

A young boy in a dark suit is smiling and holding a film strip. In the background, a man in a white shirt is working at a desk. The scene is set in a room with a sign that says "ART BEER".

# ARTHOUSEFILM I DANMARK - MARKED OG PUBLIKUM

# BAGGRUND

DFI har analyseret markedet for smalle fiktionsfilm – også kaldet arthousefilm – i Danmark.

Disse omfatter bl.a.:

- DFI-konsulentstøttede film med begrænset publikumspotentiale (op til 30.000 billetter)
- DFI-støttede lavbudget-film
- Spillefilm støttet via New Danish Screen
- Udenlandske arthousefilm
- DFI-støttede minor-koproduktioner

# BAGGRUND

Rapporten har to dele:

1. Markedets udvikling: et overblik over biografer, filmpremierer og billetsalg i perioden 2010-17.
  - Analyse af tal fra DFI og Danmarks Statistik
2. Publikumsprofiler: hvem ser arthousefilm – og hvordan er deres adfærd, holdninger og medieforbrug?
  - Analyse foretaget af analysebureauet YouGov af publikum til arthousefilm

**YouGov**<sup>®</sup>

A person in a dark jacket is sitting on a large, smooth rock on a beach. In the background, there is a large pile of white driftwood on the sand. The ocean is visible in the distance under a clear sky.

# MARKEDET: BIOGRAFER, FILM OG BILLETSALG 2010-17

# BIOGRAFER I DANMARK 2010-17

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Biografer i alt	162	161	163	162	160	161	163	166
Biografsale i alt	396	398	406	416	420	432	444	458
Sæder i alt	57.000	57.000	59.000	60.000	59.000	60.000	61.000	63.000
Sæder pr. biografsal	143	145	145	143	140	140	138	137
Enkeltalsbiografer	85	85	85	83	80	80	80	80
Enkeltalsbiografer andel af alle biografer	52%	53%	52%	51%	50%	50%	49%	48%
DFI- støttede kunstbiografer	8	8	8	7	8	8	8	8
Sale i DFI-støttede kunstbiografer	17	17	17	20	20	20	20	20

## Generelt:

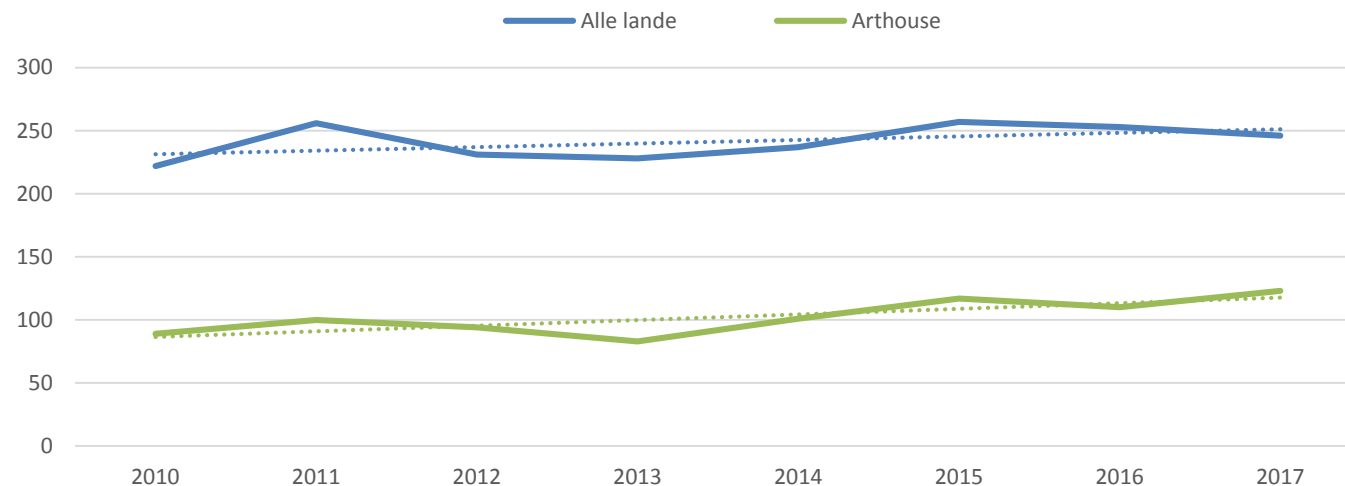
- Stabilt antal biografer 2010-2017.
- Knap halvdelen af de danske biografer har kun én sal.
- Antallet af biografsale er steget med 16 % fra 2010-2017. Antallet af sæder er steget med 11 % fra 2010-2017.
- Flere sale – med færre sæder. Større fokus på komfort og benplads.

## Kunstbiografer:

- Biografer som har modtaget DFI-kunstbiografstøtte.
- Antallet af kunstbiografer har ligget stabilt.
- 2018: to nye DFI-støttede kunstbiografer. Den Lille Biograf (Esbjerg) og Parkteatret (Frederikssund).
- Andre biografer med arthouse-repertoire: biografer i Europa Cinemas-netværket – yderligere 6 biografer med i alt 21 sale (2017).
- 8 % af danske biografer har et overvejende arthouse-repertoire. 9 % af salene ligger i disse biografer.

Kilde: Danmarks Statistik + Det Danske Filminstitut

# PREMIEREFILM 2010-2017



- 4-5 ugentlige filmpremierer.
- Markant stigning i antallet af arthouse-premierer\*. Film fra Europa samt Verden udenfor Europa og USA er steget 38 % fra 2010 til 2017.
- Antallet af kunstbiografer er relativt stabilt i perioden: øget pres på kunstbiografernes kapacitet.

Oprindelse	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Alle lande	222	256	231	228	237	257	253	246
Danmark	33	33	30	31	31	35	36	36
USA	100	123	107	114	105	105	107	87
Europa udenfor Danmark	71	79	83	63	81	94	84	102
Verden udenfor Europa og USA	18	21	11	20	20	23	26	21

Kilde: Danmarks Statistik + Det Danske Filminstitut

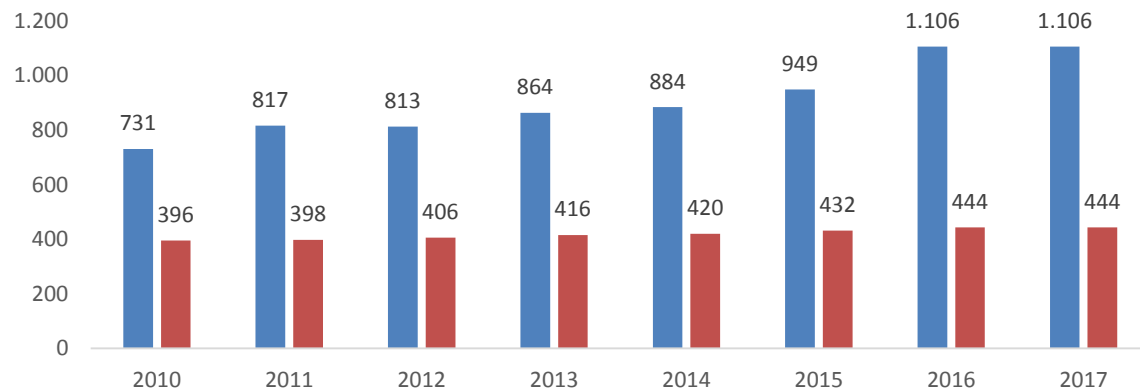
\*Arthousefilm er i denne sammenhæng af metodemæssige begrænsninger defineret som film fra "Europa udenfor Danmark" og "Verden udenfor Europa og USA" jf. Danmarks statistiks opdeling.

28-06-2018

Arthousefilm i Danmark - marked og publikum

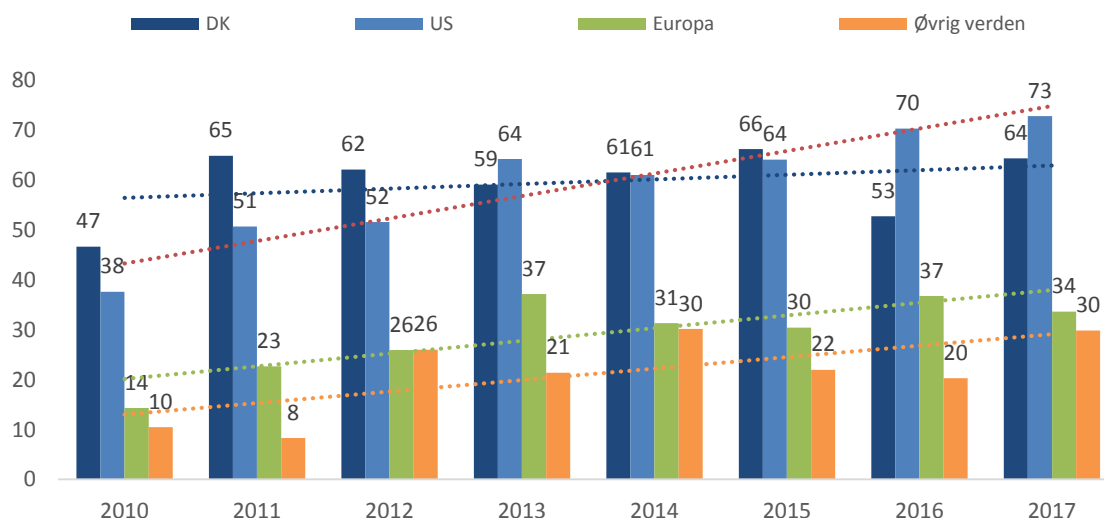
# BIOGRAF-BOOKINGER 2010-2017

## GNS. ANTAL BOOKINGER PER UGE

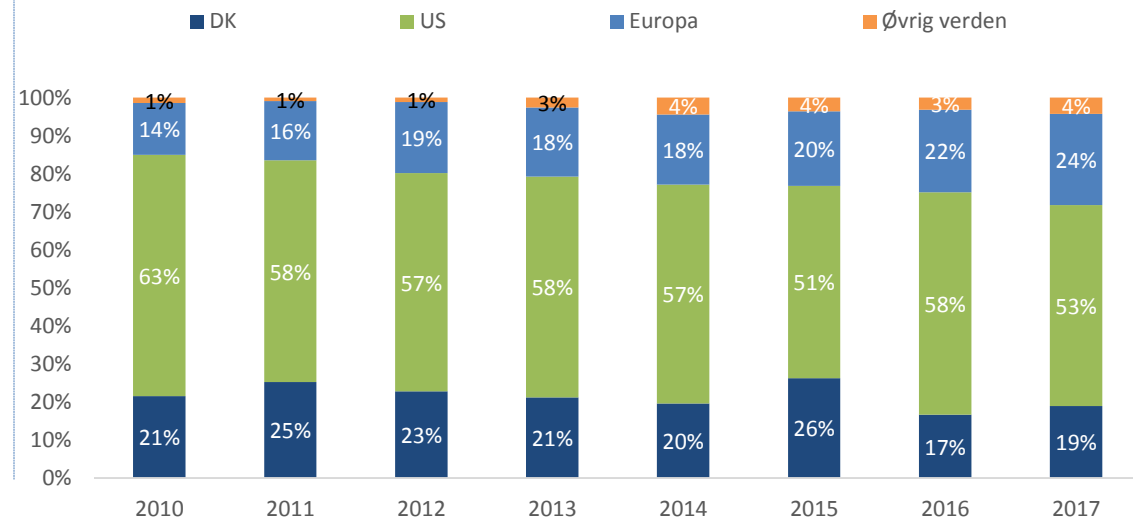


- Øget pres fra flere film i biograferne, understreges tydeligt når man sammenholder det samlede antal ugentlige bookinger med antallet af sale. Her er der sket en markant forøgelse siden digitaliseringen biograferne. Dette er dog også et udtryk for biografernes bedre muligheder for at udnytte kapaciteten af deres sale.
- Film fra alle lande går bredere ud ved premieren, men stigningen har været mest markant på de udenlandske film – herunder arthousefilmene.
- Arthousefilmernes bookinger udgør således en stadig stigende andel af det samlede antal bookinger

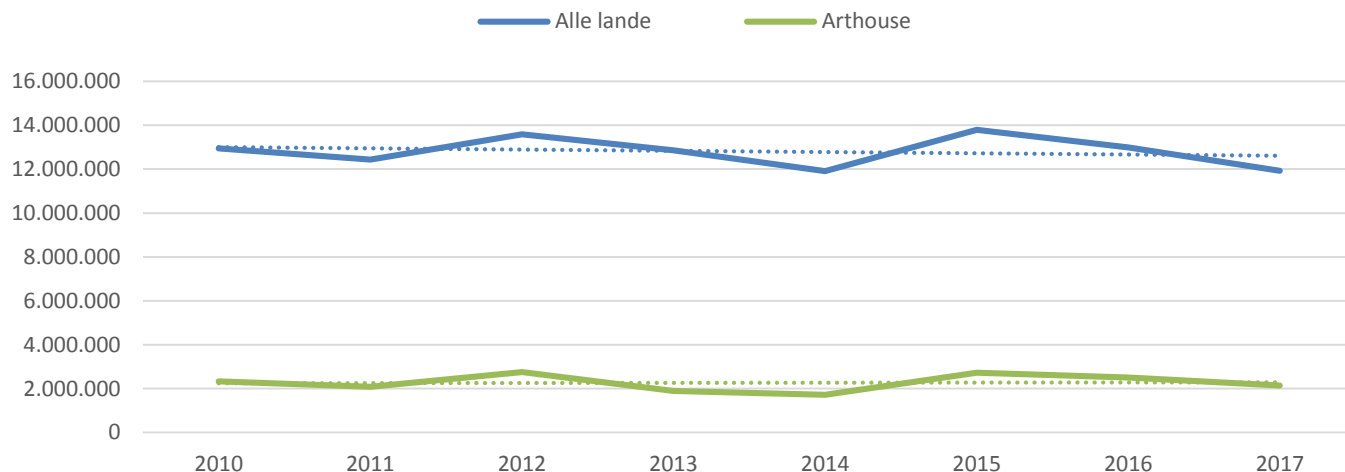
## GNS. ANTAL BOOKINGER VED PREMIERE



## ANDEL AF SAMLEDE ANTAL BOOKINGER PÅ MARKEDET



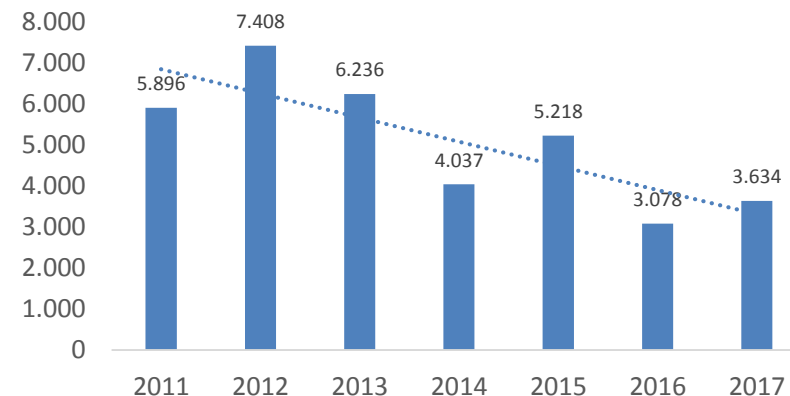
# BILLETSALG 2010-17



- Relativt stabilt samlet billetsalg i perioden 2010-17.
- Billetsalget til udenlandske arthousefilm er faldet 8 % over perioden, mens antallet af arthouse-premierer er steget 38 %.

Solgte billetter (1.000)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Alle lande</b>	12.952	12.433	13.591	12.866	11.916	13.789	12.994	11.927
<b>Danske</b>	2.882	3.363	3.898	3.884	3.261	4.112	2.731	2.531
<b>USA</b>	7.744	6.985	6.943	7.091	6.937	6.957	7.759	7.249
<b>Europa udenfor Danmark</b>	1.959	1.899	2.585	1.634	1.343	2.510	1.754	1.743
<b>Verden udenfor Europa og USA</b>	368	186	164	256	376	210	749	404

## Gns. billetsalg til DFI-støttede udl. arthousefilm 2011-17\*



Kilde: Danmarks Statistik + Det Danske Filminstitut

\*Arthousefilm er i denne sammenhæng af metodemæssige begrænsninger defineret som film fra "Europa udenfor Danmark" og "Verden udenfor Europa og USA" jf. Danmarks statistiks opdeling.

\*NB Af statistiske hensyn er to titler med ukarakteristisk høje publikumstal undtaget fra opgørelsen: *Hushpuppy* (2012 – 85.000 billetter) og *Moonlight* (2017 – 59.000 billetter).



# MARKEDSUDVIKLING 2010-17: OPSUMMERING

- Stabilt antal biografer i perioden.
- Knap halvdelen af de danske biografer har kun én sal. For disse biografer kan det være svært at prioritere de smallere titler.
- Antallet af biografersale er steget med 16 % fra 2010-2017. Antallet af sæder er steget med 11 % fra 2010-2017.
- Flere sale – med færre sæder. Større fokus på komfort og benplads.
- Antallet af kunstbiografer (DFI støttede) har ligget stabilt. Dog: to nye kunstbiografer i 2018.
- 8 % af danske biografer viser overvejende et arthouse-repertoire.
  
- Gennemsnitligt 4-5 premierefilm om ugen, med følgende stor konkurrence om publikums opmærksomhed.
- Antallet af udenlandske arthouse-premierefilm er steget 38 % fra 2010 til 2017. I samme periode er billetsalget til disse film faldet 8 %.
  
- Der ses en markant forøgelse af det gennemsnitlige ugentlige antal bookinger siden digitaliseringen af biograferne.
- Film fra alle oprindelseslande går bredere ud ved premieren, men stigningen har været mest udtalt på de udenlandske film – herunder arthousefilmene.
- Arthousefilmernes bookinger udgør således en stadig stigende andel af det samlede antal bookinger

# ET SEKUNDÆRT BIOGRAFVINDUE: SKOLEBIO OG FILMKLUBBER



# SKOLEBIO OG FILMKLUBBER

Titel	Nationalitet	År	Billetsalg bio	Billetsalg MSIB	Billetsalg DABUF	Total
Min bedste fjende	Danmark	2011	9.335	29.005	N.A.	38.340
Drengen med cyklen	Belgien	2012	10.217	12.778	N.A.	22.995
Brendan og hemmelighedernes bog	Irland	2013	1.444	16.627	10.355	28.426
Fuglejagten	Danmark	2013	16.630	20.070	N.A.	36.700
En kat i Paris	Frankrig	2013	2.073	18.828	7.227	28.128
Ernest & Célestine	Frankrig	2014	4.923	27.635	5.333	37.891
Den grønne cykel	Saudi-Arabien	2014	18.369	25.172	1.519	45.060
Fjerkongens rige	Sverige	2015	11.673	20.087	12.785	44.545
Girlhood	Frankrig	2015	1.490	10.241	N.A.	11.731
Sangen fra havet	Irland	2015	4.943	33.620	10.682	49.245
Fantomdrengen	Frankrig	2016	895	29.210	5.185	35.290
Me and Earl and the dying girl	USA	2016	3.857	18.059	499	22.415
På toppen af verden	Frankrig	2017	236	28.357	916	29.509
Mit liv som squash	Frankrig	2017	1.775	26.761	2288	30.824

- Mange af de smalle danske og udenlandske fiktionsfilm har et potentiale i forhold til et børne- og ungdomspublikum.
- Børne- og ungdomsfilm har et "sekundært biografvindue".
- **Danske Børne- og Ungdomsfilmklubber (DABUF):** 70 filmklubber med 54.000 medlemmer og et samlet publikumstal på 278.000 (2016-17.)
- **Med Skolen i Biografen (MSIB):** DFIs landsdækkende skolebioordning. Årligt publikumstal: 240.000 (2016-17).
- **Sammenslutningen af Danske Filmklubber:** 14 filmklubber med 2.260 medlemmer (2017-18). Primært et voksent publikum.
- Skema: udvalgte eksempler på film der har fået et godt liv i skolebio og filmklubber.



# **PUBLIKUM: ADFÆRD, HOLDNINGER OG MEDIEFORBRUG**

# METODE

## Interviewperiode & dataindsamlingsmetode:

- Undersøgelsen er gennemført via internettet med udgangspunkt i YouGov Panelet i Danmark

## Målgruppe & screening:

- Undersøgelsen er gennemført blandt 15-79 årige danskere i to hovedmålgrupper:
  1. 15-79 årige danskere der har været i biografen inden for det seneste år
  2. 15-79 årige danskere der ser/har set arthouse film (på alle platforme)
- Der er indledningsvis i spørgeskemaet stillet screeningsspørgsmål med henblik på at komme frem til målgrupperne
- Der er udsendt invitationer via e-mail til personer, der opfylder disse krav i YouGov Panelet. Data er indsamlet så det udgør et repræsentativt udsnit af den danske befolkning med udgangspunkt i de nævnte målgrupper.
- I alt er der gennemført hhv. 808 interviews inden for målgruppe 1 og 812 interviews inden for målgruppe 2, altså en samlet base på 1.620 interview.

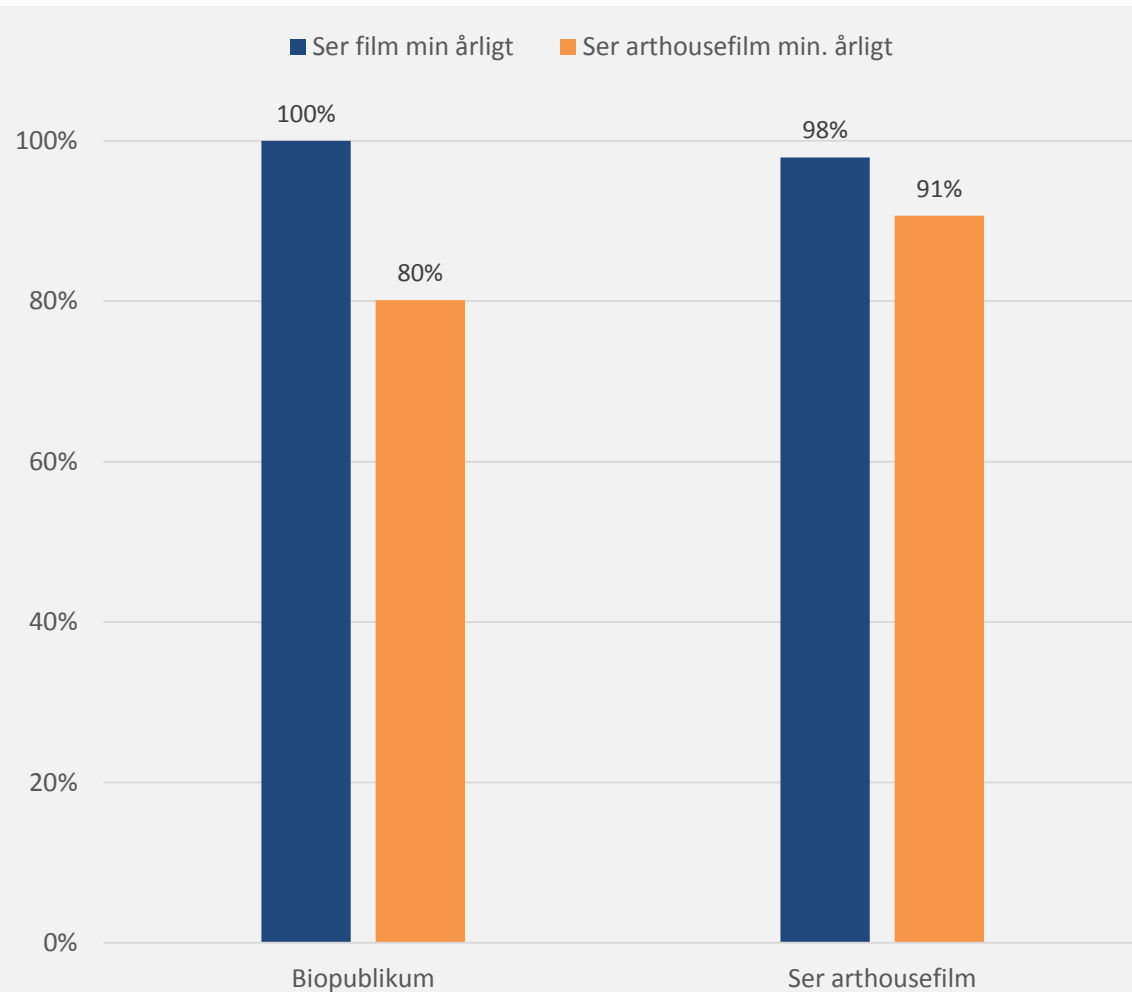
## Arthousefilm-definition:

I undersøgelsen er arthousefilm defineret således:

*Ved arthousefilm forstås film, som først og fremmest har fokus på den kunstneriske kvalitet – i modsætning til fx kommercielle underholdningsfilm. Arthousefilm er ofte prisbelønnede og får gode anmeldelser. De vises typisk i kunstbiografer (fx Grand Teatret, Øst for Paradis eller Café Biografen). OBS! "Arthousefilm" omfatter i denne undersøgelse ikke dokumentarfilm.*

# MÅLGRUPPE - ALLE SER FILM OG SERIER..

...OG MANGE SER ARTHOUSEFILM!



- Respondenterne blev rekrutteret på baggrund af et kriterium om at de enten ser film i biografen, og/eller ser artfilm i det hele taget. På den baggrund er det ikke overraskende at konstatere, at stort set alle, i både målgruppe 1 og 2, ser film mindst årligt – set på tværs af platforme. Derimod var det overraskende, at hele 80% af respondenterne i gruppe 1 (biografpublikum repræsentativt) selv angiver, at de ser arthousefilm mindst årligt. Altså kun 11% færre end i målgruppe 2, der ellers netop er rekrutteret på baggrund af have præference for arthousefilm. Der er altså ikke markant forskel på de to grupper på dette vigtige parameter.
- For at skærpe profilen på arthousepublikummet i undersøgelsen, har vi derfor i stedet opdelt publikum i tre segmenter på baggrund af deres adfærd ift. arthousefilm. Disse benævnes som *Arthouse-kernepublikum*, *Potentielt arthousepublikum* og *Mainstream-publikum*. Segmenterne er nærmere defineret på næste slide.

# NYE SEGMENTER

Arthouse-kernepublikum:	Har set arthousefilm inden for de seneste tre år (på alle platforme)*, og har set mindst tre af de listede arthousefilm**
Arthouse potentielt publikum:	Har enten svaret ”ja” til at have set arthousefilm inden for seneste tre år (på alle platforme)*, men har højst set én af de listede film. Eller har svaret ”nej” til at have set arthousefilm inden for de seneste tre år*, men <u>har</u> faktisk set mindst tre af de listede film
Mainstreampublikum:	Har svaret ”nej” til at have set arthousefilm inden for de seneste tre år (på alle platforme)*, og har højst set én af de listede film

\*Har svaret ”ja” til følgende: *Har du set en eller flere arthousefilm inden for de seneste 3 år? (Ved arthousefilm forstås film, som først og fremmest har fokus på den kunstneriske kvalitet – i modsætning til fx kommercielle underholdningsfilm. Arthousefilm er ofte prisbelønnede og får gode anmeldelser. De vises typisk i kunstbiografer (fx Grand Teatret, Øst for Paradis eller Café Biografen)*

\*\* Se liste over film i bilag

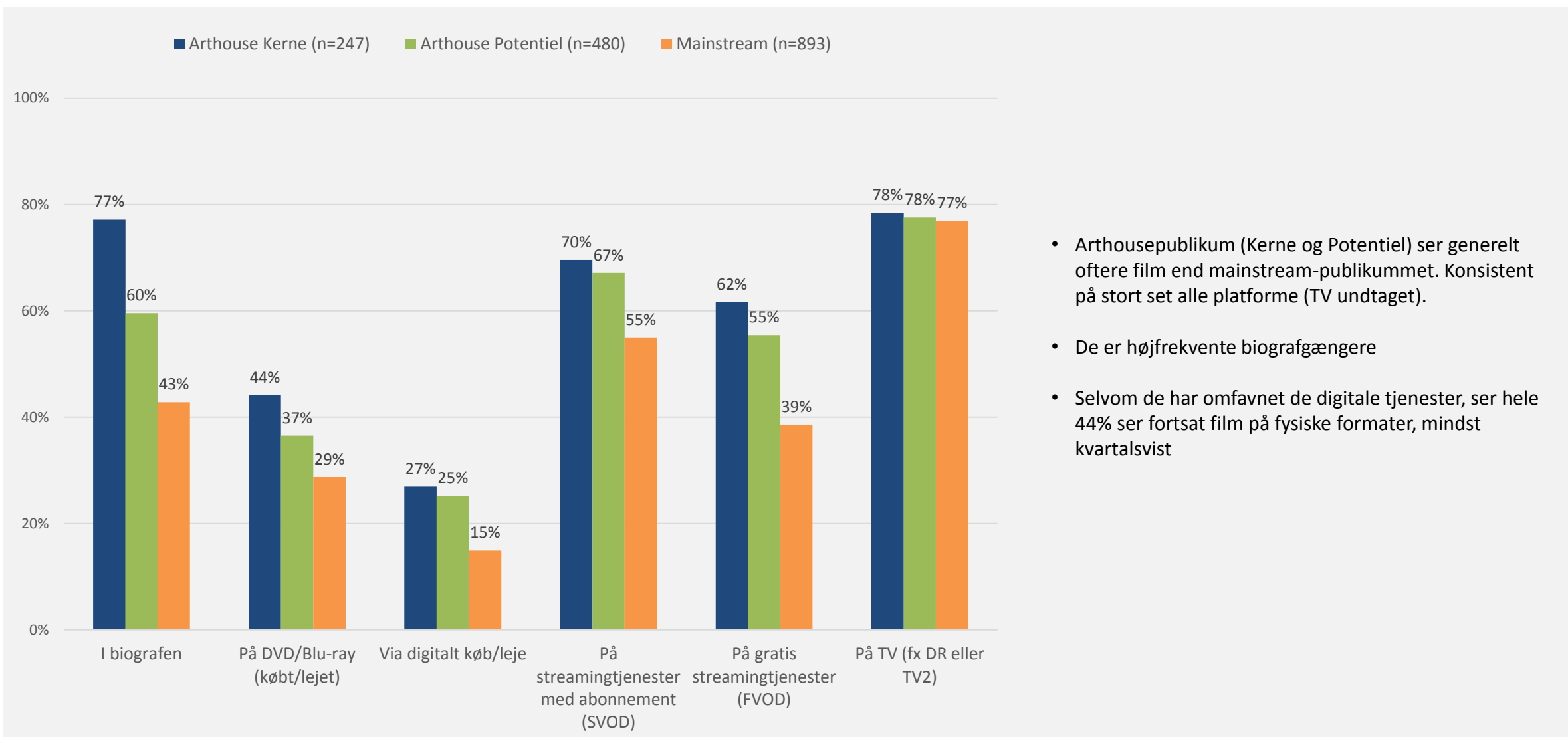


# BIOGRAFEN – OG ANDRE PLATFORME



# PLATFORME - FILM

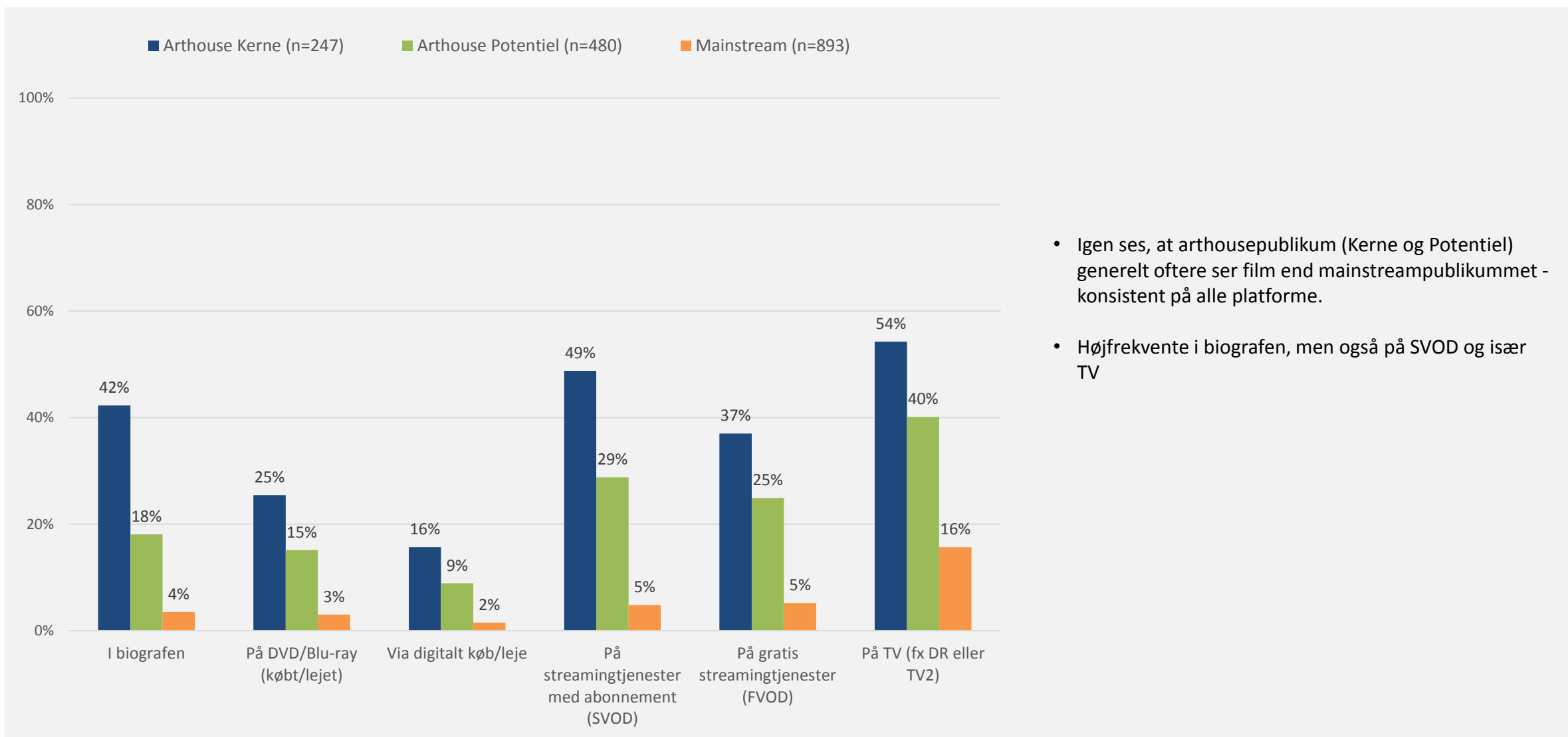
HVOR OFTE SER DU FILM FØLGENDE STEDER – HER BEDES DU TÆNKE PÅ ALLE SLAGS FILM? (ANDEL SER MINDST ÉN GANG I KVARTALET)



- Arthousepublikum (Kerne og Potentiel) ser generelt oftere film end mainstream-publikummet. Konsistent på stort set alle platforme (TV undtaget).
- De er højfrekvente biografgængere
- Selvom de har omfavnet de digitale tjenester, ser hele 44% ser fortsat film på fysiske formater, mindst kvartalsvist

# FREKVENNS – ARTHOUSEFILM

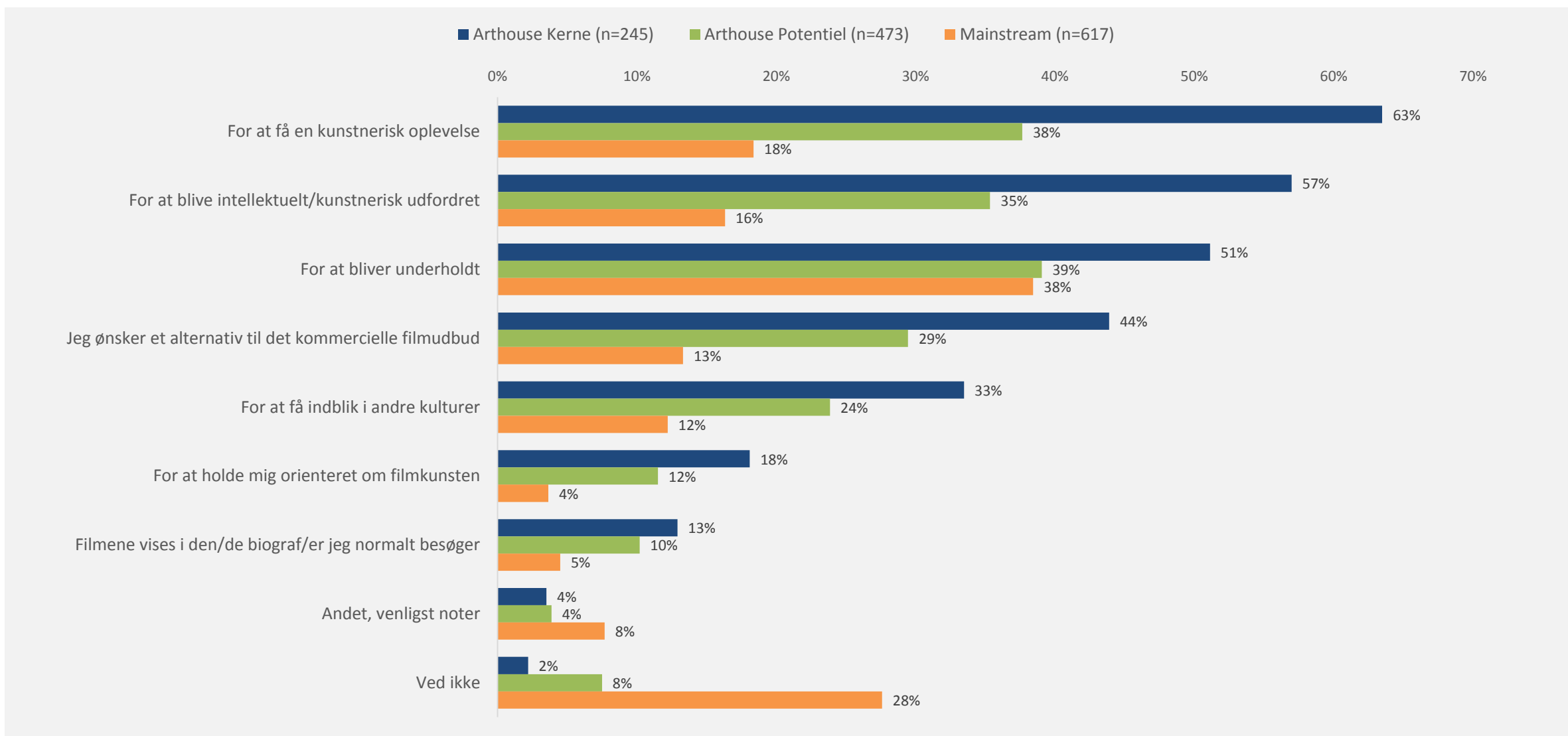
HVOR OFTE SER DU ARTHOUSEFILM FØLGENDE STEDER? (ANDEL SER MINDST ÉN GANG I KVARTALET)



- Igen ses, at arthousepublikum (Kerne og Potentiel) generelt oftere ser film end mainstreampublikummet - konsistent på alle platforme.
- Højfrekvente i biografen, men også på SVOD og især TV

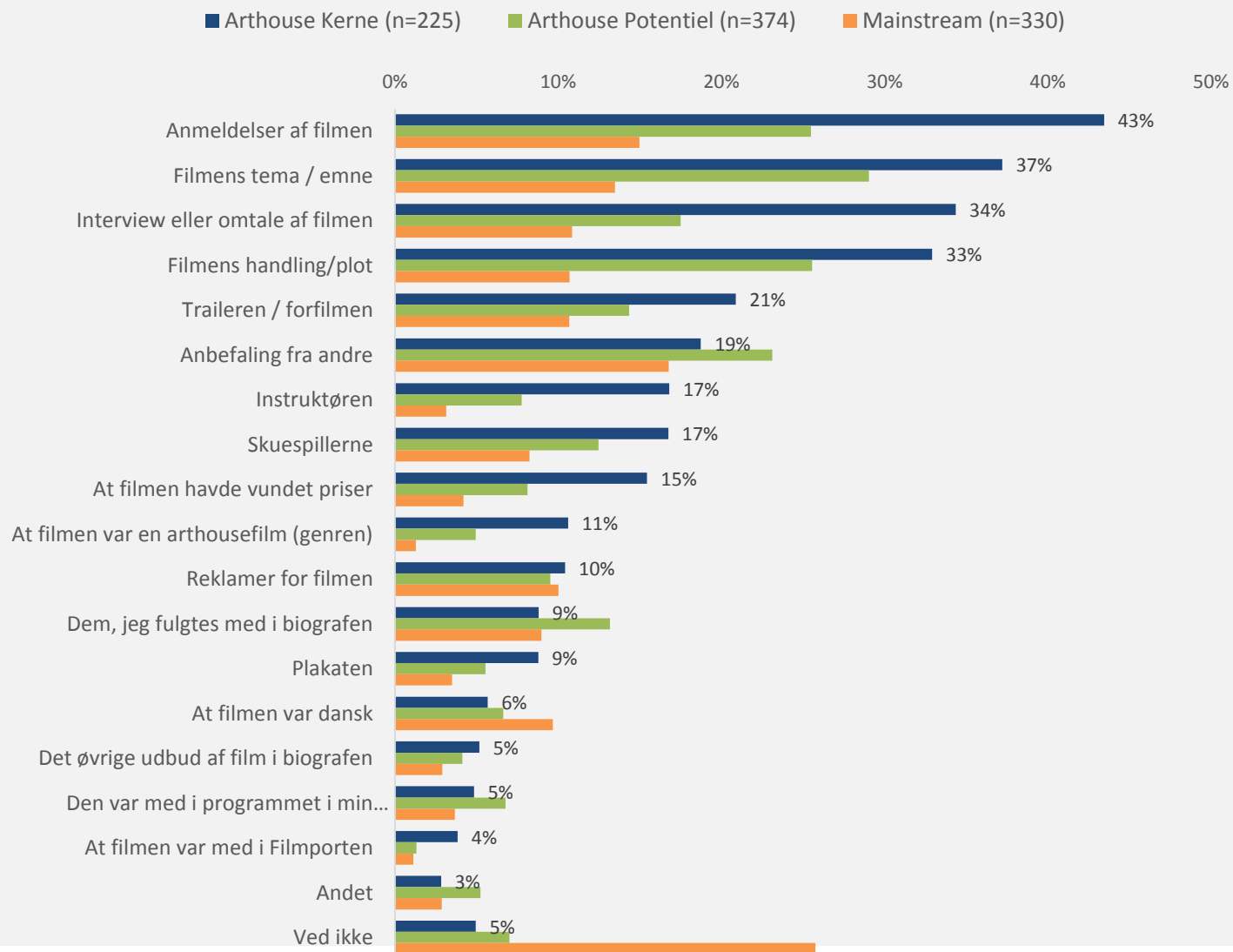
# DRIVERE FOR TILVALG AF ARTHOUSEFILM

HVAD ER DE PRIMÆRE ÅRSAGER TIL AT DU SER ARTHOUSEFILM?



# DRIVERE FOR VALG AF FILM

TÆNK PÅ DEN SENESTE ARTHOUSEFILM, DU HAR SET I BIOGRAFEN. HVAD GJORDE, AT DET VAR NETOP DÉN, DU VILLE SE?



Top drivers for valg af film:

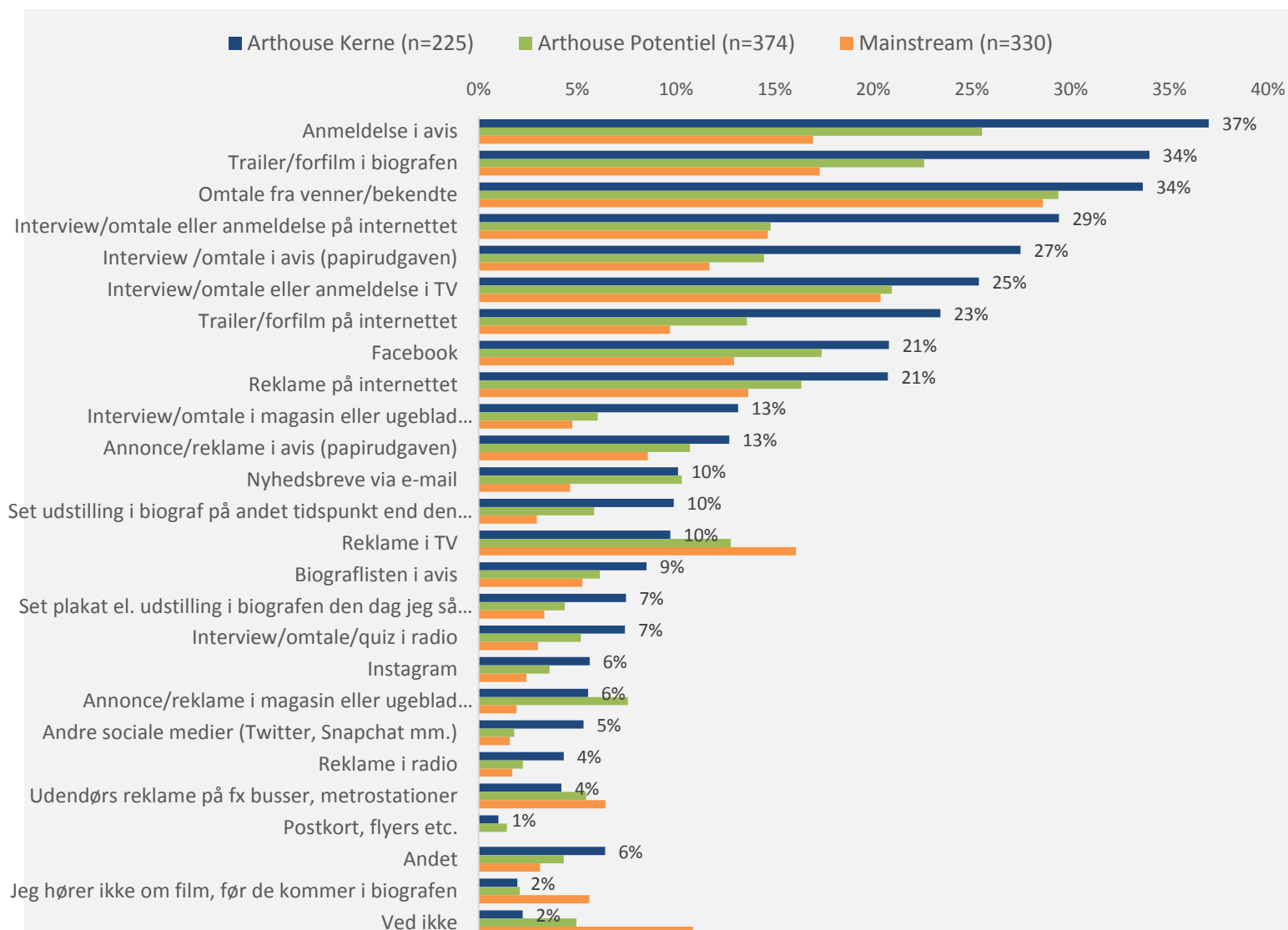
1. Anmeldelser
2. Tematik/emne
3. Omtale
4. Plot

Arthouse-kernepublikum skiller sig også ud ved:

1. Trailer
2. Instruktør
3. Priser
4. Genren

# KENDSKAB TIL ARTHOUSEFILM I BIOGRAFEN

HVOR SER/HØRER/LÆSER DU PRIMÆRT OM ARTHOUSEFILM, SOM DU BLIVER INTERESSERET I AT SE I BIOGRAFEN?



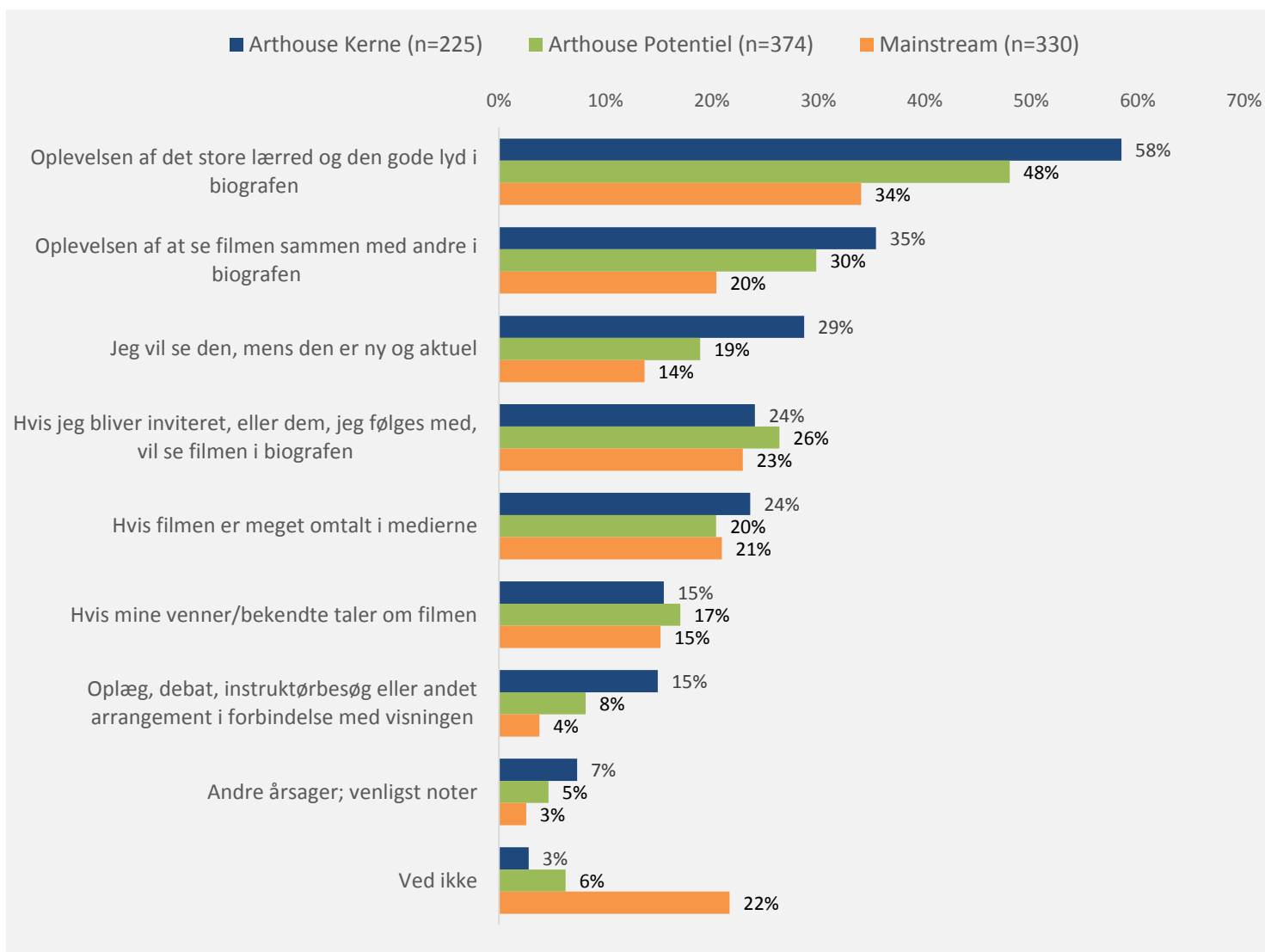
Arthouse-kernepublikum orienterer sig bredere (over flere eksponeringskanaler) om film generelt end mainstreampublikum.

Vigtigste kilder til kendskab:

1. Anmeldelser
2. Biograftrailereren
3. WOM – omtale fra omgangskredsen

# DRIVERE FOR TILVALG AF BIOGRAFEN

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



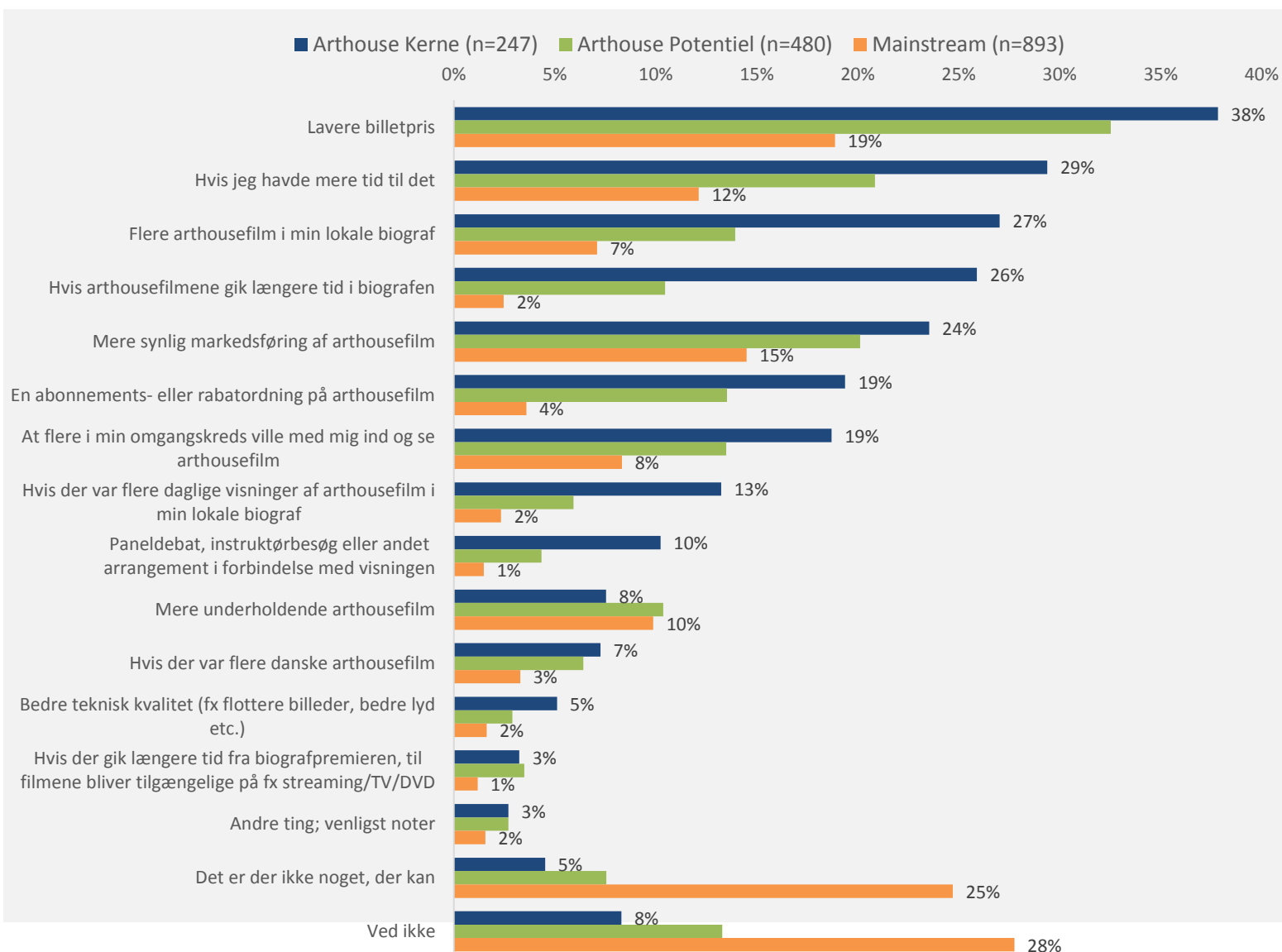
Top drivers for valg af biografen:

1. Teknik (lærred + lyd)
2. Det sociale
3. Aktualitet

Arthouse-kernepublikum skiller sig ud ved også at tillægge oplæg/events betydning.

# BARRIERER

HVAD KUNNE FÅ DIG TIL AT SE (FLERE) ARTHOUSEFILM I BIOGRAFEN?



Primære barrierer for at se flere arthousefilm i biografen.

Hos arthouse-kernepublikum:

- Prisen
- Tid
- Distribution (geografisk udbredelse, og længere tid i biograferne)
- Mere synlig markedsføring

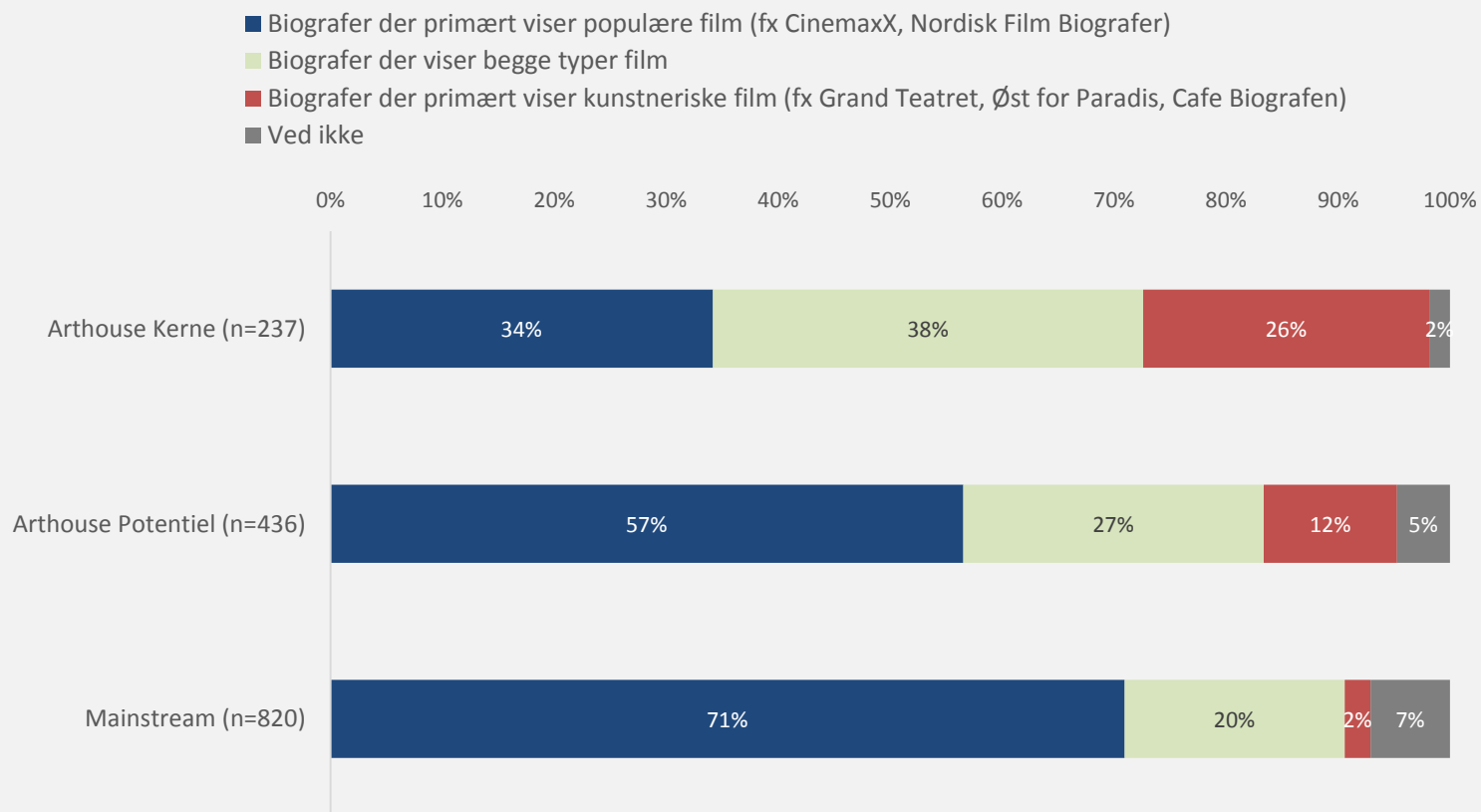
Hos det potentielle arthousepublikum:

- Pris
- Tid
- Markedsføring (synlighed)
- Udbredelse, abonnementsordning, ledsagere...

Blandt mainstreampublikummet svarer 25%, at der ikke er noget der kan rykke dem, og 28% "ved ikke". De er altså meget svære at flytte.

# BIOGRAFTYPE

HVILKEN TYPE BIOGRAF BESØGER DU OFTEST, NÅR DU GÅR I BIOGRAFEN?

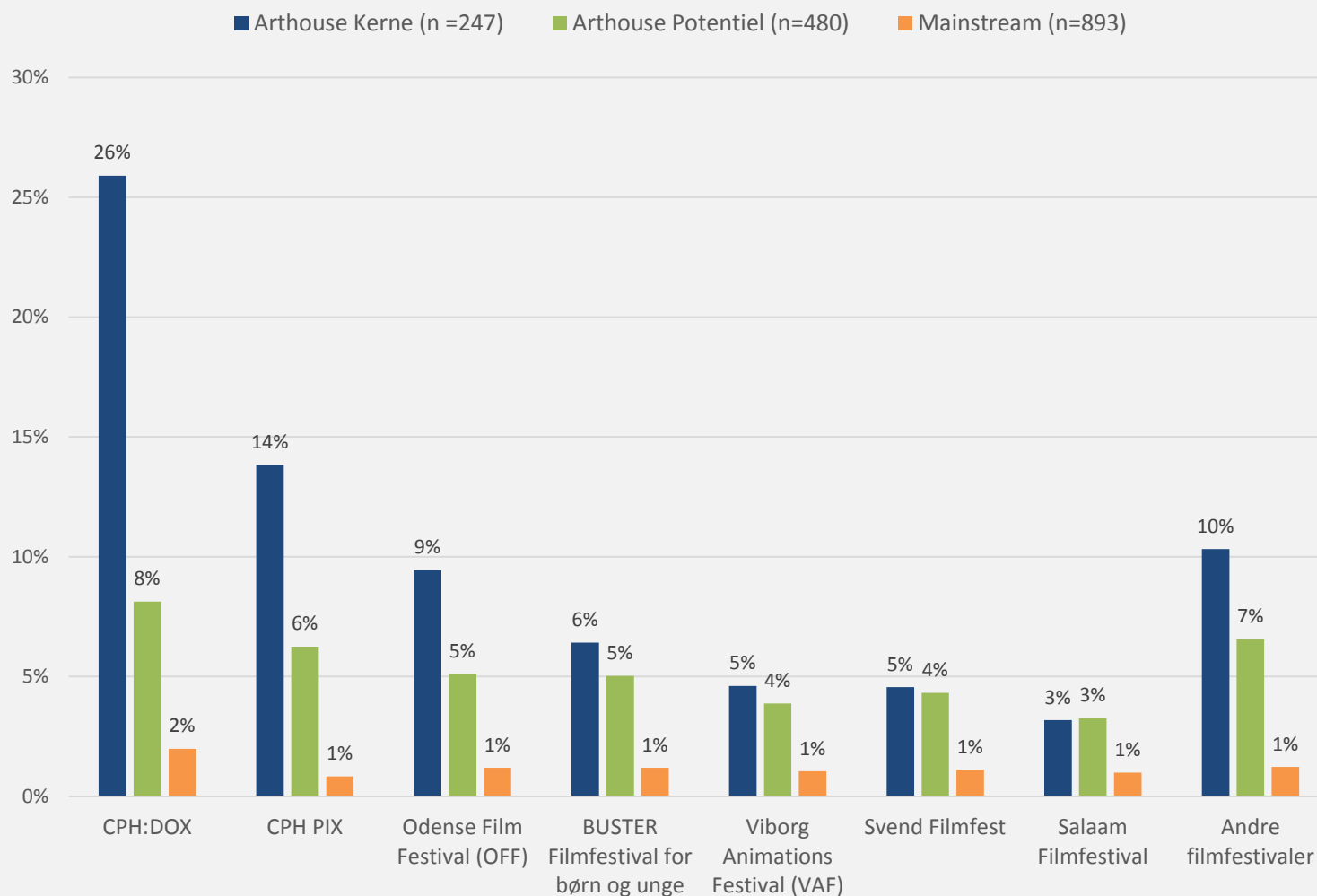


- Arthouse-kernepublikummet er relativt fragmenterede i deres biovalg, 1/3 går oftest i mainstream biografer.



# FILMFESTIVALER

HAR DU SET FILM PÅ EN ELLER FLERE AF FØLGENDE FILMFESTIVALER I DANMARK INDEN FOR DE SENESTE TO ÅR?



- Arthouse-kernepublikum er langt mere frekvente festivalgængere end de øvrige segmenter.
- Dokumentarfilmfestivalen CPH:DOX er markant den mest besøgte.

# PUBLIKUMSPROFILER

- ARTHOUSE-KERNEPUBLIKUM
- POTENTIelt ARTHOUSEPUBLIKUM
- MAINSTREAM-PUBLIKUM

# DEFINITIONER AF LIVSFASER OG LÆSEVEJLEDNING

## Sammenligning mellem segmenterne og befolkningen

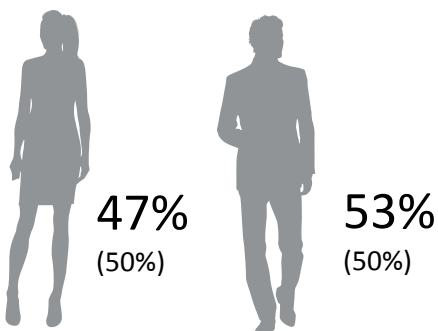
Profilerne i rapporten viser de særlige kendetegn for danskere, i hhv. de tre segmenter "Arthouse kernepublikum", "Arthouse potentielle" og "Mainstream".

Resultaterne for de tre profiler bliver i rapporten sammenlignet med hele befolkningen.

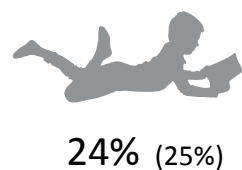
Procenterne i parentes er for befolkningen imens de andre procenter er for profilen.

Nedenstående eksempel er fra profilen på "Arthouse Kernepublikum". Profilen består af 47% kvinder og 53% mænd mens befolkningen er 50% kvinder og 50% mænd. Der er 24%, der har børn i hustanden under 18 år, mens der i befolkningen er 25%.

### Kønsfordeling



### Børn i husstanden Under 18 år



## Family Lifecycle

Rapporten benytter YouGov's "Family Lifecycle".

### Pre family

Personen er 18-45 år og har ingen børn.

### Young family

Personen har hjemmeboende børn, hvor yngste barn er 0-6 år.

### Adult family

Personen har hjemmeboende børn, hvor yngste barn er 7 år eller ældre.

### Active Empty Nesters

Personen er 46 år eller ældre uden hjemmeboende børn og er aktiv på arbejdsmarkedet.

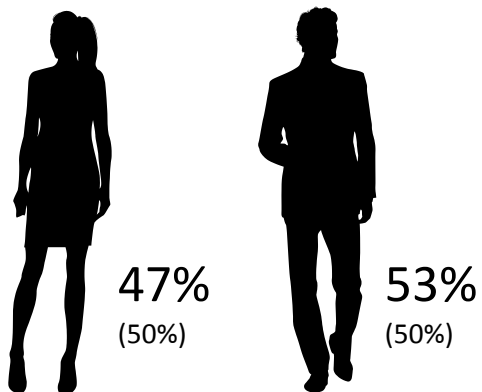
### Senior Citizens/In-active Empty Nesters

Personen er 46 år eller ældre uden hjemmeboende børn og er ikke aktiv på arbejdsmarkedet,

# PROFIL - ARTHOUSE-KERNEPUBLIKUM - 15%

HAR SET ARTHOUSEFILM INDEN FOR DE SENESTE TRE ÅR, OG HAR SET MINDST TRE AF DE LISTEDE ARTHOUSEFILM

Kønsfordeling

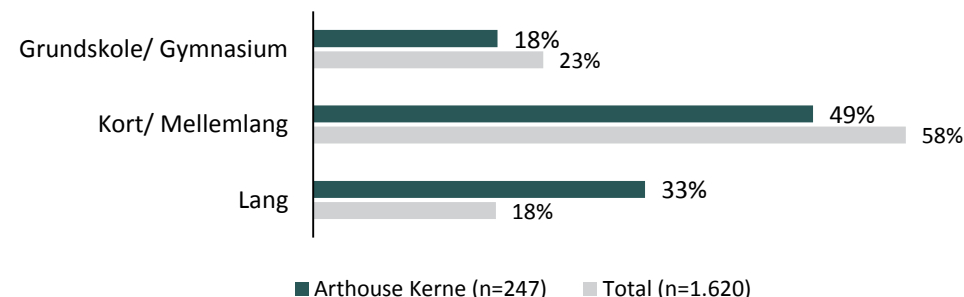


Børn i husstanden  
Under 18 år

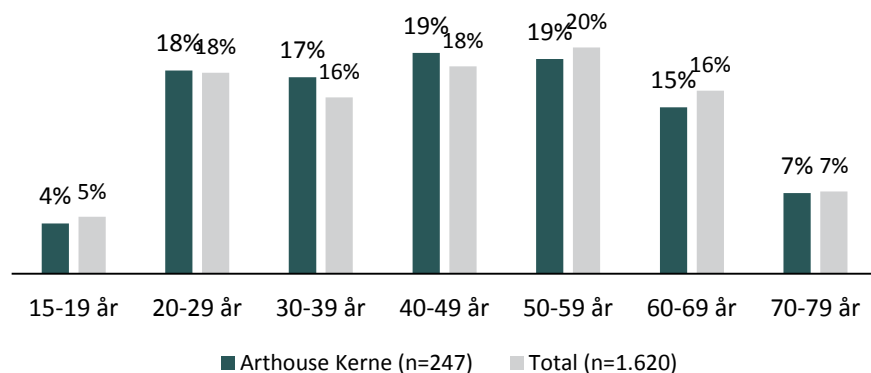


- Største segment er **Pre family 35%** (31%) mens øvrige segmenter er nogenlunde på niveau med befolkningen – lille overrepræsentation i yngre segmenter.
- Veluddannede - stor andel med **lang uddannelse 33%** (18%)

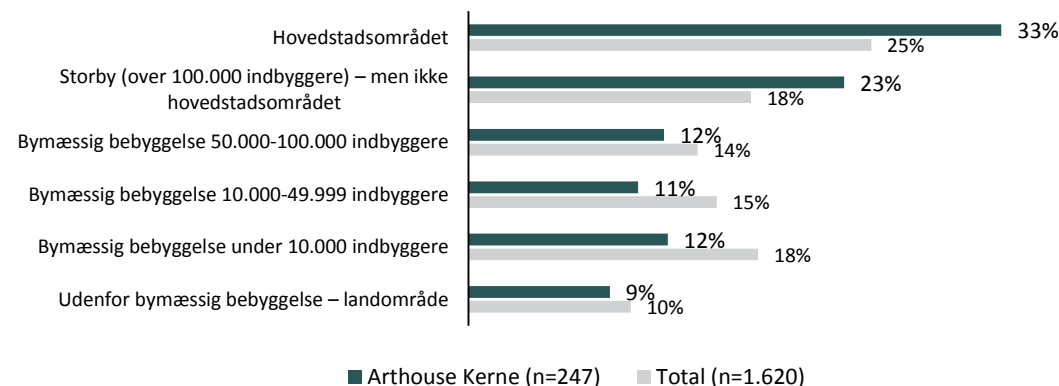
Uddannelse



Aldersfordeling



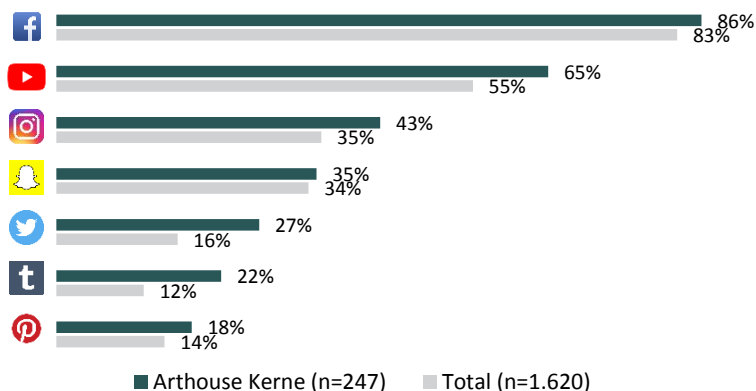
Urbanitet



# PROFIL - ARTHOUSE-KERNEPUBLIKUM - 15%

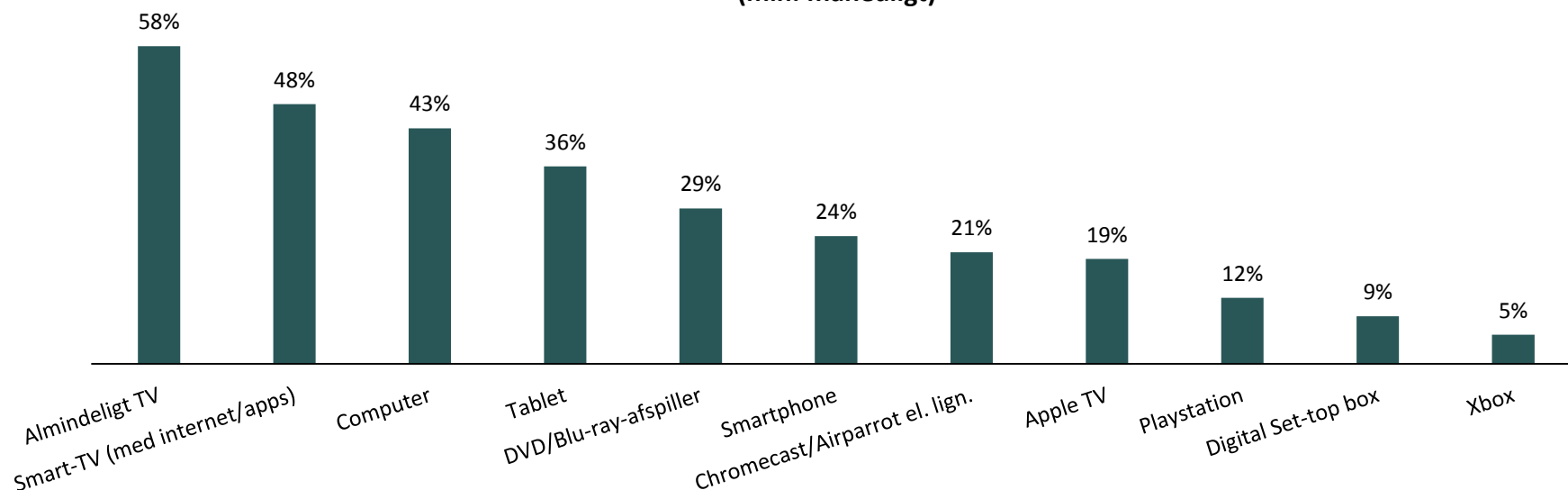
HAR SET ARTHOUSEFILM INDEN FOR DE SENESTE TRE ÅR, OG HAR SET MINDST TRE AF DE LISTEDE ARTHOUSEFILM

## SoMe – Bruger min. ugentligt



- Segmentet ser Arthousefilm for at få en **kunstnerisk oplevelse 63%** (33%), for at blive **intellektuelt/kunstnerisk udfordret 57%** (31%) og for at blive **underholdt 51%** (41%).
- Den seneste film man så i biografen blev valgt pba., at den havde fået **gode anmeldelser 43%** (26%), filmens **tema/emne 37%** (25%) og **handling/plot 33%** (22%) samt **interview eller anden omtale i medierne 34%** (19%).
- **28%** (23%) er, eller har været, medlem af **Biografklub Danmark** inden for de seneste to år, og **9%** (3%) er, eller har været, medlem af **Filmporten** inden for seneste 2 år.

## APPARATER I HUSSTANDEN DER BENYTTES TIL AT SE FILM (min. månedligt)



## TOP 5 GENRE (I BIOGRAFEN)

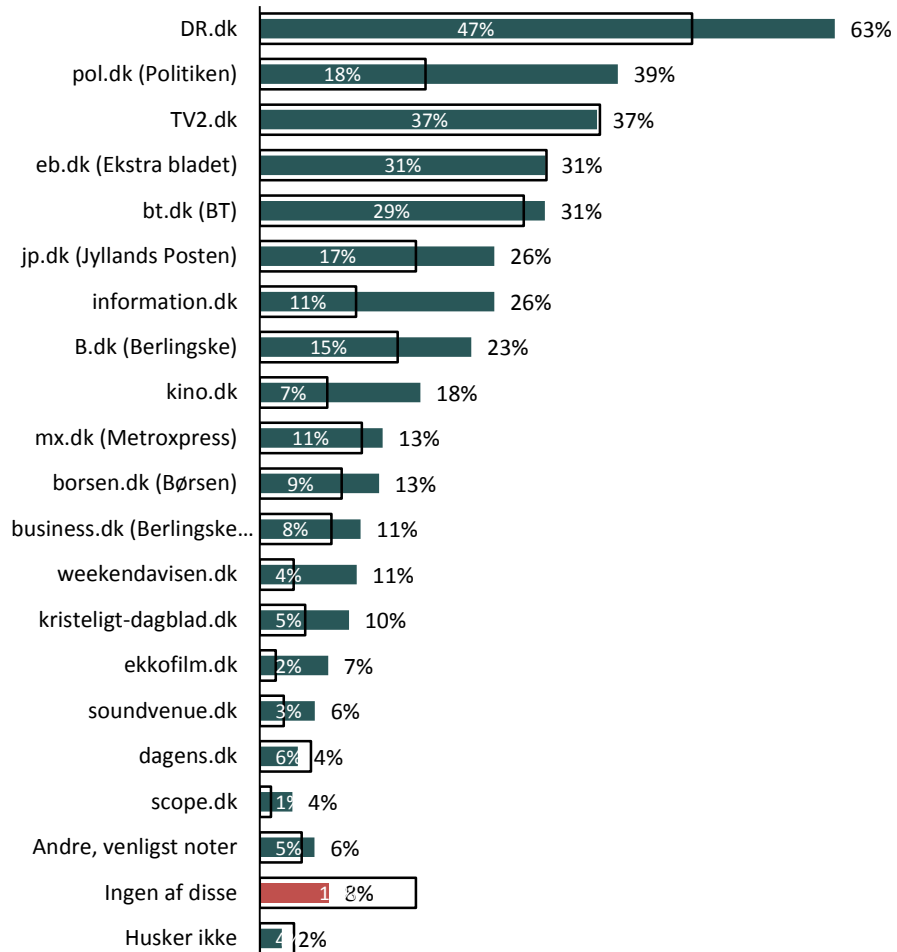
1. Arthouse 68% (34%)
2. Drama 53% (37%)
3. Action 44% (40%)
4. Thriller 44% (32%)
5. Komædie 42% (37%)

Foretrækker derudover amerikansk indiefilm, dokumentar og sci-fi signifikant mere end gennemsnittet

# PROFIL - ARTHOUSE-KERNEPUBLIKUM - 15%

HAR SET ARTHOUSEFILM INDEN FOR DE SENESTE TRE ÅR, OG HAR SET MINDST TRE AF DE LISTEDE ARTHOUSEFILM

## ONLINE MEDIER (ANDEL BENYTTET UGENTLIGT)



■ Arthouse Kerne (n=247) □ Total (n=1.620)



## TOP 5 TV-KANALER

1. DR1 79% (76%)
2. DR2 67% (53%)
3. TV2 60% (67%)
4. DR3 46% (40%)
5. DRK 46% (33%)

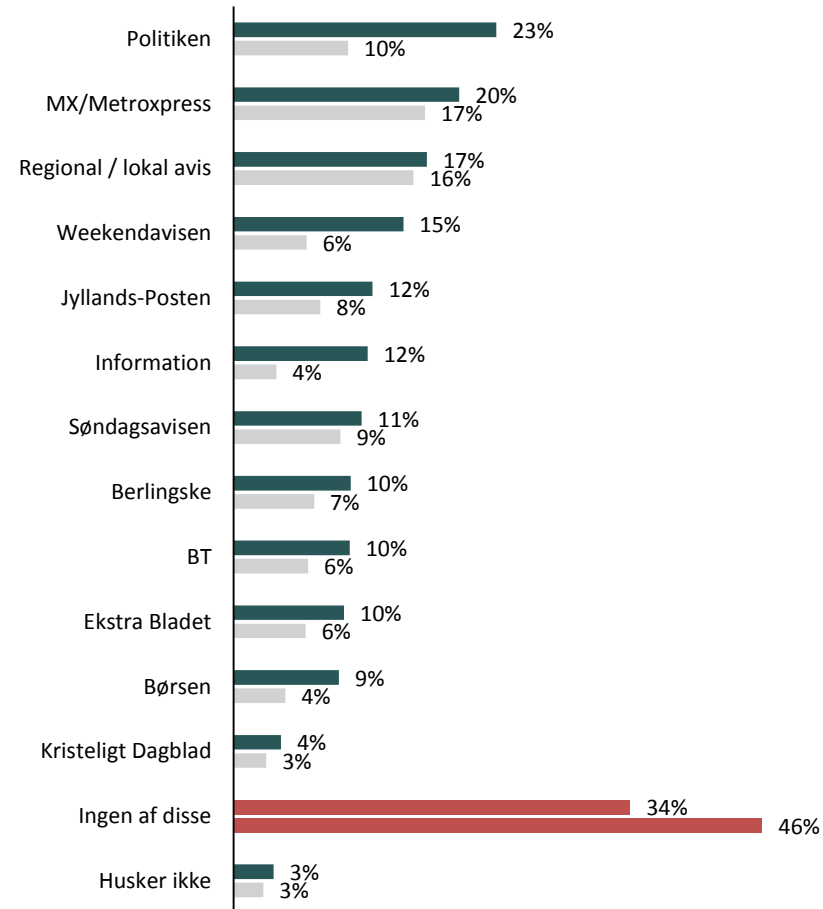
Derudover mindre overrepræsentation på TV2 News og TV2 Fri - 12% ser ikke nogen af de 16 listede kanaler

## TIDSFORBRUG FILM / SERIER (EST. UGENTLIGT FORBRUG)



Film 6,6 timer/Serier 7,4 timer

## DAGBLADE – ANDEL: LÆSER UGENTLIGT (PAPIRUDGAVEN)

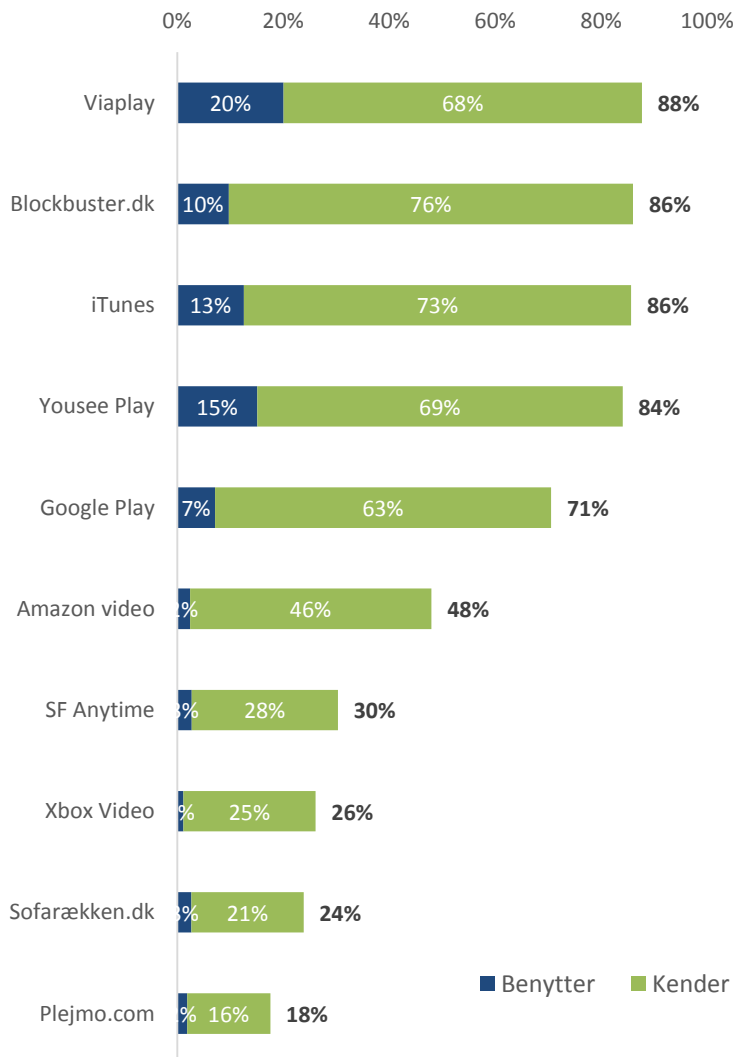


■ Arthouse Kerne (n=247) □ Total (n=1.620)

# PROFIL - ARTHOUSE KERNEPUBLIKUM - 15%

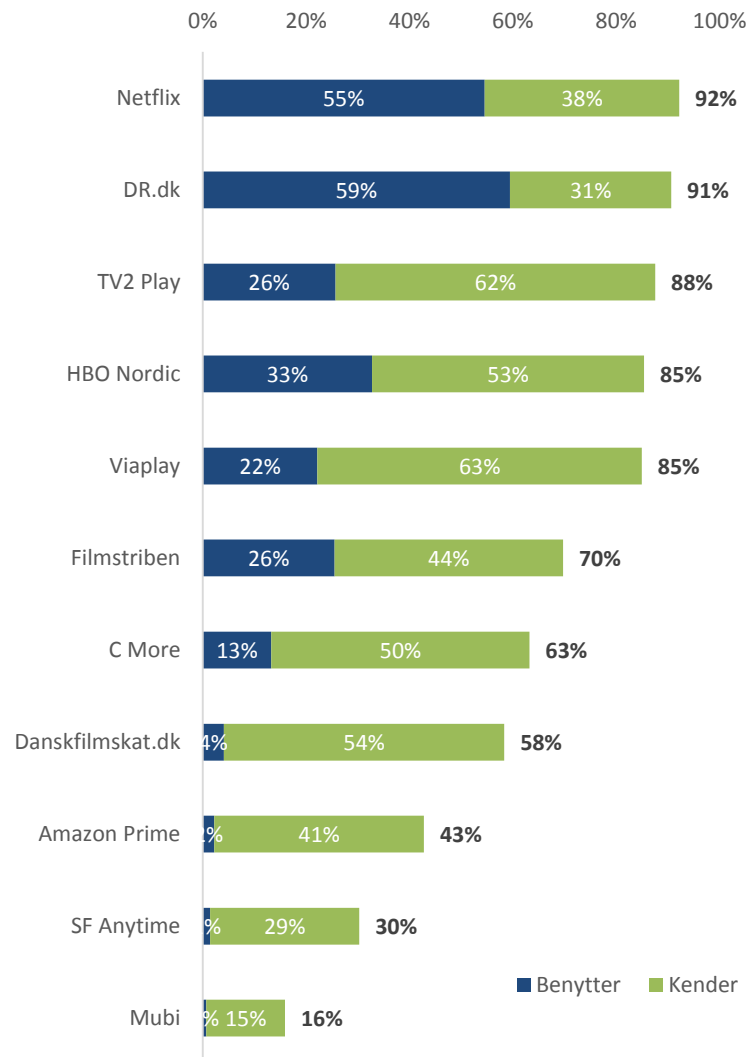
HAR SET ARTHOUSEFILM INDEN FOR DE SENESTE TRE ÅR, OG HAR SET MINDST TRE AF DE LISTEDE ARTHOUSEFILM

## T-VOD TJENESTER – KENDSKAB/BRUG



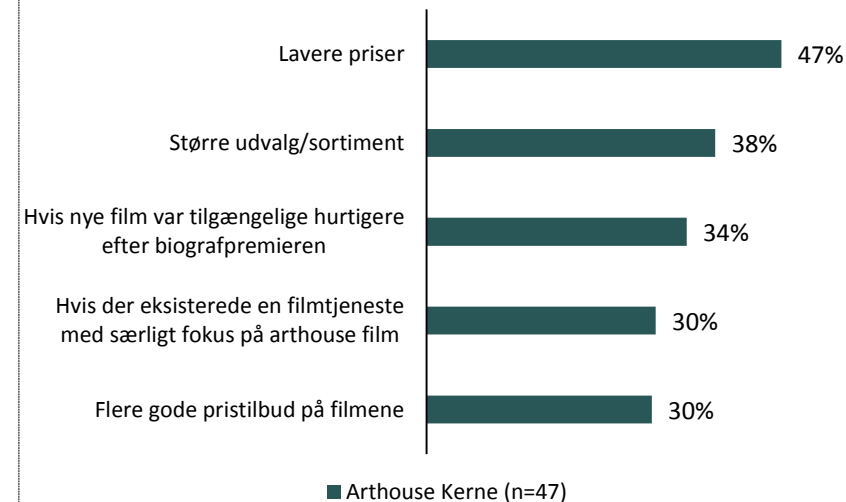
BASE: Arthouse Kerne (n=247)

## S-VOD TJENESTER – KENDSKAB/BRUG



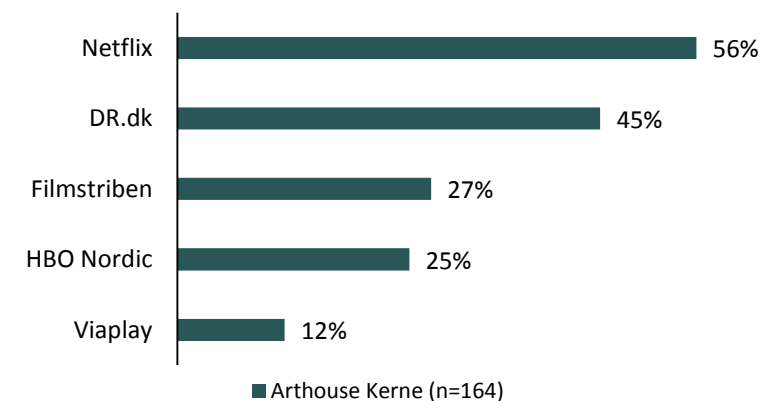
Arthousefilm i Danmark - marked og publikum - BASE: Arthouse Kerne (n=247)

## TOP 5 BARRIERER KØB/LEJE AF ARTHOUSEFILM DIGITALT



Arthouse Kerne (n=47)

## TOP 5 S-VOD TJENESTER HVOR SER DU, ELLER HAR DU SET ARTHOUSEFILM

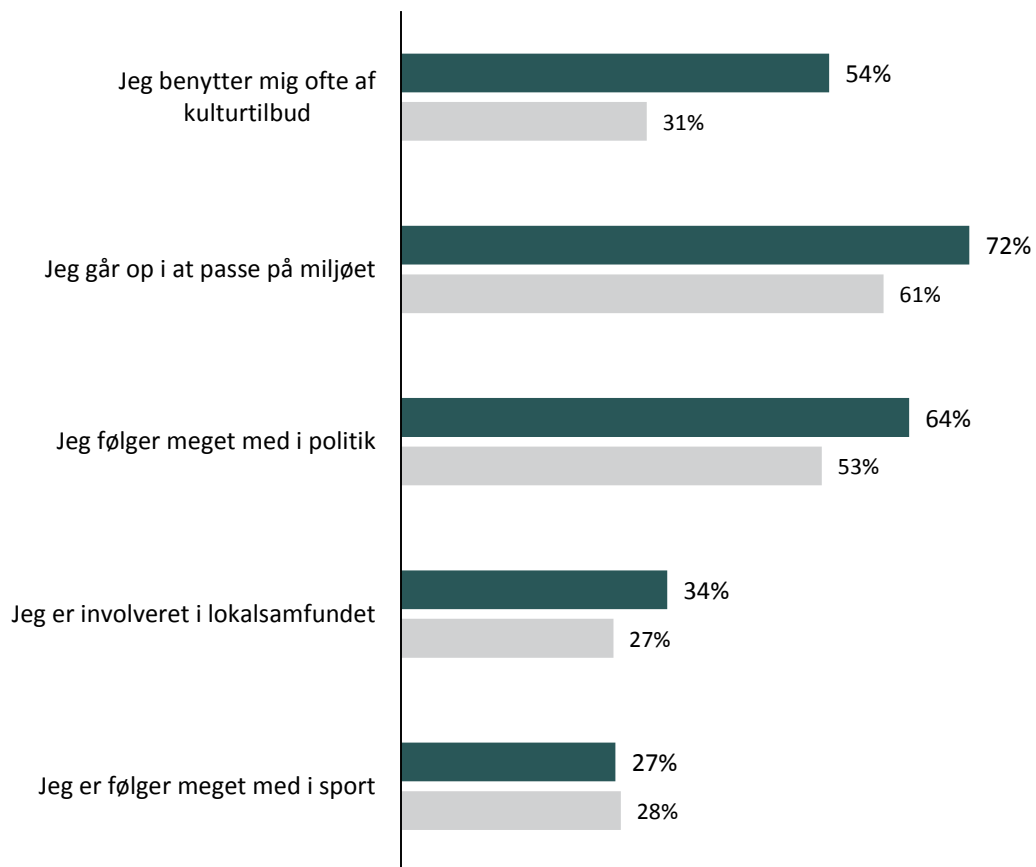


Arthouse Kerne (n=164)

# PROFIL - ARTHOUSE KERNEPUBLIKUM - 15%

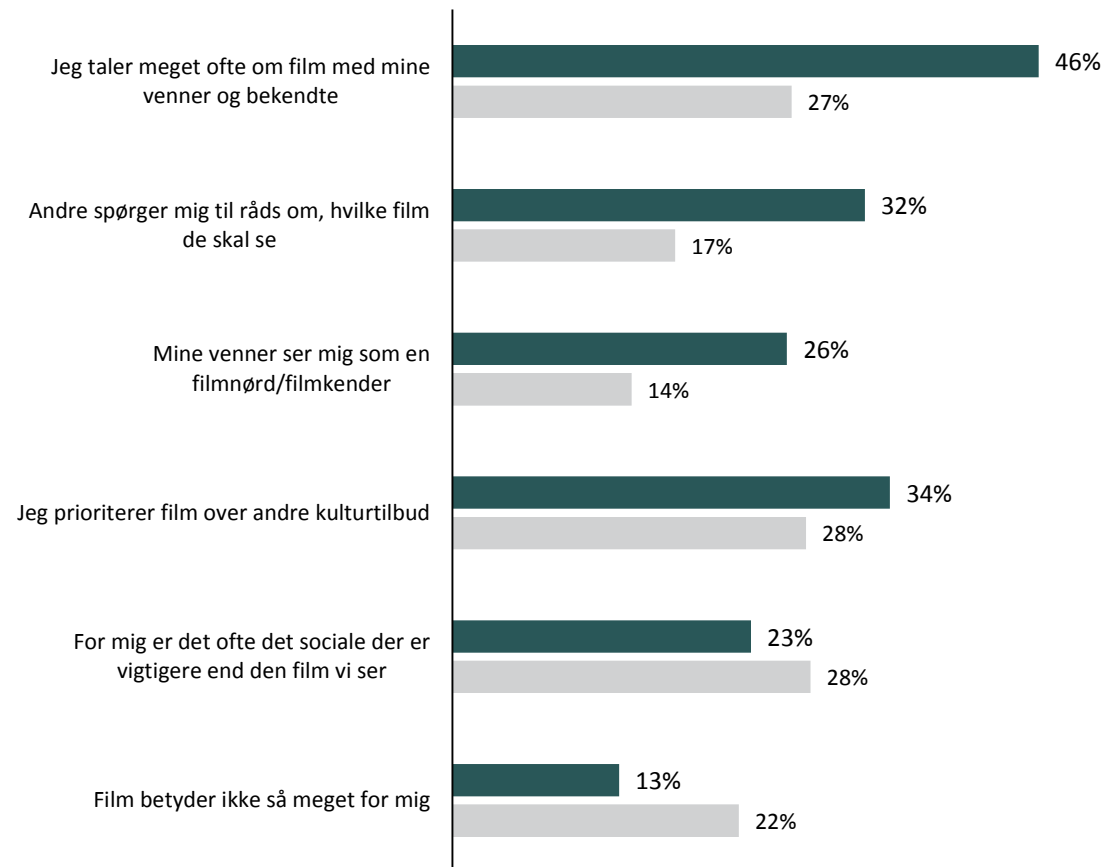
HAR SET ARTHOUSEFILM INDEN FOR DE SENESTE TRE ÅR, OG HAR SET MINDST TRE AF DE LISTEDE ARTHOUSEFILM

### Udsagn/Holdninger [Meget enig/Enig]



■ Arthouse Kerne (n=247) ■ Total (n= 1.620)

### Udsagn om film og serier [Meget enig/Enig]



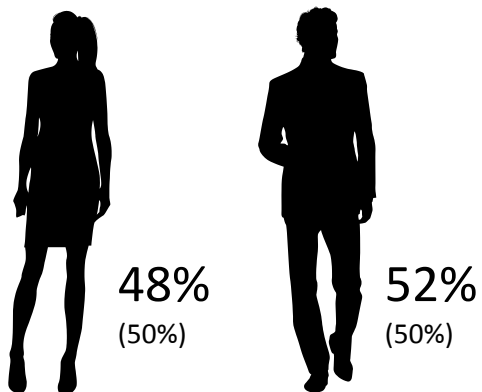
■ Arthouse Kerne (n=247) ■ Total (n= 1.620)



# PROFIL - POTENTIET ARTHOUSEPUBLIKUM - 30%

HAR ENTEN SVARET "JA" TIL AT HAVE SET ARTHOUSEFILM INDEN FOR SENESTE TRE ÅR, MEN HAR MAX. SET ÉN AF DE LISTEDE FILM; ELLER HAR SVARET "NEJ" TIL AT HAVE SET ARTHOUSEFILM INDEN FOR SENESTE TRE ÅR, MEN HAR FAKTISK SET MINDST TRE AF DE LISTEDE FILM

Kønsfordeling

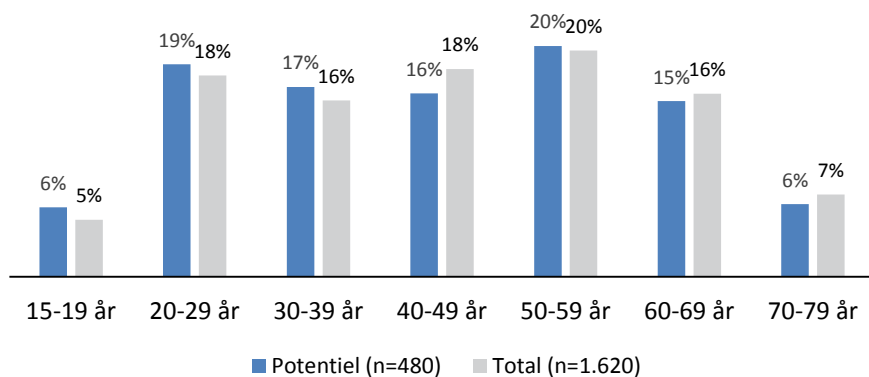


Børn i husstanden  
Under 18 år

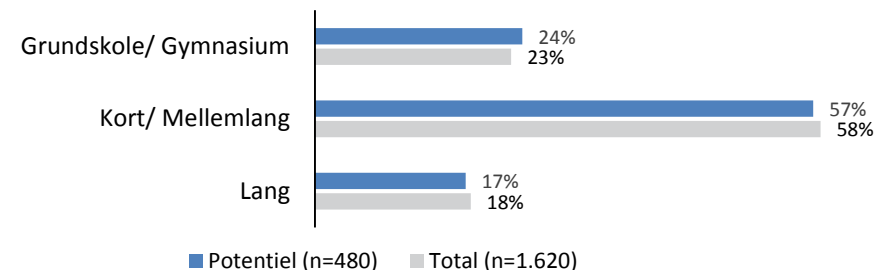


- Igen flest **Pre family 33%** (33%) men her kommer **Active Empty nesters** også ind som en stor gruppe 22% (20%) . Øvrige segmenter er på niveau med eller under befolkningen som helhed
- Fordelingen på uddannelse ligner befolkningen som helhed

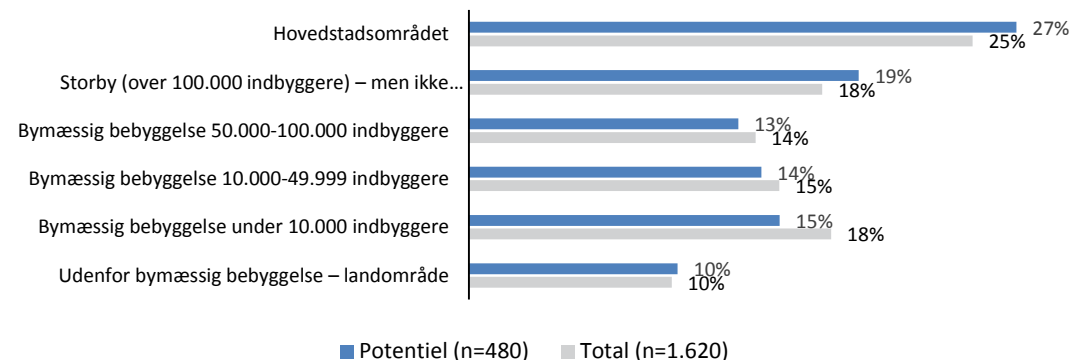
Aldersfordeling



Uddannelse



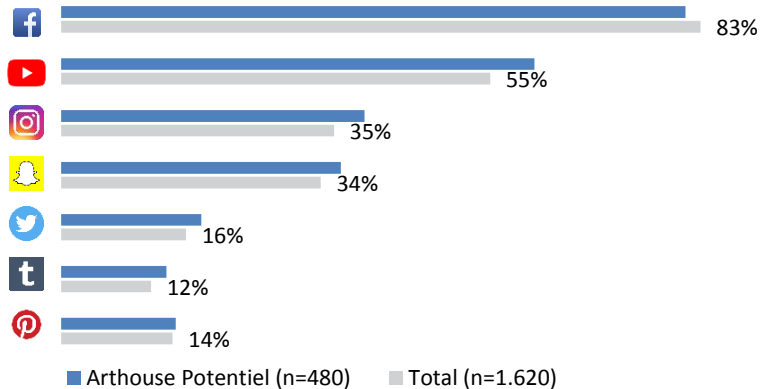
Urbanitet



# PROFIL - POTENTIET ARTHOUSEPUBLIKUM - 30%

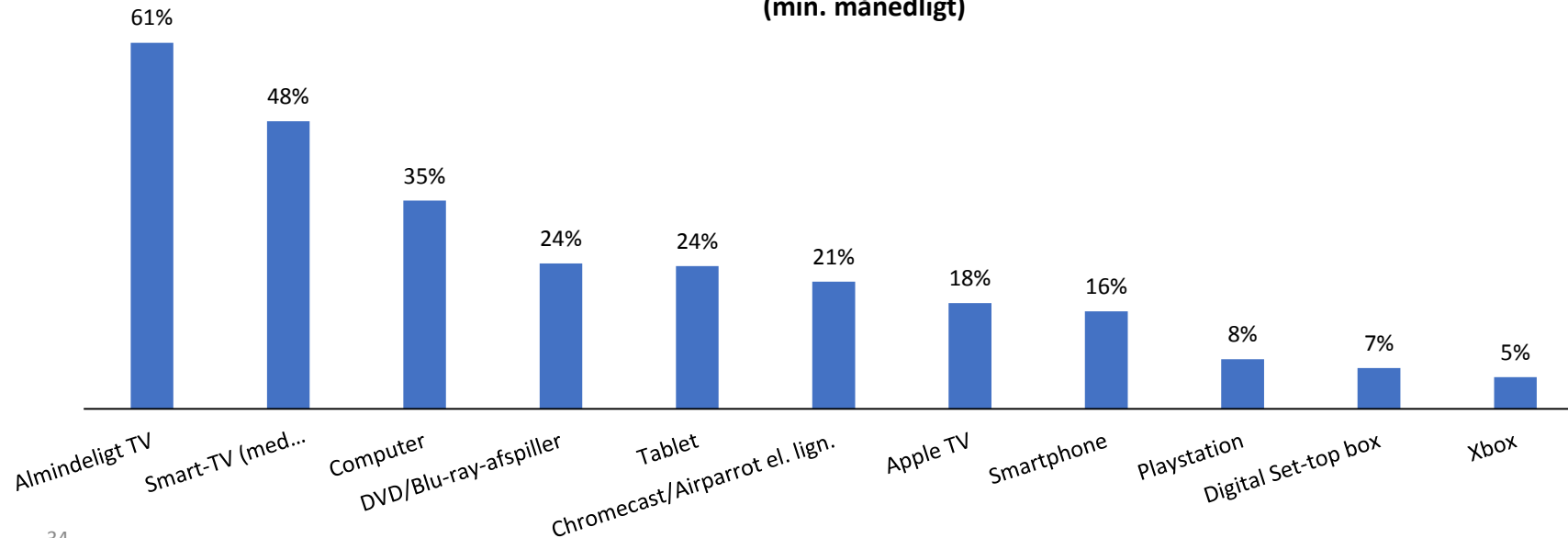
HAR ENTEN SVARET "JA" TIL AT HAVE SET ARTHOUSEFILM INDEN FOR SENESTE TRE ÅR, MEN HAR MAX. SET ÉN AF DE LISTEDE FILM; ELLER HAR SVARET "NEJ" TIL AT HAVE SET ARTHOUSEFILM INDEN FOR SENESTE TRE ÅR, MEN HAR FAKTISK SET MINDST TRE AF DE LISTEDE FILM

## SoMe – Bruger min. ugentligt



- Når segmentet ser Arthousefilm, er det for at **blive underholdt 39%** (41%), for at få en **kunstnerisk oplevelse 38%** (33%) og for at blive **intellektuelt/kunstnerisk udfordret 35%** (31%).
- Den seneste film man så i biografen blev valgt pba. filmens **tema/emne 29%** (25%) og **handling/plot 26%** (22%), at den havde fået **gode anmeldelser 25%** (26%), samt **anbefalinger fra andre 23%** (20%).
- 26%** (23%) er, eller har været, medlem af **Biografklub Danmark** inden for de seneste to år, og 5% (3%) er, eller har været, medlem af **Filmporten** inden for seneste 2 år.

## APPARATER I HUSSTANDEN DER BENYTTES TIL AT SE FILM (min. månedligt)



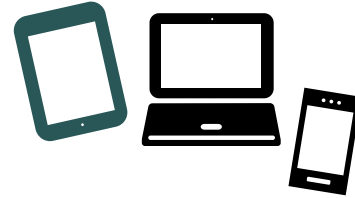
## TOP 5 GENRE (I BIOGRAFEN)

- Arthouse 47% (34%)
- Action 42% (40%)
- Drama 41% (37%)
- Komedie 37% (37%)
- Sci-Fi 37% (32%)

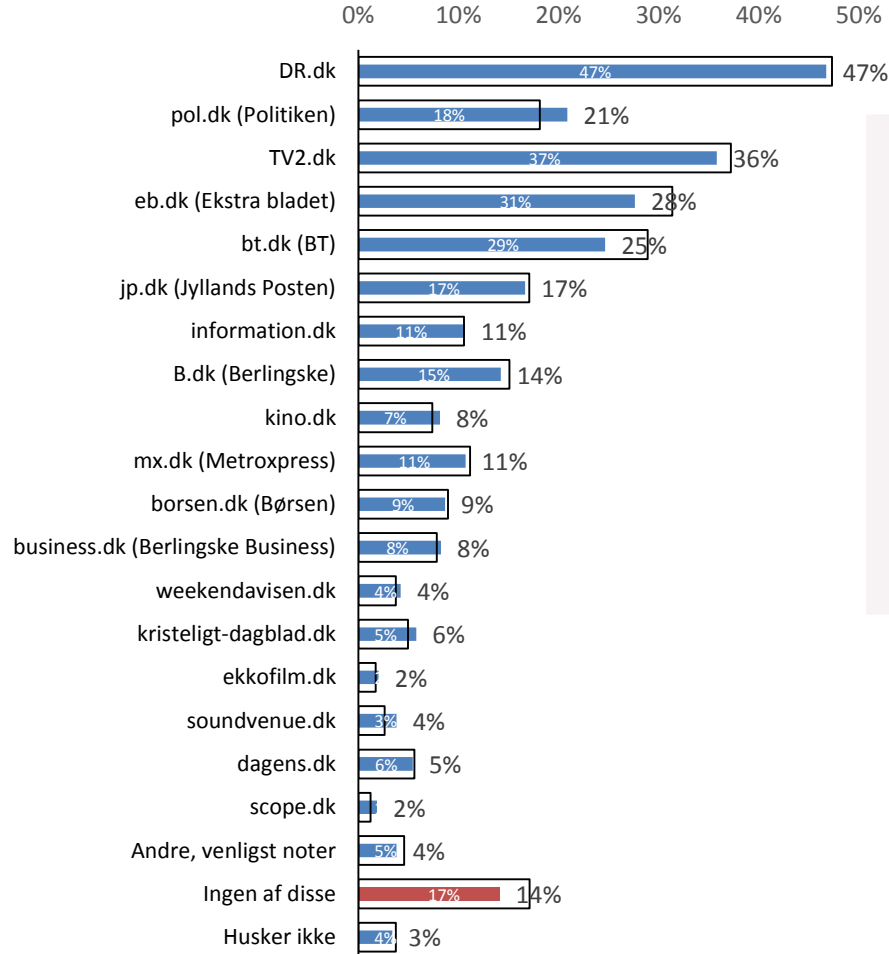
Foretrækker derudover gys/horror mere end gennemsnittet

# PROFIL - POTENTIET ARTHOUSEPUBLIKUM - 30%

HAR ENTEN SVARET "JA" TIL AT HAVE SET ARTHOUSEFILM INDEN FOR SENESTE TRE ÅR, MEN HAR MAX. SET ÉN AF DE LISTEDE FILM; ELLER HAR SVARET "NEJ" TIL AT HAVE SET ARTHOUSEFILM INDEN FOR SENESTE TRE ÅR, MEN HAR FAKTISK SET MINDST TRE AF DE LISTEDE FILM



## ONLINE MEDIER (ANDEL BENYTTET UGENTLIGT)



## TOP 5 TV-KANALER

1. DR1 72% (76%)
2. TV2 62% (67%)
3. DR2 53% (53%)
4. DR3 40% (40%)
5. DRK 36% (33%)

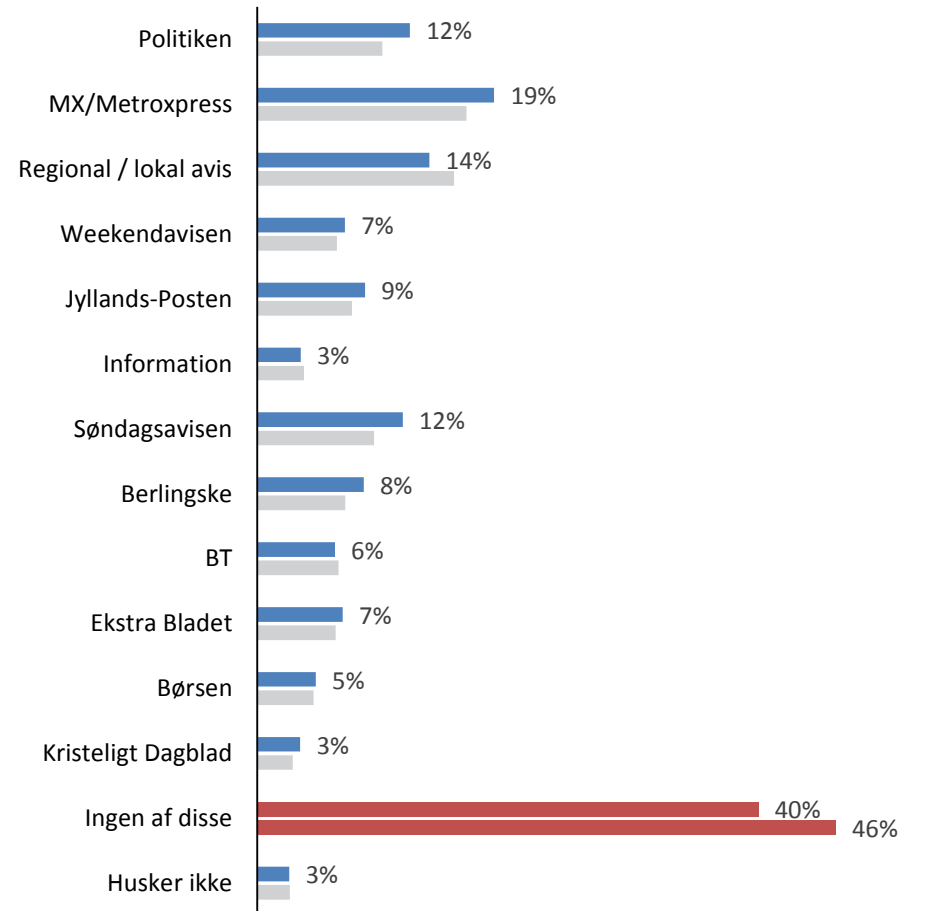
Derudover mindre overrepræsentation på TV2 Zulu - 12% ser ikke nogen af de 16 listede kanaler

## TIDSFORBRUG FILM / SERIER (EST. UGENTLIGT FORBRUG)



Film 6,5 timer/Serier 7,4 timer

## DAGBLADE – ANDEL: LÆSER UGENTLIGT (PAPIRUDGAVEN)



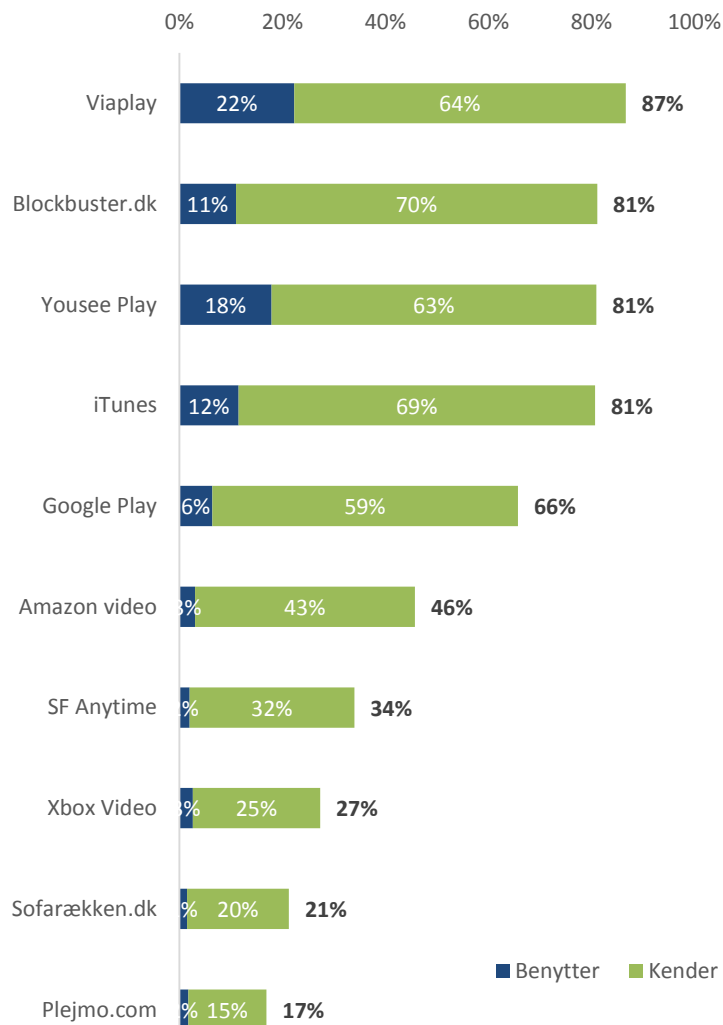
■ Arthouse Potential (n=480) □ Total (n=1.620)

■ Arthouse Potential (n=480) □ Total (n=1.620)

# PROFIL - POTENTIET ARTHOUSEPUBLIKUM - 30%

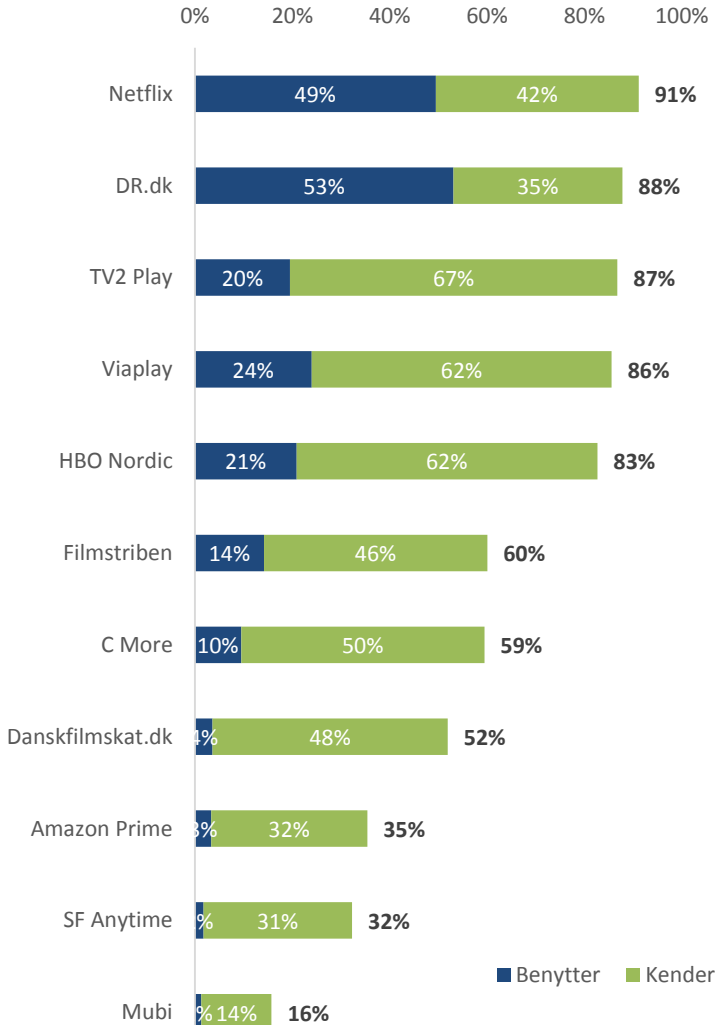
HAR ENTEN SVARET "JA" TIL AT HAVE SET ARTHOUSEFILM INDEN FOR SENESTE TRE ÅR, MEN HAR MAX. SET ÉN AF DE LISTEDE FILM; ELLER HAR SVARET "NEJ" TIL AT HAVE SET ARTHOUSEFILM INDEN FOR SENESTE TRE ÅR, MEN HAR FAKTISK SET MINDST TRE AF DE LISTEDE FILM

## T-VOD TJENESTER – KENDESKAB/BRUG



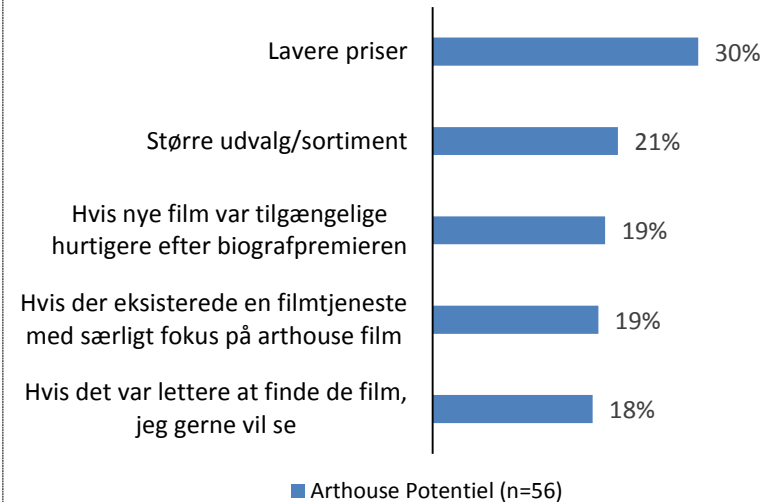
BASE: Arthouse Potential (n=480)

## S-VOD TJENESTER – KENDESKAB/BRUG



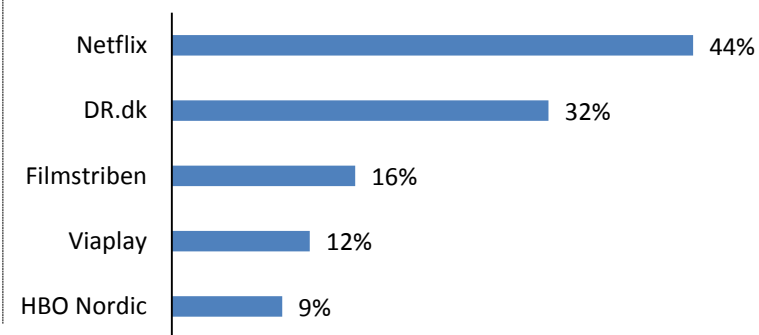
Arthousefilm i Danmark - marked og publikum  
BASE: Arthouse Potential (n=480)

## TOP 5 BARRIERER KØB/LEJE AF ARTHOUSEFILM DIGITALT



Arthouse Potential (n=56)

## TOP 5 S-VOD TJENESTER HVOR SER DU, ELLER HAR DU SET ARTHOUSEFILM

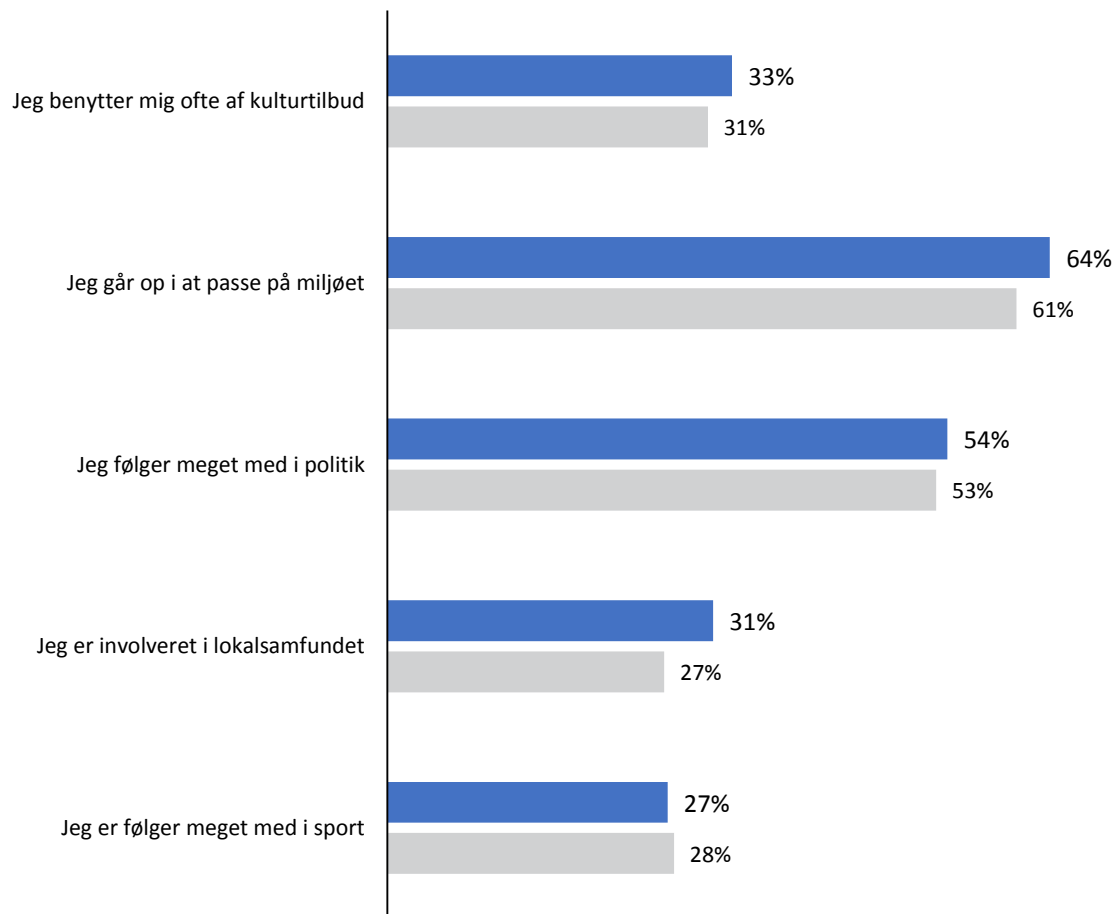


Arthouse Potential (n=254)

# PROFIL - POTENTIET ARTHOUSEPUBLIKUM - 30%

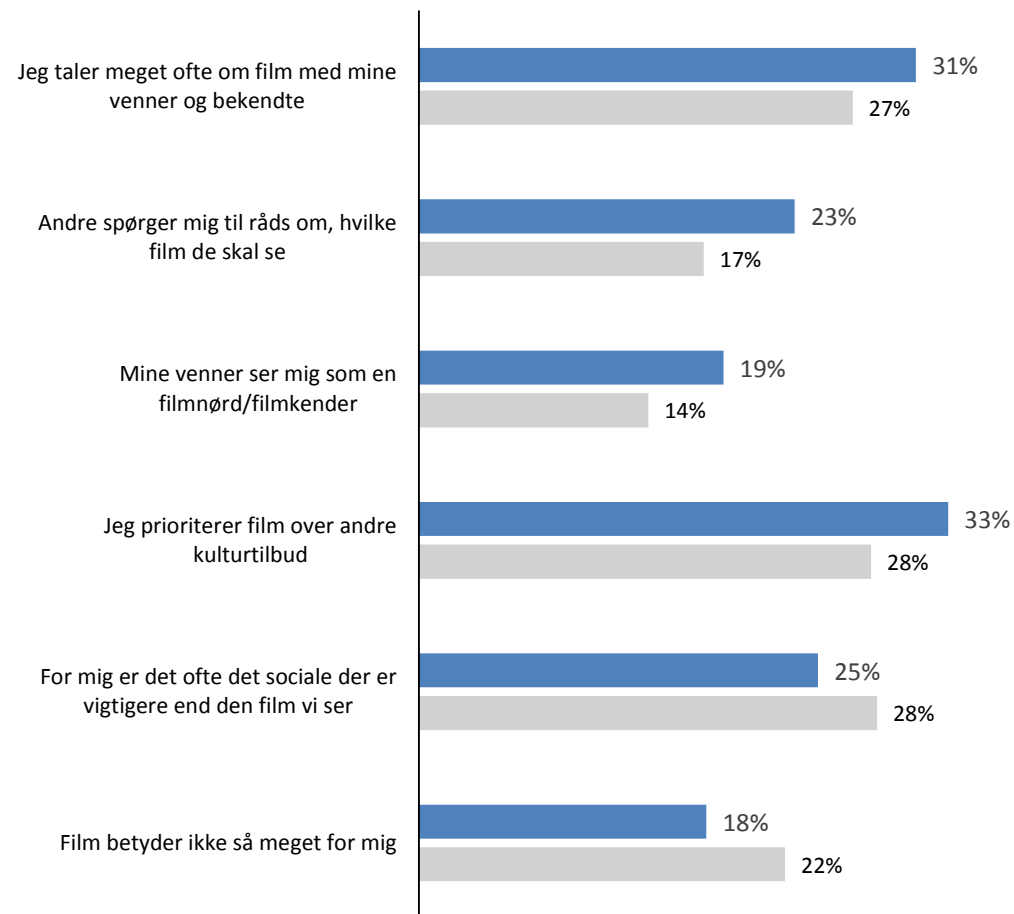
HAR ENTEN SVARET "JA" TIL AT HAVE SET ARTHOUSEFILM INDEN FOR SENESTE TRE ÅR, MEN HAR MAX. SET ÉN AF DE LISTEDE FILM; ELLER HAR SVARET "NEJ" TIL AT HAVE SET ARTHOUSEFILM INDEN FOR SENESTE TRE ÅR, MEN HAR FAKTISK SET MINDST TRE AF DE LISTEDE FILM

### Udsagn /Holdninger [Meget enig/Enig]



■ Arthouse Potential (n=480) ■ Total (n=1.620)

### Udsagn om film og serier [Meget enig/Enig]

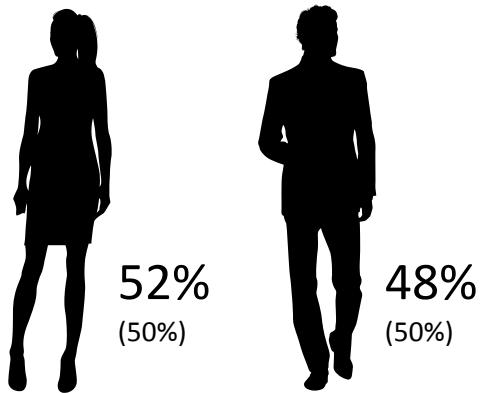


■ Arthouse Potential (n=480) ■ Total (n=1.620)

# PROFIL – MAINSTREAM PUBLIKUM - 55%

HAR SVARET "NEJ" TIL AT HAVE SET ARTHOUSEFILM INDEN FOR DE SENESTE TRE ÅR, OG HAR MAX SET ÉN AF DE LISTEDE FILM

Kønsfordeling

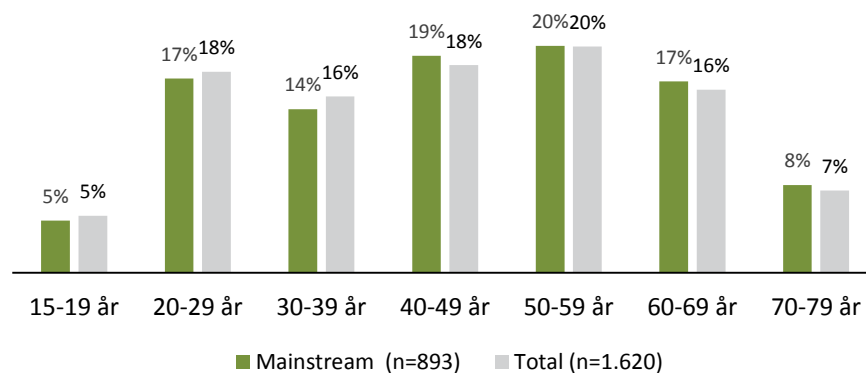


Børn i husstanden  
Under 18 år

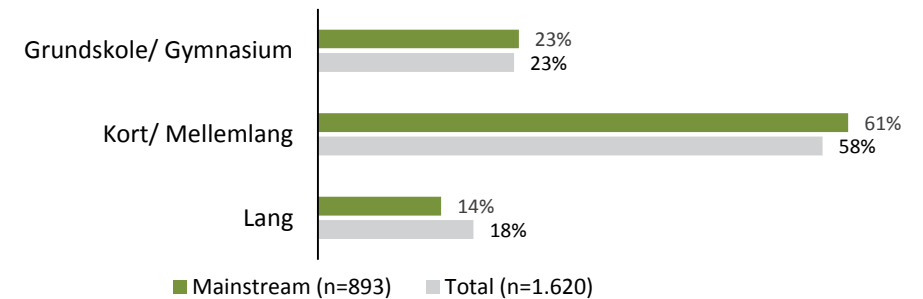


- **Adult family 22%** (20%) og **Senior Citizens/Inactive empty nesters 19%** (17%) er overrepræsenteret, dog fortsat flest **Pre family (30%)**.
- Overrepræsenteret med kort/mellemlange uddannelser **61%** (58%)

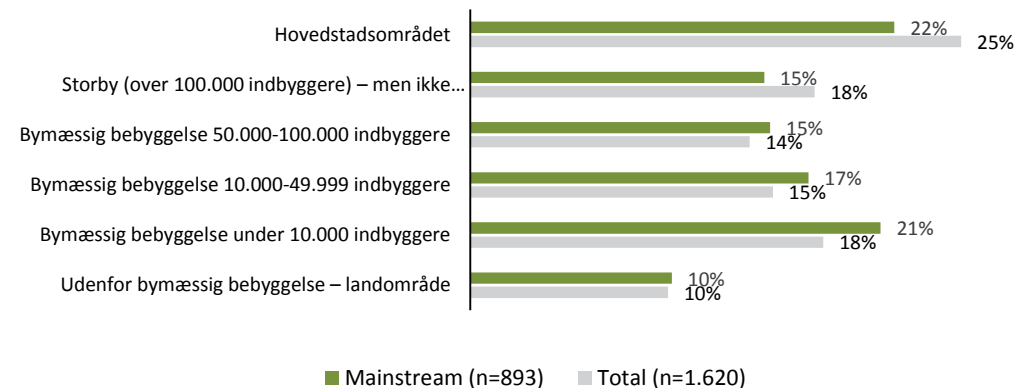
Aldersfordeling



Uddannelse

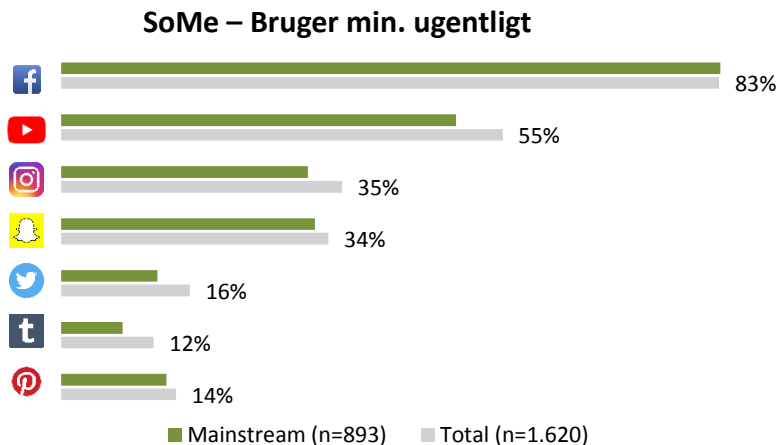


Urbanitet



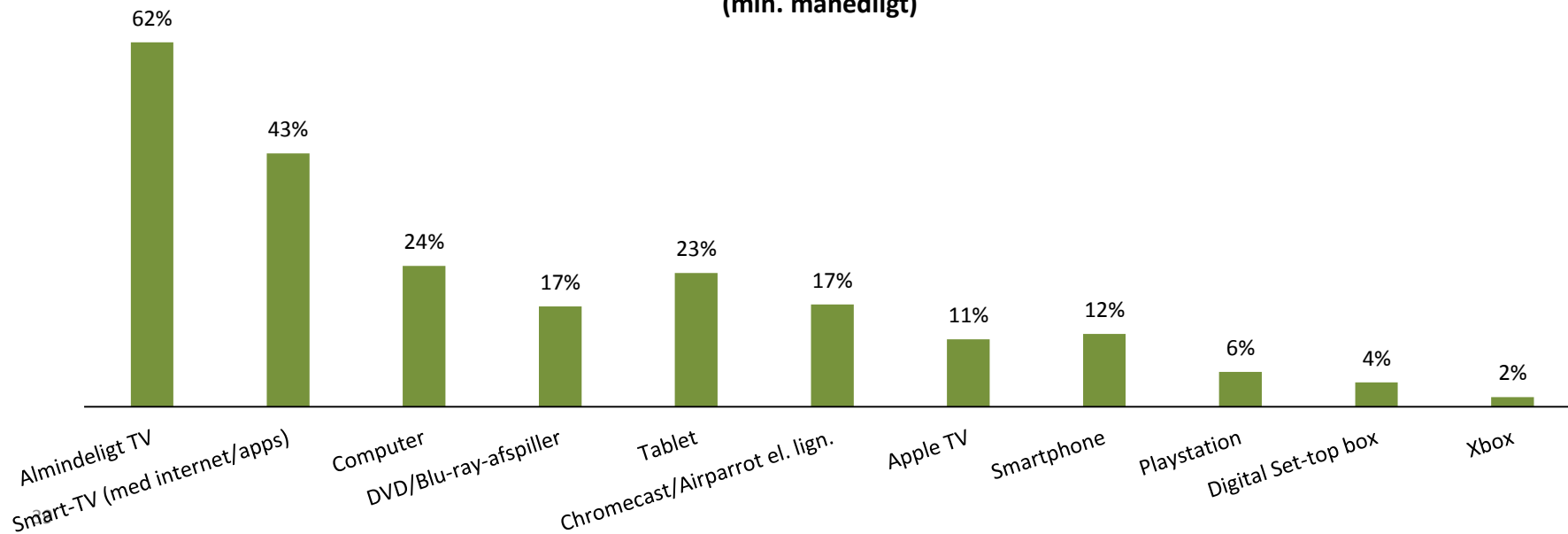
# PROFIL – MAINSTREAM PUBLIKUM - 55%

HAR SVARET "NEJ" TIL AT HAVE SET ARTHOUSEFILM INDEN FOR DE SENESTE TRE ÅR, OG HAR MAX SET ÉN AF DE LISTEDE FILM



- Segmentet ser ikke arthousefilm i udpræget grad, men dem der gør svarer at det er: for at **blive underholdt 38%** (41%), for at få **en kunstnerisk oplevelse 18%** (33%) og blive **intellektuelt/kunstnerisk udfordret 16%** (31%).
- Den seneste film man så i biografen blev valgt pba. **anbefaling fra andre 17%** (20%), at den havde fået **gode anmeldelser 15%** (26%) samt filmens **tema/emne 13%** (25%).
- **20%** (23%) er, eller har været, medlem af **Biografklub Danmark** inden for de seneste to år, og **1%** (3%) er, eller har været, medlem af **Filmporten** inden for seneste 2 år.

## APPARATER I HUSSTANDEN DER BENYTTES TIL AT SE FILM (min. månedligt)



### TOP 5 GENRE (I BIOGRAFEN)

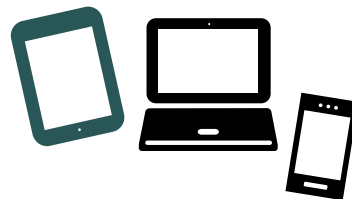
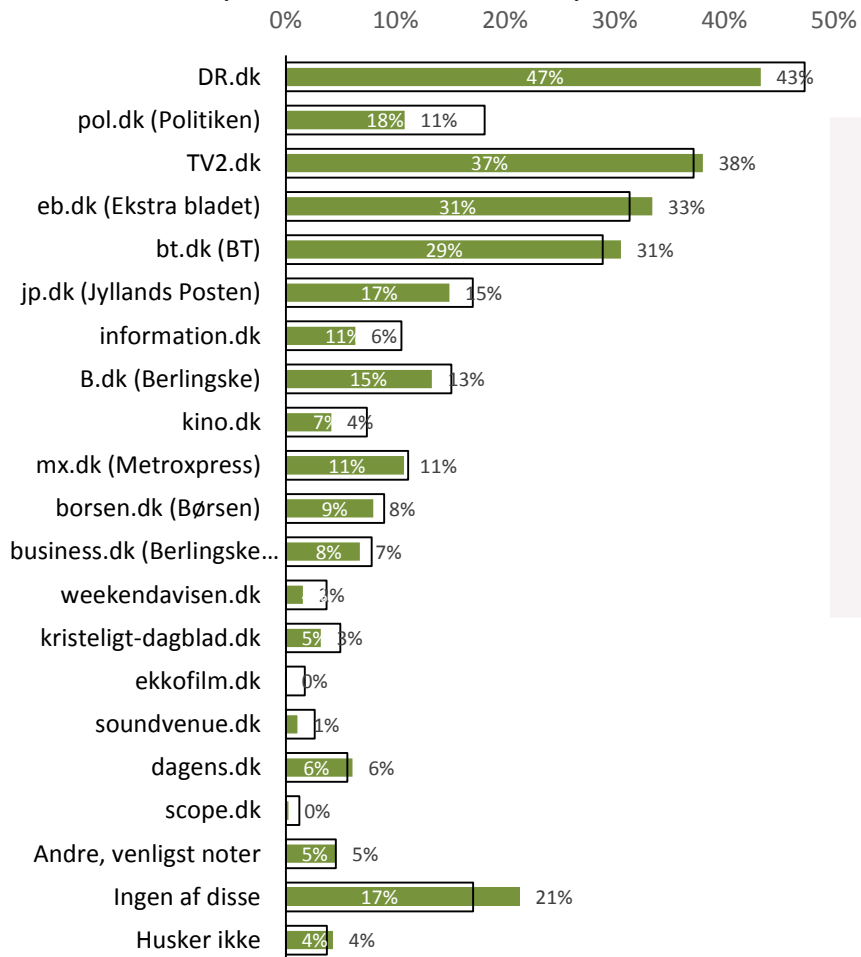
1. Action 38% (40%)
2. Komædie 35% (37%)
3. Drama 31% (37%)
4. Adventure/Fantasy 29% (32%)
5. Thriller 28% (32%)

24% har angivet "Ved ikke" – 5% flere end gennemsnittet.

# PROFIL – MAINSTREAM PUBLIKUM - 55%

HAR SVARET "NEJ" TIL AT HAVE SET ARTHOUSEFILM INDEN FOR DE SENESTE TRE ÅR, OG HAR MAX SET ÉN AF DE LISTEDE FILM

## ONLINE MEDIER (ANDEL BENYTTET UGENTLIGT)



## TOP 5 TV-KANALER

1. DR1 77% (76%)
2. TV2 72% (67%)
3. DR2 49% (53%)
4. TV3 44% (39%)
5. DR3 37% (40%)

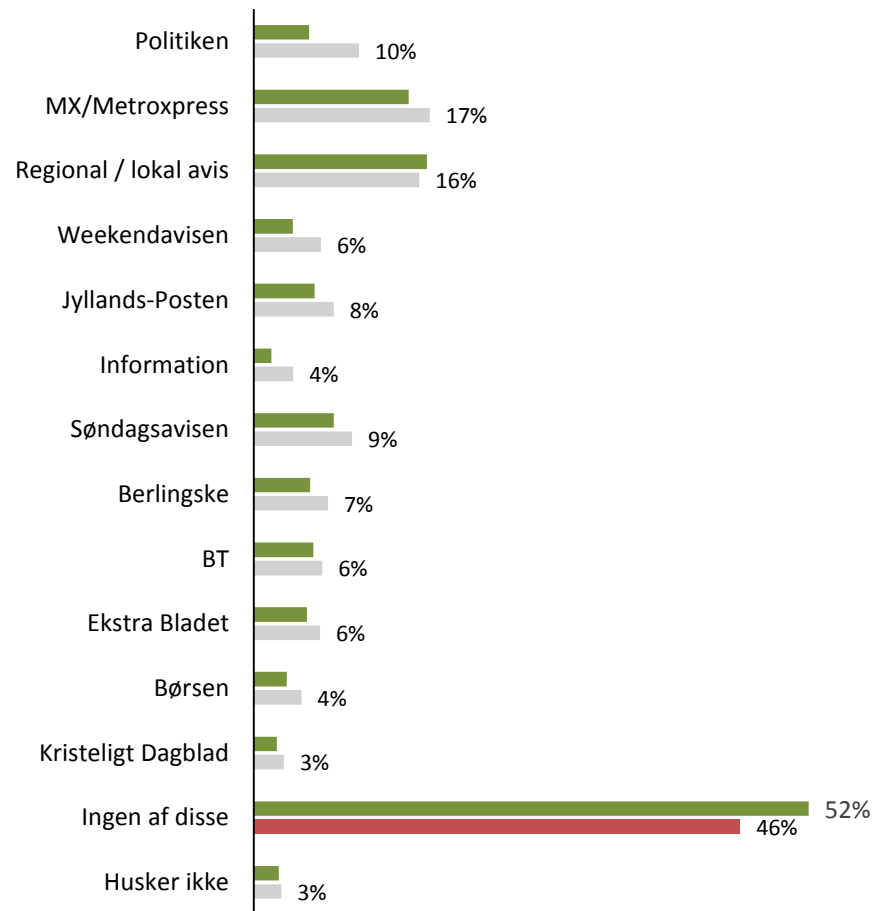
Derudover mindre overrepræsentation på Kanal 5, TV3 Plus, TV2 Charlie og Kanal 4 - 10% ser ikke nogen af de 16 listede kanaler

## TIDSFORBRUG FILM / SERIER (EST. UGENTLIGT FORBRUG)



Film 6,1 timer/Serier 7,6 timer

## DAGBLADE – ANDEL: LÆSER UGENTLIGT (PAPIRUDGAVEN)



■ Mainstream (n=893) □ Total (n=1.620)

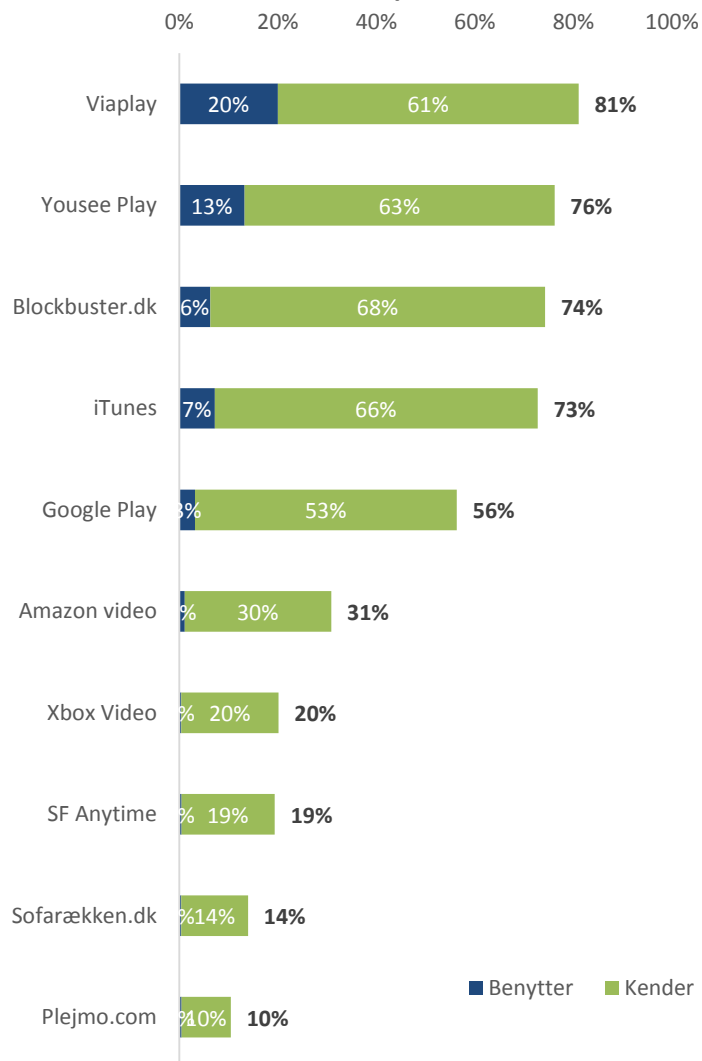
■ Mainstream (n=893) □ Total (n=1.620)



# PROFIL – MAINSTREAM PUBLIKUM - 55%

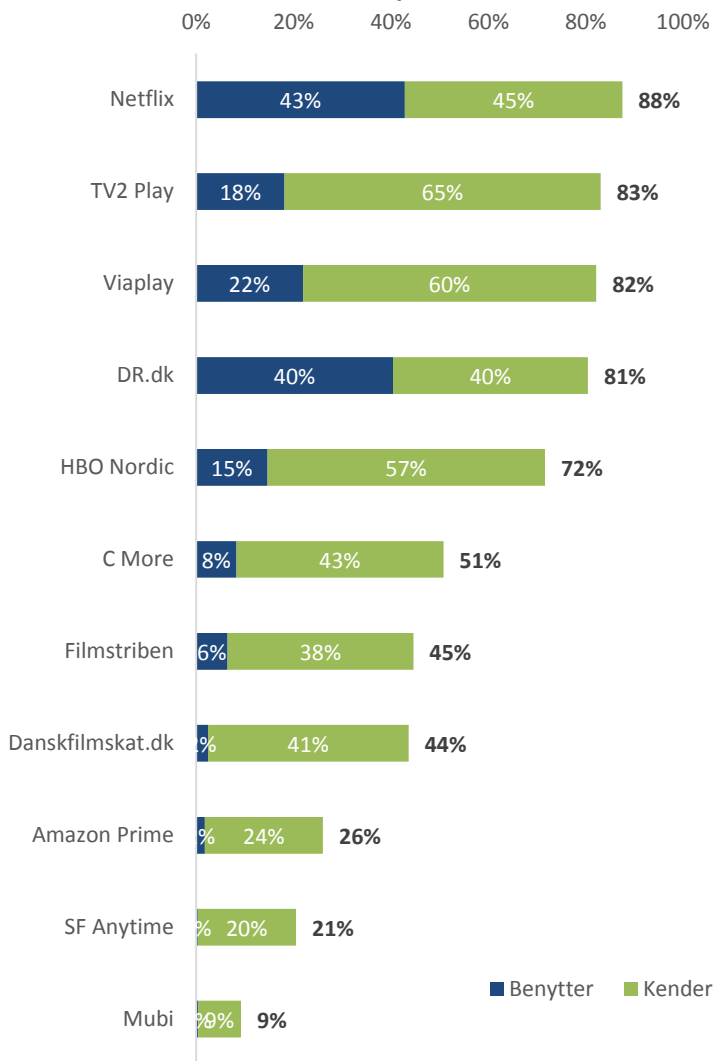
HAR SVARET "NEJ" TIL AT HAVE SET ARTHOUSEFILM INDEN FOR DE SENESTE TRE ÅR, OG HAR MAX SET ÉN AF DE LISTEDE FILM

## T-VOD TJENESTER – KENDSKAB/BRUG



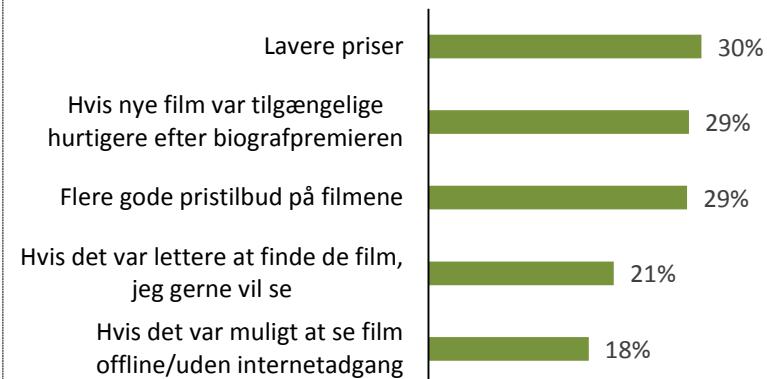
BASE: Mainstream (n=893)

## S-VOD TJENESTER – KENDSKAB/BRUG



BASE: Mainstream (n=893)

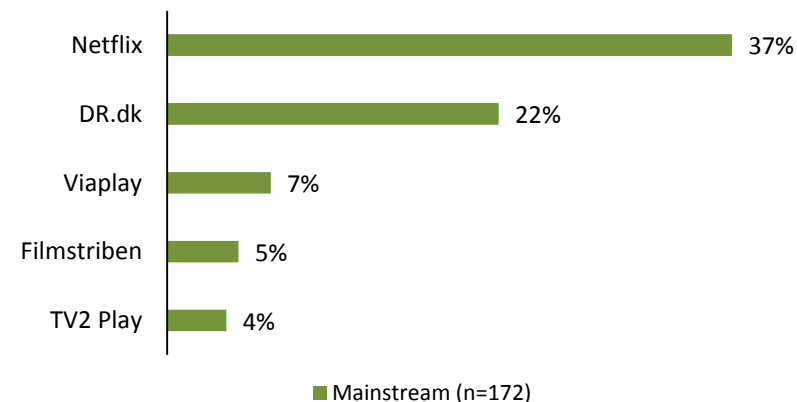
## TOP 5 BARRIERER\* KØB/LEJE AF ARTHOUSEFILM DIGITALT



\*NB: MEGET FÅ RESPONDENTER

■ Mainstream (n=18)

## TOP 5 S-VOD TJENESTER HVOR SER DU, ELLER HAR DU SET ARTHOUSEFILM



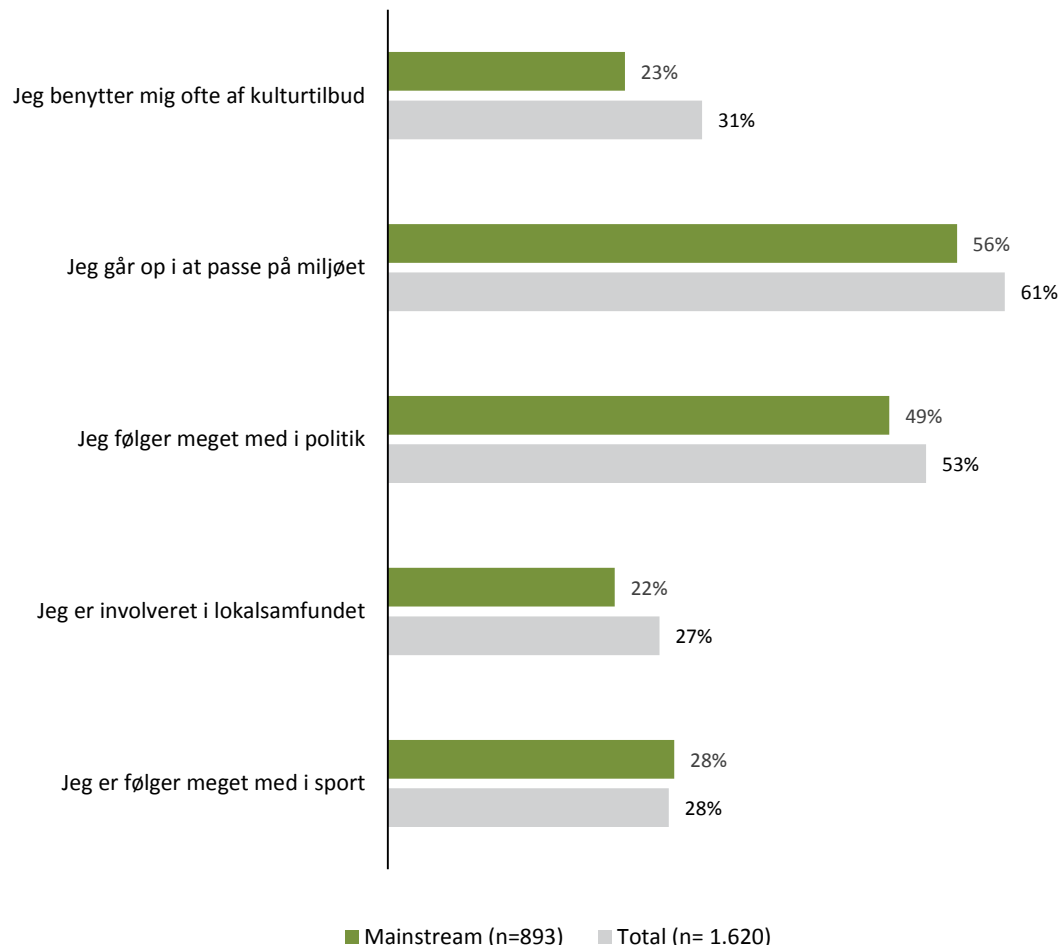
■ Mainstream (n=172)

# PROFIL – MAINSTREAM PUBLIKUM - 55%

HAR SVARET "NEJ" TIL AT HAVE SET ARTHOUSEFILM INDEN FOR DE SENESTE TRE ÅR, OG HAR MAX SET ÉN AF DE LISTEDE FILM

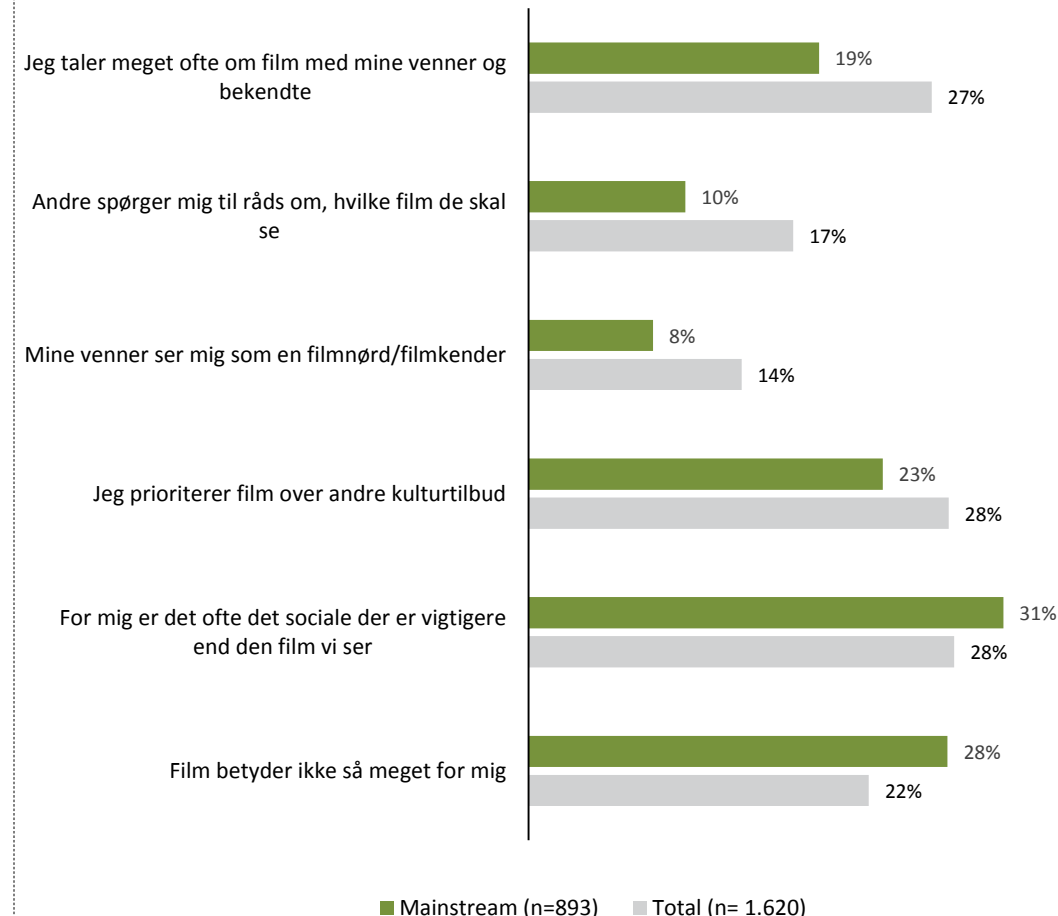
## Udsagn /Holdninger

[Meget enig/Enig]



## Udsagn om film og serier

[Meget enig/Enig]



# KONTAKT

Analysekonsulent  
Martin Kofoed Hansen  
[martinkh@dfi.dk](mailto:martinkh@dfi.dk)

Redaktør  
Flemming Kaspersen  
[flemmingk@dfi.dk](mailto:flemmingk@dfi.dk)

# BILAG 1 – FILMLISTE

VIST I RANDOMISERET RÆKKEFØLGE I SPØRGESKEMAET

- Melancholia
- Nymphomaniac
- Juan
- Klumpfisken
- R
- Frit fald
- Kvinden der drømte om en mand
- 10 timer til Paradis
- Only God Forgives
- Alting bliver godt igen
- The Neon Demon
- Valhalla Rising
- Broderskab
- Bridgend
- Smukke mennesker
- Det gode hjerte
- Når dyrene drømmer
- Magi i luften
- I dine hænder
- Værelse 304
- Volcano
- Beast

- Viceværtten
- The Weight of Elephants
- Forældre
- Skyskraber
- Sparrows
- Det andet liv
- Al Medina
- Miraklet
- 37
- Ida
- Force majeure
- Selv i de bedste hjem
- Youth
- Den lille prins
- Ung og smuk
- Brooklyn
- Tracks
- Familien Bélier
- Den grønne cykel
- The Dressmaker
- Sauls søn
- Om heste og mænd

- Wild Tales
- Love & Friendship
- The Riot Club
- Mig ejer ingen
- Leviathan
- Taxi Teheran
- Min mor
- Mommy
- Før vinterkulden
- Fruitvale Station
- Blandt mænd og får
- The Lobster
- Fortiden
- Timbuktu
- Marshland
- Min Søns Familie
- Et Hus i Marokko
- Hermelinen
- The lunchbox
- Månen over Kirsebærtræerne
- Tavshedens labyrint
- Slangens favntag