

## Hinweise für Lehrkräfte

### KOMPETENZBEZÜGE

<b>Filmbildung – Kompetenzorientiertes Konzept für die Schule</b> Herausgegeben von der Länderkonferenz MedienBildung und VISION KINO (2015)		
Kompetenzbereich	Teilbereich	Kompetenzerwartung
<b>Filmnutzung</b>	<b>Gebrauch</b>	- bei der Auswahl und Nutzung rechtliche Aspekte reflektieren (z. B. Urheberrechte, Persönlichkeitsrechte, Jugenschutzregelungen)
<b>Film in der Mediengesellschaft</b>	<b>Film als Wirtschaftsfaktor</b>	- Verwertungsstufen und -formen eines Films exemplarisch beschreiben - Formen der Filmfinanzierung und die Bedeutung der Filmförderung kennen - die eigene Rolle als Medienkonsument reflektieren und Einflussmöglichkeiten diskutieren - wirtschaftliche Aspekte im Kontext von Konvergenz und Digitalisierung untersuchen
	<b>Rechtliche Rahmenbedingungen</b>	- relevante Bestimmungen des Urheber- und Persönlichkeitsrechts benennen und reflektieren
<b>Bildung in der digitalen Welt</b> Kultusministerkonferenz (2016)		
Kompetenzbereich	Teilbereich	Kompetenzerwartung
<b>Suchen, Verarbeiten und Aufbewahren</b>	<b>Suchen und Filtern</b>	- relevante Quellen identifizieren und zusammenführen
	<b>Auswerten und Bewerten</b>	- Informationen und Daten analysieren, interpretieren und kritisch bewerten
<b>Produzieren und Präsentieren</b>	<b>Rechtliche Vorgaben beachten</b>	- Bedeutung von Urheberrecht und geistigem Eigentum kennen - Urheber- und Nutzungsrechte (...) bei (...) fremden Werken berücksichtigen
<b>Analysieren und Reflektieren</b>	<b>Medien in der digitalen Welt verstehen und reflektieren</b>	- (...) eigenen Mediengebrauch reflektieren und ggf. modifizieren - wirtschaftliche Bedeutung der digitalen Medien und digitaler Technologien kennen (...)

Die aufgeführten Kompetenzbezüge verweisen auf das von der Länderkonferenz MedienBildung (AK Filmbildung) und VISION KINO gemeinsam erarbeitete, mit den Bundesländern abgestimmte kompetenzorientierte Konzept fächerübergreifender „Filmbildung für die Schule“. Ergänzt werden die Bezüge um Hinweise auf Kompetenzerwartungen, die in der Handlungsstrategie „Bildung in der digitalen Welt“ der Kultusministerkonferenz (KMK) formuliert worden sind.

### INHALT

Der Baustein „Ein Film wird ausgewertet“ lenkt in verschiedenen Aufgaben die Perspektive auf das Kino als wirtschaftliches Unternehmen und ordnet die Rolle der Filmkonsument\*innen in wirtschaftliche und urheberrechtliche Zusammenhänge ein. Die Jugendlichen nehmen dadurch wirtschaftliche Faktoren im eigenen Lebensumfeld wahr. So setzen die Schüler\*innen den Preis einer legal erworbenen Blu-Ray und eines illegalen Downloads eines Films in Verbindung zu den Herstellungskosten und benennen die Auswirkungen eines legalen und eines illegalen Blu-Ray-Erwerbs für die Beteiligten. Das Kennenlernen der Verwertungskette ermöglicht darüber hinaus die Einordnung des legalen Blu-Ray-Erwerbs in die offizielle Verwertungskette und lässt den Stellenwert des Kinobesuchs in wirtschaftlicher Hinsicht sichtbar werden. Vertieft wird die Auseinandersetzung mit wirtschaftlichen und urheberrechtlichen Zusammenhängen am Beispiel einer aufgeteilten Kinokarte, die die Umsätze, Ausgaben und Einnahmen eines Kinos veranschaulicht und mit einer Statistik der Filmförderungsanstalt (FFA), die einen weiteren Blick auf die Filmindustrie und Kinolandschaft ermöglicht.

## Hinweise für Lehrkräfte

### Arbeitsblatt 1 – Wie viel ist eine Blu-Ray wert?! (20-30 Minuten)

AB 1: Wie viel ist eine Blu-Ray wert?!	
<b>Bildungsbereich</b>	Sekundarstufe I (+), Sekundarstufe II
<b>Zeitaufwand</b>	20-30 Minuten
<b>Fachempfehlungen</b>	Wirtschaft, Sozialkunde, Deutsch, Politik, Ethik, fächerübergreifender Unterricht
<b>Kompetenzschwerpunkt</b>	Die Schüler*innen erfahren, wer vom Verkauf einer legalen Blu-Ray oder dem Verkauf eines illegalen Downloads profitiert, setzen sich mit Folgen des Verkaufs illegaler Kopien auseinander und erkennen sich selbst als Teilnehmer*innen des Wirtschaftslebens.
<b>Materialien</b>	Arbeitsblatt pdf / word / odt Interview „Illegale Kopien – Folgen für Künstler*innen, die Zuschauer*innen und Verwerter*innen“
<b>technische Voraussetzungen</b>	Download Interview oder Computer mit Internetzugang zum Abspielen der Interviews

#### Konzeption und methodisch-didaktische Hinweise:

Ausgangspunkt der Aufgabe ist die Gegenüberstellung einer legal vertriebenen Blu-Ray und eines illegalen Downloads eines Films: Wie erklärt sich der Preisunterschied? Wer erhält eigentlich das Geld, das für eine Blu-Ray im Geschäft bezahlt werden muss? Und wer verdient an einem illegalen Download?

Gemeinsam überlegen die Schüler\*innen, wie sich der vorhandene Preisunterschied ergibt und entwickeln eigenständig mit Hilfe der abgebildeten Tabelle erste Zusammenhänge.

Diese ersten Ideen und Vermutungen werden anschließend mit der Interviewsequenz „**Illegale Kopien – Folgen für Künstler\*innen, die Zuschauer\*innen und Verwerter\*innen**“ vertieft und um die Frage nach den Folgen der Verbreitung von illegalen Kopien erweitert.

Lösungen zur Tabelle.

Wer wird bezahlt?	Blu-Ray aus dem Elektronikmarkt	Illegaler Download
Einzelhandel	+	-
Hersteller von Blu-Ray-Rohlingen	+	-
Filmproduktionsfirma	+	-
Urheber*innen (Drehbuchautor*in, Regisseur*in etc.)	+	-
Weitere am Film Beteiligte (Casting-Agent*in, Statist*in, Requisiteur*in, Beleuchter*in, Crewcatering, Produktionsfahrer*in etc.)	+	-
Illegaler Host	-	+
Marketing für den Film (Grafiker*in, Texter*in, Werbeagenturen)	+	-
Videotheken	-	-
Staat (Mehrwertsteuer, Sozialabgaben)	+	-
...		

## Hinweise für Lehrkräfte

### Stichpunkte zu den Inhalten der Interviewsequenz

#### „Illegale Kopien – Folgen für Künstler\*innen, die Zuschauer\*innen und Verwerter\*innen“:

- Durch das illegale Streamen verdienen Leute Geld, die gar nicht an der Produktion des Films beteiligt waren, und nicht diejenigen, die eigentlich das Geld verdienen sollten.
- Damit weiter Filme gemacht werden können, müssen Filme ihre Produktionskosten wieder einspielen; illegales Streamen schadet der Filmindustrie und führt dazu, dass es weniger Filme gibt, denn wenn Filme nicht verkauft werden, müssen die Produktionsfirmen draufzahlen und das Angebot bleibt aus, weil sich die Filmschaffenden nicht mehr leisten können, neue Filme zu machen.
- Der jährliche Schaden durch illegale Angebote im Netz beläuft sich in Deutschland auf ca. einige hundert Millionen Euro.
- Wenn der Preis für einen Film der Nullpreis ist, ist das ein nicht funktionierendes Geschäftsmodell.
- Unter den illegalen Angeboten leiden Hunderte von Menschen, die beim Film arbeiten; selbst eine große Firma wie SONY besteht aus einzelnen Leuten, die nicht mehr bezahlt werden können.
- Wenn alle denken, dass ein einzelner illegaler Download keinen Schaden anrichtet, funktioniert die Verwertungskette nicht mehr.
- Filme sind Kulturgut, aber auch Wirtschaftsgut und das Verschenken von Filmen kann man sich nicht leisten.
- Es gibt auch kostenlose Angebote im Internet, z.B. die Clips, die auf YouTube und anderen Plattformen hochgeladen werden und deren Herstellung nicht so teuer ist; aber am Ende machen sogar in diesem Fall Google, facebook & Co Milliarden-gewinne und diejenigen, die die Inhalte herstellen, bekommen nichts davon ab.
- Betroffen sind am Ende alle Genres, auch TV-Serien und Dokumentationen.
- Eine Film-Qualität herzustellen, die Spaß macht, kostet Geld; wenn keine guten Filme mehr hergestellt werden können, leiden am Ende auch diejenigen, die sich gerne Filme anschauen möchten.

## Arbeitsblatt 2 – Vom Kino bis ins Fernsehen – die Verwertungskette (30-45 Minuten)

AB 2: Vom Kino bis ins Fernsehen – Die Verwertungskette	
<b>Bildungsbereich</b>	Sekundarstufe I (+), Sekundarstufe II
<b>Zeitaufwand</b>	30-45 Minuten
<b>Fachempfehlungen</b>	Wirtschaft, Sozialkunde, Deutsch, Politik, Ethik, fächerübergreifender Unterricht
<b>Kompetenzschwerpunkt</b>	Die Schüler*innen lernen die Stationen, Funktionen und wirtschaftlichen wie urheberrechtlichen Gründe der gesetzlich geregelten Verwertungskette kennen, die festlegt, wann Filme nach dem offiziellen Kinostart im Internet, auf DVD/Blu-Ray oder im Fernsehen zu sehen sind.
<b>Materialien</b>	Arbeitsblatt pdf / word / odt Interview „Film und Wirtschaft“
<b>technische Voraussetzungen</b>	Download Interview oder Computer mit Internetzugang zum Abspielen der Interviews Einzelarbeitsplätze mit Internetzugang für Recherchezwecke

### Konzeption und methodisch-didaktische Hinweise:

Die Tabellen auf dem Arbeitsblatt 2 informieren über die sogenannte Verwertungskette, die den Kinos eine vorrangige Position bei der Auswertung von geförderten Kinofilmen einräumt. Indem die Schüler\*innen die Stationen den richtigen Beschreibungen zuordnen (Tabelle 1) und die wichtigsten Informationen aus der Tabelle 2 (aus dem Filmförderungsgesetz) in eigenen Worten zusammenfassen, lernen sie die Stufen der Verwertungskette kennen.

Zusammen mit den Statements von Filmproduzent\*innen, -verleihern und eines Kinobetreibers in der Interviewsequenz „**Film und Wirtschaft**“ kann daran anschließend erarbeitet werden, warum diese gestaffelte Lösung – erst das Kino, dann andere Auswertungen wie DVD/Blu-Ray/Video-on-Demand, später Free-TV – für geförderte Filme gesetzlich geregelt und sinnvoll ist. In dem Interview werden folgende Argumente genannt:

- Kinoproduktion ist teuer – die mehrfache und vor allem gestaffelte Verwertung über Kino, DVD etc. garantiert einen Rückfluss der entstandenen Kosten.
- Filme, die im Kino erfolgreich sind, sind auch später erfolgreich.

## Hinweise für Lehrkräfte

- Die Kinoauswertung macht Filme für spätere Verwertungswege bekannt.
- Kino ist kostenintensiv (Personalkosten) – ohne die Schutzfristen ist ein Kino nicht mehr wirtschaftlich zu betreiben.
- Nur ein kleiner Teil der Filme erwirtschaftet überhaupt einen Gewinn.
- Das Kino ist in vielen Städten einer der wenigen verbliebenen kulturellen Orte.
- Kinos sind oft kleine Betriebe oder Familienbetriebe.

### Hintergrundinformation:

Die Frage nach der gesetzlichen Regelung zielt auf das Filmförderungsgesetz. Dort sind im §53ff die Sperrfristen festgesetzt, die bestimmen, wie viel Zeit nach der Erstaufführung im Kino vergehen muss, bis eine andere Verwertungsform (DVD, Free-TV, usw.) für geförderte Filme in der Regel genutzt werden darf.

Lösung zur ersten Tabelle auf Arbeitsblatt 2

Station	Beschreibung
Kino	Viele sagen: Nur hier gehört der Kinofilm hin. Auf der großen Leinwand, in einem abgedunkelten Saal mit einem guten Sound-System und gemeinsam mit anderen Zuschauer*innen kann man den Film im ganzen Umfang genießen.
DVD/Blu-Ray	Auf der Scheibe ist der Film immer verfügbar – entweder am Fernseher oder am Computer.
Gekaufter Download	Man lädt die Datei eines Films komplett herunter und kann sie so oft sehen, wie man will. Auch eine DVD für den Privatgebrauch darf u. U. gebrannt werden.
Video-on-Demand: Pay-per-View	Man bezahlt und kann den Film dann für einen begrenzten Zeitraum sehen (z.B. 48 Stunden). Die Preise sind niedrig.
Pay-TV	Man zahlt einmal im Monat einen bestimmten Betrag und hat dann die freie Auswahl aus einer Vielzahl von Sendern und Filmen.
Free-TV	Hier muss nicht für den einzelnen Film gezahlt werden; die Ausstrahlung des Films wird über Werbeeinnahmen oder Rundfunkbeiträge finanziert. Allerdings dauert es auch ziemlich lange, bis ein Kinofilm hier zu sehen ist. Und man muss schon aufpassen, wann genau er läuft, denn meistens wird er nur ein Mal gezeigt.
Video-on-Demand: Abonnement	Das ist quasi die Online-Videothek: Man zahlt einmal im Monat einen Fixpreis und hat damit die freie Auswahl aus einer Vielzahl von Filmen.

## Arbeitsblatt 3 – Mehr als nur Film – wofür man im Kino Eintritt zahlt (30 Minuten)

AB 3: Mehr als nur Film – wofür man im Kino Eintritt zahlt	
Bildungsbereich	Sekundarstufe I (+), Sekundarstufe II
Zeitaufwand	30 Minuten
Fachempfehlungen	Wirtschaft, Sozialkunde, Mathematik, Deutsch, Politik, Ethik, fächerübergreifender Unterricht
Kompetenzschwerpunkt	Die Schüler*innen erfahren, wie die Kosten einer Kinokarte auf die verschiedenen Ausgaben des Kinos umverteilt werden und errechnen an einem realitätsnahen Beispiel Umsätze und Einnahmen eines Kinos.
Materialien	Arbeitsblatt pdf / word / odt Interview "Filmkultur - Kinokultur"

## Hinweise für Lehrkräfte

### Konzeption und methodisch-didaktische Hinweise:

In dieser Aufgabe nähern sich die Schüler\*innen dem Wirtschaftsunternehmen „Kino“ über die einzelnen für eine Vorführung anfallenden Kostenpunkte. Sie erhalten einen Einblick in die Unternehmensstruktur eines Kinos und erkennen ihren eigenen Kinobesuch als Teilnahme am kulturellen und wirtschaftlichen Leben. In einem ersten Schritt klären die Schüler\*innen Begrifflichkeiten und erläutern die Grafik mit der aufgeteilten Eintrittskarte. Daran anknüpfend errechnen sie, wie die Einnahmen aus dem Beispiel umverteilt werden und wie viele Besucher\*innen an einem Abend ins Kino kommen müssen, damit das Kino Gewinn macht.

Die Grafik stellt den durchschnittlichen und beispielhaften Einnahmen aus dem Verkauf einer Kinokarte (8,00 € ohne 3D) die Kosten des\*der Kinobetreibers\*Kinobetreiberin gegenüber, wenn man sie auf die einzelne Kinokarte umlegt.

An fixen Kosten fallen umgerechnet auf einen Tag im Monat folgende Kosten an:

Personalkosten	2 x 64,00€	= 128,00 €
Miet- und Verwaltungskosten		= 106,67 €
Marketing	400,00 € / 30	= 13,33 €
		<hr/>
		= 248,00 €

Wenn an einem Abend 72 Besucher\*innen ins Kino kommen, macht das Kino (72 x 8,00 €) 576,00 € Umsatz.

Davon gehen 43 % an den Filmverleih, 7 % müssen an Steuern bezahlt werden und 1,8 % davon gehen als Filmabgabe an die Filmförderungsanstalt (FFA). Mit Dreisatzberechnung sind das:

43 % Filmverleih	= 247,68 €
7 % Steuern	= 40,32 €
1,8 % Filmabgabe	= 10,37 €
	<hr/>
	= 298,37 €
Umsatz	576,00 €
Abgaben	- 298,37 €
Fixkosten	- 248,00 €
	<hr/>
	= 29,63 €

Wenn 72 Besucher\*innen an einem ins Kino kommen, verdient das Kino 29,63 €. Ab 65 Besucher\*innen macht das Kino Gewinn.

Höhere Gewinne kann die Kinobetreiberin erst durch zusätzliche Einnahmen aus Werbefilmen, dem Verkauf von Getränken und Süßigkeiten, der Vermietung des Kinos für andere Veranstaltungen, usw. erzielen.

### Stichpunkte zum Inhalt der Interviewsequenz „Filmkultur – Kinokultur“:

- Kino ist eine besondere Kulturform: ins Kino kann jeder gehen, man braucht kein großes Vorwissen (im Gegensatz zu anderen Kulturformen wie der Oper).
- Kino ist der günstigste Kulturort, am Kinotag zahlt man in manchen Kinos nur 5,50 Euro.
- Kino ist demokratisch: Filme werden so lange gezeigt, wie das Publikum sie sehen will.
- Das Publikum kann das Programm mitgestalten, sich Filme wünschen, z.B. indem man das Kino per E-Mail kontaktiert.
- Man muss als Kinomacher im ständigen Austausch mit dem Publikum stehen, um zu erfahren, was es gerne sehen will und das beste Kinoprogramm zu machen.
- Kinomacher wird man oft aus Leidenschaft und Liebe zum Kino; es gibt heute keine klassische Ausbildung in Deutschland.
- Wenn man sich für das Erlebnis Kino begeistert und man die Idee hat, Kino zu machen, kann man das machen.

## Hinweise für Lehrkräfte

### Arbeitsblatt 4 – Statistiken verstehen – das Kinoergebnis 2010-2016 (20-30 Minuten)

AB 4: Statistiken verstehen – das Kinoergebnis 2010-2016	
<b>Bildungsbereich</b>	Sekundarstufe I (+), Sekundarstufe II
<b>Zeitaufwand</b>	20-30 Minuten
<b>Fachempfehlungen</b>	Wirtschaft, Sozialkunde, Mathematik, Deutsch, Politik, fächerübergreifender Unterricht
<b>erforderliche Vorkenntnisse</b>	Grundkenntnisse Statistiken auswerten
<b>Kompetenzschwerpunkt</b>	Die Schüler*innen lesen aus einer Statistik Zahlen zur Entwicklung der Kinobesucher*innen, der Anzahl der Kinos und Säle und der Jahresumsätze der Kinos heraus und setzen diese in Verbindung zueinander.
<b>Materialien</b>	Arbeitsblatt pdf / word / odt Taschenrechner (optional)

#### Konzeption und methodisch-didaktische Hinweise:

Abgeschlossen wird der Baustein mit der Auswertung einer Statistik der Filmförderungsanstalt (FFA), die in Deutschland nicht nur Filme mit Darlehen fördert, sondern auch regelmäßig Statistiken zur Entwicklung der Kinolandschaft in Deutschland veröffentlicht. Sie enthält u.a. Daten zu den jährlichen Kinobesuchen und dem dadurch anfallenden Umsatz, der Entwicklung der Eintrittspreise oder den zur Verfügung stehenden Kinos und Sälen. Die Schüler\*innen setzen sich mit der Kinolandschaft aus wirtschaftlicher Perspektive auseinander und erkennen sich in ihrer Rolle als Kinogänger\*innen als Akteur\*innen des Wirtschaftslebens.

In Einzelarbeit beantworten die Schüler\*innen die zur Statistik gestellten Fragen. Alle Antworten sind dabei direkt der Statistik zu entnehmen. Zur Auflösung trägt die Klasse ihre Ergebnisse zusammen und gleicht sie ab.

#### Lösung zu den Aufgaben auf Arbeitsblatt 5

- In welchem Jahr von 2010 bis 2016 erreichten die Kinos in Deutschland den höchsten Umsatz?  
→ 2015 (1.167,1 Mio. €)
- Wie oft gehen Sie im Jahr ins Kino? Liegen Sie damit über oder unter dem deutschen Durchschnitt des Jahres 2016?  
→ Bereits bei zwei oder mehr Besuchen pro Jahr liegt man über dem Durchschnitt.
- In welchem Jahr sind die Menschen besonders häufig ins Kino gegangen? Waren an diesem Erfolg deutsche Filme beteiligt? Und wenn ja, welche könnten das gewesen sein?  
→ 2015 gab es die meisten Kinobesuche, mit 37,1 Mio. Besucher\*innen waren auch deutsche Filme daran beteiligt.

Die besucherstärksten deutschen Filme waren u.a.:

- ER IST WIEDER DA
- FACK JU GÖHTE 2
- DER STAAT GEGEN FRITZ BAUER
- DER KLEINE RABE SOCKE 2 – DAS GROSSE RENNEN
- HONIG IM KOPF
- RICO, OSKAR UND DAS HERZGEBRECHE
- HÖRDUR – ZWISCHEN DEN WELTEN
- VICTORIA



## Hinweise für Lehrkräfte

- Wie ist es möglich, dass 2014 weniger Menschen ins Kino gegangen sind als 2011, der Umsatz der Kinos insgesamt aber gewachsen ist?  
→ Durch die Steigerung des durchschnittlichen Eintrittspreises von 7,39 € auf 8,05 €.
  - In welchen Jahren haben weniger als ein Viertel der Kinobesucher\*innen deutsche Filme angesehen?  
→ 2010, 2011, 2012 und 2016 lag der Marktanteil unter 25 Prozent.
  - Wie viele Kinos gab es 2011 in Deutschland?  
→ 1.671 Spielstätten
  - Wie hat sich die Zahl der Kinos zwischen 2010 und 2016 entwickelt? Wie erklären Sie sich diese Entwicklung?  
→ Es gab einen Rückgang von 1.714 Spielstätten 2010 auf 1.654 im Jahr 2016. Allerdings kann im letzten Jahr ein Zuwachs von 1.648 (2015) auf 1.654 (2016) Spielstätten beobachtet werden. Vom Rückgang der Spielstätten in den Jahren 2010 bis 2015 waren vor allem Kinos mit einem Saal in Städten mit weniger als 20.000 Einwohnern betroffen. Mögliche Gründe können eine fehlende Rentabilität und altersbedingte Schließungen sein.
- Außerdem haben im Zuge der Digitalisierung (Umstellung von 35mm-Projektoren auf Rechner + Digitalprojektor) auch solche Kinos schließen müssen, die sich die neuen technischen Standards nicht leisten konnten und keine Zuschüsse bekommen haben. Da mittlerweile alle Kinofilme, die neu ins Kino kommen, auf Festplatten ausgeliefert werden, haben diese Kinos keine passenden Kopien mehr bekommen.
- Die durchschnittliche Zahl der Kinosäle (Leinwände) pro Kino beträgt ungefähr 1,5 / 2,8 / 5,9 (Zutreffendes unterstreichen).  
→ 2,8 Kinosäle pro Kino.
  - „Viele Kinos sind Familienbetriebe mit nur einer Spielstätte.“ Woran kann man diese Behauptung festmachen?  
→ Obwohl es einige Ketten mit vielen Kinos gibt, ist die Zahl der Kinounternehmen im Vergleich mit der Zahl der Spielstätten erstaunlich hoch. Im Jahr 2016 gab es z.B. durchschnittlich 1,4 Spielstätten pro Unternehmen.