



Arbeitsgemeinschaft Kino
Gilde deutscher Filmkunsttheater e.V.

Wie gründe ich ein Kino?

Ein Leitfaden

HEUTE

Wie gründe ich ein Kino?

Ein Leitfaden

Inhalt

| | | | |
|--|-----------|---|-----------|
| 1. Vorwort | 6 | 8. Ausbildungs- und Fortbildungsmöglichkeiten im Filmtheater | 46 |
| 2. Unternehmensgründung | 7 | 8.1. Der Kinobetrieb als Ausbildungsplatz | 47 |
| 2.1. BGB, HGB und AGB | 7 | 8.2. Fortbildungsmöglichkeiten | 48 |
| 2.2. Die Wahl der Unternehmensform | 8 | 9. Verschiedenes | 50 |
| 2.3. Arbeits- und Tarifrecht | 13 | 9.1. Open-Air Kino | 50 |
| 2.4. Beschäftigungsformen | 14 | 9.2. Schul kino | 50 |
| 3. Die Filmwirtschaft | 16 | 9.3. Öffentliche nichtgewerbliche Filmveranstaltungen | 51 |
| 3.1. Die Kinolandschaft in Deutschland | 17 | 10. Kinotechnik | 52 |
| 3.2. Die Verleihlandschaft in Deutschland | 18 | 11. Die Zukunft des Filmtheaters (D-Cinema, DVD, Video-on-demand usw.) | 55 |
| 3.3. Verbände und Institutionen | 20 | 12. Weiterführende Informationen | 57 |
| 3.4. Förderanstalten & Förderarten | 22 | 12.1. Adressen | 57 |
| 3.4.1. Fördereinrichtungen Europa, Bund, Länder | 23 | 12.2. Links | 64 |
| 3.4.2. Förderarten | 26 | 12.3. Literatur – eine Auswahl | 65 |
| 4. Die Filmbestellung | 27 | 13. Glossar | 66 |
| 5. Vorschriften, Verordnungen und wichtige Verträge | 30 | Impressum | 70 |
| 5.1. Das Jugendschutzgesetz (JuSchG) und die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) | 30 | | |
| 5.2. Versammlungsstättenverordnung | 31 | | |
| 5.3. Verordnung zur Ausführung des Gaststättengesetzes (GastVO) | 31 | | |
| 5.4. Unfallverhütungsvorschriften | 31 | | |
| 5.5. Filmtheater - Einheitsversicherung | 33 | | |
| 5.6. Filmtheaterpachtvertrag | 33 | | |
| 5.7. Werbemittler und Werbeverwaltungsvertrag | 34 | | |
| 5.8. GEMA-Gebühren | 35 | | |
| 5.9. Filmpiraterie: Sicherheitsstandards im Kino | 35 | | |
| 5.10. Die Filmabgabe | 36 | | |
| 6. Werbung/Marketing | 36 | | |
| 7. Abrechnung und Buchhaltung | 39 | | |
| 7.1. Abrechnungsstandards | 39 | | |
| 7.2. Die Terminbestätigung | 41 | | |
| 7.3. Concessions/Die filetierte Eintrittskarte | 41 | | |
| 7.4. Mustermonatsbilanz | 43 | | |

1. Vorwort

Der Beruf des Kinobetreibers ist erst seit wenigen Jahren ein Ausbildungsberuf. Viele Kinobetreiber kommen auf anderen Wegen zum Kino, oft ganz einfach aus der eigenen Liebe zum Film heraus. Dieser Leitfaden soll denen dienen, die ohne oder mit nur geringen Vorkenntnissen ein Kino eröffnen wollen. Er richtet sich in erster Linie an Einzelhäuser, an kleine und mittelständische Unternehmen.

Der Leitfaden soll einen ersten Überblick über alle Bereiche geben, die für Gründung und Übernahme eines Kinos und die tägliche Kinoarbeit von Bedeutung sind, und er soll den Blick auf Punkte lenken, auf die besonders geachtet werden muss, wie z.B. der Pachtvertrag und die Frage der geeigneten Unternehmensform. Da der Text viele sehr komplexe Themen nur anreißen kann, findet sich an den entsprechenden Stellen jeweils ein Hinweis, wo oder bei wem man sich weiterführend informieren kann.

Natürlich sind die Angaben in diesem Leitfaden, insbesondere im Hinblick auf die Einführung des digitalen Kinos, Veränderungen unterworfen. Eine regelmäßig aktualisierte digitale Version dieses Leitfadens finden Sie deshalb im Internet auf den Seiten www.agkino.de und www.ffa.de. Hinweise und Vorschläge, die bei der Aktualisierung berücksichtigt werden sollen, könne Sie gerne schicken an: info@agkino.de.

Dieser Leitfaden wurde mit Unterstützung von der FFA von der AG Kino - Gilde dt. Filmkunsttheater zusammengestellt. Wir möchten uns herzlich bei allen Kolleginnen und Kollegen bedanken, die bei der Erstellung geholfen haben, insbesondere bei Eva Matlok (AG Kino-Gilde), Claudia Meisdrock, Dr. Heribert Schlinker (Cineplex Warburg), Katja Jochum (FFA), Holger Bottling, Kim Ludolf Koch (rinke medien consult), Stephanie Hoffmann (morethanpopcorn) und Joachim Sperner (Verband der Filmverleiher).

Berlin, den 30.8.2007

Hendrike Bake und Heide Bottling

2. Unternehmensgründung

Der Betrieb eines Kinos ist eine unternehmerische Tätigkeit, bei der Gewinne erwirtschaftet werden sollen. Hierbei müssen eine Reihe gesetzlicher Regelungen beachtet werden, in die das folgende Kapitel einen Einblick gibt. Die Wahl der Unternehmensform zählt zu den wichtigsten Entscheidungen, die ein Unternehmensgründer fällen muss und sollte gut überdacht werden. Auskunft und Hilfe bei Unternehmensgründungen geben auch die IHK und deren regionale Geschäftsstellen: www.ihk.de.

2.1. BGB, HGB und AGB

Geltende Bestimmungen des Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB)

Die Rechtsprechung in der Bundesrepublik Deutschland wird in privates Recht (Zivilrecht), das die Belange der Bürger untereinander regelt, und öffentliches Recht, das die Interessen zwischen Bürgern und Staat (Verwaltungsrecht) klärt, unterschieden. Das hier besprochene BGB gehört zum Privatrecht. Darin enthalten ist ein allgemeiner Teil, in dem zunächst die Unterscheidung in natürliche (jeder einzelne Mensch) und juristische Personen (Vereinigungen von Menschen, z.B. Verein, GmbH) vorgenommen wird (siehe §§ 1 ff. und §§ 21 ff. BGB).

Geltende Bestimmungen des Handelsgesetzbuches (HGB)

Das Handelsgesetzbuch ist ein Sonderrecht. Es regelt die Rechtsbeziehungen zwischen Kaufleuten und ergänzt als spezielles Recht das BGB in allen handelsrechtlichen Fragen. Nach § 1 Abs. 1 HGB sind die Betreiber eines Unternehmens ab einer bestimmten Größenordnung des Geschäftes ohne weiteres Kaufmann, während es bei den Kleingewerbetreibenden nach § 2 HGB darauf ankommt, ob sie sich (freiwillig) im Handelsregister eintragen lassen. Ob für die Eröffnung eines Kinos eine Eintragung ins Handelsregister unumgänglich ist, sollte jeder noch einmal für den eigenen Fall selbst überprüfen und sich dafür direkt ans Amtsgericht wenden. Da man in jedem Fall aber kaufmännische Handlungen ausführen wird, erscheint eine Eintragung zunächst nahe liegend.

Zu beachten ist auch die Stellvertretung des Kaufmanns, die im HGB geregelt ist, da der Geschäftsmann eines Kinos nicht alle Aufgaben selbst übernehmen kann. Die Stellvertretung in Form einer Vollmacht oder Prokura ist nachlesbar in §§ 48 ff. HGB.

Die Handelsgeschäfte

Ein Kaufmann ist verpflichtet, alle geschäftlichen Vorgänge und seine finanziellen Angelegenheiten schriftlich festzuhalten. Dazu gehören:

- die Buchführungspflicht (§ 238 HGB),
- die Einhaltung bestimmter Formalia bei der Führung der Handelsbücher (§ 239 HGB),
- die Pflicht zur Aufstellung eines Inventars, neben den Gegenständen ist auch ihr Wert aufzuführen (§§ 240, 241 HGB),

- die Pflicht zur Aufstellung einer Bilanz (§§ 242-256 HGB),
- die Pflicht zur Aufbewahrung von Unterlagen (§§ 257-261 HGB).

Die Möglichkeit zur Einsicht in die Unterlagen wird von Gerichten erteilt oder erfolgt freiwillig. Zu den Handelsgeschäften eines Kaufmanns zählen alle Geschäfte, die zum Betrieb seines Handelsgewerbes gehören. Im HGB sind die Handelsgeschäfte in § 343 HGB bis § 475h HGB geregelt.

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

Zur Erleichterung des Umgangs mit Verträgen dienen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die jedes Unternehmen selbständig bestimmen kann. Unter den Allgemeinen Geschäftsbedingungen versteht man die Vertragsbedingungen, die vom Betreiber des Kinos für die wiederholte Verwendung abgefasst worden sind. Sie sind Bestandteil eines Vertrages, wenn bei Vertragsabschluss klar darauf hingewiesen wurde.

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind als Schutz für die Vertragspartner eingeführt worden, für den Kinobetreiber gegenüber Zulieferern und anderen Vertragspartnern, für die Kinobesucher gegenüber dem Unternehmen.

Im Internet finden sich bei einer Suche „Kino + AGB“ oder „Filmtheater + AGB“ zahlreiche Beispiele, wie sich AGB gestalten lassen.

2.2. Die Wahl der Unternehmensform

Die folgende Abbildung soll einen Überblick über verschiedenste Unternehmensformen geben. Weiter unten werden die geläufigsten Unternehmensformen für Kinos genauer vorgestellt.

Man unterscheidet zwischen Personen- und juristischen Gesellschaften. In einer Personengesellschaft haftet der Unternehmer selbst mit seinem Privatvermögen, während in einer juristischen Gesellschaft das Unternehmen als juristische Person auftritt und mit dem Gesellschaftsvermögen haftet.

| Personengesellschaften | Juristische Personen des Privatrechts |
|--|---|
| nicht eingetragener Verein | Eingetragener Verein (e.V.) |
| Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) | Gemeinnützige Gesellschaft mit beschränkter Haftung (gGmbH) |
| eingetragener Kaufmann (eK) | Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) |

Bei der Mehrheit der in Deutschland betriebenen Kinos handelt es sich um ein Einzelunternehmen oder eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH). Weiterhin treten der eingetragene Verein (e.V.) und die Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) als Gesellschaftsform – vor allem bei kleinen Filmkunsttheatern - auf.

Zunächst ist es wichtig, sich gründlich die Rechtsform für das eigene Unternehmen zu überlegen. Eine spätere Umwandlung ist zwar jederzeit möglich, aber kompliziert und kostenaufwändig. Im Folgenden finden Sie eine Übersicht, die alle wesentlichen Merkmale der verschiedenen Unternehmensformen zusammenfasst.

Die unterschiedlichen Steuerbelastungen werden hier nicht angeführt, da sie ständigen Schwankungen unterworfen sind. Darum sollten die steuerlichen Bedingungen auch nicht als vorrangiges Kriterium für die Auswahl der Unternehmensform dienen. Zu einer eingehenden Beschäftigung mit den aktuellen Veränderungen der Besteuerung von Unternehmen empfehlen wir die Hinzuziehung eines Steuerberaters. Information bietet auch die Internetseite des Bundesministeriums der Finanzen: www.bundesfinanzministerium.de, wo sie unter der Rubrik „Steuern“ unter anderem die aktuellen Steuergesetze finden.

Das Einzelunternehmen

Rechtsgestaltung: Ein Einzelunternehmen wird in der Regel von einem Kaufmann alleine betrieben. Die alleinige Entscheidungsbefugnis, aber auch die alleinige Haftung liegt bei dem Einzelunternehmer selbst. Der Unternehmer haftet mit seinem Privatvermögen und kann unter seiner Firma klagen und verklagt werden. In der Regel wird ein Einzelunternehmen formlos, ohne schriftlichen Vertrag, gegründet. Ob eine Eintragung ins Handelsregister bei einer Kinoeröffnung in Form eines Einzelunternehmens erforderlich ist, muss im Einzelfall erfragt werden.

Das Einzelunternehmen ist eine Personenfirma und muss in seinem Firmennamen einen Familiennamen und mindestens einen ausgeschriebenen Vornamen enthalten.

Leitungsbefugnis: Die Leitungsbefugnis liegt allein beim Unternehmer und kann nur im Fall einer Kreditaufnahme eingeschränkt werden.

Gewinn- und Verlustbeteiligung: Der Einzelunternehmer trägt alle Risiken allein. Einerseits stehen ihm alle erwirtschafteten Gewinne zu, andererseits treffen ihn auch alle Verluste als Privatperson. Das Risiko eines Einzelunternehmers wird von der Höhe des vorhandenen Privatvermögens mitbestimmt.

Finanzierungsmöglichkeiten: In der Regel ist es für ein Einzelunternehmen einfacher, einen kurzfristig rückzahlbaren Kredit zu erhalten. Bei einem langjährigen Kredit trägt der Gläubiger ein sehr hohes Risiko, da das Unternehmen sich in der Regel mit dem Ableben des Unternehmers auflöst. Weitere Faktoren, die sich positiv auf die Kreditwürdigkeit auswirken, sind die tatsächlichen Verhältnisse, die Ertragslage (bisherige und zukünftige Ein- und Ausgänge), persönliche Fähigkeiten des Unternehmers, der gute Ruf des Unternehmens oder dessen Marktposition. Wird ein Kredit ausgehandelt, geht allerdings möglicherweise der größte Vorzug dieser Unternehmensform verloren: die freie Verfügungsmacht des Unternehmers, da sich die Kreditgeber in der Regel Mitsprache- und Kontrollrechte einräumen lassen, bzw. auf Sicherheiten oder Bürgschaften bestehen.

Eine weitere Finanzierungsmöglichkeit ist die Hinzunahme eines stillen Gesellschafters, der die Verfügungsmöglichkeiten des Einzelunternehmers keinesfalls einschränkt und auch an Gewinnen und Verlusten nicht beteiligt ist. Er beteiligt sich mit einem gewissen Kapital

und einem Betrag, der die Rücklagen des Unternehmers ergänzt. Diese Rücklagen kommen auch ihm zu Gute. Der stille Gesellschafter kann ungenannt bleiben.

Die Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR)

Rechtsgestaltung: Die Gesellschaft des bürgerlichen Rechts ist ein Zusammenschluss von natürlichen oder juristischen Personen, die einen gemeinsamen Zweck verfolgen. Der Vertragsabschluss kann formlos, in nichtschriftlicher Form erfolgen. Die GbR kann nicht ins Handelsregister eingetragen werden. Die Rechtsvorschriften des HGB gelten nicht für die GbR. Die Gesellschafter haften mit ihrem gesamten Vermögen, auch mit ihrem Privatvermögen. Das Gesellschaftsvermögen steht allen Gesellschaftern zur gesamten Hand zur Verfügung. Über den eigenen Gesellschaftsanteil kann nicht frei verfügt werden.

Es besteht die Möglichkeit eine Innengesellschaft zu gründen, bei der nur ein Gesellschafter die GbR nach außen vertritt. Dieser haftet dann auch alleine gegenüber den Gläubigern.

Leitungsbefugnis: In einer GbR ist für jedes Geschäft die Zustimmung aller Gesellschafter notwendig. Es kann vertraglich eine Gesamt- oder Einzelgeschäftsführung vereinbart werden. Die Vertretung nach außen steht im Zweifel den Geschäftsführern zu. Diese vertreten die Gesellschafter, nicht die Gesellschaft, da die Gesellschaft nicht als juristische Person existiert und nicht haftbar gemacht werden kann.

Gewinn- und Verlustbeteiligung: Die Gewinne und Verluste verteilen sich unabhängig von den Beiträgen der einzelnen beteiligten Personen pro Kopf nach gleichen Anteilen, es sei denn, es sind andere Aufschlüsselungen im Gesellschaftsvertrag angeführt. Solch eine Aufschlüsselung kann gewährleisten, dass zum einen jeder Gesellschafter einen Unternehmerlohn bekommt, zum anderen die Gewinne analog zum Risiko, das die einzelnen Personen tragen, aufgeteilt wird. Das Kapital, das von den einzelnen Gesellschaftern eingebracht wurde, wird verzinst und dient als Rücklage. Ein stiller Gesellschafter bekommt einen „angemessenen“ Anteil des Gewinns. Von einer Verlustbeteiligung kann er vertraglich ausgeschlossen sein, maximal beteiligt er sich daran mit einer anfangs vereinbarten Einlage.

Finanzierungsmöglichkeiten: Hier gilt dasselbe wie für ein Einzelunternehmen. Auch die Kreditwürdigkeit und die Einschränkungen bei Aufnahme eines Kredits sind vergleichbar mit denen eines Einzelunternehmens.

Der eingetragene Verein (e.V.)

Rechtsgestaltung/Gründung: Für die Gründung eines rechtsfähigen Vereins müssen mindestens 7 Personen in einer Gründungsversammlung die Vereinssatzung bestimmen und unterzeichnen. Nach Beglaubigung der Unterschriften werden die Satzung, deren Inhalt bestimmten Mindestanforderungen genügen muss, das Protokoll der Gründungsversammlung und die Anwesenheitsliste beim zuständigen Amtsgericht (in dem Bezirk, in dem der Verein seinen Sitz hat) zum Zwecke der Eintragung in das Vereinsregister eingereicht. Durch Eintragung in das Vereinsregister erhält ein nicht wirtschaftlicher Verein Rechtsfähigkeit und ist damit Träger von Rechten und Pflichten. Der Verein haftet nur mit seinem Vermögen, die Mitglieder müssen für Vereinsschulden nicht aufkommen.

Die Vereinsorgane und deren Befugnisse: Der Vorstand tritt als Organ des Vereins für diesen auf und vertritt ihn als gesetzlicher Vertreter gerichtlich und außergerichtlich. Die Vertretungsmacht des Vorstandes kann entsprechend der Vereinssatzung zwar eingeschränkt, nicht aber vollständig ausgeschlossen werden. Die Geschäftsführung durch den Vorstand richtet sich nach den Regeln über den Auftrag. Hierzu gehören alle Handlungen, die der Vorstand für den Verein vornimmt. Verursacht ein Mitglied des Vorstandes bei seinem Handeln für den Verein schuldhaft einen Schaden bei einem Dritten, haftet neben dem Vorstandsmitglied auch der Verein auf Schadenersatz.

Die Mitgliederversammlung ist das Organ, durch das die Mitglieder Einfluss auf die Belange des Vereins nehmen können. Ihre Zuständigkeit und die im Falle der Einberufung und Beschlussfassung zu beachtenden Verfahrensvorschriften können im Rahmen der Satzungsbestimmungen individuell gestaltet werden.

Kinobetrieb in der Rechtsform eines e. V.: Ein Verein, der die Rechtsfähigkeit durch Eintragung in das Vereinsregister erlangen will, darf nicht einen erwerbswirtschaftlichen Zweck mit den Mitteln eines Geschäftsbetriebes erstreben. Wirtschaftliche Zwecke verfolgt ein Verein, der nach Art eines Unternehmens planmäßig eine auf den Abschluss von Umsatzgeschäften gerichtete Tätigkeit am Markt ausüben will mit der Absicht der Erzielung vermögenswerter Vorteile für sich oder die Mitglieder (Wirtschaftlicher Verein). Unter diesen Voraussetzungen ist der Betrieb eines Kinos in der Form eines „e. V.“ nicht eintragungsfähig.

Davon zu unterscheiden sind Vereine, bei denen zwar ein wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb vorliegt, die Zielsetzung aber einem ideellen Hauptzweck untergeordnet ist. Ist ein wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb Mittel zur Förderung und Unterstützung der idealen Zweckerzielung, so ist kein wirtschaftlicher Verein anzunehmen. Betreibt ein „Verein zur Förderung der Kunst- und Filmkultur“ ein Kino, wodurch dauernd Rechtsgeschäfte abgeschlossen werden, so überwiegt der ideale Hauptzweck, wenn die Vereinsmitglieder keinerlei Gewinnanteile, Zuwendungen oder sonstige vermögenswerte Vorteile erhalten (Idealverein). Nicht jeder Idealverein ist ein gemeinnütziger Verein. Zwar ist die Förderung von Kunst und Kultur als „gemeinnützig“ anerkannt, jedoch bedarf es zu einer (auch steuerlichen) Anerkennung von gemeinnützigen Zwecken stets, dass diese Zwecke „selbstlos“, „ausschließlich“ und „unmittelbar“ verfolgt werden. An das Vorliegen dieser Voraussetzungen werden strenge Anforderungen gestellt.

Die Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)

Rechtsgestaltung: Die GmbH ist eine vom Gesellschafter getrennte juristische Person mit eigener Rechtspersönlichkeit. Die Kontinuität der betrieblichen Tätigkeit ist von der Person des Gesellschafters unabhängig. Die Gesellschafter sind am Gesellschaftsvermögen entsprechend ihres Kapitals beteiligt. Die Gesellschafter haften ausschließlich mit ihren Gesellschaftsanteilen. Sie sind auch im Konkursfall nicht zur Übernahme weiterer Verpflichtungen gezwungen. Der Gesellschaftsvertrag ist im GmbH Gesetz (§3 GmbHG) festgelegt.

Die GmbH wird in das Handelsregister eingetragen und wird dadurch zum so genannten Formkaufmann. Sie ist deshalb an die speziell für Kaufleute aufgestellten Regeln des Han-

delsrechts gebunden. Der Gesellschafter und die Geschäftsführung können, müssen aber nicht übereinstimmen. Die GmbH ist von besonderem Nutzen für kleine und mittlere Betriebe, die ihre Haftung und ihr Risiko auf die Kapitaleinlage beschränken wollen.

Leitungsbefugnis: Die Organe einer GmbH sind die Gesellschafterversammlung und die Geschäftsführer. Für die Einberufung der Gesellschafterversammlung schreibt das GmbH-Gesetz bestimmte Formvorschriften vor, die eingehalten werden müssen, sollen die gefassten Beschlüsse unanfechtbar bleiben. Die Geschäftsführung vertritt die GmbH nach außen und übernimmt die Leitung nach innen. Besteht sie aus mehreren Personen, müssen diese in Übereinstimmung handeln. Die Gesellschafterversammlung bleibt gegenüber der Geschäftsführung jedoch weisungsbefugt. Alle wichtigen Beschlüsse werden in ihrem Rahmen gefasst. Außerdem stellt sie den Jahresabschluss, die Verwendung des Gewinns, die Prüfung und Überwachung der Geschäftsführung, sowie deren Ein- oder Abberufung fest.

Gewinn- und Verlustbeteiligung: Die Gesellschafter haben Anspruch auf den Jahresüberschuss, der in der Regel orientiert an ihren Kapitalanteilen an die Gesellschafter ausgeschüttet wird. Das Nominalkapital, die anfänglich aufgebrauchten 25.000 Euro, bleibt unverändert. Wenn die Rücklagen und das Eigenkapital der Gesellschaft aufgebraucht sind, erscheint in der Bilanz ein Fehlbetrag.

Finanzierungsmöglichkeiten: Die Summe der Einzahlungen der Gesellschafter muss bei der Gründung mindestens 25.000 Euro erreichen. Nachschüsse, die die Gesellschafter einbringen, müssen in der Satzung festgehalten werden. Zur weiteren Finanzierung können neue Gesellschafter aufgenommen werden, die einen zusätzlichen Betrag aufbringen, mit dem sie an den stillen Rücklagen beteiligt werden.

Aufgrund der beschränkten Haftung ist die Gesellschaft zunächst gering kreditwürdig. Die für das Einzelunternehmen aufgezählten Faktoren können jedoch auch diese Gesellschaftsform in ihrer Kreditwürdigkeit wachsen lassen. Die Kreditwürdigkeit kann z.B. dadurch erhöht werden, dass Kredite außerhalb der Gesellschaft im Privatvermögen der Gesellschafter gesichert werden.

Aufwendungen und Publizitätszwang: Die Satzung der GmbH bedarf der notariellen Beurkundung. Das einmalige Startkapital muss aufgewendet werden, und eine Eintragung ins Handelsregister ist erforderlich. Neben diesen einmaligen Aufwendungen ergeben sich für die GmbH laufende Aufwendungen in Form von Pflichtprüfungen, für die Veröffentlichung des Jahresabschlusses und des Lageberichts, für sonstige Bekanntmachungen und für Sitzungen und Versammlungen. Für die GmbH besteht ein Publizitätszwang zum Schutze der Gläubiger und der Anteilseigner. Kleine Kapitalgesellschaften, zu denen Kinobetriebe zu rechnen sind, müssen jedoch nur ihre Bilanz mitsamt Anhang, der die Posten der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung erläutert, in gekürzter Form beim Handelsregister einreichen.

2.3. Arbeits- und Tarifrecht

Das Arbeitsrecht teilt sich in kollektives und Individualarbeitsrecht. Im Individualarbeitsrecht werden die Rechtsbeziehungen zwischen einzelnen Arbeitnehmern und Arbeitgebern geregelt. Im kollektiven Arbeitsrecht diejenigen zwischen den Koalitionen der Arbeitnehmer und Arbeitgeber und zwischen Vertretungsorganen der Arbeitnehmer und dem Arbeitgeber. Zur Klärung arbeitsrechtlicher Fragen sollte man sich entweder an einen Anwalt oder die Gewerkschaft wenden. Der Arbeitgeberverband kann Auskunft darüber geben, ab wann Tarifverträge und betriebliche Mitbestimmung auf den eigenen Betrieb zutreffen.

Das Individualarbeitsrecht

Das Individualarbeitsrecht befasst sich hauptsächlich mit dem Zustandekommen des Arbeitsvertrages, mit den Pflichten der Arbeitsvertragsparteien, mit den zahlreichen Regelungen des Leistungsstörungsrechts (§§ 275-304 BGB und §§ 320-326 BGB) und mit der Beendigung des Arbeitsverhältnisses, insbesondere der Kündigung. Wichtige Rechtsquellen des Individualarbeitsrechts sind die §§ 611-630 BGB, die das Recht des Dienstvertrages regeln. Für die Beendigung des Arbeitsverhältnisses in Betrieben mit regelmäßig mehr als 10 vollbeschäftigten Mitarbeitern ist das Kündigungsschutzgesetz (KSchG) zu beachten. Regelungen über Sonderkündigungsschutz und spezielle Schutzgesetze gibt es auch für bestimmte Gruppen von Beschäftigten oder Arten von Beschäftigungsverhältnissen, beispielsweise das Mutterschutzgesetz (MuSchG) für werdende oder stillende Mütter, das Jugendarbeitsschutzgesetz (JArbSchG), das Sozialgesetzbuch Band IX (SGB IX) für schwerbehinderte Menschen, das Teilzeit- und Befristungsgesetz (TzBfG) für befristete Arbeitsverhältnisse. Hingewiesen sei noch auf die Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall - diese ist in Deutschland im Entgeltfortzahlungsgesetz geregelt (EntgFG) -, auf das Bundesurlaubsgesetz (BUrlG), das den Erholungsurlaub regelt, und das Berufsbildungsgesetz (BBiG), das u.a. Berufsausbildung und Umschulung regelt.

Alle entsprechenden Gesetze können auch online eingesehen werden auf der Seite www.gesetze-im-internet.de.

Das kollektive Arbeitsrecht

Unter dem kollektiven Arbeitsrecht versteht man das Recht der arbeitsrechtlichen Koalitionen (Gewerkschaften und Arbeitgeberverbände), das Tarifvertragsrecht, das Arbeitskampfrecht (Streiks und Aussperrungen) sowie das Mitbestimmungsrecht in Unternehmen und Betrieben. Das Tarifvertragsrecht ist im Tarifvertragsgesetz (TVG) geregelt. Derzeit existieren zwei Tarifverträge für Filmtheater (siehe Tabelle).

Die Mitbestimmung der Arbeitnehmer unterscheidet sich nach der Form der Gesellschaft. Die Mitbestimmung in einem Unternehmen ist im BetrVG, im Gesetz über die Mitbestimmung der Arbeitnehmer (MitbestG) und im Montan-Mitbestimmungsgesetz (MontanMitbestG) geregelt. Das gilt für Kinos, die als GmbH geführt werden. Die Mitbestimmung der Arbeitnehmer in privaten Betrieben ist im Betriebsverfassungsgesetz (BetrVG) und im

Sprecherausschussgesetz (SprAuG) geregelt. Das betrifft Kinos, die als Einzelunternehmen, eingetragener Verein oder GbR geführt werden. Sie wird durch Betriebsräte und für die leitenden Angestellten durch Sprecherausschüsse ausgeübt, die von den Arbeitnehmern in freier und geheimer Wahl bestimmt werden. Auch diese Gesetze sind im Internet abrufbar auf der Seite www.gesetze-im-internet.de. Hier finden sich auch das BGB und das HGB. Da es innerhalb des Arbeitsrechts diese Vielzahl von Quellen gibt, kommen für die Klärung einer arbeitsrechtlichen Frage oft mehrere Rechtsgrundlagen in Betracht. Als Rangfolge zwischen ihnen gilt die ranghöhere Regelung vor der rangschwächeren:

(1) Verfassung – (2) Gesetz – (3) Tarifvertrag – (4) Betriebsvereinbarung – (5) Arbeitsvertrag – (6) Anordnung des Arbeitgebers.

Dieser Grundsatz wird durchbrochen vom Günstigkeitsprinzip: Wenn die schwächere Regelung für den Arbeitnehmer günstiger ist, dann kommt diese zur Anwendung.

Tabelle: Tarifrecht

| Arbeitgeber | ver.di (IG Medien) |
|-------------|----------------------------------|
| HDF | Bundes-Tarifvertrag (01.07.2001) |
| ar.di | Vertrag von ar.di (01.01.2001) |

2.4. Beschäftigungsformen

Es gibt viele verschiedene Möglichkeiten der Beschäftigung in einem Kino, die einerseits von der Größe, andererseits von der Form des Unternehmens abhängen. Um diese besser auseinander halten zu können und um überprüfen zu können, welche Formen für den eigenen Betrieb in Frage kommen, werden in diesem Abschnitt alle geläufigen Bezeichnungen vorgestellt und auf die entsprechenden Beschäftigungsformen zurückgeführt.

Es sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass der Arbeitgeber im Falle von Aushilfen oder Auszubildenden unter 18 Jahren bei der Betreuung mit bestimmten Aufgaben ihre beschränkte Geschäftsfähigkeit zu beachten hat. Sie können für ihre Handlungen nicht haftbar gemacht werden.

Aushilfstätigkeit

Aushilfstätigkeiten bezeichnen in der Regel Arbeitsverhältnisse, die ohne fachspezifische Ausbildung ausgeführt werden können. Diese Tätigkeiten sind oft befristet, um Fachpersonal für schwierigere Arbeiten frei zu halten, oder Kapazitätsengpässe auszugleichen. Aushilfstätigkeiten können z.B. im Rahmen eines Praktikums ausgeführt werden oder als befristete Beschäftigung.

Minijob (Geringfügig entlohnte Beschäftigung)

Eine geringfügig entlohnte Beschäftigung liegt vor, wenn das Arbeitsentgelt aus dieser Beschäftigung regelmäßig im Monat 400 Euro nicht übersteigt. Der Arbeitnehmer ist nach § 8 SGB IV bis zu dieser Grenze von der Sozialversicherung befreit. Der Arbeitgeber hat für geringfügig Entlohnte, die in dieser Beschäftigung versicherungsfrei oder nicht versicherungspflichtig sind, dennoch insgesamt 30,1% Pauschalabgaben zu leisten. Die Pauschalabgaben muss der Arbeitgeber an die zentrale Einzugsstelle, die Deutsche Rentenversicherung Knappschaft-Bahn-See, überweisen. Diese teilt dann den Pauschalbeitrag auf die einzelnen Versicherungszweige und die Steuern auf.

Trotz der Krankenversicherungs-/Rentenversicherungspauschale ist man durch Minijobs nicht krankenversichert und nicht rentenversichert. Die Versicherung muss der Arbeitnehmer freiwillig oder durch öffentliche Kassen übernehmen. Rentenansprüche kann er durch eigene Zuzahlung erwerben.

Kurzfristige Beschäftigung

Eine kurzfristige Beschäftigung liegt vor, wenn die Beschäftigung im Laufe eines Kalenderjahres auf nicht mehr als zwei Monate beschränkt ist und an mindestens fünf Tagen in der Woche ausgeübt wird. Wenn die Tätigkeit an weniger als fünf Tagen in der Woche ausgeübt wird, liegt eine kurzfristige Beschäftigung bei insgesamt maximal 50 Arbeitstagen vor. Bei kurzfristigen Minijobs sind keine Sozialabgaben zu leisten, jedoch ist eine Pauschalsteuer an das Finanzamt zu entrichten bzw. über die Steuerkarte abzurechnen.

Studentenjob

Studierende können bis zu 19 Arbeitsstunden pro Woche während der Vorlesungszeiten arbeiten, ohne dass sie gegenüber der Krankenkasse als normaler Werkstätiger gelten. Es besteht jedoch eine Rentenversicherungspflicht.

Das Arbeitsverhältnis kann als Minijob abgeschlossen werden. Auf diese Weise können die Abgaben (Rentenversicherung, Krankenversicherung) pauschal über die Bundesknappschaft abgewickelt werden. Bei einer Beschäftigung eines Studierenden als freier Mitarbeiter, um Sozialabgaben zu vermeiden, ist Achtung geboten: In der Regel liegt in einem Kinobetrieb bei dieser Form der Beschäftigung Scheinselbstständigkeit vor, da der Studierende weisungs- und arbeitsplatzgebunden ist.

Studentische Beschäftigte dürfen für gleiche Tätigkeiten nicht schlechter bezahlt werden als festangestellte Mitarbeiter. Sie haben Anspruch auf Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall, Feiertagsvergütung, bezahlten Urlaub und ggf. Weihnachtsgeld und ein Recht auf Arbeitsschutz. Außerdem besteht ein Anspruch auf ein Arbeitszeugnis.

Auszubildende

Auszubildende erlernen einen Ausbildungsberuf über die Duale Berufsausbildung: Praxiserfahrung wird im Ausbildungsbetrieb erlernt und theoretische Grundlagen in der Berufsschule vermittelt. Der Besuch der Berufsschule kann je nach Bundesland und Branche an

einigen Wochen pro Lehrjahr oder an einzelnen Tagen in der Woche erfolgen. Die Ausbildungsdauer beträgt für die Ausbildung zum/zur Kaufmann/Kauffrau für Audiovisuelle Medien, zum/zur Verkaufskaufmann/-kauffrau oder zum/zur Veranstaltungstechniker/in drei Jahre. Die Dauer kann auf zwei Jahre verkürzt werden, was aber nicht ratsam erscheint, da der anfallende Stoff in zwei Jahren kaum zu bewältigen ist. Die Ausbildung wird mit einer zweiseitigen schriftlichen und mündlichen Prüfung abgeschlossen.

Während ihrer Ausbildung erhalten Auszubildende kein Gehalt oder Lohn, sondern eine Ausbildungsvergütung. Sie sind von der Zahlung der Sozialversicherungsbeiträge bis zu einer bestimmten Höhe befreit.

Auszubildende, gelten – wie übrigens auch Geschäftsführer - nicht als Arbeitnehmer, obwohl bestimmte arbeitsrechtliche Regeln auch auf diese Personengruppen angewandt werden. Bei auftretenden Unklarheiten sollte das Berufsausbildungsgesetz (BBiG) konsultiert werden, insbesondere §§ 1-26. (Zum Filmtheater als Ausbildungsplatz siehe auch: *8. Ausbildungs- und Fortbildungsmöglichkeiten im Filmtheater*).

Sozialversicherung

Die Sozialversicherung ist meist in die gesetzliche Rentenversicherung (RV), die gesetzliche Krankenversicherung (GKV), die Arbeitslosenversicherung bei der Bundesagentur für Arbeit (BA), die Unfallversicherung (UV) und die Pflegeversicherung (PV) gegliedert. In der Regel besteht Versicherungspflicht.

Die Beiträge werden nach den Bruttolöhnen berechnet. Die Versicherungen werden durch Arbeitgeber- und Arbeitnehmerbeiträge je nach Sparte zu unterschiedlichen Teilen finanziert (siehe oben). Die Versicherungsbeiträge des Arbeitnehmers werden vom Lohn einbehalten und zusammen mit denen des Arbeitgebers durch den Arbeitgeber an die Krankenkasse abgeführt. Hierfür erhält er von der örtlichen Agentur für Arbeit eine Betriebsnummer.

3. Die Filmwirtschaft

In der Regel durchläuft ein Kinofilm in Deutschland folgende Stationen der Verwertungskette: Produktion – Verleih – Kino – Video/DVD – Fernsehen. Nach Fertigstellung eines Filmes erwirbt ein Filmverleih von der Produktionsfirma die Auswertungsrechte für eine bestimmte Region (z.B. Deutschland) über einen vereinbarten Zeitraum (z.B. 5 Jahre). Nach Ablauf dieses Zeitraumes fallen die Rechte an den Urheber zurück.

Der Verleih lässt die Filmkopien ziehen, die später in Umlauf kommen, übernimmt das Marketing des Filmes und organisiert die Vermietung an die Kinos. Je nachdem wie die Vereinbarungen mit der Produktionsgesellschaft aussehen, übernimmt der Verleih auch den Weiterverkauf der Rechte an Videovertriebe und TV-Sender.

In der Regel agieren die Segmente der Verwertungskette getrennt. Es gibt aber auch vertikale Überschneidungen: Produktionsfirmen bringen ihre Filme im Eigenverleih ins Kino, Verleiher steigen schon auf Produktionsebene in ein Projekt ein oder übernehmen den DVD-Vertrieb selbst, Kinobetreiber unterhalten eine Verleihfirma.

3.1. Die Kinolandschaft in Deutschland

Im Jahr 2006 verfügt Deutschland über 1.823 Filmtheater mit 4.848 Leinwänden. Davon sind 144 Multiplexe mit 1305 Leinwänden. Diese Kinos spielen 49,1% des Gesamtumsatzes der Kinobranche ein. Den Rest des Umsatzes in Höhe von 814,4 Millionen Euro teilen die traditionellen Innenstadt- und Erstaufführungskinos, Filmkunsthäuser, kommunale Kinos und Sonderformen (Open-Air, Autokinos, Truppenkinos, Wanderkinos etc.) unter sich auf. Im Durchschnitt kommen in Deutschland auf 1000 Einwohner 10,3 Sitzplätze. Am besten ausgestattet sind dabei die Bundesländer Bremen (16,7 Sitzplätze für 1000 Einwohner) und Hamburg mit (12 Sitzplätzen für 1000 Einwohner). In diesen Bundesländern und in Berlin liegt auch der Kinobesuch um bis zu 2/3 über dem bundesweiten Durchschnitt von 1,7 Kinobesuchen im Jahr.

Damit liegt der jährliche Kinobesuch/Person in Deutschland hinter dem europäischen Durchschnitt von 2,1 Kinobesuchen im Jahr 2006 und erreicht gerade einmal die Hälfte der Durchschnittswerte der cinephilen Nachbarn Frankreich (2,8) und Spanien (3).

Während die Anzahl der Spielstätten in den vergangenen sechs Jahren von 1.815 (2001) auf 1.823 (2006) leicht angewachsen ist, sind die Zahlen für den Kinobesuch in diesem Zeitraum rückläufig und haben zu Umsatzeinbußen von 17,5% gegenüber 2001 geführt. Auch ein leichtes Ansteigen der durchschnittlichen Eintrittspreise auf 5,96 Euro (2006) konnte den Umsatzrückgang nicht ausgleichen. Ein Kinobetreiber, der eine neue Spielstätte eröffnet oder eine alte übernimmt, muss sich derzeit in einem von zunehmender Konkurrenz geprägten Klima wachsenden Angebots und schrumpfender Nachfrage behaupten.

(Quellen: Filmstatistisches Jahrbuch 2006, FFA Marktdaten 2006, European Cinema Yearbook 2006)

Aktuelle Zahlen zur Kino- und Filmwirtschaft finden Sie in den jährlichen Veröffentlichungen von FFA (www.ffa.de), SPIO (www.spio.de) und Media Salles (www.mediasalles.it).

Im Sprachgebrauch unterscheidet man zwischen folgenden Kinotypen, die Übergänge sind dabei fließend:

Multiplexe

Kinos mit wenigstens 8 Leinwänden bzw. wenigstens 1.500 Sitzplätzen, auch bei nur 7 Sälen. In der Regel Erstaufführungskinos. Oftmals am Stadtrand oder an zentraler Stelle, z.B. in Bahnhofsnähe, gelegene Neubauten. Seit dem Bauboom Mitte der Neunziger Jahre ist die Zahl der Multiplexe explosionsartig angestiegen, von Ende 1997 bundesweit 60 Multiplex-Kinokomplexen mit 489 Leinwänden auf 144 Multiplex-Kinos mit 1.305 Leinwänden im Jahr 2006.

Erstaufführungskinos, Cineplexe, Minioplexe

Kinos, die Filme zum Start und auf Prolongation (siehe *Glossar*) spielen. Hierzu gehören auch die großen Traditionshäuser aus den 1950er bis 1970er Jahren mit oft nur einem

gigantischen Saal. Oftmals Innenstadtkinos in den Mittelstädten, die in direkter Konkurrenz zu den Multiplexen stehen, da sie auf dasselbe Filmangebot angewiesen sind.

Traditionelle Filmtheater und Multiplexe sind seit dem Zusammenschluss vom Hauptverband deutscher Filmtheater und dem Multiplexverband Cineropa in dem gemeinsamen Verband HDF Kino e.V. organisiert.

Programmkinos/Filmkunsthäuser

Der Name Programmkino verweist zum einen auf die gedruckten Monatsprogramme, die zu Beginn der Programmkino-Bewegung in den 1970er Jahren das Markenzeichen der alternativen Kinos waren und immer noch viele Filmkunsthäuser auszeichnen. Zum anderen spielten diese Kinos ein festes Programm täglich wechselnder Filme. Gezeigt wurden neben aktuellen Autorenfilmen Repertoire-Filme und thematische Filmreihen.

Heute definieren sich Arthouse-Kinos in Deutschland vor allem über die Qualität und Experimentierfreudigkeit ihrer Filme und Veranstaltungen: internationale Independent-Produktionen, Debütfilme, europäisches Kino, junge deutsche Regisseure, Filme in der Originalfassung, Festivals.

Die Filmkunsthäuser stellen ungefähr 10% des Kinomarktes in Deutschland.

Programmkinos und Filmkunsthäuser sind seit dem Zusammenschluss der Arbeitsgemeinschaft Kino und der Gilde deutscher Filmkunsttheater im gemeinsamen Verband AG Kino – Gilde dt. Filmkunsttheater e.V. organisiert.

Kommunale Kinos

Das Filmangebot von Programmkinos und Filmkunsthäusern ähnelt sich oftmals. Der Unterschied liegt in der gewerblichen Struktur. Während es sich bei Programmkinos um unabhängige gewerbliche Unternehmen handelt, werden kommunale Kinos von der Kommune (teil)finanziert und unterliegen damit einem besonderen kulturellen Anspruch und Bildungsauftrag.

Die kommunalen Kinos sind im Bundesverband kommunale Filmarbeit zusammengeschlossen.

3.2. Die Verleihlandschaft in Deutschland

Wichtigster Kooperationspartner für den Kinobetrieb ist der Filmverleih, bei dem der Betreiber die Aufführungsrechte eines Films erwirbt und Kopien ordert. Der Verleih erwirbt seinerseits die Lizenzrechte an einem Film für einen bestimmten Zeitraum (z.B. fünf Jahre) und ein bestimmtes Gebiet (z.B. Deutschland) vom Weltvertrieb oder direkt bei der Produktionsfirma. In diesem Zeitraum kann das Unternehmen Profit aus der Vermarktung des Filmes, aus dem Einsatz in den Kinos und dem Weiterverkauf der Rechte an Videovertrieb und Fernsehen ziehen. Der Verleih lässt Kopien für die Kinos ziehen, organisiert Marketingkampagne, Pressevorführungen und Werbematerial und terminiert den Einsatz.

Im Jahr 2005 sind 79 Verleihunternehmen insgesamt am deutschen Markt tätig. Sie bringen 372 Spielfilme und 74 Dokumentarfilme ins Kino. (Zum Vergleich: Im Jahr 1995

bringen 46 Verleihfirmen 260 Spielfilme und 30 Dokumentarfilme ins Kino.) 77% des Jahresumsatzes werden mit den 129 US-amerikanischen Produktionen erzielt, die 34% des Gesamtfilmangebots ausmachen. Die Top Ten des Jahres 2005 spielen 32% des Gesamtumsatzes der Verleihbranche 2005 ein. (Quellen: Filmstatistisches Jahrbuch 2006, FFA Marktdaten 2005)

Die Verleihlandschaft in Deutschland gliedert sich in folgende Teilnehmer:

Die Großen: US-Majors, Constantin, Senator

Unter den US Majors versteht man die großen deutschen Verleihdependancen US-amerikanischer Produktionsfirmen: Buena Vista International, 20th Century Fox of Germany, Warner Bros., UPI, die vor allem die Filme ihrer Mutterfirmen/der großen US-Studios vertreiben und rund 80% des Verleihmarkts einnehmen. Weitere 10% des Umsatzes machen die größten deutschen Verleihfirmen: Constantin Film und Senator Film.

Die Kleinen: Unabhängige Filmverleiher

Weit über 50 unabhängige Filmverleiher teilen die verbleibenden 10% des Verleihmarktes unter sich auf. Ihre Stärke ist ihr individuelles Profil, der direkte Kontakt zu den Kinos und ein spezielles Zielgruppenmarketing für jeden einzelnen Film. Das Spektrum reicht von Ein-Personen-Unternehmen, die oftmals für die Herausbringung eines einzigen Filmes gegründet wurden, über aus Kinobetrieben entstandene Verleihe (Peripher, Kairos, Piffli Medien) bis hin zu den Großen der Filmkunstbranche: Delphi Filmverleih, Tobis Film, Concorde, Prokino und X Verleih.

Filmvertriebsgesellschaften

Zudem gibt es eine Reihe von Unternehmen, wie zum Beispiel Central Film, 24Bilder und Filmwelt, die sich auf die Disposition von Filmen spezialisiert haben und den Vertrieb für andere Verleiher übernehmen. Dauerhafte Vertriebspartnerschaften bestehen beispielsweise zwischen Flax Film Verleih und Zorro Film oder X Verleih und der Disposition von Warner Bros. In diesem Fall müssen Kinobetreiber die Filme nicht beim Verleih sondern beim zuständigen Vertrieb bestellen.

„Eigenverleih“

Zunehmend, vor allem auch im Zuge der Digitalisierung, werden Produktionsfirmen und Regisseure direkt als Verleiher tätig und bringen ihre Filme selbst heraus. Oft handelt es sich um sehr kleine Starts mit ein oder zwei Kopien und einem sehr beschränkten Marketingbudget. Die erfolgreiche Vermarktung und Ansprache der entsprechenden Zielgruppen muss in diesem Fall oft der Kinobetreiber übernehmen.

Sonstige Rechteinhaber

Grundsätzlich ist es für einen Kinobetreiber möglich, auch Filme zu zeigen, die nicht/nicht mehr im Verleih sind, und direkt mit dem derzeitigen Rechteinhaber (meist die Produktionsfirma) über die Aufführungsrechte zu verhandeln. Dies ist in der Praxis gewerblicher Kinos eher selten, weil es mit einem hohen Arbeitsaufwand und oft auch höheren Kosten verbunden ist. Beispielsweise kann es vorkommen, dass ein Verleih noch Kopien aber keine Rechte mehr hat, und der Kinobetreiber dann Gebühren an den Verleih (für das Entleihen der Kopie) und an den Rechteinhaber (für die Aufführungsrechte) entrichten muss.

3.3. Verbände und Institutionen

Alle Segmente der Verwertungskette unterhalten ihre eigenen Interessenvertretungen. Die Kinos sind je nach Ausrichtung in drei Hauptverbänden organisiert, dem Hauptverband Deutscher Filmtheater (HDF Kino e.V.), der Arbeitsgemeinschaft Kino – Gilde dt. Filmkunsttheater (AG Kino - Gilde) und dem Bundesverband kommunale Filmarbeit (BkF). Diese wieder sind Mitglied in der SPIO - Spitzenorganisation der Filmwirtschaft, der Gesamtvertretung der dt. Filmindustrie. Eine Übersicht über alle Verbände, Institutionen und Betriebe der Kinowirtschaft liefern der Verleih-Katalog der Branchenzeitschrift Filmecho/ Filmwoche und das jährlich aktualisierte Kino Handbuch. Hier seien nur die wichtigsten Verbände kurz genannt.

FFA, BKM, Förderinstitutionen von Bund und Ländern - siehe 3.4. Förderung

SPIO - Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e.V.

Dachverband von derzeit 16 Berufsverbänden der deutschen Film-, Fernseh- und Videowirtschaft, die insgesamt über 1.100 Mitgliedsfirmen repräsentieren. Neben ihrer Verbandstätigkeit ist die SPIO in verschiedenen Bereichen aktiv. So ist die FSK (Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft) eine Einrichtung der SPIO. Die SPIO bietet folgende Serviceleistungen an: ein umfangreiches Titelregister und eine statistische Abteilung: www.spio.de

HDF Kino e.V. - Hauptverband deutscher Filmtheater

Zusammenschluss der Erstaufführungskinos und Multiplexe. Zweck des HDF ist die Wahrung und Förderung der gemeinsamen Interessen der Filmtheater. Der HDF vertritt insbesondere die Belange der Filmtheater gegenüber anderen Sparten der Filmwirtschaft sowie anderer Wirtschaftszweige, Behörden und Parlamente auf nationaler und internationaler Ebene: www.hdf-kino.com

AG Kino-Gilde - Arbeitsgemeinschaft Kino – Gilde deutscher Filmkunsttheater e.V.

Die AG Kino - Gilde wurde 2003 als Zusammenschluss der AG Kino und der Gilde deutscher Filmkunsttheater gegründet. Sie vertritt die gemeinsamen Interessen der Filmkunsttheater und Programmkinos gegenüber Konzernen, Behörden, Verbänden und auf der politischen

Ebene und unterstützt die Kinos bei ihrer täglichen Arbeit. Der Verband organisiert die alljährlich im September stattfindende Filmkunstmesse Leipzig: www.agkino.de.

BkF – Bundesverband kommunale Filmarbeit e.V.

Die Kommunalen Kinos im Bundesverband kommunale Filmarbeit bilden ein Netzwerk der Filmkultur, das den Genres Spielfilm, Kurzfilm und Dokumentarfilm den gleichen Stellenwert beimisst. Programmreihen mit historischen Filmen, zu Länderschwerpunkten, zu Regisseuren und Schauspielern zeigen Verbindungen und Entwicklungen auf über den einzelnen Film hinaus: www.kommunale-kinos.de

VdF – Verband der Filmverleiher e.V.

Als Interessenvertretung der Verleiher gründete sich 1948 der VdF mit Sitz in Berlin. Der Zweck des Verbandes besteht in der Beratung, Vertretung und Wahrnehmung der Interessen der Mitgliedsfirmen in gemeinsamen Angelegenheiten. Die Tätigkeit des Verbandes umfasst v.a. die Repräsentanz des Filmverleihs im In- und Ausland, Vertretung vor Behörden, öffentlichen Stellen und Verbänden der anderen Filmsparten, Vertretung des Filmverleihs in den gemeinsamen Institutionen der Filmwirtschaft: www.vdfkino.de

AG Verleih - Arbeitsgemeinschaft der unabhängigen Filmverleiher e.V.

Der Zusammenschluss unabhängiger Filmverleiher versteht sich nicht als Konkurrenz, sondern als Ergänzung zum Verband der Filmverleiher. Kontakt: Torsten Frehse, Neue Visionen, info@neuevisionen.de

FSK - Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft GmbH

Die FSK führt freiwillige kostenpflichtige Prüfungen für Filme, DVDs und sonstige Bildträger (z.B. Videokassetten) durch, die in Deutschland für die öffentliche Vorführung bzw. Zugänglichmachung vorgesehen sind. Für die Jugendfreigabe ist eine gesetzlich vorgeschriebene Kennzeichnung erforderlich, die von der FSK im Auftrag der Obersten Landesjugendbehörden vorgenommen wird: www.fsk.de (siehe auch 5.1 Jugendschutzgesetz und FSK)

FBW – Filmbewertungsstelle Wiesbaden

Die FBW (gegründet 1951) ist eine Einrichtung aller 16 Bundesländer mit dem Status einer Oberen Landesbehörde. Sie hat die Aufgabe, Filme (einschließlich Vermarktung auf DVD/VHS) in allen ihren Formen durch die Vergabe der Prädikate „wertvoll“ und „besonders wertvoll“ zu fördern: www.fbw-filme.de. In Bundesländern, die eine Vergünstigungssteuer erheben (Nordrhein-Westfalen, Mecklenburg-Vorpommern), ist die Vorführung ausgezeichnete Filme von dieser befreit.

FDW – Werbung im Kino e.V.

Verband der Werbemittler. Auf der Webseite www.fdw.de sind die IVW Staffeln einsehbar. (siehe auch 5.7. Werbeverwaltungsvertrag).

GEMA – Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte

Die GEMA ist eine Verwertungsgesellschaft. Ihre Arbeit unterliegt der Aufsicht und Kontrolle durch das Deutsche Patentamt, das Bundeskartellamt, den Berliner Justiz-Senator und die Mitgliederversammlung der GEMA. In der täglichen Praxis hat die GEMA zwei Hauptaufgaben. Sie vermittelt unkompliziert Rechte zur Musiknutzung an Interessenten und leitet die Lizenzbeiträge an die Komponisten, Textdichter und Musikverleger weiter: www.gema.de (siehe auch 5.8. *Gema-Vertrag*).

GVU – Gesellschaft zur Verfolgung von Urheberrechtsverletzungen e.V.

Die GVV arbeitet im Auftrag der Filmbranche und der Entertainmentsoftware-Industrie. Sie ermittelt Urheberrechtsverletzungen, unterstützt die Strafverfolgungsbehörden (z.B. Polizei, Staatsanwaltschaft und Zoll) und stellt ihre Erkenntnisse den Entscheidungsträgern in Politik und Wirtschaft zur Verfügung. Gezielte Öffentlichkeitsarbeit dient der Aufklärung, Information und Prävention: www.gvu.de

Vision Kino gGmbH - Netzwerk für Film- und Medienkompetenz

Vision Kino ist eine bundesweite Serviceeinrichtung für schulische und außerschulische Filmarbeit und eine zentrale Informationsstelle für Lehrer, Schüler, Eltern sowie Film- und Medienschaffende. Vision Kino organisiert, koordiniert oder unterstützt Projekte, die sich der Förderung von Film- und Medienkompetenz im Kino verschrieben haben: www.visionkino.de

Deutsche Filmakademie e.V.

Die Deutsche Filmakademie wurde am 8. September 2003 in Berlin gegründet. Sie soll den Filmschaffenden ein Diskussionsforum bieten und will das Ansehen des deutschen Films fördern: durch Publikationen, Vorführungen, regelmäßige Diskussions-Veranstaltungen und Förderung des Unterrichtsfachs Film in den Schulen. 2005 sind die Preisträger des Deutschen Filmpreises, der LOLA, zum ersten Mal von den Mitgliedern der Deutschen Filmakademie gewählt worden: www.deutsche-filmakademie.de

3.4. Förderanstalten & Förderarten

Das Kino als Kultur- und Wirtschaftsgut wird von einer Reihe internationaler, nationaler und regionaler Förderinstitutionen unterstützt. Das folgende Kapitel gibt einen Überblick und Einblick der Möglichkeiten finanzieller Unterstützung. Wer bietet wie viel Hilfe? An welchen Bedingungen sind die gewährten Geldmittel geknüpft?

3.4.1. Förderinstitutionen Europa, Bund, Länder**Auf europäischer Ebene:****Europa Cinemas**

Das 1992 gegründete Filmtheater-Netzwerk mit Sitz in Paris erhält vom Europäischen Media-Programm Subventionen zur Förderung europäischer Filmtheater. Gefördert werden: ein hoher europäischer Programmanteil eines Kinos, Initiativen der Filmtheater für das junge Publikum und die digitale Projektion europäischer Filme. Um in den Genuss der sehr substantiellen Förderung zu gelangen, muss ein Filmtheater Mitglied im Netzwerk sein. (Ausnahme ist die digitale Förderung). Die Aufnahmebedingungen, zu denen eine Mindestbesucherzahl und ein hoher Anteil europäischer nicht-nationaler Filme im Jahresprogramm gehören, lassen sich auf www.europa-cinemas.org einsehen. Aufnahmeanträge können in der Regel zweimal jährlich gestellt werden.

Auf Bundesebene:

Aufgrund der föderalen Ordnung der Bundesrepublik Deutschland ist die Kulturförderung Ländersache. Lediglich 12 Prozent der öffentlichen Mittel stellt der Bund für Kunst und Kultur bereit. Auf bundesweiter Ebene existieren die Filmförderung des Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) sowie die Filmförderungsanstalt (FFA).

BKM - Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien

Die Filmförderung des BKM möchte zum einen den künstlerischen Rang des deutschen Films steigern und zum anderen zu dessen Verbreitung beitragen. Dabei vergibt sie wichtige Preise wie z.B. den Deutschen Filmpreis. Die kulturelle Kinoförderung des BKM umfasst die Kinoprogrammpreise und die Kopienförderung (siehe hierzu *Kapitel 3.4.2.*).

FFA – Filmförderungsanstalt

Die FFA (eine Bundesanstalt des öffentlichen Rechts) ist Deutschlands größte und zugleich wichtigste wirtschaftliche und verwaltungstechnische Förderinstitution im Filmbereich. Sie unterstützt neben der Filmproduktion auch das Filmabspiel in Deutschland und finanziert sich durch Filmabgaben der Kinos und Videoprogrammanbieter sowie durch Unterstützungsleistungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und der privaten Fernsehsender. Das am 1.1.2004 neu in Kraft getretene Filmförderungsgesetz (FFG) sieht ein Fördervolumen von rund 70 Millionen Euro vor. Besonders relevant für den Filmtheaterbetrieb im Filmförderungsgesetz (FFG) ist der dritte Abschnitt „Förderung des Filmabspiels“ (§§ 56, 57, 58). Hier sind die Projekt-, die Referenz- sowie die Zusatzkopienförderung von Filmtheatern geregelt (siehe hierzu *Kapitel 3.4.2.*). www.ffa.de

Auf Länderebene:

Die im Folgenden vorgestellten Förderungsmöglichkeiten der einzelnen Bundesländer sind nur für Kinobetriebe im ansässigen Bundesland gültig. Die Fördermöglichkeiten unterliegen Veränderungen. Dieser Überblick gewährt jedoch einen Einblick in Fördertraditionen.

In einigen Ländern gibt es zusätzlich zu den angeführten Förderbereichen eine Massenzusatzkopienförderung. Diese dient dazu, auch in besiedlungsärmeren Gegenden den Start erfolgreicher Filme zum Bundesstarttermin zu gewährleisten. Die Länder in denen es eine Massenzusatzkopienförderung gibt sind: Bayern, Brandenburg, Hessen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen und Thüringen.

Filmförderung Baden-Württemberg mbH (MFG)

Die Abspielförderung der MFG umfasst die institutionelle Förderung von kommunalen Kinos, in begründeten Ausnahmefällen auch von gewerblichen Kinos, die Kopienförderung wichtiger Repertoirefilme und Innovationshilfen für gewerbliche Filmtheater. Zusätzlich prämiiert auch die MFG jährlich herausragende Kinoprogramme. Entsprechende Anträge, Richtlinien und Einreichtermine sind im Internet unter www.mfg.de/film einsehbar.

FilmFernsehFonds Bayern GmbH (FFF)

Die Richtlinien zur Förderung des Filmabspiels und der Filmpräsentation der FFF sehen Investitionen zur Modernisierung und Verbesserung von Filmtheatern und zur Herstellung von Zusatzkopien von Repertoirefilmen vor. Investitionen werden durch Zuschuss, Darlehen oder eine Kombination von beidem gefördert. Ebenfalls werden Prämien für qualitativ herausragende Filmprogramme (Kinoprogrammpreise) vergeben. Die Richtlinien und Einreichfristen für einzelne Fördermaßnahmen sind im Internet unter www.fff-bayern.de einsehbar.

Medienboard Berlin - Brandenburg GmbH (Medienboard)

Eine eigene Förderkategorie für das Kino gibt es bisher nicht. Kinoprogrammpreisprämien werden auch vom Medienboard verliehen: www.medienboard.de

FilmFörderung Hamburg GmbH (FFHH)

Die FFHH fördert Präsentationen besonderer Filmreihen und Veranstaltungen. Zusätzlich wird der Einsatz innovativer Marketingmaßnahmen unterstützt. Einmal im Jahr werden auch hier Kinoprogrammpreisprämien für qualitativ herausragende Programme vergeben. Richtlinien und Einreichtermine sind im Internet unter www.ffhh.de abrufbar.

Hessische Filmförderung (HFF)

Die beiden Filmförderungen Kulturelle Filmförderung des Landes Hessen (HFF-Land) und Hessische Rundfunk Filmförderung (HFF-hr) werden seit 1997 unter der Hessischen Filmförderung zusammengefasst. Im Bereich des Abspiels werden gewerbliche und nicht-gewerbliche Abspielstätten, Kinoinitiativen bei der Projektion von Festivals und Kinder- und Jugendfilmreihen gefördert. Außerdem gibt es eine Förderung für Zusatzkopien von Repertoire- und Filmkunstfilmen. Es gibt auch in Hessen einen jährlichen Kinoprogrammpreis. Darüber hinaus stehen für „Sonstige Maßnahmen“ Gelder zur Verfügung, die sich für Investitionszuschüsse verwenden lassen. Die Richtlinien sowie weitere Infos sind im Internet zu finden unter www.hessische-filmfoerderung.de.

Landesfilmzentrum Mecklenburg-Vorpommern Film e.V.

Der kulturellen Filmförderung Mecklenburg-Vorpommerns stehen nur wenige Mittel zur Verfügung. Sie vergibt im Bereich Abspiel Zuschüsse für Programmreihen. Nähere Infos sowie Anträge sind im Internet unter www.film-mv.de zu finden.

Nordmedia GmbH

Hinter Nordmedia verbirgt sich die Mediengesellschaft Niedersachsen/Bremen mit ihrem Sitz in Hannover. Gefördert werden Projekte in Form von Konferenzen, Ausstellungen, Filmreihen, kleine Festivals und andere Präsentationsformen. Hinzu kommt die Vergabe der jährlichen Kinoprogrammpreise. Darüber hinaus vergibt die Nordmedia Darlehen und Investitionszuschüsse für Start-Ups, kleine und mittlere Unternehmen. Die Richtlinien der Nordmedia zur Kinoförderung sowie weitere interessante Links sind auf der Website von Nordmedia www.nordmedia.de zu finden.

Filmstiftung Nordrhein-Westfalen GmbH

Die Kinoförderung der Filmstiftung umfasst den Umbau oder die Neuerrichtung von Kinos mit einem ausgezeichneten Programm. Investitionen werden durch Zuschuss oder Darlehen gefördert. Einmal im Jahr vergibt auch die Filmstiftung Kinoprogrammpreisprämien. Außerdem unterhält sie eine eigenständige Zusatzkopienförderung für Filmkunstkopien. Genauere Infos zu Fördermaßnahmen sind im Internet unter www.filmstiftung.de verfügbar.

Rheinland-Pfalz – Ministerium für Wissenschaft, Jugend und Kultur

In Rheinland-Pfalz übernimmt das Ministerium für Wissenschaft, Weiterbildung, Forschung und Kultur die regionale Filmförderung. Es wird jährlich ein Kinoprogrammpreis verliehen und zusätzlich wird zusammen mit dem Ministerium für Bildung, Frauen und Jugend ein Kinderfilm-Programmpreis vergeben. Investitionszuschüsse zur Neuerrichtung und Modernisierung von Filmtheatern werden in Rheinland-Pfalz über das Wirtschaftsministerium vergeben. Darlehen vergibt die Stiftung Rheinland-Pfalz für Kultur: www.kulturland.rlp.de

Saarland Medien - Gesellschaft zur Medienförderung GmbH

Die Gesellschaft zur Medienförderung Saarland - Saarland Medien mbH fördert bestimmte Festivals und kommunale Kinos. Für den Abspielbereich, insbesondere für gewerbliche Kinos, stehen neben der Massenzusatzkopienförderung keinerlei Mittel zur Verfügung: www.saarlandmedien.de.

Mitteldeutsche Medienförderung GmbH (MDM)

Da auch dem MDM wenige Mittel zur Verfügung stehen, gibt es hier nur den Jahreskinoprogrammpreis. Für weitere Infos sind die Richtlinien des MDM unter www.mdm-online.de anzuschauen.

MSH Gesellschaft zur Förderung audiovisueller Werke in Schleswig-Holstein mbH

Die MSH Ges. zur Förderung audiovisueller Werke in Schleswig-Holstein mbH ist im Zuge der Gründung einer gemeinsamen Filmförderung der Länder Hamburg und Schleswig-Holstein zum 30. Juni 2007 aufgelöst worden.

3.4.2. Förderarten

Institutionelle Förderung

Je nach Ermessen der Kommune können Filmtheater als Kultureinrichtungen institutionelle Förderungen in Form von Zuschüssen oder Sachleistungen (Mietfreiheit, ABM-Stellen etc.) erhalten. Kinos, deren hoher Anteil an institutioneller Förderung sie zu kommunalen Kinos macht, können sich nicht mehr um die gewerblichen Kinoprogrammpreise von Bund und Ländern bewerben.

Kinoprogrammpreise (BKM)

Für die Gestaltung von Jahresfilmprogrammen werden an gewerbliche Kinos jährlich vom BKM und den meisten Länderförderungen Auszeichnungen und Prämien von unterschiedlicher Höhe als Kinoprogrammpreise vergeben. Das ausgezeichnete Kino erhält eine Urkunde (z.B. für das beste Jahresfilmprogramm mit einem besonders hohen Anteil deutscher Filme mit künstlerischem Rang) zusammen mit einer Prämie (bis zu 20.000 Euro). Sonderpreise werden für die Teilbereiche Kinder- und Jugendfilme, Kurzfilme sowie Dokumentarfilme mit Prämien bis zu jeweils 5.000 Euro vergeben.

Alles weitere hierzu sowie Unterlagen für die Antragstellungen unter: www.filmfoerderung-bkm.de und bei den Länderförderungen.

Kopienförderung (BKM)

Vom BKM werden zusätzliche Kopien von Filmen mit künstlerischem Rang und erwartungsgemäß hohen Besucherzahlen hergestellt, die an bezugsberechtigte Arthousekinos vermietet werden müssen. Bezugsberechtigt sind alle Kinos, die mit einem Kinoprogrammpreis ausgezeichnet worden sind, weitere Kinos werden von der Jury Kinoprogrammpreis und der Jury Kopien- und Verleihförderung ernannt. Dabei wählt die Jury Kinoprogrammpreis aus den Antragstellern auf Auszeichnung mit einem Kinoprogrammpreis aus; die Jury Kopien- und Verleihförderung kann weitere Kinos auswählen.

Projektförderung von Filmtheatern (FFA)

Als förderungswürdige Zwecke werden Modernisierung, Verbesserung sowie Neuerrichtung von Filmtheatern, Verwirklichung beispielhafter und Erprobung neuartiger Maßnahmen im Bereich der Filmtheater sowie Beratungen von Filmtheatern genannt. Die Förderungshilfen werden als zinsloses Darlehen oder in besonderen Fällen als Zuschuss gewährt.

Weitere Infos hierzu sowie Anträge gibt es unter: www.ffa.de oder im FFG unter D.13 RL Projekt Filmtheater

Referenzförderung von Filmtheatern (FFA)

Rückwirkend für das Vorjahr vergibt die FFA als Zuschüsse finanzielle Förderungen. Die Vergabe erfolgt allgemein nach folgenden Richtlinien: Die zur Disposition stehenden Mittel werden halbiert. Eine Hälfte wird gleichmäßig auf die Antragstelleranzahl verteilt und die andere Hälfte abhängig von den Besucherzahlen vergeben. Den Antrag auf Referenzfilmförderung kann jedes Filmtheater stellen. Filmtheater, die mit dem Kinoprogrammpreis des BKM ausgezeichnet wurden, oder einen besonders hohen Anteil von Besuchern deutscher Filme vorweisen, werden bevorzugt gefördert. Weitere Infos hierzu sowie Anträge gibt es unter: www.ffa.de oder im FFG unter D.12 RL Referenz Filmtheater

Zusatzkopienförderung (FFA)

Zur Herstellung zusätzlicher Filmkopien in- und ausländischer Filme, die in Filmtheatern in Orten mit in der Regel bis zu 20.000 Einwohnern aufgeführt werden, werden Mittel gewährt. Die Verteilung der Kopien auf die Filmtheater wird vermittels der Spielkreislisten (siehe *Glossar*) des VdF vorgenommen.

Weitere Infos hierzu sowie Anträge gibt es unter: www.ffa.de oder im FFG unter D.15 RL Projekt Filmkopien.

Kinoprogrammpreisprämien, Zusatzkopienförderung, Investitions- und Abspielförderung gibt es auch auf Länderebene. Details finden sich im Abschnitt 3.4.1. Förderinstitutionen.

4. Die Filmbestellung

Filmauswahl

In der Branchenpresse und auf der Webseite des Verleihverbandes www.vdfkino.de werden die Filmstarts der kommenden Monate veröffentlicht. Ein Verzeichnis aller schon gestarteten und derzeit in einem deutschen Verleih erhältlichen Filme bietet der jährlich herauskommende Verleih-Katalog der Branchenzeitschrift *Filmecho/Filmwoche* der im Sprachgebrauch auch kurz – nach seinem Herausgeber – „Axtmann“ genannt wird.

Eine hervorragende Möglichkeit für Programmkinobetreiber, sich über die Filme der kommenden Monate zu informieren, sind die „Sonderscreenings während der Berlinale“ und die „Filmkunstmesse Leipzig“ der AG Kino – Gilde, auf der Verleiher ihre Neuerwerbungen für die kommenden Monate vorstellen. Informationen unter: www.filmkunstmesse.de und www.agkino.de.

Tradeshows werden auch von einzelnen Verleihern angeboten, ebenso empfiehlt sich der Besuch der großen deutschen und internationalen Filmfestivals, um Filme sichten: Filmfest Rotterdam, Berlinale, Internationale Filmfestspiele Cannes, Münchener Filmfest, Filmfest in Locarno, Karlovy Vary, Biennale in Venedig, Hofer Filmtage usw.

In der Regel sind Kinobetreiber auf Pressevorführungen herzlich willkommen und es ist, zumindest bei kleineren Filmstarts und Verleihfirmen, die nur wenige Pressevorführungen anbieten, durchaus möglich, ein Ansichtsvideo beim Verleih anzufordern.

Filmbestellung

Die Filmbestellung erfolgt per Telefon. Nach einem erfolgreichen Gespräch schickt der Verleih dem Kinobetreiber eine Terminbestätigung, kurz TB (siehe 7.2. *Die Terminbestätigung*), zu, die zugleich als Vertrag und als Abrechnungsformular dient. Ebenso versendet der Verleih seine AGB an Neukunden. Das Kino bestätigt Terminierung und die Konditionen und bekommt vom Verleih rechtzeitig vor Start Werbematerial und Trailer, und zum Einsatz dann die Filmkopie zugeschickt.

Filmeinsatz

In Deutschland beginnt die Kinowoche am Donnerstag. Meistens werden die Filme mindestens eine Woche eingesetzt und auf Prolongation gespielt, d.h. je nach Bedarf/Besucherzahlen verlängert. Immer montags wird auf dieser Basis mit dem Verleih über den weiteren Einsatz der Filme verhandelt. Eine Ausnahme sind Filmkunstkinos mit Programmkinostatus und kommunale Kinos, die Filme im Schienenspiel anbieten, an feste Monatsprogramme gebunden sind oder Filme nur für einen einzigen Einsatz (beispielsweise in einer Filmreihe) buchen.

Filmabrechnung

In Deutschland werden Filmmieten über eine Mindestgarantie und einen prozentualen Anteil an den Karteneinnahmen abgerechnet. Der Kinobetreiber bezahlt einen vorab ausgehandelten Prozentsatz seiner Nettokarten-Einnahmen an den Verleih, auf jeden Fall aber eine Mindestgarantie genannte Summe in Höhe von 100 bis zu 250 Euro, die die Deckung der Unkosten garantieren soll. Die Höhe der Eintrittspreise liegt in der freien Entscheidung des Kinobetreibers. Ein Beispiel für eine Filmabrechnung finden Sie auch unter dem Abschnitt: 7. Abrechnung und Buchhaltung.

Höhe der Filmmiete

Mindestgarantie und Filmmiete sind unterschiedlich und unterliegen der Dynamik von Angebot und Nachfrage. Gleichwohl hat sich im Laufe der Jahrzehnte ein Filmmietenkorridor entwickelt, der für den Einsatz eines Films zum Bundesstart eine Spanne zwischen 43,1% - 53,5% umfasst. Einige Verleiher ordnen Kinostandorte nach ihrer Einwohnerzahl bestimmten Zonen zu, für die unterschiedliche Gebühren anfallen. Dabei zahlen die Kinos in den Standorten mit einer geringeren Einwohnerzahl (Zone 4-6) einen geringeren Leihmietensatz als die Kinos in den großen Städten (Zone 1 und 2).

Weiterhin wird die Höhe der Filmmieten durch freie Zusatzabsprachen beeinflusst, die etwa die Schaltung von Anzeigen in der Presse, Abspielgemeinschaften oder längerfristige Kooperationen betreffen. Nach dem Bundesstart sinkt der Mietpreis in der Regel, ebenso hat beispielsweise die Kinowelt ein Modell eingeführt, nachdem der Mietpreis abhängig vom Zeitpunkt der DVD-Veröffentlichung gestuft ist.

Grundsätzlich gilt: Filmmieten sind individuelle Absprachen zwischen Verleihern und einzelnen Kinobetreibern und hängen von einer Vielzahl von Faktoren und letzten Endes auch vom Verhandlungsgeschick der Beteiligten ab.

Härtefallregelung

Umsatzschwache Kinos können immer bis zum 31. März jeden Jahres einen Härtefallantrag beim Verleihverband stellen, um einen Filmmietennachlass bewilligt zu bekommen. Der Antrag muss in jedem Jahr neu gestellt werden. Voraussetzung ist, dass der Gesamt-Jahresumsatz aller betriebenen Kinos 170.000 € nicht übersteigt (Angaben aus dem Jahr 2006).

Härtefall A: Umsatz FFA Jahresmeldung bis zu 85.000 € - Filmmietennachlass von 6,9%

Härtefall B: Umsatz FFA Jahresmeldung bis zu 105.000€ - Filmmietennachlass von 2,8 %.

Transport

In der Regel übernimmt der Verleih die Kosten für den Kopientransport zum Kino, das Kino die Kosten für den Rücktransport zum Verleih oder den Weitertransport zum Nachspieler. Ebenso ist das Kino für den Rücktransport von Trailern und Werbematerial (sofern das verlangt ist) zuständig.

Verleihbezirke

Die Filmverleiher haben den deutschen Lizenzbereich in sogenannte Verleihbezirke eingeteilt. Für jeden Bezirk findet eine separate Disposition der Filmkopien statt. Auch die Pressevorführungen sind nach Bezirken aufgeteilt. In jedem Verleihbezirk gibt es ein oder mehrere Filmlager, aus denen die Kinos zentral über Speditionen mit den Kopien beliefert werden. Die Verleihbezirke im Einzelnen:

Hamburg (Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Niedersachsen)

Berlin (Mecklenburg-Vorpommern, Berlin, Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Sachsen, Thüringen)

Düsseldorf (Nordrhein-Westfalen)

Frankfurt (Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Baden-Württemberg)

München (Bayern)

Auswertungsfenster

Als Auswertungsfenster werden die Auswertungszeiträume in den unterschiedlichen Medien bezeichnet. So beträgt der Zeitraum zwischen Filmstart und DVD/Video Release in der Regel mindestens sechs Monate, der Zeitraum zwischen Filmstart und Ausstrahlung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen mindestens 24 Monate. Von den US-Majors wird seit Beginn des 21. Jahrhunderts eine Verkürzung der Auswertungsfenster angestrebt, um die zunehmend lukrativere DVD-Auswertung zu forcieren.

Eine Verpflichtung, die oben genannten Zeiträume einzuhalten, besteht nur für von der FFA geförderte deutsche Filme (FFG § 30).

5. Vorschriften, Verordnungen und wichtige Verträge

5.1. Das Jugendschutzgesetz (JuSchG) und die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK)

Das JuSchG sieht für Filmtheater und andere Veranstaltungen öffentlicher Filmvorführung (z.B. auch Open Air Kino) im Besonderen folgende Bestimmungen vor:

Kindern und Jugendlichen dürfen in Filmtheatern nach § 11 des Jugendschutzgesetzes nur diejenigen Filme gezeigt werden, die von der obersten Landesbehörde oder einer Organisation der freiwilligen Selbstkontrolle (im Rahmen des Verfahrens nach § 14 Abs. 6) zur Vorführung freigegeben wurden sowie Filme mit der Kennzeichnung „Infoprogramm“ oder „Lehrprogramm“.

Filme, die der FSK nicht vorgelegt worden sind, unterliegen unabhängig vom Inhalt einer offiziellen Altersfreigabe ab 18 Jahren und sind mit 19% MwSt (anstatt 7%) besteuert.

Die FSK führt seit 1949 freiwillige Altersfreigabeprüfungen für Filme, Videos und DVDs durch, die in Deutschland öffentlich vorgeführt oder verbreitet werden sollen.

Die Kennzeichnung der Filme durch die FSK erfolgt nach folgenden Alterseinstufungen:

Freigegeben ohne Altersbeschränkung

Freigegeben ab 6 Jahren

Freigegeben ab 12 Jahren

Freigegeben ab 16 Jahren

Keine Jugendfreigabe (vor dem 1. 4. 2003: Nicht freigegeben unter 18 Jahren).

Im § 11 Abs. 2 wird folgende Ausnahmeregelung getroffen. Kinder ab 6 Jahren dürfen Filmvorführungen für Kinder und Jugendliche ab 12 Jahren besuchen, wenn sie von einer personensorgeberechtigten Person begleitet werden.

Weiterhin gilt laut Jugendschutzgesetz, dass

Kinder unter 6 Jahren,

Kinder ab 6 Jahren, wenn die Vorführung nach 20 Uhr endet,

Jugendliche unter 16 Jahren, wenn die Vorführung nach 22 Uhr endet,

Jugendliche ab 16 Jahren, wenn die Vorführung nach 24 Uhr endet, nur in Begleitung einer personensorgeberechtigten oder erziehungsbeauftragten Person Filmvorführungen sehen dürfen.

Zur Definition von personensorgeberechtigter Person und erziehungsbeauftragter Person siehe *Glossar*.

Die Alterseinstufung von Filmen sowie die weiteren geltenden Gesetze für Kinobetreiber sind durch deutlich sichtbaren und gut lesbaren Aushang bekannt zu machen (siehe §3 Abs. 1). Werbeprogramme sind ebenfalls von der FSK freizugeben und dürfen Kindern und Jugendlichen nur ihrem entsprechenden Alter nach vorgeführt werden. Alkohol- und Tabakwerbung darf unabhängig ihrer FSK-Freigabe erst ab 18 Uhr gezeigt werden.

Auf der Internetseite der FSK www.fsk.de kann man über den Link „FSK-Freigaben“ die aktuellen FSK-Alterskennzeichen für Filme, Trailer, Videos und DVDs abrufen. Eine Film-

suche nach Titel ist möglich. Ebenso gibt es dort Musteraushänge für das Kino zur „FSK12 – Parental Guidance-Regelung“.

Weiterhin gelten für den Verkauf sowie für den Verzehr von alkoholischen Getränken (§ 9) und Tabakwaren, das Rauchen in der Öffentlichkeit (§ 10) weitere Gesetze zum Schutze der Jugend, die ebenfalls vom Filmtheaterbetrieb beachtet werden müssen.

Siehe hierzu das ausführliche JuSchG unter:

<http://bundesrecht.juris.de/bundesrecht/juschg/> oder www.fsk.de (Infos Jugendschutzgesetz)

5.2. Versammlungsstättenverordnung

Die Versammlungsstättenverordnungen sind Ländersache. Es gilt also für jedes Bundesland eine eigene Verordnung. Die einzelnen Verordnungen zum Download finden sich auf www.hdf-kino.de > Service > Informationsmaterial.

5.3. Verordnung zur Ausführung des Gaststättengesetzes (Gaststättenverordnung – GastVO)

Wer neben verpackten Concessionartikeln und Flaschengetränken (siehe auch 7.3. *Concessions*) auch kleine Speisen offene Getränke oder Alkohol in Gläsern anbieten möchte, muss eine Vielzahl von Vorschriften beachten, die bauliche Voraussetzungen, Hygienebestimmungen und die Qualifikation der Mitarbeiter betreffen. Nötig sind unter anderem eine Erstbelehrung beim Gesundheitsamt, eine fachliche Eignungsprüfung bei der IHK sowie Anmeldung beim Gewerbeamt und eine Prüfung der Räume durch das Gesundheitsamt. Über die Bestimmungen im Einzelnen informieren IHK, Gewerbeamt, Veterinäramt und Gesundheitsamt.

Die Anforderungen an die Räume ergeben sich aus landesspezifischen Gaststättenverordnungen bzw. Gaststättenbauverordnungen. Die entsprechenden Bestimmungen für die einzelnen Bundesländer können beim Gewerbeamt erfragt werden. Die einzelnen Verordnungen sind außerdem als pdf-Dokument abgelegt auf folgender Internet-Seite der IHK: www.dihk.de/index.html?inhalt/themen/rechtundfairplay/gewerberecht/verordnungen/index.html

5.4. Unfallverhütungsvorschriften

Neugegründete Betriebe müssen sich gemäß der Vorschriften für die gesetzliche Unfallversicherung innerhalb von zwei Wochen bei der zuständigen Berufsgenossenschaft anmelden. Im Falle eines Kinobetriebes ist das die Berufsgenossenschaft der Feinmechanik und Elektrotechnik.

Die bisherige BGV C 26 für „Bild- und Filmwiedergabe“ ist zum 1. Februar 2005 in die allgemeine BGR 500 „Betreiben von Arbeitsmitteln“ übernommen worden. Wer sich darüber hinaus ausführlicher informieren möchte, sollte sich die entsprechenden Broschüren bei der Berufsgenossenschaft der Feinmechanik und Elektrotechnik besorgen. Die Adresse der Hauptverwaltung ist im Adressverzeichnis aufgeführt.

Die Kontaktadressen der Bezirksverwaltungen finden sich auf der Webseite der Berufsgenossenschaft unter: www.bgfe.de/kontakt/kt_bezirksverwaltung.html

Regelmodell/Regelbetreuung

Das Arbeitsschutzgesetz verpflichtet nach dem Regelmodell alle Arbeitgeber, Fachkräfte für Arbeitssicherheit zu bestellen. Sicherheitsfachkräfte sind Ingenieure, Techniker oder Meister mit mindestens zweijähriger praktischer Berufserfahrung und einer staatlich oder berufsgenossenschaftlich anerkannten Ausbildung. Diese Fachkräfte sollen den Unternehmer beraten und ihm helfen. Seit 1996 sind nun auch Kleinbetriebe nicht länger ausgenommen von dieser Regelung. Nur wenn keine Arbeitnehmer beschäftigt sind, besteht kein Handlungsbedarf.

Für das Regelmodell gilt, dass entweder ein entsprechend ausgebildeter Mitarbeiter oder eine eigens eingestellte Fachkraft für den sicherheitstechnischen Dienst verpflichtet werden. Diese Kraft muss mindestens 20 Stunden im Jahr im eigenen Betrieb beschäftigt sein und für mindestens 60 Stunden im Jahr insgesamt in Betrieben angestellt sein. Die Beschäftigung einer solchen Fachkraft stellt einen erheblichen Kostenfaktor dar, der jährlich aufzubringen ist.

Unternehmermodell

Neben dem Regelmodell gibt es das Unternehmermodell. Dieses Modell gilt für Betriebe, die bis zu 50 Arbeitnehmer beschäftigen. Hier arbeitet der Unternehmer selbst im Betrieb mit oder ist zumindest soweit eingebunden, dass er einen Überblick über die betrieblichen Begebenheiten behält.

Die entscheidende Voraussetzung für dieses Modell ist, dass der Unternehmer persönlich an von der Berufsgenossenschaft festgelegten Seminaren zur Arbeitssicherheit teilnimmt. Erforderlich ist die Teilnahme an einem 2,5-tägigen Grundseminar, an eintägigen Aufbau-seminaren sowie an späteren kurzen Fortbildungen. Das Grundseminar muss bei einem der Veranstalter absolviert werden, die im Mitteilungsblatt der Berufsgenossenschaft „Brücke“ www.bgfe.de veröffentlicht sind. Die Kursgebühr trägt der Unternehmer. Für einige Gewerbebezüge – darunter auch Filmtheaterbetriebe – können alternativ Fernlehrgänge mit halbtägigen Präsenzphasen belegt werden. Informationen und Anmeldeformulare stellt der HdF auf seiner Internet-Seite zur Verfügung unter: www.hdf-kino.com.

Sicherheitstechnische Beratung

Neben der Teilnahme an den Unternehmerseminaren ist eine qualifizierte und bedarfsge-rechte Beratung in Fragen des Arbeits- und Gesundheitsschutzes erforderlich. Diese Beratung erfolgt durch eine externe Sicherheitskraft. Die Beratungszeit staffelt sich nach der Größe des Betriebs und variiert zwischen einer Stunde jährlich bis zu alle drei Jahre.

Betriebsärzte

Für Lichtspieltheater mit bis zu 50 Arbeitnehmern muss ein Betriebsarzt beschäftigt werden. In der Regel gilt eine Beschäftigung von einer Stunde alle fünf Jahre pro Arbeitnehmer. Als Betriebsarzt kommen Ärzte in Frage, die berechtigt sind, die Gebietsbezeichnung „Arbeitsmedizin“ oder die Zusatzbezeichnung „Betriebsmedizin“ zu führen. Der Unternehmer hat dem Betriebsarzt die Teilnahme an geeigneten arbeitsmedizinischen Fortbildungen zu ermöglichen, soweit die Fortbildungsmaßnahme den betrieblichen Belangen entspricht, und er muss den Arzt verpflichten, ihm regelmäßig Bericht zu erstatten.

5.5. Filmtheater - Einheitsversicherung

Für Filmtheater existiert seit 1987 eine Einheitsversicherung. Die Versicherung wird lediglich von einigen Versicherungsunternehmen angeboten. Gegenstand der Versicherung sind Haftpflichtversicherung, Sachversicherung sowie Betriebsunterbrechungsversicherung. Der Versicherungsschutz der Haftpflichtversicherung bezieht sich auf die gesetzliche Haftpflicht des Versicherungsnehmers aus dem gesamten Betrieb des Filmtheaters, den hierfür benutzten Räumen sowie dem Besitz des Grundstücks, auf dem sich das Filmtheater befindet.

Gegenstand der Sachversicherung sind u. a. die gesamte technische Ausstattung des Kinos, die zum Verkauf bestimmten Getränke- und Lebensmittelvorräte sowie das Verbrauchs-, Programm- und Reklamematerial. Ebenfalls versichert sind das gesamte Filmmaterial sowie Bargeld und Eintrittskarten.

Neben den gängigen versicherten Gefahren wie z.B. bei Feuer, Sturm oder Diebstahl ist für den Kinobetreiber vor allem die Versicherung des Filmmaterials von Bedeutung. Das Material sollte von der Aufbewahrung über die Vorführung im Filmtheater bis hin zum Transport zu oder von dem Filmtheater versichert sein. Hinzu kommt der Versicherungsschutz bei Schäden, die durch Transportmittelunfälle, Diebstähle, Abhandenkommen, Unterschlagung, mut- und böswillige Beschädigung seitens dritter Personen bewirkt wurden.

Die Betriebsunterbrechungsversicherung versichert für den Fall einer Betriebsunterbrechung durch Sachschaden den entgangenen Gewinn und die anfallenden Fixkosten.

Ein unverbindliches Muster einer Filmtheatereinheitsversicherung finden Sie unter: www.tis-gdv.de/tis/bedingungen/avb/sonder/sz_13_klausel_filmtheater.doc.

Unterschiede zwischen den Versicherungsangeboten ergeben sich aus der Höhe von Versicherungsprämie, Selbstbehalt und Deckungssumme, die individuell, dem Filmtheater entsprechend ausgehandelt werden müssen.

5.6. Filmtheaterpachtvertrag

Die wenigsten Kinobetreiber sind Eigentümer ihres Filmtheaters oder Grundstückes. Somit sind die Geschäftsräume (Filmtheater), das sind gewerblich oder beruflich genutzte Räume, gemietet oder gepachtet. Da Pachtverträge zumeist über längere Zeiträume abgeschlossen

werden und somit einen wichtigen Fixkostenfaktor darstellen, sollte hier mit besonderer Sorgfalt vorgegangen werden.

Es sollten in jedem Pachtvertrag folgende Sachverhalte genannt sein:

- Vertragsparteien
- Vertragsgegenstand und –zweck
- Vertragsdauer
- Pachtzinsregelung oder Alternativen wie Prozentualpacht, Festpacht, Prozentualpacht mit Garantie
- Regelung der Neben- und Betriebskosten
- Wertsicherungsklausel
- Kündigungsregelung
- Regelung der Erhaltung, Instandhaltung, Erneuerung
- Übernahme laufender Verträge.

Allgemein gilt der Grundsatz der Vertragsfreiheit, das bedeutet Abschlussfreiheit, Pachtzinsfreiheit und Kündigungsfreiheit. Genaue Ausführungen zu den einzelnen Punkten sollten im Vertrag auf jeden Fall aufgeführt sein.

Weitere Infos zu den Bestimmungen des Mietrechts siehe § 535ff. BGB und zu den Bestimmungen des Pachtrechts siehe § 581ff. BGB.

5.7. Werbemittler und Werbeverwaltungsvertrag

Die Durchführung von Kinowerbung in Deutschland folgt bestimmten festgelegten Standards. Werbemittler (auf Kinowerbung spezialisierte Unternehmen) akquirieren Werbekunden und kümmern sich um die komplette Ausführung der „Einschaltaufträge für Werbung in ihren Vertragstheatern“.

Dazu wird zwischen der Kino-Firma und einer Werbemittler-Firma ein Werbeverwaltungsvertrag abgeschlossen, der der Werbefirma das alleinige Recht zur Platzierung von kostenpflichtigen Werbemitteln im Vertragskino sichert. Bei Abschluss eines Werbemittlervertrages sollte der Kinobetreiber darauf achten, das Werbemittel von Lieferanten des Kinos (wie z.B. Getränkewerbung) sowie Schaltungen von örtlichen Gewerbetreibenden von der Ausschließlichkeitsregelung ausgenommen sind und selbständig akquiriert werden können. Ebenso können auch bestimmte Werbekunden (z.B. Parteienwerbung) ausgeschlossen werden.

Der Einnahmeanteil des Filmtheaters wird abhängig von der IVW-Gruppe des Kinos verhandelt (siehe *Glossar*). Werbemittler fungieren oft auch als Kreditgeber von Filmtheatern - die Kredite können in Werbeschaltungen abgegolten werden.

Von der Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW) werden die Besucherzahlen der Filmtheater ermittelt und bekannt gegeben. Sie dienen Unternehmen der Werbewirtschaft als Grundlage für Einsatz und Bezahlung von Trailerschaltungen. Die Kinos senden auf besonderen Formblättern der IVW jährlich die Ge-

samtzahl ihrer Besucher, die wiederum mit den bei der Filmförderungsanstalt (FFA) abgerechneten Eintrittskarten verglichen werden. Anhand der Höhe der Besucherzahlen werden die Filmtheater IVW-Staffeln zugeordnet. Die aktuelle Einteilung kann beim Verband der Werbemittler unter www.fdw.de eingesehen werden.

5.8. GEMA-Gebühren

Filmtheater müssen für die „betriebsüblichen Musikdarbietungen“ im Filmtheater Abgaben an die GEMA bezahlen. Der Vergütungssatz beträgt 1,25% des Netto-Kartenumsatzes (Brutto-Kartenumsatz abzgl. gesetzlicher Filmabgabe, Umsatzsteuer und ggf. Vergnügungssteuer). Damit ist Musik während der Vorführung, Hintergrundmusik im Foyer, Musik- und Telefonanlagen (sofern nicht von Dritten bewirtschaftet), Abspiel von Kinotrailern, Videos und DVDs im Foyer sowie Open-Air Kino und Stummfilmvorführungen mit Live-Musik abgedeckt. Andere Musikdarbietungen wie z.B. Konzerte, müssen separat mit der GEMA abgerechnet werden. Filmtheater, die von der Filmabgabe befreit sind (siehe *5.10. Die Filmabgabe*) erhalten einen Pauschalnachlass von 30% auf die fälligen Gebühren. Filmtheater, die im HdF oder in der AG Kino – Gilde organisiert sind, erhalten einen Verbandsrabatt von 20%. Die Kinobetreiber unterschreiben zumeist einen Vertrag, der die GEMA berechtigt, die Umsatzzahlen direkt von der FFA (an die sie ja auch gemeldet werden müssen) zu beziehen. Weitere Informationen zu GEMA Gebühren für Filmtheater finden sich unter: www.gema.de/musiknutzer/abspielen_auffuehren/tarife/t_f_tarif.shtml

5.9. Filmpiraterie: Sicherheitsstandards im Kino

Filme sind urheberrechtlich geschützte Werke (gemäß § 2 Abs. 1 Nr. 6 UrhG), d.h. ohne Einwilligung des Rechtsinhabers ist die Wiedergabe, die Verbreitung sowie die Vervielfältigung strafbar. Der wirtschaftliche Schaden illegaler Filmvorführungen ist immens und wird in Zeiten digitaler Techniken immer leichter durchführbar. Der Kinobetreiber ist verpflichtet, jeden Versuch des Mitschneidens von Bild und Ton während einer Aufführung anzuzeigen. Die Gesellschaft zur Verfolgung von Urheberrechtsverletzungen e.V. (GVU) sowie wichtige Verbände der Filmwirtschaft haben zusammen ein Merkblatt mit Informationen zur Bekämpfung der Video-Piraterie erstellt. Darin werden die „Schwachstellen“ im Kino, vorbeugende Maßnahmen sowie das Vorgehen zur Verfolgung für Filmtheater- Betreiber dargestellt. Eine Musterbelehrung für die Mitarbeiter ist beigefügt.

Das vollständige Urheberrechtsgesetz (UrhG) ist im Internet unter <http://bundesrecht.juris.de/bundesrecht/urhg> einzusehen.

Einen Leitfaden mit Antipiraterielichtlinien finden Sie unter:

www.hdf-kino.de > Service > Informationsmaterial.

5.10. Die Filmabgabe

Filmtheater sind verpflichtet, sich bei der Filmförderungsanstalt (FFA) anzumelden. Sie erhalten dann eine Betreibernummer, Theater- und Leinwandnummern. Ebenso wie alle anderen Betriebe der Filmwirtschaft müssen Filmtheater einen Anteil ihrer Einnahmen – die Filmabgabe – an die Filmförderungsanstalt weitergeben. Hierzu müssen Umsatz und Besucherzahlen eines jeden Monats jeweils bis zum 10. des Folgemonats an die FFA gemeldet werden. Für die Festsetzung des Abgabesatzes, der je nach Umsatz zwischen 1,8% und 3% des Bruttokartenumsatzes variiert, wird immer der Vorjahresumsatz zugrunde gelegt. Filmtheater, die unter 75.000 € Jahresumsatz liegen, sind von der Filmabgabe befreit.

Die Filmabgabe der Film- und Videowirtschaft und die Zahlungen der öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten und privaten Sendeunternehmen werden für die Finanzierung der FFA-Fördermaßnahmen verwendet. Ein Informationsblatt zur Filmabgabe und ein Musterformular finden Sie unter: www.ffa.de/downloads/Die_Filmabgabe.pdf

6. Werbung/Marketing

Mit der stetig zunehmenden Zahl der Filmstarts (2000: 405 Filmstarts in Deutschland, 2006: 487 Filmstarts) wird es immer entscheidender, dass der einzelne Film den Weg zu seiner Zielgruppe findet. Die Bedeutung des Marketings wächst. Wichtig ist dabei vor allem, mit dem Marketing eine Erwartungshaltung zu wecken, die dem Film gerecht wird und das geeignete Publikum ins Kino zieht.

In der Regel übernimmt der Verleih das überregionale Marketing und erstellt das Werbematerial, während das Kino die regionalen Kontakte aktiviert. Kooperationen und Absprachen zwischen Verleih und Kino beim Marketing sind möglich und unbedingt empfehlenswert.

Überregionale Pressebetreuung: Pressevorführungen, Presseheft, Interviews

Der Verleih lädt rechtzeitig vor Filmstart in den großen Städten zu Pressevorführungen ein, um die Presse über den Film zu informieren. Die Anzahl der Pressevorführungen richtet sich nach der Größe des Films. Zusätzlich organisiert der Verleih nach Möglichkeit Interviews mit den Regisseuren und versorgt die Journalisten mit Presseheften und Informationsmaterial zu den Filmen. Diese Vorabmaßnahmen sind entscheidend dafür, welche Berücksichtigung der Film in der regionalen und überregionalen Presse erhält.

Regionale Pressebetreuung

Bei Filmreihen und Sonderveranstaltung (z. B. Filmvorführung in Anwesenheit des Regisseurs) oder wenn das Kino Filme als Nachspielkino zeigt, sind eigene Kontakte zur Regionalpresse unerlässlich. Am besten ist es, einen persönlichen Kontakt zu den ansässigen Filmjournalisten aufzubauen. Mindestens sollte man immer zunächst telefonisch den zuständigen Ansprechpartner und die gewünschte Form des Infomaterials (Texte, Bilder, digital, als Fax usw.) recherchieren, bevor man Pressemitteilungen verschickt.

Trailer

Laut der FFA-Studie „Der Kinobesucher 2006“ ist der Kinotrailer immer noch das wichtigste Entscheidungskriterien für den Kinobesuch (gefolgt von: Trailerwerbung im Fernsehen, Empfehlung von Bekannten, Berichterstattung in den Printmedien, Berichterstattung im Radio). Der Trailer wird vom Verleih erstellt und sollte möglichst frühzeitig und vielfältig eingesetzt werden. Wichtig kann auch eine zielgruppengenaue Abstimmung von Trailer und Hauptfilm sein. Achtung: auch Trailer unterliegen den FSK-Bestimmungen. Beim Abspiel von mindestens drei Trailern im Vorprogramm gewähren die deutschen Verleiher einen Leihmietennachlass von 0,5%.

Plakate

Die überregionale Plakatierung organisiert der Verleih. Das Kino erhält vom Verleih Plakate zum Aushang im Filmtheater. Oft haben Kinos Aushangvitriolen vor dem Gebäude, um Passanten auf das Programm aufmerksam zu machen. Besonders schöne Plakate werden gerne von den Kunden zum Kauf nachgefragt. Dies muss in der Regel mit dem Verleih abgerechnet werden.

Flyer, Postkarten, diverse Werbeträger

Zusätzlich zu Plakaten in verschiedenen Formaten lässt der Verleih je nach Budget auch kleinere Werbeträger erstellen. Flyer und Postkarten eignen sich gut zur Auslage im Kino und in regionalen Kneipen/Cafés/Universitäten/Kultureinrichtungen etc. Möglich sind auch bedruckte Streichholzschachteln, Kugelschreiber, T-Shirts und andere Werbeträger, die umso erfolgreicher sind, umso besser sie auf den Film und seine Zielgruppe abgestimmt sind.

Aushangphotos, Pressestimmen

Neben Plakaten und Flyern stellt der Verleih dem Kino Aushangphotos für die Schaukästen zur Verfügung. In Programmkinos ist es zudem oft üblich, aktuelle Zeitungsartikel zu den betreffenden Filmen auszuhängen. Manchmal werden auch diese vom Verleih geliefert, zumeist muss der Betreiber sie selbst am Startdonnerstag ausschneiden und kopieren. Natürlich empfiehlt es sich, vor allem lobende Besprechungen auszuhängen, aber auch die eine oder andere Kritik kann geeignet sein, Interesse zu wecken, und wird zudem als ehrlicher Service am Kunden wahrgenommen.

Anzeigenschaltung in Zeitungen/Zeitschriften/Fernsehen/Radio

Die überregionale Anzeigenschaltung in Zeitungen, Zeitschriften, Radio und Fernsehen liegt in den Händen der Verleiher und ist natürlich von der angestrebten Zielgruppe und der Höhe des Budgets abhängig. Regionale Anzeigenschaltungen in Stadtzeitungen oder -magazinen übernehmen in kleinen Orten oft die Kinos. Wichtig ist neben dem geeigneten Medium vor allem eine gute Platzierung der Anzeigen. Wer die Kosten für Anzeigenschaltung übernimmt, muss zwischen Kino und Verleih ausgehandelt werden.

Previews

An Platz drei der „Sources of Awareness“ (also der Quellen, die Menschen zum Kinobesuch inspirieren) steht laut FFA-Studie „Der Kinobesucher 2006“ die Empfehlung durch Freunde und Bekannte. Leider machen es immer kürzere Auswertungszeiten der Filme immer schwieriger für eine funktionierende Mund-zu-Mund-Propaganda. Bis sich herumgesprochen hat, dass ein Film sehenswert ist, läuft er oft schon nicht mehr im Kino. Besonders betroffen sind Filme, dessen Zielgruppe keine ‚heavy user‘ (mehrere Kinobesuche monatlich) sind, und die sich mit dem Kinobesuch eher Zeit lassen.

Deshalb stellen Verleiher ihre Filme oftmals für Previews, d.h. für Vorführungen vor dem offiziellen Starttermin, zur Verfügung. Manche Kinos zeigen auch regelmäßig ‚Sneak-Previews‘ bei denen dem Publikum vorab nicht bekannt ist, welchen Film es zu sehen bekommt.

Zielgruppenmarketing/Kooperationen

Gerade Filme, die sich an sehr spezifische Zielgruppen richten, brauchen eine besondere Betreuung durch Verleih und Kinobetreiber vor Ort, da eine normale Kampagne die potentiellen Besucher gar nicht erreicht. Es lohnt sich, für solche Filme gezielt Kontakt zu möglichen Interessengruppen – Vereinen, Volkshochschulkursen, Jugendgruppen, Tanzkursen, nationalen Verbänden, Clubs etc. – aufzunehmen und wenn möglich entsprechende Verteiler aufzubauen. Der anfänglich große Aufwand rentiert sich durchaus, denn einmal geknüpfte und gepflegte Kontakte lassen sich oft ohne viel Mühe reaktivieren.

Programmheft/Webseite/Newsletter

Zu den wichtigsten Kundenbindungsinstrumenten gehörte in den Filmkunsthäusern lange Zeit ein gedrucktes Programm, das neben dem Spielplan auch ausführliche und persönliche Informationen zu den Filmen beinhaltet. Zusammenstellung, Layout, Druck und Verteilung des Programmes stellen einen erheblichen Arbeitsaufwand und Kostenfaktor im Betrieb eines Programmkinos dar.

Heute übernimmt wesentliche Funktionen des Programmheftes oft die kinoeigene Webseite. Auch sie sollte übersichtlich, leicht zu handhaben, ansprechend gestaltet und stets aktuell sein. Zusätzlich haben aber viele Besucher immer noch gerne etwas zum Mitnehmen – und sei es ein postkartengroßer Flyer mit den Terminen der Woche.

Viele Kinos verschicken auch einen regelmäßigen Newsletter per Mailingliste an ihre Stammkunden der mit etwas Arbeitsaufwand auch auf die Interessen der einzelnen Kunden zugeschnitten werden kann. Wichtig ist hier, zunächst das Einverständnis der Adressaten abzufragen.

Programmierung/Profil

Außerordentlich wichtig für die Kundenbindung ist natürlich auch die Selbstdarstellung des einzelnen Kinos und seines Programms und – gerade auch bei Programmkinos – ein klares Profil. Kunden sollen sich in ihrem Kino wohl fühlen und darauf verlassen können, was sie erwartet.

Aspekte sind hier:

- inhaltliche Profilierung und Transparenz,
- ansprechendes, wiedererkennbares und übersichtliches Design von Drucksachen und Räumlichkeiten,
- guter technischer Standard der Geräte,
- bequeme Ausstattung, gutes Gastro-Angebot, freundlicher Service,
- qualifiziertes, cineastisch gebildetes Personal.

7. Abrechnung und Buchhaltung

7.1. Abrechnungsstandards

Ein neueröffnetes Kino muss beim Verband der Filmverleiher e.V. angemeldet werden. Neben einem Formular zur Datenerfassung erhält der Betreiber auch den Abrechnungsleitfaden des VdF, der unter anderem über die Abrechnungsstandards, mit der sich Beanstandungen der Abrechnungskontrollabteilung durch den Verband im Vorhinein vermeiden lassen, informiert.

Der Leitfaden enthält Hinweise zu allgemeinen Abrechnungsprinzipien, Informationen zum korrekten Eintrittskartenhandling (Kartenaufbewahrungspflicht, -inventur und -vernichtung, Freikarten, Stornokarten, Gutscheine, Unbrauchbare Karten, Gruppenkarten, Reservierungen und Aufschläge, Quittungen, Notkarten, Kundenkarten, Open-Air Kino, etc.), Bemerkungen zu Rollenkarten, EDV-Kassensystemen und zum richtigen Reporting sowie Musterbeispiele für Abrechnungformulare und eine Checkliste darüber, was ein EDV-Abrechnungssystem alles berücksichtigen sollte.

Zu den wichtigsten Punkten zählt dabei die genaue Buchführung über die täglichen Einnahmen in Tageskassenberichten, die der Betreiber zehn Jahre lang aufzubewahren hat. Die Berichte müssen enthalten: Filmtitel, Verleihfirma, Tagesdatum, Uhrzeiten, zu denen der Film gespielt wurde und verkaufte Eintrittskarten nach Platzgruppen, Nummern und Einnahmen. Werden an einem Tag verschiedene Filme gespielt, ist für jeden Film ein gesonderter Bericht anzufertigen.

Ebenso gibt es genaue Bestimmungen, wie Freikarten, Kundenkarten und Stornos gebucht werden müssen und in welcher Höhe die Herausgabe von Freikarten zulässig ist. Hier gilt es wie immer, auch die AGBs und ggf. Sonderverträge der einzelnen Verleiher zu beachten.

Kinokarten müssen mit dem SPIO-Siegel versehen sein, egal, ob es sich um Rollenkarten oder um Vordrucke für ein Computerkassensystem handelt. Hierzu sind nur bestimmte Druckereien berechtigt (eine Liste gibt es beim VdF). Computerkarten müssen zudem beinhalten: Nummerierung, Theatername und Ort, Impressum, Codierung, Steuersiegel der Ge-

FILMTHEATERBETRIEB MUSTER
STRASSE
PLZ STADT
TELEFON
FAX
STEUERNUMMER THEATER

SPIELFILMABRECHUNG

MUSTER

ORT, DATUM

Belegnummer: XXXXXXXX
Rechnungsnummer: XXXXXXXX

VERLEIH
STRASSE

FFA Theaternummer: XXXX-XX
FFA Inhabernummer: XXXX

PLZ STADT

STEUERNUMMER VERLEIH

Spielzeitwoche: XX.XX.XX – XX.XX.XX

TB-Nummer: XXXXXXXXXXXXXXX

THEATERNAME / LW
PLZ ORT

Spielwoche X / KW XX

HAUPTFILM
(Vorg. Film) / (Nach. Film)

| | | 1. Vo. Bes. | 2. Vo. Bes. | 3. Vo. Bes. | 4. Vo. Bes. | 5. Vo. Bes. | etc. | | Gesamt Besucher | pro Tag Umsatz in € |
|----|------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------|--------|--------------------|------------------------|
| Do | Datum | xx | xx | xx | xx | xx | xx | | xx | x,xx € |
| Fr | Datum | xx | xx | xx | xx | xx | xx | | xx | x,xx € |
| Sa | Datum | xx | xx | xx | xx | xx | xx | | xx | x,xx € |
| So | Datum | xx | xx | xx | xx | xx | xx | | xx | x,xx € |
| Mo | Datum | xx | xx | xx | xx | xx | xx | | xx | x,xx € |
| Di | Datum | xx | xx | xx | xx | xx | xx | | xx | x,xx € |
| Mi | Datum | xx | xx | xx | xx | xx | xx | | xx | x,xx € |
| | | | | | | | | Gesamt | xx | x,xx € |
| | Freikarten | xx | xx | xx | xx | xx | xx | | xx | |
| | Sorno | xx | xx | xx | xx | xx | xx | | xx | x,xx € |
| | | | | | | | | Gesamt | xx | x,xx € |

| Karten-Nr. (EDV-Schlüssel) | Bezeichnung | Anzahl | Sorno | Vorverkaufs- gebühren | Preis | Besucher | Umsatz in € |
|-------------------------------|----------------------------|--------|-------|--------------------------|--------|----------|-------------|
| 22 | Normal | xx | xx | | x,xx € | xx | x,xx € |
| 33 | Ermäßiggt | xx | xx | | x,xx € | xx | x,xx € |
| 43 | Loge | xx | xx | | x,xx € | xx | x,xx € |
| 55 | Kinotag | xx | xx | | x,xx € | xx | x,xx € |
| 56 | Moviecard | xx | xx | | x,xx € | xx | x,xx € |
| 72 | Normal Vorverkauf | xx | xx | x,xx € | x,xx € | xx | x,xx € |
| 73 | Normal Internet-Vorverkauf | xx | xx | x,xx € | x,xx € | xx | x,xx € |
| 77 | Loge Vorverkauf | xx | xx | x,xx € | x,xx € | xx | x,xx € |
| 95 | Kinofest | xx | xx | | x,xx € | xx | x,xx € |
| 96 | Sondertarif (Name) | xx | xx | x,xx € | x,xx € | xx | x,xx € |
| 99 | sonstige Tickets | xx | xx | x,xx € | x,xx € | xx | x,xx € |
| | (genaue Bezeichnung) | | | | Gesamt | xxxxx | x,xx € |
| 90 | Freikarte | xx | | | | xx | |
| 87 | Personal-Freikarte | xx | xx | | | xx | |
| 86 | Verleih-Freikarte | xx | | | | xx | |
| | | | | | Gesamt | xxxxx | |

meinde (soweit gefordert), Name des einzelnen Kinos, Datum und Uhrzeit der Vorstellung, Eintrittspreis und Platzgruppe, Filmtitel, Nummer und Reihe oder „Freie Platzwahl“. Auf Rollenkarten reichen folgende Angaben: Name des Theaters, Ort, Platzkategorie, Nummer, Firmenanschrift der Druckerei und ggf. das Steuersiegel.

7.2. Die Terminbestätigung

Nach erfolgreicher Disposition schickt der Verleih dem Filmtheater einen Vertrag über den Termin des Abspiels, der zugleich das Abrechnungsformular darstellt. Im Sprachgebrauch hat sich hierfür der Begriff Terminbestätigung, oder kurz TB, eingebürgert. Nebenstehend finden Sie eine Musterterminbestätigung/Spielfilmabrechnung des Verleiherverbandes.

7.3. Concessions/Die filetierte Eintrittskarte

Über den Verkauf von Eintrittskarten allein ist in den meisten Filmtheatern kein großer Gewinn zu erzielen, wie die folgende Grafik „Die filetierte Eintrittskarte“ der rinke medien consult verdeutlicht. Die diesbezüglichen Einnahmen decken in der Regel die Fixkosten und Verleihgebühren ab. Insofern ist es unverzichtbar, sich mit Nebeneinnahmen über Werbung, Gastronomie, Saalvermietungen, Concessions etc. abzusichern.

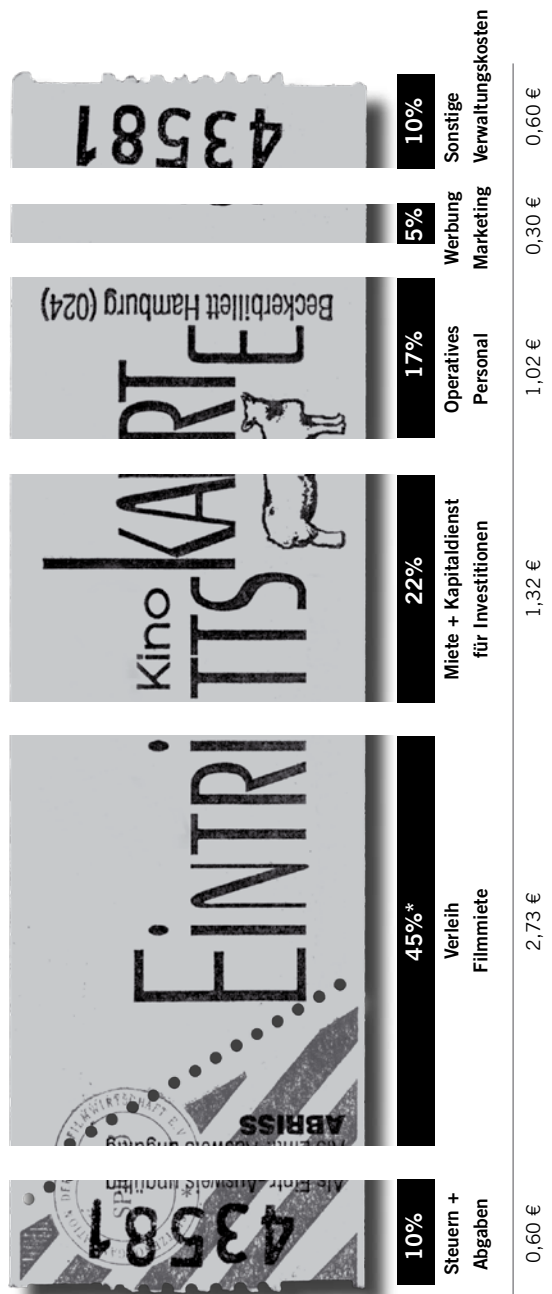
Die größte Gewinnspanne liegt beim Verkauf der Concessions. Heiße und kalte Getränke, Süßigkeiten und Popcorn können einen großen Gewinn darstellen. Vor allem bei Kinder- bzw. Familienfilmen liegt der Nebenumsatz sehr hoch. In den Multiplexen ist er um ein Vielfaches höher als in den Programmkinos.

Innerhalb der Concessions liegen die höchsten Gewinnspannen wiederum bei Kaffee und Popcorn. Für beides müssen allerdings die entsprechenden Maschinen erst einmal angeschafft werden. Wer Kaffee serviert, muss außerdem bedenken, dass es Zeit in Anspruch nimmt und in Stoßzeiten aufhalten kann. Popcorn ist für viele aus dem Kino nicht wegzudenken, und die Gewinnspanne ist ebenfalls sehr hoch.

Zu bedenken ist allerdings, das mit dem Verkauf von Concessions ein nicht unerheblicher Investitions- und Organisationsaufwand verbunden ist (Ausstattung, Räumlichkeiten, Fortbildungen, Genehmigungen, Personal, Reinigung, Verwaltung). Um Concessions verkaufen zu können, muss der Geschäftsführer einen IHK Kurs Lebensmittelhygiene absolviert haben, und das Kassenpersonal muss ein Gesundheitszeugnis nachweisen können. Weitere Bedingungen hängen von dem Umfang der angebotenen Concessions ab. (siehe auch 5.3. *Gaststättenverordnung*)

Die filetierte Eintrittskarte

Verkaufspreis 6.- €



Verlust statt Gewinn: -0,57 € = -10%

Aus dem Verkauf von Eintrittskarten ist ein rentabler Kinobetrieb nicht möglich. Die laufenden Kosten führen zu einem Verlust, der bei mind. 10% vom Kartenumsatz anzusetzen ist. Erst durch das Zusammenspiel vom Verkauf von Eintrittskarten, Getränken und Süßwaren sowie den Einsatz von Werbefilmen kann heute ein Kinounternehmen überleben.

© rmc rinke medien consult GmbH

7.4. Mustermonatsbilanz

Die rmc.rinke medien consult hat einen Musterkontenrahmen für Filmtheater erstellt, der alle Umsatzkosten und Erlöse erfasst und den wir mit der freundlichen Genehmigung von rinke medien consult hier abdrucken. Der Plan gibt einen guten Einblick in alle anfallenden Kosten und Einnahmen eines Filmtheaters. Eine Ausnahme stellt der Bereich Gastronomie dar, der im Rahmen nicht erfasst wird.

Bundesweit wird der Kontenrahmen bereits von mehreren Kinounternehmen benutzt, da er Transparenz, Übersichtlichkeit und eine bessere Vergleichsmöglichkeit mit anderen Unternehmen bietet und mit allen gängigen Buchungssystemen kompatibel ist.

Ansprechpartner für den Kostenplan innerhalb der Rinke-Gruppe ist Herr Thomas Pintzke. Die Kontaktdaten sind im Adressverzeichnis aufgeführt. Rinke medien consult bietet auch beratende Unterstützung bei der erstmaligen Einstellung des Kontenplans an.

| Musterkontenrahmen (Stand Februar 2004) | | | |
|--|-------------|-------------|---|
| Konten der Gewinn- und Verlustrechnung einzurichten in allen gängigen Buchhaltungssystemen | | | |
| Kosten/Erlöse | Konto | Interne Nr. | Hinweise zur Kostenrechnung |
| Umsatzerlöse | | | |
| Kartenerlöse | 4300 | | Konto-Nr. nur beispielhaft anhand DATEV SKR 04 |
| Kartenumsätze 7% | 4301 | | |
| Sonderveranstaltungen | 4309 | | |
| Fremdveranstaltungen 19% | 4409 | | |
| Summe Karten (Gruppe 1) | | | |
| Werbeerlöse | 4000 | | BWA: saldieren von Leihmieten |
| Reklamezuschuss | 4404 | | |
| Ortswerbung 19% | 4405 | | u.a. Foyer-Aktionen, Werbeaufdruck auf Karten, etc. zu saldieren mit Kosten der Programmzeitschrift/ Flyer |
| Überregionale Werbung | 4406 | | |
| Werbeflächen (Promotion, Sponsoring, etc.) | 4407 | | |
| Erlöse Anzeigenakquise (eigen) | 4408 | | |
| Erlöse Anzeigenakquise (fremd) | 4411 | | Weiterber. Zeitungsinserte; saldieren von Anzeigenk. |
| Erlöse Verleiherinserte | | | |
| Summe Werbung (Gruppe 2) | | | |
| Concessionserlöse | 4400 | | Falls Gastronomie sollte |
| Erlöse Getränkeverkauf | 4301 | | |
| Erlöse Eis | 4302 | | <u>NEUE Gruppe für Gastronomie</u> |
| Erl. Süßwaren (incl. Popcorn, Nachos, etc.) | 4402 | | |
| Erlöse Speisen (incl. Bistro) | 4306 | | geschaffen werden |
| Erlöse Verkauf sonstige Waren 7% | 4403 | | |
| Erlöse Verkauf sonstige Waren 19% | | | |
| Summe Concessions (Gruppe 3) | | | |
| Sonstige betriebliche Erlöse | neu | | Weitere Konten nach Bedarf für: a) Zigarettenselbstbedienungsautomaten b) Garderoben c) Auslaufkonto Gutscheine d) Erlöse Programme e) Sonderwünsche wie - Frachteinahmen - Erlöse Ausland 0% - Vermietung von Vitrinen |
| Programmpreisprämien | neu | | |
| sonstige Zuschüsse (z.B. FFA) | 4001 / 4308 | | |
| sonstige Weiterberechnungen | 4310 / 4417 | | |
| Auslaufkonto Gutscheine | 4308 / 4419 | | |
| Ertrag Schadensfälle | 4831 | | |
| Erträge aus Kassendifferenzen | 4832 | | |
| Erträge aus Differenzen Nebeneinnahmen | 4414 | | |
| Erträge Münztelefon | 4415 | | |
| Erlöse Fotokopien | 4418 | | |
| Erträge früherer Jahre | 4736 | | |
| Gewährte Skonti 19% | 4412 / 4413 | | |
| Erlöse Vermietung/Untervermietung | | | |
| Summe sonstige Erlöse (Gruppe 4) | | | |

| | | | |
|--|--|--|---|
| sonstige betriebliche Erträge Sachbezüge weitere Konten z. Abgrenzung i. Abschluss Erträge aus Auflösung von Rückstellungen Einzelwertberichtigungen, etc. pp Summe sonst. betr. Erträge (Gruppe 5) | 4940 | | diese Konten werden normalerweise nur im Jahresabschluss angesprochen |
| Materialaufwand Einkauf Süßwaren Einkauf Eis Einkauf Getränke Einkauf sonstige Waren Einkauf Speisen Erhaltene Skonti Erhaltene Rabatte Summe Materialaufwand (Gruppe 6) | 5300 5302 5400 neu neu 5736 5790 | | sinnvolle Untergliederung für Gastro |
| Aufwend. für bezogene Leistungen Variable Filmmieten Reklamematerial/Trailer Garantie-Filmmieten Transportkosten Filme Kosten fremde Sonderveranstaltungen FFA-Abgabe Gema-Gebühr Summe Aufw. für bez. Lstg. (Gruppe 7) | 5900 neu neu neu 5908 5906 5907 | | |
| Personalkosten Löhne/Gehälter Geschäftsführung Löhne/Gehälter Verwaltung Löhne/Gehälter Theaterleiter/-Assi Löhne/Gehälter Vorführer Löhne/Gehälter Kasse Löhne/Gehälter Verkäufer Löhne/Gehälter Platzanweiser Löhne/Gehälter technisches Personal Löhne/Gehälter Reinigungskräfte Löhne/Gehälter Programmz. und Internet Löhne/Gehälter sonstige Löhne/Gehälter Pauschalisierte TZ Verwaltung Pauschalisierte TZ Theaterleiter Pauschalisierte TZ Vorführer Pauschalisierte TZ Kassierer Pauschalisierte TZ Verkäufer Pauschalisierte TZ Platzanweiser Pauschalisierte TZ techn. Personal Pauschalisierte TZ Reinigungskräfte Pauschalisierte TZ Programmz./Internet Pauschalisierte TZ sonstige Pauschale Lohnsteuer Gesetzliche Sozialaufwend. Verw. Gesetzliche Sozialaufwend. Kinobetr. Personalüberlassung Summe Personalkosten (Gruppe 8) | neu 6000 6001 6002 6003 6004 6005 6007 6006 6008 6009 6020 6030 6031 6032 6033 6034 6035 6037 6036 6038 6039 6041 neu 6110 6824 | | kalkulatorische Buchung ggfs. erforderlich Regelfall u.b. multifunktionalem Einsatz Zusammenfassung von 6003 bis 6005. (für Kinotechnik und Haustechnik) BWA: sonstige Raumkosten BWA: Marketingkosten Personalkosten Gastro separat erfassen!!! muss nicht separat gebucht werden, nachträglicher Split ist in Ordnung Abschluss BWA siehe oben " " einschließlich der BG-Beiträge (Leihpersonal) |
| Raumkosten Filmtheater Theaterfestpachten Umsatzpachten/Mehrpachten Pachtnebenkosten Energiekosten Strom Energiekosten Klima/Heizung Energiekosten Wasser Fremdreinigung Filmtheater Instandhaltung/Wartung Klima/Gastro Instandhaltung betr. Räume Instandhaltung Gebäude Summe Raumk. Filmtheater (Gruppe 9) | 5901 5902 5903 5905 neu neu neu neu 6335 neu | | separater Ausweis in der BWA von beeinflussbaren und nicht beeinflussbaren Raumkosten bei Klimaanlage auch Strom Abgrenzung bei gepachteten Gebäuden |

| Kosten/Erlöse | Konto | Interne Nr. | Hinweise zur Kostenrechnung |
|---|---|-------------|---|
| sonstige Betriebskosten Reparatur/Instandh. Anlagen u. Masch. Rep./Instandh. betr.+gesch. Ausstattung Filmtheaterreinheitsversicherung sonstige betr. Aufwendungen Abraum- und Abfallbeseitigung Laufende Kfz-Kosten Kfz-Reparaturen Fremdfahrzeuge/Taxi/Transport Garagenmieten/Parkgebühren Miete Kfz Reisekosten Arbeitnehmer Miete Maschinen sonstige Miete (kein Büro) sonstiger Betriebsbedarf Summe sonst. Betriebsk. (Gruppe 10) | 6460 6470 neu 6300 6859 6530 6540 6560 6550/6312 6837/6838 6650 6835 6839 6850 | | |
| Marketing und Werbung Anzeigenkosten Deko/Fassadenwerbung Programmheft (Layout, Druck, Verteilg.) Programmheft Redaktion/ext. Honorare Handzettel, Plakate, Beilagen Kosten Cine-Cards Internet-Mailbox/Fax-Polling Aufwendungen eigene Sonderveranst. Summe Marketing/Werbung (Gruppe 11) | 6601 neu neu neu neu neu 6305 | | |
| Verwaltungssachkosten Miete Geschäftsräume Miete Wohnungen Miete Ausstattung Allgm.Versicherung Beiträge Porto Kurier- und Versandkosten Telefon/Kommunikation Bürobedarf Software-Service Zeitschriften/Bücher Geschenke bis 30 Euro Geschenke über 30 Euro Bewirtungskosten Bewirtungskosten Mitarbeiter Kosten Personalbeschaffung Reisekosten Geschäftsf./Unternehmer Fortbildungskosten Rechts- und Beratungskosten Buchführungskosten Nebenkosten Geldverkehr sonstige Verwaltungssachkosten Summe Verwaltungssachk. (Gruppe 12) | 6310 6311 6836 6400 6420/6421 6800 6801 6805 6815 6816 6820 6610 6620 6640 6641 neu 6660 6821 6825 6830 6855 neu | | Kopierer, Telefonanlagen, etc. IHK, Berufsgenossenschaft, Verband, Künstlersozialk. für nicht zuordnenbare Restposten |
| übrige Aufwendungen Fehlbeiträge Nebeneinnahmen Kassenfehlbeiträge Eintrittskarten/Gutscheine sonstige Theaterkosten Spenden periodenfremde Aufwendungen übrige Aufwendungen (Gruppe 13) | 6302 6303 6304 6301 6390 6960 | | |

| Kosten/Erlöse | Konto | Interne Nr. | Hinweise zur Kostenrechnung |
|---|---|-------------|---|
| Abschreibungen auf Sachanlagen AfA Filmtheater AfA Gebäude AfA Verwaltung Summe Abschreibungen (Gruppe 14) | 6976 neu neu | | kalkulatorisch laufend buchen bei Eigentum: Zuordnung zu Raumkosten Filmtheater Büro, KfZ, usw. |
| Zinsen und ähnliche Erträge sonstige Zinsen und ähnliche Erträge Zinserträge § 233 AO sonstige Zinserträge Summe Zinserträge (Gruppe 15) | 7100 neu 7110 | | |
| Zinsen und ähnliche Aufwendungen Zinsen und ähnliche Aufwendungen Zinsen § 233 AO Zinsen für langfristige VB Zinsen für kurzfristige VB Summe Zinsaufwendungen (Gruppe 16) | 7300 neu 7310 7320 | | |
| Steuern Gewerbeertragssteuer Körperschaftsteuer Solidarbeitrag Kapitalertragssteuer KfZ-Steuer sonstige Steuern (z.B. nach BP) Summe Steuern (Gruppe 17) | 7610 7600 7608 7630 7685 neu | | zuordnen zu KfZ-Steuer |

8. Ausbildungs- und Fortbildungsmöglichkeiten im Filmtheater

Lange Zeit war Kinobetreiber ein Beruf für Quereinsteiger, eine gezielte Ausbildung gab es nicht. Inzwischen gibt es Berufsbilder, die im Kino ausgebildet werden können, und es werden auch diverse Fortbildungsmöglichkeiten für Betreiber und Nachwuchskräfte angeboten – Anzeichen einer zunehmenden Professionalisierung auch im Programmkinobereich. Gut betreutes Personal und gut ausgebildeter Nachwuchs tragen wesentlich zum Erfolg eines Kinos bei. Fachliche Kompetenz des Personals wirkt sich direkt auf das Publikum aus. Das Image des Kinos ist auch ein wirtschaftlicher Faktor. Außerdem wird auf diese Weise der Kinobetrieb innerhalb der Verwertungskette Produzent, Vertrieb, Verleih gestärkt.

Ausbildungen im Bereich Kinobetrieb sind noch jung. Diese Ausbildungen ermöglichen es, gut ausgebildeten Nachwuchs für die Zukunft zu sichern. Da Auszubildende während der Ausbildungszeit auch im Betrieb tätig sind, sind sie während der Phase des Lernens zugleich tatkräftige Unterstützung.

Die verschiedenen Fortbildungen im Filmtheaterbereich dienen den einzelnen Beschäftigten sowie den Kinobetreibern selbst, sich über neue Entwicklungen auf dem Laufenden zu halten und den aktuellen und zukünftigen Markt sowie die technischen Entwicklungen einzuschätzen. Sie liefern Wissen nach oder bessern dieses auf.

8.1. Der Kinobetrieb als Ausbildungsplatz

Kinobetriebe sind nicht nur kulturelle Stätten sondern auch wirtschaftlich arbeitende Institutionen, die für junge Leute eine attraktive Ausbildungsstätte darstellen können. Die Bereitstellung eines Ausbildungsplatzes liegt auch im eigenen Interesse, da nur so für gut ausgebildeten Nachwuchs gesorgt wird. Außerdem ist seit einiger Zeit das Gesetz zur Ausbildungsplatzabgabe in Kraft, das auch Kinos ab elf Beschäftigten betrifft. Als Kinobetreiber kann man dazu verpflichtet werden, in einen Fonds einzuzahlen, wenn der Betrieb weniger Auszubildende als die festgesetzte Quote beschäftigt. Die Ausbildung muss selbst finanziert werden. Förderungen gibt es für Betriebe, die z.B. einen Langzeitarbeitslosen als Auszubildenden beschäftigen wollen. Ein solcher Schritt sollte jedoch gut überdacht werden, da er mit einer großen Bereitschaft zu sozialem Engagement verbunden werden sollte, die ein kleiner Kinobetrieb selten leisten kann.

Möglich sind eine Ausbildung zum/zur Kaufmann/Kauffrau für Audiovisuelle Medien, zum/zur Verkaufskaufmann/-kauffrau und zum/zur Veranstaltungstechniker/in. In großen Kinobetrieben ist außerdem eine Ausbildung als Bürokaufmann/-frau denkbar.

Um sich als Ausbildungsstätte zu eignen, muss der Betrieb von der IHK abgenommen sein und über alle Einrichtungen verfügen, die für die Ausbildung benötigt werden. Geeignet ausgestattete Arbeitsplätze und Büroräume sowie soziale Einrichtungen müssen vorhanden sein. Es soll gewährleistet sein, dass Kenntnisse und Fertigkeiten entsprechend der Ausbildungsordnung vermittelt werden können. Darüber hinaus muss die Zahl der Fachkräfte in einem angemessenen Verhältnis zur Zahl der Auszubildenden stehen (1-2 Fachkräfte = 1 Auszubildender, 3-5 Fachkräfte = 2 Auszubildende, + je 3 Fachkräfte = + je 1 Auszubildender). Wenn eine Ausbildungsstätte vor Ort die erforderlichen Kenntnisse und Fertigkeiten nicht vermitteln kann, ist sie dennoch als solche geeignet, wenn diese Ausbildungsmaßnahmen außerhalb der Ausbildungsstätte ergänzt werden.

Benötigt wird auch ein geeigneter Ausbilder, der das 24. Lebensjahr vollendet hat. Er muss eine Abschlussprüfung in einer dem Ausbildungsberuf entsprechenden Fachrichtung erfolgreich abgelegt oder die Hoch- bzw. Fachhochschule absolviert haben und mindestens drei Jahre in diesem Beruf praktisch tätig gewesen sein. Es bietet sich an, eine Mappe zu erstellen, aus der die eigenen Qualifikationen im Bereich Medien hervorgehen. Eine Eignungsprüfung ist derzeit nicht erforderlich, da sie auf unbestimmte Zeit ausgesetzt wurde.

Neben der Eignung der Ausbildungsstätte und einem geeigneten Ausbilder ist auch eine Eignung des Betriebes, der ausbilden will, erforderlich. Die Eignung ergibt sich aus:

- Kenntnissen der einschlägigen Bestimmungen (Berufsbildungsgesetz, Jugendarbeitsschutzgesetz, Ausbildungsordnung),
- einem Berufsausbildungsvertrag,
- einem Antrag auf Eintragung in das Verzeichnis der Berufsausbildungsverhältnisse,

- einer Ausbilderkarte für den Ausbilder,
- einem sachlich und zeitlich gegliederten Ausbildungsplan,
- Vordrucken für Ausbildungs- und Tätigkeitsnachweise,
- der Anmeldung des Auszubildenden bei der zuständigen Berufsschule,
- einer ärztlichen Bescheinigung nach dem Jugendschutzgesetz (beim Einwohnermeldeamt erhältlich), der Lohnsteuerkarte und einem Versicherungsnachweis.

Die Ausbildungsvergütung ist abhängig von verschiedenen Faktoren, nicht zuletzt vom eigenen Ermessen, eine allgemeine Richtlinie gibt es nicht. In der Regel gibt es regionale Unterschiede bei der Vergütung. Für die Vergütung sollten zu allererst die Kalkulationen des eigenen Betriebs hinzugezogen werden. In jedem Fall muss sie sich in jedem Jahr erhöhen und im ersten Jahr sollte sie nicht das Gehalt eines auf Minijob-Basis Angestellten unterschreiten. ver.di gibt eine Richtlinie vor, an der man sich orientieren kann, die aber nur für Auszubildende, die auch Gewerkschaftsmitglieder sind, bindend ist. Hierzu finden sich Auskünfte und Kontaktdaten auf der Internetseite <http://jugend.verdi.de> oder über das CallCenter „ver.di Direkt“ unter der Telefonnummer 01802-22 22 77. Neben der finanziellen Vergütung ist auch denkbar, den/die Auszubildende(n) als eine Art Bonus auf besondere Veranstaltungen und Tradeshows mitzunehmen.

Auf den Internet-Seiten der regional zuständigen IHK (www.ihk.de) finden sich detaillierte Ausbildungsrahmenpläne zu den oben genannten Ausbildungswegen, auf denen ausführlich aufgelistet ist, welche fachlichen Kompetenzen im Laufe der Ausbildung vermittelt werden sollen. Darüber hinaus sollten folgende soziale Kompetenzen vermittelt werden:

- Umgang mit dem Publikum (Servicebereich, Kommunikationsfähigkeit)
- Umgang mit Firmen und Verhandlungsgeschick (Disposition, Umgang mit Zulieferern)
- Teamarbeit mit dem Personal
- Belastbarkeit (Arbeitszeiten, Publikumsstoßzeiten)
- Kreativität im Umgang mit der Ware Film und dem kulturellen Genre Film sowie für das Marketing

8.2. Fortbildungsmöglichkeiten

Im Bereich Weiterbildung gibt es verschiedene Angebote von einer überschaubaren Zahl an Anbietern. Einige Seminare sind für Verbandsmitglieder der verschiedenen Kinobetreiberzweigsverbände kostenlos oder kostengünstig. Es gibt darüber hinaus die Möglichkeit, eine Förderung für einige der Fortbildungen über die FFA oder die zuständigen Länderförderer zu erhalten.

More Than Popcorn ist eine Anlaufstelle für Aus- und Weiterbildung im Film- und Kinobereich, mit dem Schwerpunkt Kinobetrieb. Die Betreiberin Stephanie Hoffmann ist Ausbil-

dungsbeauftragte der AG Kino-Gilde. Sie führt Personalschulungen durch, berät in allen Angelegenheiten rund um den Ausbildungs- und Arbeitsort Kino und vertritt die Kinobranche auf Jobmessen, medienpezifischen Veranstaltungen, in Berufskollegen und Filmschulen. Ausführliche Informationen zum Schulungs- und Informationsangebot finden sich unter: www.morethanpopcorn.de

rmc. rinke medien consult ist als Berater der Kinobranche Marktführer. Ihre Mitarbeiter, die ein fundiertes Fachwissen und eigene Praxiserfahrung besitzen, beraten Filmtheater bei Investitionsentscheidungen und unterstützen eine professionelle Führung der Betriebe. Gemeinsam mit Branchenpartnern bieten sie außerdem berufsbegleitende Qualifizierungsmaßnahmen an. Des Weiteren bietet rinke medien consult die brancheninterne Fortbildung zum/zur Filmtheaterkaufmann/-kauffrau (kein anerkannter Ausbildungsberuf) an, bestehend aus einem einjährigen Fernstudiengang, der die vier Bereiche Jura, Filmwirtschaft, Rechnungswesen und Marketing/Personal abdeckt. Der Kurs beinhaltet vier Zwischenprüfungen im Jahr und eine Abschlussprüfung und wird von der FFA und dem HDF Kino sowie einigen Länderförderern gefördert. Die Teilnahme kann für Auszubildende zusätzlich zur Ausbildung oder als Weiterbildung für Kinobetreiber in Frage kommen. Informationen zum Filmtheaterkaufmann und den Beratungs- und Fortbildungsangeboten der rmc gibt es unter: www.rinke-gruppe.de/rmc.

MEDIA Salles ist eine Initiative des EU Medien-Programms und wird von der italienischen Regierung unterstützt. MEDIA Salles konzentriert sich auf das europäische Kino und das Abspiel europäischer Film in den Filmtheatern der EU, wobei auf Kinder- und Jugendfilmen ein besonderes Augenmerk liegt. Regelmäßig stattfindende Fortbildungen sind für Kinobetreiber bestimmt und vermitteln z.B. die Handhabung neuer technischer Mittel oder befassen sich mit den aktuellen Möglichkeiten innerhalb der Kinoindustrie und der aktuellen wirtschaftlichen Situation. Nähere Informationen zu den Fortbildungsprogrammen sind auf der Seite www.mediasalles.it zu finden. Hier ist außerdem eine virtuelle Bibliothek zu unterschiedlichsten Themen eingerichtet, die für Kinobetreiber interessant sind.

CICAE – Confédération Internationale des Cinémas d'Art et d'Essai ist der internationale Zusammenschluss der Filmkunstkinos. Seit 2004 bietet die CICAE auch Fortbildungen an, die sich an die nächste Generation von Filmkunst-Kinobetreibern richten und europaweit ausgeschrieben sind. Die in der Regel zehntägigen Seminare finden in den vier Sprachen Englisch, Französisch, Deutsch und Italienisch statt. Der nachrückenden Generation von Filmkunstkino-Betreibern soll eine Grundlage für die Übernahme eines eigenen Betriebs vermittelt werden. Dazu werden in Vorträgen der Markt analysiert, in Workshops innovative Konzepte erarbeitet, erfolgreiche Kinos von ihren Betreibern vorgestellt und in den Fokus gerückt, was Filmkunstkinos ausmacht: Schul- und Kinderkino, Filmreihen, etc. Eingeladen für die Vorträge sind Professoren von renommierten Universitäten und erfahrene Vertreter des Filmgeschäftes. Im Internet ist die CICAE auf der Seite www.cicae.org vertreten.

Der **HDF-Filmtheaterkongress Kino** in Baden-Baden wird vom HDF alljährlich im April veranstaltet und bietet Seminare und Vorträge zu aktuellen Bewegungen des Kinomarkts, zu Marketing, Raubkopien, D-Cinema, Verleih- und Kinopolitik, Qualitätssteigerung und Technik und vielen anderen aktuellen und grundlegenden Themen. Informationen zum Kongress, sowie zu Veranstaltungen und Weiterbildungen, die der HdF unterstützt, finden sich auf der Seite www.hdf-kino.de > *Arbeitsgebiete*.

Die von der AG Kino-Gilde deutscher Filmkunsttheater veranstaltete **Filmkunstmesse Leipzig**, die jährlich im September stattfindet, bietet neben der Präsentation von 50 Filmkunstfilmen der kommenden Saison und der Gelegenheit zum Austausch ebenfalls die Möglichkeit zur Weiterbildung in Seminaren und Workshops. Behandelt werden aktuelle Fragen des Filmkunstmarktes wie der aktuelle Stand des digitalen Kinos, der Ausbau von Schul- und Kinderkino, Presse- und Marketing im Filmkunstbereich oder der aktuelle Stand des Programmkinos in Deutschland. Ebenso organisiert die AG Kino – Gilde in unregelmäßigen Abständen Fortbildungsveranstaltungen für ihre Mitglieder. Informationen zur Filmkunstmesse und den Aktivitäten der AG Kino – Gilde finden sich unter www.filmkunstmesse.de oder www.agkino.de.

Allgemein betriebswirtschaftlich ausgerichtete Fortbildungen und Hilfe für Unternehmensgründer bieten auch die regionalen IHKs an: www.ihk.de.

9. Verschiedenes

9.1. Open-Air Kino

Open-Air Kinos müssen extra beim Verleihverband angemeldet werden. Hierzu gibt es ein Formular, das unter www.vdfkino.de heruntergeladen werden kann.

9.2. Schulkino

Kinderkino ist mit viel Arbeit und wenig direkten Profiten verbunden, jedoch sind Angebote für Kinder, Jugendliche und Eltern ein wichtiges Anliegen engagierter Kinobetreiber und ein nicht zu unterschätzendes Instrument der Kundenbindung. Ein gutes Kinderkinoprogramm wird auch regelmäßig bei den Kinoprogrammpreisen des BKM ausgezeichnet. Eine besondere Form des Kinoangebots für Kinder und Jugendliche neben dem Kinderkino, Wickeltaschen-Kino, Kinderkinoclubs etc. ist das Schulkino.

Ein Lobby aus Kino- und Verleihverbänden, Filmwissenschaftlern, Lehrern, Pädagogen und Kulturpolitikern setzt sich seit Anfang des 21. Jahrhunderts für eine Verankerung von Film- und Medienerziehung im Lehrplan ein, und eine Reihe von staatlichen und privaten Initiativen bieten Schulkinoveranstaltungen an, die von den Kultusministerien der Länder zunehmend unterstützt werden.

2004 wurde die **Vision Kino** gegründet, die es sich zur Aufgabe macht, alle Schulkinoaktivitäten zu vernetzen. Neben der Durchführung der Schulfilmwochen („Lernort Kino“) veranstaltet sie einmal im Jahr einen Kongress. Vision Kino ist Ansprechpartner für alle Schulen, Kinos, Lehrer, die Interesse an Schulkinoveranstaltungen haben. Sie vermittelt Partner und Referenten, führt eine Übersicht über das verfügbare Begleitmaterial und sammelt Informationen zum Thema: www.visionkino.de. Gemeinsam mit der **Bundeszentrale für politische Bildung** betreibt die Vision Kino die Schulkino-Informations-Website www.kinofenster.de.

Das **Institut für Kino und Filmkultur** veranstaltet verschiedene Projekte und Schulveranstaltungen. Die Veranstaltungsreihe Filmklassiker im Kino wird in Kooperation mit der Friedrich-Wilhelm-Murnau-Stiftung durchgeführt. Sie bietet interessierten Schulklassen die Möglichkeit, große deutsche Filmklassiker aus der Stummfilmzeit und der frühen Tonfilmzeit zu sehen in Zusammenhang mit Kinoseminaren zur filmgeschichtlichen Bedeutung und Thematik der gezeigten Filme. Informationen und Angebote unter: www.film-kultur.de

Das französische Jugendfilmfestival auf Tournee, **Cinéfête**, ist von der Französischen Botschaft ins Leben gerufen worden und wird von ihr und der AG Kino - Gilde in Kooperation mit den Instituts Francais in den verschiedenen Bundesländern betreut. Ein Jahr lang zeigen über 120 Kinos in über 90 Städten jeweils eine Woche lang die ca. sieben Filme umfassende Reihe in morgendlichen Schulvorstellungen. Alle Filme werden im Original mit deutschen Untertiteln gezeigt und es gibt ergänzend für den Unterricht dazu pädagogische Dossiers für die Lehrer, um den Kinobesuch im Französischunterricht vorzubereiten. Das Programm deckt Filme sowohl für jüngere also auch ältere Schüler ab. Informationen und Termine unter: www.kultur-frankreich.de/cinefete. Nach dem Vorbild von Cinéfête startet im Oktober 2007 die englische Schulfilmreihe **BritFilms**. www.britfilms.de

In Dresden ansässig ist das **Schulkino Dresden**, das mit verschiedenen lokalen Einrichtungen und einem alteingesessenen Kino kooperiert. Es stellt Filme zur Verfügung, organisiert Referenten und veranstaltet Projekte und Workshops, die einen Kinobesuch mit einschließen. Alle verfügbaren Filme und Veranstaltungen werden jährlich in einem ausführlichen Katalog vorgestellt. Informationen sind zu finden auf der Seite: www.schulkino.de.

9.3. Öffentliche nichtgewerbliche Filmveranstaltungen

Eine öffentliche nichtgewerbliche Filmvorführung liegt vor, sobald die Vorführung für eine Mehrzahl von Personen (zwei oder mehr) bestimmt ist, die nicht persönlich miteinander verbunden sind und kein Eintritt genommen wird. Derartige Vorführungen bedürfen laut Urheberrecht (§ 15 Abs. 3 UrhG) einer ausdrücklichen Erlaubnis der Rechteinhaber – auch bei Schul- und Unterrichtsveranstaltungen, bei denen nur die öffentliche Wiedergabe von Musik- und Sprachwerken freigestellt ist. Für die Wiedergabe des Films bieten sich verschiedene Ausleihverbände an, bei denen ein jährlicher Beitrag diese Abgaben abdeckt.

Die VIDEMA Deutschland GmbH vergibt eine Vorführlizenz, welche die nichtgewerblichen öffentlichen Vorführrechte abdeckt. Der jährliche Beitrag leitet sich aus der Nutzungsintensität ab: www.videma.de

Auch der Bundesverband Film und Jugend e.V. verleiht Filme einschließlich Vorführlizenz. Diese Filme werden jedoch nur an Initiativen der Kinder und Jugendfilmarbeit verliehen, einige sogar nur an Mitgliedern des Bundesverbandes Jugend und Film e.V. Weitere Informationen finden sich unter: www.bjf.info.

Darüber hinaus sind auch Abgaben an die GEMA zu leisten. Für eine nichtgewerbliche Vorführung werden die Tarife der allgemeinen Vergütungssätze der GEMA um 20% ermäßigt. Die allgemeinen Vergütungssätze sind: 0,10 € pro Sitzplatz, mindestens aber 8,40 €. Diese Vergütungssätze werden je Filmvorführung berechnet und müssen rechtzeitig vor Beginn der Nutzung erworben werden. Den Mitgliedern von HDF und AG Kino - Gilde, mit denen die GEMA einen Gesamtvertrag für diesen Tarif geschlossen hat, wird der vereinbarte Nachlass entsprechend eingeräumt (siehe auch *4.1.8. Gema-Vertrag*).

10. Kinotechnik

Die heutige Wiedergabe von Filmen in Filmtheatern unterscheidet sich in ihren Grundzügen kaum von der Wiedergabe des ersten, erstmals 1895, öffentlich vorgeführten Films, abgesehen von der wesentlichen Neuerung, dass das Filmmaterial nicht mehr feuergefährlich ist. Erst die zunehmende Umstellung auf digitales Kino bedeutet einen Einschnitt in dieser Tradition. Hierauf soll im nächsten Kapitel näher eingegangen werden.

Filmformate (Träger)

Das gängigste Filmformat ist mit das älteste Format: der 35-mm-Film (35 mm bezieht sich auf die Breite des Filmstreifens) kann verschiedene Bildformate und Tonformate wiedergeben. Fast gar nicht mehr werden 16-mm-Filme gezeigt. Dieses Format kommt nur für kleinere Säle in Frage, da die Bildqualität niedriger ist und die Tonwiedergabe auf mono festgelegt ist. Es ist kostengünstiger und leichter und wurde deshalb oft von Amateur- und Dokumentarfilmern eingesetzt.

Der 70-mm-Film ist der analoge Träger, der am seltensten eingesetzt wird. Er wird hohen Anforderungen an die Wiedergabequalität gerecht und kann verschiedene Bild- und Tonformate wiedergeben. Außerdem kann er im Gegensatz zu den anderen Formaten nicht nur vertikal sondern auch horizontal durch den Projektor laufen (IMAX). Da 70-mm-Filme aber besonders teuer in der Vervielfältigung sind und sich seit der Weiterentwicklung der Bild- und Tonqualität des 35-mm-Films nicht mehr so stark von diesem Format absetzen, kommen sie nur selten zum Einsatz.

Andere Trägerformate sind u.a. VHS, Beta, BetaSP, DVD, Digital Master. Auch zum Abspiel dieser Formate wird selbstverständlich eine Genehmigung des Rechteinhabers benötigt.

Bildformate

Ein 35-mm-Film kann die Formate 1:1,37 (Normalformat), 1:1,66 - 1:1,85 (Breitwand) und 1:2,35 (Cinemascope) haben. Das europäische Breitwandformat ist 1:1,66. Es ist ebenso breit wie das Normalformat aber nicht so hoch. Für dieses Format wird ein Objektiv mit kleinerer Brennweite benutzt. So wird das Bild vergrößert auf die Leinwand projiziert und das Breitwandformat erreicht.

Bei Cinemascope wird das Bild bei der Aufnahme im Verhältnis von ca. 2:1 in der Breite gestaucht. Bei der Wiedergabe wird es dann wieder entzerrt. Deshalb wird zur Wiedergabe zusätzlich zu dem Objektiv ein Konverter – Anamorphot – benötigt, der nicht ganz preiswert ist. Der 70-mm-Film hat durch das große Filmformat eine sehr hohe Bildqualität. Die projizierte Bildbreite entspricht der von 35mm Cinemascope. Bei IMAX läuft ein 70-mm-Film nicht wie gewöhnlich vertikal, sondern horizontal durch den Projektor. Elektronische/digitale Träger haben oftmals das Fernsehbildformat 16:9.

Tonformate

Das geläufigste Tonformat ist die Lichttonspur, da sie kostengünstiger ist als der Magnetton, der z.B. bei 70-mm-Filmen verwendet wird. Die Lichttonspur ist mittlerweile sehr weit entwickelt, reicht nicht ganz an die Qualität des Magnettons heran, kann aber mit entsprechender Einrichtung auch stereo übertragen werden. Das Abtasten der Lichttonspur erfolgt mit einem Laser.

Es gibt das Dolby Mono Tonformat, welches das einfachste analoge Format darstellt. Ist ein zusätzlicher Tonkanal vorhanden, entsteht dadurch das Dolby-Stereo-Format. Beim Dolby-Surround-Format sorgt ein Surroundkanal für die Wiedergabe von Effekten über zusätzliche Lautsprecher, die hinten und an den Seiten im Kinosaal angebracht sind.

Unter den digitalen Tonsystemen ist Sony Dynamic Digital Sound (SDDS) die weiterentwickelte Form vom geläufig verwendeten Dolby Stereo Digital (SR*D). Beide Tonsysteme arbeiten wie der analoge Ton mit einer Tonspur, die direkt auf dem Filmstreifen angebracht ist. Sie wird von einem Digitalabtaster abgetastet und zunächst in ein Videobild verwandelt, um dann vom Digitaltonprozessor in Audiodaten zurückverwandelt zu werden. Der Tonträger wird in diesem Verfahren eingespart, was die Handhabung vereinfacht. Die digitale Tonspur ist jedoch einem hohen Verschleiß ausgesetzt und eignet sich z.B. nicht bei Musik mit großer Bandbreite.

Beim Digital Theater System (DTS) werden die Audiodaten auf CD-ROM gespeichert. Die in einem Caddy gut geschützten CDs laufen synchron zum Film und werden über einen Timecode gesteuert, der auf dem Film zwischen dem Lichtton und dem Bild untergebracht ist. Die Speicherung auf einem externen Tonträger beinhaltet außerdem die Möglichkeit, eine Filmkopie in mehreren Sprachen vorzuführen. Sie kann sogar in mehreren Kinosälen synchron abgespielt werden.

Projektoren

Die Projektionstechnik hat sich seit über 100 Jahren kaum verändert, theoretisch kann ein heutiger Film auch mit einer Maschine aus dem frühen 20. Jahrhundert noch abgespielt werden. Die meisten Kinos sind allerdings inzwischen mit Tellerprojektoren ausgestattet, bei denen der komplette Film horizontal auf einer Platte liegt und nicht zurückgespult werden muss. Ebenfalls in Gebrauch sind die sogenannten Spulentürme.

Bei allen Projektoren wird der Filmstreifen über verschiedene Rollen so durch das Laufwerk geschleust, dass jedes Bild für den Bruchteil einer Sekunde vor dem Bildfenster des Projektors verharret, bevor es von der Drehblende verdeckt und der Film weitertransportiert wird. Verantwortlich für diese kontinuierlich unterbrochene Fließbewegung des Films ist das berühmte ‚Malteserkreuz‘. Die rasche Abfolge von Standbildern entspricht der Wahrnehmung des menschlichen Auges und wird als Bewegung wahrgenommen.

In der Regel (Ausnahme: das DTS-Tonformat) wird am Projektor auch der Ton abgetastet und das Bildformat mit Hilfe von unterschiedlichen Linsen und Masken eingestellt.

Bei elektronischen/digitalen Bildformaten tritt an die Stelle des Projektors eine Kombination aus Zuspierer/Server und Beamer.

Tonanlagen

Die Wiedergabe des Filmtons wird je nach Tonformat durch den jeweiligen Abtaster am Projektor abgetastet. Die Steuerzentrale einer Tonanlage ist in den meisten Fällen ein Dolby-Prozessor. Er ist vergleichbar mit dem Vorverstärker einer HiFi-Anlage und hat Eingänge für verschiedene Tonquellen, einen Decoder für analoges DolbyStereo und eine fernbedienbare Lautstärkeregelung.

Koppeln des Films

Ein Film wird in mehreren Rollen geliefert, die aus jeweils 20-minütigen Akten bestehen. Sie müssen vor dem Abspiel aneinander gekoppelt bzw. geklebt werden und nach dem letzten Abspiel wieder entkoppelt werden.

Einige Filmtheater arbeiten mit einer ‚Matrix‘, die bestimmte technische Vorgänge auslöst (z.B. startet sie den Film, öffnet den Vorhang, schaltet das Licht aus etc.) sobald sie einen Impuls erhält. Die Impulse werden von einem Silberstreifen ausgelöst, die der Vorführer beim Koppeln zusätzlich auf den Film klebt und nach der Vorführung wieder entfernen muss. (Vorführkurse, die den Umgang mit 35 mm Technik vermitteln, bietet rmc rinke medien consult an: www.rinke-gruppe.de/rmc)

11. Die Zukunft des Filmtheaters (D-Cinema, DVD, Video-on-demand usw.)

Die vorausgegangenen Kapitel haben sich bemüht, die Gegenwart des Kinos zu beschreiben, das Ineinandergreifen von Produktion, Verleih und Filmtheater, die wirtschaftlichen, gesetzlichen und technischen Bedingungen des Filmtheaterbetriebs in Deutschland. Mit der Durchsetzung der Digitalisierung sind diese Rahmenbedingungen dabei, sich rapide und dramatisch zu ändern. Zunächst einmal ist das D-Cinema eine technische Neuerung. An die Stelle der 35-mm-Kopie treten neue Trägersysteme, Server und Projektoren, die digitales Material speichern, abspielen und projizieren können. Die Umstellung hat Auswirkungen auf alle Aspekte der Wertungskette. Wie sich die Filmlandschaft, Abrechnungsstandards, Filmvermietung und das Kino als Ort verändern werden, lässt sich zum gegenwärtigen Zeitraum nur vermuten. Hier einige Aspekte:

Produktion: die Kosten für die Produktion sinken, da das teure 35-mm-Material nicht mehr benötigt wird. Die Möglichkeiten der Postproduktion steigen. Die Technik wird allgemein zugänglich – auch Amateure werden technisch hochwertige Filme produzieren können. Die Anzahl der verfügbaren Filme steigt.

Verleih: Die Kosten für Kopien sinken. Ausstrahlungen per Satellit ermöglichen einen weltweit zeitgleichen Filmstart. Die Kontrollmöglichkeiten des Verleihs über den Filmeinsatz im Kino wachsen – theoretisch ist es möglich, dass der Verleih per Kodierung über Zeit und Ort des Abspiels entscheidet. Die großen US-Konzerne sind dabei, Normen für das digitale Abspiel ihrer Filme zu erstellen, den DCI-Standard.

Die Belieferung mit Blockbustern ist flächendeckend, zugleich steigt die Anzahl alternativer Produktionen auf dem Markt. Filmmarketing gewinnt an Bedeutung. Für eine Übergangszeit haben kleine Verleiher mit erhöhten Kosten zu kämpfen, da sie parallel 35-mm-Kopien und digitales Encoding finanzieren müssen.

Filmtheater: Auf die Filmtheater kommen erhebliche Umrüstkosten zu. Derzeit (Oktober 2006) kostet eine digitale Projektionseinheit (Server und Projektor in einer Qualität von 2K) mehr als dreimal soviel wie ein herkömmlicher Projektor; Kosten, die kaum ein Filmtheater alleine aufbringen kann. Die Lebensdauer ist dabei deutlich geringer. Neue Abrechnungsmodelle, um die Verleiher an den Kosten der Umrüstung zu beteiligen, sind in der Diskussion.

Das Angebot von Filmtheatern wird einerseits einheitlicher (weltweite Filmstarts von Blockbustern), andererseits diversifizierter (alternative Content – s.u.). Die Qualität der Vorführung steigt, digitale Filme verschleiben nicht. Eine entscheidende Frage für die Kinos ist die „Offenheit“ der Server, das heißt, die Möglichkeit, verschiedenste digitale Formate abspielen zu können und somit die Hoheit über die Programmierung zu erhalten. Neben dem traditionellen Filmangebot der Verleiher wächst der Bereich „alternativer Content“: Live-Übertragungen von Sport oder Musikereignissen, Live-Interviews, Interaktives Kino,

Videospiele, Filme direkt vom Produzenten. Auch das Angebot an Repertoirefilmen könnte steigen. Für Kinematheken und Filmarchive eröffnen sich neue Möglichkeiten der Archivierung und Verfügbarmachung von Filmen.

DVD, Heimkino, Video-on-Demand, Video Games: Die Digitalisierung bedeutet auch die Zunahme alternativer Angebote zum Kinobesuch. Längst übersteigen die Einnahmen aus dem DVD-Verkauf die Einnahmen aus dem Kinobesuch, entsprechend verschiebt sich der Fokus immer mehr auf die DVD. Die US-Majors reagieren auf das veränderte Freizeitverhalten der Konsumenten bereits mit einer Verkürzung der Auswertungsfenster und einer Vorziehung des DVD-Starts.

Hinzu kommen neue Vermarktungswege für Filme, die in Konkurrenz zum traditionellen Kinobesuch stehen: Vertrieb von Filmen über Mobiltelefon, Video-on-demand, Download über Breitband-Internet, Internet-Videotheken und Pay-TV. Mobile Video-Abspielgeräte, hochauflösendes Fernsehen und Beamer für den Privatgebrauch versetzen Konsumenten in die Lage, überall und jederzeit Kino zu inszenieren.

Das traditionelle Filmtheater wird sich der Herausforderung der Digitalisierung und Diversifizierung stellen müssen, um als Freizeit- und Kulturstätte relevant zu bleiben.

Derzeit (Stand August 2007) sind rund 200 Kinos in Deutschland mit digitaler Technik ausgestattet, einige davon im Rahmen des europäischen Pilotprojektes DELICATESSEN: www.delicatessen.org

Eine Übersicht, die die wichtigsten Fragen zum Thema aufzeigt, ist bei der FFA unter dem Titel „Digitales Kino 2007 - Eine aktuelle Betrachtung“ erschienen. Neben einem Blick auf die aktuellen technischen Neurungen und einem Ausblick auf bevorstehende Entwicklungen, ist ein sog. „Pflichtenheft“ mit den technischen Spezifikationen für das digitale Kino in Deutschland im Internet www.ffa.de abrufbar.

Ebenfalls interessant ist in diesem Zusammenhang das Wörterbuch „Film und neue Medien“ von James Monaco, das im Jahr 2000 im Rowohlt Verlag erschienen ist (siehe 11.2. *Literatur*).

12. Weiterführende Informationen

12.1. Adressen

Arbeitsgemeinschaft Kino – Gilde deutscher Filmkunsttheater

www.agkino.de
Geschäftsstelle:
Rosenthaler Str. 34/35
10178 Berlin
Tel.: (030) 257 608 40
Fax.: (030) 257 608 43
E-Mail: info@agkino.de

AG DOK – Arbeitsgemeinschaft Dokumentarfilm

www.agdok.de
Schweizer Str. 6
60594 Frankfurt am Main
Tel: (069) 62 37 00
Fax: (06142) 966 424
E-Mail: agdok@agdok.de

AG Kurzfilm – Bundesverband Deutscher Kurzfilm

www.ag-kurzfilm.de
Kamenzer Str. 60
01099 Dresden
Tel: (0351) 404 55 75
Fax: (0351) 404 55 76
E-Mail: info@ag-kurzfilm.de

AG Verleih – Verband unabhängiger Filmverleiher

Schliemannstr. 5
10437 Berlin
(030) 44 00 88 44
Fax: (030) 44 00 88 45
E-Mail: info@neuevisionen.de

Berufsgenossenschaft der Feinmechanik und Elektrotechnik

www.bgfe.de
Hauptverwaltung Köln
Gustav-Heinemann-Ufer 130
50968 Köln
Tel: (0221) 37 78-0
Fax: (0221)37 78-1199
E-Mail: info@bgfe.de

BkF - Bundesverband kommunale Filmarbeit

www.kommunale-kinos.de
Schweizer Str. 6
60594 Frankfurt am Main
Tel: (069) 62 28 97
Fax: (069) 603 21 85
E-Mail: info@kommunale-kinos.de

BPjM – Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien

www.bundespruefstelle.de
 Rochusstr. 10
 53123 Bonn
 Tel: (0228) 96 21 03-0
 Fax: (0228) 37 90 14
 E-Mail: info@bpjm.bund.de

Bundesverband Jugend und Film

www.bjf.info
 Kennedyallee 105a
 60596 Frankfurt am Main
 Tel: (069) 631 27 23
 Fax: (069) 631 29 22
 E-Mail: mail@bjf.info

Bundeszentrale für politische Bildung

www.bpb.de
 Adenauerallee 86
 53113 Bonn
 Tel.: +49 (0)1888 - 515 0 (Zentrale)
 Fax: +49 (0)1888 - 515 113
 E-Mail: info@bpb.de

Cinéfête

www.kultur-frankreich.de/cinefete
 Cinefete/AG Kino - Gilde deutscher Filmkunsttheater
 Rosenthaler Str. 34/35
 10178 Berlin
 Tel : (030) 257 608 40
 Fax : (030) 257 608 43
 E-Mail: cinefete@agkino.de

DEFA-Stiftung

www.defa-stiftung.de
 Chausseestr. 103
 10115 Berlin
 Tel: (030) 246 56 21-01
 Fax: (030) 246 56 21-49
 E-Mail: info@defa-stiftung.de

Deutsche Filmakademie

www.deutsche-filmakademie.de
 Köthener Str. 44
 10963 Berlin
 Tel: (030) 25 75 87 90
 Fax: (030) 25 75 87 910
 E-Mail: info@deutsche-filmakademie.de

Entertainment Media Verlag

www.e-media.de , www.mediabiz.de
 Einsteinring 24
 85609 Dornach bei München
 Tel: (089) 451 14-0
 Fax: (089) 451 14-444
 E-Mail: emv@e-media.de

Europa Cinémas

www.europa-cinemas.org
 54, rue Beaubourg
 F-75003 Paris
 Tel.: 00331-42715370
 Fax: 00331-42714755
 E-Mail: europacinemas@magic.fr

Cinema d'Europa Media Salles

www.mediasalles.it
 Via Soperga 2, I-20127 Mailand
 Tel.: 0039-02-66 9 844 05
 Fax: 0039-02-66 9 15 74
 E-Mail: infocinema@mediasalles.it

FBW – Filmbewertungsstelle Wiesbaden

www.fbw-filme.de, www.f-b-w.org
 Rheingastr. 140
 65203 Wiesbaden
 Tel: (0611) 96 60 04-0
 Fax: (0611) 96 60 04-11
 E-Mail: film@f-b-w.org

FDW - Werbung im Kino

www.fdw.de
 Taubenstr. 22
 40479 Düsseldorf
 Tel: (0211) 164 07 33
 Fax: (0211) 164 08 33
 E-Mail: info@fdw.de

FFA – Filmförderungsanstalt

www.ffa.de
 Förderungen im Bereich Filmtheater
 Gisela Kolarczyk
 Marianne Giessmann
 Tel.: (030) 27 577-315/ -316
 Fax: (030) 27 577-333
 E-Mail: kolarczyk@ffa.de, giessmann@ffa.de

Förderverein deutscher Kinderfilm

Amthorst 11
 07545 Gera
 Tel: (0365) 800 10 07
 Fax: (0365) 800 10 07
 E-Mail: fdk@kinderfilm-online.de

FSK Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft

www.fsk.de
 Kreuzberger Ring 56
 65205 Wiesbaden
 Tel: (0611) 778 91-0
 Fax: (0611) 778 91-39
 E-Mail: fsk@spio-fsk.de

GEMA

www.gema.de
 Rosenheimer Str. 11
 81667 München
 Tel: (089) 480 03-00
 Fax: (089) 480 03-969
 E-Mail: gema@gema.de

GVU – Gesellschaft zur Verfolgung von Urheberrechtsverletzungen

www.gvu.de
 Bramfelder Str. 102a
 22305 Hamburg
 Tel: (040) 61 17 92-0
 Fax: (040) 61 17 92-40
 E-Mail: antipiracy@gvu.de

HDF Kino

www.hdf-kino.de
 Große Präsidentenstr. 9
 10178 Berlin
 Tel: (030) 23 00 40-41
 Fax: (030) 23 00 40-26
 E-Mail: info@hdf-kino.de

Institut für Kino und Filmkultur

www.film-kultur.de
 Mauritiussteinweg 86-88
 50676 Köln
 Tel: (0221) 397 48 50
 Fax: (0221) 397 48 65
 E-Mail: info@film-kultur.de

JugendKulturService

Kinderkinobüro
www.kinderkinobuero.de
 Obentrautstr. 55
 10963 Berlin
 Tel: (030) 23 55 62 51
 Fax: (030) 23 55 62-33
 E-Mail: kinderkinobuero@jugendkulturservice.de

KJF - Kinder- und Jugendfilmzentrum in Deutschland

www.kjf.de
 Küppelstein 34
 42857 Remscheid
 Tel: (02191) 794-233
 Fax: (02191) 794-230
 E-Mail: info@kjf.de

Delicatessen

www.delicatessen.org
 Salzgeber & Co. Medien GmbH
 Mehringdamm 33
 10961 Berlin
 Tel: 030-28529090
 Fax: 030-28529099
 E-Mail: info@delicatessen.org

More than Popcorn

www.morethanpopcorn.de
 Kolumbusring 5
 53175 Bonn
 Tel/Fax: (0228) 23 96 15
 E-Mail: steffi@morethanpopcorn.de

Nielsen EDI

www.nielsenedi.com/de
 Nymphenburger Str. 158/ 2.Stock
 80634 München
 Tel: (089) 13 99 20-0
 Fax: (089) ,13 99 20-36
 E-Mail: info@nielsenedi.de

Rinke Treuhand Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

www.rmc.rinke-gruppe.de
 Wall 39
 42103 Wuppertal
 Tel: (0202) 2496-157
 Fax: (0202) 2496-166
 E-Mail: pintzke@rmc.rinke-gruppe.de

Schulkino Dresden – Nils Beer, Stefan Ostertag

www.schulkino.de
 Bautzener Str. 22 HH
 01099 Dresden
 Tel: (0351) 804 88 78
 Fax: (0351) 804 88 78
 E-Mail: mail@schulkino.de

SPIO - Spitzenorganisation der Filmwirtschaft

www.spio.de
 Kreuzberger Ring 56
 65205 Wiesbaden
 Tel: (0611) 778 91-0
 Fax: (0611) 778 91-39
 E-Mail: spio@spio-fsk.de

VdF – Verband der Filmverleiher

www.vdfkino.de
 Neue Schönhauser Str. 10
 10178 Berlin
 Tel: (030) 279 0739-0
 Fax: (030) 279 0739-12
 E-Mail: info@vdfkino.de

Ver.di

www.verdi.de
 CallCenter „ver.di Direkt“
 Tel: 01802-22 22 77

VIDEMA Deutschland

www.videma.de
 Ludwigstr. 33
 60327 Frankfurt a.M.
 Tel.: (069) 971436 - 18
 Fax: (069) 971436 - 13
 E-Mail: info@videma.de

Vision Kino gGmbH – Netzwerk für Film- und Medienkompetenz

www.visionkino.de
 August-Bebel-Str. 26-53
 14482 Potsdam-Babelsberg
 Tel: (0331) 706 22 50
 Fax: (0331) 706 22 54
 E-Mail: info@visionkino.de

Zu Verleih & Vertrieb, Computertechnik, Kinotechnik und Raumausstattung: s. aktuelle Ausgabe des Kinohandbuchs

Bundes- und Länderförderer**BKM - Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien**

www.bundesregierung.de/Webs/Breg/DE/Bundesregierung/Beauftragter fuer Kultur und Medien/beauftragter-fuer-kultur-und-medien.html

FFA-Filmförderungsanstalt

www.ffa.de
 Tel: (030) 27 577 -0
 E-Mail: presse@ffa.de

MFG Baden-Württemberg

www.mfg.de/film
 Tel: (0711) 907 15-480
 E-Mail: freynick@mfg.de

FFF Bayern

www.fff-bayern.de
 Tel: (089) 544 602-50
 Fax: (089) 544 602-60
 E-Mail: birgit.baehr@fff-bayern.de

Medienboard Berlin/Brandenburg

www.medienboard.de
 Tel: (0331) 743 8723
 E-Mail: c.berg@medienboard.de

Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein GmbH

www.ffhsh.de
 Friedensallee 14-16
 22765 Hamburg
 Tel: (040) 398 37 -18,
 Fax: (040) 398 37 -11
mersmann@ffhsh.de

Hessen

www.hessische-filmfoerderung.de
 Tel: (069) 155-4516
 Fax: (069) 155-4514
 E-Mail: postmaster@hessische-filmfoerderung.de

Filmförderung Mecklenburg-Vorpommern

www.film-mv.de
 Tel: (03841) 618 200
 E-Mail: sabine.matthiesen@film-mv.de

Nordmedia

www.nordmedia.de
 Tel: (0511) 123 456-51
 E-Mail: s.mollzahn@nordmedia.de

Filmstiftung NRW

www.filmstiftung.de
 Tel: (0211) 930 500
 Fax: (0211) 930 505
 E-Mail: brittalengowski@filmstiftung.de

Ministerium für Wissenschaft, Weiterbildung, Forschung und Kultur Rheinland-Pfalz

www.mwwfk.rlp.de
 Tel: (06131) 162 827
 E-Mail: Bernd.brauksiepe@mwwfk.rlp.de

Saarland Medien

www.saarlandmedien.de
 Tel: (0681) 389 880
 Fax: (0681) 389 8820
 E-Mail: presse@saarlandmedien.de

MDM

www.mdm-online.de
 Tel: (0341) 269 8714
 Fax: (0341) 269 8765
 E-Mail: oliver.rittweger@mdm-online.de

12.2. Links:

Film- und Brancheninfos:

www.imdb.de - Internet Movie Database - Die Internationale Filmdatenbank.
www.programmkino.de - Informationsportal für Programmkinobetreiber und Liebhaber, ein besonderes Feature sind die frühen Vorabkritiken.
www.cinebiz.de - Nachrichtenportal der Branchenzeitschrift Blickpunkt Film.
www.kinozeit.de - Arthouseportal fürs Publikum, mit Kritiken und Informationen rund um die Filmkunst.
www.critic.de - Arthouseportal fürs Publikum, mit Kritiken und Informationen rund um die Filmkunst.
www.filmecho.de - Nachrichtenportal der Branchenzeitschrift Filmecho.
www.kinofenster.de - Gemeinsames Portal der Bundeszentrale für politische Bildung und Vision Kino zum Schulkino.
www.hdf-kino.de - Kleine, frei zugängliche Materialsammlung für Kinobetreiber.
www.vdf-kino.de - Alle aktuellen deutschen Filmstarts.
www.ffa.de - Publikationen, Statistiken und Studien zur deutschen Filmwirtschaft.
www.spio.de - Publikationen, Statistiken und Studien zur deutschen Filmwirtschaft.
www.mediasalles.it - Publikationen, Statistiken und Studien zur europäischen Filmwirtschaft.
www.fsk.de - Alle FSK-Freigaben.

Zu rechtlichen Fragen:

www.gesetze-im-internet.de
www.bundesfinanzministerium.de
<http://jugend.verdi.de>

zur Weiterbildung:

www.aim-mia.de
www.bm-medienakademie.de
www.mibeg.de
www.rinke-gruppe.de/rmc
www.morethanpopcorn.de
www.ihk.de (für allgemeine Fragen)

12.3. Literatur – eine Auswahl:

Monaco, James, *Film verstehen. Kunst, Technik, Sprache, Geschichte und Theorie des Films und der Neuen Medien*, Rowohlt Verlag, Reinbek bei Hamburg 2000 - Einführung in Filmtheorie und -geschichte.

Monaco, James, *Film und Neue Medien*, Rowohlt Verlag, Reinbek bei Hamburg 1980 – Wörterbuch zu den Neuen Medien.

Dr.-Ing. Günter von Hochmeister, *Handbuch für den Filmvorführer*, Filmkopie, Geräte und Technik der Filmprojektion, Sicherheitstechnik, Aktuelle 3. Auflage 1991 - Standardwerk der 35 mm Vorführtechnik

Hahn, Anke, Schierse, Anna, *Filmverleih*, UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz 2004 - eine Übersicht über die Arbeit eines Filmverleihs und deutsche Verleihlandschaft

Bergala, Alain, *Kino als Kunst – Filmvermittlung an der Schule und anderswo*, Schüren Verlag 2006 – der Philosoph und Pädagoge Alain Bergala über die Filmernziehung.

Kinohandbuch – Das Filmtheater-Adressbuch mit allen wichtigen Filmstatistischen Daten, Entertainment Media (wird jährlich aktualisiert) – alle wichtigen Adressen für Kinobetreiber und Verleiher.

Verleih-Katalog, filmecho/filmwoche, Axtmann-Verlag (wird jährlich aktualisiert) – Übersicht über alle Filme, die gegenwärtig im Verleih sind, mit großem Adressteil.

Fachzeitschriften:

filmecho/filmwoche, Axtmann-Verlag, www.filmecho.de - Branchenblatt für die Filmwirtschaft

Blickpunkt: Film, Entertainment Media, www.blickpunkt-film.de - Branchenblatt für die Filmwirtschaft

Epd Film – Das Kino Magazin, Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik, www.epd-film.de - Zeitschrift der ev. Filmkritik mit seriösen Rezensionen aktueller Starts

Filmdienst, Deutsche Zeitung GmbH, <http://film-dienst.kim-info.de/> - Zeitschrift der kath. Filmkritik mit seriösen Rezensionen aktueller Starts

Black Box – Filmpolitischer Informationsdienst, Ellen Wietstock, www.blackbox-filminfo.de - Zeitschrift der AG Dokumentarfilm mit Branchennews und Einreichterminen

Literatur zu rechtlichen Fragen:

Günter Wöhe, *Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre*, 22. Auflage, Vahlen Verlag, München 2005

HGB. Handelsgesetzbuch, 43. Auflage, dtv Beck, München 2005

BGB. Bürgerliches Gesetzbuch, 57. Auflage, dtv Beck, München 2005

Vahlen, Franz, *Vahlens Großes Wirtschaftslexikon*, 3. Auflage, Vahlen Verlag, München 1999

J. Bilstein, Günter Wöhe, *Grundzüge der Unternehmensfinanzierung*, 9. Auflage, Vahlen Verlag München 2002

13. Glossar

Alternative Content

Filme, Veranstaltungen, Live-Übertragungen, die mit Hilfe des digitalen Kinos durchgeführt werden und nicht im Rahmen des traditionellen Verleihangebots liegen.

Auswertungsfenster

Zeitspanne, die zwischen den einzelnen Verwertungsstufen eines Films liegt. Für von der FFA geförderte Filme gibt es vorgeschriebene Auswertungsfenster. (Siehe auch *4. Die Filmbestellung*).

Concessions

Süßigkeiten, Getränke und Popcorn, die als Nebeneinnahmen den Umsatz aufbessern.

D-Cinema

Das so genannte D-Cinema (= Digitales Kino) bezeichnet dabei den vollständigen Wechsel von der traditionell analogen zur digitalen Technik bei unveränderten Zielgruppen und Nutzungsform der Kinos als Vorführstätte herkömmlicher Filme. Dabei ist die gesamte Wertschöpfungskette von der Produktion über die Distribution bis hin zur Projektion von Kinofilmen, Trailern und Werbung digital. Der Begriff umfasst zudem die digitale Archivierung und den Vertrieb von ursprünglich analogem Filmmaterial. Entscheidend ist zudem eine bestimmte Qualität der Projektion. Der von der DCI (Digital Cinema Initiative) vorgeschlagene Standard beträgt mindestens 2 K.

DCI-Norm

DCI bedeutet „Digital Cinema Initiative“ und ist ein Zusammenschluss der großen Hollywood-Majors: Disney, Fox, MGM, Paramount, Sony Pictures, Universal und Warner Bros. Studios. Sie haben sich in dieser Initiative zusammengeschlossen und einen gemeinsamen technischen Standard vorgegeben, der zur verpflichtenden Norm für digitales Kino werden soll.

Deckungssumme

In einem Versicherungsvertrag ist die Deckungssumme der maximale Betrag, für das ein Versicherungsunternehmen im Schadensfall aufkommt.

Disposition

Ein wichtiger Teil der Arbeit eines Verleihs: Platzierung eines Filmes in den passenden Kinos. Terminierung.

E-Cinema

Im Gegensatz zum D-Cinema bezeichnet das E-Cinema (= Elektronisches Kino) neben der Wiedergabe von Kinofilmen auch die Übertragung von Sende- oder Streaming-Inhalten in Kinosäle. Als alternative Einnahmequelle kommen so auch Live-Konzerte, Theater- oder Sportübertragungen in Frage, selbst Computerspiel-Netzwerkparties auf großer Leinwand sind denkbar. Aber auch das einfache Abspiel einer VHS, Beta oder DVD fällt unter den Begriff e-Cinema. Siehe auch *D-Cinema*.

„EDI-Zahlen“

Die meisten größeren Verleiher arbeiten mit der Firma Nielsen EDI zusammen, die zeitnah Besucherzahlen abfragt und zusammenstellt. Die Zahlen müssen jeweils am Ende eines Arbeitstages telefonisch an EDI durchgegeben werden.

Eigenverleih

Umgangssprachl.: Verleih einer Produktionsfirma oder eines Regisseurs, mit dem Zweck einen bestimmten Film eigenhändig ins Kino zu bringen.

Einlage

Jegliches Geld aus Eigenkapital, das in ein Unternehmen investiert wird.

Encoding

Umschreiben von Filmmaterial in ein digitales Format, das der jeweilige Kinosever entziffern kann.

Erziehungsbeauftragte Person

Ist jeder über 18 Jahre, der Erziehungsaufgaben nach Vereinbarung mit den Eltern übernimmt (vgl. JuSchG §1), so z.B. auch Lehrer oder andere Personen, die Kinder oder Jugendliche im Rahmen der Jugendhilfe oder in der Ausbildung betreuen. (< personensorgeberechtigte Personen).

Filmförderungsanstalt (FFA)

Bundeseinrichtung zur Förderung der Filmwirtschaft. Die FFA ist u.a. für Einzug, Kontrolle und Umverteilung der Filmabgabe zuständig, die alle am Filmmarkt Beteiligten leisten müssen.

FSK-Freigabe

Die „Freiwillige Selbstkontrolle“ der Filmwirtschaft vergibt Jugendfreigaben für Filme. Filme, die der FSK nicht vorgelegt wurden, dürfen nur ab 18 Jahren gezeigt werden. (Siehe auch *5.1. FSK*).

Härtefall

Kinos, die unter bestimmten Umsatzgrenzen wirtschaften, können einen Härtefallantrag beim Verleihverband stellen, um Kopien zu einem ermäßigten Satz zu erhalten.

Heavy User

Regelmäßige Kinogänger mit mehreren Kinobesuchen im Monat.

IVW-Staffel

Von der Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW) werden die Besucherzahlen der Filmtheater ermittelt, und anhand der Höhe der Besucherzahlen werden die Filmtheater IVW-Staffeln zugeordnet. Die Staffeln dienen der Werbewirtschaft zur Kalkulation von Einsätzen und Preisen. (Siehe auch *5.7. Werbemittler und Werbeverwaltungsvertrag*).

Juristische Person

Ein Unternehmen, das wie eine Person fungiert, gilt als juristische Person. Hier haftet nicht der Unternehmer, sondern das Unternehmen selbst. Es wird als Formkaufmann behandelt.

Leistungsstörungenrecht

Das Recht zur Regelung von Schuldverhältnissen in Fällen, in denen die Erbringung einer bestimmten Leistung durch den Schuldner an den Gläubiger nicht erbracht wird.

Mindestgarantie

Garantiesumme, die ein Kino einem Verleih für einen vermieteten Film zahlt, unabhängig von den Einnahmen. Übersteigt der Prozentsatz des Verleihs an den Einnahmen die Garantiesumme, fällt diese weg.

Mischvermietung

Vermietung eines Filmes sowohl an Multiplexe als an Programmkinos.

Nachaufführer

Kinos, die aktuelle Filme mehrere Wochen/Monate nach Start spielen.

Personensorgeberechtigte Personen

Sind einzig die Eltern (nur in Ausnahmefällen ein vom Familiengericht bestellter Vormund).

Programmkinostatus

Beim Verband der Filmverleiher (VdF) kann formlos ein Programmkinostatus beantragt werden, der zum Abspiel in Schienen berechtigt (siehe auch *Schienenspiel*).

Prolongation

Absprache zwischen Verleih und Kino: die Aufführungsdauer eines Filmes wird bei guten Besucherzahlen immer Montags um jeweils eine Woche verlängert.

Referenzförderung

Zuschussförderung der FFA, die jedes Filmtheater jeweils am Anfang eines Jahres beantragen kann. Bei guten Besucherzahlen deutscher Filme und bei Erhalt eines Kinoprogrammpreises fällt die Referenzförderung für das einzelne Kino höher aus.

Reklamezuschuss

Es besteht die Möglichkeit, bei regionalen Marketingaktivitäten mit dem Verleih über einen Reklamezuschuss (RZ) zu verhandeln.

Rücklage

Der jeweilige „Sparstrumpf“ eines Unternehmens. Gesetzliche Rücklagen werden aufgrund von gesetzlichen Bestimmungen gebildet. Dies ist z.B. der Fall bei der GmbH.

Scheinkaufmann

Wer im Handelsregister als Kaufmann eingetragen ist, ohne die Voraussetzungen für einen Kaufmann zu erfüllen, muss sich dennoch wie ein Kaufmann behandeln lassen.

Scheinselbstständigkeit

Hierunter fallen alle Arbeitsverhältnisse, welche die Voraussetzungen der Paragraphen §§ 612-630 erfüllen, vom Arbeitgeber aber mittels Werkvertrag nach §§ 631-651 als freie Mitarbeiter oder Honorarkraft eingestellt werden. Dies ist z.B. der Fall, wenn eine Person als freier Mitarbeiter deklariert wird, dem Vorgesetzten gegenüber jedoch weisungsgebunden ist und sich an einen festen Arbeitsplatz in einem Betrieb begibt und/oder geregelten Arbeitszeiten unterliegt.

Schienenspiel/Schiensprogramm

Im Unterschied zur üblichen Praxis, bei der ein erstaufgeführter Film in der Regel in allen Vorstellungen eines Saals für einen mit dem Verleiher vereinbarten Zeitraum gezeigt werden muss, haben Programmkinos in den 70er Jahren das sogenannte Schienenspiel entwickelt, bei dem in einem Saal verschiedene Filme zu verschiedenen Zeiten, oftmals auch mehrere verschiedene Filme innerhalb einer Zeit „schiene“ in einer Woche gezeigt werden. (Siehe auch *Programmkinostatus*).

Selbstbehalt

Bei einem Versicherungsvertrag ist der Selbstbehalt die Schadenssumme, die der Versicherte trägt, bevor die Versicherungsgesellschaft einspringt.

Sneak-Preview

„Geheime-Vorschau“ – Vorabführung eines Films vor Start, wobei dem Publikum vorab nicht bekannt ist, um welchen Film es sich handelt.

Spielkreislisten

Der Einsatz der Zusatzkopien der FFA an Kinos in Orten unter 20.000 Einwohner wird mittels der Spielkreislisten entschieden. Die aktuellen Listen können beim Verband der Filmverleiher eingesehen werden: www.vdfkino.de > *Förderkopien*

Spulenturm

Projektor, bei dem der Film auf Spulen gelagert ist und senkrecht von oben nach unten abgespult wird. Da die Spulen in der Regel nur einen halben Film fassen, wird mit 2 Spulentürmen gearbeitet und in der Filmmitte überblendet. Nach dem Abspiel muss der Film zurückgespult werden.

Stiller Gesellschafter

Ein Arbeitnehmer oder auch ein unternehmensunabhängiger Geldgeber, der seinen Gewinnanteil in eine Vermögenseinlage umwandelt, mit der er am laufenden Gewinn und Verlust (rein kapitalantelig und nicht über eine Mitbestimmung) beteiligt ist. Die Verlustbeteiligung kann ausgeschlossen werden.

Tellerprojektor

Projektor, bei dem der Film horizontal auf einem Teller gelagert ist. Der Film kann als Ganzes abgespielt werden und muss nicht zurückgespult werden.

Terminbestätigung (TB)

Nach einer mündlichen Absprache mit dem Verleih, erhält der Kinobetreiber die sogenannte Terminbestätigung, die Vertragsdokument über das Abspiel und Abrechnungsfeld in einem darstellt. Mit Anerkennung der TB akzeptiert der Kinobetreiber zugleich auch die AGBs des Verleihs. Ein Beispiel für eine TB findet sich unter 7.2. Die Terminbestätigung.

Träger

Material, auf dem sich die Filmdaten befinden, z.B. 35-mm-Film, Super 8, VHS-Kassette, DVD, Digital Master. Der immer noch gebräuchlichste Träger ist der 35-mm-Film.

Vergnügungssteuer

Die Vergnügungssteuer ist eine in einigen (wenigen) Bundesländern und Gemeinden örtlich erhobene kommunale Steuer. Ihr unterliegen die dort veranstalteten „Vergnügungen“, vor allem Tanzveranstaltungen in Diskotheken, aber auch Filmvorführungen und der Betrieb von Spielautomaten und Unterhaltungsapparaten. Sie wird vom jeweiligen Veranstalter entrichtet.

Als Steuermaßstab dienen z.B. Preis und Zahl der ausgegebenen Eintrittskarten oder Pauschbeträge, die nach typischen Merkmalen wie Raumgröße oder Sitzplätze ermittelt werden.

Durch das Spielen von Filmen mit den Prädikaten „Wertvoll“ und „Besonders wertvoll“ kann der Kinobetreiber die zu erreichenden Zuschauerquoten für die Referenzfilmförderung durch die FFA senken und Vergünstigungen bei der Vergnügungssteuer erreichen.

Die Termine zur Abgabe der Vergnügungssteuer und die genauen Berechnungsmodalitäten sind bei den jeweiligen Gemeinden zu erfragen.

Verwertungskette

Reihenfolge der Auswertungsstufen, die das Produkt Film durchläuft: Produktion – Verleih – Kino – DVD/Video – Video-on-Demand - Ausstrahlung im Bezahlfernsehen – Ausstrahlung im TV.

Werbemittler

Firmen, die sich auf die Vermittlung von Werbeaufträgen an Kinos spezialisiert haben. Die meisten Kinos haben Exklusivverträge mit einem Werbemittler abgeschlossen und werden von diesem mit Trailern beliefert. (siehe auch *IVW Staffeln*)

Zusatzkopien/Förderkopien

Zusätzliche Filmkopien, die von BKM, FFA oder Länderförderern finanziert werden und deren Vermietung nach bestimmten Kriterien erfolgen muss.

Impressum:

Der KINOLEITFADEN wurde erstellt von der

Arbeitsgemeinschaft Kino – Gilde deutscher Filmkunsttheater e.V.

Rosenthaler Str. 34/35, 10178 Berlin

Telefon: 030-257608-40, Fax: 030-257608-43

Mail: info@agkino.de

www.agkino.de, www.programmkino.de, www.filmkunstmesse.de

gefördert von der

Filmförderungsanstalt (FFA)

Große Präsidentenstr. 9

10178 Berlin

Telefon: 030-27577-0, Fax: 030-27577-111

Mail: presse@ffa.de

www.ffa.de

Redaktion: Hendrike Bake

Autorinnen: Hendrike Bake, Heide Bottling, Claudia Meisdröck

Gestaltung: GROUND SERVICE, Berlin

Druck: Druckerei Dressler, Berlin

1. Auflage 2007



Arbeitsgemeinschaft Kino
Gilde deutscher Filmkunsttheater e.V.

Erstellt von der AG Kino Gilde deutscher Filmkunsttheater e.V.
Rosenthaler Str. 34/35, 10178 Berlin
Tel.: (030) 257 608 40, Fax: (0a30) 257 608 43, Mail: info@agkino.de
www.agkino.de, www.programmkino.de, www.filmkunstmesse.de

gefördert von der Filmförderungsanstalt (FFA), www.ffa.de

