

# Digitales Kino in Europa

Entwicklung der Kinodigitalisierung verstehen

Elisabetta Brunella  
**MEDIA Salles**

Martin Kanzler  
**Europäische Audiovisuelle Informationsstelle**

Dezember 2011

CINEMA D'EUROPA



**MEDIA SALLES**



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL  
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY  
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE



COUNCIL OF EUROPE  
CONSEIL DE L'EUROPE

# Digitales Kino in Europa

## Entwicklung der Kinodigitalisierung verstehen

### Digitales Kino in Europa

Entwicklung der Kinodigitalisierung verstehen

© Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (Europarat), Straßburg, 2011

Veröffentlichung unter der Leitung von

#### **Wolfgang Closs**

Geschäftsführender Direktor, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

#### **Elisabetta Brunella**

Generalsekretärin, MEDIA Salles

Autor

#### **Martin Kanzler**

Filmanalyst, Abteilung für Informationen über Märkte und Finanzierungen,

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Wissenschaftliche Redaktion - Daten zum digitalen Kino

#### **Elisabetta Brunella**

Generalsekretärin, MEDIA Salles

Redaktionsleitung

#### **André Lange**

Leiter der Abteilung für Informationen über Märkte und Finanzierungen,

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Mitarbeit

#### **Susan Newman-Baudais**

Filmanalystin, Abteilung für Informationen über Märkte und Finanzierungen,

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Sammlung und Auswertung der Daten durch

• MEDIA Salles:

#### **Elisabetta Brunella**

#### **Silvia Mancini**

• Europäische Audiovisuelle Informationsstelle:

#### **Martin Kanzler**

#### **Carlos Hernández**

#### **Ingrida Kruopstaite**

#### **Susan Newman-Baudais**

Redaktionsassistentin

#### **Valérie Haessig**

Abteilung für Informationen über Märkte und Finanzierungen,

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Danksagung

Hiermit möchten die Europäische Audiovisuelle Informationsstelle und MEDIA Salles folgenden Personen danken:

allen unseren Ansprechpartnern in Organisationen aus ganz Europa sowie einzelnen Kinounternehmen, die Fragebögen ausgefüllt, Fragen beantwortet und die für diesen Bericht notwendigen Daten bereitgestellt haben. Ohne ihre unschätzbare Unterstützung wäre dieser Bericht nicht möglich.

Ganz besonders danken möchten wir folgenden Organisationen und Netzwerken für ihre außerordentlich wertvolle Unterstützung:

- Antrakt Sinema Gazetesi, Fachzeitschrift und Marktforschungsunternehmen auf dem türkischen Markt, insbesondere Deniz Yavuz
- EFARN - allen Mitgliedern des European Film Agency Research Network
- Eurimages, Fonds des Europarats zur Förderung von Koproduktionen, des Verleihs und der Vorführung von europäischen Filmen, insbesondere Thierry Hugot
- Europa Cinémas, europäisches Kinonetzwerk mit Schwerpunkt europäischer Film, insbesondere Jean-Baptiste Selliez
- Nevafilm Research, Geschäftsbereich der Nevafilm Group, der Marktstudien über den russischen Kinomarkt durchführt, insbesondere Ksenya Leontyeva
- UNIC, der europäischen Kinoverband, insbesondere Jan Runge

ISBN

978-92-871-7283-9 Druckausgabe

978-92-871-7286-0 PDF Ausgabe

978-92-871-7289-1 Druck- und PDF Ausgaben

Preise

Druckausgabe: 200 EUR

Elektronische Ausgabe (PDF): 260 EUR

Beide Ausgaben: 270 EUR

Gestaltung

ACOM Europe, Paris, Frankreich

Gedruckt in Frankreich

# Digitales Kino in Europa

Addendum: Digitale Kinoleinwände 2011

Mai 2012

# Digitale Kinoleinwände nach Ländern - 2011

## Frankreich digitaler Spitzenreiter in Europa

Frankreich konnte in 2011 seine führende Stellung im europäischen digitalen Kinomarkt weiter ausbauen. 2011 wurden in Frankreich 1 769 neue digitale Leinwände installiert, der größte Nettozuwachs aller europäischen Länder. Damit stieg die Zahl der digitalen Leinwände in Frankreich bis Ende 2011 auf insgesamt 3 656 – mit Abstand die höchste Zahl digitaler Leinwände in ganz Europa. Entscheidenden Anteil an dieser rasanten Entwicklung hat das am 30. September 2010 verabschiedete Gesetz zur Kinodigitalisierung. Dieses Gesetz verpflichtet alle Verleiher zur Zahlung eines Beitrags zu den Kosten für die digitale Umrüstung. Diese Gebühr wird entweder direkt an die Kinos oder an so genannte Third Party Integratoren entrichtet. Das Gesetz verbietet auch vertragliche Vereinbarungen, welche die Zahlung beziehungsweise die Höhe der Gebühr von Programmierungsentscheidungen abhängig machen.

Es folgen das Vereinigte Königreich mit 2 724 und Deutschland mit 2 303 digitalen Leinwänden. Die restlichen drei großen Kinomärkte in Europa, Spanien, Italien und die Russische Föderation, verfügen über jeweils rund 1 500 digitale Leinwände. Der digitale Rollout im **Vereinigten Königreich** wurde in erster Linie durch kommerzielle VPF-Vereinbarungen finanziert. Direkte staatliche Digitalisierungsförderungen gab es seit dem Auslaufen des Pilotprojekts „Digital Screen Network“, das zwischen 2005 und 2007 unter der Regie der britischen Filmförderungsanstalt UK Film Council durchgeführt wurde, nicht mehr. Mehrere Kinoketten haben im zweiten Halbjahr 2010 oder 2011 Vereinbarungen mit Third-Party-Anbietern für die Umrüstung unterzeichnet. Dadurch konnten 2011 im Vereinigten Königreich 1 316 neue digitale Leinwände installiert werden. In **Deutschland** hat die direkte öffentliche Unterstützung eine wichtigere Rolle bei der Finanzierung der digitalen Umrüstung gespielt. Seit 2010 wurden nicht weniger als 13 Förderprogramme für die Digitalisierung von Kinoleinwänden ins Leben gerufen, die dazu beitrugen, dass 2011 1 055 neue digitale Leinwände installiert werden konnten.

## Kinodigitalisierung in Norwegen und Luxemburg abgeschlossen

Norwegen und Luxemburg sind die ersten beiden Länder in Europa, die 2011 die Kinodigitalisierung bereits komplett vollzogen haben, dicht gefolgt von Belgien, wo Ende 2011 bereits 84 % aller Leinwände digitalisiert waren.

Mit 72 % wies das Vereinigte Königreich die höchste Digitalisierungsrate unter den sechs größten europäischen Kinomärkten auf, noch vor Frankreich (67 %). Es folgen mit einem Abstand Deutschland mit 50 % und Russland mit 54 %. Beide Länder deutlich vor Spanien und Italien, wo die Umrüstung nicht annähernd mit demselben Tempo erfolgt. Ende 2011 waren in diesen beiden Ländern erst 39 % bzw. 38 % aller Kinoleinwände digitalisiert.

In der ersten Jahreshälfte 2012 dürften Europas zwei größte Kinomärkte, das Vereinigte Königreich und Frankreich, die 80 %-Marke überschreiten. Dies bedeutet, dass die Ära der 35mm-Kopie in Europa schnell ihrem unweigerlichen Ende entgegen geht und sich somit der Druck auf Länder mit niedrigen Digitalisierungsraten erhöhen dürfte.

Tabelle 1 Top 10 europäischer Länder nach Anzahl digitaler Leinwände - Stand Dezember 2011

Rang	Land	Digitale Leinwände 2011
1	Frankreich	3 656
2	Vereinigtes Königreich	2 724
3	Deutschland	2 303
4	Spanien	1 545
5	Italien	1 485
6	Russische Föderation	1 473
7	Polen	592
8	Niederlande	540
9	Belgien	434
10	Österreich	423

Quelle: MEDIA Salles

Tabelle 2 Top 10 europäischer Länder nach Anzahl neuer digitaler Leinwände 2011

Rang	Land	Neue digitale Leinwände 2011
1	Frankreich	1 769
2	Vereinigtes Königreich	1 316
3	Deutschland	1 055
4	Spanien	787
5	Italien	573
6	Russische Föderation	532
7	Niederlande	288
8	Polen	268
9	Schweiz	182
10	Czech Republic	166

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

Tabelle 3 Top 10 europäischer Länder nach Marktdurchdringung digitaler Leinwände – Stand Dezember 2011<sup>e</sup>

Rang	Land	Durchdringung der digitalen Leinwände 2011 <sup>e</sup>
1	Norwegen	100 %
2	Luxemburg	100 %
3	Belgien	84 %
4	Vereinigtes Königreich	72 %
5	Dänemark	72 %
6	Portugal	70 %
7	Niederlande	69 %
8	Island	69 %
9	Österreich	68 %
10	Frankreich	67 %

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Tabelle 4 Digitale Kinoleinwände nach Ländern – 2003 bis 2011**  
*In Einheiten. Stand Dezember 2011.*

Land	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Marktdurchdringung digitaler Leinwände 2011 <sup>e</sup>	
AT	Österreich	1	1	16	18	35	84	239	306	393	68 %
BA	Bosnien-Herzegowina									3	8 %
BE	Belgien	10	14	20	35	76	98	144	334	434	84 %
BG	Bulgarien				4	4	17	23	57	77	56 %
CH	Schweiz			12	14	16	28	60	133	315	58 %
CY	Zypern							6	15	18	50 %
CZ	Tschechische Republik	1	1	1	1	1	2	50	133	299	45 %
DE	Deutschland	2	2	31	96	151	162	566	1 248	2 303	50 %
DK	Dänemark		4	5	5	6	10	25	136	286	72 %
EE	Estland						2	5	14	18	53 %
ES	Spanien	2	1	7	21	33	50	252	758	1 545	38 %
FI	Finnland				1	1	12	48	88	180	62 %
FR	Frankreich	3	6	21	34	66	253	904	1 887	3 656	67 %
GB	Vereinigtes Königreich	7	10	33	159	284	303	667	1 408	2 724	72 %
GR	Griechenland					2	8	31	59	75	20 %
HR	Kroatien						7	8	9	90	66 %
HU	Ungarn	1	1	1	1	2	7	31	56	159	40 %
IE	Irland			1	23	36	38	112	142	192	43 %
IS	Island				3	3	7	7	14	29	69 %
IT	Italien	1	4	25	31	38	80	434	912	1 485	39 %
LT	Litauen							5	13	18	19 %
LU	Luxemburg		3	3	13	13	21	22	24	33	100 %
LV	Lettland						2	3	11	15	24 %
MT	Malta						2	2	6	6	16 %
NL	Niederlande		3	18	30	34	56	105	252	540	69 %
NO	Norwegen	1	2	3	23	35	48	61	268	423	100 %
PL	Polen					8	53	177	324	592	56 %
PT	Portugal		1	1	5	14	44	181	317	387	70 %
RO	Rumänien						14	40	61	111	46 %
RU	Russische Föderation	1	1	1	3	31	90	351	941	1 473	54 %
SE	Schweden		1	6	5	5	8	38	155	273	33 %
SI	Slowenien				2	2	9	9	16	18	16 %
SK	Slowakische Republik							10	36	76	33 %
TR	Türkei					1	20	62	205	266	13 %
<b>Gesamt Europa</b>		<b>30</b>	<b>55</b>	<b>205</b>	<b>527</b>	<b>897</b>	<b>1 535</b>	<b>4 678</b>	<b>10 338</b>	<b>18 506</b>	<b>52 %</b>

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle und MEDIA Salles

**Tabelle 5 Kinoleinwände nach Ländern – 2007 bis 2011**  
*In Einheiten. Nach nationalen Quellen.*

Land		2007	2008	2009	2010	2011	Quelle
AT	Österreich	570	579	577	584	577	FMA
BA	Bosnien-Herzegowina	n.c.	n.c.	40	40	40	SFF
BE	Belgien	513	491	491	515	~	INS/MEDIA Salles
BG	Bulgarien	114	95	105	141	138	NFC
CH	Schweiz	550	564	559	558	547	OFS
CY	Zypern	33	31	36	36	35	Min. Cult./SFF
CZ	Tschechische Republik	681	689	695	688	668	Min.Cult
DE	Deutschland	4 832	4 810	4 734	4 699	4 640	FFA
DK	Dänemark	398	397	400	396	~	DFI
EE	Estland	20	25	34	34	34	EFSA
ES	Spanien	4 296	4 140	4 082	4 080	4 040	ICAA
FI	Finnland	316	320	306	289	~	FFF
FR	Frankreich	5 332	5 424	5 470	5 478	5 464	CNC
GB	Vereinigtes Königreich	3 514	3 610	3 651	3 671	3 767	BFI
GR	Griechenland	540	500	380	370	~	MEDIA Salles
HR	Kroatien	114	112	107	118	136	MEDIA Salles/CBS
HU	Ungarn	400	407	417	396	395	Min. Cult./HFO
IE	Irland	426	435	453	446	444	CSA
IS	Island	43	41	n.c.	42	~	HI
IT	Italien	3 819	3 847	3 879	3 873	~	MEDIA Salles/OBS
LT	Litauen	78	80	84	81	95	SL
LU	Luxemburg	26	33	33	33	33	MEDIA Salles
LV	Lettland	46	50	55	63	63	NFC
MT	Malta	41	38	38	37	~	MEDIA Salles/OBS
NL	Niederlande	696	717	751	777	~	NVB/NFC/NFF
NO	Norwegen	417	424	422	429	423	F&K/MEDIA Salles
PL	Polen	1 008	1 043	1 061	1 048	1 048	MS/CSO
PT	Portugal	546	572	577	564	554	ICA
RO	Rumänien	117	136	182	194	241	CNC
RU	Russische Föderation	1 564	1 896	2 124	2 424	2 726	Nevafilm
SE	Schweden	933	848	848	830	830	SFI
SI	Slowenien	108	110	103	108	111	SFC
SK	Slowakische Republik	254	257	258	248	~	SKFI/AIC
TR	Türkei	1 532	1 678	1 780	1 874	2 093	Antrakt
<b>Gesamt Europa</b>		<b>34 001</b>	<b>34 520</b>	<b>34 840</b>	<b>35 230</b>	~	<b>OBS</b>

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

# Inhaltsverzeichnis

<b>EXECUTIVE SUMMARY</b>	<b>4</b>		
<b>TEIL 1 – DAS GESAMTBILD</b>			
<b>1</b>	Status quo des Digitalisierungsprozesses	7	
1.1	Stand des digitalen Roll-out	7	
1.2	Stand des digitalen Verleihs	11	
<b>2</b>	Verständnis der historischen Entwicklung	13	
2.1	Argumente für das digitale Kino und Haupthindernisse	15	
2.2	Entwicklung von Standards	17	
2.3	Mangel an Inhalten	21	
2.4	Equipmentkosten / steigende Kapitalkosten	25	
2.5	Die Finanzierungsfrage – VPF löst das Dilemma der Beteiligung an den Investitionskosten	30	
2.6	3D liefert Geschäftsmodell	47	
2.7	Zusammenfassung – der digitale Roll-out in groben Zügen: von einer schlechten Investitionsentscheidung zur Notwendigkeit	50	
<b>3</b>	Auswirkung von 3D an den Kinokassen in Europa	53	
<b>TEIL 2 – VERSTÄNDNIS DER MARKTSTRUKTUREN</b>			
<b>4</b>	Wer hat Zugang zu digitalem Kino?	59	
4.1	Digitale Kinostandorte und Leinwände pro Betreiber	59	
4.2	Digitale Standorte und Leinwände pro Kinotyp	64	
4.3	Die Top 50 digitalen Kinounternehmen – 2010	69	
<b>5</b>	Wo stehen die Digitalleinwände?	71	
5.1	Ist die Marktgröße relevant?	71	
5.2	Digitales Kino vermehrt in größeren Städten?	73	
<b>6</b>	Welche digitalen Projektionssysteme?	75	
6.1	Ist digitales Kino gleichbedeutend mit 3D?	75	
6.2	Die Frage der Auflösung: 2K vs. 4K	78	
<b>7</b>	Marktanteile Ausrüstung	79	
7.1	3D-Technologie	79	
7.2	Projektormarke	82	
7.3	Servermarke	84	
<b>TEIL 3 – HERAUSFORDERUNGEN FÜR DEN „UNABHÄNGIGEN“ SEKTOR</b>			
<b>8</b>	Herausforderungen für „unabhängige“ Kinobetreiber	86	
<b>9</b>	Herausforderungen für „unabhängige“ Verleiher	90	
<b>TEIL 4 – ÖFFENTLICHE INTERVENTION</b>			
<b>10</b>	Formen öffentlicher Intervention	94	
<b>11</b>	Struktur der direkten öffentlichen Förderung	99	
<b>AUSBLICK</b>		<b>104</b>	
<b>ANHANG</b>		<b>109</b>	
	Länderprofile	110	
	Übersichtstabellen	146	

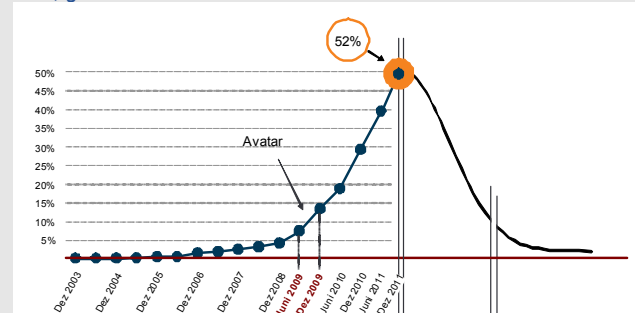
# EXECUTIVE SUMMARY

## 18 500 Leinwände bzw. 52 % aller Leinwände in Europa digitalisiert, Stand Ende 2011

Nach Schätzungen von MEDIA Salles waren Ende 2011 ca. 18 500 digitale Kinoleinwände in Betrieb, gegenüber 10 338 im Jahr 2010. Dies bedeutet, dass bereits über die Hälfte der Leinwände in Europa auf Digitaltechnik umgerüstet worden sind und der Roll-out des digitalen Kinos seinen Höhepunkt erreicht hat.

Mit über 2 700 betriebsbereiten digitalen Leinwänden (Stand Juni 2011) nimmt Frankreich in puncto Digitalisierung die führende Position in Europa ein, nicht zuletzt begünstigt durch ein spezielles Digitalisierungsgesetz. Dahinter folgen die anderen fünf großen Kinomärkte, mit jeweils zwischen 1 000 und 2 000 digitalen Leinwänden (ebenfalls Juni 2011).

### Umrüstung der Kinoleinwände auf Digitaltechnik in %, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle / MEDIA Salles, Screen Digest

## Paradigmenwechsel: Vollständige Umrüstung auf 2D-Leinwände ersetzt 3D als Hauptwachstumsmotor

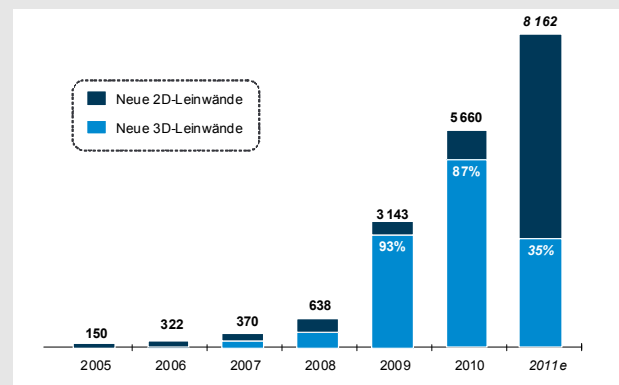
War die erste Phase der Digitalisierungswelle zwischen 2009 und 2010 noch mehr oder weniger vollständig auf 3D-Technik zurückzuführen, so wurde die Umstellung auf Digitaltechnik 2011 erstmalig von der Umrüstung auf 2D-Leinwände geprägt. Die Anzahl der neuen 2D-Anlagen ist Schätzungen zufolge von 710 im Jahr 2010 auf knapp 5 300 im Jahr 2011 gestiegen. Dies deutet darauf hin, dass der digitale Roll-out in seine zweite Phase eingetreten ist und nun im Wesentlichen von der vollständigen Umrüstung größerer Netzwerke im Rahmen von vor allem integratorfinanzierten VPF-Modellen getragen wird. Da sich viele der größeren Kinoketten offenbar nahezu ausreichende 3D-Kapazitäten aufgebaut haben (in der Regel ca. 50 % der Leinwände pro Standort), konzentrieren sich die Betreiber inzwischen auf die Umrüstung der verbleibenden Leinwände auf 2D-Digitaltechnik.

In manchen Ländern Europas wurde die Umrüstung darüber hinaus durch öffentliche Initiativen gefördert, darunter z.B. ein Digitalisierungsgesetz in Frankreich, vollständig öffentlich finanzierte Umrüstungsprogramme in

Norwegen und den Niederlanden sowie eine zunehmende Anzahl von direkten öffentlichen Förderprogrammen in anderen Märkten.

### Neuinstallationen digitaler Leinwände

in Einheiten, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles



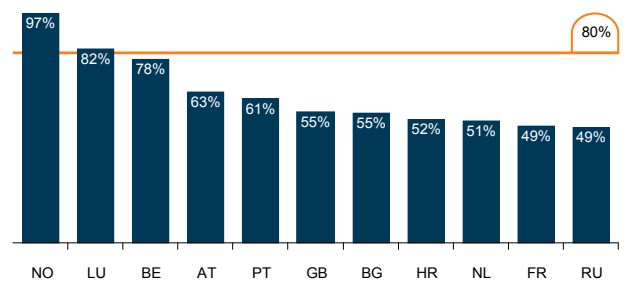
## Das Ende des 35-mm-Verleihs naht

Angesichts der hohen digitalen Marktdurchdringung in verschiedenen europäischen Märkten ist das Ende des 35-mm-Verleihs absehbar. So wird erwartet, dass die Verleiher in Belgien, Luxemburg und Norwegen (das weltweit erste Land, in dem die vollständige Umstellung auf digital bis Mitte 2011 abgeschlossen war) bereits 2011/2012 den Verleih von 35-mm-Filmen einstellen werden.

Bis Mitte 2011 hatten insgesamt elf Länder bereits mindestens die Hälfte aller Leinwände umgerüstet, darunter auch große Märkte wie Frankreich und das Vereinigte Königreich. Sobald die großen Verleiher in solchen wichtigen Märkten ihr Geschäft auf digitalen Verleih umgestellt haben, wird die Nachfrage nach älteren Filmbeständen deutlich zurückgehen und der ökonomische Druck auf die 35-mm-Welt europaweit zunehmen. Dadurch könnten Verleiher und Kinobetreiber, die noch von 35-mm-Filmen abhängen, in finanzielle Schwierigkeiten geraten.

### Märkte mit einem hohen Anteil an digitalen Leinwänden – H1 2011

in %, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

## Kleine Kinos haben große Probleme bei der Umstellung auf digital

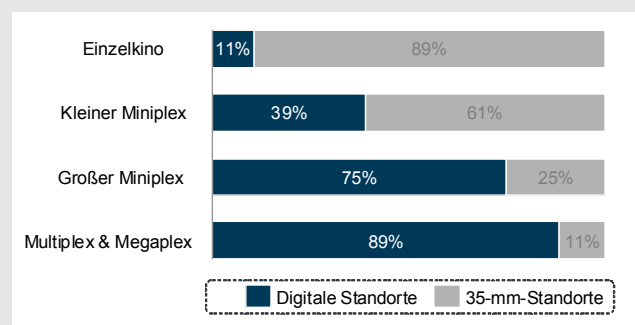
Bei einer genauen Strukturanalyse der europäischen Kinolandschaft im Jahr 2010 lässt sich eindeutig erkennen, dass die Umstellung auf Digitaltechnik für kleinere Kinos und Kinobetreiber mit ernststen Schwierigkeiten verbunden ist. Bis Ende 2010 hatten erst 11 % der Einzelkinos eine digitale Leinwand installiert, gegenüber 89 % der Multi-/Megaplex-Kinos.

Die kleinen Kinos stellen einen ganz wesentlichen Teil der europäischen Kinolandschaft dar, in der fast 60 % aller Kinos in Europa nur über eine einzige Leinwand verfügen. Obgleich sie für das Gesamtergebnis an den Kinokassen vermutlich nicht von entscheidender Bedeutung sind, so spielen diese kleineren Kinos in vielen Gemeinschaften doch mitunter eine wichtige soziale und kulturelle Rolle.

Dies unterstreicht die Tatsache, dass kommerzielle Finanzierungsmodelle nicht alle Leinwände in Europa abdecken können, wodurch für 15 bis 20 Prozent der Leinwände in Europa eine Finanzierungslücke entsteht.

### Marktdurchdringung digitale Kinos pro Kintotyp - 2010

in %, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

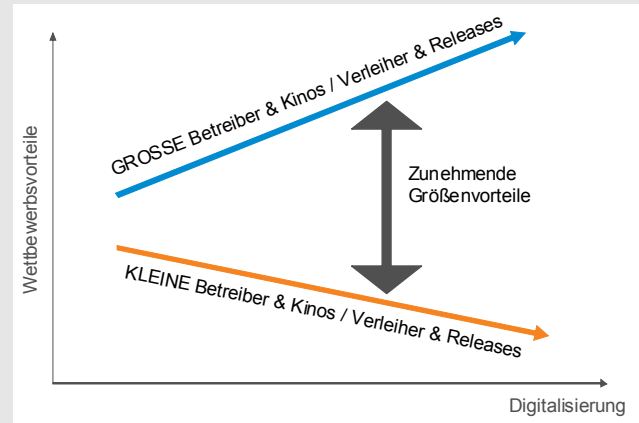
## Ausblick: Zunehmende Skaleneffekte werden zu Neugestaltung der europäischen Kinolandschaft und Wertschöpfungskette führen

Das digitale Kino bringt in der Vorführung wie auch im Verleih zunehmende Größenvorteile mit sich. Große Unternehmen haben sowohl auf der Kostenseite als auch mit Blick auf zusätzliche Einnahmen bessere Chancen, von der Umstellung auf Digitalbetrieb zu profitieren als kleinere Akteure.

Letztendlich wird diese ökonomische Realität einen fundamentalen Wandel in der fragmentierten europäischen Kinolandschaft nach sich ziehen, darunter möglicherweise:

- eine zunehmende Konsolidierung
- eine zunehmende Kluft zwischen dem kommerziellen Markt und einem öffentlich finanzierten sozialen/kulturellen Markt
- ein zunehmender Kampf um lukrative Kinoprogrammplätze, bei dem unter Umständen kleinere, unabhängige Filme auf der Strecke bleiben könnten.

### Zunehmende Skaleneffekte durch digitales Kino



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

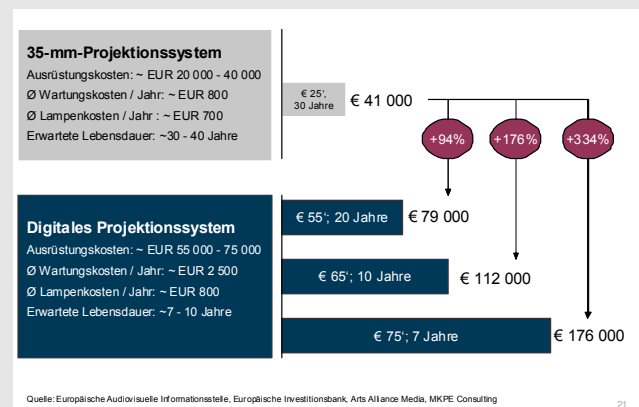
## Ausblick: Steigende Betriebskosten erfordern langfristig neue Geschäftsmodelle

Berücksichtigt man die vergleichsweise höheren Anschaffungs- und Wartungskosten und die niedrigere Lebenserwartung von digitalen Projektionsanlagen, werden die Kapitalaufwendungen der Kinobetreiber nach Schätzungen der Informationsstelle innerhalb der nächsten 30 Jahre um 100 bis 300 Prozent ansteigen. Einige Kinobetreiber werden diesen Kostenanstieg teilweise durch Betriebskosteneinsparungen und höhere Einnahmen aus hochpreisigen „Premium-Inhalten“ auffangen können. Zum jetzigen Zeitpunkt versuchen die meisten Beteiligten, die bestehenden 35-mm-Geschäftsmodelle auch für die digitale Welt beizubehalten, zum Beispiel über VPF-Modelle.

Langfristig werden die Veränderungen der zugrundeliegenden ökonomischen Prinzipien unweigerlich auch zu grundlegenden Veränderungen in den Beziehungen zwischen Kinos und Verleihern führen, die nach der Übergangsphase und nach Ablauf der VPF-Zahlungen am meisten vom digitalen Verleih profitieren dürften.

### Nettobarwert der Kapitalaufwendungen

in EUR, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

# TEIL 1 – DAS GESAMTBILD

## 1 Status quo des Digitalisierungsprozesses

### ZUSAMMENGEFASST:

- Bislang (Stand 23. Dezember 2011 ) sind geschätzte 18 500 Leinwände bzw. 52 % der Leinwände in Europa auf Digitaltechnik umgestellt worden. Damit dürfte der Höhepunkt einer breiten Digitalisierungswelle erreicht worden sein.
- Die Einführung des digitalen Kinos ist offenbar in eine zweite wichtige Wachstumsphase getreten, in der die Umrüstung bestehender 2D-Leinwände die 3D-Technik als wichtigsten Wachstumsmotor abgelöst hat.
- Nach den für 2010 vorliegenden Zahlen gibt es in vielen Ländern Europas offenbar einen Mangel an europäischen Spielfilmen in digitalem Format. Laut Angaben von Verleihern und Kinobetreibern hat sich die Situation allerdings im Laufe des Jahres 2011 in vielen Ländern mit zunehmender Verfügbarkeit von digitalen Leinwänden und Kopien deutlich entspannt.

### 1.1 Stand des digitalen Roll-out

*Ca. 18 500 digitale Leinwände Stand Dezember 2011*

Nach Schätzungen von MEDIA Salles gab es Ende 2011 rund 18 500 digitale Leinwände in Europa. Abb. 1 verdeutlicht, wie stark das digitale Kino seit Anfang 2009 gewachsen ist, als es europaweit gerade mal 1 500 digitale Leinwände gab.

*52 % aller Leinwände in Europa umgerüstet*

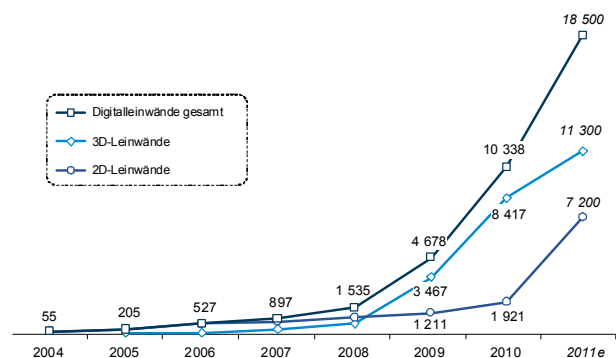
Dies bedeutet, dass bereits über die Hälfte aller Kinoleinwände in Europa auf Digitaltechnik umgerüstet worden ist und die Digitalisierungswelle ihren Höhepunkt tatsächlich bereits überschritten hat (siehe Abb. 2).

*Digitale Roll-out tritt in neue Phase ein, 2D löst 3D als wesentlichen Wachstumsmotor ab*

Während die erste Phase des digitalen Roll-out zwischen 2009 und 2010 in erster Linie von der Umstellung auf 3D-Technik geprägt war, hat inzwischen die Umrüstung bestehender 2D-Leinwände die 3D-Technik als wichtigsten Wachstumsmotor abgelöst.

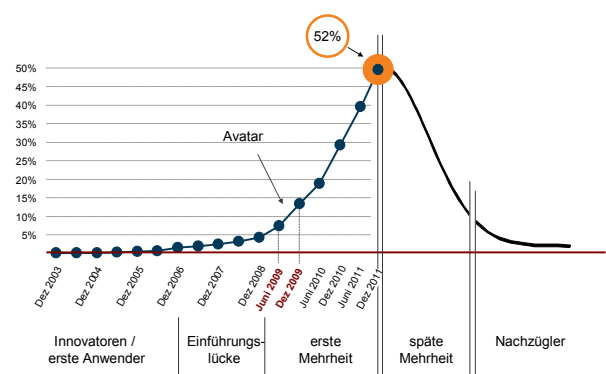
Besonders deutlich wird dies am Anteil der neu installierten 3D-Leinwände (siehe Abb. 3). Machten neue 3D-Leinwände 2009 und 2010 noch 90 % aller neuen bzw. umgerüsteten Anlagen aus, so ist ihr Anteil 2011 nach Schätzungen von MEDIA Salles mit „nur“ noch etwas über 2 880 Neuinstallationen auf ca. 35 % zurückgegangen. Dagegen waren es 2010 noch knapp 5 000, was auf eine deutlich gesunkene Nachfrage nach 3D-fähigen Leinwänden hinweist.

**Abb. 1 Entwicklung der Digitaleinwände in Europa**  
*in Einheiten, geschätzt*



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Abb. 2 Entwicklung der Marktdurchdringung digitaler Leinwände in Europa**  
*in %, geschätzt*



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

Hauptmotor für die Digitalisierung des Kinos war 2011 erstmals die Installation von 2D-Leinwänden, was auf einen Paradigmenwechsel im Digitalisierungsprozess hindeutet. Die Anzahl der neuen 2D-Anlagen ist Schätzungen zufolge von 710 im Jahr 2010 auf knapp unter 5 300 im Jahr 2011 angestiegen. Dementsprechend ist der Anteil der 3D-Leinwände am Gesamtbestand zurückgegangen. Waren Ende 2010 81 % aller digitalen Kinoleinwände in Europa 3D-fähig, so wird ihr Anteil Ende 2011 nur noch auf 61 % geschätzt.

Nun da die 3D-Technik offenbar nicht mehr der entscheidende Motor für den digitalen Roll-out ist, stellt sich die Frage, welche Faktoren diesen Umschwung in Richtung 2D ausgelöst haben.

*Vollständige Umrüstung im Rahmen von VPF-Modellen war wichtigster Wachstumsmotor 2011*

Laut den ersten Angaben von Systemintegratoren und großen Kinoketten zur Anzahl der neu errichteten Digitalleinwände hat sich die vollständige Umrüstung ganzer Netzwerke im Rahmen von (vor allem fremdfinanzierten) VPF-Modellen 2011 zu einem wichtigen Wachstumsmotor für den europaweite Roll-out entwickelt.

So ist die Zahl der über ein VPF-Finanzierungsmodell errichteten bzw. umgerüsteten Digitalleinwände im ersten Halbjahr 2011 erstmals seit Beginn der Umstellung auf digital schneller gewachsen als bei anderen Vermarktungsmodellen (siehe Abb. 5). Bedenkt man die Zahl der unlängst abgeschlossenen Finanzierungsvereinbarungen (siehe Kapitel 2.5.2), ist davon auszugehen, dass die fremdfinanzierte Digitalisierung auch im zweiten Halbjahr 2011 mit gleichem Tempo fortgesetzt wurde und ihre Rolle als wichtigste Marktstrategie 2011 bestätigt hat.

Diese Annahme wird auch durch die Zahlen für das dritte Quartal für neun große europäische Kinoketten gestützt (siehe Tabelle 1). Allein auf diese neun Ketten entfallen über 34 % aller Neuinstallationen im entsprechenden Zeitraum und alle hatten entweder direkte VPF-Vereinbarungen abgeschlossen oder einen externen Integrator mit der vollständigen Umrüstung des Netzwerks beauftragt. Laut *Screen Digest* hatten im dritten Quartal 2011 insgesamt 31 große Kinoketten eine Digitalisierungsquote von 70 % erreicht.

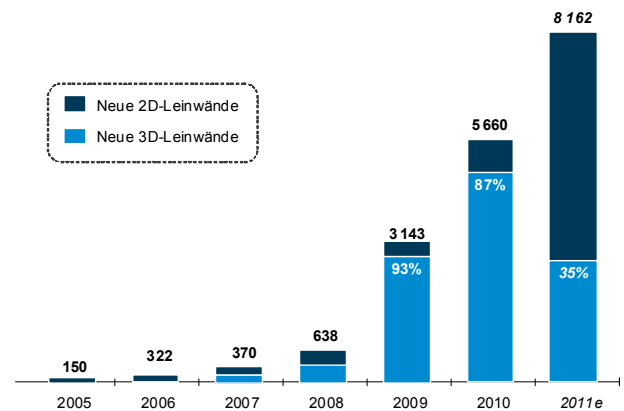
*Viele Ketten verfügen über ausreichende 3D-Kapazitäten*

Auch wenn für diese Kinoketten keine Zahlen über den Bestand an 3D-Leinwänden vorliegen, so lässt die steigende Nachfrage nach 2D-Leinwänden doch den Schluss zu, dass viele der großen Ketten inzwischen über ausreichende 3D-Kapazitäten verfügen und dazu übergegangen sind, ihre restlichen Leinwände auf 2D-Digitaltechnik umzurüsten.

Eine Auswertung der genauen Zahlen für 2010 zeigt, dass eine Mehrheit der großen Ketten pro Standort rund 50 % ihrer Leinwände auf 3D aufrüsten und nur sehr wenige von ihnen, darunter beispielsweise Yelmo (ES), eine

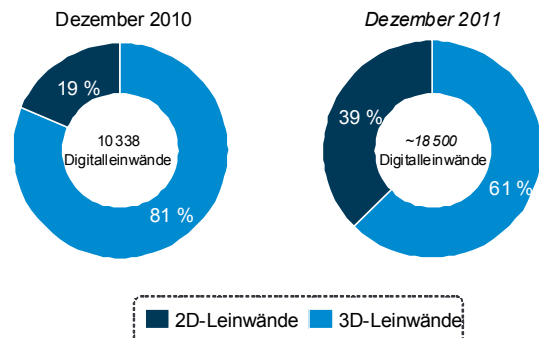
reine 3D-Strategie verfolgen (siehe Kapitel 6.1).

**Abb. 3 Nettozuwachs der Digitalanlagen**  
*in Einheiten, geschätzt*



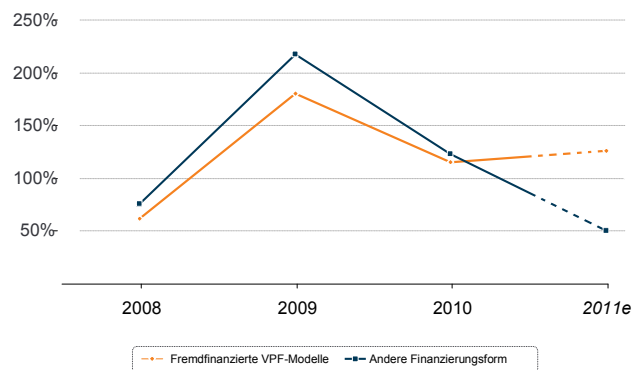
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Abb. 4 3D- vs. 2D-Leinwände – 2010 vs. 2011e**  
*in %, geschätzt*



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Abb. 5 Jährliche Wachstumsraten von fremdfinanzierten oder anderweitig vermarkteten Neuinstallationen**  
*in %, geschätzt*



Hinweis: Diese Zahlen sind sehr grobe Schätzungen auf der Grundlage der von Dritten mitgeteilten oder von der Informationsstelle geschätzten Zahlen für das erste Halbjahr 2011. Sie basieren zudem auf der Annahme, dass die in den ersten sechs Monaten festgestellten Wachstumstrends auch für das zweite Halbjahr zutreffen.

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach AAM, XDC, Ymagis, MEDIA Salles

*Wachsende Bedeutung öffentlicher Intervention*

Wie aus Tabelle 2 zu entnehmen ist, wurden im ersten Halbjahr 2011 fast 80 % der neuen Digitalleinwände in gerade mal sieben Ländern installiert. In vier dieser Länder stellen die öffentlichen Maßnahmen einen wesentlichen Wachstumsfaktor dar. So entfallen 22 % des Nettowachses allein auf Frankreich, wo die großen Kinoketten eine vollständige Digitalisierung in Angriff genommen haben und ein Ende 2010 in Kraft getretenes Gesetz allen französischen Verleihern die Zahlung von VPF-Gebühren auferlegt. In Deutschland wurden 2010 und 2011 insgesamt 16 Programme für eine direkte Förderung der Digitalisierung aufgelegt und es ist davon auszugehen, dass diese nicht unwesentlich dazu beigetragen haben, dass Deutschland im ersten Halbjahr 2011 in absoluten Zahlen den zweithöchsten Zuwachs an Digitalleinwänden verzeichnet. In Norwegen und den Niederlanden profitieren nahezu alle Kinos von öffentlich koordinierten und kofinanzierten Umrüstungsprogrammen, wodurch sichergestellt wird, dass kein Filmtheater „auf der Strecke bleibt“.

*Frankreich, das Vereinigte Königreich und Deutschland sind die eindeutigen Marktführer*

Begünstigt durch ein eigenes Digitalisierungsgesetz, nimmt Frankreich in punkto Digitalisierung mit über 2 700 betriebsbereiten Digitalleinwänden per Juni 2011 (knapp die Hälfte aller Leinwände im Land) die führende Position in Europa ein (siehe Tabelle 3). Dahinter folgen die anderen fünf großen Märkte mit jeweils zwischen 1 000 und 2 000 Digitalleinwänden. Hinter diesen großen Ländern folgen einige mittelgroße Märkte, in denen der Roll-out entweder von den großen kommerziellen Kinoketten (darunter Belgien, Polen und Portugal) oder über öffentlich koordinierte Programme (z.B. Norwegen und die Niederlande) vorangetrieben wird.

*Norwegen erstes vollständig digitales Land*

Mitte 2011 war Norwegen dank eines zentral initiierten und verwalteten Programms für nahezu alle Kinos des Landes (von denen die meisten im Besitz der Gemeinden sind) das weltweit erste Land mit einer vollständig digitalen Kinolandschaft.

In insgesamt 11 Ländern war bereits mindestens die Hälfte aller Leinwände umgerüstet (siehe Tabelle 3), darunter auch große Märkte wie Frankreich und das Vereinigte Königreich. Dagegen lag die Digitalisierungsquote in 15 Ländern Europas noch unter 30 %, neben zahlreichen kleineren Ländern in Mittel- und Osteuropa auch in Italien und Spanien.

*Ende 2010 rund 33 % der Kinos teilweise digital*

Nach Schätzungen der Informationsstelle und MEDIA Salles hatten bis Ende 2010 rund 33 % aller Kinos in Europa mindestens einen Digitalprojektor installiert (siehe Abb. 6). Der aktuelle Trend zu einer vollständigen Umrüstung der großen Ketten wirft die Frage auf, inwieweit die verbleibenden analogen 67 % der Kinos 2011 in der Lage waren, ihre Leinwände auf Digitaltechnik umzurüsten.

Leider ist es noch zu früh, um diese Frage zu beantworten, da die hierfür notwendigen Zahlen pro Kinostandort noch nicht vorliegen. Die verfügbaren Zahlen über die Umrüstung der Ketten lassen aber vermuten, dass die Digitalisierung in vielen Ländern Europas, in denen es keine entsprechenden landesweiten öffentlichen Programme und/oder Gesetze gibt, vor allem durch die vollständige Umrüstung von bereits teilweise digitalen Kinonetzwerken und weniger durch die Umstellung von analogen Kinos vorangetrieben wird.

**Tabelle 1 Digitalisierung einzelner Kinoketten - Q3 2011**

*in Einheiten, sortiert nach Nettowachstum Q1 bis Q3 2011*

Kinokette	Neue digitale Leinw. Q1 - Q3	Digitale Leinw. Q3	Leinw. gesamt	VPF-Modell
Odeon / UCI	636	1 480	2 115	eigenes
Pathé <sup>1)</sup>	330	829	982	eigenes
Cineworld	157	557	801	AAM (6/2010)
Cinema City	219	461	853	eigenes
Yelmo	193	402	402	AAM (8/2010)
Vue	166	296	643	Sony (3/2011)
Multikino	76	213	217	eigenes
Utopolis	34	71	99	Ymagis (2010)
Showcase <sup>2)</sup>	130	>196	274	Sony (6/2010)
<b>Gesamt</b>	<b>&gt;1 941</b>	<b>&gt;4 907</b>	<b>6 788</b>	-

<sup>1)</sup> Les Cinémas Gaumont Pathé

<sup>2)</sup> National Amusements (Showcase)

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Screen Digest

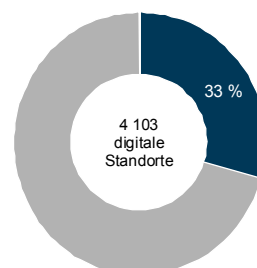
**Tabelle 2 Digitalisierung pro Land – H1 2011**

*sortiert nach Nettowachstum H1 2011*

#	Land	Neue Digitalleinwände	Digitale Leinw.	Kum. Anteil neue Leinwände
1	FR	822	2 709	22 %
2	DE	652	1 900	39 %
3	GB	625	2 033	56 %
4	ES	264	1 022	63 %
5	RU	238	1 179	70 %
6	NL	148	400	74 %
7	NO	147	415	78 %
8	IT	128	1 040	81 %
9	CH	115	248	84 %
10	BE	66	400	86 %

Quelle: MEDIA Salles, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

**Abb. 6 Digitalisierung der Kinostandorte – 2010**  
*in %, geschätzt*



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

Tabelle 3 Digitalleinwände - Juni 2011

in Einheiten und %, geschätzt

Pos.	Land	Digitale Leinwände	Digitale Quote	Finanzierung
1	FR	2 709	49 %	Gesetz, PF, 3PF, DCVPF
2	GB	2 033	55 %	3PF, DCVPF, PrBG, PF
3	DE	1 900	40 %	3PF, DCVPF, PF
4	RU	1 179	49 %	DCVPF, PF
5	IT	1 040	27 %	Tax, 3PF
6	ES	1 022	25 %	3PF, PF
7	NO	415	97 %	PuBG (PF, DCVPF)
8	BE	400	78 %	3PF, DVPF
9	NL	400	51 %	PuBG (PF), PrBG
10	PL	390	37 %	3PF, DCVPF, PF
11	AT	370	63 %	3PF
12	PT	343	61 %	3PF
13	CH	248	44 %	3PF, PF
14	TR	240	13 %	PF
15	SE	201	24 %	PF, PuBG
16	DK	176	44 %	3PF, PF, PrBG
17	CZ	175	25 %	3PF, PF
18	IE	162	36 %	3PF, PF
19	FI	123	43 %	3PF, PF
20	HU	100	25 %	3PF
21	BG	77	55 %	-
22	RO	77	40 %	-
23	GR	63	17 %	-
24	HR	61	52 %	-
25	SK	45	18 %	3PF, PF
26	LU	27	82 %	3PF
27	IS	17	41 %	-
28	SI	17	16 %	-
29	CY	15	42 %	-
30	EE	15	20 %	3PF, PF
31	LT	14	17 %	-
32	LV	14	22 %	-
33	MT	6	16 %	3PF
34	BA	0	0 %	PF
35	MK	0	0 %	PF
	<b>EUR</b>	<b>14 074</b>	<b>40 %</b>	-

Legende: 3PF = VPF Finanzierung durch Integratoren  
 PF = öffentliche Finanzierung / Tax = Steuergutschrift  
 Gesetz = Recht / PuBG = öffentl. Einkaufs-Gemeinschaft / PrBG = private Einkaufs-Gemeinschaft / DCVPF = VPF, direkt oder kollektiv

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

Tabelle 4 Ausgewählte Länder-Rankings – 2010

in Einheiten und %, geschätzt

#	ISO	Anteil Top 5 *	ISO	Durch. GBO In Mio. EUR*	ISO	Leinwandanteil Multiplex
1	HR	100 %	FR	1 227	GB	66 %
2	EE	100 %	GB	1 092	ES	66 %
3	LU	94 %	DE	897	GR	65 %
4	BG	91 %	IT	706	TR	65 %
5	IS	88 %	ES	651	BG	64 %
6	MT	84 %	RU	629	BE	60 %
7	LV	81 %	NL	195	RO	53 %
8	RO	79 %	BE	178	PL	49 %
9	LT	75 %	PL	163	IE	49 %
10	GB	75 %	TR	162	LV	48 %
11	PT	73 %	CH	161	MT	46 %
12	IE	68 %	SE	144	AT	41 %
13	CY	66 %	DK	131	HU	40 %
14	SI	65 %	IE	122	FR	37 %
15	PL	63 %	AT	122	SI	36 %
16	SE	63 %	NO	118	HR	33 %
17	BE	61 %	GR	98	PT	32 %
18	HU	61 %	PT	75	IT	32 %
19	AT	57 %	FI	59	LU	30 %
20	CH	56 %	CZ	52	DE	29 %
21	FI	47 %	HU	42	RU	25 %
22	NL	41 %	RO	20	CZ	24 %
23	DK	38 %	SK	16	LT	23 %
24	ES	38 %	BG	13	CH	21 %
25	SK	38 %	SI	11	NL	20 %
26	NO	35 %	HR	11	SE	20 %
27	TR	34 %	LT	11	DK	19 %
28	DE	33 %	IS	9	FI	18 %
29	FR	32 %	LV	9	NO	15 %
30	CZ	31 %	LU	9	EE	15 %
31	RU	27 %	EE	8	SK	12 %
32	MK	25 %	CY	7	IS	-
33	IT	25 %	MT	2	CY	-
34	BA	-	BA	1	BA	-
35	MK	-	MK	0	MK	-
	<b>EUR</b>	<b>17 %</b>		<b>204</b>		<b>33 %</b>

\*Anteil Top 5 = Anteil der Leinwände, die von den Top 5 Kinobetreibern des Landes betrieben werden;

\*Avg GBO = Durchschnittliches Einspielergebnis in Mio. EUR 2008 - 2010;

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

## 1.2 Stand des digitalen Verleihs

Der Mangel an digitalen Inhalten, d.h. die geringe Anzahl an digital verfügbaren Spielfilmen im allgemeinen und europäischen Filmen im besonderen, ist nicht selten als Grund für die fehlende Bereitschaft von Kinobetreibern zu Investitionen in das digitale Kino angeführt worden. Kapitel 2.3 befasst sich eingehender mit dem Zusammenhang zwischen dem Ausbau der Digitalleinwände und der Bereitstellung von Filmen in Digitalformat. Ziel dieses Kapitels ist vielmehr eine Bestandsaufnahme der aktuellen Verfügbarkeit von digitalen Kinofilmen. Es gibt jedoch so gut wie keine öffentlich verfügbaren zuverlässigen und aktuellen Zahlen zum digitalen Verleih.

*Mangel an verfügbaren Zahlen ein Fakt,  
begrenzte Verfügbarkeit von Film in digitalem Form  
Ende 2010 wahrscheinlich*

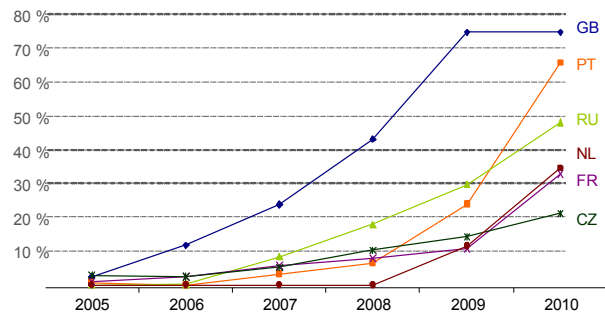
Nur 12 von 35 Filmagenturen waren in der Lage, Angaben über die Anzahl der Filme zu machen, die 2010 in digitalem Format veröffentlicht wurden. Die verfügbaren Daten – bzw. die nicht verfügbaren Daten – (siehe Tabelle 5) lassen den Schluss zu, dass 2010 die Mehrheit der Neuerscheinungen (insbesondere von nicht-amerikanischen Filmen) in zahlreichen Ländern nicht in einem digitalen Format verfügbar war. Vor dem Hintergrund eines sich rasch verändernden Marktes liefert die Auswertung der Zahlen für 2010 allerdings nur bedingt Aufschluss über die aktuelle Entwicklung und mit entsprechender Vorsicht zu behandeln.

*Unabhängige Inhalte folgen „interessierten“  
2D-Leinwänden*

Wie in Kapitel 2.3 zu sehen sein wird, haben die vergangenen Jahre gezeigt, dass die Entwicklung der digitalen Inhalte in der Regel der Entwicklung der Digitalleinwände bzw. der „interessierten“ Leinwände folgt. Die überwiegende Mehrheit der 2009 und 2010 eingesetzten Digitalleinwände waren 3D-Leinwände. Es ist anzunehmen, dass diese Leinwände in erster Linie für die Vorführung US-amerikanischer 3D-Blockbuster und nicht so sehr für unabhängige europäische Produktionen eingesetzt wurden. Angesichts der Tatsache, dass es sich bei der großen Mehrheit der Kinofilme nicht um stereoskopische Werke handelt, geht die Informationsstelle davon aus, dass die Anzahl der digital veröffentlichten Filme in hohem Maße von der Verfügbarkeit von digitalen 2D-Leinwänden und der allgemeinen Durchdringungsrate digitaler Leinwände abhängt. Bedenkt man das starke Wachstum von 2D-Installationen in vielen europäischen Ländern im Jahr 2011, dürfte die Mehrheit der Filme inzwischen digital veröffentlicht werden, zumindest in den Ländern mit einem hohen Anteil an digitalen Kinos.

**Abb. 7 Marktdurchdringung des digitalen Kinos in ausgewählten Ländern Europas**

*In %, geschätzt*



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach CNC und Screen Digest

**Tabelle 5 Digitale Releases in ausgewählten Ländern 2010**

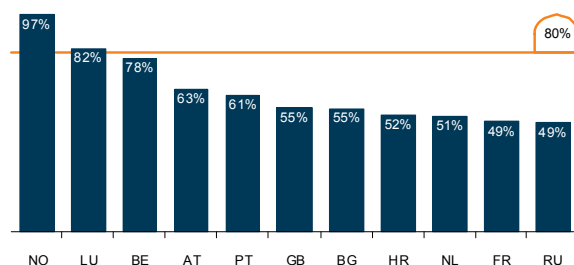
*In Einheiten und in % von gesamt*

Land	Anzahl der digitalen Releases	Anzahl der Releases gesamt	Anteil in %	Durchdringung
GB	416	557	75 %	38 %
PT	173	264	66 %	56 %
RU	162	338	48 %	39 %
NL	123	375	33 %	32 %
FR	121	575	21 %	34 %
SE	105	238	44 %	19 %
FI	87	186	47 %	30 %
CZ	84	243	35 %	19 %
SK	61	192	32 %	15 %
PL	36	277	13 %	31 %
SI	19	173	11 %	15 %
LV	13	170	8 %	17 %

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Abb. 8 Länder mit einer hohen Durchdringungsrate – H1 2011**

*in %, geschätzt*



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

### *Das Ende des 35-mm-Verleihs rückt näher*

Laut *Screen Digest* ist eine Marktdurchdringung digitaler Leinwände von 80 % ein kritischer Wert, ab dem die großen Verleiher dazu neigen, den 35-mm-Verleih einzustellen. Angesichts der hohen Marktdurchdringung in verschiedenen Ländern Europas (siehe Abb. 8) dürfte das Ende des 35-mm-Verleihs somit schnell näher rücken. In Belgien, Luxemburg und Norwegen wird davon ausgegangen, dass die Verleiher dem 35-mm-Verleih bereits 2011/2012 einstellen. Auch große Märkte wie das Vereinigte Königreich oder Frankreich könnten diesem Beispiel in Kürze folgen, wodurch die Nachfrage nach älteren Filmbeständen einbrechen würde und diejenigen Verleiher und Kinos unter Druck geraten würden, die noch vom 35-mm-Geschäft abhängen.



# 2 Verständnis der historischen Entwicklung

## ZUSAMMENGEFASST

- Das digitale Kino in Europa ist **2009**, nach elf Jahren, endlich in die **Mainstream-Einführungsphase** eingetreten.
- Es hat sich über die Jahre von einem **technologiegetriebenen zu einem von den US-Studios getriebenen Markt entwickelt**; die Studios haben den Standardisierungsprozess vorangetrieben, das VPF-Finanzierungsmodell entwickelt und als erste Filme in digitalem Format herausgegeben.
- Als wahrscheinlich **schwerwiegendstes Hindernis** für die Einführung des digitalen Kinos hat sich das **Fehlen eines wirtschaftlich tragfähigen Geschäftsmodells** für Kinobetreiber erwiesen, das ihnen erlaubt hätte, die hohen Investitionskosten sowie den dauerhaften Anstieg der Kapitalaufwendungen profitabel zu bestreiten.
- Letztendlich haben sich die Verleiher bereit erklärt, die Erstanschaffung der digitalen Ausrüstung mitzufinanzieren. Durch **VPF-Finanzierungsmodelle** sollten die US-Studios rund 80 % der Erstanschaffungskosten übernehmen. Aber weder die Entwicklung von Standards noch das VPF-Finanzierungsmodell haben gereicht, um in Europa eine breite Digitalisierungswelle anzustoßen.
- **Hauptmotor der Digitalisierung in Europa war 3D**. 3D-Filme bildeten die Grundlage für das erste **bewährte Geschäftsmodell** für digitales Kino, indem durch Premium-Ticketpreise und höhere Besucherzahlen die Einnahmen pro Leinwand erhöht werden konnten.
- Angetrieben von 3D-Technik, ist die Marktdurchdringung digitaler Leinwände innerhalb von zwei Jahren von gerade mal 4 % auf 30 % (Ende 2010) angestiegen, wodurch Europa trotz der Kreditklemme 2009 mitten in die kostspielige Phase der kommerziellen Masseneinführung eingetreten ist.
- Die Digitalisierung ist in Europa eindeutig von den **großen kommerziellen Kinoketten** vorangetrieben worden, die sich den größten Nutzen aus den Größenvorteilen des digitalen Kinos versprochen und die Umrüstung entweder selbst oder über VPF-Modelle finanziert haben.
- Da in vielen Ländern abzusehen ist, dass die großen Verleiher den 35-mm-Verleih in näherer Zukunft einstellen werden, ist die **Digitalisierung nicht mehr eine Option, sondern eine zwingende Notwendigkeit** für kommerzielle Kinos, mit existenzbedrohenden Folgen für viele kleinere Betreiber, die nicht in der Lage sind, die Umrüstung zu finanzieren.

Üblicherweise wird der Beginn des digitalen oder elektronischen Kinos (wie es damals genannt wurde) auf den Sommer 1999 datiert, als *Star Wars: Episode 1* von George Lucas in den USA in gerade mal vier Kinos über elektronische Projektoren von Texas Instruments und Hughes-JVC gezeigt wurde<sup>1</sup>.

Eine Betrachtung der Entwicklung des digitalen Kinos trägt zu einem besseren Verständnis der aktuellen und zukünftigen Auswirkungen des digitalen Kinos sowie der Möglichkeiten und Herausforderungen für die verschiedenen Akteure der europäischen Filmlandschaft bei.

Dieses Kapitel befasst sich mit den **wesentlichen Entwicklungen**, die dazu geführt haben, dass das seit über 100 Jahren universell eingesetzte 35-mm-System schrittweise durch das digitale Kino ersetzt wird.

**Schwerpunkt** der Analyse ist der Digitalisierungsprozess in **Europa**, wo fragmentierte, nationale Marktstrukturen besondere Herausforderungen an einen wirtschaftlich tragfähigen Umstellungsprozess stellen. Die Einführung des digitalen Kinos in Europa lässt sich allerdings nicht

ohne eine Betrachtung der relevanten Entwicklungen in **Nordamerika** verstehen, da die US-amerikanischen Majors in den meisten Ländern rund um den Globus als die entscheidenden treibenden Kräfte des Digitalisierungsprozesses angesehen werden müssen, wobei in den ersten Pionierjahren des digitalen Kinos auch Asien eine wichtige Rolle gespielt hat.

Ganz allgemein gesehen, sollen in diesem Kapitel die zwei folgenden Fragen beantwortet werden:

- Wodurch ist das digitale Kino angetrieben worden? Was waren die zu erwartenden **Vorteile und Kosten** des digitalen Kinos?
- Was waren die **Haupt Hindernisse** für den digitalen Roll-out und wie wurden sie überwunden?

Zudem werden folgende Aspekte näher beleuchtet:

- Entwicklung **globaler Standards**: digitales Kino vs. elektronisches Kino;
- **Mangel digitaler Inhalte** vs. Mangel digitaler Leinwände: die Frage nach der Henne und dem Ei;
- Fehlen eines tragfähigen Geschäftsmodells für Kino-

<sup>1</sup> MKPE Consulting, siehe z.B. [www.mkpe.com/digital\\_cinema/history/](http://www.mkpe.com/digital_cinema/history/)

betreiber, teilweise bedingt durch **hohe Investitionskosten** und **steigende Kapitalkosten**;

- **Finanzierungslösungen** und die Rolle von Integratoren, Einkaufsgemeinschaften und öffentlichen Förderprogrammen;
- Die **Rolle von 3D** als wichtigstem Einzelfaktor für die Verbreitung des digitalen Kinos.

Die Interpretation und Bewertung der Kausalitäten hat selbstverständlich subjektiven Charakter. Der nachfolgende Versuch, die Entwicklung des digitalen Kinos der letzten zehn Jahre in groben Zügen zusammenzufassen spiegelt dementsprechend die Interpretation des Autors wider.

## 2.1 Argumente für das digitale Kino und Haupthindernisse

Tabelle 1 Vorteile und Kosten des digitalen Kinos für Kinobetreiber und Verleiher

	Kinobetreiber	Studios / Verleiher
<b>Vorteile / Chancen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>auf Dauer gleichbleibend hohe Bildqualität</li> <li>mehr Flexibilität in der Programmgestaltung</li> <li>Potenzielle neue Einnahmequellen, insbesondere durch alternative Inhalte und digitale Werbung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>deutliche Verringerung der Druck-/Kopierkosten</li> <li>deutliche Verringerung der Versand-, Lager und Entsorgungskosten</li> <li>mehr Flexibilität im Versand</li> <li>auf Dauer gleichbleibend hohe Bildqualität</li> <li>Optimierung der Veröffentlichungsstrategien auf Grund der niedrigen Kosten für zusätzliche Kopien</li> </ul>
<b>Kosten / Gefahren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>deutlich höhere Investitionskosten</li> <li>ständig steigende Kapitalkosten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>potenziell zunehmender Wettbewerb um Kinoprogrammplätze durch alternative Inhalte</li> <li>potenziell höheres Risiko durch Raubkopien</li> </ul>
<b>Saldo</b>	<b>Kosteneinsparungen für die Industrie von 1 bis 5 Mrd. USD pro Jahr (geschätzt, in 2000)</b>	
	<b>Kernproblem = relative Gewinne</b>	
	Kein tragfähiges Geschäftsmodell auf Grund der kurzfristig deutlich höheren Investitionskosten, der auf Dauer höheren Kapitalkosten und des ungewissen Potenzials in punkto Zusatzeinnahmen und Kosteneinsparungen.	Die Verleiher profitieren mit der Umstellung auf digitalen Verleih von signifikanten und sicheren Kosteneinsparungen. Die Risiken lassen sich ggf. durch entsprechende Verträge und technische Spezifikationen unter Kontrolle halten.

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Die Filmindustrie hat über 100 Jahre lang ein universelles und bewährtes, auf 35-mm-Filmen basierendes Geschäftsmodell eingesetzt. Warum wurden also digitale Lösungen entwickelt, um den 35-mm-Film als Standardtechnologie für die Verwertung von Spielfilmen im Kino abzulösen? Was waren die Verkaufsargumente eines technologiegetriebenen Marktes gegenüber den Akteuren der Filmindustrie?

### Ursprüngliche Argumente für digitales Kino

In der ersten Euphorie rund um das digitale Kino wurde eine ganze Reihe von Vorteilen für Kinobetreiber und Verleiher angeführt. In Tabelle 1 sind die am häufigsten genannten Kosten und Vorteile für diese zwei wichtigsten Interessengruppen angegeben.

Viele Marktbeobachter und Analysten waren allerdings der Auffassung, dass es letztendlich einzig und allein um die zu erwartenden Einsparungen durch den digitalen Verleih ankommen würde:

*Während digitaler Sound das Publikum in der Tat in die Theater gelockt hat, geht es beim digitalen Kino mehr um Kosteneinsparungen für die Industrie insgesamt.  
(Delta Lloyd Securities, Juli 2003)<sup>2</sup>*

Es wurde argumentiert, dass die Industrie durch die Umstellung von der Herstellung und den Verleih von 35-mm-Filmen auf einen digitalen Verleih beträchtliche Kosteneinsparungen erzielen würde.

Das Gesamtvolumen dieser Einsparungen für die Industrie wurde damals recht unterschiedlich eingeschätzt. *Screen Digest*<sup>3</sup> bezifferte die mögliche Einsparungen in den ersten zehn Jahren nach Einführung des digitalen Kinos auf über 1,1 Mrd. USD pro Jahr, zitiert aber auch andere Quellen, nach denen Einsparungen von bis zu 4,5 Mrd. USD zu erwarten waren. Letztere Schätzung basiert auf einer Bezifferung der jährlichen Gesamtkosten in Verbindung mit Filmkopien (Herstellung, Versand, Lagerung, Ersatz, Versicherungen und Entsorgung) auf 5 Mrd. USD und der Annahme, dass der digitale Verleih Einsparungen von 90 % mit sich bringen würde.

Während es bei der Einschätzung der Höhe der Kosteneinsparungen deutliche Unterschiede gab, so waren sich doch alle darüber einig, dass das digitale Kino seinen vollen Nutzen nur in einer vollständigen digitalisierten Welt entfalten könne und die Übergangsphase für alle Beteilig-

<sup>2</sup> Delta Lloyd Securities war ab Juli 2003 Liquiditätsversorger von EVS Broadcast Equipment und Kinepolis; Zitat aus dem Branchenbericht „Digital Cinema: It's here, it's now!“, Juli 2003

<sup>3</sup> „E-cinema to save world film industry \$1 bn a year“, Oktober 2000

ten kostspielig sein würde – deshalb müsse diese so kurz wie möglich gehalten werden.

Aber trotz dieses gemeinsamen Interesses an einer möglichst kurzen Übergangsphase hat es letztendlich über zehn Jahre gedauert, bevor das digitale Kino ernsthaft aus den Startlöchern gekommen ist. Warum?

### Wesentliche Hindernisse

Rückwirkend betrachtet, gab es **zwei wesentliche Stolpersteine**, die eine schnelle Einführung des digitalen Kinos verhindert haben. Der erste war **technischer** Natur und betraf insbesondere das Fehlen von Standards. Der zweite betraf die **wirtschaftliche Tragfähigkeit des digitalen Kinos**.

#### *Technische Fragen, insbesondere fehlende Standards*

Das **Fehlen** von nationalen und vor allem **globalen Standards** hatte eine ganze Reihe von Problemen zur Folge, darunter eine fehlende Interoperabilität, überhöhte Ausrüstungspreise auf Grund begrenzter Stückzahlen sowie fehlende Investitionssicherheit bezüglich der zukünftigen Einhaltung von technischen und sicherheitstechnischen Anforderungen.

Dies waren wichtige Gründe, die Kinobetreiber und Verleiher davon abgehalten haben, schon damals auf digitale Technik umzustellen. Dies ist allerdings ein für alle technologischen Neuerungen typisches Phänomen und man konnte davon ausgehen, dass sich für diese vorübergehenden Probleme mit der Zeit Lösungen finden würden.

#### *Relative Gewinne führen zu fehlendem Geschäftsmodell für Kinobetreiber*

Der **zweite Problembereich** war grundlegenderer Natur und betraf die **wirtschaftliche Tragfähigkeit des digitalen Kinos** als solches. Von manchen Analysten wurde sogar die ökonomische Begründung für die Umstellung auf digital insgesamt in Frage gestellt:

*Bei dem ganzen Gerede über die mögliche Einsparung von Kopierkosten werden anscheinend niemals die Kapitalaufwendungen für den Aufbau des digitalen Kinos erwähnt. [...] Unter dem Strich wird das digitale Kino der amerikanischen Industrie erst dann Einsparungen einbringen, wenn die Kosten für eine Projektionsanlage unter USD 50 000 [ca. EUR 37 000] betragen. (Credit Suisse First Boston, Juni 2002)<sup>4</sup>*

Aber das wirtschaftliche Konzept des digitalen Kinos würde auf keinen Fall für alle wesentliche Akteure funktionieren – selbst unter der Annahme, dass die Ausrüstungspreise schnell genug auf ein Niveau fallen, das der Filmindustrie erlaubt, deutliche Kosteneinsparungen zu erzielen. **Die relativen Gewinne aus dem digitalen Kino**, nämlich insbesondere die Übernahme der Investitionskosten

ten durch die Kinobetreiber auf der einen Seite und die Kosteneinsparungen für Verleiher durch den digitalen Verleih auf der anderen Seite, bildeten das vermutlich größte Hindernis für die Einführung des digitalen Kinos.

In den frühen Phasen des digitalen Kinos standen die Kinobetreiber vor diversen Problemen in Verbindung mit der Umrüstung auf Digitaltechnik, für die es letztendlich **kein tragfähiges Geschäftsmodell** gab.

- Von Kinobetreibern wurde nicht selten das **Fehlen von digitalen Inhalten** als ernster Hinderungsgrund für die Umrüstung von Kinoleinwänden genannt.
- Das auf kurze Sicht vermutlich schwerwiegendste Problem waren aber die **extrem hohen Investitionskosten für die Umrüstung**, die laut Credit Suisse First Boston bis zu fünfmal so hoch wie die Neuanschaffung eines konventionellen Projektors waren. Die meisten Kinobetreiber waren weder in der Lage noch willens, diese Kosten allein zu stemmen und forderten, dass die Verleiher sich an den Investitionskosten beteiligen sollten, da sie am meisten von der Umstellung profitieren würden. Die Frage, wie die Umrüstung der Kinos finanziert werden soll und wer die Kosten hierfür übernimmt, war vermutlich der wichtigste Hinderungsgrund für die Umstellung auf digitales Kino.
- Neben den höheren Investitionskosten würde das digitale Kino für Betreiber auch auf Dauer **höhere Kapitalaufwendungen** nach sich ziehen. Digitale Projektionssysteme sind teurer als Filmprojektoren, verursachen höhere Wartungskosten und haben zudem eine kürzere erwartete Lebensdauer.
- Während die Kostenseite des digitalen Kinos vergleichsweise offensichtlich war und die Kinobetreiber unmittelbar betraf, waren die Möglichkeiten höhere Einnahmen bzw. Betriebskosteneinsparungen zu erzielen alles andere als sicher. Zu dieser Zeit galten digitale Werbung, alternative Inhalte und eine höhere Flexibilität in der Programmgestaltung als Hauptquellen für neue Einnahmen.

Verschärft wurden diese ökonomischen Probleme durch die fehlende Investitionssicherheit auf Grund fehlender Standards und Zertifizierungsprozesse.

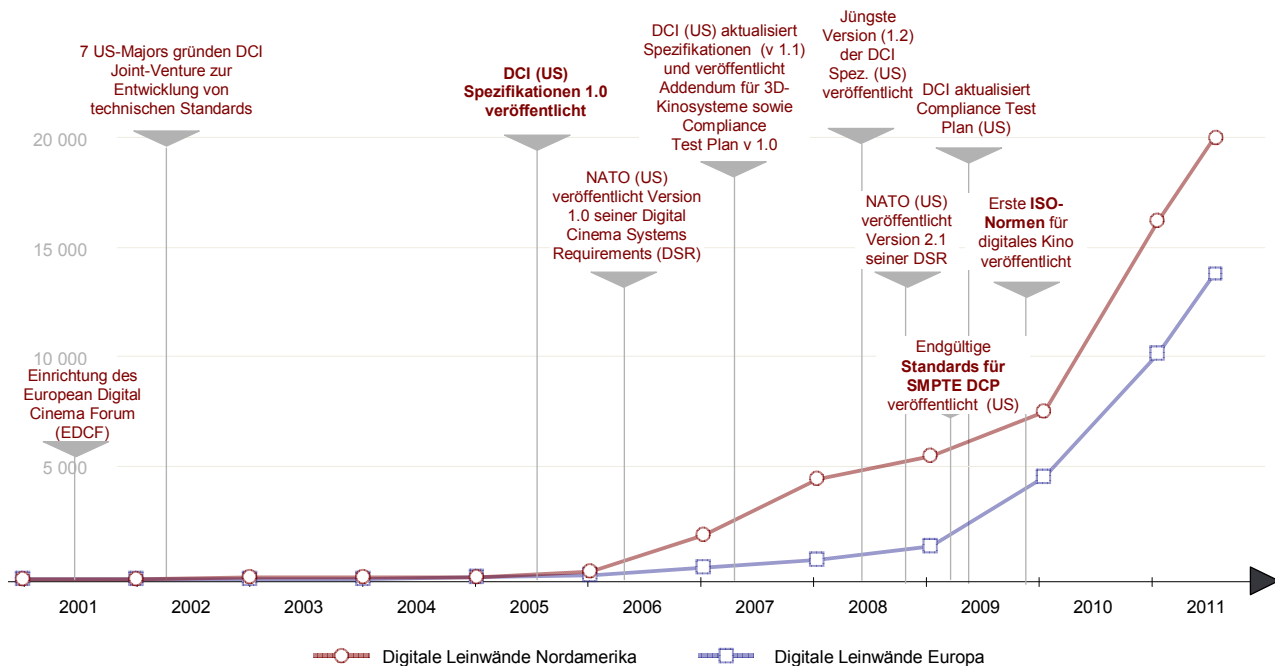
Wurden darüber hinaus auch der Zeitwert des Geldes und das Risiko in Verbindung mit einem ungewissen Anstieg des freien Cash-Flows berücksichtigt, so war die Umstellung auf ein digitales Projektionssystem für die meisten Kinobetreiber schlichtweg eine schlechte Investitionsentscheidung.

Aber trotz all dieser Probleme ist das digitale Kino 2011 zur Realität geworden und das Ende der 35-mm-Projektion steht unmittelbar bevor. Die nachfolgenden Kapitel befassen sich damit, wie diese Hindernisse in den vergangenen Jahren nach und nach überwunden wurden und was letztendlich zum Durchbruch des digitalen Kinos geführt hat.

<sup>4</sup> Credit Suisse First Boston Equity Research, "Digital Cinema: Episode II", Juni 2002: In dem Bericht werden die damaligen Gesamtkosten für eine Projektionsanlage auf USD 150 000 bis 200 000 geschätzt.

## 2.2 Entwicklung von Standards

Abb. 1 Zeitachse: Meilensteine in der Entwicklung technischer Standards für das digitale Kino



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Das Fehlen von technischen Standards zum Zeitpunkt der Entstehung des digitalen Kinos war die erste große Hürde, die es vor einer breiten Einführung zu bewältigen galt.

### Standards - eine *Conditio sine qua non*

Einheitliche Standards waren für eine ganze Reihe von Aspekten zwingend notwendig, darunter Bildqualität, Sicherheit und Dateiformate. Ohne Standards konnten die Hersteller die Interoperabilität ihrer Systeme sicherstellen. Das Fehlen von Skaleneffekten bedingt durch Produktion kleiner Stückzahlen sowie der Mangel an Wettbewerb verhinderte, dass die Preise auf ein bezahlbares Niveau sinken. Für Verleiher und Kinobetreiber waren Standards eine Frage der Investitionssicherheit.

Wie in Abb. 1 eindeutig zu erkennen ist, ist das digitale Kino *de facto* erst aus den Startlöchern gekommen, als im Juli 2005 die DCI-Spezifikationen veröffentlicht wurden<sup>5</sup>.

### D-Kino oder E-Kino

Die DCI-Spezifikationen haben auch für eine klare Unterscheidung zwischen den Begriffen „digitales Kino“ und „elektronisches Kino“ gesorgt, indem mit letzterem Projek-

tionssysteme bezeichnet werden, die nicht der DCI/ISO-Norm entsprechen.

### Entwicklung von Standards

Trotz aller Bedenken von europäischen Filmgemeinschaften bezüglich der von Hollywood vorgegebenen Standards für das digitale Kino<sup>6</sup> und der Einrichtung des European Digital Cinema Forum als Dachorganisation für die Interessen des digitalen Kinos in Europa, waren es eindeutig die US-Majors, die den Standardisierungsprozess vorangetrieben haben. Angesichts ihrer wirtschaftlichen und strategischen Bedeutung in der weltweiten Filmindustrie, war abzusehen, dass sich ihre Spezifikationen *de facto* als Industriestandard und Voraussetzung für die kommerzielle Einführung des digitalen Kinos durchsetzen würden.

### US-Studios treiben Standardisierung voran

Im März 2002 gründeten sieben MPAA-Studios das Joint Venture Digital Cinema Initiatives (DCI), um einheitliche technische Spezifikationen zu entwickeln und die Anforderungen für das Mastering, den Verleih und die Vorführung der digitalen Filme im Kino festzulegen. Es dauerte gut drei Jahre, bis die DCI im Juli 2005 die erste Version der Spezifikationen für ein digitales Kinosystem

<sup>5</sup> Die Ankündigung der US-Majors Anfang 2002, dass sie im Rahmen des DCI-Joint Ventures (Digital Cinema Initiatives) Standards für das digitale Kino entwickeln würden, hat praktisch zum totalen Stillstand der ersten Well der Einführung des digitalen Kinos in den USA geführt. So haben z.B. Früheinsteiger wie Thomson Digital Cinema und Boeing ihre diesbezüglichen Aktivitäten entweder eingefroren oder ihre Geschäftsbereiche für das digitale Kino verkauft.

<sup>6</sup> *Screen Digest*, „European e-cinema trials get under way“, September 2000

veröffentlichte, die seitdem zweimal aktualisiert worden sind. In ihrer jetzigen Form (Version 1.2 vom März 2008<sup>7</sup>) umfassen die DCI-Spezifikationen 156 Seiten mit technischen Spezifikationen für sieben Bereiche<sup>8</sup>, wobei der größte Teil der Definition der Sicherheitsanforderungen gewidmet ist. Im Juli 2007 wurde ein „Stereoscopic Digital Cinema Addendum“ veröffentlicht<sup>9</sup>.

Die Systemanforderungen der amerikanischen Kinoindustrie wurden in den Digital Cinema System Requirements des amerikanischen Verbands der Kinobetreiber (NATO)<sup>10</sup> definiert, die zuletzt (Version 2.1) im Dezember 2008 veröffentlicht wurden<sup>11</sup>. In Verbindung mit den DCI-Spezifikationen stellten diese eine umfassende Sammlung von Anforderungen an das digitale Kino sowie eine Leitlinie für Standardisierungskomitees, Dienstanbieter und Gerätehersteller dar.

### *Aus DCI-Spezifikationen werden internationale Standards*

Die DCI-Spezifikationen wurden in der Folge von der Society of Motion Picture & Television Engineers (SMPTE), eine US-amerikanische Standardisierungseinrichtung für die Filmindustrie mit Vertretern aus 64 Ländern weltweit, zu Standards erklärt. Die endgültigen SMPTE DCP-Standards<sup>12</sup> wurden im März 2009 veröffentlicht.

Die SMPTE-Standards wiederum bildeten die Grundlage für die Entwicklung der ISO-Normen. Standards für diverse Aspekte des digitalen Kinoverleihs und -betriebs wurden im Dezember 2009 veröffentlicht. Die internationalen Standards für digitales High-End-Kino wurden in erster Linie von der US-amerikanischen Industrie geprägt, wobei zweifellos auch einige internationale Handels- und Normierungsorganisationen an der Feinabstimmung des Standardisierungsprozesses mitgewirkt haben. So enthalten beispielsweise die ISO-Normen einige speziell europäische Anforderungen für Bildfrequenzen und mehrsprachige Untertitel.

### *Laufende Entwicklung*

Obgleich es nun eine erste Sammlung von Normen gibt, muss die Standardisierung weiterhin als ein laufender Prozess verstanden werden, der national wie international weiteren Entwicklungen und Anpassungen unterzogen werden wird.

## Compliance – in Arbeit

DCI hat im März 2007 die erste Version und im Mai 2009 die aktualisierte Fassung ihres Compliance Test Plan (CTP) veröffentlicht. Im Juli 2011 folgte ein Addendum. Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts gab es nur zwei Testanlagen (eine in Japan, die andere in den USA) mit der Lizenz, den CTP zu verwalten und DCI-konformes Equipment zwecks Veröffentlichung auf der [DCI Compliance Website](#) an die DCI zu melden.

Die verschiedenen Aktualisierungen der DCI-Spezifikationen und des Compliance Test Plan haben dazu geführt, dass die Gerätehersteller viele ihrer Produkte weiterentwickeln mussten und die Industrie zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts immer noch damit beschäftigt war, die Anforderungen der DCI-Spezifikationen und der SMPTE-/ISO-Normen zu erfüllen. Laut MKPE Consulting haben die US-Studios den Herstellern für die vollständige Erfüllung aller Vorgaben eine Frist bis Ende 2011 gesetzt. Zudem wird im digitalen Verleih nach wie vor das Format „Interop DCP“ eingesetzt, das bis zur endgültigen Festlegung aller Standards als provisorisches Verleihformat entwickelt wurde, obwohl der SMPTE DCP-Standard für den digitalen Verleih bereits Anfang 2009 veröffentlicht wurde. Die Umstellung auf SMPTE wird für 2012 erwartet<sup>13</sup>. Es gibt jedoch derzeit keine Organisation bzw. keinen Mechanismus zur Zertifizierung der Konformität mit SMPTE- oder ISO-Normen oder mit den Anforderungen des amerikanischen Kinobesitzerverbandes NATO.

## Ein universeller Standard für das digitale Kino?

Für den amerikanischen Unternehmensberater Michael Karagosian steht außer Frage, dass sich die DCI-Spezifikationen als globale Standards für das digitale Kino durchsetzen werden. Im Dezember 2010 erklärt er: „*Sollte es je Zweifel an dem weltweiten Erfolg des von Hollywood vorangetriebenen digitalen Kinos gegeben haben, dann haben sich diese 2010 aufgelöst. Letztendlich gibt es zum DCI-Format keine Alternative...*“<sup>14</sup>

### *Digitales Kino bringt wirtschaftliche Herausforderungen für Kinobetreiber mit sich*

In Europa, wo viele Kinobetreiber für die Digitalisierung ihrer Leinwände auf öffentliche Fördermittel angewiesen sind, ist die Frage der Standards ein durchaus kontroverses Thema, für das offenbar noch keine endgültige Lösung gefunden worden ist.

Die Europäische Kommission erklärt in ihrer Mitteilung zum digitalen Kino<sup>15</sup> vom September 2010, dass die Aus-

<sup>7</sup> [http://www.dcmovies.com/DCIDigitalCinemaSystemSpecv1\\_2.pdf](http://www.dcmovies.com/DCIDigitalCinemaSystemSpecv1_2.pdf)

<sup>8</sup> Digital Cinema Distribution Master (DCDM), Kompression (Bild), Verpackung, Transport, Filmtheatersysteme, Projektionssysteme und Sicherheit

<sup>9</sup> [http://www.dcmovies.com/DCI\\_Stereoscopic\\_DC\\_Addendum.pdf](http://www.dcmovies.com/DCI_Stereoscopic_DC_Addendum.pdf)

<sup>10</sup> National Association of Theatre Owners (US)

<sup>11</sup> Verfügbar auf der NATO-Website unter

<http://www.natoonline.org/Digital.htm>

<sup>12</sup> DCP steht für Digital Cinema Package und stellt eine Sammlung von Dateien dar, die den Kinobetreibern geschickt werden und die Inhalte enthalten, z.B. Trailer oder Spielfilme, die der Betreiber zeigen will.

<sup>13</sup> MKPE Consulting, „Digital Cinema in 2011: Trends in Rollout, Financing, and Technology“, Juli 2011

<sup>14</sup> MKPE-Bericht, „State of the Industry“, veröffentlicht im Dezember 2010

<sup>15</sup> Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Aus-

rüstungskosten durch die DCI-Spezifikationen auf ein Niveau hochgetrieben worden sind, die eine Umrüstung auf Digitaltechnik für viele Betreiber zu einer wirtschaftlich unrentablen Angelegenheit macht. Nicht DCI-konformen Projektionssysteme mit einer Auflösung von knapp unter den von der DCI geforderten 2K werden angeblich zu deutlich günstigeren Preisen angeboten und sollen dabei für die meisten Leinwände in Europa (von denen über 80 % unter 10 m breit sind) eine mehr als zufriedenstellende Projektionsqualität bieten.

#### *Elektronisches Kino als Alternative?*

Diese Projektionssysteme wurden teilweise als tragfähige Alternative zu den DCI-konformen Anlagen angesehen, vorausgesetzt die Verleiher wären mit der Projektion ihrer Filme auf solchen Anlagen einverstanden. Dies scheint jedoch nicht der Fall zu sein. So haben insbesondere die US-Studios ihre Absicht bekräftigt, ihre Filme nur auf DCI-konformen Anlagen herauszugeben. Auch andere Verleiher werden vermutlich Bedenken haben, ihre Filme auf Anlagen abspielen zu lassen, die möglicherweise als „zweitklassig“ wahrgenommen werden. Dadurch könnten Kinobetreibern mit nicht DCI-konformen Anlagen der Zugang zu Blockbustern und erfolgreichen unabhängigen Produktionen verwehrt bleiben und letztendlich ein durch technische Standards verursachter Zwei-Klassen-Markt entstehen. Für die überwältigende Mehrheit der Kinos sind diese Filme wirtschaftlich lebensnotwendig und viele von ihnen müssten ohne sie entweder schließen oder wären auf öffentliche Zuschüsse angewiesen.

#### *Technologieneutralität in Europa*

Das Europäische Parlament hat vor dem Hintergrund dieser Sorgen unlängst eine Entschließung zum europäischen Kino im digitalen Zeitalter veröffentlicht, in der in den „*Bereichen Produktion, Vertrieb und Vorführung der Standardisierung der Systeme auf der Grundlage von ISO-Normen*“ empfohlen und insbesondere die Auffassung vertreten wird, dass „*die Digitalisierung der Kinos in keinem Falle dazu führen darf, dass nur ein einziger Standard festgelegt wird*“.<sup>16</sup> Das Europäische Parlament betont zwar, wie wichtig es ist, das System mit 2K-Auflösung zur Norm zu machen, unterstreicht aber auch die Notwendigkeit einer weitestgehenden Technologieneutralität und setzt sich für die Schaffung weiterer Möglichkeiten zur Finanzierung von günstigeren Projektoren ein.

Entsprechend dieser Entschließung und dem Prinzip der Technologieneutralität unterstützen mehrere europäische Förderprogramme, darunter auch das unlängst aufgelegte MEDIA-Programm zur Förderung der Digitalisierung oder in Deutschland die von der FFA und dem BKM verwalteten Fördermaßnahmen, unterstützen – im Prinzip

schuss der Regionen über die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung für das Europäische Kino, 24. September 2010

<sup>16</sup> Entschließung des Europäischen Parlaments vom 16. November 2011 zum europäischen Kino im digitalen Zeitalter (2010/2306INI)

### E-Kino-Netzwerke

Mit dem Begriff E-Kino (elektronisches Kino) werden üblicherweise digitale Projektionssysteme bezeichnet, die nicht alle Anforderungen der DCI-Spezifikationen und/oder ISO-Normen erfüllen, darunter die Mindestauflösung von 2K (2048x1080).

DCI-konforme Anlagen sind derzeit noch so teuer, dass sie für manche kleinere Kinos, die Filme als Zweit- oder Drittverwerter zeigen und bereits mit 35-mm-Filmen nur sehr geringe Gewinnspannen erzielen, unerschwinglich sind. Ein Vorteil von E-Kino bestünde darin, dass dank niedrigerer Investitionskosten mehr kleine Kinos in der Lage wären, ihre Leinwände umzurüsten. Darüber hinaus, so das Argument der Befürworter, sei das Kinoerlebnis des Besuchers in kleineren Sälen durchaus gleichwertig.

E-Kino-Netzwerke werden bereits mit Erfolg in einigen Ländern Asiens und Lateinamerikas betrieben, darunter Indien und Brasilien (RAIN). In Europa und Nordamerika hingegen ist der Erfolg in der Regel ausgeblieben. Einige Beispiele:

#### CinemaNet Europe

Die Kinokette CinemaNet Europe ist 2004 mit dem Anspruch an den Start gegangen, Dokumentarfilme in Spielfilmlänge und andere Nicht-Mainstream-Filme ins Kino zu bringen. Zu diesem Zweck wurden in mehreren Ländern unabhängige Kinos auf Digitaltechnik umgerüstet. Durch dieses Projekt wurden insgesamt über 180 Kinos mit einer E-Kino-Anlage ausgestattet. Das Projekt wurde 2007 eingestellt, wobei die teilnehmenden Partner Digital Cinema Services (Deutschland), Docuzone (Österreich), Parallel40 (Spanien), Docspace (Vereinigtes Königreich), Cinemanet Nederland und Cinema Delicatessen (Niederlande) ihren Betrieb fortgeführt haben.

<http://cinemanet.vbvb.nl/apache2-default/index.html>

#### Folkets Hus och Parker (FHP - Schweden)

FHP ist eine gemeinnützige Organisation, die 220 Kinos in ländlichen Gebieten umfasst. Grund für die Digitalisierung war der Wunsch, dass Spielfilme auf dem Land genauso früh ins Kino kommen wie in der Stadt. Zudem sollten Live-Veranstaltungen übertragen sowie interaktive Konferenzen ermöglicht werden. FHP war 2002 mit der Installation von sieben 1.4K-Projektoren das erste „digitale Kinonetzwerk“ in Europa. FHP betreibt derzeit (2010) 14 DCI-konforme und 80 E-Kino-Leinwände (33 x 1,4K- und 47 x HD).

<http://www.fhp.nu/>

#### Emerging Pictures (US)

Emerging Pictures ist das größte vollständig digitale Filmtheaternetzwerk für Spezialfilme und alternative Inhalte in den USA. Startschuss war 2002, als 82 Standorte über Breitbandverbindungen miteinander vernetzt wurden. Derzeit gehören dem Netzwerk 95 Standorte an. Das Netzwerk hat unter dem Namen I-Cinema eine Alternative zu den DCI-/ISO-Normen veröffentlicht.

<http://www.emergingpictures.com/about/the-i-cinema-standard/>

– auch die Umrüstung auf nicht vollständig DCI-konforme Anlagen.<sup>17</sup> Angesichts dieser unterschiedlichen Ansätze, die auf unterschiedliche ökonomische Gegebenheiten der jeweiligen Kinolandschaft zurückzuführen sind, bleibt abzuwarten, ob das digitale Kino je in der Lage sein wird, die Universalität und globale Interoperabilität der 35-mm-Projektionstechnik zu erreichen bzw. für die einheitlichen Wettbewerbsbedingungen zu sorgen, die so lange die globale Filmindustrie gekennzeichnet haben.

### Fazit

- Das Fehlen von Standards war ein entscheidendes Hindernis für die Einführung des digitalen Kinos.
- Die Veröffentlichung der DCI-Spezifikationen durch die US-Studios Mitte 2005 hat war, rückblickend gesehen, ein wesentlicher Meilenstein für den kommerziellen Start des digitalen Kinos.
- Die US-Studios haben die Standardisierung vorangetrieben und mit ihren DCI-Spezifikationen den Grundstein für die SMPTE- und ISO-Normen gelegt.
- E-Kino-Lösungen (d.h. Lösungen, die die relevanten ISO-Normen nicht erfüllen) könnten von einem Teil des Marktes eingesetzt werden, für den die D-Kino-Lösungen wirtschaftlich nicht machbar sind.
- Das digitale Kino könnte somit das Ende der Universalität und globalen Interoperabilität der 35-mm-Filmprojektion bedeuten.

<sup>17</sup> Weitere Informationen zu diesen Anforderungen sind Kapitel 11 zu entnehmen.



## 2.3 Mangel an Inhalten

### Entwicklung bis 2010

Als ein wesentliches Hindernis für die Einführung des digitalen Kinos wurde oft der Mangel an Inhalten in digitalem Format angeführt. Tatsache ist, dass die Industrie in dieser Frage vor einem klassischen Henne-Ei-Dilemma stand.

*Henne-Ei-Dilemma:*

*Was kommt zuerst – die Inhalte oder die Leinwände?*

Ohne ausreichende digitale Inhalte, mit denen sich Kinosäle füllen lassen, waren die Kinobetreiber in der Regel nicht bereit, in eine kostspielige Umrüstung der Leinwände zu investieren, während die Verleiher auf der anderen Seite ihre Filme nicht in digitalem Format herausgeben wollten, solange es nicht genügend Abnehmer mit Digitalleinwänden gab.

Was kam also zuerst, der digitale Film oder die digitale Leinwand? Auf diese Frage kann es natürlich nur eine differenzierte Antwort geben. Ein Grundproblem liegt im Mangel an öffentlich zugänglichen Daten über die Anzahl der digitalen Veröffentlichungen und ihrer Einordnung in einen Gesamtkontext. Die wenigen verfügbaren Zahlen legen nahe, dass sich die Situation von Land zu Land unterscheidet, wie an den sechs Beispielen in den Abbildungen 2 bis 7 zu erkennen ist.

Ganz allgemein betrachtet, lassen sich zwei Ansätze identifizieren, um die Pattsituation zwischen Inhalten und Leinwänden aufzulösen: öffentliche Intervention auf der einen Seite und – in der großen Mehrheit der Länder – die erklärte Absicht der US-Studios, ihre Filme digital herauszugeben.

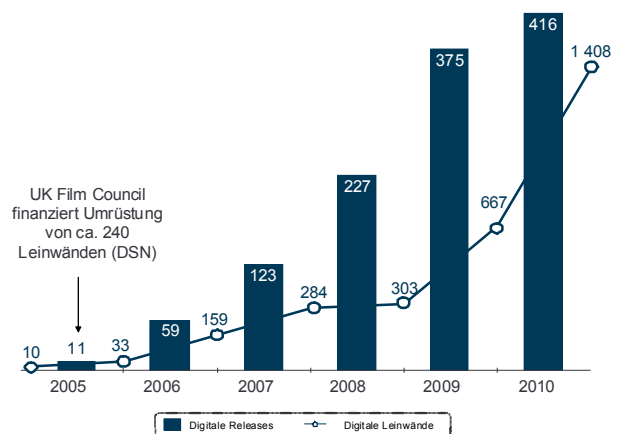
*Öffentliche Förderung (Quoten) → Leinwände → Inhalte*

Was die Verfügbarkeit von Kinofilmen in digitalem Format betrifft, so war das Vereinigte Königreich 2010 möglicherweise das am weitesten fortgeschritten Land der Welt. So wurden 2010 416 Filme teilweise oder ganz in digitalem Format herausgegeben, das sind über 75 % aller Neuerscheinungen. Manche Beobachter führen die führende Position des Vereinigten Königreichs in diesem Bereich auf das Digital Screen Network (DSN) des UK Film Council zurück. Dieser war von Mitte 2005 bis 2007 die erste und einzige nennenswerte öffentliche Initiative, die öffentliche Fördermittel zur Umrüstung von rund 240 Leinwänden bereitgestellt hat. Die geförderten Kinos waren verpflichtet, einen gewissen Prozentsatz ihres Programms für Arthouse-Filme und ausländische Produktionen zu reservieren und so eine ausreichende digitale Basis für unabhängige Filme zu schaffen.

Für große und unabhängige Verleiher war dies ein Anreiz für die Veröffentlichung ihrer Filme in einem digitalen Format und kann als Fallstudie herangezogen werden, wie schnell und in welchem Umfang digitale Inhalte bereitgestellt werden, wenn erst eine bestimmte, kritische Anzahl an digitalen Leinwänden existiert.

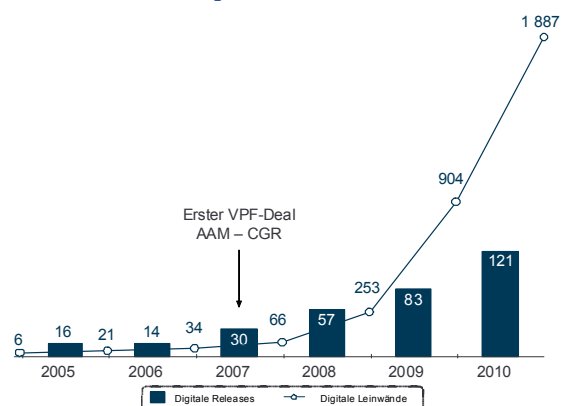
Die Entwicklung in den anderen europäischen Ländern, für die entsprechende Daten vorliegen, lässt aber vermuten, dass nicht die absolute Anzahl der Digitalleinwände der entscheidende Motor für die digitale Veröffentlichung von europäischen und unabhängigen Filmen ist, sondern vielmehr die Anzahl der „interessierten Leinwände“.

**Abb. 2 GB – Digitale Releases und Leinwände**  
in Einheiten, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles, BFI

**Abb. 3 FR – Digitale Releases und Leinwände**  
in Einheiten, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles, CNC

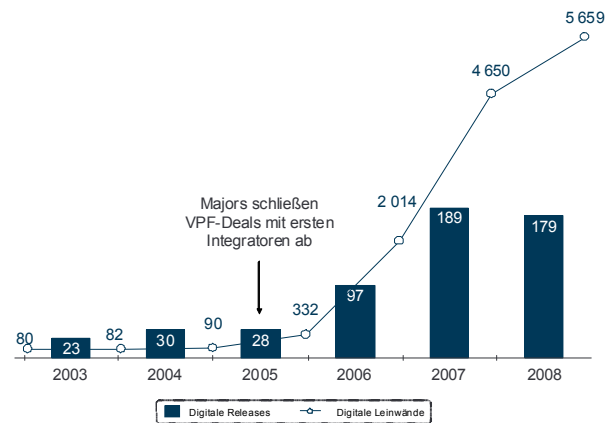
So meldet beispielsweise Frankreich für 2008 eine vergleichbare Anzahl an Digitalleinwänden und in der Folge sogar eine höhere Anzahl als im Vereinigten Königreich. Das zahlenmäßig deutliche Wachstum der Digitalleinwände führte jedoch nicht zu einer entsprechenden Erhöhung der Anzahl der digital veröffentlichten Filme – für 2010 verzeichnet der CNC in seiner *Bilan 2010* nur 121 in einem digitalen Format herausgegebene Filme (21 % der Filmpremieren). In Frankreich, wie auch in den meisten anderen Ländern, für die entsprechende Zahlen vorliegen, waren es offenbar VPF-Vereinbarungen und die damit einhergehende digitale Verfügbarkeit von US-Blockbustern, die für eine Auflösung dieser Pattsituation gesorgt haben.

VPF-Deals (US-Inhalte) → Leinwände → ...  
→ andere Inhalte

In diesem Fall waren es Inhaltanbieter, vor allem die US-Studios, die den ersten Schritt unternommen haben, indem sie gleichzeitig zwei der zentralen Probleme in Angriff genommen haben. So haben sie nicht nur eine Finanzierungslösung für Kinobetreiber bereitgestellt, sondern auch die Verfügbarkeit der Inhalte der US-Studios in einem digitalen Format zugesichert. Grundlage hierfür waren so genannte VPF-Vereinbarungen (Virtual Print Fee) zwischen den Studios und Integratoren wie Cinedigm (ehemals AccessIT) in den USA und Arts Alliance Media oder XDC in Europa. Wie Abb. 4 zu entnehmen ist, sind die Auswirkungen auf die Anzahl der Filme in digitalem Format und die Anzahl der digitalen Leinwände in den USA (wo seit 2007 praktisch alle Filme der Majors zumindest teilweise digital herausgegeben wurden) ziemlich offensichtlich.

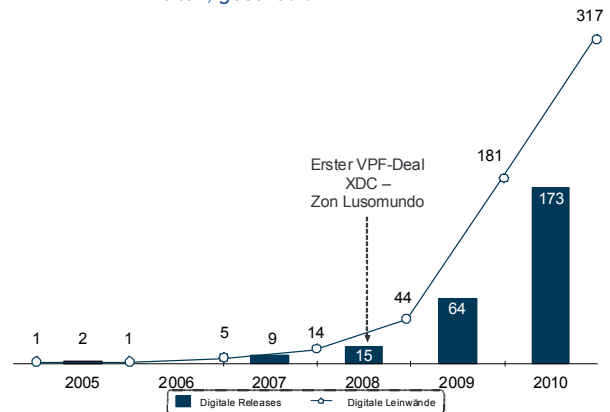
Einige Länder Europas (darunter Frankreich, Portugal oder die Tschechische Republik) weisen ein ähnliches Muster auf. Die Zahl der digitalen Leinwände ist mit der Unterzeichnung der ersten VPF-Vereinbarungen rapide gestiegen. Aber trotz dieses Anstiegs ist die Zahl der digitalen Neuerscheinungen in manchen Ländern eher bescheiden geblieben, zumindest im Vergleich mit dem Vereinigten Königreich. CGR, eine führendes französische Kinokette, war der erste Betreiber in Europa, der Ende 2007 eine umfassende Roll-out-Vereinbarung mit einem Integrator abgeschlossen hat. In der Folge hat sich die Zahl der digitalen Neuerscheinungen von gerade mal 20 im Jahr 2007 auf 57 im Jahr 2008 nahezu verdreifacht und ist im Jahr darauf weiter auf 83 angestiegen. Allerdings machten die 121 digitalen Neuerscheinungen im Jahr 2010 nur 21 % aller neuen Filme aus, was den Schluss nahelegt, dass Digitalleinwände bis 2010 in erster Linie für amerikanische 3D-Blockbuster der US-Studiofilme verwendet wurden. Ähnlich verhält es sich in Portugal und der Tschechischen Republik, wo praktisch keine digitalen Filme verfügbar waren, bevor die größten Kinoketten (Cinema City bzw. Zon Lusomundo) 2008 bzw. 2009 entsprechende VPF-Vereinbarungen abgeschlossen haben.

Abb. 4 US – Digitale Releases und Leinwände  
in Einheiten, geschätzt



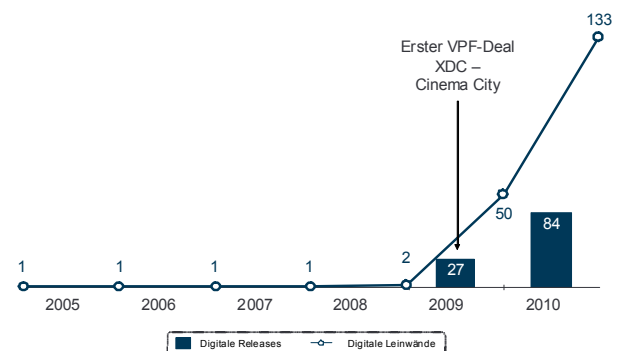
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Screen Digest

Abb. 5 PT – Digitale Releases und Leinwände  
in Einheiten, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles, ICA

Abb. 6 CZ – Digitale Releases und Leinwände  
in Einheiten, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles, Tschechisches Ministerium für Kultur

Obgleich es für die meisten Länder keine Aufschlüsselung der digitalen Neuerscheinungen nach Ursprungsland gibt, ist davon auszugehen, dass die Filme der US-Studios weitestgehend auch digital verfügbar waren, wohingegen europäische und spezialisierte Filme noch überwiegend analog vertrieben wurden.

### *Wenig europäische Filme in digitalem Format*

Aus einer Fallstudie in Frankreich – dem einzigen Land, für das entsprechende Zahlen für 2010 vorlagen – geht hervor, dass europäische Filme in digitalem Format nur in begrenztem Umfang verfügbar waren (siehe Tabelle 2 und Abb. 7). Während 44 % der US-amerikanischen Produktionen digital herausgegeben wurden (53 % aller US Filme), waren es nur 15 % der französischen Filme (41 Filme), sowie nur 15 sonstige europäische Filme und nur ein einziger nichteuropäischer und nichtamerikanischer Film (Tabelle 2).

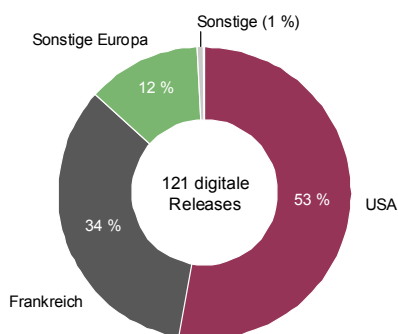
Es liegen zwar keine öffentlichen Daten über die Programmgestaltung für Digitalleinwände vor, aber die Informationsstelle geht davon aus, dass dieser Mangel an europäischen Inhalten in digitalem Format darauf zurückzuführen ist, dass die überwältigende Mehrheit der Digitalleinwände 2009 und 2010 vor allem für amerikanische Inhalte eingesetzt wurden, insbesondere für 3D-Blockbuster. Dadurch waren einfach weniger Leinwände für breite Veröffentlichungen europäischer Filme in digitalem Format verfügbar.

**Tabelle 2 Frankreich – digitale Releases nach Ursprungsland – 2010**

Ursprung	Anzahl digital	Anzahl gesamt	Anteil digital in %
USA	64	144	44 %
Frankreich	41	270	15 %
Sonstige EUR	15	120	13 %
Sonstige	1	41	2 %
<b>Gesamt</b>	<b>121</b>	<b>575</b>	<b>21 %</b>

Quelle: CNC

**Abb. 7 Frankreich – digitale Releases nach Ursprungsland 2010**



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach CNC

### *Kostenbarriere für begrenzte digitale Veröffentlichungen*

Die französischen Daten für 2010 weisen auch darauf hin, dass es im aktuellen Stadium der Übergangsphase für digitale Veröffentlichungen in kleinen Stückzahlen eine Kostenbarriere gibt. So wurden 2010 nur 9 von insgesamt 121 und 2009 nur 4 von 83 erschienenen Filme mit weniger als 100 Kopien veröffentlicht.<sup>18</sup> Das gleiche Phänomen lässt sich auch in Russland beobachten, wo in erster Linie die landesweit erscheinenden Filme in digitalem Format veröffentlicht wurden: nur 33 der 162 digitalen Neuerscheinungen wurden auf weniger als 300 Kopien bereitgestellt.<sup>19</sup>

Der Kostenvorteil digitaler Kopien sollte letztendlich zwar auch für Filme mit geringer Kopienanzahl gelten, der digitale Vertrieb kann allerdings während der Übergangsphase auf Grund der VPF-Zahlungen, des kostenintensiven Zugangs zu digitalen Anlagen und der vorübergehenden Preissenkungen für Filmkopien in manchen Ländern (darunter das Vereinigte Königreich) sogar teurer sein.

Darüber hinaus dürften viele unabhängige Verleiher eine doppelte Veröffentlichung in zwei Formaten gescheut haben, da es in den meisten Ländern zum einen ausreichend analoge und zum anderen mutmaßlich nur wenige interessierte digitale Leinwände gab.

Es steht außer Frage, dass sich diese Situation mit der Zeit ändern wird. Unklar ist lediglich, wie schnell dies geschehen wird, da die digitale Verfügbarkeit europäischer und unabhängiger Inhalte offenbar der Entwicklung der interessierten Leinwände folgt, von denen aber viele erst noch umgerüstet werden müssen.

Sobald aber in einem Land eine Mehrheit der Leinwände umgerüstet worden ist, kann davon ausgegangen werden, dass die meisten unabhängigen Verleiher gezwungen sein werden, ihre Filme in einem digitalen Format herauszugeben, selbst in sehr kleinen Stückzahlen.

### *Öffentliche Förderung des digitalen Verleihs*

Um die Umstellung auf den digitalen Verleih zu beschleunigen, stellen manche Filmagenturen öffentliche Mittel bereit, mit denen speziell der digitale Verleih von Kinofilmen gefördert und in mindestens zwei Fällen auch VPF-Zahlungen der Verleiher subventioniert werden sollen. Parallel hierzu verlangen viele Agenturen die Bereitstellung eines digitalen Masters als Voraussetzung für eine Förderung der Produktion, während andere öffentliche Einrichtungen die Digitalisierung älterer Filme unterstützen.

<sup>18</sup> CNC, *Bilan 2010*

<sup>19</sup> Nevafilm & Russian Film Business Today, 'The Film Distribution Market in Russia', Dezember 2010

### Situation heute

Es ist schwer abzuschätzen, inwieweit die Verfügbarkeit von europäischen und internationalen unabhängigen Filmen in digitalem Format Ende 2011 noch ein Problem darstellt, da so gut wie keine Zahlen über die jüngsten Entwicklungen vorliegen. Punktuell scheint es deutliche Veränderungen in Frankreich und Belgien gegeben zu haben, wo inzwischen angeblich mehr oder weniger alle Filme auch digital erscheinen.

Dies erscheint in jenen Ländern plausibel, in denen die Marktdurchdringung digitaler Leinwände auf 50 % und mehr angestiegen ist. Wie in Kapitel 1 erläutert, ging die Zunahme der digitalen Leinwände 2011 in erster Linie auf die Umrüstung von 2D-Leinwänden zurück. Es ist sehr wahrscheinlich, dass der Zugang zu Digitalleinwänden für unabhängige Filme dadurch deutlich erleichtert wurde, da die große Mehrheit der bis 2010 installierten Digitalleinwände (3D) vermutlich für die 2009 und 2010 erschienenen US-amerikanischen 3D-Filme vorgesehen waren.

In den Ländern mit einer weniger hohen Marktdurchdringung digitaler Leinwände, darunter auch einige große Märkte wie Italien<sup>20</sup> und mittelgroße Märkte wie die Tschechische Republik oder Griechenland, dürfte die Situation für europäische und unabhängige Film ggf. nach wie vor problematisch sein und wahrscheinlich mit der Situation in Frankreich von 2010 vergleichbar sein. Das Hauptproblem für Verleiher – die hohen Kosten für digitale Veröffentlichungen in kleinen Stückzahlen – dürfte aber weiterhin bestehen, auch in den digital weiterentwickelten Ländern.

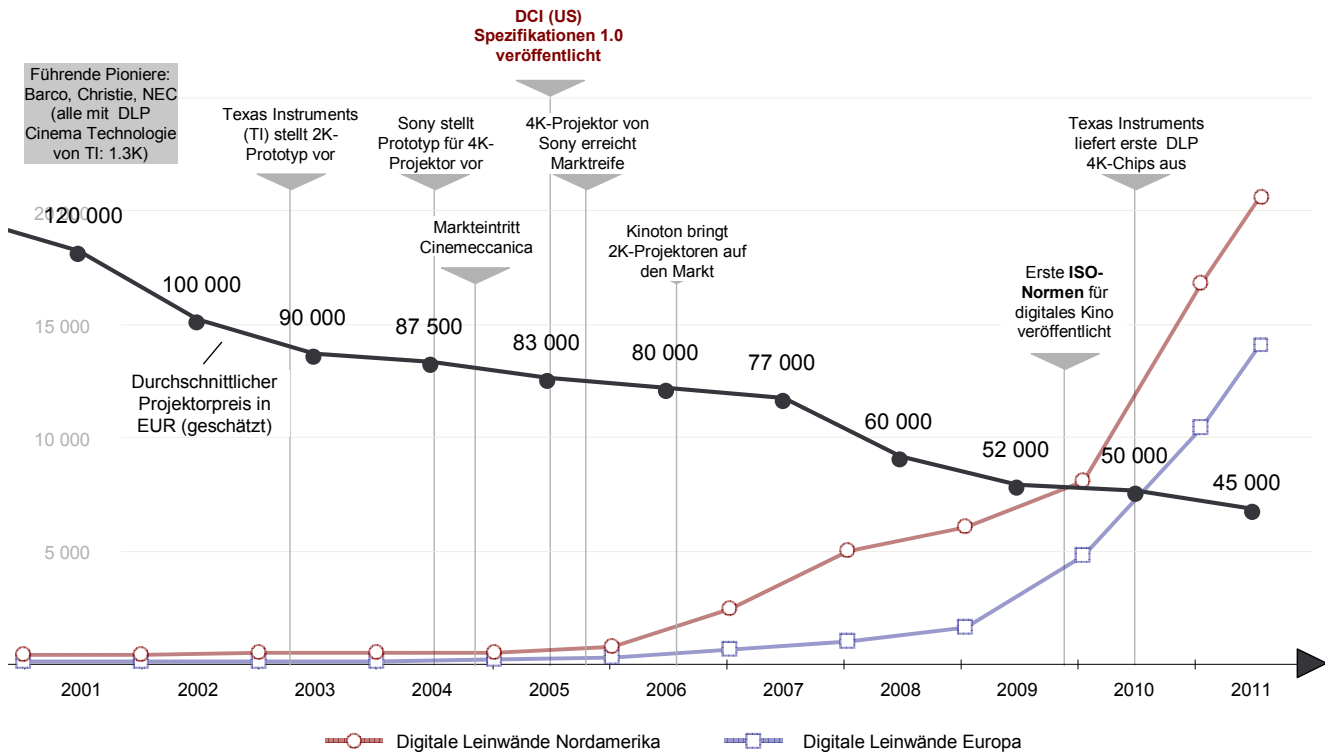
### Fazit

- Es gibt einen Mangel an verfügbaren Daten über digitale Releases, der die Analyse erschwert.
- Die Pattsituation zwischen der Verfügbarkeit von digitalen Inhalten und digitalen Leinwänden ist den meisten Ländern Europas gelöst worden, entweder durch die Selbstverpflichtung der US-Studios zur Veröffentlichung ihrer Filme in digitalem Format oder durch eine öffentlich geförderte Digitalisierung mit bestimmten Auflagen bzgl. der Programmgestaltung.
- Nichtamerikanische Inhalte scheinen allerdings der Verfügbarkeit von „interessierten“ Leinwänden zu folgen und nicht umgekehrt.
- Die Zahlen für 2010 legen nahe, dass es nur begrenzt europäische und unabhängige Filme in digitalem Format gab.
- Verschiedene Einzelbeispiele deuten darauf hinaus, dass sich diese Situation 2011 geändert hat – zumindest in jenen Ländern, in denen die Marktdurchdringung digitaler Leinwände die 50 %-Marke erreicht oder überschritten hat.

<sup>20</sup> In Italien hat die Arthouse-Kinokette Circuito Cinema (130 LW), eingerichtet von führenden Spezialverleihern wie BIM Distribuzione oder Mikado Film, erst im zweiten Halbjahr 2011 bekanntgegeben, seine Leinwände digitalisieren zu wollen (siehe Box Office Nr. 18/19 2011). Dies bedeutet, dass bis dahin selbst diese führenden unabhängigen Verleiher vor allem mit dem 35-mm-Format gearbeitet haben.

## 2.4 Equipmentkosten / steigende Kapitalkosten

**Abb. 8** Zeitachse: Entwicklung der durchschnittlichen Listenpreise für digitale Kinoprojektoren in EUR, geschätzt



Quellen: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Barco, Delta Lloyd, CSFB, MANICE, Cinéma Scop

Die Preise für digitale Projektionssysteme haben sich aus einer ganzen Reihe von Gründen, die für neue Technologien mit einem vergleichsweise kleinen Abnehmermarkt typisch sind, den größten Teil der letzten zehn Jahre auf einem sehr hohen Niveau befunden.

### Unerschwingliche Gerätepreise in den ersten Jahren

Die Projektortechnik – der größte Kostenfaktor – musste sich aus seiner Prototypphase zu einer serienmäßigen Fertigung weiterentwickeln. Ein großes Hindernis in diesem Prozess war die **langwierige Festlegung von Standards** (siehe Kapitel 2.2). In den Anfängen des digitalen Kinos lagen die **Preise** für Digitalprojektoren bei **deutlich über EUR 100 000**<sup>21</sup> und waren bis zu fünfmal so hoch wie für konventionelle Filmprojektoren. Mit einer bereits bestehenden, perfekt funktionierenden 35-mm-Anlage und angesichts des hohen **technologischen Risikos**, dass digitale Projektoren zukünftige Standards nicht einhalten könnten, hatte sich die überwältigende Mehrheit der Kinobetreiber entschlossen, bessere wirtschaftliche Bedingun-

gen für das digitale Kino abzuwarten.

Zwischen 2004 und 2006 sind die Preise für Projektoren mit dem Markteintritt von Sony und anderen Projektorherstellern ein wenig zurückgegangen.<sup>22</sup> Die SXR4 4K-Technologie von Sony war die erste Konkurrenz für die DLP Cinema-Technologie von Texas Instruments, die bis Ende 2005 de facto eine Monopolstellung innehatte. Aber die **begrenzte Nachfrage** – bis 2005 wurden im Schnitt nur 100 Digitalprojektoren pro Jahr verkauft – ließ das Preisniveau hoch bleiben, indem es jegliche Skaleneffekte einer Massenfertigung verhinderte. So ist der erste nennenswerte Preisrückgang zeitgleich mit einer deutlichen Zunahme der Nachfrage in den USA erfolgt, wo der digitale Roll-out bereits 2007 ernsthaft in Gang gekommen ist.

Wie in Abb. 8 zu sehen, hat der digitale **Roll-out in Europa** erst ab 2009 wirklich an Fahrt aufgenommen, als der durchschnittliche **Listenpreis** für einen Digitalprojektor auf ca. **EUR 50 000**, d.h. auf **weniger als die Hälfte** zurückgegangen war.

<sup>21</sup> Im Juni 2003 nennt Nicolas Hamon (Barco) Digitalisierungskosten von ca. EUR 120 000, siehe [www.mediasalles.it/training/ebeltoft03\\_rep.pdf](http://www.mediasalles.it/training/ebeltoft03_rep.pdf)

<sup>22</sup> Laut Glenn Wastyn von Barco war der durchschnittliche Verkaufspreis für D-Kinoprojektoren 2006 auf EUR 75 000 zurückgegangen; siehe [http://www.mediasalles.it/training/pdf06/GlennWastyn\\_5.pdf](http://www.mediasalles.it/training/pdf06/GlennWastyn_5.pdf)

### Deutliche Rabatte für Großbestellungen

Hauptmotor des vergleichsweise frühen Roll-out in den USA waren die von Integratoren angebotenen VPF-Finanzierungsmodelle. Das von diesen Unternehmen aufgebrachte Finanzierungsvolumen legt den Rückschluss nahe, dass zahlreiche Hersteller für diese großangelegten Initiativen beträchtliche Preisnachlässe eingeräumt haben.

Im April 2006, als die Kosten für einen einzelnen Projektor im Schnitt bei geschätzten EUR 80 000 lagen, meldete *Screen Digest*, dass Christie/AIX (inzwischen Cine-digm) die notwendige Finanzierung für seine angestrebten 4 000 Leinwände mit Umrüstungskosten in Höhe von ca. USD 79 000 (EUR 60 000) sichergestellt hatte<sup>23</sup>. Und im September 2009 wurde berichtet, dass DCIP, ein Verbund der drei größten amerikanischen Kinoketten, Investoren für die Umrüstung von 15 000 Leinwände suchte und hierfür lediglich USD 35 000 (EUR 26 000) pro Leinwand veranschlagt hatte.<sup>24</sup>

Natürlich sind solche Schätzungen mit Vorsicht zu genießen, aber berücksichtigt man die Tatsache, dass der Projektor in Europa derzeit nur ca. 50 % der durchschnittlichen Umrüstungskosten ausmacht, so zeigen sie doch eindeutig, dass für Großbestellungen nennenswerte Rabatte eingeräumt wurden.

Da Rabatte vermutlich für jeden Einzelfall separat ausgehandelt und prinzipiell vertraulich behandelt werden, ist es schwierig, die tatsächlichen Umrüstungskosten für europäische Kinobetreiber zum jetzigen Zeitpunkt zu schätzen. Erschwert wird diese Aufgabe durch die äußerst begrenzte Verfügbarkeit von zuverlässigen und vergleichbaren Zahlen über die Kosten für die digitale Umrüstung.

### Durchschnittliche Umrüstungskosten zwischen EUR 75 000 und EUR 170 000

Die detaillierten Untersuchungen der Informationsstelle zu den verschiedenen Kostenfaktoren und Preispannen finden Sie nachfolgend auf in den Tabellen 1 bis 3. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die **durchschnittlichen Umrüstungskosten** (Stand 2010) von **EUR 75 000 bis EUR 170 000 beträchtliche Schwankungen aufweisen**.

Ganz allgemein betrachtet, entfallen auf die **Basisausrüstung** (d.h. Projektor und Server mit 10 Jahren Gewährleistung) rund **60 % der Gesamtkosten für die Umrüstung**. Projektoren für kleinere Leinwände kosten offenbar ab ca. EUR 35 000 bis zu EUR 70 000 für High-End-Anlagen. Die Kosten für den Server liegen ungefähr zwischen EUR 12 000 und EUR 25 000. Auf **Zusatzausrüstungen**, darunter 3D-Zusätze, Bibliotheksserver oder Theater-Management-Systeme, entfallen ca. **30 %**, die **restlichen 10 %** gehen auf das Konto von **Arbeitskosten**

<sup>23</sup> *Screen Digest*, "Christie /AIX gets roll-out funding in place", April 2006

<sup>24</sup> *Screen Digest*, "JP Morgan seeks partners for DCIP financing", September 2009

in Verbindung mit der Installation und Anpassung der Anlagen.

### Anschaffungskosten größter Einzelposten

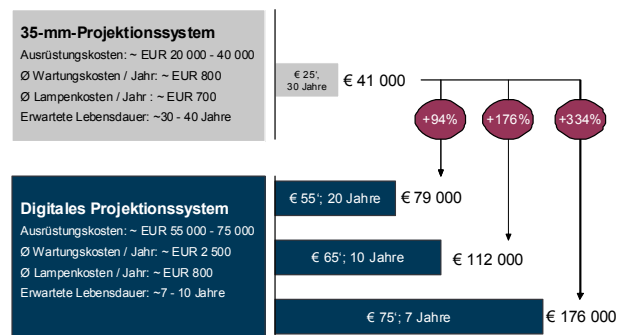
Die Kosten hängen von ganz unterschiedlichen Faktoren ab, darunter die Größe der Leinwände, die Größe des Kinos, die eingesetzte Technik und die notwendigen Anpassungen des Projektionsraums. Größter Einzelposten scheinen aber die Anschaffungskosten zu sein, wobei für Großbestellungen deutliche Rabatte gewährt werden. Dies zeigt sich auch an der wachsenden Anzahl an Einkaufsgemeinschaften, die wiederum Vereinbarungen mit führenden Integratoren abschließen, die in der Lage sind, Größenvorteile wie in den USA zu erzielen.

Aber selbst wenn die Ausrüstungspreise weiter fallen sollten, für den Kinobetreiber entstehen durch das digitale Kino auf Dauer höhere Kapitalkosten.

### Dauerhaft steigende Kapitalkaufwendungen

Berücksichtigt man die im Vergleich höheren Anschaffungs- und Wartungskosten sowie die kürzere Lebensdauer eines digitalen Projektionssystems, geht die Informationsstelle davon aus, dass die Kapitalkaufwendungen für Kinobetreiber über die kommenden 30 Jahre um 100 bis 300 Prozent steigen werden (siehe Abb. 9).

**Abb. 9 Aktuelle Netto-Kapitalkaufwendungen in EUR, geschätzt**



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Diese Zahlen entsprechen anderen Schätzungen (z.B. von MKPE Consulting 2008), demnach ein Anstieg der Betriebskosten und 200 bis 300 Prozent über 25 Jahre prognostiziert wurde. Laut MKPE, müsste der Gesamtpreis für ein D-Kino-System auf USD 14 600 (EUR 11 000) fallen, um in etwa den Kapitalkaufwand eines 35-mm-Projektionssystems zu erreichen.<sup>25</sup>

<sup>25</sup> MKPE Consulting, 2008 Digital Cinema Status Report, <http://www.mkpe.com/publications/d-cinema/reports/2008-january-cinema-report.php>

Dies ist angesichts des begrenzten Marktvolumens des digitalen Kinomarktes unrealistisch<sup>26</sup> und wird die Industrie über kurz oder lang zwingen, ihre Geschäftsmodelle entlang der digitalen Wertschöpfungskette zu ändern.

### Fazit

- Die Equipmentpreise fallen seit einigen Jahren, ein Projektor kostet derzeit zwischen EUR 35 000 und EUR 70 000.
- Auch wenn die Preise weiter fallen sollten, so werden sie doch kaum das Niveau eines 35-mm-Projektors erreichen. Dies bedeutet, dass die Kapitalkosten für Kinobetreiber je nach Entwicklung der Equipmentpreise und Lebensdauer eines Projektionssystems um 100 bis 300 % steigen werden.
- Dies könnte für manche Betreiber eine ernste finanzielle Herausforderung darstellen und wird langfristig zu Änderungen der Geschäftsmodelle führen.
- Für Großbestellungen werden offenbar beträchtliche Rabatte eingeräumt; dies war und ist immer noch ein wichtiger Faktor für die Einführung des digitalen Kinos.

<sup>26</sup> Nach Schätzungen von *Screen Digest* gab es Ende 2010 weltweit nur ca. 123 000 moderne Leinwände. Nach Schätzungen von *MEDIA Sales* waren bis Ende 2011 ca. 63 500 Leinwände auf digital umgerüstet worden, ein Anstieg um 75 % gegenüber 2010 (36 185). Und es bleibt abzuwarten, wie viele der verbleibenden analogen Leinwände letztendlich auf digitales Kino, wie viele auf E-Kino und wie viele gar nicht umgerüstet bzw. geschlossen werden.

## Was kostet die Umrüstung einer Leinwand?

Zu den Kosten von digitalen Projektionsanlagen und der Umrüstung von Leinwänden gibt es so gut wie keine zuverlässigen, öffentlich zugänglichen Zahlen. Die angebotenen Preise sind meistens nicht vergleichbar, da sie sich auf unterschiedliche Ausrüstungen und Dienstleistungen beziehen. Die folgenden drei Tabellen enthalten eine Aufschlüsselung der Kosten sowie die geschätzten Preisspannen für die Umrüstung auf Digitaltechnik.

**Tabelle 1 Kostenelemente der Digitalisierung für Kinobetreiber**

Kostenelemente	Anmerkung
<b>1) Basisausrüstungskosten</b>	
Digitalprojektor	Größter Kostenblock. Die Preise variieren je nach Leinwandgröße und Auflösung. Derzeit gibt es nur zwei Technologien am Markt: DLP Cinema von Texas Instruments (2K und seit 2011 4K) und SXRD 4K von Sony.
Projektorgarantie	Praktische Notwendigkeit. Standarddauer ist offenbar 10 Jahre – in der Regel ein bestimmter Prozentsatz des Kaufpreises.
Server	Voraussichtlich geringerer Preisverfall als bei Projektoren.
Servergarantie	Notwendig. Standarddauer ist offenbar 10 Jahre. Oft mit dem Kaufpreis verknüpft.
Audio-Prozessor	Mindestinvestition für die Aufrüstung des Soundsystems auf Digitaltechnik (sofern, das Soundsystem die geforderten Normen erfüllt). Garantie empfohlen.
Media Scaler	Für das Abspielen von alternativen Inhalten bzw. anderer Bildquellen (z.B. TV).
Automatisierungsschnittstelle	Ermöglicht die Verbindung eines digitalen Wiedergabegerätes mit einer Kinosteuerung für eine vollständig automatisierte Vorführung.
Sockel	Manchmal im Lieferumfang des Projektors enthalten.
Stecker und Kabel	Manchmal in den Angeboten für die Ausrüstung/Dienstleistungen enthalten.
<b>2) Zusatzausrüstungskosten</b>	
Bibliotheksserver	Erforderlich für Kinos mit drei oder mehr Leinwänden bzw. für Kinos mit einem stark variierenden Programmangebot (z.B. an Festivalstandorten).
Theater-Management-System (TMS)	Empfohlen für Kinos ab drei Leinwänden. Evtl. für Satellitenempfang notwendig.
Rack	Erforderlich, falls ein TMS und die dazugehörige Ausrüstung angeschafft wird.
3D-Zusatzsystem	3D-Systeme lassen sich kaufen (z.B. XpanD oder Dolby) oder gegen eine einnahmenabhängige Gebühr lizenzieren (RealD) (keine Investition erforderlich).
Silver Screen	Bestimmte passive 3D-Systeme erfordern eine Silberbildwand (z.B. RealD)
Satellitenempfang	Verschiedene Zahlungsmodelle möglich, darunter auch „Pay-per-Event“
Aufrüstung des gesamten Soundsystems	Hängt vom Kino ab. Notwendig, wenn das Soundsystem nicht die geforderten Normen erfüllt. Kann durchaus teuer werden.
<b>3) Arbeitskosten</b>	
Installation	Installation durch professionellen Integrator empfohlen. Umfasst in der Regel Vorabbesuche und das Projektmanagement.
Schulung	Einführungsschulungen für Filmvorführer werden üblicherweise von Ausrüstungsherstellern und Händlern angeboten. Umfasst aber nicht Schulungen zum Thema Digitalkino-Management und Programmgestaltung.
Anpassung des Projektionsraums	Hängt von Kino und Leinwand ab. Geringere Kosten, wenn nur zusätzliche Verkabelung und Klimaanlage erforderlich. Beträchtliche Kosten bei größeren Umbauten, z.B. ein neues Projektorfenster, um 35-mm-Projektor im Raum zu behalten.
Anpassung des Soundsystems	Arbeitskosten für die Aufrüstung des Soundsystems. Hängt vom Kino ab.
<b>4) Laufende Kosten</b>	
Wartungskosten	Die Wartung ist Bestandteil vieler Angebote und reicht von Standard bis Premium, von monatlich bis jährlich, für einzelne Leinwände bis zu ganzen Kinonetzwerken. Für VPF-Vereinbarungen ist angeblich eine Mindestwartung erforderlich.
Lampen	Preis hängt von Leistung ab. Laufzeit hängt von Leistung und Einsatzhäufigkeit ab. Derzeit teurer als für Filmprojektoren. Ungewisse Lebensdauer. Abwägung zwischen leistungsfähigeren Leinwänden und geringerem Stromverbrauch.

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MANICE, CNC



**Tabelle 2 Umrüstungskosten für digitale 2K-Projektion – durchschnittliche Preisspannen 2010**  
*Nettopreise in EUR, geschätzt*

Kostenblöcke	Durchschnittliche Preisspannen 2010 in EUR	Anteil an Gesamtumrüstungskosten (Standard)
<b>1) Basisausrüstung pro Leinwand</b>	<b>50 000 – 100 000</b>	<b>60 % - 65 %</b>
2K-Projektor (inkl. 10 Jahre Garantie)	35 000 – 70 000	40 % - 50 %
Server (inkl. 10 Jahre Garantie)	12 000 – 25 000	~15 %
Zubehör (Sockel, Rack, Automatisierungsschnittstelle)	2 000 – 3 000	~2 %
Sound-Prozessor	1 000 – 4 000	~2 %
<b>2) Zusatzausrüstung</b>	<b>22 000 – 52 000</b>	<b>~ 30 %</b>
3D-System (pro Leinwand)	10 000 - 30 000	10 % - 20 %
Bibliotheksserver, Theater-Management-System und Zubehör (z.B. Rack, Kabel, Stecker) (pro Standort)	10 000 - 20 000	~12 %, geschätzt
Satellitenempfang (pro Standort)	~ 2 000 oder „Pay per Event“	~2 %
<b>3) Arbeitskosten</b>	<b>4 500 – 14 000</b>	<b>6 % - 8 %</b>
Installation & Training (pro Leinwand / Standort)	2 000 – 4 000	~3 %
Standardanpassungen des Projektionsraums (pro Leinwand)	2 500 – 10 000	3 %-6 %
<b>Standardumrüstungskosten GESAMT</b>	<b>75 000 – 170 000</b>	<b>100 %</b>
<b>+ Eventuelle zusätzliche Umrüstungskosten</b>		
Vollständige Ersetzung des Soundsystems	~ 20 000	
Größere Anpassungen des Projektionsraums	je nach Projektionsraum	
<b>+ laufende Kosten</b>		
Jährliche Wartungsgebühr pro Leinwand	700 – 2 500	
Lampen – geschätzter Preis pro „digitaler“ Lampe	500 – 2 000	

Hinweis: Die Ausrüstungspreise hängen in hohem Maße von Leinwandgröße und Einkaufsvolumen ab. Für Großbestellungen werden vermutlich beträchtliche Rabatte eingeräumt. Die im Vergleich höchsten Preise gelten für die Digitalisierung eines einzelnen Kinos mit einer einzelnen Leinwand (keine Mengenrabatte).

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach eigenen Recherchen, Manice, Cinéma Scop

**Tabelle 3 Durchschnittliche Umrüstungskosten für unabhängige Kinobetreiber**  
*in EUR, geschätzt*

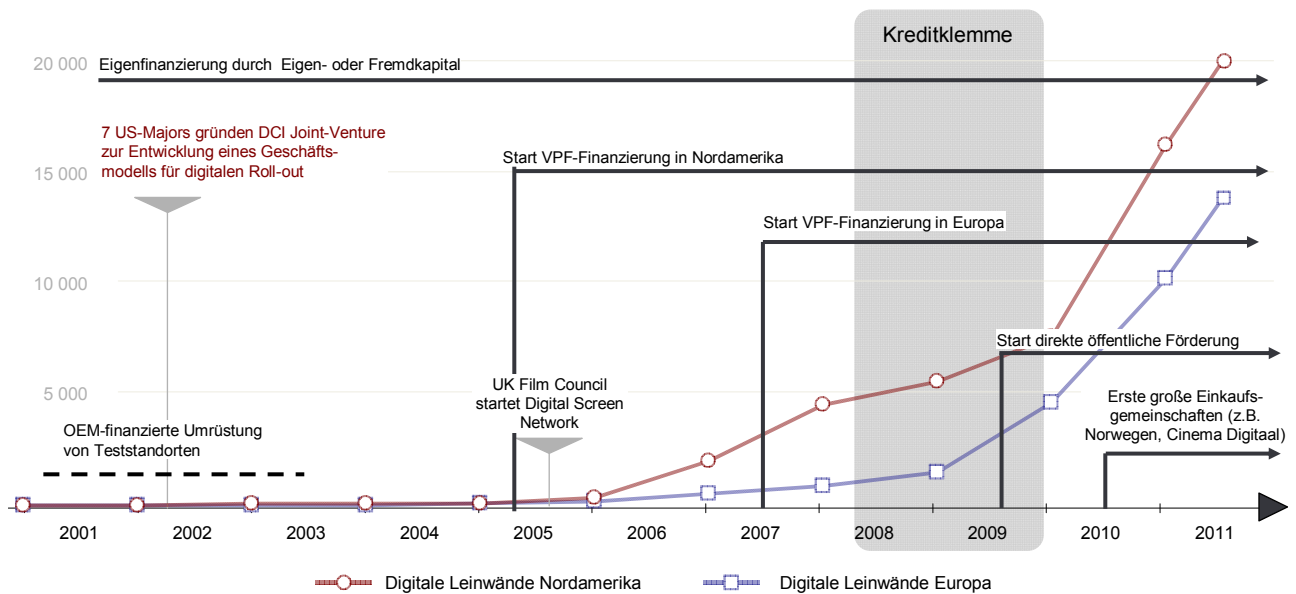
Kostenblock	Preise 2010 in EUR	Anteil an Gesamtkosten
<b>1) Ausrüstungskosten</b>	<b>60 000</b>	<b>47 % - 64 %</b>
2K-Digitalprojektor und Server	60 000	47 % - 64 %
<b>2) Zusatzausrüstungen</b>	<b>26 000 bis 45 000</b>	<b>28 % - 35 %</b>
Media Scaler	3 000	~3 %
Bibliotheksserver, TMS und Verkabelung	10 000	8 % - 11 %
Satellitenempfang	2 000	~2 %
3D-Zusatzsystem (je nach eingesetzter Technologie)	11 000 bis 30 000	12 % - 23 %
<b>3) Aufrüstung des Soundsystems</b>	<b>1 000 bis 17 000</b>	<b>1 % - 13 %</b>
Einfache Ersetzung des Sound-Prozessors	1 000	~1 %
Ersetzung Soundsystem: Verstärker, Lautsprecher	10 000	8 % - 11 %
Vollständige Ersetzung des Soundsystems	17 000	13 % - 18 %
<b>3) Arbeitskosten</b>	<b>&gt; 7 000</b>	<b>5 % - 7 %</b>
Kleinere Standardanpassungen des Projektionsraums	7 000	5 % - 7 %
Installation	Teil der Ausrüstungskosten	
<b>Durchschnittliche Umrüstungskosten gesamt</b>	<b>94 000 bis 130 000</b>	<b>100 %</b>
<b>4) Laufende Kosten</b>		
Garantieverlängerung für Server und Projektor	1 000 pro Jahr	
<b>5) Außerordentliche Kosten</b>		
Größere Anpassungen	je nach Leinwand	

Hinweis: Die durchschnittlichen Kosten wurden auf der Grundlage der Kosten von rund 20 unabhängigen Betreibern berechnet, die ihre Leinwände im zweiten Halbjahr 2010 und Anfang 2011 umgerüstet haben. Digitale Projektionssysteme wurden vor allem für kleinere Leinwände gekauft (niedrigere Projektorkosten).

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Manice

## 2.5 Die Finanzierungsfrage – VPF löst das Dilemma der Beteiligung an den Investitionskosten

Abb. 10 Zeitachse: Entwicklung der Finanzierungsmodelle



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

### 2.5.1 Überblick

Es war von Anfang an klar, dass die Umrüstung auf digitale Projektion sehr teuer sein würde und so stellte sich die Frage der Finanzierung als das schwerwiegendste Hindernis für die Einführung des digitalen Kinos heraus.

*Investitionsvolumen übersteigt EUR 2,5 Mrd.*

Die Schätzungen des Gesamtinvestitionsvolumen klaffen zum Teil weit auseinander und hängen natürlich von den veranschlagten durchschnittlichen Umrüstungskosten und der Anzahl der betroffenen Leinwände ab. So hat zum Beispiel die Europäische Investitionsbank dieses Volumen allein für die Europäische Union auf EUR 2,1 Mrd. beziffert und dabei durchschnittliche Umrüstungskosten von EUR 70 000 pro Leinwand zugrundegelegt.<sup>27</sup> Rechnet man die gleichen Umrüstungskosten auf die 35 000 Leinwände in den 35 in diesem Bericht abgedeckten Länder hoch, ergibt sich ein Gesamtinvestitionsvolumen von EUR 2,5 Mrd. Berücksichtigt man zudem, dass sich die tatsächlichen Umrüstungskosten auf weit über EUR 100 000 belaufen können, dürfte diese Marke das erforderliche Mindestvolumen darstellen.

<sup>27</sup> Europäische Investitionsbank, Präsentation von Dr. Patrick Vanhoudt, "Financing the digital roll-out: where do we stand?", Barcelona 2010

#### Gretchenfrage: wer zahlt?

Obleich die Umrüstung in den Kinos erfolgt, haben es die Kinobesitzer verständlicherweise abgelehnt, die Kosten für eine Investition zu tragen, die ihnen keinen unmittelbaren finanziellen Vorteil bringt, sondern in erster Linie den Verleihern beträchtliche Einsparungen durch den digitalen Verleih ermöglichen würde. So waren sich die meisten Beobachter einig, dass sich die verschiedenen Akteure im allgemeinen und die Verleiher im besonderen an den Kosten für die Einführung des digitalen Kinos beteiligen sollten.

Es dauerte aber über sechs Jahre, bis der Markt ein funktionierendes Finanzierungsmodell für den digitalen Roll-out gefunden hatte. Wie bei den meisten Aspekten des digitalen Kinos, wurde dieser Prozess zunächst von der US-Industrie entwickelt und später in Europa übernommen.

Die ersten Installationen in den USA wurden von Geräteherstellern oder Technologiedienstleistern wie Boeing Digital Cinema finanziert. Kinobetreiber mussten einen bestimmten Prozentsatz ihrer Einnahmen aus dem Verkauf von Kinokarten für digitale Filme und / oder Verleiher eine Gebühr pro digitale Kopie abführen. Dieses Geschäftsmodell wurde jedoch von den US-Studios nicht mitgetragen, die nicht bereit waren, in ihre bislang direkten Beziehungen mit den Kinobetreibern einen dritten Dienst-

leistereinzuschalten. So erreichte in der Folge weder die Anzahl der Installationen von digitalen Projektoren noch die Anzahl der digitalen Neuerscheinungen eine „kritische Masse“.

### Entwicklung des amerikanischen VPF-Modells

Anfang 2002 gaben die US-Majors ihre Absicht bekannt, über ihr DCI Joint Venture Spezifikationen für das digitale Kino sowie ein Geschäftsmodell für die kommerzielle Einführung zu entwickeln. In der Praxis führt diese Ankündigung zu einer Unterbrechung des Roll-out-Prozesses sowie zur Aussetzung oder sogar Einstellung der Roll-out-Aktivitäten der Integratoren der ersten Stunde. Die DCI musste jedoch ihre Arbeit an einem einheitlichen Geschäftsmodell für das digitale Kino im zweiten Halbjahr 2004 auf Grund von Bedenken wegen möglicher Verstöße gegen kartellrechtliche Bestimmungen einstellen.<sup>28</sup> Nur wenige Monate später, im Mai 2005, unterzeichneten Technicolor Digital Cinema und Warner Bros., Disney und Sony die weltweit erste „Virtual Print Fee“-Vereinbarung (VPF). Dies war das erste Mal, dass die Studios offiziell ihre Bereitschaft zu einer Beteiligung an den Kosten der Kinobetreiber erklärten und diente als Blaupause für ein Modell, das sich in der Folge als weltweit führendes Finanzierungsmodell für die Digitalisierung von Kinos durchsetzen sollte.

Grundlage des Modells war im Wesentlichen eine Vorabfinanzierung und Installation der digitalen Ausrüstung im Kino durch einen externen Integrator in Verbindung mit der Selbstverpflichtung der Studios, ihre Filme in einem digitalen Format herauszugeben und dem Integrator für jede digitale Vorführung eine Gebühr (Virtual Print Fee) zu zahlen. Nach Auffassung einiger Beobachter wurde das VPF-Konzept vor allem entwickelt, weil die Studios nicht bereit waren, ihre Geschäftsbedingungen für den Verleih zu ändern.<sup>29</sup> Details hierzu finden Sie in nebenstehendem Kasten.

Die von Integratoren angebotenen VPF-Modelle haben zwei wesentliche Hindernisse – Bereitstellung digitaler Inhalte und Finanzierung – gleichzeitig in Angriff genommen und so dem Roll-out des digitalen Kinos in Nordamerika und letztendlich auch weltweit einen entscheidenden Impuls gegeben.

Diese Entwicklung wurde aber sichtbar von der Finanzkrise in der zweiten Jahreshälfte 2009 und 2010 beeinträchtigt, als viele Integratoren nicht mehr in der Lage waren, die für die Umsetzung ihrer Roll-out-Pläne notwendigen Mittel aufzubringen. Obwohl die Studios grundsätzlich die Konsolidierung von VPF-Programmen durch Integratoren bevorzugen, hatten einige Studios zunehmend Bedenken, dass die Anzahl der digitalen 3D-Leinwände

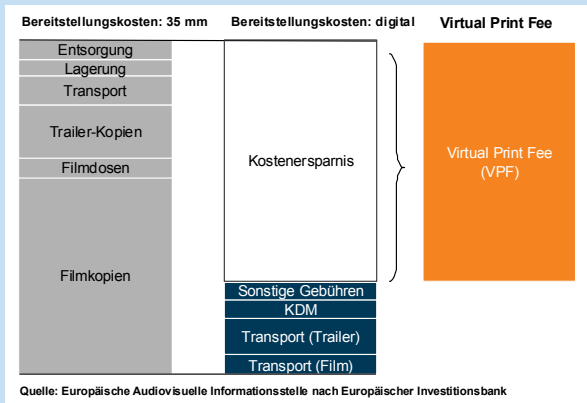
<sup>28</sup> Screen Digest, „Studios renew term of digital cinema body“, Sept. 2004

<sup>29</sup> Think Tank on European Film und Film Policy, „Background and Position Paper on d-Cinema“ erstellt für die Konferenz „The Independent Exhibition Sector and the Challenges of Digitisation“, Barcelona 2010

### Das Virtual Print Fee-Modell (VPF)

Die Virtual Print Fee (VPF) ist ein Mechanismus zur Finanzierung der Erstanschaffung einer digitalen Projektionsanlage. Das Modell basiert darauf, dass die Inhabitanbieter für jede Vorführung einer digitalen Kopie ihrer Inhalte eine „virtuelle“ Gebühr zahlen.

Ursprünglicher Grundgedanke des Modells war es, eine direkte Verknüpfung zwischen der vom Verleiher zu zahlenden Gebühr und seinen zu erwartenden Einsparungen durch den digitalen Verleih herzustellen und somit den digitalen Verleih „kostenneutral“ zu halten. Die Höhe der Gebühr wurde auf der Grundlage der Differenz zwischen den Bereitstellungskosten für eine 35-mm-Kopie und eine digitale Kopie berechnet:



Die VPF-Gebühr wird für jeden Vertrag separat ausgehandelt. Sie ist weitestgehend auf ein Niveau gesunken, dass unter dem der „Kostenneutralität“ liegt, so dass Verleiher inzwischen in der Lage sind, Einsparungen zu erzielen. Bezüglich der Höhe und der Häufigkeit der VPF-Zahlungen gibt es verschiedene Modelle, die von Einmalzahlungen zu wöchentlich variierenden Zahlungen reichen. Die tatsächliche Höhe der VPF-Zahlungen schwankt mitunter erheblich und reicht von EUR 70 bis EUR 650-750 (laut Angaben von Integratoren).

Mit den VPF-Zahlungen sollen in der Regel 75 bis 80 % der Gesamtumrüstungskosten gedeckt werden. Sie enden, sobald die Anschaffungskosten vollständig abgedeckt worden sind oder die VPF-Vereinbarung abläuft (üblicherweise nach 5 bis 10 Jahren).

Die Voraussetzungen für den Erhalt von VPF-Zahlungen umfassen in der Regel eine jährliche Mindestanzahl von Filmpremierens, eine Mindestbeteiligung (Prozentsatz) des Kinobetreibers, die Erhebung vergleichbarer Gebühren von allen Inhabitanbietern, den Einsatz einer DCI-konformen (oder nahezu DCI-konformen) Ausrüstung sowie Zugang zu den Sicherheitszertifikaten und Sicherheitsprotokollen der Ausrüstung.

Dieses VPF-Konzept wird zwar in erster Linie durch kommerzielle Integratoren wie XDC, AAM oder Ymagis angeboten, lässt sich aber auch auf andere, völlig verschiedene Rahmenbedingungen anwenden, so z.B. als direkte VPF-Vereinbarung zwischen Kinobetreiber und Verleiher, als öffentlich gefördertes Roll-out-Programm (wie in Norwegen) oder auch als rechtliche Verpflichtung der Verleiher zu einer Beteiligung an der Finanzierung (wie in Frankreich).

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MKPE Consulting, CNC, XDC, DFP

nicht ausreichend könnte, um die für 2009 geplanten, 3D-Blockbuster zu zeigen, und begannen damit, VPF-Vereinbarungen direkt mit den Kinobetreibern abzuschließen.

Anfang 2010 nahm der digitale Roll-out wieder deutlich an Fahrt auf, als DCIP, ein Verbund der drei größten US Kinoketten, die Mittel für die Umrüstung von 15 000 Leinwänden aufbringen konnte. Angesichts der Tatsache, dass allein die beiden führenden Integratoren (Cinedigm und DCIP) die Umrüstung von insgesamt 34 000 Leinwänden – d.h. 80 % aller Leinwände in Nordamerika – anstreben, ist davon auszugehen, dass nahezu alle bis 2010 in den USA und Kanada installierten Digitalleinwände im Rahmen von VPF-Vereinbarungen umgerüstet wurden.

### *Fehlende europäische Alternative führt zur Übernahme des VPF-Modells*

Im Gegensatz zu den USA ist der europäische Markt durch eine weitgehend fragmentierte Kinolandschaft gekennzeichnet (siehe Kapitel 4), die von Land zu Land große Unterschiede aufweisen kann. Dieser Umstand stellt ganz spezifische Anforderungen an die Umrüstung. Europa hat jedoch bei der Suche nach geeigneten Alternativen für die Finanzierung des digitalen Roll-out nur wenig Fortschritte gemacht.

Bis Ende 2006 waren europaweit gerade mal knapp über 500 Digitalleinwände installiert worden. Die meisten dieser Leinwände sind entweder durch das öffentlich geförderte Digital Screen Network des UK Film Council oder vom privaten Integrator XDC finanziert worden. Angesichts des enormen Finanzbedarfs für die Digitalisierung der europäischen Kinos war es klar, dass öffentliche Mittel nur einen sehr begrenzten Teil der Gesamtkosten decken können. Tatsächlich war die Initiative des UK Film Council lange Jahre die einzige ihrer Art in Europa.

Das digitale Kino konnte nur von der Industrie selbst vorangetrieben werden. Einige Pioniere wie Kinopolis (BE) haben ein paar Leinwände auf eigene Kosten umgerüstet, aber es gab kaum kommerzielle Optionen für Kinobetreiber, die nicht bereit waren, die Umrüstung auf Digitaltechnik selbst zu finanzieren. XDC (BE) bot Betreibern ein Leasingmodell an und hatte bis Ende 2006 europaweit ca. 200 Digitalleinwände installiert. Der Serverhersteller Avica unternahm den Versuch, als Aushängeschild für sein digitales Verleih-Netzwerk alle irischen Leinwände umzurüsten, aber ohne die Unterstützung der US-Majors ist dieses Projekt nie wirklich in Gang gekommen.

Letztendlich wurde überhaupt kein skalierbares Modell für ganz Europa entwickelt und das VPF-Konzept wurde aus den USA übernommen. Die erste europäische VPF-Vereinbarung wurde Mitte 2007 von Arts Alliance Media (AAM) unterzeichnet. Wie in den USA wurden die VPF-Deals in der Regel über externe Integratoren abgewickelt, während nur einige wenige große Kinoketten direkte VPF-

Vereinbarungen ausgehandelt haben. Das ursprüngliche VPF-Modell war allerdings auf die Gegebenheiten des amerikanischen Marktes ausgelegt, der sich deutlich vom Markt in Europa unterscheidet. Eine Folge hiervon war, dass die Verfügbarkeit der VPF-Finanzierung alleine nicht in dem Maße zur Ankurbelung des digitalen Roll-out beigetragen hat wie in den USA. Nur wenige Kinoketten hatten bereits vor 2009/2010 Vereinbarungen für die vollständige Umrüstung ihrer Kinos unterzeichnet. Die VPF-Modelle wurden in der Folge an die Anforderungen der stärker fragmentierten Märkte in Europa angepasst und entwickelten sich schließlich zu einem festen Bestandteil verschiedener öffentlicher Initiativen wie die in Norwegen oder das Digitalisierungsgesetz in Frankreich.

Die Finanzkrise hat wie in den USA vermutlich auch in Europa in zweiten Hälfte 2008 und Anfang 2009 den digitalen Roll-out gebremst, wurde aber vergleichsweise schnell überwunden, als sich mit den ersten 3D-Blockbustern der US-Studios für Kinobetreiber und Studios gleichermaßen eine völlig neue Chance eröffnete, beträchtliche Umsätze zu generieren. Und so wurden 3D-Filme für Kinobetreiber das erste nachweislich erfolgreiche Geschäftsmodell für digitales Kino. Darauf aufbauend, gelang es diversen Integratoren Finanzierungen abzuschließen. Zudem beschlossen viele Kinobetreiber, die Installation von 3D-Leinwänden aus eigener Kraft zu finanzieren.

### *VPF-Modell hinterlässt Finanzierungslücke für 15 bis 20 Prozent der europäischen Leinwände*

Die erste Welle der kommerziellen Einführung des digitalen Kinos wurde zweifellos von der Installation von 3D-Leinwänden angetrieben, insbesondere in den größeren Kinoketten/Kinos, die entweder Zugang zu VPF-Modellen hatten oder über genügend eigene Mittel für die Finanzierung der Umrüstung verfügten. Aber es wurde schnell deutlich, dass diese beiden Finanzierungsmöglichkeiten allein nicht die Umrüstung aller Leinwände in Europa ermöglichen würden, da sie einer nicht unerheblichen Anzahl an kleineren Betreibern nicht zur Verfügung standen.

Nach Schätzungen der Europäischen Investitionsbank hätten rund 5 000 bzw. 15 % der Leinwände in der EU keinen Zugang zu einer VPF-Finanzierung.<sup>30</sup> Mitte 2010 schätzte *Screen Digest* die Finanzierungslücke für das digitale Kino in Europa (ohne Russland) auf EUR 450 Mio., das sind ca. 20 % der geschätzten Gesamtinvestitionskosten für den Kontinent.<sup>31</sup> Ausgehend von der Annahme, dass sich die Umrüstungskosten im Schnitt auf EUR 75 000 beliefen, hätte dies bedeutet, dass geschätzte 6 000 bzw. 18 % der Leinwände in Europa die Umrüstung ohne VPF-Zahlungen bestreiten müssten.

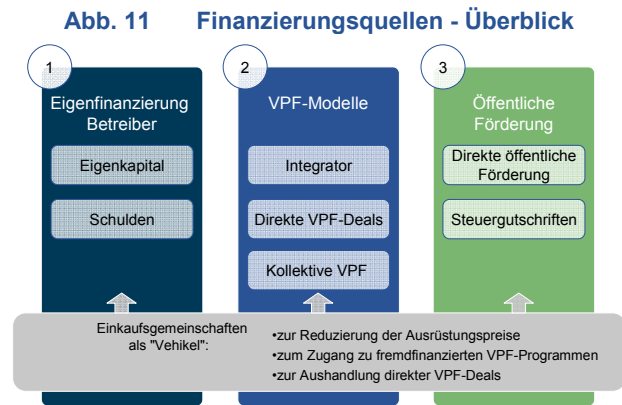
<sup>30</sup> "Financing the digital roll-out: where do we stand?", Dr. Patrick Vanhoudt, Europäische Investitionsbank, Barcelona 2010

<sup>31</sup> <http://celluloidjunkie.com/2010/07/07/david-hancock-discusses-europes-d-cinema-funding-shortfall/>

*Öffentliche Initiativen zur Korrektur des Marktversagens*

Vor dem Hintergrund einer zunehmenden Dynamik des kommerziellen Roll-out führten diese alarmierenden Zahlen und eine wachsende Notwendigkeit des Handelns ab 2009/2010 zu einer ganzen Reihe von öffentlichen Initiativen, die von direkten Fördermaßnahmen über landesweite Roll-out-Programme bis hin zu Steueranreizen und gesetzlichen Regelungen reichten. Darüber hinaus sind als Reaktion auf die Schwierigkeiten kleinerer Kinos im Zugang zu VPF-Modellen sowohl private als auch öffentlich finanzierte Einkaufsgemeinschaften entstanden. Diese sind als solche keine Finanzierungsquelle, sondern vielmehr ein Instrument, um Zugang zu einem VPF-Modell zu erhalten oder eine eigenfinanzierte bzw. öffentlich geförderte Umrüstung zu ermöglichen.

Abb. 11 bietet einen Überblick über die wesentlichen Finanzierungsoptionen, die europäischen Kinobetreibern im Prinzip ab Ende 2007 zur Verfügung standen.

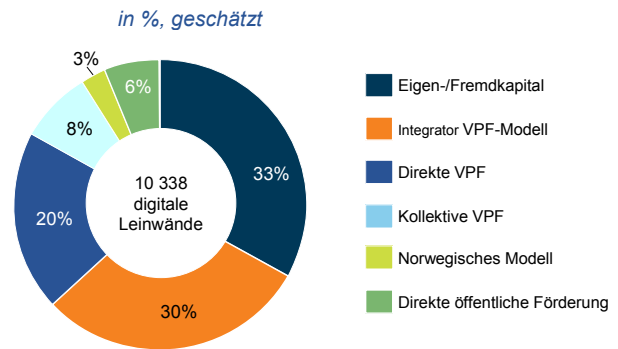


Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

**Zusammenfassung – Wie wurden europäischen Digitalleinwände bis 2010 finanziert?**

Es ist sehr schwer zu beurteilen, wie die Digitalleinwände in Europa tatsächlich finanziert werden. Erstens sind diese Daten vertraulich und somit nicht öffentlich verfügbar. Zweitens nutzt die große Mehrheit der Kinobetreiber verschiedene Finanzierungsquellen, da sich diese in der Regel nicht gegenseitig ausschließen. Die Informationsstelle hat trotz dieser offenkundigen Einschränkungen einen Versuch unternommen, eine sehr grobe Schätzung der Anzahl der Digitalleinwände vorzunehmen, die bis Ende 2010 „vorwiegend“ aus den verschiedenen Finanzierungsquellen finanziert wurden (siehe Abb. 12). Zu beachten ist, dass die steuerlich begünstigten Leinwände in Italien (7 % aller Digitalleinwände in Europa) entweder der Kategorie „eigenfinanziert“ oder der Kategorie VPF-finanziert zugeordnet werden, da in dieser Hinsicht keine Unterscheidung möglich ist.

**Abb. 12 Hauptfinanzierungsquellen für digitale Leinwände – 2010**



Hinweis: Die 760 italienischen Leinwände, die von einer Steuergutschrift profitieren, fallen entweder unter die Kategorie der eigenfinanzierten oder die Kategorie der VPF-finanzierten Leinwände, da eine Unterscheidung zwischen diesen Finanzierungsquellen nicht möglich ist.

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

*VPF-Finanzierung deckt ca. 61 % der Digitalleinwände*

Schätzungen zufolge wurden ca. 61 % der Digitalleinwände im Wesentlichen über ein VPF-Modell finanziert. Dies macht VPF zwar zum wichtigsten Finanzierungsmodell, bedeutet aber auch, dass knapp 40 % der Digitalleinwände aus anderen Quellen finanziert werden müssen. Im Gegensatz zur Entwicklung in den USA zeigt dies auch, dass die systematische Einführung des digitalen Kinos in Europa nicht allein durch die Verfügbarkeit von VPF-Modellen vorangetrieben worden ist.

VPF-Modelle wurden in erster Linie durch unabhängige Integratoren gemanagt, die in der Regel auch die Vorabfinanzierung der Ausrüstung übernehmen. Geschätzte 30 % der Digitalleinwände sind im Rahmen solcher Finanzierungsmodelle umgerüstet worden. Diese stellen somit die wichtigste Finanzierungsform für größere Kinoketten dar und ihre Bedeutung scheint 2011 zugenommen zu haben. Die kleineren Kinos hingegen hatten jedoch offenbar nur bedingt Zugang zu solchen Modellen.

Auf Grund des hohen Verwaltungsaufwands und der hohen Rechtskosten handeln die Studios in der Regel nur mit den größten Kinoketten direkte VPF-Vereinbarungen aus. Nach Recherchen der Informationsstelle gibt es sechs große Ketten, die direkte langfristige VPF-Vereinbarungen abgeschlossen haben sollen. Ihre Digitalleinwände machen zusammen rund 20 % aller Digitalleinwände im Jahr 2010 aus. Es ist nicht damit zu rechnen, dass in Zukunft noch viele individuelle direkte VPF-Vereinbarungen abgeschlossen werden. Eine zunehmend wichtige Rolle als Finanzierungsquelle dürften in Zukunft kollektiv ausgehandelte VPF-Deals spielen. Diese werden dann entweder im Rahmen einer landesweiten Initiative (z.B. in Norwegen oder den Niederlanden) oder durch eine gesetzliche Regelung (z.B. in Frankreich) geregelt oder zwischen Verleiher- und Kinobetreiberverbänden ausgehandelt (z.B. in Italien). Bis 2010 waren etwa 3 % aller digitalen Leinwände nach dem norwegischen Modell fi-

nanziert worden. Auf andere kollektiv ausgehandelte VPF-Vereinbarungen entfallen Schätzungen zufolge mindestens 8 % der digitalen Leinwände.

### *3D ermöglicht eigenfinanzierte Umrüstung im großen Stil*

Für die erste große Welle des 3D-Kinos scheint die Eigen- und/oder Fremdkapitalfinanzierung eine der wichtigsten Finanzierungsquellen gewesen zu sein. So wird davon ausgegangen, dass geschätzte 33 % der bis Ende 2010 installierten Digitalleinwände in erster Linie von den Kinobetreiber selbst finanziert wurden.

Dass eine Eigenfinanzierung in diesem hohen Umfang möglich war, dürfte in direktem Zusammenhang mit dem 3D-Phänomen in den Jahren 2009 und 2010 stehen. Viele Kinobetreiber waren auf einen raschen Zugang zur 3D-Technik angewiesen, um die zahlreichen 3D-Blockbuster wie z.B. *Avatar* zeigen zu können und hatten einfach nicht genügend Zeit, um eine umfassende VPF-Vereinbarung auszuhandeln. Mit den 3D-Filmen verfügten sie plötzlich über ein Geschäftsmodell, das eine schnelle Amortisation der Investitionskosten versprach und ihnen vermutlich auch den Zugang zu Bankkrediten erleichterte.

Neben der 3D-Technik scheint das VPF-Konzept für viele Kinobetreiber das einzige tragfähige Geschäftsmodell zu sein, da es dem digitalen 2D-Kino bislang nicht gelungen ist, die für die Amortisation der Investitionskosten notwendigen finanzielle Anreize zu schaffen. Die Zahlen für 2011 lassen den Schluss zu, dass viele der Kinoketten, die finanziell dazu in der Lage waren, ihre 3D-Kapazitäten inzwischen auf einen nahezu ausreichend hohen Stand ausgebaut haben und es bleibt abzuwarten, inwieweit sie bereit sein werden, die 2D-Umrüstung ihrer verbleibenden Leinwände aus eigenen Mitteln zu finanzieren. Es ist durchaus möglich, dass Kinobetreiber, die die Umrüstung selbst finanzieren, in der Folge für jeden gezeigten Film eine „Zugangsgebühr“ von den Verleihern verlangen werden.

Ganz allgemein betrachtet, dürfte die Eigenfinanzierung für viele kleinere Kinobetreiber keine Option sein, da sie mit sehr geringen Gewinnspannen agieren. Wenn überhaupt, wären sie vermutlich auf Premium-Preise für 3D-Filme angewiesen und es bleibt abzuwarten, ob diese mittelfristig zu halten sein werden. Die eigenfinanzierte Umrüstung einer begrenzten Anzahl von Leinwänden erlaubt es den Betreibern offenbar nicht, ausreichend hohe Rabatte auszuhandeln und stellt somit keine ausbaufähige Finanzierungsstrategie dar. So ist davon auszugehen, dass die Bedeutung der Eigenfinanzierung mit der Zeit zurückgehen wird.

### *Wachsende Rolle der direkten öffentlichen Förderung*

Stand Ende 2010 waren Schätzungen zufolge nur ca. 6 % der Digitalleinwände mit Hilfe von direkten öffentlichen Fördermitteln umgerüstet worden. So kann die öffentliche Förderung – mit Ausnahme einiger weniger Län-

der – nicht als eine treibende Kraft für die erste Phase des digitalen Roll-out angesehen werden. Ihre Bedeutung wird allerdings ab 2011 zwangsläufig zunehmen, da es vielen noch „analogen“ Kinos schwerfallen dürfte, ein VPF-Modell zu nutzen oder die Umrüstung selbst zu finanzieren.

## 2.5.2 Rolle der Integratoren

Integratoren haben bei der Lösung des Finanzierungsdilemmas in Verbindung mit der Einführung des digitalen Kinos in Europa eine wichtige Rolle gespielt. Sie sind als Dienstleister für VPF-Finanzierungsmodelle aufgetreten, als sich die US-Studios für die Konsolidierung von VPF-Vereinbarungen durch Dritte eingesetzt haben, um den hiermit verbundenen Verwaltungsaufwand, den technologischen und rechtlichen Aufwand sowie die Kosten zu minimieren.

Externe Integratoren **übernehmen eine ganze Reihe von Aufgaben**, darunter die Vorabfinanzierung der digitalen Ausrüstung, das Vertragsmanagement und die Abwicklung der VPF-Zahlungen. Dabei erlauben sie den Studios/Verleihern eine exakte Abrechnung, indem sie die digitalen Vorführungen kontrollieren und die entsprechenden VPF-Zahlungen veranlassen. Darüber hinaus bieten sie Dienstleistungen von der Beschaffung und Installation über die Wartung und Aufrüstung bis hin zur Bereitstellung von digitalen Inhalten an.

Die drei führenden Integratoren – XDC, Arts Alliance Media (AAM) und Ymagis – haben alle als Start-Ups begonnen, die von Finanzinvestoren unterstützt wurden. Lediglich Sony DCSS ist aus einem großen Technologieunternehmen entstanden.

In Tabelle 3 finden Sie eine Übersicht ausgewählter Meilensteine in der Entwicklung von fremdfinanzierten VPF-Modellen in Europa. Tabelle 4 enthält eine Liste der in der Presse verlautbarten Roll-out-Vereinbarungen.

### Integrator-Finanzierungsmodelle

Integratoren bieten im Wesentlichen zwei Finanzierungsmodelle an, die nachfolgend als „Integratormodell“ bzw. „Gebührenmodell“ bezeichnet werden.

Beim **Integratormodell** finanziert und beschafft der Integrator im Vorfeld die digitale Ausrüstung. Die Kinobetreiber zahlen eine Installationsgebühr sowie jährliche Wartungsgebühren, die sich kumuliert über die Vertragslaufzeit auf bis zu 20 % der Gesamtinvestitionskosten belaufen. Die restlichen 80 % werden durch VPF-Zahlungen an den Integrator ausgeglichen. Der Integrator bleibt bis zur vollständigen Rückzahlung der Investitionskosten Eigentümer der Ausrüstung. Verleiher, die sich nicht am VPF-Modell beteiligen, zahlen eine Vorführge-

bühr bzw. Zugangsgebühr an den Integrator, wenn sie einen ihrer Filme für eine im Rahmen des Integratormodells finanzierten Leinwand buchen wollen.

Beim **Gebührenmodell** (oder **kinofinanziertes Modell**) hingegen übernimmt der Kinobetreiber die Beschaffung und Finanzierung der digitalen Ausrüstung. Der Integrator agiert dann nur noch als zwischengeschalteter Dienstleister, der die VPF-Gebühren von den teilnehmenden Verleihern eintreibt und sie nach Abzug einer Kommissionsgebühr an den Kinobetreiber weitergibt.

Im Gegensatz zu den USA, wo sich das Gebührenmodell zum Standardfall entwickelt hat, bieten in Europa alle Integratoren mit Ausnahme von Ymagis die Vorabfinanzierung an.

Tabelle 3 Zeitachse – Europäische Integratoren

Jahr	Ausgewählte Meilensteine
2011 – H2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unabhängige Verleiher: ES: Ymagis verpflichtet 18 spanische Verleiher (99 % der Kopien) für sein VPF-Modell → de facto der <b>erste branchenweite Deal auf kommerzieller VPF-Basis</b> in Europa</li> <li>• Wichtige Deals: Ymagis / Cineplex-Gruppe (DE); XDC / Nordisk Film Cinemas (DK); AAM / Finnkino (FI); Sony / Everyman Cinemas (GB)</li> </ul>
H1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 große <b>Einkaufsgemeinschaften</b> schließen mit Integratoren ab: DFP (GB) / XDC für die Umrüstung von über 400 Leinwänden auf Basis eines speziell ausgelegten VPF-Modells; Cinema Digitaal (NL) / AAM für den VPF-finanzierten Roll-out von über 500 Leinwänden.</li> </ul>
2010 – H2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>FR: erster langfristiger VPF-Deal mit unabhängigen Verleihern:</b> AAM / MK2 Distribution, DistriB Films</li> <li>• Denmark Digital, eine <b>Einkaufsgemeinschaft unabhängiger</b> Kinobetreiber unterzeichnet VPF-Deal mit AAM für 60 Leinwände</li> <li>• XDC erhält Zuschlag für <b>nicht-VPF-basierte Umrüstung</b> im Rahmen der Eurimages-Förderung</li> <li>• Wichtige Deals: AAM/ Yelmo Cines (ES); XDC / Reel Cinemas (GB), Cineplex (DE); Kinopolis (DE)</li> </ul>
H1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mehrere <b>Integratoren sichern Finanzierungsdeals:</b> AAM sichert sich EUR 50 Mio. von Sankaty Advisors und Bain Capital (März); XDC sichert sich Kreditlinie über EUR 100 Mio. durch ein von der EIB angeführtes Konsortium und beschafft EUR 15,3 Mio. Kapital von EVS und Investoren; Ymagis sichert sich Kreditdeal zur Finanzierung seiner Vereinbarung mit UGC für eine digitale Aufrüstung</li> <li>• Wichtige Deals: Ymagis / UGC (FR), Ocine (ES); Utopia (BE); XDC / Cineplex (DE), Kieft-Gruppe (DE); AAM / Cineworld (GB)</li> </ul>
2009 – H2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Digital Finance Ltd (DFL - IE)</b>, gibt VPF-Deals mit 4 US-Studios bekannt, um die 2005 von DCL gestartete irisch-amerikanische Roll-out-Initiative fortzuführen</li> <li>• XDC unterzeichnet <b>erste VPF-Vereinbarung mit unabhängigen Verleihern in Europa:</b> Polyfilm Verleih und Valentim de Carvalho Multimedia</li> <li>• Wichtige Deals: XDC / Helios (PL); AAM / The Space Cinema (IT)</li> </ul>
H1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trotz Kreditklemme: <b>AAM beschafft EUR 43 Mio.</b> vom IT-Dienstleister Econocom und privaten Investoren.</li> <li>• <b>Erster VPF-Deal mit Einkaufsgemeinschaft:</b> AAM / ABC (NL)</li> <li>• Wichtige Deals: XDC / Palace Cinemas (CZ, HU) [<b>erster VPF-Deal in Zentraleuropa</b>], Eurocoop (NL); Sony / Apollo Cinemas (GB) [<b>erster VPF-Deal v. Sony</b>]</li> </ul>
2008 –H2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Zwei neue Integratoren</b> unterzeichnen VPF-Deals mit US-Studios: <b>Sony DCSS</b> und <b>Ymagis</b></li> <li>• Wichtige Deals: XDC / Zon Lusomundo (PT)</li> </ul>
H1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wichtige Deals: XDC / CineplexX (AT) [<b>erster VPF-Roll-out-Deal von XDC</b>]</li> <li>• <b>XDC verpflichtet vier US-Studios</b> für europäisches VPF-Modell <b>für bis zu 8 000 Leinwände</b></li> </ul>
2007	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Erster europ. VPF-Roll-out-Deal:</b> AAM / CGR (FR)</li> <li>• Nach 18 Monaten Verhandlung unterzeichnet AAM <b>erste europäische VPF-Deals</b> mit 4 US-Studios</li> <li>• <b>Gründung von Ymagis</b></li> </ul>
2006	<ul style="list-style-type: none"> <li>• XDC schließt Leasing-Deal mit Utopia Group (BE)</li> </ul>
2005	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GB: UK Film Council wählt Arts Alliance Media für die Umsetzung seines Digital Screen Network</li> <li>• IE: Start des branchenweiten Modells von DCL</li> </ul>
2004	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Gründung von XDC</b> (bietet Leasing-Modell an)</li> </ul>
2003	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Gründung von AAM</b> (Digitalverleih-Dienstleister)</li> </ul>

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Screen Digest, MEDIA Salles, Europa Cinemas, Cineuropa

Tabelle 4 Liste der öffentlich bekannt gegebenen Roll-out-Deals mit Integratoren – bis November 2011

#	Integrator	Firma	Land	Leinwände	Standorte	Monat	Jahr
1	AAM	ABC (Amsterdam Booking Group)	NL	68	20	Februar	2009
2	AAM	CGR Cinemas	FR	400	32	November	2007
3	AAM	Cinema Digitaal	NL	500		April	2011
4	AAM	Cineworld	GB	790	77	Juni	2010
5	AAM	Denmark Digital	DK	60	31	Februar	2010
6	AAM	Finnkino Cinemas	FI	88	14	Juni	2011
7	AAM	Kieft Group (Cinestar)	DE	450		November	2011
8	AAM	The Space Cinema	IT	74	24	November	2009
9	AAM	Yelmo Cines	ES	370	31	August	2010
10	AAM	Yelmo Cines	ES	18	18	März	2009
11	AAM	Yelmo Cines	ES	5	1	Juni	2008
1	Sony	AMC Entertainment	GB	28	2	Juni	2010
2	Sony	Apollo	GB	83	n/a	Juni	2009
3	Sony	CinemaxX	DE, DK	292	34	Juni	2011
4	Sony	Everyman Cinemas	GB	13	8	Juni	2011
5	Sony	National Amusements (Showcase)	GB	276	n/a	Juni	2010
6	Sony	Vue	GB	657	68	März	2011
1	XDC	CineCitta Nürnberg	DE	21	1	Februar	2008
2	XDC	Cineplex	DE	451	n/a	Juli	2010
3	XDC	Cineplexx	AT	193	n/a	Juni	2008
4	XDC	Digital Funding Partnership	GB	400	130	März	2011
5	XDC	Eden Cinema	MT	17	1	Juli	2010
6	XDC	Euroscop (Ciné-Invest)	BE, NL	61	6	Juni	2009
7	XDC	Helios	PL	100	n/a	Dezember	2009
8	XDC	Hollywood Megaplex	AT	40	4	März	2010
9	XDC	JT Bioscopen	NL	60	13	Februar	2010
10	XDC	Kieft Group (Cinestar)	DE, CH, CZ	150	n/a	April	2010
11	XDC	Kinopolis	DE	123	15	Juli	2010
12	XDC	Manuel Salvador S.A.	ES	7	1	Juli	2011
13	XDC	Matias Villegas	ES	7	1	Juli	2011
14	XDC	Nordisk Film Cinemas	DK	117	17	June	2011
15	XDC	Odeon/UCI	PT	45	3	April	2011
16	XDC	Palace Cinemas	CZ, SK, HU	170	20	Juni	2009
17	XDC	Pere Sallent	ES	21	3	Juli	2011
18	XDC	Reel Cinemas	GB	57	15	November	2010
19	XDC	S&B Cinemas	GB	2	1	Februar	2011
20	XDC	UFA (FSF GmbH & Co KG)	DE	26	4	April	2011
21	XDC	Utopia Group*	LU, BE, ...	30	n/a	April	2006
22	XDC	Ward Anderson (Empire Cinemas)	GB	150	17	Juni	2011
23	XDC	Zon Lusomondo	PT	180	23	November	2008
24	XDC	Zon Lusomondo	PT	22	n/a	Juli	2009
1	Ymagis	Cap Cinéma	FR, CH	90	n/a	Mai	2009
2	Ymagis	Cineplex	DE	423	73	Oktober	2011
3	Ymagis	Cinéville	FR	103	13	März	2009
4	Ymagis	Grup Balaña	ES	50	n/a	Juni	2011
5	Ymagis	MK2	FR	58	10	September	2009
6	Ymagis	Nord Ouest Exploitation Cinémas	FR	17	n/a	Juni	2010
7	Ymagis	OCine	ES	134	15	Juni	2010
8	Ymagis	UGC	FR, ES, ...	605	90	Februar	2010
9	Ymagis	Utopia Group	LU, BE, ...	90	13	Juni	2010
10	Ymagis	Verdi	ES	15	n/a	Juli	2011

\* Utopia ist von XDC (Leasing-Deal) zu Ymagis (VPF-Deal) gewechselt und plante, die vollständige Umrüstung bis Juli 2011 die abzuschließen

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle



## Auswirkungen auf den Roll-out in Europa

Für größere Kinoketten haben sich Drittfinanzierungsmodelle mit der Zeit zur wahrscheinlich am häufigsten eingesetzten Finanzierungsstrategie entwickelt, obgleich ihre Rolle als Wachstumsmotor für das digitale Kino in Europa ohne Zweifel schwächer ausfällt als in den USA.

*Rund 30 % der Digitalleinwände bis 2010 von Integratoren umgerüstet*

Die Informationsstelle schätzt, dass Integratoren bis Ende 2010 ca. 30 % der Digitalleinwände in Europa installiert bzw. umgerüstet hatten (siehe Abb. 13). Dieser Anteil versteht sich als grobe Schätzung, da keine Zahlen über die von Sony DCSS installierten Leinwände öffentlich verfügbar waren. So gesehen wären Drittfinanzierungsmodelle hinter der eigenfinanzierten Umrüstung nur die zweithäufigste Finanzierungsstrategie gewesen (siehe 2.5.1).

Aber die Auswirkungen der Drittfinanzierung auf den Roll-out in Europa gehen vermutlich über die reine Anzahl der digitalen Leinwände hinaus. Durch den Abschluss von VPF-Vereinbarungen mit den US-Studios waren die Integratoren in der Lage, die Verfügbarkeit der Neuerscheinungen der US-Studios in digitalem Format zu garantieren, womit das Problem mit der Henne und dem Ei für Mainstream-Kinos weitgehend gelöst war. Des Weiteren ist davon auszugehen, dass sie einen wesentlichen Beitrag zum Rückgang der Ausrüstungspreise durch Rabatte für Großbestellungen geleistet haben.

*Ab 2011 zunehmende Bedeutung zu erwarten*

Wie Abb. 14 zu entnehmen ist, hat sich die Anzahl der Vereinbarungen für eine vollständige Umrüstung ganzer Kinoketten sowie die Anzahl der betroffenen Leinwände 2010 und 2011 deutlich nach oben entwickelt. Daraus lässt sich ableiten, dass sich der Anteil der von Integratoren finanzierten Digitalleinwände 2011 und 2012 mit der Umsetzung der in der jüngeren Vergangenheit abgeschlossenen Roll-out-Vereinbarungen deutlich erhöhen wird.

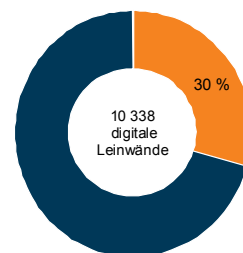
Bestätigt wird dies auch durch die Tatsache, dass die Anzahl der durch Integratoren umgerüsteten Leinwände im ersten Halbjahr 2011 stärker gewachsen ist als mit allen anderen Finanzierungsstrategien zusammen.

*Integratoren könnten bis zu 70 % der Leinwände in Europa umrüsten*

Zählt man alle Leinwände zusammen, die im Rahmen eines derzeit üblichen Modells umgerüstet werden könnten, hätten die Integratoren potenziell die Möglichkeit, etwas über 24 000 Leinwände in Europa umzurüsten, d.h. rund 70 % des gesamten Bestands an Leinwänden in Europa (siehe Tabelle 5).

**Abb. 13 Anteil der von Integratoren finanzierten Digitalleinwände – 2010**

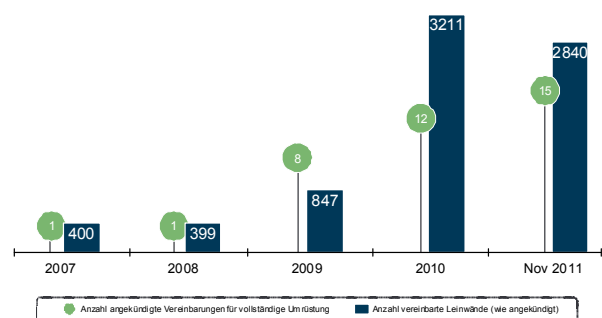
*in % von gesamt, geschätzt*



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Abb. 14 Anzahl Integrator Deals für die Umrüstung ganzer Kinoketten und Anzahl vereinbarte neue Leinwände (angekündigt)**

*in Einheiten, geschätzt*



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

**Tabelle 5 Digitale Leinwände nach Integratoren**

*in Einheiten, geschätzt*

Integrator	Studio-Vereinbarungen	Vereinbarte Leinwände	Installierte Leinwände per	
AAM	7 000	3 100	1 200	Jun 2011
XDC	8 000	4 900	2 250	Aug 2011
Ymagis	5 500	2 250	1 499	Nov 2011
Sony	9 000*	1 349**	n/a	Nov 2011
DFL/DCL	500	> 154	154	Dez 2010
<b>Gesamt</b>	<b>&gt; 24 200</b>	<b>~11 600</b>	-	-
EUR	~ 35 500	~ 35 500	-	-
in %	~ 68 %	~ 32 %	-	-

\* Weltweit; \*\* Schätzung auf Basis von Pressemeldungen über bekanntgegebene Deals  
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach AAM, XDC, Ymagis, Sony, Screen Digest

### Grenzen der Integrator VPF-Modelle

Eine Analyse der Roll-out-Deals mit Integratoren weist darauf hin, dass diese Finanzierungsstrategie in erster Linie von großen und mittelgroßen Kinoketten eingesetzt wurde. VPF-Vereinbarungen sind zwar aus offensichtlichen Gründen vertraulich, aber es gab wiederholt die Behauptung, sie enthielten gewisse Bestimmungen, durch die kleinere Kinobetreiber und Verleiher ausgeschlossen würden.

Einige der mitgeteilten Bedingungen und Zugangsvoraussetzungen von VPF-Vereinbarungen enthalten eine Mindestquote an Filmpremierens pro Leinwand, die sogenannte „Turn Rate“ (XDC nennt 16 bis 20 Neuerscheinungen pro Jahr und Leinwand) sowie einen Mindestrückfluss pro Jahr und Leinwand. Gefordert wird zudem, dass die Leinwände eines Kinos bzw. einer Kinkette innerhalb einer bestimmten Zeit umgerüstet werden muss (üblicherweise ein bis fünf Jahre), während die Rückzahlphase festgelegt ist (üblicherweise zwischen sieben und zehn Jahre). Darüber hinaus muss es im betreffenden Land bereits eine Mindestanzahl an VPF-finanzierten Leinwänden geben, bevor VPF-Modelle überhaupt angeboten werden (XDC nennt 50 bis 100 Leinwände). Wie bereits zuvor erwähnt, bleiben die von einem Integrator vorfinanzierten Projektoren bis zur vollständigen Rückzahlung Eigentum des Integrators, wodurch in gewisser Weise auch die Programmgestaltungsfreiheit des Kinobetreibers eingeschränkt wird. Für einige Betreiber sind diese Bedingungen weniger interessant als für andere. Zudem erfüllen viele kleine Kinos/ Betreiber schlicht und ergreifend diese Anforderungen nicht.

#### *Begrenzter Zugang für kleinere Kinobetreiber*

Eine hohe Anzahl von Filmpremierens wird beispielsweise als unvereinbar mit bestimmten unabhängigen Geschäftsmodelle erachtet, deren Konzept auf der Zweitverwertung oder auf langen Spielzeiten basiert. Im ursprünglichen Modell konnten Kinos nur dann an einem VPF-Modell teilnehmen, wenn sie eine ausreichende Anzahl an Filmen der US-Studios zeigen (um den angestrebten VPF-Betrag zu erreichen). So erweist sich der Zugang zu diesen VPF-Finanzierungsmodelle für kleinere Kinos, die weniger Mainstream-Inhalte zeigen und wechselnde Auslastungen aufweisen als sehr schwierig oder gar unmöglich.

Allgemein betrachtet, kann der Zugang zu diesen VPF-Modellen auch durch die Tatsache eingeschränkt werden, dass einige Kinobetreiber nicht in der Lage oder nicht willens sind, die Sicherheiten zu liefern, die nicht selten von Banken und Lieferanten gefordert werden, um sich gegen ein Scheitern des VPF-Modells zu schützen.

#### *Begrenzter Zugang für unabhängige Verleiher*

Eine vorläufige kartellrechtliche Untersuchung<sup>32</sup> durch die Wettbewerbsbehörde der Europäischen Kommission weist auf einige der Bedenken zu bestimmten Bedingungen hin, die unabhängigen Verleihern den Zugang zu VPF-Modellen erschwert oder unmöglich gemacht haben.

Obleich keine Einzelheiten veröffentlicht wurden, so scheint doch eine Hauptsorge die Meistbegünstigungsklausel („most favoured nation“) zu betreffen. Diese Klausel erlaubt es jedem Verleiher, von den günstigsten Konditionen zu profitieren, die ein Integrator einem anderen Verleiher anbietet. Die Idee dahinter war, dass alle Major-Studios die gleiche VPF-Gebühr zahlen sollten und dabei gleichermaßen Zugang zu den Digitalleinwänden erhalten.

Die Kommission befand, dass solche Bestimmungen Integratoren davon abhalten könnten, Vereinbarungen mit europäischen Verleihern abzuschließen, die auf Grund unterschiedlicher Geschäftsmodelle nicht in der Lage sein dürften, so hohe VPF-Gebühren wie die US-Majors zu zahlen. Nach den ursprünglichen Vertragsbedingungen hätten die US-Majors dann die Möglichkeit, ihre VPF-Zahlungen auf den niedrigsten Betrag zu reduzieren, der z.B. einem unabhängigen Verleiher eingeräumt wurde, was wiederum das Geschäftsmodell des Integrators gefährden würde. Die Untersuchung wurde im März 2011 eingestellt, nachdem sich mehrere Hollywood-Studios mit Vertragsänderungen einverstanden erklärt hatten, die den Zugang zu Digitalleinwänden für unabhängige Verleiher erleichtern sollten.

In der Tat hatten bis 2011 nur sehr wenige unabhängige Verleiher langfristige VPF-Vereinbarungen abgeschlossen. Während einige von ihnen kurzfristige Vereinbarungen getroffen haben, lassen sich vor Dezember 2010 nur sehr wenige langfristige VPF-Vereinbarungen mit europäischen Verleihern identifizieren.<sup>33</sup> 2011 gelang es Ymagis, eine langfristige VPF-Vereinbarung mit praktisch allen spanischen Verleihern abzuschließen, darunter auch einige kleinere unabhängige. Dies war eine Premiere für Europa und es bleibt abzuwarten, ob unabhängige Verleiher in anderen Ländern diesem Beispiel folgen werden, zumal die angebotenen VPF-Modalitäten nach jahrelangen Änderungen und Verhandlungen inzwischen weitgehend an den unabhängigen Verleihsektor angepasst worden sind.

<sup>32</sup> <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/11/257&ty pe=HTML>

<sup>33</sup> Eine Gruppe österreichischer und portugiesischer Verleiher, darunter Polyfilm Verleih (AT) und Valentim de Carvalho (PT), haben eine Vereinbarung mit XDC.MK2 (FR) unterzeichnet; DistriBFilms (FR) hat Ende 2010 einen Deal mit AAM abgeschlossen. Letzterer erfüllt die jüngsten Anforderungen der französischen Gesetzgebung, in der ein Rahmen für einen vorgeschriebenen landesweiten Beitrag seitens der Verleiher festgelegt wird.

### *Kostspielige „Limite Release“ für kleinere Verleiher*

Aber selbst mit Zugang zu diesen Integratorfinanzierungsmodellen scheint das VPF-Modell für kleinere Verleiher und ihre begrenzte Anzahl an Filmkopien eine ernste finanzielle Bürde darzustellen. Die VPF-Zahlungen, von den noch höheren „Zugangsgebühren“ ganz zu schweigen, die jene Verleiher abführen müssen, die keine langfristigen Vereinbarungen abgeschlossen haben – können fast unerschwinglich sein und könnten einige Verleiher dazu veranlassen, auf die digitale Veröffentlichung eines Films komplett zu verzichten. Die wenigen verfügbaren Daten lassen vermuten, dass bis Ende 2010 in der Tat nur Filme mit hohen Kopienzahlen digital in Kinos veröffentlicht wurden. (siehe Kapitel 2.3).

### Fazit

- Bis 2010 wurden geschätzte 30 % der Digitalleinwände von einem externen Integrator umgerüstet bzw. installiert.
- Integratorfinanzierungsmodelle scheinen sich zur am häufigsten eingesetzten Marktstrategie für große und mittlere Kinoketten entwickelt zu haben, schließen aber bestimmte Arten von kleineren Kinobetreibern aus.
- Die Bedeutung integratorfinanzierter Roll-out-Modelle wird 2011 und 2012 weiter zunehmen.
- Das Geschäftsmodell von externen Integratoren könnte die digitale Umrüstung bis zu 70 % der Leinwände in Europa abdecken.

## Kurzprofile der führenden europäischen Integratoren

<b>XDC (BE)</b>			<b>Meilensteine</b>	<b>Langfristige VPF-Deals mit:</b>	
Sitz	Liège, Belgien		<ul style="list-style-type: none"> <li>Gegründet 2004</li> <li>1. Studio-VPF-Deal: Mai 2008</li> <li>1. Betreiber-Deal: CineplexX (AT) 2008</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>6 US-Studios: Warner Bros., Sony, Paramount, 20th Century Fox, Walt Disney, Universal</li> <li>Unabhängige Verleiher: z.B. Polyfilm, Valentim de Carvalho</li> </ul>	
Beschäftigte	150				
Besitzer	EVS, Finc Inv.		<b>Mögliche Finanzierungsmodelle:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Integratormodell (Integrator finanziert)</li> <li>Gebührenmodell (Betreiber finanziert) <ul style="list-style-type: none"> <li>Leasing-Modell</li> </ul> </li> </ul>	<b>Top 3 Kunden (vereinb. Leinwände)</b>	
<b>Leinwände nach Modell (ab)</b>					
Ziel	8 000	Aug 2011	<b>VPF-Deals in 17 Ländern Europas</b> Österreich, Belgien, Luxemburg, UK, Niederlande, Deutschland, Frankreich, Spanien, Italien, Dänemark, Schweiz, Slowakei, Tschechische Republik, Ungarn, Portugal, Malta, Polen	DFP (GB)	400
Vereinb.	4 900	Aug 2011		CineplexX (AT)	193
Installiert	2 250	Aug 2011		Zon Lusomundo (PT)	180
<b>Arts Alliance Media AAM (GB)</b>			<b>Meilensteine</b>	<b>Langfristige VPF-Deals mit:</b>	
Sitz	London, UK		<ul style="list-style-type: none"> <li>Gegründet 2003</li> <li>Umsetzung DSN (GB) 2005 bis 2007 <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Studio-VPF-Deal: Juli 2007</li> </ul> </li> <li>1. Betreiber-Deal: CGR (FR) Nov 2007</li> <li>Strategische Partnerschaft mit Arquiva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>5 US-Studios: Sony, Paramount, 20th Century Fox, Walt Disney, Universal</li> <li>Unabhängige Verleiher: z.B. MK2, DistriB Films (FR, Dez 2010)</li> </ul>	
Beschäftigte	65				
Besitzer	Finc. Inv.		<b>Mögliche Finanzierungsmodelle:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Integratormodell (Integrator finanziert)</li> <li>Gebührenmodell (Betreiber finanziert)</li> </ul>	<b>Top 3 Kunden (vereinb. Leinwände)</b>	
<b>Leinwände nach Modell (ab)</b>					
Ziel	7 000	Nov 2011	<b>VPF-Deals in 9 Ländern Europas</b> UK, Niederlande, Deutschland, Frankreich, Spanien, Finnland, Italien, Dänemark, Norwegen	Cineworld (GB)	790
Vereinb.	3 100	Jun 2011		Cinema Digitaal (NL)	500
Installiert	1 200	Jun 2011		Cinestar (DE)	450
<b>Ymagis (FR)</b>			<b>Meilensteine</b>	<b>Langfristige VPF-Deals mit:</b>	
Sitz	Paris, France		<ul style="list-style-type: none"> <li>Gegründet 2007</li> <li>1. Studio-VPF-Deal: Juli 2008</li> <li>1. Betreiber-Deal: Cap Cinéma (FR) 2009</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>5 US-Studios: Paramount, 20th Century Fox, Walt Disney, Sony, Universal</li> <li>Unabhängige Verleiher: z.B. 18 spanische Verleiher</li> </ul>	
Beschäftigte	n/a				
Besitzer	Mgt., Finc. Inv.		<b>Mögliche Finanzierungsmodelle:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gebührenmodell (Betreiber finanziert)</li> </ul>	<b>Top 3 Kunden (vereinb. Leinwände)</b>	
<b>Leinwände nach Modell (ab)</b>					
Ziel	5 500	Nov 2011	<b>VPF-Deals in 8 Ländern Europas</b> Frankreich, Belgien, Italien, Deutschland, Spanien, Niederlande, Luxemburg, Schweiz	UGC (FR)	605
Vereinb.	2 250	Nov 2011		Cineplex (DE)	423
Installiert	1 499	Nov 2011		Ocine (ES)	134
<b>Sony DCSS (GB)</b>			<b>Meilensteine</b>	<b>Langfristige VPF-Deals mit:</b>	
Sitz	London, UK		<ul style="list-style-type: none"> <li>Gegründet 2008</li> <li>1. Studio-VPF-Deal: Okt 2008</li> <li>1. Betreiber-Deal: Apollo Cinemas (GB)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>5 US-Studios: Paramount, Sony, 20th Century Fox, Universal, Walt Disney,</li> <li>Unabhängige Verleiher: n/a</li> </ul>	
Beschäftigte	n/a				
Besitzer	Sony Corp		<b>Mögliche Finanzierungsmodelle:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Integratormodell (Integrator finanziert)</li> </ul>	<b>Top 3 Kunden (vereinb. Leinwände)</b>	
<b>Leinwände nach Modell (ab)</b>					
Ziel	9 000	weltweit	<b>VPF-Deals in 3 Ländern Europas</b> UK, Deutschland, Dänemark	VUE (GB)	657
Vereinb.	n/a	-		Cinemaxx (DE, DK)	292
Installiert	n/a	-		Showcase (GB)	276

Quellen: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach AAM, XDC, Ymagis, Sony, Screen Digest

### 2.5.3 Rolle der direkten VPF-Deals

Einige Kinoketten haben direkte VPF-Vereinbarungen mit großen Verleihern und insbesondere mit US-Studios getroffen, ohne zwischengeschalteten Integrator. Solche direkten Vereinbarungen wurden zwar eine Zeit lang von einigen US-Studios angeboten, um die Finanzierungsprobleme der Integratoren während der Kreditklemme zu überwinden, aber in der Regel haben die Studios kostenintensive direkte VPF-Deals mit einzelnen Ketten oder Initiativen auf Grund der zeitaufwändigen Verhandlungen und des hohen Verwaltungsaufwands vermieden. So steht diese Option im allgemeinen nur sehr großen Kinoketten zur Verfügung.

Mit Ausnahme des Beispiels von Odeon & UCI gibt es so gut wie keine öffentlich verfügbaren Informationen über direkt ausgehandelte VPF-Vereinbarungen zwischen Kinobetreibern und US-Studios oder anderen Verleihern. Im März 2010 erwähnt die Europäische Investitionsbank sechs große europäische Kinoketten, die sich für diese Finanzierungsstrategie entschieden haben und von denen einige bereits Vereinbarungen abgeschlossen hatten, während sich andere noch in der Verhandlungsphase befanden.<sup>34</sup> Vier von ihnen haben letztendlich mit Integratoren abgeschlossen: Cineworld (GB) hat Mitte 2010 einen Deal mit AAM unterzeichnet, während Cinestar (DE) im April 2010 mit XDC einen teilweisen Roll-out und im November 2011 mit AAM die vollständige Umrüstung des Netzwerks vereinbart hat. VUE (GB) und Cinemaxx (DE, DK) haben in der ersten Hälfte 2011 mit Sony abgeschlossen.

#### *Sechs Kinoketten schließen direkte VPF-Deals ab*

In Tabelle 6 sind die europäischen Kinoketten angegeben, die Berichten zufolge ihr eigenes VPF-System eingerichtet haben. Es ist jedoch nicht klar, inwieweit sich diese Systeme auf langfristige VPF-Vereinbarungen mit Verleihern beziehen und in welchem Umfang sie auf „Zugangsgebühren“ beruhen, die von allen Verleiher gezahlt werden müssen, die einen Film auf einem der digitalen Leinwände des jeweiligen Netzwerks veröffentlichen wollen.

Odeon & UCI, die mit Abstand größte europäische Kinokette, hat im Oktober 2009 den Abschluss von VPF-Deals mit Walt Disney, Paramount und Fox<sup>35</sup> bekanntgegeben und die Digital Deployment Associates Ltd. (DDA), gegründet, um die Umrüstung und das VPF-Management für die Odeon-Kette abzuwickeln. Zum Zeitpunkt der Unterzeichnung betrieb Odeon & UCI europaweit 1 800 Leinwände, von denen 187 bereits umgerüstet worden waren.

**Tabelle 6 Liste der bekanntgegebenen direkten VPF-Deals**

*in Einheiten, geschätzt*

Kinokette	Leinwände 2010	Digitale Leinw. 2010
Odeon & UCI (GB, AT, ES, IT, DE,...)	2 103	844
Europalaces <sup>1)</sup> (FR, CH, NL)	994	499
Cinema City (PL, BG, CZ, HU, RO,...)	753	242
Kinepolis (BE, FR, CH, ES)	300	239
Multikino (PL, LT, LV)	212	137
Cinema Park (RU)	140	74
<b>Direkt-VPF Kinoketten Gesamt</b>	<b>4 502</b>	<b>2 035</b>
<b>Einkaufsgemeinschaften</b>		
Norwegen – öffentliche EK-Gem.	415	268
<b>Direkt-VPF Gesamt</b>	<b>4 917</b>	<b>2 321</b>

1) Les Cinémas Gaumont Pathé (Europalaces)

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Europäische Investitionsbank, Film Journal, NevaFilm, Kinepolis, The Warsaw Voice, Europa Distribution

Obleich keine der übrigen Ketten offiziell Informationen über eventuelle Deals veröffentlicht hat, wurde berichtet, dass Europalaces (Les Cinémas Gaumont Pathé)<sup>36</sup> sowie Kinepolis<sup>37</sup> seit 2008/2009 eigene VPF-Systeme eingeführt haben. Bestätigt wird dies durch die Tatsache, dass sie zu keiner Zeit Vereinbarungen mit einem Integrator abgeschlossen haben, aber mit 499 bzw. 239 Digitalleinwänden (Stand Dezember 2010) zu den führenden digitalen Kinoketten zählen (siehe Liste der Top 50 Verleiher in Kapitel 4.3).

Erst unlängst sollen die zwei führenden Kinoketten in Mittel- und Osteuropa, Cinema City (PL)<sup>38</sup> und Multikino (PL)<sup>39</sup>, direkte VPF-Deals mit den US-Studios abgeschlossen haben. Laut einem Bericht von NevaFilm war Cinema Park die erste (und bislang einzige) russische Kinokette, die eine langfristige VPF-Vereinbarung mit einem Verleiher abgeschlossen hat (Central Partnership).<sup>40</sup> Interessant in diesem Zusammenhang ist die Tatsache, dass in einigen der Länder, in denen diese Unternehmen tätig sind, darunter Russland, Bulgarien, Ungarn, Rumänien, Slowakei, Litauen und Lettland, keine VPF Deals mit Integratoren abgeschlossen wurden.

<sup>34</sup> Europäische Investitionsbank "Financing the digital roll-out: where do we stand?", Dr. Patrick Vanhoudt, Barcelona März 2010

<sup>35</sup> <http://www.ddal.co.uk/news-article/pan-european-digital-cinema-deals>

<sup>36</sup> Europa Distribution, "Digital Roll Out - Some Issues", März 2008.

<sup>37</sup> Beispiel: Kinepolis Group Geschäftsbericht Q3 2011, Bericht über VPF-Einnahmen.

<sup>38</sup> Film Journal, "Building a Cinema City: Mooky Greidinger honored as 'exhibition force'", Juni 2011

<sup>39</sup> The Warsaw Voice, "Movie Theaters Go Digital", Oktober 2011

<sup>40</sup> NevaFilm, "The Film Distribution Market in Russia", Dezember 2010

*Deutliche Auswirkungen bis 2010,  
aber vermutlich nur bedingtes Potenzial für neue Deals*

Auf Grund des Mangels an öffentlich verfügbaren Informationen über direkte VPF-Deals ist es schwer, die Bedeutung dieser Finanzierungsstrategie zu beurteilen. Unter der Annahme, dass die von den sechs genannten Kinoketten eingerichteten VPF-Systeme wie langfristige VPF-Vereinbarungen behandelt werden können, würde eine Addition ihrer Digitalleinwände mit Stand Ende 2010 den Schluss nahelegen, dass für rund 20 % der Digitalleinwände diese Finanzierungsstrategie gewählt wurde (siehe Abb. 15). Dies stellt einen nicht unerheblichen Teil der Digitalleinwände dar und ist auf die Größe der wenigen Kinoketten zurückzuführen, die mutmaßlich direkte Deals abgeschlossen haben.

Es kann jedoch davon ausgegangen werden, dass ab 2011 kaum neue langfristige direkte VPF-Deals abgeschlossen werden. Erstens verfügen die meisten europäischen Ketten inzwischen über ein funktionierendes Finanzierungssystem und zweitens versuchen die US-Studios, ihre VPF-Verpflichtungen zurückzuführen.

Der Anteil der umgerüsteten Leinwände, die überwiegend durch langfristige direkte VPF-Vereinbarungen finanziert werden, dürfte demzufolge mit der Zeit zurückgehen. Legt man die Gesamtzahl der von den sechs genannten Kinoketten und in Norwegen betriebenen Leinwände zugrunde, könnten langfristige direkte VPF-Vereinbarungen zur Finanzierung von bis zu ca. 14 % aller Leinwände in Europa beitragen.

### *Zunehmende Bedeutung kollektiver VPF-Modelle*

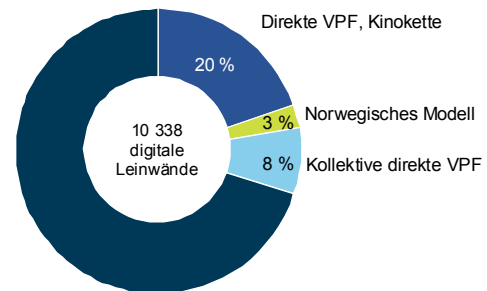
Im Gegensatz zu direkten VPF-Deals, dürfte ab 2011 die Bedeutung kollektiv ausgehandelter Finanzierungsvereinbarungen zunehmen. In dieser Hinsicht wegweisend war die **norwegische** Dachorganisation Film & Kino, der es gelungen ist, mit den US-Majors im Namen aller Kinos in Norwegen langfristige direkte VPF-Zahlungen für ein landesweites Roll-out-Programm auszuhandeln, das über VPF-Zahlungen, Beiträge von Verleihern und einen im Vorfeld eingerichteten Genossenschaftsfonds finanziert wird (näheres hierzu siehe Kapitel 10).

In der jüngeren Vergangenheit sind weitere kollektive Modelle auf der Basis von VPF-Zahlungen von Verleihern an Kinobetreiber aufgetaucht. Dabei werden die Zahlungen entweder per Gesetz vorgeschrieben (wie in Frankreich) oder zwischen Verleiher- und Betreiberverbänden ausgehandelt (so in der Schweiz und Italien): In **Frankreich** wurde Ende 2010 ein Digitalisierungsgesetz verabschiedet, mit dem den Verleihern VPF-ähnliche Zahlungen auferlegt wurden, sei es direkt oder über einen Integrator (näheres hierzu siehe Kapitel 10). In **Italien** haben sich Verleiher- und Betreiberverbände im Dezember 2009 darauf verständigt, eine VPF-Vereinbarung für den gesamten italienischen Markt abzuschließen.<sup>41</sup> In der

<sup>41</sup> \* Laut einer Präsentation von Nicola Grispello (AGIS, ANEC) im Juni

Schweiz wurde einem Bericht bei der Europa Distribution Konferenz im Oktober 2011 zufolge eine entsprechende Vereinbarung zwischen lokalen Verleihern und mittelgroßen Kinobetreibern abgeschlossen. Bis Ende 2010 wurden geschätzte 8 % der digitalen Leinwände über diese kollektiven VPF-Modelle finanziert.

**Abb. 15 Anteil Leinwände mit Direkt-VPF-Deal – 2010**  
in %, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

### Fazit

- Langfristige direkte VPF-Deals mit einzelnen Verleihern stehen nur sehr großen Kinoketten zur Verfügung.
- Es gibt so gut wie keine öffentlich verfügbaren Informationen über solche Vereinbarungen, aber von sechs europäischen Kinoketten wurde berichtet, dass sie direkte VPF-Deals mit großen Verleihern abgeschlossen haben.
- Unter der Annahme, dass es sich dabei um langfristige Vereinbarungen gehandelt hat, scheinen direkte VPF-Deals bis 2010 eine nicht unerhebliche Bedeutung für die Ko-Finanzierung des digitalen Roll-out gehabt zu haben (ca. 20 % aller Digitalleinwände). Langfristig dürften allerdings Schätzungen zufolge maximal 14 % der europäischen Leinwände auf diese Weise finanziert werden.
- Ab 2011 werden gesetzlich vorgeschriebene oder zwischen Branchenverbänden ausgehandelte neue „kollektive“ direkte VPF-Zahlungen eine zunehmend wichtige Rolle als Finanzierungsquelle spielen.

2011 wurde für den Zeitraum März bis Dezember 2011 eine VPF-Zahlung in Höhe von EUR 480 pro digitaler Kopie vereinbart. Bis dahin hatten sich 782 Leinwände an der Vereinbarung beteiligt. (Näheres hierzu siehe <http://www.mediasalles.it/digital2011/>).

## 2.5.4 Rolle der direkten öffentlichen Förderung

Direkte öffentliche Förderprogramme stellen ein wichtiges Element der Politik zur Förderung und Beschleunigung des Digitalisierungsprozesses in Europa dar. In Kapitel 10 finden sich eine detailliertere Übersicht der verschiedenen Formen der öffentlichen Förderung des digitalen Kinos, aber im vorliegenden Kapitel konzentriert sich die Analyse auf die Frage, inwieweit die öffentlichen Förderprogramme die Einführung des digitalen Kinos bis Ende 2010 vorangetrieben haben.

### *Öffentliche Förderprogramme ab 2009 aufgelegt*

Während sich die ersten öffentlichen Maßnahmen in der Regel darauf konzentrierten, die Auswirkungen des digitalen Kinos zu beurteilen und/oder landesweite Programme für seine Einführung auszuarbeiten, spielen direkte öffentliche Förderprogramme erst ab 2009 eine zunehmend wichtige Rolle. Wie Tabelle 7 zu entnehmen ist, gab es Ende 2008, nach dem Ende des Digital Screen Network des UK Film Council im Jahr 2007, nur ein einziges direktes öffentliches Förderprogramm. Ganz allgemein lässt sich sagen, dass erst ab 2009 öffentliche Förderprogramme aufgelegt wurden, wobei die große Mehrheit dieser Programme 2010 und 2011 gestartet wurden. Ende 2011 gab es geschätzte 60 laufende Programme.

**Tabelle 7 Anzahl direkte öffentliche Förderprogramme**

Jahr	Aufgelegt	In Betrieb	Beendet
2005	1	1	-
2006	-	1	-
2007	-	1	1
2008	1	1	-
2009	9	10	-
2010	16	26	2
2011	36	60	3

Hinweis: Die Angaben spiegeln die ermittelten Zahlen wider und sind ggf. nicht vollständig. Ein Programm gilt im Startjahr und im letzten Jahr als „in Betrieb“.

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

### *Öffentliche Förderung für erste Roll-out-Welle ohne große Bedeutung*

Die Anzahl der Digitalleinwände, die bis Ende 2010 umgerüstet worden waren und direkt oder indirekt (über Steuervergünstigungen) öffentlich gefördert wurden, ist in Tabelle 8 angegeben. Daraus zu entnehmen ist, dass Ende 2010 nur in 9 der 35 in diesem Bericht untersuchten Länder Europas eine direkte öffentliche Förderung angeboten wurde, während in Norwegen ein landesweites kollektives Modell und in Italien eine Steuergutschrift eingeführt wurde.

Von Finnland und der Tschechischen Republik abgesehen, wo 61 % bzw. 46 % der Digitalleinwände öffentlich

gefördert wurden, scheint die direkte öffentliche Förderung insofern nur eine untergeordnete Rolle für die Umrüstung gespielt zu haben, als lediglich geschätzte 6 % der Digitalleinwände hauptsächlich aus dieser Quelle umgerüstet/finanziert worden sind.

In Italien ist die Digitalisierung auch durch eine 2009 eingeführte Steuergutschrift gefördert worden. Diese Steuervergünstigung kann sowohl für eigenfinanzierte als auch für VPF-finanzierte Leinwände in Anspruch genommen werden. Ca. 73 % der digitalen Leinwandinstallationen hatten bis Ende 2010 die Gutschrift beantragt und bewilligt bekommen.

Zusammengerechnet bedeutet dies, dass bis Ende 2010 ca. 16 % der europäischen Leinwände in der einen oder anderen Form öffentlich gefördert worden sind, sei es direkt (6 %), über eine Gebührenmodell (Norwegen, 3 %) oder durch Steuervergünstigungen (Italien, 7 %).

Dies lässt eindeutig den Schluss zu, dass die öffentliche Förderung – mit Ausnahme einiger weniger Länder – nicht als wesentlicher Motor für die erste Phase des kommerziellen Roll-out angesehen werden kann.

### *Indirekte Bedeutung des britischen Pionier DSN-Modells (2005)*

Obleich es maximal nur 17 % der Digitalleinwände im Vereinigte Königreich ausmacht (Stand 2010), lässt sich durchaus die These vertreten, dass das Digital Screen Network (DSN) des UK Film Council eine stimulierende Bedeutung für die Einführung des digitalen Kinos hatte, und dies nicht nur im Vereinigte Königreich, sondern auch in Europa insgesamt. Es war das erste öffentliche Förderprogramm, das sich bereits 2005 mit dem digitalen Kino befasst hat und in dessen Rahmen bis 2007 238 britische Leinwände auf Digitaltechnik umgerüstet wurden. Dies war nicht nur ein erster wichtiger Impuls für die Einführung des digitalen Kinos in Europa, bevor das VPF-Modell entwickelt wurde, es hat vermutlich auch dazu beigetragen, dass das Vereinigte Königreich hinsichtlich der Veröffentlichung von Filmen in einem digitalen Format am weitesten fortgeschrittenen Land der Welt wurde. Zudem war es für AAM die Gelegenheit, sich die Installationserfahrung anzueignen, mit der sich das Unternehmen zu einem der führenden Integratoren entwickeln konnte.

### *Bedeutung der öffentlichen Förderung wird deutlich zunehmen*

Die Bedeutung der öffentlichen Förderung wird allerdings ab 2011 deutlich zunehmen, da zum einen die Zahl der öffentlichen Förderprogramme stark angestiegen ist und zum anderen 2011 großangelegte Initiativen wie beispielsweise Cinema Digitaal (NL) 2011 an den Start gegangen sind. Zudem ist davon auszugehen, dass es in erster Linie öffentlichen Initiativen überlassen bleiben wird, die Finanzierungslücke des digitalen Kinos (siehe weiter oben) zu schließen und kleinere Kinos (insbesondere mit

einer einzelnen Leinwand) im Zugang zu Digitaltechnik zu unterstützen. Wie in Kapitel 4 zu sehen sein wird, bilden diese kleineren Kinobetreiber einen wichtigen Teil der europäischen Filmtheaterlandschaft, aber sie stehen angesichts der notwendigen Umrüstung ihrer Leinwände vor ersten Schwierigkeiten.

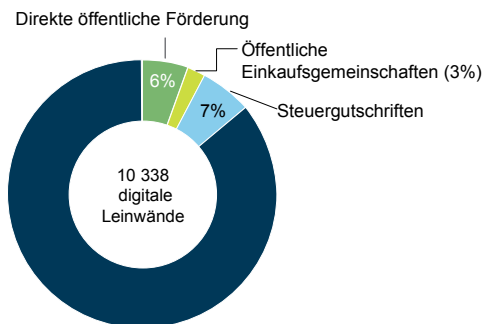
**Tabelle 8 Digitalleinwände mit direkter öffentlicher Förderung bzw. Steuergutschrift - 2010**

in Einheiten und in % von gesamt, geschätzt

Land	Öffentlich gefördert	Anteil an gesamt
FI - Finnland	54	61 %
CZ – Tschech. Rep.	61	46 %
GB – UK	238	17 %
SE - Schweden	28	18 %
DE - Deutschland	200	6 %
IE – Irland	9	6 %
PL – Polen	12	3 %
FR – Frankreich	57	3 %
IT – Italien (direkte Förd.)	22	0 %
NO - Norwegen	268	100 %
IT – Italien (Gutschrift)	760	73 %

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

**Abb. 16 Anteil der öffentlich geförderten Digitalleinwände – 2010** in %, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

### Fazit:

- Bis 2010 waren nur für ca. 6 % der Digitalleinwände direkte öffentliche Fördermittel bereitgestellt worden.
- Mit Ausnahme einiger weniger Länder kann die öffentliche Förderung folglich nicht als wesentlicher Motor für die erste Phase des kommerziellen Roll-out angesehen werden.
- Die Anzahl der öffentlichen Förderprogramme ist 2010 und 2011 deutlich angestiegen; gefördert werden nicht selten kleinere Kinos, die selbst umgerüstet haben.

- Angesichts der beträchtlichen Finanzierungslücke auf Grund der begrenzten Verfügbarkeit von VPF-Finanzierungsmodellen ist davon auszugehen, dass die Bedeutung öffentlicher Maßnahmen und der direkten öffentlichen Förderung in der zweiten und der letzten Phase des digitalen Roll-out in Europa deutlich zunehmen wird.

### 2.5.5 Rolle der Einkaufsgemeinschaften

Einkaufsgemeinschaften sind der Versuch, die Finanzierungsschwierigkeiten kleinerer Kinobetreiber zu überwinden, die weder Zugang zu VPF-Modellen von Integratoren haben noch direkte VPF-Deals mit den Studios abschließen können.

Als Einkaufsgemeinschaft wird einfach eine Gruppe von Kinobetreibern bezeichnet, die im Namen ihrer Mitglieder kollektive Umrüstungsvereinbarungen aushandelt. Einkaufsgemeinschaften wollen eines oder mehrere der folgenden Ziele erreichen:

- Reduzierung der Anschaffungskosten durch Mengenrabatte und Preisnachlässe (siehe Kapitel 2.5.2);
- Kleineren Kinobetreibern den Zugang zu Integratorfinanzierungsmodellen eröffnen, indem sie als Gruppe auftreten und so die Finanzierungsvoraussetzungen erfüllen (Genossenschaftsprinzip) (z.B. DFP);
- Erreichen einer kritischen Leinwandgröße, ab der Deals mit der Gruppe für Integratoren oder sogar US-Studios interessant werden (z.B. Cinema Digital).

#### *Einkaufsgemeinschaften als „Vehikel“ und nicht als eigene Form der Finanzierung*

Einkaufsgemeinschaften stellen keine separate Finanzierungsquelle dar, sondern sind vielmehr als „Vehikel“ zu verstehen, das den Zugang zur VPF-Finanzierung oder eine eigenfinanzierte bzw. öffentlich finanzierte Förderung ermöglichen soll. Der Begriff Einkaufsgemeinschaft ist als solcher recht weit gefasst und bezeichnet eine Fülle von Initiativen, die je nach Größe, Aufgabe und Finanzierungsmodell sehr unterschiedlich ausfallen können. Zudem werden einige von ihnen von den Kinobetreibern selbst angestoßen und koordiniert (private Einkaufsgemeinschaften), während andere von öffentlichen Einrichtungen koordiniert und ko-finanziert werden (öffentliche Einkaufsgemeinschaften).

#### PRIVATE EINKAUFSGEMEINSCHAFTEN

Private Einkaufsgemeinschaften lassen sich ähnlich wie direkte VPF-Deals nur schwer identifizieren, es sei



denn, über sie wird im Rahmen einer öffentlich geförder- ten Initiative oder eines Fremdfinanzierungsmodells be- richtet. In Tabelle 9 sind die Einkaufsgemeinschaften angegeben, die von der Informationsstelle identifiziert werden konnten.

Obleich sich die drei Initiativen in Art und Hintergrund deutlich voneinander unterscheiden, haben sie doch eines gemeinsam. Alle haben letztendlich VPF-Vereinbarungen mit Integratoren abgeschlossen, was den Schluss nahe- legt, dass sie aus eigener Kraft keine besseren Deals gefunden haben.

**Tabelle 9 Bestehende private Einkaufsgemeinschaften**  
*sofern identifizierbar*

Private Einkaufs- gemeinschaft	Leinw. / Kinos	Integrator	Datum
ABC (NL)	68 / 20	AAM	Feb 2009
Denmark Digital (DK)	60 / 31	AAM	Feb 2010
DFP (GB)	400 / 130	XDC	Mar 2011

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach AAM, XDC, DFP, *Screen Digest*

### *Aus Buchungsgemeinschaft wird Einkaufsgemeinschaft*

Die niederländische Kino-Einkaufsgemeinschaft Am- sterdam Booking Company (ABC) war der erste (identifi- zierte) Zusammenschluss von Kinobetreibern, die auf der Suche nach einer kollektiven Lösung für die Umrüstung ihrer Leinwände waren. ABC unterzeichnete bereits im Februar 2009 für die 68 Leinwände ihrer Mitglieder eine VPF-finanzierte Roll-out-Vereinbarung mit AAM, d.h. lange vor Beginn der Mainstream-Digitalisierungswelle in Euro- pa. ABC wurde jedoch nicht speziell gegründet, um den Mitgliedern die Digitalisierung ihrer Kinos zu ermöglichen, sondern agierte bereits zuvor als Programm- und Marke- tinggemeinschaft. In gewisser Hinsicht war die Entwick- lung von der Buchungsgemeinschaft zur Einkaufsgemein- schaft für das digitale Kino ein logischer Schritt, bei dem auf eine bereits bestehende Netzwerkinfrastruktur zurück- gegriffen werden kann. Letztendlich hat sich ABC dem Cinema Digitaal-Programm angeschlossen.

### *Erste „ausgewiesene“ private Einkaufsgemeinschaft*

Der zweite VPF-Deal zwischen einer privaten Einkaufs- gemeinschaft und einem Integrator wurde im Februar 2010 zwischen Denmark Digital, einem Zusammenschluss von 31 unabhängigen dänischen Kinos, und AAM abge- schlossen. Die Vereinbarung umfasste alle 60 Leinwände der Gruppe und sah die Installation von 3D-fähigen Pro- jektionssystemen vor. Zudem sollten die Betreiber die Möglichkeit erhalten, eine Satellitenempfangsanlage zu installieren, um verschiedene alternative Live-Inhalte ze- igen zu können. Der Deal war der erste seiner Art, bei dem sich kleinere Kinos explizit zu dem Zweck zusammenge- schlossen hatten, um die Digitalisierung ihrer Leinwände zu ermöglichen. Hintergrund der Initiative war die Tatsa- che, dass es damals in Dänemark einen Mangel an öffent- lichen Fördermöglichkeiten gab.

### *DFP – die bislang größte private Einkaufsgemeinschaft*

Digital Funding Partnership (DFP) ist die mit Abstand größte derzeit aktive private Einkaufsgemeinschaft. Sie wurde Mitte 2009 auf Initiative der Cinema Exhibitors' Association und mit (nichtfinanzieller) Unterstützung des UK Film Council gegründet, um kleinere und mittleren Kinobetreibern im Vereinigte Königreich die Anschaffung einer digitalen Ausrüstung zu ermöglichen. Die DFP un- tersuchte fast zwei Jahre lang die wirtschaftliche Mach- barkeit verschiedener Finanzierungsmodelle, darunter auch direkte VPF-Deals mit Studios, und vereinbarte schließlich im März 2011 einen VPF-Deal mit XDC. Der Deal umfasst die Umrüstung von 400 Leinwänden in 130 Kinos und sieht einen Start des Roll-out für das dritte Quartal 2011 vor.<sup>42</sup> Die DFP hat ein Modell entwickelt, demnach alle Laufzeiten innerhalb der Gruppe gemein- sam gerechnet werden. Auf diese Weise wird ein „Netz- werk“ simuliert, durch das die Mitglieder in die Lage ver- setzt werden, die Anforderungen eines Integratorfinanzie- rungsmodells als Gruppe zu erfüllen.

Große Einkaufsgemeinschaften sind auf Grund ihrer großen rechtlichen und politischen Komplexität schwer aufzubauen und zu organisieren. So benötigte die DFP über zwei Jahre intensiver Arbeit, bevor mit dem Roll-out begonnen werden konnte. Sie erfordern zudem in der Regel ein gewisses Maß an „Vergemeinschaftung“, d.h. die Bereitschaft größerer Betreiber zur Unterstützung der kleineren. Vor diesem Hintergrund ist es nicht verwunder- lich, dass die Gründung einer großen Einkaufs- gemeinschaft nicht selten einer öffentlichen Förderung und/oder Koordinierung bedarf, die in der Folge fester Bestandteil der Strategie eines Landes für die Einführung des digitalen Kinos wird.

## ÖFFENTLICHE EINKAUFSGEMEINSCHAFTEN

In Tabelle 10 sind die öffentlichen Initiativen aufgeführt, die auf dem Prinzip einer Einkaufsgemeinschaft aufbauen, indem sich mehrere Kinos zu einer strategischen Gruppe zusammenschließen und bei Verhandlungen als Einheit auftreten. Die Gesamtinvestitionskosten werden zwischen

**Tabelle 10 Bestehende öffentliche Einkaufsgemein- schaften**  
*sofern identifizierbar*

Öffentliche Einkaufs- gemeinschaft	Leinwände	Bemerkung
Norwegen (Film & Kino)	415	Direkt ausgehandelt
Cinema Digitaal (NL)	500	VPF-Deal mit AAM im April 2011
SKL (SE)	n/a	Einkauf Ausrüstung

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Film & Kino, AAM, Eye, SKL

<sup>42</sup> Siehe Präsentation von Steve Perrin, CEO bei DFP, unter: [http://www.mediasalles.it/training/dgt11/presentation/speaker/steve\\_perrin\\_Harnessing.pdf](http://www.mediasalles.it/training/dgt11/presentation/speaker/steve_perrin_Harnessing.pdf)

Verleihern, Kinobetreibern und dem Staat aufgeteilt. Durch die öffentlichen Mittel sinkt in der Regel der Anteil der Verleiher, wodurch die finanziellen Hürden für den Einstieg nationaler Verleiher in das Modell abgebaut werden. Zum jetzigen Zeitpunkt haben zwei dieser Initiativen viel Ehrgeiz bewiesen und sich zum Ziel gesetzt, industrieweite Umrüstungsprogramme zu vermitteln, bei denen kein einziges Kino ausgeschlossen wird. Dagegen ist das schwedische Modell eine einfachere, zentralisierte Beschaffungsinitiative. Nähere Informationen hierzu finden Sie in Kapitel 10, während sich das vorliegende Kapitel vorrangig mit der Frage befasst, inwieweit die öffentlichen Einkaufsgemeinschaften die Einführung des digitalen Kinos bis Ende 2010 vorangetrieben haben.

Dem norwegischen, von Film & Kino verwalteten Modell ist es nach mehrjährigen Vorbereitungen und Verhandlungen gelungen, VPF-Vereinbarungen mit sechs US-Studios abzuschließen. Mit dem Roll-out wurde im Juli 2010 begonnen. Bis Juli 2011 waren alle 415 Leinwände umgerüstet worden, so dass Norwegen das weltweit erste Land mit einer vollständig digitalen Kinolandschaft war. In den Niederlanden hat Cinema Digitaal (gemeinsam verwaltet vom nationalen Filminstitut Eye und von Betreiber- und Verleiherverbänden) im April 2011 einen VPF-finanzierten Roll-out-Deal mit AAM abgeschlossen. Der Deal bietet eine Blaupause für die Umrüstung von bis zu 500 Leinwänden. In Schweden will der Verband der lokalen Behörden und Regionen (SKL) für alle interessierten Kinobetreiber einen kollektiven Beschaffungsdienst anbieten.

### BEDEUTUNG DER EINKAUFSGEMEINSCHAFTEN

#### *Begrenzte Bedeutung bis 2010*

Wie bereits erwähnt, sind Einkaufsgemeinschaften keine Finanzierungsquellen im eigentlichen Sinne, sondern vielmehr ein „Vehikel“, das entweder eine Reduzierung der Anschaffungskosten oder den Zugang zu anderen Arten der Finanzierung ermöglichen soll (z.B. VPF-Zahlungen), die von externen Integratoren wie bei DFP oder Cinema Digitaal angeboten oder wie in Norwegen direkt ausgehandelt werden.

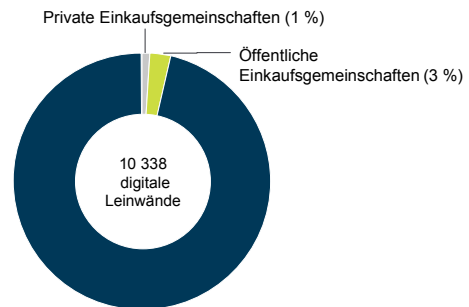
Unter der Annahme, dass alle Leinwände von ABC und Denmark Digital bis Ende 2010 umgerüstet worden sind und unter Berücksichtigung aller zu diesem Zeitpunkt in Norwegen bestehenden Digitalleinwände, haben private oder öffentliche Einkaufsgemeinschaften nur bei weniger als 4 % der Digitalleinwände den Zugang zu einem digitalen Projektionssystem ermöglicht.

Dies zeigt mehr als deutlich, dass Einkaufsgemeinschaften nirgendwo – mit Ausnahme von Norwegen – in der ersten Phase des digitalen Roll-out 2009 und 2010 eine treibende Kraft gewesen sind. Die Zahlen legen zudem den Schluss nahe, dass sich das Pionier-Konzept der

„kleinen“ Einkaufsgemeinschaften wie ABC oder Denmark Digital bei Kinobetreibern in anderen Ländern bislang nicht durchsetzen konnte. Drei der übrigen Einkaufsgemeinschaften, die seitdem an den Start gegangen sind, haben

**Abb. 17** Durch Einkaufsgemeinschaften beschaffte Digitalleinwände – 2010

*in %, geschätzt*



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

jeweils zwischen 400 und 500 Leinwände beschafft und wurden von einer größeren Anzahl von Mitgliedern und mit einer umfassenderen Zielsetzung aufgebaut.

#### *Wachsende Bedeutung 2011 und 2012*

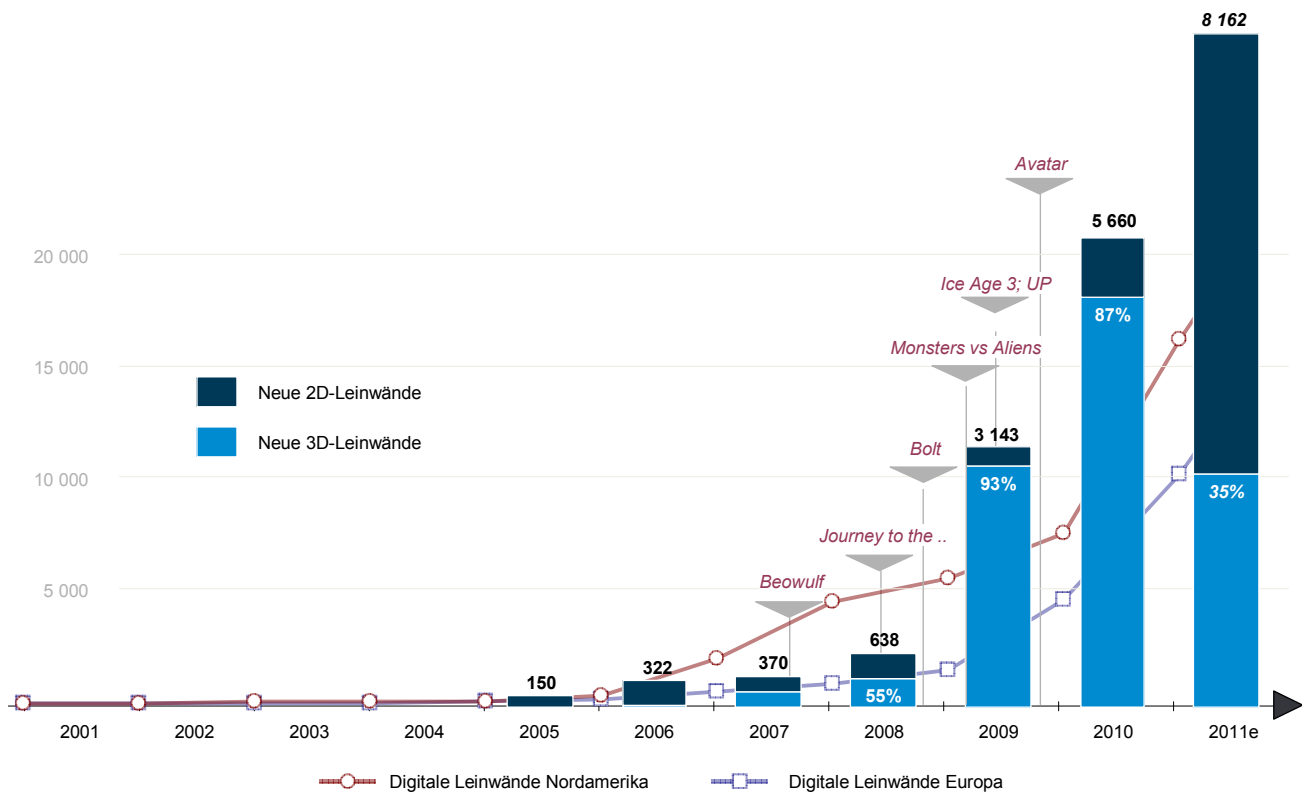
Nachdem der Roll-out in Norwegen abgeschlossen ist und DFP und Cinema Digitaal 2011 mit dem Roll-out beginnen wollen, dürfte die Zahl der über Einkaufsgemeinschaften umgerüsteten Leinwände 2011 und 2012 deutlich steigen und insbesondere im Vereinigten Königreich und den Niederlanden eine treibende Kraft für die zweite Roll-out-Phase sein.

### Fazit

- Einkaufsgemeinschaften sind keine Finanzierungsform im eigentlichen Sinn, sondern vielmehr ein „Vehikel“ für den Zugang zu anderen Formen der Finanzierung.
- Die Bedeutung von Einkaufsgemeinschaften als treibende Kraft für die Einführung des digitalen Kinos war bis Ende 2010 begrenzt (weniger als 4 % der Leinwände insgesamt).
- Ihre Bedeutung wird 2011/2012 zunehmen, wenn drei große Roll-out-Initiativen in Norwegen, den Niederlanden und dem Vereinigten Königreich gestartet oder abgeschlossen werden.
- Die Komplexität, der Zeitaufwand und die Kosten für die Bildung einer Einkaufsgemeinschaft könnten sich als Hindernis für eine breite Übernahme dieses Konzepts herausstellen und eine Unterstützung durch die öffentliche Hand erforderlich machen, aber es gibt auch einfachere Lösungen (Schweden).

## 2.6 3D liefert Geschäftsmodell

**Abb. 18** Zeitachse: Jährliche Installationen von digitalen 2D- und 3D-Leinwänden  
in Einheiten und % der 3D-Leinwände, geschätzt



Quellen: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles, *Screen Digest*, Screen International

Alle zuvor genannten Probleme in Verbindung mit dem digitalen Kino, darunter insbesondere die hohen Investitionskosten und damit verbundene dauerhafte Erhöhung der Kapitalaufwendungen, haben das vermutlich größte und schwerwiegendste Hindernis für die Einführung des digitalen Kinos zur Folge: das Fehlen eines tragfähigen Geschäftsmodells für die Mehrheit der Kinobetreiber.

### *Fehlender finanzieller Nutzen für Kinobetreiber*

Tatsache ist, dass weder die Entwicklung von Standards noch die Beteiligung der Verleiher an den Investitionskosten den Roll-out in Europa entscheidend vorangebracht haben. Was gefehlt hat, war ein finanzieller Nutzen der Umrüstung auf Digitaltechnik, der die hiermit verbundenen Kosten übertreffen würde.

### *Alternative Inhalte sind bislang keine Basis für ein Geschäftsmodell und spielen kaum eine Rolle*

In den frühen Jahren des digitalen Kinos war das wichtigste gegenüber Kinobetreibern angeführte Verkaufsargument die Erschließung neuer Einnahmeströme durch alternative Inhalte und digitale Werbung. Aus heutiger Sicht hat sich in Europa keine der beiden die hohen Er-

wartungen erfüllt. Es gibt bereits seit 2002 regelmäßig Übertragungen von Musik- oder Sportveranstaltungen. Dabei scheinen Opern das erfolgreichste Format zu sein, bei dem regelmäßig Premium-Preise von EUR 20 bis 30 pro Vorführung verlangt werden können. Aber die wenigen verfügbaren Zahlen über die Einnahmen aus alternative Inhalten lassen vermuten, dass es sich bislang nur um ein marginales Geschäft gehandelt hat. Im Vereinigten Königreich, offenbar einer der größten Märkte für alternative Inhalte in Europa, beliefen sich die Einnahmen aus alternativen Inhalten/Events auf ca. GBP 7,9 Mio. (EUR 9 Mio.), das sind gerade mal 0,8 % des Gesamteinspielergebnisses an den Kinokassen (siehe Abb. 19). *Screen Digest* schätzt den globalen Markt für alternative Inhalte auf EUR 83 Mio., von denen knapp 60 % auf die USA entfallen. Selbst unter der Annahme, dass die restlichen 40 % in der Europäischen Union generiert werden, würde dies weniger als 0,5 % des geschätzten Gesamteinspielergebnisses ausmachen. Zwar könnten alternative Inhalte für die Umrüstung einzelner Filmtheater von Bedeutung sein, aber bis Ende 2010 waren sie für die kommerzielle Einführung des digitalen Kinos in Europa kein relevanter Wachstumsfaktor.

**3D macht digitales Kino für Kinobetreiber lukrativ**

Ohne 3D-Filme wäre das digitale Kino nicht in der Art in Gang gekommen, wie es letztendlich der Fall war. Die 3D-Technik entwickelte sich sehr schnell zum wichtigsten Wachstumsfaktor für das digitale Kino in Europa. Mit 3D-Filmen wurde das erreicht, was keine andere Entwicklung der letzten zehn Jahre geschafft hat – das digitale Kino für die Mehrheit der Kinobetreiber zu einer profitablen Investition zu machen.

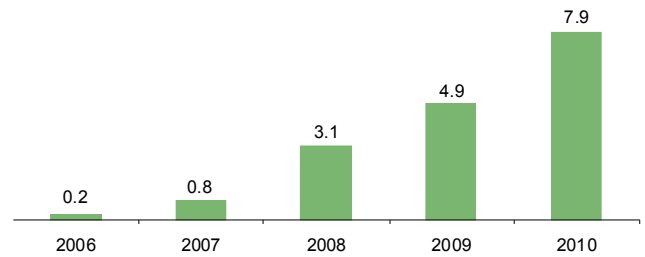
Die 2009 einsetzende Welle von 3D-Filmen generierte ein beträchtliches Interesse bei den Verbrauchern und sorgte für eine höhere Auslastung der Kinosäle. Zudem erhielten die Kinobetreiber die Möglichkeit, Premium-Preise für 3D-Vorführungen zu verlangen und so ihre Einnahmen pro Leinwand deutlich zu steigern. Letztendlich wurden Kinobetreiber mit 3D in die Lage versetzt, ihre Investitionen innerhalb einer vergleichsweise kurzen Zeit und mit relativ hoher Sicherheit zu amortisieren. Zwar haben zweifellos einige wenige Kinobetreiber auch ohne 3D ein tragfähiges Geschäftsmodell entwickelt, aber für die überwiegende Mehrheit der Betreiber wurde 3D zum einzigen „bewährten“ Geschäftsmodell für digitales Kino.

Der Erfolg der 3D-Filme ist nicht über Nacht gekommen. Wie den Tabellen 11 und 12 zu entnehmen ist, wurde das Umsatzpotenzial von 3D-Filmen an den Kinokassen über mehrere Jahre erfolgreich getestet. Der erste große Test war im November 2005 Disneys *Chicken Little*, der in den USA und Deutschland für 3D-Vorführungen im Schnitt pro Leinwand zweieinhalb- bis dreimal so viel Umsatz verzeichnete als für 2D-Vorführungen. Dieses Verhältnis wurde 2006 und 2007 durch Filme wie *Monster House* oder *Beowulf* bestätigt, und dies sogar bei einer steigenden Anzahl von 3D-Kopien.

**3D wichtigster Motor für digitales Kino**

Ausgehend von diesen vielversprechenden Ergebnissen, begannen die US-Majors den Zeitplan für 3D-Neuerscheinungen zu straffen. Wie Tabelle 12 zu entnehmen ist, ist die Anzahl der 3D-Filme schnell von 6 Neuerscheinungen 2008 auf 12 im Jahr 2009 und 28 im Jahr 2010 gestiegen. Aber mindestens genauso wichtig wie die reine Anzahl der 3D-Filme war der hohe Qualität der meisten Titel. Während die Zahl der digitalen und 3D-fähigen Leinwände Ende 2008 noch sehr begrenzt war, erlebten 3D-Filme und somit auch das digitale Kino ab 2009 einen wahren Boom (siehe Abb. 18). Die Anzahl der Neuinstallationen kletterte von 638 im Jahr 2008 auf 3143 im Jahr 2009. Nahezu alle neuen Digitalleinwände (93 %) waren 3D-fähig und wurden in erster Linie installiert, um Blockbuster wie *Ice Age 3*, *Up* und natürlich *Avatar* zu zeigen, der Film der dem kommerziellen digitalen Kino in Europa wahrscheinlich den größten Schub gegeben hat. Eine Reihe von weiteren hochkarätigen 3D-Filmen sorgte auch 2010 für die Fortsetzung dieses Trends und so wurden allein 2010 europaweit weitere 5 660 neue Digitalleinwände (davon 87 % 3D-fähig) installiert.

**Abb. 19 Einnahmen aus alternativen Inhalten/ Events in britischen Kinos 2006 – 2010**  
in Mio. GBP



Quelle: BFI / Screen Digest

**Tabelle 11 Erste 3D-Fallstudien**

Erschienen	3D-Film	Durchschn. Ergebnis*
Nov 2005	Chicken Little (Disney)	2,5x bis 3x
Aug 2006	Monster House (Sony)	2,4x
Nov 2006	Nightmare before Christmas (Disney)	3,0x
Dez 2007	Beowulf (Paramount)	3,4x
Jul 2008	Journey to the Center of the Earth	3,0x
Jan 2009	My Bloody Valentine	6,0x

\* Ist gleich durchschn.GBO pro 3D-Leinwand / durchschn.GBO pro 2D-Leinwand.

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Screen Digest

**Tabelle 12 Anzahl 3D-Spielfilme pro Jahr**  
in Einheiten, geschätzt

Jahr	Anzahl 3D-Filme	Top-Titel	Besucher gesamt, in Mio.
2005	1	Chicken Little	14.4
2006	2	Monster House	3.5
2007	2	Beowulf	5.5
2008	6	Bolt Journey to the Center...	14.0 5.8
2009	12	Avatar Ice Age: Dawn of ... Up Monsters vs Aliens G-Force	70.6 43.7 25.0 11.4 10.3
2010	28	Alice in Wonderland Toy Story 3 Shrek Forever After Despicable Me How to Train your Dragon Clash of the Titans	27.7 28.2 26.3 15.4 13.0 12.6

Hinweis: Die Gesamtbesucherzahl bezieht sich auf 2D- und 3D-Vorführungen in allen Ländern Europas bis inklusive 2010.

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Datenbank LUMIERE

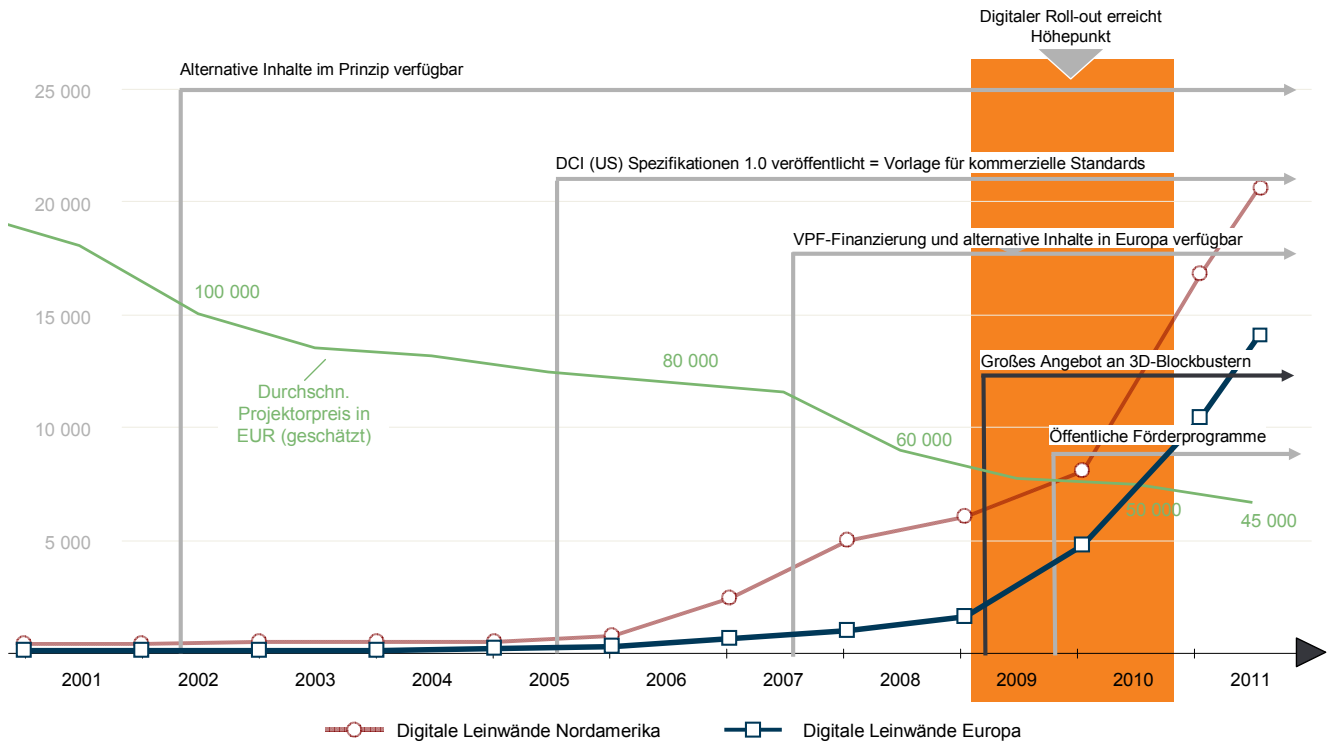
Erst 2011 ging der Nettozuwachs an Digitalleinwänden erstmals auf die Umrüstung „normaler“ 2D-Leinwände zurück, wie in Kapitel 1 beschrieben.

### Fazit

- 3D wurde zum wichtigsten Faktor für die Einführung des digitalen Kinos in Europa.
- Bis 2010 hatte sich 3D für die Mehrheit Kinobetreiber zum einzigen tragfähigen Geschäftsmodell für digitales Kino entwickelt.
- Alternative Inhalte können zwar für einzelne Kinos ein wichtiger Erfolgsfaktor sein, bleiben aber insgesamt eine Randerscheinung, die für eine breite Einführung des digitalen Kinos keine nennenswerte Rolle spielt.

## 2.7 Zusammenfassung – der digitale Roll-out in groben Zügen: von einer schlechten Investitionsentscheidung zur Notwendigkeit

Abb. 20 Zeitachse: Wachstumsfaktoren für das digitale Kino in Europa



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

2009, nach elf Jahren, ist das digitale Kino in Europa schließlich in eine kommerzielle Mainstream Einführungsphase eingetreten. Davor hatte es sich über die Jahre von einem technologiegetriebenen zu einem von den US-Studios getriebene Markt entwickelt. Die US-Studios haben den Standardisierungsprozess vorangetrieben, indem sie Mitte 2005 gemeinsame technische Spezifikationen veröffentlicht haben, die in der Folge die Grundlage für den weltweiten Standardisierungsprozess bildeten. Darüber hinaus haben sie das VPF-Modell entwickelt, das sich letztendlich als einziges tragfähiges Finanzierungsmodell für eine breite Umrüstung auf Digitaltechnik durchgesetzt und die Verfügbarkeit von US-Inhalten in digitalem Format gewährleistet hat.

Die Entwicklung von Standards und des VPF-Finanzierungsmodells waren sicherlich notwendige Meilensteine für den digitalen Roll-out in Europa, aber wie in Abb. 18 zusehen, waren sie nicht ausreichend, um die Digitalisierung wirklich voranzubringen.

Aus einer ökonomischen Perspektive betrachtet, machte das digitale Kino für die meisten Kinobetreiber immer noch keinen Sinn. Es gab kein anerkannt

bewährtes Geschäftsmodell für einen Rückfluss der Investitionskosten und die Deckung der auf Dauer höheren Kapitalwendungen. Der digitale Roll-out hat letztendlich trotz der Kreditklemme ernsthaft an Fahrt aufgenommen, als für 2009 und 2010 eine ganze Reihe von vielversprechenden 3D-Blockbustern angekündigt wurde und in der Zwischenzeit die Preise für digitale Ausrüstungen gefallen waren. Die Premium-Preise für Kinokarten sowie ein erhöhtes Zuschauerinteresse erlaubten es Kinobetreibern, die Einnahmen pro Leinwand deutlich zu steigern und die Investitionskosten zu amortisieren. Angetrieben durch 3D-Filme stieg die Marktdurchdringung digitaler Leinwände innerhalb von zwei Jahren von gerade mal 4 % auf 29 % (Ende 2010), wodurch Europa praktisch aus dem Stand in eine kostspielige kommerzielle Mainstream Übergangsphase versetzt wurde.

Der kommerzielle Roll-out in Europa wurde eindeutig von den großen Kinoketten vorangetrieben, die den größten Nutzen aus den Größenvorteilen des digitalen Kinos erwarteten und die Umrüstung entweder selbst (über Premium-Preise für 3D-Filme) oder über VPF-Vereinbarungen finanziert haben.

Die Umrüstung der großen Kinoketten wird die großen Verleiher in die Lage versetzen, in absehbarer Zeit den **35-mm-Verleih** in vielen Ländern **einzustellen**. Folglich ist die **Digitalisierung der Kinos** auch keine optionale Investitionsentscheidung mehr, sondern vielmehr **für jedes kommerzielle Kino eine Notwendigkeit** mit existenzbedrohenden Folgen für viele kleine Betreiber, die nicht in der Lage sind, die Umrüstung zu stemmen. 2010

und 2011 wurde zur Unterstützung dieser kleineren Kino betreiber eine ganze Reihe von öffentlichen Förderprogrammen aufgelegt. Aber angesichts der Tatsache, dass die ökonomischen Prinzipien des digitalen Kinos nicht auf sehr kleine Kinos angewendet werden können, könnte ein Teil der Branche gezwungen sein, auf die preisgünstigere E-Kino-Lösung auszuweichen, wodurch die universelle Interoperabilität des 35-mm-Films begraben würde.

**Tabelle 13 Entwicklung des digitalen Kinos 1999 – 2011 – Übersicht**

Jahr	Zusammenfassung der wesentlichen Entwicklungen	Ausgewählte Meilensteine	Digitale Leinwände
2011	Der Roll-out wird mit Hochdruck fortgesetzt, angetrieben von paneuropäischen Kinoketten, die die Digitalisierung ihrer Leinwände weiter vorantreiben und zum Teil abgeschlossen haben. Die Anzahl neuer 2D-Leinwände übertrifft erstmals die der 3D-Leinwände. Die öffentliche Förderung wird mit 34 neuen Programmen weiter ausgebaut. Mehr unabhängige Verleiher schließen VPF-Deals ab. Das Ende des 35-mm-Verleihs in NO und BE wird für 2011/2012 erwartet, weitere große Länder wie FR und GB wollen bis 2014 folgen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Norwegen weltweit erstes Land, das vollständig umgerüstet hat</li> <li>EU-Kommission beendet Kartelluntersuchung, als US-Majors Bedingungen der VPF-Verträge ändern.</li> <li>Ymagis schließt praktisch mit allen lokalen Verleihern in Spanien ab</li> <li>NL: Cinema Digitaal schließt mit AAM ab</li> </ul>	~18 500 (>52 %)
2010	3D ist nach wie vor der wichtigste Wachstumsmotor für das digitale Kino. Die Nettoanzahl neuer Installationen erreicht einen Rekordstand (5 660, davon 87 % 3D-fähig). Während viele der größeren Ketten VPF-Deals mit Integratoren vereinbaren, die diverse Finanzierungsdeals abschließen können, werden 16 öffentliche Förderprogramme zur Unterstützung der kleineren Kinobetreiber aufgelegt.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Französisches Digitalisierungsgesetz tritt in Kraft</li> <li>NO: branchenweite Umrüstung beginnt</li> <li>Europäische Kommission veröffentlicht Mitteilung zum digitalen Kino</li> </ul>	10 338 (29 %)
2009	Der digitale Roll-out kommt dank einer Fülle von 3D-Neuerscheinungen aus den Startlöchern, trotz der Kreditklemme. Eine erste Welle von großen Ketten vereinbart fremdfinanzierte VPF-Deals. Es gibt allerdings einen Mangel an europäischen Filmen auf Grund der fehlenden Bereitschaft unabhängiger Verleiher, VPF-Deals mit Integratoren abzuschließen. Das Konzept der Einkaufsgemeinschaft findet mehr Aufmerksamkeit: DFP (GB), Denmark Digital (DK), Cinema Digitaal (NL).	<ul style="list-style-type: none"> <li>Odeon &amp; UCI schließt direkten VPF-Deal mit US-Majors ab</li> <li>Veröffentlichung der ersten SMPTE- und ISO-Normen</li> <li>Erste VPF-Deals in Mittel- und Osteuropa</li> </ul>	4 678 (13 %)
2008	Wenig Fortschritte in Europa. Zunehmender Wettbewerb im Markt für fremdfinanzierte Installationen, XDC schließt seine beiden ersten Deals für eine vollständige Umrüstung ab; Sony und Ymagis vereinbaren VPF-Deals mit US-Studios. In den USA stockt der Roll-out wegen der Kreditklemme, der Zusammenschluss der drei größten Ketten (DCIP) setzt seine Roll-out-Aktivitäten aus. Die Preise für Projektoren beginnen zu fallen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>XDC vereinbart vollständige Umrüstung mit CineplexX und Zon Lusomundo</li> <li>Veröffentlichung der jüngsten Version der DCI-Spezifikationen</li> <li>XDC, Sony und Ymagis schließen VPF-Deals mit US-Studios ab</li> </ul>	1 535 (4 %)
2007	Im Vereinigte Königreich wird der Aufbau des öffentlich finanzierten Digital Screen Network (DSN) abgeschlossen, aber ansonsten kaum Fortschritte im restlichen Europa. Das amerikanische VPF-Finanzierungsmodell erreicht Europa. AAM ist der erste Integrator, der VPF-finanzierte Roll-out-Programme anbietet. In den USA ist die erste Phase der Einführung des digitalen Kinos in vollem Gange, in erster Linie angetrieben von integratorfinanzierten VPF-Modellen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Studios schließen erste europäischen VPF-Deals mit AAM ab</li> <li>Erster europäischer VPF-Betreiber-Deal: CGR (FR) / AAM</li> <li>US-Studios kündigen für 2009 attraktives Angebot an 3D-Filmen an</li> <li>GB: DSN-Roll-out abgeschlossen</li> </ul>	897 (2,5 %)

Tabelle 13 Entwicklung des digitalen Kinos 1999 – 2011 – Übersicht (Fortsetzung)

Jahr	Zusammenfassung der wesentlichen Entwicklungen	Ausgewählte Meilensteine	Digitale Leinwände
2006	In Europa wird die digitale Umrüstung nur durch das DSN des UK Council in größerem Umfang vorangebracht. Hiervon abgesehen, ist die Umrüstung auf Digitaltechnik auf vereinzelte Pionier Kinobetreiber beschränkt, die eine begrenzte Anzahl von Leinwänden umrüsten. In den USA beginnt die kommerzielle Einführung damit, dass die Kinoketten fremdfinanzierte VPF-Vereinbarungen abschließen, die sich 2006 zum wichtigsten Wachstumsfaktor für das digitale Kino in den USA entwickeln.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GB: DSN-Roll-out auf den Weg gebracht</li> <li>• Erste US-Kinobetreiber schließen fremdfinanzierte VPF-Deals ab</li> <li>• US: NATO veröffentlicht Anforderungen für das digitale Kinosystem</li> </ul>	527 (1,5 %)
2005	Nach über drei Jahren veröffentlicht die Digital Cinema Initiative (DCI) die Spezifikationen der US-Studios. Diese schließen die ersten VPF-Deals mit Integratoren ab und verpflichten sich erstmals zu einer Beteiligung an den Umrüstungskosten. In Europa beschränkt sich die Umrüstung auf digitale Technik auf einige wenige Pionier Kinos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veröffentlichung der DCI-Spezifikationen</li> <li>• Start der ersten kommerziellen VPF-Modelle in den USA</li> <li>• GB: UK Film Council wählt AAM für den Aufbau seines DSN</li> </ul>	205 (0,6 %)
2004	Wachsender Wettbewerb auf Projektormarkt, Sony entwickelt einzige Alternative zur DLP Cinema-Technologie von Texas Instruments	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sony stellt 4K-Projektor vor</li> </ul>	55 (0,2 %)
2003	Integratoren der ersten Generation wie Boeing stoppen den Roll-out oder steigen ganz aus.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prototyp für 2K DLP-Technologie</li> </ul>	30
2002	Der digitale Roll-out kommt in den USA – und somit weltweit – zum Stehen, nachdem die US-Majors das DCI-Joint-Venture gründen, um technische Spezifikationen und ein Geschäftsmodell für die Umrüstung zu entwickeln	<ul style="list-style-type: none"> <li>• US-Majors gründen DCI-Joint Venture</li> </ul>	22
2001	Technologie-Dienstleister finanzieren ausgewählte Testanlagen		8
2000	Technologie-Dienstleister finanzieren ausgewählte Testanlagen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gründung der ersten Integratoren</li> </ul>	11
1999	Erste kommerzielle E-Kino-Vorführungen: <i>Star Wars Episode 1</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erste E-Kino-Vorführungen in USA</li> </ul>	0

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle



# 3 Auswirkung von 3D an den Kinokassen in Europa

## ZUSAMMENGEFASST

- Es ist zu noch früh, um die Auswirkungen des digitalen Kinos auf die Programmgestaltung und die Bruttoeinspielergebnisse zu analysieren.
- Die Auswirkung von 3D dagegen ist mehr als deutlich: 3D-Filme haben die durchschnittlichen Preise für Kinokarten in die Höhe getrieben und für höhere Besucherzahlen gesorgt, wodurch die Einspielergebnisse an den Kinokassen 2009 und 2010 nie dagewesene Höhen erreicht haben.
- 3D hat auch einen Anstieg des Marktanteils der US-amerikanischen Filme von 65 % auf 68 % nach sich gezogen, zu Lasten europäischer Filme.

Es ist noch zu früh, um zuverlässige Aussagen über die Auswirkungen des digitalen Kinos auf die Einspielergebnisse an den europäischen Kinokassen zu machen, da dies erst dann festgestellt werden kann, wenn eine überwiegende Mehrheit der Leinwände in einem Land umgerüstet worden ist. Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts liegen die Einspielergebnisse nur bis Ende 2010 vor und können nicht nach digital und analog gezeigten Filmen aufgeschlüsselt werden. Zudem lag die Marktdurchdringung digitaler Leinwände erst bei 29 % und die Filme wurden parallel digital und als 35-mm-Kopie veröffentlicht.

Sehr deutlich lassen sich hingegen die Auswirkungen der 3D-Technik in den Jahren 2009 und 2010 anhand der vorliegenden Daten verdeutlichen. Durch 3D-Filme ist nicht nur die Digitalisierung vorangetrieben worden, sie sind auch der wichtigste Wachstumsfaktor für die europäischen Kinomärkte in diesen beiden Jahren gewesen.

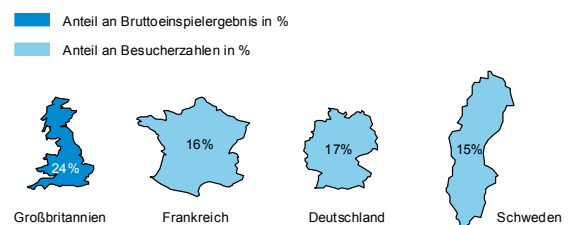
### 3D-Filme generieren hohen Anteil an Bruttoeinspielergebnis

Wie in den vorangegangenen Kapiteln beschrieben, ist die Anzahl der 3D-Leinwände 2009 und 2010 sehr stark angestiegen, da viele Kinobetreiber ihre Kinos mit mindestens einer 3D-fähigen Leinwand ausgerüstet haben, um von den zahlreichen 3D Blockbustern in den Jahren 2009 und 2010 profitieren zu können. So konnten Blockbuster wie *Avatar* oder *Alice in Wonderland* auf einer ausreichend hohen Anzahl von 3D-Leinwänden gezeigt werden und ihr Umsatzpotenzial voll ausschöpfen, d.h. für höhere Einnahmen pro Leinwand sorgen und zum wichtigsten Faktor für die Rekorderlöse an den Kinokassen werden.

So geht zum Beispiel knapp ein Viertel des Bruttoeinspielergebnisses im Vereinigten Königreich sowie 16 % bzw. 17 % der Besucherzahlen in großen Ländern wie Frankreich und Deutschland auf das Konto von 3D-Vorführungen (siehe Abb. 1).

**Abb. 1 3D-Anteil am Einspielergebnis 2010**

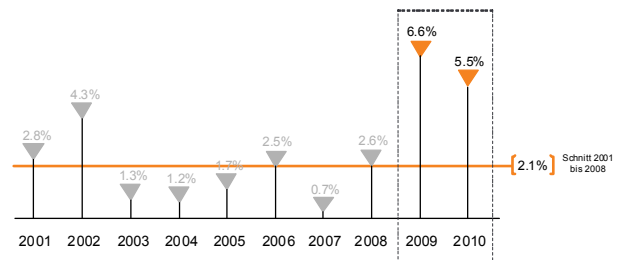
in % von brutto gesamt (GBO) / Besucher, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach BFI, CNC, FFA, SFI, Blickpunkt Film

**Abb. 2 Durchschn. Anstieg der Kinokartenpreise (Eurozone, seit 2000)**

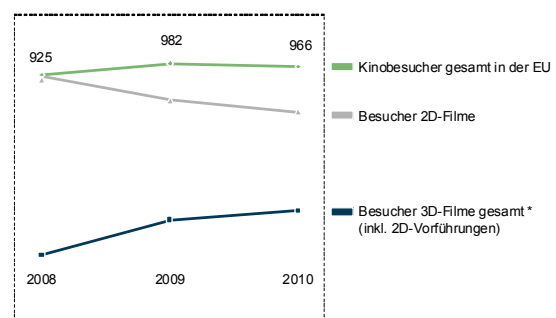
in %, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

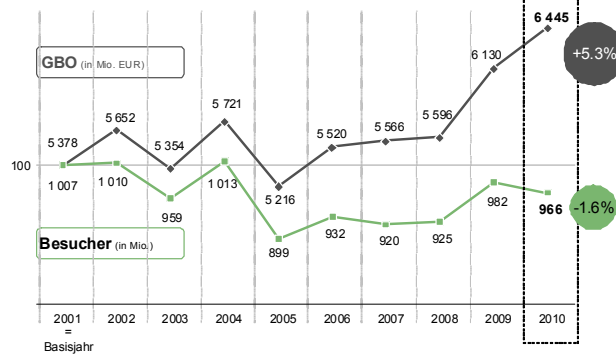
**Abb. 3 Besucherzahlen für 2D- und 3D-Filme in der EU 2008 – 2010**

in Mio., geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

**Abb. 4** Bruttoeinspielergebnisse und Besucherzahlen in der EU 2001 bis 2010  
2001 = 100 %



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

*3D treibt Kinokartenpreise ...*

Wie an früheren 3D-Neuerscheinungen zwischen 2005 und 2008 abzusehen war, waren die Zuschauer bereit, für stereoskopische Vorführungen deutlich höhere Ticket-Preise zu zahlen. Aus Abb. 2 ist zu entnehmen, welche Auswirkungen die zunehmende Anzahl an 3D-Vorführungen auf die Entwicklung des durchschnittlichen Kinokartenpreises hatte. Dieser war von 2001 bis 2008 im Schnitt um 2,1 % pro Jahr gestiegen, aber 2009 und 2010 betrug der Anstieg in der Eurozone geschätzte 6,6 % bzw. 5,5 %.

*... und auch Besucherzahlen nach oben*

3D-Filme haben den Kinobetreibern nicht nur erlaubt, höhere Preise zu verlangen, sie haben auch für höhere Besucherzahlen und somit für eine höhere Auslastung der Kinosäle gesorgt.

*Einspielergebnisse erreichen Rekordhöhen*

Abb. 3 verdeutlicht den Anstieg der Besucherzahlen für Filme, die in 3D-Format erschienen sind. Obwohl sich die Besucherzahlen leider nicht nach 3D- und 2D-Vorführungen aufschlüsseln lassen, lassen die Zahlen eindeutig den Schluss zu, dass es die begrenzte Anzahl an 3D-Filmen war, die EU-weit für den Anstieg der Besucherzahlen von ca. 920 Mio. 2007 auf 982 bzw. 966 Mio. in den Jahren 2009 und 2010 gesorgt haben.

Angetrieben von steigenden Besucherzahlen und vor allem Premium-Preisen, ist das Bruttoeinspielergebnis auf EUR 6,1 Mrd. bzw. EUR 6,5 Mrd. geklettert, die zwei höchsten Stände, die je in der Europäischen Union erreicht wurden.

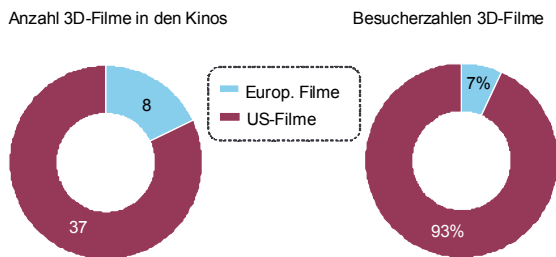
**Tabelle 2** Europa: Top 3D-Filme – 2009 / 2010  
Besucherzahlen in Mio., vorläufig, geschätzt

Pos.	Titel	Erschienen	Bes.
1	Avatar ((US)	2009	70.6
2	Ice Age: Dawn of ...((US)	2009	43.7
3	Toy Story 3 (US)	2010	28.2
4	Alice in Wonderland (US)	2010	27.7
5	Shrek Forever After (US)	2010	26,3
6	Up (US)	2009	24.9
7	Despicable Me (US)	2010	15.4
8	How to Train Your ...((US)	2010	13.0
9	Clash of the Titans (US)	2010	12.6
10	Monsters vs Aliens (US)	2009	11.4

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Datenbank LUMIERE

*Wachsende Kluft zwischen Einspielergebnis und Besucherzahlen*

**Abb. 5** In der EU gespielte 3D-Filme – 2010  
Vorläufige Zahlen, geschätzt

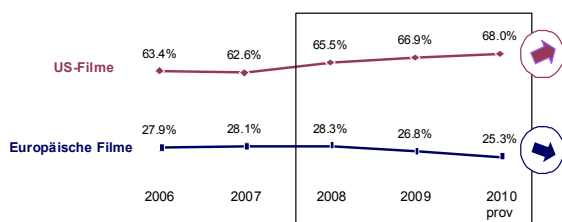


Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Wie in Abb. 4 zu sehen, ist eine Folge von 3D-Filmen die auf Grund der Premium-Preise wachsende Kluft in der Entwicklung des Einspielergebnisses und der Besucherzahlen. Beide Werte befinden sich zwar nach wie vor auf einem vergleichsweise hohen Niveau, aber die Besucherzahlen sind 2010 sogar um 1,6 % gefallen, während das Einspielergebnis um 5,3 % zugelegt hat.

*Marktanteil der US-Filme steigt zu Lasten der europäischen Filme*

**Abb. 6** EU-Marktanteile 2006 bis 2010  
Basis: Besucherzahlen; vorläufig, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Eine weitere Folge des enormen Erfolgs von 3D-Filmen war eine Verschiebung der Marktanteile zu Gunsten der amerikanischen und zu Lasten der europäischen Filme. Wie aus Abb. 5 zu entnehmen ist, machen US-Filme 2010 eine deutliche Mehrheit der in der EU gezeigten 3D-Filme und sogar 93 % der Besucher für diese Filme aus.

Angeführt von *Avatar*, für den 2009/2010 über 70 Mio. Kinokarten verkauft wurden, sind US-Filme 19 mal in der Liste der Top 20 3D-Filme in Europa vertreten. Weitere erfolgreiche Titel waren *Ice Age: Dawn of the Dinosaurs*,

*Toy Story 3*, *Alice in Wonderland*, *Shrek Forever After* und *Up*, die europaweit jeweils deutlich über 20 Mio. Besucher verzeichnen.

So ist es nicht überraschend, dass dies auch die Marktanteile amerikanischer Filme insgesamt nach oben getrieben hat, von geschätzten 65,5 % im Jahr 2008 auf 68,0 % 2010. Wie Abb. 6 zu entnehmen ist, geht der Anstieg des US-Marktanteils zu Lasten der europäischen Filme, deren Marktanteil im gleichen Zeitraum von 28,3 % auf 25,3 % zurückgegangen ist.

#### *Mittel- und langfristige Auswirkungen von 3D unklar*

Bei diesen Entwicklungen dürfte es sich um ein vorübergehendes Phänomen handeln und es bleibt abzuwarten, inwieweit 3D-Filme den Schwung des anfänglichen Erfolgs aufrecht erhalten können, der möglicherweise auf eine Kombination aus dem Reiz technischer Neuheit und einigen wenigen außergewöhnlichen Publikumsrennern zurückzuführen ist. Die Kluft zwischen Einspielergebnis und dazugehörigen Besucherzahlen kann sicher nicht auf Dauer im gleichen Tempo wachsen.

Darüber hinaus wird die dominierende Stellung der US-Filme im 3D-Sektor zunehmend von europäischen 3D-Produktionen angegriffen.



# Öffentliche Förderung von Film- und Fernsehwerken in Europa

Ein neuer Bericht der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle

156 Seiten - Elektronische Ausgabe (PDF): 165 € - Druckausgabe: 135 €

37 europäische Länder erfasst

Albanien  
Belgien  
Bosnien-Herzegowina  
Bulgarien  
Dänemark  
Deutschland  
Estland  
Finnland  
Frankreich  
Griechenland  
Irland  
Island  
Italien  
Kroatien  
Lettland  
Liechtenstein  
Litauen  
Luxemburg  
Malta  
Niederlande  
Norwegen  
Österreich  
Polen  
Portugal  
"Ehemalige jugoslawische Republik Mazedonien"  
Rumänien  
Russische Föderation  
Schweden  
Schweiz  
Slowakei  
Slowenien  
Spanien  
Tschechische Republik  
Türkei  
Ungarn  
Vereinigtes Königreich  
Zypern

Mit ihrer essenziellen Bedeutung für die europäische Filmindustrie stellt öffentliche Förderung einen zentralen Schnittpunkt zwischen öffentlicher Politik und Marktdynamik dar. Dieser Bericht, der den gesamten Bereich von einflussreichen nationalen Filmbehörden bis hin zu kleinen lokalen Initiativen umfasst, bietet einen einzigartigen Überblick über die geografische Abdeckung, das Ausmaß und den Umfang direkter öffentlicher Förderung für den Sektor.

Verbindliche Antworten auf die Schlüsselfragen:

- **Wie viele Fördereinrichtungen gibt es?**
- **Wie werden sie finanziert?**
- **Wie hoch ist das Gesamtfördervolumen?**
- **Welche Tätigkeiten werden unterstützt?**
- **Worin besteht der Unterschied zwischen nationaler und regionaler Förderung?**

Einschließlich einer Liste mit 306 Fonds sowie ein Überblick über den politische Rahmen der Filmförderung in Europa - siehe auch Inhaltsangabe auf der Rückseite.

Unverzichtbar für  
Branchenfachleute,  
politische Entscheidungsträger,  
Verwalter von Fördermitteln  
und Wissenschaftler gleichermaßen.

# TEIL 2 – VERSTÄNDNIS DER MARKT-STRUKTUREN

Dieser Teil des Berichts bietet eine detaillierte Strukturanalyse des europäischen Kinomarkts als Ganzes. Ziel ist es, einen Beitrag zu einem besseren Verständnis des „Makrokontextes“ des digitalen Kinos zu vermitteln. Hierzu sollen folgende Fragen behandelt werden:

- **Wer hat Zugang zum digitalen Kino?** Inwieweit unterscheiden sich größere von kleineren Kinobetreibern und Kinos? Welche sind die führenden „digitalen“ Kinoketten? (Kapitel 4)
- **Wo stehen die Digitalleinwände?** (Kapitel 5)
- **Welche Art digitale Ausrüstung wird installiert?** Was sind die Marktanteile von 3D bzw. 2D und 2K bzw. 4K Projektoren? (Kapitel 6)
- **Wer sind die führenden Ausrüstungshersteller?** Welche Marktanteile haben die diversen Hersteller von Projektoren, Server und 3D-Technologie? (Kapitel 7)

## *Blick auf das Gesamtbild: die paneuropäische Perspektive*

Die vorliegende Analyse konzentriert sich in erster Linie auf die paneuropäische Situation, an der die grundlegenden Aspekte des digitalen Roll-out in Europa gut illustriert werden können.

Natürlich ist der Filmverleih in erster Linie ein nationales und weniger ein paneuropäisches Geschäft und so können sich die Marktstrukturen von einem Land zum anderen deutlich voneinander unterscheiden. Aber etwas mehr Abstand von der nationalen Ebene hilft uns, die wesentlichen zugrundeliegenden Trends und Dynamiken besser zu verstehen sowie die nationalen Entwicklungen in einen breiteren Kontext einzuordnen.

Eine Betrachtung der Situation in einzelnen Ländern sprengt im Prinzip den Rahmen dieses Berichts. Um aber dem Leser einen Vergleich zwischen einzelnen Ländern zu ermöglichen, finden Sie im Referenzteil für jedes Land alle relevanten Eckdaten sowie eine Reihe von alphabetisch sortierten Länder Übersichtstabellen für ausgewählte Indikatoren.

## *Datenbasis: umfassende Daten pro Standort – 2010*

Angesichts des großen Zeitaufwands für die Erfassung und Auswertung solch umfangreicher Datenbestände lässt sich eine detaillierte Strukturanalyse nur mit einer gewissen zeitlichen Verzögerung veröffentlichen. In Kapitel 1 wurde erläutert, dass die Einführung des digitalen Kinos 2011 große Fortschritte gemacht hat. Die Analyse von 2011 Daten könnte sich folglich von derjenigen in 2010 deutlich unterscheiden, nichtsdestotrotz kann man davon ausgehen, dass mit dieser Art Strukturanalyse die zugrunde liegenden Markt-

## Methodik

Die in Teil 2 vorgestellten Zahlen basieren auf Einzeldaten für alle Kinos, die 2010 in 33 Ländern in Betrieb waren sowie entsprechende Schätzungen für Griechenland und die Türkei. Diese Zahlen wurden mit Daten für alle „digitalen Kinos“ abgeglichen, d.h. Kinos mit mindestens einer digitalen Leinwand per Dezember 2010.

Die hier angegebenen **Summen unterscheiden sich leicht** von den Summen in Teil 1 und einigen Tabellen im Referenzteil. Grund hierfür ist, dass die jüngsten Aktualisierungen der Gesamtsummen nicht mehr in die Standortdaten integriert werden konnten. Die Abweichungen sind jedoch **marginal** und beeinträchtigen die Aussagekraft der Auswertungen nicht.

Zum Zwecke dieser Studie wurden die Betreiber, Kinostandorte und Länder nach Größe kategorisiert.

### **Kinobetreiber**

Da keine Finanzindikatoren (Gewinn, Umsatz) verfügbar sind, werden die Unternehmen entsprechend der Anzahl der Leinwände unterteilt:

<b>Kleine Betreiber</b>	bis zu 3 Leinwände
<b>Mittelgroße Betreiber</b>	4 - 16 Leinwände
<b>Große Betreiber</b>	17 - 199 Leinwände
<b>Führende Betreiber</b>	über 199 Leinwände

### **Kinostandorte**

Die Kinos werden entsprechend der Anzahl der pro Standort betriebenen Leinwände kategorisiert:

<b>Einzelkinos</b>	1 Leinwand
<b>Kleiner Miniplex</b>	2 bis 3 Leinwände
<b>Großer Miniplex</b>	4 bis 7 Leinwände
<b>Multiplex*</b>	8 bis 15 Leinwände
<b>Megaplex*</b>	16 und mehr Leinwände

\* Die Definition eines Multiplex als Kino mit 8 oder mehr Leinwänden entspricht der Definition von MEDIA Salles (im Weißbuch der europäischen Kinoidustrie (1994)) und den Definitionen des European Film Agency Research Network. Die Definition eines Megaplex gilt speziell für diesen Bericht und kann sich von der Definition anderer Organisationen oder in einem anderem Kontext unterscheiden.

### **Länder**

Die nationalen Märkte werden entsprechend dem durchschnittlichen Bruttoeinspielergebnis zwischen 2008 und 2010 kategorisiert:

<b>XL-Märkte</b>	> 200 Mio. EUR
<b>Große Märkte</b>	100 bis 200 Mio. EUR
<b>Mittlere Märkte</b>	15 bis 100 Mio. EUR
<b>Kleine Märkte</b>	< 15 Mio. EUR

strukturen herausgearbeitet werden können, die wiederum zu einem besseren Verständnis der unterschiedlichen Marktverhältnisse des digitalen Roll-out in Europa sowie der unterschiedlichen Herausforderungen für die verschiedenen Akteure beitragen. Darüber hinaus liefert sie einen Bezugspunkt für die Messung der zukünftigen Auswirkungen des digitalen Kinos auf die europäischen Kinolandschaften.

# 4 Wer hat Zugang zu digitalem Kino?

## ZUSAMMENGEFASST

- Der europäische Kinomarkt ist in hohem Maße fragmentiert. 64 % der Kinos werden von kleineren Betreibern (bis zu drei Leinwände) betrieben, während auf die 20 größten Kinoketten nur 31 % der Leinwände entfallen.
- Knapp 60 % der europäischen Kinos sind Kinos mit nur einem Kinosaal und einem deutlich geringeren Zugang zu digitalem Kino: Bis Ende 2010 hatten erst 11 % dieser Einzelkinos eine digitale Leinwand installiert, gegenüber 89 % der Multi- und Megaplex-Kinos.
- Bis Ende 2010 verfolgten die Kinobetreiber eine partielle Roll-out-Strategie: 81 % der Kinos hatten nur bis zu maximal drei Leinwänden umgerüstet.

## 4.1 Digitale Kinostandorte und Leinwände pro Betreiber typ

### Überblick

Dieses Kapitel dient zwei Zielen. Erstens soll versucht werden, die Marktkonzentration in Anhängigkeit von der Größe des Betreibers zu messen (sowohl insgesamt als auch speziell auf dem „digitalen Kinomarkt“). Zweitens soll untersucht werden, inwieweit die Größe eines Betreibers Einfluss auf den Zugang zu digitalen Kino hat. Folgende Fragen werden untersucht:

- **Marktkonzentration in Abhängigkeit von der Größe des Betreibers:** Wie viele Kinounternehmen gibt es pro Größenkategorie und wie viele digitale Kinostandorte und Leinwände betreiben sie?
- **Umrüstungsstrategien:** Wie viele digitale Leinwände werden von jedem Betreiber typ im Schnitt pro Standort umgerüstet?
- **Zugang zum digitalen Kino:** Welche Typen von Kinounternehmen hatten Zugang zum digitalen Projektionssystemen und welche nicht? (Stand Ende 2010)

### Marktkonzentration

Zur Messung der Marktkonzentration kann man die Anzahl der Kinounternehmen pro Betreiberkategorie sowie die Anzahl der von jeder Betreiberkategorie kontrollierten Kinos und Leinwände heranziehen.

Die Abschätzung der Anzahl der in Europa tätigen Kinobetreiber ist keine exakte Wissenschaft. Das erste Problem betrifft die Methodik. Es gibt keine einheitliche Definition darüber, wer oder was als „Kinobetreiber“ gilt. Gehören z.B. auch Betreiber von Open-Air-Kinos dazu? Wie sieht es mit Kinoclubs, Kulturzentren mit einer oder Filmvorführungen pro Woche, gemeinnützigen Organisationen oder mit Wanderkinos aus? Die statistische Behand-

lung dieser „Sonderformen“ des Kinos wird von jedem Land und jeder Organisation anders gehandhabt. Das zweite Problem besteht darin, dass die meisten Länder Europas keine offiziellen Zahlen darüber veröffentlichen, wie viele Kinobetreiber in ihrem Land tätig sind. Somit ist es – auch ohne die Probleme in der Methodik – nicht möglich, einfach nationale Zahlen zusammenzuaddieren und daraus eine paneuropäische Gesamtzahl zu berechnen, von einer Aufschlüsselung dieser Zahlen nach Betreiber typ ganz zu schweigen.

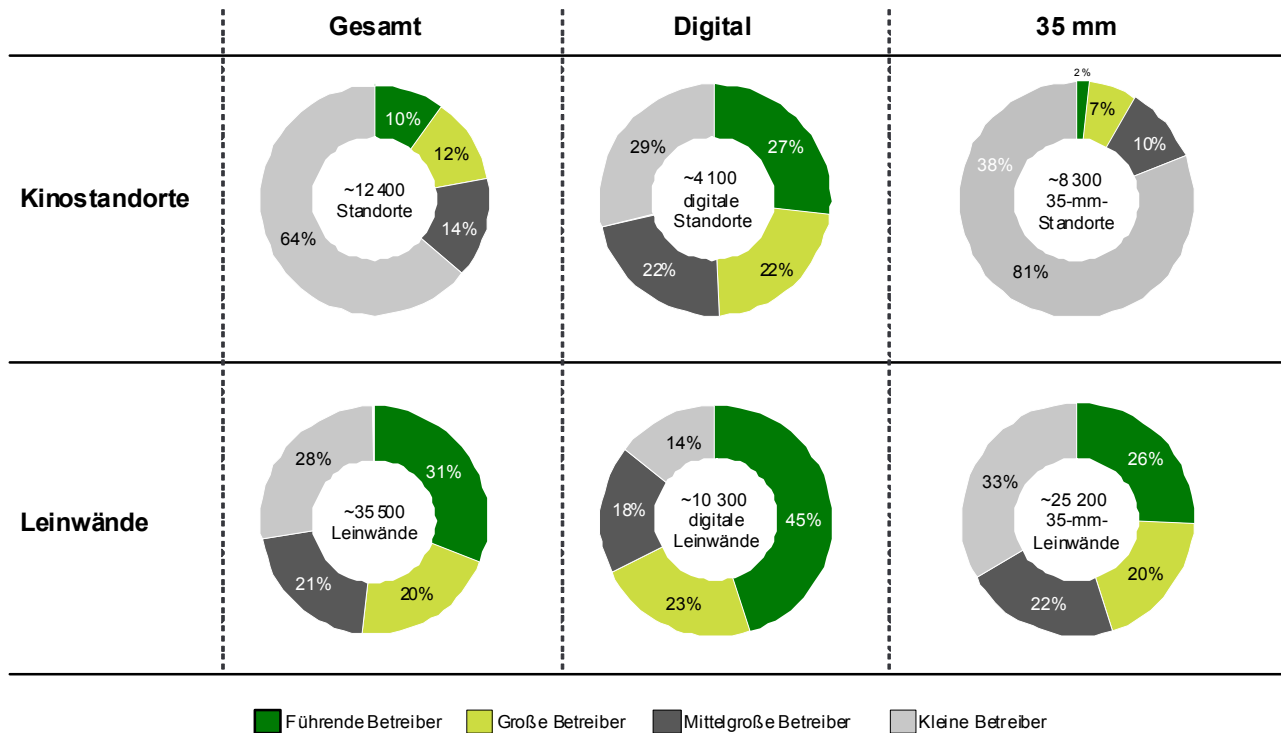
Vor diesem Hintergrund bestand der einzige pragmatische Ansatz darin, die Definitionen der jeweiligen Datenlieferanten zu übernehmen. So wird der Begriff „Kinobetreiber“ nicht länderübergreifend einheitlich verwendet und umfasst ggf. in manchen Ländern Kulturzentren, während diese in anderen Ländern explizit ausgeschlossen werden.

*Viele kleine Vorführunternehmen  
in einem hochgradig fragmentierten Markt*

Aus den von der Informationsstelle gesammelten Daten geht hervor, dass es in Europa (Stand 2010) bis zu 9 000<sup>43</sup> aktive Vorführunternehmen gibt. Diese Zahl umfasst alle Arten von Betreibern, von privaten kommerziellen Kinobetrieben über kommunale Kinos bis hin zu Kulturzentren. Ca. 90 % wurden der Kategorie der kleinen Betreiber, rund 8 % den mittelgroßen Unternehmen und knapp 2 % den großen und führenden Unternehmen zugeordnet.

<sup>43</sup> Diese Zahl versteht sich als äußerst grobe Schätzung und überschätzt möglicherweise die Zahl der kleinen Betreiber und somit die Gesamtzahl der Vorführunternehmen. Grund hierfür ist die Tatsache, dass alle Kinos, für die keine Informationen über den Betreiber vorlagen, als Einzelkinos eingestuft und somit einem kleinen Betreiber zugeordnet wurden. Zudem fallen auch die meisten Sonderformen des Kinos in diese Betreiberkategorie. Diese systematische Zuordnung zu kleinen Betreibern geht wahrscheinlich zu Lasten der mittelgroßen Unternehmen, deren Anzahl folglich möglicherweise unterschätzt wird.

**Abb. 1 Marktkonzentration (Kinostandorte und Leinwände) pro Betreiber typ – Europa 2010**  
in Einheiten und %, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

*Rund 12 400 Kinos in Europa,  
davon 64 % von kleinen Betreibern*

Die Informationsstelle schätzt die Gesamtzahl der 2010 in den 35 in diesem Bericht untersuchten Ländern Europas betriebenen Kinos auf ca. 12 400.

Wie Abb. 1 zu entnehmen ist, wird der Anteil der Kinos kleinerer Betreiber auf ca. 64 % geschätzt, d.h. europaweit auf knapp 7 900 Kinos. Dagegen wurden lediglich ca. 1 200 Kinos (10 %) von den 20 größten Vorführunternehmen betrieben. Die mittelgroßen und großen Kinobetreiber haben rund 1 500 bzw. 1 750 Kinostandorte betrieben, das sind 10 bis 14 Prozent aller betriebenen Kinos. Die Marktstruktur sieht natürlich ganz anders aus, wenn man die Anzahl der Leinwände betrachtet. Die führenden Kinobetreiber spielen ganz offensichtlich eine wichtigere Rolle, da sie in aller Regel mehr Leinwände pro Standort betreiben.

Von den insgesamt 35 500 Kinoleinwänden in Europa werden 11 000 von einem führenden Vorführunternehmen betrieben. Dies sind ca. 31 % aller Leinwände in Europa. Dahinter folgen allerdings mit knapp 10 000 Leinwänden (28 %) die kleinen Betreiber. Auf die mittelgroßen und großen Kinobetreiber entfallen jeweils über 7 200 Leinwände (ca. 20 %).

*Die 20 größten Kinoketten kontrollieren ca. 31 %  
aller Leinwände und 10 % der Kinos in Europa*

Die 20 größten europäischen Kinoketten kontrollierten

Ende 2010 rund 31 % aller Leinwände und rund 10 % aller Kinos in Europa. Zum Vergleich, die drei größten Kinoketten der USA betrieben über 33 % aller Leinwände in Nordamerika. Dies verdeutlicht die hochgradig fragmentierte Struktur des Kinomarkts in Europa sowie die große Herausforderung, die sie für die Suche nach schnellen Lösungen für die Einführung des digitalen Kinos darstellt.

Wie sieht im Gegensatz hierzu die Marktkonzentration bei digitalen Kinos aus?

### Digitale Marktkonzentration

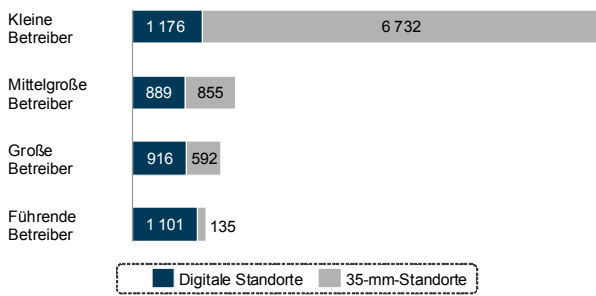
Aus Abb. 1 ist eindeutig zu entnehmen, dass die Marktkonzentration pro Betreiber typ deutliche Unterschiede zwischen digitalen und nichtdigitalen Kinostandorten und Leinwänden aufweist.

Bis Ende 2010 verfügten ca. 4 100 Kinos über mindestens ein digitales Projektionssystem. Dies sind ca. 33 % aller Kinos in Europa, d.h. ca. 67 % aller europäischen Kinostandorte hatten noch keine Umrüstung vorgenommen.

Die größte Anzahl an digitalen Standorten wurde – trotz der niedrigsten Marktdurchdringung pro Betreiber typ – von der Gruppe der kleinen Betreiber betrieben (Stand Ende 2010). Grund hierfür ist, dass sie die mit Abstand größte Anzahl an Standorten betreiben. Zusammen wurden von kleinen Betreibern etwas weniger als 1 200 digitale Kinostandorte betrieben, das sind ca. 29 % aller digitalen

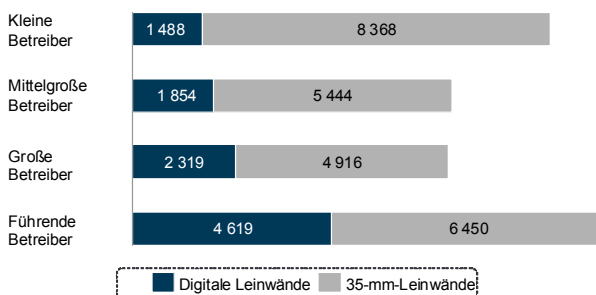


**Abb. 2 Standorte pro Betreiberart – 2010**  
in Einheiten, geschätzt



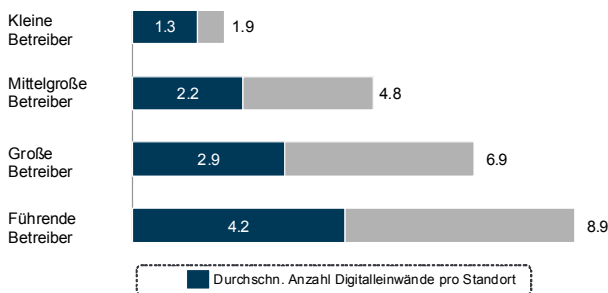
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

**Abb. 3 Leinwände pro Betreiberart – 2010**  
in Einheiten, geschätzt



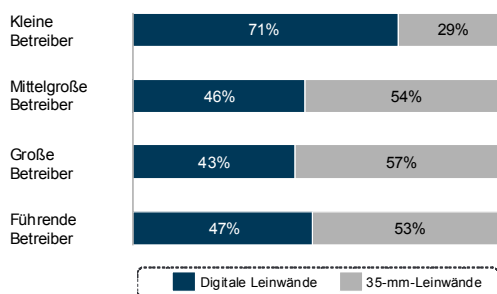
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

**Abb. 4 Durchschn. Anzahl Leinwände und Digitalleinwände pro Standort pro Betreiberart – 2010**  
in Einheiten, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Abb. 5 Durchschn. „Umrüstungsquote“ pro Standort pro Betreiberart – 2010**  
in %, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

Kinos. Knapp dahinter folgen mit ca. 1 100 digitalen Standorten (37 %) die führenden Kinobetreiber, die in über 89 % ihrer Kinos mindestens eine digitale Leinwand installiert haben (siehe Abb. 7).

*Führende Betreiber kontrollieren 45 % der Digitalleinwände*

Die Konzentration nimmt jedoch deutlich zu, wenn man nur die Digitalleinwände betrachtet. Auf die führenden Kinoketten entfallen 45 % aller bis Ende 2010 installierten Digitalleinwände. Aus Abb. 1 ist eindeutig zu entnehmen, wie der Anteil der Digitalleinwände mit der Größe des Betreibers korreliert. So entfallen auf die kleinen Betreiber zwar 28 % aller Leinwände, aber nur 14 % der Digitalleinwände. Ein weiterer interessanter Aspekt in diesem Zusammenhang ist die Verteilung der analogen Leinwände.

*81 % der analogen Kinostandorte entfallen auf kleine Betreiber*

Betrachtet man die verbleibenden analogen Kinostandorte, so ist deutlich zu erkennen, dass es vor allem die kleinen Kinobetreiber sind, die noch keinen Zugang zur digitalen Projektion haben. Rund 7 900 (81 %) von insgesamt 8 300 noch nicht digitalisierten Kinos wurden von kleinen Betreibern betrieben.

Die Anzahl der analogen Leinwände hingegen verteilt sich etwas gleichmäßiger auf alle Betreiberkategorien. Auch ging Ende 2010 der größte Anteil der über 25 000 noch nicht digitalisierten Leinwände (ca. 8 400, 33 %) auf das Konto der kleinen Betreiber. Aber auch die mittelgroßen, großen und führenden Betreiber hatten noch zwischen 5 000 und 6 500 Leinwände, die noch nicht umgerüstet worden waren.

Es gibt allerdings einen großen Unterschied bei der Betrachtung der verbleibenden analogen Leinwände pro Betreiberart. Die analogen Leinwände in Kinos führender Betreiber dürften in naher Zukunft umgerüstet werden, da die führenden Betreiber an praktisch allen Kinostandorten Zugang zum digitalen Kino zu haben scheinen und nur noch die verbleibenden Leinwände umrüsten müssen.

Dagegen haben viele der kleinen Betreiber, die bereits Digitalleinwände installiert haben, schon den überwiegenden ihres Bestands umgerüstet. Ein großer Teil der verbleibenden analogen Leinwände scheint kleineren Betreibern zu gehören, die – zumindest Ende 2010 – überhaupt keinen Zugang zu digitalen Projektionssystemen zu haben scheinen. Inwieweit sie in der näheren Zukunft Zugang haben werden, bleibt abzuwarten und stellt in vielen europäischen Märkten eine Herausforderung dar.

Es kann somit davon ausgegangen werden, dass der prozentuale Anteil der von führenden Betreibern kontrollierten Digitalleinwände 2011 und 2012 weiter steigen wird, zu Lasten der kleinen Betreiber. Interessant in diesem Zusammenhang ist eine Aufschlüsselung der Umrüstungsquoten nach Betreiberart.

## Umrüstungsstrategien

Wie viele Leinwände betreiben die verschiedenen Betreiberarten im Schnitt pro Standort und wie viele dieser Leinwände wurden bereits auf digital umgerüstet? Die durchschnittliche Anzahl an Leinwänden bzw. an digitalen Leinwänden pro digitalem Standort ist Abb. 4 zu entnehmen. Daraus ergibt sich zum Beispiel, daß ein Kino eines führenden Kinobetriebs im Schnitt 8,9 Leinwände hat, von denen 4,2 auf Digitaltechnik umgerüstet wurden. Die durchschnittliche Größe der Kinos korreliert mit der Größe des Betreiber: digitale Kinos von großen Betreibern hatten im Schnitt 6,9 Leinwände, von mittelgroßen Betreibern 4,8 Leinwände und von kleinen Betreibern 1,9 Leinwände.

*Kinobetreiber haben im Schnitt 2 bis 4 Leinwände pro Standort umgerüstet und bislang auf eine Strategie der vollständigen Umrüstung verzichtet*

Abb. 4 ist auch zu entnehmen, dass die Kinobetreiber je nach Größe in der Regel 2 bis 4 Digitaleinwände pro Standort installiert haben. Dies bedeutet, dass alle Betreiberarten – mit Ausnahme der kleinen Betreiber – pro digitalem Standort ca. 45 % der Leinwände umgerüstet haben und während der ersten großen Phase des digitalen Roll-out auf eine Strategie der vollständigen Umrüstung verzichtet haben (siehe Abb. 5).

Zwei Anmerkungen zu den kleinen Betreibern: Erstens, die im Schnitt 1,9 Leinwände pro digitalem Standort weisen darauf hin, dass es sich bei der Mehrheit der von kleinen Betreibern betriebenen digitalen Kinos um Multiplexe und nicht Einzelkinos handelt. Von diesen 1,9 Leinwänden waren im Schnitt 1,4 bereits umgerüstet worden, was bedeutet, dass die Gruppe der kleinen Betreiber die höchste Umrüstungsquote pro Standort aufweist.

Diese partielle Roll-out-Strategie zeigt sich auch deutlich an den Marktdurchdringungsraten in Abb. 6. Keine einzige Gruppe von Betreibern hatte mehr als 42 % ihres Leinwandbestands umgerüstet, wobei die Quote mit der Größe der Betreiber zunimmt.

## Zugang zur Digitaltechnik

Der in diesem Zusammenhang wahrscheinlichste interessanteste Punkt ist die Frage des Zugangs zu digitalen Projektionssystemen und inwieweit dieser mit der Größe eines Betreibers zusammenhängt. Eine Möglichkeit dies zu messen, ist die „Marktdurchdringung digitaler Standorte“, d.h. die Anzahl Kinos, die mindestens über eine digitale Leinwand verfügen im Verhältnis zur Gesamtzahl der Kinos eines Betreiberartyps.

Aus Abb. 7 geht deutlich hervor, dass es 2010 deutliche Unterschiede in der Marktdurchdringung digitaler Standorte pro Betreiber-Größenkategorie gab: je größer der Betreiber, desto besser der Zugang zur Digitaltechnik.

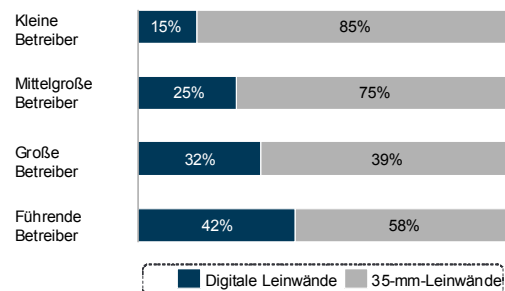
### *Kleine Betreiber haben nur bedingt Zugang zum digitale Kino*

Besonders frappierend ist der Unterschied zwischen führenden und kleinen Betreibern: Während erstere in über 89 % ihrer Standorte über mindestens einen Digitalprojektor verfügen, ist dies bei kleinen Betreibern nur in 15 % der Kinos der Fall.

Auch wenn sie nicht so deutlich ausfallen, so bestätigen doch die Unterschiede in der Marktdurchdringung digitaler Leinwände den Rückschluss, dass kleine Betreiber in erheblich geringerem Maße Zugang zu digitalen Projektionssystemen haben als größere Betreiber und dass im Großen und Ganzen die Umrüstungsquote direkt mit der Größe des Vorführunternehmens korreliert.

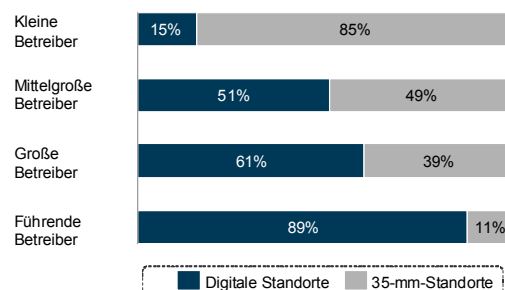
Zu den möglichen Gründen hierfür gehören vergleichsweise hohe Anschaffungskosten in Verbindung mit unzureichenden Finanzierungsmitteln, da die kleinen Kinobetreiber oft keinen Zugang zu VPF-Modellen hatten und die Mehrheit der relevanten öffentlichen Förderprogramme erst ab 2010/2011 gestartet wurden.

**Abb. 6** Marktdurchdringung digitaler Leinwände pro Betreiberartyp – 2010  
in %, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Abb. 7** Marktdurchdringung digitaler Standorte pro Betreiberartyp – 2010  
in %, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

### *Viele europäische Kinos bedroht?*

Betrachtet man die offensichtlichen Schwierigkeiten der kleinen Betreiber vor dem Hintergrund der großen Anzahl der von ihnen betriebenen Kinos, die noch auf digitale Projektion umgerüstet werden müssten, wird deutlich, wie groß die Gefahr von Schließungen ist. Ende 2010 verfügten noch über 6 700 Kinostandorte kleiner Betreiber über keine einzige Digitalleinwand – d.h. mehr als die Hälfte aller Kinos in Europa. Diese Kinos haben zwar vermutlich nur eine geringe Bedeutung, was das Gesamtbruttoeinspielergebnis der Kinobranche betrifft, aber sie spielen oft eine wichtige soziale und kulturelle Rolle innerhalb ihrer Gemeinden, die über die rein wirtschaftlichen Aspekte von Kino hinausgeht.

### Fazit

- Der Kinomarkt in Europa ist hochgradig fragmentiert; auf die 20 größten Kinoketten entfallen nur 10 % der Kinos und 31 % der Leinwände in Europa.
- 64 % der Kinos und 28 % der Leinwände werden von tausenden von kleinen Betreibern betrieben.
- Bis Ende 2010 hatten kleine Betreiber nur bedingt Zugang zu digitalem Kino; 15 % ihrer Kinos verfügten über mindestens eine digitale Leinwand, gegenüber 89 % der Kinos führender Betreiber.

## 4.2 Digitale Standorte und Leinwände pro Kinotyp

### Überblick

Ein zweiter interessanter Aspekt für ein besseres Verständnis der Situation Europas hinsichtlich der Einführung des digitalen Kinos ist die Marktkonzentration von Standorten und Leinwänden aufgeschlüsselt nach Kinotyp.

Wie im vorherigen Kapitel für Betreiber typen, wird in diesem Kapitel eine Schätzung der Marktkonzentration nach Kinos unterschiedlicher Größe vorgenommen. Die Marktkonzentration des gesamten Kinomarktes wird dabei mit jener der digitalen Kinos verglichen. Des Weiteren wird untersucht, inwieweit die Größe eines Kinos Einfluss auf seinen Zugang zur digital Projektion hat. Folgende Fragen werden behandelt:

- **Marktkonzentration in Abhängigkeit von der Größe des Kinos:** Wie viele Einzelkinos, wie viele Multiplexe gibt es in Europa? Wie viele digitale Kinostandorte und Leinwände werden pro Kinotyp betrieben?
- **Umrüstungsstrategien:** Wie viele digitale Leinwände werden von jedem Kinotyp im Schnitt pro Standort umgerüstet?
- **Zugang zu digitalem Kino:** Hatten größere Kinos Ende 2010 einen besseren Zugang als kleinere Kinos? In welchem Umfang haben Einzelkinos ihre Leinwände umgerüstet?

### Marktkonzentration pro Kinotyp

Die Aufschlüsselung von ca. 12 400 Kinos (Stand 2010) nach Kinotyp ist Tabelle 1 und Abb. 8 zu entnehmen.

**Tabelle 1 Anzahl Kinos in Europa pro Kinotyp – 2010**  
in Einheiten, geschätzt

Kinotyp	2010
Einzelkino	7 166
Kleiner Miniplex	2 186
Großer Miniplex	1 645
Multiplex	1 306
Megaplex	89
<b>Gesamt</b>	<b>12 394</b>

Hinweis: Auf Grund der vergleichsweise geringen Anzahl an Megaplexen und der angenommenen vergleichbaren Merkmale bezüglich der Umrüstung auf Digitaltechnik werden Multiplexe und Megaplexe für die meisten Auswertungen in diesem Kapitel als eine Gruppe behandelt.

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

*58 % der europäischen Kinos haben nur einen Kinosaal somit der für Europa typischste Kinotyp*

Die Zahlen zeigen eindeutig, dass die europäische Kinolandschaft von einer großen Zahl kleiner Kinos gekennzeichnet ist. So stellen die knapp 7 200 Einzelkinos von insgesamt geschätzten über 12 400 Kinos in Europa (58 %) in punkto Größe den mit Abstand häufigsten Kinotyp dar.

Unglücklicherweise lassen sich keine weiteren Daten – wie z.B. die Anzahl der Vorführungen und der verkauften Kinokarten oder das Einspielergebnis – auf paneuropäischer Ebene nach Kinotypen aufschlüsseln. Was bleibt, ist die begründete Vermutung, dass die meisten dieser Einzelkinos in punkto Bruttoeinspielergebnis nur eine untergeordnete Rolle spielen, aber gleichzeitig für das gesellschaftliche und kulturelle Leben in ihrer Gemeinschaft eine große Bedeutung haben.

Bei der Interpretation dieses hohen Anteils ist zudem zu bedenken, dass die Definition von „Kino“ von Land zu Land unterschiedlich ist. Folglich können die der Informationsstelle gelieferten Listen für manche Länder Kinotypen enthalten, die in anderen Ländern nicht als Kinos angesehen werden, so z.B. Wanderkinos, Teilzeitkinos, Kulturzentren oder Open-Air-Kinos. Die meisten dieser „Sonderformen“ fallen in die Kategorie der Einzelkinos, deren Anteil wahrscheinlich etwas kleiner wäre, wenn nur die klassischen Vollzeit-Indoor-Kinos berücksichtigt würden.

Kleine Miniplexe, d.h. Kinos mit zwei oder drei Sälen, stellen mit 18 % der Kinos den zweithäufigsten Kinotyp dar (ca. 2 200 Kinos). Dahinter folgen über 1 600 große Miniplexe, d.h. Kinos mit vier bis sieben Sälen (13 %), und knapp 1 400 Multi-/Megaplexe, d.h. Kinos mit acht oder mehr Leinwänden (11 %).

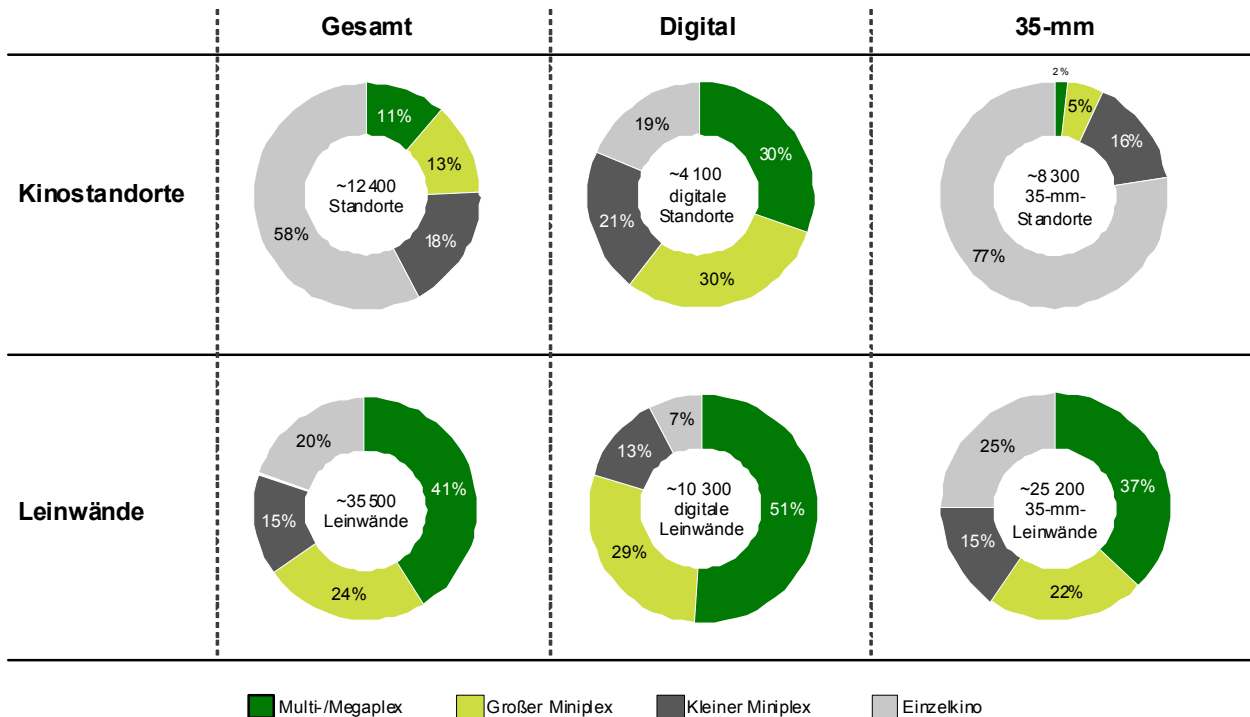
Was die Leinwände betrifft, so sieht die Marktkonzentration fast umgekehrt aus, wie Abb. 8 zu entnehmen ist.

*Rund zwei Drittel aller europäischen Leinwände stehen in Multiplex- und großen Miniplex-Kinos*

Ca. 41 % der insgesamt 35 500 Leinwände wurden in Multi- oder Megaplex-Kinos betrieben, was die führende Rolle dieses Kinotyps unterstreicht. Auf große Miniplex-Kinos entfällt rund ein Viertel aller Leinwände, so dass diese Gruppen zusammen knappe zwei Drittel aller Leinwände in Europa ausmachen.

Allerdings betreiben auch kleinere Kinos eine beträchtliche Anzahl an Leinwänden, wobei Einzelkinos rund 20 % und kleine Miniplexe 15 % der Kinoleinwände ausmachen.

**Abb. 8 Marktkonzentration von Standorten und Leinwänden pro Kinotyp – Europa 2010**  
in Einheiten und %, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

## Digitale Konzentration pro Kinotyp

Abb. 8 zeigt, dass die Konzentration von Kinostandorten und Leinwänden einen deutlichen Anstieg zu Gunsten der größeren Kinos verzeichnet, wenn es um die Verteilung von digitalen Standorten und Leinwänden geht.

Obgleich sie zusammen nur 24 % aller Standorte ausmachen, entfallen auf Multiplex-, Megaplex- und große Miniplex-Kinos 60 % aller **digitalen** Standorte. Dagegen machen Einzelkinos nur 19 % und kleine Miniplex-Kinos 21 % der digitalen Standorte aus, während 80 % der digitalen Leinwände in Multiplex- und großen Miniplex-Kinos stehen.

Noch stärker ist die Konzentration bei Digitalleinwänden. Wie Abb. 8, zu entnehmen ist, steigt der Anteil der Digitalleinwände mit der Größe der Kinos. 51 % der 10 300 Digitalleinwände sind in Multiplex- oder Megaplex-Kinos installiert worden, 29 % der Digitalleinwände befinden sich in großen Miniplex-Kinos, 13 % in kleinen Miniplex-Kinos und nur 7 % in Einzelkinos.

Die Unterschiede zwischen den Kinotypen hinsichtlich der noch analogen Kinos, also jener Kinos in denen bis Ende 2010 noch kein digitales Projektionssystem installiert worden war, waren noch stärker ausgeprägt.

### 77 % der analogen Kinos sind Einzelkinos

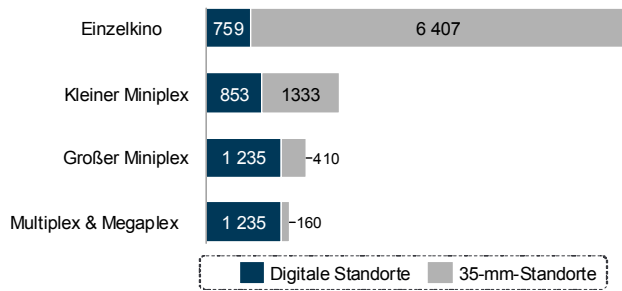
Aus Abb. 8 geht eindeutig hervor, dass eine große Anzahl an Einzelkinos und kleinen Miniplex-Kinos Schwierigkeiten haben, die Umrüstung auf digital zu bewerkstelligen: insgesamt 93 % der analogen Kinos fallen in diese beiden Kategorien. Die überwältigende Mehrheit von ihnen sind offensichtlich Einzelkinos – nämlich über 5 400 bzw. 77 % der verbleibenden 8 300 Kinostandorte, in denen noch keine einzige Leinwand digitalisiert worden ist.

### 35-mm Leinwände gleichmäßiger über alle Kinotypen vertreten

Wie aus Abb. 13 zu entnehmen ist, hat die Marktdurchdringung digitaler Leinwände Ende 2010 insgesamt nur kaum zwischen den verschiedenen Standorttypen geschwankt. Mit Ausnahme der Einzelkinos reicht die Marktdurchdringung digitaler Leinwände von 26 bis 36 Prozent. Dies bedeutet, dass sich die Anzahl der noch zu digitalisierenden Leinwände noch gleichmäßiger auf alle Kinotypen verteilt. Im Einzelnen befindet sich die meisten analogen Leinwände in Multiplex-Kinos (37 % aller analogen Leinwände), gefolgt von Einzelkinos (25 %) und großen Miniplex-Kinos (22 %).

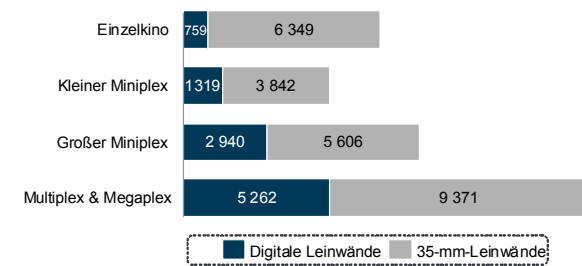
Berücksichtigt man allerdings die Tatsache, dass fast 89 % der Multiplexe bis Ende 2010 bereits mindestens eine Leinwand umgerüstet hatten, ist davon auszugehen,

**Abb. 9 Standorte pro Kinotyp – 2010**  
in Einheiten, geschätzt



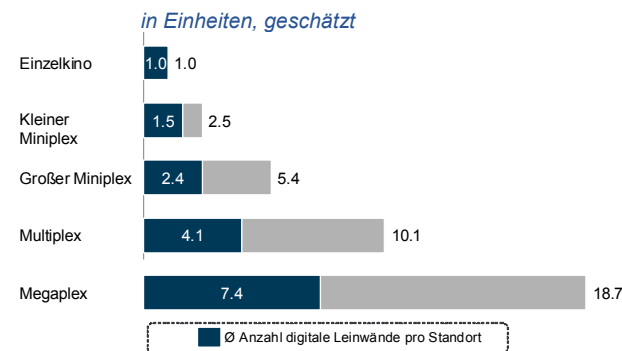
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

**Abb. 10 Leinwände pro Kinotyp – 2010**  
in Einheiten, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

**Abb. 11 Durchschn. Anzahl Leinwände und digitaler Leinwände pro Standort pro Kinotyp – 2010**  
in Einheiten, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Tabelle 2 Aufschlüsselung der Kinostandorte nach Anzahl der installierten Digitalleinwände pro Kinotyp – 2010**  
in % von Standorte gesamt pro Kinotyp

Digitale Leinw.	Kinotyp				Ges.
	Einzel	Kleiner Miniplex	Großer Miniplex	Multiplex	
1	100 %	55 %	30 %	14 %	44 %
2		34 %	36 %	21 %	24 %
3		10 %	16 %	20 %	13 %
4 bis 5			12 %	22 %	10 %
6 bis 10			5 %	16 %	6 %
> 10				7 %	2 %
<b>Gesamt</b>	<b>761</b>	<b>857</b>	<b>1 228</b>	<b>1 235</b>	<b>4 081</b>

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

dass zumindest diese Gruppe ihre verbleibenden Leinwände weiterhin zügig umrüsten wird. Auf der anderen Seite bleibt abzuwarten, wie schnell die verbleibenden Einzelkinos, von denen die meisten von einem kleinen Betreiber betrieben werden, eine Lösung für die Finanzierung der Umrüstung finden werden.

So kann davon ausgegangen werden, dass der prozentuale Anteil der in Multiplex- und großen Miniplex-Kinos installierten Digitalleinwände 2011 und 2012 zu Lasten der Einzel- und kleinen Miniplex-Kinos weiter steigen wird.

### Umrüstungsstrategie nach Kinotyp

Abb. 11 zeigt die durchschnittliche Anzahl der Leinwände sowie der digitalen Leinwände pro Standort für jeden einzelnen Kinotyp. Die Zahlen legen nahe, dass größere Kinos mehr Digitalleinwände installiert haben als kleinere. Dies scheint für Einzelkinos und kleine Miniplex-Kinos offensichtlich, gilt aber auch für größere Strukturen. So verfügen beispielsweise Megaplex-Kinos pro Standort im Schnitt über 18,7 Leinwände insgesamt und 7,4 Digitalleinwände. Multiplex-Kinos hatten bereits 4,1 Leinwände (von im Schnitt 10,1) und große Miniplex-Kinos 2,4 Leinwände von 5,4 umgerüstet.

Bei einer Betrachtung aus einer leicht veränderten Perspektive – nämlich die Anzahl der Kinos mit einer, zwei, drei oder mehr Digitalleinwänden – zeigt sich, dass ca. 44 % aller digitalen Standorte bis 2010 genau eine Leinwand auf digital umgerüstet hatten (siehe Tabelle 2). Rund ein Viertel der digitalen Kinos verfügten über zwei und 13 % über drei Digitalleinwände.

81 % der digitalen Kinos hatten nur bis zu drei Leinwände pro Standort umgerüstet

Zusammengerechnet bedeutet dies, dass 81 % der digitalen Kinos nur drei oder weniger Leinwände pro Standort umgerüstet hatten. Lediglich große Miniplex-Kinos und Multiplexe und Megaplexe hatten vier oder mehr Digitalleinwände pro Standort. Aber nur 8 % der digitalen Kinos hatten bereits sechs oder mehr Leinwände umgerüstet. Dies zeigt sehr deutlich, dass bis Ende 2010 sehr wenige Ketten die vollständige Umrüstung aller ihrer Standorte in Angriff genommen hatten.

Als prozentualer Anteil der durchschnittlichen Gesamtanzahl an Leinwänden pro Standort ausgedrückt (d.h. als digitale Umrüstungsquote pro Standort, siehe Abb. 12), weisen Multi-/Megaplexe und große Miniplex-Kinos ein ähnliches Muster auf. Im Schnitt hatten die drei Gruppen rund 40 % ihrer Leinwände pro Standort auf digital umgerüstet. Die durchschnittliche Umrüstungsquote digitaler Einzelkinos beträgt natürlich 100 %, kleine Miniplex-Kinos hatten im Schnitt 63 % ihrer Leinwände umgerüstet.

Was die Marktdurchdringung digitaler Leinwände betrifft, so hatten Multiplexe und große Miniplexe bis Ende 2010 36 % bzw. 34 % ihrer Leinwände umgerüstet. Dage-

gen steht eine Umrüstungsquote von 26 % bei kleinen Miniplex-Kinos und 11 % bei Einzelkinos.

Wiederum ist davon auszugehen, dass die Umrüstungsquoten von großen Miniplex- bzw. Multiplex-Kinos 2011/2012 deutlich steigen werden und die großen Kinoketten dazu übergehen werden, ihre Kinos vollständig umzurüsten. Inwieweit kleine Miniplex-Kinos und insbesondere Einzelkinos in der Lage sein werden, die Umrüstung ihrer Leinwände zu beschleunigen, bleibt abzuwarten.

### Zugang zu Digitaltechnik pro Kinotyp

Die Frage des Zugangs zu digitalem Kino ist nicht nur mit der Größe eines Kinounternehmens verknüpft. Angesichts der Möglichkeit einer größeren Programmflexibilität und höherer Einsparungen bei den Betriebskosten, dürften größere Kinostandorte mehr von der Umstellung auf Digitaltechnik profitieren als kleinere Standorte. In diesem Zusammenhang ist es interessant, die Marktdurchdringung digitaler Kinostandorte nach den verschiedenen Kinotypen aufzuschlüsseln, da dies ggf. Aufschluss darüber gibt, ob bestimmte Kinotypen über einen besseren Zugang zum digitalen Kino verfügen als andere.

*Je größer das Kino,  
desto besser der Zugang zum digitalen Kino*

Aus Abb. 14 geht eindeutig hervor, dass es (Stand 2010) in der Tat deutliche Unterschiede zwischen Kinos verschiedener Größen gibt. Generell gilt: Je größer das Kino, desto besser der Zugang zum digitalen Kino.

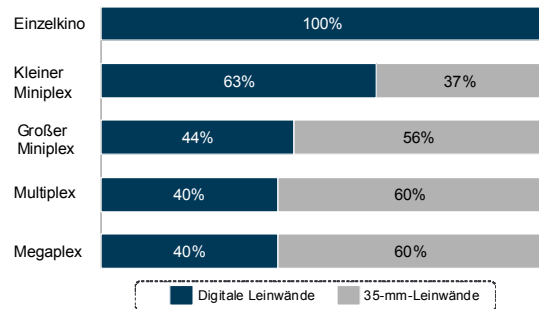
Praktisch alle (89 %) Multiplex- und Megaplex-Kinos hatten bis Ende 2010 mindestens eine Leinwand auf digital umgerüstet. Auch die großen Miniplexe scheinen über einen guten Zugang zum digitalen Kino zu verfügen: 75 % von ihnen hatten bereits eine oder mehr digitale Leinwände installiert.

*Nur 11 % der Einzelkinos haben bereits umgerüstet*

Diese Quote geht allerdings bei den kleineren Kinotypen deutlich nach unten. Während 39 % der kleinen Miniplexe bereits mindestens eine digitale Leinwand installiert hatten, waren hierzu nur 11 % der Einzelkinos in der Lage. Dies dürfte zum Teil auch daran liegen, dass diese kleineren Kinos in erster Linie von kleineren Betreibern betrieben werden, die wiederum vermutlich über weniger finanzielle Ressourcen für die Umrüstung verfügen. Es weist aber auch darauf hin, dass eine Umrüstung auf digitale Projektion für Einzelkinos möglicherweise prinzipiell schwieriger ist, da das digitale Geschäftsmodell auf Größenvorteile setzt, selbst auf der Ebene einzelner Kinostandorte.

**Abb. 12** Durchschnittliche „Umrüstungsquote pro Standort“ pro Kinotyp – 2010

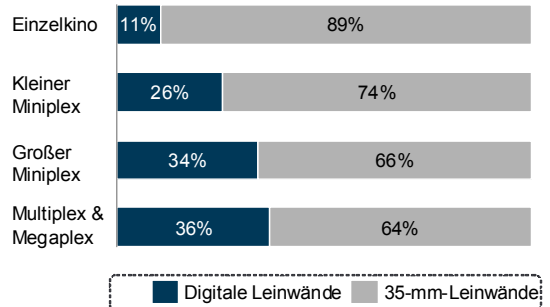
*in %, geschätzt*



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Abb. 13** Marktdurchdringung digitaler Leinwände pro Kinotyp – 2010

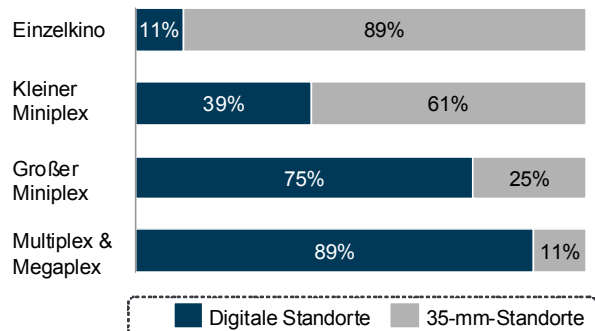
*in %, geschätzt*



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Abb. 14** Marktdurchdringung digitaler Kinos nach Kinotyp – 2010

*in %, geschätzt*



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

### Fazit

- Kleine Kinos stellen einen charakteristischen Teil der europäischen Kinolandschaft dar, in der Einzelkinos fast 60 % aller europäischen Kinos ausmachen.
- Auch wenn ihre Bedeutung für das Gesamtspielergebnis an den Kinokassen nicht sehr groß ist, so spielen diese kleinen Kinos doch in vielen Gemeinden eine mitunter wichtige gesellschaftliche und kulturelle Rolle.
- Je größer das Kino, desto besser der Zugang zu digitalem Kino: bis Ende 2010 hatten erst 11 % der Einzelkinos eine digitale Leinwand installiert, gegenüber 89 % der Multiplex- und Megaplex-Kinos.
- Bis Ende 2010 wurde der digitale Roll-out von einer partiellen Umrüstung der Kinos angetrieben: 81 % aller digitalen Kinos hatten nur bis zu drei Leinwände pro Standort umgerüstet.



## 4.3 Die Top 50 digitalen Kinounternehmen – 2010

Mit 844 umgerüsteten Leinwänden war die paneuropäische Kette Odeon & UCI im Dezember 2010 hinsichtlich der Anzahl digitaler Leinwände eindeutig Marktführer in Europa (siehe Tabelle 7). Dahinter folgen mit einigem Abstand die französischen Kinoketten Les Cinémas Gaumont Pathé (Europalaces) und CGR, sowie die britische Kette Cineworld. Nach diesen vier führenden Ketten gibt es eine größere Lücke.

*Auf die Top 50 Kinoketten entfallen 57 % aller Digitalleinwände*

Zusammengerechnet gehen 57 % der Digitalleinwände und 39 % aller Leinwände in Europa auf das Konto der 50 größten Kinoketten. Im Vergleich zur Marktkonzentration in Nordamerika ist dieser Wert zwar niedrig, aber die Zahlen zeigen, dass diese größeren Kinoketten bis 2010 ein wichtiger Motor für die Einführung des digitalen Kinos waren.

*VPF war die bevorzugte Finanzierungsstrategie*

Wie aus Tabelle 7 hervorgeht, hat die überwältigende Mehrheit dieser großen und führenden Betreiber VPF-Vereinbarungen abgeschlossen, um die Digitalisierung ihrer Kinos zu finanzieren. Einige der größten unter ihnen haben direkte VPF-Deals mit den US-Majors ausgehandelt, während sich die Mehrheit für eine VPF-Vereinbarung mit einem der vier führenden Integratoren entschieden hat (siehe auch Kapitel 2.5)

*Nur wenige Ketten haben eine Strategie der vollständigen Umrüstung verfolgt*

Bis 2010 hatten nur 10 der führenden Kinoketten eine Digitalisierungsquote von 80 % oder mehr erreicht (siehe Tabelle 3). Tatsächlich hatten sogar 30 der Top 50 Ketten weniger als die Hälfte ihrer Leinwände umgerüstet. Einige der größeren Ketten mit einer niedrigen Marktdurchdringung digitaler Leinwände sind in Tabelle 4 angegeben.

*3D-Technik wichtigster Motor für die meisten Ketten, aber mittelfristig unterschiedlich Strategien*

29 der Top 50 Betreiber hatten über 90 % ihrer Digitalleinwände auf 3D aufgerüstet, 18 von ihnen betrieben praktisch nur 3D-Leinwände. In Tabelle 5 sind einige der größeren Ketten aufgeführt, die eine aggressive 3D-Strategie verfolgt haben. In Tabelle 6 finden Sie einige der größeren Betreiber, die nur teilweise auf 3D umgerüstet und eine große Anzahl an 2D-Leinwänden betrieben haben. Die Zahlen legen nahe, dass die Kinoketten für die Umrüstung ihrer Leinwände auf 3D-Technik unterschiedliche Strategien verfolgen.

Angesichts der vergleichsweise niedrigen Digitalisierungsquote etlicher großer Kinoketten und unter Berücksichtigung, dass viele von Ihnen VPF-Deals für eine vollständige Umrüstung abgeschlossen haben, war zu erwarten, dass sie ihre verbleibenden Leinwände 2011/2012 zügig digitalisieren würden.

Dies erklärt auch den Paradigmenwechsel des digitalen

Roll-out im Jahr 2011, als die vollständige Umrüstung ganzer Ketten die teilweise Umrüstung auf 3D als wichtigsten Wachstumsmotor abgelöst hat (siehe Kapitel 1).

**Tabelle 3 Top 10 Kinoketten / Digitalisierungsquote – 2010 geschätzt**

#	Betreiber	Digital	Leinw. gesamt	VPF-Deal	Jahr
1	Oslo kinodrift (NO)	100 %	34	F&K	2010
2	Zon Lusomun...(PT)	97 %	213	XDC	2009
3	Norsk kinodr...(NO)	97 %	31	F&K	n/a
4	CGR (FR)	96 %	399	AAM	2007
5	Apollo (GB)	94 %	83	Sony	2009
6	City Screen (GB)	91 %	57	-	-
7	Euroscop (FR)	86 %	74	XDC	2009
8	Cineville (FR)	82 %	88	Ymagis	2009
9	Cineplexx (AT)	82 %	219	XDC	2008
10	Kinopolis (BE)	80 %	300	eigen	n/a

Die hier und den nachfolgenden Tabellen angegebenen Länder beziehen sich auf den Sitz der Unternehmenszentrale.  
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Tabelle 4 Ausgewählte Kinoketten mit niedriger Digitalisierungsquote – 2010 geschätzt**

Betreiber	Digital	Leinw. gesamt	VPF-Deal	Jahr
Abaco-Cinebox (ES)	8 %	309	-	-
VUE (GB)	20 %	665	Sony	2011
Mars Entert. (TR)	22 %	433	-	-
Cinestar (DE)	23 %	680	AAM	2011
National Amuse.. (GB)	24 %	274	Sony	2010
SF Group (SE)	29 %	291	-	-

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Tabelle 5 Ausgewählte Kinoketten mit hoher 3D-Quote – 2010 geschätzt**

Betreiber	3D-fähig	Digitale Leinw.	VPF-Deal	Jahr
Cinestar (DE)	100 %	156	AAM	2011
CinemaxX (DE)	100 %	103	Sony	2011
Cineplex (DE)	97 %	140	Ymagis	2011
Odeon & UCI (GB)	94 %	844	eigen	2009
Cinema City (PL)	93 %	242	eigen	n/a
Multikino (PL)	92 %	137	eigen	n/a

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Tabelle 6 Kinoketten mit niedriger 3D-Quote – 2010 geschätzt**

Betreiber	3D-fähig	Digitale Leinw.	VPF-Deal	Jahr
Kinopolis (BE)	36 %	239	eigen	n/a
Zon Lusomun...(PT)	40 %	207	XDC	2009
UGC (FR)	46 %	186	Ymagis	2010
Cineplexx (AT)	54 %	179	XDC	2008
Ward Anderson (IE)	63 %	142	XDC	2011

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Tabelle 7 Europa: Top 50 digitale Kinounternehmen / Anzahl digitaler Leinwände – 2010**

Bei den mit (\*) gekennzeichneten Unternehmen beinhalten die Zahlen für 2010 Unternehmensakquisitionen bis Anfang 2011. Diese Anpassungen basieren auf öffentlich verfügbaren, von der Informationsstelle ermittelten Informationen und erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Die Angaben können somit von den Zahlen für 2010 abweichen, die von Kinobetreibern oder MEDIA Salles mitgeteilt wurden.

	Unternehmen	Land	Leinw. gesamt	Digital	3D-fähig	Integrator	Datum Deal
1	Odeon & UCI Cinemas	GB, AT, DE, ES, IT, IE, PT	2103	844	94 %	selbst	n/a
2	Cinemas Gaumont Pathé	FR, CH, NL	994	499	75 %	selbst	n/a
3	Cineworld	GB, IE	801	400	85 %	AAM	6/2010
4	CGR	FR	399	385	86 %	AAM	12/2007
5	Cinema City	PL, BG, CZ, HU, RO, SK	753	242	93 %	selbst	n/a
6	Kinopolis	BE, CH, ES, HR	300	239	36 %	selbst	n/a
7	Yelmo Cines	ES	423	209	67 %	AAM	8/2010
8	Zon Lusomundo	PT	213	207	40 %	XDC	7/2009
9	UGC	FR, BE	410	186	46 %	Ymagis	1/2010
10	Constantin Film Holding)	AT, HR, IT	219	179	54 %	XDC	6/2008
11	Cinestar (Kieft Group)	DE, CH, CZ, FR	680	156	100 %	XDC	4/2010
12	The Space Cinema	IT	354	147	86 %	AAM	11/2009
13	Ward Anderson	IE, GB	387	142	63 %	XDC	6/2010
14	Cineplex	DE	430	140	97 %	XDC	7/2010
15	Multikino	PL, LT, LV	212	137	92 %	XDC	6/2009
16	VUE	GB, IE	665	130	80 %	Sony	3/2011
17	CinemaxX	DE, DK	302	103	100 %	Sony	6/2011
18	Mars Entertainment	TR	433	97	100 %	-	-
19	SF Group	NO, SE	291	85	82 %	-	-
20	Apollo	GB	83	78	71 %	Sony	6/2009
21	Cinema Park	RU	140	74	100 %	selbst	n/a
22	Cineville (SOREDIC)	FR	88	72	94 %	Ymagis	3/2009
23	National Amusements	GB	274	66	97 %	Sony	6/2010
24	Groupe Ciné-Invest (Euroscop)	BE, NL	74	64	25 %	XDC	6/2009
25	OCINE	ES, FR	134	64	55 %	Ymagis	6/2010
26	KARO Film	RU	170	60	100 %	-	-
27	Rising Star Media	RU	75	57	100 %	-	-
28	SOCORAMA (Castello Lopes)	PT	102	55	75 %	XDC	2011
29	City Screen (Picturehouse)	GB	57	52	50 %	-	-
30	Finnkino	FI, EE, LV, LT	146	51	92	AAM	6/2011
31	Helios	PL	140	51	98%	XDC	12/009
32	Luxor	RU	91	44	100%	-	-
33	Formula Kino	RU	71	41	100%	-	-
34	MK2	FR	58	41	100%	Ymagis	9/2009
35	CinéAlpes	FR	143	39	49%	-	-
36	Giometti Cinema	IT	100	38	100%	-	-
37	Kinopolis	DE	125	37	68%	XDC	6/2010
38	Utopia Group	BE, FR, LU, NL	97	37	100%	XDC	4/2006
39	Oslo Kinodrift	NO	34	34	53%	National	4/2010
40	Cap' Cinéma	FR	79	34	94%	Ymagis	5/2009
41	KINO ARENA VT	BG	70	31	94%	-	-
42	SNES (Cinemovida)	FR	56	31	100%	Ymagis	n/a
43	Norsk kinodrift	NO	31	30	93 %	National	4/2010
44	Nordisk Film Biografer	DK	117	30	100 %	XDC	6/2011
45	Kronverk Cinema	RU	112	28	100 %	-	-
46	Abaco - Cinebox	ES	309	26	96 %	-	-
47	Hueber (Hollywood Megaplex)	AT	48	25	64 %	XDC	3/2010
48	JT Bioscopen	NL	65	23	96 %	XDC	2/2010
49	Folkets Hus och Parker	SE	162	22	100 %	-	-
50	Kinomax	RU	112	22	95 %	-	-
	<b>Gesamt</b>	-	<b>13 732</b>	<b>5 884</b>	<b>83 %</b>	-	-

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

# 5 Wo stehen die Digitalleinwände?

## ZUSAMMENGEFASST

- Bis 2010 schien die Marktgröße nur bedingt Einfluss auf den Zugang zur Digitaltechnik zu haben – mit einer Ausnahme: kleine Kinos und insbesondere Einzelkinos in kleineren Märkten haben in deutlich geringerem Maße Zugang zur Digitaltechnik als Kinos in größeren Märkten.
- Auf die sechs größten Märkte entfallen 2010 69 % der digitalen Kinostandorte und Leinwände, was in etwa ihrem Marktanteil bezüglich Gesamtstandorten und –leinwände entspricht.
- Bis Ende 2010 schien die Größe einer Stadt kein wesentliches Hindernis für den Zugang zur Digitaltechnik darzustellen.

## 5.1 Ist die Marktgröße relevant?

Dieses Kapitel befasst sich mit der Marktkonzentration von Digitalleinwänden in Abhängigkeit von der Marktgröße und den Auswirkungen struktureller Unterschiede. Wie in der Einleitung zu Teil 2 beschrieben, wurden die 35 in diesem Bericht untersuchten Länder Europas entsprechend des durchschnittlichen Bruttoeinspielergebnisses an den Kinokassen zwischen 2008 und 2010 in verschiedene Marktkategorien unterteilt. In Tabelle 1 finden Sie die vier Kategorien und die dazugehörigen Länder.

*Auf die 6 größten Märkte entfallen 69 % der digitalen Kinostandorte und Leinwände*

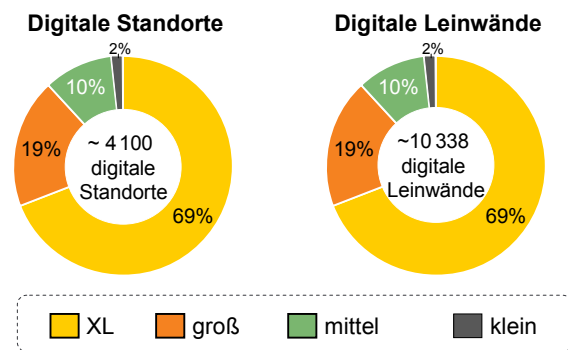
Die sechs größten Märkte machen 69 % der digitalen Kinostandorte sowie der Digitalleinwände aus. Dieser Anteil entspricht ihrem Anteil an Kinos und Leinwänden insgesamt. 19 % der digitalen Kinostandorte und Leinwände befanden sich in den 9 großen Märkten, 10 % in den 8 mittleren Märkten und nur 2 % in den 12 kleinen Märkten.

Dass die Anteile an den digitalen Kinostandorten und den Digitalleinwänden exakt übereinstimmen und weitgehend dem Anteil an Kinos und Leinwänden insgesamt entsprechen, ist ein weiterer Indikator, der die Tatsache untermauert, dass es – unabhängig von der Marktgröße – die führenden Betreiber waren, die mit der Umrüstung einiger ihrer Leinwände auf 3D-Technik (und nicht durch die vollständige Umrüstung ganzer Ketten) den digitalen Roll-out bis 2010 vorangetrieben haben.

Tabelle 2 legt nahe, dass es in den kleinen und mittleren Märkten die größeren Kinos waren, in denen Digitalleinwände installiert wurden. So ist die durchschnittliche Anzahl Digitalleinwände pro digitalem Kinostandort höher als die durchschnittliche Anzahl Leinwände pro Standort insgesamt.

Des Weiteren zeigt sich, dass die Marktdurchdringung digitaler Standorte und Leinwände in kleinen Märkten deutlich niedriger war. Die durchschnittliche Marktdurchdringung digitaler Standorte steigt mit der Größe des Marktes, während die Marktdurchdringung digitaler

**Abb. 1 Standorte und Leinwände / Marktgröße – 2010**  
in % von Standorte und digitale Standorte gesamt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Tabelle 1 Länder / Marktgröße**

Marktgröße	#	Länder
XL	6	Frankreich, Deutschland, Italien, Russland, Spanien, Vereinigtes Königreich
Groß	9	Österreich, Belgien, Dänemark, Irland, Niederlande, Polen, Schweden, Schweiz, Türkei
Mittel	8	Tschechische Republik, Finnland, Griechenland, Ungarn, Norwegen, Portugal, Rumänien, Slowakei
Klein	12	Bosnien-Herzegowina, Bulgarien, Kroatien, Zypern, Estland, Island, Lettland, Litauen, Luxemburg, „Ehemalige Jugoslawische Republik Mazedonien“, Malta, Slowenien

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

**Tabelle 2 Ausgewählte Indikatoren / Marktgröße – 2010**

*in Einheiten und %, geschätzt*

Marktgröße	Leinwände pro Standort	Digitale Leinw. pro digitalem Standort	Durchdringung digitale Standorte	Durchdringung digitale Leinwände
XL	3.0	2.5	35 %	30 %
L	2.9	2.6	31 %	28 %
M	2.0	2.4	26 %	32 %
S	2.5	2.6	22 %	23 %
<b>Total</b>	<b>2.8</b>	<b>2.5</b>	<b>33 %</b>	<b>29 %</b>

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

Leinwände in den mittleren Märkten höher war, vermutlich bedingt durch die überdurchschnittlich hohen Digitalisierungsquoten in Norwegen und Portugal.

Inwieweit unterscheiden sich die Marktkonzentrationen nach Betreiber- oder Standorttyp in Märkten unterschiedlicher Größe?

*Begrenzte Bedeutung der Marktgröße – mit Ausnahme der kleineren Märkte*

Aus den Tabellen 3 und 4 ist eindeutig zu entnehmen, dass Einzelkinos einen im Vergleich größeren Anteil am Gesamtbestand an Kinostandorten und Leinwänden in kleinen und vor allem mittleren Märkten haben, wo auf Einzelkinos 76 % der Kinos und 37 % der Leinwände entfallen. Der Anteil an Leinwänden der Multi-/Megaplexe hingegen ist in den kleinen und mittleren Märkten deutlich niedriger (33 % bzw. 31 %) als in den großen Märkten (42 %).

*Einzelkinos in kleinen Märkten verfügen über den schlechtesten Zugang zur Digitaltechnik*

Noch auffälliger ist jedoch der Unterschied im Zugang zur Digitaltechnik. Nur 3 % der Einzelkinos in kleinen Ländern waren bis Ende 2010 digitalisiert worden, gegenüber 10 % bis 12 % in größeren Märkten (siehe Tabelle 5).

Was den Zugang zur Digitaltechnik betrifft, so scheinen kleine Miniplexe in kleinen Märkten mit einer Digitalisierungsquote ihrer Standorte und Leinwände, die deutlich unter dem europäischen Durchschnitt liegt, vor ähnlichen Herausforderungen zu stehen.

Die Zahlen legen zudem nahe, dass kleine und Miniplex-Kinos in mittelgroßen Ländern im Schnitt über einen besseren Zugang zur Digitaltechnik verfügen als in größeren Märkten. Ansonsten entsprechen die Profile der verschiedenen Kintypen mehr oder weniger dem paneuropäischen Schnitt über alle Marktgrößen.

Die Auswertung nach Betreiberart liefert vergleichbare Erkenntnisse und unterstreicht die Schwierigkeiten kleiner Betreiber in kleinen Märkten: Während sie in allen anderen Märkten im Schnitt 15 % ihrer Leinwände umgerüstet hatten, lag dieser Anteil in kleinen Märkten bei gerade mal 4 %.

## Fazit

- Bis Ende 2010 befanden sich fast 90 % der digitalen Kinostandorte und Digitalleinwände in den 15 größten Märkten Europas. Dies entspricht weitestgehend ihrem Anteil an Kinos und Leinwänden insgesamt.
- Die Marktgröße scheint bislang nur wenig Einfluss auf den digitalen Kino Roll-out je nach Betreiber- und Standorttyp zu haben – mit Ausnahme der kleinen Märkte.
- Einzelkinos / kleine Betreiber in kleinen Ländern scheinen weniger Zugang zur Digitaltechnik zu haben als in mittleren und größeren Märkten.

**Tabelle 3 Kinotypen nach Marktgröße – 2010**

*in % von Standorte pro Größenkategorie gesamt*

Kinotyp	Marktgröße				Ges.
	S	M	L	XL	
Einzelkino	62 %	76 %	59 %	54 %	7 166
Kleiner Miniplex	16 %	9 %	16 %	20 %	2 186
Großer Miniplex	14 %	9 %	13 %	14 %	1 645
Multiplex*	8 %	7 %	12 %	12 %	1 395
<b>Gesamt</b>	<b>291</b>	<b>1 576</b>	<b>2 527</b>	<b>8 000</b>	<b>12 394</b>

\* Hier und nachfolgend: Multiplexe plus Megaplexe

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

**Tabelle 4 Leinwände pro Kinotyp nach Marktgröße – 2010**

*in % von Leinwände pro Größenkategorie gesamt*

Kinotyp	Marktgröße				Ges.
	S	M	L	XL	
Einzelkino	24 %	37 %	20 %	18 %	7 108
Kleiner Miniplex	14 %	10 %	13 %	16 %	5 161
Großer Miniplex	29 %	22 %	24 %	24 %	8 546
Multiplex*	33 %	31 %	42 %	43 %	14 633
<b>Gesamt</b>	<b>762</b>	<b>3 176</b>	<b>7 167</b>	<b>24 354</b>	<b>35 459</b>

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

**Tabelle 5 Digitale Kinos nach Marktgröße – 2010**

*in % für jede Marktgrößenkategorie*

Kinotyp	Marktgröße				Ges.
	S	M	L	XL	
Einzelkino	3 %	12 %	10 %	11 %	11 %
Kleiner Miniplex	28 %	50 %	35 %	40 %	39 %
Großer Miniplex	73 %	86 %	77 %	73 %	75 %
Multiplex*	92 %	77 %	74 %	94 %	89 %
<b>Gesamt</b>	<b>24 %</b>	<b>26 %</b>	<b>30 %</b>	<b>35 %</b>	<b>33 %</b>

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Tabelle 6 Digitale Leinwände nach Marktgröße – 2010**

*in % für jede Marktgrößenkategorie*

Kinotyp	Marktgröße				Ges.
	S	M	L	XL	
Einzelkino	3 %	12 %	10 %	11 %	11 %
Kleiner Miniplex	16 %	40 %	25 %	25 %	26 %
Großer Miniplex	35 %	54 %	34 %	32 %	34 %
Multiplex*	32 %	36 %	33 %	37 %	36 %
<b>Gesamt</b>	<b>23 %</b>	<b>32 %</b>	<b>28 %</b>	<b>29 %</b>	<b>29 %</b>

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

## 5.2 Digitales Kino vermehrt in größeren Städten?

### Methodik

Die in diesem Kapitel angegebenen Zahlen stammen aus einer umfassenden Liste von digitalen Kinos mit Stand 2010. Diese finden Sie auch auf der Website von MEDIA Salles ([www.mediasalles.it](http://www.mediasalles.it)).

Die Einwohnerzahlen der Städte stammen aus diversen nationalen und paneuropäischen Statistikquellen. Zu beachten ist, dass diese Einwohnerzahlen grobe Schätzungen darstellen und nicht die gleiche statistische Genauigkeit aufweisen, wie es üblicherweise bei speziellen demographischen Statistiken der Fall wäre.

Dementsprechend haben die Daten für die Analyse des Gesamtbilds in der Frage der Präsenz von digitalen Kinos in Städten verschiedener Größenkategorien lediglich Hinweischarakter. Die Städte wurden wie folgt nach Einwohnerzahlen kategorisiert:

- Kleinstadt / ländliche Gegend: unter 30 000 Einwohner
- Mittlere Stadt: 30 000 bis 100 000 Einwohner
- Großstadt: 100 000 bis 1 Mio. Einwohner

### Digitale Kinos / Größe der Stadt

Dieses Kapitel befasst sich mit der Frage, ob es bezüglich der Standorte von digitalen Kinos ab 2010 signifikante Unterschiede zwischen ländlichen Gebieten/Kleinstädten und größeren Städten gab.

Unglücklicherweise konnten aus Zeitgründen die Einwohnerzahlen nur für Städte beschafft werden, in denen es digitale Kinos gibt. Folglich lässt sich eine Aufschlüsselung der Marktkonzentration der digitalen Kinos nach Größe der Stadt nicht mit der Marktkonzentration über alle Kinos vergleichen. Dadurch wird es de facto unmöglich, die Frage zu beantworten, ob Kinos in kleineren Städten weniger Zugang zur Digitaltechnik haben als in größeren Städten.

*Auf paneuropäischer Ebene verteilen sich die digitalen Kinos mehr oder wenig gleichmäßig über alle Größenordnungen der Städte*

In Tabelle 7 ist die Anzahl der digitalen Kinostandorte je nach Größe der Stadt angegeben. Die Zahlen legen nahe, dass sich die digitalen Kinos auf paneuropäischer Ebene mehr oder wenig gleichmäßig über alle vier Kategorien verteilen.

Auf Städte mit 100 000 bis 1 Mio. Einwohnern entfällt die größte Anzahl an digitalen Kinos (geschätzt 31 % aller digitalen Kinostandorte). Über die Hälfte aller digitalen Kinos steht in kleinen und mittelgroßen Städten. Dies zeigt, dass Kinos in kleineren Städten nicht *per se* von einer Digitalisierung ihrer Leinwände abgeschnitten sind.

**Tabelle 7 Digitale Kinos nach Stadtgröße – 2010**  
in Einheiten und %, geschätzt

Einwohner	2010	Anteil
< 30 000	1 162	28 %
30 000 - 100 000	1 041	26 %
100 000 - 1 Mio.	1 247	31 %
> 1 Mio.	631	15 %
<b>Europa gesamt</b>	<b>4 081</b>	<b>100 %</b>

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Tabelle 8 Digitale Leinwände nach Stadtgröße – 2010**  
in Einheiten und %, geschätzt

Einwohner	2010	Anteil
< 30 000	2 291	22 %
30 000 - 100 000	2 589	25 %
100 000 - 1 Mio.	3 578	35 %
> 1 Mio.	1 818	18 %
<b>Europa gesamt</b>	<b>10 276</b>	<b>100 %</b>

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

Ob sie allerdings dabei mehr Schwierigkeiten haben als in größeren Städten, ließe sich nur anhand eines Vergleichs mit der Verteilung aller Kinos auf die verschiedenen Größenkategorien der Städte sagen. Dies trifft in gleicher Weise für die Auswertung der Digitalleinwände zu (siehe Tabelle 8).

### Vergleich nach Kinogröße

In Tabelle 9 ist der prozentuale Anteil der digitalen Kinos für die verschiedenen Größenkategorien der Städte in Abhängigkeit von der Größe der Kinostandorte angegeben. Die Zahlen zeigen, dass die Marktkonzentration digitaler Einzelkinos und kleiner Miniplexe in Städten bis 30 000 Einwohner deutlich höher war als in größeren Städten. 57 % der digitalen Einzelkinos und 37 % der digitalen kleinen Miniplex-Kinos befinden sich in Kleinstädten.

Eine mögliche Erklärung hierfür ist die Tatsache, dass sich die Mehrheit der Einzelkinos und kleinen Miniplex-Kinos in ländlichen Gegenden befindet. Oder es könnte darauf hinweisen, dass kleine Kinos in Kleinstädten über einen besseren Zugang zur Digitaltechnik verfügen als in größeren Städten. Die Datenbasis umfasst nur jene 11 % der Einzelkinos, die in der Lage waren, ihre Leinwand umzurüsten, und ist für zuverlässige Rückschlüsse schlichtweg zu klein. Tatsache ist, dass 57 % der über 760

bis Ende 2010 umgerüsteten digitalen Einzelkinos in ländlichen Gegenden oder Kleinstädten stehen. Große digitale Miniplexe verteilen sich etwas gleichmäßiger auf unterschiedlich große Städte, wobei sich eine relative Mehrheit (33 %) in mittelgroßen Städten befindet. Digitale Multiplex- und Megaplex-Kinos finden sich vor allem in Großstädten und nur selten in Kleinstädten.

### Vergleich nach Betreibergröße

Tabelle 10 enthält eine Aufschlüsselung der Marktkonzentration digitaler Kinos nach Betreiberarten und weist hierbei ein vergleichbares Muster auf. Rund 82 % der kleinen und 67 % der mittelgroßen Betreiber betreiben digitale Kinos in Städten mit weniger als 100 000 Einwohner. Dagegen betreiben große und führende Betreiber die Mehrheit ihrer digitalen Kinos in Städte mit 100 000 bis 1 Mio. Einwohner.

### Vergleich nach Marktgröße

Aus Tabelle 11 ist zu entnehmen, dass über 50 % der digitalen Kinos in kleinen oder mittelgroßen Städten stehen, unabhängig von der Marktgröße (mit Ausnahme von kleinen Märkten). Anzumerken ist aber, dass digitale Kinos in mittelgroßen Märkten in stärkerem Maße in kleinen und mittelgroßen Städten vertreten sind (zusammen 66 %) als in anderen Märkten (rund 55 % in großen und führenden Märkten, nur 35 % in kleinen Märkten).

In kleinen Märkten stehen 58 % der digitalen Kinos in Städten mit 100 000 bis 1 Mio. Einwohner. Angesichts der kleinen Anzahl an digitalen Kinos lassen sich allerdings hieraus keine nennenswerten Rückschlüsse ziehen, aber es ist doch ein Hinweis darauf, dass ländliche Gegenden / Kleinstädte in kleinen Ländern in hohem Maße riskieren, im Digitalisierungsprozess auf der Strecke zu bleiben.

### Fazit

- Es ist schwierig, die Bedeutung der Größe der Stadt zu beurteilen, in der sich ein Kino befindet, wenn es um den Zugang zur Digitaltechnik geht. Hierfür wäre eine Gegenüberstellung mit der Marktkonzentration aller Kinos erforderlich.
- 2010 gab es – auf paneuropäischer Ebene – in Städten aller Größenkategorien digitale Kinos, was darauf hinweist, dass die Größe der Stadt als solche und für sich allein noch kein signifikantes Hindernis für die Umrüstung auf Digitaltechnik darstellt.
- Die Zahlen lassen allerdings vermuten, dass Kinos in ländlichen Gegenden und Kleinstädten in kleinen Märkten die größten Schwierigkeiten haben, ihre Leinwände umzurüsten. Für eine verlässliche Aussage ist die Datenbasis jedoch zu klein.
- Obwohl dies möglicherweise der ersten Intuition widerspricht, könnten die Zahlen auch darauf hinweisen, dass kleine Kinos / kleine Betreiber in kleinen Städten über einen besseren Zugang zur Digitaltechnik verfügen als in größeren Städten.

**Tabelle 9 Digitale Kinos nach Einzugsgebiet und Kinotyp – 2010**

*in % der Kinos nach Kinotyp, geschätzt*

Einwohner	Kinostandorttyp				Gesamt
	Einzel	Kleiner Miniplex	Großer Miniplex	Multiplex <sup>44</sup>	
< 30.000	57 %	37 %	22 %	12 %	1 162
30.000 - 100.000	19 %	25 %	33 %	22 %	1 041
100.000 - 1 Mio.	17 %	28 %	27 %	43 %	1 235
> 1 Mio.	7 %	11 %	18 %	23 %	643
<b>Europa</b>	<b>761</b>	<b>857</b>	<b>1 228</b>	<b>1 235</b>	<b>4 081</b>

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Tabelle 10 Digitale Kinos nach Einzugsgebiet und Betreiberart – 2010**

*in % von Kinos pro Betreiberart gesamt, geschätzt*

Einwohner	Betreiberart				Gesamt
	Klein	Mittel	Groß	Führend	
< 30.000	62 %	32 %	19 %	10 %	1 158
30.000 - 100.000	20 %	36 %	28 %	23 %	998
100.000 - 1 Mio.	12 %	21 %	33 %	44 %	1 075
> 1 Mio.	6 %	12 %	21 %	23 %	601
<b>Europa</b>	<b>992</b>	<b>848</b>	<b>891</b>	<b>1 101</b>	<b>3 832</b>

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Tabelle 11 Digitale Standorte / Einzugsgebiet und Marktgröße – 2010**

*in % der Kinos nach Marktgröße, geschätzt*

Einwohner	Marktgröße (Einspielergebnis)				Gesamt
	Klein	Mittel	Groß	XL	
< 30.000	14 %	37 %	32 %	27 %	1 162
30.000 - 100.000	20 %	29 %	23 %	26 %	1 041
100.000 - 1 Mio.	58 %	26 %	29 %	31 %	1 235
> 1 Mio.	7 %	8 %	17 %	17 %	643
<b>Europa</b>	<b>69</b>	<b>416</b>	<b>768</b>	<b>2 828</b>	<b>4 081</b>

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

<sup>44</sup> Kumulierte Zahlen für Multiplex- und Megaplex-Kinos.

# 6 Welche digitalen Projektionssysteme?

## ZUSAMMENGEFASST

- 80 % aller digitalen Kinos hatten bis Ende 2010 nur 3D-Leinwände installiert, und gerade mal 5 % waren reine 2D-Leinwände.
- In der Regel installieren die Kinobetreiber erst dann 2D-Leinwände, wenn ausreichende 3D-Kapazität gesichert sind. In den meisten Kinos scheint dies ab 3 bis 5 3D-Leinwände der Fall zu sein.
- Vom kommerziellen Sektor wird die ISO konforme 2K-Auflösung als Minimalstandard akzeptiert. Über die Anzahl nicht ISO konformer „E-Kinoleinwände“ liegen keine Daten vor.
- Ende 2010 dominierten 2K-Projektoren den Markt, wohingegen 4K-Leinwände nur einen Nischenmarktanteil von 3 % erreichen. Ihr Marktanteil dürfte allerdings ab 2011 deutlich steigen.

## 6.1 Ist digitales Kino gleichbedeutend mit 3D?

Wie in Kapitel 2 erläutert, war 3D der wichtigste Wachstumsmotor in der ersten Kinodigitalisierungswelle in Europa 2009 und 2010. 2011 ist der digitale Roll-out in seine zweite Phase eingetreten, in der die Anzahl der 2D-Installationen die der neuen 3D-Leinwände deutlich übersteigt, so dass der Anteil der 3D-Leinwände von 81 % im Jahr 2010 bis Ende 2011 auf geschätzte 61 % zurückgegangen sein dürfte (siehe Kapitel 1).

Trotz dieser sich rasch verändernden Situation gibt es noch eine ganze Reihe wertvoller Erkenntnisse, die aus einer detaillierten Auswertung der Zahlen von 2010 gewonnen werden können, da aus ihnen hervorgeht, in welchem Maße die 3D-Technik in allen Kintotypen zur Einführung des digitalen Kinos beigetragen hat und sie Rückschlüsse darüber ermöglichen, was von Kinobetreibern als ausreichende 3D-Kapazität pro Standort angesehen wird.

*80 % der digitalen Kinos betreiben nur 3D-Leinwände*

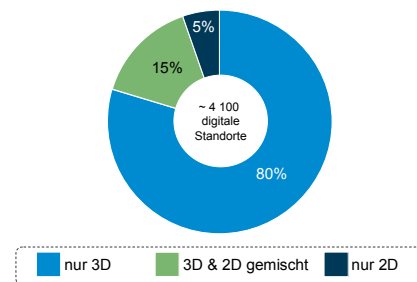
Die überwältigende Bedeutung von 3D als wesentlichem Faktor der ersten Phase des digitalen Roll-out geht eindeutig aus Abb. 1 hervor: 80 % der Kinostandorte mit mindestens einer digitalen Leinwand bis Ende 2010 hatten ausschließlich 3D-Leinwände installiert. Nur 5 % der digitalen Kinos verfügten über kein 3D-fähiges Projektionssystem. Die übrigen 15 % nutzten sowohl 3D- als auch 2D-Projektoren.

Wie Tabelle 1 zu entnehmen ist, gilt der 80 %-Anteil der ausschließlich auf 3D ausgerichteten digitalen Kinos mehr oder weniger für alle Kintotypen. Es gibt nur zwei wesentliche Unterschiede zwischen kleinen und großen Kinos: Die reinen 2D-Kinos fallen überwiegend in die Gruppe der kleinen Kinos, während sich nur größere Kinos eine Mischung aus 2D- und 3D-Projektoren leisten können.

*86 % der Einzelkinos setzen auf 3D*

Interessanterweise war die Dominanz der 3D-Leinwände in den digitalen Einzelkinos am deutlichsten. Da die Mehrheit der Einzelkinos von kleinen oder mittleren Betreibern betrieben werden, die vermutlich über weniger

Abb. 1 Verteilung der digitalen Kinos: 3D vs. 2D – 2010  
- in Einheiten und % von digitalen Kinos gesamt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

Tabelle 1 Verteilung der digitalen Kinos nach Kintotyp – 2010

in % von Kinos pro Kintotyp gesamt

Projektion	Kintotyp				Gesamt
	Einzel	Kleiner Miniplex	Großer Miniplex	Multiplex <sup>45</sup>	
Nur 3D	86 %	80 %	81 %	75 %	80 %
Gemischt	0 %	12 %	17 %	25 %	15 %
Nur 2D	14 %	9 %	2 %	1 %	5 %
<b>Gesamt EUR</b>	<b>761</b>	<b>857</b>	<b>1 228</b>	<b>1 235</b>	<b>4 081</b>

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

Tabelle 2 Verteilung der digitalen Leinwände nach Kintotyp – 2010

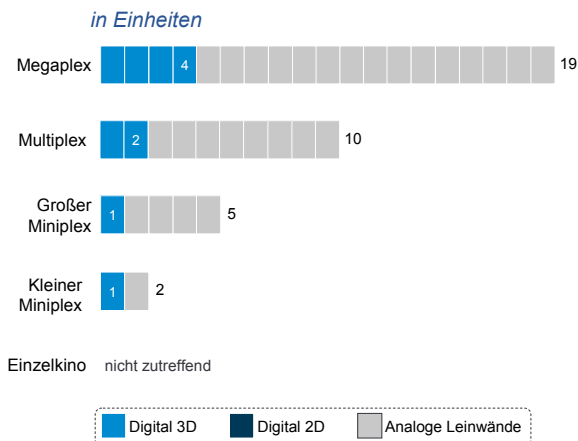
in % von Leinwände pro Kintotyp gesamt

Leinwand	Kintotyp				Gesamt
	Einzel	Kleiner Miniplex	Großer Miniplex	Multiplex <sup>44</sup>	
3D	86 %	83 %	84 %	79 %	81 %
2D	14 %	17 %	16 %	21 %	19 %
<b>Gesamt EUR</b>	<b>761</b>	<b>1 328</b>	<b>2 926</b>	<b>5 262</b>	<b>10 277</b>

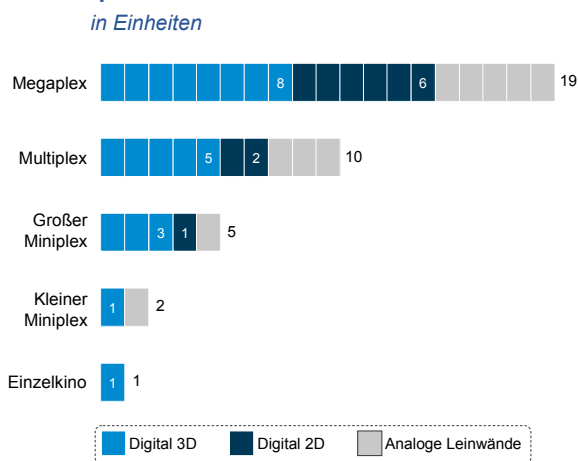
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

<sup>45</sup> Kumulierte Zahlen für Multi- und Megaplexe.

**Abb. 2 Durchschnittliche Anzahl 3D-/2D-Leinwände pro Kinostandort mit digitaler Umrüstungsquote von unter 40 % - 2010**



**Abb. 3 Durchschnittliche Anzahl 3D-/2D-Leinwände pro Kinostandort mit digitaler Umrüstungsquote von über 40 % - 2010**



finanzielle Ressourcen verfügen, hätte man annehmen können, dass sie sich für die günstigere 2D-Option entscheiden würden. Dass in der Praxis aber 86 % der Einzelkinos auf 3D umgerüstet haben, legt nahe, dass „Premium-Inhalte“ wie 3D-Filme für die meisten kleinen Kinos eine wirtschaftliche Notwendigkeit darstellen.

Gleichzeitig kann davon ausgegangen werden, dass die begrenzten finanziellen Mittel und der Ausschluss der 3D-Leinwände aus den meisten öffentlichen Förderprogrammen die Hauptgründe für den – vergleichsweise – hohen Anteil von Kinos mit 2D-Projektionsanlage in der Gruppe der Einzelkinos (14 %) und kleinen Miniplexe (9 %) sind. Praktisch alle größeren Kinos (d.h. mit mehr als 3 Leinwänden) hatten mindestens eine 3D-Leinwand.

*2D ist erst relevant, wenn ausreichend 3D-Kapazitäten aufgebaut worden sind*

Wie Abb. 2 zu entnehmen ist, hat eine große Mehrheit

von Kinos, die weniger als 40 % ihrer Leinwände umgerüstet hatten, nur 3D-Leinwände und keine 2D-Leinwände installiert. Je nach Größe des Kinos schwankt die durchschnittliche Anzahl an 3D-Leinwänden pro Standort zwischen 1 (kleine und große Miniplexe), 2 (Multiplex) und 4 (Megaplex).

Mit der zunehmenden Umrüstung der Standorte begannen die Betreiber, auch 2D-Leinwände zu installieren. Abb. 3 zeigt die durchschnittliche Anzahl an 3D- und 2D-Leinwänden für die Standorte, die bereits mehr als 40 % ihrer Leinwände umgerüstet hatten. Zwei weitere Beobachtungen lassen sich Abb. 3 entnehmen: 2D-Leinwände werden in der Regel nur in größere Kinos, aber nicht in kleine Miniplex- oder Einzelkinos installiert. Je größer das Kino, desto größer auch der Bedarf an 2D-Leinwänden: Große Miniplexe haben im Schnitt nach drei 3D-Leinwänden eine 2D-Digitalleinwand installiert, Multiplexe zwei 2D-Leinwände (nach fünf 3D-Leinwänden) und der durchschnittliche Megaplex hat zunächst acht 3D-Leinwände und dann sechs analoge Leinwände auf 2D digital umgerüstet.

Dies zeigt sehr deutlich, dass die große Mehrheit der Betreiber zur Umrüstung ihrer Standorte mit der Installation von 3D-Projektoren begonnen hat und sich nach dem Aufbau ausreichender Kapazitäten für 3D-Filme für die günstigere Alternative der 2D-Projektion entscheiden wird.

*Drei bis fünf 3D-Leinwände pro Standort scheinen auszureichen*

Wie viele 3D-Leinwände pro Standort als ausreichend angesehen werden, hängt natürlich von der Größe des Standorts und der Strategie der Kinokette ab. Abb. 3 legt nahe, dass in großen Miniplex- und Multiplex-Kinos im Schnitt drei bis fünf 3D-Leinwände als ausreichend angesehen werden. Diese großen Kintotypen haben aufgrund der Vielzahl an Leinwänden auch die besten Möglichkeiten 3D und 2D Leinwände gewinnbringend zu kombinieren. Ganz allgemein lässt sich sagen, dass Kinos mit fünf oder mehr Leinwänden im Schnitt ca. 50 % ihrer Leinwände auf 3D umgerüstet haben.

*2D als Markttreiber für 2011 / 2012*

Dies würde auch die deutliche Zunahme der 2D-Installationen im Jahr 2011 erklären, insofern als viele Kinoketten Ende 2010 – zumindest vorläufig – für sie ausreichende 3D-Kapazitäten erreicht zu haben scheinen. Vor diesem Hintergrund ist sicherlich davon auszugehen, dass die Anzahl und somit auch der Anteil der 2D-Leinwände 2011 und 2012 weiter steigen wird, da viele der größeren Ketten die vollständige Umrüstung ihrer (größeren) Kinostandorte mit 2D-Leinwänden fortsetzen.

Einen weiteren 3D-Schub könnte die Umrüstung einer großen Zahl von kleinen Miniplex- und Einzelkinos mit sich bringen, die ihre Leinwände bislang noch nicht umgerüstet haben, da diese Form des Kinos – soweit sie die entsprechenden finanziellen Möglichkeiten haben und es ihrer Programmpolitik entspricht – dazu neigt, ausschließlich 3D-Leinwände zu installieren.



### Fazit:

- Die Tatsache, dass Ende 2010 80 % aller digitalen Kinos ausschließlich 3D-Leinwände installiert hatten und gerade mal 5 % über keine 3D-Leinwand verfügten, bestätigt die Schlüsselfunktion der 3D-Technik als Motor für die Digitalisierung
- Betreiber installieren in der Regel 2D-Leinwände nur dann, wenn sie sich ausreichende 3D-Kapazitäten aufgebaut haben. In den meisten Kinos scheint dies mit drei bis fünf 3D-Leinwänden oder ca. 50 % der Leinwände pro Standort der Fall zu sein.
- 2D ist wahrscheinlich der Hauptwachstumstreiber in den Jahren 2011 und 2012.

## 6.2 Die Frage der Auflösung: 2K vs. 4K

Die laufende Weiterentwicklung der Standards für das digitale Kino war Gegenstand von Kapitel 2.2. Die Auflösung des Projektors ist ein wichtiger Aspekt dieser Standards. 2K (2048 x 1080 Pixel pro Bild) ist die von den ISO-Normen geforderte Mindestauflösung und wird im allgemeinen als Grenze zwischen digitalen und elektronischen Projektionssystemen anerkannt.

Es wurde wiederholt die Frage gestellt, ob die Mindestauflösung von 2K für die europäische Kinolandschaft wirklich erforderlich ist oder ob auch niedrigere Auflösungen ausreichen könnten. Es wurde argumentiert, dass das Verbrauchererlebnis auf kleinen Leinwänden das gleiche wäre. Zudem würden mit preiswerteren Projektionssystemen mit einer niedrigeren Auflösung die Investitionskosten gesenkt und somit mehr kleine Kinos in die Lage versetzt, auf digital umzurüsten (siehe Kapitel 2.2).

Leider ist es mangels zuverlässiger Daten über die Anzahl der in Europa eingesetzten E-Kino-Leinwände derzeit nicht möglich, die Bedeutung von E-Kino-Lösungen in Europa zu quantifizieren. Entsprechend der üblichen Praxis enthalten die von MEDIA Salles gesammelten Daten nur Angaben über digitale Leinwände mit DLP-Technologie oder SXRD-4K-Technologie von Sony.

Geht man von der Prämisse aus, dass die führenden Verleiher einschließlich der US-Majors ihre Politik fortführen, nur Filme auf DCI-konformen Leinwänden (2K oder 4K) herauszugeben, hat sich die Frage für den kommerziellen Sektor erledigt: kommerzielle Betreiber müssen sich für 2K- oder 4K-Projektionssysteme entscheiden, wenn sie in der Lage sein wollen, z.B. amerikanische Blockbuster zu zeigen, die in aller Regel eine *Conditio sine qua non* für das Überleben praktisch aller kommerziellen Kinos sind.

### 4K-Projektion bis 2010 Nischenmarkt

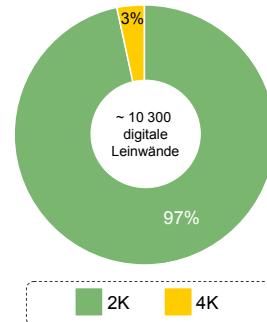
Wie Abb. 4 und 5 zu entnehmen ist, waren praktisch alle bis Ende 2010 installierten digitalen Projektionssysteme 2K-Anlagen. 4K-Projektoren kamen nur auf einen Nischenmarktanteil von 3 % aller digitalen Leinwände und wurden in erster Linie in größeren Kinos größer und führender Betreiber installiert.

### Zunahme der 4K-Projektoren zu erwarten

Alle 2K-Projektoren basieren auf der DLP Cinema-Technologie von Texas Instruments, während Sony bis Ende 2010 der einzige Hersteller von 4K-Projektoren war. Die Anzahl der 4K-Projektoren dürfte allerdings ab 2011 steigen, da Sony die Installation seiner Projektoren mit einem VPF-Finanzierten Modell als Integrator unterstützt und 2011 mehrere Roll-out-Deals abschließen konnte (siehe Kapitel 2.5). Texas Instruments hat im August 2011 damit begonnen, seinen 4K-DLP Cinema-Chip an Lizenznehmer zu schicken und Barco war der erste Hersteller, der im Juli 2011 ein kommerzielles 4K-Projektionssystem mit DLP-Technologie angeboten hat.

**Abb. 4 Verteilung der digitalen Leinwände: 2K vs. 4K – 2010**

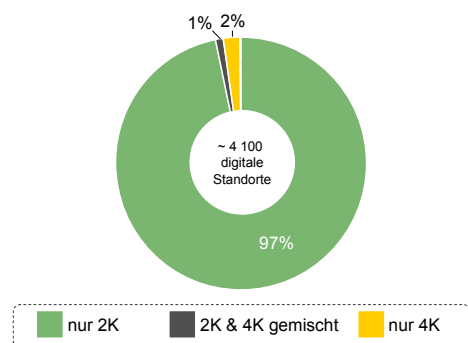
in Einheiten und % von digitale Leinwände gesamt, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Abb. 5 Verteilung der digitalen Standorte: 2K vs. 4K – 2010**

in Einheiten und % von digitale Standorte gesamt, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

### Fazit

- Es gibt keine verfügbaren zuverlässigen Daten über die Anzahl der „E-Kino-Leinwände“ mit einer Auflösung unter 2K.
- Die ISO-Norm für das digitale Kino legt eine 2K-Auflösung als Mindestauflösung für digitale Projektionssysteme fest.
- Aus diesem Grund dürfte das Ausweichen auf „E-Kino-Projektoren“ mit einer Auflösung unter 2K keine Option für kommerzielle Kinos sein.
- Projektoren mit 2K-Auflösung dominierten bis 2010 praktisch den gesamten digitalen Kinomarkt, während 4K-Projektoren lediglich eine 3%-Marktnische besetzt hatten.
- Die Nutzung von 4K-Projektoren dürfte allerdings ab 2011 zunehmen, da Sony etliche Roll-out-Deals abschließen konnte und auch 4K-Projektoren auf der Grundlage der DLP Cinema-Technologie angeboten werden.

# 7 Marktanteile Ausrüstung

## ZUSAMMENGEFASST

- RealD ist mit einem geschätzten Marktanteil von 34 % der europäische Marktführer in 3D-Technologie, dicht gefolgt von XpanD und Dolby.
- Christie-Projektoren dominieren eindeutig den europäischen Markt mit einem geschätzten Marktanteil von knapp 47 %.
- Doremi-Server sind mit einem geschätzten Marktanteil von 58 % die mit Abstand begehrtesten Server für digitales Kino.

## 7.1 3D-Technologie

### Beschreibung der Datenbasis

Für 2010 waren Zahlen über die von Kinobetreibern eingesetzten 3D-Technologien für 3 195 digitale 3D-Standorte (83 % aller digitalen 3D-Standorte in Europa) verfügbar. Die Zahlen lagen nur pro-Standort, aber nicht pro Leinwand vor. Dies macht es unmöglich, eine genaue Schätzung der Marktanteile vorzunehmen. Ersatzweise kann jedoch die Standort-Nutzungsquote, d.h. der Prozentsatz der Standorte, die eine bestimmte 3D-Technologie installiert haben, verwendet werden. Die prozentualen Anteile werden auf der Grundlage des gesamten Bestands an digitalen Standorten berechnet, für die Daten vorliegen. In den absoluten Zahlen werden Standorte, die mehr als eine Marke installiert haben, mehrfach gerechnet. Die kumulierten Anteile können mehr als 100 % ergeben.

Untersuchungen von MEDIA Salles haben ergeben, dass bis Ende 2010 digitale 3D-Technologien von acht verschiedenen Herstellern/Marken in europäische Kinos installiert worden waren.

#### *Technologien von RealD, XpanD und Dolby dominieren den europäischen digitalen 3D-Markt*

Der Markt für 3D-Technologien wurde allerdings eindeutig **von nur drei Marken dominiert**: RealD, XpanD und Dolby. Es wird geschätzt, dass über 90 % der 3 195 digitalen 3D-Standorte in Europa eines dieser drei System installiert hatten.

Aus den Daten geht hervor, dass RealD die in europäischen Kinos am häufigsten eingesetzte 3D-Technologie war – 34 % der digitalen 3D-Kinostandorte hatten ein System von RealD 3D installiert, dicht gefolgt von XpanD (30 %) und Dolby (28 %).

#### *RealD*

Die 2003 gegründete US-amerikanische Firma RealD war als erste am Markt und konnte sich dank dieses Vorteils auf dem US-amerikanischen Markt einen Marktanteil

von über 85 % erarbeiten<sup>46</sup>. In Europa sieht sich RealD dagegen einem deutlich stärkeren Wettbewerb ausgesetzt und erreicht „nur“ 34 % der 3 195 europäischen Kinos, die bis Ende 2010 über mindestens eine 3D-Leinwand verfügten.

Die 3D-Technologie von RealD basiert auf passiven, kostengünstigen polarisierten (Einweg-)Brillen. Sie erfordert aber kompliziertere Zusätze für den Digitalprojektor, um die polarisierte Projektion zu ermöglichen. Auf Grund des hohen Lichtverlusts bei der Projektion benötigen die Kinobetreiber für den Einsatz des RealD-Systems zudem einen Silver Screen (Silberleinwand).

Im Unterschied zu seinen Konkurrenten bietet RealD ein Geschäftsmodell an, das auf einer Lizenzgebühr basiert: Statt das Projektionssystem bei Kauf finanzieren zu müssen, zahlt der Betreiber auf jede Kinokarte eine Gebühr, wodurch die Investitionskosten für den Betreiber deutlich sinken.

Wie in den USA scheint RealD zum Ausbau seiner Marktanteile eine Strategie der langfristigen VPF-Deals mit führenden Kinoketten wie Odeon & UCI Kinos, Cineworld (GB) oder Europalaces (FR) zu verfolgen. Dies zeigt sich auch an der Tatsache, dass 68 % der Standorte, die RealD-Technologie einsetzen, einem der führenden Betreiber gehören (siehe Tabelle 2). Kein anderer Hersteller schien seine Strategie so konsequent wie RealD auf führende Betreiber und – bedingt durch die Größe der von ihnen betriebenen Kinos – auf Multiplexe und Megaplexe auszurichten (siehe Tabelle 1). Wie Tabelle 3 zu entnehmen ist, erreichte RealD einen besonders hohen Marktanteil im Vereinigten Königreich (83 % der 3D-Standorte), Österreich (84 %) und Portugal (69 %).

#### *XpanD*

Geschätzte 30 % der europäischen Kinostandorte hatten die 3D-Technologie der slowenischen Firma XpanD

<sup>46</sup> <http://www.variety.com/article/VR1118034654?refcatid=3764> "3D technology war" Variety, 30. März 2011

installiert. Im Gegensatz zu ihren zwei großen Konkurrenten verwendet die 3D-Technologie von XpanD aktive Shutter-Brillen mit integrierter Elektronik im Rahmen. Die Anforderungen an Zusatzgeräte für den Digitalprojektor sind demzufolge etwas niedriger. Das XpanD-System erfordert zudem keinen Silver Screen. Mit dieser aktiven Technologielösung positioniert sich XpanD als Premium-3D-Lösung, die höhere Investitionskosten erfordert als passive Technologien. Im Gegensatz zu RealD hat sich die 3D-Technologie von XpanD in allen Kino- und Betreiberkategorien mehr oder weniger in gleichem Maße durchgesetzt. Im Vergleich zu den Wettbewerbsprodukten scheint XpanD etwas beliebter bei kleineren Kinos und Betreibern zu sein. XpanD hat eine führende Marktposition unter anderem im größten Kinomarkt Europas Frankreich (63 % der 3D-Standorte setzen XpanD ein) sowie in mehreren skandinavischen und baltischen Ländern erreicht (siehe Tabelle 3).

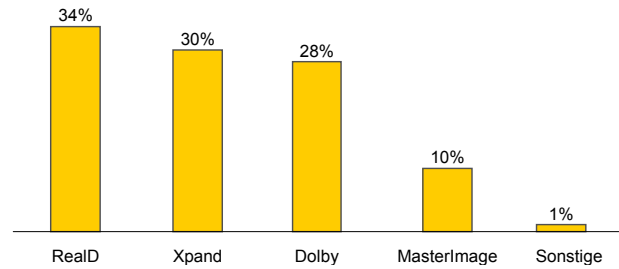
#### Dolby Labs

Aufbauend auf einer erfolgreichen Marke im Bereich Kinosound, ist Dolby Labs (USA) 2004 in den 3D-Technologiemarkt eingestiegen. Das Dolby-3D-System verwendet eine farbbasierte Interferenzfiltertechnik, die passive, aber teurere und wiederverwendbare Brillen erfordert. Ein Silver Screen ist nicht erforderlich. Das Dolby-3D-System wird direkt verkauft, ohne Lizenzgebühren oder Einnahmenbeteiligung. Im Gegensatz zu seinen Konkurrenten verkauft Dolby nicht direkt an die Betreiber, sondern an Dienstleister, die digitale Kinosysteme für Kinos zusammenstellen. Dolby 3D ist wie XpanD in allen Kino- und Betreiberkategorien mehr oder weniger gleichermaßen vertreten und bedient zahlreiche kleinere Betreiber sowie Cinema City. Besonders weit verbreitet scheint der Einsatz von Dolby 3D in vielen mittel- und osteuropäischen Ländern wie Polen (87 % der 3D-Standorte), Rumänien (72 %), Russland (60 %) oder Ungarn (65 %) zu sein (siehe Tabelle 3).

#### MasterImage

Die einzige andere Firma, die noch eine nennenswerte Anzahl an europäischen 3D-Kinos ausgestattet hat, ist das Start-up-Unternehmen MasterImage 3D. Rund 10 % der europäischen 3D-Standorte hatten bis Ende 2010 diese Technologie installiert. Die Technologie von MasterImage 3D ähnelt der Lösung von RealD, d.h. sie verwendet passive, polarisierte Einwegbrillen und erfordert einen Silver Screen. Im Gegensatz zu RealD bietet MasterImage jedoch sein 3D-System ohne Lizenzgebühr oder anderweitige langfristige Vereinbarung an. Mit diesem Angebot konnte MasterImage bislang ein halbes Dutzend mittelgroße Kinoketten in den USA gewinnen. Mittelgroße Ketten in den USA entsprechen in etwa den Kategorien der großen und führenden Betreiber in Europa, die 77 % der Standorte betreiben, die sich für eine Lösung von MasterImage entschieden haben. Zu den wichtigsten Kunden zählen Cineplex (DE) und Ward Anderson (IE/GB). MasterImage ist nur in zwei Ländern Marktführer: Luxemburg

**Abb. 1 Digitale 3D-Kinos pro 3D-Technologie – 2010**  
in % aller 3D-Kinostandorte, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Tabelle 1 Installierte 3D-Marken pro Kintyp – 2010**  
in % von 3D-Standorte pro Marke, geschätzt

3D-Marke	Kintypen				Gesamt
	Einzel	Kleiner Miniplex	Großer Miniplex	M-Plex <sup>47</sup>	
RealD	5 %	11 %	27 %	56 %	1079
XpanD	19 %	26 %	34 %	21 %	955
Dolby	22 %	23 %	32 %	23 %	895
Master-Image	9 %	8 %	44 %	38 %	333
Sonst.	11 %	3 %	24 %	63 %	38
<b>Gesamt</b>	<b>14 %</b>	<b>18 %</b>	<b>32 %</b>	<b>35 %</b>	<b>3300</b>

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Tabelle 2 Einsatz von 3D-Technologie nach Betreiber typ – 2010**  
in % von 3D-Kinos pro Betreiber typ, geschätzt

3D-Marke	Betreibertyp				Ges.
	Klein	Mittel	Groß	Führ.	
RealD	19 %	16 %	17 %	69 %	1079
XpanD	42 %	43 %	37 %	4 %	846
Dolby	34 %	29 %	36 %	11 %	778
MasterImage	4 %	12 %	10 %	14 %	319
Sonstige	1 %	0 %	2 %	2 %	36
<b>Gesamt</b>	<b>619</b>	<b>604</b>	<b>768</b>	<b>1067</b>	<b>3058</b>

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

(67 % der 3D-Standorte) und Schweden (42 %). Die Firma hat unlängst einen größeren Deal mit der Kette Europalaces Pathé Gaumont abgeschlossen, was ihre Marktposition in Frankreich verbessern dürfte.

<sup>47</sup> Kumulierte Zahlen für Multi- und Megaplexe.

### Sonstige Marken

Die 3D-Systeme anderer Hersteller, darunter IMAX, Volfoni oder Eyes3Shut, werden zusammengerechnet in 1 % der digitalen 3D-Standorte eingesetzt. Es bleibt abzuwarten, inwieweit der 3D-Markt mittelfristig weitere Chancen für diese kleineren Unternehmen eröffnen wird.

#### Filmbasierte 3D-Technologie von Technicolor

Obgleich sie nicht zum digitalen 3D-Markt im eigentlichen Sinne zählt, ist die 3D-Technologie von Technicolor in diesem Kontext zu erwähnen. Während der digitale Roll-out langsam aber sicher seinen Höhepunkt erreicht, will diese noch junge 3D-Technologie nicht Digitalprojektoren, sondern alte 35-mm-Filme 3D-fähig machen. Mit seiner erklärtermaßen kostengünstigen Lösung zielt Technicolor auf kleinere Filmtheater und Betreiber ab, die nicht über die finanziellen Mittel für eine Digitalisierung ihrer Leinwände verfügen, aber dennoch vom aktuellen 3D-Boom profitieren wollen. Technicolor verwendet polarisierte Brillen nach dem Vorbild der RealD-Technologie und erfordert ebenfalls einen Silver Screen. Technicolor betrachtet seine Lösung für einige Märkte als Brückentechnologie, geht aber davon aus, dass sie sich für bestimmte Kunden und Märkte langfristig durchsetzen kann.<sup>48</sup>

#### TRENDS

Laut einem Artikel in *Variety*<sup>49</sup> geht es im Wettbewerb zwischen den drei führenden 3D-Anbietern nicht mehr um die Qualität ihrer Technologie, die von allen Experten generell als sehr gut beurteilt wird. Einen kleinen Qualitätsvorteil sehen manche in den aktiven Brillen von XpanD, die den so genannten „Crosstalk-Effekt“ verhindern – ein Doppelbild, das manchmal bei passiven Brillen entsteht, wenn sich die für das linke und rechte Auge bestimmten Bilder teilweise überschneiden. Der Wettbewerb konzentriert sich inzwischen viel mehr auf wirtschaftliche Aspekte. Neben den Vorabinvestitionskosten und Lizenzgebühren hängt die Wirtschaftlichkeit eines Systems in erster Linie von den Kosten für die 3D-Brillen ab, die als zentraler Gegenstand des Wettbewerbs zwischen den konkurrierenden Technologien angesehen werden. Obgleich wiederverwendbare Brillen wie die von XpanD über die gesamte Lebensdauer gerechnet möglicherweise preisgünstiger sind als Einwegbrillen, wird dies die Betreiber kaum in ihrer Entscheidung beeinflussen, solange die Brillen entweder vom Technologieanbieter subventioniert werden – so wie es RealD in den USA praktiziert – oder sie an die Kinobesucher für ca. ein Euro verkauft werden können, wie in Europa bei Brillen von RealD und Master-Image der Fall.

**Tabelle 3 Kinos nach 3D-Technologie pro Land–2010**

*in % digitaler Kinos pro Land, geschätzt*

Land	RealD	XpanD	Dolby	Master-Image	Sonst.
AT	84 %	9 %	2 %	-	4 %
BE	12 %	24 %	55 %	9 %	-
BG	24 %	-	76 %	-	-
CH	39 %	46 %	4 %	11 %	-
CY	17 %	-	83 %	-	-
CZ	2 %	30 %	48 %	18 %	2 %
DE	47 %	16 %	11 %	24 %	2 %
DK	37 %	1 %	45 %	17 %	-
EE	-	67 %	33 %	-	-
ES	42 %	23 %	23 %	13 %	-
FI	-	77 %	23 %	-	-
FR	34 %	63 %	1 %	2 %	1 %
GB	83 %	6 %	4 %	8 %	-
GR	47 %	11 %	42 %	-	-
HR	-	25 %	75 %	-	-
HU	4 %	-	65 %	31 %	-
IE	49 %	9 %	-	42 %	-
IS	100 %	-	-	-	-
IT	34 %	27 %	30 %	9 %	1 %
LT	-	83 %	17 %	-	-
LU	-	33 %	-	67 %	-
LV	-	50 %	50 %	-	-
MT	-	67 %	-	33 %	-
NL	33 %	36 %	6 %	22 %	4 %
NO	33 %	8 %	51 %	8 %	-
PL	-	13 %	87 %	-	-
PT	69 %	31 %	-	-	-
RO	17 %	11 %	72 %	-	-
RU	1 %	32 %	60 %	5 %	3 %
SE	9 %	8 %	41 %	42 %	-
SI	-	45 %	55 %	-	-
SK	-	73 %	7 %	20 %	-
TR	23 %	74 %	1 %	2 %	-
<b>EUR</b>	<b>34 %</b>	<b>30 %</b>	<b>28 %</b>	<b>10 %</b>	<b>1 %</b>

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

<sup>48</sup> <http://www.technicolor.com/en/hi/cinema/3d-in-the-theatre/exhibitors-faq>

<sup>49</sup> <http://www.variety.com/article/VR1118034654?refcatid=3764> “3D technology war” Variety, 30. März 2011

## 7.2 Projektormarke

### Beschreibung der Datenbasis

Für 2010 waren Zahlen über die von Kinobetreibern eingesetzten Projektormarken für 3 108 digitale Standorte (76 % aller digitalen Standorte in Europa) verfügbar. Die Zahlen lagen nur pro-Standort, aber nicht pro Leinwand vor. Die prozentualen Anteile werden auf der Grundlage des gesamten Bestands an digitalen Standorten berechnet, für die Daten vorliegen. In den absoluten Zahlen werden Standorte, die mehr als eine Marke installiert haben, mehrfach gerechnet. Die kumulierten Anteile können mehr als 100 % ergeben.

Untersuchungen von MEDIA Salles haben ergeben, dass bis Ende 2010 digitale Projektoren von **sechs verschiedenen Herstellern/Marken** in europäische Kinos installiert worden waren.

Es gibt im Wesentlichen zwei Arten von digitalen Kinoprojektoren. Eine große Mehrheit von Digitalprojektoren verwendet die DLP Cinema-Technologie von Texas Instruments, die von allen führenden Herstellern lizenziert wurde. Sony hat eine alternative Projektionstechnologie mit dem Namen SXR entwickelt und sich auf das Marktsegment der 4K-Projektion konzentriert.

Wie der Markt für 3D-Technologie, wurde der Markt für digitale Kinoprojektoren 2010 von lediglich drei Herstellern dominiert: Christie, Barco und NEC. Praktisch alle Standorte der Stichprobe haben mindestens einen Projektor von einem dieser drei Hersteller installiert.

#### Christie Marktführer in Europa

Die US-amerikanische Firma **Christie** produziert seit 1999 digitale Kinoprojektoren. Das Unternehmen, das im Juli 2011 das Erreichen der Marke der 20 000 weltweit verkauften digitalen Kinoprojektoren bekannt gegeben hat, ist der führende Hersteller weltweit.<sup>50</sup> Wie aus Abb. 2 hervorgeht, legen die Zahlen von MEDIA Salles nahe, dass fast jeder zweite digitale Kinostandort in Europa (47 %) bis Ende 2010 mindestens einen Christie-Projektor installiert hatte, was Christie eindeutig zum Marktführer in Europa macht. Das Unternehmen hat unlängst einen großen Deal mit Cinema City International bekanntgegeben<sup>51</sup>, dem größten Multiplex-Kinobetreiber in Mittel- und Osteuropa.

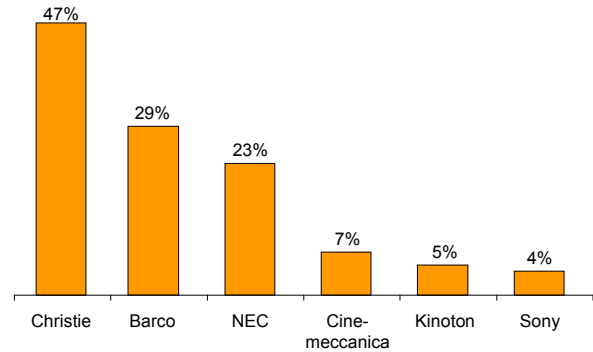
Zu den weiteren großen europäischen Kunden zählen beispielsweise CGR (FR) oder Cineplex (DE). Die Zahlen legen nahe, dass Christie in 18 der 35 Länder Marktführer war, für die entsprechende Daten vorlagen, darunter auch führende Märkte wie Frankreich (46 % der Standorte nutzen Christie-Projektoren), Spanien (51 %), Italien (33 %) und Russland (45 %).

<sup>50</sup> <http://www.christiedigital.co.uk/emea/news-room/press-releases/Pages/20k-digital-cinema-milestone.aspx>

<sup>51</sup> [http://www.christiedigital.co.uk/emea/news-room/press-releases/pages/default.aspx#q\\_bf1ebd40\\_95c5\\_46a7\\_9734\\_0068b8e82241;2:10](http://www.christiedigital.co.uk/emea/news-room/press-releases/pages/default.aspx#q_bf1ebd40_95c5_46a7_9734_0068b8e82241;2:10)

**Abb. 2** Digitale Standorte pro Projektormarke – 2010

in % von digitale Standorte gesamt, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Tabelle 4** Installierte Projektormarken pro Kinotyp – 2010

in % digitaler Kinos pro Kinotyp, geschätzt

Marke Projektor	Kinotyp				Gesamt
	Einzel	Miniplex klein	Miniplex groß	M-Plex <sup>52</sup>	
Christie	48 %	46 %	40 %	36 %	1 472
Barco	25 %	23 %	27 %	25 %	913
NEC	19 %	17 %	16 %	24 %	711
Cine-meccanica	4 %	5 %	7 %	7 %	232
Sonstige	5 %	8 %	10 %	8 %	296
<b>Gesamt</b>	<b>520</b>	<b>615</b>	<b>1 059</b>	<b>1 430</b>	<b>3 624</b>

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Tabelle 5** Von Projektorherstellern anvisierte Betreiber typen – 2010

in % digitaler Kinos pro Marke, geschätzt

Marke Projektor	Betreibertyp				Gesamt
	Klein	Mittel	Groß	Führ.	
Christie	24 %	19 %	27 %	30 %	1366
Barco	17 %	15 %	27 %	41 %	853
NEC	16 %	11 %	16 %	57 %	676
Cine-meccanica	12 %	25 %	37 %	25 %	222
Sonstige	14 %	27 %	21 %	39 %	277

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

<sup>52</sup> Kumulierte Zahlen für Multi- und Megaplexe.

**Barco**

Platz 2 hat die belgische Firma **Barco** erreicht, deren Digitalprojektoren in geschätzt 36 % der digitalen Standorte eingesetzt wurden (Stand Ende 2010). In Europa hat Barco Vereinbarungen mit namhaften Kunden abgeschlossen, darunter die belgische Kinokette Kinopolis Group oder Blitz-Cinestar in Kroatien. Barco-Projektoren erreichen in 11 der 35 Länder Europas die führende Position, für die entsprechende Daten vorlagen, darunter mehrere mittelgroße Märkte wie Belgien (81 % der Standorte), Irland (83 %), Schweden (51 %) oder Dänemark (50 %).

**NEC**

Drittgrößter Hersteller von digitalen Kinoprojektoren auf dem europäischen Markt war der japanische Elektronikriese **NEC**. Wie Abb. 2 zu entnehmen ist, hatten bis Ende 2010 ca. 23 % der digitalen Kinostandorte in Europa mindestens einen NEC-Projektor installiert. Zu den größten Kunden von NEC zählten Odeon & UCI und Cineworld, was zur führenden Marktposition des Unternehmens im Vereinigten Königreich beigetragen hat.

Wie Tabelle 4 zu entnehmen ist, waren Christie-Projektoren in allen Kinotypen die führende Marke. Besonders beliebt scheinen sie in Einzelkinos und kleineren Kinos zu sein, wo sie in geschätzten 48 % bzw. 46 % der digitalen Kinostandorte dieser beiden Kategorien vertreten sind. NEC-Projektoren sind dagegen überproportional stark in Multi-/Megaplex-Kinos vertreten, wo sie die insgesamt dominierende Position von Christie ein wenig relativiert haben. Im Gegensatz zu ihren beiden Hauptwettbewerbern, gibt es bei der Nutzung der Projektoren der Firma Barco keine Unterschiede zwischen den verschiedenen Kinotypen. Während die drei führenden Projektorhersteller in praktisch allen oder zumindest den meisten hier untersuchten Märkten tätig sind, konzentrieren sich andere, kleinere Projektorhersteller wie Cinemeccanica und Kinoton nur auf eine begrenzte Anzahl von Märkten in Europa.

**Sony**

Bis Ende 2010 waren in gerade mal 4 % der digitalen Kinostandorte 4K-Projektoren von **Sony** installiert worden. Apollo (GB) war die erste Kette, die Mitte 2009 mit Sony abgeschlossen hat. Seitdem konnte Sony umfangreiche Roll-out-Deals abschließen, darunter 2011 mit VUE Kinos (GB) und Cinemaxx (DE), und so ist davon auszugehen, dass der Sony-Marktanteil in den kommenden Jahren steigen wird. Sony war bis Mitte 2011 der einzige Anbieter von kommerziellen 4K-Projektoren.

**Tabelle 6 Projektormarken pro Land – 2010**  
in % digitaler Kinos pro Land, geschätzt

Land	Christie	Barco	NEC	Cine-meccanica	Sonst.
AT	69 %	21 %	8 %	-	2 %
BE	19 %	81 %	-	-	-
BG	65 %	-	-	-	35 %
CH	50 %	36 %	-	14 %	-
CY	-	83 %	-	-	17 %
CZ	47 %	27 %	16 %	-	10 %
DE	35 %	21 %	20 %	-	24 %
DK	25 %	50 %	-	-	25 %
EE	20 %	60 %	20 %	-	-
ES	51 %	22 %	22 %	2 %	3 %
FI	19 %	54 %	17 %	4 %	7 %
FR	46 %	29 %	21 %	2 %	1 %
GB	34 %	14 %	45 %	-	7 %
GR	50 %	-	-	13 %	38 %
HR	14 %	-	-	86 %	-
HU	48 %	31 %	-	-	21 %
IE	-	83 %	17 %	-	-
IS	-	50 %	-	5-	-
IT	33 %	23 %	15 %	26 %	3 %
LT	38 %	63 %	-	-	-
LU	20 %	80 %	-	-	-
LV	33 %	67 %	-	-	-
MT	50 %	-	50 %	-	-
NL	36 %	32 %	19 %	2 %	11 %
NO	65 %	13 %	2 %	-	21 %
PL	44 %	30 %	13 %	-	14 %
PT	13 %	38 %	40 %	1 %	7 %
RO	59 %	6 %	-	12 %	24 %
RU	45 %	27 %	16 %	8 %	5 %
SE	33 %	51 %	16 %	-	-
SI	27 %	-	-	33 %	4-
SK	65 %	35 %	-	-	-
TR	90 %	6 %	-	-	5 %
<b>Europa</b>	<b>47</b>	<b>29 %</b>	<b>23 %</b>	<b>7 %</b>	<b>9 %</b>

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

## 7.3 Servermarke

### Beschreibung der Datenbasis

Für 2010 waren Zahlen über die von Kinobetreibern eingesetzten Server für 3 113 digitale Standorte (76 % aller digitalen Standorte in Europa) verfügbar. Die Zahlen lagen nur pro-Standort, aber nicht pro Leinwand vor. Die prozentualen Anteile werden auf der Grundlage des gesamten Bestands an digitalen Standorten berechnet, für die Daten vorliegen. In den absoluten Zahlen werden Standorte, die mehr als eine Marke installiert haben, mehrfach gerechnet. Die kumulierten Anteile können mehr als 100 % ergeben.

Die Server für das digitale Kino bilden einen festen Bestandteil eines jeden digitalen Projektionssystems. Laut den Daten von MEDIA Salles waren bis Ende 2010 **Server von neun verschiedenen Herstellern** für die digitale Projektion in europäische Kinos installiert worden.

*Mehr Wettbewerber, aber  
höhere Marktkonzentration*

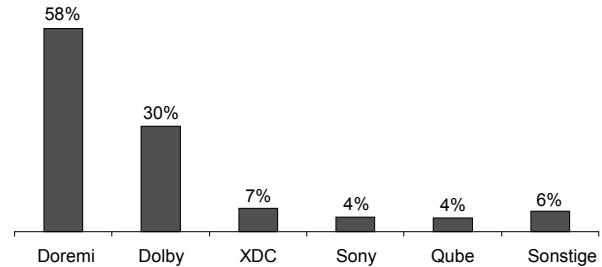
Was die Anzahl der Akteure auf dem Markt für digitale Kinosever betrifft, so gibt es auf diesem Markt einen höheren Wettbewerb als auf dem Markt für Digitalprojektoren oder 3D-Technologie. Bezüglich der Marktanteile scheint der Markt hingegen eine höhere Konzentration aufzuweisen. Fast 90 % der digitalen Kinos in Europa setzen Server von nur zwei Herstellern ein: Doremi und Dolby (Stand 2010).

*Doremi deutlich Marktführer in Europa*

Die Zahlen legen nahe, dass Doremi Cinema (USA) den europäischen Markt klar beherrscht: 58 % der digitalen Standorte hatten bis Ende 2010 mindestens einen Doremi-Server eingesetzt. Grundlage dieses auf paneuropäischer Ebene sehr hohen Marktanteils ist die führende Marktstellung von Doremi in den fünf großen westeuropäischen Märkten. Insgesamt steht Doremi in 14 der 35 in diesem Bericht untersuchten Länder auf Platz 1. Doremi scheint in allen Kinokategorien die bevorzugte Servermarke gewesen zu sein. Besonders stark vertreten scheint sie in Multi- und Megaplex-Kinos zu sein, von denen sich 60 % für Doremi entschieden haben (siehe Tabelle 7).

Im Gegensatz zu anderen Marken wie Dolby, Sony oder XDC/Barco hat sich Doremi auf autonome digitale Kinoseverssysteme spezialisiert und bietet keine Digitalprojektoren (wie Sony), digitale 3D-Technologie (wie Dolby) oder Finanzierungs- und Roll-out-Dienste (wie XDC) an. So hängen die Marktanteile letzterer eng mit dem Anteil der bereitgestellten 3D-Technologie (Dolby) oder Digitalprojektoren (Sony; 4 % der Standorte) zusammen.

**Abb. 3** Digitale Standorte / Servermarken – 2010  
in % von digitale Standorte gesamt, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Tabelle 7** Installierte Servermarken pro Kinotyp – 2010  
in % digitaler Kinos pro Kinotyp, geschätzt

Servermarke	Kinotyp				Gesamt
	Einzel	Miniplex klein	Miniplex groß	M-Plex <sup>53</sup>	
Doremi	50 %	49 %	50 %	60 %	1809
Dolby	30 %	31 %	29 %	24 %	937
XDC	3 %	6 %	8 %	6 %	209
Sony	2 %	3 %	4 %	5 %	131
Qube	7 %	4 %	3 %	3 %	122
Sonstige	8 %	8 %	5 %	3 %	180
<b>Gesamt</b>	<b>520</b>	<b>599</b>	<b>1028</b>	<b>1241</b>	<b>3388</b>

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

**Tabelle 8** Von Serverherstellern anvisierte Betreiber-typen – 2010  
in % digitaler Kinos pro Marke, geschätzt

Servermarke	Betreibertyp				Gesamt
	Klein	Mittel	Groß	Führ.	
Doremi	20 %	15 %	22 %	43 %	1 725
Dolby	18 %	21 %	35 %	26 %	833
XDC	14 %	23 %	32 %	31 %	209
Sony	12 %	15 %	27 %	46 %	131
Qube	39 %	18 %	21 %	23 %	120
Sonstige	34 %	33 %	13 %	19 %	145

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

<sup>53</sup> Kumulierte Zahlen für Multi- und Megaplexe.



### Dolby

Der hohe Marktanteil von Dolby auf dem Servermarkt hängt somit eng mit der breiteren Präsenz von Dolby-Lösungen für das digitale Kino zusammen. Geschätzte 30 % aller digitalen Kinostandorte haben mindestens einen Dolby-Server installiert. In 16 Ländern Europas sind Dolby-Server sogar die am häufigsten in digitalen Kinostandorten eingesetzten Server, darunter Russland (49 % der digitalen Standorte), Schweden (85 %), Finnland (92 %) und die Türkei (65 %).

2011 gab es verschiedene Aktivitäten auf dem europäischen Servermarkt, die die bis Ende 2010 von Doremi und Dolby erreichte führende Marktposition gefährden könnte.

### XDC (inzwischen Barco)

Im März 2011 hat XDC den Verkauf seiner Serversparte (CineStore) an Barco bekanntgegeben, wodurch Barco vom reinen Projektorhersteller zum Anbieter von Gesamtlösungen für das digitale Kino avancierte.<sup>54</sup> Angesichts der führenden Rolle von Barco auf dem Digitalprojektormarkt ist davon auszugehen, dass das Unternehmen in der Lage sein wird, den Marktanteil der CineStore-Lösung von XDC durch Synergien mit seinem Projektorgeschäft zu steigern. XDCs Doppelrolle als einer der führenden Integratoren und Vermittler von VPF-Deals mit US-Majors einerseits und Serverhersteller andererseits könnte das Marktpotential seiner Serversparte eingeschränkt haben. 2010 hielten XDC-Server eine führende Marktposition in Österreich (57 % der Standorte), der Schweiz (63 %) und Portugal (51 %). Als Teil des Unternehmens Barco und seines eingeführten internationalen Netzwerks sind die CineStore-Server von XDC möglicherweise in der Lage, ihre internationale Präsenz deutlich zu erhöhen.

### GDC Technology

Der Wettbewerb auf dem europäischen Digitalservermarkt dürfte mit fortschreitender, rascher Verbreitung des digitalen Kinos zunehmen. So ist beispielsweise die in Hong Kong angesiedelte Firma GDC Technology Anfang 2011 mit einem Großauftrag der führenden französischen Kinokette Les Cinémas Gaumont Pathé auf den europäischen Servermarkt eingestiegen<sup>55</sup>. Der Auftrag umfasst die Installation von mindestens 300 Servern in Frankreich, den Niederlanden und der Schweiz. Dies war der erste europäische Auftrag dieser Größenordnung für die Firma GDC, die nach eigenen Angaben einen Marktanteil von 70 % in Asien hält und die Nummer 2 weltweit ist.

### Sonstige Marken

Neben diese großen Akteuren gab es einige kleinere auf dem europäischen Markt aktive Hersteller, darunter Qube, QuVis und Kodak. Aber von einigen wenigen Aus-

nahmen abgesehen, haben sie nirgendwo einen nennenswerten Marktanteil erreicht (siehe Tabelle 9).

**Tabelle 9 Servermarke pro Land– 2010**  
in % digitaler Kinos pro Land, geschätzt

Land	Doremi	Dolby	XDC	Sony	Sonst.
AT	26 %	17 %	57 %	-	-
BE	39 %	39 %	19 %	-	3 %
BG	24 %	53 %	-	24 %	-
CH	23 %	11 %	63 %	-	3 %
CY	-	100 %	-	-	-
CZ	50 %	21 %	6 %	4 %	18 %
DE	60 %	13 %	18 %	9 %	-
DK	69 %	-	17 %	10 %	3 %
EE	33 %	67 %	-	-	-
ES	81 %	13 %	3 %	3 %	1 %
FI	2 %	92 %	-	2 %	4 %
FR	91 %	4 %	2 %	-	2 %
GB	70 %	9 %	-	7 %	13 %
GR	27 %	47 %	-	-	27 %
HR	-	100 %	-	-	-
HU	14 %	54 %	32 %	-	-
IE	44 %	3 %	-	-	53 %
IS	-	100 %	-	-	-
IT	48 %	31 %	-	1 %	20 %
LT	17 %	83 %	-	-	-
LU	80 %	-	20 %	-	-
LV	50 %	50 %	-	-	-
MT	-	-	100 %	-	-
NL	72 %	6 %	12 %	10 %	-
NO	68 %	11 %	-	21 %	-
PL	39 %	59 %	3 %	-	-
PT	34 %	-	51 %	-	15 %
RO	17 %	61 %	6 %	17 %	-
RU	39 %	49 %	-	-	12 %
SE	6 %	85 %	7 %	-	3 %
SI	63 %	31 %	-	-	6 %
SK	73 %	-	20 %	-	7 %
TR	31 %	65 %	-	5 %	-
<b>Europa</b>	<b>53 %</b>	<b>28 %</b>	<b>6 %</b>	<b>4 %</b>	<b>9 %</b>

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

<sup>54</sup> <http://cineserver.org/news-archives/877-xdc-sells-its-server-technology-to-barco.html>

<sup>55</sup> [http://www.gdc-tech.com/news/GDC\\_Les\\_Cinemas\\_Gaumont\\_Pathé\\_PR\\_110201\\_eng\\_Final.pdf](http://www.gdc-tech.com/news/GDC_Les_Cinemas_Gaumont_Pathé_PR_110201_eng_Final.pdf)

# TEIL 3 – HERAUSFORDERUNGEN FÜR DEN „UNABHÄNGIGEN“ SEKTOR

## 8 Herausforderungen für „unabhängige“ Kinobetreiber

### ZUSAMMENGEFASST:

- Kleine Kinobetreiber und insbesondere Einzelkinos haben deutlich weniger Zugang zur Digitaltechnik als größere Betreiber. Sie müssen einerseits vergleichsweise hohe Ausrüstungskosten bestreiten, scheinen aber andererseits nur bedingt Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten zu haben.
- Dementsprechend ist eine gewisse Anzahl an kleinen Kinobetreibern für die Umrüstung ihrer Kinos auf öffentliche Fördermittel angewiesen. Eine Fortführung des Analogbetriebs in einer zunehmend digitalen Welt ist aber langfristig keine Option, zumindest nicht für kommerzielle Kinos.
- Mittel- bis langfristig werden kleinere Betreiber bzw. Kinos in zunehmendem Maße Wettbewerbsnachteile hinnehmen müssen, da das digitale Kino vor allem für große Akteure Vorteile bietet. Ohne die Größenvorteile des digitalen Kinos dürfte es für kleinere Betreiber sehr schwer werden, die dauerhaft höheren Kaptalaufwendungen zu kompensieren.

Der europäische unabhängige Kinosektor ist in hohem Maße von kleinen und mittleren Betreibern geprägt, die meistens kleine Kinos betreiben. Dieses Kapitel befasst sich eingehender mit den Herausforderungen, vor denen diese kleineren Betreiber stehen – vor und nach der Umrüstung.

#### *Zugang zur Digitaltechnik: ein Schlüsselproblem*

In Kapitel 4.1 des vorliegenden Berichts wird deutlich aufgezeigt, dass es in der Marktdurchdringung digitaler Standorte große Unterschiede zwischen Betreibern und Kinos unterschiedlicher Größenkategorien gibt. Die Daten zeigen schlicht und ergreifend, dass größere Betreiber in höherem Maße Zugang zum digitalen Kino haben, wohingegen kleine Betreiber (mit bis zu 3 Leinwänden) bis Ende 2010 eine wesentlich niedrigere Umrüstungsquote ihrer Kinos aufwiesen. Wie Abb. 1 zu entnehmen ist, hatten führende Betreiber (200 Leinwände oder mehr) bis Ende 2010 in über 89 % ihrer Kinostandorte mindestens einen

Digitalprojektor installiert, während dies nur bei 15 % der Kinos kleiner Betreiber der Fall war.

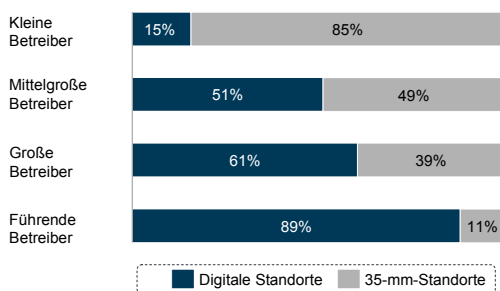
### Finanzielle Hürden

Zahlreiche Quellen, darunter Erklärungen von Industrieverbänden und Kommentare bei öffentlichen Konsultationen, sind sich darin einig, dass die finanziellen Hürden eine der Hauptursachen für den schleppenden digitalen Roll-out bei kleineren und mittleren Kinobetreibern sind. Es gibt im Wesentlichen zwei Arten von finanziellen Hürden. Die erste sind die vergleichsweise höheren Umrüstungskosten für kleinere Betreiber; die zweite ist die fehlende Eignung der vorherrschenden VPF-basierten Modelle für die Finanzierung der Umrüstung.

#### *Vergleichsweise höhere Umrüstungskosten*

Sobald es um die Kosten der Umrüstung geht, stehen kleinere unabhängige Betreiber vor einer großen Herausforderung, da eine Umrüstung alleine sicherlich kostspieliger als im Verbund einer Gruppe ist (sei es über einen zwischengeschalteten Integrator oder als Teil einer Einkaufsgemeinschaft). Auch wenn die Projektorkosten seit den Anfängen des digitalen Kinos deutlich gesunken sind (siehe Kapitel 2.4, Abb. 9), so betragen die Kosten für die Umrüstung auf eine 2K-Leinwand 2010 immer noch im Schnitt EUR 75 000 bis EUR 170 000, wobei das untere Ende dieser Spanne vermutlich nur über Rabatte für Großbestellungen erzielt werden konnte. Dies bedeutet, dass kleine Betreiber, die die Umrüstung alleine vornehmen wollen, hierfür einen höheren Preis zahlen müssen als größere Betreiber. Dies wiederum führt entweder dazu,

**Abb. 1 Umrüstung digitaler Standorte pro Betreiber-typ – 2010**  
in %, geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach MEDIA Salles

dass die Investition verschoben wird oder die Umrüstung ohne ein alternatives Finanzierungsmodell – in der Regel eine wie auch immer geartete Form der öffentlichen Förderung oder die Bildung einer Einkaufsgemeinschaft – schlicht und ergreifend unmöglich ist.

### *Fehlender Zugang zu VPF-Deals*

Wie in Kapitel 2 angedeutet, ist die Finanzierung der digitalen Umrüstung durch VPF-Zahlungen – sei es direkt ausgehandelt oder über einen Integrator – das vermutlich vorherrschende Finanzierungsmodell für die digitale Umrüstung in Europa. Direkt ausgehandelte VPF-Zahlungen gibt es aber nur bei sehr großen Kinoketten oder im Sonderfall Frankreich, wo dies gesetzlich geregelt ist. In der Regel ist aber der Zugang zu einem extern verwalteten VPF-Modell für die Umrüstung von Leinwänden an eine bestimmte „Turn Rate“, d.h. eine Mindestanzahl von Filmpremierens pro Jahr, geknüpft, um sicherzustellen, dass die Investitionskosten mit den VPF-Beiträgen gedeckt werden können. Bis Ende 2010 war dies in der Praxis gleichbedeutend mit dem Spielen von US-amerikanischen Neuerscheinungen, da die Integratoren bzw. Anbieter von VPF-Finanzierungen in erster Linie mit den US-Majors abgeschlossen haben. In zahlreichen Kommentaren wurde darauf hingewiesen, dass dadurch VPF-Deals für verschiedene kleinere unabhängige Betreiber in Europa als Finanzierungsmöglichkeit ausscheiden, weil entweder ihre Leinwände nicht die geforderte Turn Rate erreichen (z.B. Teilzeitkinos, „Second-Run-Kinos“ und ganz allgemein Einzelkinos) oder in deren Spielplan sich vor allem europäische und andere nichtamerikanische unabhängige Filme finden. Zudem zeigt sich, dass bestimmte kleinere Länder Europas, darunter z.B. die baltischen Staaten, von Anfang an große Schwierigkeiten hatten, Integratoren anzuziehen, wie an den niedrigen Marktdurchdringungsraten in diesen Ländern deutlich zu erkennen ist.<sup>56</sup>

### *Unzureichende Mittel für eigenfinanzierte Umrüstung*

In der Theorie könnten kleinere Betreiber, die umrüsten wollen, aber keinen Zugang zu einer VPF-Finanzierung erhalten, entweder auf eigene Mittel oder Leasing-Angebote zurückgreifen, um die Umrüstung zu finanzieren. Aus nicht veröffentlichten Recherchen der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle anhand der AMADEUS-Datenbank der Finanzberichte von Unternehmen geht allerdings hervor, dass die finanzielle Situation der untersuchten europäischen Vorführunternehmen anfällig war. So haben ca. 50 % aller Unternehmen mit einem Umsatz von unter EUR 1 Mio. 2008 rote Zahlen geschrieben und in 40 % der Fälle einen Schuldenstand erreicht, der das Eigenkapital übersteigt. Dies legt nahe, dass eine Finanzierung der Umrüstung allein aus eigenen Mitteln oder über Darlehen in diesem Segment nur selten eine ernsthafte Option sein dürfte. In Studien der Europäischen Investitionsbank wurde ebenfalls die niedrige Kre-

ditwürdigkeit vieler dieser kleineren Kinos betont und darauf hingewiesen, dass während der Kreditklemme „so gut wie keine Darlehen für diesen ‚komplizierten‘ Sektor verfügbar sind“.<sup>57</sup>

Darüber hinaus sind viele kleinen Kinos in Europa im Besitz einer Gemeinde, was auch den Zugang zu kommerziellen Kredit- oder Leasingangeboten einschränken könnte, sie aber näher an öffentliche Finanzierungsquellen bringt. Für diese und andere private kleinere Kinos sind alternative Formen der Umrüstungsfinanzierung gefragt. Oft verlangen diese ein kollektives Vorgehen mehrerer Kinobetreiber. Beispiele hierfür sind öffentliche und private Einkaufsgemeinschaften (siehe Kapitel 2.5.4).

## Unmittelbare gefährdete Kinos

Wie bereits in Kapitel 2.5 erwähnt, können geschätzte 15 bis 20 % der europäischen Kinos nicht auf VPF-Finanzierungsmodelle zurückgreifen und waren daher nicht in der Lage die Umrüstung auf Digitaltechnik zu finanzieren. Aber die Fortführung des Analogbetriebs in einer zunehmend digitalen Welt wird auf lange Sicht, zumindest für kommerzielle Kinos, wirtschaftlich keine tragfähige Option sein. Die größte Herausforderung liegt im Verlust des Zugangs zu den Filmen der US-Studios, da diese in absehbarer Zeit nicht mehr als 35-mm-Kopie verfügbar sein werden. Für viele der kleineren Kinobetreiber, die nicht selten in ländlichen Gegenden angesiedelt sind und deren Geschäftsmodell einen bestimmten Anteil an publikumswirksamen US-Filmen in ihrem Programm voraussetzt, wird sich dies in aller Regel als ernstes Problem erweisen. Letztendlich wird dies auch auf europäische unabhängige Filme zutreffen, da ab einer bestimmten Digitalisierungsquote immer mehr unabhängige Verleiher gezwungen sein werden, ihre Filme digital herauszugeben und somit immer weniger bereit sein werden, die doppelte Veröffentlichung in zwei Formaten aufrechtzuerhalten.

### *Welche Kinos sind gefährdet?*

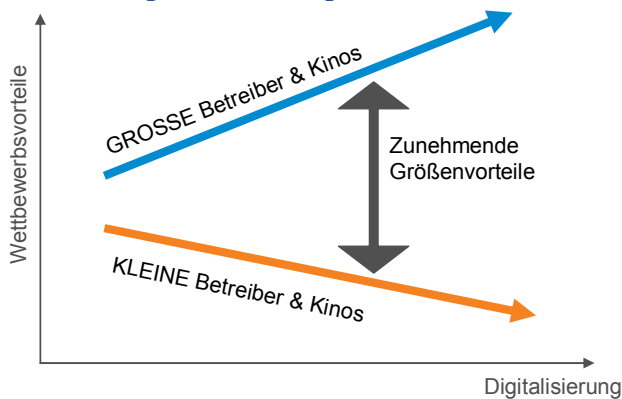
In den Diskussionen bei der im März 2010 von der spanischen Ratspräsidentschaft organisierten Konferenz von Barcelona über den „unabhängigen Kinosektor und die Herausforderungen der Digitalisierung“ wurden bestimmte, für Integratoren vermutlich nicht interessante Kintotypen genauer identifiziert. Dazu gehörten Einzelkinos in ländlichen und abgelegenen Gegenden, die üblicherweise Mainstream-Filme mehrere Wochen nach ihrem Kinostart zeigen sowie Kinos, die auf Grund ihrer Größe oder als Teilzeitkinos nur wenig Umsatz generieren.

Eine weitere Gruppe kleinerer Betreiber, die üblicherweise Arthouse-Kinos in städtischen Standorten betreiben, könnte bis noch vor nicht allzu langer Zeit nicht in der

<sup>56</sup> Details zu den Marktdurchdringungsraten pro Land finden sich in den Länderprofilen im Anhang.

<sup>57</sup> „Financing the digital roll-out: where do we stand?“, Präsentation von Dr. Patrick Vanhoudt, Analyst der Europäischen Investitionsbank, Barcelona, März 2010.

Abb. 2 Digitales Kino vergrößert Skaleneffekte im Kinosektor



Im Vergleich zu großen Betreibern dürften kleine Betreiber verstärkt vor folgenden Problemen stehen:

- vergleichsweise höhere Ausrüstungskosten
- begrenzte finanzielle Mittel
- nur bedingt Zugang zu fremdfinanzierten VPF-Modellen
- weniger Möglichkeiten zur Einsparung von Betriebskosten
- weniger Möglichkeiten, von einer höheren Flexibilität in der Programmgestaltung zu profitieren (weniger Leinwände)

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Lage gewesen sein, einen VPF-Deal abzuschließen, da ihr Programm überwiegend europäische und nichtamerikanische Filme enthielt und sich die Verleiher dieser Filme in der Regel nicht an solchen VPF-Modellen beteiligt haben. Da inzwischen immer mehr europäische Verleiher mit Integratoren abschließen, könnte dieses Hindernis schrittweise abgebaut werden, wie in der Erklärung von Ymagis über die Verleiher in Spanien von Oktober 2011 deutlich wird.<sup>58</sup>

In Frankreich, wo finanzielle Beiträge der Verleiher gesetzlich vorgeschrieben sind, werden mindestens 1 500 von insgesamt 5 500 Leinwänden so eingeschätzt, dass sie gar keine oder nicht genügend VPF-Zahlungen generieren können, um mindestens 75 % der Umrüstungskosten zu decken, und 1 000 von ihnen die Hauptzielgruppe einer direkten öffentlichen Förderung sein sollten.

## Herausforderungen nach der Umrüstung

### *Kurzfristig zweigleisiger Betrieb*

Ein kurzfristig relevantes Problem wird darin bestehen, dass kleinere Betreiber von Arthouse-Kinos, die tatsächlich Mittel für die Umrüstung finden, möglicherweise gezwungen sein werden, für einen längeren Zeitraum beide Projektionsformate (35-mm und digital) zu unterstützen als größere Unternehmen, da diese in der Regel mit einer größeren Anzahl an Verleihern zusammenarbeiten. Dies könnte dazu führen, dass sie nicht in der Lage sind, die Vorteile des digitalen Kinos voll und ganz zu nutzen.

### *Langfristig zunehmende Wettbewerbsnachteile?*

Wie in Kapitel 2.4 erläutert, verursacht die Umrüstung auf Digitaltechnik auf Grund der zu erwartenden kürzeren Lebensdauer digitaler Projektionssysteme im Vergleich zu 35-mm Projektoren dauerhaft höhere Kapitalaufwendun-

gen. Dies betrifft zwar im Prinzip die Betreiber aller Größenkategorien, aber den kleinen Betreibern dürfte es schwerer fallen, diese höheren Kosten aufzufangen. Sie haben in der Regel weniger Möglichkeiten, Kosten einzusparen oder neue Einnahmequellen zu erschließen als größere Betreiber und sind somit in höherem Maße gefährdet.

Wie bereits erwähnt, ist nicht davon auszugehen, dass kleinere Betreiber Preisnachlässe für Großbestellungen erzielen können, wenn sie sich nicht einer wie auch immer gearteten Gruppe angeschlossen haben. Dies bedeutet, dass sie im Vergleich höhere Preise für ihre Ausrüstung zahlen müssen.

Hinzu kommt, dass kleinere Betreiber / Kinos nach der Installation der Ausrüstung nicht in der Lage sein werden, im gleichen Umfang Kosteneinsparungen zu erzielen wie größere Betreiber. So ermöglicht die Umrüstung von Multiplex-Kinos in der Regel eine Reduzierung des Filmvorführpersonals, während dies bei der Umrüstung eines Einzelkinos natürlich nicht der Fall wäre. Aber nach Aussage des Betreibers eines französischen Arthouse-Kinos mit sieben Sälen, auf die bei der Europa Cinemas-Konferenz 2010 hingewiesen wurde, scheint die Rationalisierung der Arbeit des Vorführpersonals selbst bei Standorten mit mehreren Sälen keine ausreichende Kosteneinsparung darzustellen.

### *Begrenzte Flexibilität in der Programmgestaltung*

Im Prinzip kann digitale Projektion kleineren Kinos, insbesondere in ländlichen Gegenden und mittelgroßen Städten, durch einen verbesserten Zugang zu gefragten US-amerikanischen Neuerscheinungen und ggf. auch durch alternative Inhalte helfen, höhere Einnahmen zu generieren. Aber trotz dieses verbesserten Zugangs verfügen kleinere Kinos auf Grund der begrenzten Anzahl an Leinwänden über deutlich schlechtere Chancen, von der an sich hohen Flexibilität in der Programmgestaltung der

<sup>58</sup> Siehe Seite 31 für Details.

digitalen Projektion zu profitieren.

Darüber hinaus riskieren Kinos, die ihre Leinwände im Rahmen eines VPF-Modells umgerüstet haben, Strafzahlungen, wenn sie nicht die geforderte Turn Rate erreichen. Diese Strafen können mitunter die Gewinne aus den zusätzlichen Einnahmen vollständig zunichtemachen. Und in den Fällen, in denen die Umrüstung teilweise mit öffentlichen Mitteln finanziert worden ist, sei es in ländlichen Gegend oder Städten, könnten die hiermit verbundenen Auflagen an die Programmgestaltung eine vollständige Ausschöpfung des Einnahmepotenzials beeinträchtigen.

### *E-Kino: eine Alternative?*

Die Kosten für die Umrüstung hängen auch in hohem Maße von der Entscheidung ab, eine Ausrüstung nach ISO-Norm (und somit auch DCI-konform) zu installieren. Einige kleinere Kinobetreiber argumentieren, dass diese High-End-Ausrüstung für ihre Leinwände nicht erforderlich ist und preisgünstigere E-Kino-Lösungen absolut akzeptabel wären. So stellt beispielsweise der Verband der deutschen Filmkunst- und Programmkinos (AG Kino) die Anwendbarkeit des DCI-Standards auf alle Kinos in Frage und ist davon überzeugt, dass alle öffentlichen Förderungen technologisch neutral sein sollten.<sup>59</sup> Obgleich eine nicht-ISO-konforme digitale Projektion in bestimmten Kintypen technisch durchaus akzeptabel sein kann, besteht die Gefahr, dass diese Kinos vom Kinostart amerikanischer Neuerscheinungen dauerhaft ausgeklammert werden. Langfristig wird die Bildung solch eines Kinosystems der „zwei Geschwindigkeiten“ von vielen Kommentatoren als schädlich für das europäische Kinosystem insgesamt wahrgenommen.

---

<sup>59</sup> „Frankfurter Erklärung: Förderung zur Digitalisierung des Kinos“, AG Kino, June 2011.

# 9 Herausforderungen für „unabhängige“ Verleiher

## ZUSAMMENGEFASST:

- Die Herausforderungen, vor denen zahlreiche kleinere Verleiher stehen, betreffen im Wesentlichen zwei Punkte: erstens hohe Kosten von „Limited Releases“ (insbesondere in der Übergangsphase) und zweitens Schwierigkeiten hinsichtlich des Zugangs zu Leinwänden.
- Die aktuellen Geschäftsmodelle begünstigen eine Kinoauswertung mit hoher Anzahl von Kopien und kurzen Laufzeiten, d.h. das genaue Gegenteil des traditionellen „unabhängigen Geschäftsmodells“, das üblicherweise auf eine begrenzte Anzahl von Kopien mit längeren Laufzeiten setzt.
- Das digitale Kino sorgt für mehr Größenvorteile im Filmverleih. Dadurch verschlechtert sich die Wettbewerbsfähigkeit von kleineren Verleihern, die sich vor allem auf „Limited Releases“ konzentrieren.
- Die zunehmende Ausrichtung der Programmgestaltung auf lukrative Premium-Inhalte sowie auf eine höhere Anzahl von Kopien bei kürzeren Laufzeiten könnte für unabhängige Verleiher bzw. „Limited Releases“ bedeuten, dass der Weg in das Kinoprogramm schwieriger wird.

Dieses Kapitel befasst sich mit den größten Herausforderungen, die die Umstellung auf Digitaltechnik für das dichte Netz von unabhängigen Verleihern in Europa mit sich bringt. Hauptquellen für dieses Kapitel sind die Ansichten von Vertretern des Verbands der europäischen Verleiher (Europa Distribution) sowie Beiträge von Verleihern bei der Jahreskonferenz des Netzwerks Europa Cinemas und zur öffentlichen Konsultation der Europäischen Kommission zum digitalen Kino.

Die von zahlreichen kleineren Verleihern benannten Herausforderungen lassen sich im Wesentlichen in zwei Kategorien unterteilen: erstens, hohe Kosten in Verbindung mit „Limited Releases“, also Releases mit geringer Kopienzahl (insbesondere während der Übergangsphase); zweitens, Fragen in Verbindung mit dem Zugang zu Leinwänden.

## Kosten

Hauptargument für das digitale Kino war immer die Annahme, dass die Verwendung von digitalen Kopien für Verleiher im Vergleich zum 35-mm-Verleih deutliche Kosteneinsparungen mit sich bringen würde. Es besteht kein Zweifel daran, dass dieses Argument für die US-Majors und wahrscheinlich auch für die größeren europäischen Verleihunternehmen zutrifft, zumindest sobald eine kritische Masse an Leinwänden von den Kinobetreibern umgerüstet worden ist und die VPF-Finanzierung ausgelassen ist.

### *Kosteneinsparungen für kleine Verleiher weniger offensichtlich*

Dies ist der Grundgedanke, der sich hinter dem Konzept verbirgt, dass sich die Verleiher über VPF-Zahlungen und ähnliche Modelle an der Finanzierung der Umrüstkosten der Kinobetreiber beteiligen. Für große Verleiher sind die Zusatzkosten während der VPF-Laufzeit

eine notwendige Etappe auf dem Weg zu den deutlichen Kosteneinsparungen und dem Effizienzgewinn des digitalen Kinos. Aber für zahllose kleine unabhängige Unternehmen im dicht bevölkerten europäischen Verleihsegment (über 800 aktive Verleiher) ist das Argument der Kosteneinsparungen zumindest mittelfristig alles andere als offensichtlich. So könnten die Kosten für digitale Limited Releases aus verschiedenen Gründen genauso hoch oder sogar noch höher als für 35-mm-Filme ausfallen (z.B. für die Erstellung von DCPs und die Versionierung), wenn man auch die die VPF-Zahlungen und/oder Zugangsggebühren berücksichtigt.

### *Limited Releases von digitalem Kino benachteiligt?*

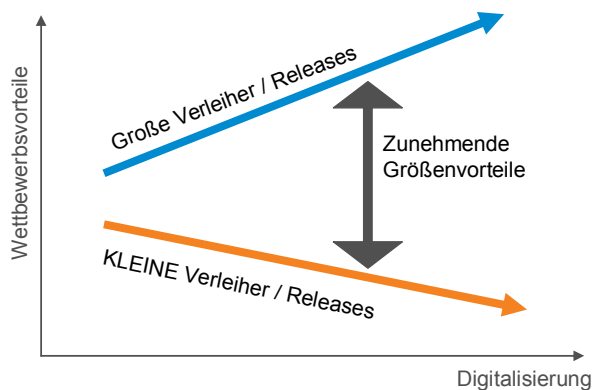
Ganz allgemein betrachtet, scheint das digitale Kino ein Geschäftsmodell zu begünstigen, das auf Releases mit großer Kopienzahl und kurzen Laufzeiten basiert, im Gegensatz zum traditionellen „unabhängigen Geschäftsmodells“, das üblicherweise auf eine begrenzte Anzahl von Kopien mit längeren Laufzeiten setzt (siehe Abb. 1).

Das VPF-Modell war konzipiert worden, um Neuerscheinungen mit großer Verbreitung deutlich billiger zu machen, aber dies ist vermutlich für die kleinen Releases nicht der Fall. Aus Studien im Vereinigten Königreich geht hervor, dass praktische alle digitalen Releases, die auf weniger als 51 Leinwänden gebucht wurden, mehr gekostet haben als ein entsprechender Release in 35-mm-Format. Ähnlich in Italien, so ein Arthouse-Verleiher bei der Europa Cinemas-Konferenz 2010, wo für digitale Releases in kleineren Kinos mindestens 15 digitale Kopien notwendig waren, um keine Verluste zu machen.

### *Teurer Zugang zu digitalem Material*

Ein Grund für dieses Problem sind die vergleichsweise hohen Fixkosten für das Versioning und die Erstellung von DCPs bei Releases mit geringer Verbreitung. Nennenswerte Kosteneinsparungen können nur mit

Abb. 1 Digitales Kino vergrößert Skaleneffekte im Verleihsektor



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

#### Das digitale Kino begünstigt Releases mit großer Kopienzahl:

- VPF-Modelle sind in der Regel für Releases mit großer Verbreitung gedacht und für begrenzte Releases unbezahlbar.
- Niedrige Kopierkosten ermöglichen noch größere Verbreitung von Blockbustern und dürften zu mehr Kopien führen.
- VPF-Modelle begünstigen kürzere Spielzeiten, was eine weitere Konzentration der Einspielergebnisse auf die erste Zeit nach dem Kinostart mit sich bringt.
- ➔ Größere Verleiher dürften mehr von diesem Geschäftsmodell profitieren, da sie über geeignetere Ressourcen für Releases mit kurzen Spielzeiten und großer Verbreitung verfügen.
- ➔ Für unabhängige Releases – üblicherweise mit begrenzter Verbreitung und längeren Spielzeiten – könnte der Weg ins Kinoprogramm schwieriger werden.

zunehmender Anzahl Kopien möglich, da die Kosten für die Erstellung zusätzlicher digitaler Kopien (variable Kosten) deutlich niedriger als beim 35-mm-Format sind. Von diesen Größenvorteilen dürften Filme mit geringer Kopienzahl jedoch nicht profitieren.

Darüber hinaus mussten verschiedene Mitglieder von Europa Distribution feststellen, dass Verleihern je nach Land mitunter sehr unterschiedliche Gebühren für den Zugang zum digitalen Master ein und desselben Films berechnet werden.<sup>60</sup> In anderen Fällen wurde von Verleihern verlangt, die Herstellung eines digitalen Masters zu finanzieren, wodurch die Veröffentlichungskosten deutlich gestiegen sind.<sup>61</sup>

In einigen Ländern, darunter insbesondere das Vereinigte Königreich, hat es vorübergehende Preisanpassungen für die Herstellung von 35-mm-Kopien gegeben, so dass diese 2010 sogar günstiger waren als digitale Kopien. Dies scheint das Ergebnis des zügigen Umstiegs auf Digitaltechnik von Verleihern zu sein, die vor allem im Segment der Duplizierung von 35-mm-Filmen in großen Stückzahlen tätig waren und der Filmlabore veranlasst hat, ihre Preise zumindest kurzfristig zu senken, um ihre Marktanteile bei den verbleibenden Kunden auszubauen. Mittel- bis langfristig, so eine Prognose von Analysten bei Screen Digest, wird sich das 35-mm-Format aber zu einem zunehmend teuren Nischenformat entwickeln, wodurch der Druck auf kleinere Verleiher zunehmen wird, endgültig auf digital umzustellen.<sup>62</sup>

<sup>60</sup> Siehe "Digital difference", *Variety*, Online-Ausgabe vom 24. September 2011.

<sup>61</sup> Von zwei verschiedenen Forumsmitgliedern bei der Konferenz des Netzwerks Europa Cinemas 2010 erwähnt.

<sup>62</sup> Siehe "Goodbye and thanks for all the memories – The end of 35mm", Präsentation von David Hancock, Leiter des Bereichs Film und Kino bei *Screen Digest*, im Oktober 2011

#### VPF für unabhängige Verleiher unbezahlbar?

In ihrer ursprünglichen Form wurden die von Integratoren oder großen Kinoketten angebotenen VPF-Modelle als für die unabhängigen Verleiher in Europa wenig geeignet wahrgenommen. Die Zahlungen wurden in einer für kleinere Verleiher unerschwinglichen Höhe festgelegt und in den Fällen, in denen sich Verleiher nicht an einem Modell beteiligt haben, wurden Berichten zufolge noch höhere Zugangsgebühren erhoben, wenn Filme auf VPF-finanzierten Digitalleinwänden gezeigt werden sollten. Darüber hinaus wurden die nicht selten von diesen Verleihern verwendeten „Plattform-Releases“ unter den üblichen VPF-Bedingungen bestraft. Das zugrundeliegende Konzept der Beteiligung an den Umrüstkosten haben die unabhängigen Verleiher nicht grundsätzlich abgelehnt, sondern vielmehr die durch die ersten vorgeschlagenen VPF-Mechanismen verursachte Gefährdung eines ohnehin fragilen Gleichgewichts. Wie von einem französischen Verleiher/Betreiber bei der Europa Cinemas-Konferenz 2010 festgestellt, liegt das „Problem nicht in den VPF-Deals selbst, sondern in der Festlegung ihrer Kosten“. Und wenn es darum geht, die Höhe der VPF-Zahlungen auszuhandeln, ist die Position eines einzelnen unabhängigen Verleihers in aller Regel ziemlich schwach.

#### Weiterentwicklung des VPF-Modells

Mit dem fortschreitenden Roll-out des digitalen Kinos haben sich auch die VPF-Modelle weiterentwickelt. Ein Grund hierfür war zweifellos auch die zwischen Integratoren und den US-Majors ausgehandelte Lockerung der Bedingungen für VPF-Zahlungen, die Integratoren erlaubt hat, bestimmten Arten von Verleihern niedrige Zahlungen anzubieten, ohne diese auch den US-Majors einräumen zu müssen.<sup>63</sup> In der Folge waren Integratoren in der Lage, zum einen Finanzierungsbedingungen anzubieten, die besser auf die Gegebenheiten des unabhängigen Verleih-

<sup>63</sup> Näheres hierzu siehe Kapitel 2.5.2.

sektor angepasst waren, und zum anderen unterschiedliche Arten von Verleihern für ihre Modelle zu gewinnen, so zum Beispiel in Spanien. Parallel hierzu gab es eine Reihe von kollektiven Initiativen, die entweder eine Änderung der ausgehandelten Bedingungen ermöglicht oder die Einschaltung eines Integrators vollständig überflüssig gemacht haben. Der Fall war beispielsweise in der Schweiz, wo eine Gruppe von lokalen Verleihern einen VPF-Deal direkt mit einem mittelgroßen Kinobetreiber ausgehandelt hat, und in Italien, wo es eine branchenweite VPF-Vereinbarung gibt.

In Frankreich wurde mit einem 2010 verabschiedeten Gesetz das Prinzip der Zwangsbeteiligung von Verleihern eingeführt. Die Höhe der Zwangsabgabe wird zwar nicht durch das Gesetz geregelt, aber dieses fordert dennoch Transparenz und die Vermeidung von verzerrenden Auswirkungen bei ihrer Festlegung. Innerhalb dieses Rahmens scheinen kollektive Aktionen Früchte zu tragen. So haben zum Beispiel 20 französische unabhängige Verleiher sich unter dem Namen DIRECT zusammengeschlossen und Berichten zufolge einen Preisnachlass von 10 bis 15 % gegenüber dem ursprünglichen VPF-Angebot aushandeln können.<sup>64</sup>

#### *Laufzeit der VPF-Vereinbarungen zu lang?*

Die verbleibende Herausforderung für unabhängige Verleiher in anderen Ländern Europas wird sicher darin bestehen, einen Weg zu finden, um gemeinsam VPF-Deals oder Verleiherabgaben auszuhandeln, die der Art ihrer Tätigkeit entsprechen. Allerdings sind viele Unabhängige kaum bereit, sich zu langfristigen VPF-Zahlungen zu verpflichten (je nach Vertrag zwischen 6 und 10 Jahre). Wie in mehreren Beiträgen zur Europa Distribution-Konferenz von 2011 in Lyon angemerkt, sind zehn Jahre im unabhängigen Verleih eine lange Zeit, in der sich der Markt grundlegend geändert haben könnte, aber die VPF-Zahlungen eine teure Konstante bleiben würden.

#### *Längerfristig Verleih in zwei Formaten?*

In den Kapiteln 4.1 und 4.2 dieses Berichts ist bereits beschrieben worden, dass bestimmte kleinere Kinos erst sehr spät mit der Umrüstung auf digitale Projektion begonnen haben. Zu dieser Gruppe zählen fast sicher viele Arthouse-Kinos, Teilzeitkinos, Programmkinos und Kulturzentren, die üblicherweise von unabhängigen Verleihern versorgt werden, die wiederum diesen Kinos weiterhin 35-mm-Kopien, aber gleichzeitig anderen Standorten mit umgerüsteten Leinwänden digitale Kopien werden liefern müssen. Ein weiteres Problem ist die Tatsache, dass manche Kinos mit mehreren Sälen möglicherweise beide Formate benötigen werden, z.B. digital für den Kinostart in einem großen Saal und als 35-mm-Kopie für spätere Vorführungen in einem kleineren Saal.

<sup>64</sup> Zitat eines französischen Verleihers und Mitglied von DIRECT, in 'The fee furore', *Screen International*, November 2011.

Angesichts der relativ zähen Fortschritte in der Umrüstung dieses Kinotyps in vielen Ländern Europas erscheint es wahrscheinlich, dass kleinere Verleiher aus diesem Grund für einen vergleichsweise längeren Zeitraum beide Formate werden anbieten müssen. Umgekehrt könnte es auch einige kleinere Verleiher geben, die dies für nicht machbar halten und das 35-mm-Geschäft möglichst schnell einstellen werden, auch wenn es noch einen gewissen Bestand an Kinos gibt, die weiterhin 35-mm-Kopien buchen würden. In Finnland wurde bereits 2010 auf einen gewissen Mangel an 35-mm-Kopien hingewiesen, obwohl zu diesem Zeitpunkt erst 33 % der Kinos über einen digitalen Projektor verfügten.<sup>65</sup> Von Mitgliedern von Europa Distribution wurde zudem darauf hingewiesen, dass digitaler Verleih auch Verzicht auf gebrauchte 35-mm-Kopien bedeutet, so dass Verleiher in kleineren Ländern oder mit einem weniger aktuellen Spielplan nicht mehr in der Lage sein werden, auf diese Option zurückzugreifen, um Verleihkosten zu sparen.<sup>66</sup>

## Zunehmender Kampf um Programmplätze?

### *Kinobetreiber schwenken auf Premium-Inhalte um?*

Eine Hauptsorge auf vielen Ebenen in Europa gilt den Auswirkungen des digitalen Kinos auf die Programmgestaltung der Kinobetreiber. So wird befürchtet, dass die Betreiber in zunehmendem Maße Filme zeigen würden, die es ihnen erlauben, hohe Premium-Preise zu verlangen, so beispielsweise 3D-Filme oder alternative Inhalte. Es ist zwar noch zu früh, um die Konsequenzen des digitalen Kinos auf die Programmgestaltung zu analysieren, aber die Zahlen von 2009 und 2010 zeigen eindeutig, dass es seitens der Kinobetreiber in diesem Zeitraum höchstes Interesse an 3D-Filmen gab.

Zudem könnten kleinere Kinobetreiber, insbesondere in ländlichen Gegenden, die sich mit dem digitalen Kino bietende Gelegenheit nutzen, um vermehrt lukrative US-Neuerscheinungen und weniger nationale oder europäische Werke zu zeigen.

### *Zunehmender Kampf um Kinoprogrammplätze?*

Einige unabhängige Verleiher befürchten, dass die Struktur der meisten von Integratoren abgewickelten VPF-Deals Betreibern einen starken Anreiz geben könnten, sich um die **kurzen Durchlaufzeiten** US-amerikanischer Filme zu bemühen, vermutlich zu Lasten von europäischen und anderen unabhängige Filmen.

Gleichzeitig geht aus ersten Untersuchungen eindeutig hervor, dass das digitale Kino eine Erhöhung der Anzahl der Kopien nach sich ziehen wird, so z.B. das Ergebnis

<sup>65</sup> Harri Ahokas, Leiter Verleih bei der Finnish Film Foundation bei der Jahreskonferenz 2010 des Netzwerks Europa Cinemas.

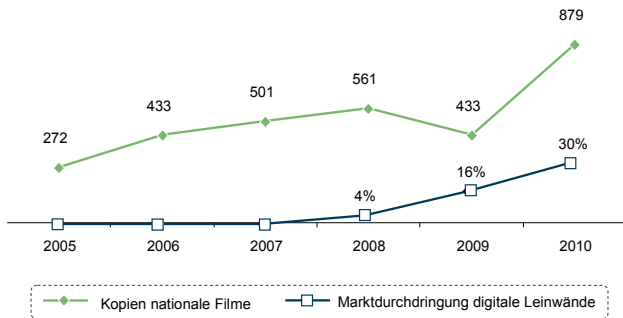
<sup>66</sup> In der Antwort des Verbands Europa Distribution auf die Konsultation der Europäischen Kommission über staatliche Beihilfen, 30. September 2011.



einer Fallstudie der Finnish Film Foundation, die die Anzahl der Kopien einheimischer Filme zwischen 2005 und 2010 ausgewertet hat (siehe Abb. 2).

**Abb. 2 Fallstudie in Finnland: Entwicklung der Marktdurchdringung digitaler Leinwände und der Kopien einheimischer Filme – 2005 bis 2010**

*in Einheiten und %*



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach der Finnish Film Foundation

Auf Grund der niedrigeren Verleihkosten für große Verleiher haben diese die Möglichkeit, internationale und nationale Blockbuster mit einer noch **größeren Kopienanzahl** zu planen, wodurch kleinere Releases aus vielen Kinos herausgedrängt und die Spielzeiten „unabhängiger“ Filme verkürzt würden.

Ein konkretes Beispiel für die Ungewissheit, die die Auswirkungen des digitalen Kinos auf die Programmgestaltung umgibt, liefern Diskussionen in der Tschechischen Republik, wo die Umrüstung von Einzelkinos und kleinen Kinos seit 2009 öffentlich gefördert wird. Parallel hierzu haben die meisten tschechischen Multiplex-Kinos ihre Leinwände über VPF-Deals umgerüstet. Die öffentliche Förderung ist nicht an bestimmte Anforderungen hinsichtlich der Programmgestaltung der umgerüsteten Kinos geknüpft, die ihren Kartenverkauf durch beliebte US-Filme und insbesondere 3D-Filme steigern konnten. Einige lokale Verleiher tschechischer und europäischer Filme, die Anfang 2011 befragt wurden, gaben an, dass die Digitalisierung für sie negative Folgen gehabt habe, da die Kinos nun weniger Filme von ihnen in ihr Programm aufnahmen. Andere waren dagegen der Meinung, dass es zumindest für einheimische Produktionen langfristig von Vorteil wäre, wenn kleinere Kinos neue Zuschauer anziehen.<sup>67</sup>

<sup>67</sup> Verleiher zitiert in "No room for Czech film on digital screens", Tschechische Position, 22. Februar 2011, <http://www.ceskapozice.cz/en>

# TEIL 4 – ÖFFENTLICHE INTERVENTION

## 10 Formen öffentlicher Intervention

### ZUSAMMENGEFASST

Es gibt im Wesentlichen vier Arten von öffentlichen Maßnahmen zur Förderung des digitalen Roll-out:

1. Initiierung und Koordinierung einer **öffentlichen Einkaufsgemeinschaft** zur Verbesserung des Zugangs für Kinobetreiber und Verleiher – mit Beispielen aus Norwegen, den Niederlanden und Schweden;
2. **steuerliche Anreize** – einziges Beispiel ist Italien;
3. **Gesetzgebung** und Regulierung – Beispiel ist das französische System;
4. **direkte öffentliche Förderung** – 2011 gab es auf paneuropäischer Ebene 60 verschiedene Förderprogramme in 13 Ländern Europas.

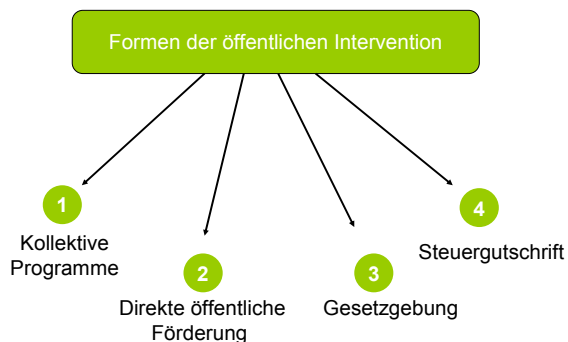
Thema von Kapitel 2.5.4 und 2.5.5 dieses Berichts war die Rolle der öffentlichen Einkaufsgemeinschaften und der direkten öffentlichen Förderung – zwei Formen öffentlicher Maßnahmen zur Unterstützung des digitalen Roll-out. Zudem wurde eine Schätzung ihrer Bedeutung vorgenommen. Das vorliegende Kapitel befasst sich eingehender mit den verschiedenen Formen der öffentlichen Intervention zur Förderung des digitalen Roll-out.

#### Warum Intervention?

Wie in Kapitel 8 erläutert, stellt die Finanzierung der Umstellung auf digitale Projektion für viele kleine Kinobetreiber in Europa eine große Herausforderung dar. Die entstandene Finanzierungslücke und die hiermit verbundene existenzielle Bedrohung bestimmter Segmente des Kinosektors haben europäische, nationale und regionale Behörden bewogen, in diesen Bereich eingreifen um im Wesentlichen vier Ziele zu erreichen: erstens, zur Bewahrung der kulturellen Infrastruktur; zweitens, zur Sicherstellung des Zugangs zu Leinwänden in isolierten Gegenden; drittens, zur Verkürzung der Übergangsphase für die Umrüstung; viertens zur Sicherstellung der Angebotsvielfalt.

Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts gab es vier Hauptformen der Intervention durch öffentliche Stellen und Behörden.

Abb. 1 Formen der öffentlichen Intervention



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

### Kollektive Programme

In Europa gibt es derzeit zwei Formen einer breiten, kollektiven öffentlichen Intervention, eine in Norwegen, die andere in den Niederlanden. Beide basieren auf der Bildung von öffentlichen Einkaufsgemeinschaften, in denen jeweils eine Gruppe von Betreibern als Einheit Verhandlungen führt und die Gesamtinvestitionskosten zwischen Betreibern, Verleihern und einer öffentlichen Finanzierungsquelle aufgeteilt werden. Diese Programme verfolgen wie bereits zuvor zwei inzwischen aufgegebenen Programme in Frankreich und Deutschland das ehrgeizige Ziel, dass fast alle Kinos eines Lands unterstützt werden sowie ein rascher Übergang sichergestellt wird, um die Risiken für bestimmte Arten von Betreibern und Verleihern zu minimieren.

Ein drittes, kleineres Programm für öffentliche Einkaufsgemeinschaften wird derzeit in Schweden vorbereitet und vom Verband der Gemeinden und Regionen (SKL) angeführt.

#### Norwegen – Film & Kino

Dank dieser einzigartigen Initiative, die durch die spezifischen Gegebenheiten des norwegischen Marktes ermöglicht wurde, sind in Norwegen landesweit praktisch alle Leinwände digitalisiert worden. Mit einer Kinolandschaft, in der sich die Mehrheit der Kinos in kommunalem Besitz befindet, einem Kinofonds, der durch eine 2,5 %-Zwangsabgabe auf Kinokarten und den Verkauf/Verleih von Videos/DVDs finanziert wird, sowie einem visionären und in hohem Maße repräsentativen Branchenverband (Film & Kino) ist der norwegische Weg in die Welt des digitalen Kinos ein viel beachtetes Beispiel.

Film & Kino hat bereits ab 2006 Feldversuche mit digitalen Installationen durchgeführt und zu Fragen der Technik und der Geschäftsmodelle (insbesondere VPF) erste Kontakte mit den US-Majors geknüpft. Ausgehend von

dem Ziel, dass kein Kino zurückgelassen werden sollte, wurde die Digitalisierungsinitiative von Film & Kino Teil der Regierungspolitik auf der Grundlage des Prinzips des gleichen Zugangs zum kulturellen Nutzen für alle. Ermöglicht wurde dadurch die gezielte Mobilisierung des Kinofonds unter der ausdrücklichen Maßgabe, dass die übrigen Interessengruppen sich in einem Maße an der Finanzierung beteiligen müssen, dass der Höhe ihrer Einsparungen aus der Umstellung auf Digitaltechnik entspricht.

In einem ersten Schritt (Mitte 2009) schloss Film & Kino Vereinbarungen mit fünf US Verleihern ab. Danach folgten Vereinbarungen mit Sony (April 2010) sowie mit den anderen auf dem norwegischen Markt tätigen Verleiher. Finanziert wird der Roll-out mit NOK 100 Mio. (EUR 11,1 Mio.) aus dem Kinofonds und per Hebelwirkung über ein Gesamtinvestitionspaket in Höhe von NOK 400 Mio. (EUR 45 Mio.). Die Auswahl der Ausrüster und Systemintegratoren erfolgte im Rahmen eines Ausschreibungsverfahrens. Die Kinos erhalten ein DCI-konformes Basispaket mit einer Reihe von Zusatzoptionen, darunter 3D-Fähigkeit.

Die Amortisierung erfolgt über VPF-Zahlungen der Verleiher, die 40 % der Umrüstkosten übernehmen, während die restlichen 60 % von den einzelnen Kinos und den Geldern aus dem Kinofonds bestritten werden. Dieses System läuft bis die Kosten vollständig abbezahlt sind, jedoch nicht länger als acht Jahre, wobei Schätzungen von sechs Jahren für eine vollständige Amortisierung ausgehen. Die VPF-Zahlungen sind festgelegt (Pauschalgebühr pro Vorstellung) mit einer Deckelung pro Film und Kino und gelten für alle beteiligten Verleiher. Ihre Höhe ist niedriger als in anderen Ländern. Parallel hierzu wird auch für bestimmte Arten von Filmen (z.B. Kinderfilme) eine anfangs automatische und inzwischen selektive öffentliche Förderung angeboten.

#### Niederlande – Cinema Digitaal

Angelehnt an das „100er-Modell“, das eine Zeit lang von der deutschen Filmförderungsanstalt zur Finanzierung der Umrüstung diskutiert wurde, nimmt das niederländische kollektive Programm die Form einer öffentlich-privaten Partnerschaft an und tritt für ihre Mitglieder als Einkaufsgemeinschaft auf. Über das Programm, das Betreiber- und Verleiherverbände einbindet und vom EYE Film Institute durch eine gemeinnützige Organisation (Cinema Digitaal) koordiniert wird, sollen 500 Leinwände von 170 Betreibern wie ein einzelnes Kino umgerüstet werden. Die Gesamtkosten des Programms in Höhe von EUR 39 Mio. werden durch Abgaben der Kinobetreiber, VPF-Zahlungen der Verleiher (insgesamt EUR 25 Mio.), öffentliche Fördermittel (über ein Projekt im Rahmen der IKT-Agenda und einen Beitrag des Nederlands Filmfonds in Höhe von insgesamt EUR 5,4 Mio.) sowie aus den geplanten Einnahmen aus alternativen Inhalten finanziert.

Alle niederländischen Kinobetreiber können sich an diesem Programm beteiligen, wobei drei Ketten in ausländischem Besitz, die bereits anderweitig Vereinbarungen getroffen hatten (Pathé, Euroscop und Utopolis), bekannt

gegeben haben, dass sie sich nicht beteiligen würden. Als Integrator wurde von Cinema Digitaal Arts Alliance Media (AAM) verpflichtet. AAM wiederum hat VPF-Vereinbarungen mit 14 Verleihern abgeschlossen, die dem niederländischen Verband der Filmverleiher (NVF) angehören. Nach einer Reihe von Verzögerungen hatten sich bis Sommer 2011 175 Leinwände für das Programm angemeldet, darunter auch die größeren Kinoketten Jogchems Theaters und Wolff Cinema Group. Die ersten VPF-Zahlungen erfolgten im Juli. Eine zweite Phase ab November 2011 wendet sich an Arthouse-Kinos, wobei sich ca. 30 Kinos für kollektive Verhandlungen mit Cinema Digitaal angemeldet haben.

#### Schweden – SKL / AffärsConcept

Der Verband schwedischer Gemeinden und Regionen, SKL, hat seine für den Einkauf zuständige Tochtergesellschaft AffärsConcept damit beauftragt, den gemeinsamen Einkauf von digitalen Kinoausrüstungen im Rahmen eines öffentlichen Vergabeverfahrens zu organisieren. Der Einkaufsgemeinschaft können alle schwedischen Kinos beitreten, der schwedische Verband der Kinobesitzer wurde entsprechend informiert. Die verfügbaren Pakete umfassen DCI-konforme Projektoren und Server, 3D-Zusatzgeräte und -Zubehör, Audiogeräte, sonstige Peripheriegeräte wie Satellitenempfänger und Scaler sowie Support und Wartung. Bis August 2011 waren 65 Interessensbekundungen eingegangen. Dies ist für eine Umsetzung des Vorhabens ausreichend und so wurde die Ausschreibung für den Beschaffungsauftrag auf Anfang Januar 2012 terminiert.

## Direkte öffentliche Förderung

2011 wurden auf paneuropäischer Ebene in 13 Ländern Europas 60 verschiedene Förderprogramme für die Umrüstung auf digitale Projektion identifiziert. Die Mehrheit (42) dieser Programme wurde auf subnationaler Ebene aufgelegt, während 15 Programme von nationalen Förderinstitutionen betrieben wurden. Weitere drei waren auf paneuropäischer Ebene tätig. Eine vollständige Liste dieser Programme einschließlich Budgets und Förderungsinformationen (sofern verfügbar) finden Sie nachfolgend in Tabelle 2. In Tabelle 1 sind die drei Programme aufgeführt, die bereits vor 2011 abgeschlossen waren.

**Tabelle 1 Direkte öffentliche Förderung: abgeschlossene Programme**

Land	Fonds	Zeitraum	Ausgaben in Mio. EUR	Leinwände umgerüstet
GB	UK Film Council Digital Screen Network	2005 - 2007	12.8	238
IE	Cultural Cinema Consortium (Arts Council / IFB / Dept. Arts, Heritage, Gaeltacht)	2008-2010	1.25	16
PL	Fundacja Rozwoju Kina (Malopolska region)	2009-2010	n/a	14

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Zu den für 2012 geplanten Initiativen gehören ein neuer von der ICAA und den Autonomen Gemeinschaften Spaniens entwickelter nationaler Digitalisierungsplan, der 2011 mit einem Programm im Baskenland gestartet wurde, aber ab 2012 auch weitere Autonome Gemeinschaften

umfassen dürfte, sowie neue subnationale Förderprogramme in Frankreich (z.B. in der Region-Nord Pas-de-Calais und dem *Département* Orne). In der Slowakei soll eine Sonderzuwendung des Ministeriums für Kultur durch den slowakischen Filmfonds verteilt werden.

**Tabelle 2 Liste der Programme, die 2011 als aktiv identifiziert wurden**

Land	Fördereinrichtung	Jahr Start	Jahr Ende	Gesamt-Budget in Mio. EUR	Bislang vergeben in Mio. EUR	Anzahl geförderte Leinwände	Bemerkung / Vergabedatum und Leinwand-Daten
<b>Nationale Förderprogramme</b>							
CH	BAK / OFC / UFC	2011	2015	8.00	0.55	62	Aug-11
CZ	Státní fond	2009	-	-	3.70	99	Aug-11
DE	BKM	2011	2015	20.00		308	Aug-11
DE	FFA	2011	2013	15.00			
DK	DFI	2011	2014	4.41	2.26	84	Sep-11
EE	Ministerium für Kultur	2009	-	-	0.11	6	Allg. Programm. Aug-11
ES	Ministerium für Kultur	2010	-	-	0.91	20	Allg. Programm. Okt-11
FI	Suomen Elokuvasäätiö	2009	2013	-	4.71	101	Allg. Programm. Sept-11
FR	CNC	2010	2012	n/c	11.01	236	Aug-11
GB	British Film Institute: Rural Cinema Pilot Scheme	2010	2013	1.40	1.40	-	2010
PL	PISF	2011	-	3.60	1.75	38	Aug-11
SE	SFI	2009	2011	1.20	1.20	28	Pilotprogramm. Apr-11
SE	SFI	2011	2012	-	0.97	34	Allg. Programm. Okt-2011
SE	SFI	2011	2012	1.60	-	-	neues gezieltes Programm. Noch keine Entscheidung
SK	Audiovizuálny fond	2010	-	-	0.44	15	Dez-11
<b>Subnationale Förderprogramme</b>							
DE	Filmfernsehfonds Bayern	2009	2013	5.00	2.90	164	Aug-11
DE	Film und Medien Stiftung NRW	2010	2013	2.00	0.70	28	Aug-11
DE	Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein (Hamburg)	2010	2014		0.35	2	Aug-11
DE	Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein (Schleswig-Holstein)	2011	2013	0.60			Neues Programm. Noch keine Entscheidung
DE	Hessische Filmförderung / Wirtschafts- und Infrastrukturbank Hessen	2011	2013	2.00		29	2 Programme, eines ERDF-finanziert. Aug-11
DE	Landesförderinstitut Mecklenburg-Vorpommern	2011	2013				
DE	Medienboard Berlin-Brandenburg	2010	2015	1.50	0.69	35	Aug-11
DE	MFG Filmförderung Baden Württemberg	2010	2014	2.80	1.30	61	Aug-11
DE	Nordmedia	2010	2013	1.40	0.79	46	ERDF-finanziert. Aug-11
DE	Rheinland-Pfalz - Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Jugend und Kultur / Wirtschaftsministerium	2010	2011	0.80	0.46	20	2 Programme. Aug-11
DE	Saarland Staatskanzlei	2011	2012	0.40	0.10	-	Dez-11
DE	Sachsen	2011	2012	0.40			
DE	Sachsen-Anhalt	2011	2012	0.36			

Land	Fördereinrichtung	Jahr Start	Jahr Ende	Gesamt-Budget in Mio. EUR	Bislang vergeben in Mio. EUR	Anzahl geförderte Leinwände	Bemerkung / Vergabedatum und Leinwand-Daten
DE	Thüringen - Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Technologie	2011	2012	0.20			
ES	ICAA / Gobierno Vasco	2011	2012	0.44	-	-	Neues gemeins. Programm. Noch keine Entscheidung
FR	Collectivité Territoriale de Corse	2011	2013				
FR	Massif Central (Régions Auvergne et Limousin)	2009	2010				
FR	Département Deux-Sèvres	2011	2013				
FR	Département Essonne	2010	2012				
FR	Département Mayenne	2011	2012				
FR	Région Alsace	2011	-	0.30	0.06	3	Juli-11
FR	Région Aquitaine	2009 /2010	2011	2.50	2.07	89	Pilotprogramm 2009, Hauptprogramm 2010. Okt-11
FR	Région Basse-Normandie	2011	2012				
FR	Région Bourgogne	2011					
FR	Région Bretagne	2011		2.60			
FR	Région Centre	2011	2012				
FR	Région Champagne-Ardenne	2011					
FR	Région Franche-Comté	2011	2014		0.32	23	Aug-11
FR	Région Haute-Normandie	2011					
FR	Région Ile-de-France	2010	2015	3.20		80	Budget nur für 2011. Aug-11
FR	Région Languedoc-Roussillon	2011					
FR	Région Limousin	2011		0.53			
FR	Région Midi-Pyrénées	2011	2015	2.00			
FR	Région Pays de la Loire	2011					
FR	Région Picardie	2011	2013	0.50			
FR	Région Poitou-Charentes	2010	2012				
FR	Région Provence-Alpes-Côte d'Azur	2011					
FR	Région Rhône-Alpes	2010			0.28		
FR	Ville de Paris	2010	2013	2.10			Budget nur für 2011
<b>Supranationale Programme</b>							
S-E Europe	Eurimages	2011				6	6 Kinos gefördert, Stand Okt-11
MEDIA-Mitglieder	Europa Cinemas	2009	2013				Programm-Bonus für digitale Vorführungen
MEDIA-Mitglieder	MEDIA 2007	2011	2013	2.00	2.00	100	Budget nur für 2011. Vergabe/Anzahl Leinwände unbekannt, Entscheidung noch nicht bekanntgegeben

Hinweis: Kursive Angaben sind Schätzungen.

Source: European Audiovisual Observatory

Zu beachten ist, dass in Tabelle 2 nur die Programme aufgeführt sind, die Fördermittel für die **Installation** einer digitalen Projektionsanlage oder für die hiermit verbundenen Kosten bereitstellen. Es können aber auch andere Formen der Förderung einen Einfluss auf den digitalen roll-out haben. Dazu zählen:

- eine Förderung der Produktion, bei der von den geförderten Projekten die Herstellung eines digitalen Masters verlangt wird;
- eine Förderung des Verleihs als Zuschuss zur Deckung der Kosten des digitalen Filmverleihs. Diese Form der Förderung erfolgt ggf. über VPF-Zahlungen;

- eine Förderung von Schulungsmaßnahmen, um Akteuren aus Kino und Filmverleih zu erlauben, ihre Kompetenzen zu verbessern und ihre Strategien anzupassen;
- eine allgemeine Förderung von Modernisierungsmaßnahmen als Zuschuss zur Deckung der Kosten für die Vorbereitung einer digitalen Installation.
- Praktiken oder Vertragsklauseln, die darauf abzielen, die Programmgestaltung oder Leihgebühren mit der Höhe der Zahlungen der Verleiher zu verknüpfen, sind untersagt. Entsprechende Klauseln in vor Inkrafttreten des Gesetzes abgeschlossenen VPF-Vereinbarungen sind unwirksam;
- es wird ein branchenübergreifendes Beratungsgremium geschaffen, das Empfehlungen für die Umsetzung in die Praxis liefert; zudem erhält der bestehende Mediator der Filmindustrie weitere Befugnisse.

## Gesetzgebung

Der in Frankreich angewendete gesetzgeberische Ansatz zur Finanzierung der Umrüstung auf digitale Projektion ist in Europa einzigartig. Das französische nationale Zentrum für Filmkunst (CNC), das auch eine regulierende und beratende Rolle für die Industrie spielt, hatte ursprünglich die Absicht, einen genossenschaftlichen Fonds einzurichten, der eine gleichzeitige Digitalisierung aller Kinos ermöglicht hätte und dabei sowohl die Programmgestaltungsfreiheit der Betreiber als auch die Planungskapazitäten der Verleiher bewahrt hätte. Ein negativer Bescheid der nationalen Wettbewerbsbehörde Anfang 2010 führte jedoch dazu, dass eine andere, zweistufige Lösung beschlossen wurde. Im ersten Schritt wurde ein Gesetz verabschiedet, in dem die Verleiher zu einer Zwangsbeteiligung an den Kosten der Betreiber für die digitale Umrüstung verpflichtet wurden. Im zweiten Schritt wurde ein Programm für die gezielte, direkte Förderung der Kinos aufgelegt, die nicht in der Lage waren, mindestens 75 % der Umrüstungskosten aus den Beiträgen der Verleiher zu finanzieren.

Zu den Hauptpunkten des am 30. September 2010 verabschiedeten Gesetzes<sup>68</sup> gehören:

- finanzielle Beiträge der Filmverleiher werden vorgeschrieben, sei es direkt oder über einen Integrator;
- die Zahlungen werden pro Leinwand in den ersten zwei Wochen nach dem nationalen Kinostart bzw. bei einer Erhöhung der Kopienanzahl fällig. Zahlungen werden nicht für Kinos verlangt, die als *de continuation* eingestuft werden, d.h. Kinos, die einen Film erst vier Wochen oder noch später nach dem nationalen Kinostart zeigen;
- die Beiträge werden so lange bezahlt, bis die Betreiber ihre Investition amortisiert haben, jedoch nicht länger als 10 Jahre ab Erstinstallation der Ausrüstung und nicht länger als bis zum 31. Dezember 2021;
- die Höhe der Zahlungen wird nicht durch das Gesetz vorgeschrieben, aber es wird ein Rahmen für Verhandlungen zwischen Betreiber und Verleihern geschaffen, die nach für beide Seiten gerechten, objektiven und transparenten Kriterien zu erfolgen haben. Es wird eine Schiedsstelle benannt und eine vollständige Transparenz der geschlossenen Vereinbarungen verlangt;

## Steuerliche Anreize

Eine ganz andere Form der öffentlichen Förderung wird in Italien praktiziert, wo 2009 ein ganzes Paket von steuerlichen Maßnahmen für die Filmindustrie eingeführt wurde. Eine dieser Maßnahmen war eine Steuergutschrift für Betreiber, die eine digitale Ausrüstung installieren. Als das Paket von der Wettbewerbsbehörde der Europäischen Kommission 2009 genehmigt wurde, war die Steuergutschrift für die digitale Umrüstung hiervon ausgenommen und die Kommission leitete eine Untersuchung der vorgeschlagenen Maßnahme ein. Obwohl das Ergebnis dieser Untersuchung noch ausstand, wurde die Steuergutschrift eingeführt, allerdings mit gewissen, nach den den *De-minimis*-Regeln der Kommission akzeptablen Einschränkungen.

Das System sieht eine Steuergutschrift in Höhe von 30 % für bis zu EUR 50 000 pro Leinwand und bis zu insgesamt EUR 200 000 über einen Zeitraum von drei Jahren vor (EUR 500 000, falls vor Ende 2010 beantragt und Kosten nach Juni 2009 angefallen). Die Gutschrift können alle Kinos mit weniger als 5 Leinwänden sowie Kinokomplexe mit 5 bis 10 Leinwänden Städten mit weniger als 50 000 Einwohnern in Anspruch genommen werden. Für eine Umrüstung von Kinokomplexen mit 5 bis 10 Leinwänden Städten über 50 000 Einwohner oder in Multiplexen mit mehr als 10 Leinwänden müssen für die drei nachfolgenden Jahre 50 % der Spielzeit auf italienische und europäische Filme entfallen. Das Paket sollte ursprünglich Ende 2010 auslaufen, wurde aber inzwischen bis Ende 2013 verlängert.

Zwischen der Einführung der Steuergutschrift 2009 und Ende 2010 wurden 303 Anträge von Vorführunternehmen zur Umrüstung von 760 Leinwänden in 514 Kinos bewilligt. Von diesen Leinwänden befanden sich 284 in Einzel- und Miniplex-Kinos (2 bis 4 Leinwände), 327 in Filmtheatern mit 5 bis 10 Leinwänden und 149 in noch größeren Kinos. Insgesamt wurden Steuergutschriften in Höhe von EUR 20,5 Mio. gewährt. Dies entspricht anrechenbaren Kosten in Höhe von EUR 66,6 Mio.<sup>69</sup>

<sup>68</sup> Gesetz Nr. 2010-1149 vom 30. September 2010 über die digitale Ausstattung der Filmtheater, Amtsblatt vom 1. Oktober 2010.

<sup>69</sup> Siehe "La via italiana al tax credit e al tax shelter per il cinema", Bericht abrufbar auf der Website des MiBAC – DG Cinema.

# 11 Struktur der direkten öffentlichen Förderung

## ZUSAMMENGEFASST

- Direkte öffentliche Förderprogramme wenden sich in der Regel an „gefährdete Kinos“.
- Diese werden anhand verschiedener Kriterien definiert, darunter die Anzahl der Leinwände pro Standort sowie die Besucherzahlen und das Einspielergebnis.
- 6 von derzeit 60 Programmen verlangen als Voraussetzung für die Förderung eine Vorabverpflichtung zu einer bestimmten Form der Programmgestaltung.
- 29 von 60 Programmen, für die Richtlinien vorliegen, verlangen explizit eine 2K-Ausrüstung nach ISO-Norm.
- 16 von insgesamt 60 Programmen fördern explizit die Installation einer 3D-Anlage.

Alle direkten Förderprogramme wenden sich an bestimmten Arten von Kinos, die üblicherweise im betreffenden Land oder einer Region als gefährdet angesehen werden. Hauptmechanismus für die Vorsortierung der Förderungsanträge sind verschiedene Zulassungsbedingungen, wobei bestimmte Auswahlkriterien zur Bestimmung der geförderten Kinos herangezogen und mitunter auch zusätzliche Bedingungen (üblicherweise Anforderungen an die Programmgestaltung) festgelegt werden, um sicherzustellen, dass das Ergebnis die politischen Vorgaben der Förderung erfüllt.

Dieser Abschnitt befasst sich mit der Struktur von direkten Förderprogrammen unter dem Aspekt der **Berechtigung** und der angekündigten **Kriterien** für die Förderung. In diesem Zusammenhang von besonderem Interesse sind Anforderungen an die **Programmgestaltung**, die ggf. eine Voraussetzung für die Förderung sind. Darüber hinaus wird ein Blick darauf geworfen, inwieweit Programme spezifische Unterschiede bzgl. der **Ausrüstungsanforderungen**, im Bereich **3D** und in der **Kombination mit anderen Finanzierungsquellen** (seien es öffentliche oder private) aufweisen.

## Berechtigungskriterien

### *Förderung „gefährdeter Kinos“ als Zielsetzung*

Da sich Förderprogramme nicht selten an Kinos wenden, die als gefährdet gelten, werden bestimmte Berechtigungskriterien angewendet, um den Zugang zum Programm auf die relevanten Kinos des Landes oder der Region zu beschränken. Zu den herangezogenen Zugangskriterien gehören die Besucherzahlen, das Kinoeinspielergebnis oder der Umsatz des Kinobetreibers, die Anzahl der Leinwände, Tätigkeitskriterien, Einwohnerzahlen im Einzugsgebiet sowie Anforderungen an die Programmgestaltung.

### *Anzahl der Leinwände häufigstes Kriterium*

Die Anzahl der Leinwände in Verbindung mit der Einwohnerzahl des Einzugsgebiet sind die am häufigs-

ten eingesetzten Kriterien für eine Vorauswahl der Antragsteller. Nur drei der derzeit laufenden nationalen Programme wenden überhaupt keine Kriterien hinsichtlich der Anzahl der Leinwände an: diese sind die Programme des tschechischen Staatsfonds, der Finnish Film Foundation und des Polish Film Institute. Das finnische Programm wendet sich allerdings an Kinos in kleinen und mittelgroßen Städten und das polnische Programm ist auf Arthouse-Kinos beschränkt. Pilotprogramme waren – schon aus prinzipiellen Überlegungen – in der Regel für alle Kinogrößen offen – wie z.B. der Fall beim Digital Screen Network des UK Film Council und dem schwedischen Pilotprogramm des SFI. Alle französischen Programme auf nationaler wie auch auf subnationaler Ebene schließen Kinos aus, die zu einer Kette mit über 50 Leinwänden angehören, auch wenn sie für sich allein betrachtet klein genug wären, um in Frage zu kommen. Die meisten französischen Programme wenden sich an Kinos mit bis zu 3 oder 4 Leinwänden, wobei größere Kinos in manchen Fällen unterstützt werden, wenn sie offiziell als Arthouse-Kinos („art et essai“) anerkannt werden. Das Schweizer Programm schließt ebenfalls größere Kinos und Ketten aus, so wie auch die drei subnationalen Programme in Italien.

### *Besucherzahlen und Einspielergebnis die üblichen Kriterien in Deutschland*

Die Besucherzahlen oder Einspielergebnisse an den Kinokassen werden nur selten als Entscheidungskriterium herangezogen. Einzige Ausnahme sind die Programme in Deutschland auf nationaler und/oder subnationaler Ebene.

Die zwei Programme auf nationaler Ebene, die vom Beauftragten für Kultur und Medien (BKM) bzw. von der Filmförderungsanstalt (FFA) finanziert werden, wurden im Februar 2011 gestartet. Beide Programme wenden sich an so genannte „Kriterienkinos“. Dazu gehören neben Programm- und Arthouse-Kinos auch kommerziellere Kinos in Kleinstädten, deren Besucher- und Umsatzzahlen sich innerhalb bestimmter Grenzen bewegen. Wesentliche Zugangsvoraussetzung ist eine

Kombination aus Anzahl Leinwände und Beschränkung der Besucherzahlen und Umsätze (sowohl nach unten als nach oben):

- Gefördert werden können Kinos mit bis zu 6 Leinwänden und größere Kinos in Orten mit weniger als 50 000 Einwohnern.
- Kinos in Orten mit weniger als 20 000 Einwohnern erhalten ggf. einen Bonus.
- Die Kinos müssen allerdings pro Leinwand im Schnitt der letzten drei Jahre ein Nettoeinspielergebnis von mindestens EUR 40 000 (oder eine Gesamtbesucherzahl von mindestens 8 000) und maximal EUR 260 000 erreicht haben.

Die auf subnationaler Ebene von den Länderfonds verwalteten Programme sollen mit den nationalen Programmen zusammenarbeiten und sich ergänzen. Demzufolge wenden sie alle ohne Ausnahme die Grenze der 8 000 Besucher an. Es gibt aber einige regionale Abweichungen, was die die Höhe des Mindestumsatzes betrifft, der alternativ zur Besucherzahl herangezogen werden kann. Die Struktur dieser Programme legt nahe, dass die finanziell schwächsten Kinos keinen Anspruch auf Förderung haben und demzufolge entweder den Analogbetrieb fortsetzen oder auf eine kostengünstigere nicht ISO-konforme digitale Lösung ausweichen müssen.

Außerhalb von Deutschland sind Vorgaben bzgl. der Besucherzahlen oder des Umsatzes weniger üblich. Die meisten subnationalen Programme in **Frankreich**, darunter jene in Korsika, in der Haute-Normandie und in Paris, schließen Kinos mit durchschnittlich über 7 500 Besuchern pro Woche aus, sofern sie nicht offiziell als Arthouse-Kinos anerkannt sind („art et essai“). Ein neues, 2011 vom SFI in **Schweden** aufgelegtes Programm wendet sich an Kinos mit einem durchschnittlichen Jahresumsatz von bis zu SEK 2 Mio. (EUR 220 000) pro Leinwand. Auf paneuropäischer Ebene verlangt das **MEDIA 2007**-Programm zur Förderung der digitalen Umrüstung, dass die Kinos in den letzten 12 Monaten mindestens 20 000 Besucher gehabt haben. Ganz allgemein fordern viele Programme, dass die antragstellenden Kinos ihre wirtschaftliche Tragfähigkeit nachweisen und sie ihren Betrieb in den Jahren nach der Förderung fortführen werden.

*Bevölkerungszahlen werden mit anderen Kriterien kombiniert*

Bevölkerungszahlen zur Eingrenzung der Zielorte werden in **Deutschland** herangezogen, üblicherweise in Verbindung mit Besucherzahlen und Umsatzkriterien. Dabei wird für sehr kleine Orte (bis 20 000 Einwohner) ein Bonus gewährt. Die Förderprogramme in den **französischen** Regionen Centre und Languedoc-Roussillon ziehen ebenfalls die Bevölkerungszahlen als Entscheidungskriterium heran, wenn ein Kino nicht als

Arthouse-Kino anerkannt ist. Das **finnische** Programm wendet sich an kleine und mittelgroße Städte, während sich Kinos mit einem breit gefächerten Programmangebot nur dann für das **schwedische** Digitalisierungsprogramm bewerben dürfen, wenn sie in einer Gegend mit weniger als 250 000 Einwohnern stehen. Vom Programm des **dänischen** Filminstituts werden „lokale Kinos“ mit einem Einzugsgebiet von weniger als 20 000 Einwohnern gefördert. Das aus dem ERDF finanzierte Programm in der italienischen Region Apulien bevorzugt Einzelkinos, Kinos in historischen Stadtzentren sowie Kinos in Städten bis 60 000 Einwohner.

## Anforderungen an die Programmgestaltung

Diese Anforderungen werden entweder als Zulassungskriterium oder als Voraussetzung für die Förderung angewendet, können aber auch zur Berechnung der Höhe der Förderung herangezogen werden.

*Programmanforderungen als Zulassungskriterium*

Bei manchen Programmen sind nur Leinwände mit einem bestimmten Programmangebot antragsberechtigt. Gefordert wird diese Art Voraussetzung von Programmen in Dänemark, Frankreich (subnational), Deutschland (national und subnational), Polen, der Slowakei, Spanien (subnational) und der Schweiz. Das gleiche gilt für Kinos, die Fördermittel aus den paneuropäischen Programmen MEDIA 2007 und Eurimages beantragen.

Die Anforderungen betreffen in der Regel die Bereitstellung eines Qualitäts- oder Arthouse-Programms und werden nicht selten in Form einer Quote von bestimmten Filmtypen im Programmangebot des Kinos beziffert. Eine durchaus ausgetüftelte Anwendung dieser Art Kriterien findet sich in der **Schweiz**, wo die Zulassung eines Förderantrags vom prozentualen Anteil an Schweizer, europäischen und Filmen aus kleineren Ländern im Kinoprogramm abhängt. Die Höhe der jährlichen Förderung pro Kino wird anhand eines gewichteten Systems auf der Basis des Ursprungslands, der Besucherzahlen sowie der Anzahl der Vorführungen über einen Zeitraum von drei Jahren berechnet.

In **Dänemark** sind als „Programmkinos“ eingestufte Kinos mit einem Spielplan, der mindestens zu 60 % aus nichtamerikanischen Filmen besteht, sowie lokale Kinos, die mindestens 25 % ihres Spielplans für dänische Filme vorsehen, die Kinokategorien, die für eine Förderung in Frage kommen.

In **Frankreich** wird das bestehende System der Anerkennung von Kinos als „art et essai“ auf der Grundlage ihrer Programmgestaltung als eines von mehreren Zulassungskriterien herangezogen, während sich die Förderung des **Polish** Film Institute ausschließlich an Kinos mit einem Arthouse-Programm wendet. Ähnlich



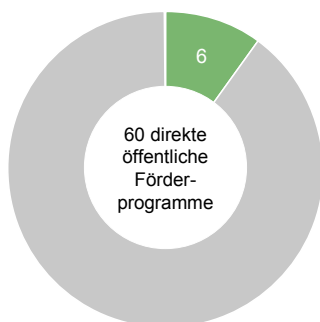
verhält es sich in **Irland**, wo der Zugang zum Programm zur Förderung der digitalen Umrüstung (Cultural Cinema Consortium) auf Kinos mit einem „ganzjährig vielseitigen Programmangebot“ beschränkt war.

In einigen Fällen wurden auch höhere Förderungen für Kinos gewährt, die als Arthouse-Kino bzw. Programmkino gelten. Dies ist der Fall in der **Schweiz**, aber auch bei vielen **deutschen** Programmen, bei denen die Verleihung eines regionalen Kinoprogrammpreises nicht selten ein wichtiges Auswahlkriterium ist. Einen Bonus für kulturelle Programmierung und die Organisation von Events bietet das Förderprogramm der französischen Region Bretagne. In der **Slowakei** werden nur Kinos zugelassen, die regelmäßig europäische und slowakische Filme spielen. Zulassungsvoraussetzung des **MEDIA 2007**-Förderprogramms ist zum einen, dass es sich um Erstaufführungskinos handelt und zum anderen, dass das Programm mindestens zu 50 % aus europäischen Film besteht, von denen 30 % ausländische Filme sein müssen.

#### Programmanforderungen als Förderkriterium

Die zweite Form der Anforderungen an die Programmgestaltung besteht darin, dass Betreiber Fördermittel erhalten, wenn sie sich zu einer bestimmten Art der Programmgestaltung verpflichten. Dabei kann es sich um die gleichen Anforderungen wie bei den Zulassungskriterien (so z.B. in Spanien oder der Schweiz) oder um ganz **andere, vorab zu erfüllende Anforderungen** handeln. Praktiziert wird diese Art Bedingung derzeit von sechs verschiedenen Förderprogrammen in Dänemark, Frankreich (nationales selektives Programm), Polen (nationales Programm), der Slowakei, Spanien (subnationales Programm im Baskenland) und der Schweiz (siehe Abb. 1). Für zwei inzwischen beendete Programme – das Digital Screen Network des UK Film Council und das Pilotprojekt von 2009 des Schwedischen Filminstituts – gab es ebenfalls entsprechende Bestimmungen.

**Abb. 1** Anzahl Förderprogramme mit Vorabverpflichtung zu einer bestimmten Form der Programmgestaltung – 2011 geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Die Anforderungen betreffen entweder einen bestimmten Prozentsatz an nationalen Filmen (Polen), europäischen Inhalten (Slowakei) oder eine Mischung aus europäischen (einschließlich nationalen) und nicht-amerikanischen Filmen (Spanien und Schweiz).

Beim **französischen** nationalen Programm für eine selektive Förderung werden die Programmanforderungen für jeden Fall separat festgelegt, während in **Dänemark** ein anderer Ansatz gewählt wird. Dort gibt es zwei Programme. Das erste ist ein klassisches Programm zur Förderung der digitalen Umrüstung von Kinos in ländlichen Gegenden, deren Programm entweder mindestens 25 % dänische oder mehrheitlich nichtamerikanische Filme enthält. Für alle anderen Kinos ist das zweite Programm gedacht, das Bonuszahlungen für die Vorführung von dänischen Filmen bietet und so für größere Kinos einen Anreiz schafft, mehr einheimische Produktionen zu zeigen.

Das paneuropäische Programm **Europa Cinemas** verfolgt einen ähnlichen Ansatz, indem es einen Bonus für die Vorführung europäischer Filme auf digitalen Leinwänden des Netzwerks bietet.

Etwas andere Anforderungen an die Programmgestaltung enthalten die Förderbedingungen in **Polen**, wo geförderte Kinos verpflichtet sind, sich für einen Zeitraum von mindestens 10 Jahren dem nationalen digitalen Kinonetzwerk anzuschließen sowie mindestens 25 % ihres Programms für einheimische Produktionen vorzusehen.

Das baskische Förderprogramm in **Spanien** stellt besonders hohe Anforderungen und verlangt je nach Anzahl der Leinwände einen Anteil von 35 % bis 50 % europäischer und lateinamerikanischer Inhalte. Eine weitere Variante besteht darin, dass die geförderten Kinos Kultur- und Bildungsaktivitäten durchführen, darunter gelegentlich auch spezielle Initiativen für junge Menschen. Diese findet sich in Frankreich (auf subnationaler Ebene) und Polen. Einige der **französischen** Regionen ermutigen zudem die geförderten Kinobetreiber, Filme zu zeigen, die von der Region gefördert werden.

In gewisser Hinsicht enthalten einige der anderen Programme eine **implizite Anforderung an die Programmgestaltung** – so wird zum Beispiel davon ausgegangen, dass geförderte Arthouse-Kinos nach der Installation der neuen Digitalanlage weiter als solche betrieben werden.

Bei den üblicherweise vereinbarten Transparenz- und Berichterstattungsbestimmungen kann man davon ausgehen, dass sie der Überwachung der Programmgestaltung nach der Digitalisierung dienen.

Manche Programme hatten bzw. haben eindeutige Regelungen für den Fall, dass die vereinbarten Bestimmungen nicht beachtet werden. So wurde bei Nichter-

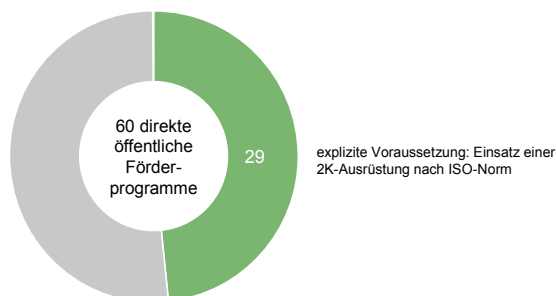
füllung der Anforderungen an die Programmgestaltung im britischen DSN-Programm die Ausrüstung zurückgezogen, während in der Schweiz bei Nichteinhaltung der geforderten Programmvierfalt die Fördermittel gekürzt oder sogar ganz gestrichen werden können.

## Technische Anforderungen

10 der nationalen und 19 der subnationalen Programme, für die Richtlinien vorliegen, fordern explizit die Installation einer Anlage nach ISO-Norm. Dies wird in den jeweiligen Leitlinien mit „DCI-konform“ bzw. „ISO-Norm“ und gelegentlich auch mit der lokalen Entsprechung bezeichnet (in Frankreich mit NF S.27.100).

Eine Sondersituation gibt es bei 10 der deutschen Förderprogramme, die in Verbindung mit der zu installierenden Ausrüstung den Nachweis der „wirtschaftlichen und künstlerischen Nachhaltigkeit des Kinos“ fordern. In der Regel ist hiermit eine 2K-Ausrüstung gemeint, die in der Lage ist, die DCI-Spezifikationen zu erfüllen. Diese Bestimmung findet sich in zwei nationalen (BKM und FFA) und acht subnationalen Programmen. Die verbleibenden sechs der sechzehn Programme verlangen explizit eine DCI-konforme Anlage.

**Abb. 2** Anzahl Förderprogramme, die explizit eine 2K-Ausrüstung nach ISO-Norm verlangen – 2011 geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Auf paneuropäischer Ebene fordert das Eurimages-Programm eine DCI-konforme Ausrüstung, wohingegen das MEDIA-Digitalisierungsprogramm auch Kosten übernimmt, damit Projektoren die DCI- oder ISO-Sicherheitsnormen erfüllen. Dies impliziert, dass die Kosten für die Installation einer nicht **vollständig DCI-konformen** Anlage akzeptiert werden können.

Das **britische** Pilotprojekt „Kino auf dem Lande“ (Rural Cinema Pilot Scheme) umfasst eine DCI-konforme Projektions- und 3D-Ausrüstung, aber je nach lokalem Bedarf auch andere Normen. Ähnlich verhielt es sich beim (inzwischen beendeten) Programm des **irischen** Cultural Consortium, bei dem die Installation einer DCI-konformen wie auch einer Nicht-2K-Ausrüstung gefördert werden konnte. Natürlich spricht kein Förderprogramm Empfehlungen für Hersteller oder

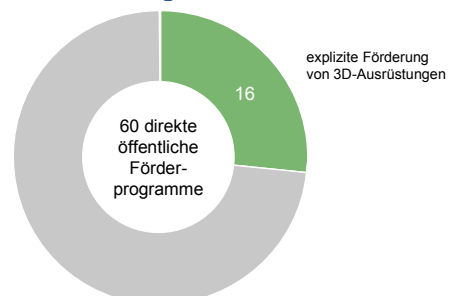
Händler von digitalen Anlagen aus und die Leitlinien des **Polish** Film Institute enthalten die konkrete Forderung, dass die Anschaffung der Ausrüstung ausgeschrieben werden muss, um sicherzustellen, dass kein potenzieller Hersteller von Haus aus ausgeschlossen wird.

Das paneuropäische **Eurimages**-Programm unterscheidet sich in dieser Hinsicht insofern hiervon, als es zum Teil wie eine Einkaufsgemeinschaft auftritt und mit XDC die Belieferung aller geförderten Kinos vereinbart hat. Die Wahl des Lieferanten der Ausrüstung bleibt den einzelnen Kinos in Abstimmung mit XDC überlassen, VPF-Vereinbarungen gibt es keine.

## Förderung der 3D-Ausrüstung

3D-Ausrüstungen werden in der Regel nicht gefördert. Lediglich 16 Programme sehen diese Art der Förderung ausdrücklich vor, darunter in **Frankreich**, wo das nationale Förderprogramm auch 3D-Ausrüstungen berücksichtigt, was zahlreiche regionale Programme bewogen hat, sich dieser Vorgehensweise anzuschließen, wobei dies nicht alle in ihren Leitlinien ausdrücklich angeben.

**Abb. 3** Anzahl Förderprogramme, die explizit 3D-Anlagen fördern – 2011 geschätzt



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

In **Deutschland** übernehmen die Förderprogramme in Bayern und Rheinland-Pfalz auch die Kosten für 3D-Technik, aber 3D-Zusatzgeräte werden weder auf nationaler Ebene noch von den 12 übrigen Programmen auf Länderebene gefördert. Die Programme in der **Slowakei** und **Schweden** schließen 3D ausdrücklich aus, während das **dänische** Förderprogramm für die digitale Umrüstung keine Kosten für 3D-Technik übernimmt, aber 3D-Fähigkeit voraussetzt. Im **Schweizer** Programm, das eine Art „Programmgestaltungsbonus“ für die Umrüstung vorsieht, wird 3D-Technik nicht ausdrücklich erwähnt, da dies vermutlich dem einzelnen Kinobetreiber überlassen bleibt.

## Vereinbarkeit mit anderen Finanzierungsquellen

Die meisten Förderprogramme verlangen für die Finanzierung einen Eigenanteil des Kinobetreibers, z.B. in Höhe von 10 oder 20 % der Gesamtkosten bei den meisten regionalen Programmen in Frankreich. Es gibt allerdings ggf. auch Einschränkungen, was die Kombination mit anderen Finanzierungsquellen betrifft.

### *Vereinbarkeit mit anderen öffentlichen Förderungen*

Eine überwältigende Mehrheit der Programme ist mit anderen öffentlichen Finanzierungsquellen vereinbar und in den Ländern, in denen es sowohl nationale als auch subnationale Programme gibt, sind diese in der Regel auch ausdrücklich darauf ausgelegt, sich zu ergänzen. So ist beispielsweise in Deutschland die Förderung des BKM nur in den Bundesländern verfügbar, in denen es ein regionales Förderprogramm gibt. In Frankreich wird von diversen regionalen Programmen eine vorherige Förderung durch das nationale selektive Programm verlangt. Die meisten Programme wenden die „De-minimis-Vorschriften“ an, d.h. die Antragsteller müssen den Nachweis erbringen, dass ihre Firma den zulässigen Gesamtbetrag von 200 000 EUR innerhalb von drei Geschäftsjahren nicht überschritten hat.

### *Kombinationen mit VPF*

Nur sechs Programme machen konkrete Angaben zu Integratoren und VPF-Zahlungen. In der Schweiz werden Kinos mit „nicht transparenten“ VPF-Vereinbarungen oder die den Zugang zu anderen Verleihern beschränken, ausdrücklich von der Förderung ausgeschlossen. In Frankreich dürfen Kinos, die eine Förderung des nationalen Programms beantragen, einen Integrator einschalten, müssen aber eindeutig klar machen, wie dieser Integrator die öffentliche Förderung behandeln wird (Abzug oder nicht, teilweise oder vollständig). Im französischen Regionalprogramm der Region Essonne waren Kinos mit VPF-Deal ursprünglich ausgeschlossen. Das slowakische Programm verlangt, dass mindestens 50 % der Finanzierung aus Drittmitteln oder anderen Quellen bestritten werden. In Spanien ist das baskische Förderprogramm unter bestimmten Bedingungen mit VPF-Zahlungen vereinbar, und auf paneuropäischer Ebene schließt das MEDIA 2007-Programm ausdrücklich eine Förderung von Kinos aus, die eine Vereinbarung mit einem Integrator getroffen haben. Leasing-Vereinbarungen werden von allen deutschen Programmen ausgeschlossen, manche von ihnen schließen sogar eine Förderung aus, wenn die Ausrüstung als Mietkauf erworben wird.

Einige Programme, darunter insbesondere die regionalen Programme in Frankreich, erlauben auch eine rückwirkende Anrechnung von Kosten.

# AUSBLICK

## KURZFRISTIG

### Roll-out-Trends

Die kommerzielle Einführung des digitalen Kinos ist 2011 in ihre zweite Phase eingetreten. Dabei haben die vollständige Umrüstung ganzer Kinoketten sowie öffentliche Förderprogramme die 3D-Technik als Hauptwachstumsmotor abgelöst.

#### *Vollständige Umrüstung der Kinoketten von 2D-Installationen getragen*

Bei einer vollständigen Umrüstung aller Kinostandorte, die bis Ende 2010 bereits mindestens eine digitale Leinwand installiert hatten (d.h. der „digitalen Standorte“) würde die Marktdurchdringung des digitalen Kinos in Europa auf 63 % ansteigen. Bedenkt man, dass diese Kinos bis Ende 2010 erst ca. 40 % ihrer Leinwände umgerüstet und die meisten großen Kinoketten VPF-Vereinbarungen abgeschlossen hatten, die eine vollständige Umrüstung innerhalb eines bestimmten Zeitraums vorsehen, liegt es auf der Hand, dass der Anstieg der europaweiten Marktdurchdringung digitaler Leinwände von 29 % auf geschätzte 52 % im Jahr 2011 im Wesentlichen auf die voll-

ständige Umrüstung ganzer Ketten zurückgeht und sich dieser Trend 2012 fortsetzen wird. Die Zahlen von 2010 legen nahe, dass viele Ketten inzwischen über weitestgehend ausreichende 3D-Kapazitäten verfügen und sich folglich auf die Umrüstung der verbleibenden Leinwände auf 2D-Technik konzentrieren werden.

#### *Neue digitale Standorte durch öffentliche Initiativen*

Gleichzeitig werden öffentliche Initiativen / Fördermaßnahmen „analogen“ Standorten den Zugang zur Digitaltechnik ermöglichen und so für einen weiteren Schub der Digitalisierung sorgen und zur Verkürzung der kostspieligen Übergangsphase beitragen.

Eine Auswertung der Zahlen von 2010 lässt den Schluss zu, dass die kleineren Kinos – je nach finanzieller Ausstattung und Programmkonzept – eher dazu tendieren, 3D-fähige Leinwände zu installieren. Wenn die vielen kleinen analogen Kinos eine Lösung für die Finanzierung der Umrüstung auf Digitaltechnik finden, könnte dies eine zweite Welle von 3D-Installationen nach sich ziehen.

## Große Herausforderung für Einzelkinos

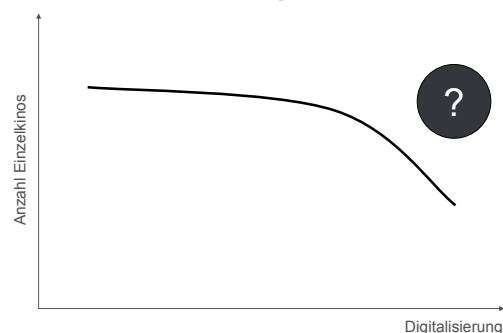
Während die größeren Kinos die Umrüstung ihrer Leinwände konsequent vorantreiben, scheint es kleinen Kinos und insbesondere Einzelkinos sehr schwer zu fallen, die Umrüstung ihrer Leinwände zu finanzieren und einen wirtschaftlichen Nutzen aus dem digitalen Kino zu ziehen. Wie in Kapitel 4.2 erläutert, hatten bis Ende 2010 nur 11 % der knapp 7 200 Einzelkinos auf Digitaltechnik umgerüstet – gegenüber 89 % der Multiplex-Kinos. Angesichts der Tatsache, dass fast 60 % aller Kinos in Europa Einzelkinos sind und diese somit in vielen Ländern Europas einen charakteristischen Teil der Kinolandschaft bilden, stellt dies eine ernste Herausforderung für das europäische Kino dar. Auch wenn sie vermutlich nur in geringem Maße zum Gesamteinspielergebnis an den Kinokassen beitragen, so spielen sie doch mitunter eine wichtige gesellschaftliche und/oder kulturelle Rolle.

#### *Schließung zahlreicher Einzelkinos eine realistische Gefahr*

Angesichts der schnell fortschreitenden Digitalisierung der kommerziellen Kinos und dem absehbaren Ende des 35-mm-Verleihs, gibt es ein durchaus realistisches Risiko, dass viele dieser Einzelkinos ihren Betrieb einstellen wer-

den. Seit 2009/2010 wurden zahlreiche öffentliche Initiativen gestartet, um die kleineren Kinos zu unterstützen, aber angesichts der hohen Kosten für die Umrüstung auf Digitaltechnik ist nicht damit zu rechnen, dass alle diese Kinos oder auch nur ein großer Teil von ihnen über öffentliche Fördermittel unterstützt werden kann. Den vielversprechendsten Ansatz für die Bewahrung der Vielfalt der europäischen Kinolandschaft scheinen kollektive Modelle mit einem teilweise genossenschaftlichen Charakter zu bilden.

#### **Einzelkinos existenziell gefährdet**



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

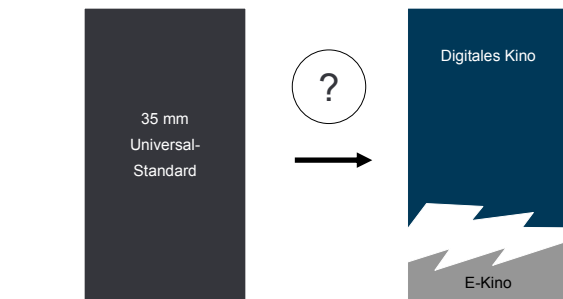
### *E-Kino als Lösung?*

Da viele der kleinen Second-Run-Kinos schon bei 35-mm-Filmen mit sehr geringen Gewinnspannen agieren und sie auf einen kostengünstigen Zugang zur Projektionstechnik und zu Inhalten angewiesen sind, bleibt abzuwarten, ob ein weiterer Rückgang der Anschaffungskosten für eine digitale Anlage in Verbindung mit einer öffentlichen Förderung den Weg für ein tragfähiges Geschäftsmodell eröffnet oder ob sie mittelfristig schlicht und einfach nicht in der Lage sein werden, sich eine DCI- oder ISO-konforme Projektionsanlage zu leisten und sich aus diesem Grund für ein E-Kinosystem entscheiden.

Dies würde das endgültige Ende der Universalität und Interoperabilität des Kinofilmverleihs bedeuten und die Entstehung eines völlig separaten Marktes für die Vermarktung von Filmen in anderen digitalen Formaten (z.B.

Blu-ray) nach sich ziehen. Solch ein Szenario ist allerdings reine Spekulation, da es keine belastbaren Daten gibt, um diese Hypothese zu prüfen.

### Ein technologisch gespaltener Markt?



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

## Geschäftsmodelle entwickeln sich während der kostspieligen Übergangsphase weiter

Die Filmindustrie befindet sich derzeit mitten in der Übergangsphase von einer analogen zu einer digitalen Wertschöpfungskette.

### *Roll-out nur mit öffentlichen Initiativen möglich?*

Die meisten Verleiher und auch einige Kinobetreiber sind derzeit gezwungen, sowohl das 35-mm-Format als auch das digitale Format zu unterstützen, was insbesondere für kleinere Akteure ausgesprochen teuer ist und sie in finanzielle Bedrängnis bringen kann. Die Übergangsphase ist für die meisten Akteure eine kostspielige Angelegenheit und es scheint weithin Konsens zu bestehen, dass sie so kurz wie möglich gehalten werden sollte. Aber nach wie vor stehen die unterschiedlichen Ziele der verschiedenen Interessengruppen einer zügigen und vollständigen Umstellung im Weg. So hat es den Anschein, als könnte der Digitalisierungsprozess in manchen Ländern nur durch öffentliche Initiativen zum Abschluss gebracht werden, darunter beispielsweise branchenweite Roll-out-Programme (wie in den Niederlanden) oder gesetzliche Regelungen (wie in Frankreich).

### *Viele aktuelle Probleme sind vorübergehender Natur, aber möglicherweise langwierig*

Die Geschäftsmodelle und letztendlich die gesamte Wertschöpfungskette sind, von der doppelten Bereitstellung in zwei Formaten ganz abgesehen, noch gar nicht an den digitalen Verleih angepasst worden und befinden sich noch mitten in einem Entwicklungsprozess. Dies scheint die Ursache verschiedener Probleme zu sein, darunter diskriminierende Preise für digitale Projektionsanlagen oder unerschwingliche VPF-Zahlungen, die digitale Releases mit begrenzter Kopienzahl unrentabel machen. Die meisten dieser Probleme dürften jedoch vorübergehender Natur sein und sich mit der Weiterentwicklung des digitalen Kinos und der Geschäftsmodelle sowie mit dem – möglichen – Ende der VPF-Zahlungen von selbst auflösen. Dies könnte allerdings einige Zeit in Anspruch nehmen und erst dann passieren, wenn die Umstellung in den großen Märkten abgeschlossen ist und alle Akteure mehr Erfahrung mit dem Filmverleih in einer vollständig digitalen Welt gesammelt haben.

## Ende des 35-mm-Verleihs

Screen Digest hält eine Marktdurchdringung des digitalen Kinos von 80 % für eine kritische Schwelle für die Einstellung des kommerziellen 35-mm-Filmverleihs. Norwegen, das bereits 2011 eine Marktdurchdringung von annähernd 100 % erreicht hat, Belgien und Luxemburg sind voraussichtlich die ersten Länder, die auf einen vollständig digitalen Verleih umstellen werden. Ganz allgemein dürfte die Einstellung des 35-mm-Verleihs erst pro Land und dann pro Region erfolgen. Es wird allerdings argumentiert, dass die Nachfrage nach älteren 35-mm-Beständen deutlich zurückgehen wird, wenn große Märkte wie das Vereinigte Königreich und Frankreich auf Digital-

verleih umgestellt haben, womit laut Screen Digest Ende 2013 bzw. Mitte 2014 zur rechnen ist. Damit wird sich die wirtschaftliche Grundlage des 35-mm-Verleihs für Kinobetreiber und Verleiher, die noch von diesem Format abhängen, rapide verschlechtern. Manche halten dies für ein Drohszenario und gehen davon aus, dass die Übergangsphase etwas länger dauern wird, weil die Verleiher für jeden Film neu entscheiden werden, ob sie ihn digital, in 35-mm-Format oder in beiden Formaten herausgeben sollen. Sicher ist auf jeden Fall, dass sich die Ära des 35-mm-Verleihs dem Ende nähert und die Zeit für die Umrüstung knapp zu werden scheint.

## MITTEL- BIS LANGFRISTIG

### Zunehmende Skaleneffekte

Das digitale Kino sorgt sowohl für den Kinosektor als auch für den Verleih für zunehmende Skaleneffekte. Somit dürften größere Unternehmen in größerem Ausmaß von der Umstellung auf Digitaltechnik profitieren als kleinere Akteure. Letztendlich wird diese ökonomische Realität einen fundamentalen Wandel in der fragmentierten Kinolandschaft Europas nach sich ziehen.

#### *Zunehmende Wettbewerbsvorteile für große Kinos und Kinoketten*

Für die Kinobetreiber trifft dies sowohl auf der Kosten- als auch auf der Einnahmenseite zu. Wie bereits in Kapitel 2.4 erläutert, stellen Preisnachlässe für Großbestellungen die wichtigste Möglichkeit dar, um die Kosten für eine digitale Ausrüstung zu verringern. So haben die größten Kinoketten Zugang zu den preisgünstigsten Anlagen, während kleine Betreiber, die alleine agieren, den höchsten Preis zahlen dürften. Zudem werden es die Multiplex- und Megaplex-Kinos sein, die mit der Einführung eines Kinomanagementsystems die größten Einsparungen bei den Betriebskosten erzielen können. Der Betreiber eines Einzelkinos dürfte kaum in der Lage sein, 50 % seines Filmvorführers einzusparen. Darüber hinaus profitieren große Kinos auch auf der Einnahmenseite, da mit zunehmender Anzahl an Leinwänden auch der potenzielle Nutzen einer flexibleren Programmgestaltung steigt.

#### *Zunehmende Konsolidierung im Vorführsektor*

Diese Zunahme der Größenvorteile wird aller Voraussicht nach europaweit eine zunehmende Konsolidierung innerhalb der fragmentierten nationalen Märkte in Europa nach sich ziehen. So könnten einerseits Fusionen oder Übernahmen und andererseits die Schließung kleinerer Betreiber zu einer höheren Marktkonzentration führen.

#### *Zunehmende Lücke zwischen kommerziellen und öffentlich geförderten Marktsegmenten*

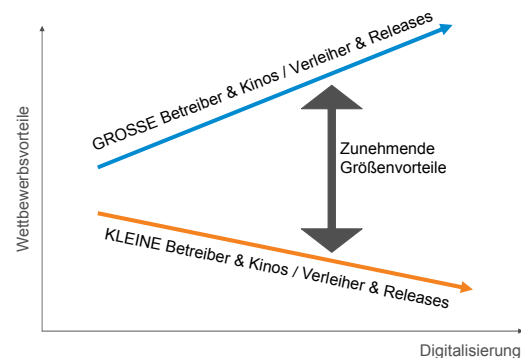
Angesichts der vergleichsweise hohen Kosten für die digitale Projektion ist es durchaus möglich, dass die Rufe nach öffentlicher Förderung seitens vieler Betreiber lauter werden und die Lücke zwischen dem kommerziellen Mainstream-Markt und dem öffentlich geförderten soziokulturellen Sektor mit der Zeit immer größer wird.

#### *Releases mit größerer Kopienzahl und kürzeren Laufzeiten*

Das digitale Kino sorgt auch im Bereich des Filmverleihs für Größenvorteile. So werden zusätzliche Filmkopien nicht mehr durch hohe Grenzkosten erschwert, wodurch die Verleiher Releases mit einer noch größeren Kopienzahl planen können. Gleichzeitig ist davon auszugehen, dass der digitale Verleih den bereits bestehenden Trend zu kürzeren Laufzeiten weiter verstärken wird. Neben

anderen Aspekten haben auch die sozialen Netzwerke und andere neue Formen der Kommunikation wie Twitter oder Facebook das alte Phänomen der Mundpropaganda in eine de facto Echtzeit-Kommunikation verwandelt, die dazu führt, dass viele neue Filme den Löwenanteil ihres Einspielergebnisses in den ersten Tagen nach dem Kinostart erzielen. Zudem sind die VPF-Zahlungen an eine Turn Rate geknüpft (d.h. Anzahl der Releases pro Leinwand). Dadurch wird es für den Kinobetreiber wirtschaftlich interessanter – und notwendig – die Anzahl der Neuerscheinungen in seinem Programm zu erhöhen. Dementsprechend kürzer werden die Laufzeiten sowohl für Blockbuster, aber auch für unabhängige Filme.

### Digitales Kino sorgt für zunehmende Skaleneffekte



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Um für Releases mit einer großen Kopienzahl eine kürzere Amortisationszeit zu erreichen, sind große Verleiher mit ihrem Geschäftsmodell besser aufgestellt, da sie über die notwendige Erfahrung und die Mittel verfügen, um entsprechende Marketingkampagnen durchzuführen und genügend Besucher zu mobilisieren. Angesichts der höheren Kosten für breitere Marketingkampagnen könnte die Veröffentlichung neuer Filme noch riskanter werden, was wiederum Verleiher mit einem größeren Filmportfolio begünstigt, da sie nicht so sehr vom Erfolg jedes einzelnen Films abhängig sind.

#### *Zunehmender Kampf um Kinoprogrammplätze*

Die Kombination aus einer stagnierenden oder möglicherweise sogar rückläufigen Anzahl von Leinwänden und einer ständig steigenden Anzahl von Neuerscheinungen mit immer größerer Kopienzahl und immer kürzeren Laufzeiten, darunter insbesondere nationale und internationale Blockbuster, wird voraussichtlich zu einem stärkeren Kampf um Kinoprogrammplätze führen, bei dem kleine unabhängige Filme die „schlechtesten Karten“ haben dürften.

Möglicherweise gibt es jedoch insofern eine optimistischere Aussicht für den Sektor der Arthouse- und Kulturkinos, als die digitale Welt eine neue Flexibilität in der

Programmgestaltung bietet sowie neue Möglichkeiten für die Publikumsentwicklung eröffnet. In den Fällen, in denen diese Kinos ihre digitale Ausrüstung über öffentliche Fördermittel oder ein geeignetes VPF-Modell erworben ha-

ben, sollten sie in der Lage sein, den Versuchungen des Mainstream-Kinos zu widerstehen und weiterhin auf inhaltliche Vielfalt setzen – mit einer ganz neuen gestalterischen Breite und Tiefe.

## Veränderung der Geschäftsmodelle

Die derzeitigen Geschäftsmodelle für den Spielfilmverleih basieren auf der wirtschaftlichen Logik des 35-mm-Verleihs und wurden unter Marktbedingungen entwickelt, bei denen es über Jahrhunderte nahezu keine Veränderungen in der Wertschöpfungskette gegeben hat. Mit dem digitalen Kino wird sich dies grundlegend ändern.

### *Dauerhaft höhere Kapitalaufwendungen für Kinobetreiber*

Die digitale Projektion bringt für die Kinobetreiber auf Grund der im Vergleich höheren Ausrüstungskosten und der kürzeren Lebensdauer dauerhaft höhere Kapitalaufwendungen mit sich. In welchem Umfang die Kapitalaufwendungen mittel- bis langfristig tatsächlich steigen werden, ist eine der Schlüsselfragen, mit denen sich die Kinobranche noch auseinandersetzen muss. Diese Frage ist allerdings mit einem hohen Maß an Spekulation verbunden, da sich nach wie vor nicht sagen lässt, wie oft und zu welchen Preisen die verschiedenen Bestandteile einer digitalen Projektionsanlage ersetzt werden müssen. Aber auch wenn die genauen Zahlen noch nicht bekannt sind, so scheint es doch ziemlich zu sein, dass das digitale Kino mit höheren Kapitalaufwendungen für die Kinobetreiber verbunden ist, da es so gut wie unmöglich ist, dass die Ausrüstungspreise auf ein Niveau fallen, das mit dem einer 35-mm-Projektionsanlage vergleichbar wäre. Manche Betreiber werden in der Lage sein, dies durch Einsparungen bei den Betriebskosten sowie höhere Einnahmen (z.B. durch Premium-Inhalte) teilweise aufzufangen. Zum jetzigen Zeitpunkt versuchen die meisten Akteure noch, die Geschäftsmodelle der 35-mm-Ära in einer digitalen Welt beizubehalten, z.B. über VPF-Vereinbarungen. Aber mittel- bis langfristig werden die zugrundeliegenden ökonomischen Rahmenbedingungen grundlegende Veränderungen in den Beziehungen zwischen Kinobetreibern und Verleihern nach sich ziehen, die nach Abschluss der Übergangsphase und Beendigung der VPF-Zahlungen am stärksten vom digitalen Verleih profitieren dürften.

### *Veränderungen in der Wertschöpfungskette*

Das digitale Kino bedeutet ganz offensichtlich das Ende für alle Märkte rund um die physikalische Herstellung und den Vertrieb von Filmkopien. Diese Aufgaben übernehmen dann digitale Labore, Satelliten- und Breitband-Provider sowie Integrierte, die bereits damit begonnen haben, ihre Geschäftsmodelle auf die Bereitstellung digitaler Inhalte auszudehnen.

### *Zunehmende Bedeutung von Verbreitungsplattformen für unabhängige Filme außerhalb des Kinos*

Es ist noch zu früh, um die Auswirkungen des digitalen Kinos auf die Programmgestaltung der Kinos zu beurteilen. Es besteht jedoch die Möglichkeit, dass viele überwiegend kommerziell ausgerichtete Kinobetreiber ihr Programm zunehmend auf lukrative „Premium-Inhalte“ (z.B. 3D-Filme), US-Blockbuster oder alternative Inhalte umstellen werden, um die gestiegenen Kapitalaufwendungen zu kompensieren. Dies würde insbesondere für mittlere und kleine europäische und unabhängige Produktionen den Kampf um Kinoprogrammplätze verschärfen und es ihnen möglicherweise noch schwerer machen, zumindest einen Teil der Produktionskosten im Kino wieder einzuspielen. So werden diese Produzenten und Verleiher ernsthaft darüber nachdenken müssen, wie sie ihre Einnahmen über andere Plattformen wie beispielsweise VOD, Heimvideo oder Fernsehen steigern können.

Der Schwerpunkt zahlreicher Diskussionen lag bis dato ohne Zweifel auf dem Kino- und Verleihsegment, wobei die Diskussionen selbst in einer Art Vakuum stattgefunden haben, losgelöst von den allgemeinen Auswirkungen des digitalen Kinos auf die Content-Industrie als Ganzes. Ein Grund hierfür ist die Tatsache, dass der Kinomarkt praktisch der einzige Markt ist, für den ausreichend Marktdaten vorliegen, während die übrigen Marktsegmente für die überwiegende Mehrheit der Akteure mehr oder weniger intransparent bleibt.





## **ANHANG**

- Länderprofile
- Referenztabellen

# Länderprofile

## Einführung

Die folgenden Länderprofile für 35 europäische Märkte enthalten eine Sammlung der wichtigsten Indikatoren im Zusammenhang mit der flächendeckenden Einführung des digitalen Kinos in Europa.

Diese Länderprofile sollen dem Leser auf einen Blick einen ganzheitlichen Überblick über das Marktumfeld für die Kinodigitalisierung in den einzelnen Ländern geben.

**Alle Daten sind Schätzungen und können sich von den amtlichen Statistiken unterscheiden**, die von nationalen Filmagenturen, Ministerien oder statistischen Instituten in den einzelnen Ländern veröffentlicht werden. Sämtliche Länderprofile wurden allerdings den Mitgliedern des European Film Agency Research Network für eine Plausibilitätsprüfung vorgelegt.

Sämtliche Daten im Zusammenhang mit der Aufschlüsselung nach Betreiber- und Standorttyp basieren auf den **Standortdaten**, die von der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle und MEDIA Salles erhoben wurden, und stehen daher nicht in unmittelbarem Zusammenhang mit offiziell übermittelten Daten.

‘Rang’ bezieht sich auf den Rang, den ein Land in Bezug auf einen bestimmten Indikator unter einer Reihe von Ländern einnimmt, für die Daten über diesen Indikator vorliegen. Der Rang wird nur für Indikatoren angegeben, die auf mindestens 25 Märkten zur Verfügung stehen.

## Definitionen: Erinnerung

### Kinobetreiber

<b>Kleine Betreiber</b>	bis zu 3 Leinwände
<b>Mitteltgroße Betreiber</b>	4 - 16 Leinwände
<b>Große Betreiber</b>	17 - 199 Leinwände
<b>Führende Betreiber</b>	über 199 Leinwände

### Kinostandorte

<b>Einzelkinos</b>	1 Leinwand
<b>Kleiner Miniplex</b>	2 bis 3 Leinwände
<b>Großer Miniplex</b>	4 bis 7 Leinwände
<b>Multiplex*</b>	8 bis 15 Leinwände
<b>Megaplex*</b>	16 und mehr Leinwände

## Liste der Länderprofile

Code ISO	Land	Seite
AT	Österreich	111
BA	Bosnien-Herzegowina	112
BE	Belgien	113
BG	Bulgarien	114
CH	Schweiz	115
CY	Zypern	116
CZ	Tschechische Republik	117
DE	Deutschland	118
DK	Dänemark	119
EE	Estland	120
ES	Spanien	121
FI	Finnland	122
FR	Frankreich	123
GB	Vereinigtes Königreich	124
GR	Griechenland	125
HR	Kroatien	126
HU	Ungarn	127
IE	Irland	128
IS	Island	129
IT	Italien	130
LT	Litauen	131
LU	Luxemburg	132
LV	Lettland	133
MK	“Ehemalige jugoslawische Republik Mazedonien”	134
MT	Malta	135
NL	Niederlande	136
NO	Norwegen	137
PL	Polen	138
PT	Portugal	139
RO	Rumänien	140
RU	Russische Föderation	141
SE	Schweden	142
SI	Slowenien	143
SK	Slowakische Republik	144
TR	Türkei	145

# AT - Österreich

Allgemeine Marktdaten	3-jährige Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	8.35	17
BIP / Bewohner in EUR	33 567	9
Einspielergebnis in Millionen EUR	121.8	15
Kinobesucher in Millionen	17.1	12
Anzahl der erstaufgeführten Filme	291	14
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	n/a	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	29	14
Marktanteil – Nationale Filme	5.3%	22
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	17.6%	5
Europäischer Marktanteil - Gesamt	22.9%	23
US-Marktanteil	76.5%	7

Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	160	19
Anzahl der Leinwände	584	12
Anzahl der digitalen Standorte	71	15
Anzahl der digitalen Leinwände	306	10
Anzahl der 3D-Leinwände	208	9
Marktdurchdringung digitaler Standorte	44%	10
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	52%	5
Marktdurchdringung 3D-Leinwände	68%	27
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	3.7	10
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	6.0	16
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	4.3	5
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	2.9	6
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	n/a	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	33%	13
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	57%	19

Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 CineplexX	170	53%	88%
2 Hollywood Megaplex	25	64%	52%
3 Obermayr	22	73%	100%
4 Diesel Kino	17	100%	61%
5 Odeon & UCI Cinemas	14	100%	37%

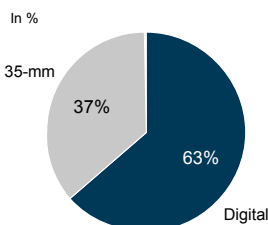
\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- MEDIA
Externe Vermittler	XDC
Einkaufsgemeinschaften:	-

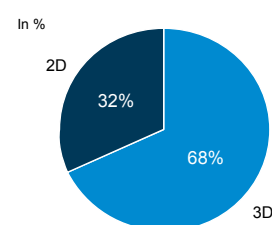
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	71 Dez. 2010
Digitale Leinwände	370 Juni 2011
3D digitale Leinwände	208 Dez. 2010

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Juni 2011



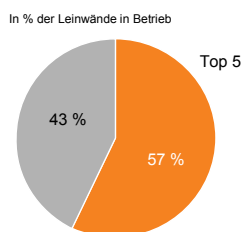
Marktdurchdringung der 3D-Leinwände - Dez. 2010



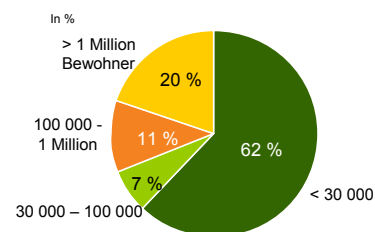
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegroße

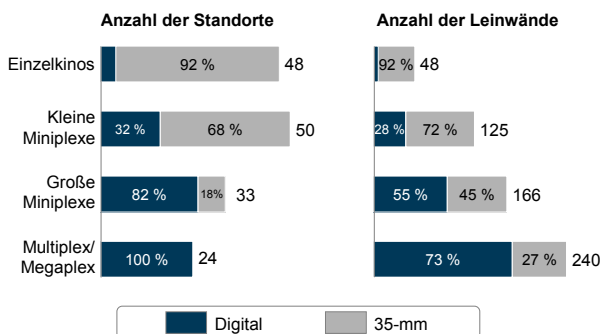
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010



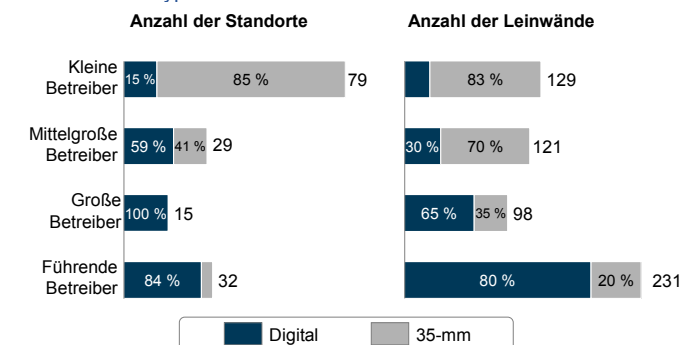
Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegroße - 2010



- nach Kinotyp



- nach Betreiber typ

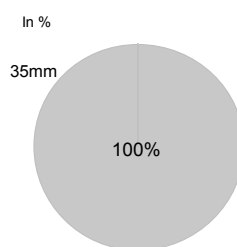


# BA – Bosnien-Herzegowina

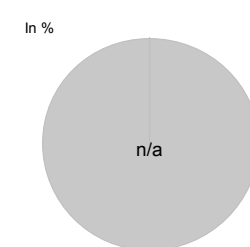
Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	3.90	26
BIP / Bewohner in EUR	3 201	35
Einspielergebnis in Millionen EUR	1.1	34
Kinobesucher in Millionen	0.5	34
Anzahl der erstaufgeführten Filme	0	n/a
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	n/a	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	6	30
Marktanteil – Nationale Filme	6.7%	19
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	n/a	n/a
Europäischer Marktanteil - Gesamt	n/a	n/a
US-Marktanteil	n/a	n/a

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	0 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	0 Dez. 2010
Anzahl der 3D-Leinwände	n/a -

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Dez. 2010



Marktdurchdringung der 3D-Leinwände (-)



Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	11	32
Anzahl der Leinwände	40	31
Anzahl der digitalen Standorte	0	-
Anzahl der digitalen Leinwände	0	-
Anzahl der 3D-Leinwände	0	-
Marktdurchdringung digitaler Standorte	0%	-
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	0%	-
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	0%	-
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	3.6	11
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	-	-
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	-	-
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	-s	-
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	n/a	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	n/a	-
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	n/a	-

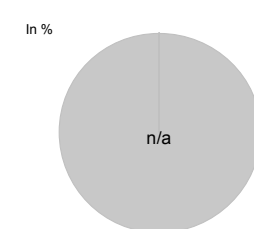
Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

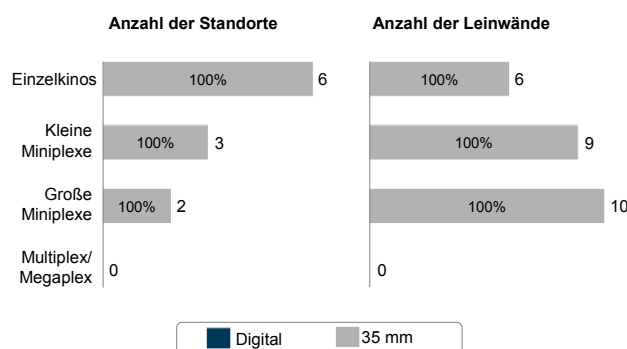
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010



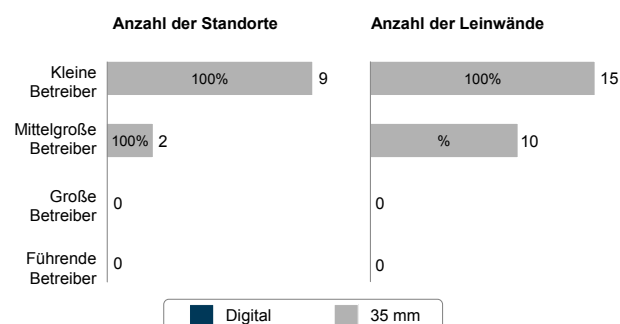
Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010



- nach Kintyp



- nach Betreiber typ



Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-

\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- Eurimages
Externe Vermittler	-
Einkaufsgemeinschaften:	-

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

## BE - Belgien

Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	10.75	12
BIP / Bewohner in EUR	32 000	10
Einspielergebnis in Millionen EUR	177.9	8
Kinobesucher in Millionen	22.7	10
Anzahl der erstaufgeführten Filme	515	4
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	n/a	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	38	12
Marktanteil – Nationale Filme	6.3%	20
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	25.7%	2
Europäischer Marktanteil - Gesamt	32.0%	32
US-Marktanteil	66.4%	15

Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	101	21
Anzahl der Leinwände	515	15
Anzahl der digitalen Standorte	48	19
Anzahl der digitalen Leinwände	334	7
Anzahl der 3D-Leinwände	102	17
Marktdurchdringung digitaler Standorte	48%	8
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	65%	2
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	31%	33
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	5.1	4
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	8.5	3
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	7.2	1
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	2.2	12
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	n/a	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	28%	19
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	61%	17

Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Kinopolis	119	32%	84%
2 Groupe Ciné-Invest (Euroscop)	60	22%	97%
3 UGC	43	23%	96%
4 Ecrans de Wallonie SA	18	28%	58%
5 Imagix	14	14%	58%

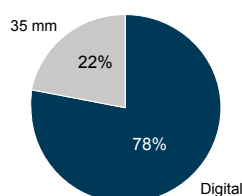
\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- MEDIA
Externe Vermittler	XDC, Ymagis
Einkaufsgemeinschaften:	-

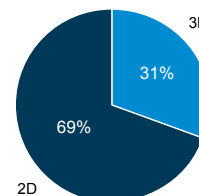
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	48 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	400 Juni 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	102 Dez. 2010

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Juni 2011  
In %



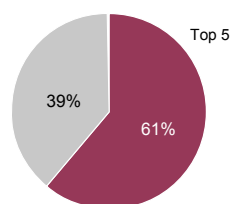
Marktdurchdringung der 3D-Leinwände – Dez. 2010  
In %



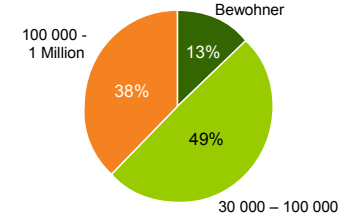
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

## - Die 5 größten Kinobetreiber &amp; Gemeindegröße

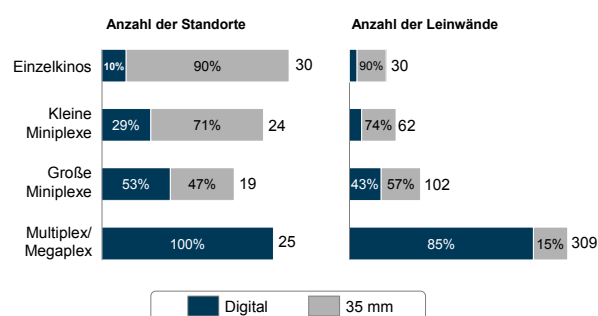
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010  
In % der Leinwände in Betrieb



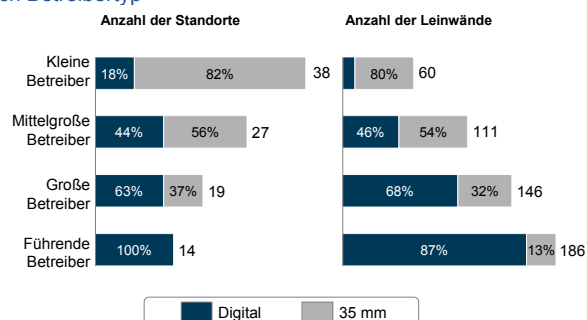
Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010  
In %



## - nach Kinotyp



## - nach Betreiber typ

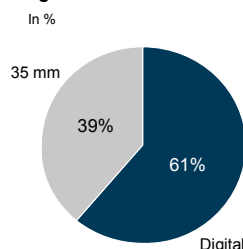


# BG - Bulgarien

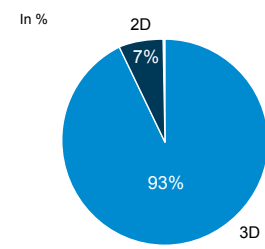
Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	7.60	19
BIP / Bewohner in EUR	4 650	33
Einspielergebnis in Millionen EUR	13.1	24
Kinobesucher in Millionen	3.3	25
Anzahl der erstaufgeführten Filme	163	29
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	n/a	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	10	23
Marktanteil – Nationale Filme	5.2%	23
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	n/a	n/a
Europäischer Marktanteil - Gesamt	n/a	n/a
US-Marktanteil	n/a	n/a

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	17 Dez. 2011
Anzahl der digitalen Leinwände	85 Sept 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	53 Dez. 2010

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Juni 2011



Marktdurchdringung der 3D-Leinwände - Dez. 2010

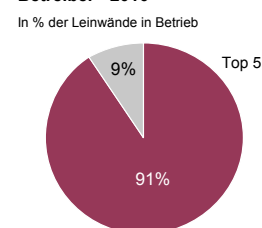


Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	32	27
Anzahl der Leinwände	140	24
Anzahl der digitalen Standorte	17	22
Anzahl der digitalen Leinwände	57	22
Anzahl der 3D-Leinwände	53	23
Marktdurchdringung digitaler Standorte	53%	4
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	41%	7
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	93%	12
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	4.4	7
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	7.2	10
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	3.4	9
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	3.1	5
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	58	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	50%	5
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	91%	4

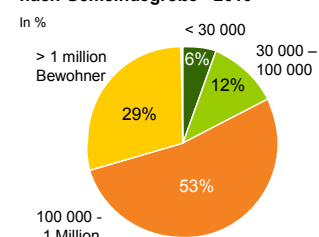
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

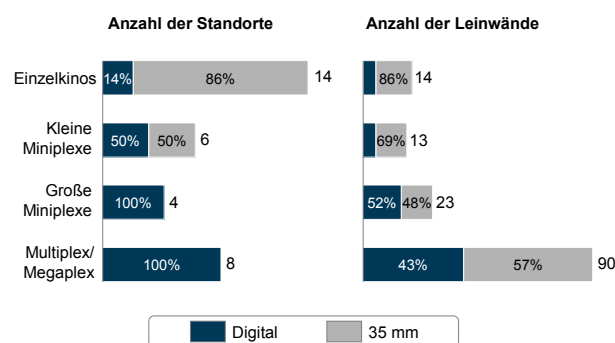
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010



Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010



- nach Kinotyp



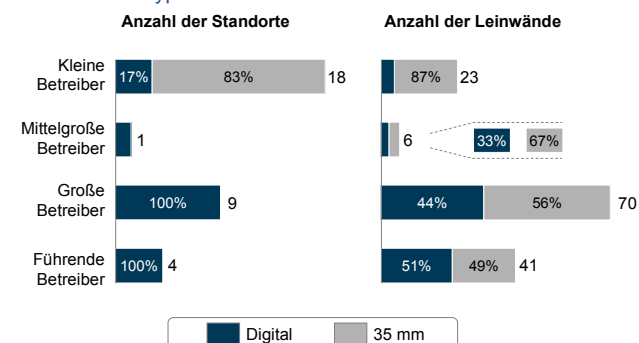
Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Kino Arena VT	31	100%	44%
2 Cinema City	21	81%	51%
3 Cineplex LTD	2	100%	33%
4 New Cinema Paradizo	1	100%	50%
4 IBV	1	100%	50%

\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- MEDIA
Externe Vermittler	-
Einkaufsgemeinschaften:	-

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

- nach Betreiber typ

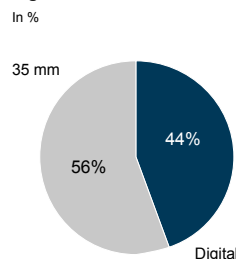


# CH - Schweiz

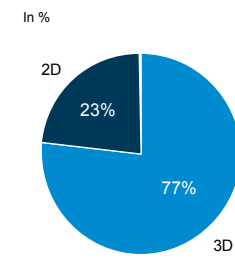
Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	7.69	18
BIP / Bewohner in EUR	46 967	3
Einspielergebnis in Millionen EUR	160.9	11
Kinobesucher in Millionen	14.8	15
Anzahl der erstaufgeführten Filme	410	7
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	77	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	82	6
Marktanteil – Nationale Filme	3.9%	25
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	26.1%	1
Europäischer Marktanteil - Gesamt	30.0%	30
US-Marktanteil	67.3%	14

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	91 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	248 Juni 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	191 Juni 2011

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Juni 2011



Marktdurchdringung der 3D-Leinwände - Juni 2011

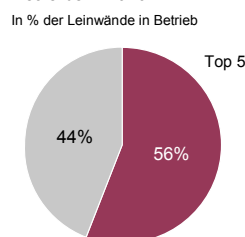


Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	299	11
Anzahl der Leinwände	558	14
Anzahl der digitalen Standorte	91	13
Anzahl der digitalen Leinwände	133	17
Anzahl der 3D-Leinwände	129	15
Marktdurchdringung digitaler Standorte	30%	18
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	24%	18
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	97%	8
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	1.9	28
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	3.0	31
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	1.5	28
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	1.4	26
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	71	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	21%	23
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	56%	20

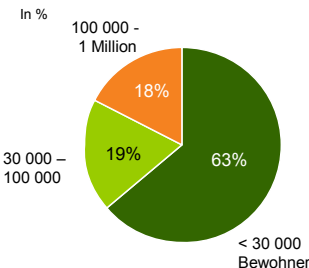
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010



Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010

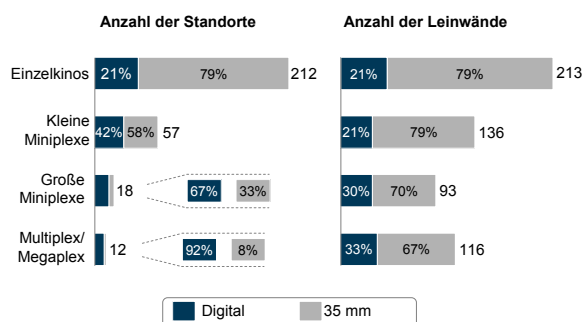


Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Gaumont Pathé	23	91%	33%
2 Kitag Kino-Theater AG	22	86%	24%
3 Cinépel SA	5	100%	38%
4 KinoKoni GmbH	4	75%	44%
5 Kinopolis	4	50%	50%

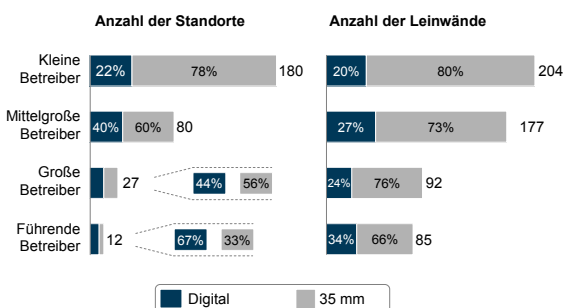
\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- Office fédéral de la culture - MEDIA
Externe Vermittler	XDC, Ymagis
Einkaufsgemeinschaften:	-

- nach Kinotyp



- nach Betreiber typ



Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

# CY - Zypern

Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	0.80	32
BIP / Bewohner in EUR	21 567	17
Einspielergebnis in Millionen EUR	6.5	32
Kinobesucher in Millionen	0.9	33
Anzahl der erstaufgeführten Filme	n/a	-
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	n/a	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	0	35
Marktanteil – Nationale Filme	n/a	n/a
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	n/a	n/a
Europäischer Marktanteil - Gesamt	n/a	n/a
US-Marktanteil	n/a	n/a

Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	8	34
Anzahl der Leinwände	36	33
Anzahl der digitalen Standorte	6	29
Anzahl der digitalen Leinwände	15	27
Anzahl der 3D-Leinwände	6	32
Marktdurchdringung digitaler Standorte	75%	9
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	42%	6
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	40%	32
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	4.5	6
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	4.8	24
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	2.5	16
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	1.0	33
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	n/a	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	50%	5
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	66%	13

Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 D.J.Karapatakis & Sons	12	33%	55%
2 D.Herodotou & Sons	2	50%	67%
3 Zena	1	100%	25%
-			
-			

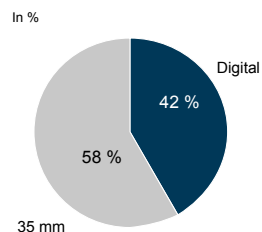
\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- MEDIA
Externe Vermittler	-
Einkaufsgemeinschaften:	-

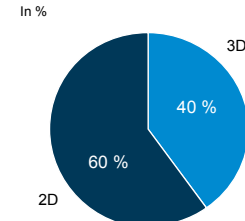
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	6 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	15 Juni 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	6 Dez. 2010

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Juni 2011



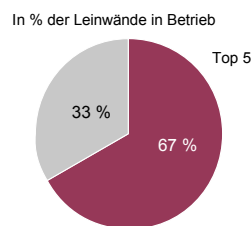
Marktdurchdringung der 3D-Leinwände - Dezember 2010



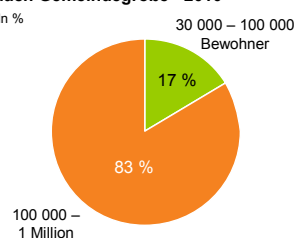
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

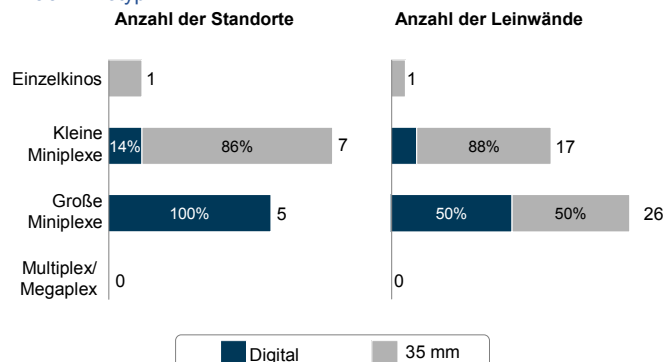
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010



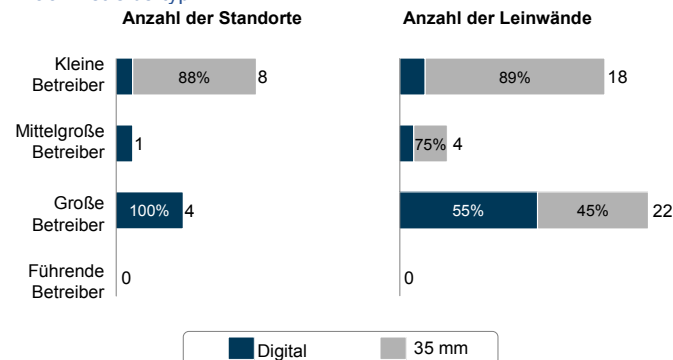
Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010



- nach Kinotyp



- nach Betreiber typ



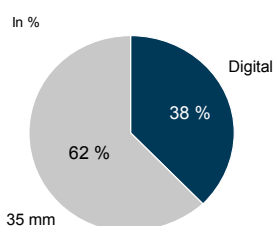


# CZ – Tschechische Republik

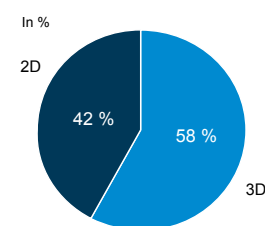
Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	10.45	14
BIP / Bewohner in EUR	13 700	22
Einspielergebnis in Millionen EUR	51.7	20
Kinobesucher in Millionen	13.0	17
Anzahl der erstaufgeführten Filme	226	19
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	84	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	37	13
Marktanteil – Nationale Filme	33.3%	3
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	8.2%	23
Europäischer Marktanteil - Gesamt	41.5%	42
US-Marktanteil	57.4%	23

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	94 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	259 Sept 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	149 Sept 2011

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Sept. 2011



Marktdurchdringung der 3D-Leinwände - Sept. 2011

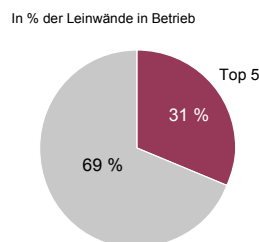


Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	501	7
Anzahl der Leinwände	688	11
Anzahl der digitalen Standorte	94	12
Anzahl der digitalen Leinwände	133	17
Anzahl der 3D-Leinwände	121	16
Marktdurchdringung digitaler Standorte	19%	28
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	19%	20
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	91%	16
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	1.4	34
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	3.0	30
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	1.4	31
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	1.3	31
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	613	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	16%	27
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	31%	30

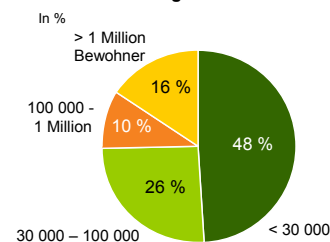
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

### - Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

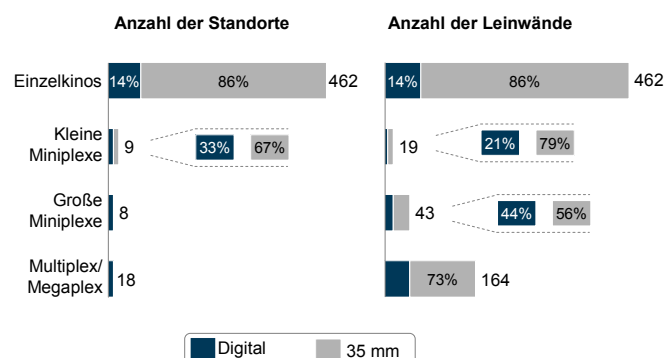
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010



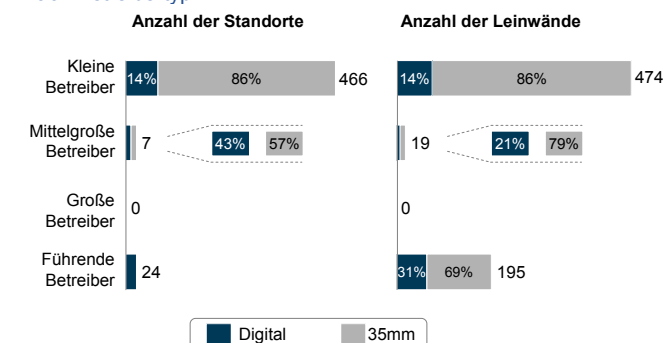
Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010



### - nach Kinotyp



### - nach Betreiber typ



Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Cinema City	35	86%	32%
2 Cinestar (Kieft Group)	26	100%	31%
3 Golden Apple Cinema a.s.	3	67%	38%
4 Hollywood C.E. s.r.o.	2	50%	100%
5 67 exhibitors	1	-	-

\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- Státní fond pro podporu a rozvoj české kinematografie - MEDIA
Externe Vermittler	XDC
Einkaufsgemeinschaften:	-

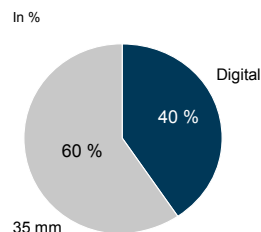
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

# DE - Deutschland

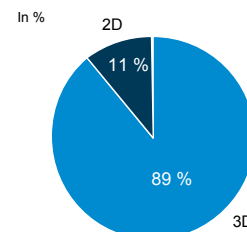
Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	82.01	2
BIP / Bewohner in EUR	30 033	11
Einspielergebnis in Millionen EUR	897.1	3
Kinobesucher in Millionen	134.1	4
Anzahl der erstaufgeführten Filme	502	5
Anzahl der digit. erstaufgeführten Filme (2010)	n/a	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	167	2
Marktanteil – Nationale Filme	23.6%	8
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	9.1%	20
Europäischer Marktanteil - Gesamt	32.7%	33
US-Marktanteil	66.2%	16

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	560 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	1 900 Juni 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	1 114 Dez. 2010

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Juni 2011



Marktdurchdringung der 3D-Leinwände - Dez. 2010

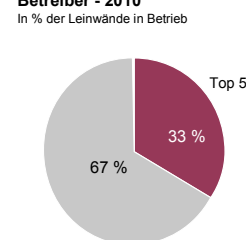


Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	1 714	3
Anzahl der Leinwände	4 699	2
Anzahl der digitalen Standorte	560	1
Anzahl der digitalen Leinwände	1 248	3
Anzahl der 3D-Leinwände	1 114	2
Marktdurchdringung digitaler Standorte	33%	16
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	27%	17
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	89%	19
Durchschnittl. Anzahl der Leinwände pro Standort	2.7	17
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	5.3	20
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	2.2	19
Nb moyen d'écrans 3D par site numér.	2.0	17
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	1 205	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	11%	31
Part des écrans des 5 principaux exploitants	33%	28

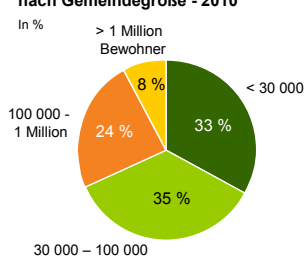
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010



Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010



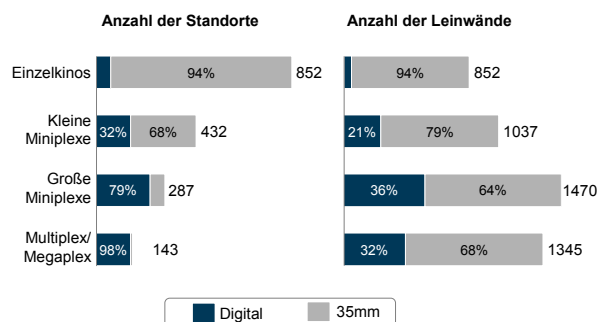
Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Cineplex	140	97%	33%
2 Cinestar (Kieft Group)	121	100%	23%
3 CinemaxX	95	100%	34%
4 Odeon & UCI Cinemas	92	99%	43%
5 Kinopolis	37	100%	30%

\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

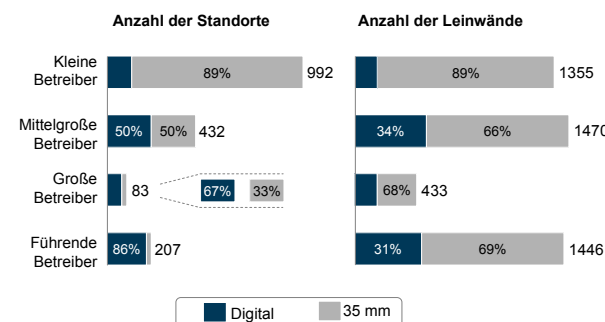
Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- 16 Fonds: FFA, BKM, Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein, Medienboard Berlin-Brandenburg, MFG Filmförderung, Film und Medien Stiftung NRW, Nordmedia, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt - MEDIA
Externe Vermittler	XDC, Ymagis, Sony, AAM
Einkaufsgemeinschaften:	-

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

- nach Kinotyp



- nach Betreiber typ



# DK - Dänemark

Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	5.51	20
BIP / Bewohner in EUR	41 667	4
Einspielergebnis in Millionen EUR	131.3	13
Kinobesucher in Millionen	13.4	16
Anzahl der erstaufgeführten Filme	217	21
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	n/a	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	24	17
Marktanteil – Nationale Filme	23.9%	7
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	17.2%	6
Europäischer Marktanteil - Gesamt	41.0%	41
US-Marktanteil	56.9%	24

Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	162	18
Anzahl der Leinwände	396	18
Anzahl der digitalen Standorte	77	14
Anzahl der digitalen Leinwände	136	16
Anzahl der 3D-Leinwände	130	14
Marktdurchdringung digitaler Standorte	48%	7
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	34%	11
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	96%	10
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	2.4	21
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	3.6	29
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	1.8	25
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	1.7	23
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	135	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	29%	17
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	38%	23

Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Nordisk Film Biografer	30	100%	26%
2 CinemaxX	8	100%	32%
3 The Danish Film Institute	2	50%	67%
4 SF Bio	2	100%	40%
5 Svenska Bio	1	100%	20%

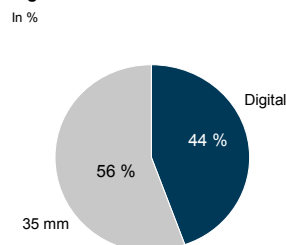
\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- Det Danske Filminstitut - MEDIA
Externe Vermittler	XDC, AAM, Sony
Einkaufsgemeinschaften:	Denmark Digital

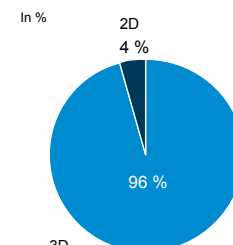
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	77 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	176 Juni 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	130 Dez. 2010

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Juni 2011



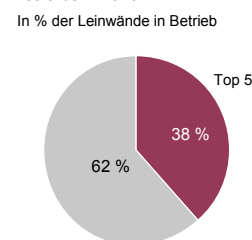
Marktdurchdringung der 3D-Leinwände - Dezember 2010



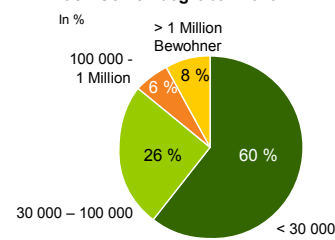
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

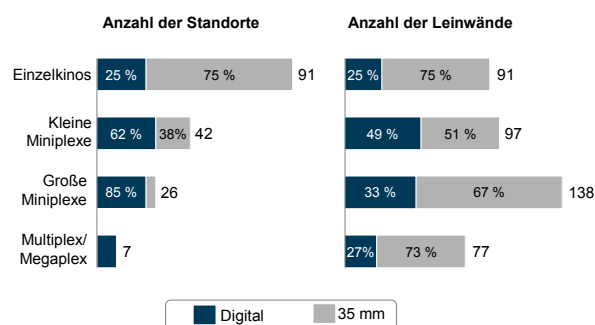
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010



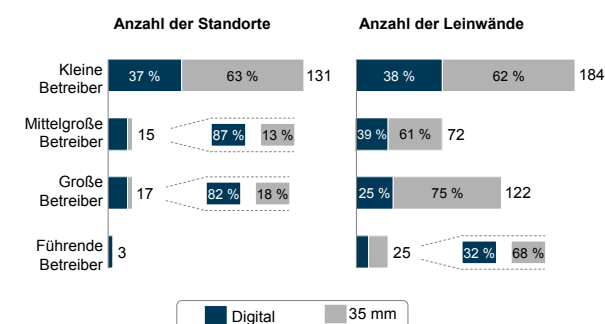
Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010



- nach Kintyp



- nach Betreiber typ

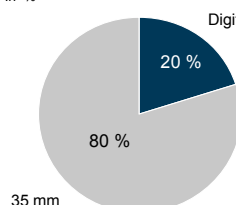


# EE - Estland

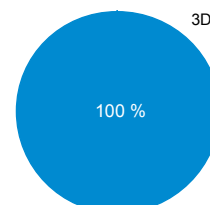
Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	1.34	31
BIP / Bewohner in EUR	11 033	24
Einspielergebnis in Millionen EUR	7.5	31
Kinobesucher in Millionen	1.8	29
Anzahl der erstaufgeführten Filme	168	26
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	18	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	9	25
Marktanteil – Nationale Filme	3.9%	26
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	12.9%	12
Europäischer Marktanteil - Gesamt	16.8%	17
US-Marktanteil	82.0%	5

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	4 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	15 Juni 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	15 Juni 2011

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Juni 2011  
In %



Marktdurchdringung der 3D-Leinwände - Dezember 2010  
In %

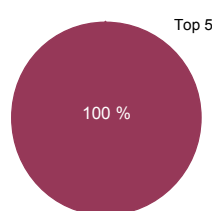


Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	49	25
Anzahl der Leinwände	74	28
Anzahl der digitalen Standorte	4	31
Anzahl der digitalen Leinwände	14	28
Anzahl der 3D-Leinwände	12	29
Marktdurchdringung digitaler Standorte	8%	33
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	19%	21
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	86%	22
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	1.5	33
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	6.7	12
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	4.3	4
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	3.7	1
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	5	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	53%	4
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	100%	1

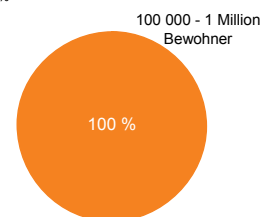
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010  
In % der Leinwände in Betrieb



Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010  
In %



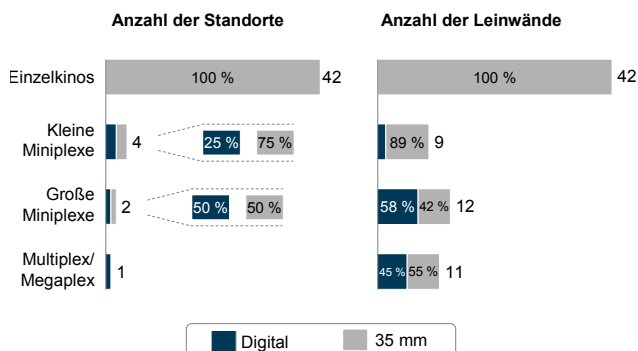
Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Cinamon	7	100%	58%
2 Finnkino	6	67%	33%
-			
-			
-			

\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

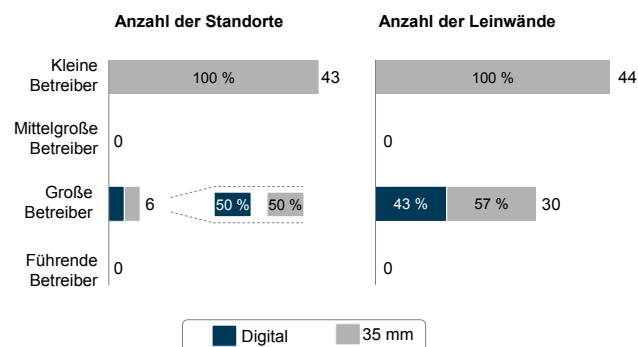
Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- Ministry of Culture - MEDIA
Externe Vermittler	-
Einkaufsgemeinschaften:	-

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

- nach Kinotyp



- nach Betreiber typ

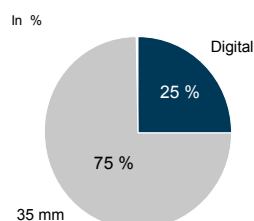


# ES - Spanien

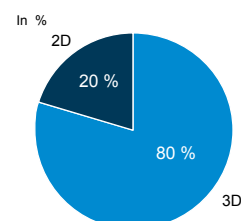
Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	45.70	7
BIP / Bewohner in EUR	23 300	16
Einspielergebnis in Millionen EUR	650.9	5
Kinobesucher in Millionen	106.5	6
Anzahl der erstaufgeführten Filme	554	2
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	n/a	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	164	3
Marktanteil – Nationale Filme	18.6%	13
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	9.4%	19
Europäischer Marktanteil - Gesamt	28.0%	28
US-Marktanteil	70.8%	12

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	292 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	1 022 Juni 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	604 Dez. 2010

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Juni 2011



Marktdurchdringung der 3D-Leinwände - Dezember 2010



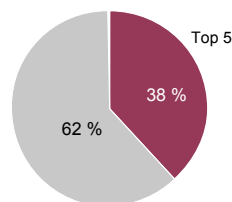
Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	860	5
Anzahl der Leinwände	4 080	3
Anzahl der digitalen Standorte	292	6
Anzahl der digitalen Leinwände	758	6
Anzahl der 3D-Leinwände	604	6
Marktdurchdringung digitaler Standorte	34%	15
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	19%	23
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	80%	24
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	4.7	5
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	9.4	2
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	2.6	13
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	2.0	14
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	n/a	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	12%	30
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	38%	24

Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

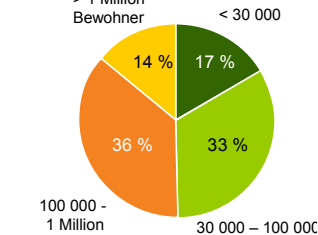
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010

In % der Leinwände in Betrieb



Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010

In %



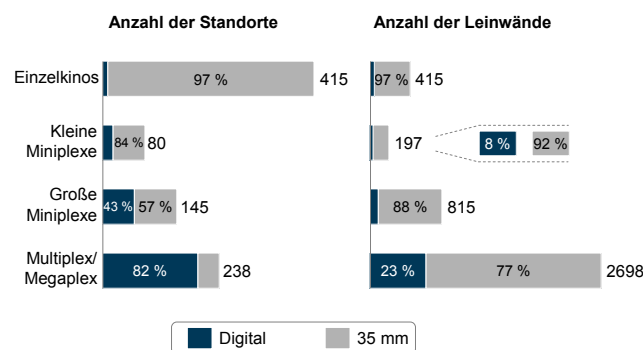
Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Yelmo Cines	209	67%	49%
2 Odeon & UCI Cinemas	157	93%	31%
3 Ocine	51	61%	43%
4 Kinopolis	41	32%	64%
5 Abaco-Cinebox	26	96%	8%

\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

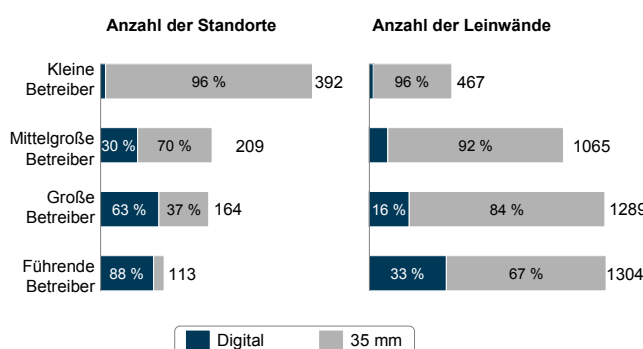
Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- Ministry of Culture - ICAA with Autonomous Communities - MEDIA
Externe Vermittler	XDC, Ymagis, AAM
Einkaufsgemeinschaften:	-

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

- nach Kintyp



- nach Betreiber typ

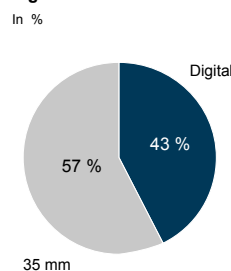


# FI - Finnland

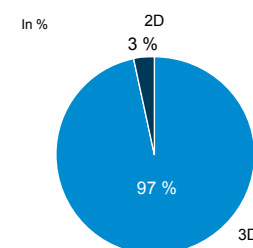
Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	5.33	22
BIP / Bewohner in EUR	33 667	8
Einspielergebnis in Millionen EUR	59.2	19
Kinobesucher in Millionen	7.1	21
Anzahl der erstaufgeführten Filme	176	25
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	87	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	17	21
Marktanteil – Nationale Filme	21.6%	10
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	13.7%	10
Europäischer Marktanteil - Gesamt	35.3%	35
US-Marktanteil	63.8%	19

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	56 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	123 Juni 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	119 Juni 2011

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Juni 2011



Marktdurchdringung der 3D-Leinwände - Dezember 2010

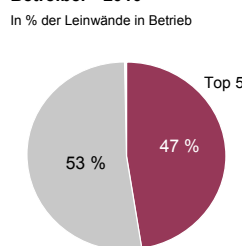


Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	172	15
Anzahl der Leinwände	289	21
Anzahl der digitalen Standorte	56	17
Anzahl der digitalen Leinwände	88	19
Anzahl der 3D-Leinwände	79	19
Marktdurchdringung digitaler Standorte	33%	17
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	30%	16
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	90%	18
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	1.7	31
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	2.9	33
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	1.5	27
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	1.4	27
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	133	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	32%	14
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	47%	21

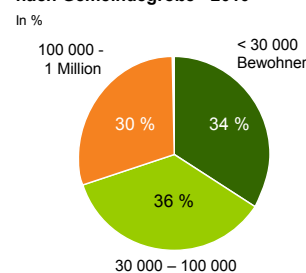
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

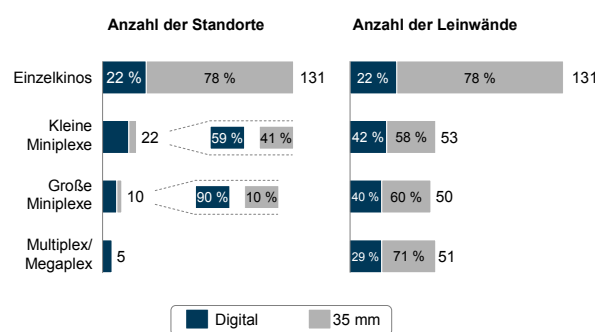
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010



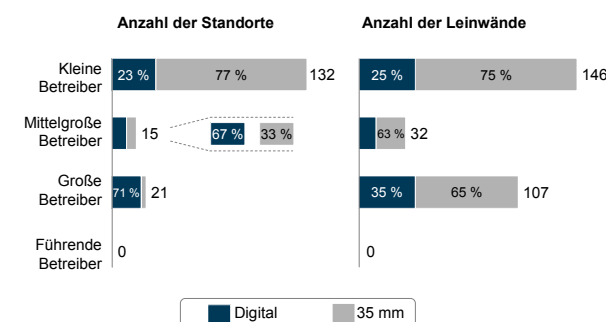
Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010



- nach Kinotyp



- nach Betreiber



Die 5 größten Kinobetreiber nach digitalen Leinwänden 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Finnkino	31	94%	34%
2 Bio Rex Cinemas	6	50%	35%
3 Savon Kinot Oy	4	100%	36%
4 5 exhibitors	3	100%	-
-	-	-	-

\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- Suomen Elokuvasäätiö - MEDIA
Externe Vermittler	AAM
Einkaufsgemeinschaften:	-

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

# FR - Frankreich

Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	64.36	4
BIP / Bewohner in EUR	29 733	12
Einspielergebnis in Millionen EUR	1 227.5	1
Kinobesucher in Millionen	199.3	1
Anzahl der erstaufgeführten Filme	573	1
Anzahl der digit. erstaufgeführten Filme (2010)	121	5
Anzahl nationaler Filmproduktionen	222	1
Marktanteil – Nationale Filme	39.2%	2
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	11.7%	13
Europäischer Marktanteil - Gesamt	50.9%	51
US-Marktanteil	46.8%	25

Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	2 050	1
Anzahl der Leinwände	5 478	1
Anzahl der digitalen Standorte	532	2
Anzahl der digitalen Leinwände	1 887	1
Anzahl der 3D-Leinwände	1 387	1
Marktdurchdringung digitaler Standorte	26%	20
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	34%	10
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	74%	26
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	2.7	18
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	5.8	17
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	3.5	8
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	2.6	9
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	n/a	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	14%	28
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	32%	29

Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Gaumont Pathé	399	70%	52%
2 CGR	385	86%	96%
3 UGC	143	52%	39%
4 Kinopolis	75	45%	86%
5 Cineville (SOREDIC)	72	94%	82%

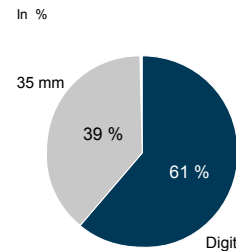
\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- 25 Fonds, darunter: CNC, les régions Alsace, Aquitaine, Centre, Basse-Normandie, Bourgogne, Bretagne, Champagne-Ardenne, Corse, Franche-Comté, Ile-de-France und die Départements Deux-Sèvres, Essonne, Ville de Paris - MEDIA
Externe Vermittler	XDC, Ymagis, AAM
Einkaufsgemeinschaften:	-

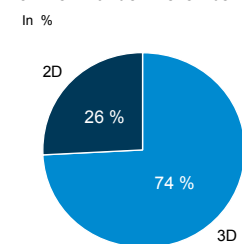
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	532 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	3 344 Mitte Okt 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	1 387 Dez. 2010

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Mitte Okt. 2011



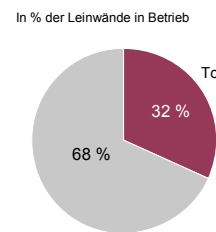
Marktdurchdringung der 3D-Leinwände - Dezember 2010



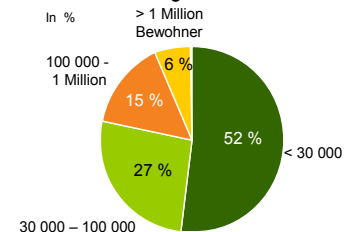
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

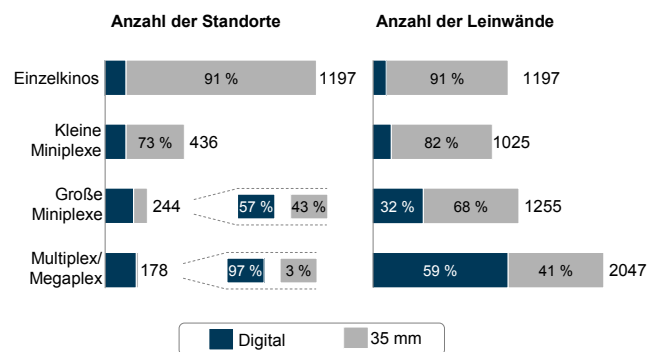
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010



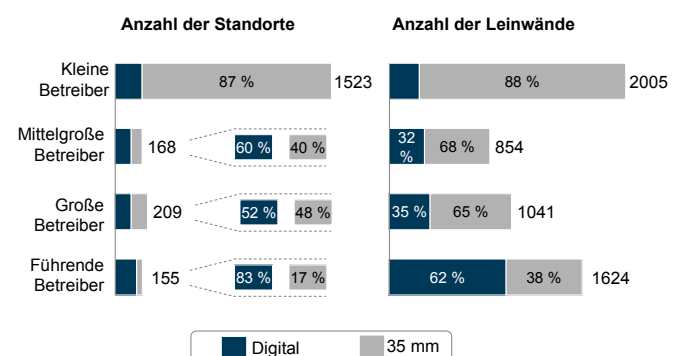
Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010



- nach Kinotyp



- nach Betreiber typ

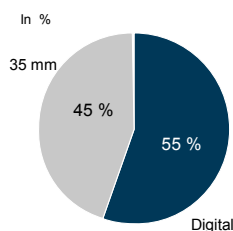


# GB – Vereinigtes Königreich

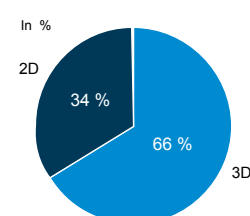
Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	61.60	5
BIP / Bewohner in EUR	27 433	14
Einspielergebnis in Millionen EUR	1 092.2	2
Kinobesucher in Millionen	169.0	2
Anzahl der erstaufgeführten Filme	529	3
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	416	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	88	5
Marktanteil – Nationale Filme	23.9%	6
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	1.7%	25
Europäischer Marktanteil - Gesamt	25.7%	26
US-Marktanteil	72.7%	11

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	455 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	2 033 Juni 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	1 345 Juni 2011

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Juni 2011



Marktdurchdringung der 3D-Leinwände- Dezember 2010



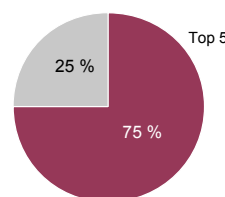
Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	716	6
Anzahl der Leinwände	3 671	5
Anzahl der digitalen Standorte	455	5
Anzahl der digitalen Leinwände	1 408	2
Anzahl der 3D-Leinwände	1 096	3
Marktdurchdringung digitaler Standorte	64%	2
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	38%	9
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	78%	25
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	5.1	3
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	7.2	9
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	3.1	10
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	2.4	10
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	326	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	23%	22
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	75%	10

## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

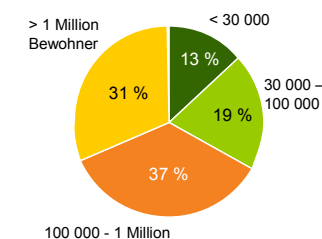
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010

In % der Leinwände in Betrieb



Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010

In %



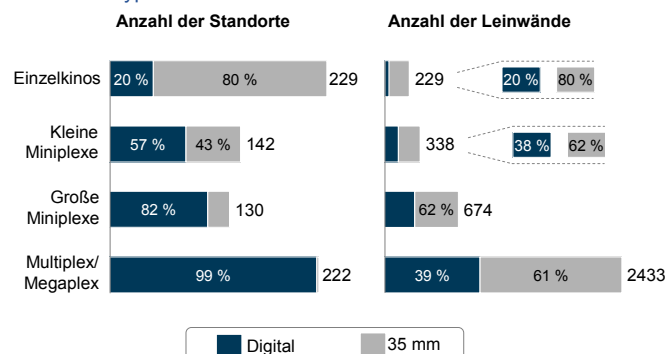
Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Odeon & UCI Cinemas	424	93%	50%
2 Cineworld	391	84%	50%
3 Vue	128	80%	20%
4 Ward Anderson	86	65%	38%
5 Apollo	78	71%	94%

\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

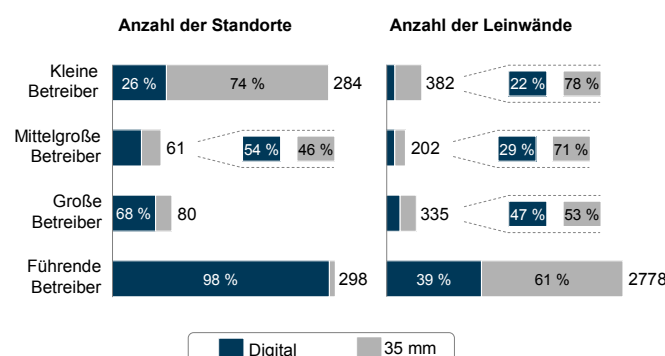
Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- British Film Institute - UK Film Council - MEDIA
Externe Vermittler	XDC, AAM, Sony
Einkaufsgemeinschaften:	Digital Funding Partnership

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

- nach Kinotyp



- nach Betreiber typ



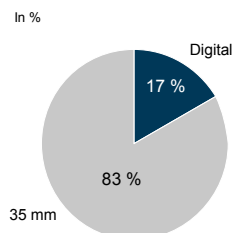


# GR - Griechenland

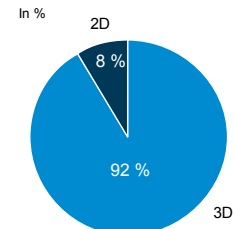
Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	11.26	11
BIP / Bewohner in EUR	20 767	18
Einspielergebnis in Millionen EUR	98.1	17
Kinobesucher in Millionen	11.9	18
Anzahl der erstaufgeführten Filme	0	-
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	n/a	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	23	19
Marktanteil – Nationale Filme	10.6%	15
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	n/a	n/a
Europäischer Marktanteil - Gesamt	n/a	n/a
US-Marktanteil	n/a	n/a

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	39 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	63 Juni 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	54 Dez. 2010

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Juni 2011



Marktdurchdringung der 3D-Leinwände - Dezember 2010



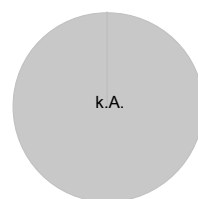
Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	130	20
Anzahl der Leinwände	370	20
Anzahl der digitalen Standorte	39	20
Anzahl der digitalen Leinwände	59	21
Anzahl der 3D-Leinwände	54	21
Marktdurchdringung digitaler Standorte	30%	19
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	16%	28
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	92%	15
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	2.8	15
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	5.5	19
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	1.5	29
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	1.4	29
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	n/a	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	n/a	-
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	n/a	-

## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

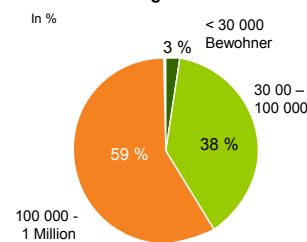
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010

In % der Leinwände in Betrieb



Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010

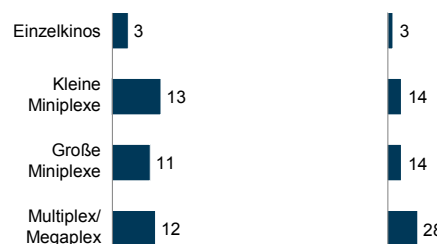
In %



- nach Kintyp

Anzahl der Standorte

Anzahl der Leinwände

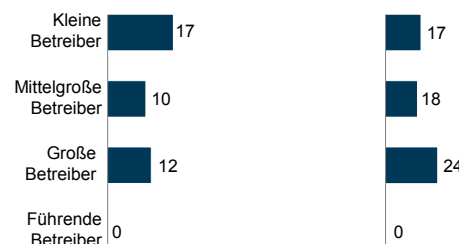


Legend: Digital (dark blue), 35 mm = k.A. (grey)

- nach Betreiber typ

Anzahl der Standorte

Anzahl der Leinwände



Legend: Digital (dark blue), 35 mm = k.A. (grey)

Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Odeon Cineplex	18	100%	-
2 Village Cinemas	17	88%	-
3 Ster Cinemas	7	86%	-
-	-	-	-
-	-	-	-

\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- MEDIA
Externe Vermittler	-
Einkaufsgemeinschaften:	-

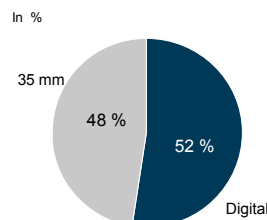
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

# HR - Kroatien

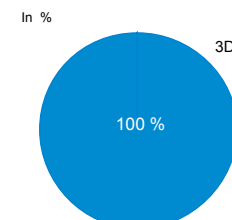
Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	4.43	25
BIP / Bewohner in EUR	10 500	25
Einspielergebnis in Millionen EUR	11.3	26
Kinobesucher in Millionen	3.4	24
Anzahl der erstaufgeführten Filme	343	10
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	n/a	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	10	23
Marktanteil – Nationale Filme	1.7%	30
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	n/a	n/a
Europäischer Marktanteil - Gesamt	n/a	n/a
US-Marktanteil	n/a	n/a

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	7 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	61 Juni 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	9 Dez. 2010

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Juni 2011



Marktdurchdringung der 3D-Leinwände - Dezember 2010

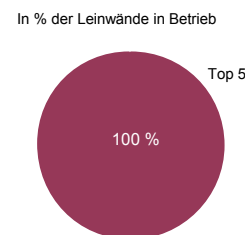


Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	65	24
Anzahl der Leinwände	117	25
Anzahl der digitalen Standorte	7	26
Anzahl der digitalen Leinwände	9	32
Anzahl der 3D-Leinwände	9	31
Marktdurchdringung digitaler Standorte	11%	31
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	8%	33
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	100%	1
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	1.6	32
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	7.3	8
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	1.3	33
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	1.3	32
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	n/a	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	56%	3
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	100%	1

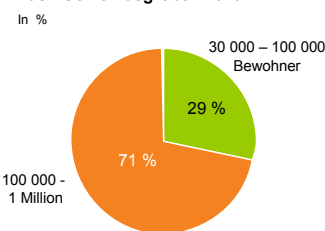
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010



Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010



Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Cinestar (Kieft Group)	7	100%	11%
2 Constantin Film Holding	2	100%	11%
-			
-			
-			

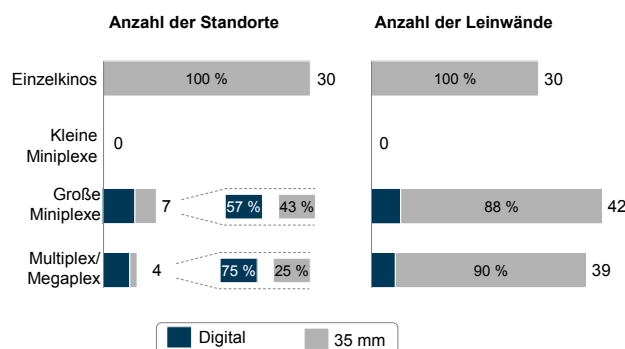
\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

## Finanzierungsprogramme

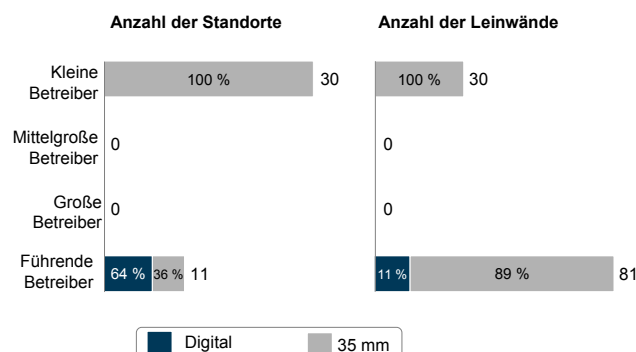
Öffentliche Förderprogramme	- MEDIA
Externe Vermittler	-
Einkaufsgemeinschaften:	-

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

- nach Kintyp



- nach Betreiber typ

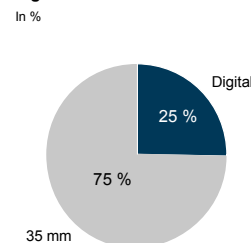


# HU - Ungarn

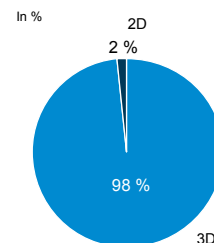
Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	10.03	15
BIP / Bewohner in EUR	9 900	26
Einspielergebnis in Millionen EUR	41.8	21
Kinobesucher in Millionen	10.6	20
Anzahl der erstaufgeführten Filme	206	22
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	n/a	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	25	16
Marktanteil – Nationale Filme	8.5%	17
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	10.0%	18
Europäischer Marktanteil - Gesamt	18.4%	18
US-Marktanteil	81.1%	6

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	26 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	100 Juni 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	55 Dez. 2010

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Juni 2011



Marktdurchdringung der 3D-Leinwände - Dezember 2010

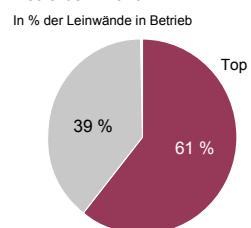


Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	172	15
Anzahl der Leinwände	396	18
Anzahl der digitalen Standorte	26	21
Anzahl der digitalen Leinwände	56	23
Anzahl der 3D-Leinwände	55	20
Marktdurchdringung digitaler Standorte	15%	30
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	14%	31
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	98%	7
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	2.4	22
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	8.4	4
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	2.2	20
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	2.1	13
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	n/a	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	37%	11
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	61%	18

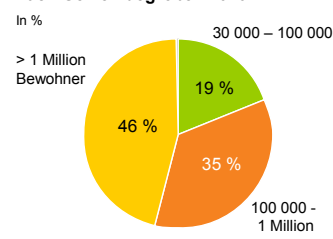
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

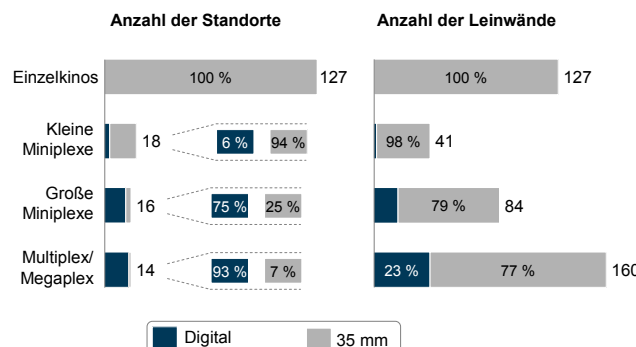
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010



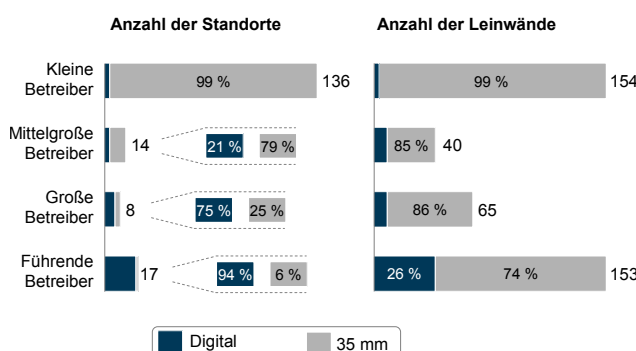
Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010



- nach Kinotyp



- nach Betreiber typ



Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Cinema City	40	98%	26%
2 Palace Mozi	9	100%	14%
3 Budapest Film Kft.	2	100%	13%
3 Fotexnet	2	100%	33%
3 Malom Mozi Kereskedelmi és Szórakoztató Kft.	2	100%	40%

\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- MEDIA
Externe Vermittler	XDC
Einkaufsgemeinschaften:	-

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

# IE - Irland

Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	4.44	24
BIP / Bewohner in EUR	36 867	5
Einspielergebnis in Millionen EUR	122.3	14
Kinobesucher in Millionen	17.5	11
Anzahl der erstaufgeführten Filme	343	10
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	n/a	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	26	15
Marktanteil – Nationale Filme	0.8%	32
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	n/a	n/a
Europäischer Marktanteil - Gesamt	n/a	n/a
US-Marktanteil	n/a	n/a

Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	71	22
Anzahl der Leinwände	446	16
Anzahl der digitalen Standorte	53	18
Anzahl der digitalen Leinwände	142	15
Anzahl der 3D-Leinwände	96	18
Marktdurchdringung digitaler Standorte	75%	1
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	32%	13
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	68%	28
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	6.3	1
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	7.2	11
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	2.7	12
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	1.8	19
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	n/a	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	34%	12
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	68%	12

Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Ward Anderson	56	59%	35%
2 Spurling Group	22	68%	51%
3 Odeon & UCI Cinemas	21	81%	29%
4 Cineworld	9	100%	53%
5 Gate Group	8	50%	38%

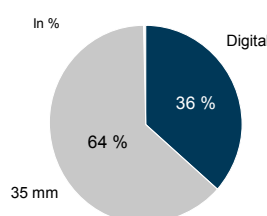
\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- The Arts Council und der Irish Film Board
Externe Vermittler	DFL
Einkaufsgemeinschaften:	-

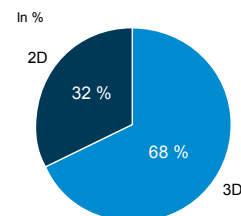
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	53 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	162 Juni 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	96 Dez. 2010

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Juni 2011



Marktdurchdringung der 3D-Leinwände - Dezember 2010

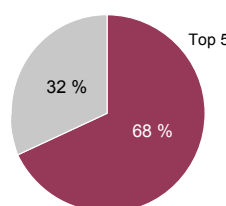


## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

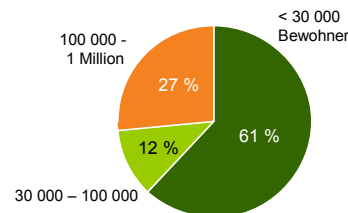
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010

In % der Leinwände in Betrieb

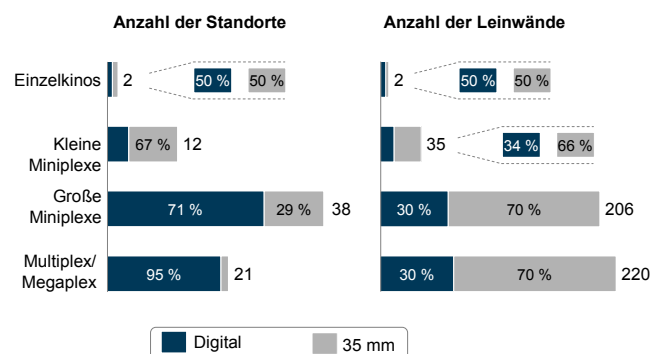


Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010

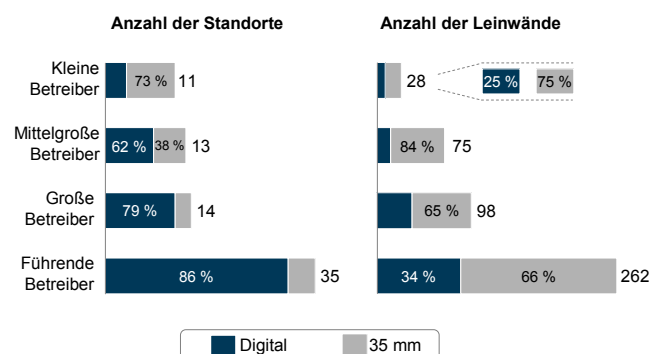
In %



- nach Kinotyp



- nach Betreiber typ



# IS - Island

Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	0.32	35
BIP / Bewohner in EUR	29 700	13
Einspielergebnis in Millionen EUR	8.9	28
Kinobesucher in Millionen	1.6	30
Anzahl der erstaufgeführten Filme	166	28
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	n/a	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	7	29
Marktanteil – Nationale Filme	9.2%	16
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	7.8%	24
Europäischer Marktanteil - Gesamt	17.0%	17
US-Marktanteil	82.4%	4

Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	18	29
Anzahl der Leinwände	41	30
Anzahl der digitalen Standorte	7	26
Anzahl der digitalen Leinwände	14	28
Anzahl der 3D-Leinwände	14	27
Marktdurchdringung digitaler Standorte	39%	13
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	17%	25
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	100%	1
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	2.3	24
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	3.7	26
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	2.0	21
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	2.0	15
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	8	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	45%	8
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	88%	5

Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Sam-félagið ehf.	9	100%	47%
2 Sena ehf.	3	100%	30%
3 Kvikmyndahúsið ehf/Myndform ehf.	2	100%	67%
-	-	-	-
-	-	-	-

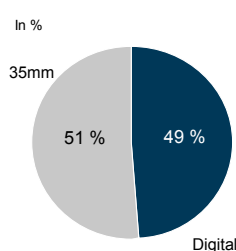
\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- MEDIA
Externe Vermittler	-
Einkaufsgemeinschaften:	-

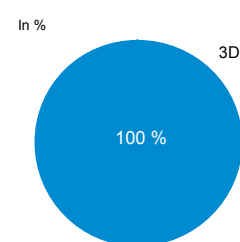
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	7 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	20 Sept 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	20 Sept 2011

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Sept. 2011



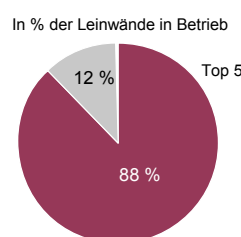
Marktdurchdringung der 3D-Leinwände - Sept. 2011



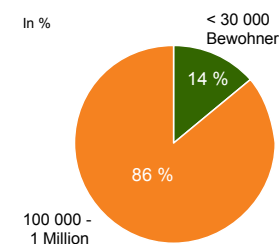
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

### - Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

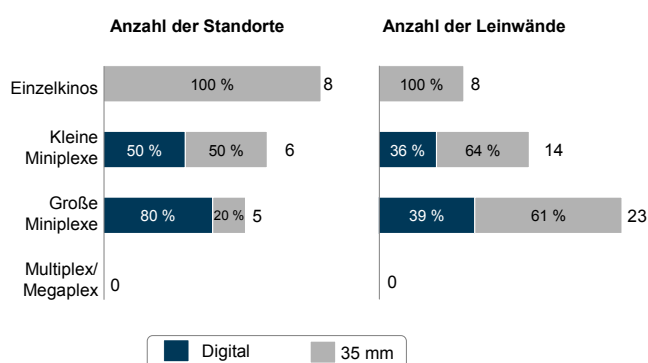
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010



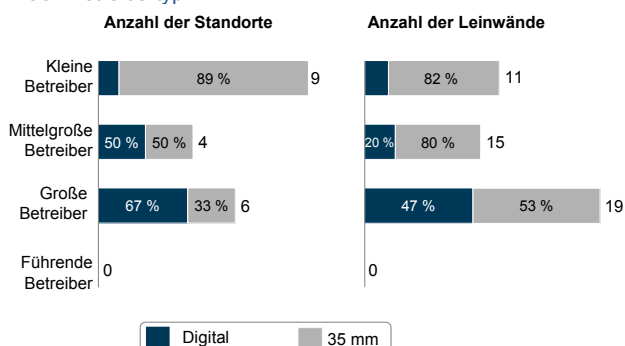
Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010



### - nach Kintyp



### - nach Betreiberart



# IT - Italien

Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	60.00	6
BIP / Bewohner in EUR	25 667	15
Einspielergebnis in Millionen EUR	705.9	4
Kinobesucher in Millionen	115.4	5
Anzahl der erstaufgeführten Filme	370	8
Anzahl der digitalen erstaufgef. Filme (2010)	n/a	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	148	4
Marktanteil – Nationale Filme	28.2%	4
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	10.8%	15
Europäischer Marktanteil - Gesamt	39.0%	39
US-Marktanteil	59.7%	22

Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	1 835	2
Anzahl der Leinwände	3 873	4
Anzahl der digitalen Standorte	474	4
Anzahl der digitalen Leinwände	912	5
Anzahl der 3D-Leinwände	842	5
Marktdurchdringung digitaler Standorte	26%	21
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	24%	19
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	92%	13
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	2.1	26
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	4.8	25
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	1.9	22
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	1.8	20
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	n/a	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	10%	32
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	25%	33

Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 The Space Cinema	147	86%	42%
2 Odeon & UCI Cinemas	120	94%	32%
3 Giometti Cinema	38	100%	38%
4 Stella Film	22	55%	37%
5 Cinelandia	19	95%	37%

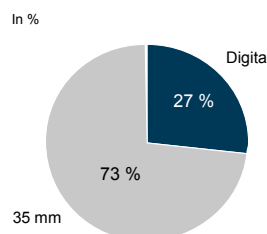
\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- Steuervergünstigungen, die von der Direzione Generale per il cinema verwaltet werden; - regionale Fonds in der Lombardei, Toskana und in der Region Apulien; - MEDIA
Externe Vermittler	Ymagis, AAM
Einkaufsgemeinschaften:	-

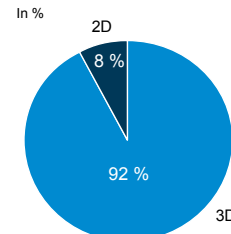
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	474 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	1 040 Juni 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	842 Dez. 2010

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Juni 2011



Marktdurchdringung der 3D-Leinwände – Dez. 2010

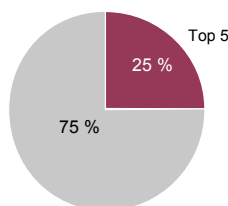


## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

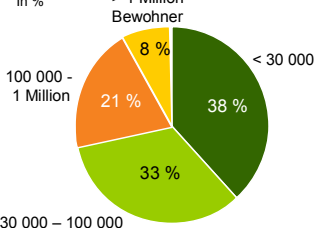
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010

In % der Leinwände in Betrieb

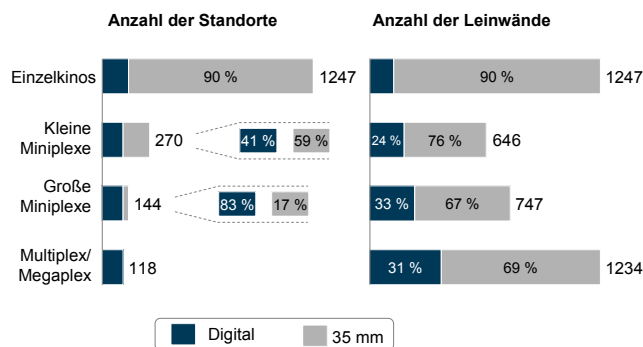


Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010

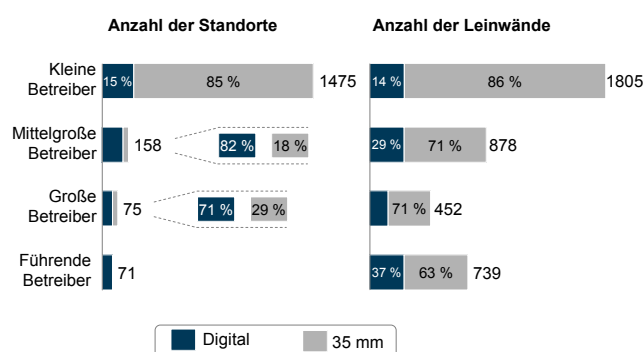
In %



- nach Kinotyp



- nach Betreiberart



# LT - Litauen

Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	3.35	27
BIP / Bewohner in EUR	8 600	29
Einspielergebnis in Millionen EUR	10.7	27
Kinobesucher in Millionen	2.9	26
Anzahl der erstaufgeführten Filme	135	31
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	n/a	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	6	32
Marktanteil – Nationale Filme	2.3%	29
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	13.1%	11
Europäischer Marktanteil - Gesamt	15.4%	15
US-Marktanteil	83.0%	3

Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	32	27
Anzahl der Leinwände	81	27
Anzahl der digitalen Standorte	7	26
Anzahl der digitalen Leinwände	13	30
Anzahl der 3D-Leinwände	13	28
Marktdurchdringung digitaler Standorte	22%	27
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	16%	27
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	100%	1
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	2.5	20
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	6.6	14
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	1.9	23
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	1.9	18
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	27	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	49%	7
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	75%	9

Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Finn kino	9	100%	23%
2 Multikino	3	100%	43%
3 Amfiteatro filmai	1	100%	50%
-			
-			

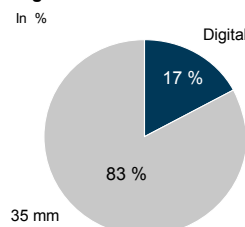
\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- MEDIA
Externe Vermittler	-
Einkaufsgemeinschaften:	-

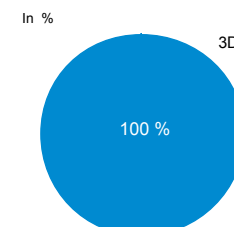
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	7 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	14 Juni 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	13 Dez. 2010

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Juni 2011



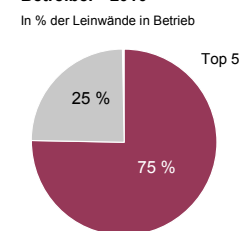
Marktdurchdringung der 3D-Leinwände – Dez. 2010



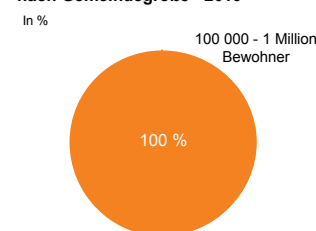
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

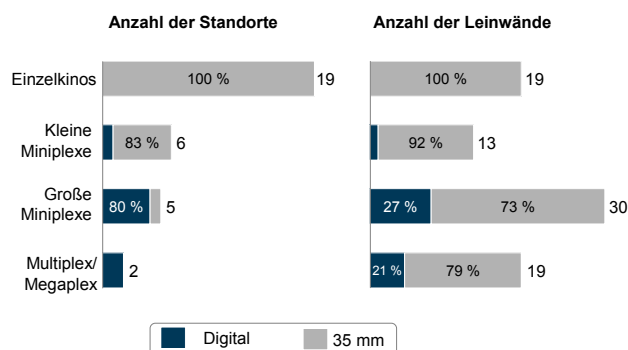
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010



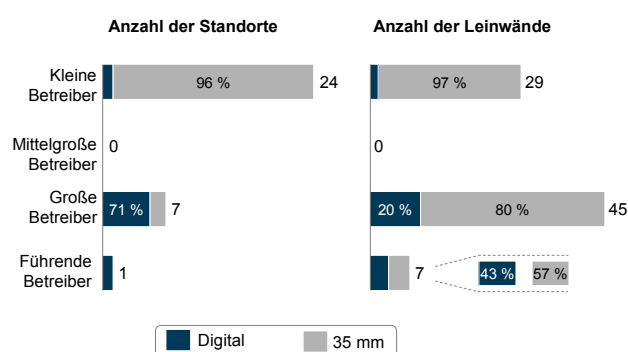
Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010



- nach Kinotyp



- nach Betreiber typ

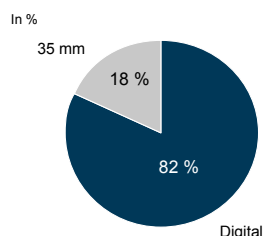


# LU - Luxemburg

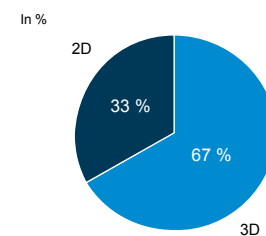
Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	0.49	33
BIP / Bewohner in EUR	79 967	1
Einspielergebnis in Millionen EUR	8.5	30
Kinobesucher in Millionen	1.2	31
Anzahl der erstaufgeführten Filme	424	6
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	n/a	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	4	33
Marktanteil – Nationale Filme	1.3%	31
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	24.8%	3
Europäischer Marktanteil - Gesamt	26.1%	26
US-Marktanteil	73.4%	10

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand	
Digitale Standorte	5	Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	27	Juni 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	16	Dez. 2010

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Juni 2011



Marktdurchdringung der 3D-Leinwände – Dez. 2010



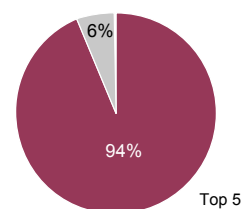
Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	13	31
Anzahl der Leinwände	33	34
Anzahl der digitalen Standorte	5	30
Anzahl der digitalen Leinwände	24	25
Anzahl der 3D-Leinwände	16	25
Marktdurchdringung digitaler Standorte	38%	14
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	73%	1
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	67%	29
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	2.5	19
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	5.0	23
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	4.8	3
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	3.2	3
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	n/a	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	63%	1
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	94%	3

## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

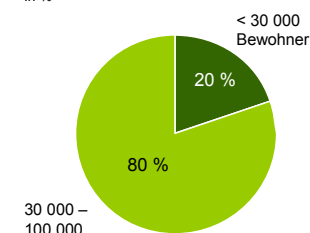
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010

In % der Leinwände in Betrieb



Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010

In %



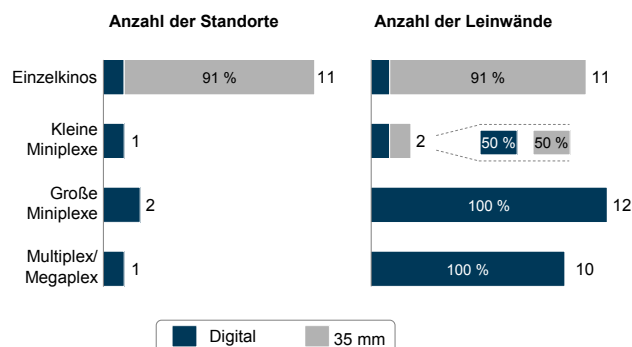
Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Utopia Group	16	56%	73%
2 Caramba	8	88%	73%
-			
-			
-			

\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

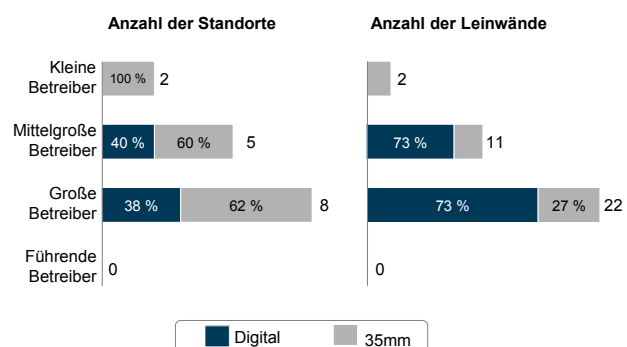
Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- MEDIA
Externe Vermittler	Ymagis, XDC
Einkaufsgemeinschaften:	-

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

- nach Kinotyp



- nach Betreiberart





# LV - Lettland

Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	2.26	28
BIP / Bewohner in EUR	8 800	28
Einspielergebnis in Millionen EUR	8.8	29
Kinobesucher in Millionen	2.1	28
Anzahl der erstaufgeführten Filme	162	30
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	13	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	8	26
Marktanteil – Nationale Filme	5.4%	21
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	15.8%	7
Europäischer Marktanteil - Gesamt	21.2%	21
US-Marktanteil	73.9%	9

Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	17	30
Anzahl der Leinwände	63	29
Anzahl der digitalen Standorte	3	32
Anzahl der digitalen Leinwände	11	31
Anzahl der 3D-Leinwände	10	30
Marktdurchdringung digitaler Standorte	18%	29
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	17%	24
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	91%	17
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	3.7	9
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	8.0	6
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	3.7	6
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	3.3	2
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	26	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	27%	20
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	81%	7

Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Multikino	5	80%	63%
2 Finnkino	5	100%	36%
3 Rīgas nami	1	100%	50%
-	-	-	-
-	-	-	-

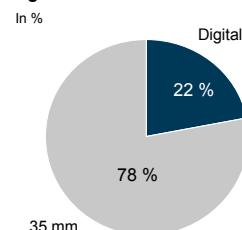
\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- MEDIA
Externe Vermittler	-
Einkaufsgemeinschaften:	-

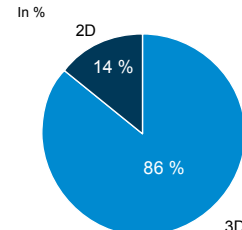
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	3 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	14 Juni 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	12 Juni 2011

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Juni 2011



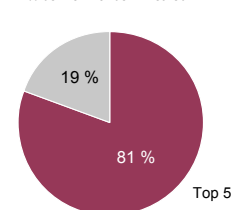
Marktdurchdringung der 3D-Leinwände - Juni 2011



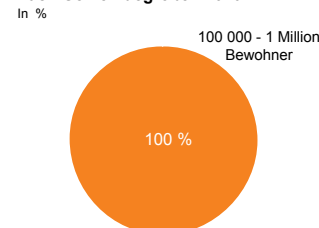
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

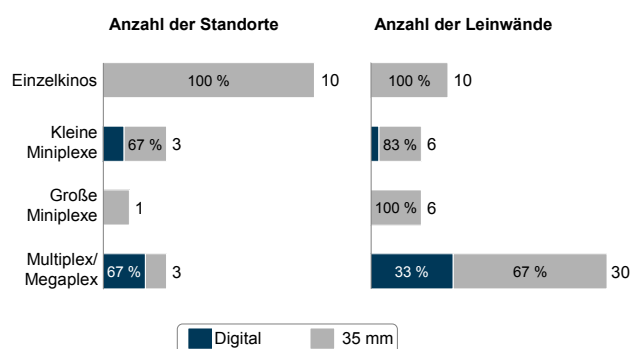
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010



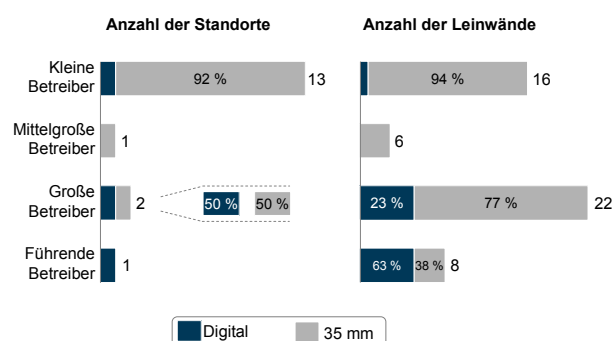
Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010



- nach Kinotyp



- nach Betreiber typ

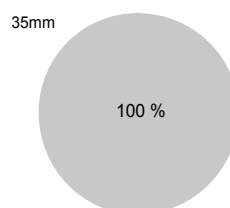


# MK – „Ehemalige jugoslawische Republik Mazedonien“

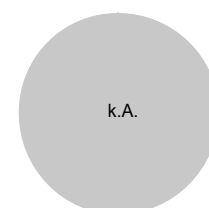
Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	2.05	29
BIP / Bewohner in EUR	3 300	34
Einspielergebnis in Millionen EUR	0.3	35
Kinobesucher in Millionen	0.1	35
Anzahl der erstaufgeführten Filme	330	13
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	n/a	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	6	30
Marktanteil – Nationale Filme	n/a	-
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	n/a	n/a
Europäischer Marktanteil - Gesamt	n/a	n/a
US-Marktanteil	n/a	n/a

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	0 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	0 Juni 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	n/a -

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Juni 2011  
In %



Marktdurchdringung der 3D-Leinwände – Dez. 2010  
In %

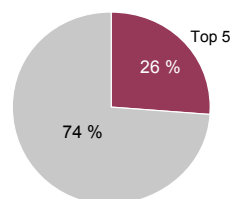


Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	10	33
Anzahl der Leinwände	18	35
Anzahl der digitalen Standorte	0	-
Anzahl der digitalen Leinwände	0	-
Anzahl der 3D-Leinwände	0	-
Marktdurchdringung digitaler Standorte	0%	-
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	0%	-
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	0%	-
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	1.8	29
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	-	-
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	-	-
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	-	-
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	n/a	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	17%	25
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	25%	32

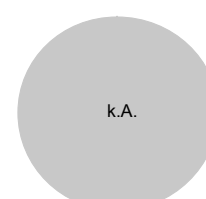
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

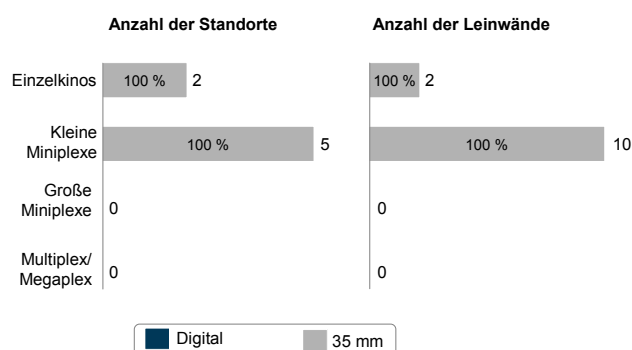
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010  
In % der Leinwände in Betrieb



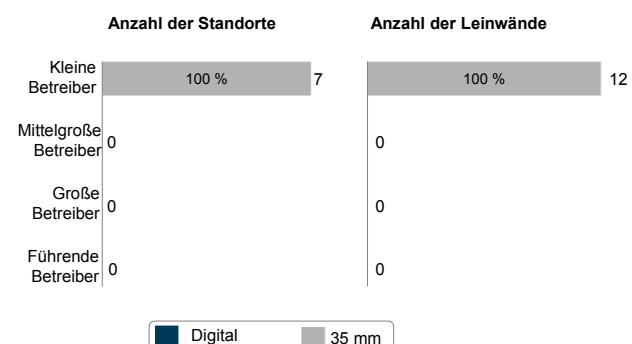
Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010  
In %



- nach Kintyp



- nach Betreiber typ



Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-

\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- Eurimages
Externe Vermittler	-
Einkaufsgemeinschaften:	-

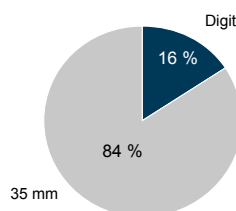
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

# MT - Malta

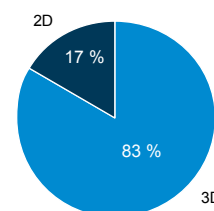
Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	0.41	34
BIP / Bewohner in EUR	14 533	21
Einspielergebnis in Millionen EUR	2.0	33
Kinobesucher in Millionen	1.0	32
Anzahl der erstaufgeführten Filme	0	-
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	n/a	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	1	34
Marktanteil – Nationale Filme	n/a	-
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	n/a	n/a
Europäischer Marktanteil - Gesamt	n/a	n/a
US-Marktanteil	n/a	n/a

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	3 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	6 Juni 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	5 Dez. 2010

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Juni 2011  
In %



Marktdurchdringung der 3D-Leinwände – Dez. 2010  
In %

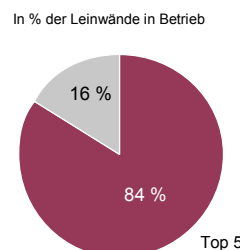


Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	6	35
Anzahl der Leinwände	37	32
Anzahl der digitalen Standorte	3	32
Anzahl der digitalen Leinwände	6	33
Anzahl der 3D-Leinwände	5	33
Marktdurchdringung digitaler Standorte	50%	5
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	16%	26
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	83%	23
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	6.2	2
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	10.0	1
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	2.3	17
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	1.7	24
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	n/a	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	62%	2
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	84%	6

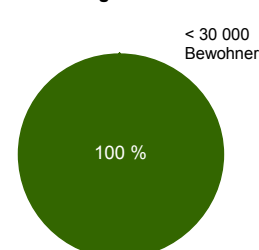
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

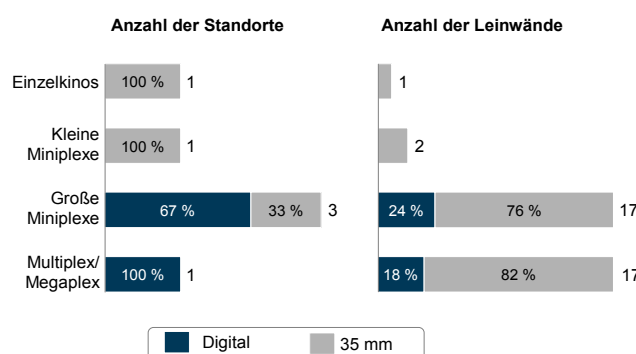
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010  
In % der Leinwände in Betrieb



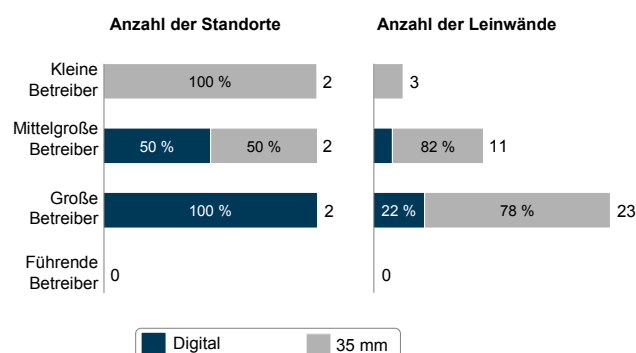
Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010  
In %



- nach Kintotyp



- nach Betreiber typ



Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Eden Leisure Group	3	100%	13%
2 Empire Cinema Complex	2	100%	29%
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-

\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- MEDIA
Externe Vermittler	XDC
Einkaufsgemeinschaften:	-

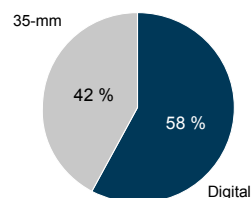
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

# NL – Niederlande

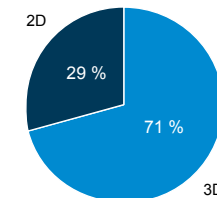
Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	16.49	10
BIP / Bewohner in EUR	35 500	6
Einspielergebnis in Millionen EUR	195.1	7
Kinobesucher in Millionen	26.3	9
Anzahl der erstaufgeführten Filme	346	9
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	123	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	45	9
Marktanteil – Nationale Filme	17.1%	14
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	10.4%	17
Europäischer Marktanteil - Gesamt	27.4%	27
US-Marktanteil	70.3%	13

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	99 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	448 Sept 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	316 Sept 2011

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände – Sept. 2011  
In %



Marktdurchdringung der 3D-Leinwände – Sept. 2011  
In %

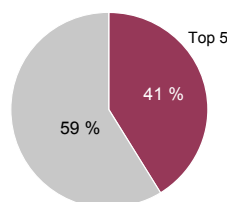


Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	237	12
Anzahl der Leinwände	777	10
Anzahl der digitalen Standorte	99	11
Anzahl der digitalen Leinwände	252	12
Anzahl der 3D-Leinwände	231	8
Marktdurchdringung digitaler Standorte	42%	11
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	32%	12
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	92%	14
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	3.3	13
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	5.1	21
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	2.5	14
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	2.3	11
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	208	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	19%	24
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	41%	22

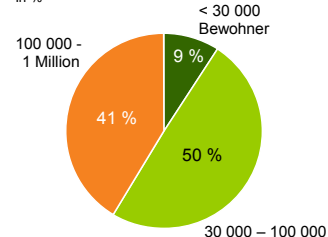
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010  
In % der Leinwände in Betrieb

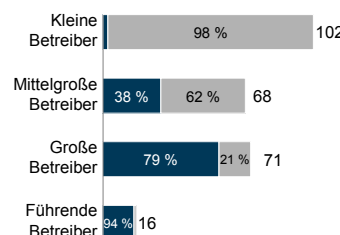


Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010  
In %

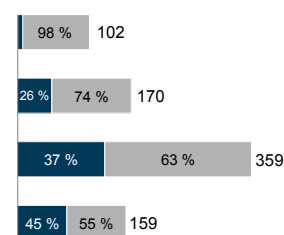


- nach Kinotyp

Anzahl der Standorte



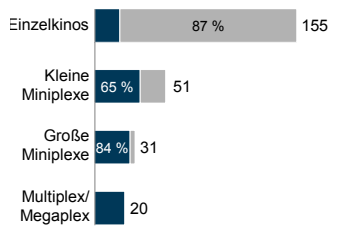
Anzahl der Leinwände



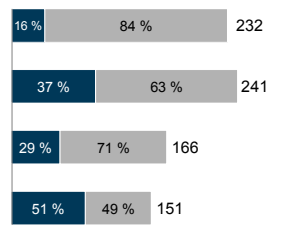
Legend: Digital (dark blue), 35-mm (grey)

- nach Betreiberart

Anzahl der Standorte



Anzahl der Leinwände



Legend: Digital (dark blue), 35-mm (grey)

Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Gaumont Pathé	77	96%	51%
2 JT Biocopen	23	96%	35%
3 Wolff Bioscopen	11	100%	22%
4 Utopia Group	10	90%	26%
5 Foroxity Filmarena	6	67%	40%

\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

## Finanzierungsprogramme

Öffentliche Förderprogramme	- Cinema Digitaal - MEDIA
Externe Vermittler	XDC, Ymagis, AAM
Einkaufsgemeinschaften:	- Cinema Digitaal - Amsterdam Booking Company BV (ABC) (now part of Cinema Digitaal)

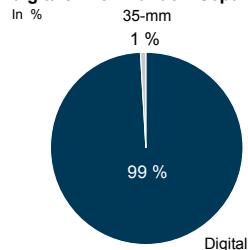
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

# NO - Norwegen

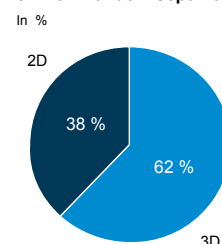
Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	4.80	23
BIP / Bewohner in EUR	61 033	2
Einspielergebnis in Millionen EUR	117.5	16
Kinobesucher in Millionen	11.9	19
Anzahl der erstaufgeführten Filme	222	20
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	n/a	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	24	18
Marktanteil – Nationale Filme	22.1%	9
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	11.4%	14
Europäischer Marktanteil - Gesamt	33.5%	33
US-Marktanteil	65.7%	17

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	103 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	425 Sept 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	263 Sept 2011

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände – Sept. 2011



Marktdurchdringung der 3D-Leinwände – Sept. 2011



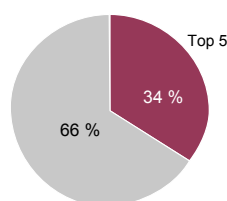
Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	209	13
Anzahl der Leinwände	429	17
Anzahl der digitalen Standorte	103	10
Anzahl der digitalen Leinwände	268	11
Anzahl der 3D-Leinwände	151	12
Marktdurchdringung digitaler Standorte	49%	6
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	62%	3
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	56%	30
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	2.1	27
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	2.9	32
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	2.5	15
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	1.4	28
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	180	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	14%	29
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	35%	26

## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

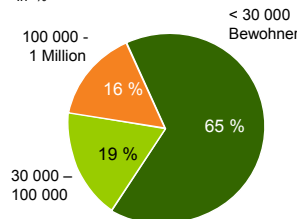
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010

In % der Leinwände in Betrieb

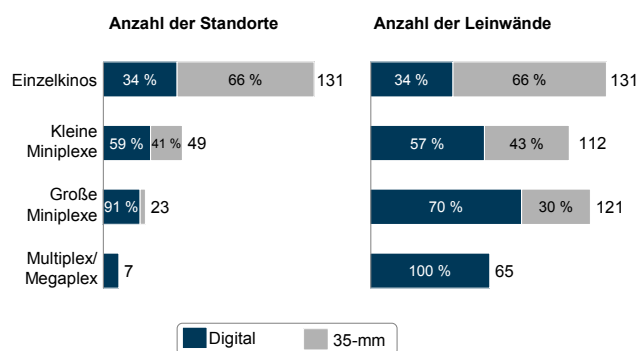


Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010

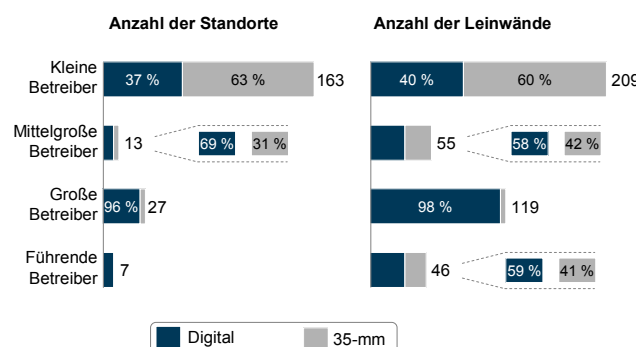
In %



- nach Kintyp



- nach Betreiber typ



Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Oslo Kinodrift	34	53%	100%
2 Norsk kinodrift	29	93%	94%
3 SF Group	27	48%	59%
4 Trondheim kino AS	19	37%	100%
5 Bergen kino	18	33%	100%

\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	-Film und Kino - MEDIA
Externe Vermittler	AAM
Einkaufsgemeinschaften:	-

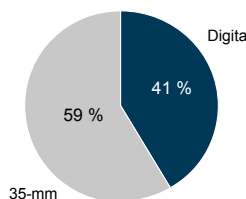
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

# PL - Polen

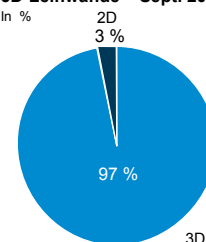
Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	38.14	8
BIP / Bewohner in EUR	8 967	27
Einspielergebnis in Millionen EUR	162.7	9
Kinobesucher in Millionen	36.8	8
Anzahl der erstaufgeführten Filme	274	15
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	36	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	39	11
Marktanteil – Nationale Filme	20.0%	12
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	15.2%	9
Europäischer Marktanteil - Gesamt	35.2%	35
US-Marktanteil	63.9%	18

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	106 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	433 Sept 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	421 Sept 2010

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände – Sept. 2011  
In %



Marktdurchdringung der 3D-Leinwände – Sept. 2011  
In %

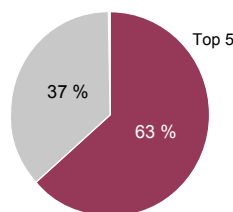


Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	448	10
Anzahl der Leinwände	1 048	8
Anzahl der digitalen Standorte	106	9
Anzahl der digitalen Leinwände	324	8
Anzahl der 3D-Leinwände	310	7
Marktdurchdringung digitaler Standorte	24%	24
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	31%	15
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	96%	9
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	2.4	22
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	6.6	13
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	3.0	11
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	2.9	7
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	148	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	29%	16
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	63%	15

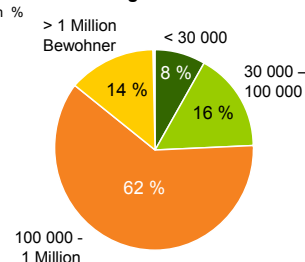
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

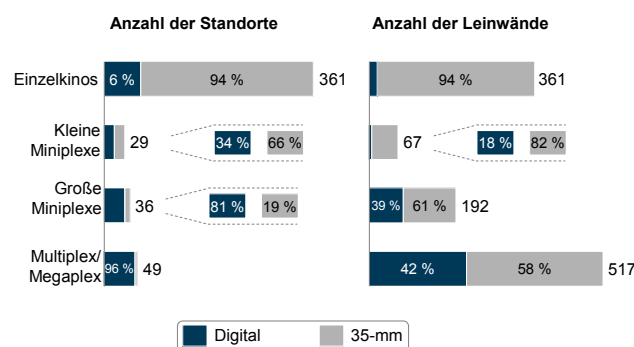
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010  
In % der Leinwände in Betrieb



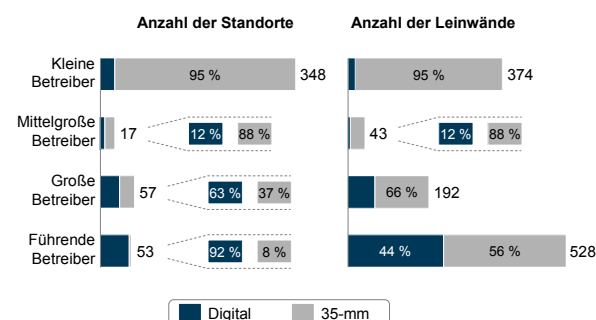
Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010  
In %



- nach Kintyp



- nach Betreiber typ



Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Multikino	129	92%	65%
2 Cinema City	104	100%	31%
3 Helios	51	98%	36%
4 Instytucja Filmowa Max-Film	12	83%	40%
5 Atlantic	4	100%	100%

\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- Fundacja Rozwoju Kina (Malopolska region) - Polski Instytut Sztuki Filmowej (PISF) - MEDIA
Externe Vermittler	XDC
Einkaufsgemeinschaften:	-

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

# PT - Portugal

Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	10.63	13
BIP / Bewohner in EUR	16 100	20
Einspielergebnis in Millionen EUR	75.3	18
Kinobesucher in Millionen	16.1	14
Anzahl der erstaufgeführten Filme	256	16
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	173	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	22	20
Marktanteil – Nationale Filme	2.4%	28
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	9.0%	22
Europäischer Marktanteil - Gesamt	11.3%	11
US-Marktanteil	88.1%	1

Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	167	17
Anzahl der Leinwände	564	13
Anzahl der digitalen Standorte	66	16
Anzahl der digitalen Leinwände	317	9
Anzahl der 3D-Leinwände	176	11
Marktdurchdringung digitaler Standorte	40%	12
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	56%	4
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	56%	31
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	3.4	12
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	6.5	15
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	4.8	2
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	2.7	8
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	110	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	38%	10
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	73%	11

Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Zon Lusomundo Cinemas	207	40%	97%
2 Socorama	55	75%	54%
3 NLC - New Lineo Cinemas	19	100%	50%
4 Odeon & UCI Cinemas	16	100%	36%
5 FDO Multimedia, LD <sup>a</sup>	9	100%	69%

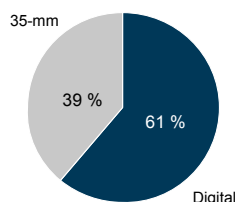
\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- MEDIA
Externe Vermittler	XDC
Einkaufsgemeinschaften:	-

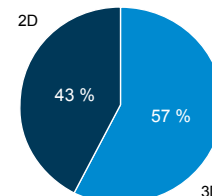
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	66 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	343 Juni 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	196 Juni 2010

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Juni 2011  
In %



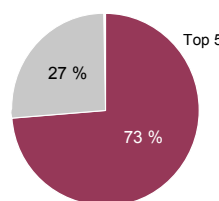
Marktdurchdringung der 3D-Leinwände - Juni 2011  
In %



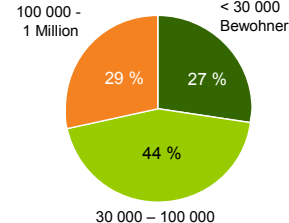
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

### - Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

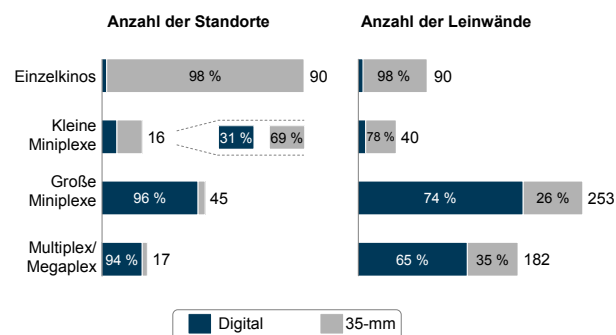
Part de marché des 5 principaux exploitants - 2010  
In % der Leinwände in Betrieb



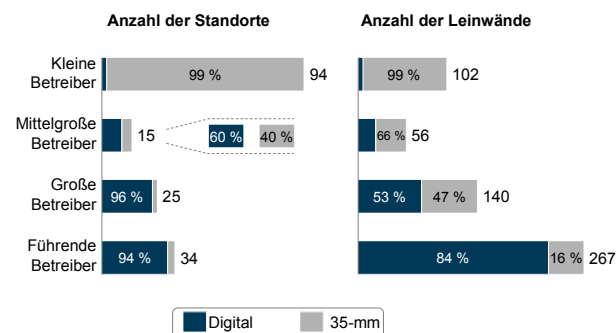
Ventilation des sites numériques selon la taille des communes - 2010  
In %



### - nach Kinotyp



### - nach Betreiber typ

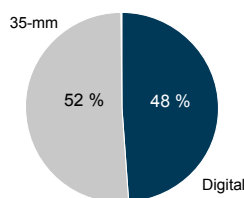


# RO - Rumänien

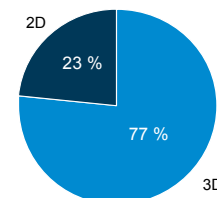
Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	21.50	9
BIP / Bewohner in EUR	5 900	32
Einspielergebnis in Millionen EUR	20.4	22
Kinobesucher in Millionen	5.2	22
Anzahl der erstaufgeführten Filme	198	23
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	n/a	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	15	22
Marktanteil – Nationale Filme	2.8%	27
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	9.1%	21
Europäischer Marktanteil - Gesamt	11.9%	12
US-Marktanteil	87.5%	2

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	17 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	94 Sept 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	72 Sept 2011

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände – Sept. 2011  
In %



Marktdurchdringung der 3D-Leinwände – Sept. 2011  
In %

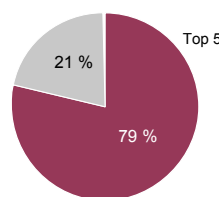


Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	68	23
Anzahl der Leinwände	194	23
Anzahl der digitalen Standorte	17	22
Anzahl der digitalen Leinwände	61	20
Anzahl der 3D-Leinwände	54	21
Marktdurchdringung digitaler Standorte	25%	22
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	31%	14
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	89%	21
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	2.9	14
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	8.4	5
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	3.6	7
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	3.2	4
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	20	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	43%	9
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	79%	8

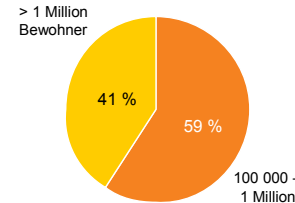
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010  
In % der Leinwände in Betrieb



Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010  
In %



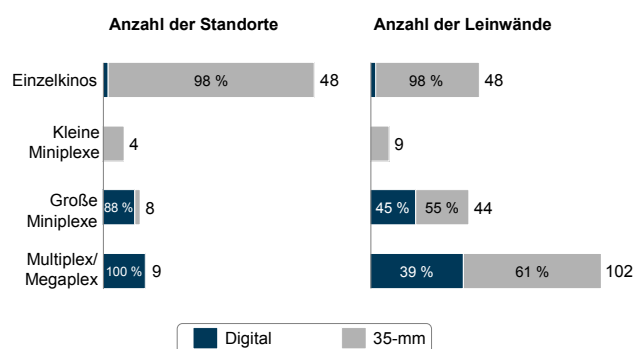
Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Cinema City	33	85%	38%
2 Movieplex Bucuresti	9	100%	82%
3 Hollywood Multiplex Operations	7	71%	44%
4 Light Cinema - Bucuresti	7	100%	100%
5 Starplex	2	100%	22%
5 Odeon Cineplex	2	100%	25%

\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

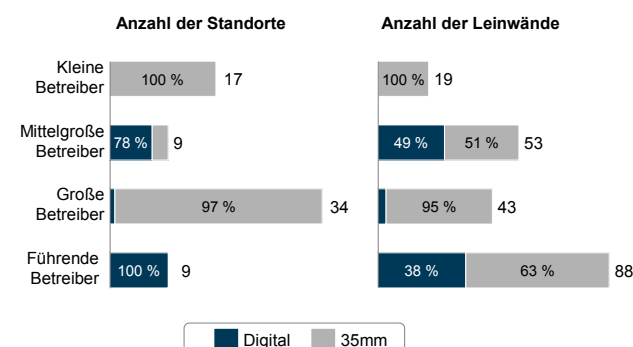
Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- MEDIA
Externe Vermittler	-
Einkaufsgemeinschaften:	-

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

- nach Kinotyp



- nach Betreiber typ



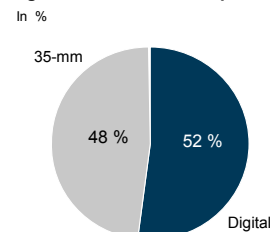


# RU – Russische Föderation

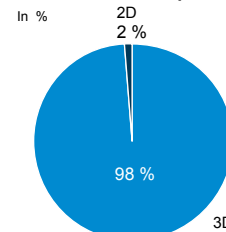
Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	141.39	1
BIP / Bewohner in EUR	7 334	30
Einspielergebnis in Millionen EUR	629.2	6
Kinobesucher in Millionen	142.6	3
Anzahl der erstaufgeführten Filme	339	12
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	162	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	75	7
Marktanteil – Nationale Filme	21.4%	11
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	15.5%	8
Europäischer Marktanteil - Gesamt	36.8%	37
US-Marktanteil	62.3%	21

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	530 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	1 260 Sept 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	1 241 Sept 2011

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände – Sept. 2011



Marktdurchdringung der 3D-Leinwände – Sept. 2011

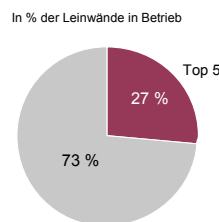


Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	865	4
Anzahl der Leinwände	2 430	6
Anzahl der digitalen Standorte	530	3
Anzahl der digitalen Leinwände	941	4
Anzahl der 3D-Leinwände	937	4
Marktdurchdringung digitaler Standorte	61%	3
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	39%	8
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	100%	5
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	2.8	16
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	3.7	27
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	1.8	24
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	1.8	21
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	484	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	7%	33
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	27%	31

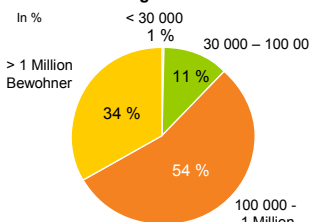
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

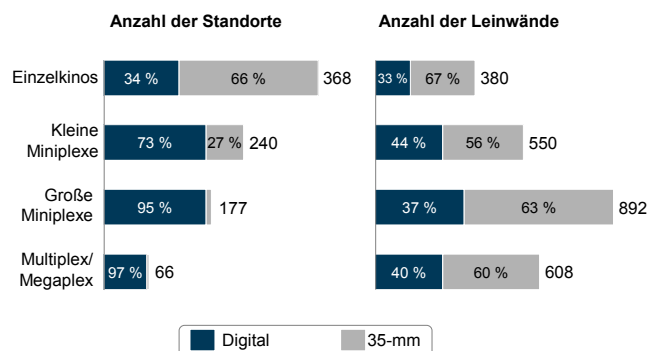
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010



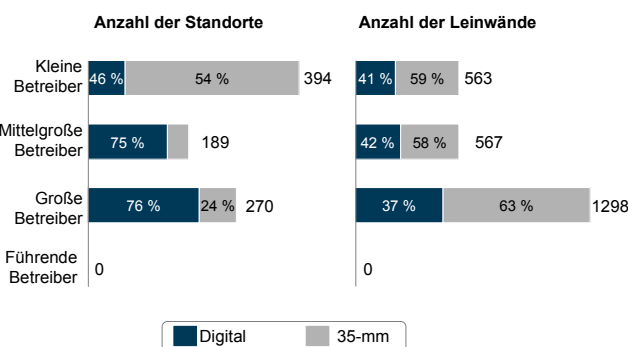
Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010



- nach Kinotyp



- nach Betreiber typ



Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Cinema Park	74	100%	53%
2 KARO Film	60	100%	35%
3 Rising Star Media	57	100%	76%
4 Luxor	44	100%	48%
5 Formula Kino	41	100%	58%

\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- Eurimages
Externe Vermittler	-
Einkaufsgemeinschaften:	-

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

# SE - Schweden

Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	9.26	16
BIP / Bewohner in EUR	34 800	7
Einspielergebnis in Millionen EUR	143.6	12
Kinobesucher in Millionen	16.2	13
Anzahl der erstaufgeführten Filme	253	18
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	105	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	39	10
Marktanteil – Nationale Filme	24.6%	5
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	10.6%	16
Europäischer Marktanteil - Gesamt	35.3%	35
US-Marktanteil	63.0%	20

Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	488	9
Anzahl der Leinwände	830	9
Anzahl der digitalen Standorte	110	8
Anzahl der digitalen Leinwände	155	14
Anzahl der 3D-Leinwände	146	13
Marktdurchdringung digitaler Standorte	23%	25
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	19%	22
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	94%	11
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	1.7	30
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	3.6	28
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	1.4	32
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	1.3	30
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	220	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	28%	18
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	63%	16

Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 SF Group	58	98%	24%
2 Folkets Hus och Parker	22	95%	14%
3 Svenska Bio	18	100%	19%
4 Cinemascenen i Katrineholm AB	8	100%	57%
5 Eurostar AB	6	100%	22%

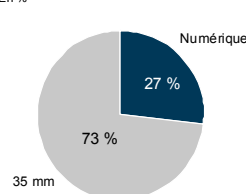
\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- Svenska Filminstitutet - MEDIA
Externe Vermittler	-
Einkaufsgemeinschaften:	- SKL (AffärsConcept)

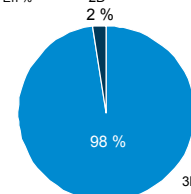
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	110 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	224 Sept 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	219 Sept 2011

Pénétration des écrans numériques Septembre 2011 En %



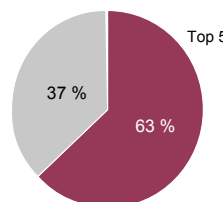
Pénétration des écrans 3D Septembre 2011 En %



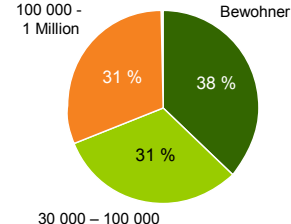
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

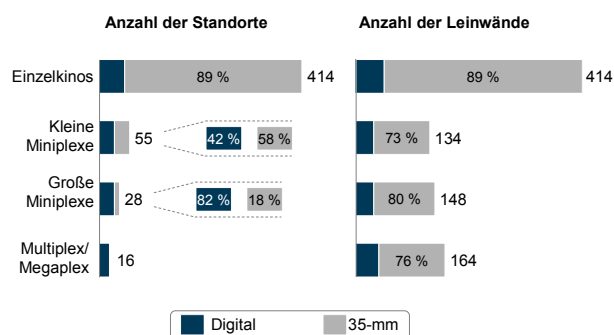
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010 In % der Leinwände in Betrieb



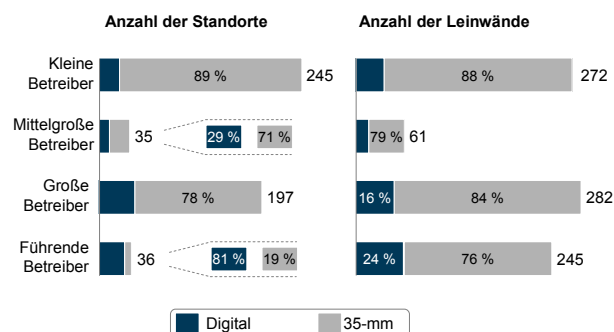
Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010 In %



- nach Kintyp



- nach Betreiber typ



# SI - Slowenien

Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	2.03	30
BIP / Bewohner in EUR	17 767	19
Einspielergebnis in Millionen EUR	11.4	25
Kinobesucher in Millionen	2.7	27
Anzahl der erstaufgeführten Filme	168	26
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	19	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	7	27
Marktanteil – Nationale Filme	4.3%	24
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	20.5%	4
Europäischer Marktanteil - Gesamt	24.8%	25
US-Marktanteil	74.4%	8

Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	49	25
Anzahl der Leinwände	108	26
Anzahl der digitalen Standorte	11	25
Anzahl der digitalen Leinwände	16	26
Anzahl der 3D-Leinwände	16	25
Marktdurchdringung digitaler Standorte	22%	26
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	15%	29
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	100%	1
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	2.2	25
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	5.6	18
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	1.5	30
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	1.5	25
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	41	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	29%	15
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	65%	14

Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Engrotuš d.d	10	100%	32%
2 Kolosej Zabavini Centri	5	100%	18%
3 Komunika	1	100%	33%
-	-	-	-
-	-	-	-

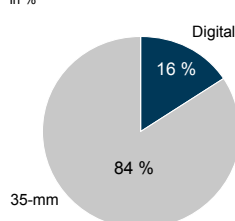
\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- MEDIA
Externe Vermittler	-
Einkaufsgemeinschaften:	-

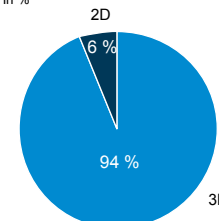
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	11 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	17 Juni 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	16 Juni 2011

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Juni 2011



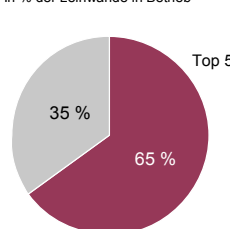
Marktdurchdringung der 3D-Leinwände - Juni 2011



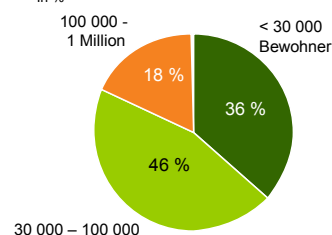
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

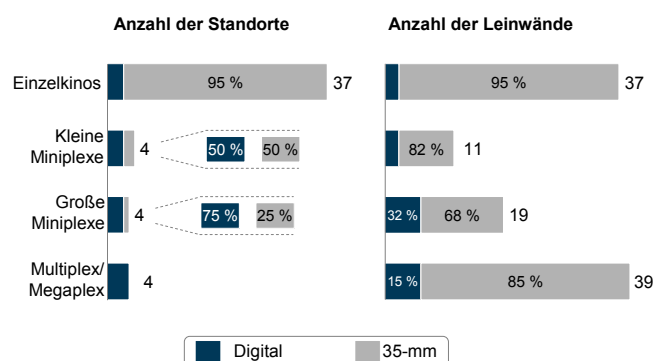
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010



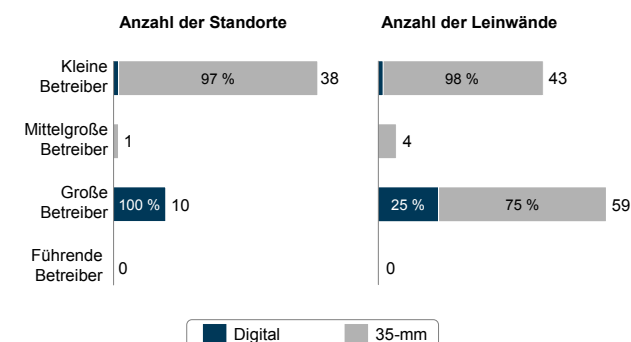
Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010



- nach Kintyp



- nach Betreiberart



## SK –Slowakische Republik

Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	5.41	21
BIP / Bewohner in EUR	11 867	23
Einspielergebnis in Millionen EUR	15.6	23
Kinobesucher in Millionen	3.8	23
Anzahl der erstaufgeführten Filme	183	24
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	61	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	7	27
Marktanteil – Nationale Filme	7.3%	18
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	n/a	n/a
Europäischer Marktanteil - Gesamt	n/a	n/a
US-Marktanteil	n/a	n/a

Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	183	14
Anzahl der Leinwände	248	22
Anzahl der digitalen Standorte	16	24
Anzahl der digitalen Leinwände	36	24
Anzahl der 3D-Leinwände	32	24
Marktdurchdringung digitaler Standorte	9%	32
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	15%	30
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	89%	20
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	1.4	35
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	5.1	22
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	2.3	18
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	2.0	15
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	n/a	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	17%	26
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	38%	25

Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Cinemax a.s	19	100%	51%
2 Cinema City	9	67%	31%
3 Tatrafilm s.r.o.	4	75%	50%
4 EuroCinema BB s.r.o.	3	100%	50%
5 Kultúrny dom A.Hlinku	1	100%	100%

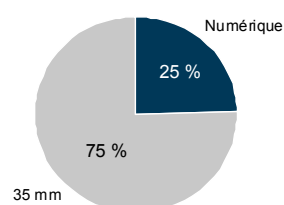
\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- Audiovizuálny fond - MEDIA
Externe Vermittler	XDC
Einkaufsgemeinschaften:	-

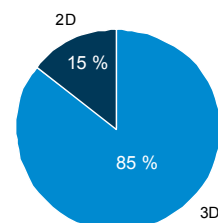
Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand	
Digitale Standorte	16	Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	62	Sept 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	53	Sept 2011

Pénétration des écrans numériques  
Septembre 2011



Pénétration des écrans 3D  
Septembre 2011

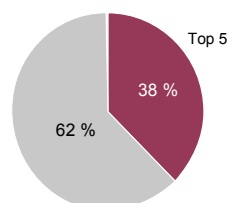


## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

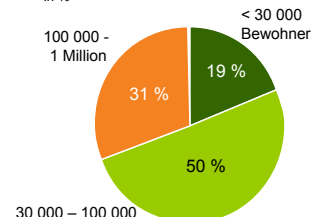
Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010

In % der Leinwände in Betrieb

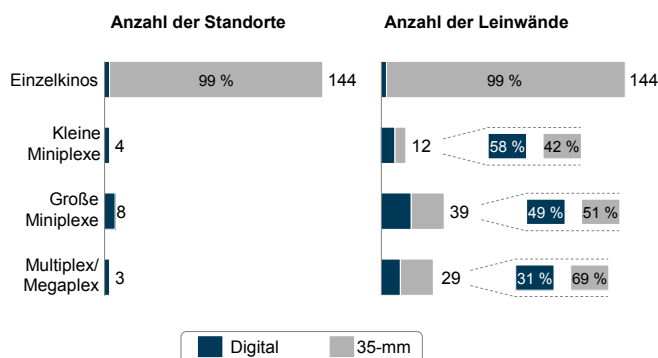


Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010

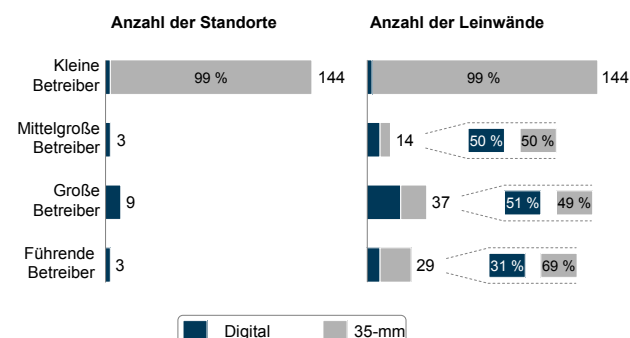
In %



- nach Kinotyp



- nach Betreiber typ

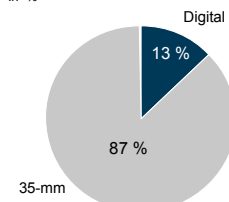


# TR - Türkei

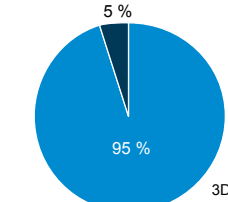
Allgemeine Marktdaten	3-jähriger Durchschnitt	Rang
Bevölkerung in Millionen	71.55	3
BIP / Bewohner in EUR	6 900	31
Einspielergebnis in Millionen EUR	161.6	10
Kinobesucher in Millionen	38.8	7
Anzahl der erstaufgeführten Filme	256	16
Anzahl der digitalen erstaufgeführten Filme (2010)	n/a	-
Anzahl nationaler Filmproduktionen	60	8
Marktanteil – Nationale Filme	54.0%	1
Marktanteil – Sonst. europäische Filme	1.3%	26
Europäischer Marktanteil - Gesamt	55.4%	55
US-Marktanteil	43.4%	26

Aktuelle Daten zu digitalem Kino	Stand
Digitale Standorte	118 Dez. 2010
Anzahl der digitalen Leinwände	240 Juni 2011
Anzahl der 3D-Leinwände	229 Juni 2011

Marktdurchdringung der digitalen Leinwände - Juni 2011



Marktdurchdringung der 3D-Leinwände - Juni 2011

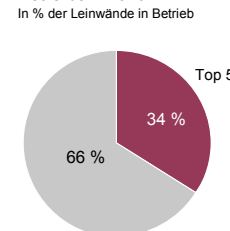


Kinolandschaft - 2010	2010	Rang
Anzahl der Standorte	491	8
Anzahl der Leinwände	1 874	7
Anzahl der digitalen Standorte	118	7
Anzahl der digitalen Leinwände	205	13
Anzahl der 3D-Leinwände	202	10
Marktdurchdringung digitaler Standorte	24%	23
Marktdurchdringung digitaler Leinwände	11%	32
Marktdurchdringung digitaler 3D-Leinwände	99%	6
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro Standort	3.8	8
Durchschnittliche Anzahl der Leinwände pro digitalem Standort	7.4	7
Durchschnittliche Anzahl der digitalen Leinwände pro digitalem Standort	1.7	26
Durchschnittliche Anzahl der 3D-Leinwände pro digitalem Standort	1.7	22
Anzahl der Kinobetreiberunternehmen	n/a	-
Leinwandanteil des Hauptbetreibers	23%	21
Leinwandanteil der 5 größten Betreiber	34%	27

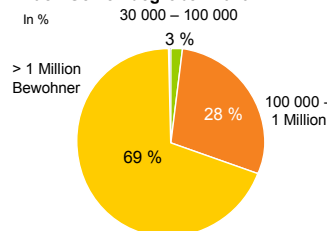
## Marktkonzentration der Standorte und Leinwände - 2010

- Die 5 größten Kinobetreiber & Gemeindegröße

Marktanteil der 5 größten Betreiber - 2010



Aufteilung der digitalen Kinos nach Gemeindegröße - 2010



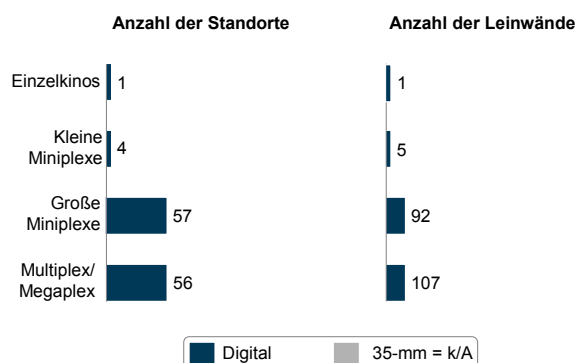
Die 5 größten Kinobetreiber nach digitale Leinwände 2010	Digitale Leinwände	Anteil der 3D-Leinw.	Digitalisierungsquote *
1 Mars Entertainment	97	100%	22%
2 Sinerama	12	100%	-
3 Tuze Group-AVŞAR	10	100%	10%
4 Sener Turizm	10	100%	-
5 Attas Alarko	6	100%	-

\* Anteil in Prozentsatz der Gesamtanzahl der Leinwände, die digitalisiert wurden

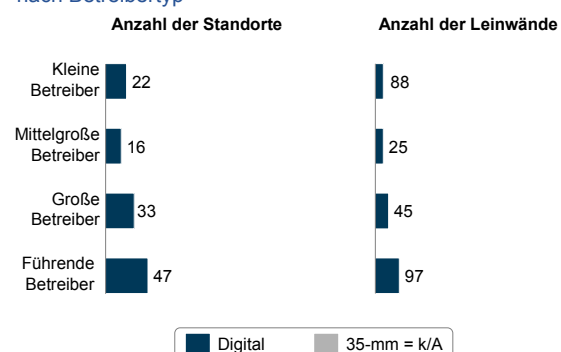
Finanzierungsprogramme	
Öffentliche Förderprogramme	- Eurimages
Externe Vermittler	-
Einkaufsgemeinschaften:	-

Quelle: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nach Angaben von MEDIA Salles

- nach Kinotyp



- nach Betreiber typ



# Übersichtstabellen

## Liste der Übersichtstabellen

<b>Tabelle</b>	<b>Name</b>	<b>Seite</b>
1	Digitale Leinwände pro Land– 2003 bis Juni 2011	147
2	Digitale Kinos pro Land– 2003 bis 2010	148
3	3D digitale Leinwände und Kinos pro Land – 2009 bis 2010	149

Tabelle 1 Digitale Leinwände pro Land– 2003 bis Juni 2011

In Einheiten

Land	Dez. 2003	Juni 2004	Dez. 2004	Juni 2005	Dez. 2005	Juni 2006	Dez. 2006	Juni 2007	Dez. 2007	Juni 2008	Dez. 2008	Juni 2009	Dez. 2009	Juni 2010	Dez. 2010	Juni 2011
AT	1	1	1	1	16	17	18	20	35	38	84	128	239	258	306	370
BA																
BE	10	10	14	17	20	22	35	44	76	77	98	114	144	220	334	400
BG						4	4	4	4	6	17	19	23	29	57	77
CH				2	12	12	14	14	16	23	28	41	60	90	133	248
CY												1	6	6	15	15
CZ	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	25	50	75	133	175
DE	2	2	2	12	31	34	96	142	151	158	162	208	566	738	1 248	1 900
DK			4	5	5	5	5	6	6	10	10	15	25	72	136	176
EE											2	2	5	6	14	15
ES	2	2	1	5	7	10	21	24	33	39	50	162	252	412	758	1 022
FI							1	1	1	6	12	27	48	59	88	123
FR	3	4	6	14	21	19	34	41	66	162	253	598	904	1 262	1 887	2 709
GB	7	10	10	12	33	60	159	244	284	289	303	432	667	997	1 408	2 033
GR								2	2	2	8	15	31	31	59	63
HR										1	7	7	8	9	9	61
HU	1	1	1	1	1	1	1	1	2	6	7	20	31	40	56	100
IE				1	1	13	23	23	36	37	38	47	112	127	142	162
IS						3	3	3	3	3	7	7	7	10	14	17
IT	1	1	4	12	25	29	31	31	38	57	80	183	434	609	912	1 040
LT												4	5	6	13	14
LU			3	3	3	3	13	13	13	14	21	22	22	22	24	27
LV											2	2	3	4	11	14
MK																
MT											2	2	2	3	6	6
NL			3	12	18	20	30	33	34	36	56	77	105	160	252	400
NO	1	2	2	2	3	2	23	21	35	38	48	58	61	94	268	415
PL								1	8	25	53	82	177	266	324	390
PT		1	1	2	1	1	5	9	14	25	44	51	181	259	317	343
RO										4	14	24	40	47	61	77
RU	1	1	1	1	1	1	3	9	31	48	90	161	351	525	941	1 179
SE		1	1	1	6	5	5	5	5	7	8	20	38	93	155	201
SI							2	2	2	2	9	9	9	17	16	17
SK												4	10	24	36	45
TR									1	1	20	33	62	104	205	240
<b>Gesamt EUR</b>	<b>30</b>	<b>37</b>	<b>55</b>	<b>104</b>	<b>205</b>	<b>262</b>	<b>527</b>	<b>694</b>	<b>897</b>	<b>1 115</b>	<b>1 535</b>	<b>2 600</b>	<b>4 678</b>	<b>6 674</b>	<b>10 338</b>	<b>14 074</b>

Quelle: MEDIA Salles

Tabelle 2 Digitale Kinos pro Land– 2003 bis 2010

In Einheiten

Land	Dez. 2003	Juni 2004	Dez. 2004	Juni 2005	Dez. 2005	Juni 2006	Dez. 2006	Juni 2007	Dez. 2007	Juni 2008	Dez. 2008	Juni 2009	Dez. 2009	Juni 2010	Dez. 2010
AT	1	1	1	1	11	10	11	12	17	19	26	40	57	61	71
BA															
BE	8	9	10	11	14	15	16	16	16	17	17	18	27	42	48
BG						2	2	2	2	3	8	9	12	14	17
CH				2	12	12	13	13	13	17	19	28	43	63	91
CY												1	6	6	6
CZ	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	21	42	60	94
DE	2	2	2	9	21	21	48	70	72	70	71	105	317	413	560
DK			4	4	4	4	4	4	4	8	8	13	22	53	77
EE											1	1	2	3	4
ES	2	2	1	5	7	10	17	19	21	23	29	107	177	261	292
FI							1	1	1	4	8	18	35	43	56
FR	3	4	6	13	20	18	27	28	44	43	72	150	257	404	532
GB	6	9	9	10	24	48	135	197	220	222	229	267	357	417	455
GR								2	2	2	8	11	22	22	39
HR										1	6	6	7	7	7
HU	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	4	15	17	21	26
IE				1	1	8	12	12	12	10	9	15	45	50	53
IS						1	1	2	2	2	4	4	4	6	7
IT	1	1	3	10	12	15	17	16	21	35	46	132	290	372	474
LT												3	4	5	7
LU			1	1	1	1	2	2	2	3	4	5	5	5	5
LV											1	1	2	2	3
MK															
MT											1	1	1	2	3
NL			1	7	10	11	17	18	18	18	33	48	55	74	99
NO	1	2	2	2	2	2	18	16	24	23	26	34	34	40	103
PL								1	7	19	42	64	80	95	106
PT		1	1	2	1	1	5	9	14	22	36	39	54	56	66
RO										1	3	7	13	14	17
RU	1	1	1	1	1	1	3	7	27	38	71	125	273	372	530
SE		1	1	1	6	5	5	5	5	7	8	17	32	75	110
SI							2	2	2	2	9	9	9	10	11
SK												4	10	15	16
TR									1	1	20	31	51	86	118
<b>Gesamt EUR</b>	<b>27</b>	<b>35</b>	<b>45</b>	<b>82</b>	<b>149</b>	<b>187</b>	<b>358</b>	<b>456</b>	<b>550</b>	<b>614</b>	<b>821</b>	<b>1 349</b>	<b>2 362</b>	<b>3 169</b>	<b>4 103</b>

Quelle: MEDIA Salles



Tabelle 3 3D digitale Leinwände und Kinos pro Land – 2009 bis 2010

In Einheiten

Land	3D digitale Leinwände			3D digitale Kinos		
	Dez. 2009	Juni 2010	Dez. 2010	Dez. 2009	Juni 2010	Dez. 2010
AT	101	141	208	54	60	70
BA						
BE	45	87	102	25	39	43
BG	12	29	53	8	14	17
CH	53	86	129	40	61	89
CY	6	6	6	6	6	6
CZ	47	66	121	40	53	88
DE	422	619	1114	273	390	543
DK	23	68	130	21	51	77
EE	2	3	12	1	2	4
ES	215	365	604	173	255	281
FI	43	54	79	33	41	54
FR	627	890	1387	246	367	492
GB	474	741	1096	273	344	375
GR	21	21	54	19	19	37
HR	8	9	9	7	7	7
HU	28	37	55	17	21	26
IE	68	82	96	39	44	49
IS	7	7	14	4	6	7
IT	400	563	842	286	372	463
LT	5	6	13	4	5	7
LU	15	15	16	3	3	3
LV	3	4	10	2	2	3
MK						
MT	2	3	5	1	2	3
NL	94	148	231	52	72	99
NO	28	49	151	21	29	84
PL	142	262	310	67	93	104
PT	89	125	176	52	55	64
RO	25	40	54	13	14	17
RU	345	521	937	271	370	528
SE	33	84	146	28	68	106
SI	9	15	16	9	10	11
SK	10	21	32	10	15	16
TR	59	104	202	50	86	116
<b>Gesamt EUR</b>	<b>3 461</b>	<b>5 271</b>	<b>8 410</b>	<b>2 148</b>	<b>2 976</b>	<b>3 889</b>

Quelle: MEDIA Salles

Cinemas and audiences are in a constant state of flux. To retain your competitive edge it is more important than ever to be aware of on-going change within both global and European exhibition. Such preparation is essential if you are to embrace successfully all future developments within the sector.

# MEDIA Salles

presents:

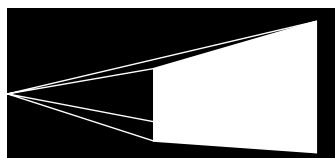


## **“ DigiTraining Plus 2012: European Cinemas Experiencing New Technologies ”**

**Amsterdam, The Netherlands  
29 August - 2 September 2012**

Be updated on the present state and future prospects of digital screening with the 9<sup>th</sup> edition of the MEDIA Salles' training course for European cinema exhibitors.

CINEMA D'EUROPA



MEDIA SALLES

**Promotion of European films  
Training courses for European exhibitors  
Information services**

Piazza Luigi di Savoia, 24 – 20124 Milano – Italy  
Tel. +39.02.67397823 – Fax +39.02.6690410  
digitraining@mediasalles.it – www.mediasalles.it



DIREZIONE GENERALE  
PER IL CINEMA

2010-2

# Digitales Kino

# IRIS<sup>plus</sup>



## IRIS plus Digitales Kino

42 Seiten  
Straßburg, April 2010

Erhältlich in Deutsch, Englisch  
und Französisch

Weitere Informationen unter:  
[http://www.obs.coe.int/oea\\_publ/iris/iris\\_plus/2010-2-index.html](http://www.obs.coe.int/oea_publ/iris/iris_plus/2010-2-index.html)

Druckausgabe: 24,50 EUR  
ISBN 978-92-871-6839-9  
Elektronische Ausgabe: 33 EUR  
ISBN 978-92-871-6847-4  
Beide Ausgaben: 35 EUR  
ISBN 978-92-871-6850-4

Bestellung Online:  
<http://www.obs.coe.int/about/order>

Per Email:  
[orders-obs@coe.int](mailto:orders-obs@coe.int)  
Per Fax:  
+33 (0) 3 90 21 60 19

76 Allée de la Robertsau - F 67000 STRASBOURG  
Phone +33 (0) 3 90 21 60 00  
Fax +33 (0) 3 90 21 60 19  
[www.obs.coe.int](http://www.obs.coe.int)

## LEITBEITRAG

### Staatliche Förderung des digitalen Kinos

Der Leitbeitrag befasst sich mit den rechtlichen Fragen, die die öffentlichen Hilfen zur Förderung der Digitalisierung der Kinos aufwerfen. Betrachtet werden in diesem Zusammenhang die rechtliche Konstruktion und Problematik von drei verschiedenen Varianten nationaler Fördermodelle sowie die einschlägigen EU-Vorschriften, mit denen diese Modelle letztendlich vereinbar sein müssen. Außerdem werden zwei Modelle für staatliche Beihilfen beschrieben, die bereits von der EU-Kommission genehmigt wurden, und ein Steuermodell, das derzeit noch geprüft wird. Abschließend gibt der Leitbeitrag einen Ausblick auf die Zukunft, wie sie sich aus der aktuellen politischen Entwicklung und den derzeitigen Fördermaßnahmen der EU abzeichnet..

- Digitales Kino
- Staatliche Beihilfen für die Digitalisierung der Kinos
- Aktionen der EU

## BERICHTERSTATTUNG

### Digitalisierung des Kinos auf dem Prüfstand

Der Berichterstattersteil enthält eine Reihe von ergänzenden Informationen und setzt die EU-Politik in Beziehung zur tatsächlichen Lage der Digitalkino-Förderung in einzelnen Ländern..

- Ziele und Bedenken
- Sprungbretter
- Stolpersteine

## ZOOM

### Marktdaten

Das Zoom-Kapitel liefert konkretes Zahlenmaterial über die Entwicklung der digitalen Leinwände und Kinos in Europa und den einzelnen Ländern und vermittelt Ihnen so einen fundierten Einblick in marktbezogene Aspekte des digitalen Kinos.



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL  
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY  
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSSTELLE



COUNCIL OF EUROPE  
CONSEIL DE L'EUROPE

Die Europäische Audiovisuelle Informationsstelle und MEDIA Salles haben sich zusammengeschlossen, um diese einzigartige Studie zur Einführung des digitalen Kinos in Europa zu erstellen.

Der Bericht enthält die jüngsten Zahlen zum Bestand an digitalen Leinwänden und zu den Durchdringungsraten in Europa und erläutert darüber hinaus den historischen Ablauf der Digitalisierung. Betrachtet werden die wesentlichen Gründe, aus denen die Digitalisierung über zehn Jahre lang auf sich hat warten lassen, bevor sie schließlich 2009 ernsthaft Fahrt aufgenommen hat. Darüber hinaus wird auch die Rolle von 3D-Filmen, Drittvermittlern und öffentlichen Förderprogrammen untersucht. Ein gutes Verständnis des historischen Zusammenhangs, insbesondere der Kosten und des Nutzens des digitalen Kinos, ist für eine Einschätzung der zukünftigen Entwicklung der europäischen Filmindustrie von entscheidender Bedeutung.

Die Grundlage des Berichts bildet eine umfassende Aufstellung aller digitalen Kinos pro Stadt (Stand 2010). Darauf aufbauend liefert der Bericht eine fundierte Strukturanalyse zur Konzentration von Betreibern und Kinos verschiedener Größe. Enthalten ist auch eine Liste der Top-50 Digitalkinobetreiber in Europa sowie für jedes Land die geschätzten Marktanteile der 3D-Technik sowie von Server- und Projektorherstellern.

Ein ganzes Kapitel ist den besonderen Herausforderungen gewidmet, vor denen der unabhängige Sektor in Europa steht. Darüber hinaus enthält der Bericht eine umfassende Liste aller öffentlichen Förderprogramme zur Unterstützung der Umrüstung auf Digitaltechnik.

Ein Schwerpunkt der Untersuchung ist die Situation auf paneuropäischer Ebene, an der die wesentlichen Aspekte der Einführung des digitalen Kinos in Europa deutlich werden. Die spezifischen Gegebenheiten einzelner Märkte werden in Länderprofilen beschrieben, die für jeden der 35 in diesem Bericht untersuchten europäischen Märkte einen umfassenden Satz von Schlüsselindikatoren bieten.

## MEDIA Salles

Das 1991 ins Leben gerufene Projekt MEDIA Salles ist Teil des MEDIA-Programms der Europäischen Union und wird von der italienischen Regierung unterstützt. Ziel des Projekts war und ist die Förderung von europäischen Filmen durch gezielte Informations- und Schulungsinitiativen für Kinobetreiber.

Was den Informationsbereich betrifft, so bietet MEDIA Salles für alle Länder Europas sowie die größten Märkte außerhalb Europas Statistiken über die Entwicklung der Kinobesuche. In den letzten Jahren hinzugekommen sind die Erfassung der digitalen Kinos in Europa sowie die Auswertung von Daten und Trends in der Digitalisierung der Kinos auf internationaler Ebene. In puncto Schulung fand 2011 die achte Ausgabe des einzigen Seminars des MEDIA-Programms statt, das sich mit den neuen Technologien aus Sicht der Kinos befasst: „DigiTraining Plus: European Cinemas Experiencing New Technologies“.

Auf der Website von MEDIA Salles:

<http://www.mediasalles.it>

steht für Auskünfte der DGT Online Informer bereit, der regelmäßig aktualisiert wird. Des Weiteren kann auf das European Cinema Yearbook zugegriffen werden:

<http://www.mediasalles.it/publicaz.htm>

Darüber hinaus bietet MEDIA Salles auf seiner Facebook-Seite Fachleuten der Branche und allen Interessierten Informationen zur Markteinführungszeit italienischer Filme im Ausland - einschließlich Erscheinungsdaten und Länder - sowie weitere nützliche Informationen.



## Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Im Dezember 1992 in Straßburg eingerichtet, hat die Europäische Audiovisuelle Informationsstelle zur Aufgabe, Informationen über den europäischen audiovisuellen Sektor zu sammeln, aufzubereiten und zu veröffentlichen.

Als öffentliche europäische Einrichtung umfasst sie derzeit 37 europäische Staaten sowie die Europäische Union, die durch die Europäische Kommission vertreten wird. Die Informationsstelle ist ein Teil des Europarats und arbeitet mit diversen Partnern, Berufsverbänden und einem Korrespondentennetzwerk zusammen.

Zu ihren Tätigkeitsschwerpunkten gehört neben Konferenzbeiträgen die Erstellung von Publikationen, Datenbanken und eine umfassende Internetseite:

<http://www.obs.coe.int>

Die Informationsstelle bietet darüber hinaus einen kostenlosen Zugang zu vier Datenbanken, darunter die Datenbank LUMIERE (über Kinobesucherzahlen in Europa):

<http://lumiere.obs.coe.int>

und die Datenbank KORDA über die öffentliche Filmförderung in Europa:

<http://korda.obs.coe.int>

