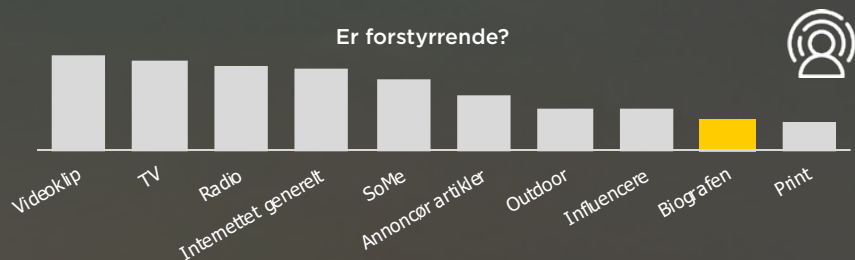


# MÅNEDSPLAN: NOVEMBER 2021 (UGE 44-47)

SE TIDLIGERE MÅNEDSPLANER HER

## MEDIEPARADOKS

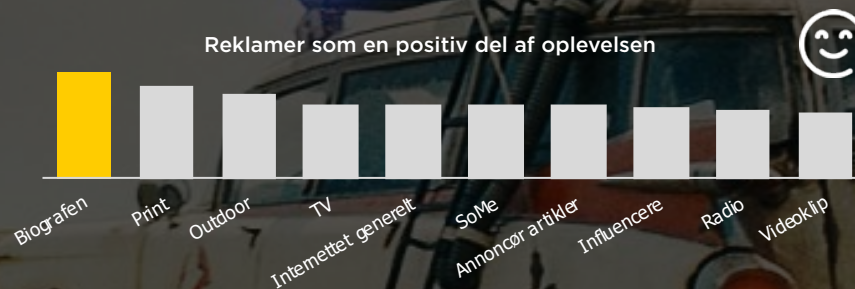
Som forbruger vil vi gerne betale for at undgå reklamer. Hvorfor anses biografreklamer som værende **mindre forstyrrende** end reklamer på f.eks. nettet, når det ene koster penge, og det andet er gratis?



Kilde: Det danske medielandskab, Data Intelligence 2021

## REKLAMER ER EN NATURLIG DEL AF BIOGRAFOPLEVELSEN

Biografens fysiske rammer skaber fordybelse uden afbrydelser. Der er ingen støj i biografen, fokus er på skærmen, mobilen er pakket væk og paraderne er nede. Vi er derfor modtagelige overfor reklamerne, der anses som en **positiv del af biografoplevelsen**. Selvom irritationen over reklamer generelt er stigende, så er reklamer i biografen stadig det medie, hvor de indgår som den mest positive del af den samlede oplevelse.



Kilde: Det danske medielandskab, Data Intelligence 2021

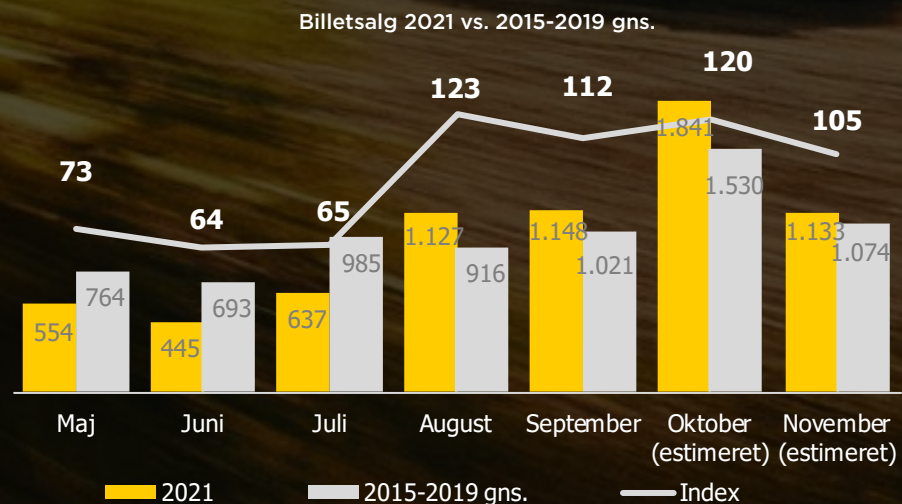
## BIOGRAFREKLAMER FORTÆLLER HISTORIER

Biografen er det bedste medie til at fortælle en historie. Online reklamer og reklamer i radioen er derimod de dårligste til at fortælle en historie. Biografreklamer er desuden **visuelt flotte** og vurderes **dobbelt så godt** som den nærmeste konkurrent print.



Kilde: Det danske medielandskab, Data Intelligence 2021

## BILLETSALGET ER HØJERE END NORMALT



Kilde: Biotol.dk & DRF billestimer

# FILMFOKUS: NOVEMBER 2021 (UGE 44-47)



11.11.21

BILLETTESTIMAT: 85.000  
KERNEGRUPPE: P30+

I den danske komedie **'VILDMÆND'** er Martin skredet fra det hele. Til Norge. For at bo i naturen og jage sin egen føde. Som en rigtig vildmand. Men da hashsmugleren Musa pludseligt dukker op nær hans lejr – blødende og forslået efter et biluheld – bliver Martins selvrealiseringsprojekt vendt på hovedet.



11.11.21

BILLETTESTIMAT: 145.000  
KERNEGRUPPE: Familie

Hugo på tolv år elsker stadig nisser, men bliver drillet af sine jævnaldrende, og han beslutter derfor at gå mod sine følelser og tvinge sig selv til at blive stor. Men da familien er på juleferie, opdager han, at der bor nisser på hotellet. **'FAMILIEN JUL & NISSEHOTELLET'** er tredje film om nissen Pixy, hans ven Hugo og resten af familie.



18.11.21

BILLETTESTIMAT: 125.000  
KERNEGRUPPE: P30+

**'GHOSTBUSTER AFTERLIFE'** er en direkte fortættelse til Ghostbusters og Ghostbusters II. Sønnen af den originale instruktør Ivan Reitman, Jason Reitman skal instruere. Filmen handler denne gang om en enlig mor, der sammen med sine to børn opdager en forbindelse mellem de oprindelige Ghostbusters og hendes afdøde bedstefar.

## NOVEMBER: BILLETTESTIMATER PÅ UGEBASIS DRF

Uge	Alle	12+	Familie
44	189.000	160.000	29.000
45	178.000	137.000	41.000
46	162.000	124.000	38.000
47	125.000	98.000	27.000

Kilde: Baseret på DRF billettestimater, afrundede tal

## TOP 10 FILM: DE KOMMENDE SEKS MÅNEDER

Premieredato	Titel	Billettestimater
25-12-21	<u>Hvidstengruppen 2</u>	500.000
24-02-22	<u>Rose</u>	350.000
03-03-22	<u>The Batman</u>	275.000
03-02-22	<u>Alle for fire</u>	275.000
24-03-22	<u>Downton Abbey 2</u>	275.000
16-12-21	<u>Spider-Man 3: No Way Home</u>	275.000
21-12-21	<u>Syng 2</u>	250.000
26-05-22	<u>Top Gun 2: Maverick</u>	250.000
21-04-22	<u>De forbandede år - opgøret</u>	225.000
05-05-22	<u>Thor 4: Love and Thunder</u>	175.000

### Eksempler på andre film der kører i perioden:

Bond 25: No Time To Die (30.09.21), Skyggen i mit øje (28.10.21), Copshop (04.11.21), I Am Zlatan (04.11.21), Coda (04.11.21), The Card Counter (04.11.21), Venuseffekten (18.11.21), Last Night in Soho (25.11.21)



Svar på quiz-spørgsmål om månedsplanen - og vær med i lodtrækningen om 5x2 biografbilletter! Klik [her](#) for at deltage

Oktober vindere:

Jesper F. fra Orchestra, Thomas B. fra Publicis, anonym, anonym, anonym

