



### **Christine Berg**

ist seit August 2019 als Vorstandsvorsitzende des HDF KINO e.V. tätig. Zuvor war sie stellvertretender Vorstand der Filmförderungsanstalt (FFA). In dieser Funktion verantwortete sie den gesamten Förderbereich der FFA. Heute ist sie unter anderem Mitglied im SPIO-Präsidium, im Kuratorium der Friedrich-Murnau-Stiftung und im FFA-Verwaltungsrat.

/// Wie sich die Corona-Pandemie auf das Kino auswirkt

## Zurück aus der Krise

**Die Pandemie war für die Kinos die schwerste Krise in ihrer 126-jährigen Geschichte. Nicht nur wirtschaftlich, sondern auch emotional war sie eine extreme Herausforderung. Kinobetreiber sind Unternehmer und es gewohnt, sich Problemen aktiv zu stellen. Dieses Mal waren sie der Situation tatenlos ausgeliefert und zum Stillstand verurteilt. Für eine Branche, die immer für ihr Publikum da ist – vor allen Dingen in schweren Zeiten –, war dies kaum zu ertragen. Wiederum hatten die Pandemie und der damit einhergehende Stillstand für die Menschen auch ihre positiven Seiten. Um diese zu verstehen, lohnt sich ein Blick zurück.**

### Der Blick zurück

In Deutschland gibt es insgesamt 1.227 Kinounternehmen mit insgesamt 1.734 Spielstätten. 95 Prozent davon sind Familienunternehmen – zumeist in der dritten oder vierten Generation. Die Branche lebt vom eigenen Nachwuchs, es gibt nur drei Kinoketten (Cinestar, Cinemaxx und UCI), die von ausländischen Unternehmen geführt werden. Aber auch diese Unternehmen sind ursprünglich von Familien geführten Kinos entstanden und waren in ihrem Tun so erfolgreich, dass australische, englische oder spanische Kinounternehmen sie übernommen haben.

**95 Prozent der deutschen Kinos sind Familienunternehmen.**

Das Kino als Kulturstätte existiert seit 1895 und hat sich immer wieder verändert. Es hat Kriege überstanden und allen medialen Neuerungen getrotzt. Die erste Herausforderung war sicherlich die Umstellung auf den Tonfilm. Nach dem Zweiten Weltkrieg kam das Fernsehen als echte Konkurrenz und zum ersten Mal wurde das Kino totgesagt – aber es überlebte!

**Streamingdienste ermöglichen selbstbestimmtes Sehen von Filmen und Serien.**

Danach kam das Videoformat und die Menschen konnten sich Filme zuhause ansehen, wann sie wollten. Zum zweiten Mal wurde das Kino für tot erklärt. Aber auch dieses Mal behauptete es sich – ebenso wie gegenüber der nachfolgenden Einführung von DVDs, Blue Ray und Großbildschirmen.

Mit den Streamingdiensten kam der nächste ernst zu nehmende Wettbewerber. Das Publikum konnte Filme und Serien nun nicht mehr nur sehen, wann, sondern auch wo es wollte. Dem Zuschauer schien es nicht mehr relevant, wie groß der Bildschirm war. Ob auf Tablets oder Mobiltelefonen – ihm war jedes Medium recht: Hauptsache selbstbestimmt. Dazu kam eine neue Art von Serien, die so beliebt waren, dass es morgens bei der Arbeit kaum ein anderes Thema zu geben schien als die neueste Folge.

Und ein alter Streit zwischen den Filmverleihern und den Kinos brannte weiter auf – die Frage nach der Exklusivität. Die Exklusivität ist für alle Verwertungsstufen elementar, gibt sie doch dem Rechteinhaber oder Auswertungskanal die Möglichkeit, einen Film für einen bestimmten Zeitraum exklusiv zu zeigen. Für das Kino ist das exklusive Auswertungsfenster unersetzlich!

Dies gilt aber nicht nur für die Kinos, auch die Streamingdienste und Pay-TV-Anbieter sind auf einen exklusiven Auswertungszeitraum angewiesen. Dies ist ebenfalls verständlich, da Netflix seinen neuesten Film ja ebenfalls nicht zeitgleich in der ARD zeigen will. Dennoch ist die Exklusivität der einzelnen Auswertungsstufen immer wieder umstritten, da jeder nachfolgende Kanal die neuesten Filme so schnell wie möglich in sein Angebot aufnehmen will.

Aber warum scheint dies besonders für das Kino eine Bedrohung zu sein? Eines vorab: Zunächst einmal ist das Kino die Lokomotive für Filme, sie veredeln ihn. Nicht umsonst sagt man: „Das ist ganz großes Kino“. Ist ein Film im Kino gut gelaufen, profitieren auch alle anderen Auswertungsformen davon, da sie mit dem Kinoerfolg und dem Prädikat „Kinofilm“ werben können. Und auch die Kreativen (Schauspieler, Regisseure) erhalten zusätzliche Gagen, wenn eine bestimmte Besucheranzahl im Kino erreicht wurde.

Doch um einen Film im Kino wirtschaftlich erfolgreich auswerten zu können, benötigt man ausreichend Zeit. Filme sollen ja nicht nur in Hot Spots wie Berlin, Hamburg oder München gezeigt werden, sondern flächendeckend gespielt werden. Nur dann kann man ein breites Publikum erreichen.

Vor der Pandemie war die Exklusivität das bestimmende Thema in der Kinobranche. Es entbrannte ein regelrechter Kampf um die Dauer der Exklusivität für das Kino. Denjenigen, die an einem langen Auswertungs-

fenster festhielten, wurde Rückständigkeit vorgeworfen. Diejenigen, die zeitgleich mit den Streamingdiensten Filme zeigten, wurden als Verräter beschimpft.

Bis 2018 verkauften die Kinos jährlich über 120 Millionen Tickets, doch dann brach der Markt ein. In 2018 verkauften sie noch lediglich 105,4 Millionen Tickets. Für viele schien dies der Abstieg der Kinos in Deutschland und ein klares Indiz dafür, dass sich das Publikum vom Kino weg hin zu den Streamingdiensten wendete. Im folgenden Jahr konnten sich Besucherzahlen mit 118,6 Millionen verkaufter Tickets zwar wieder erholen, aber die wirtschaftliche Lage wurde schwieriger.

## Die Pandemie

Anfang 2020 wurde wiederum deutlich, dass sich das Kino nicht so schnell geschlagen gibt. Die deutschen Filmtheater lockten allein in den ersten beiden Monaten 25,9 Millionen Menschen vor ihre Leinwände. Doch dann kamen die Schließungen.

In den folgenden 16 Monaten durften die deutschen Kinos gerade einmal fünf Monate für ihr Publikum öffnen. Durch die harten Hygieneauflagen und die Angst der Besucher, sich mit Covid-19 zu infizieren, wurden diese Monate für fast alle Kinobetreiber zu einem finanziellen Fiasko, lediglich ein einziger Film (TENET von Christopher Nolan) konnte mehr als 800.000 Gäste ins Kino bringen. Und weil die Menschen zu Hause bleiben mussten, kam die Hoch-Zeit der Streamingdienste. Sie verzeichneten ein enormes Wachstum bei den Abbonnentenzahlen, während die Kinobetreiber allein 2020 einen Umsatzverlust von über einer Milliarde Euro hinnehmen mussten.

**Die Pandemie wurde für die Kinos zu einem finanziellen Fiasko.**

Als im Frühjahr 2021 klar wurde, dass die Lichtspielhäuser absehbar wieder öffnen durften – wenn auch erneut unter erschwerten Bedingungen –, schlossen sich Filmverleiher und Kinos erstmalig zusammen und initiierten einen gemeinsamen Öffnungstermin für Deutschland: der erste Juli 2021! Aus heutiger Sicht war dies eine der besten Entscheidungen der Branche, denn dadurch konnten Filmstarts gut vorbereitet und das Publikum frühzeitig über die Öffnung informiert werden.

Das Ergebnis: Die Kinos konnten in den ersten zwei Monaten nach Öffnung bereits über 15,5 Millionen Besucher begrüßen. Und dies trotz starker Hygieneauflagen. Ein gutes Ergebnis, das sich allerdings erst verstetigen muss.

## Zukunft Kino

Die Pandemie hat vieles beschleunigt. Manches zum Nachteil für die Kinos, aber einiges auch zu ihrem Vorteil.

Deutlich ist der Kampf um die Exklusivität des Kinofensters wieder in den Mittelpunkt gerückt. Gab es bisher – auch für die Blockbuster – ein „Gentlemen Agreement“, welches besagt, dass Filme erst nach 120 Tagen auf den Streaming-Plattformen gezeigt werden, wurden diese Absprachen mit der Öffnung der Kinos einseitig aufgekündigt. So haben einige Major-Unternehmen zum Beispiel ihre Filme mit kürzeren Fenstern auf den haus-eigenen Plattformen ausgewertet. Einige Unternehmen haben große Blockbuster sogar zeitgleich im Kino und als Stream gezeigt. Nicht alle Kinos haben dies mitgetragen und diese Filme zum Beispiel nicht ins Programm genommen. Leider gibt es keine transparenten Zahlen der Streamingdienste, daher ist eine Erfolgsanalyse zu einzelnen Filmen nur schwer möglich.

Was man aber feststellen kann, ist, dass eine ausschließliche Auswertung eines Kinofilms als Stream für die Verleiher finanziell offensichtlich nicht besonders erfolgversprechend gewesen ist. Dies zeigt sich nicht zuletzt daran, dass einige Verleiher inzwischen wieder ein längeres Kinofenster anbieten – also zurückrudern.

Wiederum ist aber auch den Kinos klar geworden, dass ein Festhalten an der Exklusivität im alten Stil nicht mehr möglich ist. Deshalb haben sie – zumindest was die deutschen Filme angeht – ein flexibleres Kinofenster gefordert. Dieses soll zwischen allen Beteiligten ausgehandelt und in einer Branchenvereinbarung schriftlich festgehalten werden, um dadurch mehr Gestaltungsspielraum zu schaffen.

**Kino muss seine Stärken betonen und dem Publikum ein Event bieten.**

Auch für die Streamingdienste war die Pandemie ein Katalysator. Die Menschen haben eineinhalb Jahre zu Hause vor dem Fernseher gesessen und sich alles angesehen, was auf den Plattformen angeboten wurde. Damit ist der neuartige Zauber des Streamings verpufft. Das Publikum möchte Filme jetzt wieder als Event genießen und außerhalb der eigenen vier Wände erleben. Dies ist eine echte Chance für das Kino, aber natürlich muss es für die Besucher auch attraktiv sein und seine Stärken betonen, zum Beispiel durch besondere Technik und Wohlfühlambiente in den Sälen, aber auch durch besondere Filme oder Filmreihen, die so nicht bei Streamingdiensten zu finden sind.

Hier müssen die Kinos ihre Stärken herausstellen, und zwar nicht nur, wenn es um einmalige Technik, große Leinwände und besondere Filme geht. Denn Kino ist viel mehr als das. Es ist ein geschützter Raum, ein Ort, an dem es keine Ablenkung gibt. Im Mittelpunkt steht der pure Filmgenuss, man wird weder durch sein Handy, noch durch den Gang zum Kühlschrank abgelenkt. Bereits vielfach wurde in der Presse die Sehnsucht der Menschen nach einer Reduzierung multisensorieller Einflüsse thematisiert. Hier setzt das Kino an und kann seine Chance ergreifen, wieder Trends zu setzen.

**Kino bietet Filmgenuss  
pur ohne Ablenkung.**

Auch gesellschafts- und kulturpolitisch ist das Kino einer der wichtigsten Kulturorte, die wir haben. Kinos finden sich an 943 Orten in Deutschland. Damit ist das Kino der einzige kulturelle Ort, der auch in der Fläche Angebote macht. Häufig bietet das Kino gerade in kleineren Städten die einzige Möglichkeit, Kultur zu erleben. Besonders in Zeiten wie diesen – mit unterschiedlichsten, zum Teil gesellschaftlich bedenklichen politischen Strömungen – ist ein vielfältiges kulturelles Angebot wichtiger denn je.

Aber sicherlich ist und bleibt die größte Stärke des Kinos das Gemeinschaftserlebnis. Wer hat es nicht schon einmal erlebt: Wir sitzen im Kino und erleben eine lustige Szene: Alle lachen und plötzlich ist man angesteckt und muss mitlachen – zu Hause hätte man womöglich nur kurz geschmunzelt. Einen Film mit fremden Menschen zu sehen und doch gemeinsame Emotionen zu erleben: Das kann nur Kino!

///