

Film und Kino in Österreich - Entwicklungsstand und Perspektiven

Murschetz, Paul

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Murschetz, P. (2002). Film und Kino in Österreich - Entwicklungsstand und Perspektiven. *SWS-Rundschau*, 42(3), 267-292. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-165606>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Film und Kino in Österreich

Entwicklungsstand und Perspektiven

Paul Murschetz (St. Pölten)

„Die Ökonomie des Films bestimmt seine Infrastruktur – seine Basis – und damit sein Potenzial. Die Politik des Films bestimmt seine Struktur: die Art seines Verhältnisses zur Welt“

James Monaco („Film verstehen“ 1995)

Der vorliegende Artikel befasst sich mit dem Einfluss aktueller Veränderungen am österreichischen Kinomarkt auf die Vielfalt von Verwertungsmöglichkeiten für Kinofilme. Auf Basis von theoretischen Erklärungen zu den ökonomischen Rahmenbedingungen der Film- und Kinowirtschaft erfolgt eine aktuelle Bestandsaufnahme der spezifischen Situation des heimischen Kinomarktes und der Verwertungsmöglichkeiten des österreichischen Films unter veränderten Marktbedingungen. Es wird untersucht, ob kleinere Filmverleihe und Kinos durch den starken Verdrängungswettbewerb mit dominanten Verleihern und ihren großen Abspielzentren – in der Regel Multiplexe – unter erhöhten wirtschaftlichen Druck geraten. Die daraus resultierende zunehmende Wettbewerbsorientierung der österreichischen Kinobranche führt in weiterer Folge zu einer tendenziellen Gefährdung von Vielfalt im Abspiel insbesondere österreichischer Filme.

1. Einleitung

Der vorliegende Artikel untersucht den Einfluss gegenwärtiger Veränderungen des österreichischen Kinomarktes auf die Vielfalt von Verwertungsmöglichkeiten für Kinofilme. Er leistet ein Beitrag zur theoretischen Analyse des Wandels der Film- und Kinowirtschaft und beschreibt den gegenwärtigen Strukturwandel in der österreichischen Verleih- und Kinobranche.

Dazu ist es zunächst notwendig, die ökonomischen Rahmenbedingungen der Filmverwertung theoretisch zu erfassen (Kap. 2) und Erklärungen für die Unvollkommenheit von Medienmärkten im Allgemeinen zu präsentieren (Kap. 3). Auf Basis dieses theoretischen Fundaments erfolgt danach eine aktuelle Bestandsaufnahme der spezifischen Situation des heimischen Kinomarktes und der Verwertungsmöglichkeiten des österreichischen Films unter veränderten Marktbedingungen (Kap. 4). Im Wesentlichen wird dabei auf die Situation in Wien fokussiert. Abschließend werden die zentralen Aussagen dieses Artikels gebündelt und es erfolgt ein Ausblick auf weitere Entwicklungen (Kap. 5).

Diese Arbeit geht in Anlehnung an eine Studie des renommierten Basler Prognosinstituts von der Grundannahme aus, dass der seit einigen Jahren in Österreich stattfindende, grundlegende Strukturwandel der Film- und Kinobranche die Handlungsbedingungen der beteiligten Akteure drastisch verändert (Prognos 2001). Darin wird angenommen, dass kleinere Filmverleihe und Kinos durch den starken Verdrängungs-

wettbewerb mit dominanten Verleihern und ihren großen Abspielzentren – in der Regel Multiplexe – unter erhöhten wirtschaftlichen Druck geraten. Prognos im Detail: „Insgesamt verkürzen die dominierenden Akteure der Kinomärkte in beiden untersuchten Ländern (Österreich und Deutschland, P. M.) zum Nachteil von Filmen mit kleineren Herausbringungsbudgets die Laufzeiten von Filmen bei gleichzeitig steigender Kopienzahl. Damit erhöhen sich die Barrieren für den Kinostart für Filme ohne Rückendeckung durch einen der beherrschenden Akteure“ (Prognos 2001, 12).¹

Darüber hinaus wird im vorliegenden Aufsatz angenommen, dass der wachsende Wettbewerb unter den AnbieterInnen zu einer tendenziellen Gefährdung von Vielfalt insbesondere im Abspiel von Filmen führt (Stichwort: Kinosterben). In konkreten Zahlen: Die Anzahl der Kinohäuser in Österreich ging zwischen 1997 und 2002 von 243 auf 198 zurück, obwohl die der Leinwände im gleichen Zeitraum von 421 auf 563 stieg (Verband der Lichtspieltheater und Audiovisionsveranstalter 2002). Die Schlüsselfrage lautet demnach: Tendiert der Markt im Verleih und Abspiel zum Monopol und macht es damit für kleinere, unabhängige Filme immer schwieriger, ins Kino zu kommen?

Weiters interessiert, welche Wirkung dieser Strukturwandel speziell auf den österreichischen Film hat. Obwohl er auf dem internationalem Parkett große Erfolge erzielt hat – wie 2001 Michael Hanekes österreichisch-französische Koproduktion *Die Klavierspielerin* bei den Filmfestspielen in Cannes oder Ulrich Seidls *Hundstage* in Venedig – lassen gegenwärtige Strukturveränderungen des Marktes für Kinofilme bezweifeln, dass das freie Spiel der Marktkräfte hierzulande geeignete Verwertungsbedingungen vor allem für österreichische Filme ermöglicht. Wesentliche Indikatoren, die diese Skepsis nähren, sind zum einen nicht nur die rückläufige Anzahl geeigneter Lichtspieltheater (das oft beschworene Kinosterben), sondern vielmehr die Tatsache, dass die in den verbliebenen österreichischen Kinos abgespielten Filme zunehmend von US-amerikanischen Unternehmen und Produkten dominiert werden: Österreichische Unternehmen und ProduzentInnen spielen darin weiterhin nur Nebenrollen. Obwohl der österreichische Film zur Zeit sehr erfolgreich ist, muss er verstärkt um Abspiel- und Präsentationsflächen bangen.

Das methodische Gerüst der folgenden Branchenanalyse des österreichischen Kinos im Zusammenhang mit Filmverleih und Filmabspiel bilden Sekundäranalysen (Auswertung vorhandener Statistiken, Sichtung und Auswertung von relevanter Fachliteratur) und die Primärforschungsmethode des Fachgesprächs mit ausgewählten Experten.²

2. Ökonomische Rahmenbedingungen der Filmverwertung

2.1 Kinotypen

Um nun die Ursachen des Strukturwandels in der österreichischen Kinobranche einge-

1 Unter Herausbringungsbudgets werden jene Anteile des Gesamtbudgets verstanden, die zur Deckung der Herausbringungskosten dienen. Zu ihnen zählen Kosten, die vor der Auswertung des Films anfallen, wie etwa Kopienkosten, Marketing- und Verleihvorkosten.

2 Eine Liste der interviewten Experten folgt im Anschluss an das Literaturverzeichnis.

hender zu beschreiben, ist es sinnvoll, zwischen folgenden Kinokategorien und damit Marktsegmenten zu unterscheiden:

- *Einsaalkinos*: Einzelkinos mit einer Leinwand und bis zu 500 Sitzplätzen;
- *Mehrsaalkinos*: Kinocenter mit zwei bis acht Leinwänden und bis zu 1.000 Sitzplätzen;
- *Miniplexe*: Kinocenter mit ähnlicher Ausprägung wie Multiplexe, die meist in kleineren Städten und Gemeinden mit großem Einzugsgebiet gelegen sind;
- *Multi- bzw. Megaplexe*: Großkinocenter in größeren Städten mit acht oder mehr Sälen und mindestens 1.000 Sitzplätzen, ausgestattet mit moderner Projektions-, Schall- und Sitztechnik.

Berücksichtigt obige Typisierung des Kinos Kapazitäten und technische Ausstattung, werden darüber hinaus üblicherweise folgende Kinoformen nach regionalen, programm-inhaltlichen und ökonomischen Eigenheiten unterschieden. Genauer formuliert bzw. zusätzlich bilden Zeitpunkt und Dauer der Filmaufführung, die Ausrichtung des Programms sowie die geographische Lage und technische Ausstattung des Kinos weitere Unterscheidungsmerkmale eines nationalen Kinoparks, d.h. des nationalen Gesamtangebots an Kinos (Schröder 1995; Monaco 1995; Pintzke/ Koch 1998b):

- *Premierenkinos* (auch Ur- und Erstaufführungskino): diese zählen tendenziell zu den größeren Kinos einer Stadt mit mehreren, unterschiedlich großen Sälen. Das wöchentliche Programm ist durch die jeweilige Zuordnung eines Films zu einem Saal gekennzeichnet. Der jeweilige Film wird im gleichen Saal mit täglich drei oder vier Vorstellungen gespielt. Im Verlauf mehrerer Wochen „wandert“ der Film innerhalb des Hauses, von zunächst großen Sälen in immer kleinere. Damit reagiert man auf die abnehmende BesucherInnenzahl nach einer Reihe von Vorstellungen und schafft gleichzeitig Kapazitäten für neu anlaufende Filme. Premierenkinos sind in der Regel technisch gut ausgestattet sind und besitzen das Recht zur Erstaufführung von *Blockbuster*-Ware in einer Stadt oder in einem Gebiet;³
- *Nachspielkinos*: das sind in der Regel kleinere, unabhängige, im Familienbesitz befindliche Einsaalkinos in den Vorstädten, die erst Wochen oder Monate nach der Premiere Filme erhalten;
- *Programmkinos*: diese sind tendenziell im städtischen Umfeld angesiedelte, eher kleine Kinos mit weniger Leinwänden und einer geringeren Anzahl von Plätzen in den einzelnen Sälen. Sie organisieren das wöchentliche Programm in so genannten Programmschienen. Das bedeutet, dass auf einer Leinwand täglich mehrere Filmtitel gespielt werden, diese aber im Verlauf der Woche zu einem festen Termin. Programmkinos wenden sich mit einem künstlerisch oder politisch motivierten Komplementärprogramm an ein spezielles Publikum.

Die Zuordnung der Kinos zu den oben genannten Idealtypen ist jedoch nicht immer eindeutig. So bezeichnen sich einige Wiener Kinos sowohl als Premieren- als auch als Programmkino (z.B. *Votivkino*) oder als Programm- und Nachspielkino (z.B. *Schikaneder*).

³ Blockbuster-Filme sind massenattraktive und damit kassenstarke, teuer ausgestattete und aufwändig hergestellte Filme großer Studios in Hollywood.

2.2 Film als Kultur- und Wirtschaftsgut

Dass in oben genannten Kinokategorien jeweils unterschiedliche Filme und Filminhalte zur Aufführung kommen, ist evident. Aus methodischen Gründen wird im Folgenden die Annahme unterstützt, dass im Kino aufgeführte Filminhalte als Marktleistung zu verstehen sind. Dies bedeutet, die Marktfähigkeit eines Films durch die Möglichkeit sowohl seiner Rezeption seitens eines öffentlichen Publikums auf dem ZuseherInnen-Markt als auch seiner Verwertungs- oder Nutzungsrechte auf dem Programm-Markt zu bestimmen (Schweitzer 1996, 130).

Die hier unterstützte medienökonomische Sichtweise trägt aber auch dem Umstand Rechnung, dass Film nicht nur ein ökonomisches Gut darstellt, das auf ZuseherInnen- und Programm-Märkten verhandelt wird, sondern als Medienprodukt einen Doppelcharakter hat: Film ist nicht nur ein auf Märkten gehandeltes Wirtschaftsgut, sondern auch ein Kulturgut, das Öffentlichkeiten herstellt oder verhindert.⁴ Film schafft als Kulturgut kulturelle Mehrwerte, die über seine Bedeutung als Wirtschaftsgut hinausgehen. Betrachtet man das „Kino als Kristallisationspunkt des Filmschaffens“ (Trappel 2000, 31), ist folgerichtig auch Kino als duales Gut zwischen Kultur und Wirtschaft zu identifizieren.

2.3 Bereiche der Filmverwertung

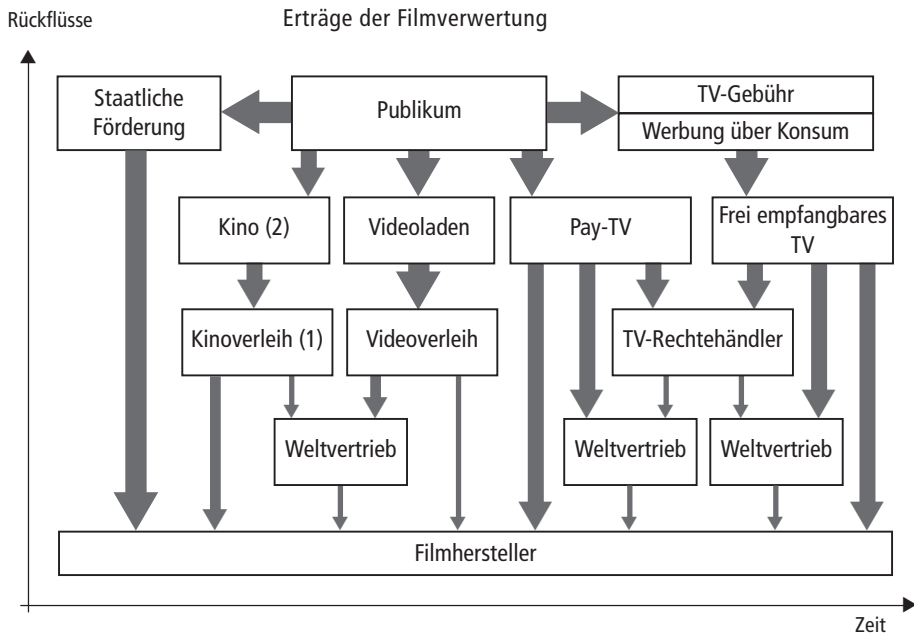
Ausgangspunkt der vorliegenden Analyse ist der einsetzende signifikante Wandel des Kinomarktes auf den Ebenen des Verleihs und des Betriebs von Abspelstätten. Eine vereinfachte Darstellung der wichtigsten Bereiche der Filmwirtschaft bietet die folgende Abbildung 1.

Die vorliegende Analyse konzentriert sich auf die an der Wertschöpfung beteiligten Branchen Kinoverleih (1) und Kino (2). Wie in Abbildung 1 ausgewiesen, sind an der Filmverwertungskette noch weitere Akteure beteiligt: Neben dem Filmhersteller sind es Weltvertrieb, Videoverleih/ Videoladen, TV-Rechtehändler, *Pay-TV* und frei empfangbares Fernsehen (*Free-TV*). In direktem Zusammenhang mit nationalen Kinoverleihern und Kinos stehen Weltvertriebe, die als Exportunternehmen im Verwertungsprozess eines Films, bei seiner Vermarktung und besonders bei seiner weltweiten Verbreitung eine nicht unwesentliche Rolle spielen. Sie organisieren in der Regel den weltweiten Vertrieb aller Auswertungsrechte und bieten diese den Kinos, Videogroßhändlern und Fernsehveranstaltern im besten Fall weltweit an. Für Rückflüsse von Erträgen der Filmverwertung an das Kino, den Verleih und schließlich den Hersteller sorgen, wie dargestellt, nicht nur das Kinopublikum, sondern auch TV-Gebühren und Werbeeinnahmen.⁵ Die in der Grafik ausgewiesene Zeitachse gibt den Zeitraum an,

4 Viviane Reding, für Bildung und Kultur verantwortliches Mitglied der Europäischen Kommission, sprach am 19. April 2002 auf der CINOPERA in Berlin davon, dass „Kinofilme und die audiovisuelle Produktion im Allgemeinen auch heutzutage das wohl wichtigste und in seiner Art einzigartige Beispiel für die enge Verbindung zwischen künstlerischem Schaffen, kultureller Entwicklung, industrieller Produktion und wirtschaftlicher Nutzung sind“ (http://europa.eu.int/luxembourg/docs/memo39-2002_de.doc).

5 Staatliche Förderung stellt eine weitere Finanzierungsquelle für Filmhersteller und – in der Abbildung vernachlässigt – für Kinos und Filmverleih in Form von Kino-, Abspiel- und Verleihförderung dar.

Abbildung 1: Verwertungskette der Filmindustrie



Quelle: Prognos 2001.

innerhalb dessen Filme ausgewertet werden. In diesem Zusammenhang ist erwähnenswert, dass ein Spielfilm im österreichischen Fernsehen erst nach Ablauf der gesetzlichen Kinoschutzfrist von 18 Monaten ausgestrahlt werden darf.

Per Definition sind zum Kinoverleih Unternehmen zu zählen, die Rechte der Kiniauswertung an Filmen erwerben, um diese Filme, in der Regel in Form mehrerer Kopien, an Filmtheater zu vermieten. Die Aufgabe der Verleiher ist es, den Film zu übernehmen, für eine marktgerechte Auswertung zu sorgen, dessen Starttermin im Kino festzulegen und jene Kinos (und Kinosäle) auszuwählen, in denen der Film über eine ebenfalls festzulegende Mindestzeitdauer gespielt wird. Zu den Aufgaben des Verleihers zählen die Marktbeobachtung und die Koordination der Starttermine für eigene und Konkurrenzfilme.

Filmtheater bzw. Kinos sind ihrerseits als Unternehmen definiert, die ausschließlich oder überwiegend vom Verleih gemietete Filme ZuseherInnen in ortsfesten Theaterräumen, Autokinos oder sonstigen gewerblichen Spielstätten vorführen. Unternehmen des Filmvertriebs erwerben Filmrechte, um sie an Filmverleiher, Videoprogrammanbieter oder Fernsehanstalten zu übertragen. Sie besitzen den Charakter von Handelsunternehmen.

Der Abbildung 1 ist des Weiteren zu entnehmen, dass bei der Auswertung eines Spielfilms das Kino an erster Stelle in der Kette steht. Soll ein Film nach Ablauf der gesetzlichen Kinoschutzfrist von 18 Monaten im Fernsehen Karriere machen, muss er

erst im Kino zu einem Markenartikel werden (Prognos 2001, 98). Kino gilt somit als Testmarkt für die weiteren Verwertungserfolge auf den Stufen Videoverkauf und -verleih, *Pay-TV* und *Free-TV*. Wesentlich intensivere Nutzungsmöglichkeiten für Filme eröffnen sich auch durch die neue Verwertungsform DVD (*Digital Versatile Disc*), die das analoge Videoband zunehmend ablöst. Mit ihm sind auch wesentlich intensivere Nutzungsmöglichkeiten verbunden.

Es ist wichtig, auf die derzeitige beschleunigte und intensiviertere Auswertung von Filmen hinzuweisen. Filme starten auch in Österreich zunehmend mit hoher Kopienzahl sowie mit hohem Werbeaufwand und sie haben immer kürzere Laufzeiten. Dies führt einerseits zu einer wesentlich beschleunigten Kinoauswertung im Sinn von kürzeren Auswertungszeiten – erfolglose Filme werden dann einfach abgesetzt oder in einen kleineren Saal verlegt, um einem Film mit höherer Erfolgserwartung Platz zu machen. Damit verbindet sich auch ein schnellerer Kapitalrückfluss (*return on investment*). Darüber hinaus werden die Kinos flächendeckend versorgt (man sagt auch: verstopft), was unabhängigen Verleihern, vor allem solchen von mit geringeren Budgets hergestellten Filmen, stark zusetzt (Prognos 2001, 68). Der Filmindustriebeobachter Nicolaus Schröder zeigt die Folgen auf: „Kleinere Verleiher kommen nicht in den Genuss des schnellen Mittelrückflusses, weil sie gar nicht das Kapital und die Marktmacht haben, einen Film mit so hoher Kopienzahl und entsprechenden Folgekosten herauszubringen“ (Schröder 1995, 57).

Alexander Horwath, Leiter des Österreichischen Filmmuseums, betonte in diesem Zusammenhang, dass die zunehmende Konzentration des Publikumsinteresses auf wenige US-Spitzenfilme und der steigende Wettbewerb um die ZuseherInnen in den letzten Jahren zu signifikant gestiegenen Werbekosten für die Verleiher geführt hätten. Die marketingbezogenen Wettbewerbsstrategien der sogenannten „US-Majors“ in Form von zweiwöchigen intensiven Werbekampagnen (Trailer, Plakate, Pressefotos, Aushänge, Radio, Fernseh- und Printwerbung, Internet) und Zusatzverwertungen durch Merchandising hätten so stark an der Werbekostenspirale gedreht, dass diese Ausgaben bereits über den Herstellungskosten der Filme liegen.⁶ Dies erhöhe wiederum den Auswertungsdruck auf die Kinos, die hauptsächlich über Erlöse aus dem Kinobesuch zur Refinanzierung der Kosten beitragen müssten (Horwath, Interview, 5. Juni 2002).

2.4 Strukturprobleme bei Verleih und Kino

Es lohnt sich, in diesem Zusammenhang auf die tiefgreifenden Strukturprobleme der Filmverleih- und Kinobranche näher einzugehen. Sie gelten als Triebkräfte des eingangs angekündigten Strukturwandels in Österreich. Der Branchenkenner und Geschäftsführer des Wiener Verleihs *Filmladen*, Michael Stejskal, identifizierte 1998 die folgenden Strukturprobleme (Stejskal 1998, 27ff.):

- Die Vormacht des US-amerikanischen Films: Alle Länder Europas sind mit einer ständig steigenden Dominanz der US-Produktionen konfrontiert. Der Marktanteil des

⁶ US-Majors sind dominante US-amerikanische Produzenten, die Filme ihrer eigenen Studios entweder direkt oder mittels ihrer europäischen Verleiharme auswerten. Sie bestimmen dadurch die weitere Entwicklung des Film- und Kinomarktes in ökonomischer wie kultureller Hinsicht.

US-amerikanischen Films beträgt – je nach Territorium und Schätzung – zwischen 70% und 90%.

- Nach den Rüstungsproduktionen sind Filmproduktionen der zweitwichtigste Exportartikel der USA. Nur jene Produktionen, die auf dem heimischen Binnenmarkt Erfolg hatten, werden weltweit gestartet. Auf diese Art kommen viele US-Produktionen (oftmals die künstlerisch anspruchsvollsten) gar nicht in unsere Kinos. Diejenigen, die dann international gestartet werden, werden mit dem größtmöglichen Aufwand in die Kinos „gepresst“.
- Die US-*Major*-Verleihe sind weltweit straff organisiert. Die Filme werden möglichst gleichzeitig in allen Ländern gestartet, um den Werbe- und PR-Aufwand zu optimieren. Kombiniert wird diese Werbemaschinerie noch mit einer breitflächigen Merchandising-Strategie. Auf diese Art wird eine künstliche Attraktivität erzeugt, die das Produkt weitgehend gegen mögliche negative Filmkritiken immunisiert.
- Die erfolgversprechenden Filme werden mit immer größeren Kopienzahlen und höherem Werbebudget gestartet. *Blockbuster* sind flächendeckend in allen Erstaufführungskinos zu sehen. Dadurch findet eine Polarisierung statt. Die ZuseherInnenzahlen in den Kinos sinken langfristig – oder stagnieren bestenfalls. Ein Großteil des Publikums konzentriert sich auf immer weniger Filme, d.h. die BesucherInnenzahlen von wenigen Erfolgsfilmen steigen, während jene von allen anderen Filmen sinken.
- Die Kinos werden damit immer stärker von den wenigen Erfolgsfilmen abhängig, die ihnen Jahr für Jahr das Überleben sichern. Damit steigt auch die Abhängigkeit von den Verleihern, die diese Filme herausbringen. Welche Filme sie den Rest der Saison spielen, ist (Stejskal zufolge) fast schon egal.
- US-amerikanische Verleiher drängen ihre Konkurrenten insofern aus den Kinos, als sie einerseits aktuelle Hits mit riesigen Kopienzahlen starten, aber andererseits auch weniger erfolgsträchtige Filme in die Kinos bringen, wobei sie auch für letztere auf die Einhaltung langer Mindestspielzeiten pochen. Die Kinos sind damit für andere Filme blockiert.
- Große europäische Verleiher bzw. Vertriebe und Medienkonglomerate schlagen inzwischen ähnliche Strategien ein. Mittels großer Programmkataloge für die Fernsehanstalten stärken sie ihre Machtposition auch im Kino.⁷
- Sowohl die Lizenzkosten (Mindestgarantien) als auch die Herausbringungskosten (insbesondere Werbekosten, P. M.) sind in den letzten Jahren dramatisch gestiegen. Auch „kleine“ (billige) Filme zu produzieren, erfordert immer größere Herausbringungskosten bei immer geringeren Erfolgsaussichten. Bei größeren Produktionen steigt das Risiko exponentiell. Für kleine Verleiher wird damit der Markt insgesamt riskanter.
- Erfreulicherweise konnten in letzter Zeit in den meisten europäischen Ländern ausschließlich national produzierte Filme beim einheimischen Publikum in überraschend großem Ausmaß punkten. Fast immer handelt es sich dabei um Komödien

7 Diese (auch) umgekehrt wirkende Erfolgsspirale kann mit der Publizität der Programmkataloge erklärt werden, die erfolgreichen Kinofilmen in der Berichterstattung von Presse und Rundfunk zuteil wird. Diese sorgt auch auf nachgelagerten Verwertungsstufen für eine zusätzliche Nachfrage.

mit SchauspielerInnen, die in ihrem Heimatland sehr populär sind. So gut wie alle diese Filme haben aber keinerlei Außenwirkung und lassen sich über das Herstellungsland hinaus international nicht verkaufen. Dennoch ist diese Entwicklung positiv, weil sie die Akzeptanz einheimischer Produktionen auf den nationalen Märkten erhöht. Die Kehrseite der Medaille: Auch die großen amerikanischen Verleihe drängen verstärkt in die Vermarktung nationaler Produktionen und verringern die Ertragschancen der kleineren Verleihe.

- Die Kapitalkonzentration und Monopolisierung schreitet auf dem Kinosektor mit noch größerer Geschwindigkeit als auf dem Verleihsektor fort. Große Kinoketten beherrschen die Märkte.
- Für die Errichtung von Multiplexen sind gewaltige Kapitalmengen erforderlich, die von den herkömmlichen Kinobetreibern zumeist auch dann nicht aufgebracht werden können, wenn sie geschäftlich sehr erfolgreich sind. War bisher der Kinomarkt so gut wie ausschließlich eine Domäne nationaler Betreiber (-gruppen) und waren auch die großen Kinoketten zumeist im heimischen Besitz, internationalisieren sich derzeit die Besitzverhältnisse an den ertragstarken Kinopalästen rasant (in Österreich z.B. in Form der US-amerikanischen UCI (*United Cinemas International*)).
- Wie die meisten internationalen Entwicklungen hat der Multiplex-Boom Österreich verspätet erreicht, ist aber 1998 voll ausgebrochen. Einzelkinos ohne klares Programmprofil haben in den Großstädten keine Chance mehr. Die derzeitige Schließungswelle in Wien wird (verschärft durch die Mietrechtssituation) noch eine Zeitlang weitergehen.⁸
- Alle genannten Faktoren begünstigen einen Trend zur Monopolisierung.

Diese Beschreibung des Ist-Zustandes im (europäischen) Verleih und Kino ist im Wesentlichen auch heute gültig. In Kapitel 4 des vorliegenden Artikels wird versucht, diese Strukturprobleme anhand der Situation in Österreich empirisch zu untermauern.

Die aufgezählten Strukturprobleme haben auch das Verhältnis von Filmverleih und Filmabspiel verändert, das grundsätzlich von zunehmender Konkurrenz um den Zugang zu den KinobesucherInnen geprägt ist. Es mehren sich Kritiken, dass die Marktteilnehmer wettbewerbsverzerrende Strategien für einen Markterfolg einsetzen (Pintzke/ Koch 1998a).⁹ Dabei stellt Blockbuchung eine traditionelle Verleihstrategie dar, bei der große Filmverleihunternehmen (die sogenannten „US-Majors“) Filme nicht einzeln an die unabhängigen Kinos (im Gegensatz zu den Kinoketten der *Majors*) verleihen, sondern sie zur Abnahme von Paketen mit dem Ziel zu zwingen, die Kinoaufführung auch weniger erfolgreicher Filme sicherzustellen.

Die deutschen Kinobereiter Pintzke und Koch stellen in einer eigens angelegten (für Österreich schmerzlich vermissten) Kinostudie für Deutschland zunehmend wettbewerbsverzerrende Belieferungspraktiken fest. Vor allem eine Verkürzung der Auswertungszyklen eines Films und ständig steigende Kopienzahlen führen zu Erhöhungen

8 Zum Zeitpunkt der Verfassung dieser Aufzählung (1998) war der Multiplex-Boom gerade ausgebrochen, heute kann der Multiplex-Markt jedoch als gesättigt gelten.

9 Die Autoren sprechen in diesem Zusammenhang davon, dass „von vielen Marktpartnern konstatiert wird, dass das derzeitige System darwinistische Züge aufweist“ (Pintzke/ Koch 1998a, 102).

der durchschnittlichen Filmmietenbelastung, welche die Rentabilität der Kinos belasten (Pintzke/ Koch 1998a, 102): „Erfolgsversprechende Filme mit über 300 Kopien werden zu über 53% des Kartenumsatzes der Kinos vom Verleih gemietet. Mit zunehmender Laufzeit sinken die Filmmieten. Durch die Verkürzung der Laufzeit werden nur wenige Filme über die Mindestspielzeit hinaus ausgewertet und kommen damit in den Genuss geringerer Filmmietensätze“ (ebd., 103).

Kinobesitzer wiederum klagen, von bestimmten Verleihern nicht mit Filmen bedient zu werden, die sie zeigen möchten: Dies deshalb, weil die Rechte einem Unternehmen zustehen, das einer konkurrierenden Kinogruppe gehört (siehe exemplarisch für Österreich Kap. 4.2).

2.5 Weitere Parameter des Strukturwandels

Neben den hier explizit angesprochenen Veränderungen der Besitzverhältnisse und Betreiberstrukturen im Verleih und Abspiel, die zu einer zunehmenden Marktkonzentration in diesen Segmenten führen (siehe für Österreich ausführlicher Kapitel 4), treiben folgende Kräfte den Wandel der Kinobranche voran: Zunächst erfolgt eine grundlegende Modernisierung des Kinobestandes durch hohe Investitionen in neue Standorte und kundenattraktive technische Ausstattungen im Bereich des Abspiels. Auch in Österreich sind Multiplexe als neue, attraktiv ausgestattete Großkinocenter längst präsent.

Bedingt durch Kommerzialisierung wachsen zudem die Anstrengungen der Unternehmen, die wirtschaftliche Effizienz zu erhöhen: Dies erfolgt entweder dadurch, dass mittels Prozessinnovationen billiger produziert wird, oder aber dadurch, dass mit Produktinnovationen die Produktqualität immer mehr den Präferenzen der KonsumentInnen oder der werbetreibenden Wirtschaft angepasst wird (Heinrich 1999, 22). Die zunehmende Konzentration des Publikumsinteresses auf wenige Spitzenfilme und der steigende Wettbewerb um die ZuseherInnen haben in den letzten Jahren zu einem signifikanten Anstieg der Werbekosten für Verleiher geführt.

Darüber hinaus trägt auch ein verändertes Verhalten der RezipientInnen zum Strukturwandel des Kinomarktes bei. Die Präferenzen der KinobesucherInnen haben sich in vielen Fällen zugunsten von Kinos mit besserer Erreichbarkeit und technischer Ausstattung (Tonsystem, Leinwandgröße), größerem Komfort und mit kommerziellen Zusatzangeboten der Großkinobetreiber (Einkaufs-, Gastronomie- und Vergnügungsangebote) gewandelt (zur Situation in Österreich siehe Bader u.a. 2000).

Nicht zuletzt wird die Digitalisierung (mittels Satellitenempfang, Server, Projektion) die Strukturen der Film- und Kinowirtschaft grundlegend verändern. ProtagonistInnen des *Electronic Cinema* sehen folgende Vorteile: Qualitätsverbesserungen, flexiblerer Einsatz der Filme, Erweiterung des Filmangebots, drastische Reduktionen im Vertrieb und in der Herausbringung von Kinofilmen, sowie die Erschließung neuer Einnahmequellen im Kino. Vor allem Distributionskosten werden deutlich reduziert, da der Film nun per elektronischer Datenübertragung direkt an jedes Kino gesendet werden kann und nicht länger auf Zelluloidrollen kopiert und per Kurierdienst versendet werden muss. Einer raschen Markteinführung von digitalem Kino stehen jedoch noch enorm hohe Investitionskosten gegenüber (RMC 2000; Bassewitz 2001; Prognos 2001).

3. Unvollkommenheiten des Medienmarktes

Medienmärkte tendieren zum Marktversagen. Der Begriff Marktversagen beschreibt eine Situation, wo der Marktprozess zu ökonomisch ineffizienten Ergebnissen führt, das Verhältnis von Mitteleinsatz und Ergebnis also nicht optimal ist. Güter und Dienstleistungen unter Marktbedingungen werden nicht im sozial optimalen Ausmaß produziert.¹⁰ Für Medienmärkte ist typisch, dass sie aus folgenden Gründe versagen (Kiefer 2001, 80):

- Existenz öffentlicher Güter und externer Effekte;
- Marktkonzentration durch Kostenvorteile;
- Informationsmängel der KonsumentInnen (fehlende Kenntnis von Qualität, Nutzen und Preis);
- Nicht-Rationalität der KonsumentInnen.

Ein wesentlicher Grund für Marktversagen ist die Existenz öffentlicher Güter. Das sind Güter, die durch Märkte nicht bereit gestellt werden und infolgedessen zu wenig oder überhaupt nicht konsumiert werden. *Filminhalte* sind derartige öffentlichen Güter, weil der Konsum durch eine Person keine andere Person behindert. Anders als bei privaten Gütern, tangiert es hier einen/e KonsumentIn nicht, wenn eine andere Person denselben Film konsumieren möchte. Marktfähigkeit behalten im Kino ausgestrahlte Filminhalte jedoch dadurch, dass KonsumentInnen ausgeschlossen werden können, wenn sie nicht bezahlt haben. Es gilt das Ausschlussprinzip durch den Eintrittspreis.¹¹

Filminhalte sind zudem öffentliche Güter mit externen Effekten und mit teilweise meritorischem Charakter. Positive externe Effekte liegen vor, wenn der Konsum von Medieninhalten das Wissen eines Menschen oder sein Sozialverhalten verbessert: das Zusammenleben wird angenehmer, die volkswirtschaftliche Produktivität nimmt zu und gemeinschaftliche Entscheidungen erfolgen besser informiert (Detering 2001, 22). So wird angenommen, dass das Kulturgut Film positive externe Effekte wie etwa Meinungsvielfalt produziert und damit eine kulturelle Vielfalt hervorbringt, welche die Entwicklung moderner Gesellschaften fördern und zu einer Stärkung der öffentlichen Sphäre beitragen kann. Dies bedeutet, dass der von Medien beförderte Prozess öffentlicher Meinungsbildung ein positiver externer Effekt ist. Der gesellschaftliche Nutzen der Meinungsinformationsgüter geht damit über den individuellen Nutzen für die RezipientInnen hinaus und fördert Kultur und Gesellschaft.¹² Filme werden auch als meritorische, also gesellschaftlich wünschenswerte, Güter bezeichnet: sie können die angesprochenen positiven externen Effekte erzielen, wenngleich diese am Markt nicht bereit gestellt bzw. abgegolten werden: daher gibt es staatliche Eingriffe in den Medienmarkt.

¹⁰ Im sozial optimalen Ausmaß bedeutet, dass es „durch keine Umverteilung der Produktion (...) möglich ist, den Nutzen eines Menschen zu steigern, ohne den Nutzen eines anderen gleichzeitig zu mindern“ (Heinrich 1999, 599).

¹¹ Genau genommen, sind im Kino ausgestrahlte Filme so genannte „Club- oder Mautgüter“, also quasi-öffentliche Güter, bei denen NutzerInnen vom Konsum ausgeschlossen werden können.

¹² Der Konsum von Medieninhalten kann aber auch negative Effekte zeigen. Die Rezeption von Medieninhalten mit Darstellungen brutaler Handlungen beeinflusst möglicherweise auch das Verhalten der KonsumentInnen, so dass negative Rückwirkungen auf unbeteiligte Dritte auftreten können.

Darüber hinaus stimmen MedienökonomInnen weitgehend darin überein, dass Medienmärkte eine Tendenz zur Marktkonzentration haben: Dieser Prozess bewirkt Unternehmenszusammenschlüsse mit potenziell negativen Auswirkungen auf publizistische Qualität. Vor allem Skalen- und Verbundökonomien führen zu einer Marktkonzentration. Skalenökonomien (so genannte *economies of scale*) sind Einsparungen, die ab einer bestimmten Programm-Menge und Kapazitätsgröße durch sinkende Durchschnittskosten entstehen. Verbundvorteile (*economies of scope*) ergeben sich, wenn mehrere verschiedene Inhalte von einem statt von mehreren separaten Produzenten gemeinsam produziert werden. Durch diese Kostenersparnisse gelingt es zumeist etablierten Unternehmen, Marktmacht durch Markteintrittsbarrieren aufzubauen. Marktkonzentration gilt als Ergebnis dieses Prozesses.

Während großbetriebliche Skalenökonomien in der Filmproduktion eine geringe Rolle spielen, weil Kinofilme regelmäßig Einzelanfertigungen sind, bewirken Verbundvorteile in Finanzierung, Distribution und Werbung strukturelle Größenvorteile für etablierte Konzerne, die auf mehr als einem Markt und über mehrere Verwertungsstufen hinweg tätig werden (Frank 1993; Detering 2001; Kürble 2001).

Kostenersparnisse durch Skalenökonomien und Verbundvorteile werden durch vertikale Integration potenziert, so dass die Integration aufeinander folgender Wertschöpfungsstufen (Produktion, Verleih, Abspiel) in der Hand ein- und desselben Unternehmens Synergien schafft. Große Kinounternehmen erzielen Verbundvorteile vor allem durch Synergien zwischen Produktion, Vertrieb und Bewerbung von mehreren Filminhalten auf verschiedenen Märkten (Video, *Pay-TV*, *Free-TV*). Dementsprechend ist die Erfolgsstrategie, eine schrankenlose Ausschöpfung dieser Vorteile durch Mehrfachverwertung auf möglichst vielen Kanälen zu erreichen.¹³ Fusionen sind logisches Resultat dieser Prozesse.

Informationsmängel und eingeschränkte Rationalität sind weitere Gründe für das Versagen von Medienmärkten. Sie stellen in der ökonomischen Theorie der Medien bedeutende Abweichungen vom vorherrschenden Modell des vollkommen informierten, rational handelnden und Nutzen maximierenden Individuums dar (Kiefer 2001, 225ff.). Informationsmängel beziehen sich in der Hauptsache auf Unkenntnis von Qualität und Nutzen eines Filminhalts: KonsumentInnen schätzen dann entweder die Qualität eines Films nicht oder nur schlecht ein. Die Unkenntnis des Nutzens, die auch die fehlende Kenntnis der Qualität einschließt, bedeutet, dass die KonsumentInnen ihren individuellen Nutzen aus einem Film nur mangelhaft beurteilen können. Werden Qualität und Nutzen eines Films systematisch schlecht oder falsch eingeschätzt, droht die Gefahr, dass potenziell wertvolle Filminhalte zu wenig konsumiert werden.

Eine weitere wichtige Abweichung vom modellgemäßen NutzerInnenverhalten erklärt das Konzept der eingeschränkten Rationalität. Dieses formuliert die Annahme, dass das Individuum nur über eine beschränkte Kapazität verfügt, Informationen zu verarbeiten. So verhalten sich KinobesucherInnen häufig nicht ausschließlich rational

13 Die *US-Majors* bauen seit Beginn der 80er-Jahre ihre Unternehmen zu vertikal integrierten Multimedia-Konzernen aus, um diese Skalen- und Verbundvorteile systematisch zu nutzen (Gomery 1998; Litman 1998).

und begnügen sich nur mit zufriedenstellenden Lösungen, statt in jeder Handlungssituation und zu jedem Handlungszeitpunkt jene Filmangebote neu zu bestimmen und auszuwählen, die ihnen den größten Nutzen versprechen. Die Entscheidung für ein Kinoabonnement kann als Beispiel für ein eingeschränkt rationales Verhalten interpretiert werden: KinobesucherInnen legen sich damit im Voraus auf bestimmte Filme fest; sie verzichten (möglicherweise) auf den Konsum jener sonst auf dem Markt angebotenen Filmhalte, aus denen sie den größten Nutzen ziehen.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass dominante Akteure Marktvorteile durch Kostenersparnisse bei Filmverleih und Abspiel erzielen. Geschäftlicher Erfolg ist vor dem Hintergrund stetig steigender Kosten daher vom Erreichen der beschriebenen Skalen- und Verbundeffekte abhängig. Schwächere und kleinere Akteure können diesen großbetrieblichen Skalenökonomien nicht gerecht werden.

4. Österreichs Kinos im Wandel

Auch in Österreich haben sich die Strukturen des Kinomarktes seit Beginn der 90er-Jahre tiefgreifend verändert. Aus den Einsaalkinos in der Blütezeit des Kinos in den 50er-Jahren ist eine komplexe Freizeitindustrie geworden, die vom Aufkommen und der starken Verbreitung so genannter Multiplexe mit mindestens acht oder mehr Sälen geprägt ist. Auch die österreichische Kinobranche vollzieht diesen grundlegenden Strukturwandel, der von folgenden Tendenzen geprägt ist:

- wachsende Internationalisierung der Eigentümer- und Betreiberstrukturen für Verleih und Abspiel von Kinofilmen;
- zunehmende Marktorientierung insbesondere im Verleih und Abspiel, in deren Folge es zu Marktkonzentration kommt;
- Modernisierung des Kinobestandes durch hohe Investitionen in neue Standorte und kundenattraktive technische Ausstattungen;
- stärkere Kommerzialisierung, da sich Kinos um Gewinnmaximierung bemühen;
- verändertes Verhalten der KinobesucherInnen (RezipientInnen).

Der Journalist Andreas Ungerböck, Herausgeber des Österreichischen Kinohandbuchs, beschreibt diesen Wandel und seine Auswirkungen folgendermaßen: „Neu sind die deutlich verschobenen Machtverhältnisse auf dem österreichischen Kinomarkt, in den gerade jetzt und in Zukunft zahlreiche ausländische Betreiber drängen. Neu sind auch die zahlreichen Multiplexe, vor allem im Raum Wien, und neu (und schmerzlich) sind zahlreiche Lücken, die die Schließung weiterer Kinos in die österreichische Kinolandschaft gerissen hat“ (Ungerböck 2000, 9). In Österreich war der Kinomarkt lange in den Händen nationaler Betreibergruppen und selbst große Kinoketten waren in einheimischem Besitz. In den letzten Jahren zeichnete sich aber vor allem bei den ertragsstarken Multiplex-Kinos eine Internationalisierung der Eigentümer- und Betreiberstrukturen ab.

4.1 Multiplex-Boom und Kinosterben

Das neue Kino-Zeitalter in Österreich begann in Österreich im Herbst 1994, als in der *Shopping City Süd* in Wiener Neudorf mit der UCI *Kinowelt* das erste Multiplex in Be-

trieb genommen wurde. Vor allem im Jahr 1999 wurden zahlreiche Multiplexe eröffnet, was die österreichische Kinostruktur völlig auf den Kopf stellte. Eine relativ liberale Betriebsansiedelungs- und Standort-Genehmigungspolitik erleichterte das Auftreten in- und ausländischer Großkonzerne (dazu ausführlicher Ungerböck 1999 und 2002).

Vor allem Wien erlebte einen regelrechten Multiplex-Boom. Setzt man die Anzahl der Großkinos mit der Bevölkerungszahl in Beziehung, kann man Wien geradezu als Multiplex-Hauptstadt Europas bezeichnen. Ungerböck beschreibt diesen Boom anschaulich wie folgt: „Auf einer Strecke von rund 4 km Luftlinie zwischen Prater und Floridsdorf eröffneten allein von Oktober bis Dezember 1999 vier Multiplexe mit insgesamt rund 11.000 Sitzplätzen: der *Cineplex-Palace* am Donauufer, eine UCI *Kinowelt* in Praternähe, sowie die beiden Center in/nahe den Einkaufstempeln Donauzentrum (UCI) und Shopping City Nord (*Hollywood Megaplex*). 2000 eröffnete das *Village Cinema*, unmittelbar am Bahnhof Wien-Mitte/ Landstraße gelegen. Im Jahr 2001 wurden drei weitere Standorte in Betrieb genommen: das *Hollywood Megaplex* im Gasometer, der *CineStar Kinopalast* in den Twin Towers im 10. Bezirk und das UCI *Kinowelt* in der Millenniums-City im 20. Bezirk (mit 3.524 Sitzplätzen in 21 Sälen das bislang größte Center Österreichs)“ (Ungerböck 2002, 89).¹⁴

Für die Errichtung von Multiplexen ist enorm viel Kapital erforderlich, das von den herkömmlichen Kinobetreibern, selbst wenn sie gute Erträge erzielen, in den meisten Fällen nicht aufgebracht werden kann. Daher sind neue Kooperationen und Beteiligungen notwendig, und es wird Kapital über Börsengänge verfügbar gemacht. Interessanterweise haben sich große, kapitalstarke Betreiber aus Übersee bereits 1999 aus dem Wiener Multiplex-Markt zurückgezogen: *Warner Bros. International Theaters* aus der Joint-Venture-Partnerschaft mit der australischen Gesellschaft *Village Radshow International* ebenso wie die US-Multiplex-Profis von *AMC-Entertainment* aus dem damaligen Megaplex-Projekt für den Millenniums-Tower. Weiterhin am österreichischen Kinomarkt interessiert sind: *United Cinemas International* als Tochter des weltweit tätigen Franchise-Riesen UIP (*United International Pictures* und mit den Hollywood-Studios *Paramount*, *Universal Studios* und *Dreamworks*) und das deutsche Kinounternehmen *Kieft & Kieft Filmtheater*.

Allerdings fand 1999 eine Renationalisierung statt. Diese zeigte sich insofern, als der österreichische Familienbetrieb Hueber nach Wien expandierte und 80% der australisch-amerikanischen Unternehmensgruppe *Hoyts Cinema Vienna* aufkaufte. Hueber hatte schon Ende 1995 das *Hollywood Megaplex* in Pasching bei Linz (mit 12 Sälen und 2.660 Sitzplätzen) und 1997 ein ebensolches in St. Pölten (8 Säle, 1.670 Sitze) eröffnet sowie 1997 das *Metropol*-Kino in Innsbruck zu einem 8-Saal-Multiplex ausgebaut. 1999 wurde *Hoyts* in *KIMA Cinemas Vienna* umbenannt.¹⁵

Der Aufstieg der Multiplexe spiegelt sich in aktuellen Statistiken folgendermaßen

14 Der Autor weiter: „Aber nicht nur in Wien wurde und wird aufgerüstet: In mehreren mittelgroßen Städten (Villach, Hohenems, Krems, Wels, Braunau, Leoben, Liezen, Neunkirchen usw.) gibt es bereits so genannte ‚Miniplexe‘ mit Multiplex-ähnlicher Ausprägung, allerdings mit weniger, meist vier bis sieben Sälen, einige weitere sind in Planung bzw. in (Um-) Bau“ (Ungerböck 2002, 89).

15 Siehe: http://www.hollywood-megaplex.at/wir_ueber_uns/geschichte.htm.

wider: Hatten 1996 in Österreich immer noch Einsaalkinos mit einem Anteil von 37,53% aller Leinwände dominiert, so fiel dieser bis März 2002 auf 18,05%.¹⁶

1994 gab es in Österreich mit der UCI *Kinowelt* in Wiener Neudorf und dem *Kolosseum* in Wien bloß zwei Multiplex-Filmtheater mit neun bzw. acht Leinwänden. Gemessen an der Gesamtzahl der Leinwände machte dies einen Marktanteil von 4,4% aus. Wie der folgenden Tabelle 1 zu entnehmen ist, standen im März 2002 bereits 21 Multiplexe mit 216 Sälen und mehr als 47.000 Sitzen zur Verfügung. Die Zahl der Sitzplätze in Multiplexen hat sich zwischen 1996 und 2001 mehr als verdoppelt, was einem Marktanteil von 56,61% aller Kinositze entspricht.

Versucht man eine erste Analyse der Marktentwicklung der letzten Jahre, wird deutlich, dass der österreichische Kinomarkt durch das Entstehen der Multiplexe einerseits starke Wachstumsimpulse (Umsatzsteigerungen, Neuinvestitionen) erhalten, andererseits jedoch traditionelle Kinos mit vergleichbaren Programmangeboten tendenziell in Bedrängnis gebracht hat. Vor allem das übergroße Sitzangebot in Ballungszentren bewirkt, dass Einzelkinos ohne klares Programmprofil in den Großstädten einem verstärkten Verdrängungswettbewerb ausgesetzt sind und zur Schließung gezwungen werden.

Die Mischung aus Einsaalkinos, Mehrsaalkinos, Miniplexen und Multiplexen war in Österreich zunächst relativ ausgewogen: Der Anteil der Multiplexe stieg von lediglich 12,11% im Jahr 1996 über 20,28% 1998 auf bereits 33,02% im Jahr 2000. Österreich liegt damit im europäischen Spitzenfeld. Ein Ende der Konzentrationsbewegung ist noch nicht absehbar. Multiplexe haben sich dank ihrer enormen wirtschaftlichen und sozialen Attraktivität weltweit durchgesetzt (Ungerböck 2002, 90).

Am Beispiel Wiens lässt sich zeigen, dass der Multiplex-Boom die wesentliche, jedoch nicht ausschließliche Ursache für die Schließung von traditionellen Ein- und Mehrsaalkinos ist (weitere Ursachen werden weiter unten genannt): Im März 2002 musste die Programm-Kinokette der privaten Kinobetreiber-gesellschaft *City Cinemas Lichtspieltheater* GmbH Konkurs anmelden und etliche ihrer zehn traditionellen Wiener Kinos schließen, unter ihnen die Nachspielkinos *Kolosseum Kinozentrum* im 9. Wiener Gemeindebezirk, das *Flotten-Center* in der Mariahilfer Straße (6. Bezirk) und das *Top-Center* in der Gumpendorferstraße (6. Bezirk).¹⁷ Von der Schließung bedroht waren auch die beiden in der Innenstadt gelegenen *Viennale*-Programmkinos *Metro* und *Gartenbau*.

So drastisch diese neuerliche Kinokrise ist, so kommt sie doch keineswegs überraschend (Stiglbauer 1999). Dass Multiplexe den Strukturwandel wesentlich vorantreiben, zeigt auch das Beispiel des von *Constantin* betriebenen *Apollo*-Kinos, das 1997 in ein 12-Saal-Multiplex umgebaut wurde. Dem Umbau folgte die Schließung des in der

¹⁶ Das im Folgenden verwendete Zahlenmaterial stammt aus Statistiken des Fachverbandes der Audiovisions- und Filmindustrie und des Österreichischen Kinohandbuchs. Die Datenlage muss insgesamt als dürftig beschrieben werden.

¹⁷ Hier sei festgehalten, dass folgende traditionelle Wiener Kinos bereits in den 90er-Jahren zusperren mussten: das *OP-Kino*, das *Kruger-Kino* und das *Metro-visàvis* im 1. Bezirk; im 2. Bezirk das *Tabor-Kino*, im 7. Bezirk das *Starkino*, das *Residenz kino* und das *U3*; im 8. Bezirk das *Albert kino*; weiters das *Schönbrunn-Kino* im 14. Bezirk sowie das *Club West* im 15. Bezirk. Im Jahr 1999 schloss eines der berühmtesten Kinos, das *Erika* im 7. Wiener Gemeindebezirk.

Tabelle 1: Multiplexe in Österreich (gereiht nach alphabetischer Reihenfolge der Gemeinden, nach Wiener Bezirken und Eröffnungsjahr)

Kino	Betreiber	Gemeinde	Säle	Sitze	Eröffnung
Cineplexx World	Cineplexx Kinobetriebe GmbH	Graz	11	2.915	1999
UCI Kinowelt Annenhof	UCI Multiplex GmbH	Graz	8	2.008	1999
Metropol Tirol Multiplex	Purner LichtspielgmbH & Co KG	Innsbruck	8	1.635	1999
Cineplexx	Cineplexx Kinobetriebe GmbH	Innsbruck	8	1.600	2001
Cine City	A. Laas	Klagenfurt	8	2.078	2001
Cineplexx World	Cineplexx GmbH	Linz	10	2.307	1999
Hollywood Megaplex	Kino BetriebsgmbH	Pasching	12	2.668	1999
Cineplexx World Salzburg	Cineplexx Kinobetriebe GmbH	Salzburg	10	2.395	1999
Cineplexx Salzburg City	Cineplexx Kinobetriebe GmbH	Salzburg	8	2.000	2001
Hollywood Megaplex	KinobetriebsgesmbH	St. Pölten	8	1.738	1999
Village Cinema	Village Cinema GmbH	Wien 3	10	1.704	2000
Apollo – Das Kino	Constantin	Wien 6	12	2.227	1997
CineStar/ Vienna Twin Tower	Kieft-Kieft	Wien 10	10	2.350	2001
Hollywood Megaplex Gasometer	KIMA Cinemas Vienna GmbH	Wien 11	12	2.900	2001
Cineplexx Wien Auhof	Cineplexx Kinobetriebe GmbH	Wien 14	8	1.500	1999
UCI Kinowelt Millenniums-City	UCI Multiplex GmbH	Wien 20	21	3.700	2001
Hollywood Megaplex im SCN	KIMA Cinemas Vienna GmbH	Wien 21	8	2.096	1999
Cineplexx Palace	Cineplexx Kinobetriebe GmbH	Wien 22	14	3.168	1999
Hollywood Megaplex/ Donauplex	KIMA Cinemas Vienna GmbH	Wien 22	13	3.186	1999
UCI Kinopalast SCS	UCI Multiplex GmbH	Wr. Neudorf	9	2.202	1999
Village Cinema	Village Cinema GmbH	Wr. Neustadt	8	1.589	2000
gesamt			216	47.966	

Quelle: Verband der Lichtspieltheater und Audiovisionsveranstalter (Stand März 2002).

Nähe gelegenen *U3*-Kinos. Die umliegenden Kinos *Top*, *Haydn* und *Flotten* (diese Kinos brachten bzw. bringen Filme in englischsprachigen Originalversionen) waren zu Umstrukturierungen gezwungen (Ungerböck 1999, 5). Neben den Kinos im Privatbesitz gab es in Wien auch Kinos im Eigentum der Gemeinde Wien.

Obwohl sich die Gemeinde Wien im Frühjahr 1999 von ihren Kinos und deren Betriebsgesellschaft KIBA trennte und diese Gesellschaft von *City Cinemas*, einer privaten österreichischen Betreibergruppe um die Unternehmensgruppe Kerbler und den Filmverleiher und Betreiber des *Votiv*-Kinos, Michael Stejskal, übernommen wurde, konnten die Schließungen nicht verhindert werden (Peyer 2001, 74). Zuletzt war das Zusammenspiel von Multiplex-Boom, längerfristig überhöhten Mieten, von fehlendem Programm-Profil, Liquiditätsengpässen und einem falschem BesucherInnenkonzept zu mächtig, um ein Fortbestehen der *City Cinemas* zu gewährleisten.¹⁸ Auch die Stadtpolitik verweigerte lange die notwendige Finanzspritze (Nüchtern 2002, 53). Die beiden Traditionskinos *Metro* und *Gartenbau* sollen nun doch vor dem Zusperrn gerettet werden und als Standort für das Filmfestival der *Viennale* erhalten bleiben.¹⁹ Insgesamt versprach die Stadt Wien einen Zuschuss von 380.000 Euro. Für die Fortsetzung des Betriebs soll jedoch die doppelte Summe notwendig sein (Der Standard, 26.6.2002).

Auch Multiplexe selbst sind bereits Opfer eines ausgeprägten *Overscreenings*, also von Kapazitätsüberschüssen im Multiplex-Segment geworden: einer der größten Kinobetreiber Europas, die UCI *Kinowelt*, schloss im März 2002 den Standort Lassallestraße in Wien wegen mangelnder Auslastung (Der Standard, 12.3.2002, 9). Auch aus der Chefetage des australischen Betreibers der *Village Cinemas* in Wien-Landstraße und in Wiener Neustadt war im Jahr 2002 zu vernehmen, dass man aus dem Europageschäft überhaupt aussteigen wolle (Holzer/ Pollak 2002, 62).²⁰ Diese abnehmende Auslastung und damit Profitabilität veranlasste den Autor, Filmregisseur und -produzenten Virgil Widrich zur Feststellung, dass Multiplexe „den Kleinen nur schaden würden, während es sich für sie selbst nicht mehr lohnt“ (Widrich, Interview, 31. Mai 2002). Es bleibt die Erkenntnis von vielfältigen Konkursursachen, die aus einer Kombination marktförmiger Strukturprobleme mit unternehmerischen Fehlkonzeptionen resultieren.²¹ Als Überlebensstrategie muss für traditionelle Kinos gelten, künstlerisch interessantes Komplementärprogramm zu spielen bzw. Programmrisiken zu besetzen. Alexander Horwath zeigte für die Wiener Situation im Ein- und Mehrsaal-Kinosegment folgende Perspektiven auf (Horwath, Interview, 5. Juni 2002):

- Die Innenstadtkinos (im 1. Bezirk) punkten mit einem speziellen künstlerisch motivierten Komplementärprogramm, das sich an ein urbanes und höher gebildetes Publikum richtet. Ihre Vorteile sind Filme in Originalfassung, ein starkes inhaltliches Profil und eine klare Markenidentität (Beispiel: *Burg*-Kino). Einsaalkinos, die Mas-

18 Einige dieser Schließungen waren jedoch nur vorübergehend: für *Metro* und *Gartenbau* konnten zuletzt Auffanggesellschaften gefunden werden, das *Top-Center* wird vom Betreiber des *Filmcasino* übernommen. Das mit Jahresende 2001 geschlossene Programm-Kino *Schottenkino* eröffnete wieder im März 2002, nachdem es vom *Votivkino* angemietet worden war.

19 Als Betreiber des *Metro* machte schließlich das *Filmarchiv Austria* das Rennen. Das *Gartenbau* wurde von der „Viennale“ übernommen.

20 Auch in Deutschland gibt es schon Anzeichen einer Multiplex-Krise (dazu ausführlicher: Neckermann 2000 und 2001).

21 Hier ist wichtig, festzuhalten, dass Kinos oft nach „langer Krankheit sterben“. Nach Meinung einiger Autoren sei ein Wehklagen über ein akutes Kinosterben deshalb verfehlt, weil es eine bereits länger anhaltende Strukturkrise der österreichischen Filmwirtschaft und Kinos ignoriere (Stiglbauer 1999).

senware programmieren, geraten vor dem Hintergrund des Multiplex-Booms unter Erfolgsdruck. Ihr Markterfolg ist vor allem standortbedingt bzw. kann sich im Zusammenhang von Festivals ergeben (Beispiele: *Metro, Gartenbau*).

- „Bezirkskinos“ (2.-9. Bezirk) an traditionellen Standorten sind mit kulturell wertvollem Programm erfolgreich (*Filmcasino, Stadtkino, Motiv, Stöbergasse, Filmhaus am Spittelberg*). Sie leisten in Wien einen großen Beitrag zur inhaltlichen Filmvielfalt. Mehrsaalkinos haben es leichter als Einsaalkinos, da sie erfolglose Filme im ersten Saal absetzen und im zweiten Saal über längere Zeiträume auswerten können. Programmkinos mit anspruchsvollen Filmen in Originalfassung haben mit einer klaren Identität Markterfolg (*English Cinema Haydn*). Die verbliebenen Einsaalkinos agieren wirtschaftlich unrentabel und werden aus anderen Motiven (z.B. traditioneller Familienbetrieb) am Leben erhalten.²² Ihr Ende ist vorhersehbar. Multiplexe wie das von *Constantin* betriebene *Auge Center* haben wirtschaftliche Schwierigkeiten. Ein Verlust der Einsaal-Nachspielkinos in den Bezirken außerhalb der Innenstadt (*Eos, Admiral, Kepler Kino, Breitenseer Lichtspiele, Gloriette-Kino*) würde die Wiener Kino-Infrastruktur stark schwächen. Staatliche Subventionen können Infrastrukturen erhalten. Bar- und Kaffeehausbetrieb ermöglicht eine (selten kostendeckende) Umwegfinanzierung (*Schikaneder, Kepler*).²³

Beobachtet man die unternehmerischen Strategien, so lässt sich festhalten, dass Multiplexe den Strukturwandel ihrerseits selbst vorantreiben, indem sie versuchen, benachbarte Marktsegmente zu besetzen: Sie versuchen, die vorhandenen Überschneidungen mit jenen traditionellen Kinozentren zu vergrößern, die ebenfalls *Blockbuster* im Filmangebot haben: Damit können Multiplexe BesucherInnen traditioneller Kinos abwerben. Zudem brechen sie in die Domäne der Programmkinos ein, indem sie Premieren für anspruchsvolle Filme erwerben, die sonst nur in Programmkinos stattfinden: Dies war etwa am 4. April 2002 bei der Premiere der vom ORF mitfinanzierten Kinoverfilmung von *Gebürtig* (Lukas Stepanik, 2001) in der UCI *Kinowelt* in der Millenniums-City der Fall.

Danny Krausz, Filmproduzent bei Dor Film, beschreibt die Tatsache des brutalen Verdrängungswettbewerbs auch damit, dass „auf kulturpolitischer Ebene verschlafen worden ist, dieser Entwicklung rechtzeitig Einhalt zu gebieten, was zum Teil durch die Renovierung der mittleren Säle vor zehn Jahren noch möglich gewesen wäre“ (...) „Die mittleren Strukturen brechen ein. Es ist inzwischen unmöglich, Strategien zu finanzieren, die es möglich machen, dass sich ein Film über längere Zeit entfalten kann. Für einen Produzenten bedeutet das wiederum, dass er nicht in der Lage ist, Eigenkapital aus der Kinoverwertung zu entwickeln, um unabhängig produzieren zu können“ (Krausz 2000, 69f.).

22 Nach Auskunft von Markus Alzinger (*Schikaneder-Kino*) gelingt dies mehr schlecht als recht den Kleinkinos *Bellaria* als Nachspielkino für deutsche und österreichische Filme zwischen 1928 und 1965 oder dem *Cinemagic* als innenstadtnahem Kinderkino (Wegenstein/ Alzinger, Interview, 22. Mai 2002).

23 Interessant wäre es auch, die wirtschaftlichen Perspektiven von anderen Angebotsformen zu untersuchen (IMAX, Uni-Kino im Audi-Max, Open Air Wanderkino wie das *VOLXkino*, Österreichisches Filmmuseum, Sommerkino im Wiener Augarten oder Sexkinos).

4.2 Konzentration auf dem Abspielmarkt

Der österreichische Kinomarkt ist anbieterseitig hochgradig konzentriert. Die Wettbewerbsverhältnisse im Bereich der Filmwirtschaft sind durch hohe *horizontale* und *vertikale* Konzentration gekennzeichnet. *Horizontale* Konzentration bedeutet, dass mehrere Lichtspieltheater in einer Hand sind. Dies trifft in Österreich auf die Kinos insgesamt zu.

Es dominiert die *Constantin Film Holding Österreich*, die in ganz Österreich 16 Kinos besitzt und „programmiert“ bzw. über die Tochtergesellschaften *Cineplexx* und *Cineinvest Kinoerrichtungs- und Betriebsgesellschaft GmbH* an bedeutenden Premierenkinos sowie an Multiplexen in Wien, Graz, Villach, Linz, Salzburg, Innsbruck und Hohenems beteiligt ist. Am härtesten kämpft *Constantin* in Wien um KinobesucherInnen.²⁴

Laut der *Standard*-Journalistin Andrea Waldbrunner sind die Anteile des Marktführers imposant: „Insgesamt bespielt *Constantin* rund 120 eigene Kinosäle, das macht nach eigenen Angaben einen für 2001 geschätzten Marktanteil von 36 Prozent – bezogen auf rund 18 Millionen Kinobesucher im vergangenen Jahr. Dazu ‚programmiert‘ die *Constantin* weitere 70 Kinosäle in Österreich. Das bedeutet, dass private Kinobetreiber die Programme von der *Constantin*-Gruppe übernehmen. Sie bestimmt damit in 200 – von insgesamt 580 – Kinosälen, was gespielt wird“ (Waldbrunner 2002, 2). Marktführer auf dem heftig umkämpften Multiplex-Marktsegment ist *Constantin*. Unter dem Markennamen *Cineplexx* kommt sie auf einen Marktanteil von 36%, gefolgt von der Hueber-Gruppe mit 27% und UCI mit 21% (RMC 2000; Ungerböck 2002, 95).

Während die *Constantin Film Holding Österreich*²⁵ neben Multiplex- und *Entertainment Centers* auch traditionelle Programmkinos errichtet und betreibt, ist UCI ausschließlich im Multiplex-Kinosegment mit Standorten an den Stadtgrenzen tätig.²⁶

Vertikale Konzentration meint nun, dass mehrere Stufen in einem Unternehmen vereinigt sind, um Synergieeffekte zwischen den Segmenten zu erzielen. Ein Akteur wird damit auf mehreren Wertschöpfungsstufen aktiv. Auch die vertikale Konzentration von Filmproduktion, Filmverleih und Kinobetrieb hat Österreich erfasst. Dies führt tendenziell zu oligopolistischen Marktstrukturen in den Bereichen Verleih und Abspiel. Die in Österreich dominierende *Constantin* erzielt dadurch Marktvorteile, indem sie Marktzutritt behindert und damit freien Wettbewerb beeinträchtigt.

Prognos beschreibt diesen Prozess wie folgt: „Filmherstellung, Rechtehandel, Filmvertrieb und Abspiel werden nicht als getrennte Unternehmen im Wettbewerb geführt, sondern auf verschiedenen Stufen mit teils monopolhafter Konzentration betrieben (...). Die größten und bedeutendsten Akteure der Filmwirtschaft in Deutschland und Österreich sind die US-amerikanischen Unternehmen, deren Filme die Kinoleinwände beherrschen, die größten Umsätze im Videobereich erzielen und die Programmgestal-

24 Constantin betreibt in Wien folgende Kinos: *Actors Studios*, *Artis International*, *Atelier*, *Tuchlauben Center*, *Urania Filmtheater* im 1. Bezirk, *Apollo - Das Kino* (6. Bezirk), das Premierenkino *Auge Center* (9. Bezirk) sowie die Multiplex-Kinos *Cineplexx Wien Auhof* (14. Bezirk) und *Cineplexx Palace* (22. Bezirk).

25 Diese steht nach eigenen Angaben in keinem gesellschaftsrechtlichen Zusammenhang mit Kirchs *Neue Constantin Film* München (Telefonauskunft von Christof Papousek, *Constantin* Wien).

26 So etwa die UCI *Kinowelt* in der Millenniums-City in Wien 20.

tung der Fernsehveranstalter dominieren. Diese Unternehmen sind über Jahrzehnte in ihre dominierende Position aufgestiegen und sind heute durch ihren hohen horizontalen und vertikalen Konzentrationsgrad gekennzeichnet“ (Prognos 2001, 41).

Folgende Beispielrechnung soll die schwierige Umsatz- und Erlössituation eines Kleinkinos verdeutlichen: bei angenommenen durchschnittlich 20.000 BesucherInnen im Jahr und einem durchschnittlichen Kartenpreis von 6 Euro erzielt ein Einsaal-Programmkinos einen jährlichen Bruttoerlös von 120.000 Euro an Einnahmen aus dem Kartenverkauf. Davon sind 10% als Umsatzsteuer und 0–15% als Vergnügungssteuer, je nach Prädikatisierung des Films, abzuführen.²⁷ Der Restbetrag bildet die Berechnungsgrundlage. Bei Premierenfilmen sind 46,4% der Berechnungsgrundlage an den Verleiher zu zahlen, 53,6% verbleiben dem Kino. Je nach Spieldauer verringert sich der an den Verleiher abzuliefernde Prozentsatz auf 23,2%. Somit bleiben ca. 56.000 Euro Nettoerlös pro Jahr, die zur Deckung der hohen Fixkosten für Personal (Vorführung, Theaterleistung, Kasse, Theke, Einlass), Raum (Mieten, Energie, Instandhaltung, Sachanlagen), Marketing (Anzeigen, Programmzeitschrift, Plakate), Verwaltung und für umsatzabhängige Filmmieten verwendet werden müssen. Kleine Kinos sind deshalb gefährdet, da sie eine ungünstige Relation zwischen Betriebskosten und möglichen Erlösen sowie dem begrenzten zeitgleich angebotenen Filmangebot aufweisen (Wegenstein, Interview, 22. Mai 2002). Problematisch sind hier vor allem die teuren Filmmieten für die Startkopien bei einer Erstaufführung sowie hohe Personalkosten (Konlechner, Interview, 16. März 2002).

4.3 Konzentration auf dem Verleihmarkt

Den österreichischen Verleihmarkt teilen sich die österreichischen Tochterunternehmen der US-Majors wie UIP *Filmverleih*, *Centfox (20th Century Fox)*, *Columbia TriStar (Sony)*, *Buena Vista International (Disney)*, *Warner (AOL Time Warner)* und der – gemessen an der Zahl der jährlich erst aufgeführten Filme – größte nationale Verleiher *Constantin* auf. Dazu kommen die österreichischen Verleiher: Die *Einhorn-Film* in Bludenz (mit gelegentlichen *Blockbustern* wie *Scary Movie*), der *Cinematograph Filmverleih* in Innsbruck (engagiert mit Filmen v.a. aus Lateinamerika, Afrika und Asien), die sporadisch aktiven *Top-Film* und *Commerzfilm*, sowie der *Filmladen*, der *Polyfilm-Verleih* und der *Stadtkino-Filmverleih* in Wien. In Zukunft will auch das *Schikaneder-Kino* in das Verleihgeschäft einsteigen und sein Kino mit Filmen aus Osteuropa bespielen (Wegenstein, Interview, 22. Mai 2002). Während *Filmladen* und *Polyfilm* in Richtung mittelgroß tendieren, sind die wirtschaftlichen Perspektiven der kleinen Verleihe bescheiden. Die Wiener Verleihe sind überdies mit Programmkinos verknüpft, was die Verwertung ihrer Filme optimiert: der *Filmladen* mit dem *Votiv-Kino*, der *Stadtkino-Filmverleih* mit dem *Stadtkino* und dem *Filmhaus am Spittelberg*, die *Polyfilm* mit dem *Filmcasino* und dem *Filmhaus Stöbergasse*.

²⁷ Filme, die ein Prädikat besitzen, sind von der Vergnügungssteuer befreit. Dies betrifft derzeit fast alle Großfilme, womit für Kassenschlager keine Vergnügungssteuer abzuführen ist. Da jedoch die Einreichung für ein Prädikat durchschnittlich etwa 730 Euro pro Film kostet, werden ausgerechnet kleinere, kulturell herausragendere Filme nicht zur Prädikatisierung eingereicht.

Die meisten Top-Filme in die Kinos bringen regelmäßig die großen Verleihfirmen der US-Majors sowie *Constantin*. Zusammen erwirtschaften sie 90% des Verleihumsatzes. Diese Majors verwerten die Filme ihrer Hollywood-Studios über ihre eigenen europäischen Verleiharme. *Constantin Österreich* hingegen kauft die Rechte für den deutschen Sprachraum Österreich von Partnern in Deutschland. Die unabhängigen Verleihe wiederum beziehen ihr gehobenes Programm auf bekannten Filmmärkten (z.B. Cannes, Berlin) bzw. sind für bestimmte Filme vom deutschen Verleihmarkt abhängig, da Rechte meist für den gemeinsamen Sprachraum verkauft werden. Es ist Politik der dominierenden Verleihe, die Anzahl der Kopien für den Kinostart zu erhöhen, die Filme immer schneller auszuwerten und in einer möglichst großen Anzahl eigener und anderer ausgewählter Kinos flächendeckend zum Einsatz zu bringen. Bringt man 142 Kopien in die vorhandenen 554 Säle in Österreich – wie im Falle von *Harry Potter – Der Stein der Weisen* (im Verleih von *Warner Bros.*) – sind 20% des Marktes abgedeckt. Unter der Vorgabe der US-Majors ziehen auch inländische Verleihe wie *Constantin* mit und starten Filme mit bis zu 100 Kopien gleichzeitig. Ob kleinere Nachspielkinos überhaupt einen für das Publikum attraktiven Film erhalten, obliegt letztlich gar der Gnade des Verleihs. Dies muss wettbewerbsrechtlich als bedenklich gelten (Ungerböck, Interview, 28. Mai 2002).

Wettbewerb ist im unabhängigen Kleinverleih jedenfalls vorhanden, was man auch daran erkennt, dass der Kampf um Premierenrechte für Filme eines erfolgreichen Regisseurs sehr wichtig ist. So machte 2002 der *Stadtkino*-Filmverleih das Rennen um Premierenrechte eines neuen *Kaurismäki*-Films, und erhöhte damit die Attraktivität des Stadtkinos für BesucherInnen.

Hinsichtlich der Herkunft dominieren die Filme aus den USA. Die jährlich auf sie entfallenden Marktanteile steigen kontinuierlich, europäische Filme haben dagegen nur rund 20–30% Marktanteil: jener der österreichischen Filme am Gesamtangebot beträgt in der Regel kaum mehr als 3% (Ungerböck 1999). Pintzke und Koch erläutern die dahinter stehende Marktlogik: „Als erfolgreich gelten Filme, die größere Kapazitäten über einen längeren Zeitraum belegen. Hinter dieser Annahme steht die Überlegung, dass Kinobetreiber ihre begrenzten Kapazitäten nur solchen Filmen zur Verfügung stellen, mit denen sie einen optimalen Gewinn erwirtschaften können. Die Beanspruchung von Leinwand- bzw. Sitzplatzkapazitäten ist demnach indirekter Ausdruck publikumswirksamer und damit betriebswirtschaftlich attraktiver Filme. Als wesentliche Variable, manchmal sogar als Störfaktor hierbei fungiert die Politik der Filmverleiher. Sie beeinflussen durch ihre Marketingaktivitäten und die Anzahl der Filmkopien die Belegungspolitik der Kinobetreiber“ (Pintzke/ Koch 1998b, 29).

Daher ist die Anhebung des Prozentsatzes österreichischer Filme ein Problem. Das Spektrum möglicher Gegenstrategien zur Erzielung größerer Inhaltsvielfalt reicht vom gesetzlich festgelegten Quotensystem für heimische Filme (wie in Südkorea) bis zur Anpassung der Produktionsstrategien in Form einer verstärkten Ausrichtung auf multiplextaugliche Produktionen (Ungerböck, Interview, 28. März 2002).

Die Abhängigkeit von der internationalen Filmwirtschaft setzt sich jedenfalls auf dem Verleihsektor fort. Folgende Tabelle 2 der Top-Ten-Filme in Österreich für 2001

Tabelle 2: Die zehn erfolgreichsten Filme 2001 in Österreich

Nr.	Filmtitel	Verleih	BesucherInnen
1	Der Schuh des Manitu	Constantin	1,948.432
2	Harry Potter – der Stein der Weisen	Warner	813.981
3	Was Frauen wollen	Buena Vista	739.631
4	Der Herr der Ringe	Warner	566.859
5	American Pie II	UIP	530.370
6	Pearl Harbour	Buena Vista	511.455
7	Bridget Jones: Schokolade zum Frühstück	UIP	459.413
8	Miss Undercover	Warner	402.606
9	Verschollen	UIP	387.861
10	Ein Königreich für ein Lama	Buena Vista	364.615
gesamt			6,972.661

Quelle: Fachverband der Audiovisions- und Filmindustrie (Stand März 2002).

zeigt, dass mit Ausnahme des *Constantin*-Überraschungshits der Komödie *Der Schuh des Manitu* (Bully Herbig, 2001) alle Filme aus den USA stammen und Verwertungserfolge der *Majors*-Verleihe darstellen.

Tendenziell zeigt sich also, dass immer mehr Filme gleicher Herkunft – von Ausnahmen abgesehen – von immer mehr Menschen gesehen werden. Welche Verwertungschancen hat in einem solchen Szenario der österreichische Film?

4.4 Verwertungschancen des österreichischen Films

Österreichische Filme erreichen selten die kommerzielle Durchschlagskraft ihrer US-amerikanischen Konkurrenten. Tabelle 3 (nächste Seite) zeigt für die zehn meist besuchten heimischen Filme seit 1982 die Produzenten, das Produktionsjahr, den Verleih, der sie in die Kinos gebracht hat, und die BesucherInnenzahlen (Stand: März 2002).

Aus Tabelle 3 ist auch ersichtlich, dass der unabhängige, mittelgroße Filmverleih *Filmladen*, gemessen an der Zahl der BesucherInnen der herausgebrachten österreichischen Filme, am erfolgreichsten ist. *Hinterholz 8* (Harald Sicheritz, 1998) im Verleih von *Filmladen* erreichte 1998 sogar den zweiten Platz der meist besuchten Filme hinter *Titanic* (im Verleih von *Centfox*). Diese kommerziell orientierten österreichischen *Independent*-Verleihe tragen damit wesentlich zum Erfolg des österreichischen Films bei. Tabelle 3 bringt jedoch nicht zum Ausdruck, dass österreichische Erfolgsfilme in der Regel zwischen 20.000 und 60.000 BesucherInnen haben, wie zuletzt *Nordrand* (Barbara Albert, 1999), *Der Überfall* (Florian Flicker, 2000), *Hundstage* (Ulrich Seidl,

Tabelle 3: Die zehn besucherstärksten österreichischen Filme seit 1982

Nr.	Filmtitel	Produzent	Verleih	BesucherInnen
1	Hinterholz 8	Harald Sicheritz, 1998	Filmladen	618.000
2	Müllers Büro	Niki List, 1986	Concorde	439.000
3	Schlafes Bruder	Joseph Vilsmaier, 1995	Constantin	307.000
4	Komm, süßer Tod	Wolfgang Murnberger, 2001	Filmladen	227.000
5	Indien	Paul Harather, 1993	Filmladen	223.000
6	Sei zärtlich, Pinguin	Peter Hajek, 1982	n. a.	210.000
7	Wanted	Harald Sicheritz, 1999	Filmladen	187.000
8	Freispiel	Harald Sicheritz, 1995	Filmladen	174.000
9	Eine fast perfekte Scheidung	Reinhard Schwabenitzky, 1998	Filmladen	157.000
10	Ein fast perfekter Seitensprung	Reinhard Schwabenitzky, 1996	Filmladen	151.000

Quelle: Österreichisches Filminstitut, Eigenrecherche des Autors (Stand März 2002).

2001) oder *Die Klavierspielerin* (Michael Haneke, 2001). Diese Filme sind zudem künstlerisch orientiert.

In dieser Aufstellung fehlen weiters Filme österreichischer NachwuchsproduzentInnen, deren Erfolg entscheidend von Nominierungen zu Festivals wie der *Viennale* beeinflusst wird, und die von innovativen kleineren Verleihern in Umlauf gebracht werden. Außerdem werden Filme wie Martina Kudláceks *In The Mirrow of Maya Deren* (im *Stadtkino*-Filmverleih) mit nur einer Kopie auf den Markt gebracht und können daher nur bescheiden ausgewertet werden.

Nur *Buena Vista*, die erst vor wenigen Jahren auch in Österreich etablierte *Disney*-Filiale, sticht insofern heraus, als sie auch eine Anzahl österreichischer Filme (z.B. *Der Unfisch*, *Helden in Tirol*, *Kubanisch Rauchen*) in den Verleih übernahm. Sonst sind die US-amerikanischen Filialen weitgehend auf Anweisungen, Marketingstrategien und Pressekonzepte ihrer Muttergesellschaften reduziert – eigenständige Aktivitäten sind eher selten. Nach Franz Schwartz, Geschäftsführer des *Stadtkino*-Filmverleihs, müssen diese dominanten Akteure sämtliche Details ihrer Arbeit mit ihren Muttergesellschaften abstimmen: „Das Filmangebot wird vorgeschrieben, die Geschäftsführer machen Verträge mit den österreichischen Kinos und lassen die Auswahl der Kinos, die Laufzeit, die Anzahl der Kopien, den Werbeaufwand von ihren Managern in London und Los Angeles genehmigen“ (Schwartz 1992, 79). Johannes Wegenstein, Geschäftsführer des Wiener Programmkinos *Schikaneder*, sprach in diesem Zusammenhang von der durchgängigen Kommerzialisierung der Filmverleihpraxis in Österreich. Kulturell wertvolle Filme könnten demnach nicht mehr ausgespielt werden und würden unter stren-

gen Verwertungsgesichtspunkten behandelt. Bei abnehmendem Besucherfolg würden diese auch rasch vom Markt entfernt und vernichtet (Wegenstein, Interview, 22. Mai 2002).

Wie weiter oben angeführt, spielt die Beziehung zwischen Filmtheater und Verleih für die Auswertung von Kinofilmen eine wesentliche Rolle. Das traditionell schwierige Verhältnis der Marktpartner zueinander ist auf die ständige Verteilungsproblematik der Erlöse zurückzuführen. Auch in Österreich sind wettbewerbsgefährdende Verleihpraktiken festzustellen, wie etwa die Weigerung, Filme an Konkurrenten auf dem Abspielmarkt zu liefern. Der *Standard*-Journalist Claus Philipp hat diese in Wien beobachtet: „Wichtig ist ja nicht nur, wo und wie welche Filme gespielt werden: ganz wesentlich ist auch, welche Verleihe die Kinos jeweils beliefern – oder auch nicht. Allein in diesem Sektor hatten die *City Cinemas* als Minikonkurrenten der *Constantin* Probleme. Als etwa Bruce Willis im Thriller *The Sixth Sense* für volle Säle sorgte oder zuletzt der ebenfalls von der *Constantin* verliehene *Der Schuh des Manitu* Rekordzahlen schrieb – dann wurden diese cash cows den *City Cinemas* bewusst vorenthalten. Das heißt: Während das Publikum in die anderen, *Constantin*-eigenen Kinos steuerte, musste sich etwa das *Gartenbau* Kino mit zweitbesten Ware bescheiden“ (Philipp 2002, 2).

Neben unternehmerischen Belieferungspraktiken gilt die Aufteilung der Verwertungserlöse zwischen Hersteller, Filmverleih und Filmabspiel als weiterer kritischer Erfolgsfaktor. In Österreich wird in einer eigenen Vereinbarung zwischen dem Fachverband der Audiovisions- und Filmindustrie Österreichs und dem Verband der Filmverleih- und Vertriebsgesellschaften anhand von Vermietungsrichtlinien festgelegt, wie die generell anzuwendenden Vergütungssätze zu verteilen sind. Vereinbart ist, dass der Filmverleih einen Prozentsatz der Bruttoeinnahmen (Eintrittskartenerlöse) erhält, mindestens jedoch eine Garantiesumme für seine Kostendeckung. Beide Größen sind von Verleih zu Verleih unterschiedlich und hängen von der Aktualität und Kassenstärke des Films ab.

5. Zusammenfassung und Ausblick

Im vorliegenden Artikel ist gezeigt worden, dass sich die ehemals stabilen Strukturen der österreichischen Kinobranche in den letzten Jahren mit wachsender Geschwindigkeit geändert haben. Triebkräfte dieses Strukturwandels sind vielfältig und komplex.

Fokussiert man die Veränderungen in den Angebotsstrukturen der Filmverwertung, also im Filmverleih und Kino, ist festzustellen, dass das starke Engagement von mit internationalem Kapital ausgestatteten Multiplexen, insbesondere in Ballungszentren, tendenziell traditionelle Kinos mit vergleichbarem Programmangebot vom Markt verdrängt hat. Im Marktsegment für Mehrsaalkinos dominieren heute große Kinoketten die Märkte. Ihre Attraktivität liegt nicht allein im Angebot von kassenstarken *Blockbuster*-Filmen, sondern vielmehr in einer breiten Leistungspalette für die Freizeitgestaltung. Auch wenn der Multiplex-Boom in Österreich zur Zeit verebbt, hat er doch den neuen Kinotyp des *Urban Entertainment Center* hervorgebracht, der die BesucherInnen nicht mehr vorwiegend mit dem gezeigten Film anzieht, sondern das Kino

insgesamt als multifunktionalen Ort für die Freizeitgestaltung meist jüngerer Menschen begreift.

Durch das Aufkommen der Multiplexe stehen traditionelle Premierenkinos unter erhöhtem Wettbewerbsdruck. Sie werden immer abhängiger von erfolgversprechender Massenware und somit von jenen Verleihern, die diese Filme herausbringen. Denn auch ein Großteil der ZuseherInnen konzentriert sich auf immer weniger Erfolgsfilme, was einen zusätzlichen Erfolgsdruck auf diese traditionellen Mehrsaalkinos ausübt. Einzig Nischenkinos, die sich etwas Besonderes einfallen lassen und ein künstlerisch interessantes Komplementärprogramm spielen, dürften auf längere Sicht am Markt bleiben. Einsaalkinos, die Massenware nachspielen, sind in ihrer Existenz bedroht. Diese Marktstrukturentwicklung könnte in Zukunft einen nachhaltigen „Verlust der Mitte“ bringen. Die Schere zwischen meist in den Stadtzentren angesiedelten Programm- und Nischenkinos und der „Großmaschine Multiplex“ (Horwath, Interview, 5. Juni 2002) könnte sich dadurch weiter öffnen.

Die theoretische Analyse hat ergeben, dass für die relativ hohe Konzentration am Filmverleih- und Kinomarkt in der Hauptsache Kostenvorteile der etablierten Film- und Kinokonzerne verantwortlich sind. Diese Konzerne erzielen dann Einsparungen, wenn sie Mehrproduktunternehmen sind, also in der gemeinsamen Nutzung derselben Kapazitäten erhebliche Verbundvorteile erzielen können: Damit ist es ihnen möglich, insbesondere den Verleih von Filminhalten mit erlössteigernder Werbung bei der Filmvorführung zu verbinden. Aufgrund dieser Kostenersparnis gelingt es etablierten Unternehmen, Marktmacht durch Markteintrittsbarrieren aufzubauen. Marktkonzentration gilt als Ergebnis dieses Prozesses. Und da zeitgleich der Wettbewerbsdruck zur Kosteneinsparung zunimmt, erscheint es sinnvoll, größtmögliche Vorteile aus der Mehrfachverwertung einmal produzierter Inhalte in möglichst vielen Kinos und später im Fernsehen zu erzielen. Diese großenbedingten Strukturvorteile werden durch vertikale Integration potenziert, was zur Folge hat, dass Kinobetrieb und Filmgeschäft (Produktion, Verleih, Abspiel) in der Hand ein- und desselben Unternehmens liegen und sich damit immer untrennbarer miteinander verbinden. Diese Konzentrationsprozesse führen dazu, dass schwächere Kinos tendenziell zum Marktaustritt gezwungen bzw. einem ruinösen Wettbewerb um Filmausstrahlungsrechte und Abspielmöglichkeiten ausgesetzt werden.

Wir müssen die Einleitungsfrage dieser Arbeit bejahen, ob sich auch in Österreich eine Tendenz zur Monopolisierung von Film- und Kinomärkten ausmachen lässt. Die dafür verantwortliche Marktlogik zunehmender Wirtschaftlichkeit und Profitabilität bestimmt auch in Österreich immer mehr, dass nur kommerziell attraktive Filme auch Markterfolg haben. Damit müssen Strategien verfolgt werden, die zu einem derartigen Markterfolg führen. Denkbar sind hier etwa eine größere Kopienzahl der Filme und die beschleunigte Kinoauswertung. Die in Österreich dominierende *Constantin*-Gruppe genießt hierzulande Marktführerschaft im Abspiel von massenattraktiven Erfolgsfilmen. Da sie zudem der größte nationaler Verleiher ist, bestimmt sie nicht nur, wo und wie welche Filme gespielt, sondern auch, welche Kinos beliefert werden. Gelegentlich erfolgen an Marktkonkurrenten einfach keine Sendungen.

Fraglich ist, ob ökonomische Konzentration negative Auswirkungen auf publizistische Qualität hat. Denn tendenziell ruinöse Konkurrenz und erhöhte Marktorientierung auf den Ebenen Verleih und Abspiel führen dazu, dass publizistische Wertmaßstäbe wie Vielfalt und Qualität verdrängt werden. Die Verwertung inhaltlich anspruchsvoller Filme würde dadurch wesentlich erschwert. Sie kommen nicht mehr in die Kinos und können daher nicht mehr gesehen werden. Diese Annahme muss angesichts vielseitiger Anstrengungen der unabhängige Verleihe verworfen werden. Österreichische Erfolgsfilme finden in den Programmkinos dieser Verleihe eine ausreichende Präsentationsfläche.

Literatur

- Bader, Lucie/ Haberl, Barbara/ Urban, Isabella/ Weingartner, Christine (2000) *Studie „Motivationen zum Kinobesuch und die Rezeption von Medien- und Marketingaktivitäten, Schwerpunkt österreichischer Film“*. In: Dies. (Hginnen) Sehen und gesehen werden. Filmmarketing in kleinen europäischen Filmländern. Projektgruppe „zukunft.film“ (ICCM). Wien, 85-131.
- Bassewitz, Bodo von/ Spiegel, Andreas (2001) *Celluloid im Kino noch vorne, aber die Zukunft ist digital*. In: Vizjak, Andrej/ Ringlstetter, Max (Hg.) *Medienmanagement: Content gewinnbringend nutzen. Trends, Business-Modelle, Erfolgsfaktoren*. Wiesbaden, 81-89.
- Detering, Dieter (2001) *Ökonomie der Medieninhalte. Allokative Effizienz und soziale Chancengleichheit in den Neuen Medien*. Münster.
- Frank, Björn (1993) *Zur Ökonomie der Filmindustrie*. Hamburg.
- Gomery, Douglas (1998) *The Economics of Hollywood: Money and Media*. In: Alexander, Alison/ Owers, James/ Carveth, Rod (eds.) *Media Economics: Theory and Practice*. New Jersey, 175-185.
- Heinrich, Jürgen (1999) *Medienökonomie. Band 2: Hörfunk und Fernsehen*. Opladen.
- Holzer, Edith/ Pollak, Herbert (2002) *Nichts ist Lei(n)wand*. In: Profil, Nr. 13, 62-63.
- Kiefer, Marie Louise (2001) *Medienökonomik. Einführung in eine ökonomische Theorie der Medien*. München/ Wien.
- Krausz, Danny (2000) *Gesprächsprotokoll eines Workshops zum Strukturwandel in der Kino- und Verleihlandschaft*. Symposium „Sehen und Gesehen werden - Neue Blickwinkel auf Filmmarketing in europäischen Kleinstaaten“, 23.-25.2.2000. Zürich, 67-74, verfügbar unter: <http://www.filminstitut.at>.
- Kürble, Peter (2001) *Spielfilme im Netz multimedialer Entwicklungen*. Dissertation an der Freien Universität Berlin, verfügbar unter: <http://darwin.inf.fu-berlin.de/2001/21/>.
- Litman, Barry R. (1998) *The Motion Picture Mega-Industry*. Boston.
- Monaco, James (1995) *Film verstehen. Kunst, Technik, Sprache, Geschichte und Theorie des Films und der Medien. Mit einer Einführung in Multimedia*. Reinbek.
- Neckermann, Gerhard (2000) *Kinobranche im Umbruch. Filmbesuch und Kinostruktur in Deutschland 1991 bis 1999*. In: *Media Perspektiven*, Band 9, 406-413.
- Neckermann, Gerhard (2001) *Multiplexe in der Krise? Filmbesuch, Verleih- und Kinostruktur in Deutschland 1991 bis 2000*. In: *Media Perspektiven*, Band 10, 505-513.
- N. N. (2002) *Dem UCI-Lassallestraße fehlen Besucher: Sperre*. In: *Der Standard*, 12.3.2002, 9.
- Nüchtern, Klaus (2002) *Der Fluch des Manitu*. In: *Falter. Zeitschrift für Politik und Kultur*, Nr. 6, 6.2.2002, 53.
- Omasta, Michael (2002) *Man lebt nur zweimal*. In: *Falter. Zeitschrift für Politik und Kultur*, Nr. 26, 26.6.2002, 57.
- Peyer, Peter (2001) *Visuelle Nahversorger*. In: *Falter. Zeitschrift für Politik und Kultur*, Nr. 44, 31.10.2001, 74.
- Philipp, Claus (2002) *... die wesentliche Bedrohung ist „unsichtbar“*. In: *Der Standard*, 1.2.2002, 2.
- Pintzke, Thomas/ Koch, Kim Ludolf (1998a) *Kinostudie. Kinostandort Deutschland: Strukturwandel und Perspektiven der Filmtheaterbranche am Beispiel Nordrhein-Westfalen und Hamburg*. RMC medien consult. Wuppertal: Filmstiftung Nordrhein-Westfalen GmbH.
- Pintzke, Thomas/ Koch, Kim Ludolf (1998b) *Kinostu-*

- die. *Kinostandort Deutschland: Strukturwandel und Perspektiven der Filmtheaterbranche am Beispiel Nordrhein-Westfalen und Hamburg, Sonderauswertung. Die Filmtheaterlandschaft in Hamburg.* RMC medien consult. Wuppertal: Filmstiftung Nordrhein-Westfalen GmbH.
- Pintzke, Thomas/ Koch, Kim Ludolf (2001) *Digitales Kino. Wirtschaftliche Prämissen der Markteinführung.* In: Filmecho/ Filmwoche, Nr. 16, verfügbar unter: <http://www.rmc.rinke-gruppe.de/veroeff/presse-kino/digikino.htm>.
- Prognos (2001) *Verwertungsperspektive der Filmindustrie. Filmwirtschaftliche Markt- und Konkurrenzanalyse in Österreich und Deutschland.* (Projektleitung: Josef Trappel). Wien, verfügbar unter: <http://www.filminstitut.at/files/VerwPerspektiven.pdf>.
- RMC medien consult (2000) *Die Konzentration des europäischen Kinomarktes.* In: Filmecho/ Filmwoche, Nr. 52, verfügbar unter: <http://www.rinke-gruppe.de/rmc/veroeff/presse-kino/veroeffft-fr.htm>.
- Schröder, Nicolaus (1995) *Filmindustrie.* Reinbek.
- Schwartz, Franz (1992) *Kino und Filmverleih in Österreich.* In: Ernst, Gustav/ Schedl, Gerhard (Hg.) *Nahaufnahmen: zur Situation des österreichischen Kinofilms.* Wien, 75–86.
- Schweitzer, Dirk (1996) *Film als Marktleistung.* Wiesbaden.
- Stejskal, Michael (1998) *Einige Fakten zum Ist-Zustand der europäischen Verleih- und Kinoland-schaft.* In: Österreichisches Filminstitut (Hg.) *Maßnahmenkatalog Film. Eine Materialsammlung für Gespräche mit Politikern.* Wien, verfügbar unter: <http://www.filminstitut.at>.
- Stiglbauer, Stefan (1999) *Kinos sterben langsam.* In: Wiener Zeitung, 12.3.1999, verfügbar unter: <http://www.wienerzeitung.at/frameless/lexikon.htm?ID=6243>.
- Trappel, Josef (2000) *Die Zukunftsfähigkeit der Filmwirtschaft.* In: Bader, Lucie/ Haberl, Barbara/ Urban, Isabella/ Weingartner, Christine (2000) (Hginnen) *Sehen und gesehen werden. Filmmarketing in kleinen europäischen Filmländern.* Projektgruppe „zukunft.film“ (ICCM). Wien, 31–41.
- Ungerböck, Andreas (1999) *Zur Situation des österreichischen Films auf einem veränderten Kinomarkt. Ein Zustandsbericht.* Studie erstellt im Auftrag des Österreichischen Filminstituts. Wien, verfügbar unter: <http://www.filminstitut.at>.
- Ungerböck, Andreas (2000) *Österreichisches Kinohandbuch.* Wien, 9–25.
- Ungerböck, Andreas (2002) *Film und Kino. Eine Nahaufnahme.* In: Steinmaurer, Thomas (Hg.) *Konzentriert und verflochten. Österreichs Mediensystem im Überblick.* Innsbruck/ Wien/ München/ Bozen, 71–105.
- Verband der Lichtspieltheater und Audiovisionsveranstalter (2002) *Statistics of the cinemas with 8 or more screens within Austria – Multiplex.* Stand März 2002. Wien.
- Waldbrunner, Andrea (2002) *Normaler Konkurrenzkampf.* In: Der Standard, 1.2.2002, 2.

Liste der Interviewpartner

(in alphabetischer Reihenfolge)

- Horwath, Alexander: Direktor des Österreichischen Filmmuseums Wien, 5. Juni 2002.
- Konlechner, Peter: ehemaliger Direktor des Österreichischen Filmmuseums, 16. März 2002.
- Ungerböck, Andreas: Journalist und Herausgeber des Österreichischen Kinohandbuch, 28. Mai 2002.
- Wegenstein, Johannes/ Alzinger, Markus: Geschäftsführer und Präsident des Wiener *Schikaneder*-Kinos, 22. Mai 2002.
- Widrich, Virgil: checkpoint media, 31. Mai 2002.