



Lionel Bertinet (CNC), Steve Perrin (UK Film Council), Olivier Hillaire (Manice.org), Peter Dinges (FFA), Krzysztof Kuik (v.l.n.r.)

© Birgit Heidsiek

IM ZUGE DER ZUNEHMENDEN DIGITALISIERUNG DER KINOS ÄNDERN SICH AUCH DIE GESCHÄFTSMODELLE IN DER BRANCHE. DIE KOSTEN FÜR EINE HERKÖMMLICHE 35MM-FILMKOPIE WERDEN DURCH EINE VIRTUAL PRINT FEE (VPF) ERSETZT, DEREN PREIS VON VIELEN UNTERSCHIEDLICHEN FAKTOREN ABHÄNGT. DIE UNABHÄNGIGEN VERLEIHER IN EUROPA BEFÜRCHTEN, DASS SICH DIE KINOAUSWERTUNG VON INDEPENDENTFILMEN ZU DEN NEUEN KONDITIONEN NICHT MEHR RECHNEN WIRD.

Wir sitzen in der Falle

Das System zur Finanzierung des digitalen Kinos über die VPF ist perfekt für die Hollywoodmajors“, ereiferte sich der portugiesische Produzent, Kinobetreiber und Festival-Leiter Paolo Branco auf der Jahreskonferenz des unabhängigen europäischen Verleihverbandes Europa Distribution in Estoril. „Dabei müssen die unabhängigen Kinos und Verleiher am Ende die Zeche zahlen“, wettete Branco, der in Portugal die Kinkette Cinemas Medeia betreibt.

Die entwickelten Modelle zur Finanzierung des digitalen Kinos stellten eine echte Gefahr für die Independents dar, da sich dadurch die Konditionen für sie erheblich verschlechterten. Viele unabhängige Kinos könnten nicht die Finanzierung für die digitalen Projektionssysteme aufbringen. Wenn sie jedoch auf die Umstellung verzichteten, könnten sie viele Filme nicht mehr einsetzen und würden in kurzer Zeit vom Markt verschwinden. Auch die unabhängigen Verleiher liefen Gefahr, dass sie sich die Kinoauswertung von klassischen Arthousefilmen aufgrund hoher VPFs in Zukunft nicht mehr leisten können. „Damit sitzen wir in der Falle“, betonte der Estoril Film Festival-Leiter, der an die Branche appellierte, bessere Modalitäten für die Independents zu schaffen. An der Jahreskonferenz von Europa Distribution, die während des Estoril Film Festivals in dem portugie-

sischen Küstenort stattfand, nahmen nicht nur zahlreiche unabhängige Verleiher aus ganz Europa teil, sondern auch die Chefs von zentralen Filmförderungsinstitutionen wie der Filmförderungsanstalt (FFA), dem Centre National de la Cinématographie (CNC) dem UK Film Council, Vertreter der verschiedenen „Integratoren“ wie Sony, Arts Alliance Media (AAM), XDC und Ymagis sowie der EU-Wettbewerbskommission in Brüssel. Im Zentrum der zahlreichen Diskussionsveranstaltungen stand das digitale Kino, das in Europa zunehmend auf der Vormarsch ist. Die Anzahl der digitalen Projektionssysteme in den europäischen Kinos hat sich 2009 innerhalb von nur sechs Monaten von 1.300 auf rund 2.600 verdoppelt. Doch dies ist erst der Anfang, denn mittelfristig sollen 34.000 Leinwände in Europa digital konvertiert werden.

Allein in Deutschland geht der FFA-Vorstand Peter Dinges von 3.700 Kinosälen aus, die mit digitalem Equipment ausgestattet werden. Pro Leinwand werden dafür 60.000 Euro für das Equipment, 10.000 Euro für die Infrastruktur im Kino sowie eine finanzielle Reserve von 5.000 bis 7.000 Euro kalkuliert, so dass die Gesamtkosten pro Kinosaal bei insgesamt 77.000 Euro liegen. Den gesamten Investitionsbedarf für die Digitalisierung der Kinos in Deutschland beziffert Dinges auf 285 Mio. Euro.

Wird diese Summe bei allen 34.000 Leinwänden in Europa angesetzt, schlagen die Kosten für die Kinodigitalisierung mit 2,61 Mrd. Euro zu Buche. Von diesem Kuchen möchten sich die Integratoren gerne ein Stück abschneiden und sind daher bemüht, möglichst viele Filmtheater unter Vertrag zu nehmen. In Estoril stellten die vier Marktführer, die in Europa die Kinos digital ausstatten, ihre Konzepte und Konditionen vor. „Unser Ziel ist es, so viele Kinosäle wie möglich zu konvertieren“, erklärte David McIntosh, Chief Finance Officer von Sony in Großbritannien, der als einziger Integrator ausschließlich auf 4K-Technologie setzt. Nach der Umrüstung der britischen Kinokette Apollo Cinemas werden zu diesem Zweck rund 3.500 Leinwände in Europa anvisiert. Auf die Digitalisierung von insgesamt 7.000 europäischen Kinosälen hat es die britische Firma Arts Alliance Media abgesehen, die bereits mit Kinoketten in Frankreich, Spanien, den Niederlanden und Italien ins Geschäft gekommen ist.

Große Pläne verfolgt auch XDC, die 8.000 Kinoleinwände in 21 Ländern ins Visier genommen haben. „Die Kinos müssen bei uns keine Finanzierung mitbringen“, erklärte Judith Michel, die bei XDC für das Digital Content Lab verantwortlich ist. Der Cash Flow bei der Kinodigitalisierung ist durch 100 Mio. Euro gesichert, den die französische Geschäftsbank BNP Paribas dem belgischen Integrator zur Verfügung stellt. Weitere 5.500 Leinwände in Kontinentaleuropa will der französische Integrator Ymagis unter Vertrag nehmen, der auch Geschäftsmodelle für kleinere Kinos und Nachspielhäuser anbietet. Gehen die Pläne dieser vier Integratoren auf, würden sie gemeinsam 24.000 der insgesamt 34.000 europäischen Kinosäle digital umrüsten.

Angesichts dieses oligopolistischen Szenarios hatte Europa Distribution den EU-Wettbewerbskommissar Krzysztof Kuik nach Estoril eingeladen, der in Brüssel den Medienbereich leitet und dort die cross-nationalen Verträge genau unter die Lupe nimmt. Eine dominierende Position einer Firma stelle für die Europäische Kommission kein Problem dar, solange kein Missbrauch dieser Marktmacht erfolge. „Das bedeutet“, führte der europäische Wettbewerbshüter aus, „dass die Kunden nicht gezwungen werden dürfen, sich für eine bestimmte Lösung zu entscheiden.“

Sämtliche Modelle der Integratoren zur Finanzierung des digitalen Kinos sehen als elementaren Baustein die Virtual Print Fee (VPF) vor, welche die Verleiher für den Filmeinsatz der digitalen Kopie entrichten müssen. Mit diesem Beitrag sollen die Verleiher sich an der Finanzierung der digitalen Projektionssysteme der Kinos beteiligen. Grundsätzlich sind die Verleiher dazu bereit, ihren Anteil dazu beizutragen. Kritisiert wird allerdings die mangelnde Transparenz bei diesem System, weil keine einheitlichen Sätze dafür kalkuliert werden. Die Integratoren unterscheiden dabei zwischen einer Flat VPF, bei der sämtliche Kinoeinsätze durch eine einmalige Pauschalsumme abgedeckt werden, und der Decreasing VPF, bei der die Gebühren für den

Digitalkinoeinsatz gestaffelt sind und Woche für Woche sinken. Doch beide Varianten bedienen nicht die Bedürfnisse der unabhängigen Verleiher, deren Filmauswertung nach einem anderen Prinzip erfolgt als bei den Majors. Während die großen Hollywoodfilme oftmals mit vielen Kopien an den Start gehen und in den ersten beiden Wochen ein Großteil ihrer Besucher generieren, erfolgt die Kinoauswertung von Arthousefilmen meistens über einen wesentlich längeren Zeitraum. Die Filme werden mit deutlich weniger Kopien nur in den wichtigsten Städten gestartet und nach der dortigen Auswertung an andere Kinos weitergegeben werden. Wenn für jeden

Kinoeinsatz jedes Mal wieder eine neue VPF fällig wird, sind die Grundkosten für den Filmeinsatz so hoch, dass die Auswertung von Arthousefilmen für die Verleiher nicht mehr lukrativ erscheint.

Diese Bedenken vermochten die Integratoren auch in Estoril nicht auszuräumen, denn bezüglich dieser Schlüsselfragen hielten sich alle Firmen bedeckt. „Die Verleiher haben unterschiedliche Bedürfnisse“, konstatierte Gwendak Auffret, der bei AAM für die Abschlüsse der VPF-Deals verantwortlich ist. „Ich lasse mir von den Verleihern eine Booking-Liste geben, nach der die Rechnung erstellt wird.“ Auch Ymagis gab dazu keine Details preis. „Das VPF-Modell ist sehr komplex“, befand Jean Mizrahi, der Gründer von Ymagis. „Wir bieten jedem Verleiher eine maßgeschneiderte Lösung an, denn auch im 35mm-Bereich zahlt nicht jeder Verleih die gleiche Summe.“

Als weiteres Problem hinzu kommt, dass die Verleiher in der Übergangsphase sowohl Zelluloid-Kopien für die herkömmlichen Kinos sowie digitale Kopien für die bereits umgerüsteten Häuser anbieten müssen. Doch diese Hybrid-Lösung kommt den Verleihern erst recht teuer zu stehen.

„Es müssen neue Wege für die Distribution gefunden werden“, erklärte Antonio Medici, der Vorsitzende von Europa Distribution. „Es wird immer Independent-Filme geben, die herausgebracht werden.“ Allerdings schrumpft im Kinobereich weltweit die Abspielbasis für Arthousefilme. Ganz drastisch stellt sich diese Situation bereits in Bulgarien dar, wo die Hollywoodstudios zwischen 95 und 99 Prozent des Kinomarktes dominieren und nur noch zwei Arthouse-Kinos existieren. „In drei Jahren wird es bei uns keine Programmkinos mehr geben“, prognostiziert Emil Simenonov, der sich mit seinen Arthouse-Verleih Pro Films nur über Wasser halten kann, weil er zusätzlich einen gut gehenden Verlag für Kinder- und Jugendbücher betreibt. Aber auch in vielen westeuropäischen Ländern kämpfen unabhängige Kinos und Verleiher schon jetzt um ihre Existenz. Wenn sich die Befürchtungen einiger Verleiher im Hinblick auf eine Kostensteigerung durch das digitale Kino bewahrheiten, könnte dies dramatische Folgen für die Auswertung von unabhängigen Arthousefilmen haben.

◀Birgit Heidsiek





Adeline Monzier

DAS SCHLAGKRÄFTIGSTE ARGUMENT FÜR DIE EINFÜHRUNG DES DIGITALEN KINOS IST DIE DAMIT VERBUNDENE KOSTENERSPARNIS. DOCH DIE UNABHÄNGIGEN EUROPÄISCHEN VERLEIHER BEFÜRCHTEN, DASS IHNEN DIE DIGITALE FILMAUSWERTUNG IM KINO IN MANCHEN FÄLLEN SOGAR TEURER ZU STEHEN KOMMEN KÖNNTE. MEDIEN BULLETIN SPRACH MIT ADELINE MONZIER, GESCHÄFTSFÜHRERIN DES UNABHÄNGIGEN EUROPÄISCHEN VERLEIHERVERBANDES **EUROPA DISTRIBUTION**, ÜBER DIE FINANZIERUNG DES DIGITALEN ROLL-OUTS.

Der Preis des digitalen Kinos

Welche Themen bewegen derzeit die unabhängigen Verleiher in Europa?

Das Hauptthema, das alle unabhängigen Verleiher beschäftigt, ist das digitale Kino.

Es ist momentan eine sehr spannende Zeit, weil dies für die Verleiher jetzt Realität wird. Bei unserer letzten Jahreskonferenz stand das digitale Thema auch auf der Agenda, aber damals verfügten nur wenige Verleiher über Erfahrung damit. Inzwischen gibt es schon viele Verleiher, die ihre Filme digital im Kino ausgewertet haben und die Vor- und Nachteile des digitalen Roll-Outs besser bewerten können. Denn sie kennen die Business-Modelle der Third Party-Provider und wissen, wovon sie sprechen.

Welche Veränderungen bringt die Digitalisierung außerdem mit sich?

Wir haben auf unserer Konferenz auch über neue Formen des Marketings diskutiert. Über das Internet und mit Hilfe neuer Marketingformen können die Verleiher ihre Filme zu einem geringeren Preis bewerben und damit ein größeres Publikum ansprechen.

Die Frage ist, wie sich über die Social Communities wie Facebook oder Twitter neue Zielgruppen erreichen und in die Verleihstrategien einbinden lassen, damit sie sich die jeweiligen Filme anschauen, damit auseinandersetzen und sie weiterempfehlen.

Für den digitalen Roll-Out, gibt es in jedem Land unterschiedliche Ansätze. Wie können die verschiedenen Länder voneinander profitieren?

In Bezug auf die verschiedenen Business-Modelle ist es sehr interessant zu erfahren, in welchen Ländern die staatliche Filmförderung den digitalen Roll-Out unterstützen will. Dies ist in Deutschland, Frankreich, Norwegen und in Italien im Rahmen der neuen Steuerabschreibungen der Fall.

Die verschiedenen Geschäftsmodelle sind gezielt für das digitale Kino entwickelt worden und geben einen Überblick über die aktuelle Entwicklung in diesem Bereich. Darüber hinaus werden die Verleiher in anderen Ländern dadurch ermutigt, die staatliche Filmförderung in ihrem Heimatland darauf hinzuweisen, dass einige Länder durchaus den digitalen Roll-Out unterstützen.

Nachdem eine spanische Verleiherin auf unserer Konferenz gehört hat, wie aktiv Frankreich und Deutschland die Digitalisierung der Kinos fördern, will sie die staatliche Filmförderung in Spanien darauf ansprechen, warum sie nicht auch aktiv wird. Dabei kann sie ihnen ganz konkrete Businessmodelle präsentieren, die auf eine Beteiligung der öffentlichen Förderung oder auf staatliche Impulse wie in Frankreich durch die Beteiligung von Fonds abzielen. Auf solche Modelle können auch andere Länder aufbauen. Deshalb ist es wichtig zu wissen, welche Entwicklung in den anderen Ländern sowohl in öffentlicher als auch privater Form erfolgt.

Wie erfolgt der digitale Roll-Out, wenn er nicht gefördert wird?

In einigen Ländern wie Belgien, Portugal oder Österreich sind viele Kinosäle von den Third-Party-Providern oder direkt von den Kinobetreibern digital umgerüstet worden. Es ist interessant zu erfahren, welche Erfahrungen sie damit gesammelt haben. Wenn die Third-Parties über ihre Geschäftsmodelle sprechen, klingt das oft sehr abstrakt. Deshalb ist es aufschlussreich, wenn die Verleiher erklären, wie das genau funktioniert. Dabei geht es darum, wie, wann und wie lange sie ihre Virtual Print Fee (VPF) für den Kinoeinsatz eines Films bezahlen, ob sie eine Flat VPF oder eine Decreasing VPF wählen und wie sie die VPF mit der Third Party ausgehandelt haben. Dabei ist es auch spannend, in Erfahrung zu bringen, welche Angaben die Verleiher der Third Party liefern müssen, damit diese die Kosten für die VPF kalkulieren kann. In einigen Ländern ist das digitale Kino schon gestartet, während es in anderen Ländern erst in einigen Monaten realisiert wird. Daher ist es nützlich, sich darüber auszutauschen.

Ist die von den Third Parties angebotene Flat VPF bzw. Decreasing VPF überhaupt attraktiv für die klassischen Arthouse-Verleiher, deren Filme oft wesentlich länger als sechs Wochen im Kino laufen?

Die Entscheidung für eine Flat VPF beziehungsweise eine Decreasing VPF ist eine zentrale Schlüsselfrage. Die Decreasing VPF bietet sich vor allem für die großen Majors an, deren Filme mit großen Marketingbudgets herausgebracht werden und die meisten Besucher in den ersten zwei Wochen erzielen. Die unabhängigen Verleiher werten hingegen Filme aus, die von Kino zu Kino weitergegeben werden. Diese Filme werden durch Mundpropaganda populär, was allerdings etwas Zeit erfordert. Aus diesem Grunde eignet sich die Decreasing VPF nicht unbedingt für die Auswertung von Arthouse-Filmen. Darauf müssen unabhängige Verleiher achtgeben, wenn sie mit den Third Parties verhandeln. Sie sollten einige Beispiele von Filmen anführen, um zu sehen, wie und auf wie vielen Leinwänden ein Film zum Einsatz kommt, um sicherzustellen, dass die Decreasing VPF ihnen am Ende nicht teurer zu stehen kommt als die Auswertung von 35mm-Kopien.

Haben die Verleiher denn überhaupt eine Wahl?

Das ist eine komplizierte Angelegenheit, denn die Third-Parties versichern uns, dass sie dies von Fall zu Fall entscheiden. Sie führen stattdessen persönliche Gespräche mit einzelnen Verleihern, bei denen sie sich deren Zahlen ihrer verschiedenen Film-Auswertungen sehr genau anschauen. Dadurch können sie feststellen, was die 35mm-Auswertung gekostet hat und stellen sicher, dass die digitale Kinoauswertung nicht teurer wird. Es ist jedoch sicher, dass sich die Decreasing VPF für unabhängige Verleiher nicht anbietet. Aber auch die Summe, die für die Flat VPF erhoben wird, ist für unabhängige Verleiher viel zu teuer. Beide Optionen weisen Fallstricke auf. Entweder zahlt ein Verleiher am Anfang einen hohen Betrag oder er muss für

längere Zeit eine gewisse Summe zahlen. Deshalb muss jeder einzelne Verleiher seine Zahlen prüfen und entscheiden, wie er damit umgeht.

Was passiert, wenn ein Verleiher die VPF für ein Kino bereits entrichtet hat und die digitale Kopie in ein anderes Kino gibt? Muss er dann erneut eine VPF entrichten, möglicherweise sogar an einen anderen Integrator?

Diese Fragen sind nach wie vor unklar, denn die Integratoren nehmen dazu nicht konkret Stellung. Ihrem System nach sieht es so aus, dass die Verleiher erneut die VPF entrichten bzw. einen neuen VPF-Deal abschließen müssen, wenn eine Kopie in einem anderen Kino zum Einsatz kommt. Das ist eine der zentralen Schlüsselfragen, die wir uns stellen. Es gibt derzeit vier Integratoren in Europa. Wenn sie ihr Ziel erreichen, wird jeder von ihnen eine ganze Reihe von Kinos digital ausstatten. Das bedeutet, dass sich dann jeder Verleiher mit diesen vier Firmen auseinander setzen muss. Doch auf diese Frage haben wir von ihnen noch keine Antwort erhalten.

Inwiefern unterscheiden sich die verschiedenen Integratoren XDC, Arts Alliance Media, Ymagis und Sony voneinander?

Ihre Businessmodelle sind im Prinzip sehr ähnlich, da alle auf eine VPF setzen. Es gibt jedoch Integratoren, die nur die Gelder für die VPF einsammeln, während andere Integratoren den Kinos die komplette Finanzierung zur Verfügung stellen. XDC bietet ein Modell an, bei dem sie die gesamte Finanzierung stellen. AAM und Ymagis offerieren beide Varianten; die Kinos können die gesamte Finanzierung des digitalen Kinos über sie erhalten oder sie rechnen nur die VPFs ab. Sony bietet auch ein VPF-Modell an. Der zentrale Unterschied ist, dass sie die Kinos nur mit 4K-Projektionssystemen ausstatten.

Welche konkreten Forderungen stellt Europa Distribution als Interessensvertretung der unabhängigen europäischen Verleiher?

Unsere generelle Forderung ist, dass das digitale Kino nicht die Existenz des unabhängigen Kinos, der unabhängigen Verleiher und damit die Auswertung der Independent-Filme in den europäischen Kinos bedrohen darf. Die Geschäftsmodelle werden sich durch die Digitalisierung ändern, aber auf das grundsätzliche Prinzip, wie europäische Filme vermarktet werden, hat die Technologie keinen Einfluss. Unser Hauptziel ist, gemeinsamen mit anderen Branchenbereichen wie den Produzenten Lösungen dafür zu finden. Wir vertreten den Solidaransatz, dass alle Beteiligten etwas zur digitalen Umstellung beitragen. Das heißt, dass nicht nur die Verleiher die digitalen Projektionssysteme über eine Nutzungsgebühr wie eine VPF mitfinanzieren, sondern dass auch die Produzenten für das 2K-Master zahlen. Natürlich müssen sich die Verleiher an der Finanzierung des digitalen Kinos beteiligen, aber das darf nicht dazu führen, dass die digitale Kinoauswertung teurer wird als der Einsatz von herkömmlichen 35mm-Kopien. Wir möchten, dass sich alle Beteiligten ihrer Verantwortung bewusst werden. **◀ Birgit Heidsiek**