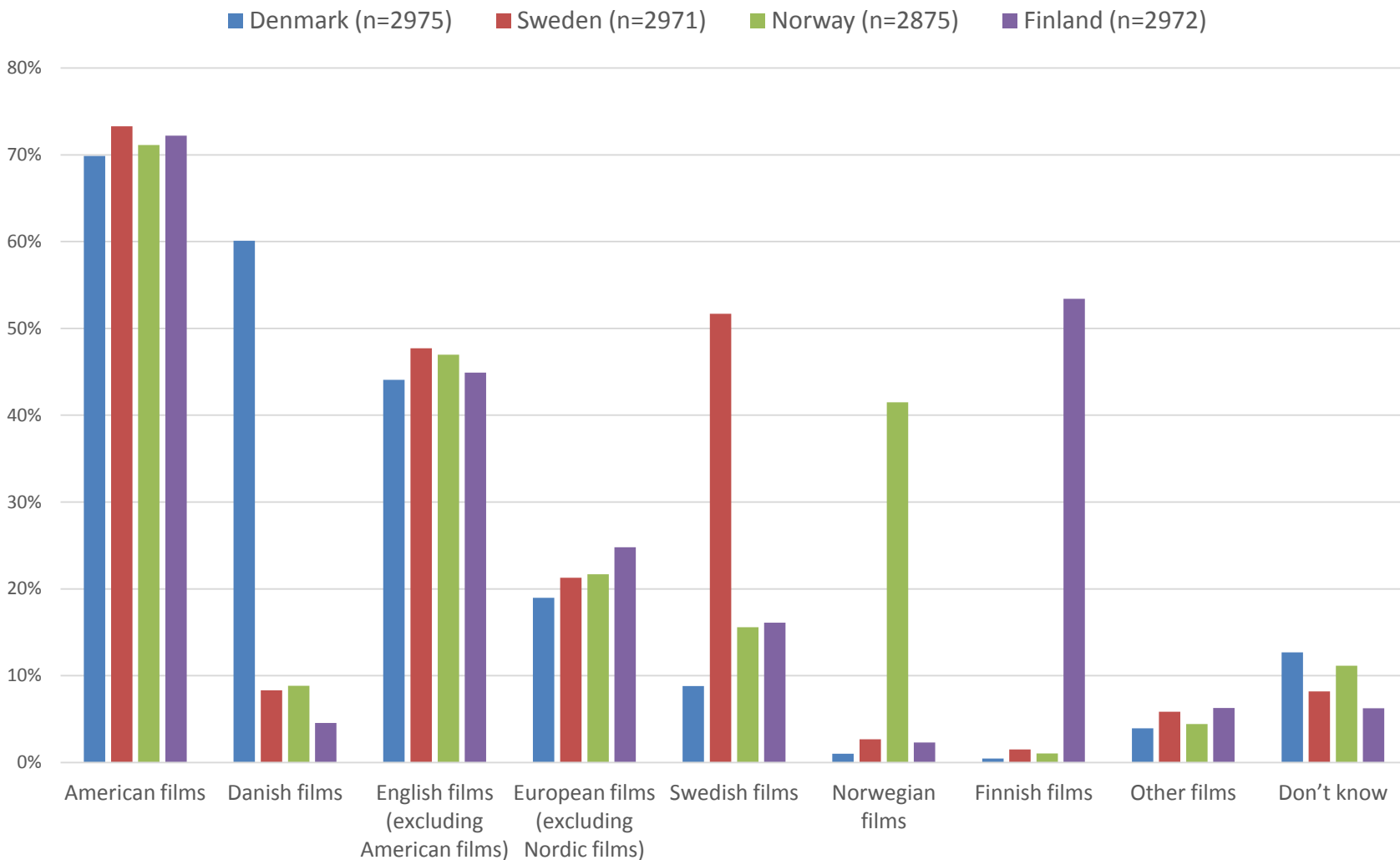
Der blev rekrutteret i to målgrupper, hhv.:

1. Målgruppe 1 - Personer 15-69år der har set mindst én dokumentarfilm i biografen inden for seneste tre år (62 nævnte titler)
2. Målgruppe 2 - Personer 15-69år der har været i biografen inden for seneste år, og har set dokumentarfilm på følgende tv kanaler - DR1, DR2, DR3, DRK og TV2 inden for seneste halve år

OVERORDNET ADFÆRD OG HOLDNINGER

DANSKERNE FORETRÆKKER...

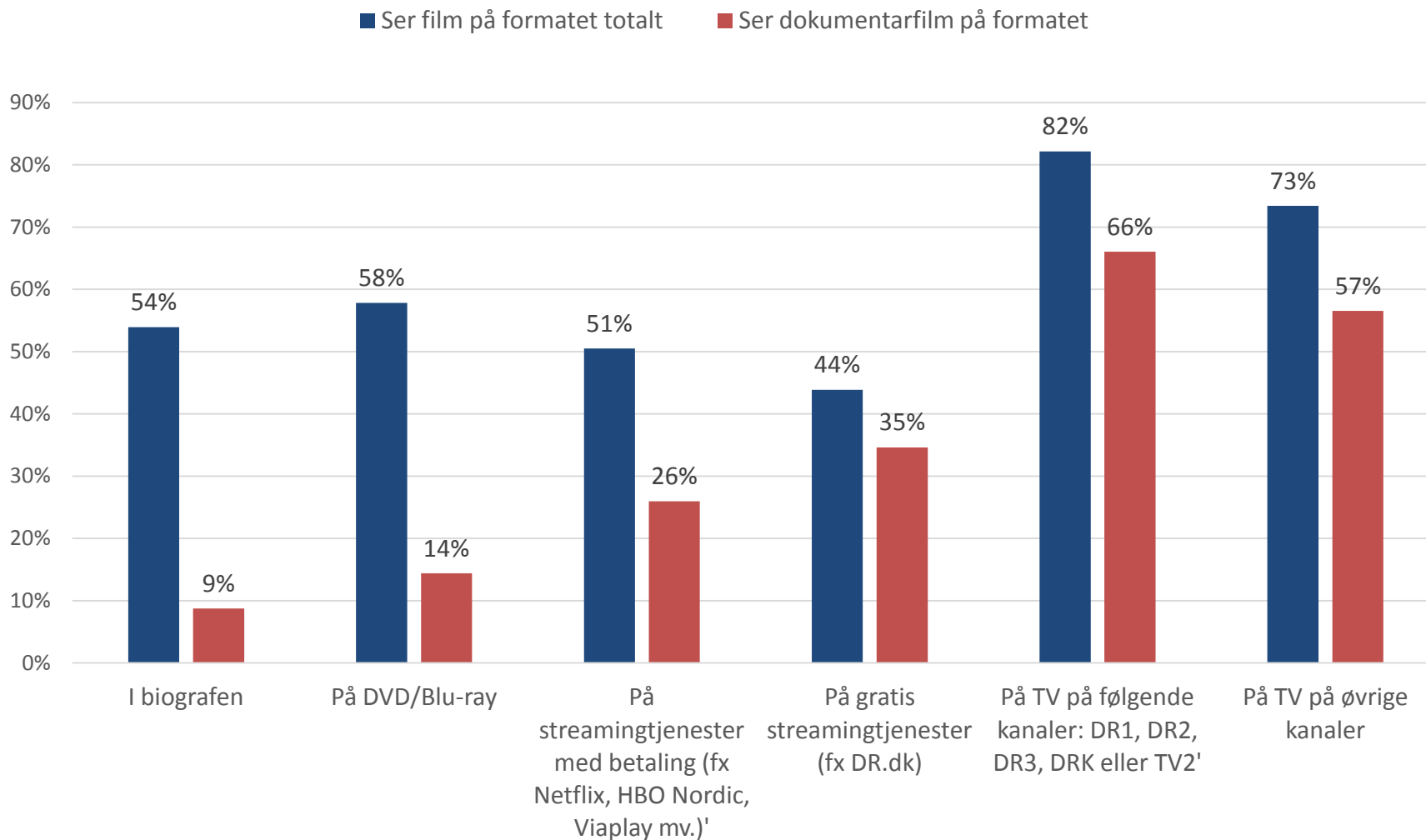
Når jeg ser film, foretrækker jeg ...



NB: Uddrag fra DEN DIGITALE FORBRUGER undersøgelsen; Base: Ser film hjemme eller i biografen årligt (n = 2.975)

FILMFORBRUGET – I OVERBLIK

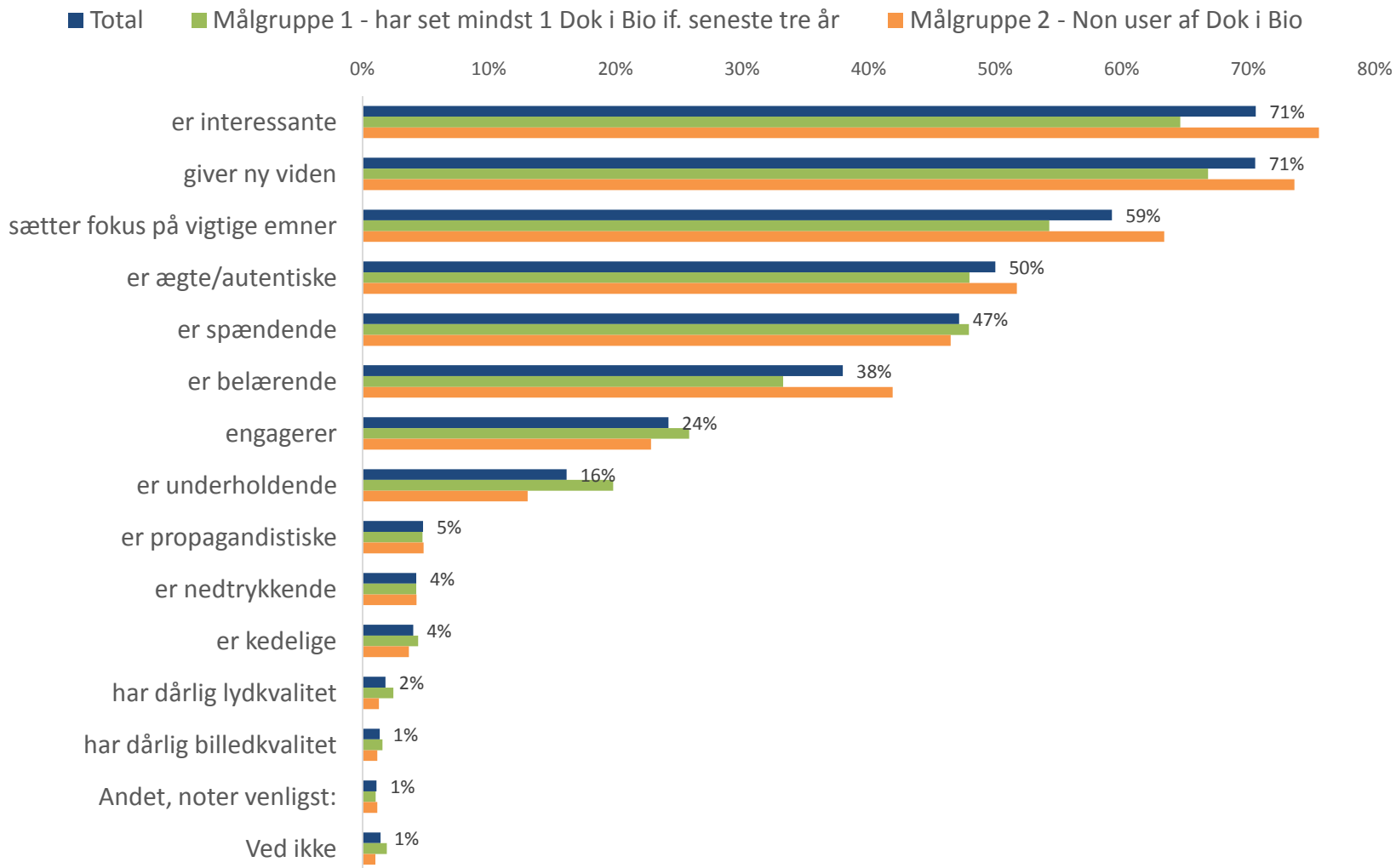
HALV-ÅRLIGT



Base: Alle respondenter – brutto sample (n = 2.670)

OPFATTELSEN AF FILMENE...

HVORLEDES OPFATTES DOKUMENTARFILM?

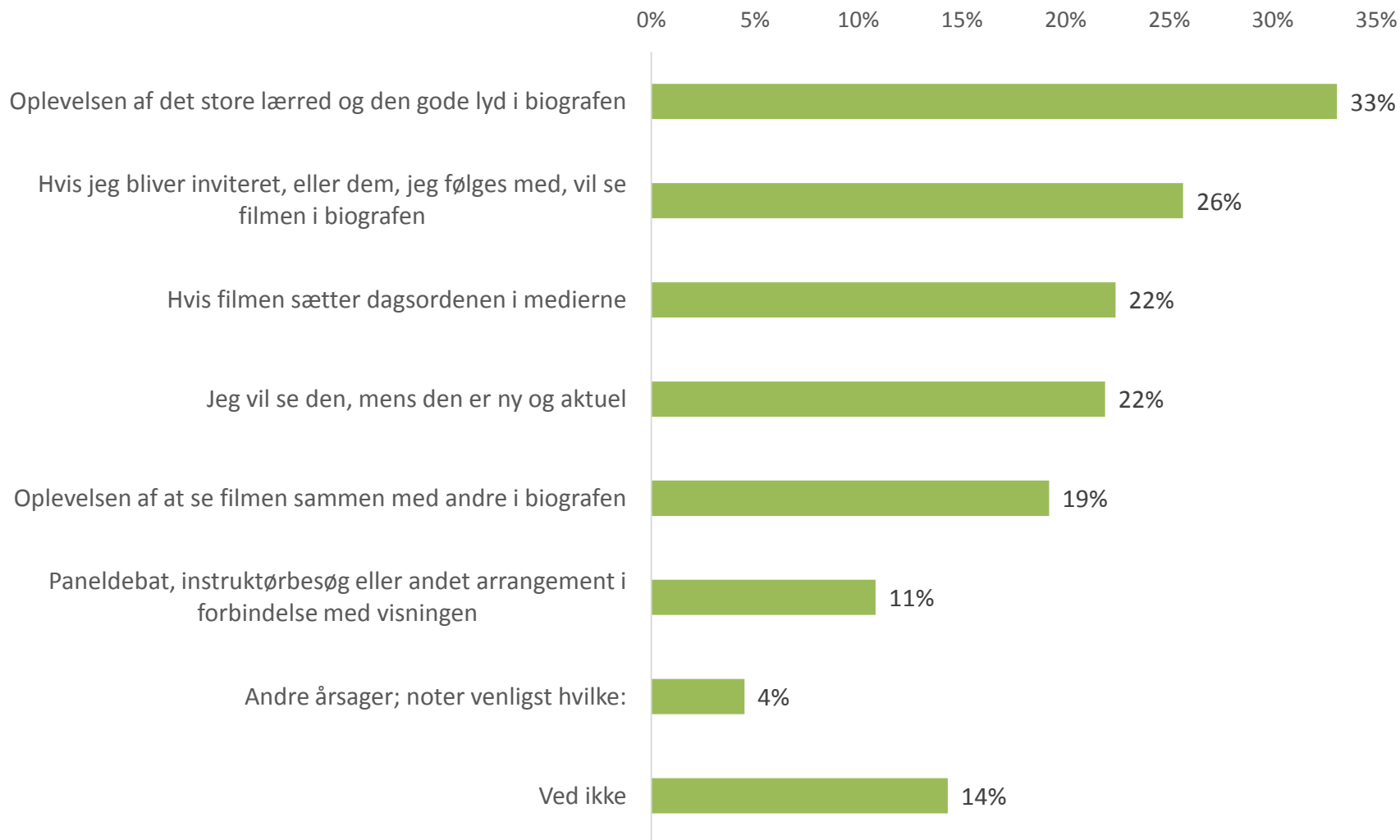


Base: Mgr. 1 (n=570) + Mgr. 2 (n=682) = 1.252

HVORFOR VÆLGE AT SE DOKUMENTARFILM I BIOGRAFEN?

ÅRSAG TIL VALG AF BIOGRAF "VINDUET"

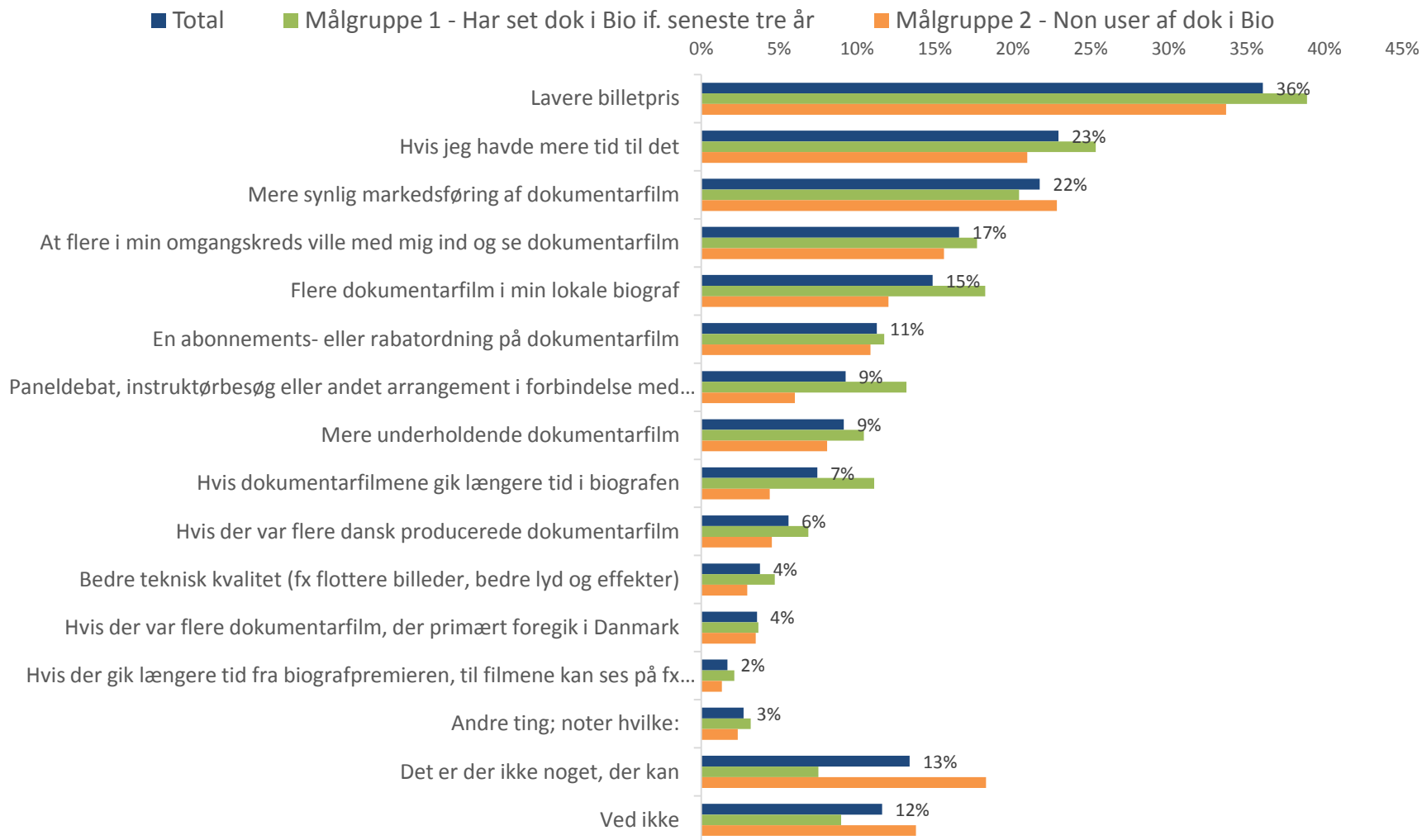
HVAD AFGØR, OM DU VIL SE EN GIVEN DOKUMENTARFILM I BIOGRAFEN FREM FOR AT VENDE OG SE DEN ANDRE STEDER FX PÅ TV, DVD ELLER STREAMING?



Base: Har set dokumentarfilm i biografen (n=823)

BARRIERER FOR BIOGRAF TILVALG

Hvad kunne få dig til at se (flere) dokumentarfilm i biografen?

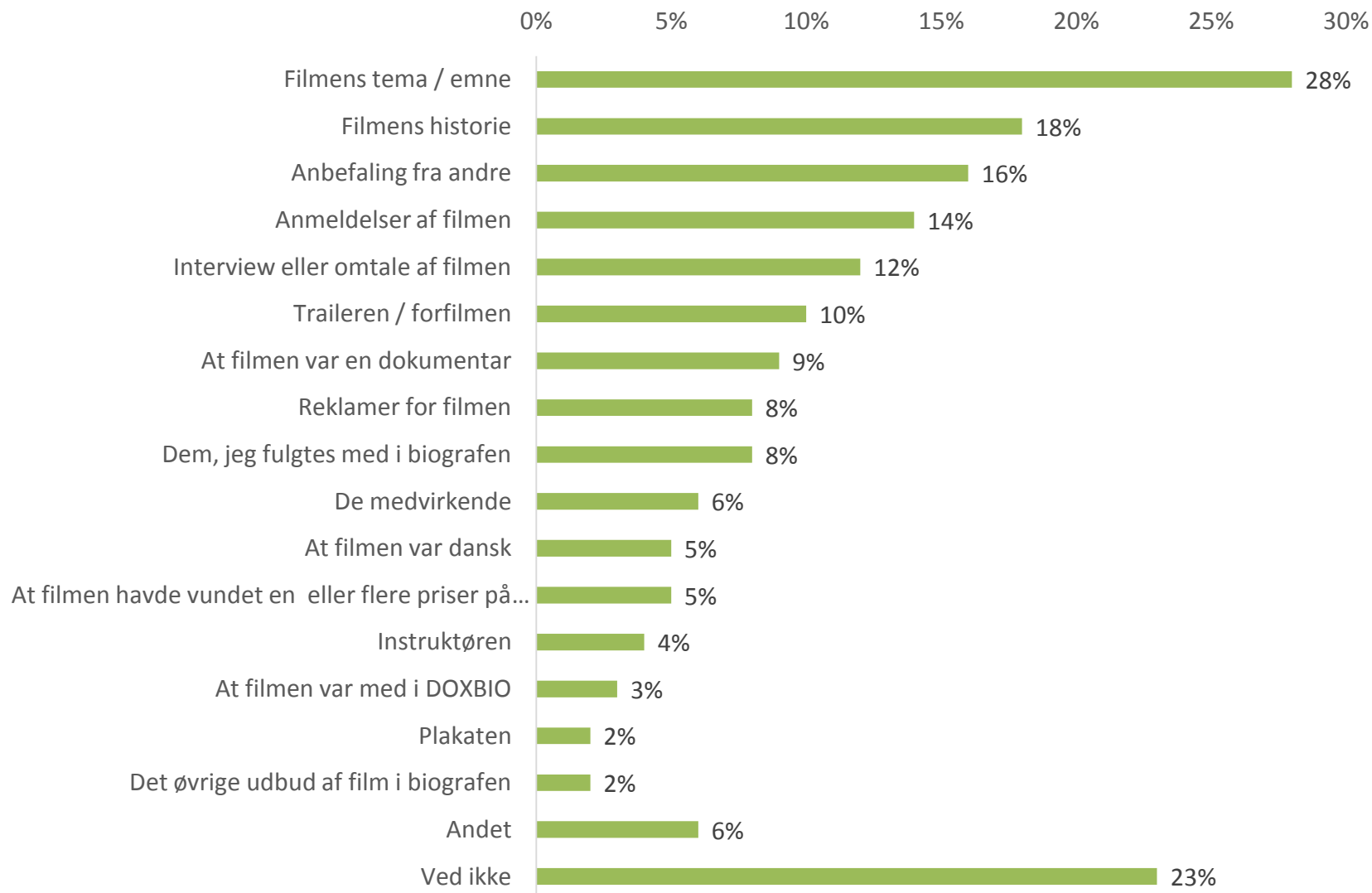


Base: Mgr 1 (n=570) + Mgr. 2 (n=682) = 1.252

**HVAD ER DRIVENDE FOR
VALGET AF DEN
SPECIFIKKE FILM?**

DRIVERE FOR VALG AF FILM I BIOGRAFEN?

Tænk på den seneste dokumentarfilm, du har set i biografen - hvad gjorde, at det var netop dén, du skulle se?

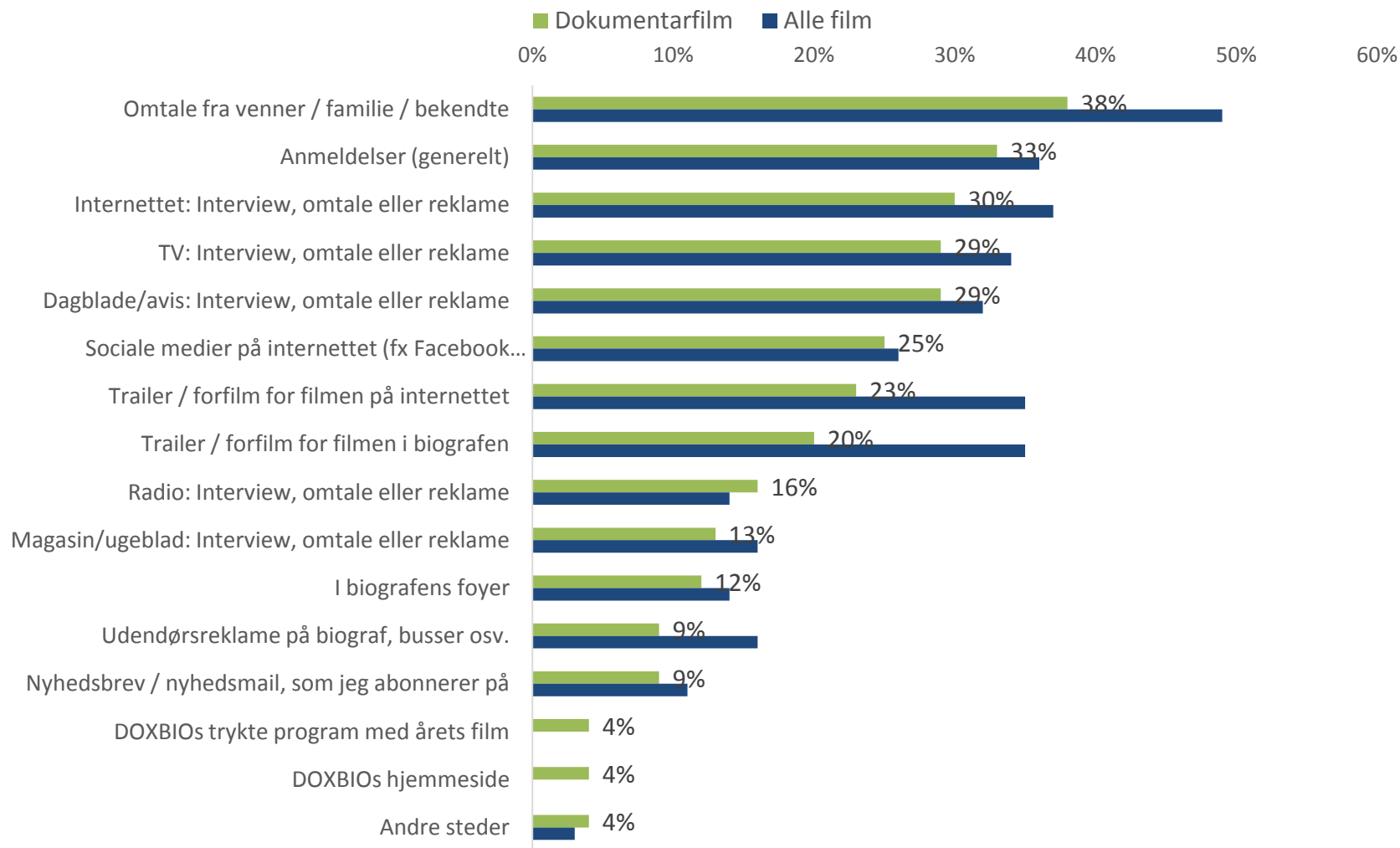


Base: Har set dokumentarfilm i biografen (n=823)

KENDSKAB TIL FILMENE

HVOR OPBYGGES KENDSKAB TIL FILMENE?

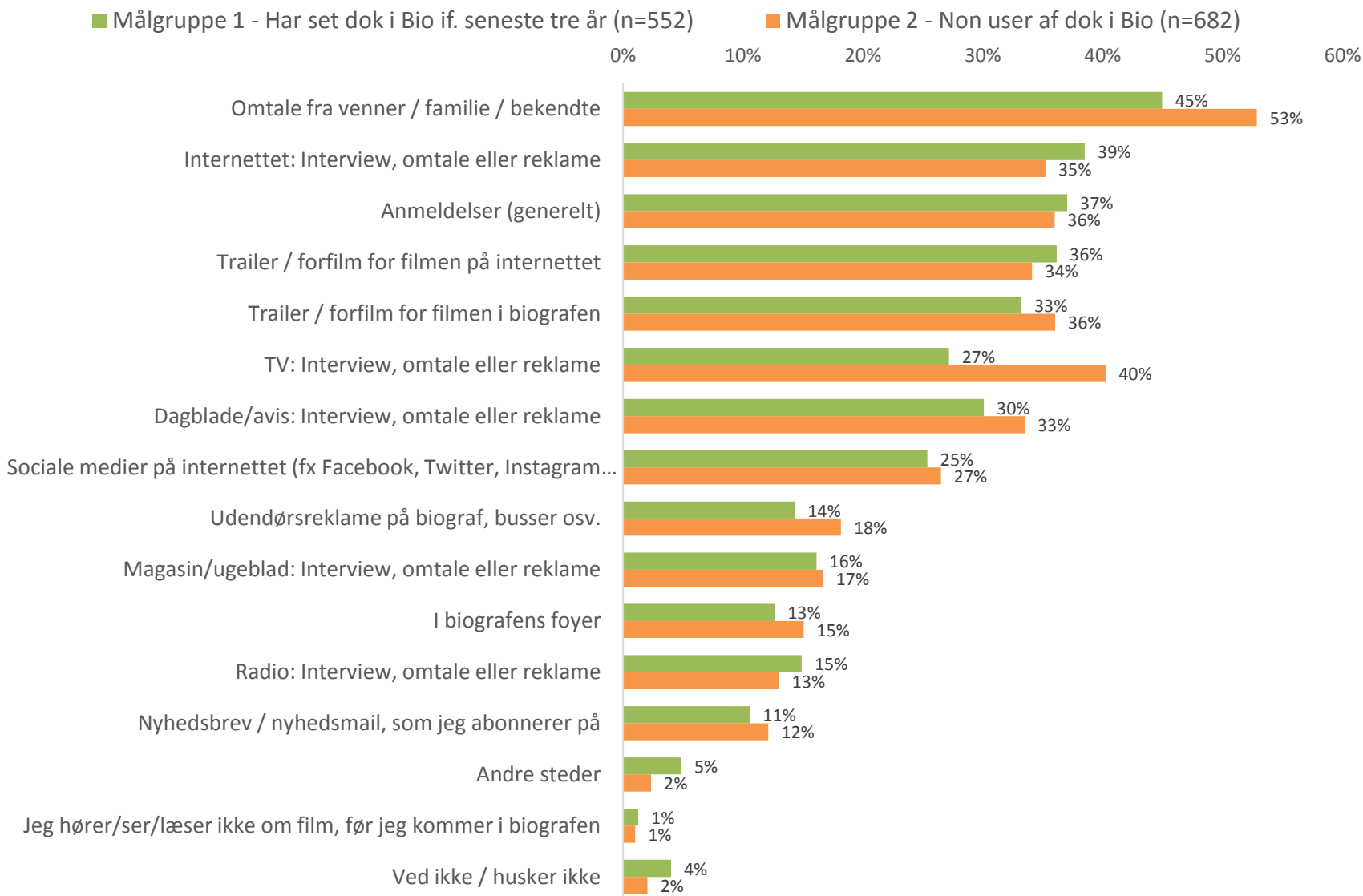
Hvor hører/ser/læser du om film/dokumentarfilm, når du skal i biografen



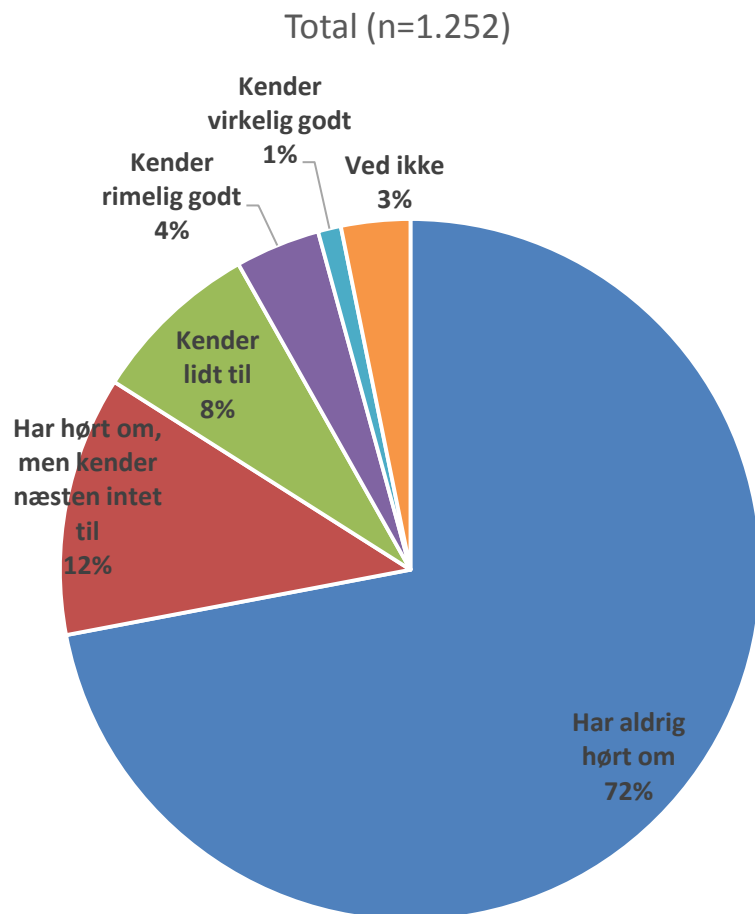
Base: Alle film: Har set film i biografen (n= 1.234), Dokumentarfilm: Har set dokumentar i biografen (n=823)

KENDSKAB/KRYDS MÅLGRUPPER

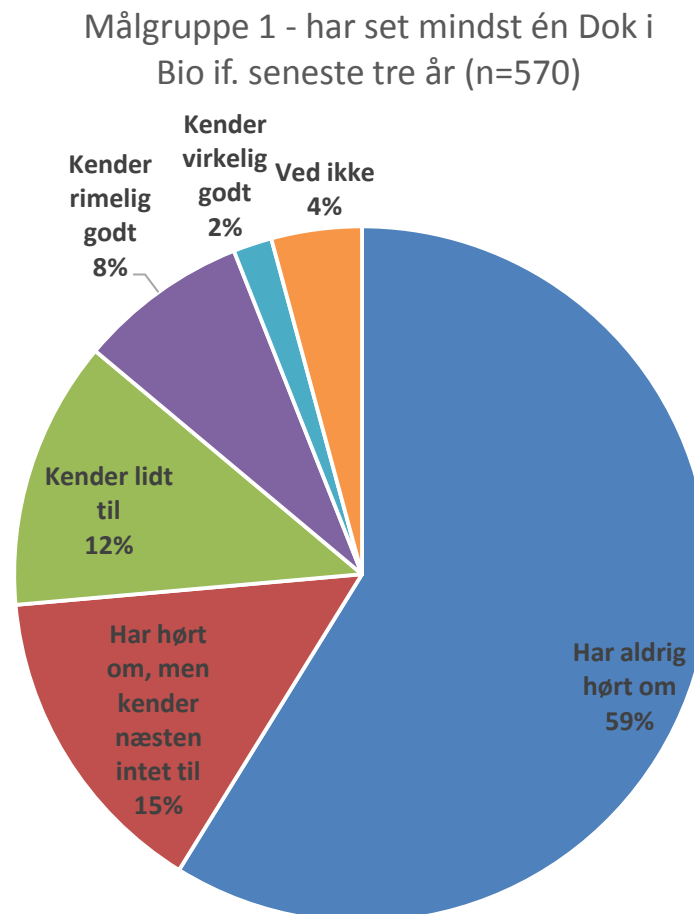
Hvor hører/ser/læser du om **film**, når du skal i biografen



KENDSKAB DOXBIO



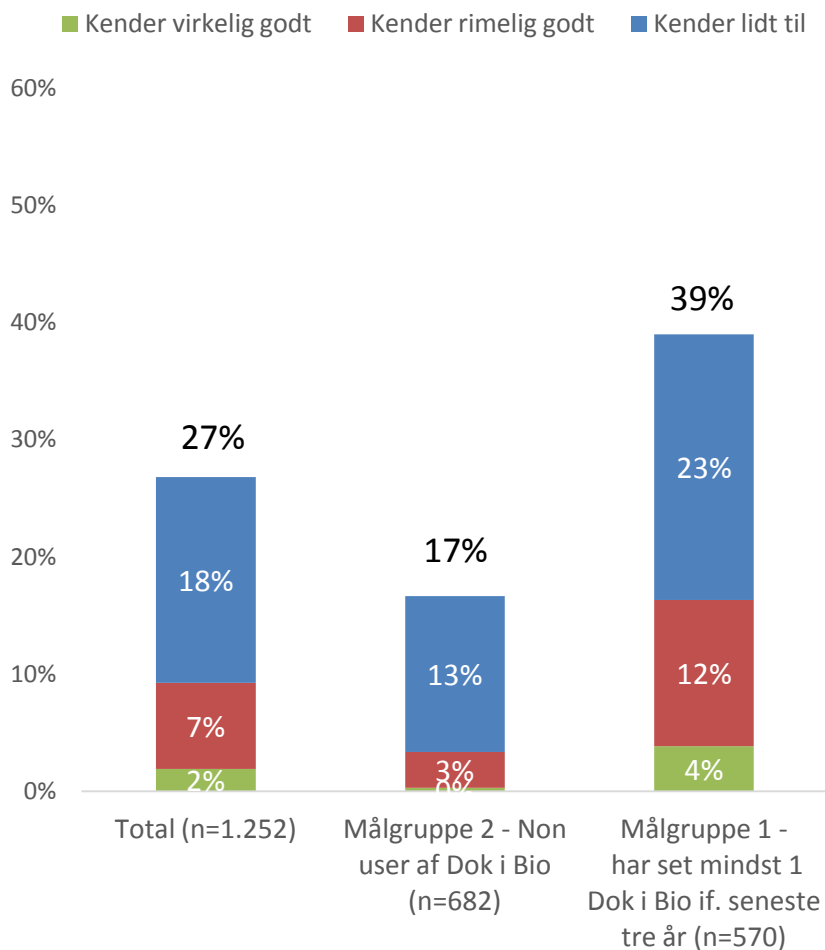
Samlet kendskab på 13%



Samlet kendskab på 22%

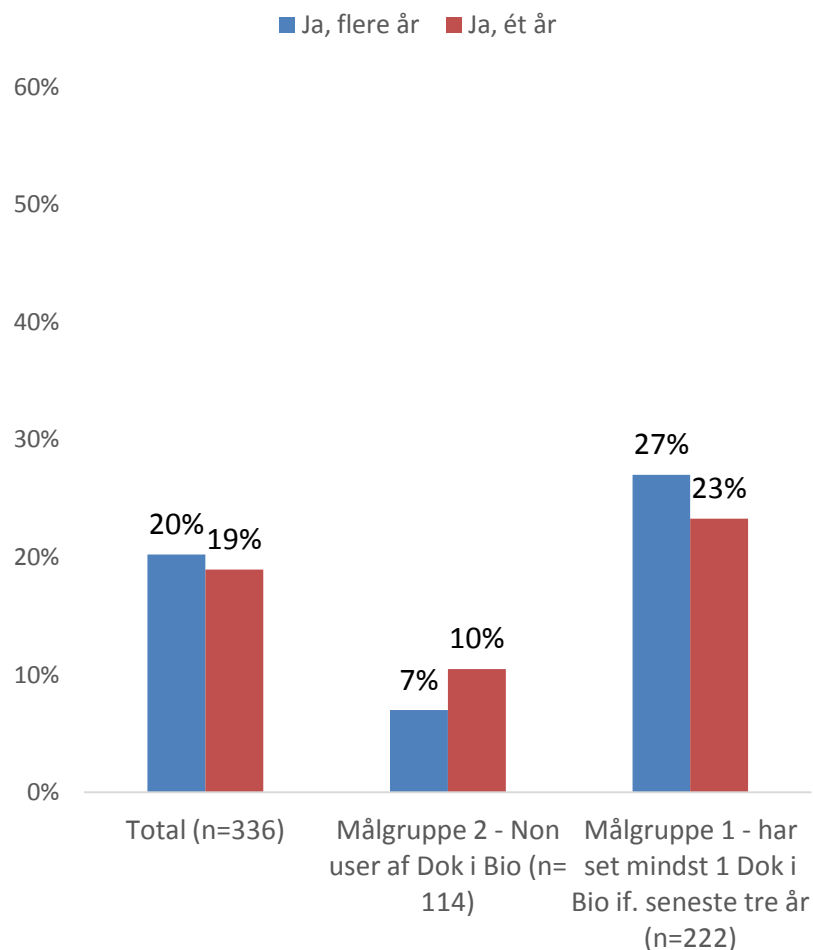
KENDSKAB OG BRUG/CPH:DOX

KENDSKAB TIL CPH:DOX



Base: Mgr 1 (n=570) + Mgr. 2 (n=682) = 1.252

HAR SET FILM PÅ FESTIVALEN:



Base: Kender CPH:DOX (n=336)

HVEM ER DET SÅ REELT VI HAR I TALE/HVEM GEMMER
SIG BAG TALLENE?

PUBLIKUMS PROFILER

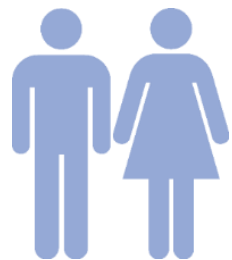
MÅLGRUPPE 1

BIOPUBLIKUM

HAR SET DOKUMENTARFILM I BIOGRAFEN INDEN FOR SENESTE TRE ÅR

PROFIL: MÅLGRUPPE 1

HAR SET DOKUMENTARFILM I BIOGRAFEN INDEN FOR SENESTE TRE ÅR (N=570)



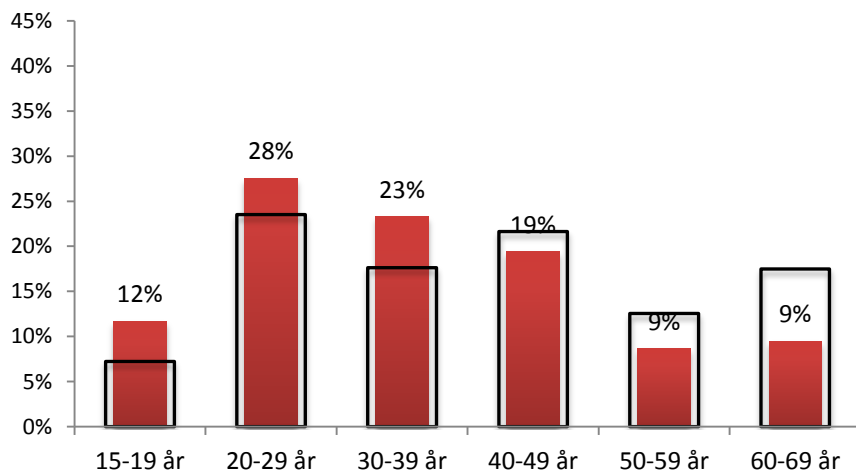
54%/109 46%/91



32%/107

har børn under 18 år
i husstanden

■ Målgruppe 1 - Set Dok i Bio if. seneste tre år (n=570) □ Total



SÆRLIGE KENDETEGN:

URBANISERING:

- Hovedstaden – 36%/121
- Øst for Storebælt – 55%/114

FAMILIE STATUS:

- Par med hjemmeboende børn – 28%/101
- Singler med hjemmeboende børn – 5%/105
- Bor hjemme hos forældre – 13%/140

BOLIG:

- Bor i leje eller andelsbolig 48%/109

UDDANNELSE:

- Lang videregående uddannelser - 19%/125
- Gymnasial uddannelse (student/HF) - 14%/111
- Folkeskole – 13%/125

INDKOMST:

- Gns. husstandsindkomst 561.200 kr./96

PROFIL: MÅLGRUPPE 1

HAR SET DOKUMENTARFILM I BIOGRAFEN INDEN FOR SENESTE TRE ÅR (N=570)

FILMFORBRUG:

BIOGRAF	83%/103 går i biografen mindst halvårligt
BIOGRAF	68%/220 har set 1 dokumentarfilm i biografen inden for seneste 3 år, og 28%/167 ser dokumentar i biografen min. halvårligt
DVD/BD	69%/106 ser film på DVD/BD mindst halvårligt, og 31%/143 ser dokumentar halvårligt
S-VOD	70%/119 ser film på betalt stream halvårligt 46%/126 ser dokumentar
TV	86%/93 Ser film på TV, og 77%/86 ser dokumentar på DR/TV2 kanalerne halvårligt

Målgruppe 1 er mere kulturelt forbrugende end gennemsnittet - Teater, Museum og koncerter – og følger med i politik og lokalsamfundet. Til gengæld er de i mindre grad interesseret i sport (som tilskuere). Familie anses som vigtig, men ligeså er karrieren.

Flest i målgruppen foretrækker film fra US i biografen, men film fra Europa og den øvrige verden er tillige i langt højere grad populære her end hos befolkningen generelt. Omvendt foretrækker de i mindre grad de danske film.



TV:

DR1 - 72%/89
DR2 - 50%/89
Ingen af disse 8%/151

Benytter ugentligt



Dagblade:

Politiken - 19%/130
Berlingske - 12%/114
Weekendavisen - 8%/127



Radio:

P3 - 37%/95
P1 - 18%/115
The voice - 13%/134



Online medier:

DR.dk - 44%/98
EB.dk - 33%/97
Pol.dk - 25%/131



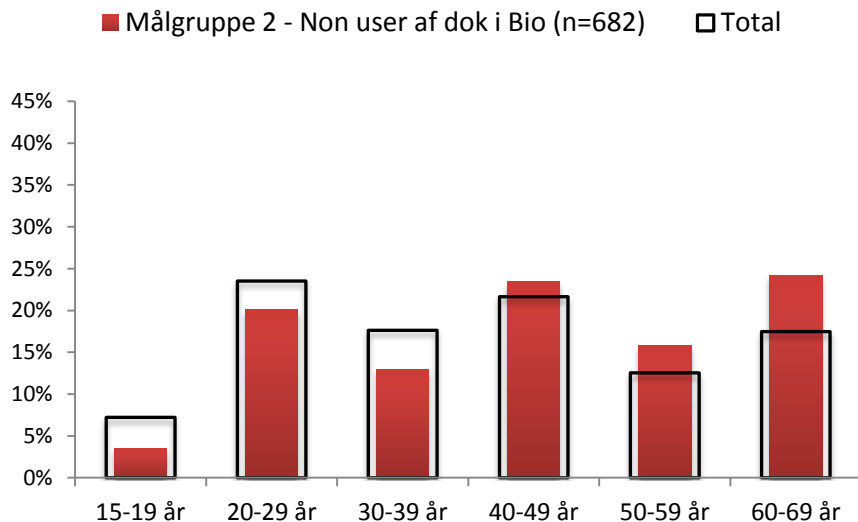
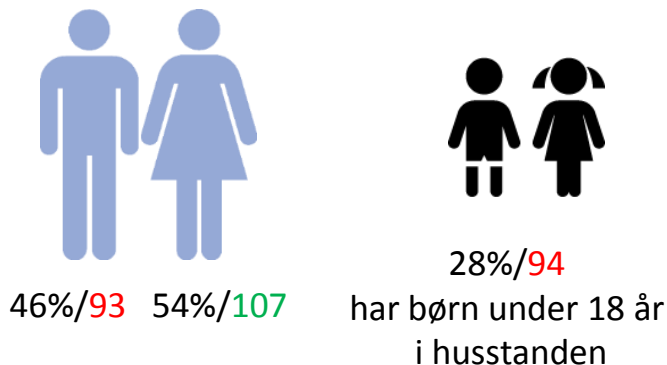
Online medier:

Facebook - 79%/100
Instagram - 28%/124
Twitter - 14%/130

MÅLGRUPPE 2 DE POTENTIELLE?

PROFIL: MÅLGRUPPE 2

HAR SET DOKUMENTARFILM PÅ TV OG VÆRET I BIOGRAFEN INDEN FOR SENESTE HALVE ÅR (N=682)



SÆRLIGE KENDETEGN:

URBANISERING:

- Overrepræsenteret i alle øvrige by-typer uden for hovedstaden, Vest for Storebælt 57%/111

FAMILIE STATUS:

- Par uden hjemmeboende børn – 38%/115
- Par med hjemmeboende børn – 28%/99
- Single uden børn – 19%/99

BOLIG:

- Bor i ejerbolig 58%/109

UDDANNELSE:

- Lange videregående uddannelser - 27%/177
- Gymnasial uddannelse (student/HF) - 15%/121

BESKÆFTIGELSE:

- Pensionist/efterløner - 18%/138
- Faglært/ufaglært arbejder – 16%/117
- Funktionær 36%/99

INDKOMST:

- Gns. husstandsindkomst 600.600 kr./103

PROFIL: MÅLGRUPPE 2

HAR SET DOKUMENTARFILM PÅ TV OG VÆRET I BIOGRAFEN INDEN FOR SENESTE HALVE ÅR (N=682)

FILMFORBRUG:

BIOGRAF	79%/98 går i biografen mindst halvårligt
BIOGRAF	7%/44 ser dokumentar i biografen min. Halvårligt – sandsynligvis genreforvirring
DVD/BD	62%/95 ser film på DVD/BD mindst halvårligt, og 14%/64 ser dokumentar halvårligt
S-VOD	49%/84 ser film på betalt stream halvårligt 28%/78 ser dokumentar
TV	97%/105 Ser film på TV,

Målgruppe 2 er mere til sport (som tilskuere) end gennemsnittet, mens der omvendt bruges mindre tid på Teater, Museum og koncerter. De er hverken mere eller mindre tilbøjelige til at følge med i politik eller engagere sig i lokalsamfundet end gennemsnitligt, hvilket også gælder når det handler om miljø. Familie anses som vigtigere end karrieren.

Flest i målgruppen foretrækker film fra US når de skal i biografen, men dog i lidt mindre grad end gennemsnittet. De danske film er populære her, mens film fra Europa og den øvrige verden ikke foretrækkes.



TV:

DR1 - 89%/110
TV2 - 83%/111
TV2Charlie - 24%/138

Benytter ugentligt



Dagblade:

Lokal/Regional avis - 27%/120
MX - 19%/103
Jyllands posten- 10%/107



Radio:

P3 - 41%/105
P4 - 36%/117
NOVA - 19%/102



Online medier:

DR.dk - 45%/102
Tv2.dk - 38%/110
BT.dk - 30%/110



Online medier:

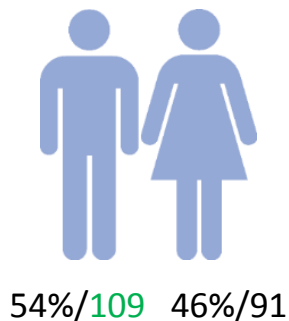
Facebook - 80%/100
Instagram - 18%/80
Twitter - 8%/75
Ingen af disse – 19%/112

STREAMERNE

HAR SET DOKUMENTARFILM PÅ BETALT STREAMING-TJENESTE (S-VOD)

PROFIL: STREAMERNE

HAR SET DOKUMENTARFILM VIA S-VOD INDEN FOR SENESTE HALVE ÅR (N=452)



36%/121
har børn under 18 år
i husstanden

SÆRLIGE KENDETEGN:

URBANISERING:

- Hovedstaden – 33%/109
- Storby (+100.000 indbyggere) – 20%/110

FAMILIE STATUS:

- Par med hjemmeboende børn – 31%/112
- Par uden hjemmeboende børn – 29%/87
- Single med hjemmeboende børn – 6%/118
- Bor hjemme med forældre – 11%/122

BOLIG:

- Bor i lejebolig - 38%/116
- Bor i andelsbolig – 11%/101

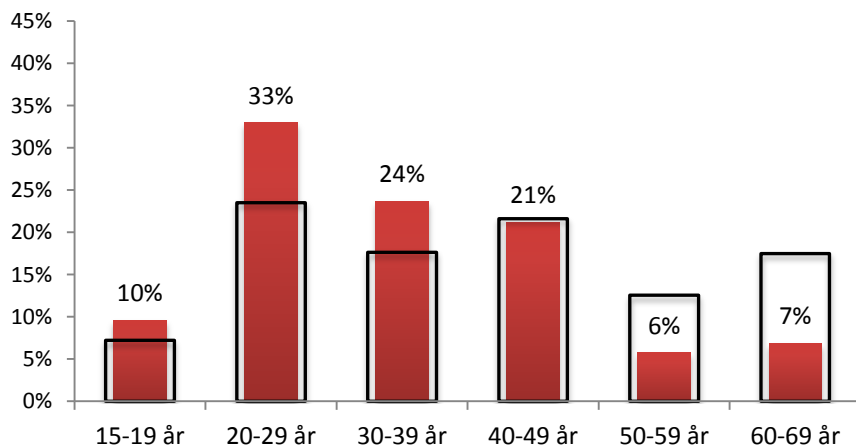
UDDANNELSE:

- Gymnasial uddannelse (student/HF) - 14%/117
- Erhvervsgymnasial uddannelse (HH/HTX/HHX) – 8%/123
- Kort videregående uddannelse - 10%/106

INDKOMST:

- Gns. husstandsindkomst 564.800 kr./97

■ Ser dokumentar via S-vod min. halvårligt (n=452) □ Total (n=1.252)



PROFIL: STREAMERNE

HAR SET DOKUMENTARFILM VIA S-VOD INDEN FOR SENESTE HALVE ÅR (N=452)

FILMFORBRUG:

BIOGRAF	87%/108 går i biografen mindst halvårligt
BIOGRAF	29%/178 ser dokumentar i biografen min. Halvårligt – sandsynligvis genreforvirring
DVD/BD	75%/114 ser film på DVD/BD mindst halvårligt, og 40%/182 ser dokumentar halvårligt
S-VOD	96%/164 ser film på betalt stream halvårligt
TV	93%/101 Ser film på TV, og 92%/103 ser dokumentar på TV mindst halvårligt

Streamerne har ung profil (43 % er under 30år), de er studerende og bor i storbyerne. De går oftere til koncerter end gennemsnittet, mens der omvendt bruges mindre tid på teater og museum.

De er meget gennemsnitlige når man ser på tilbøjeligheden til at følge med i politik, deres engagement i lokalsamfundet eller miljø. Karriere anses som vigtigere end familie.

Flest i målgruppen foretrækker film fra US når de skal i biografen De danske film er mindre populære.



TV:

DR1 - 72%/89
TV2 - 68%/91
TV2 Zulu - 27%/104



Dagblade:

MX - 20%/109
Politiken - 17%/114
Ekstra Bladet - 11%/124



Radio:

P3 - 46%/115
NOVA - 24%/127
The Voice - 13%/131



Online medier:

DR.dk - 47%/107
EB.dk - 40%/116
Pol.dk - 24%/129



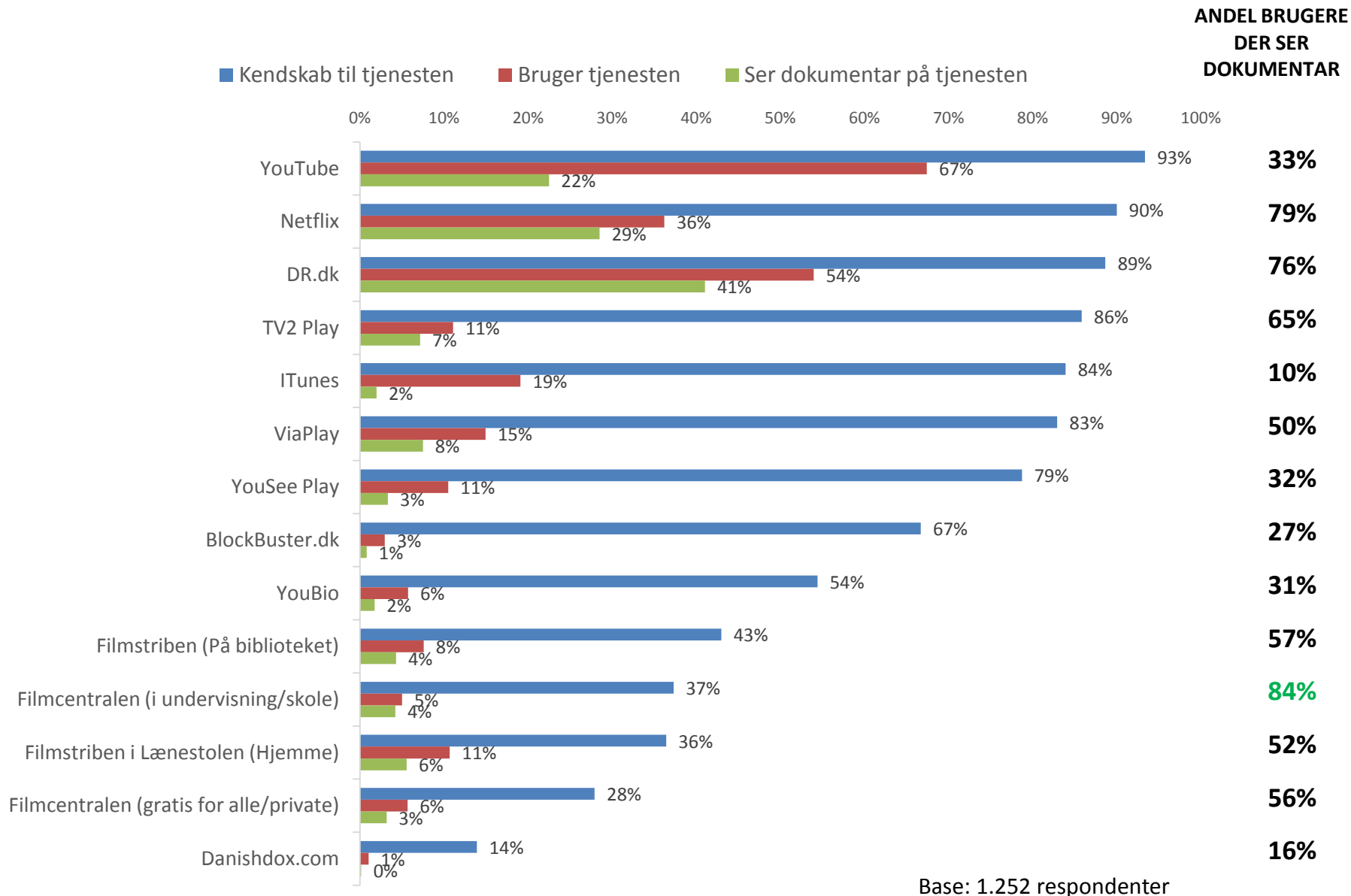
Online medier:

Facebook - 86%/108
Instagram - 30%/136
Twitter - 15%/142

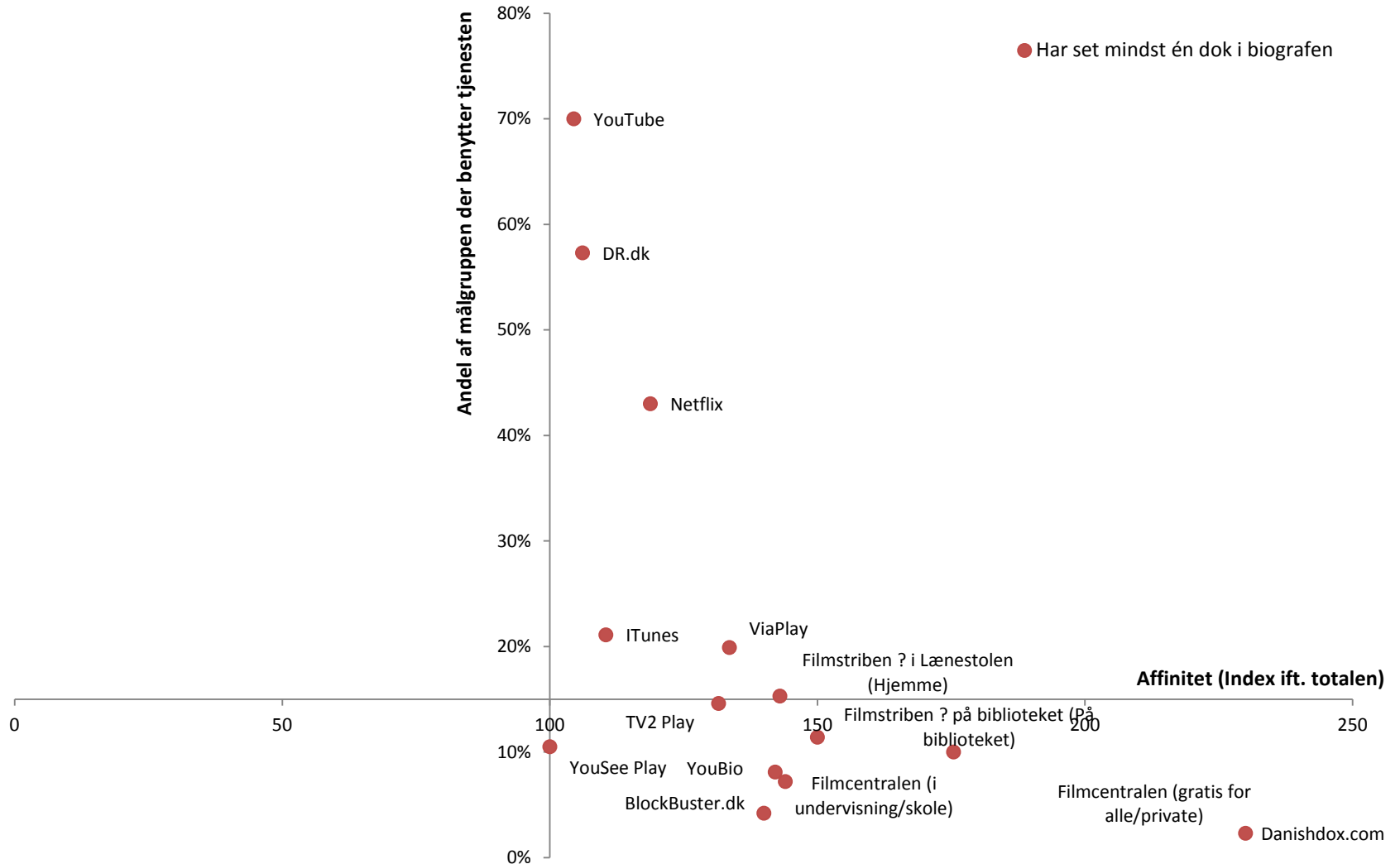
Benytter ugentligt

FOKUS PÅ STREAMING

STREAMINGTJENESTER

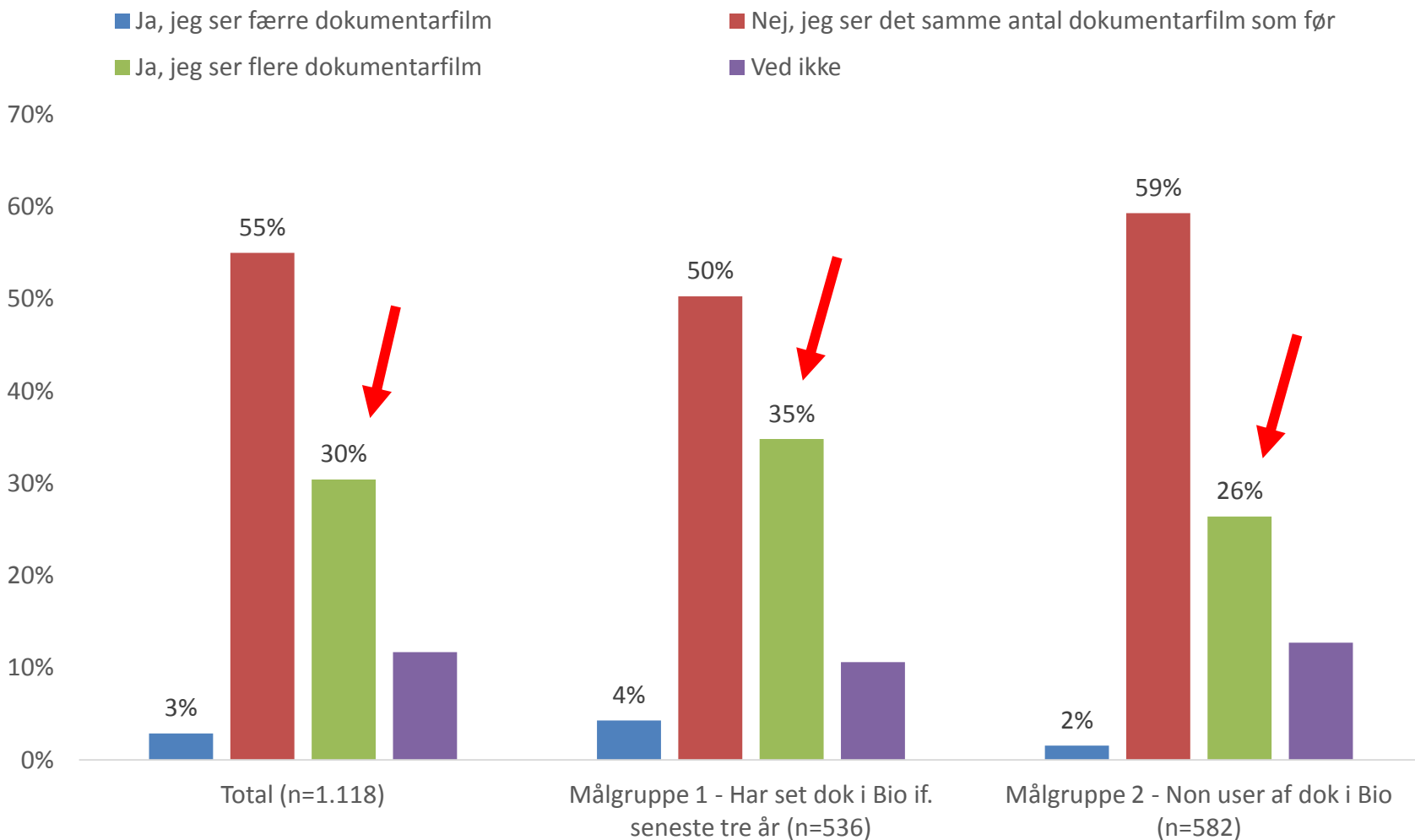


STREAMING MAP



KONSEKVENNS - ØGET FORBRUG

Har det, at der nu er adgang til dokumentarfilm på streamingtjenester, ændret på, hvor ofte du ser dokumentarfilm?



Base: 1.118 – kender og bruger/har brugt en streamingtjeneste

For yderligere information, kontakt

Afdelingschef DOKUMENTAR

Ane Mandrup

Mail: anem@dfi.dk

Analyse Konsulent

Martin Kofoed Hansen

Mail: martinkh@dfi.dk