

Dollar-Kino

Englisch: Dollar theater

ALLGEMEIN

Second-Run-Kino mit günstigen Eintrittspreisen — zeigt Blockbuster nach ihrer Hauptlaufzeit. Relevant für Distributionsplanung und Filmarchive.

Der Second-Run-Markt ist das Segment, in dem Blockbuster landen, wenn sie aus den großen Häusern heraus sind. Dollar-Kinos funktionieren nach einem simplen Kalkül: niedrige Eintrittspreise (früher tatsächlich oft ein Dollar), ältere Kopien, maximale Zuschauermenge. Für Distributoren ist das ein bewährtes Modell zur Resteverwertung. Ein Film läuft drei, vier Wochen im Premierenkino, dann geht die Print-Kopie ins Dollar-Kino — und es werden noch Einnahmen abgeschöpft, bevor der Film komplett in die Streaming-Dienste wandert. Diese Häuser prägen das Kinoverhalten ganzer Stadtteile — oft in weniger wohlhabenden Gegenden, in den USA klassischerweise in Arbeitervierteln und Innenstädten. Die Betreiber fahren mit Niedrigpreisen und hohem Durchsatz:

Mehrschichten-Programme, minimal Personal. Technisch ist das ein Kompromiss — ältere Projektoren, variable Bildqualität, manchmal Kratzer in den Kopien. Das Publikum ist deswegen nicht weniger filmaffin. Dollar-Kinos erreichen Zuschauer, die teure Kinos meiden, und für Familien mit kleinerem Budget sind sie der Zugang zur aktuellen Blockbuster-Kultur. Praktisch relevant wird das für Distribution und Archivplanung. Ein Studio plant beim Release-Schedule immer schon ein, welcher Film ins Second-Run-Segment geht und wann — denn das generiert zusätzliche Umsätze über mehrere Monate. Die Frage ist nicht ob, sondern wann und wie lange. In den 1980ern und 1990ern waren Dollar-Kinos wirtschaftlich unverzichtbar, weil sie die Gewinnmarge eines Films erheblich aufpolsterten. Mit dem Aufstieg des Multiplex-Kinos in den 2000ern und später Streaming verlor das Modell an Bedeutung — aber in kleineren Märkten funktioniert es noch heute. Für Kameralleute ist das Segment eher indirekt relevant: Es zeigt sich daran, welche Formate und Kopien produziert werden. Für Dollar-Kinos brauchte man robuste DCP-Versionen und belastbare Film-Prints. Heute sind es digitale Deliverables, die einfach weitergeleitet werden. Technologisch ist das Segment unglamourös, aber ökonomisch bleibt es eine Realität im Filmgeschäft.