

Ergebnisse einer Studie  
zur Kinowirtschaft in Deutschland

## ▶ Chancen und Herausforderungen des digitalen Kinos

Von Oliver Castendyk\*, Martin Petrick\*\*  
und Elisabeth Richter\*\*

**2002: „Star Wars: Episode II“ erster vollständig digital produzierter Kinofilm**

Am 16. Mai 2002 kam mit „Star Wars: Episode II – Angriff der Klonkrieger“ der erste vollständig digital produzierte Film in die amerikanischen Kinos. Die Durchsetzung der neuen Produktionsweise hatte viele Jahre in Anspruch genommen. Seit Anfang der 90er Jahre waren Spezialeffekte zunehmend durch digitale ersetzt worden. Einige Jahre später ging man dazu über, mit analogen Kameras gefilmte Produktionen nachträglich zu digitalisieren, digital zu bearbeiten und zu schneiden, um sie danach wieder auf analogem Film auszubelichten. Anfang 2000 wurden auch Farbkorrektur, sonstige Effekte und schließlich auch die Filmaufnahmen selbst digital hergestellt. Seitdem ist die gesamte Produktion und Postproduktion digitalisiert. Das Ergebnis ist ein früher „Originalnegativ“ genanntes Master, das Digital Cinema Initiative Distribution Master (DCDM).

**Digitale Vorführtechnik verbreitete sich nur langsam**

Parallel wurde auch die digitale Vorführung des Kinofilms technisch möglich. Der Chip namens DMD (Digital Micromirror Device) wurde von Forschern der US-Firma Texas Instruments 1987 entwickelt. Die digitale Projektion basiert auf winzigen Spiegeln, mit denen die einzelnen Pixel reflektiert werden und vom trägen menschlichen Auge als eine bestimmte Farbe wahrgenommen werden. Damit wurde die letzte analoge Lücke bei der Filmproduktion und -auswertung geschlossen. Allerdings dauerte es noch viele Jahre, bis diese Technik eingesetzt wurde.

**95% aller Leinwände in Deutschland digitalisiert**

Bis 2004 waren weltweit lediglich 181 Leinwände digitalisiert, in Deutschland nur zwei. (1) Heute sind hierzulande 94,5 Prozent aller 4 637 Kinosäle (inkl. gemeinnütziger, kommunaler etc.) und nahezu jeder der rund 4 229 erwerbswirtschaftlich betriebenen Kinosäle mit einem digitalen Projektor ausgestattet (vgl. Abbildung 1).

**Bausteine der Kinodigitalisierung**

Warum hat es so lange gedauert, bis die Technik flächendeckend eingesetzt wurde? Der nachfolgende Artikel versucht, diese Frage zu beantworten. (2) Die beiden entscheidenden Bausteine der

Kinodigitalisierung – ein gemeinsamer technischer Standard und ein Finanzierungsmodell für die Investitionen – sind typisch für die Einführung neuer Technologien, und insoweit kann die Geschichte der Kinodigitalisierung auch als ein Lehrstück über die Medienlandschaft hinaus verstanden werden. Darüber hinaus wird der Frage nachgegangen, welche Auswirkungen die Kinodigitalisierung auf den Kinobetrieb und den Kinomarkt hatte.

Im März 2002, fast 100 Jahre nachdem man sich weltweit auf den 35-mm-Film-Standard geeinigt hatte, (3) gründeten die sieben Major Companies Universal, Warner Bros., Disney, Paramount, Twentieth Century Fox, MGM und Sony ein Konsortium zur Entwicklung und Einführung des digitalen Kinos. Der Vorschlag, sich zur Entwicklung und Durchsetzung eines einheitlichen Standards zusammenzuschließen, kam schon 1998 von Paramount; aber erst nach Freigabe durch die Kartellbehörden konnte die Digital Cinema Initiative (DCI) gegründet werden. In Zusammenarbeit mit der National Association of Theatre Owners (NATO) wurde der sogenannte DCI-Standard entwickelt. Am 20. Juni 2005 veröffentlichte die DCI die Version 1.0 der Norm, am 7. März 2008 die aktuelle Version 1.2, die garantieren sollte, dass das Kinoerlebnis vom technischen Niveau deutlich über Fernsehen und Home Video liegen würde. Ein weiterer entscheidender Aspekt der DCI-Norm war, strenge Verschlüsselungsvorgaben machen zu können. Besonders wichtig aber war die Botschaft an die Technologiekonzerne und die finanzierenden Banken: Die zentralen Player der Content-Industrie wollten endlich einen „Digital Roll Out“. (4)

Neben dem fehlenden technischen Standard blockierte bis 2005 auch die ungelöste Frage der Finanzierung die Entwicklung. Den Kinobetreibern war der damalige Anschaffungspreis von ca. 150 000 US-Dollar zu hoch. (5) Die 35-mm-Projektoren kosteten weniger als ein Drittel und ihre Lebensdauer betrug mindestens dreißig Jahre. Auch wenn sich die durchschnittlichen Kosten einer Digitalisierung pro Kinosaal bis 2008 auf 80 000 Euro (6) reduzierten: Auf Basis einer rein ökonomischen Betrachtung bedeutete die Digitalisierung lediglich eine technologische Umstellung, die neue finanzielle Verbindlichkeiten ohne Aussicht auf Mehreinnahmen erzeugte und eine bis dahin unbekannte Technik ins Haus brachte. Für die Kinobetriebe gab es somit wenig Grund zur Konversion. Sie waren deshalb verständlicherweise der Meinung, dass die Verleiher als Hauptprofiteure die neue Technik auch bezahlen sollten. Denn die Filmverleiher hatten tatsächlich finanzielle Vorteile.

Während eine 35-mm-Kopie in der Herstellung für einen Verleiher im Durchschnitt ca. 800 Euro (abhängig von der Länge des Films und seiner Auflage) zuzüglich Transportaufwand kostete, sind es beim Digital Cinema Package (DCP) heute nur noch ca. 100 Euro, Tendenz fallend (vgl. Abbildung 2). (7)

**Vereinheitlichung der Technologie**

**Finanzierung und Refinanzierung**

**Filmverleiher als Profiteure der Digitalisierung**

\* Rechtsanwalt, Direktor des Forschungs- und Kompetenzzentrums Audiovisuelle Produktion der Hamburg Media School.

\*\* Forschungs- und Kompetenzzentrum Audiovisuelle Produktion der Hamburg Media School.

Nimmt man die deutlich geringeren Transportkosten der Festplatten, auf denen die digitalen Filmdateien gespeichert werden, hinzu, ergibt dies bei moderat kalkulierten 60 000 Filmkopien im Jahr allein in Deutschland eine theoretische Ersparnis von über 50 Mio Euro für den Filmverleih. Eine Mindestschätzung geht von einer weltweiten jährlichen Ersparnis von 1,1 Mrd US-Dollar allein für die Major Companys aus. (8) Hinzu kam, dass bereits digital (post-) produziert wurde. Durch die analoge Abspieltechnik waren die Filmverleiher dazu gezwungen, das Filmmaterial in einem letzten Schritt wieder in den analogen Standard umzuwandeln. Diese Hybridphase bedeutete hohe Mehrkosten für das Verleihunternehmen.

Das ökonomische Problem bestand also darin, dass die Digitalisierung von einem Marktteilnehmer (den Kinos) bezahlt werden sollte, der wenig davon hatte. Es wurde erst gelöst, als es gelang, die Filmverleihunternehmen an den Kosten der Umstellung zu beteiligen. Dies sollte in Form der sogenannten Virtual Print Fee (VPF) geschehen.

### Finanzierungsmodelle

**Virtual Print Fee:**  
Verleiher zahlen  
Gebühr an Kinos

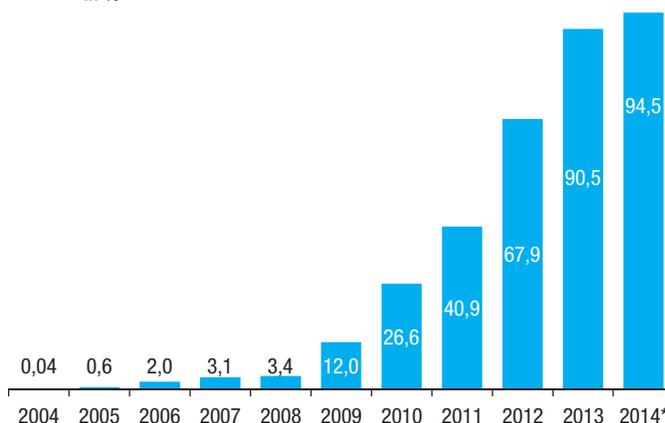
Die Virtual Print Fee (VPF) ist eine Gebühr pro digitale Filmkopie/DCP, (9) die der Verleiher an den Kinobetreiber in den ersten vier bis sechs Wochen nach dem Filmstart zahlt. Mit dieser Summe soll ein Teil der Vorteile der Digitalisierung für den Verleiher, nämlich die geringeren Kopien- und Transportkosten, an den Kinobetreiber weiter gereicht werden. Der Begriff Virtual Print Fee verweist auf die echte und nicht nur virtuelle Print Fee pro 35-mm-Kopie, die der Verleiher früher an das Kopierwerk zahlen musste.

**Varianten von  
Third-Party-Modellen**

In Europa begann die Umsetzung der VPF mit einer Ausschreibung des UK Film Council: (10) Der Gewinner der Ausschreibung, das Start-Up-Unternehmen Arts Alliance Media (AAM), stellte ein Finanzierungskonzept vor, 250 Leinwände zu digitalisieren. Bei diesem Modell wurde die Vorfinanzierung von der AAM als sogenannter Third Party übernommen. (11) Der Drittanbieter zahlt also zum Beispiel die Anschaffungskosten von Projektor und Server sowie die Wartung der Anlage über zehn Jahre. Im Gegenzug erhält er vom Kinobetreiber monatliche Nutzungs- und Wartungsgebühren, so genannte Leasingraten, und der Verleiher verpflichtet sich dem Drittanbieter gegenüber zur Zahlung der VPF (vgl. Abbildung 3). Kalkuliert sind in der Leasingrate neben den Nutzungs- und Wartungsgebühren auch die Kapitalkosten (und eine Gewinnmarge) des Drittanbieters, der sich seinerseits am Kapitalmarkt refinanzieren muss. Gerade in den Anfängen der Konversion hatten VPF-Modelle von Drittanbietern für einen Kinobetreiber viele Vorteile: Er musste nicht aus eigener Kraft finanzieren, und auch die damals unbekanntenen Kosten der Pflege und Reparatur der Maschinen wurden vom Drittanbieter getragen.

Eigenfinanzierung und VPF/Third-Party-Finanzierungsmodelle waren allerdings nur bei großen

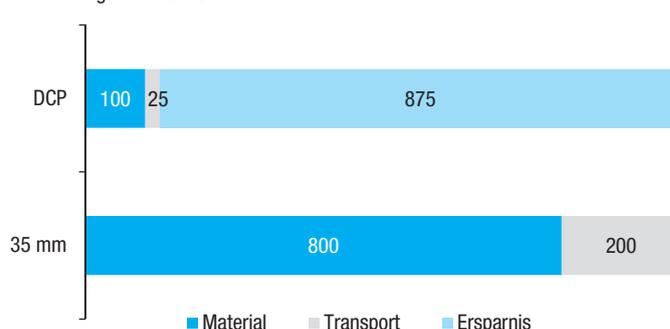
**Abb. 1 Digitalisierungsgrad der Leinwände in Deutschland 2004 bis 2014**  
in %



\* Stand am 30.6.2014 nach MEDIA Salles.

Quelle: Eigene Berechnung nach Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO) (Hrsg.): Filmstatistisches Jahrbuch 2014; MEDIA Salles: Number of digital screens and 3D screens by country as at 30th June 2014.

**Abb. 2 Kosten pro analoger (35mm) und digitaler Filmkopie (DCP)**  
Angaben in Euro



Quelle: rmc rinke medien consult GmbH: How to go digital? Proposal for a European business model. Presentation for Europe Cinemas Conference, Bukarest 2007.

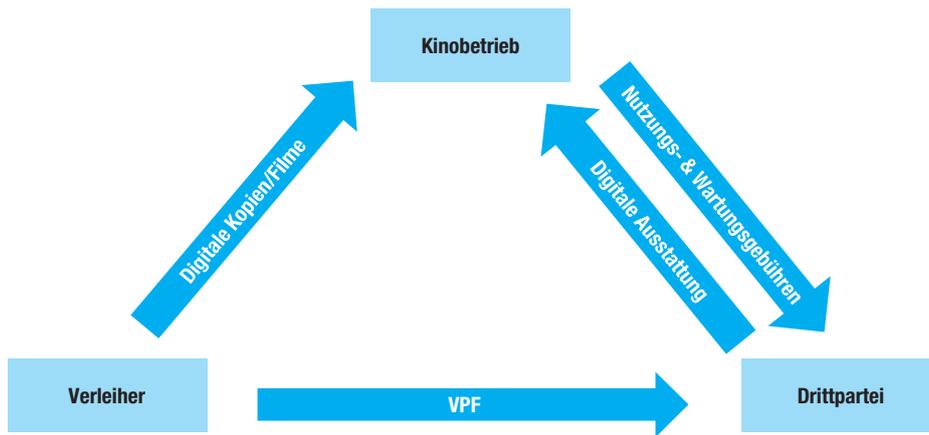
Kinounternehmen, Kinoketten und Multiplexbetreibern möglich. VPF-Modelle rechnen sich für alle Beteiligten nur in solchen Kinobetrieben, die hohe Besucherzahlen pro Kinosaal generieren und bei denen ein Film durchschnittlich mehrere Wochen gespielt wird.

Eine weitere Variante ist das Third-Party-Collector-Modell: Hier investiert nicht der Drittanbieter, sondern der Kinobetreiber zahlt selbst für Hardware und Wartung. Der Drittanbieter schließt jedoch die Verträge mit den Verleihunternehmen und sammelt für die Kinobetreiber die VPF ein. Das in Deutschland bekannteste Third-Party-Collector-Modell ist der 2011 gegründete VPF Hub. (12)

Mit diesen VPF-Modellen waren in Deutschland nur etwa zwei Drittel des Kinomarkts abgedeckt. (13) Um diese Lücke zu schließen, bot die FFA 2012 das sogenannte Treuhandmodell an. (14) Die parallel

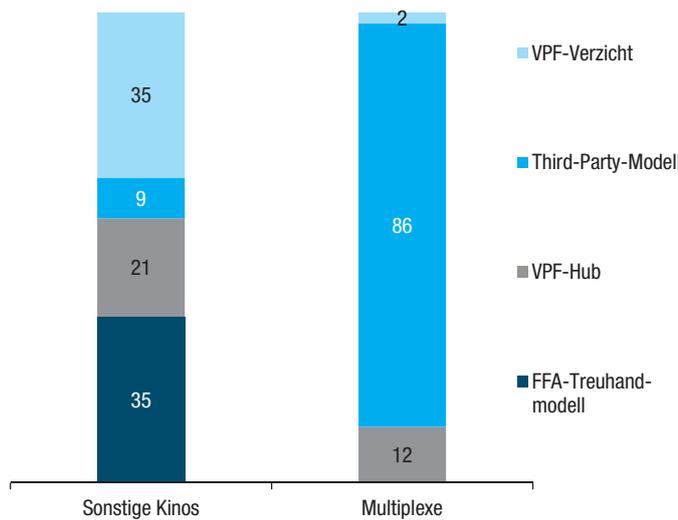
**FFA-Treuhandmodell**

Abb. 3 Virtual-Print-Fee-Modell (VPF) mit Beteiligung einer Drittpartei



Quelle: Arts Alliance Media (AAM): Virtual Print Fee: Questions and Answers from Arts Alliance Media.

Abb. 4 Genutzte Virtual-Print-Fee-Modelle (VPF) 2013  
Multiplexe und sonstige Kinos, in %



Quelle: Kinobetriebsstudie – Daten zur Kinowirtschaft in Deutschland. Berlin 2015.

eingeführten Fördermaßnahmen von FFA, Bund und Ländern im engeren Sinne werden im nächsten Abschnitt dargestellt. Denn das Treuhandmodell ist keine öffentliche Förderung; im Kern organisiert die FFA nur die Beteiligung der Verleihunternehmen an der Umrüstung. Sie fungiert als Treuhänderin wie ein Third-Party-Collector-Unternehmen.

**VPF-Modelle in der Praxis**

Die Präferenzen der unterschiedlichen Kinotypen für das eine oder andere Finanzierungsmodell sind auffällig (vgl. Abbildung 4). Während mehr als vier von fünf Multiplexen (15) das klassische Third-Party-Modell wählten, nutzten kleinere Kinos dieses kaum, sondern profitierten vom später einge-

führten Treuhandmodell und vom VPF Hub. Auffällig ist auch der im Vergleich zu den Multiplexen hohe Prozentsatz dieser Kinos, die auf die Zahlung einer VPF gänzlich verzichten und ihre Digitalisierung damit ohne Beteiligung der Verleiher finanziert haben.

**Digitalisierungsförderung**

Die weniger eigenkapitalkräftigen oder für Drittanbieter-Systeme nicht geeigneten Kinobetreiber mussten andere bzw. zusätzliche Wege finden, die Digitalisierung zu finanzieren. In Europa war dies vor allem die Förderung, denn Politik und Zivilgesellschaft hatten ein kulturelles Interesse daran, die vielfältige Kinolandschaft auch in der Fläche zu erhalten. Es gab unterschiedliche Modelle. Sie reichten von staatlich organisierten Einkaufsgemein-

schaften wie in Norwegen und den Niederlanden über Steuernachlässe wie in Italien und gesetzliche Regelungen einer VPF-Pflicht aller Verleiher bis hin zu direkten Zuschüssen wie in Deutschland. (16)

#### Debatten um Förderkonzept in Deutschland

In Deutschland taten sich FFA und Bundesregierung anfangs schwer, einen konsensfähigen Ansatz zu finden. So scheiterte 2008 das vom damaligen Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM), Kulturstaatsminister Bernd Neumann, vorgeschlagene und zuvor von PricewaterhouseCoopers entwickelte sogenannte 100er-Modell. (17) Zwei Jahre später, am 9. Mai 2010, stellte der BKM im Ausschuss für Kultur und Medien des Deutschen Bundestages ein neues „Konzept zur Digitalisierung der Kinos in Deutschland“ (18) vor. Nach intensiver Diskussion wurde es Anfang 2011 in die Tat umgesetzt. Ausgehend von Investitionskosten in Höhe von etwa 70 000 Euro pro Leinwand sollte die Finanzierung der ca. 1 500 förderfähigen Kinos aus verschiedenen Quellen fließen. (19) Dabei war auch das bereits dargestellte FFA-Treuhandmodell ein Baustein (vgl. Abbildung 5).

#### Beihilferechtliche Gründe begrenzten Zahl der geförderten Kinos

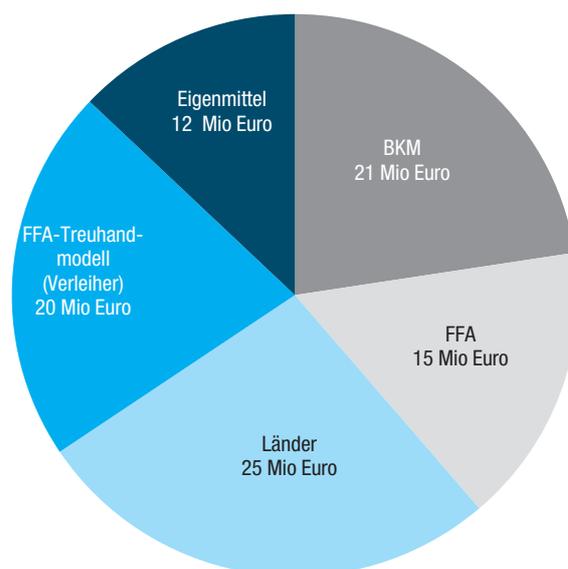
Bundesregierung und FFA waren aus beihilferechtlichen Gründen gezwungen, nur Kinos zu fördern, bei denen eine Finanzierung der Konversion allein aus dem Markt nicht möglich war. Als sogenannte „Kriterienkino“ wurden jene gefördert, die erstens nicht mehr als sechs Leinwände pro Spielstätte hatten bzw. in einem Ort mit weniger als 50 000 Einwohnern lagen und die zweitens in den letzten drei Jahren vor Antragstellung pro Spielstätte nicht mehr als 260 000 Euro, aber mindestens 40 000 Euro Netto-Kartenumsatz bzw. mindestens 8 000 Kinobesucher hatten. Gefördert wurden lediglich Maßnahmen zur erstmaligen technischen Umstellung von Kinosälen auf digitales Abspiel und auch nur die Investitionskosten für die 2D-Projektionstechnik (Server, Projektor und Installation). (20)

#### Verknüpfung von Bundes- und Länderförderung

Der Bund verknüpfte seine Förderung mit der der Länder. Der BKM gab seine Förderung nur bei einer Kofinanzierung des jeweiligen Bundeslandes am Sitz des Kinobetriebs frei. Mit diesem Anreiz wuchs der Druck auf die Länder, die noch keine Digitalisierungsförderung eingeführt hatten. Diese Methode hatte Erfolg: Am 1. Oktober 2011 wurde im Saarland als letztem der Bundesländer eine Digitalisierungsförderung installiert. Die Förderprogramme des Bundes und der Länder leisteten einen wichtigen Beitrag zur Zukunftssicherung der Kinolandschaft in Deutschland.

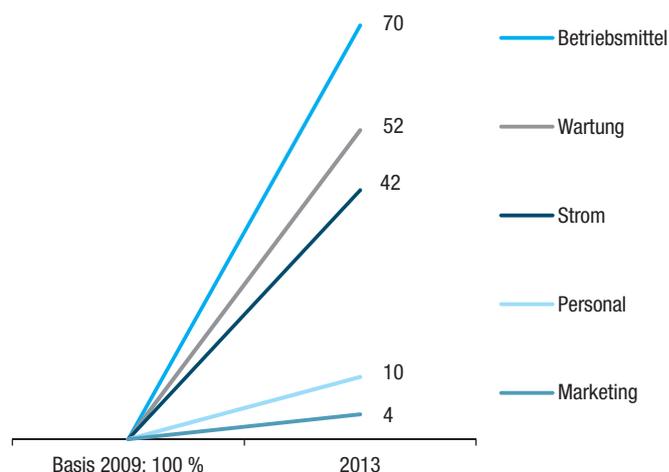
FFA- und BKM-Förderung verlangten einen Eigenanteil der Finanzierung von mindestens 20 Prozent der Kosten. Außerdem gilt die Förderung als „De-minimis-Beihilfe“, (21) das heißt, insgesamt durften die staatlichen Beihilfen innerhalb von drei Steuerjahren 200 000 Euro nicht übersteigen. (22) Insbesondere Unternehmen, die in der Vergangenheit andere De-minimis-Beihilfen erhalten hatten, konnten damit an ihre Fördergrenze stoßen.

Abb. 5 Volumen der Digitalisierungsförderung in Deutschland 2010 bis 2014



Quelle: Kinobetriebsstudie – Daten zur Kinowirtschaft in Deutschland. Berlin 2015.

Abb. 6 Steigerung einzelner Kostenpunkte des Kinobetriebs 2009 bis 2013 in %



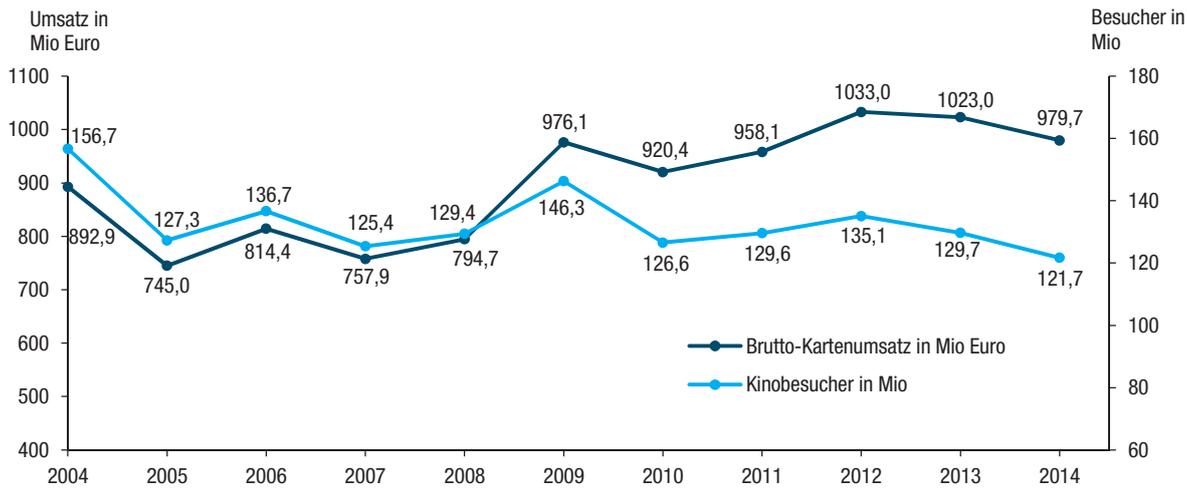
Quelle: Kinobetriebsstudie – Daten zur Kinowirtschaft in Deutschland. Berlin 2015.

#### Digitales Kino als Kostenfaktor

Mit der einmaligen Investition in die Umstellung auf die digitale Projektionstechnik ist es nicht getan. Die Konversion führt auch zu höheren laufenden Kosten, wie die „Kinobetriebsstudie“ zeigt (vgl. Abbildung 6). Seit 2009 sind alle Kosten gestiegen, wobei die Posten, die entscheidend von der Art der Projektion abhängen – nämlich Strom, Betriebsmittel und Wartung –, am meisten angestiegen sind. Und das ist nur folgerichtig, denn neben einer allgemeinen Steigerung des Strompreises haben digitale Projektoren samt Datenserver und Klimatisierung einen höheren Stromverbrauch als 35-mm-

#### Höhere laufende Kosten durch digitale Projektionstechnik

**Abb. 7 Brutto-Kartenumsatz und Kinobesuche 2004 bis 2014**



Quelle: Filmförderungsanstalt (FFA): FFA-info COMPACT. Berlin 2015; Filmförderungsanstalt (FFA): Kinoergebnisse – 5 Jahre auf einen Blick (2005, 2009, 2014, 2015).

Projektionstechnik, nutzen teurere und kurzlebige Projektorlampen und lassen meist keine eigenständige Wartung durch den Filmvorführer mehr zu.

**Keine Einsparungen beim Personal**

Die Hoffnung, mit der Digitalisierung Personal einsparen zu können, erfüllte sich nicht. Zwar haben sich viele der großen Kinoketten nach und nach von ihren Filmvorführern getrennt. Die Anzahl der Festangestellten hat sich gegenüber 2009 jedoch moderat erhöht. Der Anstieg der Personalkosten um 10 Prozent liegt über der allgemeinen Reallohnentwicklung. (23)

**Kürzere Reinvestitionszyklen**

Schließlich kommen kürzere Reinvestitionszyklen hinzu. Aufgrund der kürzeren Haltbarkeit müssen die Projektoren voraussichtlich alle zehn Jahre ausgetauscht werden. Außerdem entwickelt sich die digitale Technik ständig weiter. Schon in den vergangenen zehn Jahren wurden in relativ kurzen Abständen technische Neuerungen eingeführt, wie beispielsweise die 3D-Technik oder die in Peter Jacksons „Hobbit“-Trilogie verwendete High Frame Rate (HFR).

**Auswirkungen der Digitalisierung auf das Kinogeschäft**

**Neubelebung des Kinos**

Die Digitalisierung hat das Kino belebt. Befreit von der altmodischen analogen Projektion waren die Filmtheater technisch wieder so avanciert, um als modernes Medium zu gelten – erst recht, als parallel zur großen Digitalisierungswelle 2009 die 3D-Technik Einzug hielt. Filme wie „Ice Age 3 – Die Dinosaurier sind los“ und vor allem der überaus erfolgreiche Film „Avatar“ sorgten für Aufbruchstimmung unter den Kinobetreibern, die den Attraktivitätscharakter in die Kinos zurückkehren sahen.

Von den ersten 3D-Filmen profitierten zunächst fast ausschließlich die bereits digitalisierten Multiplexe. Ihr einstiger technischer Vorteil als „early adopters“ ging jedoch spätestens dann verloren, als in den Folgejahren viele weitere Kinos umrüsteten. Auch wirtschaftlich lohnten sich die ersten 3D-Jahre. 2013 wurde jedes vierte Ticket für einen 3D-Film gelöst. (24) Trotz rückläufiger Besucherzahlen sank der Kartenumsatz nur geringfügig, da durch die Erhebung eines 3D-Zuschlags und den Verkauf bzw. die Ausleihgebühr für 3D-Brillen ein zusätzlicher Kartenumsatzanteil von 6,7 Prozent erzielt werden konnte (vgl. Abbildung 7). Im Jahr 2014 – aufgrund der Fußballweltmeisterschaft ein Ausnahmejahr – gingen die Kinobesucherzahlen und der Umsatz aus Kartenverkäufen extrem zurück. Auch 3D-Tickets wurden erstmals weniger verkauft als im Vorjahr. (25)

**3D-Filme als neue Einnahmequelle**

Auch in der Live-Übertragung von Konzerten, Shows oder Sportveranstaltungen, also dem Vorführen von Programmen, die nicht im Rahmen des traditionellen Filmverleihsangebots liegen, sehen viele Kinobetreiber eine Möglichkeit, den Eventcharakter des Kinos wiederzubeleben und darüber hinaus eine gewisse Individualität in das eigene Programmangebot zu bringen. Zurzeit noch eine Randerscheinung, wird dieser sogenannte Alternative Content laut Branchenvertretern auch wirtschaftlich an Bedeutung gewinnen. Bisher wird in jedem zweiten Kino Alternativer Content angeboten.

**Inhaltliche Alternativen: Live-Übertragungen**

Grundsätzlich produzieren die Filmverleiher aus vertrieblichen Gründen weiterhin nur eine bestimmte Anzahl an Kopien/DCPs pro Film zum Bundesstart. Markt- und besucherstarke Kinos erhalten diese als erste – umsatzschwächere Kinos müssen warten. Dennoch hat sich die Versorgung mit Filmtiteln vor allem für kleinere Kinos und Kinos in ländlichen Gegenden im Zuge der Digitalisierung verbessert.

**Bessere Kopienversorgung**

Gegenüber 2007 hat sich die durchschnittliche Anzahl der Filmstarts pro Kino um ein Drittel erhöht. (26) Dies kann mehrere Gründe haben. Zum Ersten benötigen Multiplexe, die einen Film gleichzeitig in mehreren Sälen vorführen wollen, heute nur noch eine digitale Datei, die auf dem Server des Kinos abgespeichert und den einzelnen Projektoren zugewiesen werden kann. (27) Für die Multiplexe entfallen damit mehrfache Zahlungen von Mindestgarantien (28) und Transportkosten. Von den „freigewordenen“ Kopien profitieren jene kleineren und Arthousekinos, die vorher keine erhalten hätten (vgl. Abbildung 8). Zum Zweiten ist der Filmverleiher aufgrund des geringeren finanziellen Aufwands heute viel schneller dazu bereit, bei überraschendem Filmerfolg in der zweiten und dritten Woche DCPs nachzuliefern. Im Extremfall kann das bedeuten, dass sich die Anzahl der Filmkopien nach der ersten Woche verdreifacht.

**Anstieg der Filmstarts pro Spielstätte**

Der Anstieg an Filmstarts pro Spielstätte scheint wiederum vornehmlich für die kleineren Filme zu gelten. Von den 20 besucherstärksten Filmen eines Jahres spielt ein Kino heute gleich viele Filme zum Bundesstart wie schon vor fünf Jahren. Doch nicht nur ein verändertes Verhalten bei den Verleihern und eine effektivere Nutzung von digitalen Filmkopien in Multiplexen ermöglichte diese bessere Versorgung. Es kommen jährlich auch immer mehr Filme ins Kino. So feierten 2004 insgesamt 430 Filmtitel in deutschen Kinos Premiere. Zehn Jahre später gab es 570 Filmstarts. Das ist allerdings kein deutsches Phänomen, wie Abbildung 9 verdeutlicht. Die Gründe sind vielfältig. Zumindest ein Faktor für die hohe Anzahl an Filmstarts ist demnach auch der Deutsche Filmförderfonds (DFFF), der eine Kinoauswertung zur Grundvoraussetzung für eine Produktionsförderung macht. (29)

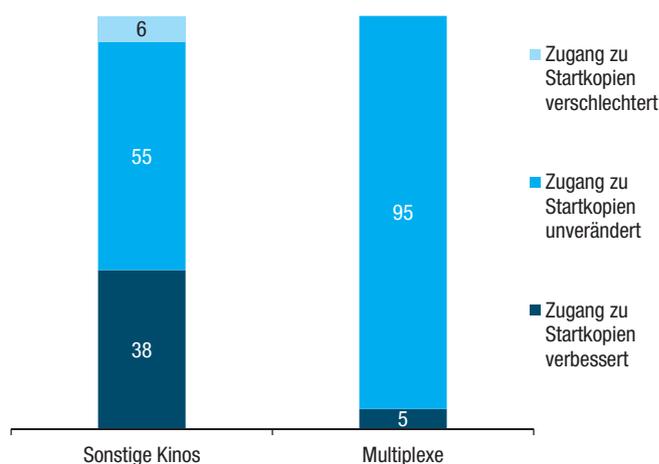
Diese Kombination aus höherer Kopienproduktion und vermehrten Filmstarts findet zudem vor dem Hintergrund sinkender Leinwandzahlen statt, sodass in den vergangenen Jahren von einer regelrechten „Filmflut“ gesprochen wird. (30) Wenn ein Multiplexbetreiber mit neun Sälen jeden Film im Bundesstart spielen und – wie bisher üblich – mindestens drei Wochen im Programm behalten will, müsste er bei vier Vorstellungen am Tag nahezu jeden Programmplatz mit einem anderen Film belegen, um alle in Deutschland gestarteten Filme spielen zu können. (31) Selbst für einen größeren Kinobetrieb ist die Fülle an Filmen also kaum mehr zu stemmen. Die Frage für viele der für die „Kinobetriebsstudie“ interviewten Kinobesitzer ist nicht mehr „Was spiele ich?“, sondern „Was lasse ich weg?“.

**„Veredelungs-funktion“ der Kinos gefährdet?**

Dieses Programmüberangebot hat wiederum Auswirkungen auf die gesamte Filmwirtschaft, da die „Veredelungsfunktion“ des Kinos in Gefahr gerät, wenn sich die öffentliche Aufmerksamkeit auf zu viele Filme verteilt, deren Laufzeiten immer kürzer werden. Gerade für kleinere Filme, die ihr Kinopublikum durch Mundpropaganda aufbauen, verschlechtern sich die Chancen. Zudem steht einer effektive-

**Abb. 8 Versorgung von Kinos mit Filmen zum Filmstart 2014**

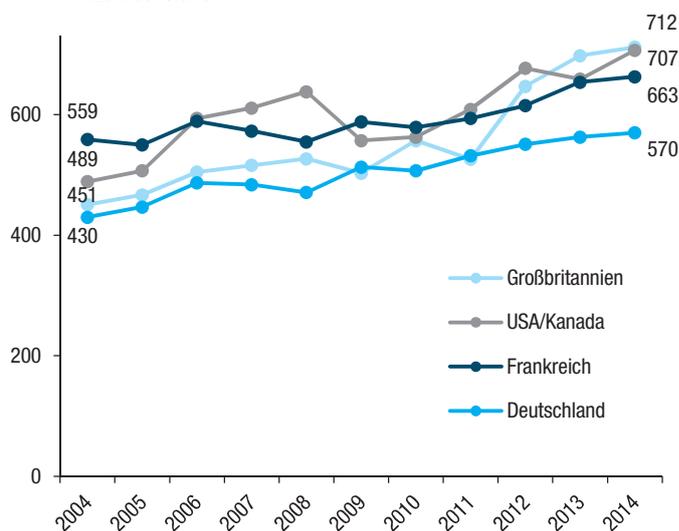
Angaben der Betreiber, in %



Quelle: Kinobetriebsstudie – Daten zur Kinowirtschaft in Deutschland. Berlin 2015.

**Abb. 9 Filmstarts im internationalen Vergleich 2004 bis 2014**

Anzahl der Starts



Quelle: British Film Institute: BFI Statistical Yearbook 2015; UK Film Council: Statistical Yearbook 2006-2007; Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC): CNC Dossiers 2012 n° 326 – Results 2012 sowie CNC Dossiers 2014 n° 332 – Results 2014; Filmförderungsanstalt (FFA): FFA Info 1/2005 bis 1/2015; Motion Picture Association of America (MPAA): Theatrical Market Statistics 2012 und 2014.

ren Auswertung über andere Kanäle die Regelsperrfrist von sechs Monaten (32) entgegen. Das heißt: Selbst wenn ein Film nur drei Wochen in den Kinos vorgeführt wird, muss der Rechteinhaber in der Regel weitere 21 Wochen warten, bis der Titel in der nächsten Auswertungsstufe refinanziert werden kann.

Die Digitalisierung hat dazu geführt, dass erfolgreiche Filme in deutlich mehr Kinosälen gezeigt werden können, weil die Kosten des Verleihs für die Herstellung und den Transport einer digitalen Kopie deutlich geringer sind als im Zeitalter der 35-mm-

**Verkürzung des Kinoauswertungsfensters bis hin zum Parallelstart?**

Kopie. Diese Verdichtung der Auswertung hat dazu geführt, dass – von Ausnahmen wie etwa „Ziemlich beste Freunde“ abgesehen – ein Großteil der Einnahmen innerhalb der ersten sechs Wochen der Kinoauswertung gemacht werden. (33)

Es gibt deshalb Stimmen in der Filmwirtschaft, die eine Verkürzung des Kinoauswertungsfensters fordern. So sprach Bob Iger, CEO der Disney Inc., in einem Gespräch mit Analysten sogar die Idee eines Parallelstarts (d. h. die gleichzeitige Auswertung von Filmen in Kino, DVD, Internet etc.) an und begründete dies folgendermaßen: „I think that all the old rules should be called into question because the rules in terms of consumption have changed so dramatically.“ (34) Die Folge war ein geradezu kollektiver Aufschrei der Filmtheaterbetreiber in den USA. Auch in Deutschland lehnen Kinobetreiber Sperrfristverkürzungen oder gar einen Parallelstart ganz überwiegend ab.

Die gegenüber radikalen Sperrfristenverkürzungen oder einem Parallelstart skeptische Auffassung wird von zahlreichen Studien bestätigt, die sich in den letzten 20 Jahren mit der sequentiellen Auswertung von Filmen beschäftigt haben. (35) Die meisten dieser Studien behandeln die derzeitige Reihenfolge – Kino, DVD, On-Demand, Pay-TV und Free-TV – allerdings als gegeben und untersuchen nur, ob die Auswertungsfenster verlängert oder verkürzt werden sollten. Die Studien zeigen, dass Sperrfristverkürzungen für manche Marktteilnehmer sinnvoll sein können. Keine der Studien legt nahe, auf Auswertungsfenster zu verzichten. Dies gilt selbst dann, wenn man das Interesse der Kinobranche komplett unberücksichtigt ließe und nur auf die Maximierung der Umsätze über alle Auswertungsfenster hinweg abstellen würde. Ökonomische Argumente für eine generelle Einführung eines Parallelstarts gibt es also trotz der Verdichtung der Auswertung im digitalen Kinozeitalter nicht.

Die Auswertungskaskade sollte mit der Kinoauswertung beginnen. (36) Die beiden für die bisher übliche Sequenz angeführten Gründe sind zwei: a) die Auswertung, die die höchsten Umsätze in der kürzest möglichen Zeit erziele, solle am Anfang stehen (37) und b) nur die Premiere im Filmtheater würde die erforderliche öffentliche Wahrnehmung, zum Beispiel in Zeitungen oder Social Media, erzielen. (38)

Parallelstarts werden allenfalls für Filme geeignet sein, die auf ein sehr kleines Publikum treffen. In diese Richtung geht auch ein von der EU-Kommission finanziertes Experiment. Um Vor- und Nachteile von Parallelstarts empirisch zu überprüfen, förderte die EU mit rund 2 Mio Euro die parallele Vermarktung von neun Filmen in jeweils fünfzehn EU-Mitgliedsstaaten. (39) Das Experiment zeigte, dass alle neun Filme in den 15 Mitgliedsstaaten insgesamt nur 15 000 Kinotickets verkauften. (40) Einen Beleg für generelle Vorteile eines Parallelstarts erbrachte die Studie nicht.

## Fazit

Das Kino besitzt innerhalb der Wertschöpfungskette eine große Bedeutung: Nicht nur erzielt die Kinoauswertung eines Films derzeit noch die höchsten Umsätze in einer sehr kurzen Zeitperiode von im Durchschnitt acht bis zwölf Wochen. Die Kinopremiere generiert darüber hinaus ein größeres öffentliches Interesse als beispielsweise der Start einer reinen DVD-Produktion. Drittens hängt die Markenbildung eines Kinofilms – also das, was Menschen mit einem Filmtitel an Inhalts- und Qualitätsvorstellungen verbinden – fast allein vom Erfolg an der Kinokasse ab. Zu dieser Zeit entscheidet sich, ob ein Film als Hit oder als Flop wahrgenommen wird. Das Kino fungiert also als Zugpferd für nachfolgende Verwertungsstufen. (41)

An dieser Bedeutung hat sich durch die Digitalisierung nichts geändert. Auch durch die effiziente Förderung konnte die Digitalisierung in Deutschland bei großen und kleinen Kinos in relativ kurzer Zeit durchgeführt werden. Wenngleich die Investitions- und laufenden Kosten nach wie vor enorme Anstrengungen fordern werden, profitiert die gesamte Kinobranche von der Digitalisierung durch Umsatz-, Qualitäts-, Flexibilitäts- und Imagegewinn.

## Anmerkungen:

- 1) Vgl. Bosma, Peter: DiGiTalk – Ideas, Experiences and Figures on Digital Cinema from DigiTraining Plus 2013. MEDIA Salles: Milano, 2014, S. 38; Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO) (Hrsg.): Filmstatistisches Jahrbuch 2014. Wiesbaden 2014, S. 31.
- 2) Das Forschungs- und Kompetenzzentrum Audiovisuelle Produktion der Hamburg Media School um Prof. Dr. Oliver Castendyk hat im vergangenen Jahr die „Kinobetriebsstudie – Daten zur Kinowirtschaft in Deutschland“ erstellt, die sich dem Markt der mit erwerbswirtschaftlichem Zweck betriebenen Kinos widmet. Der vorliegende Aufsatz beruht auf den Ergebnissen dieser Studie. Sofern nicht anders angegeben, entstammen Abbildungen und Daten dieser statistischen Erhebung.
- 3) Am 2. Februar 1909 verständigte sich der internationale Kongress der Filmproduzenten und -verleiher unter dem Vorsitz von Georges Méliès auf den 35-mm-Filmstandard mit doppelseitiger Edison-Perforation. Vgl. Society of Motion Picture Engineers (SMPE): Journal of the Society of Motion Picture Engineers, Vol. XXI, Oktober 1933.
- 4) Vgl. von Staden, Inga/Beate Hundsdörfer: „Majors planen digital roll-out...“ – Auswirkungen der digitalen Zukunft auf die Kinobranche. Berlin, 2003.
- 5) Vgl. González, Roque: Slow progress: Latin America's digital rollout varies dramatically by country (2012). Quelle: [http://www.mediasalles.it/dgt\\_online/DGT\\_online\\_informer\\_89/focus.htm](http://www.mediasalles.it/dgt_online/DGT_online_informer_89/focus.htm) (1.6.2015); zuerst erschienen in: Film Journal International vom 5.11.2012.
- 6) Peter Dinges, Vorstand der FFA, setzt 60 000 Euro für das neue Equipment, 10 000 Euro für Investitionen in die Infrastruktur (z. B. Belüftung, Glasfaserkabel) des Kinos und 5 000 Euro bis 7 000 Euro für sonstige Kosten an. Vgl. Heidsiek Birgit: Wir sitzen in der Falle. In: Medien Bulletin 2/2010, S. 66f.
- 7) Vgl. rmc rinke medien consult GmbH: Business Modell Digital Cinema. Im Auftrag von Europa Cinema. Paris 2007, S. 12-15.
- 8) Brunella/Kanzler zitieren die Schätzung von Screen Digest über 1,1 Mrd US-Dollar, wobei im Markt offenbar auch Schätzungen existierten, die bis zu 5 Mrd US-Dollar reichten. Vgl. Brunella, Elisabetta/Martin Kanzler:

**Kino als Zugpferd für nachfolgende Verwertungsstufen**

**Kinobranche profitiert von Digitalisierung**

- Digitales Kino in Europa: Entwicklung der Kinodigitalisierung verstehen. Europäische Audiovisuelle Informationsstelle. Straßburg 2011, S. 15.
- 9) Der Kinobetreiber erhält die VPF jedoch nur, wenn er den Film erstaufführt. Die Anzahl der Erstausführungen eines Kinos wird auch als Turn-Rate bezeichnet. Werden beispielsweise 14 Erstausführungen im Jahr pro Saal gezeigt und die VPF beträgt 500 Euro, ergibt sich eine Refinanzierung in Höhe von 7 000 Euro pro Jahr.
  - 10) Der Finanzierungsvertrag wurde am 12.2.2005 unterschrieben. Vgl. Kirsner, Scott: *Inventing The Movies: Hollywood's Epic Battle Between Innovation and the Status Quo*, from Thomas Edison to Steve Jobs. CinemaTech Books 2008, S. 140f.
  - 11) Vgl. Arts Alliance Media (AAM): *Virtual Print Fee: Questions and Answers* from Arts Alliance Media. Quelle: [http://www.edcf.net/edcf\\_docs/vpf\\_q-a\\_200710.pdf](http://www.edcf.net/edcf_docs/vpf_q-a_200710.pdf) (1.6.2015).
  - 12) Vgl. VPF Hub: Überblick. Quelle: <http://vpf-hub.com/index.php/ueberblick> (1.6.2015).
  - 13) Vgl. Heidsiek, Birgit: *Alternative Modelle*. In: *Medien Bulletin* 2/2012, S. 22.
  - 14) Vgl. Filmförderungsanstalt (FFA): *Treuhandmodell der Filmverleiher als wichtiges und ergänzendes Standbein zur Finanzierung der Digitalisierung von Kriterienkinos geht an den Start* (28.11.2012). Quelle: [http://www.ffa.de/content/presse\\_druckversion.phtml?druck=1&news=1042&head=FFA](http://www.ffa.de/content/presse_druckversion.phtml?druck=1&news=1042&head=FFA) (27.5.2015).
  - 15) Kinos mit wenigstens acht Leinwänden bzw. mindestens 1 500 Sitzplätzen bei nur sieben Leinwänden.
  - 16) Vgl. Brunella/Kanzler (Anm. 7), S. 94, 98ff.
  - 17) Das Modell scheiterte u. a. daran, dass Neumann den Finanzierungsanteil von Bund und FFA daran knüpfte, dass die Klagen der Kinobetreiber gegen das Filmförderungsgesetz zurückgenommen würden. Die Klage, bei der es um die Verfassungsmäßigkeit der Filmabgabe ging, wurde vom Bundesverfassungsgericht 2014 zugunsten der FFA entschieden. Vgl. BVerfG, 28.1.2014, 2 BvR 1561/12, 2 BvR 1562/12, 2 BvR 1563/12, 2 BvR 1564/12. In: *ZUM* 4/2014, S. 302.
  - 18) Vgl. Deutscher Bundestag (2010): *Ausschussdrucksache* 17(22)19.
  - 19) Vgl. Deutscher Bundestag (2011): *Schriftliche Fragen mit den in der Woche vom 7. Februar 2011 eingegangenen Antworten der Bundesregierung*. Drucksache 17/4740; Ohne Verfasser: *FFA erweitert Kreis der „Kriterienkinos“* (2.9.2010). Quelle: <http://www.mediabiz.de/film/news/ffa-erweitert-kreis-der-kriterienkinos/294663/1099> (22.5.2015).
  - 20) Programmkinos erhielten etwas mehr Förderung: vom BKM bis zu 25 Prozent der förderfähigen Investitionskosten, maximal 17 500 Euro pro Leinwand. Filmtheater, die bestimmte kulturelle Kriterien erfüllten, etwa eine Programmierung mit mehr als 50 Prozent deutschen und europäischen Filmen, konnten zudem 5 Prozent höher gefördert werden (insgesamt 30 % der förderfähigen Investitionskosten, maximal 21 000 Euro pro Leinwand).
  - 21) Vgl. Verordnung (EU) Nr. 1407/2013 der Kommission vom 18. Dezember 2013 über die Anwendung der Artikel 107 und 108 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union auf De-minimis-Beihilfen (2013).
  - 22) Großbritannien hat sein Digitalisierungsvorhaben zum Beispiel nicht als De-minimis-Beihilfe bei der EU-Kommission angemeldet, sondern als Kulturförderung im Sinne des Artikels 107 (3) Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union. Vgl. Europäische Kommission (2005): *State aid N 477/04 – United Kingdom, UK Film Council Distribution and Exhibition Initiatives – Digital Screen Network*.
  - 23) Vgl. Statistisches Bundesamt: *Reallohnindex – Entwicklung der Reallohne, der Nominallohne und der Verbraucherpreise*. Quelle: <https://www.StatistischesBundesamt.de/DE/ZahlenFakten/GesamtwirtschaftUmwelt/VerdiensteArbeitskosten/RealloehneNettoverdienste/Tabellen/Reallohnentwicklung.html> (13.7.2015).
  - 24) Vgl. Filmförderungsanstalt (FFA): *FFA Info 1/2014*. Berlin 2014, S. 15.
  - 25) Vgl. Filmförderungsanstalt, FFA-Info COMPACT. Berlin 2014
  - 26) Daten auf Anfrage von der SPIO.
  - 27) Um eine Kopie in mehrere Säle zu projizieren, wurde im analogen Zeitalter die 35-mm-Filmrolle über zahlreiche Umlenkrollen von einem zum anderen Projektor geführt, welcher exakt gleich schnell laufen musste. Wenn die räumlichen Bedingungen hierfür nicht gegeben waren, musste das Kinocenter mehrere Filmkopien mieten.
  - 28) Eine Mindestgarantie billigt dem Verleiher eine pauschale Gebühr pro Filmkopie zu. In der Regel liegt diese zwischen 100 und 250 Euro.
  - 29) Vgl. §6, Absatz 1 der Richtlinie des BKM „Anreiz zur Stärkung der Filmproduktion in Deutschland“ (Deutscher Filmförderfonds) vom 17.9.2012; Quelle: <http://www.dfff-ffa.de/aktuelle-richtlinie.html> (9.7.2015).
  - 30) Vgl. zur „Filmflut“ Castendyk, Oliver: *Gibt es zu viele (deutsche) Filme in den Kinos? Eine Analyse anhand empirischer Daten der Filmwirtschaft*. In: *Media Perspektiven* 1/2013, S. 21-32.
  - 31) 9 Leinwände \* 4 Vorstellungen/Tag = 36 Vorstellungen/Tag = 36 unterschiedliche Filme/Tag für drei Wochen. Möglich sind bei einem Drei-Wochen-Rhythmus somit 17 vollständige Programmwechsel im Jahr: 36 Vorstellungen \* 17 Programmwechsel = 612 Vorstellungen bei 563 Filmstarts in 2013.
  - 32) Für von der FFA geförderte Filme. Verkürzungen sind unter bestimmten Umständen möglich. Vgl. Filmförderungsgesetz (FFG) §20; Quelle: [http://www.ffa.de/content/ffg\\_solo.phtml](http://www.ffa.de/content/ffg_solo.phtml) (9.7.2015).
  - 33) Disney geht von durchschnittlich 96 Prozent der Erlöse aus, die in den ersten sechs Wochen der Auswertung umgesetzt werden. Vgl. Wallop, Harry: *DVDs of films to be sold 3 months after cinema release*. Quelle: <http://www.telegraph.co.uk/culture/film/film-news/7271846/DVDs-of-films-to-be-sold-3-months-after-cinema-release.html> (25.5.2015).
  - 34) Zitiert nach Eller, Claudia: *Director Warns of Big Screen's Extinction*. In: *Los Angeles Times* v. 28.10.2005. Quelle: <http://articles.latimes.com/2005/oct/28/business/fi-night28> (13.7.2015).
  - 35) Vgl. August, Terrence u.a.: *Optimal Timing of Sequential Distribution: The Impact of Congestion Externalities and Day-and-Date Strategies*. Research Paper. *Theory of Economics of Information Systems („TEIS“)-Workshop*, März 2012; Hennig-Thurau, Thorsten/Victor Henning/Henrik Sattler/Felix Eggers/Mark B. Houston: *The Last Picture Show? Timing and Order of Movie Distribution Channels*. In: *Journal of Marketing* 10/2007, S. 63 ff.; Luan, Jackie Y./K. Sudhir: *Optimal inter-release time between sequentially released products*. Working Paper. Yale University 2006; Prasad, Ashutosh/Bart Bronnenberg/Vijay Mahajan: *Product Entry Timing in Dual Distribution Channels: The Case of the Movie Industry*. In: *Review of Marketing Science* 2/2004, S. 1-18; Eliashberg, Jehoshua/Anita Elberse/Mark Leenders: *The Motion Picture Industry: Critical Issues in Practice, Current Research, and New Research Directions*. In: *Marketing Science* 6/2000, Ausgabe 25, S. 638 ff.; Lehmann, Donald R./Charles B. Weinberg: *Sales Through Sequential Distribution Channels: An Application to Movies and Videos*. In: *Journal of Marketing* 7/2000, S. 18-33; Frank, Björn: *Optimal Timing of Movie Releases in Ancillary Markets: The Case of Video Releases*. In: *Journal of Cultural Economics* 6/1994, 125-133.
  - 36) Vgl. Frank, Björn: *Optimal Timing of Movie Releases in Ancillary Markets: The Case of Video Releases*. In: *Journal of Cultural Economics* 18/1994, S. 128.
  - 37) Vgl. Eliashberg/Elbers/Leenders (Anm. 33), S. 27.
  - 38) Letzteres könnte sich ändern, wie die weltweite Herausbringung von aufwändig produzierten Videospiele zeigt.

- 39) An dem Experiment, das jedoch angesichts der (fehlenden) Methodologie kein gutes Beispiel für eine wissenschaftlich überzeugende Studie ist, beteiligten sich die Vertriebs- und Verleihfirmen Urban Distribution und WIDE aus Frankreich, Fandango Portobello aus Italien, Goldcrest Films International aus Frankreich. Der Aggregator Under the Milky Way garantierte, dass der Film gleichzeitig überall in Europa auf den wichtigen VoD-Plattformen erhältlich war.
- 40) Vgl. Heidsiek, Birgit: Day and Date: Experiment in Progress. Quelle: <http://www.europa-distribution.org/day-and-dateexperiment-in-progress/> (24.12.2014).
- 41) Ein ganz konkretes Beispiel für die Beeinflussung späterer Verwertungsstufen ist das „Escalator“-Modell, welches bei der Lizenzierung von Kinofilmen für das Fernsehprogramm angewendet wird. Branchenüblich sind hier pauschale Lizenzpreiserhöhungen pro Millionen Kinozuschauer.

