

Informationen zum Fernstudiengang „Der Filmtheaterkaufmann“

Zielsetzung:

Damit das Kino seinen heutigen Stellenwert als Freizeit- und Kulturangebot wahren und in der Zukunft ausbauen kann, sind publikumsattraktive Filme allein kaum ausreichend. Mehr denn je wird in der Zukunft die Kreativität und das Geschick der Kinomacher und aller Mitarbeiter gefragt sein, um klassische Besuchergruppen an das Kino zu binden und neue Publikumsschichten anzusprechen.

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. Leider mangelt es nach wie vor an einer staatlich anerkannten, fachspezifischen Ausbildung.

Deshalb wurde 1993 auf Initiative der Filmstiftung Nordrhein-Westfalen und des Wirtschaftsverbandes der Filmtheater Nord-West e.V. und mit Unterstützung zahlreicher Persönlichkeiten der Filmtheaterbranche sowie des Hauptverbandes Deutscher Filmtheater (HDF) ein Fernstudiengang zum "Filmtheaterkaufmann" geschaffen. Er bietet die Möglichkeit, berufsbegleitend vorhandene Kenntnisse zu vertiefen und neues Wissen zu erwerben. So wird eine Fachkompetenz erworben, die von Fachleuten der Branche als Grundlage einer erfolgsversprechenden Kinobetriebsführung angesehen wird.

Der Kurs wurde von 1995-2011 von über 500 Teilnehmern erfolgreich abgeschlossen. Mit Unterstützung der Filmförderungsanstalt Berlin (FFA) und der Filmstiftung NRW wurde das Material im Jahr 2000 und 2010 grundlegend überarbeitet, aktualisiert und gestrafft. Eine weitere Überarbeitung ist für 2011 / 2012 geplant.

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 Lehre oder auf andere Art erworben worden sein können. Zusätzlich zu dieser Vorbildung sind praktische Erfahrungen im Kino- oder Filmbereich hilfreich, können aber auch währenddessen oder danach erworben werden. Der Fernstudiengang ist als

Zusatzqualifikation konzipiert, während der Kursteilnehmer parallel dazu das theoretisch erworbene Wissen im Rahmen einer praktischen Tätigkeit anwenden und festigen kann.

Lernmethode:

Das rund 1.200 Seiten starke Ausbildungsprogramm wird in Form eines Fernstudiengangs bundesweit angeboten. Die Teilnehmer bearbeiten im Selbststudium das für diese Zwecke besonders aufbereitete Lehrgangsmaterial. Zusätzlich werden vier 2-tägige Präsenzseminare angeboten, in denen der bereits bearbeitete Lehrgangsstoff im Dialog mit Dozenten und anderen Kursteilnehmern wiederholt und vertieft werden 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 werden insgesamt vier Präsenzseminare durchgeführt, die der Vertiefung ausgewählter Lehrgangsinhalte und der Absolvierung von Zwischenprüfungen dienen. Der Lehrgang wird in 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. Dankeswerterweise 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, Roman Colm, Nikolaus von der Decken, Wolfgang Fischer, Birgit Heidsiek, Thomas D. Hillmer, Dr.-Ing. Günter von Hochmeister, Johannes Klingsporn, Chris Koppelmeier, Uwe Kombrink, Hans D. Maier, Wolfgang Paetsch, Carsten Pfaff, Dr. Heribert Schlinker, Thomas Rahmert, Anne Batisweiler.

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 Filmtheaterkaufmann hat die Zulassungsnummer 642394.

Stichworte aus dem Lernzielkatalog:

- ❖ Eigenschaften und Fähigkeiten eines Managers
- ❖ 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

Herausgeber:

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

Entwicklung und Lehrgangsverträge:

rmc medien + kreativ consult
Alte Feuerwehrrwache
Gathe 6
42107 Wuppertal
Tel.: 0202 / 454341
Tel.: 0202 / 2549537

Präsenzseminare:

Die Seminare werden in Wuppertal durchgeführt.

Kosten, Rechnungslegung und Kündigung:

1.900 €, bei Einzugsermächtigung 1.850 €. Die Gebühr wird in vier Raten fällig. Nach Unterzeichnung des Vertrages besteht ein Widerrufsrecht von 14 Tagen. Danach kann der Vertrag nach Ablauf des ersten Halbjahres, mit einer Frist von 6 Wochen gekündigt werden. Der Kurs ist von der Mehrwertsteuer befreit.

Förderung:

Die regionalen Förderungen der Bundesländer NRW, Niedersachsen, Berlin/ Brandenburg und Bayern haben der Förderung des Lehrgangs zugestimmt. Weiterhin unterstützt die FFA unter Bezugnahme auf die Förderung von Weiterbildung (FFG § 59) in Berlin die Kursteilnahme. Formlose Anträge sind mit Kopie des Lehrgangsvertrages **direkt** bei diesen Institutionen zu stellen. Andere Förderungen sind im Einzelfall möglich. Hier wird den Interessenten empfohlen, sich direkt an die zuständigen Stellen zu wenden.

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

Auskunft:

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

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

Jeanette Kuhnenn
0202-2496-161
0202-2496-166
kuhnenn@rmc-medien.de

Lehrinhalte

BETRIEBSWIRTSCHAFT

HEFT I 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 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 der Filmbesuchs und die Demographie und das Verhalten. 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. 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 und exemplarische eine Standortanalyse und -bewertung durchspielen.

HEFT 3 KOSTENRECHNUNG

Zu Beginn werden die Kosten- und Erlösarten in einem Kino erörtert. Die Gewinnschwellenpunkt- und die Deckungsbeitragsrechnung werden ausführlich dargestellt, um die Notwendigkeit solcher Instrumente zu demonstrieren. Im Zusammenhang mit Betriebsvergleichen und anderen statistischen Daten werden wir Ihnen ein tragfähiges Controllingssystem 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.

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

Da die meisten Kinobetreiber Kaufleute kraft Eintragung ins Handelsregister sind, gelten für sie die Bestimmungen des Handelsgesetzbuches (HGB). Kaufmannseigenschaften, Handelsregister, Vollmacht und Prokura und das Führen von Handelsbüchern werden dort erläutert. 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 PACTVERTRAG, VERSICHERUNGEN

Ein Großteil deutscher Kinos wird in gepachteten Räumen betrieben. Aus diesem Grund widmet sich ein eigenes Heft dem Pachtvertrag. Wie geben Ihnen Tips 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 „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 KINDWERBUNG UND WERBEMITTLERVERTRAG

Die Werbeeinnahmen spielen heute in der Ertragssituation 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.

HEFT 2 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 Marketing und dem Instrumentarium (Marketing Mix) bekanntmachen. Hier werden Sie zahlreiche Begriffe und Überlegungen aus Heft 1 wiederfinden. Marketing- Strategien, Positionierung, Werbeetatplanung, Werbemittel und die relevanten Werbevorschriften werden hier allgemein dargestellt. Ein großer Teil dieser allgemeinen Betrachtungen wird in den folgenden Heften des Bandes an praktischen Beispielen konkretisiert.

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 Internet als das wichtigste Kommunikations- und Informationsmedium der Zukunft wird in seinen Strukturen erläutert, wie man es für Recherchen und die tägliche Arbeit nutzen kann und nicht zuletzt wie es als wichtiges Werbemedium genutzt werden kann.

HEFT 4 FILM- UND KINOMARKETING, SERVICE UND AUSSTATTUNG

Im ersten Kapitel 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. In einem zweiten Kapitel haben wir einen großen Teil der möglichen Zusatzgeschäfte, die für ein Kino in Frage kommen, aufgeführt. Das beginnt beim Kino-Shop, geht über Sonderveranstaltungen und die Vermietung z. B. als Hörsaal bis hin zu Kinderbetreuung im Kino. Schließlich geben wir Ihnen Tips 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 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 Tips zur Mittelbeantragung und Verwendung beschließen das Heft.

HEFT 2 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.

HEFTE 3 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, Härterege-lungen, Förderkopien, kartellrechtliche Bestimmungen und die Bedeutung der Besuchererfassung behandelt.

HEFT 4 KINOTECHNIK UND BRANDSCHUTZ

Das letzte Heft widmet sich den technischen Aspekten eines Kinos. Zunächst behandeln wir technische Grundlagen der Projektionstechnik und geben Hinweise auf die bauliche Gestaltung eines Kinos. Dabei werden auch einige Sicherheitsaspekte, die dabei berücksichtigt werden müssen, erläutert. Die in einem Kino üblichen Projektions-, Filmwickel- und Tonanlagen werden erklärt und münden in einer Darstellung neuer Techniken, die im Kino Einzug halten (können). Weiterhin werden wir die elektrischen Anlagen und den Brandschutz im Kino behandeln.