

+++ Das erste Kinohalbjahr 2006 +++ Gastkommentar Dieter Kosslick +++ Die FFA-Werbekommission stellt sich vor +++ Besucher, Umsatz, Eintrittspreise – das Halbjahr in Zahlen +++ Schwerpunkt Deutscher Film: Kassenhits und Festivalerfolge, Die Top 100, Die Besucher +++ Filmtheater: Zukunftsort Kino, Multiplexe im Wandel +++ Deutscher Videomarkt stagniert auf hohem Niveau +++ Erfolgreiche Kinonderformen: Von Autokino bis Open Air +++ FFA-Foyer: Short Tiger in neuem Umfeld, Bundespräsident bei Vision Kino +++

## Das Comeback der guten Zahlen

### 8,9 Prozent mehr Umsatz und 19,9 Prozent Marktanteil für deutsche Filme

WM-Fieber und Sommerhitze zum Trotz: Im ersten Halbjahr konnte die Kinobranche gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres ein deutliches Besucher- und Umsatzplus verbuchen. Insgesamt wurden in den deutschen Kinos 65,1 Millionen Besucher gezählt und 384,1 Millionen Euro umgesetzt – ein Anstieg von jeweils 7,8 Prozent bzw. 8,9 Prozent. Auf dieser Basis steht die Branche nach dem ambivalenten Kinohalbjahr 2005 wieder auf solidem Boden. Der Mix machte es: Die Blockbuster ICE AGE 2 – JETZT TAUT'S und THE DA VINCI CODE – SAKRILEG wurden den Millionenerwartungen mehr als gerecht, eine Reihe von publikumsstarken Produktionen aus dem Mittelfeld füllten die Kinosäle und insbesondere sorgte ein zahlreiches und vielseitiges deutsches Filmangebot für die erfreuliche Bilanz. Mit 19,9 Prozent Marktanteil und einem 12,8 Millionenpublikum erreichte der deutsche Film den höchsten Halbjahresstand seit 1997. Ein publikumsstarker SOMMER VORM

BALKON, die Oscar-Nominierung von SOPHIE SCHOLL – DIE LETZTEN TAGE und eine Berlinale mit über 50 Produktionen und vier Wettbewerbsbeiträgen aus Deutschland bildeten den Auftakt zu einem Halbjahr beeindruckender deutscher Kino- und Festivalfilme, das mit den Millionenergebnissen von DIE WILDEN KERLE 3 und DIE WILDEN HÜHNER und dem mittlerweile weltweit verkauften und mit sieben Lolas ausgezeichneten Stasi-Drama DAS LEBEN DER ANDEREN abgerundet wurde. Die Stimmung in der Branche hat sich durch die jüngsten Ergebnisse deutlich aufgehellt, doch die strukturellen Probleme bleiben. Das Kino in Deutschland steht mitten im Umbruch und unmittelbar vor gravierenden Veränderungen. Nicht nur die aktuelle Zahl von 106 geschlossenen Kinosälen demonstriert den angespannten Markt, auch die Zunahme der illegalen Downloads von Kinofilmen und das veränderte Freizeitverhalten des Publikums stellen Kinobetreiber und Verleiher

weiterhin vor große Herausforderungen. „Eine davon ist die faire und flächendeckende Einführung des digitalen Kinos in Deutschland“, so FFA-Vorstand Peter Dinges. Der Kinomarkt der Zukunft wird sicherlich die Diskussionen im zweiten Halbjahr 2006 bestimmen – gestärkt von den guten Nachrichten von der Kinokasse.



DAS LEBEN DER ANDEREN  
Deutscher Filmertop in den Halbjahres-Top 10

Das Kino-Halbjahresergebnis 2006							
	30.06.2006	30.06.2005	30.06.2004	30.06.2003	30.06.2002	30.06.2001	30.06.2000
Einwohner Deutschland <sup>1</sup>	82.437.995	82.500.849	82.531.671	82.536.680	82.402.983	82.182.824	82.163.475
Kinobesucher <sup>2</sup>	65,1 Mio.	60,3 Mio.	72,3 Mio.	71,3 Mio.	80,4 Mio.	79,7 Mio.	74,3 Mio.
Kinoumsatz in Euro <sup>2</sup>	384,1 Mio.	352,6 Mio.	419,6 Mio.	414,0 Mio.	474,0 Mio.	442,1 Mio.	405,0 Mio.
Filmtheaterunternehmen	1.216	1.225	1.230	1.207	1.194	1.166	1.177
Spielstätten (Kinos)	1.833	1.848	1.848	1.842	1.833	1.822	1.891
Leinwände (Säle)	4.828	4.875	4.847	4.868	4.825	4.738	4.734
Sitzplätze <sup>3</sup>	843.212	862.760	861.679	883.628	882.525	870.656	859.555
Kinostandorte	1.027	1.008	1.038	1.058	1.047	1.041	1.071
Einwohner pro Sitzplatz	98	96	96	93	93	94	96
Einwohner pro Leinwand	17.075	16.923	17.027	16.955	17.078	17.345	17.356
Besucher pro Leinwand	13.476	12.377	14.926	14.647	16.667	16.824	15.698
Besucher pro Sitzplatz	77	70	84	81	91	92	86
Kinobesuch pro Einwohner	0,79	0,73	0,88	0,86	0,98	0,97	0,90
durchschn. Eintrittspreis in Euro	5,90	5,84	5,80	5,81	5,89	5,55	5,45
deutscher Marktanteil in % <sup>4</sup> (auf Besucherbasis)	19,9%	19,0%	13,2%	17,1%	13,1%	13,0%	15,3%
Besucher deutscher Filme <sup>4</sup>	12,8 Mio.	11,4 Mio.	9,4 Mio.	12,0 Mio.	10,3 Mio.	9,9 Mio.	10,9 Mio.

Quelle: FFA

<sup>1</sup> Quelle: Statistisches Bundesamt Wiesbaden <sup>2</sup> Hochrechnung der Kinomeldungen

<sup>3</sup> Sitzplätze ohne Open-Air, Universitätskinos und Schließungen 2006 <sup>4</sup> nach Meldungen der Verleihfirmen



© IFB, Foto: Dirk Deckbar

**KOMM NÄHER:**  
Dieter Kosslick mit Schauspielerin Stefanie Stappenbeck (li.) und Regisseurin Vanessa Jopp (re.), Berlinale 2006



© IFB, Foto: Richard Hübner

**ELEMENTARTEILCHEN:**  
Das Team um Regisseur Oskar Roehler und Produzent Bernd Eichinger (beide links), Berlinale 2006



© IFB, Foto: Richard Hübner

Silberne Bären für Sandra Hüller, Jürgen Vogel und Moritz Bleibtreu auf der Berlinale 2006

## Himmel überm deutschen Film

Von Dieter Kosslick

Der deutschen Filmbranche geht es wie einem arbeitslosen Rechtsanwalt. Sie kann nicht klagen. Und das nicht erst seit gestern. Der Marktanteil deutscher Filme hat sich nunmehr seit Jahren auf beachtenswerte gute 20 Prozent eingependelt und schlägt immer mal wieder nach oben aus. Damit ist übrigens auch im vor uns liegenden Kinoherbst zu rechnen. Man kann es förmlich riechen. Und das Schönste ist: Die Besucherzahlen werden nicht von Eintagsfliegen oder One-Hit-Wonders gemacht, sondern von einer Anzahl von Filmen, die nicht unterschiedlicher sein könnten und die ihr Publikum in den verschiedensten Alters- und Bildungsgruppen haben.

Genau davon können wir bei der Berlinale ein Lied singen. Denn – machen wir uns nichts vor – ein Festivalpublikum ist nicht automatisch identisch mit dem Publikum, was jenseits der zehn tollen Tage am Potsdamer Platz die Kinos dort und anderswo bevölkert. Festivalfilme werden aus anderen Gründen ausgewählt und aus anderen Gründen angeschaut als die Filme im Kinoalltag. Das Festival ist eine Leistungsschau des internationalen Films in künstlerischer, formaler, inhaltlicher, politischer oder personeller Hinsicht. Es ist breit gefächert, mal anstrengend, mal ärgerlich, mal zum Lachen, mal zum Heulen – aber immer interessant, aufregend, ungewöhnlich. Wer sich Filme auf einem Festival anschaut, will sich überraschen lassen, will etwas sehen, was er nicht kennt. Der alltägliche Kinogänger aber geht meistens auf Nummer Sicher. Dass ihm genau dabei aber auch ein Festival helfen kann, ist eine der Errungenschaften, die der Berlinale mittlerweile gerne zu gute gehalten wird.

Es kann nämlich gelingen, aus einem Festivalfilm einen Film für den Kinoalltag zu machen. Dazu bedarf es zweier Elemente, auf die wir bei unserer Arbeit achten: Das Festival selbst muss eine Ausstrahlung haben, die das noch nicht so neugierige Publikum neugierig macht. Es muss zum Gegenstand des öffentlichen Interesses – und das heißt auch besonders des Interesses der Medien –

werden. Und es muss eine Auswahl von Filmen präsentieren, die dieses Interesse hervorrufen. Also Filme, von denen man spricht.

Dass dies in den vergangenen Jahren sehr oft und immer häufiger die deutschen Filme waren, ist gar nicht in erster Linie ein Verdienst der Berlinale. Es ist der Verdienst einer Branche, die sich besser, breiter, interessanter, mutiger aufgestellt hat. Wir haben dies nur gewürdigt – und damit ein Stück dazu beitragen können, dass auch das Angebot im Kino breiter, interessanter und mutiger wurde.

Aus dem Wettbewerb haben Filme wie GOOD BYE, LENIN! oder GEGEN DIE WAND in Deutschland Kinokarrieren und darüber hinaus Weltkarrieren begonnen. In diesem Jahr war es Oskar Roehlers ELEMENTARTEILCHEN.

Auf dem Kinderfilmfest kehrte der RÄUBER HOTZENPLOTZ in die Herzen der jungen Zuschauer zurück. Das Panorama prämierte Andres Veiels Dokumentarfilm DIE SPIELWÜTIGEN, der zu einem Kinohit wurde. Im Forum werden nicht selten deutsche Entdeckungen wie Valeska Grisebach für internationale Festivals gemacht. Und die Perspektive Deutsches Kino trägt ihren Namen zu Recht. Hier begann zum Beispiel die Erfolgsgeschichte eines Außenseiter-Hits wie MUXMÄUSCHENSTILL.

Ein Festival darf, muss ja immer etwas seiner Zeit voraus sein. Wir sichten und sehen (im doppelten Sinne des Wortes) immer auch das Kino von morgen. Und da bleiben die Aussichten für das deutsche Kino in unseren Augen weiter heiter. Dazu tragen übrigens ganz wesentlich unsere Schauspielerinnen und Schauspieler bei. Sie sind nicht nur ausgezeichnet, sondern werden auch jedes Jahr von der Internationalen Jury mit Silbernen Bären dafür ausgezeichnet.

Ein Wort des Dankes an dieser Stelle kommt von Herzen:

Ganz wesentlich zum Erfolg des deutschen Films bei der Berlinale in den vergangenen fünf Jahren hat die kontinuierliche Unterstützung der FFA beigetragen. Der Einsatz hat sich gelohnt.

Und die Unterstützung des Talent Campus – neben dem World Cinema Fund (WCF) und dem neuen European Filmmarket im Martin Gropius-Bau – hat internationale Anerkennung gebracht. Das Bild der deutschen Filmbranche hat sich gerade dadurch beim internationalen Filmmachwuchs drastisch verändert: Vom Land des „stupid german money“ zum weltoffenen „smart investment“. Internationale Festival- und Verkaufserfolge, wie der vom WCF unterstützte Wettbewerbsbeitrag PARADISE NOW beweisen dies.

Die deutsche Filmbranche ist gut aufgestellt, mit Ihren Filmförderungen, der Deutschen Filmakademie, dem Deutschen Filmpreis, den verschiedenen Filmfestivals, mit German Films und den deutschen Filmschulen. Was wollen wir mehr? Natürlich noch mehr Zuschauer. Davon kann man nie genug haben.

### Der Autor



© IFB

**Dieter Kosslick**  
Festivaldirektor  
Internationale Filmfestspiele Berlin

Dieter Kosslick, geb. 1948, zog nach seinem Studium der Kommunikationswissenschaften nach Hamburg, wo er als Redenschreiber des Bürgermeisters, als Pressesprecher der „Leitstelle für die Gleichstellung der Frau“ und als Redakteur der Zeitschrift KONKRET tätig war. 1983 begann sein Wirken in der Filmförderung – als Geschäftsführer des Filmbüros Hamburg und ab 1988 als Geschäftsführer der wirtschaftlichen Filmförderung der Hansestadt. 1992 holten das Land Nordrhein-Westfalen und der WDR ihn an den Rhein, um die Leitung der gerade ein Jahr alten Filmstiftung NRW zu übernehmen, die er neun Jahre innehatte. Im Jahr 2000 beriefen ihn das Land Berlin und die Bundesregierung zum Leiter der Internationalen Filmfestspiele Berlin: Am 1. Mai 2001 hat er seine Aufgabe als Berlinale-Direktor aufgenommen.

# Die Kommission für besondere Aufgaben

Werbung für den deutschen Film im In- und Ausland | Von Peter Sundarp

Neben den bekannten „Förderungsklassikern“ wie Produktion, Verleih, Kino und Video hat die FFA auch den Auftrag die sogenannten „besonderen Maßnahmen“ finanziell zu unterstützen; dafür ist – neben dem Präsidium – die Werbekommission zuständig.

Was sind nun die Aufgaben dieser mit 13 Verwaltungsratsmitgliedern pluralistisch besetzten Kommission? Die FFA bewirbt keine einzelnen Filme, sie unterstützt aber finanzielle Maßnahmen, die das Kino als primären Erlebnisort besonders herausstellen, sowie „den“ Film in seiner ganzen Bandbreite als Medium der Spannung und Unterhaltung vor Augen führen. Diese Kommission versteht sich im besten Sinne tatsächlich als Kommission für besondere Aufgaben; deutlich wird dies vor allem an der Vielseitigkeit der zu behandelnden Themen. So umfasst das Förderpaket ganz unterschiedliche Maßnahmen wie die Werbung für den deutschen Film im Ausland, die Pirateriebekämpfung, die Marktforschung, die Filmedukation sowie die Werbung für den deutschen Film im Inland. Dafür stehen der Kommission jährlich rund 6 Millionen Euro zur Verfügung.

Die stetige Verbesserung der Außenvertretung des deutschen Films ist uns ein besonderes Anliegen. Für die Mitfinanzierung der Overhead- und Projektkosten von German Films stellt die Werbekommission alleine rund 2,5 Millionen Euro jährlich zur Verfügung. Dies sind nicht unerhebliche Fördergelder, die aber zweifellos gut angelegt sind. Der aktuelle Erfolg des deutschen Films im Ausland zeigt sich unter anderem durch den Anstieg der Exporterlöse und der zahlreichen internationalen Festivalerfolge.

## Dafür werden Filme gemacht

Natürlich lieben wir Filme. Natürlich lieben wir Kino. Natürlich möchten wir diese Liebe niemals aufgeben müssen. In der Realität stellt sich dieses Ansinnen aber als durchaus komplizierter dar, als wir es vielleicht wahrhaben wollen. Eine alles Gewohnte in Frage stellende demographische Ent-

Die veränderten Marktbedingungen haben auch zu einer konsequenten Veränderung in der Förderungsrichtung geführt. So hat sich die Kommission seit einigen Jahren intensiv mit dem Thema der Pirateriebekämpfung befasst und fördert nunmehr im dritten Jahr die Raubkopierer-Kampagne „Hart aber gerecht“. Der Erfolg von PR-Kampagnen hängt nicht zuletzt von der Kenntnis des Marktes und des Konsumentenverhaltens ab. Insofern beschäftigen wir uns auch intensiv mit der Marktforschung. So werden regelmäßige filmwirtschaftliche Bestandsanalysen erstellt, auf deren Grundlage die für die Filmwirtschaft notwendigen PR-, Image- und Pirateriebekämpfungskampagnen konzipiert werden können.

Darüber hinaus beschäftigt sich die Kommission auch mit der Filmbildung junger Menschen. Gemeinsam mit der Filmwirtschaft und dem Bund hat die FFA hierfür im vergangenen Jahr die Filmkompetenzagentur „Vision Kino“ gegründet und wird deren Aufgaben – gemeinsam mit dem BKM – finanzieren. Die kürzlich erfolgte Übernahme der Schirmherrschaft von Vision Kino durch den Bundespräsidenten ist ein hervorragendes Zeichen, zeigt es doch die besondere Bedeutung dieses Projektes.

Die vor Jahren von der Werbekommission initiierte PR-Kampagne „Kino ist das Größte“ findet aktuell ihre erfolgreiche Fortsetzung in der neuen Image-Kampagne „Kino. Dafür werden Filme gemacht“. Diese Kampagne bewirbt in unterschiedlicher Ausprägung nicht nur den Mainstream- sondern auch den Arthouse-Film. Das Wiederfinden beider Genres unter einem Dach war hier ein besonderes Anliegen der Kommission, die dieses Projekt mit 1,2 Millionen Euro unterstützt.

wicklung, ein verändertes Mediennutzungsverhalten, neue Auswertungsformen für den Film und die Bedrohung durch Raubkopien sind nur einige Stichworte, die die unglaublichen Herausforderungen beschreiben, denen sich Kinobetreiber stellen müssen. Diese Aufgaben sind so groß, dass sie allein nicht gemeistert werden können. An dieser Stelle setzt die existenziell wichtige und kompetente Arbeit der FFA-Werbekommission ein. Die Kampagnen „Kino. Dafür werden Filme gemacht.“ und „Raubkopierer sind Verbrecher.“ könnten kaum unterschiedlicher sein und werden dennoch beide von der FFA-Werbekommission gefördert. Sie tragen dazu bei, die Einmaligkeit des Filmenerlebnisses im Kino und die Hochachtung vor der Leistung aller für den Film Arbeitenden ins Bewusstsein zu bringen. Die Werbekommission gibt mit ihrer Entscheidung, diese Projekte zu fördern, der Branche zwei wichtige Instrumente an die Hand – damit wir auch morgen noch kraftvoll Kino machen können...



Slogan der Kampagne



Plakatmotiv „DIE DREI STEHEN AUF ACTION...“

## Die Werbekommission

**Vorsitzender:**  
Peter Sundarp

**Stellv. Vorsitzender:**  
Antonio Exacoustós

**Mitglieder:**  
Gisela Hilbrecht,  
Dr. Rainer Sontowski,  
Jan Oesterlin, Dr. Peter Bär, Joachim A. Birr,  
Hans-Peter Lackhoff, Dr. Stefan Gärtner,  
Uschi Reich, Thomas Frickel, Tomy Wigand,  
Dr. Peter Hasenberg



Noch einige Worte zur Kommissionsbesetzung: Engagierte Filmpolitiker diskutieren mit ebenso engagierten Verleihern und Produzenten; hier bringen die Vertreter der Kino- und Videowirtschaft ihre Erfahrungen genauso mit ein, wie die Filmexporteure ihr spezielles Know-How über den Auslandsmarkt. Ein Vorteil ist dabei zweifellos, dass sich diese Kommission rein anzahlmäßig nur mit wenigen Projekten zu befassen hat. Die Kommission hat daher ausreichend Zeit, sich mit jedem Projekt intensiv zu beschäftigen, Aufwand und Ertrag abzuwägen und mit den Projekt-Partnern in eine konstruktive kritische Diskussion einzutreten. Aufgrund der überschaubaren Projektanträge kommt jedem dieser Projekte gleichwohl eine besondere – vor allem auch finanzielle – Bedeutung zu, die Kommission muss also in jedem Einzelfall besonders verantwortungsvoll entscheiden, da „Förderungsflups“ hier viel stärker negativ zu Buche schlagen.

Wir arbeiten weiter daran, unserem Publikum – auch im Hinblick auf die anstehenden demographischen Veränderungen – zu vermitteln, welcher besondere Reiz von Film und Kino mit seinem einmaligen Gemeinschaftserlebnis ausgeht.

tente Arbeit der FFA-Werbekommission ein. Die Kampagnen „Kino. Dafür werden Filme gemacht.“ und „Raubkopierer sind Verbrecher.“ könnten kaum unterschiedlicher sein und werden dennoch beide von der FFA-Werbekommission gefördert. Sie tragen dazu bei, die Einmaligkeit des Filmenerlebnisses im Kino und die Hochachtung vor der Leistung aller für den Film Arbeitenden ins Bewusstsein zu bringen. Die Werbekommission gibt mit ihrer Entscheidung, diese Projekte zu fördern, der Branche zwei wichtige Instrumente an die Hand – damit wir auch morgen noch kraftvoll Kino machen können...

**Jan Oesterlin**  
Geschäftsführer ZKM



# Alles andere als Eiszeit

## Deutliche Aufheiterung an der Kinokasse dank Ice Age 2 und Co.

Die Branche kann aufatmen: Nachdem die Umsatz- und Besucherzahlen bis März die enttäuschenden Werte aus 2005 nicht übertreffen konnten, erzielte das erste Halbjahr 2006 in seiner Gesamtschau mit 65,1 Millionen Zuschauern doch noch ein solides Besucherplus von 7,8 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum – und das trotz des schwachen Junis mit landesweitem WM-Fieber und Sommerhitze. 384,1 Millionen Euro wurden in den deutschen Kinos vom 1. Januar bis 30. Juni 2006 umgesetzt – ein Umsatzplus von 8,9 Prozent, das vor allem den guten Einspielergebnissen zweier US-Blockbuster und einem breit gefächerten Mittelfeld zu verdanken ist.

An der Spitze der Halbjahres Top 10 liegen ganz klar ICE AGE 2 – JETZT TAUT'S und THE DA VINCI CODE – SAKRILEG mit 8,6 Millionen bzw. 5,1 Millionen Zuschauern. Vor allem der Animations-Hit aus der Eiszeit beendete selbige an der Kinokasse nachdrücklich: Das Ice Age-Sequel bescherte den Kinobetreibern den besten April seit 15 Jahren mit einem Rekordplus von 96,1 Prozent im Vergleich

zum Vorjahresmonat. Doch auch zahlreiche deutsche Neustarts haben wesentlich zur Erholung beigetragen und sind – neben ansonsten ausschließlich US-amerikanischen Filmen – unter den Top 10 dann auch gleich zweimal vertreten: An dritter Stelle liegt der von mehr als zwei Millionen Zuschauern gesehene DIE WILDEN KERLE 3 und auf Rang acht schaffte es DAS LEBEN DER ANDEREN, der dank 1,3 Millionen Besuchern mehr einspielte, als das Tom Cruise-Starvehikel MISSION IMPOSSIBLE III.

Der Aufwärtstrend im ersten Kinohalbjahr 2006 hierzulande ist gleichermaßen in den USA und fast allen Schlüsselterritorien Kontinentaleuropas zu beobachten: französische, italienische, spanische und österreichische Kinos konnten ein gutes Umsatzplus verbuchen, einen leichten Abwärtstrend wies nur das britische Kinohalbjahr auf, allerdings hatte Großbritannien auch das Tief des vergangenen Jahres im Gegensatz zu den europäischen Nachbarn weniger zu spüren bekommen.

### Top 10 Die Hitliste des 1. Halbjahres 2006

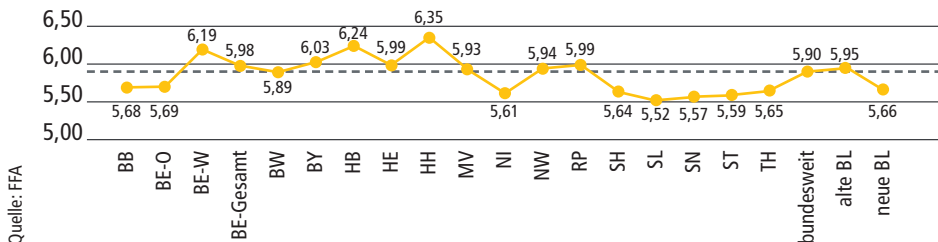
Rang und Filmtitel	Besucher
1. Ice Age 2 – Jetzt taut's	8.579.730
2. The Da Vinci Code – Sakrileg	5.114.387
3. Die wilden Kerle 3	2.083.693
4. Himmel und Huhn	1.985.904
5. X-Men – Der letzte Widerstand	1.546.029
6. Walk the Line	1.529.198
7. Scary Movie 4	1.340.885
8. Das Leben der Anderen	1.339.301
9. Brokeback Mountain	1.288.447
10. Mission: Impossible III	1.224.958

Quelle: FFA

Hierzulande sorgte das zweite Quartal trotz des WM-Monats Juni für Aufschwungsstimmung: Das Gesamtumsatzplus der ersten fünf Monate war mit 12,2 Prozent sogar zweistellig, allerdings schlugen dann Fußballfieber und Sommerhitze im Juni mit einem Minus von 16,3 Prozent zu Buche und drückten das Gesamtergebnis. Nach Angaben der Kinobetreiber konnten viele Kinos aber auch den Juni dank Sonderaktionen und WM-Public-Viewing zur Image-Steigerung nutzen und Umsatzeinbußen wenigstens teilweise durch steigende Gastronomieerlöse kompensieren.

Der Eintrittspreis stieg im ersten Halbjahr 2006 um einen moderaten Prozentpunkt, was vor allem auf die weitere Preisangleichung im Ostteil der Republik zurückzuführen ist, wo der Durchschnittspreis der Kinokarte um 2,5 Prozent stieg – die Eintrittspreisentwicklung setzt somit den Trend der letzten zwei Jahre fort. Im Vergleich aller Bundesländer ist der Kinobesuch mit 6,35 Euro in Hamburg am kostspieligsten, während in Saarland das gleiche Filmvergnügen im Durchschnitt bereits für 5,52 Euro zu haben ist.

### Durchschnittlicher Eintrittspreis in den Bundesländern – 1. Halbjahr 2006 (in Euro)



Quelle: FFA

### Besucher-, Umsatz- und Eintrittspreisentwicklung der deutschen Filmtheater – 1. Halbjahre 2002 bis 2006

	2002	2003	2004	2005	2006	Vergl. 06/05	Ø 5 Jahre	Ø Vergl. 06	
Besucher	bundesweit	80.416.967	71.301.964	72.344.148	60.336.098	<b>65.060.030</b>	7,8%	69.891.841	-6,9%
	alte Bundesländer	67.245.495	58.655.092	60.993.122	51.408.115	<b>55.419.033</b>	7,8%	58.744.171	-5,7%
	neue Bundesländer	13.171.472	12.646.872	11.351.026	8.927.983	<b>9.640.997</b>	8,0%	11.147.670	-13,5%
Umsatz	bundesweit	473.990.727	414.033.861	419.622.618	352.623.546	<b>384.072.193</b>	8,9%	408.868.589	-6,1%
	alte Bundesländer	402.020.105	345.412.173	357.801.404	303.375.958	<b>329.515.049</b>	8,6%	347.624.938	-5,2%
	neue Bundesländer	71.970.622	68.621.688	61.821.214	49.247.588	<b>54.557.144</b>	10,8%	61.243.651	-10,9%
Eintrittspreis	bundesweit	5,89	5,81	5,80	5,84	<b>5,90</b>	1,0%	5,85	0,9%
	alte Bundesländer	5,98	5,89	5,87	5,90	<b>5,95</b>	0,8%	5,92	0,5%
	neue Bundesländer	5,46	5,43	5,45	5,52	<b>5,66</b>	2,5%	5,50	2,8%

Quelle: FFA

### Eintrittspreisentwicklung der deutschen Filmtheater – 1. Halbjahr 2006

	Januar	Februar	Feb/Jan	März	Mrz/Feb	April	Apr/Mrz	Mai	Mai/Apr	Juni	Jun/Mai
bundesweit	5,97	5,81	-2,7%	5,78	-0,5%	5,77	-0,2%	6,21	7,6%	5,98	-3,7%
alte Bundesländer	6,00	5,89	-1,8%	5,81	-1,4%	5,80	-0,2%	6,25	7,8%	6,03	-3,5%
neue Bundesländer	5,77	5,43	-5,9%	5,62	3,5%	5,58	-0,7%	5,96	6,8%	5,65	-5,2%

Quelle: FFA



Platz 1 der TOP 10 – 8,6 Millionen Besucher  
ICE AGE 2 – JETZT TAUT'S



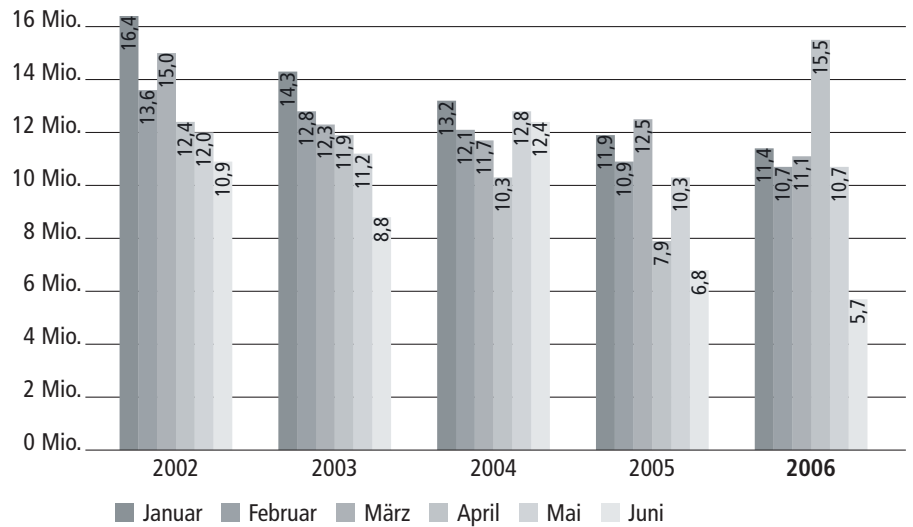
Platz 2 – 5,1 Millionen Besucher  
THE DA VINCI CODE – SAKRILEG



Platz 3 – 2,1 Millionen Besucher  
DIE WILDEN KERLE 3

Von diesen positiven Halbjahresergebnissen aus darf ein durchaus optimistischer Blick „über die Hecke“ gewagt und mit tatkräftiger Unterstützung von Captain Jack Sparrow Jagd auf die Erfolgszahlen von 2004 gemacht werden: Ein facettenreiches Startprogramm bestimmt die bereits fulminant begonnene zweite Jahreshälfte mit einheimischen Produktionen wie der lange erwarteten Literaturadaption DAS PARFUM – DIE GESCHICHTE EINES MÖRDERS und dem Otto Waalkes Sequel 7 ZWERGE – DER WALD IST NICHT GENUG, aber auch zahlreichen US-Blockbustern verschiedenster Genres, von der Neuauflage des Kultklassikers MIAMI VICE, dem Animationssequel GARFIELD 2 über die Erfolgskomödie DER TEUFEL TRÄGT PRADA, den neuen James Bond CASINO ROYAL und nicht zuletzt die aktuellen Filme von Oliver Stone und Ridley Scott. Und vielleicht sorgt der Start von Sönke Wortmanns WM-Dokumentation im Herbst ja für eine Revanche zwischen Kino und Fußball und erzielt ein millionenstarkes Rückspiel. Eines steht jedenfalls jetzt schon fest: 2006 wird wieder ein Kinojahr!

**Kinobesuch – 1. Halbjahre 2002 bis 2006 (in Millionen)**



Quelle: FFA

**Monatlicher Besuchervergleich – 1. Halbjahre 2002 bis 2006**

	Monat	2002	2003	2004	2005	2006	Diff. 06/05
bundesweit	Januar	16.377.614	14.324.191	13.230.786	11.860.271	11.421.412	-3,7%
	Februar	13.622.762	12.809.979	12.059.007	10.922.609	10.653.649	-2,5%
	März	15.049.243	12.314.448	11.650.213	12.516.746	11.111.880	-11,2%
	April	12.421.484	11.876.074	10.279.810	7.924.986	15.537.650	96,1%
	Mai	12.013.323	11.213.941	12.773.916	10.298.469	10.669.026	3,6%
	Juni	10.932.541	8.763.331	12.350.416	6.813.017	5.666.413	-16,8%
	<b>Gesamt</b>		<b>80.416.967</b>	<b>71.301.964</b>	<b>72.344.148</b>	<b>60.336.098</b>	<b>65.060.030</b>
alte Bundesländer	Januar	14.046.905	12.008.976	11.394.180	10.210.687	9.944.662	-2,6%
	Februar	11.251.696	10.188.988	10.117.062	9.209.342	8.939.971	-2,9%
	März	12.532.142	9.957.860	9.845.606	10.659.300	9.609.078	-9,9%
	April	10.269.590	9.836.287	8.671.610	6.750.983	13.042.039	93,2%
	Mai	10.166.206	9.452.520	10.592.858	8.815.414	9.083.418	3,0%
	Juni	8.978.956	7.210.461	10.371.806	5.762.389	4.799.865	-16,7%
	<b>Gesamt</b>		<b>67.245.495</b>	<b>58.655.092</b>	<b>60.993.122</b>	<b>51.408.115</b>	<b>55.419.033</b>
neue Bundesländer	Januar	2.330.709	2.315.215	1.836.606	1.649.584	1.476.750	-10,5%
	Februar	2.371.066	2.620.991	1.941.945	1.713.267	1.713.678	0,0%
	März	2.517.101	2.356.588	1.804.607	1.857.446	1.502.802	-19,1%
	April	2.151.894	2.039.787	1.608.200	1.174.003	2.495.611	112,6%
	Mai	1.847.117	1.761.421	2.181.058	1.483.055	1.585.608	6,9%
	Juni	1.953.585	1.552.870	1.978.610	1.050.628	866.548	-17,5%
	<b>Gesamt</b>		<b>13.171.472</b>	<b>12.646.872</b>	<b>11.351.026</b>	<b>8.927.983</b>	<b>9.640.997</b>

Quelle: FFA



DAS LEBEN DER ANDEREN



DIE WILDEN KERLE 3



SOMMER VORM BALKON

## Der deutsche Film – wild, elementar und erfolgreich

### 12,8 Millionen Besucher sorgten für ein stabiles Plus

Der deutsche Film erzielte mit 19,9 Prozent den höchsten Marktanteil im Halbjahresstand seit 1997. Vergessen die Zeiten, als die Deutsche Filmakademie zur Diskussion „Was ich am deutschen Film hasse“ einlud: Ein Publikum von stolzen 12,8 Millionen Zuschauern interessierte sich im ersten Halbjahr 2006 für einen Film „made in Germany“.

Den Auftakt des enormen Facettenreichtums deutscher Kinostarts bildete im Januar Andreas Dresens Publikumsliebling SOMMER VORM BALKON, die Oscar-Nominierung von SOPHIE SCHOLL – DIE LETZTEN TAGE sorgte zusätzlich für Aufwind – rechtzeitig zur Berlinale, die mit über 50 deutschen Beiträgen endgültig zur Plattform einer selbstbewussten deutschen Branche wurde. Die Festivalerfolgssträhne setzten Auszeichnungen für deutsche Schauspieler bei der Berlinale und Locarno sowie für deutsche Koproduktionen in Cannes und Locarno fort. Wie ein „Luxusproblem“ mutet da an, dass sich im Fahrwasser von Berlinale-Aufmerksamkeit und vorgezogenem Nominierungszeitraum für den Deutschen Filmpreis zeitweilig 27 einheimische Neustarts Konkurrenz an der Kinokasse machten. Davon, dass deutsche Produktionen an der Kasse funktionieren, zeugen drei Besuchermillionäre, darunter mit DIE WILDEN KERLE 3 und DIE WILDEN HÜHNER zwei Beiträge des Erfolgsgenres Kinderfilm sowie das hoch dekorierte Stasi-Drama DAS LEBEN DER ANDEREN, das sich seit über 20

Wochen in den Top 15 der deutschen Kinocharts hält und in mehr als 30 Länder verkauft wurde. Doch nicht nur die Besuchermillionäre, vor allem ein Mittelfeld zielgruppenorientierter Filme mit kleinerem Budget sorgte für den hohen nationalen Marktanteil: Erfolgreiche Dokumentarfilme wie Philip Grönings DIE GROSSE STILLE oder auch der Überraschungserfolg GERNSTLS REISEN, der jüngst die 100.000-Besucher-Hürde nahm, trugen neben erfolgreichen Literaturverfilmungen wie Oskar

Roehlers ELEMENTARTEILCHEN und der Pausen-Adaption DIE WOLKE zum positiven Halbjahresergebnis bei.

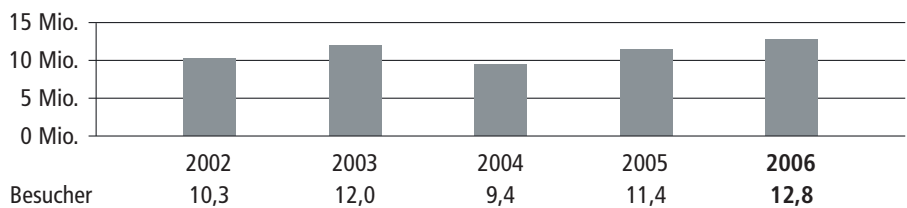
Mit 92 einheimischen Neustarts – und damit genau 23 mehr als im Vorjahreszeitraum – konnte, wie schon Ende 2005, die Anzahl der US-Starts übertroffen werden. Eine gute Ausgangsposition, um im zweiten Halbjahr den zahlreichen US-Blockbustern die Stirn zu bieten.

#### Filmstarts – 1. Halbjahre 2005 und 2006 im Vergleich

	Anzahl Filme		Besucher in Tsd.		Anteil	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006
<b>gesamt</b>	<b>231</b>	<b>260</b>	<b>49.971</b>	<b>56.252</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Deutsche Filme einschl. Koproduktionen	69	92	8.563	11.698	17%	21%
Amerik. Filme einschl. Koproduktionen	84	86	38.735	40.149	78%	71%
restliche Länder	78	82	2.672	4.405	5%	8%

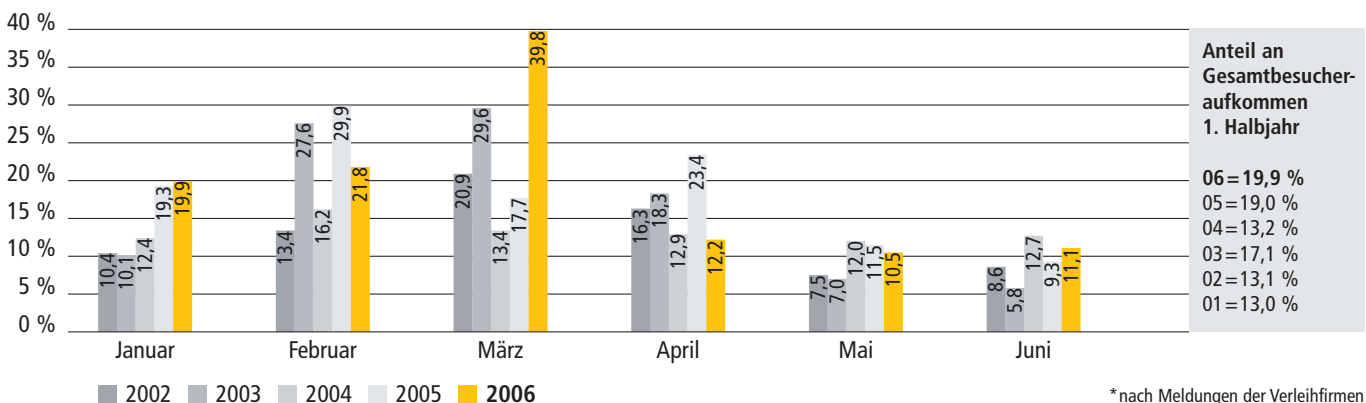
Quelle: FFA

#### Besucher deutscher Filme – 1. Halbjahre 2002 bis 2006\* (in Millionen)



Quelle: FFA

#### Marktanteil Besucher deutscher Filme – 1. Halbjahre 2002 bis 2006\* (in Prozent)



Anteil an Gesamtbesucheraufkommen 1. Halbjahr

06 = 19,9 %  
05 = 19,0 %  
04 = 13,2 %  
03 = 17,1 %  
02 = 13,1 %  
01 = 13,0 %

Quelle: FFA

\* nach Meldungen der Verleihfirmen

Besucherzahlen deutscher Filme einschließlich Koproduktionen – 1. Halbjahr 2006										Stand: 30. Juni 2006	
Rang und Filmtitel (Art)	Land	Start	Verleiher	Besucher		Rang und Filmtitel (Art)	Land	Start	Verleiher	Besucher	
				1. Halbjahr	seit Start					1. Halbjahr	seit Start
1 Die wilden Kerle 3 (K)	D	02.03.06	BVI	2.083.693	2.083.693	56 Die Geschichte vom weinenden Kamel (Dok)	D	08.01.04	Prokino	10.419	361.822
2 Das Leben der Anderen (Dr)	D	23.03.06	BVI	1.339.301	1.339.301	57 Falscher Bekenner (Dr)	D	18.05.06	Piffli Medien	8.657	8.657
3 Die wilden Hühner (K)	D	09.02.06	Constantin	1.136.023	1.136.023	58 Das zweite Leben des Monsieur Manesquier (Dr)	D F	24.11.05	Alamode	8.256	22.709
4 Der Herr der Diebe (K)	D	05.01.06	Warner Bros.	913.726	913.726	59 Komm, wir träumen! (Dr)	D	27.10.05	Leo Hiemer	8.090	15.926
5 Sommer vorm Balkon (Dr)	D	05.01.06	X Verleih	877.721	877.721	60 Die fetten Jahre sind vorbei (Dr)	A D	25.11.04	Delphi	7.897	881.832
6 Elementarteilchen (Dr)	D	23.02.06	Constantin	808.693	808.693	61 Maria an Callas (Dr)	D	04.05.06	Stardust	7.652	7.652
7 Der Räuber Hotzenplotz (K)	D	23.03.06	Constantin	798.841	798.841	62 Die Höhle d. gelben Hundes (Dok)	D	28.07.05	X Verleih	7.646	221.082
8 Felix 2 – Der Hase und die verflixte Zeitmaschine (Z/K)	D	16.02.06	Universum	662.725	662.725	63 Stage Beauty (Kom)	D GB	29.09.05	Senator	7.613	57.079
9 Der ewige Gärtner (Th)	D EAK GB	12.01.06	Kinowelt	529.062	529.062	64 Darshan – Die Umarmung (Dok)	D F J	01.12.05	Pegasos	7.444	13.661
10 Die Wolke (Dr)	D	16.03.06	Concorde	351.320	351.320	65 Neues von Pettersson und Findus (Z/K)	D S	03.10.02	MFA+	7.043	736.051
11 V wie Vendetta (ScF)	D GB	16.03.06	Warner Bros.	344.348	344.348	66 Die Blindgänger (Dr)	D	28.10.04	MFA+	6.594	38.944
12 FC Venus (Kom)	D	27.04.06	NFP	253.829	253.829	67 Klassenleben (Dok)	D	01.09.05	Piffli Medien	6.127	18.619
13 Caché (Th)	A D F I	26.01.06	Prokino	170.034	170.034	68 Workingman's Death (Dok)	A D	27.04.06	Real Fiction	5.766	5.766
14 Der Rote Kakadu (Dr)	D	16.02.06	X Verleih	162.316	162.316	69 3 <sup>e</sup> Kälter (Dr)	D	16.03.06	Blue Eyes Pict.	5.756	5.756
15 Es ist ein Elch entsprungen (Kom)	D	03.11.05	BVI	147.191	1.249.911	70 Napola – Elite für den Führer (Dr)	D	13.01.05	Constantin	5.155	481.141
16 Knallhart (Dr)	D	09.03.06	Delphi	137.528	137.528	71 Lücke im System (Th)	CH D	08.12.05	Neue Visionen	5.036	14.583
17 Französisch für Anfänger (Kom)	D F	08.06.06	Constantin	119.943	119.943	72 Der Fakir (K)	D DK	13.01.05	MFA+	4.903	32.185
18 Merry Christmas (Dr)	B D F GB RO	24.11.05	Senator	106.079	256.564	73 Der Pianist (Dr)	D F GB PL	24.10.02	Tobis	4.752	929.165
19 Eine Hochzeit zu Dritt (Kom)	D GB USA	25.05.06	X Verleih	104.185	104.185	74 Wahrheit oder Pflicht (Dr)	D	01.06.06	Zorro	4.731	4.731
20 Die Große Stille (Dok)	D	10.11.05	X Verleih	100.610	176.314	75 Du hast gesagt, dass du mich liebst (Dr)	D	20.04.06	Prometheus	4.457	4.457
21 Requiem (Dr)	D	02.03.06	X Verleih	97.902	97.902	76 Die Boxerin (Dr)	D	09.02.06	Stardust	4.372	4.372
22 Gernstls Reisen – Auf der Suche nach dem Glück (Dok)	D	23.02.06	MFA+	97.577	97.577	77 Rendezvous (Dr)	D	27.04.06	Pandora	4.360	4.360
23 Goldene Zeiten (S)	D	26.01.06	3L	97.324	97.324	78 Manderlay (Dr)	D DK F GB NLS	10.11.05	Neue Visionen	4.215	29.718
24 Heidi (Z/K)	CDN D GB	22.12.05	Loonland Pictures	80.361	124.871	79 Hotel (H)	A D	22.06.06	Neue Visionen	4.130	4.130
25 Urlaub vom Leben (Dr/Kom)	D	02.02.06	Schwarz-Weiß	77.573	77.573	80 Emil und die Detektive (Neuerf.) (K)	D	22.02.01	Constantin	4.003	1.742.176
26 Der kleine Eisbär 2 – Die geheimnisvolle Insel (Z)	D	29.09.05	Warner Bros.	73.188	1.396.909	81 Schattenland – Reise nach Masuren (Dok)	D	02.02.06	Salzgeber & Co.	3.988	3.988
27 Der letzte Trapper (Dok)	CDN D F I	05.01.06	3L	73.070	73.070	82 Fateless – Roman eines Schicksallosen (Dr)	D GB H	02.06.05	NFP	3.941	26.931
28 Tristan & Isolde (Hi)	CZ D GB	18.05.06	Kinowelt	65.307	65.307	83 Das Sams – Der Film (K)	D	18.10.01	Kinowelt	3.802	1.788.100
29 Reine Formsache (Kom)	D	13.04.06	Senator	54.114	54.114	84 Die blaue Grenze (Dr)	D	24.11.05	jetfilm	3.791	13.385
30 Die Weiße Massai (Dr)	D	15.09.05	Constantin	52.835	2.209.769	85 Drum (Dr)	D USA ZA	01.12.05	Kinowelt	3.784	11.695
31 Klimt (Dr)	A D F GB	25.05.06	Arsenal	49.611	49.611	86 Mozart: Die Zauberflöte (WA) (M)	D	22.01.06	Salzgeber & Co.	3.769	3.769
32 Factotum (Dr)	D N USA	08.12.05	Pandora	45.397	67.441	87 Bonhoeffer – Die letzte Stufe (Dr)	CDN D	24.08.00	NFP	3.765	139.836
33 Im Schwitzkasten (Kom)	D	30.03.06	Alamode	35.310	35.310	88 Pippi Langstrumpf (K)	D S	01.10.78	Jugendfilm	3.759	455.652
34 Die Jahreszeit des Glücks (Dr/Kom)	CZ D	20.04.06	Neue Visionen	33.058	33.058	89 Am seidenen Faden (Dok)	D	06.10.05	Salzgeber & Co.	3.422	8.970
35 Der Fischer und seine Frau (Dr)	D	27.10.05	Constantin	25.826	272.236	90 Halbe Treppe (Dr/Kom)	D	03.10.02	Delphi	3.308	455.98
36 Keine Lieder über Liebe (Dr)	D	27.10.05	Film1	24.809	120.999	91 Don't come knocking (Dr)	D F	25.08.05	Reverse Angle	3.169	191.100
37 NVA (Kom)	D	29.09.05	Delphi	22.549	780.524	92 Blackout Journey (Dr)	A D	19.01.06	farbfilm	3.143	3.143
38 12 Tangos – Adios Buenos Aires (Dok)	D	08.12.05	Kinostar	22.226	30.052	93 Hallesche Kometen (Dr)	D	19.01.06	Zauberland	3.005	3.005
39 Edelweißpiraten (Dr)	D NL	10.11.05	Central	19.248	42.352	94 Bibi Blocksberg 2 (K)	D	30.09.04	Constantin	2.979	1.304.912
40 Rolltreppe abwärts (Dr)	D	09.02.06	Zorro	18.903	18.903	95 Grenzerkehr (Kom)	D	18.08.05	Movienet	2.964	142.558
41 Rhythm Is It! (Dok)	D	16.09.04	Piffli Medien	18.422	639.110	96 Mädchen am Sonntag (Dok)	D	26.01.06	Neue Visionen	2.938	2.938
42 Paradise Now (Dr)	D F IS NL	29.09.05	Constantin	16.493	85.400	97 Crossing the bridge – The sound of Istanbul (Dok)	D TR	09.06.05	Pictorion	2.900	110.060
43 Der Schatz der weißen Falken (K)	D	20.10.05	Falcom	15.625	96.340	98 Mozart: Don Giovanni (WA) (M)	D	08.01.06	Salzgeber & Co.	2.898	2.898
44 Komm näher (Dr/Kom)	D	16.03.06	Piffli Medien	15.612	15.612	99 Die wilden Kerle 2 (K)	D	17.02.05	BVI	2.860	1.582.672
45 Pietje Bell und das Geheimnis der schwarzen Hand (F)	D NL	19.01.06	Stardust	14.762	14.762	100 Das fliegende Klassenzimmer (K)	D	16.01.03	Constantin	2.840	1.915.239
46 Bye Bye Berlusconi! (S)	D	30.03.06	jetfilm	14.331	14.331	<b>Summe:</b>				<b>12.638.750</b>	
47 Pettersson und Findus (Z/K)	D S	04.01.01	MFA+	12.762	1.186.109						
48 Lost children (Dok)	D	03.11.05	timebandits films	12.629	21.036						
49 Eine andere Liga (Dr)	D	26.01.06	timebandits films	12.583	12.583						
50 Schläfer (Dr)	A D	11.05.06	Zorro	12.467	12.467						
51 Ein ganz gewöhnlicher Jude (Dr)	D	19.01.06	NFP	12.113	12.113						
52 Sophie Scholl – Die letzten Tage (Dr)	D	24.02.05	X Verleih	11.726	1.107.752						
53 Erik im Land der Insekten (K)	B D NL	12.01.06	Alpha (eh. Atlas)	11.419	11.419	Darüber hinaus in 2006 von Verleiherseite gemeldete Besucher deutscher Produktionen inkl. Koproduktionen:					<b>189.546</b>
54 24/7 – The passion of life (Dr)	D	16.02.06	WTP	11.415	11.415	Gesamtergebnis aller dt. Produktionen einschl. Koproduktionen in 2006:					<b>12.828.296</b>
55 Fremde Haut (Dr)	A D	20.10.05	Ventura	10.936	38.490	<b>Deutscher Marktanteil auf Besucherbasis 2006 zum 30.06.2006:</b>					<b>19,9%</b>

Quelle: FFA

(Dok) Dokumentarfilm – (Dr) Drama – (Ep) Episodenfilm – (F) Family – (H) Horrorfilm – (Hi) Historienfilm – (K) Kinderfilm – (Kom) Komödie – (M) Musikfilm – (S) Satire (ScF) Science-Fiction – (Th) Thriller – (Z) Zeichentrickfilm | Diese Liste ist ausschließlich nach den der FFA vorliegenden Verleihmittlungen zusammengestellt.

# Weiblich, lesend, nicht ganz jung

## Die Besucherstruktur deutscher Filme

Auch im ersten Halbjahr 2006 ist der deutsche Marktanteil wieder gestiegen – Zeit, einmal die Perspektive allgemeiner Besucherstudien auf die Zuschauer des deutschen Films hin zu fokussieren.

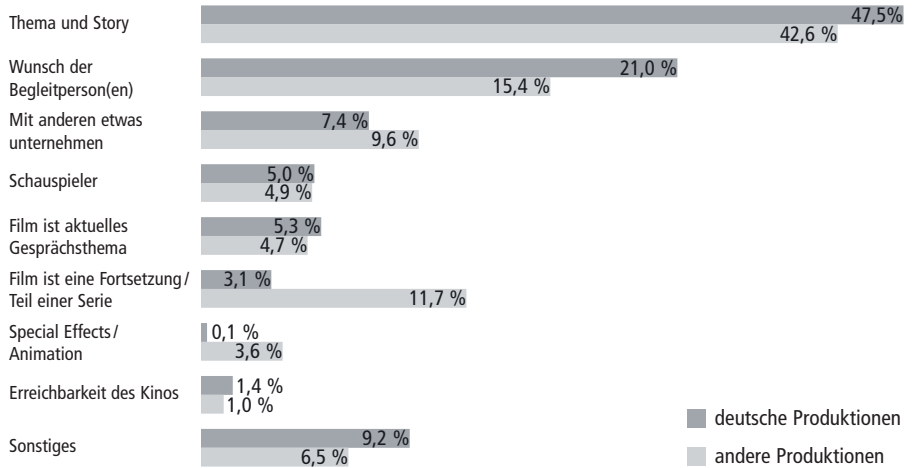
Was genau also macht ihn aus, den Liebhaber einheimischer Produktionen? Oder vielmehr sie – denn beim deutschen Film haben die Frauen mit 57,2 Prozent klar die Nase vorn, bei internationalen Filmen liegt der weibliche Anteil bei nur 51,4 Prozent. Da oft Frauen die Filmauswahl treffen, liegt auch die Besuchs-Motivation des „Wunsches der Begleitperson“ beim deutschen Film mit 21 Prozent über fünf Prozent vor dem Anteil bei den restlichen Kinostarts – ein weiterer Anlass für diesen hohen Wert liegt im starken deutschen Kinderfilm. Hauptgrund für die Wahl eines deutschen Films ist aber mit 47,5 Prozent und damit fast fünf Prozent Vorsprung vor den internationalen Filmen eindeutig „Thema und Story“ der Produktion. Ein Film wie DAS LEBEN DER ANDEREN hätte wohl nicht so viele Zuschauer mobilisieren können, wenn seine Thematik nicht auch Menschen über 30 angesprochen hätte.

Der demographische Wandel – Mitte des Jahrhunderts werden rund 40 Prozent der Deutschen älter als 60 Jahre sein mit weiteren ca. 30 Jahren Lebenserwartung – betrifft die Filmbranche generell, die Besucher des deutschen Films jedoch in besonderem Maße: Im ersten Halbjahr 2006 lag das Durchschnittsalter des Besuchers deutscher Filme bei 37 Jahren im Vergleich zum 32jährigen Durchschnittsbesucher internationaler Filme. Nicht allein Best Ager, vor allem Erwachsene ab 30 Jahren bestimmen die Besucherstruktur beim deutschen Film – 63,2 Prozent seiner Kinobesucher sind 30 Jahre und älter, bei den internationalen Produktionen sind es nur 46,8 Prozent.

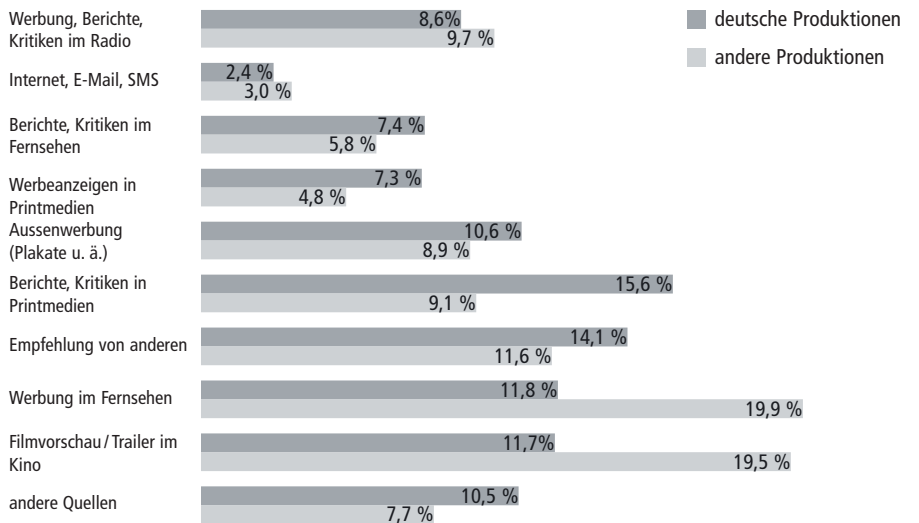
Passend zur Altersstruktur spielen bei den Aufmerksamkeitsfaktoren der Kinobesucher deutscher Filme vor allem die von jüngeren Zuschauern nicht in gleichem Maße konsumierten Printmedien eine wichtige Rolle, darüber hinaus ist die „Empfehlung von anderen“ bedeutender.

Ob die Bevölkerung „50+“ die neue Kernzielgruppe des deutschen Films darstellen wird, bleibt abzuwarten, in jedem Fall werden Zuschauer über 30 für deutsche Produzenten und Marketingabteilungen eine zunehmend wichtige Rolle spielen müssen – während Kinobesitzer mit einer vorwiegend internationalen Programmierung vor allem die Gesamtdemographie im Auge behalten sollten.

### Gründe ins Kino zu gehen – 1. Halbjahr 2006



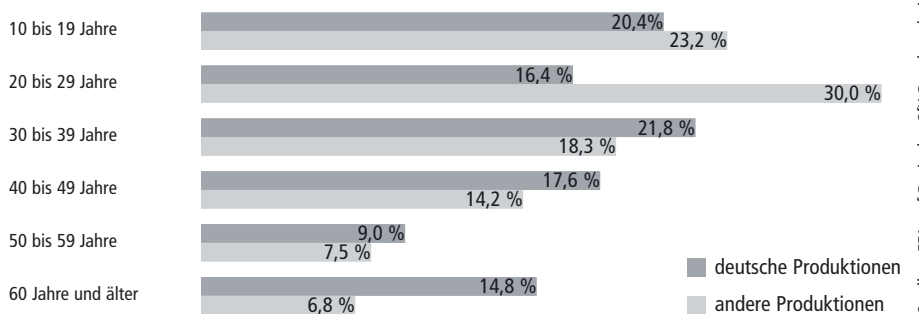
### Aufmerksamkeitsfaktoren – 1. Halbjahr 2006



### Kinobesucher nach Geschlecht und Durchschnittsalter – 1. Halbjahr 2006

	deutsche Produktionen	andere Produktionen
männlich	42,8%	48,6%
weiblich	57,2%	51,4%
Durchschnittsalter des Kinobesuchers	37,15	32,11

### Altersstruktur der Kinobesucher – 1. Halbjahr 2006





# Zukunftsort Kino

## 47 Säle weniger fordern auf zum Umdenken

Die Besucher- und Umsatzeinbrüche des vergangenen Kinojahres haben ihre Schatten auf die Bilanz der ersten Jahreshälfte geworfen. Mit 106 Schließungen gegenüber 45 Neu- bzw. Wiedereröffnungen hat sich der bundesweite Kinosaalbestand zum 30. Juni 2006 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 47 Leinwände mit insgesamt 19.548 Sitzplätzen verringert. Fast siebzig Prozent dieser Schließungen betrafen Säle in Kinocentern mit zwei Leinwänden und mehr. Die Zahl der bundesweiten Spielstätten nahm im Vergleich zum Vorjahr um insgesamt 15 ab. Wirtschaftliche Probleme, aber auch ungünstige Standortentscheidungen wirkten sich insbesondere in den Großstädten Berlin und Hamburg aus, wo vier Kinos mit insgesamt 13 Leinwänden bzw. drei Kinos mit insgesamt 14 Leinwänden ihren Spielbetrieb einstellen. Die Branche demonstrierte andererseits weiterhin Mut zu Investitionen. Die Anzahl der neu- bzw. wiedereröffneten Säle nimmt allerdings von Jahr zu Jahr kontinuierlich ab. Während vor vier Jahren noch insgesamt 102 Säle hinzukamen, waren es zum Ende dieses Berichtshalbjahres mit 45 Sälen weniger als die Hälfte. Diese Ergebnisse zeigen, vor wie großen Herausforderungen die Filmtheaterbetreiber stehen.

Die Besucher- und Umsatzeinbrüche des vergangenen Kinojahres haben ihre Schatten auf die Bilanz der ersten Jahreshälfte geworfen. Mit 106 Schließungen gegenüber 45 Neu- bzw. Wiedereröffnungen hat sich der bundesweite Kinosaalbestand zum 30. Juni 2006 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 47 Leinwände mit insgesamt 19.548 Sitzplätzen verringert. Fast siebzig Prozent dieser Schließungen betrafen Säle in Kinocentern mit zwei Leinwänden und mehr. Die Zahl der bundesweiten Spielstätten nahm im Vergleich zum Vorjahr um insgesamt 15 ab. Wirtschaftliche Probleme, aber auch ungünstige Standortentscheidungen wirkten sich insbesondere in den Großstädten Berlin und Hamburg aus, wo vier Kinos mit insgesamt 13 Leinwänden bzw. drei Kinos mit insgesamt 14 Leinwänden ihren Spielbetrieb einstellen. Die Branche demonstrierte andererseits weiterhin Mut zu Investitionen. Die Anzahl der neu- bzw. wiedereröffneten Säle nimmt allerdings von Jahr zu Jahr kontinuierlich ab. Während vor vier Jahren noch insgesamt 102 Säle hinzukamen, waren es zum Ende dieses Berichtshalbjahres mit 45 Sälen weniger als die Hälfte. Diese Ergebnisse zeigen, vor wie großen Herausforderungen die Filmtheaterbetreiber stehen.

	Säle	%
Unrentabilität / Konkurrenz	34	32,1%
Zweckentfremdung	23	21,7%
Sonstiges	19	17,9%
Abriss bzw. Bauälligkeit	13	12,3%
Beendigung des Mietvertrages	6	5,7%
ohne Angabe	5	4,7%
Umbau (vorrübergehende Schließung)	3	2,8%
Insolvenz bzw. Betriebsaufgabe	2	1,9%
Alter und Gesundheit	1	0,9%
<b>Gesamt</b>	<b>106</b>	<b>100,0%</b>

Quelle: FFA

Kundenbindung durch attraktive und neue Serviceangebote, ein Filmpaket, das die unterschiedlichsten Alterszielgruppen anspricht, aber auch ein offener Blick in die Welt der digitalen Möglichkeiten könnten die Formel für eine Erfolg versprechende Zukunft sein. Seit Bekanntgabe der Empfehlungen der Standards für das digitale Kino aus den USA steht bei Produktion, Verleih und Kino die Frage im Mittelpunkt, „wann“ und „wie“ eine bundesweite flächendeckende Umstellung von analog auf digital beginnt. Voraussetzung für einen fairen und strukturverbessernden Roll-out ist ein einheitlicher, offener und herstellerunabhängiger Standard. Nach diesen Vorgaben erarbeitet derzeit das Fraunhofer-Institut im Auftrag der FFA ein Pflichtenheft mit Spezifikationen und Richtlinien für das digitale Kino in Deutschland, das den Kinobetreibern Anfang 2007 zur Verfügung gestellt werden soll. Digitales Kino kann neue wirtschaftliche Perspektiven eröffnen – darin liegt eine große Chance.

### Kinosaalbestand – 1. Halbjahre 2002 bis 2006

jeweils von Januar bis Juni

	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Neueröffnungen / Wiedereröffnungen</b>					
<b>bundesweit</b>	<b>102</b>	<b>75</b>	<b>69</b>	<b>51</b>	<b>45</b>
alte Bundesländer	77	60	42	40	32
neue Bundesländer	25	15	27	11	13
<b>Schließungen</b>					
<b>bundesweit</b>	<b>69</b>	<b>75</b>	<b>90</b>	<b>46</b>	<b>106</b>
alte Bundesländer	61	56	77	38	86
neue Bundesländer	8	19	13	8	20
<b>Bestand</b>					
<b>bundesweit</b>	<b>4.738</b>	<b>4.868</b>	<b>4.847</b>	<b>4.875</b>	<b>4.828</b>
alte Bundesländer	3.813	3.906	3.879	3.904	3.872
neue Bundesländer	925	962	968	971	956

Quelle: FFA

### Entwicklung der Spielstätten und Kinosäle – 1. Halbjahre 2004 bis 2006

Bundesland	Einwohner d. Bundesländer <sup>1</sup>	Spielstätten					Kinosäle				
		2004	2005	2006	Anteil %	06/05	2004	2005	2006	Anteil %	06/05
Baden-Württemberg	10.735.701	262	258	260	14,2%	2	652	654	656	13,6%	2
Bayern	12.468.726	317	317	313	17,1%	-4	775	789	781	16,2%	-8
Berlin	3.395.189	101	104	100	5,5%	-4	296	300	287	5,9%	-13
Brandenburg	2.559.483	65	65	64	3,5%	-1	149	153	150	3,1%	-3
Bremen	663.467	12	13	13	0,7%	0	44	45	46	1,0%	1
Hamburg	1.743.627	29	32	29	1,6%	-3	97	101	87	1,8%	-14
Hessen	6.092.354	137	135	135	7,4%	0	342	333	335	6,9%	2
Mecklenburg-Vorpommern	1.707.266	61	62	64	3,5%	2	126	128	129	2,7%	1
Niedersachsen	7.993.946	192	188	190	10,4%	2	456	450	449	9,3%	-1
Nordrhein-Westfalen	18.058.105	272	271	269	14,7%	-2	893	907	905	18,7%	-2
Rheinland-Pfalz	4.058.843	84	86	87	4,7%	1	219	219	222	4,6%	3
Saarland	1.050.293	32	30	29	1,6%	-1	77	75	71	1,5%	-4
Sachsen	4.273.754	108	108	110	6,0%	2	264	264	263	5,4%	-1
Sachsen-Anhalt	2.469.716	49	49	47	2,6%	-2	136	136	135	2,8%	-1
Schleswig-Holstein	2.832.950	73	75	70	3,8%	-5	170	173	166	3,4%	-7
Thüringen	2.334.575	54	55	53	2,9%	-2	151	148	146	3,0%	-2
<b>bundesweit</b>	<b>82.437.995</b>	<b>1.848</b>	<b>1.848</b>	<b>1.833</b>	<b>100,0%</b>	<b>-15</b>	<b>4.847</b>	<b>4.875</b>	<b>4.828</b>	<b>100,0%</b>	<b>-47</b>
alte Bundesländer <sup>2</sup>	65.698.012	1.467	1.465	1.451	79,2%	-14	3.879	3.904	3.872	80,2%	-32
neue Bundesländer <sup>2</sup>	13.344.794	381	383	382	20,8%	-1	968	971	956	19,8%	-15

Quelle: FFA

<sup>1</sup> Quelle: Statistisches Bundesamt Wiesbaden, Stand 31.12.2005 <sup>2</sup> Einwohnerzahlen ohne Berlin

# Herausforderungen nach dem Bauboom

## Trotz Umsatzsteigerung verhaltene Bilanzen für Multiplexe

Nach der Phase des ungehemmten Wachstums in den Jahren 1997 bis 2001 herrscht weiterhin Stillstand in der Bauwelt der Großkinos. Im Gegenteil, durch die Entwicklungen des Marktes wird die Landkarte der Multiplexe langsam kleiner.

Nach den Schließungen der letzten Jahre in Freiburg und Berlin, stellte im Frühjahr 2006 als drittes Großkino in Deutschland der Hamburger Ufa-Palast seinen Betrieb ein. Somit lautet die Bilanz zum 30. Juni 2006: bundesweit zogen 143 Multiplexe insgesamt 30,1 Millionen Besucher in 1.294 Säle mit 313.602 Sitzplätzen und verbuchten einen Umsatz in Höhe von 189,8 Millionen Euro. Eine Kinokarte kostete im Durchschnitt 6,31 Euro und lag damit um 0,41 Euro über dem durch-

schnittlichen Eintrittspreis. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum erreichten die Multiplexe mit einer Umsatzsteigerung von insgesamt 6,1 Prozent ein solides Ergebnis. Damit fiel das Plus allerdings um 2,8 Prozent geringer aus als beim Ergebnis aller Filmtheater, so dass sich die Bilanzen in der Kinolandschaft entgegen bisheriger Tendenzen leicht zu Ungunsten der Multiplexe verschoben haben: Nach Jahren des konstanten Wachstums ging deren Anteil im Vergleich zu den herkömmlichen Kinos beim Bestand, beim Besuch und beim Umsatz leicht zurück. Das neue Verhältnis verdeutlicht, dass Multiplexkinos als Innovation allein nicht mehr die Anziehungskraft wie noch vor fünf Jahren haben. Der Konkurrenzdruck unter den

Betreibern wächst. Für einen weiterhin erfolgreichen Erlebnisort Multiplexkino werden derzeit die Weichen neu gestellt – die wichtigsten Stell-schrauben heißen dabei Kundenbindung, Image-wechsel, Events und Service.

### Durchschnittliche Eintrittspreise der Multiplexe in den 1. Halbjahren (in Euro)

Jahr	Eintrittspreis	Vergleich zum Vorjahr
2002	6,35	6,9%
2003	6,19	-2,5%
2004	6,10	-1,5%
2005	6,22	2,0%
2006	6,31	1,4%

Quelle: FFA

### Bestand-, Besucher- und Umsatzergebnisse aller Kinosäle – 1. Halbjahr 2006

		Leinwände (Säle)			Besucher			Umsatz		
		alle Kinos	herkömml. <sup>1</sup> Kinos	Multiplexe	alle Kinos	herkömml. <sup>1</sup> Kinos	Multiplexe	alle Kinos	herkömml. <sup>1</sup> Kinos	Multiplexe
in absoluten Zahlen	Januar	4.887	3.583	1.304	11.421.412	6.036.414	5.384.998	68.184.051	33.863.689	34.320.362
	Februar	4.882	3.578	1.304	10.653.649	5.745.549	4.908.100	61.939.967	31.441.733	30.498.234
	März	4.884	3.580	1.304	11.111.880	6.006.686	5.105.194	64.245.593	32.612.688	31.632.905
	April	4.864	3.560	1.304	15.537.650	8.545.811	6.991.839	89.608.693	46.692.736	42.915.957
	Mai	4.866	3.562	1.304	10.669.026	5.674.145	4.994.881	66.230.210	33.031.110	33.199.100
	Juni	4.828	3.534	1.294	5.666.413	2.963.749	2.702.664	33.863.679	16.679.294	17.184.385
	<b>Gesamt</b>	<b>4.828</b>	<b>3.534</b>	<b>1.294</b>	<b>65.060.030</b>	<b>34.972.354</b>	<b>30.087.676</b>	<b>384.072.193</b>	<b>194.321.250</b>	<b>189.750.943</b>
in Prozent	Januar	100%	73,3%	26,7%	100%	52,9%	47,1%	100%	49,7%	50,3%
	Februar	100%	73,3%	26,7%	100%	53,9%	46,1%	100%	50,8%	49,2%
	März	100%	73,3%	26,7%	100%	54,1%	45,9%	100%	50,8%	49,2%
	April	100%	73,2%	26,8%	100%	55,0%	45,0%	100%	52,1%	47,9%
	Mai	100%	73,2%	26,8%	100%	53,2%	46,8%	100%	49,9%	50,1%
	Juni	100%	73,2%	26,8%	100%	52,3%	47,7%	100%	49,3%	50,7%
	<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>	<b>73,2%</b>	<b>26,8%</b>	<b>100%</b>	<b>53,8%</b>	<b>46,2%</b>	<b>100%</b>	<b>50,6%</b>	<b>49,4%</b>

<sup>1</sup> inkl. Sonderformen

Quelle: FFA

# Videomarkt stagniert auf hohem Niveau

## Erstmals gesunkene Umsatzzahlen im DVD-/Videogesamtmarkt

Videohandel und -industrie verzeichnen erstmals seit dem Markteintritt der DVD im Jahre 1999 gesunkene Umsatzzahlen. Nach Analysen der GfK Panel Services Deutschland weist der Gesamtmarktumsatz aus dem Verkauf und dem Verleih der Bildtonträger nach dem Halbjahresrekord 2005 für den diesjährigen Vergleichszeitraum mit 674 Mio. Euro einen Rückgang um minus 10,4 Prozent auf. Die Anzahl der im ersten Halbjahr 2006 verkauften DVDs liegt mit 42,6 Mio. Stück jedoch mit minus 2,4 Prozent nur geringfügig unter dem Niveau des Rekords aus dem Vorjahr. Dass der Umsatz nach 578 Mio. Euro im Jahr 2005 zum gleichen Zeit-

punkt in diesem Jahr mit 540 Mio. um minus 6,6 Prozent zurückgegangen ist, liegt daher vor allem am weiterhin gesunkenen Durchschnittspreis für die digitalen Bildspeicher. Hauptverantwortlich für die niedrigere Anzahl der abverkauften DVDs scheint nach Ansicht der Videowirtschaft vor allem die rückläufige Vermarktung aktueller Kinofilme im ersten Halbjahr dieses Jahres gewesen zu sein. Der DVD-Umsatzanteil dieser Filme, war mit 35 Prozent ungewöhnlich niedrig (2003–2005: 40 bis 46 Prozent). Der erfolgreichste Verkaufstitel des ersten Halbjahres 2006 war HARRY POTTER UND DER FEUERKELCH. Der Verleihhandel hatte im

ersten Halbjahr 2006 besonders unter der Fußball-WM und dem Sommerwetter zu leiden. Damit und mit dem eingeschränkten Angebot an Kinohits ist es vor allem zu erklären, dass die Anzahl der Verleihvorgänge im Vergleich zum Vorjahr um minus 10,7 Prozent auf 50,6 Mio. Transaktionen gesunken ist. Der Umsatz durch Filmvermietung ging mit insgesamt 128 Mio. Euro um minus 13 Prozent zurück.



Der Topseller des 1. HJ 2006 HARRY POTTER 4

© Warner Bros.



Open Air-Kino in der VW Autostadt Wolfsburg



Autokino Essen-Bergeborbeck



Open Air-Kino Fellbach

## Ich weiß, was du letzten Sommer getan hast...

### Das Freiluftkino als Dauerbrenner unter den Kinosonderformen

„Public Viewing“ – dieser Ausdruck hat dank der Fußball-WM gute Chancen, das „Wort des Jahres 2006“ zu werden. Für den Kinofan ist die Erkenntnis, dass es gute Laune macht, gemeinsam mit anderen vor einer Leinwand zu sitzen allerdings nicht neu. Doch auch der Cinephile trinkt an lauen Sommerabenden gerne ein Bierchen an der frischen Luft – gut, dass es z. B. mit dem Open Air-Kino Sonderformen der Filmvorführung gibt, die beides kombinieren lassen.

Seit 2001 erfreuen sich die Kinosonderformen, zu denen neben den Freilichtbühnen auch kommunale Kinos, Autokinos, Filmfeste, Uni- und Schulvorführungen u.v.a. zählen, zunehmender Beliebtheit und konnten von 2001 bis 2005 einen Anstieg von insgesamt 129 Leinwänden verzeichnen, während sich der Bestand herkömmlicher Spielstätten verringerte (Stand 2005). So erobert sich beispielsweise das Autokino, Publikumsrenner der 60er Jahre, nach längerer Abwesenheit vorsichtig eine

neue Präsenz in deutschen Großstädten zurück: Der Bestand stieg innerhalb der letzten Jahre von 28 auf 38, wobei die Betriebe zum Teil mit modernstem Servicekonzept inklusive SMS-Bestellung von Süßwaren und zielgruppennahen Mitmacherevents locken.

Den Löwenanteil der Kinosonderformen, deren Anteil am bundesweiten Leinwandbestand insgesamt 12,2 Prozent beträgt, machen jedoch die Freilichtbühnen aus, deren Bestand sich um ganze 276 Leinwände seit 2001 gesteigert hat. Dass sich diese Kinoform auch ungeachtet des Wetters mittlerweile fest bei den Zuschauern etabliert hat, liegt auch daran, dass Freilichtbühnen mehr bieten, als den bloßen „Sommer vor der Leinwand“: Die übliche Misch-Programmierung von Kultfilmen, aktuellen Arthouse-Neuheiten und Blockbuster-Erfolgen des vorigen Winters wurde in den letzten Spielzeiten durch vielfältige Angebote erweitert und bezieht zunehmend den speziellen Charme der

Outdoorlocations ins Vorführkonzept ein. Live-Vertonungen von Stummfilmklassikern, erfolgreiche Kurzfilm-Rollen sowie Sonderscreenings mit Gästen und Publikumsdiskussionen bieten besondere Abende. Auch im Service-Bereich wurde „Cola und Popcorn“ längst um Caipirinha-Bar und Holzkohlegrill erweitert, hat der Zuschauer die Wahl zwischen Strandkörben, Hängematten, Liegestühlen oder Decken – und an schlechteren Tagen werden Glühwein und Isomatte gereicht, um die Kinofans bei der Stange zu halten. Angesichts der lauen Sommernächte im Juni und Juli ist das zum Glück in diesem Jahr kaum nötig – für 2006 ist trotz zeitweiliger WM-Flaute eine erfolgreiche Saison im Open Air-Bereich zu erwarten.

#### Kinosonderformen im Internet:

Eine detaillierte Übersicht im Fünfjahresvergleich finden Sie auf [www.ffa.de](http://www.ffa.de) unter Publikationen.

### Kinoergebnisse – Sonderformen im Vergleich zu den klassischen Kinos

	Leinwände			Besucher in Tsd.			Umsatz in Tsd.			Eintritt	
	2001	2005	Anteil	2001	2005	Anteil	2001	2005	Anteil	2001	2005
<b>bundesweite Ergebnisse</b>	<b>4.792</b>	<b>4.889</b>	<b>100%</b>	<b>177.925</b>	<b>127.318</b>	<b>100%</b>	<b>987.245</b>	<b>744.989</b>	<b>100%</b>	<b>5,55</b>	<b>5,85</b>
davon...											
herkömmliche Leinwände	3.083	2.989	61,1%	95.880	62.880	49,4%	509.550	349.716	46,9%	5,31	5,56
Multiplexe	1.242	1.304	26,7%	76.557	59.686	46,9%	452.991	372.374	50,0%	5,92	6,24
<b>Summe herkömml. + Multiplexe</b>	<b>4.325</b>	<b>4.293</b>	<b>87,8%</b>	<b>172.436</b>	<b>122.566</b>	<b>96,3%</b>	<b>962.542</b>	<b>722.090</b>	<b>96,9%</b>	<b>5,58</b>	<b>5,89</b>
Sonderformen:											
Autokinos	28	38	0,8%	553	369	0,3%	3.173	2.116	0,3%	5,74	5,74
Filmfeste + IMAX <sup>1</sup>	6	8	0,2%	217	256	0,2%	1.243	1.454	0,2%	5,72	5,68
Freilichtbühnen/Openair <sup>2</sup>	222	498		1.183	905	0,7%	6.311	5.240	0,7%	5,33	5,79
Kommunale/Kulturelle	138	165	3,4%	1.841	1.965	1,5%	7.608	9.033	1,2%	4,13	4,60
Porno	5	3	0,1%	63	21	0,0%	214	100	0,0%	3,41	4,76
Saisonkinos	41	39	0,8%	350	200	0,2%	1.543	972	0,1%	4,41	4,86
Truppenkino / Kaserne	16	5	0,1%	19	4	0,0%	58	14	0,0%	3,05	3,60
Universitäten / Schulen / Kliniken	82	108	2,2%	309	239	0,2%	643	558	0,1%	2,08	2,33
Vereine (e.V.)	67	92	1,9%	735	630	0,5%	3.242	2.873	0,4%	4,42	4,56
Wanderkinos	34	46	0,9%	219	164	0,1%	667	537	0,1%	3,04	3,29
<b>Summe Sonderformen<sup>2</sup></b>	<b>467</b>	<b>596</b>	<b>12,2%</b>	<b>5.489</b>	<b>4.752</b>	<b>3,7%</b>	<b>24.703</b>	<b>22.898</b>	<b>3,1%</b>	<b>4,50</b>	<b>4,82</b>

<sup>1</sup> 2005 fanden in keinem IMAX Vorführungen mit Filmen über 58 Minuten Spieldauer statt.

<sup>2</sup> Die Openairveranstaltungen mit sporadischem Spielbetrieb werden im bundesweiten Leinwandbestand nicht mit einbezogen.

## Neues Konzept: Kurzfilme fürs Kino

Der FFA-Kurzfilmpreis Short Tiger wird in diesem Jahr erstmals zusammen mit dem Deutschen Kurzfilmpreis des Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) verliehen.

Die Jury hat sich durch das neue Konzept verkleinert, doch die Mitglieder kennen sich bereits aus dem vergangenen Jahr: Christiane Paul, Tomy Wigand und FFA-Vorstand Peter Dinges werden ihr Augenmerk auch 2006 auf die nun unter ver-

änderten Kriterien konkurrierenden Kurzfilme richten. Ab dann heißt der Schlüssel zu dem bis zu drei Preisen à 25.000 Euro starken Short Tiger „nicht länger als fünf Minuten“ und insbesondere „kino-tauglich“. Die diesjährigen Preisträger erhalten ihre Auszeichnungen am 16. November in der Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf“ in Potsdam-Babelsberg.



### Die Jury



Tomy Wigand | Regisseur



Christiane Paul | Schauspielerin



Peter Dinges | FFA-Vorstand

## Schulveranstaltung mit „Vision Kino“ und dem Bundespräsidenten



Bundespräsident Horst Köhler hat die Schirmherrschaft über die „Vision Kino gGmbH – Netzwerk für Film- und Medienkompetenz“ übernommen. Auf Initiative und in Anwesenheit des Bundespräsidenten lud Vision Kino deshalb am 16. Juni 2006 zu einer Vorführung des Films DAS LEBEN DER ANDEREN nach Bonn ins Haus der Geschichte. Zugleich kündigte Vision Kino an, im Oktober 2006 den Kongress „Vision Kino 06: Film – Kompetenz – Bildung“ durchzuführen, eine Zusammenarbeit mit der Bundeszentrale für politische Bildung.

Bereits 2003 wurde auf dem von FFA und Bundeszentrale für politische Bildung/bpb durchgeführten Kongress „Kino macht Schule“ die curriculare Verankerung des Mediums „Film – seine Geschichte, seine Sprache, seine Wirkung“ in den Schulen, den Universitäten und den Fortbildungsstätten gefordert. Resultat war u. a. die Gründung der Vision Kino. Der Folgekongress „Vision Kino 06: Film – Kompetenz – Bildung“, der ebenfalls in Zusammenarbeit mit der bpb stattfindet, thematisiert, was seit der Filmkompetenzklärung im deutschen Bildungswesen umgesetzt werden konnte und veranschaulicht, wie Filmbildung in die Praxis eingebunden ist. Projektbeispiele aus der Kinder- und Jugendbildung beschreiben Wege und Methoden, um das Wissen über das Medium Film zu stärken und den produktiven Umgang mit ihm zu för-

dern, damit auch der Kinobesuch zu einem spannungsvollen Bildungserlebnis wird.

Der Kongress „Vision Kino 06: Film – Kompetenz – Bildung“ findet am 26. und 27. Oktober 2006 im Filmhaus am Potsdamer Platz in Berlin statt. Teilnehmende aus den Bereichen Bildung, Film, Politik und Wissenschaft werden gemeinsam mit Film- und Kulturschaffenden über die Zukunft der Filmbildung für Kinder und Jugendliche in Deutschland diskutieren und innovative Wege der Förderung von Filmkompetenz aufzeigen und weiterentwickeln. Anmeldungen zum Kongress sind über [info@visionkino.de](mailto:info@visionkino.de) möglich.



Bundespräsident Horst Köhler, Regisseur Florian Henckel von Donnersmarck, FFA-Verwaltungsratsvorsitzender Eberhard Junkersdorf und die Vision Kino-GF Sarah Duve am 16. Juni 2006 vor dem Haus der Geschichte in Bonn

Foto: Cynthia Rühmekorf

### Nachrichten

#### Künftige Schlusskostenprüfung von FFA- und BKM-geförderten Projekten

Die FFA hat die PricewaterhouseCoopers AG WPG ab 1. Juli 2006 mit der Prüfung des Verwendungsnachweises und der Schlusskosten der FFA-Produktions- und Projektabsatzförderung (nach dem Projekt- und Referenzprinzip) sowie der BKM-Produktions- und Verleihförderung beauftragt. Die Förderungsempfänger erhalten künftig als Bestandteil ihres jeweiligen Bescheides ein Merkblatt, das die der PwC diesbezüglich vorzulegenden Unterlagen auführt. Damit schließt sich die FFA der Länderpraxis an. Dem einzelnen Antragsteller entstehen hierdurch keine Kosten.

**Die neue Programmkinostudie der FFA** wird am 14. September auf der 6. Filmkunstmesse in Leipzig vorgestellt. Sie analysiert unter anderem die Besucherstruktur und die Filmauswahl im Arthousebereich im Kinjahre 2005.

#### Per Klick in die digitale Zukunft

Seit Frühjahr bietet die FFA auf ihrer Website Basisinformationen rund um die digitale Kinozukunft an, u. a. jetzt auch eine Auswahl aktueller nationaler und internationaler Veranstaltungen zu diesem Schwerpunktthema. Weitere Informationen sind unter [www.ffa.de/digitaleskino](http://www.ffa.de/digitaleskino) abrufbar.



Das Angebot der FFA-Website (Screenshot)

### Namen

**Nicola Jones**, Referentin des Vorstandes und Mitarbeiterin im Bereich Projektfilmförderung, ist seit dem 25. Juli in Mutterschutz mit anschließender Elternzeit. **Daniela Sutor** wird als neue Mitarbeiterin ab 1. Oktober den Bereich Projektfilmförderung unterstützen.

**Marie Geppert** hat am 1. August den Arbeitsbereich von **Dr. Eberhard Rhein** als Justiziarin der FFA übernommen. Sie wird das Justizariat gemeinsam mit **Ismene Finkmann** verantworten, die ab 1. Oktober wieder an ihren Arbeitsplatz zurückkehrt.

**Jana Krämer**, ehemalige Auszubildende in der FFA, arbeitet ab 1. Juli im Sekretariat des Vorstandes, nachdem **Daniela Heideck** das Haus zum 30. Juni verlassen hat.

**Sarah Klemisch** und **Marius Hanke** beginnen am 1. September ihre Ausbildung als Kaufleute für audiovisuelle Medien.

### Impressum

#### FFA-Filmförderungsanstalt

German Federal Film Board  
Große Präsidentenstraße 9 | 10178 Berlin  
Telefon: (030) 27 5 77-0 | Telefax: (030) 27 57 7-111  
[presse@ffa.de](mailto:presse@ffa.de) | [www.ffa.de](http://www.ffa.de)

Herausgeber: FFA-Filmförderungsanstalt  
V.i.S.d.P.: Peter Dinges (Vorstand)  
Redaktion: Ann-Malen Witt, Kyra Scheurer  
Statistik und Marktdaten: Ingeborg Schultz, Yvonne Beigel  
Gestaltung: Läufer + Keichel, Berlin  
Druck: agit-druck GmbH, Berlin

Diese Ausgabe sowie weitere FFA-Publikationen sind im Internet abrufbar unter:  
[www.ffa.de](http://www.ffa.de)