

Informationen zum Fernstudiengang „Kaufmann/Kauffrau für Filmtheatermanagement“

Intro:

„Erfolg besteht darin, dass man genau die Fähigkeiten hat, die im Moment gefragt sind“
(*Henri Ford*)

Die rnc hat es sich zur Aufgabe gemacht Filmschaffenden die im Kino arbeiten und in Zukunft arbeiten möchten, die Kenntnisse und Fähigkeiten zu lehren, die unsere Branche aktuell fordert. Schon seit 1995 bietet unser Fernlehrgang eine stark branchenorientierte Fortbildungsmöglichkeit. Seinerzeit ergriffen die Filmstiftung Nordrhein-Westfalen und der Wirtschaftsverband der Filmtheater Nord-West e.V. und mit Unterstützung zahlreicher Persönlichkeiten der Filmtheaterbranche sowie des Hauptverbandes Deutscher Filmtheater (HDF) die Initiative zum Aufbau des Fernstudiengangs zum "Filmtheaterkaufmann". Der Kurs wurde von 1995-2012 von über 550 Teilnehmern erfolgreich abgeschlossen.

Mit der sehr weitgehenden, inhaltlichen und konzeptionellen Überarbeitungen der Lehrgangsinhalte haben wir auch eine Modernisierung der Bezeichnung in:

„Kaufmann/Kauffrau für Filmtheatermanagement“

vorgenommen.

Der Lehrgang bietet die Möglichkeit, Berufs begleitend vorhandene Kenntnisse zu vertiefen und neues Wissen zu erwerben. So wird eine Fachkompetenz vermittelt, die von Fachleuten der Branche als Grundlage einer Erfolgs versprechenden Kinobetriebsführung angesehen wird.

Mit Unterstützung der Filmförderungsanstalt Berlin (FFA) und der Filmstiftung NRW wird das Lernmaterial im Jahr 2013 Kurs begleitend grundlegend überarbeitet, damit auch Themen wie zum Beispiel die „Digitalisierung und ihre Auswirkungen auf tägliche Arbeitsprozesse“, „Social Network Marketing“ und andere Entwicklungen in unserer Branche umfassend behandelt und an die Lehrinhalte angepasst werden können. Hierfür konnten viele geschätzte Kollegen aus unserer Branche gewonnen werden, welche die Lehrhefte dieses Fernstudiengangs mit ihrem lang erworbenen Praxiswissen füllen.

Zielsetzung:

Gerade in der heutigen Zeit der immer weiter fortschreitenden Technologie konkurriert das Kino nicht nur mit anderen Freizeitaktivitäten, sondern auch mit verschiedenen Möglichkeiten Filme zeitnah am Kinostart zu konsumieren. Mehr denn je werden in der Zukunft Fachkompetenz, die Kreativität und das Geschick der Kinomacher und aller Mitarbeiter gefragt sein, um klassische Besuchergruppen an das Kino zu binden und neue Publikumsschichten zu generieren. Die heute erforderliche Markt- und Besucherorientierung ist gewachsen, und ein gesundes Basiswissen der spezifischen Betriebswirtschaft eines Kinos unverzichtbar.

Um die vorhandene Kompetenz zu festigen und neue Fähigkeiten zu entwickeln, ist eine fundierte Aus- und Fortbildung sinnvoll, die den spezifischen Bedürfnissen und Anforderungen der Filmtheaterbranche Rechnung trägt.

Mit unserem Fernlehrgang geben wir unseren „Filmtheatermanagern“ eine Basis für einen erfolgreichen Weg in der Film- und Kino Branche.

Die vier Präsenzseminare finden zum ersten Mal 3-tägig statt, damit den Teilnehmern noch mehr Wissen von qualifizierten Praktikern unserer Branche vermittelt und das erlernte Wissen vertieft werden kann. Erstmals wird es zyklusübergreifend aufeinander aufbauende Seminare zum Führungs-, Konflikt-, Kommunikations- und Beschwerdemanagement geben. Damit nehmen wir zusätzlich Focus auf die Managementfähigkeiten der zukünftigen „Kinomacher“, welche für die erfolgreiche Führung eines Kinounternehmens unerlässlich sind.

Zielgruppe:

Der Kurs wendet sich an Personen, die als Theaterleiter, Assistenten der Geschäftsführung oder in anderen Funktionsbereichen eine Führungsposition im Filmtheater anstreben oder diese bereits seit kurzem ausfüllen. Auch potentielle Geschäftsnachfolger oder Existenzgründer haben durch den Fernstudiengang die Gelegenheit, praxisnahes Wissen zu erwerben und zu festigen. Formale Zugangsvoraussetzungen sind nicht vorgesehen, so dass auch anderen Personengruppen die Teilnahme am Fernstudiengang offensteht.

Empfohlene Grundkenntnisse:

Sinnvolle Voraussetzung für die Teilnahme an dem Studiengang sind kaufmännische Grundkenntnisse, die durch eine kaufmännische Ausbildung oder auf andere Art erworben worden sein können. Zusätzlich zu dieser Vorbildung sind praktische Erfahrungen im Kino- oder Filmbereich hilfreich. Der Fernstudiengang ist als Zusatzqualifikation konzipiert. Der Kursteilnehmer

kann parallel dazu das theoretisch erworbene Wissen im Rahmen seiner praktischen Tätigkeit anwenden und festigen. Eine Unterstützung, sowohl finanziell als auch im Sinne einer Freistellung, zum Erwerben der Lerninhalte des Fernlehrgangs durch den jeweiligen Vorgesetzten und das Unternehmen wäre wünschenswert.

Lernmethode:

Das rund 1.200 Seiten umfassende Ausbildungsprogramm wird in Form eines Fernstudiengangs in Verbindung mit regelmäßigen Präsenzseminaren angeboten.

Die Teilnehmer bearbeiten im Selbststudium das für diese Zwecke besonders aufbereitete Lehrgangsmaterial. Zusätzlich werden **vier 3-tägige Präsenzseminare** in Wuppertal angeboten, in denen der bereits bearbeitete Lehrgangsstoff im Dialog mit Dozenten und anderen Kursteilnehmern wiederholt und vertieft wird sowie Zwischenklausuren geschrieben werden. Zwischenzeitlich auftretende Fragen können telefonisch oder schriftlich mit dem Lehrgangsträger abgeklärt werden.

Durchführung:

Der Kurs ist einschließlich des Prüfungsverfahrens auf eine Dauer von 12 Monaten angelegt. Die dabei zugrundegelegte Lernzeit beträgt zwei Stunden täglich bzw. 10 Stunden wöchentlich. In regelmäßigen Abständen (6-8 Wochen) werden insgesamt vier Präsenzseminare durchgeführt, die der Vertiefung ausgewählter Lehrgangsinhalte und der Absolvierung von Zwischenprüfungen dienen. Der Lehrgang wird mit einer schriftlichen Prüfung abgeschlossen, deren Ergebnis mit den Bewertungen der Zwischenprüfungen zu einer Endnote in jedem Fach zusammengefasst wird. Der Prüfungskommission für die freiwillige mündliche Prüfung werden Persönlichkeiten verschiedener Institutionen der Filmtheaterbranche sowie Vertreter der Herausgeber und des Lehrgangsträgers angehören.

Autoren:

An der Erstellung der Lehrbriefe haben zahlreiche Autoren mitgewirkt, die das jeweilige Fachgebiet aus ihrer beruflichen Praxis heraus beurteilen können. Dankenswerterweise waren viele Persönlichkeiten der Kino-, Film- und Verleihbranche bereit, sich für dieses Projekt zu engagieren. Zu den Autoren zählen u.a.: Rolf Bähr, Robert Backheuer, Thomas Bastian, Michael Beckmann, Stephan Birkenholz, Roman Colm, Andreas Crüsemann, Nikolaus von der Decken, Wolfgang Fischer, Veronika Fläxl, Birgit Heidsiek, Hans Hertel, Thomas O. Hillmer, Dr.-Ing. Günter von Hochmeister, Johannes Klingsporn, Chris Koppelmeier, Uwe Kombrink, Karl-Joachim Lohkamp,

Hans D. Maier, Jan Oesterlin, Carsten Pfaff, Wolfgang Paetsch, Petra Rockenfeller, Thomas Rahner, Dr. Heribert Schlinker, Christoph Schwieter, Annette Wörsdörfer, u.v.a.

Zulassung durch die ZFU:

Jeder in der Bundesrepublik für Zwecke der beruflichen Aus- und Weiterbildung angebotene Fernlehrgang bedarf einer besonderen Genehmigung durch die staatliche Zentralstelle für Fernunterricht (ZFU). Der Filmtheatermanager hat die Zulassungsnummer 642394.

Stichworte aus dem Lernzielkatalog:

- ❖ Eigenschaften und Fähigkeiten eines Managers (Kommunikation & Führung)
- ❖ Konflikt- und Beschwerdemanagement
- ❖ Bewertung von Standortfaktoren
- ❖ Controlling im Kino
- ❖ Auswahl, Behandlung und Bezahlung von Personal
- ❖ Ideale Rechtsform des Unternehmens
- ❖ Kommentierung des Bundes-Tarifvertrages
- ❖ Ausführliche Darlegung der Verleih-Bezugsbedingungen
- ❖ Berufsgenossenschaft, Schutzbestimmungen und Sicherheitsmaßnahmen
- ❖ Gewinnung von Sponsoren
- ❖ Optimale Auslastung des Spiel- und Kinobetriebes
- ❖ Sämtliche bundesweiten Förderungsmaßnahmen für Kinos
- ❖ Analyse und Auswege aus der Konkurrenz
- ❖ Break-Even-Berechnung

- ❖ Internet als Kommunikations- und Marketinginstrument
- ❖ Social Network Marketing
- ❖ Digitalisierung und ihre Auswirkungen für die Kinobranche
- ❖ Möglichkeiten zum „Alternativen Content“

Herausgeber:

- Filmstiftung NRW GmbH
- Hauptverband Deutscher Filmtheater e.V.
- mit Unterstützung der FFA

Entwicklung und Lehrgangsverträge:

rmc medien + kreativ consult GmbH

Präsenzseminare:

Die 4 Präsenzseminare werden 3-tägig in Wuppertal durchgeführt. Beim 5. Präsenzseminar findet die Abschlussprüfung statt.

Kosten, Rechnungslegung und Kündigung:

2.200 €, bei Einzugsermächtigung 2150 €. Die Gebühr wird in vier Raten fällig. Nach Eingang des unterschriebenen Vertrags besteht eine gesetzliche zweiwöchige Kündigungsfrist. Darüber hinaus kann der Vertrag nach 6 Monaten mit einer Frist von 6 Wochen gekündigt werden. Der Kurs ist von der Mehrwertsteuer befreit.

Förderung:

Die Förderung der regionalen Förderungen der Bundesländer NRW, Niedersachsen, Berlin/ Brandenburg und Bayern sind zurzeit unklar. Die Entscheidungen hierzu werden mit Verabschiedung des neuen FFG's fallen. In diesem Jahr erhalten die Teilnehmer noch eine Förderung der FFA von einem Drittel der Kosten. Wie dies ab dem Jahr 2014 geregelt sein wird, wenn die Förderung der Weiterbildung wegfällt, ist zurzeit noch unklar. Formlose Anträge sind mit Kopie des Lehrgangsvertrages **direkt** bei diesen Institutionen zu stellen.

FFA
z.Hd. Frau Walpersdorf
Große Präsidentenstraße 9
10178 Berlin
Tel.: 030-27577-416

Die in einigen Bundesländern gegebene Möglichkeit zur Inanspruchnahme sogenannter Bildungsschecks kann ebenso wie ein Kontakt zu regionalen Filmförderern die Finanzierung erleichtern.

Auskunft:

Für eventuelle Fragen und Informationen stehen Ihnen unsere Projektleiterin (Claudia Overath) und unser Sekretariat (Jeanette Kuhnhen) jederzeit zur Verfügung. Alle Informationen erhalten Sie auch im Internet. www.filmtheatermanager.de

Claudia Overath
Tel: 0202-2496-154
Fax: 0202-2496-166
E-Mail: overath@rmc-medien.de
www.rmc-medien.de

Jeanette Kuhnhen
0202-2496-161
0202-2496-166
kuhnhen@rmc-medien.de

Lehrinhalte

BETRIEBSWIRTSCHAFT

HEFT 1 EINFÜHRUNG MANAGEMENT / MARKT UND PUBLIKUM

Der Band Betriebswirtschaft beginnt mit einer Einführung in das moderne Management. Darin werden solche Begriffe wie Strategie, Managementeigenschaften, Unternehmenserfolg, Diversifikation und Wettbewerb dargestellt. Dieses Heft bereitet auf viele weitere vor, indem es Führungsaufgaben beschreibt und Sie für die Notwendigkeit von strategischen Kenntnissen und Denkweisen sensibilisiert. In einem weiteren Teil wird die Kinolandschaft in Deutschland dargestellt. Die verschiedenen Kinoformen, die Entwicklung der letzten Jahre hinsichtlich der wichtigen Kennziffern und die Struktur der Kinolandschaft wird dort ebenso vorgestellt wie die Entwicklung des Filmbesuchs und die Demographie und das Nutzungsverhalten. Dieses Kapitel dient dem Einstieg und vermittelt notwendiges Hintergrundwissen über die strukturellen Gegebenheiten.

HEFT 2 INVESTITION UND FINANZIERUNG, STANDORT UND WAGNIS

Dieses ist das umfangreichste Heft des gesamten Lehrgangs. Zunächst werden die unterschiedlichen Investitionsbereiche in einem Kino vorgestellt. Daran schließen sich Betrachtungen, wie verschiedene Investitionsentscheidungen vorbereitet und bewertet werden können an. Anschließend werden die klassischen Arten und Formen der Finanzierung erläutert. Finanzierungsregeln

und -hilfen werden an zahlreichen Beispielen erklärt. Im dritten Kapitel werden wir auf die für das Kino relevanten Standortfaktoren eingehen.

HEFT 3 KOSTENRECHNUNG

Zu Beginn werden die Kosten- und Erlösarten in einem Kino erörtert. Gegenstand des Heftes ist die transparente Gestaltung der kurzfristigen Erfolgsrechnung (Deckungsbeitragsrechnung), jedoch auch die Vermittlung wichtiger Instrumente wie die Break-Even-Rechnung zur Ermittlung des Gewinnschwellenpunktes. Im Zusammenhang mit Betriebsvergleichen und anderen statistischen Daten werden wir Ihnen ein tragfähiges Controllingsystem vorstellen.

HEFT 4 PERSONALMANAGEMENT

Die Planung, Auswahl und Führung von Personal stehen im Mittelpunkt dieses Heftes. Als Dienstleistungsunternehmen auf der einen und zahlreichen freien Mitarbeitern auf der anderen Seite sind fundierte Kenntnisse in Personalführung besonders wichtig. In einem dritten Kapitel gehen wir auf die Arbeiten der Personalverwaltung (Steuern, Sozialversicherung etc.) eines Arbeitgebers ein, die bei der Einstellung von Personal notwendig sind.

GANZJÄHRIG BEGLEITEND – PERSONAL MANAGEMENT SEMINARE

In den vergangenen Jahren wurde in allen Kursen immer wieder deutlich, wie sehr der Erfolg eines Unternehmens von dem Umgang bzw. der Kommunikation mit Kunden, Mitarbeitern und Vorgesetzten abhängig ist und wie wenig angehende Führungskräfte darin geschult sind. Wir haben deshalb begleitend zu jedem Zyklus Soft Skill Themen in den Fernstudiengang mit aufgenommen, die sich gezielt auf Ihre Management Fähigkeiten konzentrieren und Ihnen somit eine Unterstützung im Führungs-, Konflikt- und Beschwerdemanagement, sowie der Kommunikation bieten.

RECHT

HEFT 1 GRUNDZÜGE DES ZIVILRECHTS

Das Bürgerliche Gesetzbuch (BGB) bildet die zivilrechtliche Grundlage für eine Vielzahl geschäftlicher Beziehungen. Nahezu alle Vertragsverhältnisse von der Pacht über die Miete von Filmen bis zu den Kaufverträgen finden sich im BGB. Wir werden Sie in diesem Band weder zum Juristen ausbilden können, noch wollen wir das. Doch die Kenntnis gewisser Grundlagen ist für das Betreiben einer jeden geschäftlichen Unternehmung notwendig.

HEFT 2 GESELLSCHAFTS- UND WIRTSCHAFTSRECHT, GEMA, STEUERN, JUGENDSCHUTZ

Neben dem BGB stellt das Handelsgesetzbuch (HGB) eine wichtige Rechtsgrundlage für Unternehmen dar. Das Lehrheft bringt Ihnen wichtige Grundbegriffe wie das Handelsregister, die verschiedenen Formen von Vollmachten, Regelungen zur Prokura und zum Führen von Handelsbüchern näher. In einem weiteren Kapitel stellen wir Ihnen die unterschiedlichen Gesellschaftsformen und ihre Unterscheidungsmerkmale vor. Weiterhin wird in diesem Heft eine Reihe von verschiedenen Themen behandelt. Das Vertragsverhältnis zu Ihren Besuchern, zur GEMA, Vorschriften zum Jugendschutz, Wettbewerbsrecht sowie Aspekte der Umsatz- und Vergnügungssteuer werden behandelt.

HEFT 3 PACTHVERTRAG, VERSICHERUNGEN

Ein Großteil deutscher Kinos wird in gepachteten Räumen betrieben. Aus diesem Grund widmet sich ein eigenes Heft dem Pachtvertrag. Wie geben Ihnen Tipps und Hinweise, wie Sie den Vertrag zu Ihren Gunsten gestalten können und auf welche Klauseln Sie besonders achten müssen. Im letzten Kapitel widmen wir uns den wichtigen Versicherungen. Besondere Aufmerksamkeit schenken wir dabei der Filmtheatereinheitsversicherung. Anhand von Beispielen berechnen wir Versicherungsprämien und Deckungssummen und geben Ihnen Hinweise für die Gradwanderung zwischen Unter- und Überversicherung.

HEFT 4 ARBEITS- UND TARIFRECHT, ARBEITSSICHERHEIT

Die Basis für dieses Heft wurde bereits in Heft 4 BWL „Personalmanagement“ gelegt. Hier werden wir Sie mit dem individuellen und kollektiven Arbeitsrecht vertraut machen. Besondere Aufmerksamkeit schenken wir dem Bundes-Tarifvertrag, da er die Basis für die meisten Arbeitsverhältnisse in der Kinobranche darstellt. Weiterhin geben Ihnen wir einen kurzen Überblick über das Betriebsverfassungsgesetz. Schließlich widmen wir uns der Unfallverhütung in Kinos, den Berufsgenossenschaften und der Verantwortung der Arbeitgeber bezüglich der Arbeitssicherheit.

MARKETING

HEFT 1 EINFÜHRUNG MARKETING

Marketing ist eigentlich ein Bestandteil der Betriebswirtschaft. Da aber alle Entscheidungen, die das Produkt betreffen, Marketingentscheidungen sind, haben wir diesem wichtigen Aspekt vier Hefte gewidmet. In der Einführung möchten wir Sie mit der Entwicklung des Marketings und

dem Instrumentarium (Marketing Mix) bekanntmachen. Marketing-Strategien, Positionierung, Werbeetatplanung, Werbemittel, sowie PR- und Öffentlichkeitsarbeit werden hier allgemein dargestellt. Ein großer Teil dieser allgemeinen Betrachtungen wird in den folgenden Heften des Bandes an praktischen Beispielen konkretisiert.

HEFT 2 KINOWERBUNG UND WERBEMITTLERVERTRAG

Die Werbeeinnahmen spielen heute in der Ertragsituation eines Kinos eine viel größere Rolle, als dies noch vor Jahren der Fall war. Den Beziehungen zu den Werbemittlern und der vertraglichen Grundlage, dem Werbemittlervertrag, schenken wir deshalb besondere Aufmerksamkeit. In der Einführung weisen wir auf die Qualität des Kinos als Werbeträger hin. Sie macht deutlich, weshalb das Kino trotz seiner geringen Bedeutung im Gesamtwerbemarkt einen hohen Stellenwert für die Bewerbung von Markenartikeln hat. Die Berechnung der Werbeeinnahmen auf Basis der IVW-Staffeln wird ebenso behandelt, wie die Klauseln, auf die Sie bei Vertragsabschluss mit den Werbemittlern achten müssen. Ebenso wird erläutert, wie die Werbung, bzw. der Einsatz der Werbung im Kino, sich im Zuge der Digitalisierung verändert hat.

HEFT 3 PROGRAMM- UND SPIELPLANGESTALTUNG, INTERNET, ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Die Zusammenstellung von Filmprogrammen - sowohl programmatisch als auch organisatorisch steht im Mittelpunkt dieses Heftes. Dabei wird die Arbeit in Programmkinos besonders gewürdigt. Gleiches gilt für das Kinderkino. Dabei gehen wir auf allgemeine Regeln der Programmterminierung, der Anfangszeitenplanung und der Programm-Profilierung ein; Aufgaben also, die jeder Kinomacher erfüllen muss. Anhand eines Fallbeispiels zeigen wir Ihnen, wie Sponsoren akquiriert werden können.

Das Onlinemarketing wird in diesem Heft schwerpunktmäßig behandelt. Ebenso das Marketing im Web 2.0 und Web 3.0. Aktuelle Trends und Entwicklungen des aktuellen Jahres 2013 können hier nicht außer Acht gelassen werden, wobei auch in diesem extrem schnell sich wandelnden Bereich längerfristige Trends und Grundsätze vermittelt werden. Dem Zukunftsthema „Alternativer Content“ wird in diesem Heft aufgrund seiner Komplexität viel Raum gegeben. Dies aus allen Blickwinkeln von der Verhandlung über die operative Umsetzung und das Marketing bis zur Durchführung der Veranstaltung.

HEFT 4 FILM- UND KINOMARKETING, SERVICE UND AUSSTATTUNG

In einem ersten Marketingheft haben wir einen großen Teil der möglichen Zusatzgeschäfte, die für ein Kino in Frage kommen, aufgeführt. Das beginnt beim Kino-Shop, geht über Sonderver-

anstaltungen und die Vermietung z. B. als Hörsaal bis hin zu Kinderbetreuung im Kino. Im zweiten Zyklus setzen wir uns mit der Werbung innerhalb und außerhalb eines Kinos auseinander. Dazu gehört die Preispolitik ebenso wie die Werbung für das Kino selbst und das Programm.

Schließlich geben wir Ihnen Tipps für eine effektive Öffentlichkeitsarbeit. Es kann nicht Funktion eines Fernstudiengangs sein, Ihnen zu sagen, wie Sie Ihr Kino einzurichten und auszustatten haben. Aber wir können Ihnen die Parameter nennen, auf die es zu achten gilt. Die Planung eines Kinos aus technischer und ästhetischer Sicht steht deshalb im Mittelpunkt der Betrachtungen über die Ausstattung. Im Bereich Service stellen wir die entscheidenden Anforderungen an das Personal dar. Dazu gehört nicht nur, wie das Personal mit der Arbeit und den Kunden umgeht, sondern auch, welche Angebote im Kino entscheidend von der Kompetenz und dem Engagement des Personals abhängen.

FILMWIRTSCHAFT

HEFT 1 VERTRIEBSWEGE DES FILMS UND VERLEIHERSTRUKTUR

In diesem Heft behandeln wir zunächst die historische Entwicklung des Verleihwesens. Wir verfolgen den Weg eines Films von der Produktion bis ins Kino. Dabei werden wir auf die Verhältnisse Produzent – Verleiher und Verleih – Kino eingehen. Welche Abteilungen ein Verleih hat und welche Funktionen sie erfüllen, wird auch anhand dieses Weges erläutert. Im dritten Kapitel werden wir die Verleiherstruktur in der Bundesrepublik skizzieren, den Verband der Filmverleiher vorstellen und die Arbeit der Abrechnungskontrollabteilung auch mit den Konsequenzen für das Kino beschreiben.

HEFT 2 STRUKTUR UND VERBÄNDE DER FILMWIRTSCHAFT - FILM- UND KINOFÖRDERUNG

Will man die heutige Situation der deutschen Filmwirtschaft verstehen, kommt man ohne geschichtliche Kenntnisse nicht aus. Das Scheitern des deutschen Films sowohl an der Kasse als auch bei der Kritik war nicht immer so. Die Entstehung einer regulierten Filmwirtschaft ist die Summe zahlreicher Entwicklungen, die nach dem Kriege begonnen haben. Deshalb widmet das Heft zunächst dieser Entwicklung. Die Filmkrise zu Beginn der 60er Jahre führte zu einer Reihe von elementaren Änderungen in der Branche, von denen die Einführung der Filmförderung die bis heute wichtigste ist. Im dritten Kapitel gehen wir auf die die deutsche Filmszene bestimmenden Verbände ein. Besonderen Schwerpunkt stellen hier die Verbände der Kinowirtschaft dar. Im letzten Kapitel werden die Förderungsinstrumente von Europa, Bund und Ländern erläutert. Neben einer analytischen Einordnung werden sämtliche für das Kino relevanten Instrumente mit

Richtlinien und Summen genannt. Hinweise und Tipps zur Mittelbeantragung und Verwendung beschließen das Heft.

HEFT 3 KINOTECHNIK

Dieses Heft widmet sich der Digitalisierung und den dadurch entstandenen Abläufen im Kino. Ebenso ihre Auswirkungen auf die Anforderungen an das Personal. Natürlich wird den Grundlagen der Projektionstechnik auch noch ein Kapitel gewidmet, auch wenn diese in der Form nur noch selten eingesetzt wird. Wir geben Hinweise auf die bauliche Gestaltung eines Kinos und werden die elektrischen Anlagen und den Brandschutz im Kino behandeln.

HEFT 4 VERLEIHVERTRAG UND ABRECHNUNG

Die Verleiher sind die wichtigsten Vertragspartner eines Kinos. Gleichzeitig bestehen aufgrund unterschiedlicher Interessen schon seit Jahren gewisse Spannungen. Deshalb widmen wir uns diesem Verhältnis sehr ausgiebig. Zunächst betrachten wir die verschiedenen Bestandteile der Geschäftsgrundlage wie Filmbestellvertrag, Terminbestätigung, Rückseitenklauseln, Allgemeine Geschäftsbedingungen und die SPIO-Bezugsbedingungen. Weiterhin werden die Filmverteilung, Haftungsfragen, Filmmietenbe- und -abrechnung, Härteregelungen, Förderkopien, kartellrechtliche Bestimmungen und die Bedeutung der Besuchererfassung behandelt.