

## ZAHLEN & FAKTEN

I. BESUCHER	
489,791	Kinobesuche gesamt (davon <b>332.403</b> verkaufte Eintrittskarten)
1,096	Vorführungen der <b>380</b> Filme im öffentlichen Programm mit vorgeschaltetem <b>Festival Trailer</b>
18,080	akkreditierte Fachbesucher aus <b>130</b> Herkunftsländern (exkl. Pressevertreter)
3,688	Pressevertreter aus <b>84</b> Herkunftsländern
9,973	Fachbesucher European Film Market (EFM) - <b>798</b> Filme, <b>1.113</b> EFM-Screenings, <b>33.977</b> EFM-Kinobesuche

II. ONLINE	
<b>www.berlinale.de (1. Dezember 2017 - 11. März 2018)</b>	
13.109.188	Page Views
1.784.479	Visitors
330.504	Hits On-Demand Videostreaming (Web + Apps), <b>139.333</b> Hits Livestreaming
<b>Downloads Berlinale App (6. Februar - 11. März 2018)</b>	
26.641	iOS
7.985	Android

III. SOCIAL MEDIA	
1.237.560	Videoaufrufe auf Youtube & Facebook
244.665	Facebook Fans / <b>11.281.129</b> Impressionen
77.044	Twitter Follower / <b>6.944.129</b> Impressionen
57.150	Instagram Follower

**“BERLIN IS A CHANCE TO SET THE TONE FOR THE YEAR AHEAD.”**  
**SCREEN INTERNATIONAL**

IV. MEDIENRESONANZ PRINT/ONLINE*	
82.131 Artikel in 9.380 Onlinemedien (1. November 2017 - 28. Februar 2018)	
= 4,94 Mrd.*	potentielle Leser
170 Mio. Auflage der 859 akkreditierten Printmedien (ohne Nachrichtenagenturen)	
= 170 Mio.*	potentielle Leser (bei einmaliger Nutzung der 859 Printmedien)
<b>Online- und Printmedien Reichweite gesamt</b>	
= 5,1 Mrd.*	potentielle Leser

(\* Quelle: Meltwater News)

V. TV (national)	
= 186,8 Mio.	kumulierte Einschaltquote**
Kumulierte Einschaltquote Hauptnachrichtensendungen mit Preisträgermeldung** = <b>17 Millionen</b>	

(\*\* GfK gestützt)