

# WIR LIEBEN GROSSES KINO

# Kino ist ...

## Kultur

Mit mehr als 900 Standorten bietet die deutsche Kinobranche der Bevölkerung einen **flächendeckenden Zugang** zum Kulturgut Film. Über die Hälfte aller Leinwände steht in Ortschaften mit einer Bevölkerungszahl von weniger als 100.000 Einwohner\*innen und trägt zur **kulturellen Versorgung des ländlichen Raums** bei. Kinos erreichen generationsübergreifend so viele Menschen wie kaum ein anderes Kulturangebot. Das liegt auch daran, weil Kino ein vergleichsweise **preiswertes und niedrigschwelliges** kulturelles Vergnügen für alle Bevölkerungsschichten ist.

## Innovation

Kino ist **Technologietreiber** für audiovisuelle Formate und hat einen entscheidenden Einfluss darauf, wie wir die Welt sehen. Deutsche Kinobetreiber\*innen investieren Jahr für Jahr hohe Summen in **neueste Projektions- und Soundanlagen**, um ihrem Publikum einen möglichst mitreißenden und immersiven Filmgenuss zu bieten. Kinos arbeiten längst **digital**, von der Kundenansprache bis zum Filmabspiel. Um zukunftsfähig zu bleiben, werden auch weiterhin **innovative und kreative** Lösungen angestrebt – sowohl innerhalb als auch außerhalb des Kinosaals.

## Standortfaktor

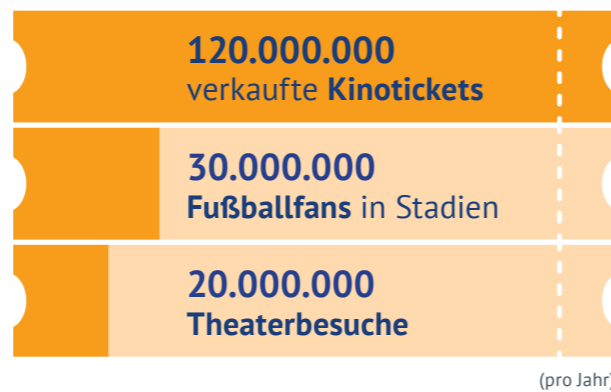
Kinostandorte haben einen positiven Einfluss auf ihr lokales Umfeld. In ihren Stoßzeiten **beleben sie Innenstädte und Regionen**, wovon wiederum weitere Betriebe profitieren. Als mittelständische Unternehmen sind sie **Arbeitgeber und Ausbildungsstätten** für gelernte und ungelernte Fachkräfte. Über 25.000 Menschen sind in der Kinobranche beschäftigt – im Service, Marketing oder der Theaterleitung. Mit einem **Umsatz von durchschnittlich 1 Mrd. Euro** ist die Branche zentraler Bestandteil der Cultural Industries und trägt zum Bruttoinlandsprodukt des Landes bei.

## Community

Ob in der Stadt oder auf dem Land, für den Mainstream oder das Arthouse: Kinos sind **soziale Treffpunkte** und damit Umschlagplätze für den gesellschaftlichen Dialog. Hier werden neue Perspektiven vor Augen geführt und der Austausch zu verschiedensten Themen angeregt. Durch das **Gemeinschaftserlebnis** können Emotionen miteinander geteilt und gegenseitiges Verständnis aufgebaut werden. Die große Mehrheit unseres Publikums kommt **in Begleitung** ins Kino, das somit eine echte Alternative zur digitalen Vereinsamung bietet und soziale Ausgrenzung bekämpft.

# Marktzahlen aus Deutschland

Im **Umkreis von 20 km** befindet sich durchschnittlich **ein Kino**



**1.000.000.000 €** jährlicher **Umsatz** mit Kinotickets

# Unser Geschäftsmodell

## Lokomotive für Filmwirtschaft

Ein deutscher Film kostet durchschnittlich drei Millionen Euro. Teures Geld, das durch verschiedene Vertriebskanäle refinanziert werden muss. Damit das optimal gelingt, starten Filme in der Regel zeitversetzt. Die Aufführung im Kino ist der Goldstandard und steht am Beginn dieser Auswertungskette. Mit über 1 Mrd. Euro erwirtschaften die Kinos gut ein Drittel des Gesamtumsatzes der Branche. Ein Erfolg an der Kinokasse strahlt dann auf die nachgelagerte Filmauswertung ab.



## Vielfältiges Berufsbild

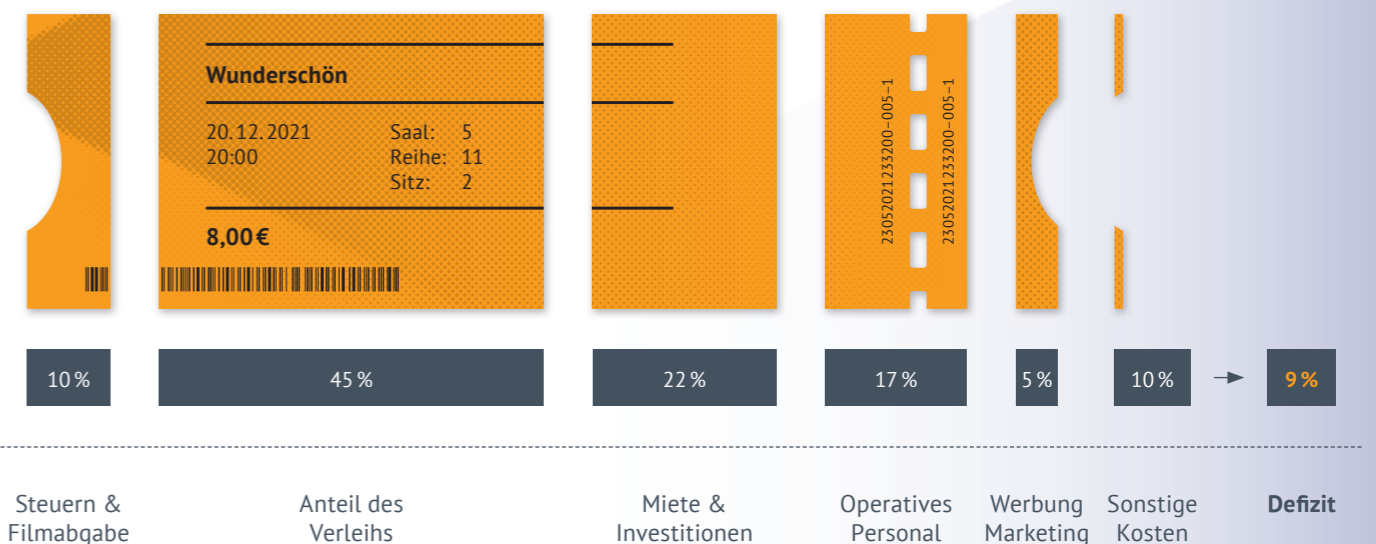
Kinos sind Arbeitgeber und Ausbildungsstätten für gelernte und ungelernte Fachkräfte. Über 25.000 Menschen sind in der Kinobranche beschäftigt – im Service, Marketing oder der Theaterleitung. Neben traditionell familiengeführten Betrieben in zum Teil vierter Generation sowie international tätigen Kinounternehmen gibt es auch mehr und mehr junge Gründer\*innen in unserer Branche.



## Filetierte Eintrittskarte

Allein aus dem Verkauf von Eintrittskarten ist ein rentabler Kinobetrieb nicht möglich. Knapp die Hälfte der Ticketeinnahmen geht an den Verleih, also den Zwischenhändler zwischen Produzenten und Kino. Zehn Prozent bekommt der Staat für Steuern und die »Filmabgabe«, die wiederum in die Filmförderung fließt. Mit dem Rest können laufende Kosten für Miete, Personal und Marketing nicht bezahlt werden. Im Gegenteil, das Kino zahlt drauf. Erst durch Zusatzeinnahmen aus dem Verkauf von Popcorn, Getränken und Snacks lassen sich Defizite ausgleichen und Gewinne erwirtschaften.

derung fließt. Mit dem Rest können laufende Kosten für Miete, Personal und Marketing nicht bezahlt werden. Im Gegenteil, das Kino zahlt drauf. Erst durch Zusatzeinnahmen aus dem Verkauf von Popcorn, Getränken und Snacks lassen sich Defizite ausgleichen und Gewinne erwirtschaften.



## Über den HDF KINO e.V.

Der **HDF KINO e.V.** ist die zentrale Interessensgemeinschaft der Kinobetreiber in Deutschland und vertritt deren Belange gegenüber über Politik und Wirtschaft. Mit ca. 600 Mitgliedsunternehmen, die etwa 75 Prozent der deutschen Leinwände bespielen, repräsentieren wir ein breites Spektrum an Betriebstypen – von kleinen Lichtspielhäusern auf dem Land über Filmkunsttheater und mittelständische Kinos bis hin zu Multiplexen. Unser Ziel ist es, die Vielfalt und Qualität der deutschen Kinolandschaft zu stärken und Filmen eine optimale Auswertung auf der großen Leinwand zu ermöglichen.

## Kontakt

+ 49 30 – 23 00 40 41  
info@hdf-kino.de  
www.hdf-kino.de

## Follow Us



facebook.com/hdfkino/



instagram.com/hdfkino/



twitter.com/HdfKino/



linkedin.com/company/hdf-kino-e-v/