

# Cineville für Deutschland: Ein Überblick

## Hintergrund

Cineville wurde 2008 in den Niederlanden gegründet und hat sich zum erfolgreichsten Marketinginstrument für Kino und Film in Europa entwickelt. Nationale Ableger entstehen gerade in Belgien und in Österreich. In den Niederlanden sind fast 60 Kinos in über 20 Städten Teil des Systems, bei einer mittleren fünfstelligen Zahl von Abonnent:innen.

Cineville verkauft für einen festen monatlichen Preis ein Abo, das unbegrenzten Zugang zu den Vorstellungen der teilnehmenden Kinos gewährt.

Cineville ist aber viel mehr als ein Abo oder eine Dauerkarte: Cineville ist eine Einladung und eine Eintrittskarte dazu, Kinokultur in ihrer ganzen Vielfalt zu leben.

Cineville verwandelt jede Stadt in ein Filmfestival – und das nicht auf ein Kino begrenzt, sondern in allen teilnehmenden Kinos der Stadt. In vielen Städten wird eine riesige Auswahl an Kinos und Filmen verfügbar sein: Mit der Cineville-Karte ist man in den Kinos seiner Stadt zu Hause.

Cineville ergänzt das lokale Marketing eines Kinos und vernetzt es mit den Angeboten anderer Cineville Kinos in der Region oder in der individuellen Reichweite seiner Abonnenten.

## Chancen und Risiken

Cineville stärkt das Kino als Kulturform. Die Befürchtung, dass vom einzelnen Standort abgelenkt wird, ist vermutlich wenig begründet: Von mehr Begeisterung fürs Kino profitieren alle – die anbietenden Kinos, die Abonnent:innen und die Filmverleiher.

Die Einführung von Cineville ist anspruchsvoll. In den Niederlanden ist das System in fast 15 Jahren kontinuierlich gewachsen und hat nach und nach alle Marktteilnehmer überzeugt.

Bei der Einführung des Systems in Belgien und Österreich gab/gibt es erhebliche Anlaufschwierigkeiten – aus diesen Erfahrungen muss man lernen.

Cineville liegt in der Luft: In der auslaufenden Corona-Pandemie finden sich die Kinos in einem veränderten Markt wieder: Sehr viele Filme müssen sich zu wenige Besucher teilen. Die Auswertungszeiten in den Kinos werden verkürzt, um der großen Menge an Neustarts gerecht zu werden. Der Raum für Filmgespräche in den Medien ist geschrumpft, der Platz wird oft von minderwertigen Filmen mit großen Marketing-Budgets eingenommen, während herausragende kleine Filme nicht die Aufmerksamkeit erhalten, die sie verdienen.

Die Kinobetreibenden sind mit ihren Möglichkeiten, die Filme selber lokal zu bewerben, an ihren Grenzen angelangt. Streaming-Anbieter machen eine riesige Zahl von Filmen verfügbar und binden zusätzlich Aufmerksamkeit.

Dabei ist das Kino weiterhin die beste Form, Filme zu genießen. Der Markt braucht Mechanismen, die dafür sorgen, dass die Filmbegeisterten öfter ins Kino gehen und sich das auch leisten können.

Es ist daher kein Zufall, dass in Belgien, Österreich und Deutschland jetzt fast gleichzeitig an der Einführung von Cineville gearbeitet wird und auch die AG Verleih Cineville bei ihrem International Distribution Summit als Best-Practice-Modell vorgestellt hat.

Ein einfaches Kino-Abo und günstige Preise reichen nicht, um das Problem zu lösen: Es braucht ein gemeinsames Marketing, das lokal kenntlich ist, Identifikation und Begegnungen ermöglicht, aber die Kraft einer landesweiten Bewegung für das Kino und die Kinokultur hat. Das ist der Plan hinter Cineville Deutschland.

Cineville wurde in den Niederlanden durch die Kinobetreibenden aus ganz ähnlichen Beweggründen gegründet, als gemeinsame Promotion-Plattform für Arthouse-Filme und Kinos. Cineville versucht, seine Abonnenten zu Botschaftern für Events im Kino zu machen, zu Mikro-Influencern, was anscheinend besonders beim jungen Publikum um die 25 sehr gut funktioniert.

Cineville trägt nachweislich zu einer Verjüngung des Publikums bei und bringt die Abonnenten dazu, öfter auch kleine und unbekannte Filme auszuprobieren. Generell führt das Cineville-Abo zu einer erhöhten Auslastung, auch zu sonst eher unattraktiven Zeiten wie nachmittags oder im Sommer.

## Der Stand der Dinge

Aktuell laufen konkrete Planungen, das System in Deutschland als bundesweites System zu etablieren.

Dabei soll die Technik und die Marke von Cineville NL lizenziert werden. Träger von Cineville Deutschland soll ein gemeinnütziger Verein sein, ggf. ergänzt um eine GmbH.

Auf dringende Empfehlung von Cineville soll einem bundesweiten Start eine Anlaufphase in einigen Regionen (Hamburg, Köln, Nürnberg und Freiburg) vorangehen, in der die Technik erprobt wird. Danach soll das Modell so schnell wie möglich bundesweit geöffnet werden. Start in den Modellregionen soll im Sommer 2023 sein, eine bundesweite Ausweitung dann spätestens zum Weihnachtsgeschäft 2023.

Das Modell soll sich mittelfristig selbst tragen. Für die Anlaufphase ist aber erhebliches Startkapital notwendig, das möglichst von den Kino-Förderern stammen soll. Hier sollen Anträge bei den Länderförderern der beteiligten Modellregionen, bei der FFA sowie bei Europa Cinemas (Programm "Collaborate to Innovate") gestellt werden.

# B2B und andere Vertriebsmöglichkeiten

Abgesehen vom direkten Verkauf von Abos an die Endkundschaft ergeben sich vielfältige Möglichkeiten durch den Verkauf von Abos über andere Partner, z.B. über Firmen zur Verlosung oder Weitergabe an Mitarbeitende als Incentive, oder auch von öffentlichen Stellen (teilweise) gesponsorte Abos, z.B. Abos für junge Menschen, die von Kommunen oder anderen Stellen mitfinanziert werden.

## Häufige Fragen

Wie wird das System heißen?

Das ist noch nicht entschieden. Es soll aber auch der Markenname Cineville lizenziert werden – ggf. wird das System aber unter einem anderen Namen auftreten und/oder den Namen mit einem Slogan ergänzen.

Wie werden die Abos verkauft?

Der Verkauf der Abos läuft über die zentrale Cineville-Webseite, nicht über die Kinos. Das Abo wird monatlich bezahlt. Mindestlaufzeiten, Kündigungsfristen etc. müssen noch festgelegt werden – in den Niederlanden muss das Abo für 4 Monate geschlossen werden und ist dann monatlich kündbar.

Was kostet das Abo?

Auch das ist noch nicht entschieden - der Preis wird sich aber an den Preisen anderer Abo-Modelle orientieren und vermutlich etwas über 20 EUR pro Monat liegen, ggf. mit einem ermäßigten Preis für jüngere Kund:innen.

Wie funktioniert die Abrechnung zwischen Kunde, Kino und Verleih?

Der Kunde bucht sein Kinoticket über die Webseite/App von Cineville. Das Kino erhält für diese Karte einen fixen (generell festgelegten) Betrag. Das Ticket wird über eine Schnittstelle direkt im Kassensystem des Kinos verbucht und regulär mit dem Verleih abgerechnet. Eine Abrechnung zwischen Cineville und Verleihern ist nicht notwendig!

Für welche Vorstellungen gilt der freie Eintritt?

Das legt das Kino fest, wobei alle regulären Vorstellungen Teil des Abos sein sollen. Ausgenommen sind in der Regel Nicht-Kino-Veranstaltungen (Konzerte, Lesungen etc.), Angebote von Drittanbietern, also z.B. Vorstellungen im Rahmen von Filmfestivals, sowie Vorstellungen, für die höhere Eintrittspreise gelten.

## Wo ist die Cineville-Karte gültig?

Die Abonent:innen können die Karte bundesweit einsetzen. Das erhöht auch die Attraktivität für Menschen, die pendeln, oder ermöglicht einen Einsatz auf Reisen. Eine Kompatibilität mit den Cineville-System in anderen Ländern ist anfangs nicht vorgesehen.

## Müssen eigene Rabattsysteme abgeschafft werden?

Nein. Cineville kann neben anderen Systemen (Mehrfachkarten, Mitgliedschaften o.ä.) bestehen – eventuell werden diese aber obsolet.

## Ist das System finanziell tragfähig?

Die Erfahrungen aus den Niederlanden zeigen, dass das System sich ab einer gewissen Zahl an verkauften Abos selbst trägt: Die Zahl der Kinobesuche pro Abokunde und Monat pendelt sich auf ca. 2,5 ein – damit wird ein etwas geringerer Betrag an die Kinos ausgeschüttet als die Abos einbringen.

Da Neukunden das System überproportional oft nutzen, entsteht anfangs ggf. ein gewisser Verlust. Wenn nötig, wird das System über die Höhe des Abopreises oder über die Höhe Vergütung der Abo-Tickets nachjustiert – auch dann, wenn am Ende des Jahres mehr Geld übrig bleibt als für den Betrieb des Systems und Marketing-Maßnahmen notwendig ist: In diesem Fall kann der Abrechnungspreis an die Verleiher erhöht werden, wodurch auch die Kinos mehr Geld erhalten..

## Darf jedes Kino mitmachen?

Cineville ist nicht nur ein Abosystem, sondern auch eine gemeinsame Marketing-Plattform für Arthouse-Kino. Damit ist eine Beteiligung von Kinos, die ihren Programmschwerpunkt nicht im Arthouse haben, nicht vorgesehen – das betrifft einerseits die Multiplexe, aber auch kleine Kinobetriebe, die überwiegend Mainstream-Filme zeigen. Die formelle Zugangsberechtigung ist zu klären. In Österreich sind Mitglieder von Europa Cinemas (und Kinos, die zwar nicht Mitglied sind, aber die Kriterien erfüllen) zugelassen. Diese Kriterien erfordern im Wesentlichen einen hohen Anteil an europäischen Filmen.

Eine Mitgliedschaft in einem der Kinoverbände ist weder notwendig noch problematisch. Das System ist ausdrücklich offen für kommunale und nichtgewerbliche Kinos mit regulärem Spielbetrieb.

Technisch notwendig ist ein elektronisches Kassensystem mit den entsprechenden Schnittstellen. Für die gängigen Kassensysteme werden Schnittstellen im Zuge der Pilotphase programmiert. Individuelle Kassensysteme erfordern ggf. individuelle Anpassungen.

## Wie positionieren sich die Verleiher zu Cineville?

Cineville genießt in den Niederlanden einen ausgezeichneten Ruf, insbesondere auch bei den Verleihern. Bisherige Rückmeldungen der Verleiher aus dem Filmkunst- und Arthouse-Bereich waren extrem positiv.

## Ist Cineville nur ein System für die Großstädte?

Cineville spricht erfahrungsgemäß einerseits ein junges Publikum an, das Erfahrung mit Abosystemen hat und in zweiter Linie auch ein älteres, filmkunstinteressiertes Publikum. Es ist zudem besonders attraktiv, wenn in einem Ort oder einer Region die Auswahl an verschiedenen Kinos besteht. Das führt dazu, dass das System für größere (Universitäts-)Städte besonders attraktiv sein dürfte – das ist aber keine Zugangsvoraussetzung.

## Kontakt bei Interesse

Bis zum bundesweiten Start des Systems ist Cineville Deutschland zu erreichen per Mail an [contact@cineville.de](mailto:contact@cineville.de). Konkretes Interesse von Kinos wird gern notiert. Bitte in diesem Fall folgende Angaben übermitteln:

- Name einer Kontaktperson
- Zahl der Leinwände
- Mitgliedschaft in Verbänden und Europa Cinemas
- Verwendetes Kassensystem

AG Cineville Deutschland e.V. in Gründung:

Felix Grassmann (Abaton Hamburg)

Matthias Elwardt (Zeise Kinos Hamburg)

Christian Schmalz (Off Broadway Köln)

Jürgen Lütz (Odeon Köln)

Mikosch Horn (Filmhaus Nürnberg)

Matthias Damm (Casablanca Filmkunsttheater Nürnberg)

Michael Isele (Harmonie Arthaus Freiburg)