

Autokino  
in Hannover.Autokino mit Airscreen-Leinwand  
in Zürich für 60 Autos.

Die Corona-Krise hat dem Autokino über Nacht ein unerwartetes Revival beschert.

## Sicheres Freizeitvergnügen auf vier Rädern

Seit März waren viele Filmfans durch die Schließung der konventionellen Kinos infolge der Coronavirus-Pandemie vom Filmerebnis auf der großen Leinwand abgeschnitten. Sichtungen von Filmen auf Computermotoren oder Fernsehern sind bekanntlich dafür kein gleichwertiger Ersatz. Auf der Suche nach einer viersicheren Form des Freizeitvergnügens erinnerten sich viele, die es leid waren, auf dem Sofa zu hocken, an das gute alte Autokino. Ein Rückblick und ein erster Ausblick.

Auch viele „arbeitslose“ Kinobetreiber und Event-Manager kamen auf die Idee, ein Autokino auf die Beine zu stellen. Dutzende Anbieter nutzten die Marktlücke und verschafften dem Autokino eine Renaissance. Da es wochenlang kaum Alternativen zum Autokino gab, konnten sich die Veranstalter über viele ausverkaufte Vorführungen freuen.

Die Autokinos profitieren davon, dass sie wie eine Rettungskapsel ein sicheres Gemeinschaftserlebnis außerhalb der eigenen vier Wände ermöglichen. Die Gäste reisen im eigenen Auto an, bleiben während der Projektion darin sitzen und können problemlos genügend Abstand halten. Für den Betrieb unter Pandemie-Bedingungen hat sich ein neues Regelwerk

durchgesetzt: In jedem Auto dürfen nur zwei erwachsene Personen sowie eigene Kinder sitzen. Die Fahrzeuge werden auf dem Gelände mit mindestens zwei Meter Abstand geparkt. Tickets gibt es nur online im Vorverkauf, sie werden bei der Einfahrt durch das geschlossene Autofenster gescannt. Die sonst übliche Abendkasse ist geschlossen. Während einige Veranstalter verpackte Snacks und Getränke anbieten, bleiben bei anderen die bisherigen Snack-Bars geschlossen. Billiger ist es ohnehin, wenn sich die Besucher ihre Getränke, Chips und Popcorn von zuhause mitbringen.

Auch an Familien wurde gedacht, die nach zulässigen Freizeitaktivitäten für Corona-generierte Kinder Ausschau hielten. Die beiden großen Drive-In-Autokinos in Köln und Kornwestheim zum Beispiel haben neben ihren großen Leinwänden eigens zusätzliche LED-Wände installiert, die hell genug sind, um auch nachmittags schon Filme zu zeigen. „Die haben wir zusätzlich aufgebaut, um auch den Kleinsten und den Familien ein Programm zu bieten“, sagt Heiko Desch, der das Autokino in Gravenbruch leitet und als Pressesprecher der Drive-In-Gruppe fungiert. „Diese Angebote werden

Heiko Desch  
Drive-In-Autokinos

sehr gut angenommen. Die Familien sind froh, dass für sie etwas Besonderes geboten wird.“

### Ausbruch aus der Nische

Bis zum Coronavirus-Ausbruch führte das Autokino in Deutschland ein Nischendasein. Es gibt zwar eine treue Fangemeinde, aber die ist überschaubar und reicht normalerweise gerade, um bundesweit fünf von ihnen einen Ganzjahresbetrieb zu ermöglichen. Die fünf Drive-In-Anlagen der DWJ GmbH stehen in Köln, Essen, Gravenbruch bei Frankfurt am Main, Kornwestheim bei Stuttgart und Aschheim bei Mün-

chen. Zusammen lockten sie zuletzt 250 000 bis 300 000 Besucher im Jahr an. Dazu kommen noch einige Autokinos, die nur in den wärmeren Monaten spielen.

2019 zählte die FFA bundesweit 18 Autokino-Leinwände, 15 Jahre zuvor waren es noch 38. Dank Corona schnellte die Anzahl der Autokino-Initiativen jedoch rapide hoch. Gab es Ende März etwa in NRW nur zwei Autokinos, so entstanden binnen weniger Wochen gut 70 Autokinos, von denen bis Mitte Mai 50 in Betrieb gingen. Der Verband der Filmverleiher führte auf seiner Homepage bundesweit Ende Juni fast 180 Autokinos auf, die aktiv sind oder es noch werden wollen.

Und die Bundesnetzagentur, die die Ukw-Frequenzen vergibt, über die der Filmtone in die Autoradios gelangt, hat seit März bereits rund 700 Frequenzen für Autokinos zugeteilt. Trotz der großen Nachfrage müssen Bewerber derzeit nicht lange warten: „Zuteilungen dauern unter zwei Wochen und damit nicht länger als vor Corona“, sagt Pressesprecher Fiete Wulff. „Die frequenzplanerische Situation ist nicht in aller Regel kritisch, da die Versorgungsgebiete nur die Veranstaltungsgelände umfassen und damit sehr klein sind. So kann die Störsituation in Prognosen sehr genau vor-

hergesagt werden. Bislang ist es ungelungen, selbst in schwierigen Gebieten noch Frequenzen zu finden.“

Wegen des Besucheransturms und der Sicherheitsmaßnahmen stockten die ständigen Autokinos das Personal zwischenzeitlich erheblich auf. „Unter normalen Umständen herrscht bei uns freie Platzwahl“, sagt Heiko Desch. „Derzeit müssen wir bis zu 15 Ordner täglich sieben Stunden auf dem Platz bereithalten, die die Autos mit dem nötigen Sicherheitsabstand einweisen und dafür sorgen, dass die Kunden nur zum Toilettengang aus dem Auto steigen. Deshalb haben wir pro Standort bis zu 60 Minijobber neu eingestellt.“

### Boom bei den Ausrüstern

Die saarländische Firma Evented, die auf die Ausrüstung von Open-Air- und Autokinos spezialisiert ist, hat seit Mitte April mehr als 35 Autokinos in Deutschland ausgestattet, dazu kommen zwei in der Schweiz. In den letzten drei Wochen seien die Anfragen aus dem

Ausland sehr stark gestiegen, insbesondere aus Frankreich und der Schweiz, berichtet Geschäftsführer Michael Woll. „Wir planen derzeit eine Autokino-Tournee durch die Schweiz über 12 bis 13 Wochen. Die ausländischen Anfragen hängen allerdings stets von den situationsbedingten Änderungen hinsichtlich der Covid-19-Auflagen ab.“

„Normalerweise sind die Monate Mai und Juni absolut keine Autokino-Monate, da hier die Dunkelheit viel zu spät einbricht“, erklärt Woll. „Daher richten wir im Zeitraum April bis Juni normalerweise nicht mehr als fünf Autokinos aus. Die eigentliche Autokino-Saison beginnt für uns im August und geht bis Ende Oktober.“

Generell hänge die Nachfrage nach Autokino vom „Sonnenstand“ ab. „Daher haben wir naturgemäß um den 20. Juni herum die geringste Nachfrage. Ab Mitte Juli steigt die Anzahl der Autokino-Veranstaltungen dann wieder an. Aktuell macht uns viel mehr die geringe Zahl an Filmstarts zu schaffen,

was sich in auch in geringeren Marketing-Aktivitäten der großen Verleiher ausdrückt. Somit ist das Produkt Kino derzeit fast komplett aus dem öffentlichen Blickfeld verschwunden, was auch dem Autokino nicht gut tut.“

Auch Desch geht davon aus, dass Autokino-Events ab Ende August wesentlich attraktiver werden, fügt hinzu: „Wie sich dann die Nachfragesituation entwickelt, bleibt abzuwarten und hängt sicher mit den dann geltenden Verfügungen zur Bekämpfung des Corona-Virus zusammen.“

### Kooperation mit Event-Agenturen

Viele der neuen Autokinos wurden von Agenturen initiiert, die wegen der Corona-Krise nichts mehr zu tun haben. Dieses Schicksal ereil-

Michael Woll  
Evented GmbH

te auch das Konzertbüro Bahl in Gießen, das sich mit dem örtlichen Kinopolis-Kino zusammengetan hat, um ein Autokino auf die Beine zu stellen. Zu seiner Motivation sagt Geschäftsführer Dennis Bahl: „Wir machen das nicht, weil wir damit ein zweites Standbein aufbauen wollen. Wir sind froh, wenn wir die Unkosten gedeckt bekom-

Lesen Sie weiter auf nächster Seite ▶



► Fortsetzung von Vorseite

men.“ Mit dem Kinderkino wolle man vielmehr Familien und Alleinerziehenden, die sich gerade besonders bemühen müssten, ihre Kinder zu unterhalten, eine Alternative bieten. Die Freizeitegestaltung ist sehr eingeschränkt und Ausflüge nur schwer möglich. Bahl spricht aus Erfahrung: „Ich habe selbst drei Kinder, ich weiß, wie das gerade ist.“

Als Kooperations- und Werbepartner trat die Kinopolis-Kette auch bei Autokinos in Viernheim und Aschaffenburg auf. „Wie in Gießen haben wir auch in Viernheim das Booking and Billing übernommen“, sagt Geschäftsführer Gregory Theile. „In Viernheim lag die Kooperation schon nahe, weil wir gemeinsam im Rhein-Neckar-Zentrum sitzen. Und in Aschaffenburg arbeiten wir mit Christopher Bausch, dem Betreiber des Casinos, eh schon seit Jahren beim Open-Air-Kino zusammen.“

In Chemnitz gründeten das Schlingel-Filmfestival mit dem Clubkino Siegmars, dem Metropol Chemnitz und den C3 Chemnitzer Veranstaltungszentren das erste Autokino Düsseldorf, das Platz für 500 Autos bietet und am 8. April mit dem Kinofilm „Lindenberg! Mach Dein Ding“ startete. Die Tickets dafür waren in zwei Stunden vergriffen. Am Ende April gab es auf dem Messeparkplatz in Stockholm auch Autokino-Konzerte etwa mit Brings und Sido, DJ-Musik und Roncalli's Cinema Poesia. Insgesamt organisierte der Veranstalter D.Live 40 Filmvorführungen, 23 Konzerte, drei Ostgottesdienste, drei Comedy Stars, eine Jazz-Rally, eine Opern-Gala und sogar Stabhochsprung. Düsseldorf feierten im Autokino Erstkommunion und Hochzeit.

Alles in allem kamen 75.000 Besucher, berichtet D.Live-Geschäftsführer Michael Brill und ergänzte gegenüber der „Rheinischen Post“: „Wir sind weltweit der Erfinder der Autokonzerne. Das hat die Entertainment-Industrie aufmerksam registriert, es gab Anfragen dazu aus aller Welt.“ Ende Juli wird das Autokino schließen. Im Juli werden ohnehin kaum noch Kinofilme gezeigt, „denn es war klar, dass wir den Kinos in der Stadt keine Konkurrenz



no Pforzheim ins Leben. Aufgaben wie Ticketing, Programmauswahl und Technik wurden kollegial verteilt und gemeinsam bewältigt. „Ich hoffe, dass die Zusammenarbeit mit den Kollegen auch über die Krisenzeit hinaus trägt und wir Kino zukünftig gemeinsam denken können“, meint Müh.

**Die Mischung macht's**

Auf einen sehr breiten Programm-Mix setzte von Anfang an das Autokino Düsseldorf, das Platz für 500 Autos bietet und am 8. April mit dem Kinofilm „Lindenberg! Mach Dein Ding“ startete. Die Tickets dafür waren in zwei Stunden vergriffen. Am Ende April gab es auf dem Messeparkplatz in Stockholm auch Autokino-Konzerte etwa mit Brings und Sido, DJ-Musik und Roncalli's Cinema Poesia. Insgesamt organisierte der Veranstalter D.Live 40 Filmvorführungen, 23 Konzerte, drei Ostgottesdienste, drei Comedy Stars, eine Jazz-Rally, eine Opern-Gala und sogar Stabhochsprung. Düsseldorf feierten im Autokino Erstkommunion und Hochzeit.

machen wollen“. Stattdessen gehen vor allem Firmenveranstaltungen über die Bühne.

Waren die Vorführungen während der strikten Beschränkungen wegen Covid-19 im März und April oft ausverkauft, so macht sich nun bemerkbar, dass die ersten Kinos den Spielbetrieb wieder aufgenommen haben. „Die Besucherzahl hat sich, insbesondere in den letzten beiden Wochen, weitestgehend normalisiert“, berichtet Drive-In-Sprecher Desch. Die Gründe für den jüngsten Nachfragerückgang sieht er „insbesondere im Zusammenhang mit der fehlenden ‚Neuware‘ beziehungsweise Neustarts von attraktiven Mainstreamfilmen, sowie mit dem erweiterten Freizeitangebot im Vergleich zu den Monaten März bis Mai.“

**Blick in die Zukunft**

Doch wie sieht die Zukunft des Autokinos aus? Wird es auch nach dem Abflauen der Corona-Krise eine größere Nachfrage geben, weil viele – vor allem junge Leute – die Kinosform jetzt überhaupt erst kennengelernt haben? Oder wird das Autokino auf längere Sicht wieder auf das Nachfrageniveau vor Corona zurückkehren?

Dazu sagte Desch: „Ich rechne mit einer weiteren, langsamen aber stetig ansteigenden Kurve des Nachfrageniveaus, wie es sich auch schon in den Jahren vor der Corona-Krise abzeichnete. Daher erwarte ich, dass die Corona-Krise diesen erfreulichen Trend noch weiter bestärkt.“

Eventuell-Chef Michael Woll meint dazu: „Autokino ist sehr

stark in das Bewusstsein der Konsumenten gerückt. Somit sinkt die Aktivierungsschwelle zur Kundenansprache für dieses Produkt in den kommenden Jahren stark, was uns sehr zugute kommt. Ich sehe für die kommenden Jahre einen hohen Level bei den Autokinos, in erster Linie bei temporären Kurzveranstaltungen über ein paar Tage hinweg. Allerdings müssen diese dann auch technisch auf hohem Niveau sein, um mit der künftig hoffentlich wieder großen Auswahl an Freizeitmöglichkeiten konkurrieren zu können. Kleine Bildwände oder schlechte Bildqualitäten mit LED-Leinwänden sollten eine Ausnahmeerscheinung in Covid-19-Zeiten sein.“

Durch die starke Nachfrage sei er mit vielen Kinomachern in Westeuropa ins Gespräch gekommen. Michael Wolls persönlicher Eindruck: „Covid-19 hat das Auseinanderdriften von ‚Film‘ und ‚Kino‘ massiv verstärkt. Wenn Cooping wieder zu einem Mega-Trend unserer Gesellschaft wird, Verleiher wichtige Filmstarts zugunsten scheinbar besserer Auswertungstermine verschieben und somit der überlebenswichtige Push für den Neustart der Kinos verloren geht oder Verleiher ihre Repertoire-Stock stark einschränken oder komplett sperren und wenn VoD-Anbieter immer präsenter werden – dann müssen sich Kino, Autokino, Kino-Open-Air und alle anderen Formen des gemeinsamen Filmlebens grundsätzlich überlegen, wohin die Reise zukünftig gehen wird.“

Reinhard Kleber

Neue S&L-Studie mit echten Erfahrungswerten.

# Die Kinorückkehrer geben positive Signale

Nach einer ersten Studie im April und der Nachfolgestudie im Mai hat S&L Research, ein Geschäftsbereich der S&L Medienproduktion, im Juni zum dritten Mal Kinogänger zum Thema „Kino nach Corona“ befragt. Neben den Prognosen und Selbsteinschätzungen der ersten beiden Runden konnten jetzt erstmals echte Erfahrungswerte der Rückkehrer in die Kinos abgefragt werden.



kehrer ziehen ein überwiegend positives Fazit über „Kino nach Corona“.

Obwohl die Bereitschaft, innerhalb der ersten zwei Monate nach Wiedereröffnung „wieder ins Kino zu gehen, im Juni leicht rückläufig war und die Kinogänger im Vergleich zu den Vormonaten eine etwas abwartendere Haltung zeigen, kehren die ersten Filmfans in die Kinos zurück – und diese Rück-

kehrer ziehen ein überwiegend positives Fazit über „Kino nach Corona“. So gaben 87 Prozent der tatsächlichen Kinobesucher in der dritten Studie an, während des Kinobesuchs ein gutes Gefühl gehabt zu haben. 85 Prozent empfanden Hygiene- und Vorsichtsmaßnahmen in den Kinos als ausreichend. Unwissend ist dabei nur ein kleiner Teil ins Kino zurückgekehrt: 81 Prozent der Kinobesucher antworteten, sich vor dem ersten Kinobesuch nach Wiedereröffnung über

das Thema Hygiene im Kino informiert zu haben. Nur ein geringerer Teil der Filmfans, die Kino inzwischen wieder live erlebt haben, zeigte sich unzufrieden – sieben Prozent empfinden die aktuellen Restriktionen als negativen Einfluss auf das Kinoleben.

Generelle Bedenken, der Zeitpunkt der Wiedereröffnung könnte zu früh sein, sind ohnehin schon gesunken (45 Prozent Zustimmung im Mai, 29 Prozent Zustimmung im Juni). Trotzdem haben 58 Prozent aller Befragten der aktuellen S&L Studie der Aussage zugestimmt, vor ihrem ersten Besuch nach Wiedereröffnung abwarten zu wollen, wie sich die Situation in den Kinos entwickelt. Das überwiegend positive Feedback der Kinogänger dürfte also nicht nur ein gutes Signal an die Kinobetreiber sein, sondern auch viele noch zögerliche Filmfans zur Wiederaufnahme von Kinobesuchen bewegen.

Trotzdem fehlt bei rund der Hälfte der Befragten ein Bewusst-

sein dafür, ob Kinos überhaupt geöffnet sind. 49 Prozent sind generell über den Zeitpunkt der Wiedereröffnung in ihrem Bundesland informiert – 53 Prozent wissen, ob speziell ihr Lieblingskino bereits wieder geöffnet hat. Zwar informiert sich ein Teil (43 Prozent derer, die von der Wiedereröffnung ihres Lieblingskinos wussten) aktiv über die jeweilige Kino-Website. Direkt von den Kinos selbst haben weit weniger (29 Prozent über Social Media, 17 Prozent per E-Mail vom Kino) von der Möglichkeit erfahren, wieder ins Kino gehen zu können.

Die Umfrage wurde vom 25. bis 30. Juni online unter 939 deutschen Kinogängern ab 16 Jahren durchgeführt, die sich in der Zusammensetzung an dem Kinopublikum in Deutschland orientierten. Dies war die dritte Welle, nachdem eine ursprüngliche Studie vom 9. bis 14. April insgesamt 865 Personen und die erste Nachfolgestudie vom 8. bis 13. Mai insgesamt 891 Personen befragt hatte.

