

FFG-Novellierung
und Zusammenlegung der Fördermittel

[Stand: Juli 2023]

DEUTSCHE FILME – GROSS IM KINO

ECKPUNKTE EINER PUBLIKUMSOFFENSIVE

HDF KINO e.V.
Poststraße 30
10178 Berlin

HDF
KINO e.V.

VIELSCHICHTIGE PROBLEMATIK:

Kinobesuch weiter unter Vorpandemieniveau

2022: 78 Mio. Besucher*innen | 2019: 118 Mio. Besucher*innen

Reichweite (Unique User) auf historischem Tiefstand

2022: 19,3 Mio. Kinogänger*innen | 2019: 25,7 Mio. Kinogänger*innen

Produktions- und Besuchermarktanteile bei deutschen Filmen stark divergent



237 erstaufgeführte Filme, 27 % Marktanteil an Tickets in 2022



97 erstaufgeführte Filme, 64,1 % Marktanteil an Tickets in 2022

Filmschwemme sorgt für Unübersichtlichkeit

Durchschnittlich mehr als 10 Filmstarts pro Woche, davon knapp 5 neue deutsche Filme

Programmgestaltung für Kinos nicht flexibel genug

Disponierung folgt häufig strikten Verleihvorgaben und nicht den Bedürfnissen des Publikums vor Ort

Bewerbung von Kinofilmen nicht ausreichend

Fast 60 % der Kinointeressierten sind nicht informiert, was aktuell läuft

Investitionstau im Kino durch Corona verstärkt

Investitionen in Höhe von 375 Mio. Euro benötigt, die 2/3 der Betriebe nicht selbst stemmen können

Fehlallokation durch unausgeglichene Kinoförderung

Von 1.700 Kinos sind beim ZPK nur 800 Kinos antragsberechtigt, die bereits im vierten Jahr in Folge unterstützt werden, während andere Standorte auf sich alleine gestellt sind.

GANZHEITLICHER LÖSUNGSANSATZ:

- Durch strategische Weichenstellung muss die Branche in die Lage versetzt werden, wieder die Breite der Bevölkerung für Filme im Kino zu begeistern.
- Dreh- und Angelpunkt dafür ist der Kulturort Kino, der als Begegnungsstätte politisch gestärkt werden und für die Vielfalt der Gesellschaft ein Angebot bereithalten muss.
- Neben einem attraktiven Filmangebot sind unbedingt weitere Treiber eines Kinobesuchs anzukurbeln, wie z.B. das Erlebnis mit allen Sinnen (Bild & Ton).
- Wichtig ist, dass die Fördersystematik auf einem offenen Kulturbegriff basiert und anerkennt, dass Kino „Kultur für Alle“ anbietet.
- Gerade Publikumskinos haben eine hohe Relevanz für alle Gesellschaftsschichten und sind generationsübergreifend. Sie sind es, die gestärkt werden müssen, um wieder eine zugkräftige Lokomotive für die unabhängige deutsche Filmwirtschaft sein zu können.

KONKRETE MASSNAHMEN:

1. Fokus auf (publikumsstarken) Kinofilm setzen

Bei der Weiterentwicklung der FFA zur Filmagentur, die alle filmpolitischen Aufgaben der Bundesförderung bündelt, ist darauf zu achten, dass der Kinofilm in seiner Entwicklung, Herstellung, Herausbringung und Aufführung im Zentrum des Aufgabenbereichs bestehen bleibt.

2. Sichtbarkeit auf allen Kanälen verbessern

Eine ausgiebige Bewerbung ist ausschlaggebend für die Bekanntheit eines Filmwerks beim Publikum und damit auch den potenziellen Erfolg an der Kinokasse. Die Verleihförderung sollte hinsichtlich der möglichen Aktionsfelder ausgebaut und ihr Etatansatz entsprechend erhöht werden.

3. Exklusivität im Kino sichern

Mit der Branchenvereinbarung ist es den Stakeholdern gelungen, flexible Regeln für die Auswertungskaskade deutscher Filme aufzustellen. Um auch in Zukunft einen Anreiz zur Verhandlung weiterer Anpassungen zu geben ist es wichtig § 53 ff. in ihrer jetzigen Form beizubehalten.

4. Kinostandorte modernisieren

Um Kinos mehr Planungssicherheit für dringend notwendige Investitionen zu geben, sollte die Kinoförderung analog zur Produktionsförderung stärker automatisiert werden. Wir regen an, die Verteilung der Mittel über förderfähige Kosten (statt förderfähigen Kinos) auszusteuern, die von einem Expertengremium über ein Ranking für das jeweilige nächste Jahr festgelegt wird.

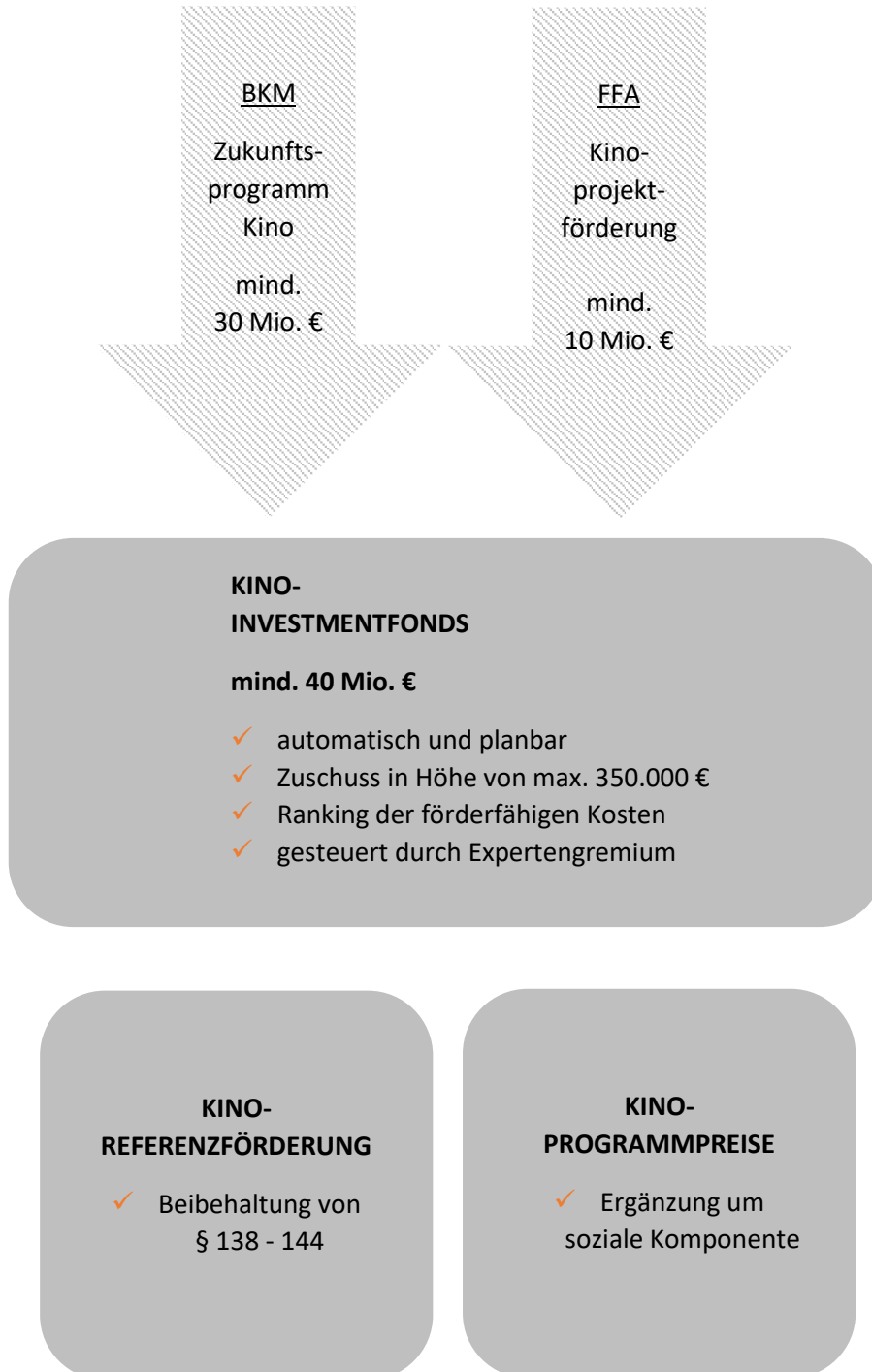
5. Eigenleistung honorieren

Analog zu § 63 Abs. 4 müssen die erbrachten Leistungen der Kinobetreiber*innen förderfähig sein und als Eigenanteil anerkannt werden.

6. Daten besser auswerten

Damit die Branche aus Erfolgen (und Misserfolgen) besser lernen kann, sollte die Marktforschung der FFA ausgebaut werden, insbesondere um Hintergrundinformationen zu Herstellung (Budgethöhe, etc.) und Herausbringung (Marketingleistungen, etc.).

NEUE SYSTEMATIK DER KINOFÖRDERUNG:



WIR MACHEN KINO FÜRS BREITE PUBLIKUM:

Mit starken Filmen



2,8 Mio.



1,5 Mio.



1 Mio.



1 Mio.

Anzahl Besucher*innen

Durchschnittlich 85% der Besucher*innen in HDF Kinos

Mit starken Aktionen



Publikumstärkstes Wochenende mit mehr als 1 Mio. Gästen in 2022 dank HDF-initiiertem deutschlandweitem **KINOFEST**



Öffentlichkeitswirksames Marketing für den Kulturort Kino dank HDF-finanzierter generischer **KINOKAMPAGNE**