

28. Jahrgang

3/2001

Vierteljahres-
zeitschrift für
Stadtgeschichte
Stadtsoziologie
und
Denkmalpflege



Kino und Stadt

Susan Hayward

Paris und London: »Stadtkörper« im frühen Film

Clemens Zimmermann

Das aktive Kinopublikum

Brigitte Flickinger

Frühes Kino in England und Russland

Corinna Müller

Widerstände in England und Deutschland

Guido Convents
Karel Dibbets

Kino-Kultur in Brüssel und Amsterdam bis 1930

Alfons Arns

Multiplex-Kinos in Deutschland heute

Kohlhammer

Herausgegeben von Otto Borst

INHALT

<i>Friedrich Mielke zum 80. Geburtstag</i>	185
--	-----

Kino und Stadt*EINFÜHRUNG*

CLEMENS ZIMMERMANN, Kino und Stadt – Europäische Perspektiven.	189
--	-----

ABHANDLUNGEN

SUSAN HAYWARD, Paris – London: Stadtkörper und Körper, auf die es ankommt	194
---	-----

CLEMENS ZIMMERMANN, Das aktive Kinopublikum	206
---	-----

BRIGITTE FLICKINGER, Kino und Ins-Kino-Gehen als Stadterfahrung bis 1930. England und Russland im Vergleich	217
--	-----

CORINNA MÜLLER, Widerstände gegen das frühe Kino in England und Deutschland	230
---	-----

GUIDO CONVENTS / KAREL DIBBETS, Verschiedene Welten: Kinokultur in Brüssel und Amsterdam	240
---	-----

ADOLF ARNS, Erlebnis – Kommunikation – Konsum. Zehn Jahre Multiplex-Kinos in Deutschland.	247
--	-----

KLEINE BEITRÄGE

MARTIN RICHARD, Innenstadt oder Peripherie? Die Suche nach dem idealen Kinostandort am Beispiel Limburgs a. d. Lahn	262
--	-----

DIE AUTOREN	264
-----------------------	-----

Erlebnis – Kommunikation – Konsum

Zehn Jahre Multiplex-Kinos in Deutschland

1. Einleitung

In den Neunziger Jahren fand im Bereich der städtischen Freizeit- und Unterhaltungsindustrie eine Entwicklung statt, die im Hinblick auf Tempo und Ausmaß immer noch in Erstaunen versetzt: Die Renaissance des Kinos in Gestalt sogenannter Multiplex-Kinos. Als neuartige, offenbar zeitgemäße Variante des klassischen Großkinos prägen die mit zahlreichen Kinosälen ausgestatteten Gebäude das (nächliche) Bild vieler deutscher Städte und haben innerhalb der etablierten Kinoszene von traditionellen Filmtheatern und Kinocentern bereits zu nachhaltigen Veränderungen in Form von Modernisierungen, aber auch zu zahlreichen Schließungen geführt.

Nach Informationen der Filmförderungsanstalt (FFA) in Berlin mit Stand vom Februar 2001 eröffneten allein im letzten Jahr 24 neue »Multiplexe« mit 206 Sälen bzw. Leinwänden, wodurch deren Gesamtzahl auf nunmehr 128 Großkinos mit 1.162 Leinwänden angewachsen ist. Bei einer Zahl von 4.783 Leinwänden in den deutschen Filmtheatern insgesamt (zum 31.12.2000) betrug damit der Anteil der Multiplexe 24,3%. Deren Anteil wiederum am bundesweiten Gesamtkinobesuch nahm weiter zu und lag Ende 2000 bei 40,4% (1999: 34,4%). Der Umsatzanteil der Multiplexe stieg bundesweit sogar auf 44,2% (1996: 17,1%). Wenn man bedenkt, dass das entsprechende Besuchersegment noch 1995 erst bei 11,0% gelegen hatte, dann kann man ermessen, welche gravierenden Strukturveränderungen sowohl in der Kinobranche selbst als auch in den einzelnen Städten ausgelöst wurden, seitdem das erste deutsche Multiplex-Kino der US-amerikanischen Gesellschaft United Cinemas International (UCI) im Oktober 1990 in einem Einkaufszentrum des Kölner Vororts Hürth seine Pforten öffnete.¹ »Mittlerweile gibt es nicht nur in fast allen großen Städten ein ‚Multiplex‘, sondern es besteht an etlichen Orten bereits ein Überangebot an Kapazitäten (ein sogenanntes ‚Overscreening‘), sodass immer mehr Multiplexe derzeit keine rentable Auslastungsquote erreichen. Um im Investitions- und Standortwettbewerb bestehen zu können, ist der Zwang, Kooperationen zu bilden und/oder sich finanzkräftige Partner zu suchen, somit immer größer geworden.«²

Die Auswirkungen der Multiplex-Kinos auf das öffentliche Leben in den Städten

¹ Vgl. FFA-intern. Aktuelle Informationen aus Kino und Film, Nr. 1/01, 05.02.2001.

² G. Neckermann, Kinobranche im Umbruch. Filmbesuch und Kinostruktur in Deutschland 1991 bis 1999, in: Media Perspektiven, Nr. 9, 2000, S. 412.

und das Standortgefüge der Kinolandschaft insgesamt sind – so der vorläufige Befund – ebenso mehrgesichtig wie zwiespältig, weil Multiplexe aufgrund unterschiedlicher sich zwischen Konkurrenz und Arbeitsteilung bewegender Standortstrategien der Kinounternehmen sowohl in den Innenstädten bzw. Innenstadtrandlagen als auch an städtischen Peripherien platziert wurden. Auf der einen Seite konnte das Kino als traditionell innerstädtische Einrichtung eindeutig revitalisiert werden, wurde mit den neuen solitären Großkinos in Innenstadtlagen dem Problem der Suburbanisierung entgegengesteuert, die City an vielen Orten wiederbelebt; auch wenn manche Komplexe autark von der umgebenden Stadt und nicht auf benachbarte Lokale und Einrichtungen angewiesen sind. Die fast stets gegebene Nähe zu Hauptbahnhöfen sowie U- und S-Bahn-Stationen hat die Erreichbarkeit und damit den Einzugsbereich für ein fußläufiges Publikum leichter gemacht und erweitert. Stark zugenommen hat aber auch der diesbezügliche innerstädtische Autoverkehr, da zum Teil großzügige Parkangebote die individuelle Anreise mit dem Pkw geradezu nahe legen. Auf der anderen Seite entstanden zahlreiche Multiplex-Kinos an dezentralen Standorten am Stadtrand und im Umland (Einkaufsparks und -zentren, Gewerbegebiete, Industriebrachen), die teilweise nur mit dem Auto zu erreichen sind. Jenseits klassischer Urbanitätsstrukturen ist hier eine neue, komplementäre Kultur von autofahrenden »Zerstreuungsnomaden« entstanden, wobei dieser ständig in Bewegung befindliche Treck noch am ehesten mit den Besuchern früherer Autokinos zu vergleichen ist.³ In beiden Fällen aber ging die Installation von Multiplexen oft zu Lasten durchaus lebendiger, traditionell gewachsener (Programmkinos), aber natürlich auch veralteter, vielleicht überlebter Kinostrukturen (Kinocenter); eine Schließungswelle, die ihren Höhepunkt wohl erst noch erreichen wird.

2. Der Multiplex-Boom als generelles Phänomen

Der Multiplex-Boom beschränkte sich nicht auf Deutschland, sondern war im selben Zeitraum und mit ähnlicher Dynamik in West- und auch Osteuropa zu beobachten. So verzeichnet das »European Cinema Yearbook 2000«⁴ (Stand: 31.10.2000) eine Gesamtzahl von 597 Multiplexen (Mp) mit 6.320 Leinwänden (Lw) in ganz Europa mit Großbritannien (144 Mp, 1.562 Lw), Spanien (116 Mp, 1.183 Lw), Deutschland (102 Mp, 985 Lw) und Frankreich (98 Mp, 1.137 Lw) als Länder mit den meisten multiplen Kinokomplexen, was – neben der entsprechend großen Bevölkerungszahl – auch mit dem hohen kulturellen bzw. freizeitbezogenen Stellenwert des Kinos in diesen Ländern zusammenhängt. Im Zeichen der Globalisierung des von Hollywood-produktionen beherrschten internationalen Kinomarkts haben die europäischen Län-

³ Vgl. J. Lau, Unterwegs in der Kulturgesellschaft, in: Merkur 45 (1991), S. 752–754.

⁴ Vgl. MEDIA Salles (Hrsg.), European Cinema Yearbook 2000 (ninth edition), Milano 2000, S. 111 f.



Abb. 1: Multiplex-Kino »Cinedom« im Mediapark (Foyer), 1991. Architekt: E. H. Zeidler;
Quelle: Bauwelt, Heft 4, 1997, S. 155.

der in den Neunziger Jahren mit einiger zeitlicher Verzögerung das nachgeholt, was in den USA, Kanada und Australien bereits in den Siebziger und Achtziger Jahren stattfand, als Multiplex-Kinos eine neue Stufe der optimalen Vermarktung von mehreren Filmen an einem Ort mit zusätzlichen gastronomischen Angeboten darstellten.

Der vertikale Zusammenhang der Kinobranche von Produktion/Verleih/Abspiel war in Europa lange vernachlässigt worden, und es bedurfte offenbar des Modernisierungsschubs der Multiplexe, sich der Bedeutung des letzten, vielleicht wichtigsten Glieds der Auswertungskette zu erinnern. Die nachhaltigen Auswirkungen für die gesamte europäische Filmtheaterbranche werden erst jetzt wirklich sichtbar, und nur allmählich setzt in der Fachwelt neben der einseitigen Erörterung von Unternehmens- und Marktstrategien die Diskussion über Folgewirkungen für die etablierten Stadt- und Kinokulturen ein. So kommt beispielsweise der Kinoexperte Carlos Pardo nach einer Reise kreuz und quer durch Frankreich und nach Befragungen vieler Kinobetreiber zu dem Ergebnis, dass mit dem Auftauchen der Multiplexe ab 1993 durch große Firmen wie Gaumont, UGC und Pathé viele traditionelle Filmtheater Schwierigkeiten bekommen haben durch einen Transfer ihres Stammpublikums hin zu den

bequemen, moderneren Multiplexen, wo aufgrund einer neuen Programmpolitik auch noch dieselben Filme laufen. Opfer dieser Deregulierung seien vor allem jene Kinosäle in der Nähe, die bislang eine enge (räumliche) Verbindung zwischen Kino und Bürger garantiert haben. Während so auf der einen Seite das einzelne (Kino-)Bild durch das multiple Audiovisuelle ersetzt wird, mutiert der frühere Kinozuschauer zum bloßen Konsumenten; eine, so Pardo, gefährliche Operation, die im Begriff ist, die gesamte kinematographische Landschaft umzustürzen.⁵

Die Multiplex-Idee hat ihren Ursprung »in den USA, wo 1976 die ersten Kinos dieser Art entstanden. In Europa wurde das Konzept seit 1985 und als erstes in Großbritannien verwirklicht, wo 1991 bereits 40 Prozent der verkauften Kinokarten in den Multiplexen umgesetzt wurden«. ⁶ Der lateinischen Ursprungsbedeutung des Wortes »multiplex« = »mehrfach/vielfältig/zahlreich« folgend verbirgt sich dahinter ganz einfach die Anhäufung vieler Kinosäle unter einem Dach, aber auch zahlreiche andere Möglichkeiten des Konsums. Nach der allgemein akzeptierten Definition der FFA ist ein Multiplex ein Kinoneubau mit wenigstens sieben Sälen und ca. 1.500 Plätzen sowie speziellen Nebengeschäften (Concessions) und ausreichendem Parkplatzangebot bzw. guter Nahverkehrsanbindung. So bietet ein Multiplex-Kino mehrere unterschiedlich dimensionierte Kinosäle mit riesigen wandfüllenden Leinwänden, komfortablen Kinossesseln im großzügigen Reihenabstand, besten Sichtmöglichkeiten aufgrund stark ansteigender Sitzreihen sowie technisch perfekter Bild- und Tonwiedergabe. Hinzu kommen repräsentative Foyers und separate Räumlichkeiten mit vielfältigen Gastronomie-, Konsum- und Freizeitangeboten, wodurch der Filmbesuch von anderen, gemeinhin räumlich wie zeitlich abgetrennten Freizeitaktivitäten wie Essen und Trinken gehen, Tanzen, Spielen oder Einkaufen eingerahmt wird.

Wie die Betriebswirtschaftler Stefan Simonis und Thoralf Reise in ihrer auf eine Dekade Multiplex-Boom zurückblickenden Studie ausführen, gründet sich der Erfolg auf »die Integration des Kinos in eine viel komplexere Idee eines umfassenden Freizeitangebotes, die Renaissance des Erlebnisraumes Kino durch das konsequente Ausschöpfen aller zur Verfügung stehenden technischen, baulichen und immer mehr auch kommunikationspolitischen Mittel«. ⁷ Dabei handelt es sich ausschließlich um Faktoren – wie moderne(s) Architektur/Design, das Rahmenprogramm aus Entertainment und Gastronomie, der optimale Service sowie aufwendige Filmproduktionen in Ver-

⁵ Vgl. C. Pardo, Multiplexes, opération danger (1), in: Cahiers du Cinéma, Nr. 514, Juni 1997, S. 60–69, und ders., Multiplexes, opération danger (2), in: Cahiers du Cinéma, Nr. 515, Juli–August 1997, S. 58–66.

⁶ S. Simonis/T. Reise, Multiplex-Kinos – Entwicklung der Kinolandschaft in Deutschland. Marketingstrategien und Erfolgsfaktoren, Aachen 2000, S. 28. Einen guten visuellen Eindruck (Farbphotoansichten, Grundrisse) von der ersten Multiplexwelle in Europa von 1985 bis Anfang der 90er Jahre gibt M. Calzini, Cento anni di cinema al cinema. Storia dei cinematografi dalla saletta dei Lumiére ai Multiplex, Roma 1995, S. 114–127.

⁷ S. Simonis/T. Reise (s. A 6), S. 1.



Abb. 2: Multiplex-Kino »CinemaxX«, Magdeburg, 1996: Foto: Ulrike und Andreas Braun.

bindung mit perfekter Technik –, die zum »Erlebnischarakter der Multiplexe« beitragen.⁸ Aus der Perspektive der Medien- und Kulturkritik, so etwa Knut Hickethier, war es nur eine Frage der Zeit, dass das Medium Film mit seiner spezifischen Fähigkeit Erinnerung, Emotionalität und Kommunikation zu stiften sowie eine hohe Aufmerksamkeit zu erheischen als Material für die Zwecke einer konsumorientierten »Erlebnisgesellschaft« entdeckt wurde. Im Gegensatz zum Fernsehen als alltägliches Grundversorgungsmedium habe das Kino eine besondere Erlebnisqualität, weshalb in den Filmproduktionen der 80er und 90er Jahre die optischen Schauwerte von Attraktionen und Sensationen immer weiter ausgebaut wurden: »Diese High-Tech-Produkte der Medienindustrie konnten auf Dauer nicht an Abspielorten gezeigt werden, die in vielen Fällen auf dem Stand der sechziger und siebziger Jahre stehen geblieben waren... ‚Erlebnisort Kino‘ war deshalb vor allem ein Stichwort für den Bau der Multiplex-Kinos, der in der Bundesrepublik ab 1990 einsetzt. Es handelt sich also um die längst fällige Anpassung der Kinos an die in der Medienindustrie längst üblichen industriellen Standards.«⁹

Trotz verständlicher Kritik – im Hinblick auf das selektive Mainstream-Filmange-

⁸ Ebda., S. 145–147.

⁹ K. Hickethier, Kino in der Erlebnisgesellschaft. Zwischen Videomarkt, Multiplex und Imax, in: I. Schenk (Hrsg.), Erlebnisort Kino, Marburg 2000, S. 150–165, hier S. 161.

bot, die fast ausschließlich angezielte jüngere Klientel und die allmähliche Verdrängung etablierter, auch durchaus intakter, sogar modernisierter Kinostrukturen – haben die Multiplex-Kinos mit ihren großen Sälen aber den eigentlich banalen, dennoch in den 70er und 80er Jahren fast vergessenen Sachverhalt in Erinnerung gerufen, dass Kino mehr ist als nur Film, sondern mit einem spezifischen Raumerlebnis verbunden sein muss, will dieser seine Wirkung überhaupt erst entfalten. Das weckt zwangsläufig Erinnerungen an die Zeit der großen Lichtspieltheater und Filmpaläste in den 20er und 50er Jahren, als veritable Zuschauermassen jeden Alters ins Kino strömten und Filmpremieren ein gesellschaftliches Ereignis waren.¹⁰ Es ist trotzdem falsch, bei den Multiplex-Kinos kurzschlüssig von einer »Rückkehr des Filmpalasts«¹¹ zu sprechen, stand doch in den alten Kinopalästen nur ein großer zwischen 1.000 und 3.000 Besucher fassender Zuschauerraum im Zentrum des Geschehens.¹² Streng genommen sind also die Multiplex-Kinos lediglich die modernisierte, vergrößerte und um neue Funktionen erweiterte Variante des Kinocenters der 70er Jahre mit seinen diversen Schachtelkinos. Außerdem: Anders als bei den Multiplexen heute war in den alten Filmpalästen das Foyer, so prächtig es sein mochte, »nur ein Warteraum, eine Art Schleuse zwischen Innen und Außen. In den Multiplex-Kinos hat sich dieses Verhältnis umgekehrt. Das Foyer und die Erschließungs- und Aufenthaltsbereiche sind jetzt die zentralen Orte, wo man verweilt, kommuniziert, isst und trinkt; während der Aufenthalt im Kinosaal nur eine, wenn nicht die periphere Erlebnismöglichkeit ist unter mehreren«.¹³ Waren also die alten »Paläste der Zerstreuung« (Siegfried Kracauer) eher »Orte der Kontemplation«, so sind nunmehr daraus »Stätten der Konversation« geworden.¹⁴ Die Multiplexe haben damit das Kino aus dem Kontext klassisch-bürgerlicher Kulturereignisse wie Theater, Oper, Musical und Konzert regelrecht herauskatapultiert in den neuen Zusammenhang einer Event- und Zerstreuungskultur.

3. Regionale und unternehmensspezifische Differenzen

Betrachtet man die Verteilung der Ende 2000 bundesweit existierenden 128 Multiplex-Kinos auf die einzelnen Bundesländer, dann steht Nordrhein-Westfalen mit 34

¹⁰ Vgl. A. Arns, »...kein Rokoschloß für Buster Keaton«. Zur Geschichte der Großkinos, in: I. Schenk (s. A 9), S. 15–33.

¹¹ Vgl. C. Geinitz, Breite Sessel und einladende Foyers. Die Rückkehr des Filmpalasts, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 19.08.1998.

¹² Wie beispielsweise in den riesigen Filmpalästen des Kinoarchitekten Fritz Wilms (1886–1958), der im Berlin der 20er Jahre die meisten und größten Lichtspieltheater baute; siehe dazu den Reprint des 1928 erschienenen Fotobands »Fritz Wilms – Lichtspieltheaterbauten« (Reihe »Neue Werkkunst«), mit einer Einleitung von Alfred Wedemeyer und einem Nachwort zur Neuausgabe von Alfons Arns, Berlin 2000.

¹³ A. Arns, Fenster zur Welt – Über Architektur und Design der Multiplex-Kinos, in: HORIZONT. Zeitung für Marketing, Werbung und Medien, Nr. 36, 04.09.1997.

¹⁴ Vgl. A. Platthaus, Multiplex, wo ist dein Mief? Nur im Lichterglanz erscheint das Filmtheater

Multiplexen (Mp) und 327 Leinwänden (Lw) bislang einsam an der Spitze; gefolgt von Bayern (13 Mp, 112 Lw) und Berlin (12 Mp, 119 Lw).¹⁵ Die Abfolge spiegelt – mit Ausnahme von Berlin und Hamburg – grob gesehen die Rangfolge der einzelnen Länder wider in bezug auf die jeweilige Einwohnerzahl. Nicht zufällig hatten in NRW die Multiplexaktivitäten ja auch ihren spektakulären Anfang genommen mit den beiden UCI Kinowelt-Komplexen im Kölner Hürth Park (14 Lw, 2.833 Plätze/Pl) und im Bochumer Ruhr Park (18 Lw, 4.172 Pl) sowie dem Essener CinemaxX (16 Lw, 5.324 Pl) und dem Kölner »Cinedom« (14 Lw, 3.510 Pl), einem wahrhaft imposanten, diesmal profanen »Dom« für das Kino.¹⁶ Bis heute gehören sie zu den größten je in Deutschland gebauten Multiplex-Kinos. Nordrhein-Westfalen ist aber auch deshalb Vor- und Spitzenreiter der Multiplexwelle, weil wie in keinem anderen Bundesland von privaten Investoren und Kommunen die Errichtung kommerzieller Freizeitgroßanlagen wie Großveranstaltungshallen (Eventarenen), Freizeitparks, Ferienzentren, Musical-Theater, Spaß- und Erlebnisbäder, Indoor-Skianlagen und eben Multiplex-Kinos vorangetrieben wurde.¹⁷ Die Einbindung der Multiplexe in diese konzertierte Aktion von Freizeitindustrie und öffentlicher Hand in den Ballungsgebieten an Rhein und Ruhr ist eine plausible Erklärung dafür, warum NRW in der Länderstatistik der Multiplex-Kinos überproportional stark vertreten ist. Es überrascht daher nicht, dass die ersten und nachfolgenden Studien zu den Formen und Folgen dieses neuen Kintyps in und für NRW entstanden sind, wobei die das Marktgeschehen beobachtenden Untersuchungen fast alle von der 1991 gegründeten Filmstiftung Nordrhein-Westfalen GmbH (mit-)herausgegeben oder in Auftrag gegeben wurden.¹⁸

Nach der ersten Expansionswelle von Multiplex-Kinos greift die Landesregierung von NRW seit einiger Zeit stärker beratend in das Geschehen »für einen der wichtigsten Investitionsbereiche im Freizeitsektor« ein, wie man der als ausführliche Arbeitshilfe »für kommunale Entscheidungsträger bei der Planung und Entwicklung geeigneter Standorte« konzipierten Broschüre »Multiplex-Kinos in der Stadtentwicklung« entnehmen kann, die 1999 vom nordrhein-westfälischen Ministerium für Arbeit, Soziales und Stadtentwicklung, Kultur und Sport herausgegeben wurde.¹⁹ Neben dieser wirtschaftsfördernden Hilfestellung für neue Multiplex-Kinos soll aber die kulturelle Förderung von traditionellen Filmtheatern als Kristallisationspunkte städtischen Le-

gnadenlos modern: Zur Lage des deutschen Kinovergnügens, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 13.03.1997.

¹⁵ Vgl. FFA-intern, Nr. 1/01, S. 6.

¹⁶ Vgl. FFA-Geschäftsbericht 1999, Tabelle »Multiplexentwicklung 1991–1999«, Berlin 2000, S. 24 f.

¹⁷ Vgl. U. Hatzfeld, Freizeitgroßanlagen – die städtebaulichen Brachen von morgen?, in: StadtBauwelt, Nr. 48, 29.12.2000, S. 62–66.

¹⁸ Vgl. U. Pätzold/H. Röper, Kinos in NRW. Zwischen Dorfkino und Multiplex, Düsseldorf 1992; dies., Multiplexe. Formen und Folgen eines neuen Kintyps, Düsseldorf 1995; T. Pintzke/K.L. Koch, Kinostudie. Kinostandort Deutschland: Strukturwandel und Perspektiven der Filmtheaterbranche am Beispiel von Nordrhein-Westfalen und Hamburg, Wuppertal 1998.

¹⁹ Vgl. Multiplex-Kinos in der Stadtentwicklung – Beurteilungskriterien und Handlungsmöglichkeiten.

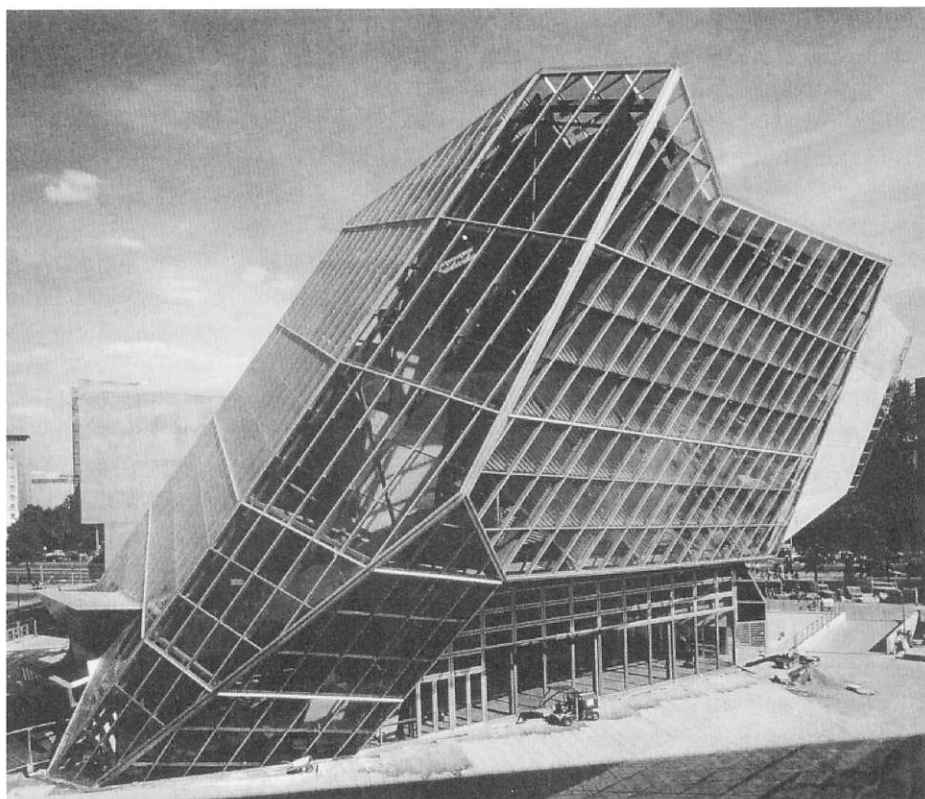


Abb. 3: Multiplex-Kino UFA-Palast »Kristall«, Dresden (1998). Architekten: Coop Himmelb(l)au; Foto: Gerald Zugmann; Quelle: Baumeister, H. 8, 1998.

bens nicht zu kurz kommen; das vermittelt jedenfalls eine vom selben Ministerium zeitgleich herausgegebene Broschüre zum Thema »Kultur und öffentlicher Raum. Teil 2: Kinos«.²⁰ Angesichts immer neuer, auch politisch gewollter Multiplex-Kinos scheint aber für die Zukunft ein suggeriertes harmonisches Nebeneinander von Kultur und Kommerz ohne weitere Verdrängungseffekte für traditionelle, aber durchaus bewährte Filmtheater mehr als fraglich; zumal etwa in der Broschüre »Multiplex-Kinos in der Stadtentwicklung« der aus durchsichtigen legitimatorischen Gründen (falsche) Eindruck erweckt wird, als hätte sich das Multiplex-Kino als modernste Variante quasi naturwüchsig aus dem Kinopalast und dem einfachen Kino entwickelt, was die traditionellen Filmtheater zu Unrecht in die Rolle einer historisch obsoleten, bedauernswert nostalgischen Kulturveranstaltung drängen würde.

Eine Arbeitshilfe, Düsseldorf 1999.

²⁰ Vgl. Kultur und öffentlicher Raum. Teil 2: Kinos, Düsseldorf 1999.

Wesentlich dramatischer als in Nordrhein-Westfalen verlief und verläuft noch die Entwicklung im Land Berlin (3,4 Mio. Einwohner) und im Stadtstaat Hamburg (1,7 Mio. Einwohner), wo mit Stand vom März 2001 bereits 13 bzw. 7 Multiplexe in Betrieb sind. So kommt eine neuere »Kinostudie Hamburg 2000« der Wuppertaler rmc medien consult GmbH wegen vergleichbarer paralleler Marktentwicklungen in Hamburg und Berlin für das Jahr 1999 zu folgendem Ergebnis: »Galt Berlin bislang als die Stadt, in der der Wettbewerb der Multiplexe am weitesten vorangeschritten war, zeigt die Auswertung, dass Hamburg hier schon einen Schritt weiter ist. Der Marktanteil der Multiplexleinwände liegt in Berlin bei 40%, während er in Hamburg zum Jahresende 1999 die 50%-Marke bereits überschritten hat. Die gleiche Differenz findet sich auch bei den Sitzplätzen, wo knapp 50% der Sitzplätze in Berlin und knapp 63% in Hamburg in Multiplexen zu finden ist.«²¹ Für den Hamburger Kinomarkt insgesamt kommt die Studie zu dem eindeutigen Ergebnis, dass »die Multiplexe traditionelle Kinos vom Markt (drängen), wobei sich auch im Bereich der Filmkunst- und Programmkinos negative Auswirkungen feststellen lassen, die zum Teil Einfluss auf den Bestand genommen haben.«²² Weil die Entwicklung des Gesamtbesuchs hinter den Erwartungen zurückbleibt, werden neue Multiplexe ihr Besucheraufkommen zum weit überwiegenden Teil aus einer Verdrängung zu Lasten bestehender Anbieter erzielen. Um die Qualität und Vielfalt der Kinolandschaft zu erhalten, empfehlen deshalb die Autoren Koch und Pintzke der Freien und Hansestadt Hamburg, »im Rahmen der planungsrechtlichen Möglichkeiten die Entwicklung zu dämpfen«.²³

Da die Kinounternehmen in Deutschland (im Gegensatz zu Frankreich und Großbritannien) relativ freie Hand haben in Bezug auf die Errichtung von Multiplex-Kinos – so bleibt etwa die räumliche Planung allein der jeweiligen Standortgemeinde als Planungsträgerin überlassen! –, kommt deren unterschiedlichen Profilen, Standortentscheidungen und Marktstrategien grundlegende Bedeutung zu, will man die Auswirkungen auf die Kinolandschaft und auf die Stadtentwicklung näher betrachten.²⁴ Auf der Ebene der Betreiber stellt sich die aktuelle Situation daher folgendermaßen dar: Die fünf größten auf dem Multiplexmarkt agierenden Kinounternehmen sind in der Reihenfolge ihrer Positionierung: 1. die deutsch-belgische CinemaxX AG (Sitz: Hamburg) mit ihren »CinemaxX«-Multiplexen, 2. die deutsch-australische Firmengruppe Kieft & Kieft Filmtheater GmbH/Greater Union (Sitz: Lübeck) mit ihren »CineStar – Der Filmpalast«-Multiplexen, 3. die amerikanische Filmstudiotochter United Cinemas International Multiplex GmbH (Sitz: Bochum) mit ihren »UCI Kinowelt«-Multiplexen,

²¹ K. L. Koch/T. Pintzke, Kinostudie Hamburg 2000, erstellt im Auftrag der Stadtentwicklungsbehörde Hamburg von der rmc medien consult GmbH (Wuppertal), Juni 2000, S. 23 f.

²² Ebda., S. 46.

²³ Ebda., S. 48.

²⁴ Vgl. L. Blatt/G. v. Raczeck, Multiplex-Kinos: Standortkonkurrenz Innenstadt und »Grüne Wiese«. Vergleich deutscher, französischer und englischer Steuerungsinstrumente, Berlin 1998.

4. die deutsche Kinowelt Medien AG (Sitz: München) mit ihren »Kinopolis«-Multiplexen sowie 5. die deutsche UFA-Theater GmbH & Co. KG (Sitz: Düsseldorf) mit ihren »UFA-Palast«-Multiplexen.

Der nationale Marktführer ist die börsennotierte CinemaxX AG mit den drei Großaktionären Hans-Joachim Flebbe, der deutschen Senator Entertainment AG, Berlin, und dem größten belgischen Multiplex-Betreiber Kinopolis Group N.V., Brüssel. Mit Stand vom Mai 2001 betreibt die CinemaxX AG in Deutschland (ohne die neuerdings mitgeführten UFA-Filmpaläste!) 36 Multiplex-Kinos mit 315 Sälen/Leinwänden und 84.151 Sitzplätzen, relativ gleichmäßig verteilt auf alle Bundesländer. Unter dem Namen »CinemaxX« wurden die Kinopaläste der Flebbe-Gruppe schnell zum Synonym für Multiplexe überhaupt. Mithilfe einer geschickten Marketingstrategie gelang es dem Unternehmen, »sich vor dem Hintergrund der wachsenden Komplexität und Dynamik des Multiplex-Marktes fest als Marke zu etablieren«.²⁵ Die Erfolgsgrundlage war die ebenso frühe wie konsequente Ansiedlung der Multiplexe im Citybereich aller größeren deutschen Städte sowie die relativ einheitliche architektonische Außenwirkung im kontrastvollen Nebeneinander von schwungvollen, großzügig verglasten Foyers und fensterlosen Kuben. Hinzu kommt die fast immer gegebene direkte Nähe zu einem (Haupt-)Bahnhof bzw. zu einer U- oder S-Bahnstation, womit ÖPNV-Nutzer als gleichberechtigte Klientel neben den automobilen Kinobesuchern angesprochen werden. Durch den Abschluss einer Kooperationsvereinbarung mit der UFA Theater GmbH übernahm das Unternehmen im Rahmen eines Managementvertrages im Mai 2000 die »operative Leitung« sämtlicher Filmtheater der UFA-Gruppe. Wegen stagnierender Besucherzahlen wird das Unternehmen in Zukunft »traditionelle Filmtheater schließen und somit für eine Verlagerung der Besucherzahlen zugunsten der Auslastung von Multiplexen sorgen«.²⁶ Aufgrund der jetzigen Verfügbarkeit der CinemaxX AG über den großen Bestand traditioneller UFA-Filmtheater dürfte diese Strategie von zweifelhaftem Erfolg gekrönt sein, wie man bereits an der Schließung besonders traditionsreicher UFA-Theater an der bedrängten Flaniermeile Kurfürstendamm in Berlin, wie der »Filmbühne Wien« (im April 2000) und des »Marmorhauses« (im Januar 2001), deutlich sehen kann. »Nein«, so ein Kommentator, »am Ku'damm machen nicht nur Kinos zu, am Ku'damm wird nicht nur deren Architektur unter anderem für Klamottenketten entfremdet, hier geht ein Stück urbanes Selbstverständnis verloren.«²⁷

Den momentan zweitgrößten Multiplexpark in Deutschland besitzt die Kieft & Kieft Filmtheater GmbH, an der seit 1998 die größte australische Kinokette Greater Union im Rahmen eines Joint Venture eine 50%ige Beteiligung hält. Unter dem Mar-

²⁵ S. Simonis/T. Reise (s. A 6), S. 87.

²⁶ Vgl. Geschäftsbericht 1999/2000 der CinemaxX AG, S. 14.

²⁷ J. Schulz-Ojala, Kinojahr 2000 – Boom! Boom! Bang! Doppelgesichtig: die Kinobilanz, in: Der Tagesspiegel, 06. 02. 2001.



Abb. 4: Multiplex-Kino »UGC Ciné-Cité«, Rosny-sous-Bois bei Paris (1997). Architekten: Valode & Pistre, Paris; Quelle: AW Architektur und Wettbewerbe, Nr. 173, März 1998, S. 37.

kennamen »CineStar – Der Filmpalast« – der im Gegensatz zu »CinemaxX«, was die Wortbedeutung betrifft, nicht die maximale Dimensionierung, sondern die nach den Sternen greifende Traumwelt des Kinos beschwört – betreiben die Geschwister Marlis und Heiner Kieft neben ihren traditionellen kleineren Filmtheatern erst seit 1993 auch Multiplex-Kinos. Zur Zeit sind es immerhin 26 Filmpaläste mit 242 Sälen und 58.639 Sitzplätzen (Stand: Mai 2001), die fast durchweg in guten Innenstadtlagen angesiedelt sind, gleichmäßig verteilt auf große, mittlere und kleine Städte in allen Bundesländern. Das Konzept der CineStar-Filmtheater geht nach Angaben des Unternehmens »weit über den klassischen Kinobegriff hinaus. Die CineStars, die eine individuelle Architektur auszeichnet, sind konsequent als anspruchsvoll gestaltete, urbane Treffpunkte angelegt«. Mit kostengünstigen bzw. kostenlosen Parkplatzangeboten in Parkhäusern und Tiefgaragen (teilweise mit Kino und Parken unter einem Dach) wird es auch autofahrenden Kinobesuchern leicht gemacht, die CineStar-Filmpaläste anzu- steuern.

Knapp den dritten Rang behauptet das Kinounternehmen United Cinemas International Multiplex GmbH (UCI), eine Tochtergesellschaft der amerikanischen Filmun-

ternehmen Paramount Pictures und Universal Studios. Unter dem Markennamen »UCI Kinowelt«, der auf lapidare Weise die Welt des Kinofilms beschwört, betreibt das rein amerikanische Unternehmen zur Zeit in Deutschland 18 Multiplex-Kinos mit 164 Sälen und 40.402 Sitzplätzen, wobei auffällt, dass sich das Interesse von UCI bislang auf Standorte in Regionen von jeweils hoher Bevölkerungsdichte konzentriert. Diesem selektiv-optimierten Vermarktungsinteresse entspricht die überwiegende Ansiedlung der Multiplex-Kinos in die unmittelbare Nähe von großen Einkaufszentren (Gropius Passagen, Berlin; Ruhr Park, Bochum; Elbe Park, Dresden; Hürth Park, Köln; Saale Park Günthersdorf; PRE-Park, Kaiserslautern) mit jeweils günstiger Autobahnanbindung und bequemen, zum Teil kostenlosen Parkmöglichkeiten. Anders als etwa bei den CinemaxX-, CineStar- und UFA-Palast-Multiplexen wird hier ein einkaufendes, betont konsumfreudiges Publikum angesprochen, das nur mit dem Auto das Ziel seiner Begierden ansteuert.

4. Strukturwandel in Kinowirtschaft und öffentlichem Raum

Zusammenfassend lässt sich zunächst sagen, dass im Jahre 2000 auf dem deutschen Kino- und Betreibermarkt – ähnlich wie in anderen europäischen Ländern – ein starker Konzentrationsprozess vonstatten ging in Form von Übernahmen, Fusionen und Managementverträgen, die die Selbständigkeit der Unternehmen beenden.²⁸ Die Folgen für die Abspielseite sind schon seit längerem sichtbar. Wie die Medienberater Thomas Pintzke und Kim Ludolf Koch bereits in ihrer 1998 vorgelegten »Kinostudie« bilanzierten, ist durch die Multiplexe der vermutlich tiefgreifendste Strukturwandel der Kinobranche in der Nachkriegszeit in Gang gekommen. »Der Kinomarkt wächst, gleichzeitig kommt es aber zu deutlich sichtbaren Verdrängungseffekten, die traditionelle Infrastrukturen und Kinobetreiber gleichermaßen berühren. Die Kinobranche ist zur Zeit noch von einem hohen Anteil von Einzel- und Doppelhäusern und einer Vielzahl kleiner Unternehmen geprägt.« – »Die größeren Unternehmen der Kinobranche«, so Pintzke und Koch weiter, »verfolgen eine offensive Expansionsstrategie. Durch die Aktivitäten zahlloser Projektentwickler, Investoren und Kommunen drängen nicht zuletzt aufgrund des großen Erfolges der bis 1996 eröffneten Multiplexe große Mengen in- und ausländischen Kapitals auf den Kinomarkt... Viele Kommunen sehen in der aktuellen Entwicklung des Kinomarktes die Gelegenheit, um anspruchsvolle Stadtentwicklungsprojekte realisieren zu können.«²⁹

Schon damals fragten die Autoren, ob angesichts der Summe von Neubauabsichten die Aufnahmefähigkeit des Marktes hinsichtlich neuer Kapazitäten nicht massiv über-

²⁸ Vgl. K. L. Koch, Die Konzentration des europäischen Kinomarkts, in: *filmecho/filmwoche*, Nr. 52, 2000.

²⁹ T. Pintzke/K.L. Koch (s. A 18), S. 92 f.

schätzt wurde und wiesen auf die Gefahr eines Overscreening hin. Angesichts seit Jahren bekannter Fakten (wenige publikumswirksame Filme, geringer Pro-Kopf-Kinobesuch in Deutschland, wachsendes Alter der Hauptzielgruppe, sinkende Kapazitätsauslastung)³⁰ kann man sich aber auch fragen, ob dies seitens der Multiplexbetreiber nicht bewusst einkalkuliert wurde, um sowohl die traditionellen Filmtheater als auch die unmittelbare Multiplex-Konkurrenz nach und nach vom Markt zu drängen. Jüngstes und erstes Beispiel in Deutschland dafür, dass mittlerweile diese »Gefahr« sogar auf die Multiplex-Kinos selbst übergegriffen hat, war die im März 2001 erfolgte Schließung des erst vor zwei Jahren, im März 1998, eröffneten UFA-Palasts Freiburg mit seinen sieben Sälen und 1.620 Plätzen. Die erstmalige Schließung eines Multiplex-Kinos dürfte eine direkte Folge der Übernahme der UFA-Paläste im letzten Jahr durch die CinemaxX AG sein, wodurch weniger rentable Multiplexe (und traditionelle Filmtheater) des früher schärfsten Konkurrenten nunmehr gnadenlos abgestoßen und/oder geschlossen werden können. Bezogen auf die Gesamtentwicklung des Marktes und seiner Angebotsformen wird es in den kommenden fünf bis zehn Jahren, so Pintzke und Koch, »flächendeckend und nicht nur in den Ballungsgebieten zu einem Austausch der heutigen Infrastrukturen kommen. In den Großstädten werden Multiplexkinos und andere Formen des Großkinos den Markt dominieren... Der traditionelle Bestand, insbesondere an Einzel- und Doppelhäusern, wird in den Großstädten nur im Ausnahmefall überlebensfähig sein«.³¹ Für die zukünftigen Marktstrukturen in den Ballungsgebieten und Großstädten erwarten die Medienberater eine Dreiteilung des Marktes, wobei die Multiplex-Kinos mittelfristig einen Marktanteil von mindestens 75–80% auf sich ziehen werden. Programmkinos und Arthauskonzepte werden in Zukunft einen Marktanteil von 8–12,5% erreichen können, während der Restbestand traditioneller Erstaufführer einen Anteil von 10–12,5% erzielen kann.³²

Die Multiplex-Kinos haben aber nicht nur zu einem gravierenden Strukturwandel in der Kinowirtschaft selbst geführt, sondern natürlich auch Auswirkungen auf die verschiedenen Stadträume, wobei systematische regionale stadtsoziologische/-geographische Untersuchungen hierzu noch ausstehen.³³ Durch die sich in der Summe ergänzenden Standortstrategien der erwähnten Kinounternehmen haben Innenstädte wie städtische Peripherien jedenfalls gleichermaßen davon profitiert, dass vor allem in den abendlichen Stunden viele Kinobesucher die Multiplexe frequentieren und so das Straßenbild beleben mit den verschiedensten Synergieeffekten für das Umfeld von Gastronomie und Geschäften. Eindeutig als Negativposten zu verbuchen ist der trotz all-

³⁰ Vgl. M. Theurer, Zum Leben zu wenig, zum Sterben zu viel. Trotz sinkender Auslastung viele neue Großkinos/Hoffnung auf mehr attraktive Filme, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 19.02.2001.

³¹ T. Pintzke/K.L. Koch (s. A 18), S. 170.

³² Ebda., S. 171 f.

³³ Fast alle bislang vorliegenden Studien und Artikel zum Thema Multiplex-Kino sind bezeichnenderweise aus betriebs- bzw. kinowirtschaftlicher und architektur- bzw. kulturkritischer Perspektive

gemein guter ÖPNV-Angebote erheblich gestiegene Pkw-Individualverkehr mit den einhergehenden Lärm- und Schadstoffemissionen. Autofahren und Kinogehen sind durch die Multiplexe und den entsprechenden Angeboten im Doppelpack von Parkplatz und Sitzplatz eine fast untrennbare Synthese eingegangen, sodass man durchaus von einer neuen Form von »Auto-Kino« sprechen kann. Wie sehr der öffentliche Raum als spannungsvolles Nutzungsverhältnis von Mensch und Architektur durch die Multiplex-Kinos eine tiefgreifende Wandlung erfährt bzw. erfahren kann, lässt sich abschließend an zwei gegensätzlichen Beispielen in Dresden und Berlin erläutern.

Die Rede ist zunächst von dem 1998 erbauten UFA Palast Dresden (8 Säle, 2.600 Plätze), der von den dekonstruktivistischen Wiener Architekten Helmut Swiczinsky und Wolf D. Prix, auch bekannt als Coop Himmelb(l)au, wie ein riesiger unregelmäßiger Kristall aus Beton und Glas in die Plattenbaustrengere der Prager Straße gepflanzt wurde. »Die Form«, so der Architekturkritiker Niklas Maak, »ist mehr als nur ein Gag – denn sie erfindet auch neue Räume für die städtische Öffentlichkeit. Nachts leuchtet der Bau weithin sichtbar wie ein zur St. Petersburger Straße gewandtes Zeichen. Das Labyrinth der Treppen, die zu den Kinos führen, wird eine städtische Bühne, auf der die Zuschauer zugleich Schauspieler des öffentlichen Lebens sind. Auf den großen Projektionsflächen des gläsernen Foyers sollen Filme laufen, die weit in den öffentlichen Raum hineinstrahlen: Die aufregende Welt der fiktiven Geschichten verlässt so die Kinokiste und nimmt den städtischen Raum in Angriff. In Dresden übernimmt das Kino als urbaner Treffpunkt die Rolle, die einmal der längst von Supermärkten geschluckte Marktplatz in der Stadt innehatte: Es wird ein Ort der Begegnung, mit Cafés und Kneipen, mit vielgenutzten Abkürzungen und Verbindungspassagen zur Stadt, mit großen und kleinen Plätzen, mit Erlebnissräumen und Raumerlebnissen, die man hier bisher vergeblich suchte.« Der neue Boom des Kinos zeige, so Maak weiter, dass der öffentliche Raum nicht kriselt oder gar in virtuellen Welten verschwindet, sondern im Gegenteil sich in den Zwischenräumen der Brücken und Passagen Nischen und Leerstellen bilden, in denen sich ein neues städtisches Leben einnisten kann.³⁴

Ein gegensätzliches Beispiel bietet offenbar Berlin. Dort findet in der Kinoszene, bedingt durch ein Überangebot von Multiplexen, zur Zeit ein heftiger Verdrängungswettbewerb statt, ein Ausverkauf des Films, der nach Ansicht der Filmkritikerin Veronika Rall »nachhaltig existente und mögliche Strukturen der Öffentlichkeit entweder bedroht, zerstört oder verhindert«. Tendenzen, die nicht mehr nur auf einen »Strukturwandel der Öffentlichkeit«, sondern auf die Abschaffung von Öffentlichkeit selbst hinausliefen. Trotz steigender Zahl der Sitzplätze und Leinwände, so die

verfasst oder haben stadtplanerischen beratend-empfehlenden Charakter für neue Projekte; s.a. *Deutscher Städtetag* (Hrsg.), Multiplexkinos in der Stadt. Bestandsaufnahme-Probleme-Perspektiven, 1998.

³⁴ Vgl. N. Maak, Aufruhr gegen das Mittelmaß. Spektakulär und provokativ: Coop Himmelb(l)au, in: ZEIT Punkte, Nr. 6, 1999 (Bauen für das 21. Jahrhundert), S. 50–55.

Autorin weiter, sinke die Vielfalt des Filmangebots, weil einige Programmkinos bereits schließen mussten und auch die Erstaufführungskinos in der Nähe des Ku'damm zunehmend unter Druck gerieten. Selten würden Multiplex-Kinos für sich in einem infrastrukturell funktionierenden Kiez stehen, die meisten fungierten als Teil großer Einkaufszentren. »Ähnlich, aber anders schaut es in der neuen Mitte Berlins, am Potsdamer Platz aus. Der Platz ist ein Gelände von mehreren Hektar, das von privaten Investoren teilweise bereits bebaut ist und noch immer bebaut wird. Es ist ein privater Raum, der sich in ‚Areale‘ der Eigentümer teilt: Sony, Debis, Hertie/Delbrück, ABB. Die Öffentlichkeit hat auf dem privaten Areal nur als Konsument Zutritt: als Kinozuschauer, als Besucher der Spielbank oder des Musical-Theaters, als Kunde in den Banken, Hotels oder der einmalig öden Einkaufspassage, in der sich unter gleißenden Lichtern die immer gleichen Filialen großer Bekleidungs- und sonstiger Ketten wie Fastfoodrestaurants mit den identischen Hamburgern und Pizzen finden.«³⁵

Was hier ebenso eindrucksvoll wie zutreffend als privatisierte Öffentlichkeit beschrieben wird, gehört zum neuesten Stadium der Einbindung von Multiplex-Kinos als sogenannte »Entertainment-Anker« in das Konzept der immer noch im Trend liegenden Urban Entertainment Center (UEC), riesigen innerstädtischen Unterhaltungs- und Einkaufskomplexen. Ähnlich wie zuvor die Musical-Theater sollen sie »die kritische Masse an Besuchern« anziehen, die für einen wirtschaftlichen Erfolg der anderen Einzelhandels- und Unterhaltungseinrichtungen notwendig sind.³⁶ Im Sony Center am Potsdamer Platz, in dem sich ein Filmpalast der Marke »CineStar« befindet (9 Säle, 2.336 Plätze), fungiert das Multiplex-Kino sogar (nur noch?) als Teil der Imageproduktion des japanischen Medienkonzerns und Konsumgüterherstellers Sony. Außerdem sollen die Kinos am Potsdamer Platz »ein Modell für den Vertrieb von Kinofilmen werden. Als führender Produzent von Kinotechnik plant Sony, weltweit das herkömmliche Abspielen von Filmrollen durch eine satellitengestützte digitale Übertragung zu ersetzen«.³⁷ Aber, so ist zu fragen, geht es hier überhaupt noch um den Kinofilm selbst bzw. die Vielfalt von Filmen in einem öffentlichen Kinoraum? Oder sind solche und ähnliche Multiplex-Kinos nicht längst wieder da angekommen, von wo man aufgebrochen war und wo viele Zuschauer vor über zehn Jahren – zu Zeiten der Schachtelkinos – schon einmal saßen: vor dem privaten Fern-Sehen?

³⁵ V. Rall, Die neue Mitte. Die Privatisierung der (Kino-)Öffentlichkeit in Berlin, in: epd Film, Nr. 2, 2000, S. 6–9.

³⁶ Vgl. F. Roost, Lernen für die nächste Welle, in: StadtBauwelt, Nr. 48, 29.12.2000, S. 16.

³⁷ Vgl. F. Roost, Corporate Image City. Sonys Großprojekte in Berlin, San Francisco und Tokio, in: StadtBauwelt, Nr. 48, 29.12.2000, S. 35.

Die Autoren

ALFONS ARNS, 1954; Studium der Germanistik, Politik- und Musikwissenschaft. Filmhistoriker, Publizist und Pianist in Frankfurt am Main. Arbeitet an einer Dissertation über Luchino Visconti (»Die Filme der „trilogia germanica“ zwischen Autoporträt und Deutschlandbild«). Veröffentlichungen zum deutschen und italienischen Film sowie zur Geschichte und Ästhetik der Film- und Kinoarchitektur.

GUIDO CONVENTS, 1956; Studium der Zeitgeschichte und Kulturanthropologie. Film- und Kinohistoriker sowie Fachjournalist in Brüssel. Dissertation 1999 zur belgischen Kinogeschichte im städtischen Kontext. Veröffentlichungen über die Frühzeit von Film und Kino, über Kolonialfilm und Kolonialpropaganda.

KAREL DIBBETS, 1947; Assistenzprofessor an der Universität Amsterdam. Film- und Kinohistoriker, Publizist. Dissertation 1993 über die Einführung des Tonfilms in den Niederlanden. Veröffentlichungen über den Film im Ersten Weltkrieg und zur niederländischen Kinoarchitektur sowie zur Mediengeschichte.

BRIGITTE FLICKINGER, 1946; Dissertation 1974 über „Valerij Brjusov, Dichtung als Magie“. Lehrbeauftragte an der Universität Heidelberg für Osteuropäische Geschichte. Übersetzerin; Veröffentlichungen über Kulturgeschichte im städtischen Kontext, zum frühen sowjetischen Film und über die Kulturpolitik der Perestrojka.

SUSAN HAYWARD, 1945; Professorin für Französische Studien an der Universität Exeter. Literaturwissenschaftlerin und Filmhistorikerin. Veröffentlichungen über französische Film- und Kinogeschichte, über Luc Besson, zu Filmtheorie und Filmwissenschaften.

CORINNA MÜLLER, 1957; Germanistin, Film- und Kinohistorikerin an der Universität Hamburg. Studium der Germanistik und Anglistik. Dissertation 1992 über frühe deutsche Kinematographie. Habilitation 2000 über den Übergang vom Stummfilm zum Tonfilm. Weitere Veröffentlichungen über Kinoprogramme, Filmproduktion und Filmrezeption.

CLEMENS ZIMMERMANN, 1951; Professor für Kultur- und Mediengeschichte an der Universität des Saarlandes, Saarbrücken. 1981 Dissertation über bäuerliche Gesellschaft, 1990 Habilitation über Wohnungsgeschichte. Veröffentlichungen zur Geschichte der Städte und der ländlichen Gesellschaft, über Kino- und Kulturgeschichte.

RICHARD MARTIN, 1951; Nach Bauzeichnerlehre Universitätsausbildung im Bereich Raum- und Umweltplanung; Abschluss als Dipl.-Ingenieur. Bei der Stadt Limburg acht Jahre mit Öffentlichkeitsarbeit, Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung beschäftigt, danach 12 Jahre Leiter des Kreisbauamtes des Landkreises Limburg-Weilburg. Seit 1997 Bürgermeister der Kreisstadt Limburg a.d. Lahn.