

Informationen zum Fernstudiengang „Kaufmann/Kauffrau für Filmtheatermanagement“

Vorwort

Das Kino ist ein unverzichtbarer Bestandteil der Kulturwirtschaft in Deutschland und Europa. Denn der Film hat darin einen besonderen Stellenwert, und für die Filmauswertung ist das Kino nach wie vor die „Lokomotive“. Gleichzeitig ist es soziale und kulturelle Versammlungsstätte. Jedoch konkurriert es dabei zunehmend mit anderen Medien- und Freizeitangeboten. Mehr denn je gilt es daher, das Produkt Kino für den Verbraucher attraktiv zu machen.

Sich immer schneller vollziehende technologische Weiterentwicklungen, dabei allen voran die Digitalisierung, beeinflussen und verändern die Arbeitsprozesse und Arbeitsabläufe auch im Kino, ebenso das Konsumverhalten der Kino- oder Nicht-Kinogänger. Damit verändern sich auch die Mittel und Inhalte der Kundenansprache und der Kundenbindung für das Produkt Film und das Produkt Kino. Das stellt besondere Anforderungen für eine erfolgreiche Kommunikation sowohl mit dem jungen Zielpublikum als auch den übrigen Zielgruppen der immer älter werdenden Gesellschaft.

Zudem sind für ein erfolgreiches Kino nicht nur umfassende Kenntnisse in den verschiedensten Bereichen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre erforderlich, sondern auch kinospezifisches und brancheninternes Wissen.

Das Kino kann sich in der hochdynamischen und -kompetitiven Medienlandschaft nur dann zukunftssicher und erfolgreich platzieren, wenn der Nachwuchs in allen genannten Bereichen qualitativ gefördert wird.

rmc medien + kreativ consult GmbH (rmc) ist seit Jahren darauf spezialisiert, in einem strukturierten Bildungsangebot die hierfür notwendigen Kenntnisse zu vermitteln. Hierzu leistet der Fernstudiengang Kaufmann/-frau für Filmtheatermanagement einen entscheidenden Beitrag. Die lange Erfahrung von rmc, detaillierte und gewachsene Branchenkenntnisse sowie die Einbindung fachkompetenter Persönlichkeiten bei der Erarbeitung des Lehrgangsmaterials und in den Unterricht, garantieren eine kompetente Darstellung und die Vermittlung hochqualitativen Praxiswissens.

Bereits seit 1995 begleitet und unterstützt der HDF KINO e.V. als Hauptverband der deutschen Filmtheater die Arbeit von rmc in diesem Bereich (bis 2013 noch „Filmtheaterkaufmann“) und begrüßt, dass mit dem 2013 neu konzipierten Fernstudiengang „Kaufmann/frau für Filmtheatermanagement“ im Interesse der Kinokulturwirtschaft und ihrer Mitarbeiter ein zentrales Fortbildungsinstrument fortgeführt wird.

Die Nutzung dieser Fortbildungsmöglichkeit ist für jedes Unternehmen der Kinowirtschaft, einem integralen Bestandteil der Kulturwirtschaft, mehr denn je eine lohnende Investition in die Zukunft. Sie ist und sollte von allen Kinobetreibern als ein „Muss“ für die in der Kinowirtschaft Tätigen angesehen und unterstützt werden.

Dr. Thomas Negel
Präsident der Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e.V. (SPIO)



Intro

„Erfolg besteht darin, dass man genau die Fähigkeiten hat,
die im Moment gefragt sind“

(Henry Ford)

Die rmc medien + kreativ consult hat es sich zur Aufgabe gemacht, Filmschaffenden, die im Kino arbeiten und in Zukunft arbeiten möchten, die Kenntnisse und Fähigkeiten zu vermitteln, die unsere Branche aktuell fordert. Schon seit 1995 bietet unser Fernlehrgang eine stark branchenorientierte Fortbildungsmöglichkeit an. Seinerzeit ergriffen die Filmstiftung Nordrhein-Westfalen und der Wirtschaftsverband der Filmtheater Nord-West e.V. mit Unterstützung zahlreicher Persönlichkeiten der Filmtheaterbranche sowie des Hauptverbandes Deutscher Filmtheater (HDF) die Initiative zum Aufbau des Fernstudiengangs zum „Filmtheaterkaufmann“. Der Kurs wurde zwischen 1995 und 2017 von über 650 Teilnehmern erfolgreich abgeschlossen.

Mit der sehr weitgehenden, inhaltlichen und konzeptionellen Überarbeitung der Lehrgangsinhalte haben wir 2013 auch eine Modernisierung der Bezeichnung in „Kaufmann/Kauffrau für Filmtheatermanagement“ vorgenommen.

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

Mit Unterstützung der Filmförderungsanstalt Berlin (FFA) und der Filmstiftung NRW wurde das Lehrmaterial im Jahr 2013 grundlegend überarbeitet, damit auch Themen wie zum Beispiel die „Digitalisierung und ihre Auswirkungen auf tägliche Arbeitsprozesse“, „Social Network Marketing“, der Einsatz von alternativem Content und andere Entwicklungen in unserer Branche umfassend behandelt und an die Lehrinhalte angepasst werden konnten. 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, was ein gesundes Basiswissen der spezifischen Betriebswirtschaft eines Kinos unverzichtbar macht.

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 Kinobranche. Unabhängig davon, ob sie ihren beruflichen Werdegang in einem Arthaus-, einem traditionellen Kino, einem Multiplex Kino, oder auch in anderen Bereichen unserer Branche, wie zum Beispiel dem Verleih, gestalten möchten.

Die vier Präsenzseminare finden seit der Erweiterung des Lehrmaterials 3,5-tägig statt, damit den Teilnehmern noch mehr Wissen von qualifizierten Praktikern unserer Branche vermittelt werden und dieses vertieft werden kann. Seit 6 Jahren bieten wir unseren Studenten zyklusübergreifend aufeinander aufbauende Seminare zum Führungs-, Konflikt-, Kommunikations- und Beschwerdemanagement, welche von den Teilnehmern in ihrer beruflichen Praxis bereits erfolgreich umgesetzt werden konnten.



	<p>Damit nehmen wir zusätzlich Fokus auf die Managementfähigkeiten der zukünftigen „Kinomacher“, die für die erfolgreiche Führung eines Kinounternehmens unerlässlich sind.</p>
Zielgruppe	<p>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.</p>
Empfohlene Grundkenntnisse	<p>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 sehr 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 durch das jeweilige Unternehmen, sowohl finanziell als auch im Sinne einer Freistellung, wäre wünschenswert.</p>
Lernmethode	<p>Das rund 1.600 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 3,5-tägige Präsenzseminare in Wuppertal angeboten, in denen auf Teilbereiche des bereits bearbeiteten Lehrgangsstoffs im Dialog mit Dozenten und anderen Kursteilnehmern eingegangen wird bzw. diese wiederholt und vertieft werden. Durch den Praxisbezug der Dozenten wird hier auch zusätzlicher, bzw. ergänzender Lehrstoff vermittelt. Bei jedem Präsenzseminar wird zu jedem Fach eine Zwischenklausur geschrieben (jedes Fach 1 Stunde). Zwischenzeitlich auftretende Fragen können telefonisch oder schriftlich mit dem Lehrgangsträger abgeklärt werden.</p> <p>Der Lehrgang dauert insgesamt 12 Monate und beginnt im November 2019. Der Lehrgang endet mit einer institutseigenen Abschlussprüfung.</p>
Durchführung	<p>Der Kurs ist einschließlich des Prüfungsverfahrens auf eine Dauer von 12 Monaten angelegt. Die dabei zugrunde gelegte Lernzeit beträgt zwei Stunden täglich beziehungsweise 10 Stunden wöchentlich. In regelmäßigen Abständen (8-12 Wochen) werden insgesamt vier Präsenzseminare durchgeführt, die der Vertiefung ausgewählter Lehrgangsinhalte und der Absolvierung von Zwischenprüfungen dienen. Der Lehrgang wird mit einer schriftlichen Prüfung (2 x 4 Stunden) abgeschlossen, deren Ergebnis mit den Bewertungen der Zwischenprüfungen zu einer Endnote in jedem Fach zusammengefasst wird. Der Prüfungskommission für die mündliche Prüfung werden Persönlichkeiten des Lehrgangsträgers und ggf. Persönlichkeiten verschiedener Institutionen der Filmtheaterbranche sowie Vertreter der Herausgeber angehören.</p>
Autoren	<p>An der Erstellung der Lehrbriefe haben ausgewiesene Experten 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 unter anderem: Anne Batisweiler, Christopher Bausch, Michael Beckmann, Stephan Birkenholz, RA Rainer Buttron, Lea Christensen, Andreas Crüsemann, RA Frank Engelhard, Silke Gottlebe, Hans Hertel, Kim Ludolf Koch, Martin Kochendörfer, Oliver Kühne, Thomas Limmer, Karl-Joachim Lohkamp, Jan Oesterlin, Claudia Overath, Thomas Pintzke, Dr. Natalie Pournalikan, Petra Rockenfeller, Renate Scheliga, Thomas Rahnert, Christoph Schwieter, Annette Wörsdörfer und viele andere.</p>
Zulassung durch die ZFU	<p>Jeder in der Bundesrepublik für Zwecke der beruflichen Aus- und Weiterbildung angebotene Fernlehrgang bedarf einer besonderen Genehmigung durch die staatliche Zentralstelle für Fernunterricht (ZFU). Diese stellt fest, ob der Fernlehrgang den</p>



	<p>Ansprüchen eines Fernstudiums gerecht wird und staatlich als solcher anerkannt werden kann. Der Filmtheatermanager (Kaufmann/Kauffrau für Filmtheatermanagement) hat die Zulassungsnummer 642394.</p>															
Stichworte aus dem Lernzielkatalog	<ul style="list-style-type: none">- 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 (zur Zeit existiert kein gültiger Tarifvertrag)- Ausführliche Darlegung der Verleih-Bezugsbedingungen- Berufsgenossenschaft, Schutzbestimmungen und Sicherheitsmaßnahmen- Gewinnung von Sponsoren- Optimale Auslastung des Spiel- und Kinobetriebes- Sämtliche bundesweite 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	<ul style="list-style-type: none">- 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 3,5-tägig in Wuppertal durchgeführt. Beim 5. Präsenzseminar findet die Abschlussprüfung an 2 Tagen (2 x 4 Stunden) statt.															
Kosten, Rechnungslegung und Kündigung	2.750 €, bei Einzugsermächtigung 2.700 € plus 250 € Verpflegungskosten. Die Gebühr wird in vier Raten fällig. Nach Eingang des unterschriebenen Vertrags besteht die 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, Baden-Württemberg und Bayern etc. sind einzeln abzufragen. Formlose Anträge sind mit Kopie des Lehrgangsvertrages direkt bei diesen Institutionen zu stellen. Die FFA fördert seit des Wegfalls des §56 2014 der Weiterbildung nicht mehr.															
Auskunft	Für eventuelle Fragen und Informationen stehen Ihnen die Leitung für Aus- und Weiterbildung für Film – und Kinoschaffende, Frau Claudia Overath, und unser Sekretariat, Frau Jeanette Kuhnhenh, jederzeit zur Verfügung. Alle Informationen erhalten Sie auch im Internet unter www.filmtheatermanager.de															
	<table><tr><td></td><td>Claudia Overath</td><td>Jeanette Kuhnhenh</td></tr><tr><td>Tel:</td><td>0202-2496-154</td><td>0202-2496-161</td></tr><tr><td>Fax:</td><td>0202-2496-166</td><td>0202-2496-166</td></tr><tr><td>E-Mail:</td><td>overath@rmc-medien.de</td><td>kuhnhenh@rmc-medien.de</td></tr><tr><td></td><td>www.rmc-medien.de</td><td></td></tr></table>		Claudia Overath	Jeanette Kuhnhenh	Tel:	0202-2496-154	0202-2496-161	Fax:	0202-2496-166	0202-2496-166	E-Mail:	overath@rmc-medien.de	kuhnhenh@rmc-medien.de		www.rmc-medien.de	
	Claudia Overath	Jeanette Kuhnhenh														
Tel:	0202-2496-154	0202-2496-161														
Fax:	0202-2496-166	0202-2496-166														
E-Mail:	overath@rmc-medien.de	kuhnhenh@rmc-medien.de														
	www.rmc-medien.de															



Betriebswirtschaft

Lehrinhalte

Heft 1 Einführung Management/Markt und Publikum

Der Band Betriebswirtschaft beginnt mit einer Einführung in das moderne Management. Darin werden 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 strategischer 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 der Kinobesucher. 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 an, 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 beziehungsweise 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 Managementfähigkeiten 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 Pachtvertrag, 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 Bundestarifvertrag (sofern eine neue Einigung zwischen dem HDF und Verdi gefunden wird), da er die Basis für die meisten Arbeitsverhältnisse in der Kinobranche darstellt. Weiterhin geben wir Ihnen 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 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. Ebenso wird erläutert, wie die Werbung beziehungsweise der Einsatz der Werbung im Kino sich im Zuge der Digitalisierung verändert hat. Trotz vieler Vorteile der Werbung für das Kino, gehen wir im dritten Zyklus, im Hinblick auf die Spielplangestaltung auch darauf ein, welche Vorteile es haben kann sein Kino werbefrei zu gestalten.

Heft 3 Programm- und Spielplangestaltung, Internetmarketing, 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. In diesem sich extrem schnell wandelnden Bereich werden längerfristige Trends und Grundsätze vermittelt. Dem Thema „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 diesem Heft beschäftigen wir uns mit dem Marketing zum Film sowohl innerhalb, als auch außerhalb des Kinos. Wir unterscheiden Öffentlichkeitsarbeit und Sponsoring und beschäftigen uns mit der sinnvollen Nutzung des Web 2.0. Sie lernen zusätzliche Einnahmequellen für das Kino kennen und wie Sie sich von der Konkurrenz entsprechend abheben können. Dazu zählt das Kinodesign ebenso wie ein gut organisiertes und gut funktionierendes Team. Wir können Ihnen zwar nicht 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. Deshalb geben wir einen kleinen Rückblick in die Entwicklung der Film- und Kinowirtschaft in Deutschland. Wir gehen auf die die deutsche Filmszene bestimmenden Verbände ein. Besonderen Schwerpunkt stellen hier die Verbände der Kinowirtschaft dar. Die Förderungsinstrumente von Europa, Bund und Ländern werden dargestellt und 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 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.

Heft 3 Verleihvertrag und Abrechnung

Die Verleiher sind die wichtigsten Vertragspartner eines Kinos. Die Kinos die wichtigsten Vertragspartner des Verleihers. Beide Seiten wissen dies und dennoch gibt es hin und wieder Punkte, über die man sich nicht einig werden, oder sogar Differenzen austragen kann. Das „Credo“ dieses Kurses und vor allem der Behandlung dieser Themen ist aber, dass unsere Branche NUR MITEINANDER gut funktionieren kann. Zunächst betrachten wir die verschiedenen Bestandteile der Geschäftsgrundlage wie Terminbestätigung, Rückseitenklauseln, Allgemeine Geschäftsbedingungen und die SPIO-Bezugsbedingungen. Weiterhin werden die Filmverteilung, Haftungsfragen, Filmmietenberechnung- und -abrechnung, Härteregelungen, kartellrechtliche Bestimmungen und die Bedeutung der Besuchererfassung behandelt

Heft 4 Kinotechnik

Dieses Heft widmet sich den technischen Aspekten eines Kinos. Zunächst behandeln wir den grundsätzlichen Aufbau der Technik im Filmtheater und geben Hinweise auf die bauliche Gestaltung eines Kinos. Wir gehen intensiv auf die Digitalisierung im Kino ein und beleuchten die damit verbundenen Prozesse und Anlagen. Wir beschäftigen uns mit den Grundlagen von Bild und Ton in der Filmvorführung und stellen aktuelle Entwicklungen in der Automatisierung vor. Zudem werden wir uns mit Wartung beschäftigen und auf die aktuellen Servicedienstleistungen eingehen. Ein Blick in die zukünftigen technischen Möglichkeiten schließt dieses Heft ab.