



NEUSTART KINO

WIE AUS DER KRISE EINE CHANCE WIRD

Stärkung der Resilienz und Innovationskraft des deutschen Kinomarkts nach der Corona-Krise durch Zusammenarbeit, Professionalisierung und Ausbau eines Qualitätsmanagements unter Einbeziehung von Nachhaltigkeitsgesichtspunkten.

NEUSTART KINO

Die Covid-19-Pandemie hat der deutschen Kinobranche stark zugesetzt. Die Einnahmeverluste während des Lockdowns, die Verschiebung von Kinoproduktionen auf Streaming-Dienste, der Vertrauensverlust der Zuschauer*innen in geschlossene Orte – all das hat unser Geschäftsmodell auf eine harte Probe gestellt.

Um die Langzeitfolgen der Pandemie zu schmälern und vor allem die Resilienz für neue Krisenpotenziale zu stärken, haben sich deshalb die drei Kinoverbände – AG KINO, BkF und HDF KINO – zusammengetan und mit Unterstützung der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien ein breit angelegtes Recovery-Programm in Höhe von 2,5 Mio. Euro aufgesetzt. In unterschiedlichen Modulen werden aktuelle und zukünftige Herausforderungen sowohl mit qualifizierter als auch finanzieller Unterstützung zielgerichtet angegangen.

Professionalisierung, Innovationen und Vernetzung sind die Schlagworte der Stunde für den Aufbau einer stabilen Kinolandschaft. Die Bandbreite der Lösungsansätze ist dabei genauso groß wie die Vielfalt der Kinolandschaft in Deutschland, die aus Kommunalen Kinos, mittelständischen Betrieben in ländlichen Gebieten wie auch Städten, Arthouse-Kinos und Multiplex-Ketten besteht und voneinander profitiert.

Dieser Zwischenbericht gibt einen Überblick der abgeschlossenen und laufenden Einzelprojekte. Bis Mitte 2023 werden weitere Aktionen folgen.

AG Kino – Gilde e.V.

Rankestr. 31
10789 Berlin
Tel.: 030 – 4397 101 -30

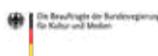
HDF KINO e.V.

Poststr. 30
10178 Berlin
Tel.: 030 – 23004041

**Bundesverband kommunale
Filmarbeit e.V.**

Fahrgasse 89
60311 Frankfurt/M.
Tel.: 069 – 61994711

Gefördert durch:



Ein Projekt von:





QUO VADIS KINO?

Wirtschaftliche Auswirkungen der Covid-19-Pandemie auf den deutschen Kinomarkt

Status:
Projekt
abgeschlossen

Während der Pandemie-Hochphase waren die Kinos in Deutschland auf behördliche Anweisungen hin fast zwölf Monate komplett geschlossen und mussten über ein weiteres Jahr strenge Auflagen einhalten. Trotz verschiedener staatlicher Hilfsmaßnahmen blieben die operativen Verluste gewaltig. Eine groß angelegte Umfrage von rmc medien+ kreativ consult hat die strukturellen Schäden quantifiziert und die wichtigsten Handlungsfelder für die Zukunft offengelegt.

Kernergebnisse:

Das vorhandene Eigenkapital in einem Unternehmen ist bekanntlich Ausdruck seiner Stärke und Substanz. Umso schwerer wiegt, dass fast 60 Prozent der Unternehmen einen Rückgang der Eigenkapitalausstattung verzeichnen, rund ein Viertel hat erheblich an Substanz verloren. Größere Unternehmen sind von den Verlusten im Eigenkapital überdurchschnittlich oft betroffen, kleine Einheiten weniger stark.

9 von 10 Unternehmen hätten in den letzten beiden Jahren Investitionen nicht ohne Förderprogramme durchführen können. Knapp 38 % mussten trotz Hilfen geplante Investitionen in

die Zukunft verschieben, der Investitionsstau konnte somit nur bedingt abgebaut werden.

Der aktuelle Investitionsbedarf liegt laut Hochrechnung bei 375 Mio. Euro, wobei fast 2/3 der Unternehmen angeben, diese Investitionen nicht aus eigener Kraft stemmen zu können.

Die Schwerpunkte für Investitionen lassen sich eindeutig identifizieren:

1. Investition in Infrastruktur (Technik, Komfort, Ambiente)
2. Investition in Nachhaltigkeit, insbesondere Energieeffizienz

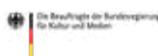
3. Ersatzinvestition, also der Erhalt des Status quo.

Kaum verwunderlich ist, dass die Verbesserung von Image und Akzeptanz des Kinos in der öffentlichen Wahrnehmung nach der pauschalen Stigmatisierung von geschlossenen Veranstaltungsräumen in den letzten Jahren an erster Stelle genannt wird, wenn es um die Wiederbelebung des Kinogeschäfts geht.

HIER GEHT'S ZUR KOMPLETTEN STUDIE

https://www.hdf-kino.de/wp-content/uploads/2022-07-05-Betroffenheitsstudie-Kinos_HDF-AG-Kino-BKF-.pdf

Gefördert durch:



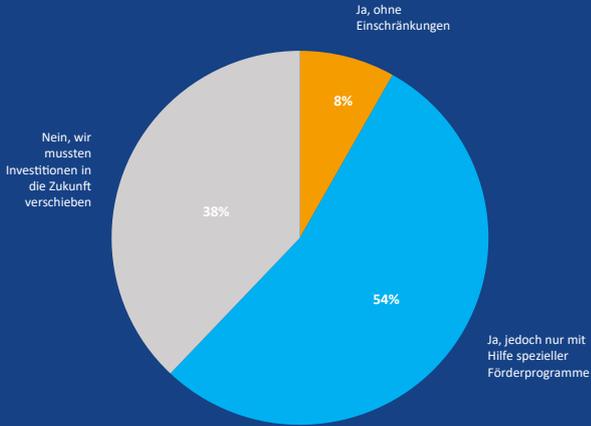
Ein Projekt von:



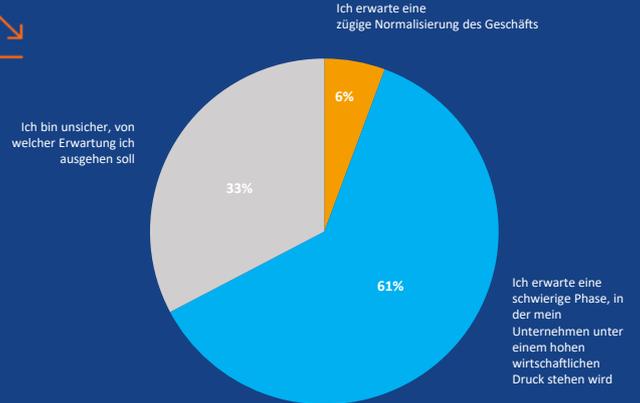
QUO VADIS KINO?

Wirtschaftliche Auswirkungen der Covid-19-Pandemie auf den deutschen Kinomarkt

9 von 10 Unternehmen hätten INVESTITIONEN NICHT OHNE FÖRDERPROGRAMME durchführen können. Knapp 38% mussten trotz Hilfen geplante Investitionen verschieben.

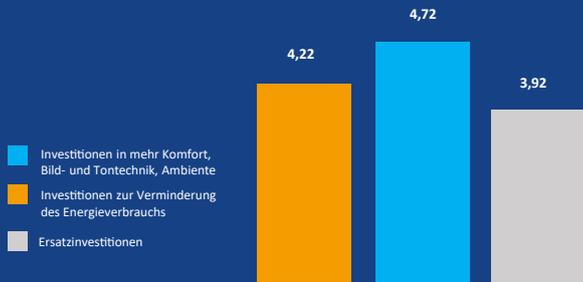


Mehr als die Hälfte der Unternehmen erwartet GROSSE WIRTSCHAFTLICHE SCHWIERIGKEITEN IN DEN NÄCHSTEN ZWEI JAHREN. 1/3 blickt unsicher in die Zukunft.

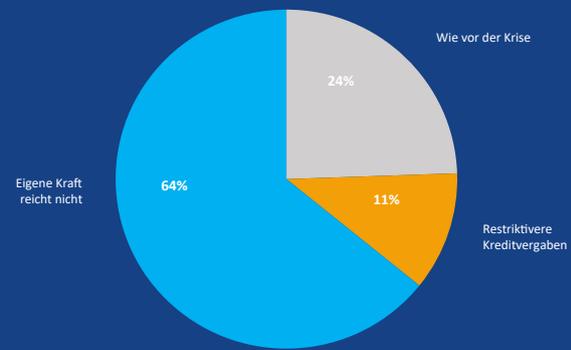


Laut Hochrechnung liegt der INVESTITIONSBEDARF BEI 375 MIO. EUR

Die SCHWERPUNKTE FÜR INVESTITIONEN lassen sich eindeutig identifizieren.



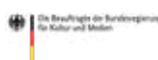
Fast 2/3 der Unternehmen können diese Investitionen jedoch NICHT AUS EIGENER KRAFT stemmen.



Die 3 WICHTIGSTEN RAHMENBEDINGUNGEN für die Zukunft des Kinos:



Gefördert durch:



Ein Projekt von:





ALL EYES ON AUDIENCES

Status:
Projekt
läuft

Zielgruppen- und Potenzialanalyse für den deutschen Kinomarkt

Auch wenn das Publikum zum größten Teil zurück ins Kino gekommen ist, bleiben die Besucherzahlen noch immer hinter dem Vorkrisenniveau zurück. Gemeinsam mit der Marktforschungsexpertise von GfK und FFA wollen wir deshalb die offenbar veränderte Grundeinstellung zum Kino auf den Prüfstand stellen und Informationen darüber gewinnen, wie wir verschiedene Zielgruppen besser ansprechen und begeistern können.

Zielsetzung ist es, der Branche ein tiefgehendes Verständnis für die Entwicklungen im Kinomarkt im Hinblick auf Besucherreichweite, Besuchsintensität sowie verlorene und potenzielle Zielgruppen zu geben. Neben der Beschreibung der Entwicklung liegt der Fokus auf den Barrieren und Treibern für den Kinobesuch, um darauf basierend geeignete Maßnahmen zur Vitalisierung des Kinomarktes abzuleiten.

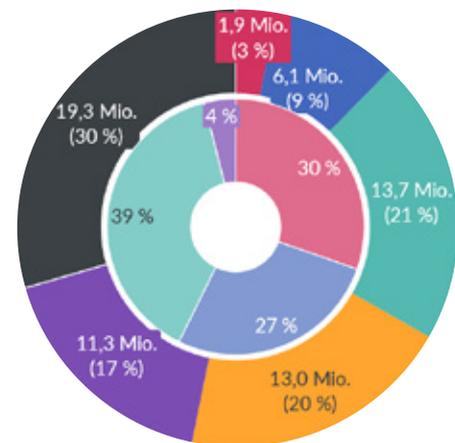
Studiendesign:

A) Identifikation und Beschreibung von Potenzialzielgruppen: Wie lassen sich Zielgruppen soziodemografisch beschreiben? Inwiefern unterscheidet sich das Kinobesuchsverhalten unter den Zielgruppen? Welche Zielgruppen kann man wo medial erreichen?

B) Qualitative Exploration: Was ist im Bewusstsein der (potenziellen) Kinobesucher passiert? Welche Barrieren haben sich seit der Pandemie aufgebaut bzw. wurden verstärkt? Welche Kundenbedürfnisse werden kaum oder gar nicht von Filmverleihern und Kinobetreibern abgedeckt?

C) Quantifizierung von Treibern und Barrieren: Welches sind die wichtigsten Aspekte für den (häufigeren) Kinobesuch? In welchem Umfang werden diese Bedürfnisse (nicht) von den Filmverleihern und Kinobetreibern abgedeckt?

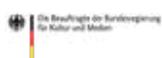
Welche Maßnahmen sind am vielversprechendsten, um die Besuchsfrequenz bzw. -reichweite zu erhöhen?



Zielgruppen im Kinomarkt

- Nicht-Kinogänger*innen
- Potenzial-Zielgruppe
- Treue Kino-Fans
- Extensivierende Kino-Fans
- Gelegentliche Kinogänger*innen
- Ehemalige Kinogänger*innen

Gefördert durch:



Ein Projekt von:





DIGITAL MARKETING CINEMA MASTERCLASS

Status:
Projekt
läuft

Kinomarketing in Theorie und Praxis

Digitaler Marketing-Profi für das eigene Kino - in vier Monaten. Mit einem digitalen Lernprogramm und begleitenden Workshops lernen mehr als 100 Kinomacher*innen Kommunikation in den digitalen Medien.

Anfang April 2022 startete die erste Runde in der viermonatigen Weiterbildung Digital Marketing Cinema Masterclass. Eine digitale Lernplattform vermittelt in vier Modulen (Digital Strategy, Site Strategy & SEO, Content Marketing und Social Media Marketing) Grundwissen durch Erklärvideos. Ergänzt wird der Lernstoff durch Arbeitsaufgaben, Download-Material und Quiz sowie eine monatliche Begleitung mit gemeinsamen Online-Workshops und Betreuung in einer Facebook-Gruppe.

Die Masterclass richtet sich an alle Kinoschaffenden, die ins digitale Marketing involviert sind oder die Möglichkeiten des digitalen Marketings besser verstehen möchten. Ziel ist die Vermittlung von Grundwissen im digitalen Marketing sowie die Entwicklung einer ganzheitlichen Digitalstrategie für das eigene Kino.

Die E-Learning-Plattform wurde vom schwedischen Kinoverband Biografcentralen entwickelt und erprobt. Konzeption und Durchführung der Online-Workshops und die Begleitung der Teilnehmenden übernehmen Deborah Shirley Cohrs (shirleys) und Thilo Pickartz (rmc medien + kreativ consult), Initiator*innen der Ideenplattform Zurück ins Kino.

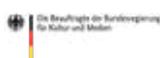
„Die Masterclass hat super viel Spaß gemacht und ich habe das Gefühl, vor allem durch die Workshops und den Austausch sehr viel mitgenommen zu haben! Die Materialien und das Netzwerk werden mich noch lange begleiten und mir in meinen Planungen helfen.“

Die dritte Runde der Masterclass beendet die Weiterbildung im Februar 2023 und freut sich über das starke Netzwerk, neues Wissen und das Zertifikat

sowie auf ein gemeinsames Abschluss-Event mit allen teilnehmenden Kinos im März 2023.

Über 100 Mitarbeiter*innen aus Kinobetrieben konnten so im vergangenen Jahr im Bereich Online- und Digitalmarketing weitergebildet werden. Die Nachfrage ist weiterhin vorhanden, und so soll das Projekt auch 2023 weitergeführt werden. Ein gutes Beispiel, dass die Förderung nachhaltig wirkt. Informationen zum Start im April 2023 folgen.

Gefördert durch:



Ein Projekt von:



C<
20
30

Konferenz
zur Zukunft
des Kinos

22.+
23.06.
2022

CINEMA VISION 2030

Eine Agenda für das Kino der Zukunft

Status:
Projekt
läuft

Sie war ein Höhepunkt des Kinojahres: die erstmals in Deutschland veranstaltete hybride Innovationskonferenz Cinema Vision 2030 der drei Kinoverbände AG Kino–Gilde, Bundesverband kommunale Filmarbeit und HDF KINO in Berlin. In 1 ½ Tagen stellten 20 Panelist*innen aus 10 Ländern beispielhafte Maßnahmen rund ums Kino vor. Über 300 Teilnehmer*innen nahmen vor Ort im Kino International oder online an der Konferenz teil. Als Medienpartner konnten Blickpunkt:Film und Screen International gewonnen werden.

Es war eine Herzensangelegenheit von Christian Bräuer, dem Vorsitzenden der AG Kino – Gilde, eine Konferenz zu realisieren, die Kinobetreibende aus der ganzen Welt zusammenbringt, über den Tellerrand schaut und nach den schwierigen Jahren neue Motivation und Ideen bringt.

Die zukunftsorientierten Projekte aus unterschiedlichsten Kinos von China über Europa bis in die USA stellten sich vor und gingen intensiv über den Kulturort Kino und seine Zukunft in den Dialog. Die Gestaltung von Events, so war vielen Beiträgen zu entnehmen, wird ein Schlüssel zur Rückgewinnung des Publikums und zur Erschließung neuer, junger Publikumsschichten sein. Ebenfalls diskutiert wurden Abomodelle und die Förderung des Community-Gedankens.

In drei digitalen Workshops, die unmittelbar auf die Konferenz folgten, erarbeiteten über 60 Kinobetreibende Forderungen und Maßnahmen, die dringend zur Verwirklichung einer wirtschaftlich stabilen Kinobranche in 2030 notwendig sind, um:

- das Kino als Kulturort zu verankern
- das Kino als Tempel für Filme zu erhalten

- die Menschen im Kino zu halten,
- zu bilden und zu fördern.

Auf Basis dieser drei Grundsätze der Kinoarbeit haben die Gestalter*innen der Cinema Vision 2030 die folgenden sechs Punkte zur Agenda für das Kino in der Zukunft erarbeitet:

1. Das Kino setzt neue Standards für Kulturrorte der Zukunft.
2. Das Kino ist ständiges Thema der lokalen, nationalen und internationalen Kultur-Kommunikation.
3. Das Kino ist Ort für Diversität, Inklusion und Austausch in der Nachbarschaft.
4. Die Angebote des Kinos sind selbstverständlich, kulturbildend, interaktiv und selbstbestimmt.
5. Kinowirtschaft ist als Bildungszweig staatlich anerkannt, in allen Bildungsangeboten der Kulturwirtschaft integriert und bietet Karrieremöglichkeiten mit Perspektive.
6. Die Kinos in Deutschland sind CO₂-neutral und Vorbild für nachhaltiges Handeln in der Kulturbranche.

Und weil der Gesprächs- und Entwick-

lungsbedarf in der Kinobranche riesig ist, wird es am Vorabend der Berlinale eine weitere Innovationskonferenz geben: CinemaVision2030@Berlinale wird wieder die Branche zusammenbringen und richtet sich nicht nur an Entscheidungsträger*innen, sondern auch an Mitarbeitende in Kinobetrieben, um an die Ergebnisse des Sommers 2022 anzuknüpfen, aber auch neue Inspirationen zu geben.

CINEMA VISION 2030

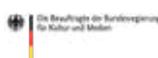
MEHR INFOS

www.cinemavision2030.de

Die Konferenzinhalte vom Juni 2022 können nachgesehen und gehört

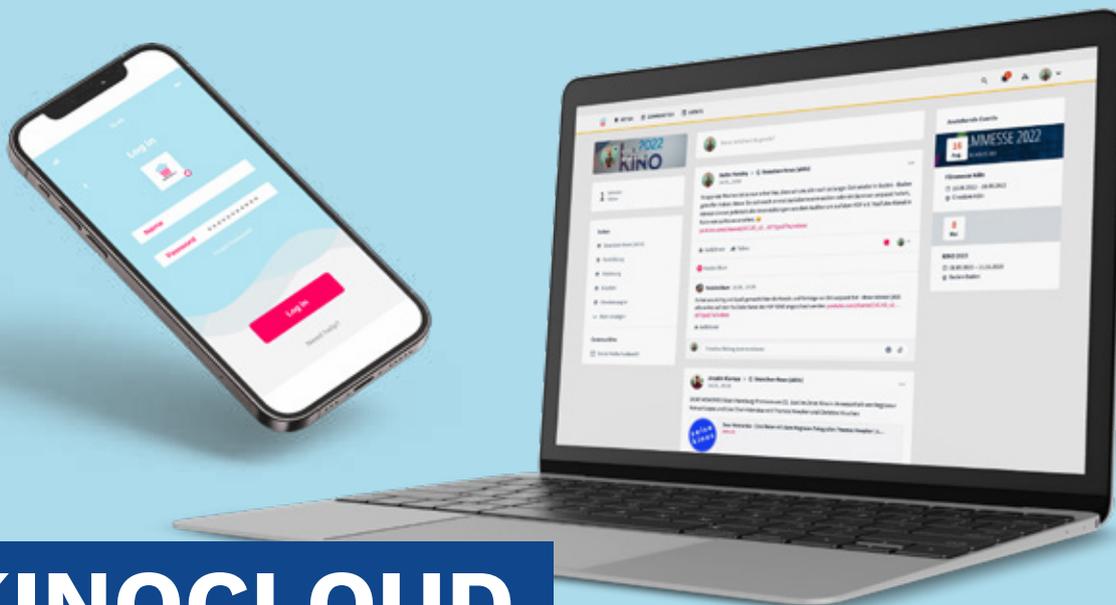
werden unter: <https://app.vsystem.io/event/cinemavision2030atberlinale/Archiv>

Gefördert durch:



Ein Projekt von:





KINOCLOUD

Digitaler Heimathafen der Kinobranche

Status:
Projekt
läuft

Wir haben mit der KINOCLOUD einen digitalen Heimathafen für die gesamte Branche geschafft. Wir konnten so das bestehende Netzwerk ausbauen und intensivieren. Ziel war es, jenseits von WhatsApp-Gruppen und Co. eine datenschutzkonforme und professionelle Kommunikation zu ermöglichen und Wissen langfristig zugänglich gemacht werden.

Mit Initiativen wie *#kinoleuchtet*, der Wiedereröffnungskampagne *#endlichwiederkino*, aber auch regelmäßigen digitalen Austauschformaten mit allen Stakeholdern oder über unsere Kinobotschafter*innen in den Regionen haben wir bereits sehr gute Erfahrungen gemacht und mit vereinten Kräften zielgenaue Lösungen für verschiedene Problemfelder während der Pandemie ausgearbeitet. Dies soll und musste weitergeführt werden.

Aktuell haben wir Seiten u.a. zu folgenden Themen: Kinofest, Kinokampagne, Verbands- bzw. Branchen-News, Flohmarkt, Aus- und Weiterbildung, Nachhaltigkeit und Produkte & Trends der Kinoindustrie. Communities gibt es u.a. zu den Themen: An der Concession-Theke, der Vorführraum, Gaming im Kino, Landkinos und Social-Media-Austausch.

Das Social Intranet ist auch für die Mitglieder des BkF von besonderem Interesse. Bei den Mitgliedern des kleinsten der drei Verbände ist die Möglichkeit zum Austausch beson-

ders groß. Zentrale Plattformen wie die Verleihdatenbank von „filmecho“ sind weggefallen. Das Intranet hat hier mit der Filmbibliothek einen Ersatz geschaffen. Über Blog-Beiträge, Umfrage-Tools oder in virtuellen Projekträumen kann ohne einen Medienbruch themenbezogen und – ohne das Tagesgeschäft aus den Augen zu verlieren – zusammengearbeitet werden, Wissen aber auch langfristig (Datenbank) zugänglich gemacht werden.

Du kannst dich auf www.kinocloud.de akkreditieren! Hier geht's direkt zur mobilen Version:



Google Play (Android)



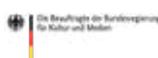
App Store (iOS)



ZIELE

- Kommunikation und Zusammenarbeit verbessern
- Richtige Ansprechpartner*innen direkt erreichen
- Wissen und Dokumente leichter finden
- Filmrecherche erleichtern
- Mobiler Zugriff

Gefördert durch:



Ein Projekt von:



NACHHALTIGKEITS- MANAGEMENT FÜR DIE KINOS

Status:
Projekt
läuft

Über mehrere Monate tauschten sich elf bundesdeutsche Kinos in Kooperation mit dem Münsteraner Dienstleister Fjol in Online-Workshops zum Thema Nachhaltigkeit aus und lieferten mit ihren Informationen wichtige Erkenntnisse, die zur Entwicklung einer ganzheitlichen Nachhaltigkeitsstrategie für die Kinobranche dienen sollen. Die Ergebnisse dieses Pilotprojekts sind jetzt in die Entwicklung eines Software-Tools geflossen, das die Kinos künftig dabei unterstützen kann, sämtliche Ebenen nachhaltigen Wirtschaftens und Handelns in ihren Häusern zu erfassen, Prozesse für die Umsetzung zu implementieren und sich dafür auch zertifizieren zu lassen.

Das jetzige Pilotprojekt, das im Rahmen eines Förderprojekts der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien durchgeführt werden konnte, dient dazu, das Wissen der Kinos in puncto Nachhaltigkeit künftig noch stärker zu bündeln und sie dazu zu befähigen, eine ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie mit kurz-, mittel- und langfristigen Maßnahmen zu entwickeln. Dabei soll sich Nachhaltigkeit nicht mehr nur auf Themen der ökologischen Verantwortung beziehen, sondern sich auch mit ethischen, sozialen und wirtschaftlichen The-

men wie Kulturvielfalt, Arbeitsbedingungen oder der allgemeinen Qualität des Kinoerlebnisses auseinandersetzen. Dazu wird es weitere Arbeitskreise und Workshops geben, in denen Erfahrungen geteilt und Kennzahlen für die Messbarkeit gebündelt werden. Auch die Ausarbeitung eines Verhaltenskodex mit entsprechendem Leitfaden ist geplant. Mittels des neuen Software-Tools kann dann jedes Kino einen individuellen Nachhaltigkeitsfahrplan erstellen und idealerweise auch eine entsprechende Zertifizierung erlangen.

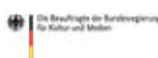
„Um als gesamte Branche voranzukommen, ist es wichtig, die einzelnen Kinos mit ihren Bemühungen nicht allein zu lassen. Insbesondere vor dem Hintergrund der aktuellen wirtschaftlichen Situation müssen seitens der Politik und der Förderinstitute die finanziellen Rahmenbedingungen geschaffen werden, um den anstehenden Transformationsprozess auch tatsächlich umzusetzen.“

Christine Berg,
Vorstandsvorsitzende, HDF KINO e.V.

PILOTKINOS

- Cineplanet Bad Segeberg
- Cineplex Aichach/Kinogruppe Rusch
- Capitol-Theater Walsrode
- Central & Union Filmtheater Ludwigsburg
- CineStar Capitol Rostock/CineStar-Gruppe
- Metro Kino im Schloßhof Kiel
- Filmnächte
- Mathäuser München/Kinopolis-Gruppe
- Cineplex Capitol & Cineplex Baunatal
- Filmpalast-Gruppe
- Yorck-Gruppe Berlin

Gefördert durch:



Ein Projekt von:



„DER KINODOKTOR“

Status:
 Projekt
 läuft

Qualitätsmanagement für Kinos

Jedes Kino ist einzigartig, und die Kinolandschaft vielfältig. Trotzdem gibt es objektive Kriterien für Qualität im Unternehmen, die nach internationalen Standards (DIN/ISO) speziell für Kinos entwickelt werden können. Damit soll das Potenzial jedes teilnehmenden Kinos gestärkt werden. Unter dem Stichwort „Kinodoktor“ werden Kompetenzteams aus Kinomachern gebildet, die vor Ort auf Augenhöhe mit den Kinobetreibenden über ihre Herausforderungen und Chancen sprechen. Ein strukturierter Dialog anhand von Leitfäden, der für beide Seiten gewinnbringend ist.

Ziel des Moduls ist es, ein Qualitätsmanagement-System zu entwickeln, dass der gesamten Kinobranche und allen Kinoarten zugutekommt. Konkret bedeutet das, jedem teilnehmenden Kino durch Peer Review seines Betriebs zu ermöglichen, über sich hinauszuwachsen und alle Bereiche des Betriebs zu optimieren - individuell an die Besonderheiten des jeweiligen Kinos angepasst.

Die Struktur orientiert sich an diesen Bereichen:

- Produkt- und Dienstleistungsqualität (z.B. Filmkuration, inhaltliches Profil, Aufenthaltsqualität, Kundenansprache online/offline)

- Prozessqualität (z.B. Digitalisierung, Personalentwicklung, Wirtschaftlichkeit)
- Arbeitsqualität (z.B. Arbeitsverträge, Aufgabenstrukturen, Weiterbildung)
- Nachhaltigkeitsaspekte

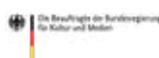
In der Pilot- und Umsetzungsphase werden den teilnehmenden Kinos von einem QM-Kompetenzteam - bestehend aus anderen Kinomacher*innen und weiteren Expert*innen aus der Branche - Verbesserungen für ihren Betrieb vorgeschlagen. Im Mittelpunkt steht das Erreichen der höchstmöglichen Kundenzufriedenheit und damit die wirtschaftliche Stärkung des Kinos. Ziel dieser Phase ist der Besuch von 10

bis 15 Kinobetrieben unterschiedlicher Größe und Art durch speziell vorbereitete Mentoren/Auditoren. In dieser Phase werden die Checklisten/Audits auf ihre Plausibilität überprüft.

Die Abläufe sollen in einer Datenbank dokumentiert und kontinuierlich verfeinert werden. So wird ein QM-System entstehen, das dieses Angebot über den Pilotzeitraum hinaus für Kinos nutzbar macht, sie stärkt und für (kommende) Krisen wappnet.

Interessierte Kinos können sich ab sofort für die Teilnahme an dem Pilotverfahren melden unter qm@neustartkino.de

Gefördert durch:



Ein Projekt von:



HDF CAMPUS

Veranstaltungen zum Thema Qualitätsmanagement

Status:
Projekt
läuft

Unser Ziel ist es, die Qualität des Produkts Kinobesuch und damit die Kundenzufriedenheit zu verbessern. Durch individuelles Coaching, Workshop- und Webinarangebote zu unterschiedlichen Bereichen der Kinoarbeit möchten wir den Kinos so Hilfestellungen für ihre tägliche Arbeit geben und praktische Tipps zur Umsetzung vor Ort.

Bereits stattgefunden haben zwei Workshops zum Thema Energiesparen im Kino. Gegenstand der hier angebotenen Webinare war ein offener Austausch mit Betreiber*innen im Mietverhältnis sowie betreibenden Eigentümer*innen von Kinos. Das Ziel war es, den Webinar-Teilnehmer*innen Gehör für energierelevante Themen und Problemstellungen zu schenken und Anregungen zur Reduzierung der Energiebezüge zu liefern. Ein entsprechender Leitfaden als Ergebnis der Webinare befähigte die Webinar-Teilnehmer*innen abschließend dazu, systematisch weitere Schritte zur Energiebezugsreduktion zu gehen.

Aktuell finden Workshops statt zum Thema Konfliktmanagement: Praxistipps für kritische Situationen im Kino. Der Workshop vermittelt grundlegende Strategien zur konfliktlösenden Kommunikation – von der Bedeutung der Körpersprache über den Aufbau von überzeugenden Argumentationen

bis zur wirksamen Abwehr von (verbalen) Übergriffen. Zudem erfahren die Teilnehmenden, wie Gefahrenpotenziale frühzeitig erkannt werden und welche Handlungsoptionen es gibt. Einen zweiten Schwerpunkt bildet die praktische Arbeit in kleinen Teams, bei der kritische Situationen simuliert und gemeinsam gelöst werden. Wir haben dazu mehrere Termine im ersten Quartal 2023 geplant, bei denen sich die Teilnehmer*innen in Präsenzworkshops dem Thema widmen.

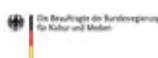
Weitere Themen, mit denen wir uns in den nächsten Monaten beschäftigen werden, sind u.a.:

- *Willkommen im Kino!* Erlernen von Moderationstechniken zur persönlichen Ansprache der Gäste, z.B. bei besonderen Events
- Personalführung, Motivation, Teambildung
- Einblicke in standortbezogener Um-

fragemöglichkeiten zur Vertiefung der GfK-Publikumsstudie

- *Darf's ein bisschen mehr sein?* Service- und Verkaufsschulung zum Up-Selling
- TikTok: Einstiegsseminar mit Kosten-/Nutzenanalyse für TikTok

Gefördert durch:



Ein Projekt von:





JUNGES KINO

Status:
Projekt
läuft

Publikumsentwicklung Kinder und junge Menschen: Netzwerke schaffen für die Zukunft

Junge Menschen für das Kino zu begeistern, ist eine wichtige Aufgabe. Neue, heranwachsende Cinephile stärken die gesellschaftliche Rolle von Kinos: Als soziale Orte stehen diese in der Verantwortung, Begegnung und Austausch zu ermöglichen - gerade beim Nachwuchs. Kinos brauchen zudem das junge Publikum, um wettbewerbs- und zukunftsfähig zu bleiben. Leider fehlt es trotz großer Motivation nur allzu oft an Ressourcen, um ein bereits bestehendes Kinder- und Jugendprogramm zu erweitern oder überhaupt einmal einen Beginn zu wagen.

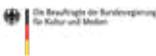
Das Projekt *Publikumsentwicklung Kinder und junge Menschen* entwickelt Veranstaltungsformate für das *young audience development* vor Ort. Die Palette ist breit und reicht vom Tag der offenen Tür über Filmklubgründungen bis zum Festival. Ziel ist es, die jungen Zuschauer*innen in die Kinoarbeit zu involvieren und so die Bindung zum Kino als dem zentralen Ort der Film-

bildung nachhaltig zu stärken. Dabei wird die vielseitige Expertise gebündelt, die die Verbände in ihren Mitglieds- und Netzwerkstrukturen vorfinden.

Die Inhalte werden zukünftig als Katalog auf www.junges-kino.de kostenfrei bereitgestellt. In einer zweiten Projektphase werden die verschiedenen Formate gemeinsam mit den Mitgliedskinos der drei Verbände getestet und auf Praxistauglichkeit geprüft. Die Finanzierung ist dabei durch Projektmittel gesichert und muss von den Kinos nicht selbst getragen werden. So bekommt das Projekt einen stark partizipativen Charakter, der die Kinos dazu ermutigt und dabei stärkt, neue Formate für junge Menschen umzusetzen. Die Ergebnisse werden dokumentiert und als Best-Practice-Angebote zur Verfügung gestellt, um die Publikumsentwicklung in diesem Bereich auch über den Projektzeitraum hinaus nachhaltig zu stärken.

junges kino
Netzwerke für die Zukunft

Gefördert durch:



Ein Projekt von:



Coming Soon

NEUSTART KINO

Weitere Projektmodule in 2023

Bis Ende Juni 2023 haben wir uns noch viel vorgenommen, um die Ziele der Zusammenarbeit und Professionalisierung zu erreichen. Schwerpunkte liegen in der Netzwerkbildung, der Einbindung der Verleiher, der Verbreiterung der Datenbasis und der Umsetzung praktischer Projekte vor Ort in den Kinos.

Publikumsoffensive Deutsche Filme – Groß im Kino



Gemeinsam mit Verleihern wollen wir das Potential von ausgewählten deutschen Filmen durch standort-spezifische Marketingaktivitäten ankurbeln, die in unseren offenen Workshops herausgearbeitet werden. Interessierte Teilnehmer*innen können sich über einen Open Call bewerben.

Bei der Berlinale 2023 werden nun konkrete Ideen in den Bereichen „Spiel-filmabrechnung“, „Disposition“ und „Erhebung und Nutzung von Daten“ aufgegriffen und weiterentwickelt. Die Innovation Labs sollen bis zum Sommer bei wichtigen Branchenveranstaltungen weitergeführt werden.

Optimierte Disponierung



Im Rahmen eines Pilotprojekts wollen wir mehr Fakten darüber sammeln, inwiefern mithilfe einer an der tatsächlichen Kundenanfrage orientierte Programmierung der Filmeinsätze eine bessere Markausschöpfung erzielt werden kann. Spätestens auf dem Kinokongress in Baden-Baden sollen (Teil-) Ergebnisse vorgestellt und diskutiert werden.

Innovation-Labs Kino – Verleih



In mehreren Gesprächsrunden wollen wir Themen identifizieren und Lösungsansätze diskutieren. Den Auftakt machte ein World Café bei der Filmkunstmesse Leipzig. Hier wurden Ideen zu folgenden Themen entwickelt:

- Marketing
- Brancheninitiativen
- Disposition und Programm
- IT und Operations

Cinema Vision 2030 @Berlinale



Nach dem fulminanten Auftakt im Juni 2022 wird die Innovationskonferenz Cinema Vision 2030 am Vortag der Berlinale weitergeführt. Unter dem Titel KINOS IN EINER DIGITALEN WELT – CINEMAS IN A DIGITIZED WORLD greifen dabei internationale Kinoexperten zukunftsorientiert und anhand von Best Cases aus der ganzen Welt dringende Fragen der Branche zu Publikumsentwicklung, Markenbildung oder Kuration und Eventisierung des Kinos auf.

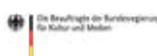


Studie zum Personal- und Fachkräftemangel in der Branche



Wie groß ist der Arbeitskräftemangel im Kino? Welche Positionen bleiben am längsten unbesetzt? Was für Qualifikationen werden im Kino am dringendsten benötigt? In unserer letzten Studie wollen wir die Situation der Beschäftigten in den Blick nehmen und Ansätze identifizieren, noch mehr Menschen für den schönsten Job der Welt zu begeistern.

Gefördert durch:



Ein Projekt von:

