



universität  
wien

# DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Das Verhalten der Wiener KinobesucherInnen. Ein Vergleich  
von Programmkinos und Multiplexkinos am Beispiel  
Gartenbaukinos und UCI Millennium City“

verfasst von

Christin Edlinger

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 317

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Diplomstudium Theater-, Film- und Medienwissenschaft

Betreut von:

Univ.-Prof. Dr. Annette Storr

## Inhaltsverzeichnis:

<b>1. Einführung</b> .....	3
<b>2. Theoretischer Teil</b> .....	5
<b>2.1. Publikumsforschung</b> .....	5
2.1.1. Besucherzahlen in Österreich .....	5
2.1.2. Studie von Rudolf Lassner 1936 .....	8
2.1.3. Studie von Stefanie Henseler 1982/83 .....	10
2.1.4. Studie von "Zukunft.Film" 2000 .....	16
<b>2.2. Kinogeschichte</b> .....	18
2.2.1. Die Entwicklung des Kinos in Österreich, Wien .....	18
2.2.2. Programmkinos vs. Multiplexkino .....	24
2.2.3. Entwicklung der Programmkinos.....	25
2.2.4. Das Gartenbaukino: Geschichte, Image .....	29
2.2.5. Entwicklung der Multiplexkinos.....	31
<b>3. Empirischer Teil</b> .....	35
<b>3.1. Fragestellung-Hypothese</b> .....	35
3.1.1. Ausgangsüberlegungen .....	35
<b>3.2. Methode</b> .....	39
3.2.1. Untersuchungsobjekte .....	39
3.2.2. Untersuchungsmaterial.....	39
3.2.3. Untersuchungsdurchführung .....	39
<b>3.3. Ergebnisse</b> .....	41
3.3.1. Statistische Ergebnisse - Programmkinogehrer.....	41
3.3.2. Statistische Ergebnisse - Multiplexkinogehrer.....	49
3.3.3. Statistische Ergebnisse - Kinoverhalten im Wandel der Zeit.....	54
<b>4. Diskussion</b> .....	57
<b>5. Schlussfolgerung</b> .....	62
<b>6. Literatur- und Quellenverzeichnis</b> .....	64
<b>7. Anhang</b> .....	66
A. Fragebogen-Exemplar .....	66
B. Rohdaten.....	68
C. Zusammenfassung-Abstract .....	75

## 1. Einführung

„Pro Jahr zählen die Wiener Kinos insgesamt rund 5 Millionen Besucher. Dies ist eine beachtliche Zahl...“, so heißt es in einer Wiener Sendung auf W-24 zum Thema Wiener Kinoszene.<sup>1</sup>

Schaut man sich die Kinosituation in Wien genauer an, so fällt auf, dass die Stadt von unterschiedlichsten Kinos geprägt ist und sich durch ihre breite Vielfalt auszeichnet. Von Einsaalkinos über Mehrsaalkinos, von Programmkinos über Multiplexkinos, von kleinen alten Nischenkinos bis hin zu den Sexkinos.

Die alten Einsaalkinos haben es natürlich schwer sich zu halten und so mussten auch einige bekannte Kinos der frühen Zeit des Kinos, wie das „Kolosseum“ oder das „Auge Gottes Kino“ in den letzten Jahren endgültig ihre Tore schließen. Es gibt aber auch Kinos, die sich als Programmkino etablieren und ihre Zuschauerzahlen halten bzw. ausbauen konnten. Allen voran das „Gartenbaukino“, das „Votivkino“ oder das „Filmcasino“, um die Bekanntesten zu nennen. Sie alle schaffen es durch gute Qualität, einem charakteristischen Programm und einem breitgefächerten Angebot sich neben den Multiplexkinos zu behaupten und einen Ort für CineastInnen zu kreieren. Sie setzen einen bewussten Gegenpol zu der Anonymität in den großen Kinocentern. Schon allein die Tatsache, dass im Filmcasino beispielsweise noch echte Porzellantassen serviert werden anstelle handelsüblicher Pappbecher, zeigt den eigenen Charme den diese Kinos ausstrahlen. So trotzen sie den großen Kinokomplexen, die sich zumeist an der Peripherie in den großen Shopping-Centern angesiedelt und ganz klar die Vorherrschaft am Markt übernommen haben. In dieser Arbeit werden genau diese beiden unterschiedlichen „Arten“ des Kinos, also das Programmkino und das Multiplexkino gegenübergestellt. Im ersten, theoretischen Teil, wird der Frage nachgegangen, wie sie sich voneinander unterscheiden, wann sie sich entwickelt haben und welches Konzept sie verfolgen. Im praktischen Teil wird anschließend anhand der durchgeführten Feldstudie gezeigt werden, inwieweit sich die BesucherInnen dieser beiden Kinoarten unterscheiden. Gibt es überhaupt Unterschiede und wenn ja, welche. Zudem wird mit der durchgeführten Befragung das Verhalten des Wiener Kinopublikums näher erforscht: Wie oft gehen sie ins Kino, welche Vorlieben haben sie und was dient Ihnen als Informationsquelle für ihren Besuch. Anhand von drei Studien aus verschiedenen Jahren, die herangezogen werden, wird herausgefunden, ob sich das Verhalten im Laufe der Zeit gewandelt hat. Diese drei Studien

---

<sup>1</sup> W-24 Spezial: "Wiener Kinoszene"

sind zum einen eine Studie aus den 30er Jahren von Rudolf Lassner über das Kinoverhalten in Wien, zum zweiten eine Studie von Stefanie Henseler aus den 80er über das Kinoverhalten der Stadt Köln und zu guter Letzt eine Studie von der Projektgruppe „Zukunft.Film“ aus dem Jahr 2000 über das Kinoverhalten einiger Bundesländer Österreichs.

Diese drei Studien wurden deshalb herangezogen, weil sie bezüglich der sozialen Publikumsstruktur und den Motiven für den Kinobesuch am ausführlichsten und am geeignetsten schienen.

## **2. Theoretischer Teil**

### **2.1. Publikumsforschung**

Obwohl es sein mag, dass es zahlreiche Studien zum Thema Publikumsforschung gibt, beschäftigen sich diese doch meistens ausschließlich mit der Wirkung des Kinos bzw. der gezeigten Filme auf das Publikum. Elisabeth Prommer hat nicht unrecht wenn sie sagt, dass man das Kino Anfang des 20. Jahrhunderts als „Schule des Verbrechens“ bezeichnete und diese Studien daher sehr einseitig aufgebaut sind.<sup>2</sup> Seit Ende des 20. Jahrhunderts etablierte sich eine wirtschaftlich orientierte Forschung, also eine Forschung, die sich mit Tops und Flops an der Kinokasse beschäftigt und wie man diese voraussagen kann. Hier gibt es sowohl die Methode der Test-Screenings als auch die Untersuchung erfolgsversprechender Parameter wie Stars, Regisseure und Budget. Soziodemographische Daten zu den Kinobesuchen werden in Deutschland erst seit den 1970ern erhoben, zunächst von der Media Analyse, seit 1991 von der Filmförderungsanstalt. Hier werden Faktoren wie Alter, Geschlecht, Beruf, aber auch die Filmbesuche aufgelistet.

Die neueren Vertreter in der Forschung über das Medium Film bzw. Kino haben erkannt, dass Film und Rezipient die Rollen tauschen. Wie oben erwähnt gehen sie nicht mehr davon aus, dass der Film den Besucher beeinflusst, sondern sie legen den Fokus auf die Frage wie der Rezipient auf den Film wirkt, d.h. wie er das Medium Film nutzt. So können sich Marketingfirmen darauf konzentrieren, welche Bedürfnisse befriedigt werden müssen um den Zuschauer ins Kino zu locken.

Einer kurzen Zusammenfassung der Besucherzahlen in Österreich sowie Wien und der Nennung einiger Filmhighlights, folgt die ausführliche Bearbeitung der drei ausgewählten Studien.

#### **2.1.1. Besucherzahlen in Österreich**

Bis Anfang der 60er, aber vor allem in den 50ern, lagen der österreichische und der deutsche Film in der Beliebtheit klar vor dem amerikanischen Film. Dies zeigen diverse Statistiken, wonach beispielsweise im Jahr 1956 der erfolgreichste amerikanische Film auf Platz 6, 1958

---

<sup>2</sup> Patrick Glogner-Pilz/Patrick S. Föhl (Hrsg.), „Das Kulturpublikum. Fragestellungen und Befunde der empirischen Forschung“, VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2. Erweiterte Auflage 2011. S.227

sogar nur auf Platz 15 rangiert.<sup>3</sup> Eine Verdeutlichung wie beliebt die „heimischen“ Filme waren zeigt, dass im ersten Halbjahr 1957 die 133 deutschen Filme genauso oft gezeigt wurden, wie die 433 Filme aus den USA.<sup>4</sup> Im Vergleich zu heute, wo sich französische Filme besonderer Beliebtheit erfreuen, scheinen diese zusammen mit dem italienischen und britischen Film nicht unter den Top Ten auf. Wie später noch gezeigt wird, holte der amerikanische Film auf und ist seit Jahren mit Abstand fast immer alleiniger Vertreter in den Filmcharts.

Ein paradoxer Umstand ist, dass zum einen die Kinocenter immer beliebter wurden, andererseits der Anteil der ProgrammkinogehrerInnen von 7% 1975 auf 10,6% im Jahr 1984 anstieg.<sup>5</sup> Doch halten nach wie vor die Multiplexkinos die Vormachtstellung, sind sie doch bei mehr als der Hälfte der Bevölkerung das beliebteste Kino und lukrieren 54% des gesamten Umsatzes.

Wie auch in anderen Ländern sanken die Zahlen der KinobesucherInnen Ende der 50er in Österreich. Auch hier wurden die mehr gekauften TV-Geräte und der bessere Lebensstandard, der zu anderen Freizeitgewohnheiten führte, als Begründung genannt. Als Lösung wurden Cafés in die Foyers gebaut, um das Image der Kinos aufzubessern.<sup>6</sup>

Ab Ende der 80er bis Mitte der 90er blieben die BesucherInnenzahlen in etwa konstant, rund 10-12 Millionen BesucherInnen strömten jährlich ins Kino in Österreich. Dabei machten etwa 30% der Filme 80% des Gesamtumsatzes aus. Ende der 90er stieg die Zahl der KinobesucherInnen wieder an und 2001 war nach drei Jahrzehnten wieder ein Rekordjahr mit 18,985 Millionen BesucherInnen.<sup>7</sup> Dies liegt v.a. an Hollywoods Blockbuster-Filmen. Denn nur 12 Filme, also 5% der gezeigten Filme erreichten mehr als 300.000 BesucherInnen jährlich und von diesen Filmen sind alle Filme Hollywood-Blockbuster, bis auf einzelne Ausnahmen, wie z.B. 2001 „Der Schuh des Manitu“ oder 1998 „Hinterholz 8“. Die Hälfte der Filme schaffte es gerade einmal 5000 BesucherInnen anzulocken.

Im Zeitraum zwischen 2003 und 2012 pendelten die BesucherInnenzahlen in Österreich jährlich zwischen 15 und 19 Millionen. Spitzenjahre waren 2004 mit über 19 Millionen BesucherInnen jährlich und 2009 mit knapp 18 ½ Millionen BesucherInnen. 2013 konnten

---

<sup>3</sup> Werner Michael Schwarz, „Kino und Stadt-Wien 1945-2000“, Erhard Löcker GesmbH. Wien. 2003. S.59

<sup>4</sup> Ebd. S.59

<sup>5</sup> Bauer S. 24ff Diplomarbeit

<sup>6</sup> Patrick Glogner-Pilz/Patrick S. Föhl (Hrsg.), „Das Kulturpublikum. Fragestellungen und Befunde der empirischen Forschung“, VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2. Erweiterte Auflage 2011. S. 277

<sup>7</sup> www.wko.at

immerhin 16,7 Millionen BesucherInnen ins Kino gelockt werden.<sup>8</sup> Ein Minus von 4,3% gab es im Jahr 2013, da kamen „nur“ noch 15,8 Millionen BesucherInnen ins Kino.

In Wien blieb die Zahl der BesucherInnen in den letzten zehn Jahren konstant und lag zwischen fünf und sechs Millionen BesucherInnen jährlich. Im Rekordjahr 2004 kam man sogar auf sechseinhalb Millionen BesucherInnen.<sup>9</sup>

Damit die Filme ins Kino und warum welche Filme wann und in welches Kino kommen hängt von den Filmverleih-Firmen ab. In Österreich gibt es zum einen die österreichischen Tochterunternehmen der US-amerikanischen Majors (Columbia, Buena Vista, Warner, Centfox und UIP), zum anderen die heimischen Verleiher, wie z.B. Constantin Österreich, Filmladen und Polyfilm um nur die Relevantesten zu nennen, die auch eigene Abspielstätten besitzen.

In den 90ern, genauer gesagt zwischen 1990 und 1996, ging die Zahl der im Kino gezeigten Filme zurück. Waren es 1990 noch 292 Filme, reduzierte sich die Zahl 1996 auf 254. Davon kamen 142, also mehr als die Hälfte, aus den USA.

Publikumsmagnet unter den Blockbustern war 2009 der Film „Ice Age 3“ mit 1,3 Millionen BesucherInnen. Unter den österreichischen Filmen konnte der Film „Echte Wiener“ mit 370.600 Zuschauern punkten. Ein Jahr darauf war „Avatar“ mit 1,17 Millionen BesucherInnen der beliebteste Blockbuster gefolgt von „Alice im Wunderland“ mit mehr als einer halben Million BesucherInnen. Die 3D-Filme und die Digitalisierung bewahrten die Umsatzstärke. Beliebtester österreichischer Film war 2010 „Die unabsichtliche Entführung der Elfriede Ott“ mit knapp 200.000 ZuschauerInnen.<sup>10</sup>

Die Kinohits 2012 waren „Ice Age 4“ mit 951.248, „Skyfall“ mit 779.488 und mit „Ziemlich beste Freunde“ und 725.954 BesucherInnen ein französischer Film auf Platz drei der Kinocharts. Die Filme „Amour“ und „Die Wand“ waren bei den österreichischen Filmen die Publikumsmagneten. Die Highlights 2013 waren „Django Unchained“, „Der Hobbit 2“ und „Hangover 3“. Der deutsche Film „Fack Ju Göhte“ landete auf Platz 4.

Man kann deutlich erkennen, dass nach wie vor die Filme aus den USA mit 67,9% BesucherInnenanteil am beliebtesten sind, sie sind auch die am häufigsten gezeigten Filme.<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup> [www.wko.at](http://www.wko.at)

<sup>9</sup> [www.filminstitut.at](http://www.filminstitut.at)

<sup>10</sup> [www.wko.at](http://www.wko.at)

<sup>11</sup> [www.filminstitut.at](http://www.filminstitut.at)

Französische, deutsche und britische Filme können jeweils rund acht bis neun Millionen BesucherInnen verzeichnen. Von den 50 erfolgreichsten Filmen des Jahres 2012 kommen 40 aus den USA, zählt man die Filme mit amerikanischer Koproduktion dazu, sogar auf 46 Filme. Kein österreichischer Film befindet sich darunter, lediglich zwei deutsche und drei französische Filme.<sup>12</sup>

So ist es nicht verwunderlich, dass die großen Multiplexkinos, die auf die bekannten Blockbuster setzen, die kleineren Kinos immer mehr vertreiben. Die Statistik zeigt deutlich, dass die europäischen Filme, inklusive dem österreichischen Film, nicht so beliebt sind und ZuschauerInnen ins Kino locken können. Doch sind es genau diese Filme, die hauptsächlich in den Programmkinos gezeigt werden. Abgesehen von den Independent-Filmen, die aber in der Statistik auch nicht auftauchen.

### **2.1.2. Studie von Rudolf Lassner 1936**

In seiner Dissertation aus dem Jahr 1936 vergleicht Rudolf Lassner das Wiener Theaterpublikum mit dem Wiener Kinopublikum, bezogen auf ihre Motivation, die Häufigkeit ihrer Besuche. Da es in dieser Arbeit um das Medium Kino geht, wird nur auf die Ergebnisse des Kinopublikums eingegangen und werden die Ergebnisse über das Theaterpublikum komplett außer Acht gelassen.

Zur Häufigkeit der Kinobesuche in den 30ern ist er zu dem Ergebnis gekommen, dass 27% aller Befragten mindestens ein Mal pro Woche das Kino besuchten. Die Mehrheit, 54%, gab an, zumindest ein bis drei Mal pro Monat ins Kino zu gehen. Die restlichen 19% verteilten sich auf die Personen, die seltener ins Kino gingen. 15% gingen ein bis acht Mal jährlich, 4% weniger als ein Mal jährlich.<sup>13</sup> Anders formuliert gingen mehr als 2/3 aller Befragten mindestens ein Mal pro Monat ins Kino, das erklärt die damals so hohen ZuschauerInnenzahlen. Laut Lassner lag diese Tatsache an dem relativ niedrigen Preisniveau im Vergleich zu den Theaterpreisen und auch an der Bequemlichkeit eines Kinobesuches, nicht aber am Interesse des Kinos selbst. Denn damals war das Kino nach seinen Angaben noch als niedere Kunst angesehen, dem Theater wurde viel mehr Wertschätzung entgegengebracht. Zudem wurde das Theater als etwas Festliches angesehen, was zur Folge

---

<sup>12</sup> [http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/bildung\\_und\\_kultur/kultur/kinos\\_und\\_filme/](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bildung_und_kultur/kultur/kinos_und_filme/)

<sup>13</sup> Rudolf Lassner, „Theater- und Kinobesuch. Eine psychologische Analyse“, Dissertation. Wien am 2. April 1936. S.1

hatte, dass man öfters ins Kino ging. Es wurde als etwas Alltägliches gehandelt und das Theater sparte man sich für besondere Anlässe auf.<sup>14</sup> Frauen und Männer gingen damals in etwa gleich häufig ins Kino, so kam er zu dem Ergebnis, dass bei Denjenigen, die mindestens ein Mal im Monat ins Kino gingen der Anteil der Frauen bei 82%, bei den Männern bei 79% lag.

In seiner Studie untersuchte Rudolf Lassner auch die Lieblingsgattung des Publikums. Da es damals noch keine Genreeinteilung gab, lehnte er sich an Richard Ohmes an, der das Kriterium des Inhaltes mit dem Kriterium der Wirkung kombinierte.<sup>15</sup> So kamen vier Kategorien zustande: Der Gefahrenfilm (Detektiv- und Sportfilme), der ernste Film (gesellschaftskritische Filme), der heitere Film (Liebesfilme und Lustspiele) und der Reportagefilm (Dokumentationen, Kunstfilme). Am beliebtesten beim Wiener Publikum war der heitere Film mit 41%, gefolgt vom ernsten Film mit 38%. Abgeschlagen dagegen der Reportagefilm mit nur noch 12% und am letzten Platz landete der Gefahrenfilm mit 9%. Man sieht wie beliebt die Spielfilme zur damaligen Zeit waren, entfielen doch 88% auf die Kategorien, die den Spielfilm betreffen; lediglich 12% gaben an, Dokumentationen und Kunstfilme zu bevorzugen. Lassner schrieb in seiner Arbeit, dass es für die ernsthaften Filmschaffenden noch ein langer Weg sein dürfte den Kunstfilm den Leuten schmackhaft zu machen. Die Realität abzubilden und darüber filmisch zu berichten sei noch nicht verbreitet genug gewesen. Einige Befragten gaben an, dass sie fremdsprachige Filme bevorzugen würden, doch gab es keine Kategorie für diese.

Bei der Frage nach der Motivierung für den Kinobesuch gaben 40% Reklame und Empfehlung als Grund für einen Besuch an. Nur 18% gaben Interesse am Filmstoff an, gefolgt von 17% die das Interesse an den Schauspielern ankreuzten und 12% die dem Wunsch des Partners folgten. Das Lieblingskino zu besuchen gaben die wenigsten als Motivationsgrund an, nämlich nur 9% der Befragten.<sup>16</sup>

Bei der Altersverteilung der BesucherInnen und Frequenz des Kinobesuches ergab die Studie Folgendes: Von den 336 Befragten, war die Gruppe der unter 30-Jährigen mit 192 KinogängerInnen die Größte. Die Anzahl der über 30-Jährigen, die in drei Kategorien unterteilt wurden, nämlich in 30-40-Jährige, 40-50-Jährige und über 50-Jährige hielten sich mit jeweils rund 50 BesucherInnen die Waage. In der Kategorie der häufigen

---

<sup>14</sup> Rudolf Lassner, „Theater- und Kinobesuch. Eine psychologische Analyse“, Dissertation. Wien am 2. April 1936 S.2

<sup>15</sup> Ebd. S.14

<sup>16</sup> Ebd. S.28

KinobesucherInnen, also jene die mindestens ein Mal pro Woche gehen, entfielen auf die 89 Personen die dies angaben, 36 die unter 30 Jahre alt waren.<sup>17</sup> Die Gruppe der monatlichen KinogehrerInnen war mit 183 von 336 Personen am stärksten vertreten und machte sogar mehr als die Hälfte aus. Auch hier war also die Gruppe der Twens am häufigsten zu finden.<sup>18</sup>

Bei der Frage nach dem Kinobesuch aufgrund von Empfehlung Anderer kann man sagen, dass sowohl die Jungen bis 20, als auch die Gruppe ab 40 am meisten Wert darauf legten. Nur die 20-30-Jährigen schienen nicht aufgrund von Empfehlungen ins Kino zu gehen.<sup>19</sup>

Laut Autor kamen die Befragten alle aus der breiten mittleren gesellschaftlichen Zone und waren GroßstadtbewohnerInnen.<sup>20</sup> Er unterteilte diese aber noch in drei Schichten: A, B und C, nach Kriterien des Berufes, des Sitzpreises in Relation zur Frequenz ihrer Besuche und der Intelligenz, die er anhand des Niveaus der Aussagen gemessen hatte. Schicht A beinhaltete die ArbeiterInnen und Angestellten, Schicht B die typischen Mittelstandberufe und Schicht C den gehobenen Mittelstand. StudentenInnen und Hausfrauen teilten sich in alle drei Schichten auf.

Laut seiner Studie war die Frequenz des Kinobesuches vom sozialen Milieu unabhängig. Der heitere Film war bei der A-Schicht besonders beliebt, die Dokumentation hingegen am wenigsten. Ihnen waren die Rezeption und die Empfehlung am Wichtigsten um ins Kino zu gehen.<sup>21</sup> Für Schicht B, die 55% der Befragten ausmachte, war wiederum der ernste Film der beliebteste Film, gefolgt vom Reportagefilm. Schicht C bevorzugte den heiteren Film, wobei sie die Gruppe derer waren, die am häufigsten angegeben haben, keinen bestimmten Filmwunsch zu hegen. Für sie war die Wirkung des Filmes ausschlaggebend.<sup>22</sup>

### **2.1.3. Studie von Stefanie Henseler 1982/83:**

In ihrer Arbeit „Soziologie des Kinopublikums“ untersuchte Stefanie Henseler das Kinopublikum der Stadt Köln, 1982/83. Da Köln und Wien nicht weit voneinander entfernt liegen und sich diese beiden Städte kulturell nicht wirklich signifikant voneinander

---

<sup>17</sup> Rudolf Lassner, „Theater- und Kinobesuch. Eine psychologische Analyse“, Dissertation. Wien am 2. April 1936 S.88

<sup>18</sup> Ebd. S.88

<sup>19</sup> Ebd. S.95

<sup>20</sup> Ebd. S.106

<sup>21</sup> Ebd. S.112

<sup>22</sup> Stephanie Henseler, „Soziologie des Kinopublikums. Eine sozioempirische Studie unter Berücksichtigung der Stadt Köln“, Verlag Peter Lang GmbH, Frankfurt am Main.1987.S.116

unterscheiden, kann diese Studie getrost herangezogen werden, um eventuelle Wandel bei der Zusammensetzung des Kinopublikums oder ihrer Vorlieben aufzuzeigen. In ihrer Arbeit geht sie von früheren Jahren aus und vergleicht diese mit ihren Daten. Ihre Erkenntnisse decken sich mit den Ergebnissen der anderen Autoren, so dass auf diese anderen Studien nicht näher eingegangen wird. Auf einen Aspekt sollte dennoch hingewiesen werden: Es geht um die Altersfrage der KinobesucherInnen. So kommt auch sie zu der Erkenntnis, dass in den 70ern und 80ern die unter 30-Jährigen den Hauptanteil der KinobesucherInnen ausmachten. In den Jahren 1980-82 beispielsweise, stellten die 14-19-Jährigen fast die Hälfte des gesamten Publikums, in anderen Jahren konnten die 20-29-Jährigen mit den Teens gleichziehen.<sup>23</sup> Dies lag aber nicht an der Bevölkerungsstruktur, sondern die simple Erklärung ist die, dass das Angebot die Nachfrage bestimmt. So waren dies die Jahre, in der Musikfilme und Jugendfilme vermehrt produziert und im Kino gezeigt wurden. Beispiele hierfür sind die Filme mit John Travolta: „Saturday Night Fever“ und „Grease“, die zu einer ganzen Jugend-Tanzbewegung führten. Andere Branchen wie Bekleidungs- und Musikbranchen stiegen auf den Zug auf und förderten wiederum den Trend sich diese Filme im Kino anzusehen.<sup>24</sup>

Henseler's Erkenntnis war die, dass in den 70ern eine Verschiebung des Publikums, was ihre Bildung und ihr Einkommen betrifft, stattfand, nämlich dahingehend, dass das Kino ein Unterhaltungsort für AkademikerInnen und besser Verdienender wurde. So sind Mitte der 70er fast 2/3 der ZuschauerInnen in Haushalten lebend, in denen zwei oder mehr Berufstätige vorkommen.<sup>25</sup> Andererseits lag es aber auch daran, dass der Hauptanteil Jugendliche waren, die noch in der Ausbildung steckten und Zuhause wohnte. Laut Studie kamen sie aus gut situierten Elternhäusern.

Kommen wir nun aber zu Henseler's eigenen Untersuchungen des Kinopublikums der Stadt Köln von 1982/83. Im Jahr 1984 gab es in der Stadt Köln 65 Kinos, drei davon in der Vorstadt und 62 in der Innenstadt. Von diesen waren 52 Mainstream-Kinos und 13 Programm-Kinos.<sup>26</sup> Henseler vergleicht drei Kinos miteinander, nämlich das UFA als Erstaufführungskino, das Unicenter, ein etabliertes Programmkino und die Cinemathek, die alternative Abspielstätte im Wallraf-Richartz-Museum.<sup>27</sup>

---

<sup>23</sup> Stephanie Henseler, „Soziologie des Kinopublikums. Eine sozioempirische Studie unter Berücksichtigung der Stadt Köln“, Verlag Peter Lang GmbH, Frankfurt am Main. 1987. S.35ff.

<sup>24</sup> Ebd. S.36

<sup>25</sup> Ebd. S.50

<sup>26</sup> Ebd. S.91

<sup>27</sup> Ebd. S.61

Fängt man hier wieder mit der Frage der Altersgruppen an, ist wohl das auffälligste Merkmal, dass das Publikum im UFA am Wochenende zu 87% aus unter 30-Jährigen bestand, wobei 70% davon auf die Teenies zwischen 12 und 20 fielen.<sup>28</sup> Unter der Woche nahm zwar durch die StudentInnen der Anteil an den Twens deutlich zu, aber die Jugendlichen blieben dominant was den Besuch im Kino betraf. Im Programmkinos dagegen dominierte ganz klar die Altersgruppe der 21-30-Jährigen mit ganzen 60%. Am Wochenende verschob sich sogar das durchschnittliche Alter nach oben, hier lag die Zahl der 21-40-Jährigen bei 90%, da die über 30-Jährigen hier vermehrt anzutreffen waren, eventuell auch als Flucht vor den ganz Jungen, die das UFA in Beschlag genommen hatten. Die Cinemathek setzte sich wiederum vermehrt aus der Altersgruppe 12-30 zusammen.

Bei der Frage der Bildung wich das UFA von den anderen beiden Kinos deutlich ab. Hier fand sich eine große Bandbreite an BesucherInnen mit unterschiedlichem Bildungsgrad. Wobei nur auffällig ist, dass AkademikerInnen und StudentInnen stark unterrepräsentiert waren.<sup>29</sup> Einzig unter der Woche war die Gruppe der StudentInnen etwas mehr und nahmen 1/5 des Gesamtpublikums ein. Die Cinemathek und das Unicenter hingegen sind sehr zielgruppenorientiert und hatten daher nur eine eng begrenzte Publikumsschicht. So stellten StudentInnen sowohl im Unicenter als auch in der Cinemathek mehr als die Hälfte des Publikums. Nur war in der Cinemathek die zweitgrößte Gruppe die Gruppe der SchülerInnen, wo hingegen die AkademikerInnen den zweiten Platz im Unicenter ausmachten. So kamen StudentInnen und AkademikerInnen zusammen auf 85% des Gesamtpublikums.<sup>30</sup>

Beim Kinoverhalten der KölnerInnen wurde v.a. die Art der Informationsbeschaffung für den Kinobesuch untersucht. Auffällig hierbei ist, dass die beiden Kinos, in denen vermehrt die AkademikerInnen anzutreffen waren, sich das Publikum v.a. durch Filmkritiken ihre Anregung zum Kinobesuch holten. Beim Unicenter macht es sogar 40% aus, auf Platz zwei lag mit 25% die Mundpropaganda. In der Cinemathek war die Mundpropaganda die häufigste Nennung bei der Frage nach der Anregung zum Kinobesuch.<sup>31</sup> Hier zeigte sich, dass der/die ProgrammkinogehrerIn dazu tendiert, sich vorher über den jeweiligen Film genau und kritisch zu informieren und ein größeres Bewusstsein für die Filmkunst besaß. Die UFA-BesucherInnen dagegen ließen sich vermehrt von Plakaten und Trailer verführen, dem Visuellen kam eine größere Bedeutung zu. Bei der Zusammensetzung des Publikums in

---

<sup>28</sup> Stephanie Henseler, „Soziologie des Kinopublikums. Eine sozioempirische Studie unter Berücksichtigung der Stadt Köln“, Verlag Peter Lang GmbH, Frankfurt am Main. 1987. S.63

<sup>29</sup> Ebd. S.65

<sup>30</sup> Ebd. S.64

<sup>31</sup> Ebd. S.67

Bezug auf die Besuchsfrequenz unterschieden sich die drei Kinos wieder stärker voneinander. Das UFA Kino hatte v.a. Laufkundschaft, d.h. BesucherInnen, die den Besuch mit anderen Dingen, wie Ausgehen oder Shoppen verbunden hatten. Sie hatten weniger ein Stammpublikum im klassischen Sinne. So lag der Anteil Derjenigen die seltener als ein Mal im Monat oder sogar noch seltener ins Kino gehen bei 40%.<sup>32</sup>

Genau auf das gegenteilige Publikum, nämlich auf CineastInnen, konnte die Cinemathek zurückgreifen. Hier betrug der Anteil derjenigen, die regelmäßig bis häufig ins Kino gehen fast 2/3 des Gesamtpublikums.<sup>33</sup> Natürlich kann es auch sein, dass der tägliche Programmwechsel, den die Cinemathek hatte, damit zusammenhängt. Das Unicenter wiederum setzte sich sowohl aus Rezipienten zusammen, die selten ins Kino gehen als auch aus wahren „Kinofreaks“. Allein die Wochentage entschieden welche von beiden Gruppen stärker vertreten war. Da das Unicenter aber nur ein begrenztes Filmangebot bieten konnte, konnten BesucherInnen nicht mehrmals pro Woche in dieses Kino gehen, um neue Filme zu sehen. Eine Gemeinsamkeit aller drei Kinos war aber, dass der Samstag der beliebteste Kinotag zu sein schien, auch wenn bei der UFA der Montag durch den verbilligten Kinomontag ebenfalls gut besucht war. Die Cinemathek-GeherInnen wiederum bevorzugten abgesehen von Samstagen keinen anderen Tag, wie etwa die UFA- oder Unicenter-GeherInnen, die das Wochenende generell bevorzugten.<sup>34</sup>

Überraschend ist die Tatsache, dass von allen Befragten nur ¼ der BesucherInnen ein Lieblingskino genannt haben. Vor allem bei den Unicenter- und Cinemathek-BesucherInnen schien der Film im Vordergrund zu stehen, denn hier gab es die wenigsten die Wert darauf legten in ein bestimmtes Kino zu gehen. Interessant ist nur, dass sie bei der Angabe der beliebteren Kinos nur Programmkinos angaben, was wiederum den Stellenwert des anspruchsvollen Filmes bei diesen BesucherInnen zum Ausdruck brachte. So ist es nicht verwunderlich, dass beide Gruppen, also die BesucherInnen des Unicenters und der Cinemathek, die Ausstattung des Foyers mehr oder weniger egal zu sein schien. Nur die BesucherInnen des UFA waren für die Erhaltung bzw. die Einrichtung eines Foyers generell. Der Ausstattung des Foyers kam bei den WochenendbesucherInnen eine besondere Bedeutung zu. So schätzten 60% der BesucherInnen das Angebot an Essen und Trinken bzw. das Vorhandensein einer Bar. Dies lag an dem vermehrt jungen Publikum, welches das Kino

---

<sup>32</sup> Stephanie Henseler, „Soziologie des Kinopublikums. Eine sozioempirische Studie unter Berücksichtigung der Stadt Köln“, Verlag Peter Lang GmbH, Frankfurt am Main.1987. S.67

<sup>33</sup> Ebd. S.67

<sup>34</sup> Ebd. S.68

zugleich als sozialen Treffpunkt nutzte. Die BesucherInnen der beiden anderen Kinos dagegen war der „Rund-um-Service“ eher egal. Nur etwa 1/5 begrüßten Bar, Kiosk oder andere Service-Leistungen. Im Unicenter gaben sogar 90% der Wochenendbesucher an, dass solche Services „verpönt“ sind.<sup>35</sup>

Einzig bei der Ausstattung, genauer gesagt bei der Größe des Kinosaales selbst, gab es Unterschiede zwischen den BesucherInnen der Cinemathek und des Unicenters. So bevorzugten die meisten BesucherInnen des Unicenters die, wie sie sagen, „Wohnzimmeratmosphäre“ des kleinen Raumes. Fast 85% hatten keine Probleme damit, dass das Kino so klein ist und auch die klein gehaltene Leinwand störte nur sehr Wenige. Wobei man beim Unicenter-Publikum sagen muss, dass es Abweichungen zwischen Wochentags- und Wochenendpublikum gab. Wie oben bereits erwähnt, gingen unter der Woche sehr viele StudentInnen ins Kino, und hier gaben sogar 91% an, dass sie Wert auf Polstersitze legen, 95% sogar auf eine volle Abdunkelung im Saal, d.h. die Kinospezifische Atmosphäre und der Filmgenuss stand für diese Gruppe im Vordergrund. Die WochenendbesucherInnen sahen dies anders, aber sie bestanden überwiegend aus Laufkundschaft.<sup>36</sup>

Die Cinemathek-BesucherInnen zeichneten sich dagegen durch ein großes Bedürfnis an großen Kinosälen (41%) und auch an einem angemessenen Filmambiente aus, d.h. bequeme Sitze, große Leinwand und Abdunkelung des Saales. Da die Cinemathek, wie viele Programmkinos, nur die letzten beiden Komponenten erfüllten, entschieden sich die BesucherInnen zugunsten der Filmkunst für diese Kinos und gegen die großen Kinosäle, die sie ja an sich bevorzugen würden. So nannten 90% dieser Befragten, dass Programmkinos ihre bevorzugten Kinos seien und deshalb sogar die Holzsitze in manchen Kinos in Kauf nehmen würden.

Bei den UFA-BesucherInnen gab es, wie beim Unicenter, keine einheitliche Meinung da sich das Publikum aus einer Bandbreite an unterschiedlichen Menschen zusammensetzte und sich das Wochenendpublikum vom Wochentagpublikum klar unterschied. Wichtig waren ihnen v.a. das breite Filmangebot und ein bequem ausgestatteter Kinosaal, so legten 85% Wert auf bequeme Polstersessel.<sup>37</sup> Auch die großen Leinwände und die Abdunkelung waren ihnen wichtig, um das Filmvergnügen zu steigern.

---

<sup>35</sup> Stephanie Henseler, „Soziologie des Kinopublikums. Eine sozioempirische Studie unter Berücksichtigung der Stadt Köln“, Verlag Peter Lang GmbH, Frankfurt am Main.1987. S.72

<sup>36</sup> Ebd. S.73/74

<sup>37</sup> Ebd. S.73

Zusammenfassend kann man sagen, dass es den Cinemathek- und den Unicenter-BesucherInnen um den Film und die Konsumation des Filmes hauptsächlich ging. Bei den UFA-BesucherInnen stand der soziale Faktor im Vordergrund. Für sie bedeutete der Kinobesuch auch gleichzeitig ein Treffen mit FreundInnen. Aber auch die Verbindung mit anderen Freizeitaktivitäten war ihnen wichtig. Sie waren in ihrer Sozialstruktur und in ihren Filmvorlieben weniger homogen, bestach doch das Kino mit einem breiten Filmangebot und Genres aller Art. Neben dem Kinobesuch als Event hatten die UFA-BesucherInnen noch etwas gemeinsam, nämlich die Vorliebe für filmadäquate Rezeptionsbedingungen, wie wir gesehen haben.<sup>38</sup>

Auch wenn sich Unicenter- und Cinemathek-BesucherInnen ähnelten, unterschieden sie sich doch in einem Punkt recht deutlich, nämlich in ihren Rezeptionsgewohnheiten. Die Cinemathek-BesucherInnen legten viel mehr Wert auf die Qualität der Vorführung. Sie verzichteten nur zugunsten der Qualität der Filme auf eine oder mehr dieser Merkmale, denn das UFA käme für sie nicht in Frage. Den Unicenter-GeherInnen schien diese Faktoren alle eher gleichgültig zu sein.<sup>39</sup>

Nimmt man ihre Arbeit und ihre durchgeführte Studie her, so kann man über das Publikumsverhalten Anfang der 80er Jahre eine „neue Trendwende“ beobachten. Durch den drastischen Rückgang der Zahl der jährlichen KinobesucherInnen hat sich das ehemals heterogene Breitenpublikum in ein homogenes Minderheitenpublikum gewandelt.<sup>40</sup> Trotz des massiven BesucherInnenschwundes gab es Anfang der 80er eine Neuerung, die sich an die Filmkunst-LiebhaberInnen wendete und erfolgsversprechend zu sein schien, nämlich das Konzept des Repertoire-Spielplans im Programmkinos der AG Kino. Doch bleibt das Fazit der Zeit diese, dass mit der steigenden Lebensqualität und der Möglichkeit des „Heimkinos“, das Medium Film alleine nicht ausreichte, um die Menschen Anfang der 80er noch in die Kinos zu locken. Auch die Programmkinos mit ihrem neuen Konzept nicht. Sie schafften es aber auf der Ebene der Atmosphäre und des Flairs, das Kinogehen als gesellschaftliches Ereignis attraktiv zu halten.

---

<sup>38</sup> Stephanie Henseler, „Soziologie des Kinopublikums. Eine sozioempirische Studie unter Berücksichtigung der Stadt Köln“, Verlag Peter Lang GmbH, Frankfurt am Main. 1987. S. 76

<sup>39</sup> Ebd. S.75

<sup>40</sup> Ebd. S.139

#### 2.1.4. Studie von „Zukunft.Film“ 2000

Diese Studie liegt nicht allzu lange zurück und wurde vom Projektteam „Zukunft.Film“ in vier Bundesländern Österreichs (Wien, Niederösterreich, Salzburg und Vorarlberg) durchgeführt. Sie bietet einen kompakten Überblick über das Kinoverhalten der WienerInnen und ist für einen späteren Vergleich mit den Ergebnissen der durchgeführten Feldforschung gut geeignet.

Allgemein aufgefallen ist die Tatsache, dass unter allen befragten Kinogehenden 21,8% AkademikerInnen waren, die Gesamtbevölkerung aber nur aus 6,4% AkademikerInnen bestand. Man sieht daher, dass das Kinogehen als Freizeitaktivität bei den AkademikerInnen überdurchschnittlich hoch sein musste. Bei den Berufsgruppen führten die Angestellten mit 38,8% die Liste an. Das Durchschnittsalter aller Befragten betrug 27 Jahre. Der Anteil der unter 30 Jährigen war mit 75% extrem hoch. Der Anteil der Frauen war etwas höher mit 58,9% im Gegensatz zu den Männern mit 40,8%.<sup>41</sup>

Das Multiplexkino war für 38,8% der Befragten die beliebteste Kinoart, dahinter folgte das Mehrsaalkino mit 18,2%.

So wurden ebenfalls Programmkinogehenden und Multiplexkinogehenden befragt und untersucht. In Österreich lag das Durchschnittsalter der Multiplexkinogehenden bei 24,5 Jahren, bei Programmkinogehenden bei 31,9 Jahren. Das Multiplexkino punktete am meisten bei den 20-30-Jährigen, lag hier der Anteil doch bei 42,3%. Die über 30-Jährigen machten nur noch die Hälfte aus, nämlich 20%.

Bei den Programmkinos war die Gruppe der 30-40-Jährigen am meisten vertreten. Die über 40-Jährigen machten immerhin noch 19,6% aus, im Vergleich zu den Multiplexkinos bei denen der Anteil nur bei 8,4% lag.

Fast die Hälfte der ProgrammkinobesucherInnen waren mit 45,4% AkademikerInnen, 33,8% hatten Abitur. Bei den MultiplexkinobesucherInnen hatten lediglich 14,1% einen akademischen Abschluss. Der Anteil der Angestellten war bei beiden Kinos mit etwa 41% am höchsten.

Die Programmkinogehenden bevorzugten zu mehr als 50% Programmkinos, gefolgt von den Einsaalkinos mit 38,5%. Die Multiplexkinos waren für sie relativ uninteressant.

---

<sup>41</sup> Vgl. „Sehen und gesehen werden. Filmmarketing in kleinen europäischen Ländern.“ Hrsg. Lucie Bader, Barbara Haberl, Isabella Urban, Christine Weingartner. PVS Verleger. Wien 2000

In dieser Studie war auch die Empfehlung von FreundInnen und Bekannten auf dem ersten Platz was die Informationsbeschaffung für einen Kinobesuch betrifft. So gaben 81,9% an, dass sie dies als Informationsquelle bevorzugen, gefolgt von den Trailern mit 76,9%. Die Zeitung kam nur auf 47,5% und das Internet überhaupt nur auf 20,2%. Das Internet war eher bei den Jungen beliebt, die Zeitung bei den über 30-Jährigen und den unregelmäßigen Kinogehenden.

22% der Befragten gaben an, dass sie wegen dem speziellen Ambiente ins Kino gehen würden, 21% gaben die große Leinwand als Grund für ihren Kinobesuch an.

Waren es in der Studie aus den 30ern noch 27% der Befragten, die mindestens ein Mal pro Woche ins Kino gehen, waren es im Jahr 2000 nur noch 3%. Immerhin gaben 75 % an, sie würden ein oder mehrmals pro Monat ins Kino gehen.

Rein auf Wien bezogen, war der Anteil der Frauen mit 62,5 % deutlich höher als in den anderen Bundesländern. Auch das Durchschnittsalter war mit 29,17 Jahren erhöht, was an den vielen Programmkinogehenden lag, die wie oben bereits erwähnt, ältere als die Multiplexkinogehenden waren. Auch gibt es in Wien bis heute deutlich mehr Programmkinos als in den anderen Bundesländern. Der Anteil der AHS-AbsolventInnen war vier Mal höher als, der Anteil in den anderen Bundesländern und lag bei 21,8%. Außerdem war der Anteil der StudentInnen in Wien am höchsten.<sup>42</sup>

Dies alles mit den durchgeführten Befragungen vor Ort zu vergleichen wird später der Fall sein.

---

<sup>42</sup> Vgl. „Sehen und gesehen werden. Filmmarketing in kleinen europäischen Ländern.“ Hrsg. Lucie Bader, Barbara Haberl, Isabella Urban, Christine Weingartner. PVS Verleger. Wien 2000

## 2.2. Kinogeschichte

„Die auf den folgenden Seiten beschriebenen Kinos haben nahezu alle Wege gefunden, sich bisher gegen alle erwähnten Widerstände zu behaupten, und wichtiger noch, gerade angesichts der zunehmenden Gleichförmigkeit und Austauschbarkeit der Multiplexe eine Nische gesucht und entdeckt, aus der heraus sie genau das bieten können, was im anonymen Großbetrieb schnell verloren geht: etwa Freiheit im Hinblick auf die Filmauswahl...“<sup>43</sup>

Dieser Ausspruch den Frau Batthyány in ihrem Buch „Kinos in Wien“ anführt, muss leider etwas korrigiert werden. Seit 2010 nämlich, also kurz nach Erscheinen ihres Buches, wurden wieder einige Kinos geschlossen, darunter auch das „Auge Gottes Kino“, das in ihrem Buch noch dargestellt wurde. Hier erklärt der Leiter, Christian Schenk, wie beliebt das „Auge Gottes Kino“ als Freizeitangebot bei den WienerInnen sei, nicht nur aufgrund seiner Lage und Anbindung an die öffentlichen Verkehrsmittel, sondern auch aufgrund seiner Filmauswahl und seiner Technik.<sup>44</sup>

Wie schaut aber nun konkret die Wiener Kinolandschaft aus? Und wie hat sie sich im Laufe der Jahre entwickelt? Dies wird im Folgenden erläutert.

### 2.2.1. Die Entwicklung des Kinos in Österreich, Wien

Zu Zeiten als Österreich noch fest in der Hand der Monarchie war, wurde das erste Kino in Wien eröffnet. Genauer gesagt am 27.3.1896 in der Kärtner Straße 45/Ecke Krugerstraße im 1. Bezirk.<sup>45</sup> Natürlich handelte es sich noch nicht um Spielfilme die dort gezeigt wurden, sondern um kurze Dokumentarszenen, wie das berühmte „Ankunft eines Zuges“ der Brüder Lumière, dargestellt durch einen Cinematographen. Anders als heute wurden diese „Filme“ täglich non-stop von 10.00 bis 20.00 Uhr vorgeführt. Welche Filme gezeigt wurden konnte man auf dem beiliegenden Programmblatt nachlesen. Erstaunlicherweise wurde schon damals auf die Vorlieben der BesucherInnen eingegangen, denn als im April ein neues Programm auf dem Spielplan stand, blieben nur zwei Filme weiterhin bestehen. Ein Merkmal dafür, dass das frühe Kino bereits gezielte Programmgestaltung betrieb.<sup>46</sup>

---

<sup>43</sup> Juliane Batthyány, „Kinos in Wien. Vom Alltag und Überleben der kleineren Filmtheater“, Sutton Verlag GmbH. Erfurt. 2010. S.10

<sup>44</sup> Ebd. S.103

<sup>45</sup> Walter Fritz, „Im Kino erlebe ich die Welt. 100 Jahre Kino und Film in Österreich“, Verlag Christian Brandstätter. Wien-München. 1. Auflage.1997. S.13

<sup>46</sup> Ebd. S.13

Daneben gab es, nicht zu vergessen, zahlreiche Wanderkinos, die auf die ganze Monarchie verteilt waren. Die Vertreibung der Filme war einfach. Die Firma „Pathé Frères“ verschickte die Filme an die BetreiberInnen, diese sichteten die Filme und für die, die sie behielten und vorführten, wurde gezahlt.

Von der Zeit zwischen 1896 und 1915 stieg die Zahl der eigens als Kino eingerichteten Spielstätten in Wien rasant an. Waren es 1903 noch drei, waren es 1907 schon 10 und 1915 bereits 150 Kinos.<sup>47</sup> Das allererste Kino soll das Erika Kino im 7. Bezirk gewesen sein, allein das Gründungsjahr verursacht Diskussionen zwischen den HistorikerInnen.

Die ersten Filmverleihunternehmen entstanden 1906. Zu dieser Zeit gab es 12 Kinos in Wien. 1909 gab es dann schon 74 Kinos in Wien, allein 41 innerhalb des Gürtels. Doch waren diese Kinos oft nur kurze Zeit geöffnet, schlossen wieder oder siedelten sich andernorts wieder an. Dies alles lag daran, dass es noch keine feste Regelung für das Betreiben der Kinos inklusive Lizenzvergabe gab. Die frühen Kinos waren stark an die Theaterbauten angelehnt, so schreibt Walter Fritz beispielsweise über das Kino Schöffler-Haushofer, dass es 500 Personen fasste, ein Parkett besaß und Logen, sowie eine Galerie.<sup>48</sup>

1907 wurde zunächst der „Verband österreichischer Kinematographenbesitzer“ gegründet, 1911 folgte der „Verband der Kinoindustriellen. Mit der Kinematographenverordnung trat 1912 das erste Kinogesetz in Kraft. In den Folgejahren kam es weiterhin zu zahlreichen Neueröffnungen verschiedener Kinos in Wien, auch wenn es im Laufe des 1. Weltkrieges und durch immer neue Auflagen bei Bau und Gründung zu einer kurzfristigen Stagnation kam. Nach dem 1. Weltkrieg waren Kohle und Strom spärlich verfügbar, es wurden sogenannte Schließtage der Kinos eingeführt.

16 Jahre später, 1928, gab es 750 Kinos in ganz Österreich, 178 davon in Wien. Die meisten Wiener Kinos hatten Platz für 200-400 BesucherInnen, eine Ausnahme stellten nur vier Kinos dar, die Platz für 1000 Menschen boten.

In den 30ern schwankte die Zahl der Kinos, kam es hier zu Schließungen, wurde dort schon wieder neu eröffnet. Man kann die Zahl aber etwa auf 800-900 eingrenzen. Anders als heute,

---

<sup>47</sup> Walter Fritz, „Im Kino erlebe ich die Welt. 100 Jahre Kino und Film in Österreich“, Verlag Christian Brandstätter. Wien-München. 1. Auflage.1997. S.18

<sup>48</sup> Ebd. S.18

lag hier Niederösterreich mit den meisten Kinohäusern, etwa 320, deutlich vor Wien mit „nur“ 189.<sup>49</sup>

Da zu dieser Zeit in der Geschichte des Filmes der Tonfilm klar den Sieg über den Stummfilm errang, wurden auch die Kinos dementsprechend umgerüstet, sodass es im Jahr 1937 nur noch vereinzelte Kinos gab, die reine Stummfilmkinos waren. Die Zahl der KinobesucherInnen betrug in Wien 26.435.391 im Jahr 1937.<sup>50</sup>

Die Herrschaft Nazideutschlands machte auch vor den Kinos und deren Arisierung nicht halt. So wurden den Juden, die etwa die Hälfte aller Kinos besaßen, alle Betriebe weggenommen. Es durften nur noch die arisierten Kinos bestehen bleiben, sowie die Kinos der Kiba (=Kinobetriebsanstalt Ges.m.b.H.), die allerdings von der „Ostmärkischen Filmtheater Betriebs GmbH“ übernommen wurde. Die Kiba bekam allerdings alle ihre Kinos nach ihrer erneuten Gründung zurück und noch viele andere Kinos, die den Nazis entzogen wurden, hinzu. So konnten sie ihre Vormachtstellung am Markt ausbauen.<sup>51</sup> Doch da es sich hier nur um einen Überblick über die Geschichte der Kinos handelt, wird nicht näher auf die Arisierung und anschließende Entnazifizierung eingegangen, da diese den Rahmen sprengen würde.

Im Gegensatz zur Situation während des 1. Weltkrieges geht die Zahl der Kinos während des 2. Weltkrieges stark zurück. Hinzu kommt, dass im Laufe des Krieges zahlreiche Kinos durch Bombenangriffe zerstört wurden. Das Kino erholte sich jedoch relativ schnell vom Krieg und den Jahren unter der Herrschaft der Nationalsozialisten. Nach dem Krieg wurde versucht die Kinos wieder an die BesitzerInnen zurückzugeben, jedoch glückte dies nicht wirklich. Die meisten Kinos wanderten in den Besitz der Kiba, die wieder neu gegründet wurde.

Die Lage der Kinos ähnelte der Situation in den 1910er Jahren, d.h. die repräsentativen Uraufführungskinos lagen im Zentrum der Stadt. So waren die Innenstadtkinos besser ausgestattet und zeigten auch die Filme früher, als die Kinos in den Außenbezirken.<sup>52</sup> Es gab aber auch Kinozentren die eine Ausnahme darstellten, lagen sie doch an sogenannten „neuralgischen“ Punkten, wie etwa der Mariahilferstraße oder dem Praterstern. Die Kinodichte war sehr hoch, es gab etwa 201 Betriebe im Jahr 1957 und nahm vom Zentrum bis hin in die Außenbezirke kontinuierlich ab.

---

<sup>49</sup> Walter Fritz, „Im Kino erlebe ich die Welt. 100 Jahre Kino und Film in Österreich“, Verlag Christian Brandstätter. Wien-München. 1. Auflage.1997. S. 177

<sup>50</sup> Ebd. S. 177

<sup>51</sup> Werner Michael Schwarz, „Kino und Stadt-Wien 1945-2000“, Erhard Löcker GesmbH, Wien.2003. S.89

<sup>52</sup> Ebd. S. 43

Ein Jahr, welches besondere Erwähnung verdient, ist das Jahr 1958, denn in keinem anderen Jahr war die Zahl der KinobesucherInnen größer, nämlich beachtliche 122 Millionen, auf Wien entfielen 46,3 Millionen. Es war aber auch eine Zeit der Weiterentwicklung am internationalen Filmmarkt, um immer mehr ZuschauerInnen anzulocken. So kam es 1956 im Bereich der Technik zu einer Modernisierungswelle, in dem die Cinemascope-Technik, das Breitwandverfahren und der Stereoton eingeführt wurden. Die „Viennale“, damals noch erste Wiener Filmwoche genannt, fand auch zum ersten Mal statt. Trotzdem konnte dies nicht verhindern, dass das Fernsehen immer beliebter wurde und die Zahl an KinobesucherInnen ab den 60ern kontinuierlich sank, während die Zahl an Fernsehapparaten in den Haushalten anstieg. Innerhalb von 11 Jahren, zwischen 1958 und 1969 sank die Zahl der KinobesucherInnen in Österreich um ca. 75% auf 39,5 Millionen. Im Jahr 1970 waren es nur mehr 20,8 Millionen, die Zahl der BesucherInnen in Wien machte etwa 1/3 aus.<sup>53</sup> Doch lassen einige ForscherInnen die Erklärung der Zunahme an Fernsehapparaten alleine nicht gelten. War das Kino in den Nachkriegsjahren ein Ort in dem Träume von einem besseren Leben gezeigt wurden, so wurde es dann obsolet, als die Menschen dies durch den Wiederaufbau und das zunehmende Wachstum zum größten Teil erreicht hatten.

Mit einiger Verspätung erreichte der BesucherInnenrückgang die Schließung der Kinos, so mussten 700 Kinos zwischen 1960 und 1977 im Zuge des „Kinosterbens“ ihre Tore schließen. In erster Linie all jene Kinos, die sich die teuren Umbaukosten auf die neuesten Technikstandards nicht leisten konnten. Im Laufe der Jahre von 1964 bis in die 1990er kann man drei „Schließungswellen“ erkennen. Zunächst wurden die Kinos außerhalb der Peripherie geschlossen. Zwischen 1964 und 1976 fielen mehr als 100 Kinos der Schließung zum Opfer, im 22. und 23. Bezirk gab es ab diesem Zeitpunkt kein einziges Kino mehr.<sup>54</sup> Darauf wurden die Kinos an den Rändern der jeweiligen Bezirke geschlossen und in einer dritten Schließungswelle waren dann auch Kinos in den regionalen Zentren betroffen. Damit blieben nur mehr wenige „Alternativ-Kinos“ und solche, die schon in den 50ern von der innerstädtischen Mobilität gelebt hatten, übrig.<sup>55</sup> Die Kinos die als Nahversorger eröffneten wurden im Zuge der Schließungswelle aufgelassen. Der Trend zeigte, dass die Kinos erhalten

---

<sup>53</sup> Walter Fritz, „Im Kino erlebe ich die Welt. 100 Jahre Kino und Film in Österreich“, Verlag Christian Brandstätter. Wien-München. 1. Auflage.1997. S.271

<sup>54</sup> Werner Michael Schwarz, „Kino und Stadt-Wien 1945-2000“, Erhard Löcker GesmbH, Wien.2003. S. 139

<sup>55</sup> Ebd. S.139

blieben, die von den Jungen besucht wurden, da sie ja den größten Teil des Publikums ausmachten.<sup>56</sup>

So hatte sich die Kiba, die die Kinos der Innenstadt betrieben, in Richtung eines Monopols bewegt. Die Kiba war aber auch deshalb so erfolgreich, weil sie rein ökonomisch handelte, d.h. sie arbeitete mit den großen amerikanischen Verleihfirmen zusammen und konzentrierte sich auf Unterhaltungsfilm. So brachte sie einige Jahre später sogar die Verleihfirma Konstantin ins Wackeln. Die Kiba legte zudem den Grundstein der Modernisierungswelle der Kinos Anfang der 70er. Wurden die Kinos in den 50ern auf der technischen Ebene modernisiert, so setzte die Kiba in den 60ern auf bessere und bequemere Sitzplätze, sowie auf größere Leinwände auf Kosten des Sitzplatzangebotes. Das Apollo, das hierfür umgebaut und 1962 wiedereröffnet wurde, ist ein Vorreiter und gleichzeitig Ausnahme, denn die Kiba war eher dafür bekannt neue Kinos zu eröffnen, anstatt Bestehende umzubauen.<sup>57</sup>

In den 80ern kam es zu neuen Innovationsschüben im Tonbereich bzw. im Sound Design. So wurde 1982 das THX-Programm entwickelt, danach folgte das Dolby Surround System. Dadurch konnten die Kommerz-Kinos wieder mehr Publikum anziehen. Ein Film, der dieser neuen Machart entsprach war „Star Wars“. Wie Michael Horvath im Buch „Stadt und Kino“ treffend sagt, schaffen diese Filme eine neue Wahrnehmung, das „Kino hat in dem Moment Mittel und Wege gefunden, einen illusionistischen Raum zu schaffen, der weit über den traditionellen illusionistischen Raum des Kinos hinaus geht, was die fast physische Inanspruchnahme des Zuschauerkörpers betrifft...“.<sup>58</sup> Von diesem Hype der Filme profitierten zweifelsohne die großen Kinos, Multiplexkino, die mit immer neuerer Technik, z.B. 3D und Imax ein neues Körpergefühl erschufen. Man hat das Gefühl physisch mitgenommen zu werden, man glaubt beispielsweise, tatsächlich im Raumschiff mitzufliegen. Es ist eine Art „Staunen machen“, wie zu Beginn der Filmgeschichte dies die Brüder Lumière schafften.

1984 fand die erste große Kinoaustellung in der Stadthalle in Wien statt zu welcher 126.000 BesucherInnen kamen. Dies war auch die Zeit, in der die Kinos glaubten, ihren Umsatz damit steigern zu können, in dem sie mehrere Säle besaßen, als den ursprünglich einen Großen. Bis dahin dominierten noch die Einsaalkinos. Anfang der 90er betrug ihr Anteil 33,02%, der Anteil an Multiplexkino lag bei 15%. Durch diesen neuen Trend hatte eine Verschiebung des

---

<sup>56</sup> Werner Michael Schwarz, „Kino und Stadt-Wien 1945-2000“, Erhard Löcker GesmbH, Wien.2003. S.139

<sup>57</sup> Ebd. S.153

<sup>58</sup> Ebd. S.172

Verhältnisses Leinwand- Sitzplätze stattgefunden. Wuchs 1993 auf der einen Seite die Zahl der „Leinwände“ bzw. Säle von 388 auf 424 vier Jahre später, so schrumpfte gleichzeitig die Zahl der Sitzplätze von knapp 77.000 auf 75.324.<sup>59</sup> Daher wurden ab dem Zeitpunkt die Kinos nach Anzahl ihrer Säle und nicht wie früher üblich nach Anzahl ihrer Sitzplätze erfasst. So gab es beispielsweise 1983 in Wien in den 69 bestehenden Kinos 96 Säle, drei Jahre später nur noch 58 Kinos, die Zahl der Säle blieb bei 96.

Anfang der 90er gab es dann nur noch 51 Kinos und rund 100 Säle mit 17.996 Sitzplätzen und 4,05 Millionen BesucherInnen.<sup>60</sup> Im Zuge dieses Trends wurde das berühmte Apollo Kino in ein Mehrsaalkino mit 7 Sälen 1993 umgebaut und in weiterer Folge, als der Trend der Multiplexe Österreich erreichte, auf 12 Säle weiter ausgebaut, um sich ebenfalls als Multiplexkino bezeichnen zu können. Es gab Mitte der 90er in vielen Bezirken außerhalb des Gürtels keine Kinos mehr, so im 11., 12., 13., 17., 19. und 23. Bezirk. 1999 gab es nur noch 36 Kinos mit 88 Sälen in Wien.

2002 kam es zur Schließung des „Kolosseum“ und des „Flotten Kinos“. Das „Metro Kino“ wurde durch das „Filmarchiv Austria“ übernommen.

Die Situation heute zeigt deutlich, dass Wien Zentrum des Kinogeschehens ist. So hat Wien von den 144 bestehenden Kinos mit 32 Lichtspieltheatern die meisten und mit 149 auch mehr als ¼ der Gesamtanzahl an Sälen. Von 1975 bis 2012 hat sich die Zahl der Kinosäle in Wien fast verdoppelt, wohingegen sie in den andern Bundesländern in etwa gleich blieb. Diese 32 Kinos bieten insgesamt Platz für 26.910 BesucherInnen.<sup>61</sup> Von den 149 Sälen in Wien sind 90,0% bereits digitalisiert und 56,8% können auch 3D bespielt werden.<sup>62</sup> Die hohe Anzahl an Sälen in Wien liegt sicherlich an der Anzahl der Multiplexkinos die es hier gibt. Während alle anderen Bundesländer jeweils ca. zwei Multiplexkinos besitzen, verfügt Wien über neun solcher Bauten.<sup>63</sup> Dafür sind die Sitzplätze deutlich weniger geworden, in ganz Österreich hat sich die Zahl fast halbiert, von 179.725 Sitzplätzen im Jahr 1975 auf 99.979 im Jahr 2012. In Wien ist die Zahl nicht so drastisch gesunken, lediglich um ca. 300.000 Sitzplätze.<sup>64</sup>

Österreich ist laut F. Lampesberger, dem Obmann der Kinos, Spitzenreiter auf dem Sektor der Digitalisierung im europäischen Vergleich, was nicht zuletzt an der finanziellen Hilfe der

---

<sup>59</sup> [http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/bildung\\_und\\_kultur/kultur/kinos\\_und\\_filme/](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bildung_und_kultur/kultur/kinos_und_filme/)

<sup>60</sup> Walter Fritz, „Im Kino erlebe ich die Welt. 100 Jahre Kino und Film in Österreich“, Verlag Christian Brandstätter. Wien-München. 1. Auflage.1997. S.280

<sup>61</sup> [www.wko.at](http://www.wko.at) Kinostatistik 2013

<sup>62</sup> Ebd.

<sup>63</sup> Ebd.

<sup>64</sup> [http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/bildung\\_und\\_kultur/kultur/kinos\\_und\\_filme/](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bildung_und_kultur/kultur/kinos_und_filme/)

VerleiherInnen für die BetreiberInnen liegt. So sind von den 548 Kinosälen österreichweit 529 digitalisiert.

Der erste Bezirk hat allein mehr Kinos, als die anderen Bezirke zusammen haben, nämlich neun zu sieben, wenn man die Sexkinos nicht dazu zählt. Fasst man alle inneren Bezirke zusammen haben sie etwa doppelt so viele Kinos wie die äußeren Bezirke.

Trotz Vormachtstellung der Multiplexkinos dominieren in Wien nach wie vor die Einsaalkinos. Von den 35 Kinos in Wien gibt es 17 Kinos die nur einen Saal haben und nur 9 Multiplexkinos. Von den 28.640 Sitzplätzen entfallen allerdings 21.527 auf die Multiplexkinos, was wiederum deutlich macht, warum sie den meisten Umsatz auf dem Kinomarkt machen.

### **2.2.2. Programm kino vs. Multiplex kino**

Wohnzimmer-Atmosphäre vs. Anonymität in der Masse, kleine Produktionen vs. Blockbuster, Nostalgie vs. Technik! Kann man es wirklich so vereinfacht postulieren?! Trennen genau diese Parameter diese beiden Institutionen voneinander?! Wie schaut es mit der Programmauswahl im Konkreten aus? Was sind die jeweiligen Zielgruppen, die angesprochen werden sollen?! Wie entwickelten sich diese beiden Kinoarten überhaupt, wann entstanden sie?

Diese Fragen sollen in den folgenden Kapiteln näher beleuchtet werden, in dem die Geschichte und der Aufbau der Programmkinos und der Multiplexkinos beschrieben werden.

Denn bis in die 80er gab es eine klare Trennlinie zwischen Programmkinos bzw. Alternativkinos und den Kommerzkinos. Ab Mitte der 80er allerdings, als der BesucherInnenrückgang nach zehn Jahren der Stabilität wieder einsetzte, versuchten Kommerzkinos das Publikum der Alternativkinos abzuwerben und sich um künstlerisch wertvolle und intellektuelle Filme zu bemühen. Im Gegenzug näherten sich die Programmkinos dem Mainstream an, bauten auch Mehrsaalkinos, kauften Popcornmaschinen für das Foyer und fingen an populäre Filme zu zeigen.<sup>65</sup>

Anhand des Gartenbaukinos, einer der wohl beliebtesten Programmkinos in Wien, soll diese Betrachtung durch ein konkretes Beispiel noch verdeutlicht werden.

---

<sup>65</sup> Werner Michael Schwarz, „Kino und Stadt-Wien 1945-2000“, Erhard Löcker GesmbH, Wien.2003. S.177

### 2.2.3 Entwicklung der Programmkinos

Bereits in den 50ern kam der Ruf auf, Programmkinos zu betreiben. Die Forderung der FilmkritikerInnen lautete sich an das Repertoiretheater anzulehnen. Das „Kosmos Kino“ war das erste, das solch einen Versuch startete. Es tat dies, da die BesucherInnenzahlen sowieso rückgängig waren und der Betreiber hoffte, eine Marktlücke entdeckt zu haben. So begann er, das Kinoprogramm wie das eines Theaters zu gestalten. Es wurden täglich andere Filme gezeigt, die im Abstand von Wochen bzw. Monaten wieder auf dem Spielplan auftauchten. Das Konzept sah vor, nur wertvolle Filme zu zeigen, was sich jedoch als schwierig erwies, waren doch insgesamt zu wenig Filme vorhanden um einen täglich wechselnden Spielbetrieb rentabel zu gestalten. Die Begeisterung der BesucherInnen ließ auch zunehmend nach und deshalb musste es ein Jahr später wieder in ein kommerzielles Kino umgestaltet werden.<sup>66</sup>

Parallel dazu hat wesentlich dazu beigetragen, dass sich eine alternative Kinobewegung entwickelt hat, sicherlich die Aktion „Der gute Film“ 1956, die von Gewerkschaften, Unterrichtsministerium und Landesjugendreferate ins Leben gerufen wurde. Diese Aktion hatte zunächst pädagogische Absichten und schaffte es, Filme in Österreich zu zeigen, die nicht in die gängigen Kinos gekommen wären. In den 70ern versorgten sie dann diverse alternative Kino-Initiativen. Sigmund Kennedy war Initiator und rief auch die „Viennale“, damals noch unter anderem Namen, ins Leben.<sup>67</sup> Die Gruppe nutzte die Räumlichkeiten anderer KinobetreiberInnen und rief sogenannte Aktionstage in Leben. So wurden neben dem gezeigten Film Diskussionen und Vorträge abgehalten.

Später ersetzten die Filmclubs die Kinobetreiber, zum einen wegen der Schließungswelle der Kinos, zum Anderen ging das Konzept, zwei verschiedene Programmierungen in einem Kino zu haben, nicht auf. Auch hatte die neue Bewegung der 60er und 70er Jahre eine andere Definition von gutem Film. Früher machte man sich darüber weniger Gedanken; als gut galten alle Filme der Stummfilmära, als schlecht galten praktisch alle zeitgenössischen Filme.<sup>68</sup> Nun begann man aber filmästhetische Kriterien hinzuzuziehen. Die neue Bewegung begann sich mit der „Nouvelle Vague“, dem Kino und seinen populärkulturellen Wurzeln zu beschäftigen. So gab die „Nouvelle Vague“ nicht mehr vor, die Wirklichkeit in den Filmen abzubilden, sondern setzte den/die ZuschauerIn in die Position des/der reflektierenden BetrachterIn. Der/die ZuschauerIn sollte sich mit gesellschaftlichen Themen kritisch

---

<sup>66</sup> Peter Payer/Robert Gokl, „Das Kosmos Kino. Lichtspiele zwischen Kunst und Kommerz“, Verlag für Gesellschaftskritik Ges.m.b.H. &Co. KG. Wien. 1995. S.87

<sup>67</sup> Werner Michael Schwarz, „Kino und Stadt-Wien 1945-2000“, Erhard Löcker GesmbH, Wien.2003. S. 85

<sup>68</sup> Ebd. S.86

auseinandersetzen. Das französische Autorenkino, mit Jean-Luc Godard allen voran, schaffte es, dass das Kino als ein „Instrument der Analyse“ darzustellen und so für die Intellektuellen Bewegungen der Zeit interessant zu machen.<sup>69</sup> So formierten sich in Wien die diversen Filmclubs, die sich aus Mitgliedsbeiträgen finanzierten und so konnten sie Filme in privater Gesellschaft zeigen, deren Lizenzen bereits abgelaufen waren.

Diese oben erwähnten Clubs richteten sich vor allem an die Jugendlichen, boten sie doch geschlossene Räume um unter sich bleiben zu können und mit ihren Bars und Fauteuils im Foyer luden sie ein als Aufenthaltsräume, zum „Ausgehen“ und sich zu treffen. Der Z-Club Alternativ war beispielsweise ursprünglich als „Werbe-Club“ der Zentralsparkasse gedacht. Es wurden abwechselnd Musikveranstaltungen, Lesungen, Kabarettvorstellungen und Filmvorführungen dargeboten. Die Räumlichkeiten fand man im Gebäude des Kosmos Kinos, in dem auch die Zentralsparkasse angesiedelt war. Während nach und nach die einzelnen Veranstaltungen in andere Räumlichkeiten ausgelagert wurden, wurden einzig die Filmvorführungen weiterhin in diesem Gebäude forciert. Der Z-Club wuchs zu einem Alternativkino heran. Da es noch keine wirkliche Konkurrenz auf diesem Gebiet gab, waren die BesucherInnenzahlen hoch, so kamen pro Tag rund 250 Menschen. Der Club hielt sich ganze sechs Jahre lang.

Die meisten Clubs aber, z.B. der Club West in der Mariahilferstraße, richteten sich vermehrt an die männlichen Jugendlichen, die auch laut Statistik den Hauptanteil der Kinogehenden zur damaligen Zeit ausmachten. So waren leicht bekleidete Hostessen die Serviererinnen dort und auch die Misswahlen wurden in diesen Räumlichkeiten abgehalten.<sup>70</sup>

Da die „Aktion“ aber noch das „alte“ Konzept verfolgte, bekam sie mehr und mehr Konkurrenz von Programmkinos bzw. wandelten sich die Initiativen in Programmkinos um, so ging z.B. das Action Kino aus der Initiative Action hervor oder das Votivkino aus dem Filmclub Cine Alpha.

1954 eröffnete das erste Art Kino, das „Studio“ im „Flottenkino“ in Mariahilf. Als erstes Programmkino kann man das 1960/61 eröffnete „Kosmos-Kino“ nennen, das Opern- und Literaturverfilmungen als Schwerpunkt hatte. Wobei sich hier die HistorikerInnen uneins sind, denn einige sehen das 1976 eröffnete „Action Kino“ als erstes Programmkino.

---

<sup>69</sup> Werner Michael Schwarz, „Kino und Stadt-Wien 1945-2000“, Erhard Löcker GesmbH, Wien.2003. S.146

<sup>70</sup> Ebd. S.161

Ab diesem Jahr eröffneten nacheinander das „Erika“, das „Admiral“, das „Star“ und das „Movie“. Die Bewegung ging von den jungen Intellektuellen aus, deren Idee es war, einen integrativen, offenen und gemeinschaftsstiftenden Raum zu schaffen. Sie fingen sich an, für Filme zu interessieren, die sonst nicht nach Österreich gekommen wären. Sie waren kritisch und hungrig nach qualitativen Filmen. Bis zu diesem Zeitpunkt gab es nur das „Filmmuseum“ und das „Filmarchiv“, die „andersartige“ Filme zeigten, sie beschränkten sich aber zumeist auf historische Filme.

Die „neuen“, „festen“ Programmkinos fingen an ihr Publikum auch außerhalb der StudentInnenkreise zu suchen. Im Fokus standen keine ökonomischen Fakten, sondern Kriterien betreffend der Filmtheorie und der Gesellschaftspolitik. Anders als die „Intellektuellen Clubs“ wollten die Programmkinos ein Kino für die breite Masse sein, Kino sollte ein offener Raum für alle bleiben. So legte man Wert auf ein gut gestaltetes Foyer, das zum Diskutieren und Verweilen einladen sollte. Anders als die Clubs, die für ihre Filmvorführungen irgendwelche Lokale bespielten und ständig ihren Ort wechselten. Diese Programmkinos, u.a. das „Action Kino“ und das „Starkino“, legten Wert auf gute Technik und Originalfassungen. Die urbanen Wurzeln sollten wieder entdeckt werden und so fanden einige Genres, die zuvor von den Filmclubs verbannt wurden, wieder Einzug ins Kinoprogramm, beispielsweise der Horrorfilm oder auch der Actionfilm.

Die Programmkinobewegung war für eine kritische Begutachtung der Filme, aber nicht für die Kategorisierung Hochkultur sei immer gut und Populärkultur immer schlecht. Wenn sie eine Kategorisierung vornahmen dann eher zwischen „populären“ und „kommerziellen“ Filmen. Sie alle hatten einen Aufklärungs- bzw. Bildungsanspruch, sie alle bemühten sich um ein „fremdes“ Publikum.

Um ihr Vorhaben auf Dauer durchsetzen zu können, organisierten die Programmkinos eigene Verleihfirmen, denn anders wären sie nicht an solche Filme gekommen. So betrieb der Verleih „Film Laden“ das 1981 entstandene kommunale „Stadtkino“, später auch das „Votivkino“. So konnten sie als Abgrenzung zu den damals herrschenden Kommerz-Kinos Independent- und Undergroundfilme zeigen und waren von den großen Verleihfirmen unabhängig. Sie wehrten sich so auch gegen die Versuche der Kinoindustrie, den kleinen Kinos zu schaden, indem sie ihnen das aktuelle Programm vorenthielten oder nur mit extremer Verspätung freigaben.

1989 war die Eröffnung des „Filmcasinos“, hervorgehend aus dem „Filmhaus Stöbergasse“ der 70er Jahre. 1994 kommt es mit dem „Filmhaus“ am Spittelberg zur letzten Neueröffnung eines Programmkinos.

1994 kam es zur Überlegung die unabhängig programmierten Kinos zusammenzuschließen, um gegen die großen Ketten bestehen zu können. Dies wurde aber verworfen, was zur Folge hatte, dass u.a. das „Starkino“ 1999/2000 schließen musste. Ein Schicksal, das im Laufe der Jahre immer wieder Programmkinos ereilte. So mussten viele Kinos schließen, die sich die Umstellung auf die digitale Technik nicht leisten konnten.

„Gemeinsamer Nenner dieser Kinos ist das Interesse am Film und am Publikum.“<sup>71</sup> Im Gegensatz zu den Multiplexkinos legen die Programmkinos also ihren Fokus auf inhaltliche Schwerpunkte und wahre Cineastinnen und Cineasten als Zielpublikum.

In Deutschland machen die Programmkinos etwa 10% des Gesamtumsatzes des Kinomarktes aus.<sup>72</sup> So entfielen beispielsweise im Jahr 2007 von den 757 Millionen Gesamtumsatz 73 Millionen auf die Programmkinos. In der Schweiz beträgt der Anteil der Programmkinos sogar 30%.

Dass die Programmkinos vor allem wegen ihres Charmes bei den ZuschauerInnen beliebt sind, lässt auch die Bemerkung des Filmvorführers des De France Kinos, Andre Breinbauer, durchklingen: „Es gibt aber auch zum Beispiel Kunden, die gar nicht in das Kino kommen um Filme zu sehen, sondern um bei uns etwas zu trinken oder Popcorn zu essen.“<sup>73</sup>

So haben die Programmkinos die überleben, einen besonderen Charme und sich mit einem speziellen Angebot einen Wiedererkennungswert angeeignet, um zu existieren. Oder sie haben ihren eigenen Filmverleih gegründet oder beides. So lockt das Gartenbaukino mit der „Viennale“, das Votivkino mit einer Weinverkostung oder einem Frühstück zu den Filmen oder das Filmmuseum mit ihren Retrospektiven. Doch muss auch gesagt werden, dass ohne die Förderungen und Subventionen, die 1999 eingeführt wurden, diese Kinos trotz Festivals und anderen Programmpunkten nicht überleben könnten. Es gibt auch Prämien für bestimmte gezeigte Filme, so z.B. für österreichische Filme oder Filme die mit dem Prädikat besonders wertvoll kategorisiert werden.

---

<sup>71</sup> Juliane Batthyány, „Kinos in Wien. Vom Alltag und Überleben der kleineren Filmtheater“, Sutton Verlag GmbH. Erfurt. 2010. S. 10

<sup>72</sup> Patrick Glogner-Pilz/Patrick S. Föhl (Hrsg.), „Das Kulturpublikum. Fragestellungen und Befunde der empirischen Forschung“, VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2. erweiterte Auflage 2011. S.252

<sup>73</sup> Juliane Batthyány, „Kinos in Wien. Vom Alltag und Überleben der kleineren Filmtheater“, Sutton Verlag GmbH. Erfurt. 2010. S.110

#### **2.2.4. Das Gartenbaukino: Geschichte, Image**

Das Gartenbaukino wurde als klassisches Premierenkino 1960 am Parkring erstmals errichtet und galt als das „Flaggschiff“ der Kiba Kinos. Es ist heutzutage das größte Einsaalkino Österreichs mit 736 Sitzplätzen und zählt zu den wenigen Programmkinos. Anfänglich hatte es 900 Sitzplätze, heute hat es mit mehr als 736 Sitzplätzen den größten Kinosaal Wiens.

Das Gartenbaukino wurde 1919 in den ehemaligen Blumensälen des Palastes der „k.u.k. Gartenbaugesellschaft“, denen es seinen Namen verdankt, mit dem Film „Kolumbus entdeckt Amerika“, eröffnet. Betreiber war der Verein „Gesellschaft vom Silbernen Kreuz“, ehe Marianne Domansky neue Betreiberin des Kinos wurde. Es war bereits zu diesem Zeitpunkt mit 639 Sitzplätzen eines der größten Kinos Wiens. Durch die Entwicklung des Tonfilmes kam es 1930 zum Einbau der Tonanlage.

Wie bei vielen anderen Kinos ging auch die Kinokonzession des Gartenbaukinos nach dem 2. Weltkrieg an die Kiba über. 1954 wurde der Architekt Robert Kotas beauftragt das Gartenbaukino neu zu gestalten, nicht zuletzt weil das Palais der Gartenbaugesellschaft schon baufällig war und der Platz verschönert werden sollte. Sechs Jahre dauerte es bis die Pläne für den Neubau entworfen und realisiert werden konnten. Neu und einmalig für Österreich war die eingebaute 70mm Cinemascope Leinwand und die Anzahl von 900 Sitzplätzen. Seinen großen Stellenwert als Premierenkino erkennt man nicht zuletzt daran, dass bei der Eröffnung am 19.12.1960 die Premiere von Stanley Kubrick's Film „Spartacus“ stattfand und der Hauptdarsteller Kirk Douglas persönlich mit seiner Frau erschien. Bereits ein Jahr später wurde eine neue stark gekrümmte Cinerama Leinwand eingebaut, was auf Kosten der Sitzplätze ging, die auf 840 reduziert wurden. Von Anfang an sollte das Gartenbaukino das modernste Kino Wiens sein. So kam es nicht nur zu glanzvollen Premieren zahlreicher Hollywood-Filme in den 60ern und 70ern, sondern auch die Inszenierungen um die jeweiligen Premieren herum, waren eine Besonderheit. Beispielsweise wurden bei der Premiere zum Grand Prix Rennen, Rennwagen dargeboten oder bei der Premiere von „Cromwell“ eine Guillotine aufgestellt. Auch die Modenschauen, die damals Bestandteil der Kinokultur waren, fanden im Gartenbaukino vor den Vorstellungen statt, sogar bis in die 80er hinein, wenn auch nicht mehr so häufig. Die Wiener Modehäuser präsentierten auf diese Weise ihre aktuellen Kollektionen.

1973 wurde das „Forum Kino“ geschlossen, welches seit Beginn Austragungsort des Festival „Viennale“ war. Erstmals wurde das Gartenbaukino Austragungsort, wenn auch nur sporadisch, erst 1997 wurde das Gartenbaukino fixer Austragungsort der „Viennale“.

Fünf Jahre später, 1978 wurde die erste Dolby Stereo Anlage Österreichs im Kino eingebaut. 1982 wurden die Sitzplätze ausgetauscht und auf 760 reduziert, zehn Jahre später wurden sie weiter auf eine Anzahl von 736 minimiert, welche bis heute bestehen blieb.

Trotz der zahlreichen Galas, Spezialvorstellungen und glanzvollen Namen der Gäste, kam es 1998 dazu, dass das Gartenbaukino vor der Schließung stand. Gründe waren u.a. die Multiplexkinos, die sich angesiedelt hatten und die KinobesucherInnen somit an die Peripherie lockten, aber auch die bevorstehende Auflösung der Kiba. Zur Rettung wurde die Plattform „Rettet das Gartenbaukino“, der zahlreiche heimische KünstlerInnen angehörten, gegründet. Höhepunkt war eine symbolische Besetzung des Gartenbaukinos am Ende der „Viennale“ 1998, im Zuge derer Kundgebungen, Lesungen, Theateraufführungen stattfanden.

So wurde die Schließung abgewendet, die Mietrechte der Kiba Kinos an eine österreichische Investoren-und Betreibergruppe verkauft und die City Cinemas übernahm als Übergangslösung die Leitung des Gartenbaukinos von 1999 bis 2002. Als das Gartenbaukino im Jahr 2002 Konkurs anmelden musste, übernahm die „Viennale“ mit Unterstützung der Stadt Wien das Gartenbaukino. Die eigene Kinobetriebs-gmbH „Enthusiasm“ wurde dafür gegründet, geleitet von Petra Gnesl und Eva Rotter. 2003 folgte Ruth Goubrain, ab 2008 übernahm Norman Shetler die Leitung, die er bis heute inne hat. Um mit den anderen Kinos mithalten zu können, wurden 2011/12 die analogen Projektoren durch digitale ersetzt. Im Zuge dieses Austausches wurde auch eine neue Leinwand (Cinemascope 16,45x7m) errichtet.

Im Laufe der Jahre hat sich das Gartenbaukino wieder zu einem wesentlichen Programm kino in Wien etabliert und ist als „ein fixer Bestandteil der urbanen Kinokultur“<sup>74</sup> nicht mehr wegzudenken. Neben der „Viennale“ bietet es ein an das Arthouse-Kino angelehntes Programm aus Dokumentarfilmen, anspruchsvollem Mainstream und kleinen Entdeckungen, ist aber gleichzeitig auch ein Ort diverser Konzerte, Lesungen und Nachtvorstellungen.

Neben seinem Programm setzt das Gartenbaukino auch auf die intime vertrauliche Atmosphäre und damit auf ein gewisses Stammpublikum, welches zu erhalten gilt. Nach Aussagen der Geschäftsführung schätzen die BesucherInnen genau dieses Flair, welches

---

<sup>74</sup> [www.gartenbaukino.at](http://www.gartenbaukino.at)

schon alleine dadurch seine Wirkung erzielt, in dem das Mobiliar im Foyer und im Saal noch aus dem Jahr seiner Eröffnung 1960 stammt. Außer dem Buffetbereich, der in den 80ern erneuert wurde, wurde also der Originalzustand beibehalten.<sup>75</sup> Den Weg zum Saal säumen Spiegel und Garderoben, welche dieses Ambiente früherer klassischer Filmtheater zusätzlich unterstreichen.

Das Besondere am Gartenbaukino ist abgesehen davon, dass es das größte Einsaalkino Österreichs ist, zweifelsohne die „Viennale“, die jedes Jahr im Oktober stattfindet. So kommt ein gewisser Kulturauftrag hinzu, „der auch darin besteht, interessanteres, vielschichtigeres, minoritäres Kino zu präsentieren“, wie es die Geschäftsführung formuliert.<sup>76</sup> Die Programmauswahl beträgt also nicht nur „gängige“ Filme, sondern auch Filme, die üblicherweise nicht den Weg in die Kinos finden würden. Hier möchte das Kino bewusst neue Impulse setzen.

### **2.2.5. Entwicklung der Multiplexkinos:**

Dass die Idee zum Multiplexkino schon in der Frühgeschichte des Kinos geboren wurde, könnte man eventuell am Beispiel der UFA (= Universum Film AG) sehen, in dem sie nach ihrer Gründung 1917 neben Produktionsfirmen, Ateliers und Kopieranstalten auch die anderen frühen Kinoketten aufkauften.<sup>77</sup>

Der Trend zum Mehrsaalkino entstand aus der Idee mehr Gewinn zu lukrieren und dem BesucherInnenschwund entgegen zu wirken. Die Rechnung, aus einem Saal mehrere zu machen und damit auch automatisch mehr BesucherInnen zu haben, ging natürlich nicht einfach so auf. Viele Kinos begingen den Fehler, aus einem großen Saal viele kleine zu machen, was zur Konsequenz hatte, auch kleinere Leinwände zu haben, was als nicht so attraktiv bei den BesucherInnen angesehen wurde. Zudem waren die Sichtverhältnisse und die Bequemlichkeit durch den geringen Reihenabstand verloren gegangen.

Das erste Kinocenter, das Panoramakino, eröffnete 1962. Das „Kolosseum Kino“ wurde 1979 als Kinocenter umgebaut, „Edison Center“, „Auge Gottes Center“ folgten. Tatsächlich konnten diese Kinos anfangs ihre Umsätze steigern. Auch die Tatsache, dass die Top-Filme

---

<sup>75</sup> Juliane Batthyány, „Kinos in Wien. Vom Alltag und Überleben der kleineren Filmtheater“, Sutton Verlag GmbH. Erfurt. 2010. S. 38

<sup>76</sup> Ebd. S. 35

<sup>77</sup> Walter Fritz, „Im Kino erlebe ich die Welt. 100 Jahre Kino und Film in Österreich“, Verlag Christian Brandstätter. Wien-München. 1. Auflage.1997. S. 70

zuerst an die Mehrsaalkinos gingen, die sogar oft einer Verleihfirma oder der Kiba angehörten, war von Vorteil im Konkurrenzkampf. Waren wie oben erwähnt die Anfangskinos noch mit kleineren Sälen ausgestattet, fingen die Kinos in den 80ern den Trend dahingehend an fortzuführen, indem sie die kinospezifische Atmosphäre laufend verbesserten. Sie perfektionierten nicht nur die Ton- und Projektionstechniken, sondern auch die Säle, mit ihren immer größeren Leinwänden und den bequemeren Sitzen.

Das 1993 neu renovierte „Apollokino“ ist ein sehr gutes Beispiel für den Trend der Zeit. Es wurde von Cineinvest (Zusammenschluss von Kiba und Constantin) betrieben und war nach Vorbild der amerikanischen Kinos ausgestattet. 7 Säle, später 12, mit 2200 Sitzplätzen, digitalisiert und mit dazugehöriger Erlebnisgastronomie.

Der Trend der Multiplexkinos kommt aus den USA, wo bereits 1979 angefangen wurde Multiplexkinis zu eröffnen. Gründer war UEC, das Urban Entertainment Center. Das erste Multiplexkino weltweit wurde 1979 in Toronto eröffnet. In Europa folgte das erste Multiplexkino 1985 in London. Das Größte in Europa ist jedoch das „Kinopolis“ in Brüssel und hat 25 Säle mit 7000 Sitzen. Blickt man nach Österreich ist das 1984 eröffnete UCI in der SCS Vösendorf das erste Multiplexkino in Österreich. United Cinemas International ist die Tochterfirma von MCA, Universal und Paramount Pictures. Nach und nach kamen, v.a. in Wien immer mehr Multiplexkinos hinzu, nämlich genau in jenen Bezirken außerhalb des Gürtels in denen es keine Kinos mehr gab, sprich 11. oder 22. Bezirk zum Beispiel. So eröffneten zwischen 1991 und 2001 10 Multiplexkinos in Wien. Die Zahl der Sitzplätze explodierte auf ca. 37.384<sup>78</sup>

Das größte Multiplexkino Österreichs ist das „UCI Millenium City“ in Wien, es umfasst 21 Säle mit 3524 Sitzplätzen. Alle 21 Säle sind komplett digitalisiert, 11 davon können mit 3D bespielt werden. Täglich stehen 30 Filme auf dem Programm. Die größte Kinokette Österreichs ist jedoch die „Cineplexx-Kette“, im Besitz der Constantin Film Holding.

Ein Multiplexkino muss mindestens acht Säle haben und ist an andere kinofremde Angebote angebunden, meistens Shopping Center. Sie sind eher am Stadtrand angesiedelt und sind Neubauten, was ihnen das Aussehen großer Bürokomplexe verleiht. Jeder Saal hat mehr als 100 Sitzplätze, wobei es auch in den Multiplexkinos größere und kleinere Säle gibt. Hauptaugenmerk liegt auf der Technik und dem Komfort. So sind alle Säle digitalisiert, mit

---

<sup>78</sup> [http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/bildung\\_und\\_kultur/kultur/kinos\\_und\\_filme/](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bildung_und_kultur/kultur/kinos_und_filme/)

THX, SRD, Dolby Surround ausgestattet, gekrümmter riesiger Leinwand und bequemen Polstersitzen.

Ein großer Vorteil der Multiplexkinos ist, dass sie die Möglichkeit haben mit dem sogenannten „Interlock System“ mehrere Säle mit demselben Film zu bespielen, ohne Kopien zu benötigen.<sup>79</sup> So spielen sie viele Kopien weniger Blockbuster gleichzeitig ab, um recht schnell wieder die neu herausgekommenen Blockbuster zeigen zu können.

Außerdem haben sie die Vorrechte bei den großen Verleihfirmen und können dadurch die Filme früher zeigen. Zudem bestimmen die internationalen Verleihfirmen die Filmauswahl, so gibt es eine massive Beschränkung auf Blockbuster. Durch ihre Vorherrschaft am Markt wiederum und ihren Umsatzgewinn haben sie mehr Geld um in die neuste Technik (derzeit u.a. die Digitalisierung) zu investieren.

Doch auch auf Service im Gastronomie- und Freizeitbereich wird äußerster Wert gelegt. Multiplexkinos setzen auf Konsum und Freizeit, BesucherInnen sollen zuerst essen und shoppen und anschließend ins Kino gehen oder umgekehrt. Es geht um Gewinnmaximierung und Erlebnisorientierung, beides beeinflusst einander. Ihre Marktstrategie lautet „Quantität statt Qualität“. So rückt der gezeigte Film in den Hintergrund, das Rundherum entscheidet, das Merchandising, der Verkauf, die Gastronomie.

An den Stadträndern sollten sogenannte „Nebencities“ entstehen, wie Schwarz es in seinem Buch „Kino und Stadt. Wien 1945-2000“ formuliert. Das Kino soll die Verbindung zwischen der Peripherie und dem Zentrum darstellen. Die Kinos wurden zum großen Teil in die „Keller“ der Shopping Center verfrachtet, so wurden auch diese ansonsten unbrauchbaren Räume genutzt, denn Kinos kommen ja schließlich ohne Fenster aus.<sup>80</sup> Ein Umstand, welcher in der Architektur der Kinos mit einbezogen wurde, wie man am Beispiel der Kinos im Gasometer sieht, wo über eine eventuelle universitäre Nachnutzung spekuliert wird, sollte sich das Kino nicht rentieren.

Man kann im Wesentlichen zwei Typen von Multiplexkinos unterscheiden. Der erste Typ ist jener, der weiterhin zentraler, also urbaner gelegen und auch für ein solches Publikum gedacht ist. Quasi eine Erweiterung der Kinocenter aus den 80ern. Das „Apollo“, das ja umgebaut wurde, ist genau so ein Beispiel, wie auch das „Cineplexx Palace“ an der Reichsbrücke. Diese beiden sind in keinem Shopping Center lokalisiert, sie sind gut mit den öffentlichen

---

<sup>79</sup> Bettina Parschalk, Das Multiplex-Kino, eine neue Kinogeneration. (Dipl. Univ. Wien 1996). S. 84

<sup>80</sup> Werner Michael Schwarz, „Kino und Stadt-Wien 1945-2000“, Erhard Löcker GesmbH, Wien.2003. S.187

Verkehrsmitteln oder zu Fuß erreichbar und das Gastronomieangebot hält sich in Grenzen. Auch die Ausstattung ist dem Kino angepasst. So verweisen im Foyer diverse Filmzitate oder ähnliches darauf, dass man in einem Kino ist. Auch wenn es hier auch um Konsum geht, ist doch der Konsum noch dem Kino und dem Medium Film untergeordnet.<sup>81</sup>

Die anderen Multiplexkino-Typen sind wirklich in die Einkaufszentren integriert und ihnen sogar untergeordnet. Hier geht es tatsächlich um die Verbindung zwischen essen, einkaufen und schnell noch einen Abstecher ins Kino machen. Die Attraktivität hängt nur noch von der Attraktivität des Einkaufszentrums ab. Das Kino als eigenständiger Ort existiert nicht mehr.

So stellen die Kinos in den Außenbezirken nicht nur eine Konkurrenz für die Innenstadt-Kinos dar, sondern auch für deren Lokale, denn es kommt zu einer Verlagerung der Fortgeh-Szene. Doch auch Multiplexe sind nicht davor gefeit schließen zu müssen, wie man am Beispiel des „Multiplex Lasallestraße“ erkennen kann. Zu viele Multiplexkinos sind eben auch zu viel, denn man darf nicht vergessen, dass es „nur“ rund sechs Millionen KinobesucherInnen jährlich gibt. So fangen gewisse Multiplexkinos an, sich mit Spezialprogrammen, wie Opernübertragungen oder Filmfrühstück von der Masse der anderen Multiplexkinos abzuheben. „Constantin/Cineplexx“ verfügt sogar über Kinos in denen Programmfilm gezeigt werden, um den Programmkinos den Rang abzulaufen, u.a. das „Urania“ oder das „Actor“.

---

<sup>81</sup> Werner Michael Schwarz, „Kino und Stadt-Wien 1945-2000“, Erhard Löcker GesmbH, Wien.2003. S.190

### **3. Empirischer Teil**

#### **3.1. Fragestellung-Hypothesen**

Aufgrund der ausführlichen Darstellung der drei Studien in den vorherigen Kapiteln, kann man schon gewisse Vermutungen zur Sozialstruktur des Programmkinopublikums aber auch des Multiplexkinopublikums äußern. Auch zum Thema Kinoverhalten kann man schon die eine oder andere Erwartungshaltung formulieren. Wobei der Fokus dieser Diplomarbeit hauptsächlich darin liegt, die einzelnen Gruppen, also ProgrammkinogeherInnen und MultiplexkinogeherInnen zu charakterisieren. Da die drei Studien aus unterschiedlichen Zeiten stammen, kann man auch schon mutmaßen ob und wie sich das Kinoverhalten im Laufe der Jahre gewandelt haben könnte. Dies soll nun im folgenden Kapitel thematisiert werden.

##### **3.1.1. Ausgangsüberlegungen**

Die Programmkinos und die Multiplexkinos haben zwei ganz unterschiedliche Entwicklungen gemacht, wie bereits oben beschrieben und sie könnten unterschiedlicher nicht sein. Schon allein in ihrem Aufbau und ihrem Image. Das Programmkino ist meist ein Einsaalkino, eher klein gehalten und besticht durch seine Wohnzimmer-Atmosphäre. Es besticht mit seinem eigenen Charme, es wirkt intim und man legt noch Wert auf ein familiäres Ambiente. Die Multiplexkinos dagegen sind groß, haben mindestens acht Säle, bestechen durch ihre Technik, die immer am neuesten Stand sein müssen. Sie sind zumeist in den Shopping Center eingebettet, so dass sie eine anonyme und hektische Atmosphäre verströmen. Vom gezeigten Programm unterscheiden sie sich gewaltig. Wie oben erwähnt setzen die Programmkinos auf kleine Produktionen, europäische Filme, Independent-Produktionen, Werke von Newcomern, um nur einige zu erwähnen. Die Multiplexkinos dagegen setzen auf Blockbuster, kurzum auf profitorientierte Filme. Zwangsläufig müssen sich die BesucherInnen beider „Kinoarten“ unterscheiden. Nimmt man die Studie von Stefanie Henseler von 1983 und die Studie von „Zukunft.Film“ von 2000 zur Hand, erkennt man schon bei der Sozialstruktur der beiden Besuchergruppen Unterschiede. So kommen beide Studien zu dem Ergebnis, dass die ProgrammkinogeherInnen zum größten Teil zwischen 30 und 40 alt sind, die Multiplexkinos dagegen überwiegend von unter 30-Jährigen besucht werden. Auch auf dem Bildungsniveau unterscheiden sich die Gruppen voneinander. In beiden Studien ist der Anteil an AkademikerInnen und StudentInnen in den Programmkinos besonders hoch. Ob dies in dieser

Studie auch der Fall ist und in wie weit sich die beiden Besuchergruppen noch unterscheiden wird im Anschluss textlich und graphisch ausführlich dargestellt.

Das Gartenbaukino ist neben dem Votivkino, das wohl bekannteste und beliebteste Programm kino Wiens. Wie im Kapitel 2.2.4. schon ausführlich beschrieben, hat das Gartenbaukino ein, für ein Programm kino, typisches Filmrepertoire, es reicht von Independent-Produktionen, über Oscarprämierte Filme, von Entdeckungen auf Festivals wie Cannes, über österreichische Erstlingswerke, die Palette ist immens. So finden auch sehr viele Produktionen, fernab von großen Hollywood-Blockbustern, auf dem Spielplan Platz. Neben diesem Repertoire, ist das Gartenbaukino die Top-Adresse für Festivals, beherbergt sie doch seit Jahren die „Viennale“, das bekannteste Filmfestival Österreichs und Aushängeschild des „Gartenbaukinos“.

Dies führt zur ersten Hypothese: Von allen befragten BesucherInnen des Gartenbaukinos, die das Gartenbaukino als bevorzugtes Kino angaben, bezeichnen sich mehr als 75% als ProgrammkinogehrerInnen und besuchen Filmfestivals in Österreich.

Die Frage nach den Fremdsprachen erschien als wichtig, da Programmkinos dafür bekannt sind, ihre Filme in Originalsprache zu zeigen. Menschen mit mehr bzw. besseren Fremdsprachenkenntnissen werden daher auch wahrscheinlich Programmkinos bevorzugen, da diese ihre Filme in der Originalfassung zeigen. Die Wahrscheinlichkeit, dass man die Sprache des gezeigten Filmes spricht ist deutlich höher, zum Anderen ist man generell offener gegenüber Fremdsprachen, d.h. je mehr Sprachen man spricht, desto sprachenaffiner ist man. Fremdsprachenkenntnisse sind wiederum meist ein Zeichen für Menschen mit einer besseren Ausbildung bzw. einem höheren Bildungsniveau. Der Geschäftsführer des Volkkinos, Andreas Kous, erläuterte so auch in der Sendung W24-Spezial vom 1.5.2013 „Wiener Kinoszene“, dass in den inneren Bezirken die Ausstrahlung der Filme im Originalton sehr gut angenommen wird. In den Randbezirken wird aber eher darauf zurückgegriffen die Filme in deutscher Synchronfassung zu zeigen. In den inneren Bezirken wohnen bekanntlich mehr StudentInnen und AkademikerInnen. Deshalb lautet die zweite Hypothese: Von allen befragten BesucherInnen des Gartenbaukinos, die das Gartenbaukino als bevorzugtes Kino angaben, bevorzugen mehr als 75% die Filme in der Originalfassung mit Untertitel und sprechen zwei oder mehr Fremdsprachen.

Die Frage nach den Filmvorlieben war eine Herausforderung. Zunächst war die Überlegung das bevorzugte Genre abzufragen. Dies hätte allerdings wenig Sinn ergeben, da in diversen

Studien die Komödie als Lieblingsgenre sowohl der ProgrammkinogehrerInnen als auch der MultiplexkinogehrerInnen ist.<sup>82</sup> Daher wurde eine Befragung zur bevorzugten „Art“ des Filmes vorgenommen, da sich Multiplexkinos und Programmkinos v.a. in ihren gezeigten Filmen bzw. ihrem Programm unterscheiden. So zeigen Programmkinos viele europäische Filme, Dokumentationen und Kurzfilme, die Multiplexkinos vorwiegend Hollywood-Blockbuster. Doch auch hier ist die genaue Einteilung schwierig, da es natürlich auch amerikanische Independent-Filme und europäische Blockbuster gibt. Doch soll die Unterteilung nur eine grobe Unterscheidung bieten und bezieht sich vor allem auf jene Aussagen und Vorstellungen der Menschen, wenn sie die Begriffe Programmkinos und Multiplexkinos hören. Multiplexkinos sind eben genau auf diese Blockbuster programmiert. Es geht darum, möglichst viele Blockbuster gleichzeitig zu zeigen und sobald wieder neue auf dem Filmmarkt erscheinen, sich die Rechte für diese zu sichern und wieder zu promoten. Die Multiplexkinos rüsten für diese Filme ihre Technik ständig auf, bringen sie auf den neuesten Stand, um die Menschen mit der besonderen Klangqualität und der immer besseren Bildschärfe ins Kino zu locken. Die Filmemacher wiederum lassen sich für ihre Blockbuster immer neue Filmtechniken einfallen, von 3D angefangen, um die Filme noch attraktiver für die BesucherInnen zu gestalten. Die Menschen sollen im Kino ein ganz neues Körperbewusstsein erfahren. Man soll das Gefühl haben mitten im Film zu sein. So ist dies ein ständiges Wechselspiel zwischen FilmemacherInnen und Multiplexkinos. Die logische Schlussfolgerung ist daher, dass der/die typische MultiplexkinogehrerIn genau dieses Profil erfüllt. So lautet die dritte und letzte These: Von allen befragten Personen im UCI, die das UCI als bevorzugtes Kino genannt haben, bevorzugen mehr als 75 % Hollywood-Blockbuster und geben als Grund für den Besuch die Technik oder die Ausstattung an.

Vergleicht man das Kinoverhalten im Laufe der Zeit fallen einem sofort Unterschiede in der Häufigkeit des Kinobesuches auf. In der Studie von 1936, wie oben ausführlich beschrieben, kam heraus, dass 2/3 aller Befragten mindestens ein Mal pro Monat ins Kino gingen. Allein 27% aller Befragten besuchten damals sogar mindestens ein Mal pro Woche ein Kino. In dieser Zeit war das Kino noch recht neu, sehr beliebt und der Tonfilm war gerade dabei den Stummfilm abzulösen. Man hatte nicht allzu viele Freizeitmöglichkeiten und das Theater war zu teuer. So war das Kino eine beliebte Alltagsbeschäftigung für die breite Masse.

---

<sup>82</sup> Patrick Glogner-Pilz/Patrick S. Föhl (Hrsg.), „Das Kulturpublikum. Fragestellungen und Befunde der empirischen Forschung“, VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2. Erweiterte Auflage 2011. S.243f.

In der Studie vom Jahr 2000 sind es nur noch 33,4% die mehr als ein Mal pro Monat ins Kino gehen, 29,3% aller Befragten, zumindest ein Mal im Monat. In der heutigen Zeit sind die Menschen fast übersättigt von all den Freizeitmöglichkeiten, die ihnen geboten werden. Hinzu kommt, dass durch das Internet immer mehr Menschen dazu tendieren, sich die neuesten Filme online herunterzuladen. Oft sogar Filme, die noch gar nicht bei uns im Kino angelaufen sind. Außerdem wirbt die Filmindustrie zunehmend mit den verschiedenen Streaming-Plattformen. Das neue Zeitalter des Filmeschauens lautet: Wo man will und wann man will. So wäre es nur nachvollziehbar, wenn dies auch Auswirkungen auf den Kinobesuch hätte und die Häufigkeit der Kinobesuche weiter nachlassen würde.

Apropos Internet. Da in unserem Zeitalter fast alles ausschließlich über das Internet abgewickelt wird, wäre es nur logisch, wenn die meistgenannte Antwort in Bezug auf die Informationsquelle für den Kinobesuch „Internet“ lauten würde. In den 30ern war die Empfehlung ausschlaggebend für einen Kinobesuch. In der Studie aus dem Jahr 2000 ist auch die Empfehlung von FreundInnen und Bekannten auf dem ersten Platz was die Informationsbeschaffung betrifft. Das Internet landete nur auf Platz 4, noch hinter der Zeitung.

Was das Alter der BesucherInnen betrifft, so scheint sich in den knapp 80 Jahren nichts verändert zu haben. In allen drei Studien ist die Gruppe der unter 30-Jährigen die Altersgruppe, die den Hauptanteil der KinogängerInnen ausmacht. Hier könnte nur der Anteil der über 50-Jährigen zu beobachten sein. Diese Generation ist in den letzten Jahren vitaler und mobiler geworden. Sie stehen kurz vor der Pension oder sind in der Pension, haben die Zeit und mittlerweile auch die finanziellen Möglichkeiten für allerlei Hobbys und Freizeitgestaltungen. Sie werden daher von Marketingstrategen als KundInnen der Zukunft prognostiziert, was u.a. auch Kino und Medienangebote betrifft

## **3.2. Methoden**

Im Folgenden wird kurz die Vorgehensweise bei der Durchführung der Feldstudie erläutert, im Anschluss werden die Ergebnisse präsentiert und diskutiert.

### **3.2.1. Untersuchungsobjekte**

BesucherInnen des Gartenbaukinos Wien an verschiedenen Vorstellungstagen und BesucherInnen des UCI Millenium City. Die Befragten wurden zufällig ausgewählt, wobei darauf geachtet wurde, einen repräsentativen Schnitt zu erhalten. Insgesamt wurden 200 gültige BesucherInnenbefragungen des Gartenbaukinos und 101 gültige BesucherInnenbefragungen des UCI Millenium City erhalten. Eine recht kleine Schnittmenge, auf die in der abschließenden Diskussion eingegangen wird.

### **3.2.2. Untersuchungsmaterial**

Ein ausgearbeiteter Fragebogen, bestehend aus 14 Fragen zum Kinoverhalten und fünf Fragen zur Statistik. Anschließende Datenaufbereitung und Datenmodifikation mittels Microsoft Excel.

### **3.2.3. Untersuchungsdurchführung**

Es wurden an verschiedenen Vorstellungsabenden die BesucherInnen ab ca. einer Stunde vor Vorstellungsbeginn mittels Fragebogen befragt. Der Zeitraum der Vorstellungen erstreckte sich im Gartenbaukino über eineinhalb Wochen, beginnend Ende November 2014 wobei unterschiedliche Tage und unterschiedliche Uhrzeiten für die Befragungen gewählt wurden. Die Befragungen im UCI waren nur an drei Tagen im Januar 2015 und zum Teil vor dem Gebäude, da hier keinerlei Antwort auf die Bitte um Erlaubnis für die Befragungen erhalten wurde. Die Vorstellungen bestanden aus zwei Filmen im Gartenbaukino: „Macondo“ und „Fading Gigolo“. Im UCI kann man dies durch die Vielzahl an Filmen im Programm nicht angeben. Die BesucherInnen wurden zufällig ausgewählt. Es wurde dabei an jedem Tag darauf geachtet einen repräsentativen Schnitt der BesucherInnen zu erlangen, d.h. es wurde darauf geachtet, wie sich das Publikum zusammensetzte und davon ausgehend die InterviewpartnerInnen ausgewählt, um Verzerrungen so gut es geht zu vermeiden.

Diese Feldforschung wie sie durchgeführt wurde, genügt zwar nicht den klassischen methodologischen Ansprüchen der empirischen Forschung, da u.a. keine Technik des Samples angewendet wurde. Doch reicht die relativ geringe Stichzahl an Befragten aus, um die Zusammensetzung des Gartenbaukino-Publikums und damit einem Programmkino-Publikum, zu untersuchen und sie mit einem Multiplexkino-Publikum gegenüberzustellen und zu vergleichen. Wie auch die anderen Studien gezeigt haben, braucht man keine hohe Stichzahl um aussagekräftige Unterschiede zu erkennen.

### 3.3. Ergebnisse

Nun werden die einzelnen Ergebnisse textlich und graphisch dargestellt und erläutert. Begonnen wird mit der Zusammensetzung des Programmkinopublikums, ihre Vorlieben und Besonderheiten. Danach werden die MultiplexkinogehrerInnen näher in den Fokus gefasst und schließlich das allgemeine Kinoverhalten der Menschen im Jahr 2014 dargestellt. Gibt es Unterschiede zu den Studien der vergangenen Jahre und wenn ja welche. Im Anschluss an die Aufbereitung der Daten werden die Ergebnisse noch näher diskutiert.

#### 3.3.1. Statistische Ergebnisse - Programmkinogehrer

Beginnend mit der Sozialstruktur des Gartenbaupublikums, kann man sagen, dass von den 200 Befragten im Gartenbaukino, 132 Frauen und 68 Männer waren. Wie in Abbildung 1 erkennbar ist, liegt der Altersdurchschnitt bei den Gartenbaubesuchern um einiges höher, als der Durchschnitt der UCI BesucherInnen. Waren unter den befragten Gartenbaukinobesuchern, mit einer Anzahl von 61 (entspricht 30 %) Personen jene am häufigsten vertreten, die zwischen 30 und 39 Jahre alt waren, so waren im UCI die 20-29-Jährigen diejenigen, die die größte Gruppe stellten. Bei den Altersstufen 40-49, 50-59 und über 60 waren im Zeitraum der Befragungen im Gartenbaukino jeweils etwa gleich viele Personen vertreten, nämlich 30 Personen bei den 40 bis 49-Jährigen (15%), und jeweils 31 (16%) bei den 50-59-Jährigen und den über 60-Jährigen. Deutlich weniger BesucherInnen waren unter 19 Jahre alt, der Anteil liegt hier bei acht Personen und damit bei 4%.

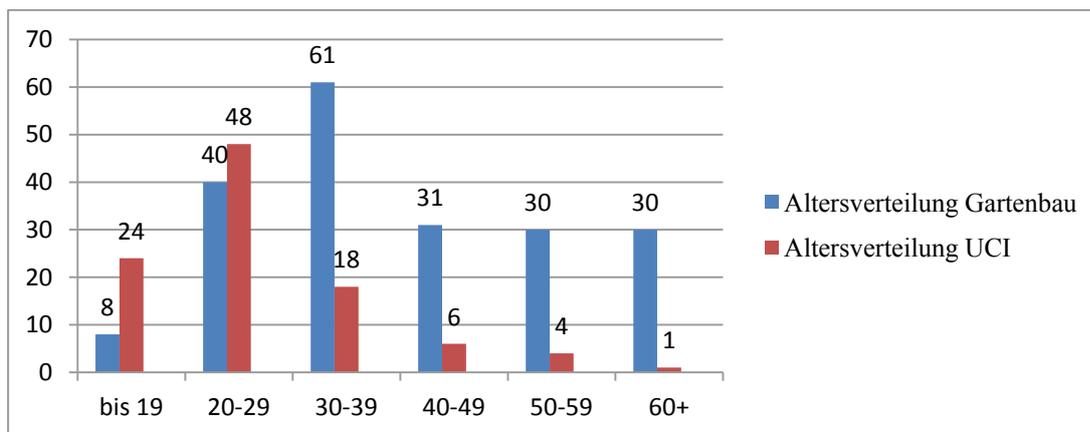
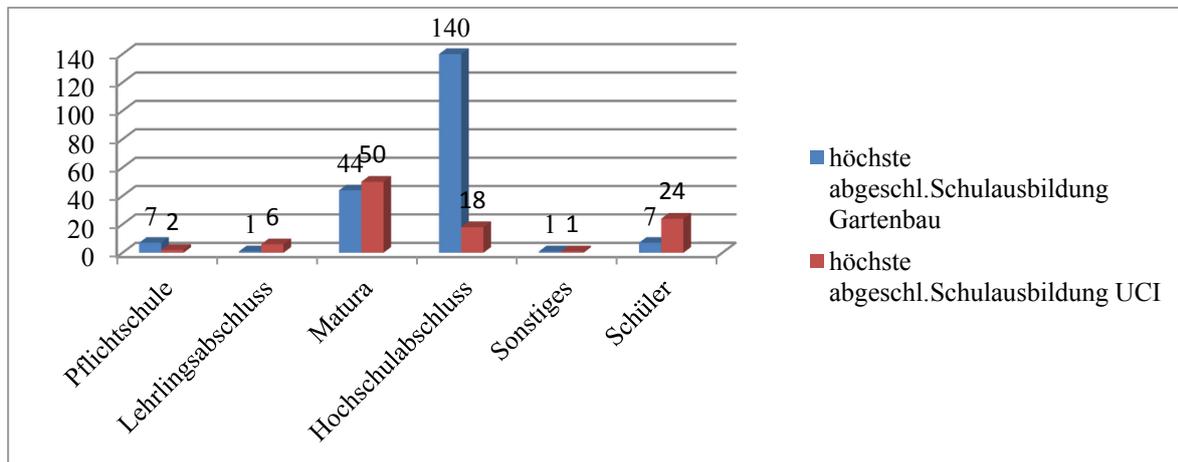


Abbildung1: Altersverteilung zwischen befragten BesucherInnen des Gartenbaukinos und des UCI

Bei der Frage nach der höchsten abgeschlossenen Schulausbildung ergibt sich Folgendes: So sind die AkademikerInnen deutlich am häufigsten vertreten unter den BesucherInnen des

Gartenbaukinos. Allein 140 Personen, dies entspricht 70%, haben einen *Hochschulabschluss*. Immerhin 44 Personen und damit 22% gaben an, dass das *Abitur* ihre höchste abgeschlossene Schulausbildung sei. Die Kategorien *Pflichtschule* und *Lehrlingsabschluss* wurden hingegen kaum genannt und machen nur 3% und 1% aus. Unter den 200 Befragten waren auch sieben *SchülerInnen*, was einen Anteil von 4% ergibt.



**Abbildung2: Vergleich der höchsten abgeschlossenen Schulausbildung zwischen Besuchern des Gartenbaukinos und Besuchern des UCI**

Bei der Frage, ob sich die BesucherInnen des Gartenbaukinos als *ProgrammkinogehrerInnen* oder *MultiplexkinogehrerInnen* sehen, gab es ein eindeutiges Ergebnis. So bezeichnen sich 177 Personen (88%) als *ProgrammkinogehrerInnen*. Lediglich 23 Befragte (12%) sehen sich eher als *MultiplexkinogehrerInnen*. Dies schlägt sich auch in der Frage nieder, welches Kino sie bevorzugt besuchen. Von den 169 Personen, die ein Lieblingskino haben, gaben 62 (31%) an, dass sie das *Gartenbaukino* bevorzugt besuchen. Zählt man alle Personen zusammen, die ein Programmkino als bevorzugtes Kino genannt haben, kommt man sogar auf 134 Angaben, das entspricht 85%. Nur 35 Personen (15%) gaben ein Multiplexkino als ihr Lieblingskino an.

Betrachtet man zunächst die Häufigkeit der Kinobesuche, kann man erkennen, dass die breite Masse, nämlich 136 Personen, d.h. 68%, durchschnittlich *bis zu zwei Mal* pro Monat ins Kino geht (vgl. Abb.3). Nur mehr ein Viertel, also 51 der 200 befragten Personen, gaben an, dass sie *drei bis fünf Mal* pro Monat ins Kino gehen. Diejenigen, die *häufiger als fünf Mal* pro Monat ins Kino gehen, sind nur noch 13 und machen damit 7% aus.

Auffällig ist, dass fast alle Befragten des Gartenbaukinos nie ins UCI Millenium City gehen. So macht der Anteil derer die überhaupt das UCI besuchen gerade einmal 28 Personen von

200 Befragten aus, das sind 14%. Alle Anderen, ganze 172 Personen, d.h. nicht weniger als 86% interessiert das „UCI Kino“ nicht und gehen deshalb dort auch nie hin.

Das Gartenbaukino hingegen besuchen 179 Personen *bis zu zwei Mal* pro Monat im Durchschnitt, was 89% ausmacht. 18 Personen und damit rund neun % der Befragten gehen zumindest *drei bis fünf Mal* pro Monat ins Gartenbaukino. Nur noch 13 Personen und somit lediglich 1%, gaben an, dass sie *häufiger als fünf Mal* pro Monat dorthin gehen.

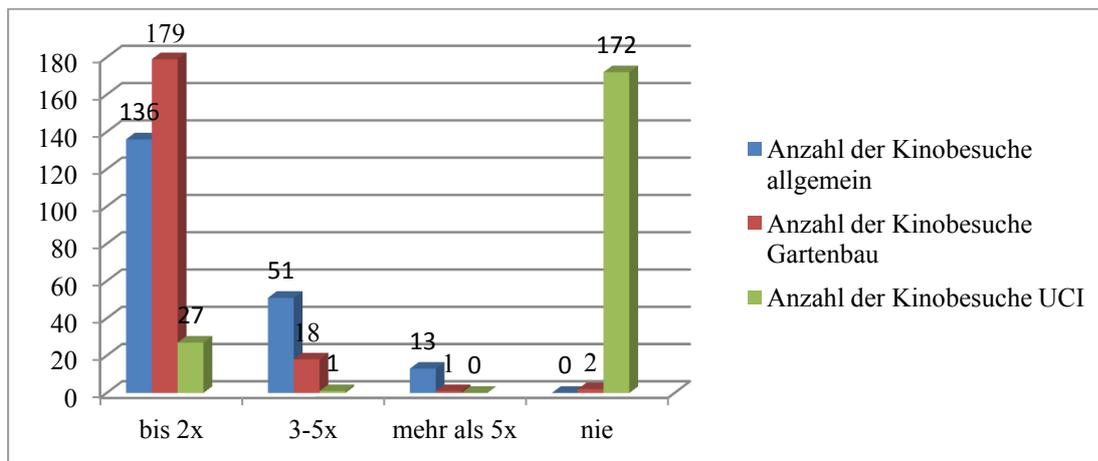


Abbildung 3: Vergleich der Anzahl Kinobesuche pro Monat unter allen 200 Befragten des Gartenbaukinos

Hauptgrund für den Besuch im Gartenbaukino ist das *Filmprogramm*, wurde es doch 170 Mal als Grund angegeben. Doch auch das *Ambiente* scheint die Leute ins Gartenbaukino zu locken, die Häufigkeit der Nennung liegt bei 20 %. Auf die Kategorien *Filme in Original* bzw. *Original mit Untertitel* und *Ausstattung* entfallen immerhin noch 11% und 8%. Die *Spezialprogramme*, die *Technik* und das *Gastronomie-Angebot* hingegen scheinen als Gründe für einen Kinobesuch nicht relevant zu sein (vgl. Abb.4).

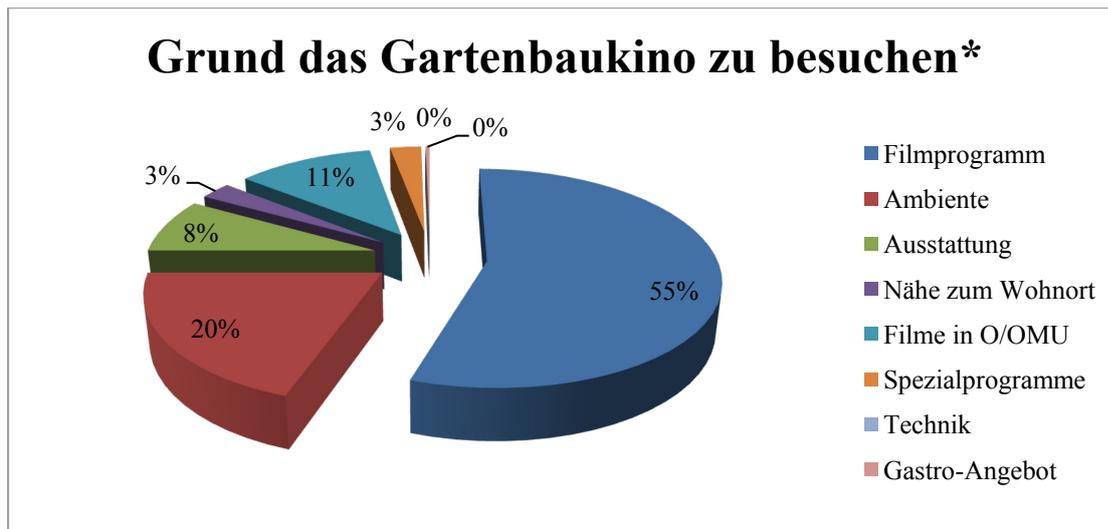


Abbildung 4:\* 308 Angaben von 200 Personen über den Grund, warum sie das Gartenbaukino besuchen

Geht man noch einen Schritt weiter und schaut, ob es einen Unterschied zwischen den Angaben derer gibt, die das Gartenbaukino als bevorzugtes Kino genannt haben und denjenigen, die ein anderes oder gar kein Kino bevorzugt haben, kann man einen Unterschied feststellen. So ist für die Personen, die ein anderes Kino oder gar kein Kino bevorzugen, das *Filmprogramm* mit Abstand der Hauptgrund, um ins Gartenbaukino zu gehen. So wurde das *Filmprogramm* fast doppelt so häufig genannt, als alle anderen Kategorien zusammen (127 Mal von 197 Nennungen). Bei den Personen, die das Gartenbaukino bevorzugen, ist zwar das *Filmprogramm* auch auf Platz eins der Nennungen, aber mit nicht allzu großem Abstand folgt das *Ambiente* als zweithäufigster Grund, um das Gartenbaukino zu besuchen (vgl. Abb.5). Außerdem nannte hier Niemand *Spezialprogramm/Festival* als Grund um ins Gartenbaukino zu gehen, bei den Anderen entfielen immerhin acht Nennungen auf diese Kategorie. Bei den anderen Kategorien gibt es keine gravierenden Unterschiede zwischen beiden BesucherInnengruppen.

Da nur eine geringe Anzahl der befragten Personen, die *Spezialprogramme bzw. Festivals* als Grund genannt hat, ist es nicht verwunderlich, dass bei der Frage nach Besuchen irgendwelcher Filmfestivals, die Mehrheit mit 46% „keine“ angab. Die *Viennale*, das Aushängeschild des Gartenbaukinos, gaben „nur“ 49% der Befragten als Filmfestival an, welches sie besuchen (vgl. Anhang)

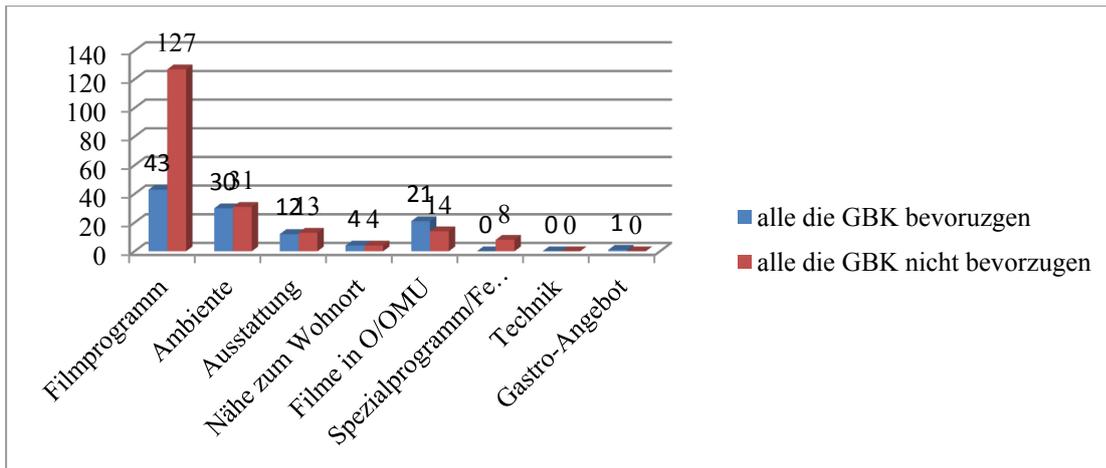


Abbildung 5: Vergleich zwischen Personen, die das Gartenbaukino als bevorzugtes Kino genannt haben und Personen, die keines oder ein anders Kino bevorzugt besuchen, in Bezug für Gründe um das Gartenbaukino zu besuchen. 308 Meinungen

Auch bei den BesucherInnen des Gartenbaukinos ist die *Zeitung* die erste Wahl, wenn es darum geht sich über den Kinobesuch zu informieren. So entfallen auf diese Kategorie 37%, doch liegt das *Internet* mit 30% der Stimmen nur knapp dahinter. Erst mit etwas Abstand folgt die *Empfehlung bzw. Kritik* als Informationsquelle für den Kinobesuch auf Platz drei (10%). Dahinter folgen der *Newsletter* mit 8% und das *Filmplakat* mit 7%. Weniger wichtig um sich über den Kinobesuch zu informieren finden die Gartenbaukino-BesucherInnen, das *Radio bzw. den TV*, den *Trailer* und die *Kinocharts* (vgl. Abb.6).

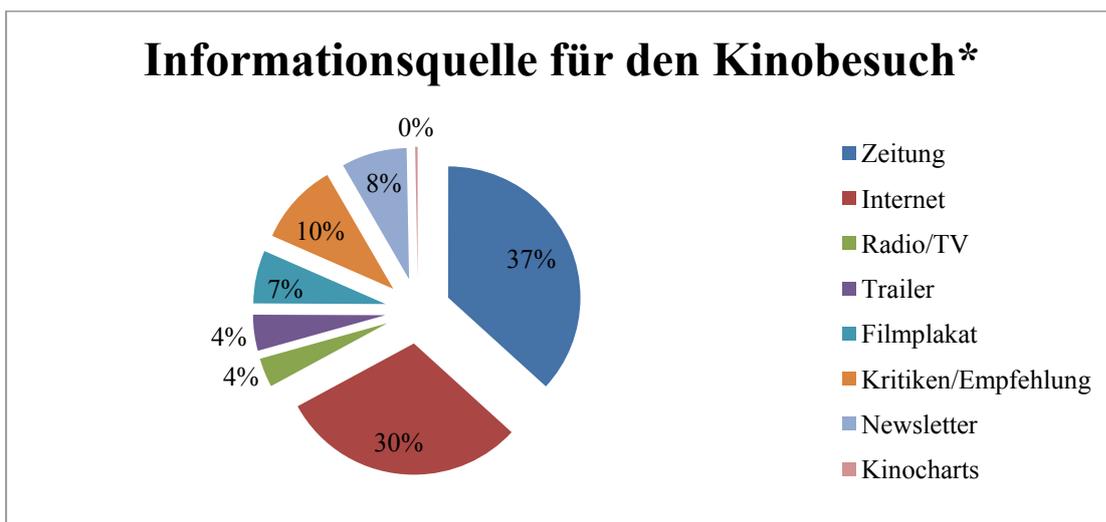


Abbildung 6:\* 337 Meinungen aller 200 befragter Personen des Gartenbaukinos

Die erste Hypothese lautete: Von allen befragten Personen des Gartenbaukinos, welche als bevorzugtes Kino das Gartenbaukino genannt haben, bezeichnen sich mehr als 75% als ProgrammkinogehrerInnen und besuchen österreichische Filmfestivals. Die Anzahl der Personen, die das *Gartenbaukino* favorisieren, ist 69 (von 200 Befragten), wie oben schon angemerkt wurde. Das macht wie man in Abbildung 7 sieht 31%. Das *Votivkino*, das neben dem Gartenbaukino, das wahrscheinlich bekannteste Programmkino Wiens ist, bekommt 17 % der Stimmen. 15% der befragten Personen gaben an, dass sie *kein Kino* bevorzugt besuchen.

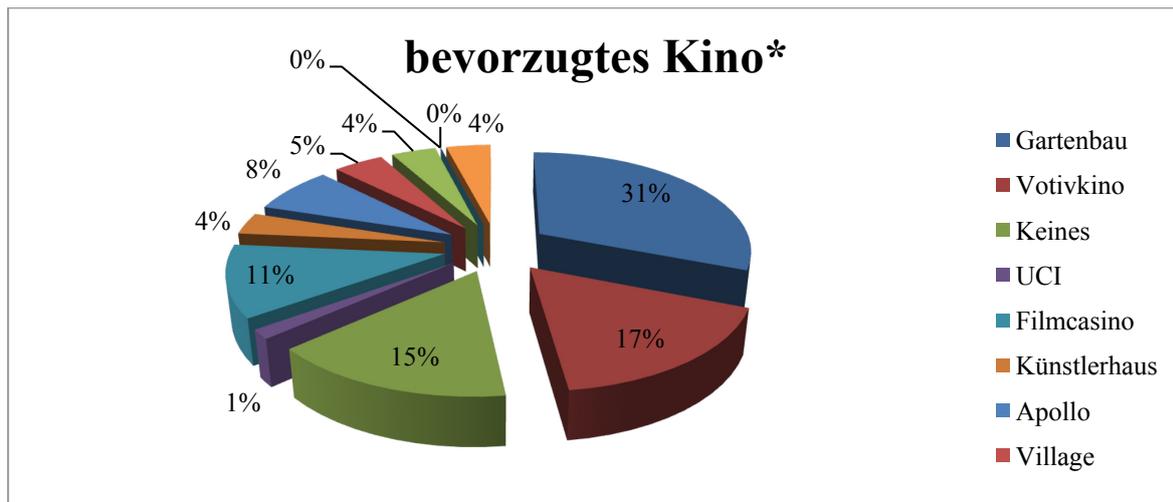


Abbildung 7:\* aller 200 befragter Personen des Gartenbaukinos

Betrachtet man wie viele der 69 Personen sich als *ProgrammkinogehrerInnen* bezeichnen und wie viele sich eher als *MultiplexkinogehrerInnen* sehen, kommt man auf ein wenig überraschendes Ergebnis. So sehen sich 97% aller befragten Personen, welche das Gartenbaukino als bevorzugtes Kino genannt haben als *ProgrammkinogehrerInnen*. Nur 3%, das sind gerade einmal zwei Personen der 62 Personen, sehen sich als *MultiplexkinogehrerInnen* (vgl. Anhang). Bis hierhin erfüllt sich die Hypothese klar, denn es sind mehr als 75% aller befragten Personen, die das Gartenbaukino als bevorzugt genannt haben und sich als *ProgrammkinogehrerInnen* bezeichnen. Schaut man nun, wie viele dieser Personen, die das Gartenbaukino favorisieren und sich als *ProgrammkinogehrerInnen* bezeichnen, auch österreichische Filmfestivals besuchen, liegt kein eindeutiges Ergebnis vor. „Nur“ 58% der Personen gaben an, dass sie auch Filmfestivals besuchen. Dagegen gaben 25 der 60 befragten Personen (42%) an, keine Festivals zu besuchen. So hat sich die Prognose nicht erfüllt, denn es wurde angenommen, dass Dreiviertel aller Personen auch ein Filmfestival besuchen würden. Betrachtet man allerdings, welche Festivals wie oft von den 35

Personen genannt wurden, welche sie besuchen, so nennt jeder der 35 Personen das *Viennale Festival* (vgl. Anhang). Je drei Mal wurden auch das *Short Film Festival* und das *Festival du Film Francophone* angeführt. Sechs Personen gaben auch andere Festivals, wie z.B. das *jüdische Festival* an, welche unter *Sonstiges* auf dem Fragebogen vermerkt wurden. Die zwei Personen, die sich als *MultiplexkinogehrerIn* bezeichnen, gehen beide auf kein Festival. Nimmt man alle Programmkinos zusammen, kommt man auf eine ähnliche Verteilung, hier geben 57% an, ein Festival zu besuchen, 43 besuchen keines. Hierbei ragt das *Votivkino* heraus, denn von allen 34 befragten BesucherInnen, welche das *Votivkino* bevorzugen, sieht sich keine/r als *MultiplexkinogehrerIn* und 27 Personen davon, besuchen ein Filmfestival. Die *Viennale* wurde dabei von 26 Personen genannt. Zählt man hingegen alle Multiplexkinos zusammen, ergibt sich ein klareres Ergebnis. Hier kommen die, die kein Festival besuchen auf 73%, die, die ein Filmfestival besuchen, auf 29%. Im Anschluss wird darüber zu diskutieren sein.



Abbildung 8:\* der befragten Personen des Gartenbaukinos, die das Gartenbaukino als bevorzugtes Kino genannt haben und sich als Programmkinogehrer bezeichnen

Die zweite Hypothese, die in den Ausgangsüberlegungen aufgestellt wurden, besagte, dass diejenigen, welche das Gartenbaukino als bevorzugtes Kino genannt haben, zu mehr als 75% die Filme in der *Originalfassung bzw. in der Originalfassung mit Untertitel* sehen und mindestens zwei Sprachen sprechen. Wie oben bereits erwähnt und in Abbildung 7 erkennbar, ist das Gartenbaukino am häufigsten als bevorzugtes Kino genannt worden, es bekommt 31% der Stimmen, d.h. von den 200 befragten Personen haben 62 Personen das Gartenbaukino als ihr Lieblingskino bezeichnet. Nun ist weiter zu sehen, wie viele Personen von diesen 62 Befragten die *Filme in der Originalfassung bzw. in der Originalfassung mit Untertitel* bevorzugen, im Gegensatz zur deutschen synchronisierten Fassung. Hier bekommt man ein klares Ergebnis: Von den 62 Befragten, die das Gartenbaukino als bevorzugtes Kino genannt

haben, haben 58 Personen die Filme lieber in der *Originalfassung* bzw. in der *Originalfassung mit Untertitel*, das macht 94%. Lediglich vier Personen bevorzugen die Filme *auf Deutsch*. Dies zeigt, dass sich die erste Annahme der zweiten Hypothese bestätigt.

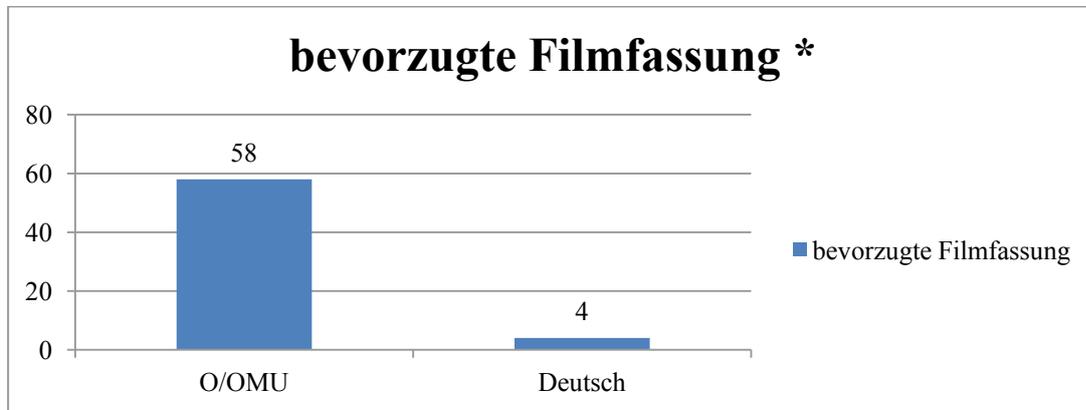


Abbildung 9: \*jener Personen, die das Gartenbaukino als bevorzugtes Kino angaben

Die zweite Annahme der zweiten Hypothese befasst sich mit den Sprachenkenntnissen. Hier sieht man, dass die Hypothese verworfen werden muss. Zwar sprechen 74% derer, die das Gartenbaukino bevorzugen und die Filme in der *Originalfassung/Originalfassung mit Untertitel* lieber haben *mindestens zwei Fremdsprachen*, doch erfüllt es nicht die Dreiviertelmehrheit, welche zuvor angenommen wurde. Vergleicht man aber die Fremdsprachenkenntnisse der vier Personen, die die Filme lieber *auf Deutsch* sehen, so kann man feststellen, dass alle vier nur eine Fremdsprache sprechen. Würde man also betrachten, wie viele von den Personen, die zwei oder mehr Fremdsprachen beherrschen, die Filme in der *Originalfassung/Original mit Untertitel* bevorzugen, so käme man auf 100%.

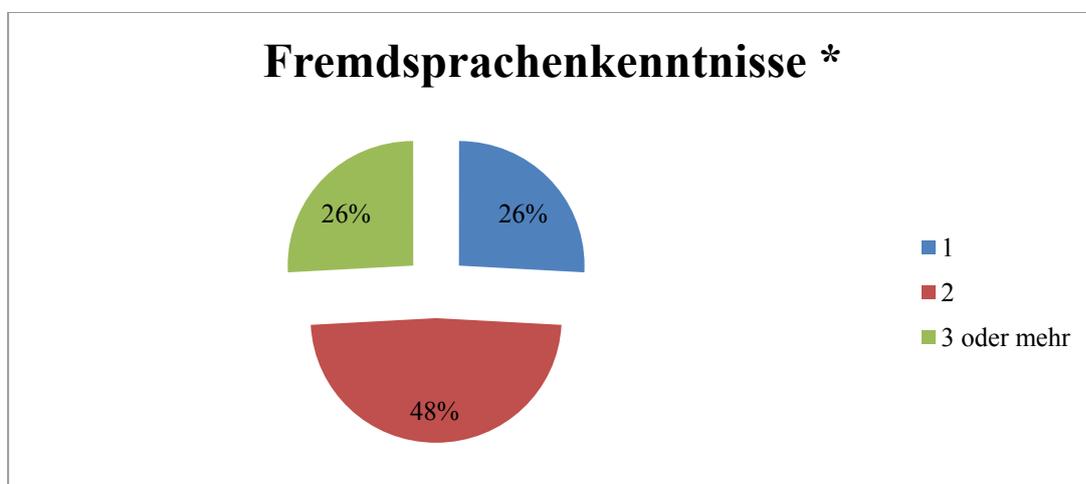


Abbildung 10: \* jener Personen, die das Gartenbaukino als bevorzugtes Kino angegeben haben und die Filme in der Originalfassung bzw. In der Originalfassung mit Untertitel bevorzugen

### 3.3.2. Statistische Ergebnisse- Multiplexkinogeher

Wie in Abbildung 1 (vgl. Seite 41) erkennbar, waren unter den 101 Befragten des UCI der Hauptanteil zwischen 20 und 29 Jahre alt, nämlich 48, das sind mit 47% fast die Hälfte aller Befragten. Der Anteil *Jugendlicher bis 19* ist die zweitgrößte Gruppe mit 24 Personen der 100 Befragten, also 24 %, dicht gefolgt von den *30 bis 39-Jährigen* mit 18 Personen, d.h. 18%. Kaum vertreten waren hingegen Personen über 40. So machen die Personen *zwischen 40 und 49* 6% aus, die *50 bis 59-Jährigen* 4% und die *über 60-Jährigen* mit nur einer Person gar nur 1% aus.

Bei der höchsten abgeschlossenen Schulausbildung unterscheiden sich die BesucherInnen des UCI deutlich von den BesucherInnen des „Gartenbaukinos“, wie in Abbildung 2 (vgl. S.42) zu sehen ist. So hat etwa die Hälfte (50 der 101 Befragten) aller Befragten das *Abitur* als höchste abgeschlossene Schulausbildung angegeben. Die Gruppe der *SchülerInnen* ist mit 24 Personen am zweithäufigsten vertreten und macht 24% aus. Die Zahl der *AkademikerInnen* liegt nur mehr bei 18, was 18% ausmacht.

In der folgenden Abbildung kann man erkennen, dass die Personen, die *eine Fremdsprache*, und die Personen, die *zwei Fremdsprachen* sprechen, den gleichen Anteil ausmachen, nämlich kommen beide Gruppen auf 47%. Diejenigen, die *drei oder mehr Fremdsprachen* beherrschen, machen nur mehr 6% aus.

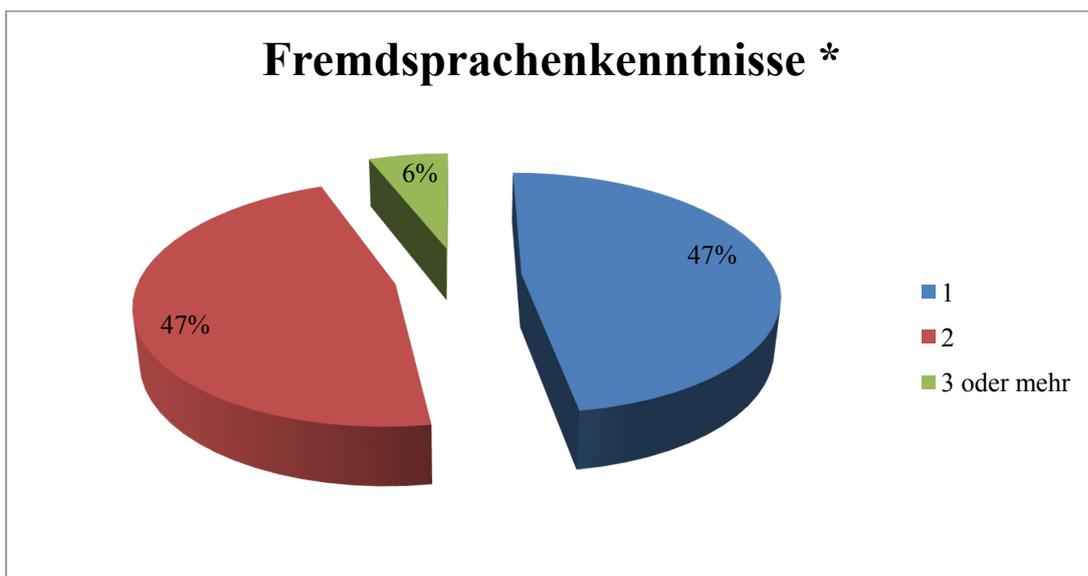


Abbildung 11:\* aller 101 befragter Personen des UCI

Unter den UCI BesucherInnen, sehen sich 90 Personen, also 89% und damit fast alle, als *Multiplexkinogeherin*. Nur 11 Personen, d.h. 11%, würden sich eher als *Programmkinogeherin* bezeichnen.

Ein ähnlich klares Ergebnis gibt es bei der Frage, ob die befragten Personen den Kinofilm lieber auf *Deutsch* synchronisiert sehen oder in der *Originalfassung* bzw. in der *Originalfassung mit Untertitel*. So gaben 79% an, dass sie den Film auf *Deutsch* bevorzugen, 21% sehen den Film lieber in der *Originalfassung* bzw. in der *Originalfassung mit Untertitel*. Das UCI wurde mit knapp der Hälfte der Stimmen, also 49 von 101, am häufigsten als bevorzugtes Kino genannt. 26 Personen gaben an, gar kein Kino zu favorisieren. Die restlichen 26 Stimmen entfallen auf das *Village* und das *Cineplexx* (beide sieben Stimmen), sowie das *Apollo* (sechs Stimmen) und das *Votivkino* (zwei Stimmen). Das *Gartenbaukino* wurde von Niemandem als bevorzugtes Kino genannt (vgl. Anhang).

In den nachfolgenden beiden Abbildungen geht es um die Gründe für einen Besuch im UCI. Dabei kann unter den Befragten unterschieden werden, welche das UCI als bevorzugtes Kino angegeben haben und denjenigen, welche ein anderes oder gar kein Kino als bevorzugtes Kino genannt haben. Betrachtet man zunächst beide Gruppen zusammen, so kommt das *Filmprogramm* als Grund für den Besuch im UCI auf 39% der Stimmen und belegt damit unangefochten den ersten Platz. Dahinter folgen ex aequo mit 17% die Kategorien *Ausstattung* und *Gastronomie-Angebot*. Weitere Gründe ins UCI zu gehen sind mit 15% die *Nähe zum Wohnort* und mit 9% das *Ambiente*. Wie nicht anders zu erwarten bekommen die Sparten *Filme in Originalfassung* bzw. *Originalfassung mit Untertitel* und *Spezialprogramme* keine Stimmen von den befragten BesucherInnen.

Vergleicht man nun die beiden Gruppen miteinander, so fallen einem in zwei Kategorien Unterschiede auf. Diejenigen, die das UCI favorisieren, geben viel häufiger als Grund für ihre Wahl, die *Nähe zum Wohnort* an, als jene, welche das UCI nicht bevorzugt besuchen. So kommt die Kategorie *Nähe zum Wohnort* bei der ersten Gruppe auf rund ein Viertel aller Antworten, bei der zweiten Gruppe nur auf 6%. Dafür geben die Personen, die das UCI nicht als Lieblingskino genannt haben, öfter das *Ambiente* als ausschlaggebenden Grund für einen Besuch im UCI an, als die Personen, die das UCI favorisieren (13% zu 5%). Die restlichen Kategorien wurden alle ungefähr gleich oft bzw. gleich wenig genannt. (vgl. Abb. 9).

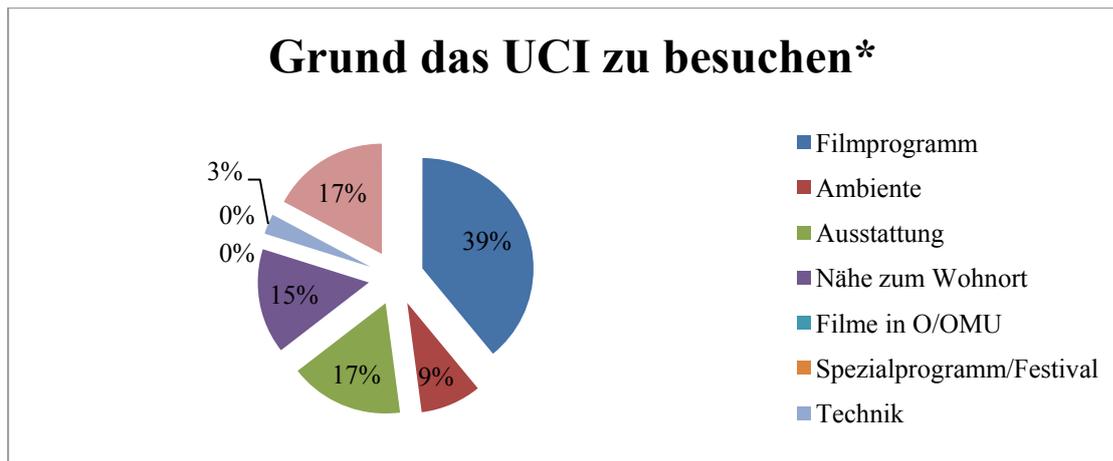


Abbildung 12:\* 171 Meinungen aller 101 befragter Personen des UCI

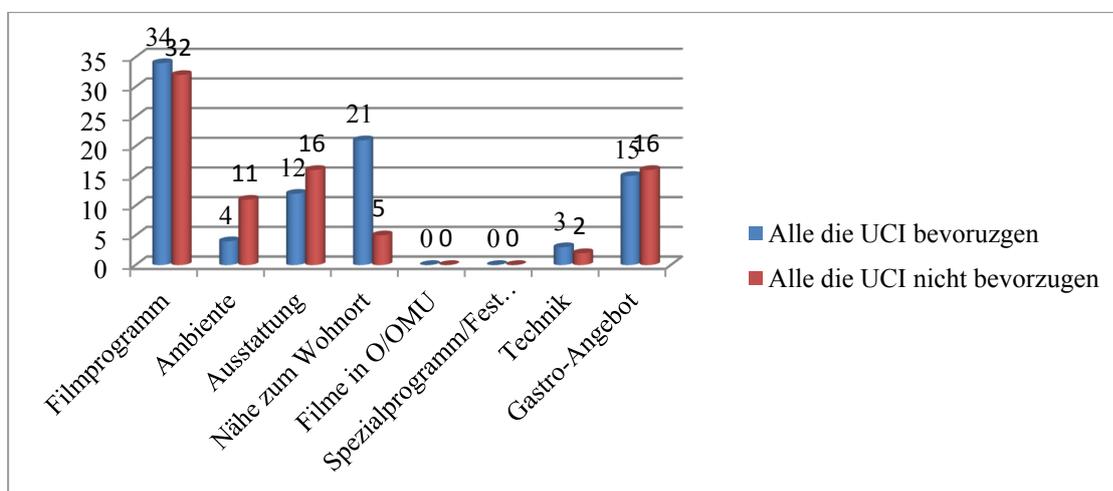


Abbildung 13: 171 Meinungen. Vergleich zwischen denen, die das UCI als bevorzugtes Kino genannt haben, mit denen, die ein anderes oder gar kein Kino bevorzugen, in Bezug auf die Gründe das UCI zu besuchen

Bei der Frage nach der Häufigkeit der Kinobesuche ergibt sich Folgendes: Auch unter den befragten Personen im UCI geht die große Mehrheit, knapp zwei Drittel (74%) aller Befragten, *bis zu zwei Mal* pro Monat ins Kino. Rund ein Viertel besucht hingegen *drei bis fünf Mal* ein Kino. „Wahre“ CineastInnen waren unter den Befragten nicht dabei, so gab keine einzige Person an, *häufiger als fünf Mal* pro Monat ins Kino zu gehen. Bei den Besuchen des UCI verhält es sich daher ähnlich, 81% besuchen das Kino *bis zu zwei Mal* pro Monat, die restlichen 19% gehen *drei bis fünf Mal* ins UCI. Ähnlich wie die meisten GartenbaukinobesucherInnen nicht ins UCI gehen, besuchen die meisten UCI BesucherInnen nicht das Gartenbaukino. So gehen 79 (78 %) der 101 Befragten *nie* ins Gartenbaukino. Die restlichen 22 Personen (22%) gaben an, das Gartenbaukino *bis zu zwei Mal* pro Monat zu besuchen.

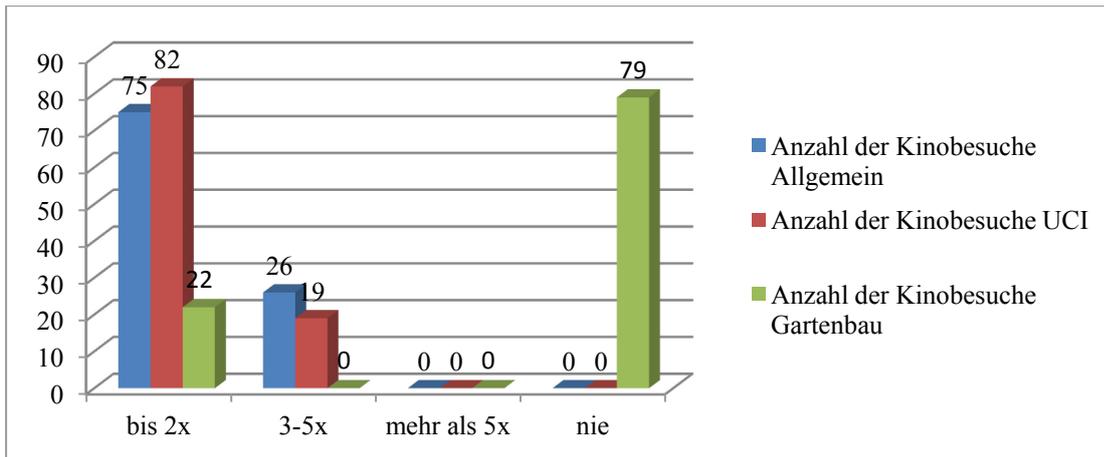


Abbildung 14: Vergleich der Anzahl Kinobesuche pro Monat unter allen 101 befragten Personen des UCI

Zu guter Letzt kann man in der folgenden Abbildung sehen, dass sich bei der Frage nach den Informationsquellen für den Kinobesuch vier Kategorien als beliebtere herauskristallisieren. Klar auf dem ersten Platz mit landet das *Internet* mit 37%, gefolgt von der *Zeitung* mit 19%. Auch der *Trailer* und die *Filmplakate* scheinen eine Rolle bei der Informationsbeschaffung zu spielen, entfallen auf diese beiden Kategorien 16% und 13%. Weit abgeschlagen mit rund 5% landen *Kinocharts*, *Kritiken/Empfehlungen* und *Radio bzw. TV*. Die Nutzung eines *Newsletters* gab überhaupt nur eine Person an.

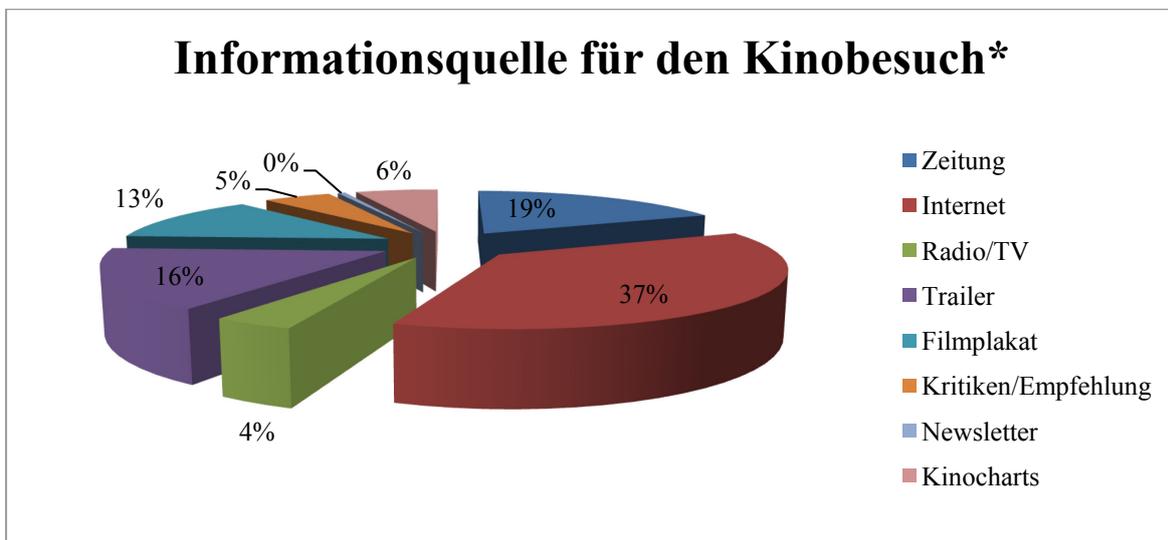


Abbildung 15:\* 182 Meinungen der 101 befragten Personen des UCI

Die Hypothese in Bezug auf die BesucherInnen des UCI lautete: Die befragten Personen des UCI, die das UCI als bevorzugtes Kino genannt haben, bevorzugen mehr als 75% Hollywood-

Blockbuster und geben als Grund für diesen Besuch die Technik oder die Ausstattung an. Wie oben bereits festgestellt, haben 49 der 101 befragten Personen das UCI als bevorzugtes Kino genannt. Wie in Abbildung 15 erkennbar, liegt es damit bei 48% der Stimmen. Ganze 26% der Befragten haben kein bevorzugtes Kino.

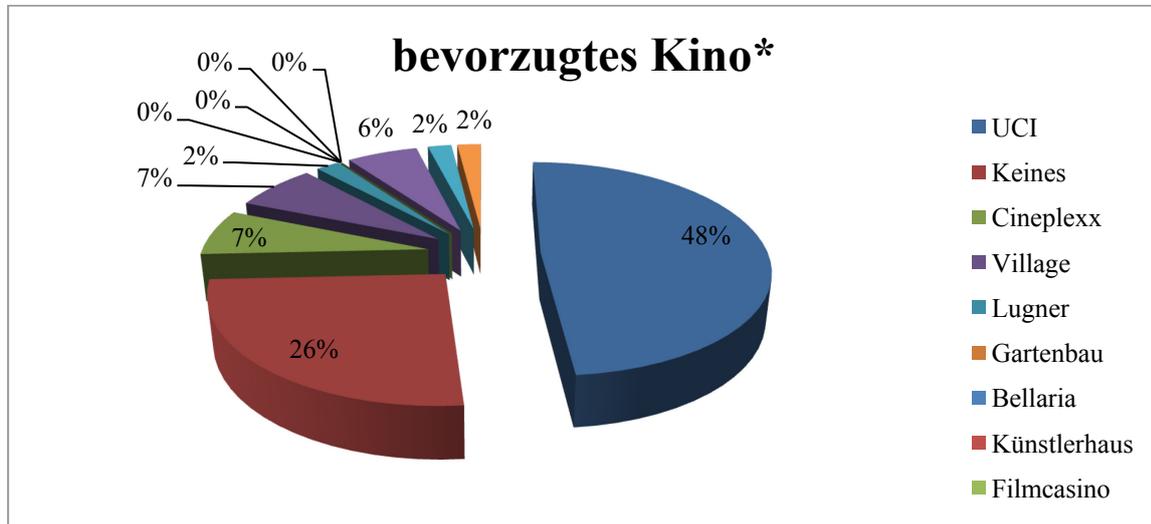


Abbildung 26:\* aller 101 befragter Personen im UCI

Diese 49 Personen, welche das UCI als bevorzugtes Kino genannt haben, machten 76 Angaben zu ihrer präferierten Art eines Filmes. Die Zahl kommt deshalb zustande, weil jede befragte Person bis zu zwei Antworten nennen durfte. Damit kommt der *Hollywood-Blockbuster* auf 65% der Stimmen und landet klar auf dem ersten Platz der bevorzugten Film-Art. Es sieht auf dem ersten Blick so aus, als würde er die Dreiviertelmehrheit der Stimmen nicht erreichen, welche zuvor in der aufgestellten Hypothese vermutet wurden. Dies ist allerdings ein Trugschluss, welcher entsteht wenn nur die gesamten Nennungen gezählt werden. So kommt *der Hollywood-Blockbuster* in Wirklichkeit auf 100% der Stimmen, denn jeder der 49 befragten Personen, die das UCI als bevorzugtes Kino angegeben haben, haben den *Hollywood-Blockbuster* als bevorzugte *Film-Art* genannt.

Geht man nun weiter ins Detail und betrachtet man, welche Gründe für den Kinobesuch die Personen, die das UCI favorisieren und den *Hollywood-Blockbuster* bevorzugen, genannt haben, sieht man, dass das *Filmprogramm* mit 34 der insgesamt 90 Nennungen der Hauptgrund für einen Besuch ist. Die *Technik* und die *Ausstattung* kommen auf gerade einmal 15 Angaben und erreichen nicht annähernd die zuvor angenommenen 75%. Häufig genannt

neben dem *Filmprogramm* wurde auch die *Nähe zum Wohnort* mit 21 Nennungen. Dies wird im nächsten Kapitel zu diskutieren sein.

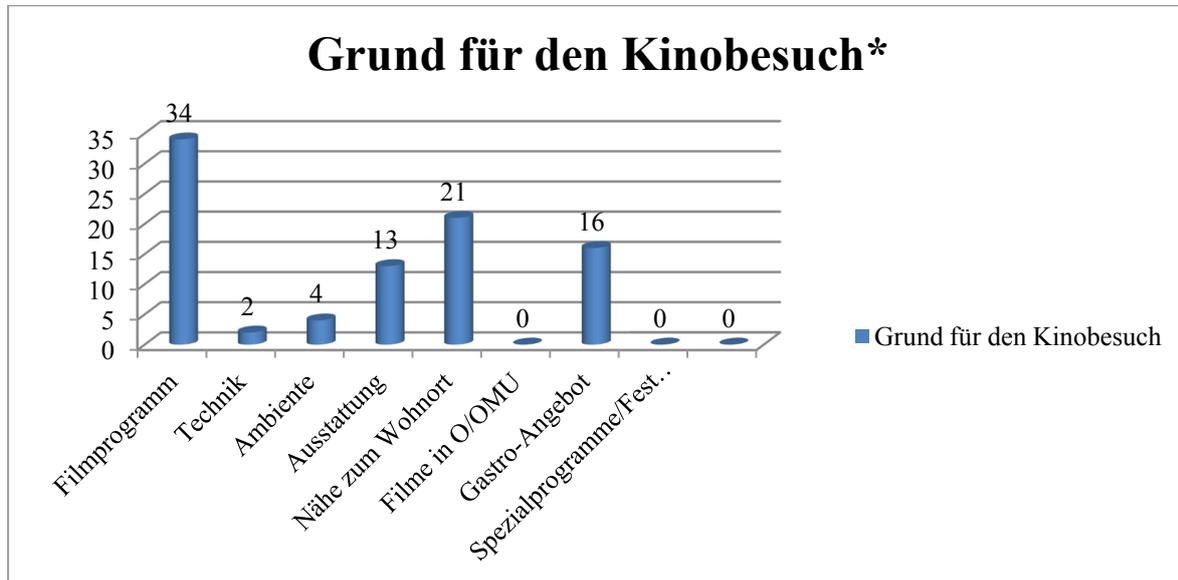


Abbildung 37:\* der Personen, die das UCI als bevorzugtes Kino genannt haben und Hollywood-Blockbuster bevorzugen

### 3.3.3. Statistische Ergebnisse- Kinoverhalten im Wandel der Zeit

Nun geht es darum, die Sozialstruktur und das Verhalten aller BesucherInnen, d.h. sowohl des Gartenbaukinos als auch des UCI zu betrachten. Von den 301 befragten Personen waren 180 Frauen und 121 Männer. Die Gruppe der *Angestellten* ist mit 140 Personen am stärksten vertreten. Zählt man die *SchülerInnen* und *StudentInnen* zusammen, kommen sie auf 75 Personen. Unter all den Befragten waren 31 *PensionistInnen*, 27 *Selbständige* und 20 *Freiberufliche*.

Wie man in Abbildung 17 erkennen kann, macht der Anteil der *unter 30-Jährigen* auch heute noch den größten Anteil aus. So sind 120 der 301 befragten BesucherInnen *unter 30 Jahre* alt. Der Anteil der *30-39-Jährigen* ist dennoch auch sehr hoch, so landen sie mit 79 Personen noch vor den *unter 19-Jährigen* auf Platz zwei. Bei den BesucherInnen über 39 Jahren ist der Anteil in den verbleibenden drei Altersstufen recht ausgewogen. So waren unter den befragten Personen 37 *zwischen 40 und 49*, 34 Personen *zwischen 50 und 59* und 31 Personen *über 60 Jahre* alt.

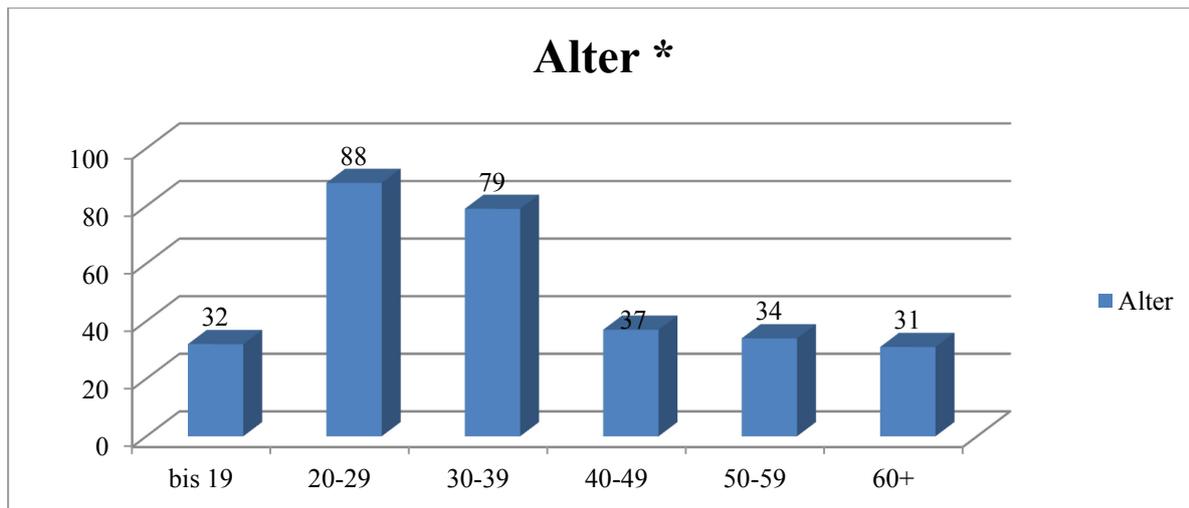


Abbildung 48: \*aller 301 befragter Personen des UCI und des Gartenbaukinos

Bei der Frage nach der Häufigkeit des Kinobesuches ergab sich Folgendes, wie man in Abbildung 18 sehen kann. So gehen 70%, also 211 der 301 Befragten, *bis zu zwei Mal* ins Kino. Immerhin noch 26%, das entspricht 77 Personen, gehen *drei bis fünf Mal* in ein Kino ihrer Wahl. Nur noch 4 % entfallen auf die Personen, die *häufiger als fünf Mal* im Monat einen Kinobesuch tätigen.

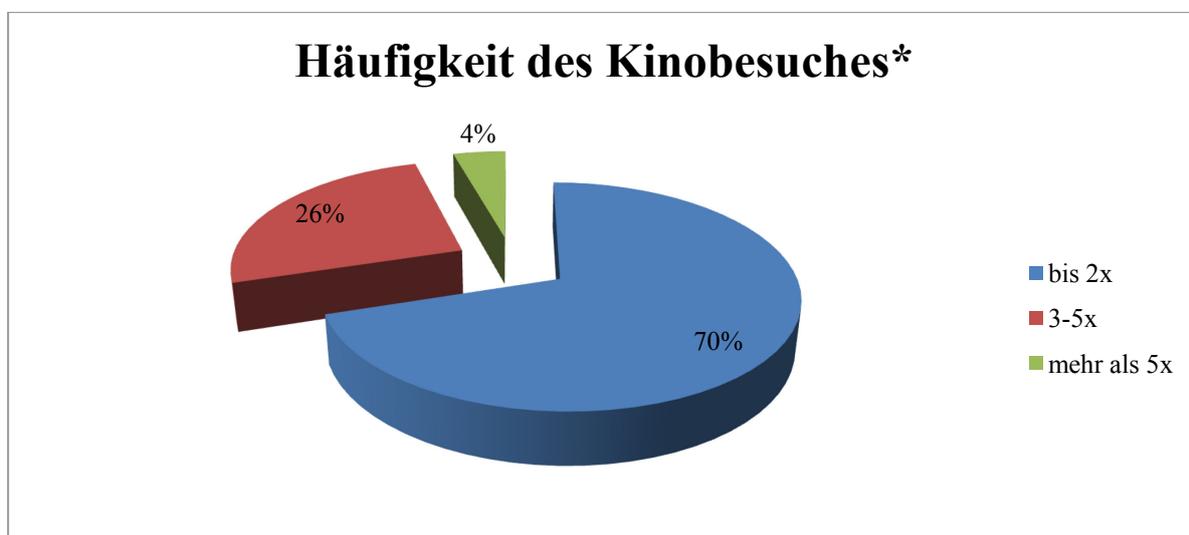


Abbildung 19: \* aller 301 befragter Personen des UCI und des Gartenbaukinos

Wirft man einen Blick auf die Ergebnisse bezüglich der Frage nach der Informationsquelle für den Kinobesuch, so fällt einem sofort auf, dass sowohl die *Zeitung* als auch das *Internet* mit Abstand die meisten BesucherInnen nutzen, um sich für ihren Kinobesuch zu informieren. Das *Internet* konnte mit 33% (169 Angaben) sogar noch vor der *Zeitung*, die auf 30% kommt

(158 Angaben), auf Platz eins landen. Zusammen machen sie mehr als die Hälfte aller Angaben aus. *Trailer* und *Filmplakat* scheinen bei den befragten KinobesucherInnen gleichermaßen beliebt zu sein, erhalten sie doch beide 9% der Stimmen, gefolgt von *Kritik bzw. Empfehlung* mit 8%. Abgeschlagen und somit auf den letzten Plätzen landen *Newsletter*, *Radio bzw. TV* und die *Kinocharts*, mit 5%, 4% und 2%.

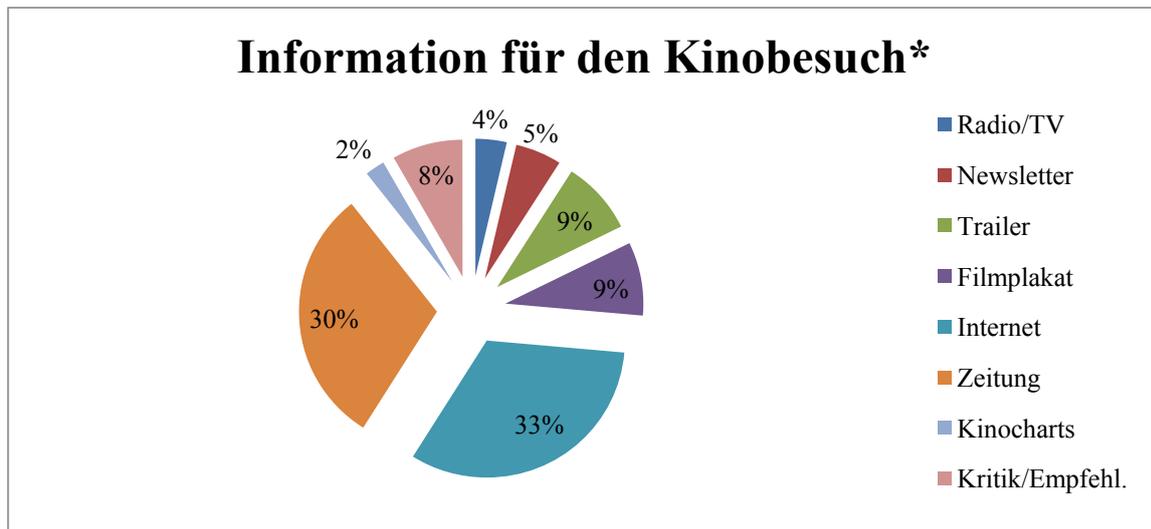


Abbildung 20:\* aller 301 befragter Personen des UCI und des Gartenbaukinos

Geht es um die Frage, warum ein bestimmtes Kino bevorzugt besucht wird, gaben 34 % und damit die meisten befragten Personen, das *Filmprogramm* als Grund an. Mit 19 % und 15 % folgen *Nähe zum Wohnort* und das *Ambiente* als ausschlaggebender Grund, um ein Kino zu bevorzugen. Unwichtig dagegen ist für fast Alle die *Technik* und das *Spezialprogramm*, um ein Kino zu favorisieren. 12 % der befragten Personen gab allerdings an, dass sie gar kein bevorzugtes Kino haben.

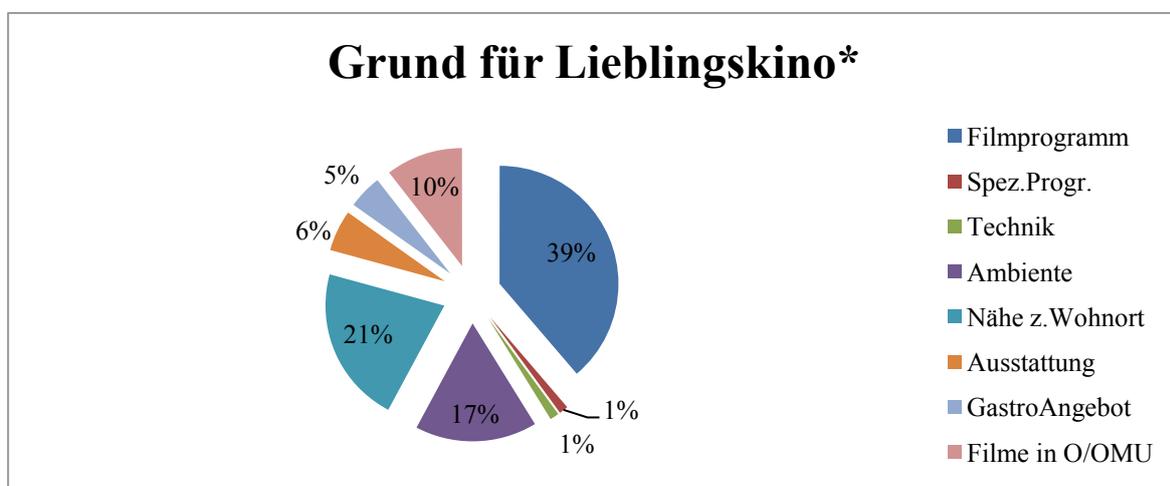


Abbildung 21:\* aller 244 befragter Personen des UCI u. Gartenbaukinos, die ein bevorzugtes Kino genannt haben

#### 4. Diskussion

Zunächst einmal muss man sagen, dass die Gesamtzahl der Befragten, gerade was das UCI angeht nicht gerade hoch ist. Andererseits hat man an den Ergebnissen gemerkt, dass sie insofern aussagekräftig sind, als dass gewisse Trends und Merkmale klar herauskamen.

Nicht überraschend war, dass diejenigen, die das Gartenbaukino als bevorzugtes Kino genannt haben, sich als ProgrammkinogehInnen sehen, was zuvor in der Hypothese angenommen wurde. Das Gartenbaukino, als Einsaalkino, repräsentiert genau diese Art Kinos. Mit seinem Programm, aber auch mit seinem Interieur und der „Viennale“ grenzt es sich doch stark von den Multiplex- und Mainstreamkinos ab. Daher ist es auch nicht weiter erstaunlich, dass sich insgesamt 177 der 200 BesucherInnen des Gartenbaukinos, die befragt wurden, ganz klar als ProgrammkinogehInnen bezeichnen. So wurde der Hollywood-Blockbuster nicht allzu oft als bevorzugte Film-Art genannt und erhielt nur 16 % der Stimmen, wohingegen der Dokumentarfilm sogar als zweitbeliebtester Film hinter dem europäischen Film landete.

Die Hypothese, erfüllte sich zwar in der ersten Annahme, musste in der zweiten Annahme aber widerlegt werden. Die Dreiviertelmehrheit wurde ganz klar verfehlt im Bezug auf die Festivalbesuche. So beträgt der Anteil der Personen, welche das Gartenbaukino bevorzugen, sich als ProgrammkinogehInnen bezeichnen und auf österreichische Filmfestivals gehen „nur“ bei 58 %. Das ist klar die Mehrheit und erstaunlich hoch, woran man erkennt, dass die ProgrammkinogehInnen sich sehr mit der Filmkunst beschäftigen. So sind viele unter ihnen, die sich für sogenannte „Underdogs“ interessieren. Sie wollen erfahren, wie andere Länder, beispielsweise Länder aus Südamerika, oder Osteuropa Filme drehen. Diese BesucherInnengruppe möchte auf dem Gebiet der Filmkunst laufend neue Eindrücke sammeln, fernab der immer gleichen Konzepte der Mainstreamfilme des Hollywoodkinos. Vergleicht man das Ergebnis mit den Antworten der Befragten des UCI, kommt genau das gegenteilige Ergebnis heraus. Hier nämlich besucht die überwiegende Mehrheit von 76 der 101 befragten Personen kein Filmfestival. Die 21 Personen, die zu Filmfestivals gehen, gaben alle die *Viennale* als besuchtes Festival an. Daran ist wiederum ersichtlich, dass die *Viennale* das größte und auch beliebteste Filmfestival Österreichs ist, das mit einem BesucherInnenrekord von 98.200 im Herbst 2014 Bilanz ziehen konnte.<sup>83</sup> Dass das Gartenbaukino mit der *Viennale* einhergeht, kann man auch daran erkennen, dass innerhalb

---

<sup>83</sup> [www.gartenbaukino.at](http://www.gartenbaukino.at)

der UCI Befragung die Zahl jener Personen, die zu einem Festival gehen, fast ident ist mit jener, die das Gartenbaukino besuchen. Zudem gaben 17 der 22 Personen als Grund für einen Besuch im Gartenbaukino die Kategorie *Spezialprogramme/Festival* an.

Am Ergebnis der Befragung im Gartenbaukino kann man jedenfalls erkennen, dass das Gartenbaukino auch außerhalb der *Viennale-Zeit* genug Leute ins Kino locken kann. So schafft es das Gartenbaukino, sein Programm so attraktiv zu halten, dass es genug Menschen gibt, die sich bewusst entscheiden, einen Film in diesem Kino zu sehen und nicht nur Gäste zu einer bestimmten Festival-Zeit sind. Denn während der Befragungszeit wurde neben „Macondo“ auch ein Woody Allen-Film gezeigt, „Fading Gigolo“, der in vielen anderen Kinos ebenfalls zu sehen war. Als logische Antwort kann man das spezielle Ambiente anführen, welches die breite Masse ins Gartenbaukino führt. So gaben immerhin 61 der befragten 200 Personen das Ambiente als Grund bzw. Mitgrund an, das Gartenbaukino zu besuchen. Im Falle der Personen, welche das Gartenbaukino bevorzugt besuchen, kommt das Ambiente sogar auf 30 Stimmen und liegt damit nicht weit hinter dem Filmprogramm, das 43 Stimmen für sich verbuchen konnte.

Kommen wir nun zu den Ergebnissen der zweiten Hypothese. Die Annahme, dass dreiviertel der befragten Personen, die das Gartenbaukino besuchen, Filme in Originalfassung bzw. in Originalfassung mit Untertitel bevorzugen, hat sich ganz klar bestätigt. So sehen sich 58 der 62 Personen, die das Gartenbaukino bevorzugt besuchen, Filme in der Originalfassung bzw. in der Originalfassung mit Untertitel an, was einen sensationellen Wert von 94 % ergibt. Würde man das gesamte befragte Publikum heranziehen, käme man nur auf 68 %, was zwar auch deutlich mehr als die Hälfte der Befragten ausmacht, aber ein nicht so klares Ergebnis darstellt als in der betrachteten Gruppe. Ein solches Ergebnis war natürlich schon zu erwarten, ist das Gartenbaukino, wie alle Programmkinos, doch bekannt dafür seine gezeigten Filme in der Originalfassung bzw. in der Originalfassung mit Untertiteln zu zeigen. So kann man feststellen, wenn man die Ergebnisse der anderen Programmkinos betrachtet, dass auch hier die Mehrheit die Filme in der Originalfassung favorisiert. So präferieren 32 der 34 befragten Personen, die das *Votivkino* bevorzugen, die Originalfassung, 19 der 23 *Filmcasino*-LiebhaberInnen und alle 7 *Künstlerhaus*-AnhängerInnen bevorzugen ebenfalls Vorführungen in der Originalfassung. Allerdings kam auch bei den Antwortmöglichkeiten bezüglich der Gründe für einen Besuch im Gartenbaukino heraus, dass nur 21 % der Befragten dies als Grund anführten. Den meisten Personen waren das Filmprogramm sowie das Ambiente noch wichtiger. Vergleicht man dieses Ergebnis wieder mit den Antworten der UCI-

BesucherInnen, erhält man ein ähnliches Ergebnis wie vorhin in Bezug auf die Filmfestivals. So bevorzugen hier knapp 80 % Filme auf Deutsch. Kein Wunder, zeigt doch das UCI praktisch alle Filme in deutscher synchronisierter Fassung. Kein/e Einzige/r, führt die Kategorie *Filme in Original bzw. in Original mit Untertitel* als Grund für einen Besuch im UCI an, obwohl das UCI wie andere Multiplexkinos auch vor einiger Zeit anfang, einige Blockbuster in Originalfassung zu zeigen. Dies scheint aber nicht wirklich angenommen zu werden.

Die zweite Annahme der zweiten Hypothese beschäftigt sich mit den Fremdsprachenkenntnissen der GartenbaukinogehInnen. So kommt man bei den Personen, die das Gartenbaukino bevorzugen, Filme lieber in Originalfassung ansehen und zwei oder mehr Fremdsprachen sprechen auf 74 %, was bedeutet, dass sowohl die zweite Annahme als auch die zweite Hypothese insgesamt aufgrund der postulierten Dreiviertelmehrheit knapp widerlegt wird. Wie in den Ergebnissen bereits festgestellt, würde sich die Dreiviertelmehrheit ergeben, wenn man die Betrachtungsweise ändern würde. So bevorzugen alle Personen, die zwei oder mehr Sprachen sprechen, Filme in Originalfassung. Ein weiteres Argument für die Annahme, dass die Beherrschung mehrerer Sprachen zu einer Präferenz für Filme in Fremdsprachen führt, zeigen die unterschiedlichen Fremdsprachenkenntnisse aller Befragten und der Personengruppe, die das Gartenbaukino bevorzugt. So sprechen 19 % aller Befragten drei oder mehr Sprachen, unter dem Personenkreis der Gartenbaukino-LiebhaberInnen sogar 26 %. Sprechen 39% der gesamten 200 Befragten nur eine Fremdsprache, so kommen auf die 62 Befragten, die das Gartenbaukino bevorzugen, 26 % mit nur einer erlernten Fremdsprache. Die anderen Personen, die ein Programmkino bevorzugen, scheinen ebenso sprachenaffiner zu sein. Nur die *Filmcasino*-LiebhaberInnen stechen hier etwas heraus. So spricht die Mehrheit nur eine Fremdsprache und dennoch bevorzugen die meisten, die Filme in der Originalfassung zu sehen.

Ein Vergleich mit den UCI-BesucherInnen zeigt, dass hier der Anteil der Personen mit einer Fremdsprache und zwei Fremdsprachen fast gleich hoch ist und bei jeweils rund 48 % liegt. Unter den Befragten waren viele SchülerInnen, die in der Schule Sprachen lernen, so wie Personen mit Migrationshintergrund, was den hohen Anteil der Fremdsprachenkenntnisse erklären mag. Der Anteil der Personen, die drei Sprachen sprechen, war mit 6 % relativ gering im Vergleich zum Programmkinopublikum des „Gartenbaukinos“.

Das Gartenbaukino wurde von 31 % der Befragten als bevorzugtes Kino genannt. Dieser Wert mag nicht so herausragend hoch sein, doch erklärt sich dieser damit, dass sich die Nennungen

des jeweils bevorzugten Kinos auf mehrere Spielstätten verteilen, so auch auf das „Votivkino“ mit 17 %, das „Filmcasino“ mit 11 und das „Apollo“ mit 8 %. Außerdem stellt der Anteil der Personen, die kein Kino präferieren, mit 15 % einen wesentlichen Wert dar. Ein möglicher Grund hierfür könnte sein, dass im Befragungszeitraum der Film „Macondo“ im Gartenbaukino angelaufen ist. Dies ist der erste Spielfilm der iranisch-österreichischen Regisseurin Sudabeh Mortezaei und handelt von einem tschetschenischen Flüchtlingsjungen, der mit seiner Mutter und seinen Geschwistern in der Flüchtlingsiedlung „Macondo“ im Industriegebiet am Stadtrand von Wien lebt.

Die Antworten der UCI-BesucherInnen führten zu anderen Ergebnissen. Von den 101 befragten Personen gaben 49 Personen das UCI als bevorzugtes Kino an. Das hört sich nicht allzu viel an, aber ganze 26, das sind etwas mehr als ein Viertel der Befragten, bevorzugt gar kein Kino. Die restlichen 26 Stimmen verteilen sich auf andere Kinos, welche alle nur auf unter 8% der Stimmen kommen. Von diesen 49 Personen allerdings, gaben alle an, dass sie Hollywood-Blockbuster bevorzugen, was die erste Annahme der Hypothese mehr als erfüllt. Naturgemäß wenig überraschend, werben doch die Multiplexkinos gerade damit, immer die neuesten Blockbuster im Programm zu haben und promoten diese auch dementsprechend stark mit Trailern und Filmplakaten. Was auch zu funktionieren scheint, denn bei der Frage nach den Informationsquellen kamen Trailer und Filmplakate bei den Befragten des UCI mit 16 % (Trailer) und 13 % (Filmplakat) auf die Plätze drei und vier hinter Internet sowie Zeitung und konnten ganz klar punkten. Das Publikum des Gartenbaukinos hingegen erwähnte diese beiden Kategorien selten, kamen doch Trailer und Filmplakate gerade einmal auf 4 bzw. 7 %.

Die zweite Annahme der Fragestellung beschäftigt sich mit den Gründen ins UCI zu gehen bzw. wer von diesen Personen, die das UCI bevorzugen und den Hollywood-Blockbuster präferieren, auch ins UCI wegen der Technik bzw. der Ausstattung geht, um in den vollen Filmgenuss dieser Blockbuster zu kommen. Hier ergibt sich, dass gerade einmal drei Personen die Technik anführen, und 12 Personen die Ausstattung, was zusammen umgerechnet 16% ergibt. Ganz klar die Nummer eins ist das Filmprogramm mit 38 % und 34 Nennungen. Auch das Gastronomieangebot spielt für einige eine Rolle, belegt es mit 17 % den dritten Platz bei den Gründen, das UCI zu besuchen. Interessanterweise gaben sogar mehr Personen, die das UCI nicht bevorzugen, die Ausstattung als Grund an, ins UCI zu gehen, nämlich 16 Personen. Dieses Ergebnis ist deshalb logisch, weil die großen Multiplexkinos recht einheitlich gestaltet sind und sich nicht wirklich voneinander abgrenzen. So liegen

annähernd alle in den Außenbezirken, eingebettet jeweils in einem Shoppingcenter. Als Programm wird mit Hollywood-Blockbustern und 3D-Filmen geworben, ohne nennenswerte Unterschiede zwischen den einzelnen Multiplexkinos. Daher ist es auch kaum verwunderlich, dass die große Anzahl der Personen, die das UCI bevorzugen, es aus dem Grund bevorzugen, dass sie in der Nähe wohnen. Hier unterscheiden sie sich klar von den BesucherInnen des Gartenbaukinos und ihren Gründen, es zu besuchen. So kamen die GartenbaukinobesucherInnen aus den unterschiedlichsten Bezirken und sogar aus anderen Bundesländern.

Markante Unterschiede zwischen beiden Gruppen gibt es auch in Bezug auf die Bildung und das Alter. So liegt der Anteil der AkademikerInnen unter den befragten BesucherInnen des Gartenbaukinos bei 70 %, der Anteil unter den befragten des UCI bei 18 %. Der Anteil an SchülerInnen war unter den Befragten des UCI im Vergleich zum Anteil an SchülerInnen im Gartenbaukino sechs Mal so hoch und lag bei 24 %. Auch in Bezug auf das Alter gibt es Unterschiede in den betrachteten Gruppen. Die am meisten vertretene Altersgruppe im Gartenbaukino war jene der 30-39-Jährigen mit 30 %, bei den UCI-BesucherInnen die Gruppe der 20-29-Jährigen mit 47 %. Deutliche Unterschiede gibt es bei den jüngsten und ältesten Altersstufen. So waren im Gartenbaukino mit 15 % sehr viele Personen über 60 vertreten, die im UCI gerade einmal 1 % ausmachten. Im Gegensatz dazu waren, wie oben bereits erwähnt, rund ein Viertel der UCI-BesucherInnen SchülerInnen und somit unter 19. Die unter 19-Jährigen machten im Gartenbaukino lediglich 4 % der BesucherInnen aus.

Wie anfangs vermutet, kommen die über 50-Jährigen auf 30 % der gesamten BesucherInnen und somit auf einen deutlich höheren Anteil als in den früheren Studien. Dennoch beschränkt sich dieses Ergebnis hauptsächlich auf die ProgrammkinogehrerInnen. Die großen Multiplexkinos können die älteren Semester anscheinend nicht ins Kino locken, was ein Vorteil für die Programmkinos darstellen könnte, die mit ernsthaftem und vielfältigem Programm und einem besonderen Ambiente gerade bei dieser Zielgruppe punkten könnten.

In dieser Diplomarbeitstudie ist auch deutlich geworden, dass nun wirklich das Zeitalter des Internets angebrochen ist. Waren in der Studie des Jahres 2000 noch weniger Personen dabei, die das Internet für ihre Kinobesuche nutzten, so hat man in der nunmehrigen Arbeit gesehen, dass das Internet doch deutlich punkten konnte. Bei den UCI-BesucherInnen belegte das Internet sogar Platz eins, was wiederum erkennen lässt, dass hier die Jüngeren häufiger vertreten waren als im Gartenbaukino.

## 5. Schlussfolgerung

Abschließend kann man sagen, dass sich die BesucherInnen des Gartenbaukinos und des UCI stark voneinander unterscheiden. So unterschiedlich die Konzepte der beiden Kinos sind, dem Programm kino auf der einen und dem Multiplexkino auf der anderen Seite, so sind es auch deren BesucherInnen und zwar sowohl in ihrer Sozialstruktur als auch größtenteils in ihrem Kinoverhalten. In sich jedoch sind beide Besuchergruppen äußerst homogen.

So zeichnen sich die BesucherInnen des Gartenbaukino gegenüber den BesucherInnen des UCI, wie aus den Ergebnissen hervorgeht, durch ein höheres Durchschnittsalter und einer höheren Schulbildung aus. Ihre Vorlieben sind v.a. europäische Filme und Dokumentationen, die sie am liebsten in der Originalfassung bzw. in der Originalfassung mit Untertiteln sehen. Sie lehnen Hollywood-Blockbuster ab bzw. schätzen diese gering. Dies ist auch daran zu erkennen, dass die überwiegende Mehrheit das Filmprogramm als entscheidenden Grund für die Kinobesuche genannt hat und sich durchwegs als Programmkinogeherin bezeichnet. Dafür ist auch kein Weg zu weit und so ist es nur nachvollziehbar, dass die BesucherInnen von allen Bezirken und sogar aus anderen Bundesländern her kommen, um das Gartenbaukino zu besuchen. Zudem genießen die BesucherInnen des Gartenbaukinos den Charme und das Ambiente des Gartenbaukinos bzw. eines Programmkinos generell und distanzieren sich zumeist von den großen, nach ihrer Meinung nach unpersönlichen Kinokomplexen. Die GartenbaukinobesucherInnen sind offener gegenüber österreichischen Filmfestivals als die UCI-BesucherInnen. So besuchen knapp die Hälfte der Gartenbaukinogehenden entsprechende Festivals. Die Zeitung ist unter den BesucherInnen des Gartenbaukinos nach wie vor am beliebtesten als Informationsmaterial für einen Besuch im Kino. Das Gartenbaukino hat mit seiner Art der Programmierung einen Stellenwert in Wien bzw. in Österreich, den es so schnell nicht verlieren wird. Es hat eine Nische gefunden, sich gegen die Multiplex-Kinos zu behaupten und wird für seine Auswahl der Filme, seinen Charme, seiner Präsentation und nicht zuletzt wegen seiner großen Leinwand von vielen geschätzt und geliebt.

Die UCI-BesucherInnen zeichnen sich hauptsächlich dadurch aus, dass sie Hollywood-Blockbuster favorisieren und sich ganz klar als Multiplexkinogehenden definieren. So ist es nicht verwunderlich, dass die Nähe des Kinos eine entscheidende Rolle bei der Wahl des Kinos spielt. Entscheidend ist das Filmprogramm, das ein angemessenes Angebot an Blockbuster-Filmen zu beinhalten hat. Ihr deutlich jüngeres Durchschnittsalter wirkt sich auf die Informationsbeschaffung für den Kinobesuch aus. So ist das Internet bei der

überwiegenden Mehrheit die wichtigste Informationsquelle. Dass Trailer und Filmplakat, neben der Zeitung, außerdem eine große Rolle spielen, macht noch einmal deutlich, dass sich die Gruppe der UCI-BesucherInnen vorwiegend aus jüngeren ZuseherInnen zusammensetzt.

Eine Gemeinsamkeit der beiden BesucherInnengruppen ist die Häufigkeit des Kinobesuches. So ist der/die heutige KinobesucherIn dadurch gekennzeichnet, dass er/sie zwar regelmäßig ins Kino geht, d.h. mindestens ein Mal pro Monat, aber auch nicht die Zeit oder die Lust besitzt, allzu oft ein Kino zu besuchen. Wahre „Kinofreaks“ sind heutzutage in der deutlichen Unterzahl. Mannigfaltige Freizeitbeschäftigungen und ein kontinuierlich hektischer und stressiger gewordenes Berufs- und Alltagsleben bestärken diesen Trend. Zudem machen es Internet, TV-Anbieter und Co. in der heutigen Zeit möglich, die neuesten Filme bequem von zu Hause aus anzusehen. Das Internet ist das moderne Kommunikationsmittel geworden, so dass dieses als Informationsquelle für den Kinobesuch zur ersten bzw. zweiten Wahl innerhalb der befragten Personengruppen wurde. Die Zeitung hat jedoch heutzutage nach wie vor einen sehr hohen Stellenwert, um sich über den Kinobesuch zu informieren, woran man erkennen kann, dass gewisse Medien auch im Multimedia-Zeitalter erhalten bleiben.

Das Kino ist im Jahr 2014 mehr denn je eine Freizeitbeschäftigung für die breite Masse; egal ob jung oder alt, SchülerIn oder PensionistIn, ArbeiterIn oder Angestellte/r, sie alle sind dort anzutreffen. Lediglich die Art des Kinos entscheidet darüber, welche Gruppen wo vermehrt anzutreffen sind. So ist es nur wünschenswert, wenn jedes Kino, v.a. die Programmkinos, sein ganz eigenes Profil besitzt bzw. einen Weg findet, sich seinen eigenen Wiedererkennungswert zu schaffen, um damit beim Publikum zu punkten und um sich sein eigenes Stammpublikum aufzubauen.

## 6. Literatur-und Quellenverzeichnis

1. Juliane Batthyány, „Kinos in Wien. Vom Alltag und Überleben der kleineren Filmtheater“, Sutton Verlag GmbH. Erfurt. 2010
2. Ruth Beckermann/Christa Blümlinger (Hg.), „Ohne Untertitel. Fragmente einer Geschichte des österreichischen Kinos“, Sonderzahl Verlagsgesellschaft m.b.H., Wien. 1996
3. Walter Fritz, „Im Kino erlebe ich die Welt. 100 Jahre Kino und Film in Österreich“, Verlag Christian Brandstätter. Wien-München. 1. Auflage.1997
4. Ingrid Ganster „Vom Lichtspieltheater zum Kinocenter. Wiens Kinowelt gestern und heute“, Hrsg. Verein für Geschichte der Stadt Wien. Wien. 2002
5. Patrick Glogner-Pilz/Patrick S. Föhl (Hrsg.), „Das Kulturpublikum. Fragestellungen und Befunde der empirischen Forschung“, VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2. Erweiterte Auflage 2011
6. Stephanie Henseler, „Soziologie des Kinopublikums. Eine sozioempirische Studie unter Berücksichtigung der Stadt Köln“, Verlag Peter Lang GmbH, Frankfurt am Main.1987
7. Armin Klein „Besucherbindung im Kulturbetrieb. Ein Handbuch“, VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2. Auflage. 2008
8. Rudolf Lassner, „Theater-und Kinobesuch. Eine psychologische Analyse“, Dissertation. Wien am 2.April 1936.
9. Peter Payer/Robert Gokl, „Das Kosmos Kino. Lichtspiele zwischen Kunst und Kommerz“, Verlag für Gesellschaftskritik Ges.m.b.H. &Co. KG. Wien. 1995
10. Doris Schrenk, „Kinobetriebe in Wien, von den Anfängen bis zur Gegenwart“. Diplomarbeit. Wien. 2009
11. Werner Michael Schwarz, „Kino und Stadt-Wien 1945-2000“, Erhard Löcker GesmbH, Wien.2003
12. „Sehen und gesehen werden. Filmmarketing in kleinen europäischen Ländern.“ Hrsg. Lucie Bader, Barbara Haberl, Isabella Urban, Christine Weingartner. PVS Verleger. Wien 2000
13. Homepage des Gartenbaukinos: [www.gartenbaukino.at](http://www.gartenbaukino.at)

14. Homepage des Votivkinos: [www.votivkino.at](http://www.votivkino.at)
15. Homepage der Wirtschaftskammer: [www.wko.at](http://www.wko.at)
16. Homepage der Statistik Austria:  
[http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/bildung\\_und\\_kultur/kultur/kinos\\_und\\_filme/](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bildung_und_kultur/kultur/kinos_und_filme/)
17. Homepage des österreichischen Filminstitutes [www.filminstitut.at](http://www.filminstitut.at)
18. TV-Sendung W24 Spezial: "Wiener Kinoszene" - 01.05.2013, 20:15 Uhr  
<http://www.w24.at/W24-Spezial/784044>
19. Homepage des UCI Millenium City: <http://www.uci-kinowelt.at/>
20. Homepage der Wiener Kino-und Theatertopografie:  
[http://www.kinhetop.at/forschung/kinhetop\\_chronik.html](http://www.kinhetop.at/forschung/kinhetop_chronik.html)

## 7. Anhang

### A. Fragebogen

weiblich

männlich

1) Welches Wiener Kino besuchen Sie am häufigsten/bevorzugen Sie:

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Votivkino          | <input type="checkbox"/> Lugner City   | <input type="checkbox"/> Apollo           |
| <input type="checkbox"/> UCI Millenium City | <input type="checkbox"/> Gartenbaukino | <input type="checkbox"/> Bellaria         |
| <input type="checkbox"/> Cineplexx          | <input type="checkbox"/> Filmcasino    | <input type="checkbox"/> Künstlerhaus     |
| <input type="checkbox"/> Village Cinemas    | <input type="checkbox"/> keines        | <input type="checkbox"/> Sonstiges: _____ |

2) Warum besuchen Sie (das genannte Kino) am häufigsten (max. 2 Nennungen):

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Filmprogramm     | <input type="checkbox"/> Gastronomie Angebot           |
| <input type="checkbox"/> Spezialprogramme | <input type="checkbox"/> Ausstattung (Sitze, Leinwand) |
| <input type="checkbox"/> Nähe zum Wohnort | <input type="checkbox"/> Technik                       |
| <input type="checkbox"/> Ambiente         | <input type="checkbox"/> Filme in Originalsprache/OMU  |

3) Besuchen Sie das Votivkino hauptsächlich wegen (nur wenn 2 ≠ Votivkino) max. 2 Nennungen:

- |   |  |                              |
|---|--|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Filmprogramm               | <input type="checkbox"/> Gastronomie Angebot             | <input type="checkbox"/> nie |
| <input type="checkbox"/> Spezialprogramme/Festivals | <input type="checkbox"/> Ausstattung (Sitze, Leinwand)   |                              |
| <input type="checkbox"/> Nähe zum Wohnort           | <input type="checkbox"/> Technik                         |                              |
| <input type="checkbox"/> Ambiente                   | <input type="checkbox"/> Filme in Originalsprache o. OMU |                              |

4) Besuchen Sie das UCI hauptsächlich wegen (nur wenn 2 ≠ UCI) max. 2 Nennungen:

- |   |  |                              |
|---|--|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Filmprogramm     | <input type="checkbox"/> Gastronomie Angebot             | <input type="checkbox"/> nie |
| <input type="checkbox"/> Spezialprogramme | <input type="checkbox"/> Ausstattung (Sitze, Leinwand)   |                              |
| <input type="checkbox"/> Nähe zum Wohnort | <input type="checkbox"/> Technik                         |                              |
| <input type="checkbox"/> Ambiente         | <input type="checkbox"/> Filme in Originalsprache o. OMU |                              |

5) Besuchen Sie das Gartenbaukino hauptsächlich wegen (nur wenn 2 ≠ Gartenbaukino) max. 2 Nennungen:

- |   |  |                              |
|---|--|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Filmprogramm     | <input type="checkbox"/> Gastro Angebot                  | <input type="checkbox"/> nie |
| <input type="checkbox"/> Spezialprogramme | <input type="checkbox"/> Ausstattung (Sitze, Leinwand)   |                              |
| <input type="checkbox"/> Nähe zum Wohnort | <input type="checkbox"/> Technik                         |                              |
| <input type="checkbox"/> Ambiente         | <input type="checkbox"/> Filme in Originalsprache o. OMU |                              |

6) Bevorzugen Sie die Filme in Originalsprache bzw. Original mit Untertitel oder Deutsch:

- Original/OMU  deutsch

7) Besuchen Sie irgendwelche Filmfestivals in Österreich:

- |                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Viennale  | <input type="checkbox"/> Short film festival          |
| <input type="checkbox"/> Diagonale | <input type="checkbox"/> Festival du film francophone |
| <input type="checkbox"/> Keine     | <input type="checkbox"/> Sonstiges: _____             |

Wie oft im Monat gehen Sie ins Kino:

- Bis 2x  3-5x  Mehr als 5x

9) Wie oft im Monat gehen Sie davon ins Votivkino :

- Bis 2x  3-5x  Mehr als 5x  nie

10) Wie oft im Monat gehen Sie davon ins UCI:

- Bis 2x       3-5x       Mehr als 5x       nie

11) Wie oft im Monat gehen Sie davon ins Gartenbaukino:

- Bis 2x       3-5x       Mehr als 5x       nie

12) Welche Art von Film bevorzugen Sie (max. 2 Nennungen):

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Europäischer Film<br>(inkl. österr. Film) | <input type="checkbox"/> Dokumentarfilme |
| <input type="checkbox"/> Hollywood Blockbuster                     | <input type="checkbox"/> Kurzfilme       |
| <input type="checkbox"/> 3 D Filme                                 | <input type="checkbox"/> Sonstiges       |

13) Woher beziehen Sie die Informationen für Ihren Kinobesuch (max 2 Nennungen)

- |                                     |                                     |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Zeitung    | <input type="checkbox"/> Filmplakat |
| <input type="checkbox"/> Internet   | <input type="checkbox"/> Kritiken   |
| <input type="checkbox"/> Newsletter | <input type="checkbox"/> Radio/TV   |
| <input type="checkbox"/> Trailer    | <input type="checkbox"/> Kinocharts |

14). Sehen Sie sich als Programmkinogehrer oder als Multiplex-Kinogehrer?

- Programmkinogehrer       Multiplex-Kinogehrer

15) Noch fünf Fragen zur Statistik: Wo wohnen Sie

- Wien  
PLZ: \_\_\_\_\_
- sonstiges \_\_\_\_\_

16) höchste abgeschlossene (Schul-)ausbildung:

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Pflichtschule      | <input type="checkbox"/> Hochschulabschluss |
| <input type="checkbox"/> Matura             | <input type="checkbox"/> Sonstiges          |
| <input type="checkbox"/> Lehrlingsabschluss |   |

17) Derzeitige Tätigkeit:

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Schüler(in)/Student(in) | <input type="checkbox"/> Freiberuflich   |
| <input type="checkbox"/> Lehrling                | <input type="checkbox"/> Selbständige(r) |
| <input type="checkbox"/> Angestellte(r)          | <input type="checkbox"/> Pensionist(in)  |
| <input type="checkbox"/> Arbeiter(in)            | <input type="checkbox"/> Sonstiges       |

18) Wie viele Fremdsprachen sprechen Sie:

- 1       2       3 oder mehr

19) Welcher Altersgruppe darf ich Sie zurechnen:

- |                                 |  |
|---------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Bis 19 | <input type="checkbox"/> 20 bis 29 Jahre |
| <input type="checkbox"/> 30-39  | <input type="checkbox"/> 40-49           |
| <input type="checkbox"/> 50-59  | <input type="checkbox"/> 60 +            |

## B. Rohdaten

### 200 Befragte Besucher des Gartenbaukinos:

#### Geschlecht:

weiblich: 132                      männlich: 68

#### 1. bevorzugtes Kino:

Gartenbau: 62      Votiv: 34      Apollo: 15      Village: 9  
Cineplexx: 8      Filmcasino: 23      UCI: 3      Künstlerhaus: 7  
Bellaria: 0      Lugner: 0      Sonstiges: 8      keines: 31

#### 2. warum besuchen sie es: 169 Personen, 279 Meinungen

Technik: 2      Ausstattung: 11      Ambiente: 62      Gastronomie-Angebot: 1  
Spezialprogramme: 4      Nähe zum Wohnort: 46      Filmprogramm: 112  
Filme in Originalsprache: 41

#### 3. warum besuchen sie das Votivkino: 121 Personen, 170 Meinungen

Technik: 0      Ausstattung: 0      Ambiente: 15      Gastronomie-Angebot: 0  
Spezialprogramme: 13      Nähe zum Wohnort: 15      Filmprogramm: 100  
Filme in Originalsprache: 27      gehe nie: 79

#### 4. Warum besuchen sie das UCI: 28 Personen, 38 Meinungen

Technik: 1      Ausstattung: 2      Ambiente: 0      Gastronomie-Angebot: 6  
Spezialprogramme: 0      Nähe zum Wohnort: 9      Filmprogramm: 20  
Filme in Originalsprache: 0      gehe nie: 172

#### 5. warum besuchen sie das Gartenbaukino: 200 Personen, 308 Meinungen

Technik: 0      Ausstattung: 25      Ambiente: 61      Gastronomie-Angebot: 1  
Spezialprogramme: 8      Nähe zum Wohnort: 8      Filmprogramm: 170  
Filme in Originalsprache: 35

#### 6. Bevorzugen Sie die Filme in Original bzw. OMU oder auf Deutsch:

Original/OMU: 136                      deutsch: 64

#### 7. besuchen sie irgendwelche Filmfestivals in Österreich:

Keine: 106      Viennale: 91      Diagonale: 12

Shortfilm Festival: 4            Festival Film francophone: 4

Sonstiges: 15            (Identities:6; jüdisches Filmfestival: 4)

**8. Wie oft gehen sie ins Kino:**

Bis 2x: 136            3-5x: 51            mehr als 5x: 13

**9. Wie oft gehen sie pro Monat ins Votivkino:**

Nie: 79            bis 2x: 97            3-5x: 23            mehr als 5x: 1

**10. Wie oft gehen sie pro Monat ins UCI:**

Nie: 172            bis 2x: 27            3-5x: 1            mehr als 5x: 0

**11. Wie oft gehen sie pro Monat ins Gartenbaukino:**

Nie: 2            bis 2x: 179            3-5x: 18            mehr als 5x: 1

**12. Welche Art Film bevorzugen sie: 292 Meinungen**

Europ.: 175            Hollywood Blockbuster: 47            3D: 1

Kurzfilme: 2            Dokumentarfilm: 66            Sonstiges: 1

**13. woher beziehen sie Information für ihren Kinobesuch: 337 Meinungen**

Zeitung: 124            Trailer: 15            Kinocharts: 1            Newsletter: 27

Radio/TV: 12            Filmplakat: 22            Empfehlung/Kritik: 34            Internet: 102

**14. Sehen sie sich als Programmkinogehrer oder Multiplexkinogehrer:**

Programmkinogehrer: 177            Multiplexkinogehrer: 23

**15. Wo wohnen sie:**

In Wien: 189            außerhalb Wiens: 11 (NÖ: 4    Bgld: 3    Stmk: 3    Ktn: 1)

1. 1    2. 10    3. 20    4. 13    5. 19    6. 11    7. 30    8. 13    9. 16    10. 2

11. 1    12. 5    13. 5    14. 10    15. 11    16. 7    17. 3    18. 1    19. 1

20. 6    21. /    22. 3    23. 1

**16. Höchste abgeschlossene Schulausbildung: 193 Personen**

Pflichtschule: 7            Matura: 44            Hochschulabschluss: 140

Lehrlingsabschluss: 1            Sonstiges: 1            Schüler: 7

**17. Derzeitige Tätigkeit:**

Schüler/Studenten: 7/ 20            Angestellte(r): 105            Freiberuflich: 15            Sonstiges: 2

Selbständig: 20            Pensionist(in): 31            Arbeiter: 0            Lehrling:0

**18. Wie viele Fremdsprachen sprechen sie:**

1: 79                                      2: 83                                      3 oder mehr: 38

**19. Welches Alter:**

Bis 19: 8                                      20-29: 40                                      30-39: 61  
40-49: 31                                      50-59: 30                                      60 +: 30

**101 Befragte Besucher des UCI:**

**Geschlecht:**

weiblich: 48                                      männlich: 53

**1. bevorzugtes Kino:**

Gartenbau: 0                                      Motiv: 2                                      Apollo: 6                                      Village: 7  
Cineplexx: 7                                      Filmcasino: 0                                      UCI: 49                                      Künstlerhaus: 0  
Bellaria: 0                                      Lugner: 2                                      Sonstiges: 2                                      keines: 26

**2. warum besuchen sie es: 75 Personen, 157 Meinungen**

Technik: 3      Ausstattung: 12      Ambiente: 6      Gastronomie-Angebot: 18  
Spezialprogramme: 1      Nähe zum Wohnort: 42      Filmprogramm: 47  
Filme in Originalsprache: 2

**3. warum besuchen sie das Motivkino: 24 Personen, 36 Meinungen**

Technik: 0      Ausstattung: 0      Ambiente: 0      Gastronomie-Angebot: 0  
Spezialprogramme: 15      Nähe zum Wohnort: 3      Filmprogramm: 13  
Filme in Originalsprache: 5                                      gehe nie: 77

**4. Warum besuchen sie das UCI: 101 Personen, 171 Meinungen**

Technik: 5      Ausstattung: 29      Ambiente: 14      Gastronomie-Angebot: 31  
Spezialprogramme: 0      Nähe zum Wohnort: 26      Filmprogramm: 66  
Filme in Originalsprache: 0                                      gehe nie: 0

**5. warum besuchen sie das Gartenbaukino: 22 Personen, 28 Meinungen**

Technik: 0      Ausstattung: 1      Ambiente: 1      Gastronomie-Angebot: 0  
Spezialprogramme: 17      Nähe zum Wohnort: 0      Filmprogramm: 7  
Filme in Originalsprache: 2      gehe nie: 79

**6. Bevorzugen Sie die Filme in Original bzw. OMU oder auf Deutsch:**

Original/OMU: 21                      deutsch: 80

**7. Besuchen sie irgendwelche Filmfestivals in Österreich:**

Keine: 76              Viennale: 21              Diagonale: 0

Shortfilm Festival: 0              Festival Film francophone: 1

Sonstiges: 3

**8. Wie oft gehen sie ins Kino:**

Bis 2x: 75              3-5x: 26              mehr als 5x: 0

**9. Wie oft gehen sie pro Monat ins Votivkino:**

Nie: 77              bis 2x: 24              3-5x: 0              mehr als 5x: 0

**10. Wie oft gehen sie pro Monat ins UCI:**

Nie: 0              bis 2x: 82              3-5x: 19              mehr als 5x: 0

**11. Wie oft gehen sie pro Monat ins Gartenbaukino:**

Nie: 79              bis 2x: 22              3-5x: 0              mehr als 5x: 0

**12. Welche Art Film bevorzugen sie: 157 Meinungen**

Europ.: 52              Hollywood Blockbuster: 88              3D: 14

Kurzfilme: 0              Dokumentarfilm: 2              Sonstiges: 1

**13. woher beziehen sie Information für ihren Kinobesuch: 182 Meinungen**

Zeitung: 34              Trailer: 30              Kinocharts: 11              Newsletter: 1

Radio/TV: 7              Filmplakat: 23              Empfehlung/Kritik: 9              Internet: 67

**14. Sehen sie sich als Programmkinogehrer oder Multiplexkinogehrer:**

Programmkinogehrer: 11                      Multiplexkinogehrer: 90

**15. Wo wohnen sie:**

In Wien: 100              außerhalb Wiens: 1 (NÖ)

1. 0    2. 6    3. 4    4. 0    5. 0    6. 3    7. 5    8. 6    9. 10    10. 0

11. 0    12. 1    13. 1    14. 10    15. 4    16. 5    17. 7    18. 8    19. 5

20. 19    21. 3    22. 2    23. 1

**16. Höchste abgeschlossene Schulausbildung: 77 Personen**

Pflichtschule: 2              Matura: 50              Hochschulabschluss: 18

Lehrlingsabschluss: 6              Sonstiges: 1              Schüler: 24

**17. Derzeitige Tätigkeit:**

Schüler/Studenten: 24/ 24      Angestellte(r): 35      Freiberuflich: 5      Sonstiges: 1  
 Selbständig: 7      Pensionist(in): 0      Arbeiter: 5      Lehrling:0

**18. Wie viele Fremdsprachen sprechen sie:**

1: 48      2: 47      3 oder mehr: 6

**19. Welches Alter:**

Bis 19: 24      20-29: 48      30-39: 18  
 40-49: 6      50-59: 4      60 +: 1

**Auswertungen in Bezug auf die erste Hypothese:**

			Ja	Nein	G.
Gartenbaukino	Programmkinogehrer (35x Viennale)		35	25	60
	Multiplexkinogehrer		0	2	2
	Gesamt		35	27	62
Village	Programmkinogehrer (Viennale)		1	6	7
	Multiplexkinogehrer (Viennale)		1	1	2
	Gesamt		2	7	9
UCI	Programmkinogehrer		0	0	0
	Multiplexkinogehrer (2x Viennale)		2	1	3
	Gesamt		2	1	3
Apollo	Programmkinogehrer (5xViennale)		6	2	8
	Multiplexkinogehrer		0	7	7
	Gesamt		6	9	15
Votivkino	Programmkinogehrer (26xViennale)		27	7	34
	Multiplexkinogehrer		0	0	0
	Gesamt		27	7	34
Cineplexx	Programmkinogehrer		0	3	3
	Multiplexkinogehrer		0	5	5
	Gesamt		0	8	8

Sonstiges	Programmkinogehrer (2xViennale)	3	5	8
	Multiplexkinogehrer	0	0	0
	Gesamt	3	5	8
Keines	Programmkinogehrer (9xViennale)	9	18	27
	Multiplexkinogehrer	1	3	4
	Gesamt	10	21	31
Künstlerhaus	Programmkinogehrer (3xViennale)	3	4	7
	Multiplexkinogehrer	0	0	0
	Gesamt	3	4	7
Filmcasino	Programmkinogehrer (6xViennale)	6	17	23
	Multiplexkinogehrer	0	0	0
	Gesamt	6	17	23

#### Auswertungen in Bezug auf die zweite Hypothese:

Fremdsprachenkenntnisse		1	2	3	G
Gartenbaukino	Filme Original	15	28	15	58
	Filme deutsch	4	0	0	4
	gesamt	19	28	15	62
Votivkino	Filme Original	9	17	6	32
	Filme deutsch	2	0	0	2
	gesamt	11	17	6	34
Apollo	Filme Original	3	4	2	9
	Filme deutsch	1	4	1	6
	gesamt	4	8	3	15
Village	Filme Original	1	0	0	1
	Filme deutsch	8	0	0	8
	gesamt	9	0	0	9
Keines	Filme Original	7	5	5	17
	Filme deutsch	7	6	1	14
	gesamt	14	11	6	31
Cineplexx	Filme Original	3	0	1	4
	Filme deutsch	3	0	1	4

	gesamt	6	0	2	8
Filmcasino	Filme Original	11	5	3	19
	Filme deutsch	3	1	0	4
	gesamt	14	6	3	23
UCI	Filme Original	1	1	0	2
	Filme deutsch	0	1	0	1
	gesamt	1	2	0	3
Künstlerhaus	Filme Original	1	6	0	7
	Filme deutsch	0	0	0	0
	gesamt	1	6	0	7
Sonstiges	Filme Original	0	5	2	7
	Filme deutsch	0	0	1	1
	gesamt	0	5	3	8

### **C. Zusammenfassung- Abstract:**

Pro Jahr zählen die Wiener Kinos insgesamt rund 5 Millionen Besucher. Dies ist eine beachtliche Zahl. Die Wiener Kinolandschaft ist geprägt von einem breitgefächerten und vielfältigen Angebot an Spielstätten. Befinden sich in den inneren Bezirken vorwiegend kleiner Programmkinos, haben sich seit den 90er Jahren zunehmend große Kinokomplexe, sogenannte Multilexkinos, am Stadtrand angesiedelt. Sie sind es, die die Zuschauerstatistik klar anführen und oftmals die kleinen Programmkinos verdrängen.

Es gibt jedoch einige Programmkinos in Wien, die sich in den vergangenen Jahren etablieren und ihre Zuschauerzahlen halten bzw. sogar ausbauen konnten. Allen voran das Gartenbaukino, das sich durch gute Qualität und Art der Programmierung neben den Multiplexkinos etablieren konnte.

In dieser Diplomarbeit sollen die Unterschiede zwischen den Programmkinos und den Multiplexkinos, sowie deren BesucherInnen, anhand von Gartenbaukino und UCI Millenium City untersucht und herausgearbeitet werden.

Im theoretischen Teil wird das Kinoverhalten der WienerInnen bzw. ÖsterreicherInnen in den letzten Jahren beleuchtet. Anhand von drei Studien aus den 30ern, 80ern und aus dem Jahr 2000 wurden zudem Veränderungen in der Sozialstruktur des Publikums und ihrem Verhalten im Laufe der Zeit betrachtet.

Anhand der BesucherInnenbefragungen vor Ort und anschließender Datenauswertung konnten die Differenzen zwischen den beiden BesucherInnengruppen herausgearbeitet und dargestellt werden. Wie vermutet, unterscheiden sich die beiden BesucherInnengruppen nicht nur in Ihrer Sozialstruktur, sondern auch in ihrem Kinoverhalten, beispielsweise in der Vorliebe der gezeigten Filme.

Das Kino ist noch heute fixer Bestandteil des Kultur-und Freizeitangebotes in Wien. Es ist ein Erlebnis für die breite Masse, allein wo welche Publikumsschicht anzutreffen ist entscheidet die Art der Spielstätte.

## Curriculum Vitae

### Persönliche Daten:

Name: Christin Edlinger

### Ausbildung:

1985-1987: Ecole Maternelle de Paris  
1987-2000: Deutsche Schule Brüssel  
seit 2000: Studium der Theater-, Film- und Medienwissenschaft  
seit 2009: Studium der Biologie  
seit 2011: Ausbildung in Tierpsychologie und Tierkinesiologie  
seit 2012: Ausbildung zur psychologisch orientierten Diplomastrologin  
seit 2010: Laufend Weiterbildung in Tierverhaltenstherapie

### Beruflicher Werdegang:

2001-2003: Interviewtätigkeiten bei Market Mind  
2004-2005: Beschäftigung bei der L14 Messe der AK  
Dat. nicht eruierbar: Interviewtätigkeiten bei OGM