

**MICHAEL WOLL** ist Geschäftsführer der Evented GmbH. In regulären Jahren betreute das Unternehmen bislang rund 50 Filmveranstaltungen mit Schwerpunkt in Deutschland, der Schweiz und Frankreich.

**CHRISTIAN KREMER** ist Geschäftsführer und Gründer der Airscreen Company, die die aufblasbaren Leinwände der gleichnamigen Marke weltweit vertreibt. Zum letztjährigen Tribeca-Festival etwa lieferte man die größte derartige Installation der USA.

INTERVIEW

## »MIT MUT AN DIE SACHE GEHEN«

Das zweite Pandemiejahr nähert sich seiner Halbzeit – und einmal mehr rücken **Open-Air-Veranstaltungen** in den Fokus. Wir sprachen mit zwei Branchenexperten.

## »Autokinos lassen sich auf jeden Fall lukrativ betreiben.«

CHRISTIAN KREMER

2020 präsentierte sich als zweischneidiges Schwert für Open-Air. Einerseits waren entsprechende Veranstaltungen zeitweise die einzige Option für Kinoguss, andererseits waren auch sie mit erheblichen Restriktionen belegt. Wie haben Sie das erste Jahr der Pandemie erlebt?

MICHAEL WOLL: In Deutschland fuhr die Pandemie jäh in ein Kinjahr, das vielversprechend begonnen hatte. Die Zahlen waren gut, etliche große Filme waren gerade gestartet, als der Lockdown kam. Die Entscheidung, mit der Durchführung eines Autokinos Flage zu zeigen, das Thema Kino präsent zu halten, war damals vergleichsweise einfach zu treffen, schließlich ließ sich der Schwung des Jahresaufkuffs mitnehmen. Als Dienstleister sahen wir uns plötzlich mit einem unglaublichen Ansturm an Anfragen konfrontiert. Wir hatten Tage, da klingelte das Telefon in der Stunde rund drei Dutzend Mal... Der Boom war aber auch von einem gewissen Glücksrittertum geprägt. Die Vorstellung einiger Branchenfremder, ohne Vorkenntnisse mit Autokinos das große Geld machen zu können, erwies sich als Irrtum...

CHRISTIAN KREMER: Die Schilderung kann ich nur bestätigen. Wir wurden von der Entwicklung im Frühjahr 2020 und der Nachfragewelle geradezu überrollt, ich würde einmal grob schätzen, dass sich die Anfragen gegenüber einem gewöhnlichen Jahr verzwanfacht haben. Wir hatten zunächst Schwierigkeiten, dieses immense Interesse zu bedienen, dafür ließ sich schlicht und ergreifend nicht planen.

Wie groß der Autokino-Boom tatsächlich war, illustrieren die Zahlen der FFA, die 2020 ganze 440 Spielstätten zählte - gegenüber 21 in 2019. Was bleibt von dieser Entwicklung in einem Jahr, in dem man ab dem Sommer wieder

auf Kinoöffnungen hoffen darf, die nicht kurze Zeit später dem nächsten Lockdown zum Opfer fallen?

CHRISTIAN KREMER: Autokinos werden in Deutschland sicherlich auch in diesem Jahr noch einmal größere Präsenz als vor der Pandemie genießen, aber nicht mehr annähernd in den Dimensionen des Vorjahres. Der Schwerpunkt des Freiluftkino wird vielmehr wieder bei regulären Open-Air-Veranstaltungen liegen. Das ist vor allem auch darauf zurückzuführen, dass es die aktuelle Situation wenigstens für den Mai praktisch unmöglich macht, ein Autokino seriös zu planen. Diese Veranstaltungsform mag noch so sicher und Genehmigungsbehörden noch so kooperativ sein - aber nachdem mit dem neuen Infektionsschutzgesetz eine zwingende Ausgangssperre ab 22 Uhr in Landkreisen mit einer Inzidenz über 100 kam, ist es mit der Öffnungssicherheit auch an Standorten mit niedriger Inzidenz dahin. Wir haben das tatsächlich schon vor Verabschiedung des Gesetzes an der Nachfrage nach spezifischen Leinwandgrößen ablesen können. Letztes Jahr waren vor allem die Airscreens in den typischen Autokino-Größen von 16 bis 20 Meter Breite der Renner, dieses Jahr konzentriert sich die Nachfrage wieder auf die normalen Größen zwischen sieben und neun Metern. Wir spüren ganz klar, dass sich unsere Kunden auf einen schönen Open-Air-Kinosommer vorbereiten, aber eben primär mit regulären Veranstaltungen im Blick. Die momentan zwar mit ebenso großer Planungsunsicherheit geschlagen sind, für die sich aber rechtzeitig vor der warmen Jahreszeit eine Perspektive eröffnen sollte, auch vor dem Hintergrund des steigenden Impftempos.

MICHAEL WOLL: Ich denke auch, dass sich der Autokinobestand wieder seinem ursprünglichen Niveau nähern wird, aber ich könnte mir durchaus vorstellen, dass am Ende noch zehn bis fünfzehn Prozent

des Bestandes aus dem Vorjahr übrig bleiben - was durchaus ordentlich wäre. Was wir kaum noch erleben werden, sind Glücksritter, die sich dem Thema ohne Expertise zuwenden. Autokino werden diejenigen machen, die echte Affinität und Liebe zum Kino haben - und die damit auch erfolgreich sein werden. Der Boom des Jahres 2020 mag eine Ausnahmeerscheinung gewesen sein - aber er war sicherlich nicht ohne nachhaltig positive Wirkung. Denn denken wir doch nur daran, was er für den Bekanntheitsgrad dieses Erlebnisses an sich getan hat. Bei der Frage, was sie sich unter einem Autokino vorstellen, hätten die meisten Leute - insbesondere die jungen - vor der Pandemie doch wahrscheinlich nur mit den Schultern gezuckt. Heute sieht das dank des enormen Medienechos ganz anders aus - und davon profitieren sicherlich nicht nur die langjährigen Betreiber fester Installationen. Sondern auch diejenigen, die dieses alternative Event weiter pflegen wollen. Ist Ihnen übrigens aufgefallen, dass der Begriff »Autokino« zum Synonym für alle Veranstaltungen wurde, zu denen man mit dem Auto fuhr? Egal ob Gottesdienst, Abiturfeier, Gewerkschaftsversammlung, Konzert, Comedy: Alles fand im »Autokino« statt, egal ob es sich um einen Film drehte oder nicht.

**Haben Sie denn Verständnis für den Umgang mit Autokinos, die in mehreren Bundesländern schon vor der Verschärfung des Infektionsschutzgesetzes unter ein pauschales Veranstaltungsverbot fielen?**

MICHAEL WOLL: Wenn man das Thema rein pragmatisch betrachten würde, wäre klar: Das Autokino ist völlig sicher, man muss nicht einmal die Seitenscheibe öffnen, um die Karten scannen zu lassen. Die Infektionsgefahr ist gleich Null. Leider gibt es da aber noch eine politische Dimension, eine emotionale. Es ist für die Verantwortlichen vor Ort nun einmal extrem schwierig zu sagen: »Veranstaltungen sind zwar grundsätzlich verboten, aber diese lassen wir zu.« Das gilt umso mehr für Veranstaltungen, die eine Kommune in eigener Sache ja auch als Plattform in eigener Regel zu betreiben darf. Da gerät man sehr schnell in einen Rechtfertigungszwang gegenüber denjenigen, die



**454 AUTOKINO-LEINWÄNDE** zählte die FFA 2020 in Deutschland - hier eine Impression der von Eventmitveranstalter betreuten Veranstaltung auf dem Hannoveraner Messeplatz



**ABSTAND WAHREN** Unter freiem Himmel wie hier beim Open Air Reken - kein Problem

**Beklagt wurde im vergangenen Jahr oftmals der hohe Aufwand hinter temporären Autokino-Installationen. Haben Sie diesbezüglich einen Rat?**

MICHAEL WOLL: Es waren vor allem Quereinsteiger, die sich davon überrascht zeigten, dass das Autokino kein Selbstläufer ist. Was nicht wirklich verwundert: Für Außenseiter ist ein Markteintritt immer schwierig, ganz gleich in welcher Branche. Entscheidend für den wirtschaftlichen Betrieb eines Autokinos ist es, die sekundären Einnahmen in den Fokus zu nehmen: Vermarktung, Sponsoring, Catering. Das ist jetzt nicht dramatisch anders als im »regulären« Kino, wo die Concessions-Umsätze der entscheidende Hebel sind. Aber wir bewegen uns in einem hochsubventionierten Markt, das gilt für die Produktion, den Verleih und auch das Abspiel - und ein Autokino ohne Förderung aus dem Hut zu ziehen, ist denkbar schwierig, das lässt sich nicht einfach so aus dem Boden stampfen, da ist Frust womöglich vorprogramm. Allerdings eröffnet es als besonderes Event noch einmal ganz andere Möglichkeiten bei Vermarktung und Sponsoring - dort muss man den Hebel ansetzen.

für ihre Unternehmungen auch Lockerungen erwarten, womöglich auch mit guten Argumenten. Da macht man sich leicht angreifbar. Tatsächlich spüren wir das in diesem Frühjahr sehr stark: Es wäre deutlich mehr Bereitschaft da, noch einmal auf Autokinos zu setzen, aber die Behörden sperren sich. Nicht, weil man ein Autokino für unsicher hält; ich denke in diesem Punkt herrscht vernünftigerweise Einigkeit. Sondern weil man die Entscheidung wegen ihrer Außenwirkung scheut.

**Aber muss das Kinobetreibern nicht mitunter ebenso absurd erscheinen wie die Tatsache, dass beispielsweise Gottesdienste teilweise in als besonders sicher geltende Kinoräumlichkeiten verlegt wurden - bevor man durch den Lockdown wieder andere, weniger sichere Alternativen suchen musste?**

CHRISTIAN KREMER: Ich sehe ja, wie viele unserer Kunden mittlerweile frustriert sind - und ich kann das nachempfinden, denn es geht mir im Grunde nicht anders. Veranstaltungen werden schlicht über einen Kamm geschoren, es wird einfach nicht genau hingesehen, nicht differenziert. So werden Autokinos zum Opfer einer Verallgemeinerung.

## »Ich hoffe, dass die Verleiher mit Mut an die Sache gehen.«

MICHAEL WOLL





**SIZE MATTERS** 36 Meter maß die von Aircscreen für das Tribeca Drive-In zur Verfügung gestellte aufblasbare Leinwand – die größte der USA

CHRISTIAN KREMER: Das ist völlig richtig, Autokinos lassen sich auf jeden Fall lukrativ betreiben, man muss allerdings und im Grunde gilt das doch längst auch für das normale Kino – über den reinen Filmgenuss hinausdenken. Da schuf die Pandemie zwar teilweise eine sehr gute Ausgangslage was die Vermarktung anbelangte, schränkte auf der anderen Seite die Möglichkeiten aber auch massiv ein, insbesondere beim Catering und bei Programmen jenseits des Films. Es ist also nicht unbedingt so, als würde es nach der Pandemie schwieriger, ein solches Event gewinnbringend zu veranstalten, eher ist das Gegenteil der Fall. Während wir sprechen, finden große Autokino-Events unter anderem in Los Angeles, Kapstadt oder London statt, die wir mit Aircscreens ausstaffelt haben. Und diese Events laufen ganz hervorragend. Einige von ihnen taten dies schon vor Corona, etliche werden es auch danach tun.

**Wann, denken Sie, werden wir in Deutschland in diesem Jahr in eine echte Open-Air-Saison starten können?**  
CHRISTIAN KREMER: Ich denke, das hängt ganz stark vom Impftempo ab, das sich zuletzt ja Gott sei Dank beschleunigt hat. In England, das uns bei der Impfquote um einiges voraus ist, fanden ja schon seit April wieder Open-Air-Ver-

anstaltungen und Autokino statt. Über kurz oder lang wird die Impfquote auch hierzulande zum Schlüssel für Lockerungen werden und dann kommen Open-Air-Veranstaltungen vernünftiger Weise als erste zum Zug, weil man sich dort ausbreiten kann, weil große Abstände dort kein Problem sind, weil sie zu den sichersten Veranstaltungsformen überhaupt zählen. Wenn ich mich festlegen müsste, würde ich sagen, dass es ab Juni mit Open-Air-Veranstaltungen wieder einigermaßen losgehen kann. Autokinos waren ja schon am Start und werden zurückkehren, sobald es das Damoklesschwert der Ausgangssperren wieder zulässt. Wann auch immer der Startschuss fällt: Wir rechnen mit einem echten Run auf diese Angebote. Die Menschen dürstet es nach Unterhaltung, nach Events. Unter dem Strich deutet Einiges auf einen sehr guten Open-Air-Kinოსommer hin – nicht zu letzt unsere Auftragsbücher.

MICHAEL WOLL: Eine bundesweit gültige Aussage zu treffen, ist aufgrund der unterschiedlichen Regelungen – und Indizes – in den Ländern quasi ein Ding der Unmöglichkeit. Ich denke aber, dass man mit einiger Zuversicht auf Juli und August setzen kann. Und ich hoffe, dass man am Ende doch noch Konzepterarbeiten wird, die auch für den Juni rechtzeitig eine Perspektive schaffen, anderenfalls hätten auch große Festivals wie

das Filmfest München oder die Berlinale ein ernsthaftes Problem. Aus meiner Sicht ist aber nicht nur die Frage wichtig, wann es wieder losgeht. Sondern auch, wie man die Saison nach hinten heraus verlängern kann. Der traditionell stärkste Autokinoomonat ist der September, weil das Wetter dann zwar immer noch sommerlich ist, aber abends um halb acht die ersten Vorstellungen beginnen können. Ich denke, das wird sich auch das klassische Open Air ganz stark zunutze machen, der September könnte quasi der neue Juli werden.

**Wie gehen Sie selbst mit der derzeitigen Planungsunsicherheit um?**

CHRISTIAN KREMER: Wir haben aktuell einen ganz erheblichen Lagerbestand. Nicht, weil wir unsere Produkte plötzlich nicht mehr loswerden. Sondern weil wir ihn im festen Glauben daran geschaffen haben, dass der Nachfrage-Boom kommt, sobald die Rahmenbedingungen es hergeben. Wir wollten auf keinen Fall noch einmal in eine Situation wie im vergangenen April geraten, wo die Nachfrage explosionsartig so groß war, dass wir wochenlange Lieferzeiten hatten. Deshalb sind wir in Vorkproduktion gegangen, um unsere Kunden und Partner wie Evented so schnell und zuverlässig versorgen zu können, wie sie das gewohnt sein dürfen. Wir sind also in Vorleistung gegangen. Weil wir nicht nur predigen, dass wir an einen enormen Schwung ab dem Sommer glauben, sondern weil wir selbst fest daran glauben.

MICHAEL WOLL: Dazu kann ich ergänzen: Wir haben gerade ein extrem auswegenes Verhältnis zwischen Interesse und tatsächlichem Commitment, so etwas habe ich in meiner ganzen Berufslaufbahn noch nicht erlebt. Wir verzichten zwar noch relativ wenige Buchungen, haben aber ein wahnsinnig großes Anfrageportfolio. Mit anderen Worten:

»Ein pauschales  
Veranstaltungsverbot  
greift zu kurz.«

CHRISTIAN KREMER

Sobald es die Situation hergibt, könnten wieder alle Dämme brechen, was Aufträge anbelangt. Das größte Damoklesschwert ist wie gesagt die Ausgangssperre – allerdings gibt es noch einen weiteren großen Unsicherheitsfaktor abseits der behördlichen Vorgaben: die Filmauswahl. Termine müssen wieder und wieder verschoben werden – und wenn dann eine vermeintlich sichere Bank wie *Top Gun: Maverick*, den wir im August oder September im Open Air zu sehen gehofft hatten, plötzlich wieder in den Herbst rückt, macht es die Angelegenheit nicht leichter. Ich hoffe sehr, dass die Verleiher nach einem Branchenestarts mit Mut an die Sache herangehen – und dass sie erkennen, welches Potenzial die gute Einbindung von Open Air in ihre Auswertungsstrategien gerade in diesem Jahr eröffnen würde. Nicht zuletzt auch deswegen, weil sich im Open-Air-Kino sehr schnell auf wechselnde Umstände reagieren lässt.

**Sie sprechen von der Skalierbarkeit der Veranstaltungen?**

MICHAEL WOLL: Ich habe gerade eine ganze Reihe an Ortsbegehungen hinter mich und ich sehe, wie Locations gewählt werden, die normalerweise locker 1500 Leute und mehr beherbergen könnten – obwohl man zunächst nur mit ein paar Hundert plant. Die Veranstalter sticht auf etwaige Abstandsregeln und Kapazitätsgrenzen eingestellt, sie schaffen maximale Sicherheit für ihre Gäste. Aber sie sind bei einer Entspannung der Situation dann eben auch in der Lage, Events von einem Tag auf den anderen zu vergrößern.

CHRISTIAN KREMER: Im Freien ist man maximal flexibel, wenn es um die Anpassung an wechselnde Vorgaben geht. Wenn ein Event wächst und deshalb ein noch größeren Aircscreen benötigt, könnte Michael Woll das innerhalb eines Tages umsetzen – und das mit sehr überschaubaren Kosten.

MICHAEL WOLL: Ich denke, das ist es auch, wohin die Reise geht: Hin zu mehr Kurzfristigkeit, zu mehr Flexibilität.

**Welche Rolle wird Open-Air-Veranstaltungen in der Saison 2021 zukommen?**

MICHAEL WOLL: Die lange Zeit der pandemiebedingten Schließungen hat ein schlechtes Problem zu einem akuten gemacht: Kino ist im öffentlichen Raum immer weniger präsent. Es bedarf eines Imagewandels, einer ganz neuen Eventkultur, die sich nicht nur am nächsten Blockbuster orientiert. Diese Sichtbarkeit schafft nichts so sehr wie große Open-Air-Events. Gerade in diesem Jahr könnten wir Schwung erzeugen, der direkt und massiv auf die Indoor-Saison einwirkt. Ehrlich gesagt vermisse ich an dieser Stelle noch branchenweite Initiativen. Was ist denn zum Beispiel aus dem Kinofest geworden? Gibt es das Thema noch? Und falls ja – warum geht man es jetzt nicht ganz gezielt für den Sommer an, um dann den Anschlag für den Winter zu haben? Ich halte es für extrem wichtig, das Kino mit einer ernstzunehmenden Marketingoffensive auf dem Weg aus dem Lockdown zu begleiten, darauf müsste nicht nur bei der FFA, sondern auch im Rahmen von Programmen wie »Neustart Kultur« das Augenmerk gelegt werden. Und Open-Air-Veranstaltungen sei ich absolut als Marketingmaßnahme an, die das Thema Kino insgesamt positiv aufladen, mit denen Betreiber ihre regulären Häuser ins rechte Licht rücken können – wie das ja schon vielfach erfolgt.

## Autokino-Boom in Zahlen

Die Zahl der von der FFA (in Abgrenzung zu sporadischen Veranstaltungen) zum Gesamtbestand gezählten Autokino-Leinwände stieg 2020 gegenüber dem Vorjahr um **acht auf 26** und somit um **44 Prozent**. Parallel dazu erhöhte sich die darauf entfallende Besuch von knapp **294.000** auf über **1,2 Mio. verkaufte Tickets**. Um ganze **361 Prozent** (von gut **2,4 Mio. Euro** auf knapp **11,2 Mio. Euro**) ging es beim Umsatz nach oben. Dass die Umsätze der Autokinos sich insgesamt nahezu um den **Faktor 8** vergrößerten (plus 683 Prozent) lag am Boom der sporadischen Veranstaltungen, bei denen die FFA 2020 ganze **428 Leinwände** gegenüber zehn im Vorjahr zählte. Die mit diesen **sporadischen Events** erzielten Umsätze kletterten im Jahresvergleich um über **7011 Prozent**. In Summe standen Autokinos 2020 für knapp **2,1 Mio. Besucher**, also nahezu das Siebenfache dessen, was 2019 gezählt wurde (gut 306.000 Tickets). Die Umsätze erreichten **fast 20 Mio. Euro**, rund das Achtfache der **2,5 Mio. Euro** aus dem Vorjahr. Bei den regulären Open-Air-Veranstaltungen (deren Zahl auch wegen der Fokussierung auf Autokinos abnahm) sah das Bild wegen der pandemiebedingten Restriktionen und Absagen leider anders aus: Über reguläre (die sogar überproportional einbüßten) und sporadische Veranstaltungen hinweg nahm die Zahl der verkauften Tickets hier um **47,9 Prozent** auf knapp **907.000** ab, die Umsätze sanken um **43,9 Prozent** auf gut **7,7 Mio. Euro**.

CHRISTIAN KREMER: Wenngleich ich hoffe, dass reguläre Kinos möglichst bald wieder unter Bedingungen öffnen können, die einen wirtschaftlichen Betrieb ermöglichen, wird uns die Auslastungsproblematik Indoor sicherlich wenigstens bis in den Herbst begleiten. Umso mehr Sinn macht es, sich mit Open Air ein weiteres Standbein zu schaffen und damit einen perfekten Start in die Herbst-/Wintersaison vorzubereiten. Jenseits dessen kann ich nur dazu raten, den Blick auch ins Ausland zu richten, wo wir rund 80 Prozent unseres Geschäfts machen: Open-Air-Kinos im Allgemeinen und Autokinos im Speziellen liegen global voll im Trend – und zeigen keine Abnutzungerscheinungen. Alleine in der Gegend um Los Angeles gab es zuletzt rund zwei Dutzend aktive Veranstaltungen – viele davon mit Aircscreens – die im Sommer 2020 als temporäre Installationen geplant waren, die aber nie aufgehört haben, zu spielen – und das auch jetzt noch tun, wo die regulären Kinos wieder offen sind.

MICHAEL WOLL: Tatsächlich glaube ich, dass man sich schon jetzt dringend Gedanken um die Entwicklung über 2021 hinaus machen muss, unter anderem stellt sich doch nicht zuletzt die Frage, ob sich das Verleihmietenmodell nicht ändern muss, gerade in Zeiten, in denen sich die Filmuswertung immer stärker in Richtung Streaming verschiebt. Denn das war doch die böse Überraschung für Unternehmer, die erst im vergangenen Jahr über das Thema Autokino zum Kino kamen. Ein Abrechnungsmodell, wie es zwischen Verleihern und Betreibern besteht, existiert in vergleichbaren Branchen so schlicht nicht. Und es ignoriert den Aufwand hinter einem Event. Wenn wir von großen Kulturveranstaltungen mit Rahmenprogramm, mit allem Drum und Dran sprechen, für die man locker Preise jenseits der 20 Euro aufrufen kann, dann müssen wir dringend weg von den bisherigen starren Praktiken.

CHRISTIAN KREMER: Das ist völlig richtig. Zuallererst aber geht es in Deutschland darum, Kino wieder in irgendeiner Form zu ermöglichen. Ein pauschales Veranstaltungsverbot greift einfach zu kurz.

MARC MENSCH