

Berlin *aktuell*

Die wirtschaftlichen Effekte der Berlinale

Februar 2012

Film- und Kinohauptstadt Berlin

Berlin bleibt trotz zahlreicher Kinoschließungen deutsche Kinohauptstadt: An der Spree gibt es 95 Spielstätten mit 269 Kinosälen und 51.556 Sitzplätzen, davon etwa 50 Kinosäle mit Programmkinos. Im Vergleich der fünf größten deutschen Städte hat Berlin damit nicht nur die meisten Kinos, sondern auch die meisten Kinobesucher – im Jahr 2010 insgesamt 9,52 Millionen. Das sind mehr als doppelt so viele Kinobesucher wie in den anderen deutschen Kinohochburgen München und Hamburg (4,58 bzw. 4,38 Millionen) und fast viermal so viele wie in Köln (2,31 Millionen).

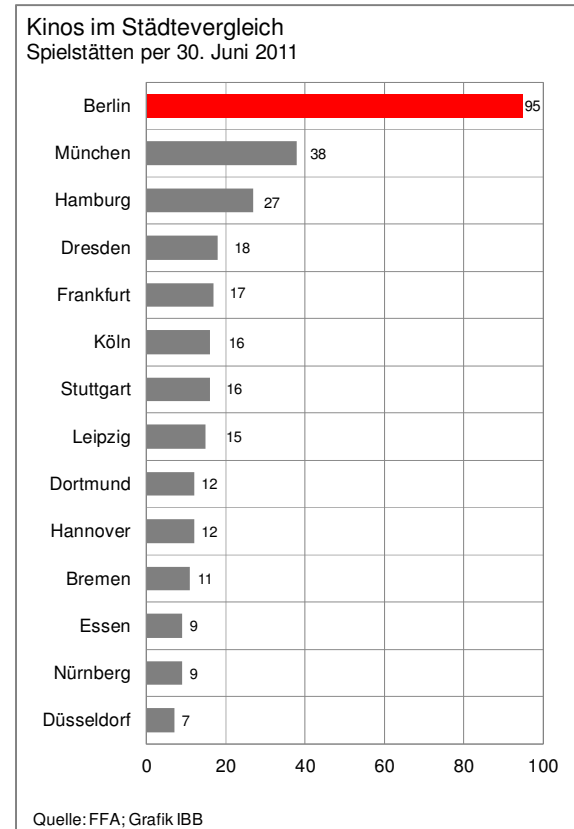
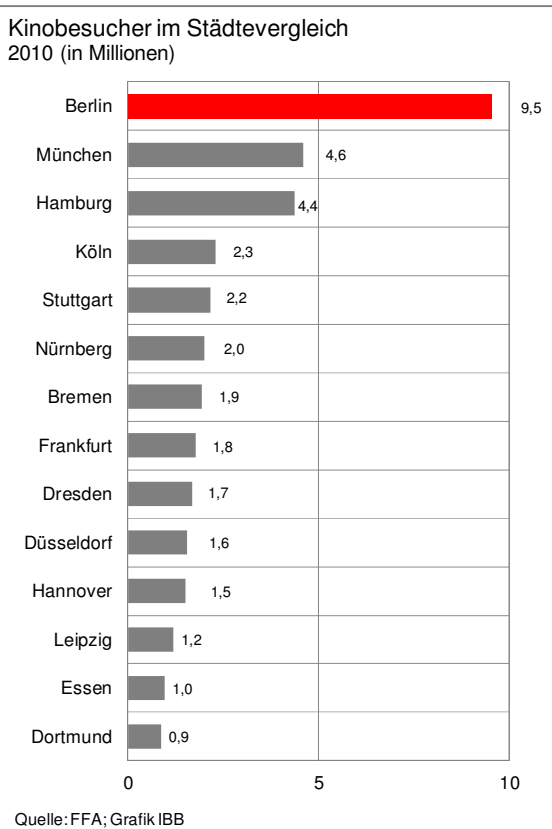
Für den Freizeitwert einer Stadt spielt ein breit gefächertes Kulturangebot eine entscheidende Rolle. Ein Merkmal eines hochwertigen Kulturangebotes ist das Vorhandensein einer facettenreichen Kinolandschaft. Besonders auswärtige Besucher und Touristen wissen dies zu schätzen.

So ging es auch 2011 weiter steil aufwärts im Berlintonismus.

Insgesamt besuchten in den ersten elf Monaten 9,1 Millionen Menschen (+8,5%) die Hauptstadt. Neben dem Hotel- und Gaststättengewerbe profitieren vom Berlintonismus vor allem der Einzelhandel aber ebenso die öffentlichen und privaten Kultureinrichtungen wie zum Beispiel die Kinobetreiber. Insbesondere die sogenannten Programmkinos, da die Berlinale inzwischen auch mit ihrem Projekt „Berlinale Goes Kiez“ in vielen Programmkinos aktiv ist.

Berlinale – vom Wirtschaftsfaktor zum Wachstumsmarkt

Wenn am 9. Februar 2012 die 62. Berlinale, das wichtigste Filmfest neben Cannes und Venedig, beginnt, blickt die Filmwelt nicht nur nach Berlin, sondern besucht vor allem auch die Berliner Festivalkinos. In der Sektion Wettbewerb werden bei der 62. Internationalen Berlinale mehr als 22 Filme gezeigt, von denen sich 18 um die begehrten Bären-Trophäen bewerben. Im Wettbewerbsprogramm werden diesmal 18 Weltpremieren aufgeführt.



Die Berlinale hat Tradition

Am 6. Juni 1951, sechs Jahre nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs, hatten die ersten Internationalen Filmfestspiele Berlin ihre Premiere. Mit Alfred Hitchcocks „Rebecca“ wurden die ersten Filmfestspiele in dem in Steglitz gelegenen traditionsreichen, 1928 eröffneten Luxus kino Titania-Palast eröffnet. Seitdem haben zahlreiche internationale Schauspielgrößen die Berlinale besucht. Stars wie Sophia Loren, Rita Hayworth, Federico Fellini und Billy Wilder haben den Star-Reigen in den 50er Jahren eröffnet. Für neue Strömungen des Kinos zeigte sich die Berlinale immer offen. Regisseure wie Ingmar Bergman und Roman Polanski, aber auch Jean-Luc Godard, Francois Truffaut und Claude Chabrol feierten hier ihre ersten internationalen Erfolge.

Mittlerweile ist es das weltweit größte Publikumsfestival und mit mehr als 19.300 Fachbesuchern, also Einkäufer, Rechehändler, Produzenten, Filmemacher, TV-Vertreter und Journalisten eines der wichtigsten Ereignisse der internationalen Filmindustrie. Besonders hervorzuheben ist dabei, dass die Berlinale anders als andere Festivals allen Filmfans offen steht. Kein Filmfestival ist so eng mit seinen Zuschauern verbunden. Im vergangenen Jahr wurden rund 300.000 verkaufte Eintrittskarten (ohne Fachbesucher) gezählt. Von den dabei erzielten Erlösen profitieren auch die Berliner Filmtheater.

Die Berlinale gehört zu den vier europäischen A-Festivals. Die in das Festival integrierte Filmmesse European Film Market (EFM) hat sich zu einer der wichtigsten Geschäftsveranstaltungen in der internationalen Filmbranche entwickelt. Hier treffen Filmproduzenten auf Verleiher, Regisseure auf Drehbuchautoren, Agenten auf Schauspieler. Seit 2007 bietet die Berlinale Keynotes den Film- und Medienschaaffenden ein Forum für die Zukunftsfragen der Filmindustrie.

Filmstandort Berlin hat Tradition

Die Hauptstadtregion schaut auf eine lange Filmtradition zurück. Hier fand 1895 im Varieté „Wintergarten“ die erste öffentliche Filmvorführung Europas durch die Brüder Max und Emil Skladanowsky statt. Erst acht Wochen später stellten die Gebrüder Lumière ihren „Cinématographe“ in Paris vor. Anlässlich des 100. Jubiläums des Filmstudio Babelsberg im Februar 2012 zeigen die 62. Internationalen Filmfestspiele Berlin in der Sonderreihe „Happy Birthday, Studio Babelsberg“ zehn Filme - jeweils aus einem Studio-Jahrzehnt - und lassen die Geschichte des Studio Babelsberg noch einmal Revue passieren. Im Jahr 1917 wurde mit der UFA das erste große deutsche Filmunternehmen gegründet, das so legendäre Filme wie „Metropolis“ von Fritz Lang, der in der restaurierten Uraufführungsfassung auf der 60. Berlinale gezeigt wurde, oder „Der Blaue Engel“ mit Marlene Dietrich produzierte.

Filmfestivals als Wirtschaftsfaktor

Die rund 19.300 Fachbesucher der Filmfestveranstaltungen, von denen viele Gäste aus dem Ausland einreisen, sowie die Berlinale-Touristen und Film-Fans werden auch in diesem Jahr zur 62. Berlinale für Eintrittskarten, Hotelkosten, Restaurantbesuche und Verkehrsmittel zusätzliche Kaufkraft nach Berlin bringen. Diese fließt nicht nur in die Kinokassen, sondern vor allem auch in die Kassen der Gastronomiebetriebe der Hauptstadt. Insbesondere die Fachbesucher füllen die Hotels, Bars und Restaurants. Gerade in der touristisch eher schwachen Jahreszeit ist das für viele Hotels und Restaurants ein wichtiges Ereignis. Vor allem rund um den Potsdamer Platz wird das Leben zehn Tage lang pulsieren und das nicht nur in den Kinos. Die Berlinale wird sich besonders für den Innenstadtbereich sehr positiv auswirken.

Die Berliner Hotellandschaft überzeugt durch ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Dies wird von Tagungs- und Kongressteilnehmern geschätzt. Zur Berlinale sind – neben den Nobelherbergen, in denen die Stars residieren – vor allem

Die wirtschaftlichen Effekte der Berlinale

Mittelklasse-Hotels in Nähe der Veranstaltungsorte gefragt, vorzugsweise am Potsdamer Platz und im Umfeld des Anhalter Bahnhofs. Zu den Umsätzen aus dem Übernachtungsgeschäft kommen die Ausgaben der Sponsoren und Filmunternehmen für die vielen Premierenfeiern und Firmenevents in den Hotelräumlichkeiten.

Aber auch der Berliner Einzelhandel und das Verkehrsgewerbe werden durch die Filmfestbesucher Mehreinnahmen verbuchen. Sie kommen vor allem dem Taxigewerbe zu Gute, den Läden am Potsdamer Platz, an der Friedrichstraße sowie den großen Warenhäusern am Kurfürstendamm. Das Festival trägt somit auch dazu bei, Berlin als Shoppingmetropole zu etablieren. Die ausländischen Gäste werden sich von dem guten Preis-Leistungs-Verhältnis in Berlin überzeugen können. Von Berlinale zu Berlinale wächst der Anteil der Besucher aus dem Ausland.

Zusätzlich zu den Fachbesuchern kommen tausende Filmliebhaber, die nicht beruflich mit der Berlinale verbunden sind. Dazu gehören auch die vielen Fans, die keine Eintrittskarte besitzen, aber das Filmfest trotzdem in Berlin vor Ort am roten Teppich miterleben wollen. Unter ihnen viele Berliner, die nach Büroschluss in die Kinos strömen oder sich sogar ein paar Tage für die Berlinale frei nehmen. Aber es gibt auch die anreisenden Festivaltouristen, die immer wiederkommen und keine Berlinale ausgelassen haben. Täglich gehen sie in drei, vier Vorführungen. In den Pausen gehen sie Kaffee trinken und nehmen einen Imbiss ein.

Der Tourismus ist eine typische Querschnittsbranche. Deshalb fließen die touristisch bedingten Umsätze zum Teil in sehr unterschiedliche Branchen. So liefert das Lebensmittelgewerbe Waren an Restaurants, Handwerker führen Renovierungsarbeiten in Hotels durch. Eine überschneidungsfreie Abgrenzung der einzelnen Wirtschaftszweige zur Tourismuswirtschaft ist daher schwierig. Die Kuchenlieferung an das Hotel ist für den Bäcker touristischer Umsatz, der Verkauf an die heimische Bevölkerung, die die Berlinale auch besucht, zählt dagegen nicht dazu.

Der Wareneinsatz im Einzelhandel, der Strom für die Barbeleuchtung, der Bau von Hotels, die Inneneinrichtung für das Restaurant, der Steuerberater des Taxiunternehmens – eine Vielzahl von Branchen sind unterschiedlich stark mit der Multibranche Tourismus verflochten.

Die Wertschöpfung ist je nach Branche, in der die Touristen Geld ausgeben, sehr unterschiedlich. Nach Angaben der dwif-Consulting GmbH – ein Unternehmen des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e. V. an der Universität München – (dwif) beträgt der Wertschöpfungsanteil im Gastgewerbe rund 40%, im Einzelhandel liegt er bei über 20% und in einzelnen touristisch relevanten Dienstleistungsbranchen übersteigt er sogar 50%. Fast 60% des Umsatzvolumens, das durch die direkten Ausgaben der Gäste erzielt wird, wird in einer zweiten Umsatzrunde (Lieferung von Vorleistungen) erneut wirksam. Durch diese Umsätze entsteht wiederum indirekt weiteres touristisches Einkommen.

Der Tourismus spielt auch als Quelle von Steuereinnahmen für Berlin eine wichtige Rolle. So fließen vom touristisch bedingten Mehrwertsteueraufkommen erhebliche Mittel über die Schlüsselzuweisungen im Rahmen des Länderfinanzausgleiches wieder zurück in die Stadt. Hinzu kommen anteilige Unternehmenssteuern wie Gewerbe- und Grundsteuer. Auch von den Einkommenssteuern der in den Tourismusbranchen Beschäftigten sowie den Steuern auf die Gewinne der Unternehmer profitiert Berlin.

Hoher Beschäftigungseffekt

Der Tourismus schafft und sichert eine Vielzahl sehr unterschiedlicher Arbeitsplätze. Fast alle diese Stellen sind jedoch dadurch gekennzeichnet, dass die Beschäftigten nicht ausschließlich vom Tourismus leben: Der Kellner oder die Verkäuferin bedienen auch Berliner Gäste, im Hotel finden Familienfeiern von Einheimischen statt, der Taxifahrer befördert gleichermaßen Berliner wie Auswärtige. Kaum ein Arbeitsplatz lässt sich somit ausschließlich dem Tourismus zurechnen.

Berlinale-Besucher haben Zeit und Geld

Selbst bei konservativen Annahmen zeigt sich, dass durch die Besucher der Internationalen Filmfestspiele enorme Geldflüsse in Berlin erzeugt werden. Sie zeigen sich konsumfreudiger als der durchschnittliche Reisende. Während dieser lediglich 2,3 Tage in der Stadt bleibt, halten sich professionelle Festivalbesucher zwischen vier und zehn Tage in Berlin auf. Im Durchschnitt verfügt der vergleichsweise solvente Berlinale-Fachbesucher über ein Tagesbudget von etwa 230 bis 300 EUR.

Aber nicht nur die Fachbesucher geben Geld in Berlin aus. Für die übrigen anreisenden Berlinale Gäste kann, auf der Grundlage der Angaben des dwif, angenommen werden, dass diese 2012 täglich rund 199 EUR ausgeben. Die Berücksichtigung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer der Berlinale Übernachtungsgäste erfolgt auf der Grundlage der Ergebnisse der offiziellen Tourismusstatistik des Landes Berlin.

Zum tatsächlichen Übernachtungsaufkommen werden in der amtlichen Statistik jedoch keine erschöpfenden Aussagen gemacht, da hier lediglich Beherbergungsbetriebe einbezogen werden, die mehr als acht Gäste unterbringen können. Nicht berücksichtigt werden somit alle Beherbergungsbetriebe mit weniger als neun Betten, also kleine Ferienwohnungen, Privatzimmer und sonstige Kleinbetriebe. Nicht erfasst werden auch Berlinale-Gäste, die in den Privatwohnungen von Freunden und Verwandten übernachten sowie die Tagesgäste ohne Übernachtungsbedarf. Neben den Gästen, die in der Stadt übernachten, sind auch die Tagesgäste während der Berlinale in ihrer wirtschaftlichen Bedeutung für Berlin nicht zu unterschätzen. Aufgrund der großen räumlichen Ausdehnung der Stadt spielen, neben den Besuchern aus dem nahen Brandenburg, sogar die Berliner Festival-Besucher aus weit entfernten Bezirken wirtschaftlich eine Rolle und müssen mit berücksichtigt werden. Neben den Festival-Aktivitäten bleibt für diese Tagesreisenden meist noch Zeit

für einen Restaurant-, Imbiss- oder Cafébesuch.

Hinsichtlich der Übernachtungsmöglichkeiten dieser Berlinale-Touristen werden gerundet folgende Beherbergungskategorien und Ausgabensätze berücksichtigt:

Privatvermieter:	93 EUR
Bekanntebesucher:	35 EUR
Tagesgäste:	35 EUR

Diese durchschnittlichen Ausgabensätze pro Person und Tag beruhen ebenfalls auf Erhebungen des dwif aus dem Jahr 2009. Sie wurden für diese Untersuchung an die Preise von 2011 angepasst.

Berlinale generiert 66 Mio. EUR Umsätze

Bei den Berechnungen der wirtschaftlichen Wirkungen der 62. Internationalen Filmfestspiele wird hinsichtlich der erwarteten Berlinale Touristen bei rund 300.000 verkauften Karten (ohne Fachbesucher) eine Besucherzahl von 100.000 unterstellt. Davon kommen ca. 72.000 Berlinale Besucher aus Berlin, 4.000 aus Brandenburg, 18.000 aus dem übrigen Deutschland sowie 6.000 Berlinale Gäste aus dem Ausland. Diese Gruppe der Berlinale-Besucher wird auf Basis der oben genannten Prämissen einen Umsatz von insgesamt rund 11,5 Mio. EUR in Berlin generieren.

Hinzu kommt die Gruppe der Fachbesucher. Hier wird von einer konstanten Besucherzahl von rund 19.300 (davon 3.825 Journalisten) ausgegangen. Dabei wird eine Aufenthaltsdauer von 4 bis teilweise 9 Tagen unterstellt. Die Gruppe der Berlinale Fachbesucher wird insgesamt einen zusätzlichen Umsatz von rund 30,7 Mio. EUR während der Filmfesttage in Berlin bewirken.

Schließlich bleiben auch ein Großteil des Berlinale-Etats sowie weitere durch die Berlinale angestoßene Sponsoring Leis-

Die wirtschaftlichen Effekte der Berlinale

tungen in der Region. Denn damit werden hauptsächlich Kinomieten, Synchronisationsstudios, Film- und Fernsehproduktionsfirmen, Fotostudios, Werbeagenturen, Eventveranstalter, Sicherheitskräfte und Berlinale-Mitarbeiter bezahlt. Insgesamt ergeben diese Dienstleistungen einen zusätzlichen Umsatz von rund 24 Mio. EUR.

Zusammengefasst ergeben sich im Jahr 2012 somit konsumwirksame Effekte in Berlin von insgesamt rund 66,2 Mio. EUR.

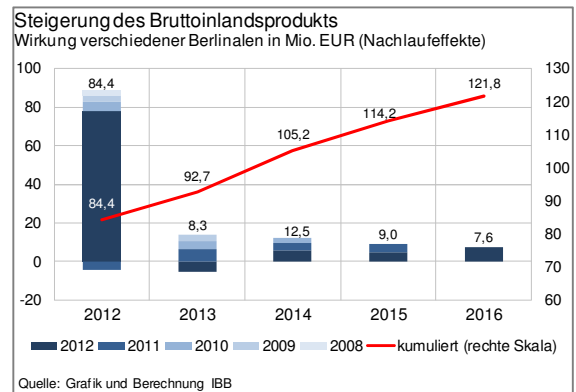
Bis zu 122 Mio. EUR zusätzliche Wirtschaftsleistung durch die Berlinale

Diese durch die 62. Berlinale induzierten Umsatzeffekte lassen sich mit Hilfe eines ökonometrischen Berlinmodells in Wertschöpfung, Beschäftigung und öffentliche Einnahmen umrechnen. Die primären Umsatz- und Beschäftigungswirkungen in den Tourismusbereichen ziehen ihrerseits durch die Einbeziehung von vor- oder nachgelagerten Branchen weitere indirekte Beschäftigungswirkungen nach sich und schaffen somit erneut Einkommen in einer Vielzahl verschiedener Branchen in Berlin. Ausgaben der Fachbesucher und Film-Touristen sind auf der anderen Seite Einnahmen bei Berliner Unternehmen, die diese verwenden, um damit Ausgaben zu tätigen, die ihrerseits Umsätze und Arbeitsplätze z. B. bei ihren Lieferanten bewirken.

Die Umsätze der Filmfestival-Besucher (Filmschaffende, Journalisten und Touristen) verursachen also zusätzlich Einnahmen und Investitionen, die unmittelbare und mittelbare Effekte auf andere volkswirtschaftliche Größen wie Wachstum und Beschäftigung ausüben – und dies über einen längeren Zeitraum als den eigentlichen Berlinale-Zeitraum von zehn Tagen.

Unter Berücksichtigung der Primärimpulse in Höhe von rund 66 Mio. EUR sowie den beschriebenen nachgelagerten multiplikativen Ausgaben- und Beschäftigungseffekten, ergibt sich allein für die 62. Berlinale bereits eine Steigerung des Berliner Bruttoinlandsproduktes von rund 75 Mio. EUR schon im Jahr 2012.

Berücksichtigt man nun noch, dass die Berlinale ein jährlich wiederkehrendes Ereignis ist, so stellen sich neben den durch die 62. Berlinale angestoßenen Wirtschaftsleistungen weitere wirtschaftliche Effekte im Modell ein. Dabei verstärken die wirtschaftlichen Nachlaufeffekte der früheren Berlinale die wirtschaftlichen Effekte der aktuellen Berlinale 2012. Realwirtschaftlich lässt sich dieser Modellansatz damit erklären, dass sich das wirtschaftliche Umfeld der Berlinale auf das jährlich wiederkehrende Ereignis einstellen kann. So profitieren das Gastgewerbe, der Einzelhandel oder verschiedene Dienstleistungsunternehmen von der Planungssicherheit und den gewachsenen und verlässlichen Strukturen aus den Vorjahren. Es gibt einen messbaren, strukturellen Unterschied zwischen einem einmaligen touristischen Ereignis und einer jährlich wiederkehrenden, kontinuierlich gepflegten Veranstaltungsreihe.

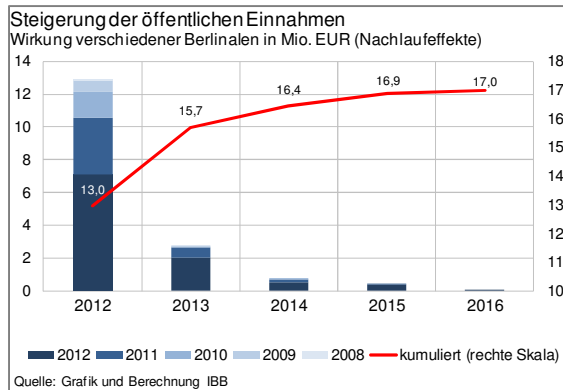


Im Ergebnis führen die Konsumimpulse der 62. Berlinale (66 Mio. EUR) sowie die kumulierten Nachlaufeffekte der früheren Berlinale zu einer Steigerung des Berliner Bruttoinlandsproduktes von insgesamt 122 Mio. EUR, verteilt auf die Jahre 2012 bis 2016. Dabei werden 84 Mio. EUR (69%) schon im Jahr der Berlinale wirksam.

Bis zu 17 Mio. EUR zusätzliche öffentliche Einnahmen

Infolge dieser zusätzlichen Wirtschaftsleistung kann auch berechnet werden, dass sich letztlich ein Teil der öffentlichen Einnahmen der Jahre 2012 bis 2016 allein auf die Veranstaltungsreihe Berlinale zurückführen lässt. Schon im Jahr der 62. Berli-

nale werden unter Berücksichtigung der Schlüsselzuweisungen im Rahmen des Länderfinanzausgleiches rund 13 Mio. EUR an öffentlichen Einnahmen an das Land Berlin zurückfließen. In dem betrachteten Zeitraum von 5 Jahren summieren sich die öffentlichen Einnahmen auf insgesamt 17 Mio. EUR.



Bis zu 371 zusätzliche Arbeitsplätze

Von besonderem Interesse sind außerdem die Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt. Hier profitiert Berlin einerseits von höheren Steuer- und Sozialversicherungseinnahmen und andererseits durch geringere Inanspruchnahme von Sozialleistungen.

Zudem werden durch die Filmfestspiele 2012 mindestens rund 370 neue Arbeitsplätze geschaffen bzw. bestehende Arbeitsplätze gesichert. Etwa 70% dieser Beschäftigungseffekte entstehen dabei in den Dienstleistungsbereichen und 30% im Produzierenden Gewerbe.

Und auch in den folgenden Jahren bis 2016 werden im Durchschnitt jährlich noch 82 Arbeitsplätze geschaffen bzw. vorhandene Arbeitsplätze gesichert.

Berlinale bringt großen Imagegewinn

Mit Hilfe des Berliner Regionalmodells kann somit unter realistischen Modellannahmen untersucht werden, wie sich die oben dargestellten zusätzlichen touristischen Umsatzeffekte der Internationalen Filmfestspiele langfristig auf die Berliner Gesamtwirtschaft auswirken. Auch wenn einzelne Investitionen des Berlinale-

Veranstalters nicht rentabel sein sollten, so sind die gesamtwirtschaftlichen Effekte für Berlin doch beachtlich. Neben diesen volkswirtschaftlich messbaren Wertschöpfungs-, Einkommens- und Beschäftigungszuwächsen existiert noch ein weiterer Effekt, der zwar schwer messbar ist, letztlich jedoch ebenso volkswirtschaftliche Wirkungen entfaltet. Hierzu dürfte insbesondere der Imagegewinn durch die Darstellung Berlins als junge, moderne Trendstadt gehören. Von großer Bedeutung ist dabei die nationale und internationale Medienberichterstattung.

In diesem Jahr liegen z.B. die Erwartung auf Berlin-Besucher aus Indien. So geht z.B. für Indien (Berlin-Besucher aus Indien 2010: 11.025) ein ganz besonderer Film an den Start. Der gegenwärtig erfolgreichste indische Filmschauspieler Shah Rukh Khan hat in Berlin den 2. Teil eines Action-Films gedreht („Don – The King is back“). Dadurch werden, neben den Bildern des attraktiven indischen Superstars auf der Berlinale, attraktive Berlin-Bilder aus seinem Film in ganz Indien verbreitet. Vor diesem Hintergrund könnte die Zahl der Berlin-Besucher aus Indien in den nächsten Jahren stark steigen, da es unter seinen Fans einige gibt, die es sich nicht nehmen lassen, zu den Drehorten von Shah Rukh Khan zu „pilgern“. Berlin ist jedenfalls gut vorbereitet: Die Berliner Tourismusorganisation Berlin Tourismus & Kongress GmbH hat vorsorglich einen englischen Stadtplan mit Drehorten des so verehrten Schauspielers drucken lassen.

Für das Image der Stadt ist die Berlinale daher von enormer Bedeutung. Das Festival trägt zum positiven Berlin-Bild in aller Welt bei. Schon lange bevor am 19. Februar die Goldenen und Silbernen Bären verliehen werden, steht ein Gewinner der Berlinale 2012 bereits fest: die deutsche Hauptstadt. Das Internationale Filmfestival ist kostenlose Imagewerbung für Berlin. Für zehn Tage richtet sich das Interesse von Cineasten in aller Welt auf Berlin. Mehr als 3.800 Journalisten aus mehr als achtzig Ländern werden dieses Jahr vom Potsdamer Platz berichten. Obwohl das Festival im Vergleich zu Mega-

Die wirtschaftlichen Effekte der Berlinale

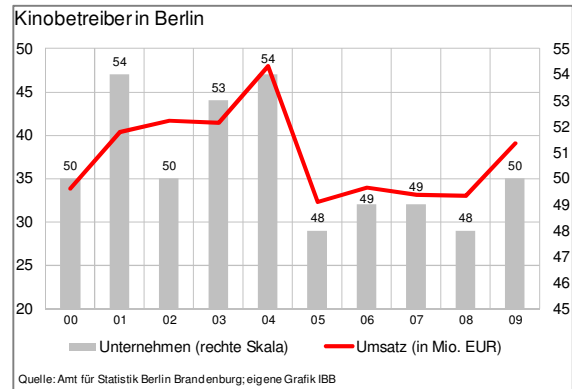
Veranstaltungen wie der 12. Leichtathletik-Weltmeisterschaft im Jahr 2009 oder dem jährlich stattfindenden Berlin-Marathon von den Touristenzahlen her zu den kleineren Events zählt, ist die Außenwirkung trotzdem enorm. Das Festival hat in den vergangenen Jahren unter der Regie von Dieter Kosslick neben neuen inhaltlichen Schwerpunkten erheblich an Glamour gewonnen und zieht den Blick immer stärker auf Berlin. Die deutsche Hauptstadt präsentiert sich einmal mehr als Hauptstadt der Kreativen. Die vielen Fachbesucher und Filmfans nehmen bei ihrer Abreise nicht nur ihre Erinnerungen an die Stadt mit, sondern verbreiten auch ein Bild des neuen Berlin in ihrer Heimat.

Berliner Kinos profitieren von der Berlinale

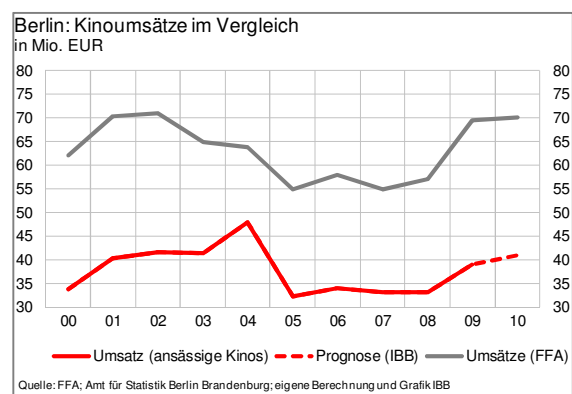
Auch für die Berliner Kinos ist das alljährlich stattfindende Filmfestival Berlinale ein wichtiges Ereignis. Im vergangenen Jahr, bei der 61. Berlinale, wurde, neben vielen Highlights, abermals dem Kiezkino als besonderem Ort der Filmkunst eine Hommage erwiesen. Mit der 2010 initiierten Veranstaltung „Berlinale goes Kiez“ brachte das Festival den Roten Teppich in die Programmkinos der Berliner Kieze. Und auch dieses Jahr gilt: Von Steglitz bis Friedrichshagen verwandelt sich Abend für Abend ein Berliner Programmkino zum Schauplatz des fliegenden Roten Teppichs. Das Publikum erhält so die Gelegenheit, im eigenen Kiez-Kino Berlinale-Filme und deren Stars zu sehen und die Festivalatmosphäre vor der Haustür zu schnuppern. So werden letztlich auch die kleineren Kinos in den Berliner Kiezen vom Glanz des großen Filmfestivals profitieren und ihre Umsätze steigern.

Die Umsätze der in Berlin ansässigen Kinobetreiber pendeln seit dem Jahr 2000 im Mittel um jährlich 37,6 Mio. EUR. Der Umsatzeinbruch im Jahr 2005 (-32,6%) korrespondiert einerseits mit einem starken Einbruch bei den Besucherzahlen in allen untersuchten deutschen Städten, andererseits reduzierte sich genau in diesem Zeitraum die Zahl der Berliner Kinobetreiber deutlich von 54 auf 48 (2005). Hintergrund ist der Niedergang der UFA-

Kinokette. Ende 2004 musste u.a. der aus dem Unternehmen ausgegliederte Royal Palast im Europacenter schließen. Das ehemalige Großkino West-Berlins mit 5 Sälen und rund 2.000 Sitzplätzen hatte einst die weltweit größte Kinoleinwand.



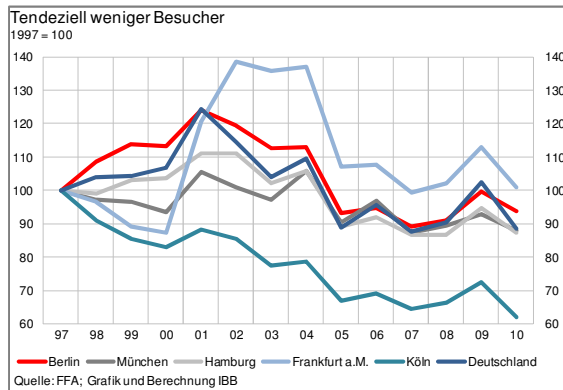
Das Amt für Statistik Berlin Brandenburg weist allerdings nur die Umsätze der tatsächlich in Berlin ansässigen Kinobetreiber (mit mehr als 17.500 EUR Umsatz pro Jahr) aus. Bei der Filmförderungsanstalt (FFA) werden dagegen die Umsätze aller Kinos am Standort erfasst, also auch die Umsätze der Kinobetreiber, die ihren Unternehmenssitz außerhalb Berlins haben (z.B. große Multiplexbetreiber in Hamburg). Im Durchschnitt der letzten Jahre verbleiben rund 60% der in Berlin eingespielten Kinoumsätze auch in der Hauptstadt.



Kinos und Kinogänger: Ein Städtevergleich

Auch wenn in der deutschen Hauptstadt eines der weltweit wichtigsten Filmfestivals ausgerichtet wird, kann sich Berlin nicht der allgemeinen Entwicklung in der Film-

branche entziehen. Die Besucherzahlen sind seit Jahren rückläufig.

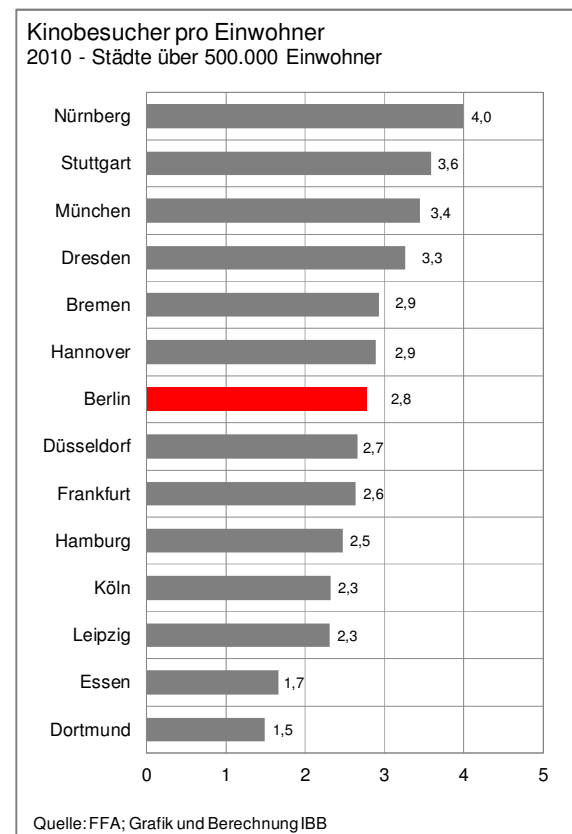


So ist Berlin unter den fünf größten deutschen Städten auch die Stadt, die nach einer enormen Steigerungsrate im Zeitraum 1997 bis 2000 (+13,2%) anschließend große Besucherrückgänge (2001 bis 2006: -23,5%) hinnehmen musste. Erst ab 2007 konnten die Berliner Kinos ihre Besucherzahlen wieder steigern – im Zeitraum 2007 bis 2010 um 4,9%. Im Vergleich der fünf größten deutschen Kinostädte reichte in diesem Zeitraum keine Stadt an das Wachstum Berlins heran. Das beste Ergebnis nach Berlin erzielte Frankfurt a.M. mit einer Steigerung der Besucherzahl um 1,6%. Außerdem haben die Berliner Kinos 2010 gegen den Bundestrend wieder ein leichtes Umsatzwachstum von 0,9% erzielt (bundesweites Ergebnis: -5,7%). Das Jahr 2010 war aufgrund der in den Sommermonaten ausgestrahlten Fußballweltmeisterschaft insgesamt für die Kinos ein schwieriges Jahr. Neben den alle großen deutschen Städte gleichermaßen betreffenden filmspezifischen Einflüssen, profitierten die Berliner Kinos in den letzten Jahren, ebenso wie viele andere Branchen offensichtlich auch von dem langanhaltenden Touristenboom der Hauptstadt. Vor allem in den vergangenen fünf Jahren verzeichnete der Städtetourismus in Berlin enorme Zuwachsraten sowohl bei den Gästeankünften als auch bei den Übernachtungen. Begünstigt wurde diese Entwicklung auch durch die bessere Verkehrsanbindung Berlins, wie zum Beispiel den guten Möglichkeiten mit Billig-Fluglinien zu reisen. Das zeigt sich in einer starken Zunahme bei den Fluggast-

zahlen. Hinzu kommt das starke Berliner Standbein im internationalen Event- und Kongressgeschäft, wozu zum Beispiel die internationalen Filmfestspiele zählen.

Nürnberg – die Stadt mit den fleißigsten Kinogängern

Zwar weist Berlin absolut betrachtet die meisten Kinos und meisten Kinobesucher auf. Wird jedoch berücksichtigt, dass die untersuchten Städte unterschiedlich groß sind und wird zur besseren Vergleichbarkeit die Zahl der Kinobesuche in Relation zur Einwohnerzahl der entsprechenden Städte gesetzt, zeigt sich ein anderes Bild: Im Vergleich der 14 Städte mit mehr als 500.000 Einwohnern ist Nürnberg – die kleinste der untersuchten Städte mit 503.638 Einwohnern – die Stadt mit den fleißigsten Kinogängern. Jeder Bürger Nürnbergs geht durchschnittlich 4-Mal pro Jahr (2010) ins Kino. Auf Rang zwei folgt Stuttgart mit 3,6 Kinobesuchen pro Einwohner.



Die Kinohauptstadt Berlin rangiert bei dieser größenbereinigten Betrachtungsweise

Die wirtschaftlichen Effekte der Berlinale

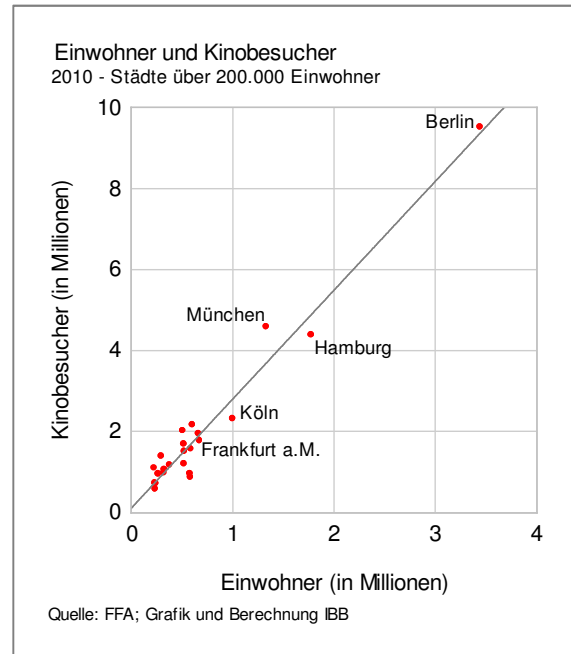
mit 2,8 Kinobesuchen pro Einwohner lediglich im Mittelfeld auf dem siebenten Platz. Kino ist in Berlin zwar ein wichtiger Kulturbereich, gleichzeitig konkurrieren die Filmtheater der Hauptstadt aber mit ungefähr 250 bis 300 Theater und Tanzensembles (davon 9 staatliche Theaterbühnen), zwei großen Konzerthäusern, vier Opern, 170 Museen, rund 250 Veranstaltungstätten in fast jeder Größenordnung sowie vielen weiteren Unterhaltungsangeboten. Diese Breite in allen kulturellen Bereichen zeichnet die Hauptstadt vor den anderen Städten aus.

München liegt im Vergleich der größten deutschen Städte mit mehr als 500.000 Einwohnern auf dem 3. Rang. Das Münchener Publikum zeigt nach wie vor ein starkes Interesse am Kino: An der Isar ging man im Jahr 2010 durchschnittlich 3,4 Mal ins Kino. Es folgen Dresden mit 3,3 und Bremen sowie Hannover mit jeweils 2,9 Kinobesuchen pro Einwohner.

Die Stadt mit der geringsten Zahl an Kinogängern ist Dortmund. Hier gehen die Einwohner im Schnitt lediglich 1,5-mal pro Jahr ins Kino (Rang 14). Kaum bessere Werte kann die Stadt Essen (1,7) vorweisen (Rang 13). Nach dem industriellen Strukturwandel in diesen ehemaligen starken Wirtschaftsstandorten des Ruhrgebiets musste die Bevölkerung dieser Städte einen erheblichen Kaufkraftverlust hinnehmen. Somit wurde offensichtlich auch am Kinobudget gespart.

Betrachtet man weitergefasst sogar die 23 größten Städte in Deutschland mit mehr als 200.000 Einwohner und stellt diesen die jeweilige Zahl der Kinobesucher gegenüber, dann wird der proportionale Zusammenhang zwischen Einwohner und Kinobesuchern deutlich (graue Gerade): Danach ergeben sich im Durchschnitt pro 100.000 Einwohner rund 268.800 Kinobesuche (2,7 pro Einwohner).

In diesem einfachen Modell, basierend auf den 23 größten Städten Deutschlands, würde man für die Größe Berlins mit 3,4 Millionen Einwohnern rund 9,37 Millionen Besucher erwarten (auf der grauen Gerade abzulesen).

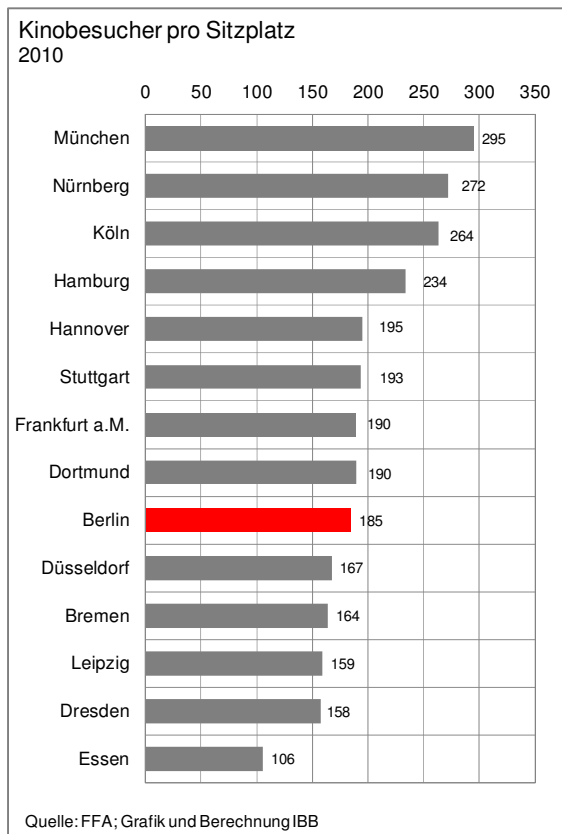


Mit 9,52 Millionen Besuchern liegt Berlin daher rund 150.000 Besucher über dem erwarteten Wert. Hamburg (4,38 Millionen Besucher) liegt nach diesem Modell rund 500.000 Besucher unterhalb seines Erwartungswertes von 4,89 Millionen Besucher. München liegt mit 4,59 Millionen Besuchern im Jahr 2010 sogar rund 890.000 Besucher über der zu erwartenden Besucherzahl.

Auslastung der Kinossessel in München am größten

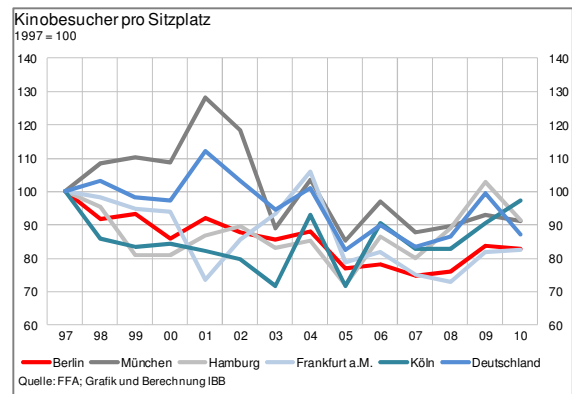
Betrachtet man die Auslastung der Kinos, also deren Rentabilität, so belegt Berlin 2010 im Städtevergleich mit 185 Besuchern pro Sitzplatz lediglich den 9. Rang nach Dortmund und Frankfurt a.M. (190 Besucher pro Sitzplatz). Dagegen konnte die Kinostadt München eine wesentlich bessere Auslastung der Kinoplätze erreichen. Mit 295 Besuchern pro Sitzplatz liegt München im Städtevergleich auch 2010 auf dem ersten Rang, noch vor Nürnberg (272) und Köln mit 264 Besuchern pro Sitz.

Die schlechteste Auslastung der Kinos wurde 2010 mit 106 Besuchern pro Sitzplatz in Essen erreicht.

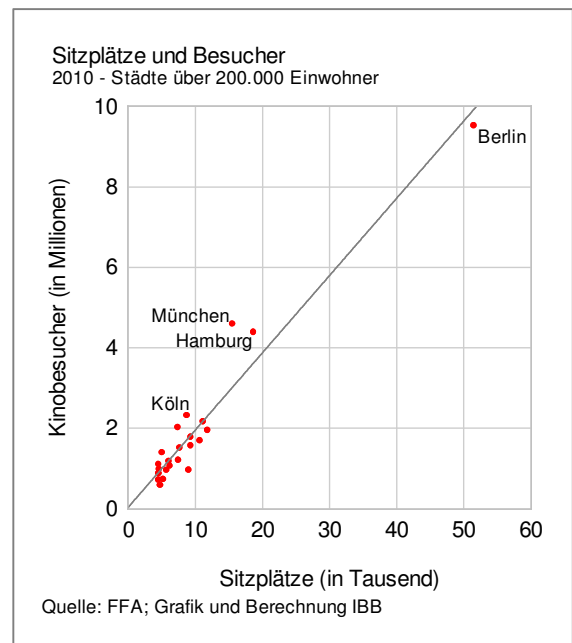


Mit diesem Ergebnis liegt Essen im Vergleich der deutschen Städte mit mehr als 500.000 Einwohnern weit abgeschlagen auf dem letzten Rang nach Dresden sowie Leipzig mit 158 bzw. 159 Kinobesuchern pro Sitzplatz.

Zwar konnte die Auslastung der Kinos in Berlin im Zeitraum 2005 bis 2010 um 7,9% gesteigert werden, im Vergleich mit den anderen Städten fällt Berlin aber auch hier zurück. Während die Lichtspieltheater in Hamburg eine Steigerung der Besucherzahl pro Sitzplatz um 27,4% erreichen konnten, gelang den Kinos in Köln sogar ein Wachstum der Sitzauslastung um 35,9%. Die auffälligen Ergebnisse von Köln sind auf eine starke Reduzierung der Zahl der Kinositze von 12.874 (2005) auf 8.767 (2010) zurückzuführen. Trotz einer stabilen Zahl von 17 Spielstätten, wurde die Zahl der Kinosäle in diesem Zeitraum in Köln von 54 auf 43 reduziert. Dies überkompensierte den gleichzeitigen Besucherrückgang um 7,5%.



In München stieg die Besucherzahl pro Sitzplatz im entsprechenden Zeitraum 2005 bis 2010 nur um 6,9% auf 295.



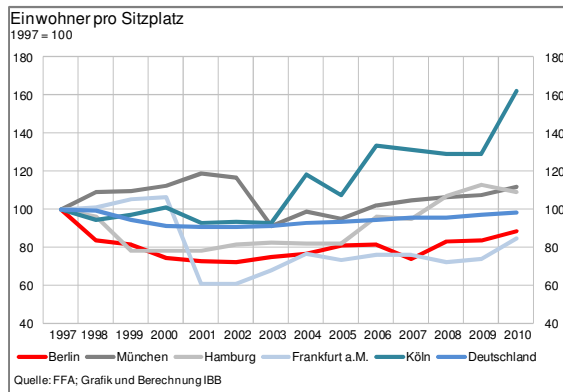
Für die 23 größten deutschen Städte mit über 200.000 Einwohnern besteht für die Zahl der Kinositzeplätze und die korrespondierende Zahl der Besucher wiederum ein proportionaler Zusammenhang. Dabei liegt die durchschnittliche Auslastung für Städte über 200.000 Einwohner in Deutschland bei 192 Besuchern pro Sitzplatz und Jahr. Für Berlin, eine Stadt mit 51.556 Kinositzeplätzen, entsprechen 9,94 Millionen Besucher pro Jahr gerade diesem durchschnittlichen Verhältnis. Mit 9,52 Millionen Besuchern im Jahr 2010 liegt Berlin allerdings rund 415.000 Besucher unter dem Erwartungswert. Eine Folge des hohen Kinoanteils in Berlin. München verzeichnet 2010 mit 4,6 Millionen Besuchern danach 1,6

Die wirtschaftlichen Effekte der Berlinale

Millionen mehr Besucher, als man für eine Stadt mit 15.548 Sitzplätzen erwarten würde (3,0 Millionen).

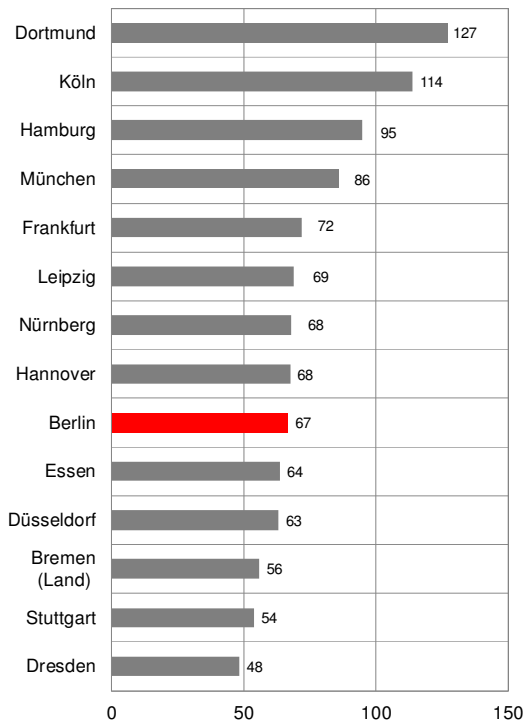
Kinopotenzial stabilisiert sich leicht

Der rasante Anstieg von Kinoneubauten in Berlin nach dem Mauerfall – vor allem von Multiplexen, von denen in der Hauptstadt derzeit 13 in Betrieb sind – bei gleichzeitigem Bevölkerungsrückgang verschlechterte die Relation zwischen Kinossesseln und deren potenziellen Besuchern, zumindest aus Sicht der Kinobetreiber, erheblich. Kamen 1997 rechnerisch auf einen Kinositze noch 75 Berliner, so waren es 2000 nur noch 56. Erst ab 2007 ist wieder eine Stabilisierung erkennbar. In 2010 erreicht das Kinopotenzial mit 67 Einwohnern pro Kinossessel den höchsten Stand seit 12 Jahren.



In Hamburg verlief die Entwicklung ähnlich: Teilten sich dort 1997 noch 87 Einwohner einen Kinoplatz, waren es im Jahr 2000 nur noch 68 Einwohner. Ab 2000 steigen die Werte bis 2010 wieder bis auf zuletzt 95 Einwohner pro Sitzplatz an. Köln, 1997 mit 72 Einwohner pro Sitzplatz gestartet, konnte sich 2010 auf einen Spitzenwert von 114 steigern. Der mit 26% besonders starke Anstieg in 2010 ist auf die Reduzierung von 2.248 Sitzplätzen gegenüber 2009 zurückzuführen. Gleichzeitig verringerte sich die Zahl der Spielstätten um eins und die der Kinosäle um 13 auf 43. München konnte die Relation von 77 in 1997 auf 91 im Jahr 2001 kontinuierlich verbessern. Nach einem zwischenzeitlichen Rückgang in 2003 auf 70 Einwohner pro Sitzplatz, stabilisieren sich die Werte bis 2010 auf 86 Einwohner pro Sitzplatz.

Einwohner pro Sitzplatz 2010

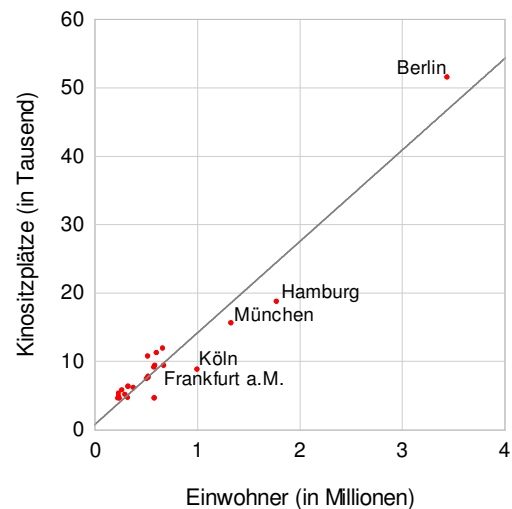


Quelle: FFA; Grafik und Berechnung IBB

Berlin – ganz großes (Programm)Kino

Betrachtet man für die 23 größten deutschen Städte mit über 200.000 Einwohnern die Einwohnerzahlen und die Kinositzeplätze, dann wird ein proportionaler Zusammenhang deutlich (graue Gerade).

Einwohner und Kinositzeplätze 2010 - Städte über 200.000 Einwohner



Quelle: FFA; Grafik und Berechnung IBB

Aus diesem Zusammenhang lässt sich ablesen, dass in einer deutschen Stadt mit über 200.000 Einwohnern (und mit mindestens zwei Kinos) pro 100.000 Einwohner im Durchschnitt rund 1.350 Sitzplätze „benötigt“ werden.

Berlin liegt mit 3.60.725 Einwohnern (2010) und 51.556 Kinositzen in diesem Modell mit rund 4.800 Sitzplätzen deutlich über der zu erwartenden Zahl von 46.720 Sitzplätzen. Hier werden schnell die Grenzen eines rein quantitativen Modells deutlich: So werden z.B. die Qualität der einzelnen Spielstätten und der gezeigten Filme sowie das Kinopublikum gar nicht berücksichtigt.

Nach einer Studie der FFA-Filmförderungsanstalt gibt es in Berlin 51 Kinosäle mit Programmkinos. Damit verfügt die Hauptstadt im Bundesländervergleich über die größte Programmkinodichte (2009), gefolgt vom Saarland und Sachsen. Die geringste Programmkinodichte fand sich in Sachsen-Anhalt.

Nach wie vor ist das Programmkino eine Domäne der Großstadt. Knapp ein Drittel der Spielstätten mit Programmkinoangebot befanden sich in Städten mit über 500.000 Einwohnern. Dennoch ist auch das ländliche Filmkunstangebot ein wichtiger Bestandteil der Programmkinolandschaft. Etwa 33% der Programmkinos können Ortschaften mit weniger als 50.000 Einwohner zugeordnet werden. Für die Eingruppierung als Programmkino ist maßgebend, dass der Kinobetreiber einen inhaltlichen Programmanspruch verfolgt und aus diesem Grunde seinen Kinosaal selber als Studio-/Programmkino/Filmkunstbühne einstuft. Seit einigen Jahren findet Programmkino nicht mehr nur in reinen Filmkunsttheatern statt, sondern wird zunehmend auch in einzelnen Kinosälen innerhalb von Kinocentern angeboten.

Daher macht nicht nur die jährlich wiederkehrende Berlinale deutlich: in Berlin treffen Programmkinos auf eine begeisterte Film Liebhaberschar, die Filme auch abseits der großen Produktionen in Programmkinos nachfragen. Und auch wenn die Zahl

der Programmkinos in den letzten Jahren rückläufig ist, findet die Berliner Kinovielfalt letztlich ihren Niederschlag in der weit über dem Durchschnitt liegenden Zahl der Sitzplätze (51.556).

Kinosterben in Berlin

Aber wo Licht ist, da ist auch Schatten. Einhergehend mit der abnehmenden Zahl von Kinobesuchern verschlechterte sich auch die reale Sitzplatzauslastung der Berliner Kinos. Dabei liegt die Auslastung der herkömmlichen Kinos unter der von Multiplexen. Denn Besucherzuwächse konnten seit 1997, als die ersten Multiplexkinos in Berlin eröffnet wurden, nur noch diese realisieren. Dass mit dieser Auslastung nicht alle Berliner Kinos langfristig überleben können, beweisen die vielen Kinenschließungen in den vergangenen Jahren – insbesondere von alten Traditionskinos im Westteil Berlins. So mussten am Kurfürstendamm und in seinen Nebenstraßen allein im Zeitraum 1998 bis 2004 insgesamt 14 Lichtspielhäuser schließen: 1998 am Kurfürstendamm 12 die Kinos „Gloria“ und „Gloriette“, 1999 das „Kuli“ im Kudamm-Karree, 2000 die „Filmbühne Wien“ am Kurfürstendamm 26 sowie das „Filmkunststudio“ in der Schlüterstraße 17, im Jahr 2001 am Kurfürstendamm 226 das „Marmorhaus“, das „Olympia“ am Zoo, zwei Kinos im Kudamm-Eck und die „Lupe 1“ am Kurfürstendamm 202, im Verlauf des Jahres 2002 das „Astor“ an der Ecke Kurfürstendamm/Fasanenstraße sowie das „Europa-Studio“ im Europa-Center, 2003 das „Hollywood“ am Kurfürstendamm 65 und 2004 der „Royal-Palast“ im Europa-Center. Mittlerweile leiden auch die Multiplexkinos unter Besucherrückgängen. So schloss im Sommer 2005 das erste Multiplexkino Berlins, das ehemalige DDR-Renomierkino „Kosmos“ in der Karl-Marx-Allee 131, seine Pforten. Das „Kosmos“ wurde in den 60er Jahren errichtet und 1996 zu einem Multiplexkino mit zehn Sälen und 3.400 Plätzen umgebaut. Zuletzt musste noch im Dezember 2011 das 1934 eröffnete Kiezkinos „die Kurbel“ in der Giesebrechtstraße 4 (623 Sitzplätze) geschlossen werden.

Noch gibt es 95 Kinos in Berlin, darunter 51 Kinosäle mit Programmkinos. Doch diese Vielfalt ist weiterhin bedroht, unter anderem auch durch die voranschreitende Digitalisierung. Denn obwohl der erfolgreichste Film aller Zeiten, Avatar, viel Geld in die Kinokassen gespült hat, blieben Kinos ohne digitale Abspieltechnik außen vor.

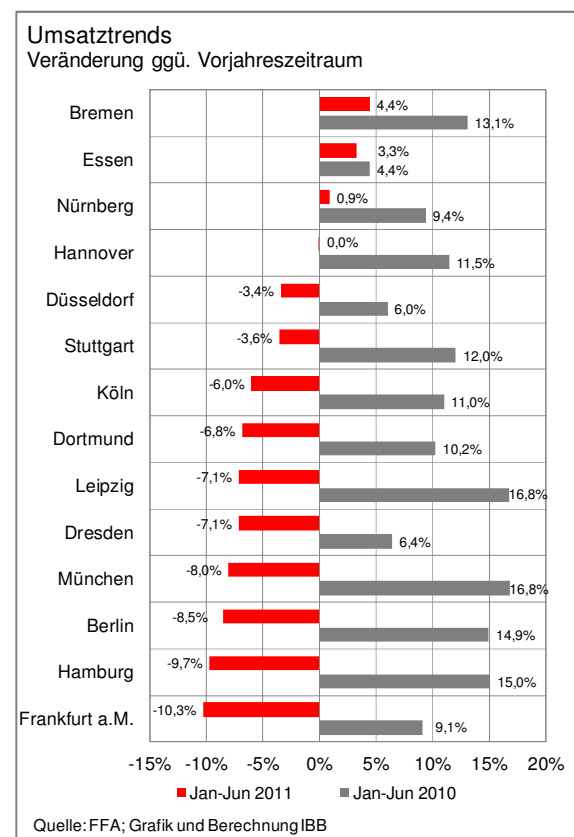
Bei der Entwicklung hin zum digitalen Kino ist die Hauptstadt führend. So hat nach Angaben von Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH die Initiative Cinema-Net Europe bereits seit 2004 die Digitalisierung in Europa entscheidend vorangetrieben. Die drei ebenfalls in Berlin ansässigen Verbände HDF, KINO e.V. und VdF e.V. arbeiten, von der Filmförderungsanstalt FFA unterstützt, an der Umsetzung einer flächendeckenden Digitalisierung. Die FFA finanziert die Fraunhofer Allianz Digital Cinema, die Systemspezifikationen für das digitale Kino in Deutschland erarbeitet, die auch in den Regelwerken zur Digitalisierung in anderen Ländern ihren Niederschlag findet. Das Medienboard fördert in der Region ansässige Video-on-Demand-Plattformen wie moviepilot.de, reality.tv und goodmovies.de. Die Mehrzahl der Kinobetreiber verspricht sich vom digitalen Kino (flexiblere Programmierung, alternative Inhalte) weiter steigende Besucherzahlen in den nächsten Jahren. Die Prognosen der Kinobetreiber gehen dabei vor allem von einer Steigerung des älteren Publikums (über 40 Jahre) aus. Gleichzeitig rechnen die Kinobetreiber künftig mit zusätzlichem Investitionsbedarf für technische Ausstattung und bauliche Maßnahmen.

Trendwende mit Hilfe von Events und Alternativprogrammen

Die Hauptstadt Berlin konnte sich dem Trend der großen Städte über 500.000 Einwohner in den ersten sechs Monaten 2011 nicht entziehen und musste bei der Besucherzahl Rückgänge um 7,9% (Städtedurchschnitt: -5,1%) und beim Umsatz um 8,5% (Städtedurchschnitt: -6,0%) hinnehmen. Gleichzeitig verringerte sich die Zahl der Kinosäle um 15 auf aktuell 269. Besonders für kleinere Kinos könnte eine

Überlebensstrategie in der Bindung von Stammpublikum durch Spezialisierung ihrer Programme liegen. Denkbar sind auch Kinoveranstaltungen zu Live-Konzerten, zu Opernaufführungen oder zu DVD-Premieren, etwa wenn ein seltener Konzertmitschnitt veröffentlicht wird. Größere Lichtspielhäuser könnten ihre Säle z. B. für Kongresse, Firmen- und Modepräsentationen, Galas, Clubaktivitäten, Schulungen, Ausstellungen oder private Feiern und Betriebsversammlungen vermieten.

Umsatzrückgänge nur in den Städten

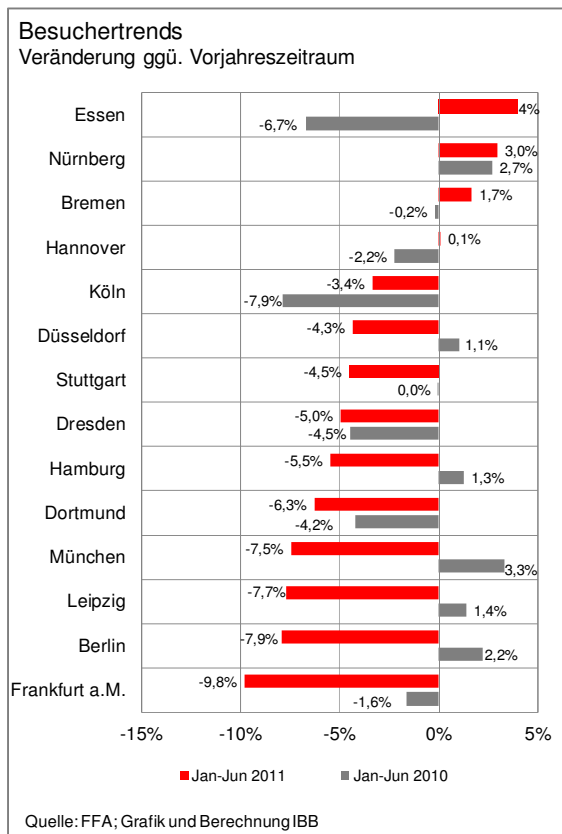


Hatten die Berliner Kinos im ersten Halbjahr 2010 gegenüber dem 1. Halbjahr 2009 noch ein stattliches Umsatzwachstum von 14,9% erzielt, so wurden im 1. Halbjahr 2011 Umsatzrückgänge von 8,5% gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum verzeichnet. Dieser Trend betrifft fast alle 14 großen deutschen Städte über 500.000 Einwohner. Die einzigen Ausnahmen sind Bremen (+4,4%), Essen (3,3%) und Nürnberg (+0,9%). Über alle 14 Städte betrachtet gingen die Umsätze von Januar bis Juni 2011 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 6,0% zurück. Bundesweit stiegen die

Umsätze im gleichen Zeitraum allerdings um 2,5%.

Ungünstig sehen die Ergebnisse auch bei den Besucherzahlen aus. Hier musste Berlin im 1. Halbjahr 2011 gegenüber dem Vorjahreszeitraum einen Rückgang um 7,9% hinnehmen. Das war vor Frankfurt a.M. mit -9,8% der stärkste Rückgang der 14 größten Städte über 500.000 Einwohner.

Bundesweit ging die Zahl der Kinobesucher 2011 im Halbjahresvergleich um 7,0 % zurück. In der Summe der 14 Städte mit mehr als 500.000 Einwohnern sogar noch ein Rückgang der Besucherzahlen von 8,0% registriert.

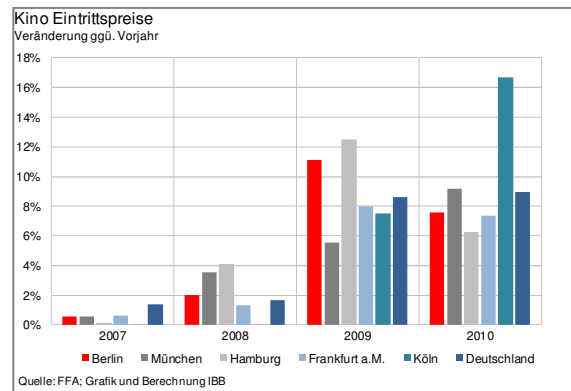


An der Spitze der meistgesehenen Filme im vergangenen Jahr stehen „Harry Potter und die Heiligtümer des Todes, Teil 2“ (6,4 Millionen Zuschauer), „Die Schlümpfe“ (2,7 Millionen Zuschauer) und „The King’s Speech“ (2,4 Millionen Zuschauer). Unter den heimischen Produktionen liegen der Überraschungserfolg „What a Man“ (1,8 Millionen Zuschauer), „Wickie auf Großer

Fahrt“ (1,7 Millionen Zuschauer) und „Almanya - Willkommen Deutschland“ (1,4 Millionen Zuschauer) im vorderen Bereich der meistgesehenen Filme (Plätze 7, 9 und 12 der Bestenliste).

Berlin – preisgünstige Stadt für Kinogänger

Seit 2010 laufen immer mehr Filme im 3D-Format in deutschen Kinos an. Im abgelaufenen Kinojahr 2011 haben sich mit „Pina“ (Wim Wenders) und „Die Höhle der vergessenen Träume“ (Werner Herzog) sogar zwei altgediente deutsche Arthouse-Filmemacher der 3D-Technik bedient.



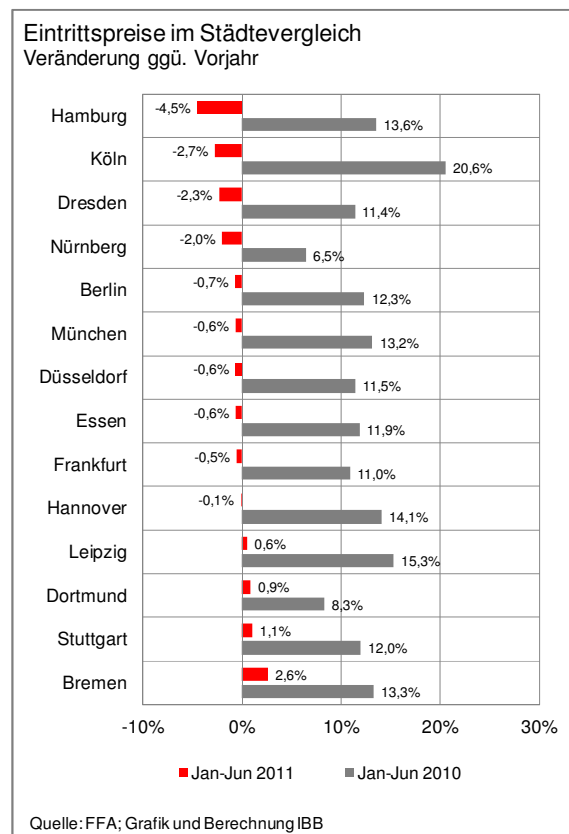
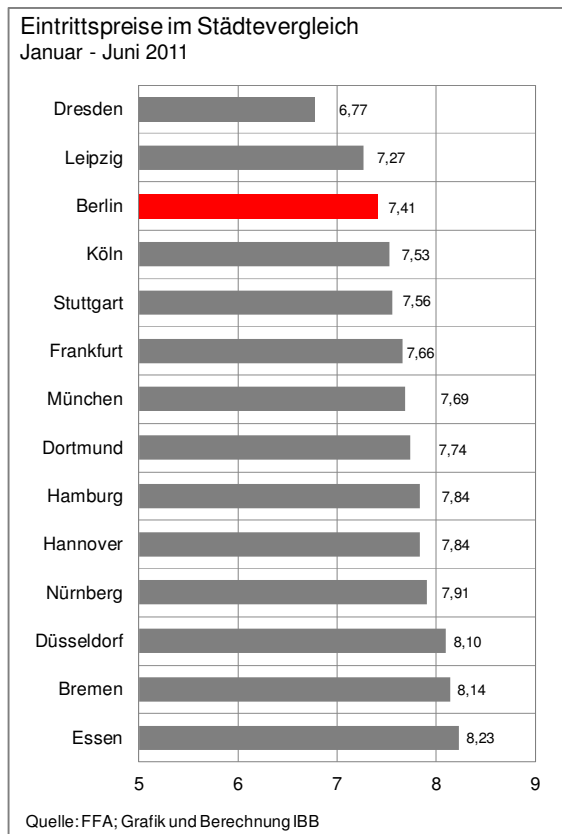
Die Umstellung auf die Digitalisierung und zuletzt auf die 3D-Abspieltechnik ist für die Kinobetreiber teuer. Da insbesondere für 3D-Vorstellungen erhöhte Eintrittspreise gezahlt werden müssen, ist der Durchschnittspreis für einen Kinobesuch in den Jahren 2009 und 2010 (Avatar-Effekt: 11,2 Millionen Besucher) nicht nur in Berlin deutlich gestiegen und lag mit 7,37 EUR um 7,4% über dem Vorjahreswert von 6,86 EUR. Damit hat das Interesse an 3D-Filmen in Berlin entscheidend zu dem guten Umsatzergebnis 2010 beigetragen. Spitzenreiter mit einer Erhöhung der Eintrittspreise um 16,6% ist Köln. Hier fällt auf, dass Köln mit der stärksten Erhöhung der Eintrittspreise auch den stärksten Rückgang der Besucherzahlen (-14,4%) und den stärksten Rückgang an Sitzplätzen (-20,4%) zu verzeichnen hatte. Im Durchschnitt der großen Städte stieg der Preis 2010 für eine Kinokarte um 7,8% (bundesweite Steigerung: +9,0%).

Auch aktuell ist Berlin nach wie vor eine sehr preisgünstige Stadt für Kinogänger. Mit einem Ticketpreis von durchschnittlich 7,41 EUR (Januar bis Juni 2011) liegen die Eintrittspreise in Berlin im Vergleich der 14 Städte mit mehr als 500.000 Einwohnern auf einem sehr niedrigen Niveau. Nur in Dresden (6,77 EUR) und Leipzig (7,27 EUR) ist es noch günstiger, ins Kino zu gehen.

Nach den kräftigen Preissteigerungen in den Jahren 2009 und 2010 haben die Kinopreise zumindest im 1. Halbjahr 2011 gegenüber dem Vorjahreszeitraum teilweise wieder nachgegeben. Hamburg verzeichnet von Januar bis Juni 2011 mit 4,5% den stärksten Rückgang gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Auch in Berlin gingen die Preise moderat um 0,7% zurück; noch im Vorjahr stiegen die Preise im 1. Halbjahr gegenüber dem entsprechenden Zeitraum 2009 um 12,3%.

In allen 14 Städten über 500.000 Einwohner fielen die Preise im 1. Halbjahr 2011 um 1%, bundesweit konnte sich der Kinopreis mit einem Rückgang um 0,3% gerade noch halten.



Fazit

Ein sehr wichtiges Ereignis für die Berliner Kinos und den Wirtschaftsstandort Berlin ist das alljährlich stattfindende Filmfestival Berlinale. Nach Berechnungen mit dem Simulationsmodell für die Berliner Wirtschaft der Investitionsbank Berlin generiert die Veranstaltungsreihe Berlinale 122 Mio. EUR zusätzliche Wertschöpfung, 84 Mio. EUR davon bereits im Jahr 2012. In diesem Jahr ist aufgrund der durch die Berlinale ausgelösten Konsumimpulse mit öffentlichen Mehreinnahmen von 6 Mio. EUR zu rechnen. Über den betrachteten Zeitraum von 5 Jahren summieren sich die öffentlichen Einnahmen auf insgesamt 17 Mio. EUR. Das ist weit mehr, als die Berlinale in Form öffentlicher Subventionen erhält. Zudem hängen mehrere hundert Arbeitsplätze direkt oder indirekt von der Berlinale ab. Dieses herausragende Kultur-Ereignis transportiert national und international die kulturelle Vielfalt und Welt-offenheit Berlins. Hinzu kommt, dass neben der guten Stimmung in der Stadt auch die Berliner Wirtschaft gestärkt wird.

Die Film- und TV-Produktion in der Region Berlin wird weiter an Bedeutung gewinnen. Besondere Wachstumspotenziale liegen vor allem in der Verbindung der klassischen Filmproduktion mit modernen Multimedia-Techniken. Dabei steht die Gamesindustrie, die besonders in der Region Berlin derzeit rasant wächst, der Filmbranche naturgemäß besonders nah. Der Einsatz neuer Technologien wie internetbasierte Auswertungsmöglichkeiten, Video on Demand oder die Entwicklung des DVD-Marktes können das Absatz- und damit auch das Erlöspotenzial von Filmen weiter steigern. Dies wird allerdings nur Filmen gelingen, die sich erfolgreich im Kino präsentieren konnten. Die Potenziale der traditionellen Film- und Kinoindustrie für die digitalen Verbreitungsmedien müssen verstärkt erschlossen werden. In diesem Zusammenhang stellt die anstehende Digitalisierung der Kinos und ihrer Abspielgeräte, besonders für die vielen, teilweise stark spezialisierten Berliner Programmkinos, eine enorme Herausforderung, aber auch Zukunftschance dar.

An der Spree gibt es mit 95 Spielstätten und 269 Kinosälen im Vergleich der größten deutschen Städte nicht nur die meisten Kinos, sondern auch die meisten Kinobesucher – im Jahr 2010 insgesamt 9,5 Millionen. Das sind mehr als doppelt so viele Kinobesucher wie in den anderen deutschen Kinohochburgen München und Hamburg (4,6 bzw. 4,4 Millionen) und fast viermal so viele wie in Köln (2,3 Millionen).

Im Zeitraum 2007 bis 2010 konnten die Berliner Kinos ihre Besucherzahlen um insgesamt 4,9% steigern. Im Vergleich der größten deutschen Kinostädte reichte in diesem Zeitraum keine andere Stadt an das Wachstum Berlins heran. Das beste Ergebnis nach Berlin erzielte Frankfurt a.M. mit einer Steigerung der Besucherzahl um 1,6%. Außerdem haben die Berliner Kinos 2010 gegen den Bundestrend wieder ein leichtes Umsatzwachstum von 0,9% erzielt (bundesweites Ergebnis: -5,7%). Aber wo Licht ist, da ist auch Schatten. Das beweisen die vielen Kinuschließungen in den vergangenen Jahren – insbesondere von alten Traditionskinos im Westteil Berlins. Auch vor diesem Hintergrund stellt die Digitalisierung der Kinos eine Zukunftschance dar.

Herausgeber:
Investitionsbank Berlin
Volkswirtschaft
Bundesallee 210
10719 Berlin

Redaktionsschluss 3. Februar 2012

Verfasser:
Claus Pretzell
Telefon: 030/2125-4752
Hartmut Mertens
Telefon: 030/2125-4738

Verantwortlich:
Hartmut Mertens