

entertainmentbiz

KOLLEKTIVVERTRÄGE FILM

Kollektivvertragsverhandlungen wurden endlich erfolgreich abgeschlossen **Seite 28**

PUPPEN IM SCHUBERT KINO

Ehemaliges Wiener Pornokino ist jetzt eine starke Spielstätte für Puppentheater **Seite 85**

LUMIX GH3 KINOFILM MIT PANASONIC



© Panasonic

SHORT



© Christine Gockwin

Schwarzsee. Die Acts, die am 1. und 2. August 2014 beim See Rock Festival in der Steiermark antreten (im Bild: Status Quo), sind Rockgeschichte. Hits wie „In the army now“, „Born to be wild“, „I wanna rock“ oder „Don't gimme that“ sind internationale Ohrwürmer und erzielen YouTube-Klicks in Millionenhöhe.

Um live dabei sein zu können, sollte man sich bis zum 31.12.2013 ein Ticket in der gewünschten Kategorie zum „Early Bird“-Preis (minus 10%) bei oeticket.com oder in allen Raiffeisen-Filialen sichern.

www.schwarzsee.at



© panthermedia.net/Tyler Olson

San Francisco. Nur vier Prozent der Kinder nutzen E-Reader, wie eine Studie von Common Sense Media ermittelt hat. Das liegt aber nicht daran, dass Kinder die Leselust verloren haben: 60% aller Kinder unter neun Jahren lesen täglich oder bekommen vorgelesen.

Das Lesen in einem Buch ist auch eine wichtige haptische Erfahrung, und die physische Nähe spielt dabei eine große Rolle, wie Caroline Knorr von Common Sense Media der *Washington Post* in einem Interview erzählt: „Das gemeinsame Lesen stärkt die Eltern-Kind-Beziehung.“

commonsensemedia.org

Junges Publikum kann sich Kino nicht leisten



© Universal Pictures

Das Formel 1-Kinodrama „Rush“ hat am Startwochenende den ersten Platz in den österreichischen Kinocharts belegt.

Filmfonds Wien Medienhaus Wien-Studie über Nutzung des österreichischen Films durch 14- bis 29-Jährige belegt: Die Jugendlichen fühlen sich durch heimische Produktionen nur selten angesprochen. Außerdem ist ihnen Kino zu teuer. **Seite 28**

INHALT

tv,dvd & kino

- > Attraktiv: Koop zwischen A1 TV und Sky Österreich 29
- > Biopic: Tina Leisch-Kinodoku über einen Politmord 30
- > Constantin Film: Hitler-Satire kommt 2015 ins Kino 30

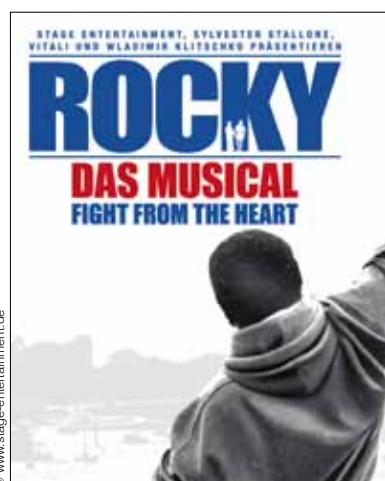
tonträger & konzert

- > Amazon & Co.: Zuwächse bei Online-Ticket-Verkäufen 32
- > MTV EMA: Quotientief bei den Music Awards 33

gaming & betting

- > Sony PS: Erfolgreicher Start der neuen Konsolen 34
- > Hardware: Video-Recorder für Gaming-Konsolen 34

„Rocky – das Musical“ Hamburger Show erfolgreich Deutsche Produktion in New York



© www.stage-entertainment.de

Noch nie hat es eine deutsche Show in das Mutterland des Musicals geschafft.

Hamburg/New York. Die von Stage Entertainment Deutschland kreierte Produktion „Rocky“ (nach dem Sylvester Stallone-Boxerfilm) ist das erste deutsche Musical, das es schafft, am New Yorker Broadway aufgeführt zu werden. Im März 2014 wird die Show im Winter Garden Theater in New York Premiere feiern.

„Das ist ein Meilenstein für Stage, für die Kulturstadt Hamburg und für das Musical-Genre insgesamt“, betont Johannes Mock-O'Hara, Stage Entertainment Deutschland-GF und Produzent von „Rocky – das Musical“.

www.stage-entertainment.de

Nachwuchsförderpreis 18-jähriger Fagottist überzeugte Casinos Austria Rising Star Award



© Mike Ranz

Casinos Austria Rising Star Award 2013 Preisträger Raffaele Giannotti.

Wien. Unter großen Ovationen wurde der erste Casinos Austria Rising Star Award feierlich verliehen. Der 18-jährige Fagottist Raffaele Giannotti überzeugte im Finale die hochkarätige Jury mit einer ausgezeichneten musikalischen Darbietung.

„Wir haben erlebt, wie hoch das Niveau der Musik-Nachwuchstalente ist und was Spielfreude ist. Es war faszinierend, den Künstlern und Künstlerinnen zuzuhören und sich in ihren Bann ziehen zu lassen“, so Casinos Austria-Vorstandsdirektor und Rising Star-Initiator Dietmar Hoscher.

www.casinos.at

KOMMENTAR

TV-Sender bietet Social Media an



GEORG BIRON

Das wird auch bei uns in Europa kommen: Der indische TV-Sender Airtel Digital reagiert auf das geänderte Nutzungsverhalten des Publikums und bietet ab sofort Twitter-Funktionen direkt beim Fernsehen an. Damit können die Zuseher ihre Lieblings-sendungen kommentieren und mit Freunden teilen.

Den grünen Knopf auf der Fernbedienung zu drücken, reicht aus, um Twitter-Meldungen zu lesen und zu verfassen. Der Service des indischen Senders ist für die Kunden kostenlos und existiert derzeit auf ausgewählten Kanälen; weitere sollen folgen.

Allein die Zahl der Twitter-Follower beträgt in Indien geschätzte 15 Mio.

Und 96% aller indischen Social-Media-Nutzer haben einen Facebook-Account. Analysen haben ergeben, dass Facebook von 19,8 Mio. Usern über das eigene Smartphone aufgerufen wird – Tendenz steigend.

Das erinnert mich an die Eröffnung der Frankfurter Buchmesse im Jahr 1985, bei der ein US-amerikanischer Professor für Kommunikationswissenschaft, Neil Postman, eine vielkritisiertere Rede hielt. Titel: „Wir amüsieren uns zu Tode“.

Aber angesichts der neuen Trends (und des aktuellen Weihnachtsgeschenke-Angebots) frage ich mich, ob Postman recht hatte: „Fernsehen wurde nicht für Idioten erschaffen – es erzeugt sie.“

ORF Radio & Fernsehen Neues Gesicht am Mittwoch

Wien. Cornelia Vospernik wird ab 8. Jänner 2014 das ORF-TV-Auslandsmagazin „Weltjournal“ präsentieren. Sie wird weiterhin als Moderatorin der Ö1-Journale tätig sein.

Vospernik, 1969 in Villach geboren, wuchs zweisprachig auf und besuchte das Gymnasium für Slowenen in Klagenfurt.

www.orf.at



Cornelia Vospernik moderiert ab 8. Jänner 2014 das ORF „Weltjournal“.

Filmfonds Wien Studie von Medienhaus Wien über Nutzung des österreichischen Films durch 14- bis 29-Jährige

Österreichischer Film ist bei Jugendlichen gefragt

Kinobesuch wird von der Zielgruppe als sozialer Event mit Folgekosten (z.B. für Getränke) gesehen.

GEORG BIRON

Wien. „14- bis 29-jährige Wiener sehen österreichischen Film grundsätzlich mit Interesse, fühlen sich aber nur selten persönlich angesprochen. Sie werden zu wenig in jenen medialen Räumen abgeholt, in denen sie sich aufhalten – vor allem nicht im Web 2.0“, so Studienleiter Andy Kaltenbrunner vom Medienhaus Wien, der jetzt die Ergebnisse des Forschungsprojekts „Junge WienerInnen – Wiener Kino“ im Rahmen einer Podiumsdiskussion im Presseclub Concorcia präsentierte.

„Für uns als Förder-einrichtung stellt sich die Frage nach dem Verhalten des ‚Digital Native‘ als Kinobesucher ganz besonders.“

GERLINDE SEITNER
GF FILMFONDS WIEN

Das Forschungsprojekt im Auftrag von Filmfonds Wien ging der Frage nach, wie attraktiv der österreichische Film für Junge ist. Woher wissen sie, was läuft? Im Kino und auf anderen Kanälen?

Dazu hat das Medienhaus Wien Experten- und Publikumsinterviews nach den Starts neuer österreichischer Kinofilme gemacht und eine breite repräsentative Befragung (N=300) unter 14- bis 29-Jährigen in Wien durchgeführt.



Die aktuelle Studie zeigt: Kinobesuche werden von 65% der Teenager zwischen 14 und 19 Jahren als zu teuer eingestuft.

„Die jüngeren Zielgruppen stellen im derzeitigen und zukünftigen Kulturbetrieb eine Schlüsselgruppe dar. Es ist daher besonders wichtig, diese Publikumsschichten stärker in den Fokus zu rücken“, so Kulturstadtrat Andreas Mailath-Pokorny.

Älteres Arthouse-Publikum

„Für uns als Fördereinrichtung stellt sich die Frage nach dem Verhalten des ‚Digital Native‘ als Kinobesucher ganz besonders“, ergänzt Gerlinde Seitner, GF des Filmfonds Wien. „Beim zumeist älteren Arthouse-Publikum verfügen wir über genügend Erfahrungswerte, bei den jüngeren Schichten gibt es Forschungsbedarf.“

Einige Eckdaten aus der Studie: Um sich über aktuelle Filme zu informieren, nutzen junge Leute vor allem audiovisuelle Quellen wie Trailer (81%) und vertrauenswürdige Quellen wie persönliche Empfehlungen (65%).

Filme online konsumieren

Printmedien sind für diese Altersgruppe hingegen kaum noch relevant.

Junge Wiener, die regelmäßig ins Kino gehen, nutzen häufig auch andere Möglichkeiten des Filmkonsums – online bereits fast ein Drittel via Streaming, ein Fünftel mittels Downloads. Gleichzeitig gibt es bei den 14- bis 29-Jährigen eine Gruppe, die wenig Interesse an

(österreichischem) Film hat – weder im Kino noch in TV, auf DVD oder via Internet.

Kampagnen für Filmstarts

Gerade beim jungen Publikum kann noch viel unausgeschöpftes Potenzial geortet werden. Das könnte über individuell gestaltete, möglichst langfristige Kampagnen erreicht werden, die sich an den Alleinstellungsmerkmalen der einzelnen Filme orientieren. Generell spielt der Social-Media-Bereich eine wichtige Rolle – Stichwort „Storytelling“.

Die Studie ist im Internet abrufbar unter:

www.filmfonds-wien.at/presse/publikationen

Film and Music Austria Die Kollektivvertragsverhandlungen der Filmindustrie wurden erfolgreich abgeschlossen

2,4% KV-Erhöhung für die Filmschaffenden

Wien. Die erste Runde der Kollektivvertragsverhandlungen am 26. September wurde im Hinblick auf die schwierige wirtschaftliche Lage der Filmproduktionswirtschaft – insbesondere ausgelöst durch die damals drohenden Einschränkungen des ORF-Programmbudgets zugunsten unabhängiger Produktionen (Stichwort: Gebührenrefundierung) – mangels Einigung verschoben.

In der darauf folgenden zweiten Runde am 21. November 2013 einigten sich die Delegationsgremien der Kollektivvertragsverhandler des Fachverbands der Film- und Musikindustrie auf Arbeitgeberseite einerseits und des österreichischen Gewerkschaftsbunds (Gewerkschaft der Gemeindebediensteten, Kunst, Medien, Sport, freie Berufe) auf der Arbeitnehmerseite schließlich auf eine

Erhöhung von bescheidenen 2,4% auf die kollektivvertraglichen Mindestgehälter.

„Dieser Kollektivvertragsabschluss spiegelt die schwierige, unsichere Lage der Branche wider und nimmt auf die Abschlüsse vergleichbarer Branchen und den voraussichtlichen Jahres-VPI-Index durchaus Bedacht“, sagt Werner Müller, WKO Fachverband Film- und Musikindustrie.

Arbeitsrechtliche Prozesse

Die Kollektivvertragsparteien kamen überein, in einem dynamischen Prozess künftige zu erwartende urheber- und arbeitsrechtliche Entwicklungen zu beobachten und gegebenenfalls auch inhaltliche Adaptionen im Kollektivvertrag vorzunehmen, soweit sich dies als notwendig erweist.

Aktuelle Entwicklungen z.B.: Bei den unterschiedlichen Berufsbildern, die auch durch den Übergang von analogen auf digitale Arbeitsprozesse verursacht sind, soll in Hinkunft mittels regelmäßiger Arbeitsgespräche diskutiert wer-

den; gegebenenfalls müssen die Rahmenbedingungen inhaltlich neu angepasst werden.

Internationale Erfolge

Die österreichische Film- und Musikindustrie verzeichnete in den letzten Jahren eine immens erfolgreiche Periode – internationale Festivalerfolge, gekrönt durch den Auslandsoscar, Erfolge bei Publikum, Kino und TV. Gleichzeitig repräsentiert die österreichische Film- und Musikindustrie mehr als 4.000 engagierte Unternehmen, garantiert die direkte Beschäftigung von mehr als 5.000 Kreativen, indirekt viele weitere daran gekoppelte Bereiche (Pressewerke, Kostümwerkstätten, Kopieranstalten, Tourismusbetriebe usw.) und kreiert somit ökonomische sowie kulturelle Wohlstandseffekte.

Die neuen KV-Tabellen werden demnächst auf den Internetseiten der Kollektivvertragsparteien veröffentlicht:

www.filmundmusicaustria.at/kollektivvertraege.html



Erfolgreich: Emmy Award für den österreichischen Film „Das Wunder von Kärnten“.