

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 Betriebs-typen – von kleinen Lichtspielhäusern auf dem Land über Film-kunsttheater und mittelständische Kinos bis hin zu Multiplexen. Unser Ziel ist es, die Vielfalt und Qualität der deutschen Kino-landschaft zu stärken und Filmen eine optimale Auswertung auf der großen Leinwand zu ermöglichen.

IM KINO WERDEN FILME GROSS

Kontakt

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

2. Aufl. (Nov. 2023)

Follow Us

-  facebook.com/hdfkino/
-  instagram.com/hdfkino/
-  twitter.com/HdfKino/
-  linkedin.com/company/hdf-kino-e-v/



Wie kommt der Film ins Kino?

Bestellung & Belieferung

Der **Verleih** ist das zentrale **Bindeglied zwischen Herstellung und Auswertung** eines Films. Schon frühzeitig informiert er Kinos mit z.T. exklusivem Material über die kommenden Filmtitel und deren Zielpublikum. Zum Filmstart kümmert er sich um die erforderliche FSK-Altersfreigabe und eine passgenaue Marketingkampagne.

Während Filmrollen und Festplatten früher noch vor Ort ausgeliefert wurden, erfolgt der **Versand** von Filmen mittlerweile digital als **Digital Cinema Package (DCP)**. Eine schnelle Internetverbindung ist dafür Voraussetzung. Mit einem individuellen „Schlüssel“, der Key-Delivery-Message, werden die Filme für das jeweilige Kino und eine bestimmte Zeitspanne freigeschaltet.

Nicht alle Kinos zeigen direkt zum Bundestart die aktuellsten Filme. Denn die **Programmgestaltung** ist nicht nur Sache der Kinobetreibenden, sondern oftmals **abhängig von spezifischen Vorgaben** der Verleiher. Ihr Wunschprogramm stellen die Kinos häufig schon weit im Voraus zusammen. Aber erst am „Dispo-Montag“ wird in Absprache mit den einzelnen Verleihern final geklärt, welcher Film zu welcher Zeit in welchem Saal gezeigt werden kann. In der sogenannten Terminbestätigung (TB) werden alle Einzelheiten festgehalten. Jetzt kann das Programm auf der Webseite veröffentlicht werden.

Filmeinsatz & Filmmiete

Die **Kinowoche beginnt** in Deutschland traditionell am **Donnerstag**. Dann laufen die neuen Filme an, die häufig schon einige Wochen zuvor in ausgewählten Kinos Premiere gefeiert haben. Bei der **Sneak Preview** haben Zuschauer übrigens die Möglichkeit, einen **Überraschungsfilm** schon vor dem eigentlichen Kinostart zu sehen. Die Reaktion dieses Testpublikums kann für Kinobetreibende sehr hilfreich sein, um das Potential eines Films an ihrem Standort besser abzuschätzen.

Beim Publikum beliebt sind außerdem **Kinotouren**, bei denen Filmteams durch die Republik reisen und ihre **Werke vor Ort vorstellen**. Vor allem deutsche Filme erhalten durch diesen Einsatz eine besondere Aufmerksamkeit. Neben dem klassischen Filmprogramm ist **Alternativer Content** eine wichtige Säule für viele Kinos. Darunter versteht man die Aufführung von einmalig stattfindenden Sonderveranstaltungen, wie z.B. Sportübertragungen, Konzertmitschnitten oder auch renommierte Opern- und Ballettaufführungen.

Die gebuchten Filme werden den Kinos gegen eine Leihgebühr überlassen, die sogenannte Filmmiete. Die Abrechnung erfolgt über eine **Mindestgarantie** und einen **prozentualen Anteil an den Ticketeinnahmen**. Knapp die Hälfte vom Erlös einer Kinokarte geht in der Regel an den Verleih.

Marktzahlen aus Deutschland



Kino – Der Schlüssel zur Sichtbarkeit

Lokales Marketing

Während der Verleih sich um die überregionale Bewerbung eines Films kümmert, ist die lokale Ansprache beim Publikum Sache der Kinos. Neben dem Einsatz von Trailern im Vorprogramm und der Plakatierung im Kino, die Vorfreude auf kommende Filmstarts machen, ist der direkte Kontakt zum Publikum entscheidend für die erfolgreiche Performance eines Films. Persönliche Filmempfehlungen durch die Kinobetreibenden, digitale Kundenansprache über die sozialen Medien und Newsletter sowie die Kooperation mit lokalen Medien sind nur einige Werkzeuge, die die Kinos nutzen, um Filme bei ihrem Publikum zu bewerben.



Kulturelles Rahmenprogramm

Im Kino werden Filme nicht nur gezeigt. Sie werden eingeordnet, diskutiert und vor allem zelebriert. Besonders Events rund um den Film sind beim Publikum beliebt: ob kuratierte Reihen, Vorstellungen mit prominenten Gästen oder das passende kulinarische Rahmenprogramm – Kinobetreibenden gelingt es immer wieder, dass der Film zum echten Erlebnis wird. Kooperation mit lokalen Partnern stärken außerdem die kulturelle Vernetzung vor Ort und erschließen neue Zielgruppen. Dazu zählt auch die Nachwuchsarbeit. Mit Aktionen wie „Mein erster Kinobesuch“ werden schon die Jüngsten für Kino begeistert und damit ein Grundstein für die kulturelle Teilhabe gelegt.

Filmfestival Kurzfilme
roter Teppich Seniorenkino
Lesungen Retrospektive
Kinotour Opern-Übertragungen

KULTURELLES RAHMENPROGRAMM

Publikumsgespräche
Filmklub
Filmreihen
Mein erster Kinobesuch

Filmklassiker
Ladies Night
Konzert
Schul kino
Sondervorstellungen

Exklusivität

Die zeitversetzte Auswertung von Filmen in Kino, DVD/VoD, Pay TV und Free TV ist eine der Grundprinzipien der Filmwirtschaft und elementar mit der Finanzierung und Vermarktung von Filmen verknüpft. Eine exklusive Kinoauswertung, die am Anfang der Verwertungskaskade steht, stellt die ideale Plattform dar, die den Wert von Filmwerken steigert und von der alle anderen Auswertungsformen profitieren. Sie ermöglicht außerdem, dass Werke so rezipiert werden können, wie von ihren Erschaffern

ursprünglich angedacht – nämlich auf der großen Leinwand. Gerade der deutsche Film braucht länger, um sein volles Potential beim Publikum zu erreichen. Während Blockbuster häufig schon in den ersten Wochen den Großteil ihres Gesamtumsatzes an der Kinokasse generieren, lohnt sich der Einsatz von kleineren Produktionen für Kinobetreiber oftmals erst nach einer mehrmonatigen Laufzeit. Ein ausreichender Schutz an Exklusivität trägt somit auch zur Programmvielfalt im Kino bei.

