

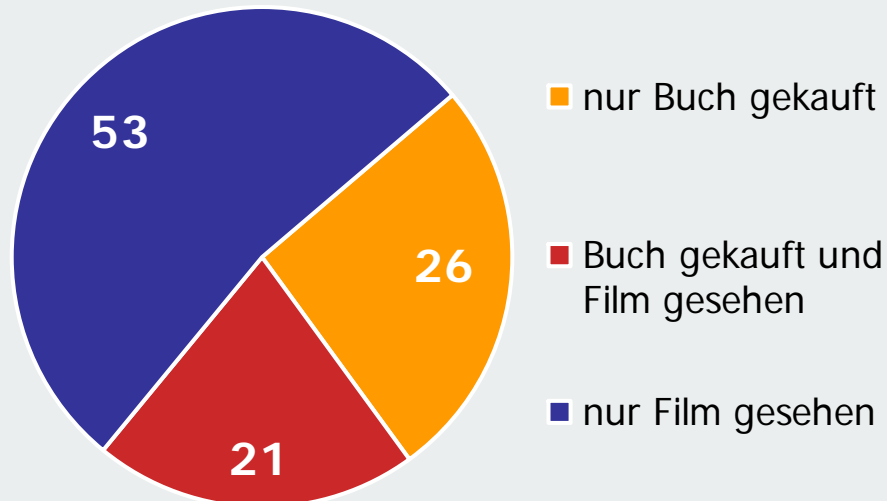


Chart der Woche

- **Twilight – Vom Bestseller zum Kinoerfolg**

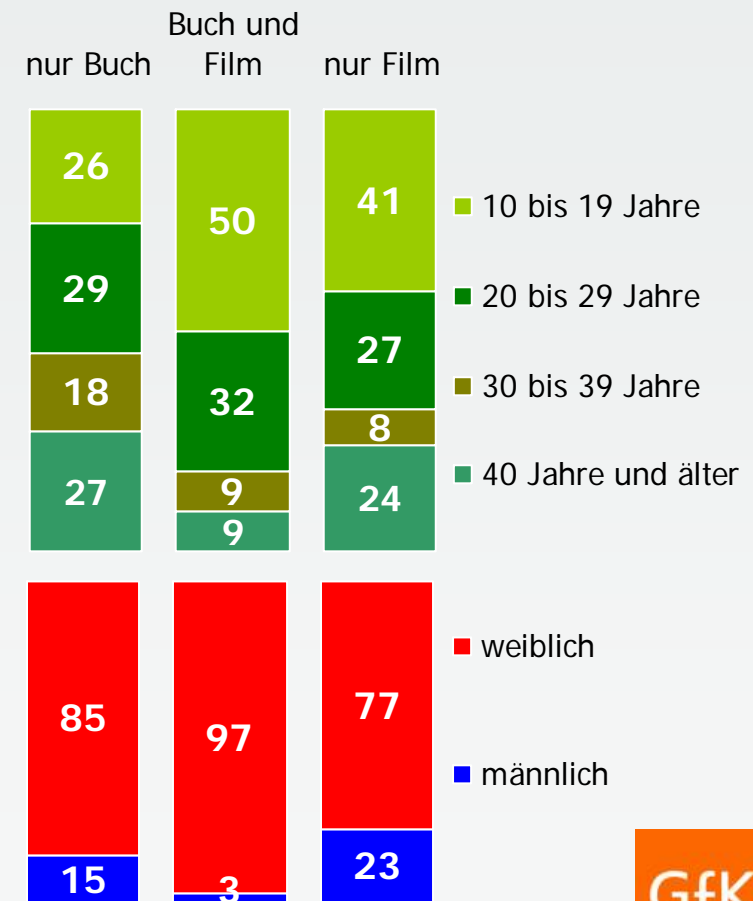
Über ein Viertel hat das Buch gekauft und den Film gesehen.

Von Januar 2008 bis Juni 2009
3,0 Mio. Personen*



* mind. 1 Buchtitel aus der Bis(s)-Reihe für sich selbst gekauft (ohne Geschenkkäufe)
und/oder
mind. 1 Kinobesuch „Twilight“

Wer sind die Käufer bzw. Besucher?



Bis(s) ist was für Mädchen!

3

- Die romantische Geschichte um Bella und Edward löste auch in Deutschland einen unglaublichen Boom aus. Fast 2,0 Mio. Menschen haben im Zeitraum von Januar 2008 bis Juni 2009 mindestens 1 Band der vierteiligen Bis(s)-Serie in Deutschland gekauft. Davon haben 1,6 Mio. Menschen die Bücher für sich selbst ausgewählt. Auch die Verfilmung „Twilight“ kann an den Erfolg des Bestsellers anknüpfen. Deshalb stellt sich die Frage ob sich die Zielgruppe der Bookkäufer und der Kinobesucher überschneidet.*
- Immerhin 21 Prozent der Kinobesucher von „Twilight“ und der Käufer eines „Bis(s)“ Bandes (ohne Geschenkkäufe) haben sowohl das Buch gelesen als auch den Film im Kino angeschaut. Diese sehr spezielle Zielgruppe sind fast ausschließlich junge Frauen im Alter bis 29 Jahre.
- Gute 23 Prozent der Kinobesucher waren männlich, allerdings kann über die Gründe für das Sehen des Films spekuliert werden (Gründe dafür werten wir Ihnen gern auf Anfrage aus).

*Das GfK Verbraucherpanel erhebt z. B. die Warengruppen Kino und Buch in einer Single-Source Stichprobe. Basis ist eine Schnittstellenanalyse zwischen Kinobesuchern und Bookkäufern.



Kontakt

GfK AG
Bereich GfK Panel
Services Deutschland
Nordwestring 101
90319 Nürnberg

Buchmarkt

Grit.Patzig@gfk.com
Tel. 0911/395-3013

Kinomarkt

Katrin.Wohlfarth@gfk.com
Tel. 0911/395-2270