

In dieser Ausgabe

KOMMENTAR

Das Zeug zur Erfolgsstory Seite 2

FILMTHEATERFÖRDERUNG

Großzügige Kriterien Seite 3

BESUCHER UND UMSATZ

Der Kinofan ist wählerischer geworden Seite 4

FILMTHEATER

Delle oder Krise? Seite 6

SONDERFORMEN

Kino mal ganz anders Seite 7

DER KINOBESUCHER 2005

Erste Ergebnisse der Studie Seite 9

DEUTSCHER FILM

Fast wie ein VW Käfer Seite 10

Probleme ja, aber keine generelle Kinomüdigkeit

Fakten zeigen: Wenn das Filmangebot stimmte, stimmten auch die Zahlen

Die Zahlen sind so rot, dass niemand sie schön reden kann und will: Nur 60,3 Millionen Kino-Besucher im ersten Halbjahr, im Vergleichszeitraum 2004 waren es 72,3 Millionen gewesen – das macht ein Minus von 16,6 Prozent. Mit 352,5 Millionen Euro Umsatz, 67 Millionen Euro weniger in den Kinokassen als im Vorjahr – das bedeutet ein Minus von 16 Prozent.

Sind die fetten Jahre, wie Kanzlerkandidatin Angela Merkel kürzlich in Anlehnung an den Weingartner-Film nur halb scherzhaft meinte, nicht nur in vielen anderen gesellschaftsrelevanten Bereichen vorbei, sondern auch in der Filmwirtschaft? Schließlich wurde noch zu Jahresbeginn von einem kleinen Filmwunder gesprochen. Ist also in der Kinowelt in nur einem halben Jahr alles auf den Kopf gestellt worden?

Eine Analyse der Zahlen belegt, dass die Lage sicher nicht rosig, aber längst nicht so dramatisch ist, wie sie mitunter gemacht wird. Zunächst einmal gilt, dass die Krise aus Hollywood importiert ist: Für exzellente Zahlen sind nach wie vor die amerikanischen Blockbuster unabdingbar – und die blieben in diesem Halbjahr auf ganzer Breite aus. Die US-Produzenten, das zeigen die Zahlen aus ganz Europa, produzieren derzeit am Publikumsgeschmack vorbei –

ja sogar an dem der Kinofans im eigenen Land. Dass es sich in Deutschland nicht um eine generelle Kinomüdigkeit handelt, zeigt der Monat März: Da stimmte das Filmangebot und prompt stimmten auch die Zahlen.

Auch der positive Trend beim deutschen Film spricht gegen eine strukturelle Krise. Die Investition von Kreativität und Fördermillionen der letzten Jahre zahlt sich weiter aus: Der Marktanteil des Deutschen Films war mit 19,7 Prozent so hoch wie noch nie in einem ersten Halbjahr seit der FFA-Datenerfassung ab 1995; das steigende Box-Office im Ausland ist für die deutschen Produzenten zu einer festen wirtschaftlichen Größe geworden.

Sicherlich müssen die Anstrengungen fortgesetzt werden, jedoch bietet die gefestigte Situation der deutschen Produktionen die Chance genauer auf einen Bereich zu schauen, der in den vergangenen Jahren möglicherweise etwas zu kurz gekommen ist: Die Förderung der Filmtheater. Zeitgemäße Filme brauchen auch zeitgemäße Kinos – die aktuelle Situation hat dies ganz deutlich gemacht. Werden die richtigen Schlüsse gezogen, sagt HDF-Vorstandsvize Dr. Elke Esser, „hat das Kino nach wie vor das Zeug zur Erfolgsstory“. ■



Auch im Ausland ein Erfolgsschlag: Deutscher Filmpräzessor Alles auf Zucker

© X-Verleih

Das Kino-Halbjahresergebnis 2005

Die FFA veröffentlicht als einzige bundesweit tätige Förderungsinstitution neben eigenen Förderergebnissen Marktdaten der gesamten Filmbranche.

	30.06. 2005	30.06. 2004	30.06. 2003	30.06. 2002	30.06. 2001	30.06. 2000	30.06. 1999
Einwohner Deutschland¹	82.500.849	82.531.671	82.536.680	82.402.983	82.182.824	82.163.475	82.037.011
Kinobesucher²	60,3 Mio.	72,3 Mio	71,3 Mio.	80,4 Mio.	79,7 Mio.	74,3 Mio.	66,7 Mio.
Kinoumsatz in €²	352,5 Mio.	419,6 Mio.	414,0 Mio.	474,0 Mio.	442,1 Mio.	405,0 Mio.	361,1 Mio.
Filmtheaterunternehmen	1.225	1.230	1.207	1.194	1.166	1.177	1.187
Spielstätten (Kinos)	1.848	1.848	1.842	1.833	1.822	1.891	1.910
Leinwände (Säle)	4.875	4.847	4.868	4.825	4.738	4.734	4.458
Sitzplätze³	862.760	861.679	883.628	882.525	870.656	859.555	802.111
Kinostandorte	1.008	1.038	1.058	1.047	1.041	1.071	1.073
Einwohner pro Sitzplatz	96	96	93	93	94	96	102
Einwohner pro Leinwand	16.923	17.027	16.955	17.078	17.345	17.356	18.402
Besucher pro Leinwand	12.373	14.926	14.647	16.667	16.824	15.698	14.969
Besucher pro Sitzplatz	70	84	81	91	92	86	83
Kinobesuch pro Einwohner	0,73	0,88	0,86	0,98	0,97	0,90	0,81
durchschn. Eintrittspreis in €	5,84	5,80	5,81	5,89	5,55	5,45	5,41
deutscher Marktanteil in %⁴	19,7%	13,2%	17,1%	13,1%	13,0%	15,3%	15,1%
(auf Besucherbasis)							
Besucher deutscher Filme⁴	11,8 Mio.	9,4 Mio.	12,0 Mio.	10,3 Mio.	9,9 Mio.	10,9 Mio.	9,6 Mio.

¹ Quelle: Statistisches Bundesamt Wiesbaden ² Hochrechnung der Kinomeldungen ³ ohne Open-air, Universitätskinos und Schließungen ⁴ nach Meldungen der Verleihfirmen

Quelle: FFA



Schritt für Schritt ein Symbol ungebrochenen Vertrauens in das Kino: Das neue „Movieworld“ von Johannes Böhm und seiner

Das Zeug zur Erfolgsstory

VON DR. ELKE ESSER

Die These, das gebe ich gerne zu, klingt kühn. Ganz sicher auf den ersten Blick – und ganz besonders im Jahr 2005. Dennoch behaupte ich aus Überzeugung: Das Kino hat nach wie vor das Zeug zur Erfolgsstory!

Natürlich will und kann ich die Fakten nicht leugnen: Das Jahr 2005 sieht in der ersten Hälfte bescheiden aus. Im Durchschnitt Verluste von über 16 Prozent – im Osten höhere als im Westen. Das schon durchschritten geglaubte Tal dehnt sich unversehens zur Tiefebene. Das zeitigt Folgen. Vor allem und konkret im wirtschaftlichen Bereich. Aber auch bei der individuellen Motivation, im Umgang mit Marktpartnern, bei der gesamten Branchenpräsentation und damit letztlich – und das ist kaum zu unterschätzen – in Fragen der Publikumsattraktivität.

Deshalb ist Jammern eher kontraproduktiv. Eine Branche, dessen Attraktivität gerade im „Besonderen“, im Nicht-Alltäglichen, im Hauch von Glanz und Glamour, in „großer“ Unterhaltung liegt, ist eher schlecht beraten, ihr Unglück – und sei es noch so strukturell – öffentlich zu zelebrieren. Menschen lieben nicht aus Mitleid einen Mann, eine Frau, Menschen gehen nicht aus Mitleid in ansonsten leere Kneipen und Menschen gehen auch nicht aus Mitleid ins Kino ...

Aber dass da noch etwas anderes ist, etwas anderes sein muss – warum nennen wir es nicht ungebrochene Faszination – zeigen die Zahlen: Von 1996-2004, also über einen langen, aussagekräftigen Zeitraum, wuchs die Zahl der Besuche in den Filmtheatern langsam aber stetig. Von 132 Millionen Besuchen 1996 auf 156 Millionen Besuche 2004. Mit kräftigem zusätzlichen Ausschlag 2001 mit 178 Millionen. Und auch mit spürbarem Minusrekord – mit nur

149 Millionen – im Jahr 2003. Doch insgesamt, und darauf kommt es an, zeigt der Langzeit-Trend nach oben.

Und das, obwohl mittlerweile 55 Prozent aller Haushalte mit DVD-Playern und DVD-Recordern ausgestattet sind. Zum Vergleich: 1999 verfügten gerade mal 1 Prozent über diese Technik.

Und das, obwohl der illegale Internet-Download und das Schwarzbrennen und Raubkopieren von Film-DVDs die Kinobranche in den letzten Jahren rund 30 Prozent der Besucher und des Umsatzes kostete.

Die Autorin



Dr. Elke Esser, 51 Jahre
Seit dem 1. August
Stellvertretender Vorstand des HDF Kino

Die Leidenschaft fürs Kino regte sich früh: Die kleine Elke investierte die zehn Pfennig für die Kollekte des Kindergottesdienstes lieber für den Western „Fuzzy“. Doch der Weg in die Filmbranche sollte länger dauern. Nach Praxiserfahrung sammelte sie dann als Projektmanagerin im Bereich Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung bei der Stadt Oberhausen und dem Initiativkreis Ruhrgebiet. 1996 gründete sie das Markt- und Meinungsforschungsinstitut ACADEMIC DATA GmbH in Essen. Gegen Ende des Jahres 2000 übernahm sie die Geschäftsführung von Cineropa, im Jahr 2003 zudem die der Zukunft Kino Marketing GmbH. Nach der Fusion der Filmtheater-Verbände ist Elke Esser seit dem 1. August Stellvertretender Vorstand des HDF Kino. ■

Und das, obwohl die mit der (sehr deutlichen) Euro-Teuro-Debatte begonnene und nun durch Angst vor Hartz IV weitergehende Konsum-Zurückhaltung das Kino genauso trifft wie auch die meisten anderen Anbieter im Freizeit- und/oder Kulturbereich.

Und das, obwohl zuletzt je nach Filmangebot der mitunter nicht unbegründeten Stoßseufzer in den Foyers zu hören war: „Um Himmels Willen. Für wen sind diese Filme eigentlich gemacht?“

Das ist die Realität 2005 – aber selbst angesichts dieser Situation gibt es keinen Grund zur Tatenlosigkeit. Das Wissen, dass Kino trotz aller Widernisse und aller super-modischen Alternativen noch immer – und gerade in den letzten 10 Jahren – seine grundsätzliche Attraktivität beibehalten und ausbauen konnte, sollte Optimismus freisetzen. Und eigentlich spüren wir doch, dass etwas getan werden muss und wir haben sogar eine mehr oder weniger präzise Vorstellung davon, was sein könnte: Kino als Erlebnisort, der mehr ist als Filme zeigen. Kino mit Ideen, um aktive Kunden zu binden. Kino mit Charme, um auch Menschen „in den besten Jahren“ wieder für Kino empfänglich zu machen. Kino zum Mitmachen für die Kleinen. Nicht überall Alles und nicht überall das Gleiche. Genau wie bei der Filmauswahl.

Sicher müssen wir dazu noch mehr wissen über Potentiale und Zielgruppen, über deren Interessen und Bedürfnisse, aber auch über Alternativen und Barrieren für den Kinobesuch. Die notwendige Marktforschung und die Analysen der Ergebnisse muss schnell geschehen.

Was aber schon jetzt und überall deutlich gemacht werden muss, ist eine Imagekampagne in eigener Sache. Wir müssen zeigen, welchen Reiz das Kino hat, welche Emotionen von einer großen Leinwand ausgehen, wie schön und beeindruckend Film im Kino ist. Kino als Erfolgsstory. 200 Millionen Besucher – Admission possible. ■



Partnerin Silke Hüttmann im fränkischen Gunzenhausen soll zum „Harry Potter“-Start im November fertig sein.

Bauen auf die Zukunft



Silke Hüttmann und Johannes Böhm

Sicher werden sich einige fragen, warum einer in diesen Zeiten des Umbruchs ein neues Kino baut. Darauf gibt es zwei Antworten: Zum einen haben wir dieses Projekt fast vier Jahre diskutiert, kalkuliert und mit der Kommune Realisierungsmöglichkeiten sondiert – so lange, bis wir sicher waren, dass das Konzept stimmt und eine absolute Kostensicherheit garantiert ist. Zum anderen bietet das neue FFG verbesserte Fördermöglichkeiten – ohne sie würde heute noch kein Stein auf dem anderen stehen.

Die Darlehenszusage der FFA war Grundvoraussetzung für die Bereitschaft der Banken in der heutigen Zeit auf ein Kino zu setzen. In der Phase kurz vor der Realisierung

konnten wir immer auf die gute Beratung und die hilfsbereite Begleitung der FFA bauen.

Für die Zukunft gilt als oberstes Gebot, was auch schon die Planungsphase dominierte: Man muss konsequent darauf schauen, dass man die Zahlen im Griff hat. Und das Konzept muss auf die Bedürfnisse des Standortes abgestimmt sein. Nach Erfahrungen mit Open-Air-Kino in der Region sind wir überzeugt, richtig zu liegen. Wir wollen nicht nur Filme zeigen, sondern wir wollen mit den Leuten hier zusammen Kino machen. ■

Johannes Böhm

Filmtheaterkaufmann, Movieworld Gunzenhausen

Großzügige Kriterien

Die neue Freiheit hilft, aber sie verpflichtet auch

VON DR. HERIBERT SCHLINKER

Als Mitte der 60-er Jahre das Filmförderungsgesetz beraten und beschlossen wurde, hatte niemand an eine Förderung auch der Filmtheater gedacht; Verleih und Kinos wurden erst ab der zweiten Novellierung in die Förderung einbezogen. Man hatte erkannt, dass Filme nur dann die Menschen erreichen, wenn es genügend Kinos gibt. Denn der beste Platz, sich einen Film anzusehen ist immer noch das Kino.

Es war der richtige Weg – und ist es heute noch. Viele der Investitionen seit 1990, vor allem die zahlreichen Neubauten, wären ohne die finanzielle Unterstützung der FFA nicht möglich gewesen. Von 1990 bis 2004 sind schließlich mehr als 100 Millionen Euro in die Förderung der Kultureinrichtung Kino geflossen. Und was genau so wichtig ist: Die Theaterbesitzer haben sich als zuverlässige Partner erwiesen. Die Rückzahlungsquote

der Darlehen betrug in diesen 14 Jahren über 90 Prozent. Durch die Rückzahlungen erhöht sich der Förderetat seit 2004 um jährlich etwa 5 Millionen Euro. Inzwischen ist der Etatposten „Förderung des Abspiels“ der zweitgrößte Posten im Etat der FFA – jährlich stehen derzeit etwa 12 Millionen Euro zur Verfügung.

Diese Gelder werden seit dem 1. Januar 2004, dem Inkrafttreten der jüngsten Novelle, zudem nach großzügigeren Kriterien vergeben. So können kleinere Investitionen bis zur Hälfte der Kosten gefördert werden, die Höchstsumme wurde von 153.000 Euro auf 350.000 Euro heraufgesetzt. Zudem sind die Grenzen bei den Investitionsvorhaben noch durchlässiger geworden. Inzwischen kann man guten Gewissens behaupten, dass heute fast alles, was dem Kino nützt und das Kino in den Augen der Besucher attraktiver macht, gefördert wird.

Damit wird den Realitäten Rechnung getragen, schließlich wurden in den Nachwendejahren bis zum Jahr 2000 gewaltige Sum-

men in Neubauten gesteckt. Im Schnitt wurden dann etwas mehr als 10 Prozent der Investitionssumme der positiv beurteilten Maßnahmen als Förderbetrag gewährt. Jetzt gilt es, in vielen Häusern Verbesserungen im Detail vorzunehmen. Die Bereitschaft dazu will die FFA nachdrücklich befördern: Obwohl die aufzubringenden Investitionssummen geringer sind, ist die prozentuale Förderung im vergangenen Jahr auf fast 30 Prozent gestiegen (siehe Tabelle) – dies

Die Kommission

Vorsitz:
Dr. Heribert Schlinker

Eva Matlok
Dr. Michael Verhoeven
Jo Sperner
Margarete Papenhoff



auch, weil ja durch den sogenannten „Kino-topf“ seit dem 1. Januar 2004 mehr Mittel zur Verfügung stehen.

Doch die neue Freiheit sollte nicht missbraucht werden. Wer in Krisenzeiten Schwierigkeiten bei der Zahlung der Abgabe oder der Rückzahlung von Darlehen hat, findet in der FFA verständnisvolle Gesprächspartner. Grundsätzlich aber muss weiterhin gelten: Jeder Theaterbesitzer sollte schon bei der Darlehensbeantragung bedenken und beachten, dass die Kommission die Gelder aller Kollegen nur treuhänderisch verwaltet und dass sie darauf achten muss, dass die Darlehen auch zurückgezahlt werden können. Dies schon deshalb, weil die Fördergelder demnächst ja erneut ausgeliehen werden sollen – und diese Hilfe wird sicher gebraucht angesichts der Anforderungen, die die Zukunft an die Filmtheaterbesitzer stellt. ■

Anträge Filmtheaterförderung – 1998 bis 2004

Jahr	zuerkannte Anträge	Unternehmen	Gesamtkosten	zuerkannte Summe	zuerkannte Summe zu Gesamtkosten in %
1998	160	149	60,3 Mio.	6,4 Mio.	10,6%
1999	169	146	99,2 Mio.	9,3 Mio.	9,4%
2000	148	136	69,7 Mio.	8,3 Mio.	11,9%
2001	113	106	34,4 Mio.	5,0 Mio.	14,5%
2002	164	147	34,4 Mio.	7,9 Mio.	23,0%
2003	178	136	27,6 Mio.	6,3 Mio.	22,9%
2004	218	195	26,3 Mio.	7,6 Mio.	29,0%

Quelle: FFA

Der Kinofan ist wählerischer geworden

Hollywood trifft derzeit nicht den Geschmack des europäischen Publikums

Am Tag der Verleihung des Deutschen Filmpreises hatte es Angela Merkel ein Filmtitel besonders angetan: Nicht der Sieger *Alles auf Zucker* regte ihre Phantasie an, sondern: *Die fetten Jahre sind vorbei*. Das, scherzte die Kanzlerkandidatin der CDU, sei ja durchaus als Motto der Zeit zu verstehen, nicht nur in der Filmbranche, sondern überhaupt in Deutschland.

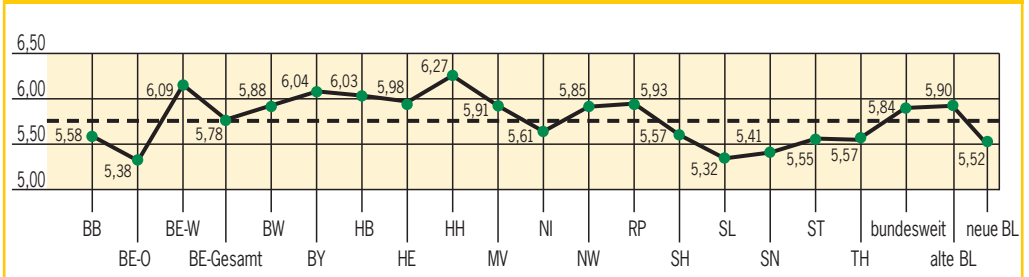
Als wenig später die Kinobetreiber in den USA und den europäischen Nachbarländern ihren Halbjahres-Kassensturz machten, standen unter dem Strich überall Besucherrückgänge mit meist zweistelligen Prozentzahlen. Über 8 Prozent in Großbritannien, über 10 Prozent in den USA, über 13 Prozent in Frankreich und über 17 Prozent in Italien. In den deut-

schen Filmtheatern summierte sich das Minus gar auf 16,6 Prozent.

Hat also Angela Merkel Recht? Sind die fetten Jahre wirklich vorbei – und das nur sechs Monate nachdem sich die Branche

Sechstel der Besucher und des Umsatzes, in den neuen Bundesländern gar ein Fünftel. Aber es ist keine hausgemachte deutsche Kinokrise. Sie ist zum großen Teil aus den USA importiert: Hollywood produziert der-

Durchschnittlicher Eintrittspreis in den Bundesländern – 1. Halbjahr 2005



Quelle: FFA

am Ende des Jahre 2004 über ein Wiedererwachen der Kinolust hatte freuen können? Sicher ist nur, dass es im ersten Halbjahr in den Kinos düster aussah: Nur 60,3 Millionen Besucher – so wenige kamen zuletzt 1996, im Vorjahr waren es 72,3 Millionen gewesen.

Und selbst eine durchschnittliche Erhöhung der Eintrittspreise auf 5,84 Euro (plus 3 Cent in den alten, plus 7 Cent in den neuen Bundesländern) verhinderte nicht ein Umsatzminus von rund 67 Millionen Euro. In den alten Bundesländern fehlten rund ein

zeit offensichtlich am Publikumsgeschmack vorbei, vor allem am deutschen.

Nur zweimal lockten US-Filme an einem Wochenende über eine Million Kinofans an, im vergangenen Jahr war dies im gleichen Zeitraum fünfmal der Fall. An einem der mageren Wochenenden im April verzeichnete *Barfuss* den Besucherrekord – mit nicht einmal 200.000 verkauften Karten.

Vor allem der Vergleich der Top 10 der ersten Halbjahre 2005/2004 spricht eine deutliche Sprache: Im vergangenen Jahr erreichten neun der zehn stärksten Filme über zwei Millionen Besucher, in diesem Jahr nur drei.



© Twentieth Century Fox

Platz 1 der TOP 10:
Star Wars: Episode III – Die Rache der Sith

Besucher-, Umsatz- und Eintrittspreisentwicklung der deutschen Filmtheater – 1. Halbjahre 2001 bis 2005

	2001	2002	2003	2004	2005	Vergl. 05/04	Ø 5 Jahre	Vergl. 05 Ø	
Besucher	bundesweit	79.711.300	80.416.967	71.301.964	72.344.148	60.317.244	-16,6%	72.818.325	-17,2%
	alte Bundesländer	65.636.927	67.245.495	58.655.092	60.993.122	51.351.468	-15,8%	60.776.421	-15,5%
	neue Bundesländer	14.074.373	13.171.472	12.646.872	11.351.026	8.965.776	-21,0%	12.041.904	-25,5%
Umsatz	bundesweit	442.100.072	473.990.727	414.033.861	419.622.618	352.545.638	-16,0%	420.458.583	-16,2%
	alte Bundesländer	370.929.137	402.020.105	345.412.173	357.801.404	303.067.508	-15,3%	355.846.065	-14,8%
	neue Bundesländer	71.170.935	71.970.622	68.621.688	61.821.214	49.478.130	-20,0%	64.612.518	-23,4%
Eintrittspreis	bundesweit	5,55	5,89	5,81	5,80	5,84	0,7%	5,78	1,1%
	alte Bundesländer	5,65	5,98	5,89	5,87	5,90	0,5%	5,86	0,7%
	neue Bundesländer	5,06	5,46	5,43	5,45	5,52	1,3%	5,38	2,5%

Quelle: FFA

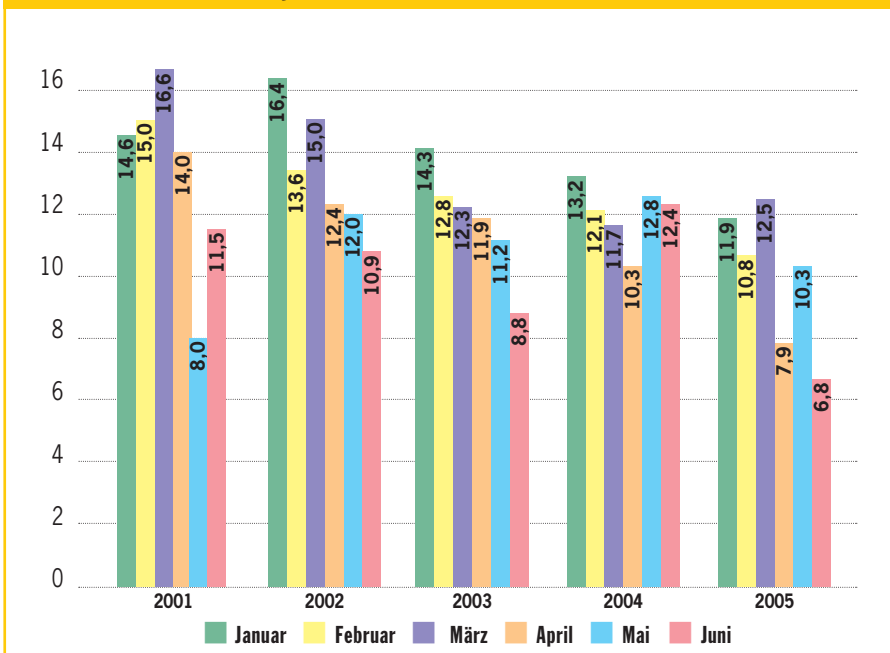
Eintrittspreisentwicklung der deutschen Filmtheater – Januar bis Juni 2005

	Januar	Februar	Feb/Jan	März	Mrz/Feb	April	Apr/Mrz	Mai	Mai/Apr	Juni	Jun/Mai
bundesweit	5,87	5,72	-2,6 %	5,65	-1,2 %	5,76	1,9 %	6,18	7,3 %	5,95	-3,7 %
alte Bundesländer	5,91	5,78	-2,2 %	5,71	-1,2 %	5,82	1,9 %	6,23	7,0 %	6,03	-3,2 %
neue Bundesländer	5,61	5,38	-4,1 %	5,35	-0,6 %	5,41	1,1 %	5,85	8,1 %	5,55	-5,1 %

Quelle: FFA

Kinobesuch – 1. Halbjahre 2001 bis 2005 in Mio.

Quelle: FFA



© Sony Pictures

Platz 2 der TOP 10:
Hitch – Der Date-Doktor

**TOP 10
Die Hitliste des 1. Halbjahres 2005**

Rang	Filmtitel	Besucher
1.	Star Wars: Episode III – Die Rache der Sith	5.347.785
2.	Hitch – Der Date Doktor	4.295.301
3.	Meine Frau, ihre Schwiegereltern und ich	3.076.122
4.	Königreich der Himmel – Kingdom of Heaven	1.868.511
5.	Robots	1.613.187
6.	Die wilden Kerle 2	1.515.763
7.	Barfuss	1.392.809
8.	Die Unglaublichen	1.289.050
9.	Blade: Trinity	1.235.088
10.	Der Babynator	1.210.098

Quelle: FFA

Dass das Kinointeresse nicht grundsätzlich nachgelassen hat sondern ganz wesentlich vom Filmangebot abhängig ist, zeigt der Monat März. Hier konnte sogar ein Besucherplus von 7,7 Prozent verzeichnet werden, da mit *Hitch – Der Date Doktor* (über 2,5 Millionen Besucher an den März-Wochenenden) sowie den deutschen Produktionen *Die wilden Kerle 2* und *Sophie Scholl – Die letzten Tage* (zusammen knapp 400.000 Besucher an den März-Wochenenden) attraktive

Filme auf die Leinwände gebracht wurden. Auch die Erklärung für den desaströsen Juni, in dem sich im Vergleich zum Juni 2004 der Kinobesuch nahezu halbierte, ist relativ klar: Die vermeintlichen US-Blockbuster *Star Wars: Episode III – Die Rache der Sith* (der nach starkem Start verlor) und *Batman Begins* (der vom Start weg floppte) konnten die hohen Erwartungen, zusammen mehr als zehn Millionen Besucher zu interessieren, nicht erfüllen. ■

Monatlicher Besuchervergleich – 1. Halbjahre 2001 bis 2005

	Monat	2001	2002	2003	2004	2005	Diff. 05/04
Bundesweit	Januar	14.649.995	16.377.614	14.324.191	13.230.786	11.885.109	-10,2%
	Februar	14.935.078	13.622.762	12.809.979	12.059.007	10.769.761	-10,7%
	März	16.579.550	15.049.243	12.314.448	11.650.213	12.546.478	7,7%
	April	14.030.134	12.421.484	11.876.074	10.279.810	7.947.158	-22,7%
	Mai	8.040.049	12.013.323	11.213.941	12.773.916	10.330.434	-19,1%
	Juni	11.476.494	10.932.541	8.763.331	12.350.416	6.838.304	-44,6%
	Gesamt		79.711.300	80.416.967	71.301.964	72.344.148	60.317.244
Alte Bundesländer	Januar	12.295.541	14.046.905	12.008.976	11.394.180	10.228.585	-10,2%
	Februar	12.030.347	11.251.696	10.188.988	10.117.062	9.050.192	-10,5%
	März	13.832.913	12.532.142	9.957.860	9.845.606	10.680.255	8,5%
	April	11.688.313	10.269.590	9.836.287	8.671.610	6.767.908	-22,0%
	Mai	6.510.366	10.166.206	9.452.520	10.592.858	8.837.926	-16,6%
	Juni	9.279.447	8.978.956	7.210.461	10.371.806	5.786.602	-44,2%
	Gesamt		65.636.927	67.245.495	58.655.092	60.993.122	51.351.468
Neue Bundesländer	Januar	2.354.454	2.330.709	2.315.215	1.836.606	1.656.524	-9,8%
	Februar	2.904.731	2.371.066	2.620.991	1.941.945	1.719.569	-11,5%
	März	2.746.637	2.517.101	2.356.588	1.804.607	1.866.223	3,4%
	April	2.341.821	2.151.894	2.039.787	1.608.200	1.179.250	-26,7%
	Mai	1.529.683	1.847.117	1.761.421	2.181.058	1.492.508	-31,6%
	Juni	2.197.047	1.953.585	1.552.870	1.978.610	1.051.702	-46,8%
	Gesamt		14.074.373	13.171.472	12.646.872	11.351.026	8.965.776

Quelle: FFA

Delle oder Krise?

FFA-Studie zur Motivation der Kinobesucher soll bei der Suche nach einer Antwort helfen

Das die Kinos in den ersten sechs Monaten dieses Jahres schwere Zeiten durchzustehen hatten, steht außer Frage – Besucher- und Umsatzrückgang sprechen eine deutliche Sprache. Doch steht tatsächlich das große Kinosterben bevor, wie es vielerorts prophezeit wird? Dafür, das ist die Erkenntnis aus der offiziellen FFA-Statistik, gibt es noch keine Belege: Die Zahl der Spielstätten blieb unverändert, die Zahl der Kinosäle und damit der Leinwände stieg um 28, die der Sitzplätze gar um 1081.

Das lässt nur einen Schluss zu: Die Filmtheaterbetreiber warten vorsichtig ab, ob die aktuelle Krise womöglich nur eine vorübergehende Delle ist und hoffen, dass die verhältnismäßig guten Perspektiven angesichts

der anstehenden Premieren des zweiten Halbjahres doch noch Besserung bringen. Bislang sind bei der FFA zwar Warnsignale für möglicherweise anstehende gravierende Konsequenzen eingegangen, allerdings noch keine konkreten Hinweise auf bevorstehende Schließungen.

Im Vordergrund steht zunächst die Suche nach einer Antwort auf die Frage, was die Kinofans letztlich vom Besuch abgehalten hat: Die wirtschaftliche Situation? Ein unter Umständen am veränderten Publikums geschmack vorbeigehendes Filmangebot? Oder die Konkurrenz des üppigen DVD-Angebotes? Dabei wird die FFA mit einer Studie helfen, die die Motivation für den Kinobesuch ergründen soll. Die Studie ist bereits

Schließungsgründe – 1. Halbjahr 2005

	Säle	%
Unrentabilität / Konkurrenz	29	63,0 %
Umbau (vorübergehende Schließung)	5	10,9 %
Sonstiges	4	8,7 %
Beendigung des Mietvertrages	4	8,7 %
Insolvenz bzw. Betriebsaufgabe	3	6,5 %
Zweckentfremdung	1	2,2 %
Konkurrenz Multiplex	0	0,0 %
ohne Angaben	0	0,0 %
Alter+Gesundheit	0	0,0 %
Abriss des Kinos bzw. Baufälligkeit	0	0,0 %
Gesamt	46	100 %

Quelle: FFA

in Auftrag gegeben, die ersten Analysen sollen im November vorliegen.

Was auch immer dann als Hauptursache gelten wird – schon jetzt steht fest, dass sich die Betreiber der Filmtheater auf tiefgreifende Umbrüche einstellen müssen, wenn sie für die Zukunft gewappnet sein wollen. Dazu zählen, um den Kinoabend zu einem Event zu machen, neue Marketingkonzepte ebenso wie das Bemühen um ein angenehmes Ambiente. Noch zukunftsrelevanter aber für die Qualität des Produktes Kino sind neben einem attraktiven Filmangebot vor allem tragbare Kompromisse in strukturellen Fragen wie etwa der Anpassung der Auswertungsfenster. Dabei ist die ganze Branche gefragt.

Die Filmtheater können in der Diskussion nach wie vor mit einem Pfund wuchern: Jeder Film braucht, auch wenn er mit großem Werbeaufwand promotet wird, den Erfolg im Kino, um schließlich auch im DVD-Geschäft erfolgreich sein zu können. ■

Kinosaalbestand – 1. Halbjahre 2001 bis 2005

		jeweils von Januar bis Juni				
		2001	2002	2003	2004	2005
NE/WE*	bundesweit	108	102	75	69	51
	alte Bundesländer	68	77	60	42	40
	neue Bundesländer	40	25	15	27	11
Schließg.	bundesweit	153	69	75	90	46
	alte Bundesländer	133	61	56	77	38
	neue Bundesländer	20	8	19	13	8
Bestand	bundesweit	4.734	4.738	4.868	4.847	4.875
	alte Bundesländer	3.836	3.813	3.906	3.879	3.904
	neue Bundesländer	898	925	962	968	971

Quelle: FFA

*NE=Neueröffnungen, WE=Wiedereröffnungen

Entwicklung der Spielstätten und Kinosäle – 1. Halbjahre 2003 bis 2005

	Einwohner d. Bundesländer ¹	Spielstätten					Kinosäle				
		2003	2004	2005	Anteil %	05/04	2003	2004	2005	Anteil %	05/04
Baden-Württemberg	10.717.419	256	262	258	14,0%	-4	640	652	654	13,4%	2
Bayern	12.443.893	318	317	317	17,2%	0	771	775	789	16,2%	14
Berlin-Ost		44	44	44	2,4%	0	143	142	142	2,9%	0
Berlin-West		58	57	60	3,2%	3	157	154	158	3,2%	4
Berlin GESAMT	3.387.828	102	101	104	5,6%	3	300	296	300	6,2%	4
Brandenburg	2.567.704	63	65	65	3,5%	0	146	149	153	3,1%	4
Bremen	663.213	12	12	13	0,7%	1	36	44	45	0,9%	1
Hamburg	1.734.830	28	29	32	1,7%	3	96	97	101	2,1%	4
Hessen	6.097.765	134	137	135	7,3%	-2	343	342	333	6,8%	-9
Mecklenburg-Vorpommern	1.719.653	61	61	62	3,4%	1	127	126	128	2,6%	2
Niedersachsen	8.000.909	194	192	188	10,2%	-4	458	456	450	9,2%	-6
Nordrhein-Westfalen	18.075.352	278	272	271	14,7%	-1	932	893	907	18,6%	14
Rheinland-Pfalz	4.061.105	90	84	86	4,7%	2	228	219	219	4,5%	0
Saarland	1.056.417	32	32	30	1,6%	-2	78	77	75	1,5%	-2
Sachsen	4.296.284	100	108	108	5,8%	0	261	264	264	5,4%	0
Sachsen-Anhalt	2.494.437	45	49	49	2,7%	0	132	136	136	2,8%	0
Schleswig-Holstein	2.828.760	73	73	75	4,1%	2	167	170	173	3,5%	3
Thüringen	2.355.280	56	54	55	3,0%	1	153	151	148	3,0%	-3
BUNDESWEIT	82.500.849	1.842	1.848	1.848	100,0%	0	4.868	4.847	4.875	100,0%	28
alte Bundesländer ²	65.679.663	1.473	1.467	1.465	79,3%	-2	3.906	3.879	3.904	80,1%	25
neue Bundesländer ²	13.433.358	369	381	383	20,7%	2	962	968	971	19,9%	3

Quelle: FFA

¹Quelle: Statistisches Bundesamt Wiesbaden, Stand 31.12.04; ²Einwohnerzahlen ohne Berlin;

Die Bilanz der Sonderformen im Vergleich zu den klassischen Kinos

	Leinwand-Bestand			Besucher in Tsd.			Umsatz in Tsd.			Eintritt	
	2003	2004	Anteil	2003	2004	Anteil	2003	2004	Anteil	2003	2004
BUNDESWEITE Ergebnisse	4.868	4.870	100%	148.957	156.709	100%	849.762	892.925	100%	5,70	5,70
davon ...											
herkömmliche Leinwände	3.051	2.969	61,0%	77.494	80.081	51,1%	425.135	439.788	49,3%	5,49	5,49
Multiplexe	1.300	1.314	27,0%	65.682	70.972	45,3%	396.286	426.005	47,7%	6,03	6,00
Summe herkömml. + Multiplexe	4.351	4.283	87,9%	143.176	151.053	96,4%	821.422	865.793	97,0%	5,74	5,73
SONDERFORMEN:											
Autokinos	31	38	0,8%	532	479	0,3%	3.072	2.736	0,3%	5,77	5,71
Filmfeste + IMAX	10	9	0,2%	264	255	0,2%	1.619	1.449	0,2%	6,13	6,13
Freilichtbühnen/Openair*	411	535	-*	1.665	1.175	0,7%	9.392	6.651	0,7%	5,64	5,66
Kommunale/Kulturelle	153	169	3,5%	1.940	2.213	1,4%	8.758	10.140	1,1%	4,51	4,58
Porno	3	3	0,1%	23	22	0,0%	100	101	0,0%	4,35	4,67
Saisonkinos	35	35	0,7%	269	305	0,2%	1.283	1.479	0,2%	4,78	4,85
Truppenkino/Kaserne	10	10	0,2%	9	7	0,0%	28	25	0,0%	3,16	3,46
Universitäten/Schulen/Kliniken	95	102	2,1%	269	278	0,2%	595	643	0,1%	2,22	2,32
Vereine (e.V.)	72	86	1,8%	645	730	0,5%	2.982	3.280	0,4%	4,63	4,49
Wanderkinos	32	40	0,8%	165	192	0,1%	510	629	0,1%	3,09	3,28
Summe Sonderformen	517	587	12,1%	5.781	5.656	3,6%	28.340	27.133	3,0%	4,90	4,80

Quelle: FFA

* die Openair-Veranstalter mit sporadischem Spielbetrieb (2003 = 335; 2004 = 440) werden im bundesweiten Leinwandbestand nicht mit einbezogen

Im Zelt oder Open air – Kino mal ganz anders

Die große Vielfalt der besonderen Filmtheater bringt aber nur einen marginalen Marktanteil

Das Kino nicht immer gleich Kino ist, erschließt sich dem aufmerksamen Beobachter, sobald die Sonne höher steht. Dann werden aus Freilichtbühnen oder Schlossgärten Open-air-Filmtheater und in den Urlaubsorten öffnen für ein paar Wochen ungewöhnliche Spielstätten ihre Pforten, wie etwa das Zelttheater auf der Ostseeinsel Hiddensee. Von der FFA werden sie als sogenannte Sonderformen erfasst.

Dazu zählen neben den Open-air- und den Saisonkinos auch noch Autokinos, Wanderkinos, kommunale und kulturelle Einrichtungen sowie jene Leinwände, die in Kasernen, Vereinshäusern oder Schulen und Kliniken aufgestellt werden. Ihre Zahl stieg in den letzten drei Jahren kontinuierlich – während die Zahl der Leinwände in den herkömmlichen Kinos und den Multiplexen abnahm. Im vergangenen Jahr standen den 4.283 „normalen“ Leinwänden 587 „besondere“ Leinwände gegenüber. Damit erreichten die Sonderformen einen Anteil von 12 Prozent an allen in Deutschland bespielten Leinwänden.

Die Resonanz allerdings ist geringer. Die 5.655.000 Besucher im Jahr 2004 bedeuten nur 3,6 Prozent aller Kinogänger, der Umsatz von gut 27,1 Millionen Euro bedeutet nur 3 Prozent des Gesamtumsatzes an den Kinokassen. Das überrascht nicht, da bei vielen der Sonderformen kein durchgängiger



Prominente Hilfe vorm Zelttheater Hiddensee: Berlinale-Chef Dieter Kosslick animiert als Kartenkontrolleur die Urlaubsgäste zu einem Kinoerlebnis. Dabei wurde in den vergangenen drei Jahren deutschen Filmen der Vorzug gegeben. Die meisten Besucher kamen zu *Goodbye Lenin* (2003), *Gegen die Wand* (2004) und *Alles auf Zucker* (2005).

Spielbetrieb angeboten wird, die Schließungszeiten sind mitunter sehr lang.

Hinzu kommt, dass bei den Sonderformen der durchschnittliche Eintrittspreis mit 4,80 Euro um 93 Cent niedriger liegt als bei herkömmlichen Kinos (5,73 Euro). Die Preisdifferenz ist zum einen Folge der kommunalen und kulturellen Förderung, die vielen dieser Sonderformen gewährt wird. Zum anderen können die Tickets auch billiger angeboten werden, weil die Investitionen im Bereich der Sonderformen deutlich geringer sind und in der Regel auch keine außergewöhnlich hohen Mieten fällig werden.

Da der prozentuale Anteil der Sonderformen bei Besucherzahl und Umsatz über Jahre nahezu konstant blieb, liegt der Schluss nahe, dass der Markt für derlei besondere Kinoerlebnisse trotz der steigenden Leinwandzahl als ausgereizt gelten kann. ■

Details im Internet

www.ffa.de

Eine noch detailliertere Übersicht der Sonderformen und einen Vergleich über die letzten fünf Jahre finden sie unter der Rubrik Publikationen.

Perfektion als Handicap

Multiplexe verlieren nicht so stark, doch die Kosten drücken

In der Größe und der perfekten Technik liegt die Attraktion – aber auch die Problematik für die Filmtempel des Zeitgeistes.

Die Multiplexe, die geplant und gebaut wurden, als die Prognosen 200 Millionen Kinobesuche in Deutschland für denkbar hielten, erforderten hohe Investitionen. Sie müssen eingespielt werden, auch wenn die Realität noch anders aussieht. In einigen Städten ist die Multiplexdichte inzwischen so groß, dass um jeden Besucher hart gekämpft werden muss – vor allem, wenn wie im 1. Halbjahr 2005 auch noch die amerikanischen Millionenseller ausbleiben.

Das bleibt nicht ohne Konsequenzen. So schloss in Berlin mit dem „Kosmos“ das erste Multiplex der Hauptstadt – es war das erste, das in Berlin gebaut wurde. Dabei trifft die derzeitige Misere die Multiplexe nicht ganz so heftig wie die herkömmlichen Filmtheater.

So bedeuten 4,3 Millionen Besucher weniger ein Minus von 13,1 Prozent (bundesweit minus 16,6 Prozent), 23 Millionen Euro weniger Umsatz ein Minus von 11,4 Prozent (bundesweit minus 16 Prozent). Die Umsatzeinbuße fiel aber auch deshalb geringer aus, weil der Eintrittspreis bei den Multiplexen mit 2 Prozent stärker angehoben wurde als im Bundesdurchschnitt (0,7 Prozent).

Durchschnittliche Eintrittspreise 1. Halbjahre 2001 bis 2005

Jahr	Eintrittspreis	Vergleich zu Vorjahr
2001	5,94	- 0,8 %
2002	6,35	6,9 %
2003	6,19	-2,5 %
2004	6,10	-1,5 %
2005	6,22	2,0 %

Quelle: FFA

Prozentual gesehen hat sich im Vergleich zum ersten Halbjahr 2004 bei Besuchern (47,6 Prozent gegenüber 45,7 Prozent) und Umsatz (50,7 Prozent gegenüber 48,0 Prozent) der Anteil der Multiplexe am Gesamtkuchen sogar leicht erhöht. ■

Bestand, Besucher- und Umsatzergebnisse der herkömmlichen Kinos und Multiplexe – Januar bis Juni 2005

		Leinwände (Säle)			Besucher			Umsatz		
		alle Kinos	herkömml. Kinos	Multiplexe	alle Kinos	herkömml. Kinos	Multiplexe	alle Kinos	herkömml. Kinos	Multiplexe
in absoluten Zahlen	Januar	4.851	3.537	1.314	11.885.109	6.202.891	5.682.218	69.728.673	34.293.081	35.435.592
	Februar	4.859	3.545	1.314	10.769.761	5.675.740	5.094.021	61.589.077	30.687.485	30.901.592
	März	4.855	3.541	1.314	12.546.478	6.596.241	5.950.237	70.937.182	35.474.300	35.462.882
	April	4.862	3.548	1.314	7.947.158	4.327.146	3.620.012	45.775.322	23.352.465	22.422.857
	Mai	4.875	3.561	1.314	10.330.434	5.283.869	5.046.565	63.809.471	30.606.883	33.202.588
	Juni	4.875	3.561	1.314	6.838.304	3.494.921	3.343.383	40.705.913	19.339.075	21.366.838
	Gesamt	4.875	3.561	1.314	60.317.244	31.580.808	28.736.436	352.545.638	173.753.289	178.792.349
in Prozent	Januar	100%	72,9%	27,1%	100%	52,2%	47,8%	100%	49,2%	50,8%
	Februar	100%	73,0%	27,0%	100%	52,7%	47,3%	100%	49,8%	50,2%
	März	100%	72,9%	27,1%	100%	52,6%	47,4%	100%	50,0%	50,0%
	April	100%	73,0%	27,0%	100%	54,4%	45,6%	100%	51,0%	49,0%
	Mai	100%	73,0%	27,0%	100%	51,1%	48,9%	100%	48,0%	52,0%
	Juni	100%	73,0%	27,0%	100%	51,1%	48,9%	100%	47,5%	52,5%
	Gesamt	100%	73,0%	27,0%	100%	52,4%	47,6%	100%	49,3%	50,7%

Quelle: FFA

Moderates Wachstum

DVD-Preise sinken, VHS-Format spielt kaum noch eine Rolle

Der DVD-Boom und ein noch relativ stabiles VHS-Geschäft hatten der Videobranche in den letzten Jahren regelmäßig zweistellige Wachstumsraten beschert. Auch im ersten Halbjahr 2005 ging es weiter aufwärts – aber wesentlich moderater: Der Umsatz bei Verkauf und Vermietung stieg auf 752 Millionen Euro. Das bedeutet gegenüber dem letztjährigen Vergleichszeitraum (720 Millionen Euro) ein Plus von 4,5 Prozent.

Für diese Entwicklung sind nach den Analysen der GfK, die im Auftrag der FFA durchgeführt werden, zwei Faktoren maßgeblich verantwortlich: Zum einen sind die Preise für die Silberscheiben gegenüber dem Vorjahr gesunken – von durchschnittlich 14,13 Euro auf nur noch 13,25 Euro. Dies konnte

auch durch eine weiterhin deutliche Steigerung der Verkaufszahlen von 37,3 Millionen DVD in den beiden ersten Quartalen 2004 auf 43,6 Millionen Scheiben 2005 (plus 17 Prozent) nicht aufgefangen werden. Zum anderen hat sich das VHS-Geschäft geradezu marginalisiert. Die Zahl der verkauften Kassetten (3,3 Millionen) halbierte sich nahezu im Vergleich zum Vorjahr, im Verleih blieben von 7,9 Millionen Transaktionen 2005 gerade mal ein Sechstel, nur noch 1,5 Millionen Ausleihen.



© Constantin

Erfreulich entwickelt hat sich jedoch der DVD-Verleih. Hier hat die Neuorientierung der Branche hin zu flexiblen, zeitgemäßen und kundenfreundlichen Angeboten wie Internet- und Automatenverleih rund um die Uhr ein deutliches Plus von 13,7 Prozent bei den Aus-

leihzahlen und von 10,3 Prozent beim Vermietumsatz bewirkt. Am häufigsten verkauft wurde mit *(T)Raumschiff Surprise – Periode 1* ein deutscher Film, der US-Thriller *The Village* wurde am häufigsten ausgeliehen. ■

www.ffa.de

Diese Ausgabe sowie weitere FFA-Publikationen sind im Internet abrufbar.

Impressum:

FFA-Filmförderungsanstalt
Große Präsidentenstraße 9, 10178 Berlin
Tel.: (030) 27 577-0
Fax: (030) 27 577-111
e-mail: presse@ffa.de
Internet: www.ffa.de
V.i.S.d.P.: Peter Dinges (Vorstand)
Redaktion: Rosemarie Dittert
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Marktdaten: Ingeborg Schultz
Satz und Druck:
Druckpunkt Druckerei Repro GmbH
Potsdamer Straße 85, 10785 Berlin

Die TOP 10 – 1. Halbjahre 2004 und 2005 im Vergleich

Platz	Titel, Land	Start am	Besucher	Anteil	Titel, Land	Start am	Besucher	Anteil	
1	Harry Potter und der Gefangene von Askaban, USA	03.06.2004	5.442.919	17,1%	Star Wars: Episode III – Die Rache der Sith, USA	19.05.2005	5.347.785	23,4%	
2	Troja, USA	13.05.2004	4.178.494	13,1%	Hitch – Der Date-Doktor, USA	03.03.2005	4.295.301	18,8%	
3	Herr der Ringe III – Die Rückkehr des Königs, USA	17.12.2004	3.830.453	12,0%	Meine Frau, Ihre Schwiegereltern und ich, USA	17.02.2005	3.076.122	13,5%	
4	The Day after Tomorrow, USA	27.05.2004	3.531.222	11,1%	Königreich der Himmel – Kingdom of Heaven, USA	05.05.2005	1.868.511	8,2%	
5	Bärenbrüder, USA	18.03.2004	3.328.386	10,4%	Robots, USA	17.03.2005	1.613.187	7,1%	
6	Was das Herz begehrt, USA	12.02.2004	2.893.668	9,1%	Die Wilden Kerle 2, D	17.02.2005	1.515.763	6,6%	
7	Van Helsing, USA	06.05.2004	2.298.501	7,2%	Barfuss, D	31.03.2005	1.392.809	6,1%	
8	Scary Movie 3, USA	26.02.2004	2.297.348	7,2%	Die Unglaublichen, USA	09.12.2004	1.289.050	5,6%	
9	Last Samurai, USA	08.01.2004	2.232.291	7,0%	Blade: Trinity, USA	20.01.2005	1.235.088	5,4%	
10	Mona Lisas Lächeln, USA	22.01.2004	1.845.164	5,8%	Der Babynator, USA	14.04.2005	1.210.098	5,3%	
Gesamt			31.878.446	100%	Gesamt			22.843.714	100%

Quelle: FFA

Über Filme wurde zu selten geredet

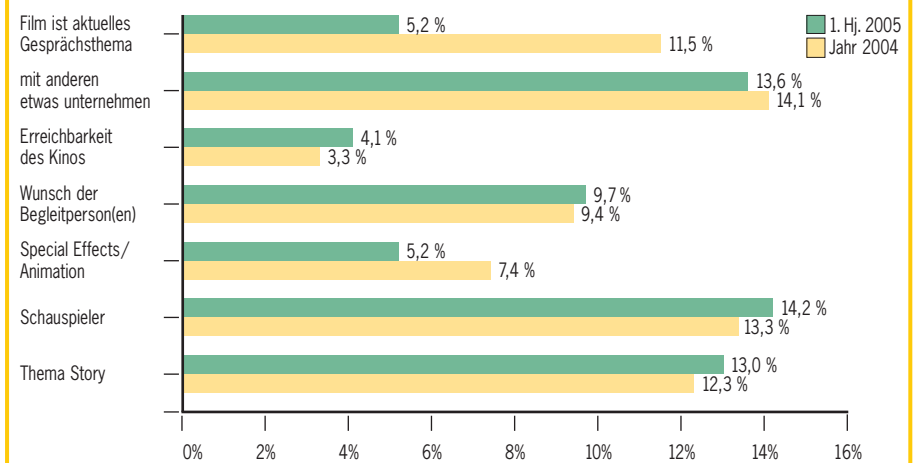
Studie: Positives Umfeld fehlte

Die Kinofans konnten sich im ersten Halbjahr 2005 mit dem Filmangebot offensichtlich nicht anfreunden. Die ersten Ergebnisse der Kinobesucherstudie, für die die FFA die Daten des Consumer-Panels der GfK auswertet, zeigt gegenüber dem Jahr 2004 zum Teil gravierende Veränderungen im Besucherverhalten, jede ein Indiz der Unzufriedenheit mit der Qualität vieler Filme, vor allem aber der US-Produktionen.

So sank die Zahl derer, die glaubten, Film sei ein aktuelles Gesprächsthema, um mehr als die Hälfte. Nur noch 5,2 Prozent der Besucher der 50 erfolgreichsten Filme war dieser Ansicht, im Vorjahr waren es noch 11,5 Prozent gewesen. Auch die Empfehlung von Freunden war wesentlich seltener (minus 2,5 Prozent) Anlass für einen Kinobesuch, ebenso weckten Medienberichte weitaus weniger das Interesse. Besonders aussagekräftig ist die geringe Resonanz auf jegliche Art von Aussenwerbung – Plakate werden nur dann wahrgenommen, wenn eine grundsätzlich positive Stimmung gegenüber dem Produkt besteht.

Offensichtlich aber hat sich auch die Erwartungshaltung der Filmliebhaber geändert. So hat ein Viertel jener Besucher, die sich vor einem Jahr noch an Special Effects – jenem Pfund, mit dem etliche US-Blockbuster über Jahre wucherten – begeistern konnten, diese Leidenschaft verloren. Dafür sind andere Kriterien wichtiger geworden. Die Kinofans achteten verstärkt auf die Qualität der Schauspieler, des Themas und der Story. ■

Die wichtigsten Gründe für den Kinobesuch



Quelle: FFA

Diese Werbung überzeugte die Kinofans



Quelle: FFA

Besucherzahlen deutscher Filme einschließlich Koproduktionen 2005

Stand: 30. Juni 2005

Rang	Filmtitel (Art)	Land	Start	Verleiher	Besucher		Rang	Filmtitel (Art)	Land	Start	Verleiher	Besucher	
					1. Halbjahr	seit Start						1. Halbjahr	seit Start
1	Die wilden Kerle 2 (K)	D	17.02.05	BVI	1.515.763	1.515.763	55	Bin ich sexy? (Dr/Kom)	D	23.06.05	Arsenal	8.447	8.447
2	Barfuß (Dr/Kom)	D	31.03.05	BVI	1.392.809	1.392.809	56	Das fliegende Klassenzimmer (Neuerf.) (K)	D	16.01.03	Constantin	8.217	1.902.246
3	Felix – Ein Hase auf Weltreise (Z/K)	D	03.02.05	UIP	1.186.860	1.186.860	57	Die wilden Kerle (K)	D	02.10.03	BVI	8.182	951.121
4	In 80 Tagen um die Welt (Kom)	D GB IRL	23.12.04	BVI	1.034.786	1.286.507	58	(T)Raumschiff Surprise – Periode 1 (Kom)	D	22.07.04	Constantin	7.573	9.145.079
5	Sophie Scholl – Die letzten Tage (Dr)	D	24.02.05	X-Verleih	1.014.988	1.014.988	59	Jena Paradies (Dr)	D	12.05.05	Zauberland	7.039	7.039
6	Alles auf Zucker! (Kom)	D	06.01.05	X-Verleih	735.994	735.994	60	Die Nacht der lebenden Loser (Kom)	D	28.10.04	Constantin	7.011	222.399
7	Vom Suchen und Finden der Liebe (Dr/Kom)	D	27.01.05	Constantin	591.468	591.468	61	2 oder 3 Dinge, die ich von ihm weiss (Dok)	D	07.04.05	Plan 7	6.828	6.828
8	Sahara – Abenteuer in der Wüste (Ab)	D E GB USA	02.06.05	BVI	504.097	504.097	62	Muxmäuschenstill (S)	D	08.07.04	X-Verleih	6.762	299.268
9	Napola – Elite für den Führer (Dr)	D	13.01.05	Constantin	460.109	460.109	63	Das Netz – Unabomber, LSD und Internet (Dok)	D	13.01.05	b.film	6.761	6.761
10	Die fetten Jahre sind vorbei (Dr)	D A	25.11.04	Delphi	408.568	823.830	64	Nachbarinnen (Dr)	D	28.04.05	Salzgeber & Co.	6.749	6.749
11	Erkan & Stefan – Der Tod kommt krass! (Kom)	D	19.05.05	Falcom	302.578	302.578	65	Der Dolch des Batu Khan (K)	D	03.03.05	Atlas	6.690	6.690
12	7 Zwerge – Männer allein im Wald (Kom)	D	28.10.04	UIP	265.687	6.752.227	66	Land of Plenty (Dr)	D USA	07.10.04	Reverse Angle	5.711	68.737
13	Rhythm is it! (Dok)	D	16.09.04	Piffi Medien	227.808	535.946	67	Der Flamenco Clan (Dok)	D E F	21.04.05	Salzgeber & Co.	5.503	5.503
14	Kebab Connection (Kom)	D	21.04.05	timebandits films	172.161	172.161	68	Emil und die Detektive (Neuerf.) (K)	D	22.02.01	Constantin	5.410	1.730.070
15	Creep (H)	D GB	10.03.05	X-Verleih	117.225	117.225	69	Das Goebbels-Experiment (Dok)	D	14.04.05	Salzgeber & Co.	5.409	5.409
16	Der Untergang (Dr)	D	16.09.04	Constantin	110.301	4.611.671	70	Das Wunder von Bern (Dr)	D	16.10.03	Senator	5.408	3.688.718
17	Die Bluthochzeit (Dr)	D B	21.04.05	Constantin	84.530	84.530	71	Sommersturm (Dr)	D	02.09.04	X-Verleih	5.406	265.997
18	Basta – Rotwein oder Totsein (Kom)	D A	28.04.05	NFP	84.370	84.370	72	Schöne Frauen (Kom)	D	27.01.05	Stardust	5.237	5.237
19	Die syrische Braut (Dr)	D F IL	17.03.05	timebandits films	79.930	79.930	73	Kombat Sechzehn (Dr)	D	09.06.05	credoverleih	5.185	5.185
20	Willenbrock (Dr)	D	17.03.05	Delphi	77.040	77.040	74	Yasmin (Dr/Kom)	D GB	26.05.05	Academy Films	5.151	5.151
21	Bergkristall (Dr)	D	18.11.04	Concorde	75.987	256.247	75	Das Sams – Der Film (K)	D	18.10.01	Kinowelt	4.969	1.775.827
22	Bibi Blocksberg 2 (K)	D	30.09.04	Constantin	74.853	1.286.256	76	Die Blutritzer (Dok)	D	30.09.04	Wilder Süden	4.963	23.982
23	Der Clown (Ac)	D	24.03.05	ACC	65.134	65.134	77	Erbsen auf halb 6 (Dr/Kom)	D	04.03.04	Senator	4.903	379.275
24	Lauras Stern (Z/K)	D	23.09.04	Warner Bros.	59.465	1.348.754	78	Allende – Der letzte Tag des S. Allende (Dok)	D	25.11.04	Piffi Medien	4.902	6.897
25	One Day in Europe (Ep)	D E	07.04.05	Piffi Medien	50.880	50.880	79	Schultze gets the Blues (Dr/Kom)	D	22.04.04	UIP	4.866	471.105
26	Whisky (Kom)	D RA ROU	05.05.05	Pandora	48.997	48.997	80	The Nomi Song (Dok)	D	22.03.05	Arsenal	4.811	4.811
27	Crossing the Bridge – The Sound of Istanbul (Dok)	D TR	09.06.05	Pictorion	48.385	48.385	81	Herr Lehmann (Kom)	D	02.10.03	Delphi	4.689	725.517
28	Kammerflimmern (Dr)	D	03.02.05	Constantin	45.637	45.637	82	Stadt als Beute (Ep)	D	23.06.05	Neue Visionen	4.521	4.521
29	Schatten der Zeit (Dr)	D	12.05.05	Constantin	44.394	44.394	83	Pettersson und Findus (Z/K)	D S	04.01.01	MFA+	4.468	1.186.549
30	Am Tag als Bobby Ewing starb (Kom)	D	02.06.05	jetfilm	41.572	41.572	84	Luther (Dr)	D	30.10.03	NFP	4.423	3.087.213
31	Die Brautjungfer (Th)	D F	06.01.05	Concorde	38.778	38.778	85	Der Pianist (Dr)	D F GB PL	24.10.02	Tobis	4.212	925.708
32	Just a Kiss (Dr)	D E GB I	11.11.04	Neue Visionen	34.312	124.023	86	Der kleine Eisbär (Z/K)	D	04.10.01	Warner Bros.	4.188	2.746.979
33	Die Geschichte v. weinenden Kamele (Dok)	D	08.01.04	Prokino	34.003	336.808	87	Deep Blue (Dok)	D GB	29.01.04	Kinowelt	3.939	790.011
34	Mein Bruder ist ein Hund (K)	D GB NL	11.11.04	SOLO FILM	30.726	89.090	88	Neues von Pettersson und Findus (Z/K)	D S	03.10.02	MFA+	3.449	723.850
35	Achtung, fertig, Charlie! (Kom)	CH D	14.04.05	Movienet	29.898	29.898	89	Männer wie wir (Kom)	D	07.10.04	BVI	3.281	176.347
36	Der Fakir (K)	D DK	13.01.05	MFA+	28.942	28.942	90	Das Sams in Gefahr (K)	D	11.12.03	Constantin	3.248	1.195.039
37	Sergeant Pepper (Kom)	D	23.12.04	Constantin	28.044	38.974	91	Aus der Tiefe des Raumes (Kom)	D	16.12.04	timebandits films	3.185	9.575
38	Der neunte Tag (Dr)	D	11.11.04	Progress	25.445	61.203	92	Helbra (Dok)	D	24.02.05	42 Film	3.120	3.120
39	Touch the Sound (Dok)	D	04.11.04	Piffi Medien	22.797	46.332	93	Egoshooter (Dr)	D	24.02.05	Reverse Angle	3.119	3.119
40	Gegen die Wand (Dr)	D	11.03.04	timebandits films	22.205	784.847	94	Die chinesischen Schuhe (Dok)	D	09.06.05	Piffi Medien	3.103	3.103
41	Der Wald vor lauter Bäumen (Dr)	D	27.01.05	timebandits films	22.176	22.176	95	Kroko (Dr)	D	04.03.04	Ventura	3.077	51.424
42	Schneeland (Dr)	D	20.01.05	Kinowelt	18.717	18.717	96	Andiamo (Dok)	D I	31.03.05	Ventura	3.047	3.047
43	Agnes und seine Brüder (Dr)	D	14.10.04	X-Verleih	16.018	237.905	97	Höllentour (Dok)	D	10.06.04	NFP	3.033	206.515
44	Netto (Kom)	D	05.05.05	Stardust	15.690	15.690	98	Frühling, Sommer, Herbst, Winter (Dr)	D ROK	18.03.04	Pandora	3.016	189.801
45	Playa del Futuro (Dr/Kom)	D	09.06.05	Kinowelt	15.444	15.444	99	Musica Cubana (Dok)	D I	30.09.04	SOLO FILM	2.976	21.198
46	Die Reise ins Glück (Kom)	D	06.01.05	Wenzel Storch	14.645	14.645	100	Kleinruppin Forever (Dr/Kom)	D	09.09.04	Senator	2.968	122.382
47	Fateless – Roman eines Schicksallosen (Dr)	D GB H	02.06.05	UIP	13.385	13.385		Summe:				11.631.171	
48	Max und Moritz Reloaded (S)	D	28.04.05	Kinowelt	11.248	11.248		Darüber hinaus in 2005 von Verleiherseite gemeldete Besucher deutscher Produktionen inkl. Koproduktionen:				182.403	
49	Seven Seasons – Faszination Natur (Dok)	D	09.12.04	Stardust	10.730	17.336		Gesamtergebnis aller deutschen Produktionen einschließlich Koproduktionen in 2005:				11.813.574	
50	Nussknacker und Mausekönig (Z/K)	D	02.12.04	Zorro	9.961	41.927		Gesamtmeldung der Filmverleiher 2005 zum 30.06.2005				60.027.240	
51	Carpatia (Dok)	D A	02.12.04	Basis	9.881	12.786		Deutscher Marktanteil auf Besucherbasis 2005 zum 30.06.2005:				19,7 %	
52	Katze im Sack (Dr)	D	14.04.05	jetfilm	9.118	9.118							
53	Die Blindgänger (K)	D	28.10.04	MFA+	8.824	26.442							
54	Ben – Nichts ist wie es scheint (Dr)	D	10.03.05	Tom's Film	8.653	8.653							

Quelle: FFA

(Ab) Abenteuerfilm – (Ac) Actionfilm – (Dok) Dokumentarfilm – (Dr) Drama – (Ep) Episodenfilm – (H) Horrorfilm – (K) Kinderfilm – (Kom) Komödie – (S) Satire – (Th) Thriller – (Z) Zeichentrickfilm
Diese Liste ist ausschließlich nach den der FFA vorliegenden Verleihmitteilungen zusammengestellt.



© BVI

Der erfolgreichste deutsche Film des 1. Halbjahres: Die wilden Kerle 2

Fast wie einst der VW-Käfer

Deutsche Themen auf der Leinwand kommen dauerhaft gut an

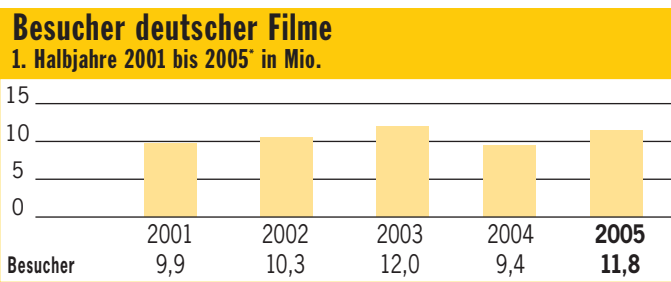
Der Philosoph Michael Grossheim hat unlängst das neue vielfältige Bekenntnis der Deutschen zur heimischen Kultur analysiert und ist dabei zu folgendem Schluss gekommen: „Der Rückgriff auf Identität und Herkunft scheint krisengeschüttelte Branchen kurieren zu können.“ Als Beleg für diese These führt er unter anderem den Siegeszug deutscher Filme im In- und Ausland an: Sie würden Zuspruch, Anerkennung und kommerziellen Erfolg gerade dadurch finden, dass sie sich intensiv auf deutsche Themen einlassen.

Das scheint auf den ersten Blick ein wenig überinterpretiert – es mehren sich aber die Indizien dafür, dass Grossheim, zumindest was den Film angeht, Recht hat. Die Befürchtung etlicher Skeptiker, die Freude des letzten Jahres über das Wirken der neuen Generation deutscher Filmemacher könne nur von kurzer Dauer sein, ist inzwischen der Gewissheit gewichen, dass der Trend äußerst stabil ist. Und der Kureffekt für die Filmbranche ist ebenfalls ersichtlich. So entschieden sich im

ersten Halbjahr 11,8 Millionen Besucher für eine deutsche Produktion, das bedeutet gegenüber dem Vorjahreszeitraum ein Plus von fast 25 Prozent. Dadurch konnte das Gesamtminus, das vor allem auf die US-Flops zurückzuführen ist, immerhin spürbar abgemildert werden.

Erstaufführungen in deutschen Kinos 1. Halbjahre 2001 bis 2005							
Jahr	D	F	I	GB	USA	Sonstige	Gesamt
2001	46	15	2	5	79	45	192
2002	56	15	1	7	66	40	185
2003	49	13	2	7	67	35	173
2004	58	12	-	5	86	49	210
2005	62	10	3	13	69	73	230

Quelle: SPIO



*nach Meldungen der Verleihfirmen an die FFA

Quelle: FFA

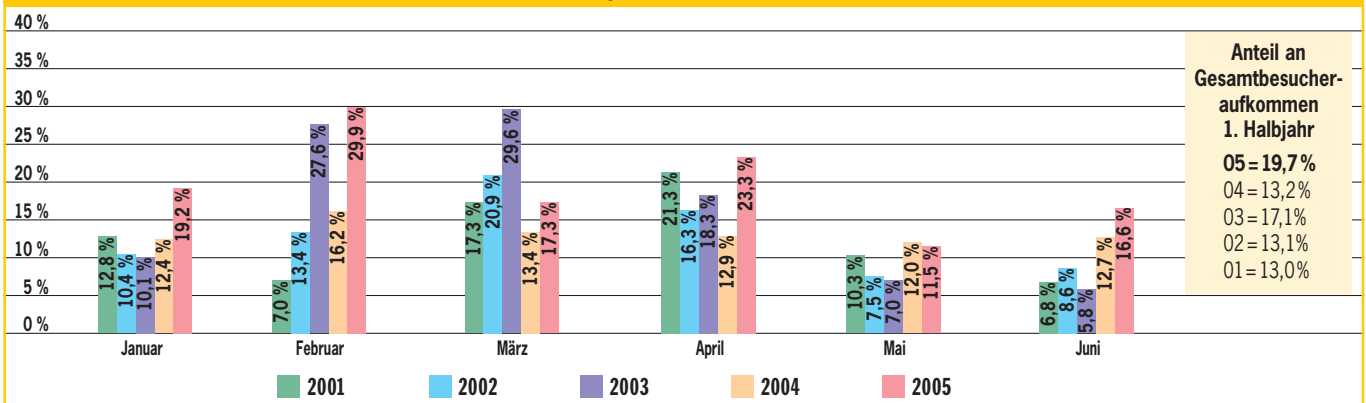
Wie weit der deutsche Film in der Publikums-gunst aufgeholt hat, zeigt sich auch darin, dass in diesem Halbjahr in der deutschen TOP 10 fünf Besuchermillionäre versammelt sind, im vergangenen Jahr gab es nur einen. Im Februar und März, als die beiden Kinderfilme *Die wilden Kerle II* und *Felix – Ein Hase auf Weltreise* Furore machten, kletterte der deutsche Marktanteil sogar auf fast 30 Prozent.

Und noch eins spricht für die neue Qualität der deutschen Filme: Sie laufen und laufen – fast schon wie einst der VW-Käfer. So gewannen im Jahr 2004 gestartete Filme wie *Die fetten Jahre sind vorbei*, *Rhythm is it*, *7 Zwerge – Männer allein im Wald* und *Der Untergang* im ersten Halbjahr 2005 noch zwischen 100.000 und 400.000 Kinofans hinzu. Die Tendenz zum Longseller dürfte sich mit dem hochdekorierten Überraschungserfolg *Alles auf Zucker* sicher fortsetzen.

Nicht nur im Inland – hier wurde mit 62 Erst-aufführungen deutscher Filme fast schon mit dem bislang übermächtigen US-Output (69 Erstaufführungen) gleichgezogen, sondern auch im Ausland lohnt sich die neue deutsche Welle. Amerika hat ganz offensichtlich seine Liebe zu den deutschen Themen entdeckt, Filme wie *Sophie Scholl – Die letzten Tage* und *Alles auf Zucker* wurden bereits von US-Verleihern angekauft.

Und die Perspektiven des Kinoherbstes versprechen eine Fortsetzung der Erfolgsgeschichte: Mit dem Wim-Wenders-Film *Don't come knocking*, der Verfilmung des Bestsellers *Die weiße Massai*, Leander Haußmanns *NVA* oder Doris Dörries *Der Fischer und seine Frau* sowie den Kinderfilmen *Der kleine Eisbär 2*, *Es ist ein Elch entsprungen* und *Die wilden Hühner* bieten die deutschen Filmemacher im zweiten Halbjahr erneut eine große Palette, die vielleicht sogar noch mehr Lust aufs Kino machen wird. ■

Marktanteil Besucher deutscher Filme – 1. Halbjahre 2001 bis 2005* in Prozent



Quelle: FFA

„Wow“ – wenn die Sieger fliegen

Ganz neue Seiten beim Nachwuchspreis der FFA

Es war ein großer Tag für zwei junge Regisseure beim Münchener Filmfest. Jonathan Greenfield und Sonja Heiss wurden von der FFA mit den beiden Hauptpreisen des „Short Tiger“ ausgezeichnet, die mit je 25.000 Euro dotiert sind. Weil aber Filmemacher vor allem Filme machen, damit sie von möglichst vielen Menschen gesehen werden, machte die FFA mit Hilfe zwei neuer Partner einen ersten Schritt, den Nachwuchspreis auch ideell weiter aufzuwerten: Der Kurzfilm *Alim Market* läuft von August bis November jeweils einen Monat in Frankfurt, Tübingen, Rosenheim und Berlin in einem ausgewählten Kino und das Bayerische Fernsehen wird *Chaim* ins Programm nehmen.

Die Jury – Schauspielerin Christiane Paul, Filmredakteurin Dr. Claudia Gladziejewski vom Bayerischen Rundfunk, Regisseur Tomy Wigand, HDF Kino-Geschäftsführer Dr. Andreas Kramer und FFA-Vorstand Peter Dinges – hatte sich bei der Wahl der Hauptpreisträger unter 34 eingereichten Beiträgen aus zehn Filmhochschulen einstimmig für Greenfields *Chaim* und *Christina ohne Kaufmann* von Heiss entschieden.

FFA-Vorstand Peter Dinges überreichte die Siegerschecks – die anderen vier Nominierten erhielten je 15.000 Euro – und zeigte

sich erfreut darüber, dass der „Short Tiger“, der zu den wertvollsten deutschen Nachwuchspreisen zählt, nun ein noch breiteres und attraktives Forum bietet. Der Vize des neuen HDF Kino, Dr. Andreas Kramer, hatte versprochen: „Wir schubsen *Alim Market* auf die Kinoleinwand.“ Hubert von Sprei, verantwortlich für die Kurzfilmnächte des Bayerischen Rundfunks, hatte den Sonderpreis des BR verkündet.



ShortTiger '05

Was den Nachwuchsfilmern der FFA-Kurzfilmpreis bedeutet, machte Hauptpreisträger Jonathan Greenfield mehr als deutlich. Schon die Nominierung habe ihm „das Gefühl vermittelt, ich kann fliegen“. Und nach dem Sieg war er so euphorisch, dass beinahe jeder Satz, mit dem er seine Seelenlage beschrieb, mit einem „Wow“ endete. Als dann alle diese drei Buchstaben auch nach der Bekanntgabe des BR-Sonderpreises erwarteten, hatte ihn offensichtlich die Wortgewalt verlassen. Er holte tief Luft und sagte: „Danke, vielen, vielen Dank“.

Da war es nur selbstverständlich, dass die Hochstimmung auch während der gemeinsamen Party der FFA und des BR in der Isar Lounge anhielt. 600 Gäste aus der Filmbranche feierten die Preisträger in exquisiter Strandatmosphäre bis tief in die Nacht hinein. ■

Die Short Tiger 2005

**Hauptpreise „Short Tiger 2005“
in Höhe von 25.000 Euro:**

CHAIM

Regie: Jonathan Greenfield
Produktion: Benjamina Mirnik,
Jonathan Greenfield

CHRISTINA OHNE KAUFMANN

Regie: Sonja Heiss
Produktion: Janine Jackowski, Susanne Ehlers

**Förderpreise für die Nominierung
in Höhe von 15.000 Euro:**

NAMUS

Regie: Döndü Kilic
Produktion: Sumy Vásquez

GIGOLO

Regie: Bastian Schweitzer
Produktion: Bastian Schweitzer

JAM SESSION (Animation)

Regie: Izabela Plucinska
Produktion: Jamila Wenske

ALIM MARKET

Regie: Özgür Yildirim
Produktion: Raoul Reinert

Sonderpreis des HDF Kino:

ALIM MARKET

Sonderpreis des BR:

CHAIM

Nachrichten ...

Merkblätter im Frage- und Antwortstil sollen Neueinsteigern die mitunter komplizierten Bestimmungen der einzelnen Förderbereiche transparenter machen. Sie geben einen ersten Überblick über Voraussetzungen und Möglichkeiten der Förderung und sind ab sofort in Deutsch, Englisch und Französisch unter www.ffa.de im Internet abzurufen.

Die neue Programmkinostudie der FFA wird am 14. September auf der 5. Filmkunstmesse in Leipzig vorgestellt. Sie analysiert unter anderem die Besucherstruktur und die Filmauswahl im Arthousebereich.

... und Namen

Katja Jochum hat am 1. Juli die Arbeit als 1. Stellvertretender Vorstand aufgenommen. Sie war am 17. Juni vom Verwaltungsrat in die FFA-Führungscrew bestellt worden, in der sie die Aufgaben von Kirsten Niehuus übernimmt.

Christine Berg, bislang Referentin des Vorstandes und kommissarische Leiterin der Förderbereiche Produktion, wurde zur Geschäftsführerin der MSH Gesellschaft zur Förderung audiovisueller Werke in Schleswig-Holstein berufen. Sie verlässt die FFA zum 31. August.

Regine Deiseroth, die für die Marktforschung zuständig war, hat am 30. April die FFA verlassen.

Yvonne Beigel ist seit dem 1. August Mitarbeiterin in der Marktforschung und übernimmt zudem die Aufgaben von **Sarah Maidorn** im Bereich Filmtheaterabgabe, die zum 31. Juli die FFA verlassen hat.

Anne Scheffel verstärkt zum 1. September den Bereich Filmtheaterabgabe.

Ismene Finkmann (Vertretung der Justitiarin übernimmt Dr. Eberhard Rhein), **Claudia Witte**, (Vertretung Dörte Buggert) und **Yvette Eckert**, (Vertretung Stefanie Strauch) pausieren vorübergehend. Sie widmen sich in der Elternzeit ihrem Nachwuchs.

Janine Knitter und **Katharina Retzlaff** beginnen am 1. September ihre Ausbildung als Kaufrauen für audiovisuelle Medien.



Die Preisträger und ihre Juroren bei der Verleihung in München: 110.000 Euro für die „Short Tiger 2005“

100 Tage „Vision Kino“: Auf dem richtigen Weg

Die Entwicklung hin zu einem leistungsstarken Netzwerk für Film- und Medienkompetenz wird seit drei Monaten mit Hochdruck vorangetrieben: Das „Vision Kino“-Team um Geschäftsführerin Sarah Duve – Reinhard Middel als Medienpädagogischer Referent und Assistentin Danka Scheffler – in der Medienstadt Potsdam-Babelsberg führten neben dem organisatorischen Aufbau vor allem intensive Kooperationsgespräche mit den wichtigsten Vernetzungspartnern sowie Vertretern der Landesmedienzentren und Kultus- und Bildungsministerien der Länder.

Darüber hinaus wurden die Kontakte zu Kinobetreibern, Verleihern und medienpädagogischen Initiativen kontinuierlich aufgebaut. Diese Basisarbeit war notwendig, damit die bundesweit tätige Institution „Vision Kino – Netzwerk für Film- und Medienkompetenz“, die von der Deutschen Kinemathek, der Kino macht Schule GbR und der FFA gegründet wurde, ihren Auftrag zur Stärkung des Filmwissens und der Filmkultur künftig auch nach außen hin wahrnehmen kann. ■

Vision Kino gGmbH

Tel. 0331-706 22 51, info@visionkino.de