

HDF-Ticker +++ HDF-Ticker +++ HDF-Ticker +++ HDF-Ticker +++ HDF-Ticker

vom 08. April 2015

+++ Aus der HDF-Agenda

08./09. April 2015

- Rechnungsprüfung, Berlin

+++ KINO 2015: Der Countdown läuft



Die Vorzeichen sind gut. Sechs Wochen vor Veranstaltungsbeginn von KINO 2015 ist die Messe ausverkauft. Neben vielen langjährigen Ausstellern sind in diesem Jahr auch etliche neue Firmen vertreten. HDF-Vorstand Dr. Andreas Kramer: „Wir freuen uns über den regen Zuspruch. Ein Beweis mehr dafür, dass die Branche eine Plattform wie KINO 2015 wünscht.“

Auch das Kongressprogramm steht schon. „Natürlich feilen wir momentan noch an den Feinheiten“, so Andreas Kramer, „aber das ist normal. Wir haben wieder viel vor und werden den Teilnehmern spannende Themen bieten.“ Die Top-Themen sind hochkarätig besetzt:

• **Analyse und Interpretation von Technologie-Trends:**

Durch die Digitalisierung findet eine Annäherung von Gegenwart und Zukunft statt. Technologiewellen verändern Wirtschaft und Gesellschaft, verändern Wertschöpfungsketten und Informationssysteme. Wer sind die Technologie-Treiber von heute und welche Auswirkungen wird es haben? Verändert die Technik die Gesellschaft oder die Gesellschaft die Technik? Moshe Rappoport, Executive Technology Briefer bei IBM in Zürich zeigt Antworten auf.

• **Trends, Treiber, Innovationen - Die Gratwanderung der Kinos:**

Das Tempo der Digitalisierung hat sich erhöht. Keiner weiß das besser als die Kinobranche. Über 100 Jahre hat Kino "Geschichte geschrieben". Wie aber sieht die Zukunft aus? Jörg Wallner setzt Impulse, die Aktivitäten auslösen sollen. Er ist ein Grenzgänger zwischen reflexiver Wissenschaft und knallharter Changeberatung. Doch keine Angst: er will das Gute und sucht nach Konfliktlösungen, auch wenn es dafür manchmal harte Wahrheiten braucht.

• **Ganz dynamisch – Kinostrategien der Zukunft**

Bessere Auslastung, neue Zielgruppen und Umsatzsteigerung - die Digitalisierung macht es technisch möglich. Mit der Einführung des E-Ticketings sind dem Kino keine Grenzen mehr gesetzt. Über eine Zielgruppenanalyse spannen wir den Bogen zu zielgruppenspezifischen Preismodellen und zeigen anhand eines Best-Practice-Beispiels wie das Kino von anderen Branchen lernen kann. Wie viel Flexibilität verträgt die Kundeninteraktion und Kundenkommunikation? Wir sprechen mit Christian Kluge über Angebots- und Preisgestaltung im Kino.

Und das ist nur ein kleiner Ausschnitt zu den Inhalten. Die Kongressteilnehmer erwartet noch viel mehr. Genannt seien hier noch die Veranstaltung von Matthew Mockridge „In jedem steckt ein Leader“ oder der Workshop mit Jörg Wallner zur „Rulebreaker-Methode“ hierfür können Sie sich ab sofort anmelden, da die Teilnehmerzahl begrenzt ist. Die komplette Programmübersicht können Sie sich [hier](#) ansehen.

Weiterer Höhepunkt von KINO 2015 sind die gefragten Tradeshows. Hier können momentan zwar noch keine Inhalte verraten werden, aber eines ist sicher: die Verleiher werden die Kongressteilnehmer wieder gut unterhalten und das neueste Material präsentieren. Die hohen Qualitätsansprüche der Verleiher garantiert dabei Sony Digital Cinema 4K. Der Hauptsponsor von KINO 2015 präsentiert neueste Technik und ist für die technische Umsetzung der Tradeshows zuständig.

Also: für KINO 2015 vom 19 bis 21. Mai darf sich angemeldet werden. Alle Informationen und die Anmeldeformulare finden Sie unter www.forum-film.com. Und was machen Sie in dieser Zeit?

+++ Das Jugendangebot soll 2016 starten und die Rundfunkgebühr bis 2020 stabil bleiben

medienpolitik.net Bis Ende des Jahres wollen die Länder den Staatsvertrag zum Online-Jugendangebot von ARD und ZDF verabschieden. Das kündigte Rainer Robra, Chef der Staatskanzlei in Sachsen-Anhalt, in einem medienpolitik.net-Gespräch an. Dazu würden die Länder auch Anhörungen durchführen, um im Sinne des 3-Stufen-Testes den publizistischen Mehrwert und die marktlichen Auswirkungen erfassen zu können. Grundsätzlich Einwände aus Brüssel befürchtet Robra deshalb nicht. Zu der Debatte über die Verwendung der Überschüsse beim Rundfunkbeitrag macht der erfahrene Medienpolitiker deutlich, dass es ihm vor allem um Beitragsstabilität gehe. „Die Chance, jetzt Rücklagen zu bilden, die bei einem gewissen Mehrbedarf der Anstalten Beitragsstabilität rechtfertigen, hat allererste Priorität.“ Robra erscheint es zweifelhaft, dass der Ausstieg aus der Werbung zu finanzieren sei: „Ich glaube, dass wir in der Politik diese Frage nicht überbewerten sollten.“ Der Staatskanzleichef fordert ARD und ZDF zu mehr Transparenz bei den Produktionskosten auf. Sie sollten den Produzenten zudem ungenutzte Rechte schneller zurückgeben und mehr als bisher überlegen, wie sie die Produzenten unterstützen können, Rechte national und international zu verwerten.

Das Interview mit Staatsminister Rainer Robra, Chef der Staatskanzlei von Sachsen-Anhalt können Sie unter www.medienpolitik.net nachlesen.