

Kinobetreiber

Englisch: Exhibitor

PRODUKTION

Wer die Leinwand besitzt und betreibt — verhandelt mit Verleihern über Filmauswahl und Einspielergebnisse. Verdient an Ticketverkauf und Popcorn.

Der Kinobetreiber steht am anderen Ende der Verwertungskette — nicht beim Dreh, sondern dort, wo der Film tatsächlich sein Publikum trifft. Er bewirtschaftet die physische Location, verhandelt mit Verleihern über Startterminen und Filmauswahl, und trägt das finanzielle Risiko. Das klingt nach reiner Geschäftstätigkeit, hat aber direkten Einfluss auf die Produktion: Welche Filme bekommen Leinwände, wie lange laufen sie, wie viel Marketing-Support vom Verleih? Das entscheidet der Betreiber mit. Praktisch bedeutet das: Ein Kinobetreiber verhandelt Ausstattungsverträge — üblicherweise erhält der Verleih 50–60 % der Ticketeinnahmen in den ersten zwei Wochen, dann sinkt sein Anteil. Der Betreiber deckt Miete, Personal, Technik-Wartung und Nebenkosten aus seinem Part. Größere Multiplex-Ketten haben Einkaufsmacht — sie können Filme ablehnen oder für bessere Buchungsbedingungen kämpfen. Ein einzelnes Arthouse-Kino muss nehmen, was es bekommt. Diese Asymmetrie ist real und beeinflusst, welche Filme überhaupt Zugang zur Leinwand erhalten. Dokumentarfilme, Experimentalfilm oder Nischenkino brauchen spezialisierte Betreiber, die bewusst gegen Mainstream arbeiten. Die Tagesarbeit ist unglamourös: Ticketverkauf überwachen, Lichttechnik justieren, Filmspulen (oder Digital-Pakete) annehmen und lagern, Vorführtechnik warten, Kinosäle putzen. Beim Festivalfilm oder bei limitierter Ausstattung kann es heißen, dass der Betreiber selbst zum Cutter wird — Rollen sortieren, synchronisieren, Projektions-Settings anpassen. Bei digitaler Distribution (DCP, KDM-Schlüsseln) muss er IT-Know-how haben oder einen Techniker beschäftigen. Die Betreiber-Welt hat sich brutal verdichtet: Multiplex-Chains dominieren, inhabergeführte Lichtspielhäuser verschwinden. Das hat Konsequenzen für Filmkultur — Programmkinos zeigen, was Verleih und Studio nicht wollen. Deshalb ist die Betreiber-Mentalität auch eine Haltung: Manche kämpfen bewusst für Vielfalt, programmieren gegen Quote, unterstützen Uraufführungen lokaler Regisseure. Andere optimieren nur auf Popcorn-Umsatz und Hollywood-Blockbuster. Für Producers und Regisseure ist das entscheidend zu wissen — wer die Leinwand hält, hält die Sichtbarkeit.