



AG Kino - Gilde deutscher Filmkunsttheater e.V.
Rankestr. 31, 10789 Berlin
www.agkino.de

EU Register ID-Nr. AK Ki828042793

Konsultation zu EU-Fonds im Bereich Werte und Mobilität

Ergänzende Stellungnahme / Positionspapier

1. Ausgangssituation:

Die Medienwelt befindet sich in Wandel. Nachdem im digitalen Zeitalter die Herstellung und Herausbringung von Filmen und alternativem Content für die große Leinwand günstiger und einfacher geworden ist, konkurrieren immer mehr audiovisuelle Werke um die Gunst des Publikums. Zugleich steigen in diesem Umfeld die Herausforderungen, wahrgenommen zu werden und erfolgreich zu sein. Wechselseitige Kannibalisierung der Produkte, Desorientierung beim Publikum sind begleitende Umstände dieser Entwicklung.

Gleichzeitig steht Europa vor großen Herausforderungen. Noch nie seit ihrer Gründung war die Europäische Union derart von innen und außen in Frage gestellt. Kultur ist eines der wichtigsten Felder, um gemeinsame Werte zu prägen und für jedermann erfahrbar zu machen. Insofern ist CREATIVE EUROPE ein Botschafter für die Einheit in kultureller Vielfalt. Es ging und geht immer darum, die kulturellen Unterschiede der Staaten und Regionen als Chance und Wert zu begreifen.

2. Die Rolle der Kinos

Kultur und Gesellschaft:

Kinos bieten niedrigschwellige kulturelle Angebote für alle Menschen und sind ein Garant der kulturellen Vielfalt und bringen die Menschen mit den Filmschaffenden und ihren Werken zusammen. Sie sind nach wie vor fest in der Alltagskultur der Menschen verwurzelt.

Standorteffekt:

Filmtheater schaffen Arbeitsplätze und tragen vor Ort zur wirtschaftliche Leistung bei. (Steuern, lokale Lieferanten). Sie vernetzen lokale Akteure (lokale Kultur, Medien und Partner) und tragen zur Lebensqualität bei.

Filmwirtschaft:

Kinos sind entscheidend für den Erfolg des europäischen Films! Sie sorgen für seine Sichtbarkeit und sind Lokomotive der Filmauswertung – es gilt: (fast) nur was auf der großen Leinwand reüssiert, hat auch eine Chance am kleinen Schirm.

Filmbildung:

Kinos sind Kulturvermittler. Sie engagieren sich im Schulkino und mit Reihen und Veranstaltungen für Kinder und Jugendliche für die Filmbildung und geben so jungen Menschen Orientierung in der Medienflut.

Politisch:

Als kollektive Orte fördern Kinos den Dialog der Menschen und tragen zu einer offenen und toleranten Gesellschaft bei.

3. Maßnahmen zur Stärkung der Kinos

Kino lebt vom Zusammenspiel des Raums (Infrastruktur) mit dem Programm (Inhalt)

Inhalt:

Um die Programmvielfalt und die Sichtbarkeit europäischer Filme zu stärken, leistet Europa Cinemas gute Anreize. Dies muss künftig weiter ausgebaut werden. Denn es geht nicht nur darum, europäische Filme zu zeigen, sondern begleitende kulturelle wie medienpädagogische Aktivitäten zu etablieren und dies alles durch lokales Marketing zu bewerben. Das kostet Geld, das mit den gegenwärtigen Erlösstrukturen in keinem Land der EU wirklich zu verdienen ist. Insofern darf die Unterstützung der Kinos, die schon heute einen großen Anteil an der Verbreitung europäischer audiovisueller Werke leisten nicht gekürzt werden.

Infrastruktur:

Kinos müssen attraktive Orte sein. Dazu müssen sie in den kommenden Jahren große Investitionen in die Infrastruktur tätigen. (Digitalisierung, sicherheitstechnischer Ausbau, Barrierefreiheit, ökologische Modernisierung). Dazu zählen aber auch innovative Marketingmaßnahmen und digitale Kundenbindungsinstrumente.

Nur wenn Kinos in der Fläche erhalten werden und in Großstädten als attraktive Alternative zum Home Entertainment Bereich wahrgenommen werden, können sie auch weiter ihrer oben genannten Rolle gerecht werden.

4. Rahmenbedingungen

Die EU muss auch künftig die Rahmenbedingungen schaffen, damit der mittelständisch geprägte Film- und Kinomarkt gegenüber Global Playern eine faire Chance bekommt. Dazu gehört:

- Exklusivität der Kinoauswertung:

Die bewährte Auswertungschronologie in den verschiedenen Mitgliedsstaaten ist existenziell. Alle Versuche, die z.B. über VoD Plattformen diese Verwertungskette aufbrechen wollen nutzen global agierenden Großkonzernen, aber sie schaden den europäischen Produzenten, den nationalen Distributoren und dem Kino.

- Bewahrung des Territorialitätsprinzips in der Europäischen Union

Es ist völlig kontraproduktiv, Filme aus unterschiedlichen Ländern sofort und überall zugänglich machen zu wollen. Der Verkauf der Rechte in unterschiedliche Territorien sichert die Erlöse für die Produktion. Es dauert bisweilen mehrere Jahre, bis ein Film in einem bestimmten Territorium mit Erfolg ausgewertet wird. Diese Zeit muss man dem Werk und seinem Schöpfer zugestehen.

- Stärkung der Filmedukation: Filmanalyse, Filmgeschichte

Junge Menschen müssen nicht nur über die Inhalte, sondern auch über den Wert von Filmwerken aufgeklärt werden. Nur wenn der Film als Kultur- und nicht bloßes Konsumgut wahrgenommen wird, trägt er zu einer offenen Gesellschaft und zum Diskurs bei.

5. Die Bedeutung von Creative Europe / MEDIA

Angesichts der herausragenden kulturellen wie wirtschaftlichen Bedeutung des Kinos für den Film und der Rolle des Kinos als kultureller und sozialer Ort muss die Kinoauswertung auch künftig das Herzstück des MEDIA-Programms bleiben. Dies hat sich in der Vergangenheit bewährt und ist unverändert erforderlich.

-Stärkung des Kinonetzwerkes Europa Cinemas:

Deutliche Erhöhung des Etats um die Kinos und den Austausch von innovativer guter Praxis europaweit zu fördern.

- Stärkung der Aus- und Weiterbildung für Kinobetreiber:

Hier insbesondere die Innovation Labs von Europa Cinemas und das CICA Training ART CINEMA = ACTION + MANAGEMENT in San Servolo.

- Förderung innovativer Initiativen von Kinos:

Derzeit arbeiten Kinobetreiber europa- und weltweit an innovativen Ansätzen zur besseren Sichtbarmachung des europäischen Films. Dazu gehört der European Art Cinema Day der sowohl nach außen zum Publikum, als auch in die Branche hinein wirkt.