

DO'S AND DON'TS
FÜR DEN NO-BUDGET-
EIGENVERLEIH*



DO'S AND DON'TS FÜR DEN NO-BUDGET-EIGENVERLEIH*

Den eigenen Spiel- oder Dokumentarfilm selbst ins Kino** bringen – ohne Verleih, ohne Förderung, und mit wenig Budget

von Dr. Julia Dordel & Guido Tölke

Design & Layout: Juliane Block

WARUM DIESER LEITFADEN?

Immer wieder erreichen uns Fragen wie: „Wie bringe ich meinen Film ohne klassischen Verleih ins Kino?“ oder „Wie geht das eigentlich – Eigenverleih?“

Dieser Leitfaden soll eine erste Orientierung für alle Filmschaffenden bieten, die ihren Film eigenständig ins Kino bringen möchten – insbesondere mit sehr kleinem oder gar keinem Budget. Wer größer denkt, kann jederzeit skalieren: Die Abläufe bleiben im Kern gleich.

Der Leitfaden ist kein vollständiges Handbuch, sondern ist bewusst kompakt gehalten. Er vermittelt aber dennoch die Grundprinzipien und Schritte um loslegen zu können.

Dieser Leitfaden wurde im Rahmen des Film & Medienbüro Niedersachsen e.V. veröffentlicht, um unabhängigen Filmschaffenden praktische Unterstützung beim Eigenverleih zu bieten. Für Rückfragen, Ergänzungen oder eigene Erfahrungen zum Thema:

Dr. Julia Dordel
dordel@filmbuero-nds.de

*No-Budget-Eigenverleih heißt nicht, dass keine Kosten entstehen. Es bedeutet: kein verfügbares Marketing- oder Verleihbudget.

**Digitale Auswertung (VoD, EST, DVD etc.) ist hier nicht Thema, sollte aber von Anfang an mitgedacht werden. Ein Kinostart kann wichtige Sichtbarkeit und Presse generieren, die später digitale Verkäufe unterstützt.

INHALTSVERZEICHNIS

Warum dieser Leitfaden?	2
Inhaltsverzeichnis	3
Was macht ein Verleih eigentlich?	4
Die Hybridvariante: Booking & Billing als Dienstleistung einkaufen	
Exkurs: Festivals & Märkte vor dem Kinostart	5
Kontakt zu Kinos - Gar nicht so einfach	
Wie du Kinos erreichst - Tipps aus der Praxis	
Regionalität & Filmgespräche: Dein größter Hebel	6
Recherche: Wo finde ich (passende) Kinos?	7
Wer bucht eigentlich die Filme?	
Was Kinos brauchen, um zu buchen	8
Was du brauchst, um deinen Film verleihen zu können	
Kinoauswahl strategisch treffen	10
Wo dein Film gelistet sein muss - für Sichtbarkeit im Kinonetzwerk	
Werbung für deinen Film - Wenn du es nicht machst, macht es niemand	12
Pressearbeit im Eigenverleih - Kontrolle behalten anstatt Kontrolle abzugeben	13
Meldepflicht an die FFA - nicht vergessen!	14
Wie kommt dein Film ins Kino? DCP-Auslieferung und digitale Distribution	15
Die Terminbestätigung (TB) - Das Herzstück deiner Kinoauswertung	16
Einnahmen & Abrechnung - Was du erwarten kannst	
Wie läuft die Abrechnung ab?	17
Schlusswort	
Danksagung	
Anhang Terminbestätigung (Beispiel)	18

WAS MACHT EIN VERLEIH EIGENTLICH?

Ein klassischer Filmverleih übernimmt in der Regel folgende Aufgaben:

- Booking und Billing: Ansprache und Koordination mit den Kinos sowie Abrechnung der Einnahmen
- Pressearbeit: Kontakt zu Redaktionen (Print & Online), Versenden von Presseheften, Interviews
- Marketing: Bewerbung des Films – online, offline, durch Events oder bezahlte Werbung
- Technik und Logistik: DCP-Erstellung

und Verschickung, Plakatdruck, Trailer-Ausspielung

- ggf. Synchronisation erstellen (bei fremdsprachigen Filmen)
- Etc., etc...

Wenn du keinen Verleih findest und deinen Film trotzdem ins Kino bringen möchtest musst du all diese Aufgaben selbst stemmen. Das ist möglich – aber sei dir bewusst, dass du dies mit begrenzten finanziellen und zeitlichen Mitteln nur in einem überschaubaren Umfang schaffen kannst.

DIE HYBRIDVARIANTE: BOOKING & BILLING ALS DIENSTLEISTUNG EINKAUFEN

Wenn du den Eigenverleih nicht komplett allein stemmen willst, gibt es eine Zwischenlösung: Manche Verleiher oder Agenturen bieten Booking & Billing (und oft auch noch Presse und Marketing im Baukastensystem – du buchst, was du benötigst) als reine Serviceleistung an.

Das bedeutet: Du bleibst Rechteinhaber*in und steuerst Presse, Marketing und Präsenz vor Ort selbst – die Agentur übernimmt aber die Kinoansprache, das Terminmanagement und die Abrechnung.

Mögliche Anbieter für diesen Service:

- Verleiher mit Booking/Billing-Angebot sind z.B.:
 - Im Film
 - Camino Filmverleih
- Spezialisierte Booking- und Billing-Agenturen sind z.B.:
 - 24 Bilder
 - Die Filmagentinnen

Die Hybridvariante ist vor allem dann sinnvoll, wenn du wenig Erfahrung oder Zeit hast, aber über die finanziellen Ressourcen verfügst, um auf diese Weise trotzdem möglichst viele Kinos zu erreichen.

VORTEILE:

- Deutlich weniger organisatorischer Aufwand für dich
- Die Agenturen verfügen über bestehende Kontakte zu Kinos und Disponent*innen
- Abrechnung inklusive Mahnwesen wird professionell abgewickelt
- Du kannst dich stärker auf Pressearbeit, Marketing und Q&As konzentrieren

NACHTEILE:

- Der Service kann mehrere tausend Euro kosten (i.d.R. eine Flatfee plus Erlösbeteiligung)
- Ob sich das finanziell lohnt, hängt stark von Genre, Reichweite und Besuchszahlen deines Films ab

EXKURS: FESTIVALS & MÄRKTE VOR DEM KINOSTART

Ein Kinostart sollte idealerweise nicht der erste öffentliche Auftritt eines Films sein. Viele Festivals und Filmmärkte nehmen nur Filme an, die noch keinen Kinostart hatten – mit wenigen Ausnahmen. Wer zu früh ins Kino geht, schließt sich also u. U. von wichtigen Sichtungs- und Karrierechancen aus.

Empfehlung:

Zuerst versuchen, auf relevanten Festivals (neben den großen A-Festivals z.B. auch Genre-Festivals oder regional passende) zu laufen und auf Filmmärkten (wie *Marché du Film (Cannes)*, *European Film Market (Berlinale / EFM)*) zu screenen – das kann dem Film

Sichtbarkeit, Presseinteresse und im besten Fall Auszeichnungen oder Verleih- oder Vertriebsvereinbarungen bringen. Das erzeugt wiederum eine positive Erwartungshaltung beim Kinopublikum und kann die Pressearbeit stärken.

WICHTIG ZU WISSEN:

Einmal im Kino gestartet, ist die Tür für viele Festivals und Märkte fast vollständig geschlossen. Lieber mit strategischer Geduld arbeiten und die richtigen Fenster nutzen – das zahlt sich langfristig aus.

KONTAKT ZU KINOS – GAR NICHT SO EINFACH

In Deutschland gibt es über 1.600 Kinos – darunter viele Programmkinos, aber auch kleine kommunale Häuser und Arthouse-Spielstätten. Leider gibt es keine öffentlich gepflegte Datenbank, in der alle Ansprechpartner*innen für das Booking (inkl. E-Mail und Telefonnummer) gelistet sind.

WICHTIG ZU WISSEN:

Verleiher*innen besitzen ihre eigenen Listen mit ihren Ansprechpartner*innen – diese gelten in der Branche jedoch als Betriebsgeheimnis und werden nicht herausgegeben. Wer eigenständig arbeitet, muss sich die Kontakte mühsam selbst aufbauen.

WIE DU KINOS ERREICHST – TIPPS AUS DER PRAXIS

Ein Direkter Draht ist entscheidend. Die größte Herausforderung im Eigenverleih ist oft die Kontaktaufnahme mit den richtigen Ansprechpartner*innen in den Kinos. Auf den Websites findet man selten direkte Booking-Kontakte.

Massenmails bringen wenig

Standardisierte E-Mails an „info@...“-Adressen landen oft im Papierkorb. Eine persönliche Ansprache ist entscheidend – idealerweise telefonisch oder über direkte Kontakte.

Was hilft:

- Gezielte Telefonate sind fast immer effektiver als E-Mails – gerade kleinere Kinos reagieren besser auf persönliche Ansprache
- Geduldig sein: Rückmeldungen kommen oft spät oder nur nach mehrmaligem Nachfragen (schriftlich und telefonisch)
- Branchenverzeichnisse wie das Kinohandbuch von *Blickpunkt Film* (zuletzt 2022 erschienen) oder das Open-Source-Projekt *allekinos.de* können bei der Orientierung helfen – auch wenn

sie keine direkten Kontakte enthalten (weitere s.u.)

- Trailer schlägt Screener: Oft entscheiden Kinobetreibende anhand des Trailers – ganze Screener werden eher selten gesichtet. Dennoch ist es ratsam, bei Interesse einen Sichtungslink parat zu haben.
- Persönliche Kontakte nutzen: Frag dich: Kenne ich jemanden, der ein Kino betreibt – oder jemanden, der jemanden kennt?

WICHTIG ZU WISSEN:

Hab realistische Erwartungen! Auch wenn ein Kino deinen Film bucht, bedeutet das oft nur eine einzelne oder wenige Vorstellungen – z. B. freitags oder samstags spät. Das ist normal. Gerade im Eigenverleih ist es nicht die Regel, dass ein Film in die tägliche Dauerschleife geht. Wenn er sich gut schlägt, können Folgevorstellungen oder Wiederholungen dazukommen – aber zu Beginn heißt es: klein denken, realistisch planen

REGIONALITÄT & FILMGESPRÄCHE: DEIN GRÖßTER HEBEL

Kinos buchen lieber Filme, wenn ein klarer regionaler Bezug besteht – das kann z. B. sein:

- Drehorte in der Umgebung
- Schauspieler*innen oder Teammitglieder aus der Region
- Die Regie oder Produktion stammt aus der Gegend

Noch stärker wird das Angebot, wenn du ein Filmgespräch vor Ort anbietest. Viele Programmkinos schätzen den persönlichen Austausch mit dem Publikum und bewerben solche Termine gezielt. Das steigert nicht nur die Chancen auf eine Buchung, sondern auch auf ein gut besuchtes Screening.

WICHTIG ZU WISSEN:

Filme mit angekündigtem Filmgespräch werden zwar lieber gebucht, aber nicht automatisch vom Kino organisiert. Viele Häuser vergessen den Termin im Alltagstrubel, oder es geht intern unter. Daher: Unbedingt selbst aktiv bleiben, frühzeitig telefonisch bestätigen, am besten mehrmals erinnern – und nicht davon ausgehen, dass ein Empfangskomitee auf dich wartet.

Tipp: Für besondere Termine oder regionale Bezüge lohnen sich zusätzliche Aushang-Materialien. Zum Beispiel DIN-A4-Streifen mit Aufdrucken wie:

„Mit Filmgespräch“,
„Gedreht in der Region“,
„Nur am 12.10. – exklusiv mit Regie“,
„Mit Schauspieler*innen vor Ort“

Diese kannst du dem Kino vorgefertigt schicken – am besten passend zu deinem Posterdesign.

Denn: Nicht alle Kinos machen so etwas eigenständig. Und wenn nichts am Aushang steht, weiß auch niemand, dass der Termin / die Veranstaltung etwas Besonderes ist.

RECHERCHE: WO FINDE ICH (PASSENDE) KINOS?

Es gibt keine zentrale, öffentlich gepflegte Liste mit direkten Ansprechpartner*innen für Booking & Disposition. Dennoch helfen dir folgende Quellen für den Einstieg:

Kinoverzeichnisse (mit Einschränkungen)

- allekinos.com → Bietet eine einfache Übersicht über Kinos nach Städten sortiert. Achtung: Die Seite ist nicht immer aktuell, enthält keine Ansprechpartner*innen und hat kein Impressum.
- kinobuero.com – [Mitgliederliste](#) → Führt freie Kinobetreiber*innen auf, meist kleinere Häuser. Keine direkten Kontaktangaben – aber ein guter Ausgangspunkt zur Recherche. Nicht immer aktuell.

Kinoverbände

- *HDF Kino e.V.*
→ Größter Branchenverband, v. a. kommerzielle Kinos.
→ Website: <https://hdf-kino.de/>
- *AG Kino – Gilde*
→ Verband der Arthouse- und Programmkinos, besonders relevant für den Eigenverleih.
→ Mitgliederliste: <https://www.agkino.de/mitglieder/mitgliedskinos/>
- *BkF – Bundesverband kommunale Filmarbeit*
→ Netzwerk kommunaler Kinos mit starkem Kulturfokus.
→ Mitgliederliste: <https://www.kommunale-kinos.de/mitglieder/mitgliederliste/>

Verleihverbände & Brancheninfos

- *AllScreens (VdF)*
→ Plattform für Starttermin-Veröffentlichung & Kinoplanung
→ Website: <https://allscreens.de/>
- *AG Verleih*
→ Zusammenschluss unabhängiger Verleiher.
→ Website: <https://ag-verleih.de/>
- *Programmokino.de* – Brancheninfos
→ Umfangreiche Linkliste zu Verleihern, Verbänden & Brancheninfos.
→ <https://www.programmokino.de/brancheninfos/>
- *Kinoleitfaden.de* – Kapitel Filmbestellung
→ Übersicht zur Filmbestellung aus Sicht der Kinos, sehr verständlich aufbereitet
→ <https://kinoleitfaden.de/kapitel/die-filmbestellung>

Diese Seiten helfen dir, einen Überblick über die Kinolandschaft zu gewinnen und gezielt Häuser anzusprechen, die zu deinem Film passen könnten.

WICHTIG ZU WISSEN:

Direkte Ansprechpartner*innen und E-Mail-Adressen musst du dir weiterhin selbst erschließen – durch Telefonate, Netzwerk oder persönliche Empfehlung.

WER BUCHT EIGENTLICH DIE FILME?

- In kleineren Kinos: oft die Geschäftsführung selbst
- In Programmkinos: sogenannte Disponent*innen oder Programmierer
- In vielen Fällen läuft die Buchung über zentrale Stellen wie König FilmDisposition*

** Eine wichtige Marktrolle spielt König FilmDisposition. Viele Kinos lassen von König das Programm und die Abrechnung (oder auch nur letzteres) erstellen. Es lohnt sich, mit König in Kontakt zu treten – besonders auch als kleine Produktion, damit sie einen auf dem Schirm haben.*

WAS KINOS BRAUCHEN, UM ZU BUCHEN

- Einen starken Trailer: Viele Entscheider*innen haben keine Zeit für einen kompletten Screener.
- Screener trotzdem anbieten: Manche fordern ihn gezielt an.
- Weitere Materialien s.u.

WAS DU BRAUCHST, UM DEINEN FILM VERLEIHEN ZU KÖNNEN

Um deinen Film eigenständig ins Kino zu bringen, solltest du einige Materialien und Voraussetzungen bereitstellen.

1. Technische Formate

- DCP des Films.
- DCP des Trailers

2. FSK-Freigabe (Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft)

- In der Regel erforderlich für die Kinoauswertung – auch bei Dokumentarfilmen (Ausnahmen möglich)

3. Werbematerial

- Poster in A1 (Standardgröße)
Optional: A0 (nur auf Anfrage – Druck und Versand sind teuer)
- Digitales Material als Download (z. B. über eine versteckte Seite deiner Website):
 - Plakat als PDF/JPG (zusätzlich einmal als jpg in 1080x1920 für die digitalen Monitore am Eingang (Hochformat!).
 - Trailer als MP4
 - Stillfotos
 - Kurze Inhaltsangabe
 - ggf. Presstext

TIPP: Lass den Trailer idealerweise ebenfalls mit FSK prüfen. Ein FSK-12-Trailer für einen FSK-18-Film ermöglicht Einsätze auch vor anderen (jugendfreien) Filmen – und erhöht so deine Reichweite enorm.

TIPP: Presse und Kinos können denselben Link nutzen – am besten mit privatem Link und nicht öffentlich auffindbar.

EXKURS: DCP – KEINE KOMPROMISSE BEIM VORFÜHRMATERIAL

Eine DCP (Digital Cinema Package) ist das Standard-Vorführformat in Kinos – und gleichzeitig eine potenzielle Fehlerquelle, wenn es nicht sauber produziert wurde.

- Professionelle Erstellung: Lass die DCP von einem darauf spezialisierten Studio oder Postproduktionshaus anfertigen. Selbsterstellte DCPs mit Gratis-Software sind riskant (aber möglich)
- Kompatibles Format und Ton: die Spezifikationen der DCI müssen eingehalten werden. Eine kurze Übersicht gibt es hier: <https://dcpmanufaktur.de/dcp-standards-interop-und-smpte/>
Ein korrekt gemischter Ton versteht sich von selbst.
- Korrekte Benennung: Der Dateiname der DCPs muss dem internationalen DCI-Namensstandard entsprechen, sonst wird er vom Kinoplayer u. U. nicht erkannt.
- Lautstärke absprechen: Frag dein Tonstudio nach einer Lautstärkeempfehlung oder beurteile es selber (wenn du das kannst) nach einem Test im Kino und teile diese Info den Kinos mit – besonders bei Filmen mit starken Dynamiken.
- Testprojektion: Falls möglich, teste das DCP vor dem ersten Einsatz auf einem Standard-Kinoprojektor. Das erspart böse Überraschungen am Premierentag.

4. Sichtungsmöglichkeit

- Screenerlink mit Passwort (z. B. Vimeo)

Die Buchung erfolgt meist auf Basis des Trailers. Ein vollständiger Screener wird nur selten angefragt – aber du solltest ihn anbieten können.

5. Persönliche Angebote

- Filmgespräch vor Ort anbieten, ideal mit regionalem Bezug
- Persönliche Kontakte ins Kino oder Empfehlungen aus dem Netzwerk helfen oft entscheidend weiter

6. Kommunikation & Vertrieb

- Telefonkontakt ist essenziell! Die meisten Buchungen kommen nicht über E-Mails, sondern über direkte Gespräche zustande
- Hartnäckigkeit lohnt sich: Dranbleiben (mehrfaches Nachfragen nach einer ersten Interessensbekundung von Seiten der Entscheider*innen haben nach unserer Erfahrung immer zu einer Buchung geführt!)

EXKURS: FSK – ALTERSFREIGABE IM EIGENVERLEIH

Die FSK-Freigabe ist in Deutschland rechtlich erforderlich, wenn ein Film öffentlich im Kino gezeigt oder beworben werden soll. Das gilt auch für Eigenverleih. Ohne FSK darf ein Film nicht öffentlich vorgeführt werden.

Auch Dokumentarfilme benötigen in der Regel eine FSK-Freigabe. Nur rein schulische Lehr- oder Informationsprogramme sind davon ausgenommen – etwa Unterrichtsfilme. Ein künstlerischer Dokumentarfilm fällt in der Praxis nicht darunter. Die meisten Kinos bestehen auf einer FSK-Kennzeichnung, auch bei unbedenklichen Inhalten.

Der Ablauf:

Einreichung digital und ggf. mit Dialogliste oder Untertiteln (wenn der Film nicht auf Deutsch ist). Die FSK prüft entweder automatisiert (billiger) oder im Gremium. Nach wenigen Tagen erhält man die Freigabe

und Alterskennzeichnung. Achtung: Wenn man durch das automatisierte Tool durchfällt (d.h. die von dir erwartete und im Vorfeld eingetragene Altersfreigabe wurde nicht bestätigt), dann muss der Film ins Gremium (und man muss die Differenz zwischen den (günstigeren) Kosten des Tools und einer Prüfung im Gremium draufzahlen). Bis ein Termin frei ist, dauert es unter Umständen ein paar Wochen. Daher genug Zeit einplanen! Trailer benötigen eine eigene Freigabe. Es empfiehlt sich, eine niedrigere Altersfreigabe für den Trailer anzustreben, damit er im Kino vor möglichst vielen anderen Filmen gezeigt werden kann (z. B. Trailer FSK 12, Film FSK 18).

Kosten:

Berechnen sich nach der Länge (siehe auch FAQ der FSK: <https://www.fsk.de/faqs/>)

TIPP: Bei einer zu erwartenden sehr kleinen Auswertung (z. B. unter fünf Kinokopien) kann auf Antrag eine Gebührenermäßigung gewährt werden. Wichtig ist dabei die direkte Nachfrage per Email an die FSK.

WICHTIG ZU WISSEN:

FSK 18 muss kein Nachteil sein. Gerade im Horror- oder Genrekino wird FSK 18 von bestimmten Zielgruppen als Qualitätssiegel wahrgenommen.

KINOAUSWAHL STRATEGISCH TREFFEN

Achte bei der Auswahl auf:

- Genreaffinität (gibt es vergleichbare Filme im regulären Angebot?)
- Regionalität
- Zielpublikum des Kinos

Ein kleineres Programmkinos mit persönlicher Handschrift ist oft aufgeschlossener für Eigenverleihfilme als ein großes Haus mit standardisierter Planung.

WO DEIN FILM GELISTET SEIN MUSS - FÜR SICHTBARKEIT IM KINONETZWERK

Damit dein Film im Kinomarkt überhaupt wahrgenommen und technisch buchbar ist, muss er in bestimmten Datenbanken gelistet sein. Viele Kinos, Disponent*innen und Kassensysteme greifen automatisch auf diese Einträge zurück. Fehler oder Lücken in der Erfassung können sich

direkt auf deine Buchungen auswirken.

AllScreens – offizielle Startterminliste

Trage deinen Film zeitnah bei [AllScreens](#) ein – mit dem geplanten Kinostartdatum.

WICHTIG ZU WISSEN:

- Der offizielle Kinostart sollte immer ein Donnerstag sein (Beginn der Kinowoche).
- Auch wenn deine Premiere an einem anderen Tag stattfindet, ist der darauffolgende Donnerstag als offizieller Start sinnvoll.

AllScreens ist öffentlich sichtbar und wird regelmäßig von Kinos und Disponent*innen zur Planung genutzt.

Comscore (ehemals Rentrak) – die zentrale Referenzdatenbank

Comscore vergibt deinem Film eine eindeutige Filmnummer (ID), unter der er in allen relevanten Systemen geführt wird – inklusive:

- Titel
- Lauflänge
- Sprache/Fassung
- Genre
- ggf. Cast & Crew

Diese Angaben werden von vielen anderen Plattformen automatisch übernommen.

TIPP: Achte schon bei der Erstanmeldung darauf, dass alle Daten korrekt sind. Ein Fehler kann sich sonst durchziehen und ist später schwer zu korrigieren.

Viele Datenbanken beziehen nach unserer Information ihre Infos von *Comscore*.

Laut Rückmeldung von mehreren Kinobetreiber*innen beziehen diese Systeme ihre Basisdaten direkt oder indirekt von Comscore:

- *Cineweb (Krankikom)*
→ Filminfos per Mail an: filmbeschreibung@krankikom.de
→ Korrekturen an: service@cineweb.de
→ Viele Kinowebsites ziehen ihre Filmbeschreibungen, Cast-Angaben und Laufzeiten direkt von dort.
- *Cinemao*
→ Weitere häufig genutzte Plattform für Kinosysteme, keine direkte Eingabemöglichkeit, aber reagiert auf Korrekturanfragen.

- *Compeso*
→ Kassensystem und Dispositionssoftware für viele Kinos.
→ Auch hier werden oft die Daten aus anderen Quellen übernommen – trotzdem lohnt sich bei Fehlern ein direkter Kontakt.

TIPP: Es lohnt sich, kleine Fehler (z. B. falsche Laufzeit, Schreibfehler im Titel) frühzeitig zu melden, bevor sie sich durch die Kinopläne ziehen. Alle genannten Plattformen reagieren erfahrungsgemäß schnell und freundlich auf Korrekturanfragen.

IMDb & TMDb – wichtig für Presse, Sichtbarkeit & Online-Auswertung

- *IMDb (Internet Movie Database)*
→ International bekannt, hohe Google-Relevanz
→ Wichtig für Presse, Zuschauer*innen, Google-Suchergebnisse
→ Keine Rolle bei Kinobooking – aber empfehlenswert für Onlinepräsenz
- *TMDb (The Movie Database)*
→ Open-Source-Plattform mit wachsender Relevanz
→ Wird von Presseportalen, Apps und Mediatheken aktiv genutzt
→ Viele Pressestellen greifen auf TMDb-Daten zurück, etwa für Inhalte, Cast, Laufzeiten oder Posters
→ Unbedingt vollständig und korrekt pflegen

TIPP: Pflege sowohl *IMDb* als auch *TMDb* mit vollständigen und gut aufbereiteten Inhalten (Poster, Trailer, Kurzinhalte, Cast, Regie, Laufzeit). Für das Publikum und die Presse ist das oft die erste Anlaufstelle – selbst wenn die Buchung im Kino über andere Wege läuft.

EXKURS: KEIN PARALLELES STREAMING!

Kein paralleler VOD-Start. Kino braucht Exklusivität – sonst ist der Platz auf dem Spielplan schnell weg.

Viele Kinobetreiber*innen erwarten eine exklusive Auswertung – zumindest für einen bestimmten Zeitraum. Sobald sie erfahren, dass der Film zeitgleich oder sogar vor Kinostart online verfügbar ist oder sein wird, sinkt das Interesse rapide.

Eigenverleih funktioniert also nur, wenn du das Kino als erste Verwertungsstufe behandelst. Auch das bloße Signal, dass du „zweigleisig fahren“ möchtest (gleichzeitig Kino und Streaming), kann den Eindruck vermitteln, dass das Kino für dich zweitrangig ist. Das wirkt abschreckend – besonders bei kleineren Programmkinos, die bewusst kuratieren und sich gegen den Streamingdruck behaupten.

Viele gehen davon aus, dass Kinos Werbung für deinen Film machen. Die Realität: In der Regel machen die Kinos wenig bis gar nichts.

Die Bewerbung liegt also (fast) komplett bei dir – und ohne Werbung kommt kaum jemand ins Kino.

Was du tun kannst – und was wirklich etwas bringt

Eigenes Netzwerk aktivieren

- Persönliche, wiederholte Ansprache: Familie, Freund*innen, Kolleg*innen, Bekannte bitten, die Posts zu teilen oder in WhatsApp-Status, Telegram-Gruppen etc. zu posten
- Lokale Vereine, Hochschulen, Kultureinrichtungen kontaktieren

Kooperationen (Verlosung von Freikarten und/oder Giveaways)

- Lokale Radiosender
- Lokale Presse (!), Stadtmagazine oder Universitätszeitungen ansprechen
- Pressestelle deiner Förderanstalt (falls du Förderung für Drehbuch oder Produktion, etc. bekommen hast)
- Lokale oder thematische Multiplikatorinnen (Influencer*innen, Blogger*innen, Aktivist*innen) direkt anschreiben
- Fahrgastfernsehen (z. B. in U-Bahn, Bus oder Bahn, wo möglich)

Kreative Aktionen

- Nutze das Wissen und die Kreativität deines Netzwerks (z.B. einen Hackathon für Social-Media-Ideen, Guerillamarketing, weiteres...)

Social Media – Zielgruppenorientiert denken

- Welche Plattform passt zu deinem Filmgenre & deiner Zielgruppe?
→ *TikTok* für jüngeres, kreatives Publikum
→ *Instagram* für visuelle & emotionale Ansprache
→ *Facebook* für Gruppen & lokale Zielgruppen
- Nutze thematische Gruppen:
→ Bei Horrorfilmen z. B. LARP-Communities, Genrefilm-Gruppen, Cosplay-Szenen, Heavy Metal Communities
→ Bei Dokus: Aktivismusgruppen, Bildungsforen etc.
→ Bei Familienfilmen: Elternforen, regionale Familienseiten
- Snippets, Shareables aus deinem Film
- Nimm etwas Marketing-Geld in die Hand und buche Bezahlwerbung auf Social Media, um zum Beispiel ein Kinoevent besonders zu pushen und deine Zielgruppe (Region, Alter, Interessen,...) zu aktivieren. Laut einem Kinobetreiber machen auch schon 50,- Euro einen Unterschied.

WICHTIG ZU WISSEN:

- Poste nicht nur einmal, sondern regelmäßig mit Variationen (Snippets, Teaser, Behind the Scenes, O-Töne)
- Nutze verschiedene Kanäle parallel – ein und derselbe Post funktioniert nicht überall gleich gut
- Call to Action nicht vergessen: „Jetzt Tickets sichern“, „Nur für kurze Zeit im Kino“, „Komm zum Filmgespräch!“

EXKURS: KINOTOUR – AUF DEUTSCHLANDREISE MIT DEINEM FILM

Statt einzelne Filmgespräche zu planen, kannst du auch eine organisierte Kinotour ins Leben rufen – ähnlich wie eine Band. Du fährst mit deinem Film (und idealerweise jemandem aus dem Team) von Stadt zu Stadt, bespielst ausgewählte Kinos und bietest dort jeweils ein Filmgespräch an.

Vorteile:

- Erhöht die Sichtbarkeit deines Films und deiner Person
- Weckt Interesse bei anderen Kinos: „Wenn so viele mitmachen – wir vielleicht auch?“

- Erleichtert Pressearbeit und Social-Media-Kampagnen („Tourdaten“ kommunizieren)

Aber:

- Die meisten Kinos geben dir nur einen Termin
- Logistisch und finanziell aufwendig
- Viel Eigenorganisation nötig (Anfahrt, Übernachtung, Material mitnehmen etc.)

PRESSEARBEIT IM EIGENVERLEIH – KONTROLLE BEHALTEN ANSTATT KONTROLLE ABZUGEBEN

Pressearbeit ist wichtig – aber besser, wenn du sie bewusst steuerst.

Es mag schmeichelhaft sein, wenn Journalist*innen frühzeitig nach einem Screener fragen. ABER: Eine negative Kritik vor dem Kinostart kann deinen gesamten Eigenverleih gefährden. Gerade bei Genrefilmen wie Horror oder Mystery ist das Risiko besonders hoch – viele große Portale stehen solchen Produktionen kritisch gegenüber (besonders in Deutschland).

Das solltest du stattdessen bereitstellen

Erstelle ein sorgfältig zusammengestelltes Pressepaket, das du gezielt an ausgewählte Medien gibst – idealerweise mit Zugriff über eine versteckte Unterseite deiner Website (kann auch in Doppelfunktion als Marketingmaterial für die Kinos benutzt werden).

Das Paket sollte enthalten:

- Kurze Inhaltsangabe
- Presseheft mit professionellen Screenshots / Stills
- Stills und Poster zum Film zum Download
- Vorstellung von Cast & Crew
- Vorformuliertes Interview mit Regie, Produktion oder Darstellenden (gern auch als Zitatkasten aufbereitet)
- Offizieller Trailer in professioneller Qualität (Tonmischung, Bild, Rhythmus!) mit Downloadlink

Ein guter Trailer vermittelt Ton, Stil und Qualität deines Films – ohne die Deutungshoheit aus der Hand zu geben.

Wann (k)einen Screener verschicken?

Wenn du mit kritischer Berichterstattung rechnest (z. B. wegen Genre, Budget o.ä.), zeige den Film nur auf Anfrage und nur gezielt:

- An wohlgesonnene Presse (das ist i.d.R. die lokale Presse – nur weil man freundlich und proaktiv von Kritiker*innen eines überregionalen Magazins oder Webseite angeschrieben wird und nach einem Screener oder einer Pressevorführung (PV) gefragt wird bedeutet das nicht, dass der Film auch positiv besprochen wird.)
- Kinobetreiber*innen / Disponent*innen / Programmierer*innen
- Multiplikator*innen in deiner Zielgruppe

Achtung bei großen Portalen

Sei besonders vorsichtig mit Portalen wie *filmstarts.de* oder ähnlichen Seiten mit großer Reichweite:

- Gerade bei Genrefilmen (Horror, Fantasy, Sci-Fi) ist das Standing dort oft schwach
- Ein Verriss dort kann mehr schaden als nützen

TIPP: Richte dich an spezialisierte Nischenpresse – z. B. Genrefilmmagazine, Genrefilmblogs oder Fanportale. Diese sind offener für kleinere, mutige oder ungewöhnliche Produktionen.

Lokale Presse: unterschätzt aber wirksam und (nach unserer Erfahrung) immer wohlwollend

Die lokale Tageszeitung oder ein Stadtmagazin berichten oft gern über lokale Premieren – besonders mit regionalem Bezug (Drehort, Cast, Regie, Kinostart vor Ort). Hier ist die Chance groß, auf positive Resonanz zu treffen.

Publikum aktivieren: Nach der Premiere zählt jede Stimme

Bitte Menschen, denen dein Film gefallen hat, aktiv darum:

- Sternebewertungen und kurze Rezensionen bei *IMDb*, *TMDB*, *Filmstarts*, *Letterboxd*, ... zu hinterlassen

- Deine Posts in sozialen Netzwerken zu teilen
- Positive Kommentare in den Sozialen Medien zu schreiben

Solche Rückmeldungen verbessern deine Reichweite und Glaubwürdigkeit im Netz erheblich.

MELDEPFLICHT AN DIE FFA – NICHT VERGESSEN!

Sobald dein Film in deutschen Kinos startet und länger als 58 Minuten ist, greift § 164 des Filmförderungsgesetzes (FFG):

Als Verleiher*in bist du verpflichtet, monatlich Besucher*innenzahlen und Umsätze deines Films an die FFA zu melden. Das gilt auch im Eigenverleih – unabhängig davon, wie viele Vorstellungen oder Kopien es gibt.

Die Meldung muss jeweils bis zum 20. des Folgemonats erfolgen (z.B. für Juni-Vorstellungen ist die Meldung bis spätestens 20. Juli abzugeben).

TIPP: Bei kleinen Besucherzahlen / wenigen Kinovorstellungen kann mit der FFA nach vorheriger Absprache ein vereinfachter Meldemodus abgestimmt werden.

Folgende Angaben sind erforderlich:

- Filmtitel und Kinostart-Datum
- Herkunftsland/-länder
- Anzahl der eingesetzten Kopien
- Filmgenre
- Besucher*innen im laufenden Monat (verkaufte Eintrittskarten, Freikarten bitte nicht mitmelden)

- Besucher*innen gesamt (verkaufte Eintrittskarten)
- Kinobruttoumsatz im laufenden Monat
- Kinobruttoumsatz gesamt

Wenn in einem Monat keine Vorstellungen stattfinden, muss eine Nullmeldung abgegeben werden.

Bei der FFA erhältst du eine Verleihnummer, unter der du als Verleiher*in und dementsprechend dann auch dein Film geführt werden. Dazu musst du einen kurzen Fragebogen ausfüllen, den du von der FFA bekommst.

Wenn du eine Verleihagentur oder Booking-Agentur beauftragt hast, kann diese die Meldung für dich übernehmen – kläre das im Vorfeld.

Die Hitlisten auf der Website der FFA spiegeln die gemeldeten Daten wider und fließen auch in branchenspezifische Auswertungen ein.

Kontakt und weitere Infos:

FFA – Filmförderungsanstalt,
Große Präsidentenstraße 9,
10178 Berlin,
filmbesucher@ffa.de,
www.ffa.de

Die Zeiten, in denen Festplatten quer durch Deutschland geschickt wurden, sind so gut wie vorbei. Heute erfolgt die Auslieferung von DCPs (Film & Trailer) fast ausschließlich digital über spezialisierte Serverdienste.

TIPP: Der Film kann ggf. auch über einen von dir gemieteten Serverdienst bereit gestellt werden. Das Kino kann den Film dann mit Hilfe eines Links herunterladen. Das lohnt sich aber erst bei einer gewissen Anzahl von Kinos (je nach Preis der Servermiete).

Digitale DCP-Auslieferung – Diese Anbieter gibt es:

- *Gofilex*
- *SHARC*
- *Pharos* (neuer am Markt, baut Verbreitung noch aus)

Alle drei Systeme bieten die Möglichkeit, Film und Trailer digital an die Server der Kinos zu übertragen – zeitgesteuert, zuverlässig und bequem. Das bedeutet:

Du legst den Termin fest, und dein Film wird rechtzeitig auf den jeweiligen Kino-Server geladen.

Kosten & Unterschiede

Die Anbieter unterscheiden sich leicht in Preis, Leistung und Konditionen. Du solltest individuell prüfen, welches System am besten zu deinem Film und deinem Budget passt.

- *Gofilex* & *SHARC*: am weitesten verbreitet, die meisten Kinos sind direkt angeschlossen
- *Pharos*: neue Plattform, wird ausgebaut – beliefert laut Anbieter aber auch Kinos, die (noch) nicht direkt angebunden sind, durch Kooperation mit *Gofilex* & Co.

Warum es sich lohnt, einen dieser Anbieter zu nutzen

- Die Kinos bevorzugen digitale Zustellung – es spart ihnen Aufwand, Zeit und technische Probleme
- Ein Film, der einfach über *Gofilex* oder *SHARC* verfügbar ist, wird mit höherer Wahrscheinlichkeit gebucht
- Auch für dich ist es einfacher: keine USB-Sticks, keine Postwege, kein Nachverfolgen

Festplattenversand ist nur noch eine Notlösung – wird fast nur noch von kleinen oder speziellen Kinos angefragt. In dem Fall genügt ein kostengünstiger USB-Stick per Briefpost (ca. 2–5 € Versandkosten).

TIPP: Plane die Kosten für *Gofilex*, *SHARC* oder *Pharos* unbedingt in dein No-Budget-Verleihbudget ein. Es erhöht die Professionalität deines Auftritts, macht dein Leben leichter – und verbessert die Buchungschancen deines Films.

DIE TERMINBESTÄTIGUNG (TB) - DAS HERZSTÜCK DEINER KINO AUSWERTUNG

Die TB ist das zentrale Dokument im Eigenverleih. Sie dient als offizielle, verbindliche Vereinbarung zwischen Kino und Rechteinhaber*innen – also dir als Produzent*in oder Verleiher*in.

Was regelt die TB konkret?

- Spieltermine (Datum, Uhrzeit, ggf. Anzahl der Vorstellungen)
- Verleihkonditionen (Prozentsatz der Ticketeinnahmen, MwSt., ggf. Mindestgarantie)
- Technisches Format (z. B. DCP, Sprache, Tonformat)
- Versandart & Fristen (z. B. über Gofilex ab einem bestimmten Datum)

- Werbemittel & Kosten (z. B. Plakate, Versand, DCP-Kosten)
- Abrechnungsinformationen (Bankverbindung, USt-ID, Ansprechpartner*in)

Wie erstellt man eine TB*?

Eine TB ist kein komplizierter Vertrag, sondern meist einseitig und übersichtlich. Du kannst sie selbst als PDF oder Word-Dokument aufsetzen und per Mail versenden.

*TB Muster/Blankovlage im Anhang

EINNAHMEN & ABRECHNUNG - WAS DU ERWARTEN KANNST

Wenn du deinen Film eigenständig verleihst, verhandelst du direkt mit dem Kino über die Verleihkonditionen. Die wichtigsten Punkte dabei sind dein Anteil an den Ticketeinnahmen, Mindestgarantie und Werbekostenpauschale.

1. Verleihanteil pro verkaufter Kinokarte

Das Kino behält in der Regel einen prozentualen Anteil vom Netto-Ticketpreis.

Üblich sind zwischen 43 % und 50 % für dich – bei Independent-Produktionen eher am unteren Ende (43 %).

2. Mindestgarantie

Die Mindestgarantie ist ein fester Betrag, den das Kino unabhängig vom Ticketverkauf zahlt – auch wenn keine Besucher*innen kommen.

- Übliche Höhe: 50 € bis 250 € pro Spieltermin
- Nachteil: Reduziert die Bereitschaft der Kinos, einen kleinen oder unbekanntem Film zu buchen

TIPP: Auf eine Mindestgarantie verzichten, wenn du Sichtbarkeit / Buchbarkeit statt Risikoabsicherung priorisierst (Wir haben in unserem Fall von Anfang an auf eine Mindestgarantie verzichtet.)

3. Werbekostenpauschale

Eine kleine Pauschale für Plakatdruck und Versand ist üblich und wird meist akzeptiert. Üblich sind 10 € pro Kino. In unserem Fall haben fast alle Kinos diese Kosten übernommen.

WIE LÄUFT DIE ABRECHNUNG AB?

1. Unmittelbar nach dem (meist telefonischen) Booking-Gespräch schickst du dem Kino die Terminbestätigung (TB) per E-Mail.
2. Nach der Vorführung – meist innerhalb einer Woche – erhältst du:
 - Eine Abrechnung per E-Mail
 - Die Gutschrift auf dein Konto
→ Du musst keine eigene Rechnung schreiben

TIPP: Gib in der TB alle relevanten Zahlungsinfos an (Bankverbindung, USt-ID etc.), damit das Kino direkt korrekt überweisen kann.

Eigenverleih bedeutet auch: Du bist dein eigener Verleihbuchhalter.

SCHLUSSWORT

Eigenverleih ist kein Spaziergang – aber er ist machbar.

Wer seinen Film ohne klassischen Verleih ins Kino bringen möchte, muss bereit sein, sich Wissen anzueignen, Verantwortung zu übernehmen und mit begrenzten Mitteln strategisch zu arbeiten.

Es bedeutet, Booking, Pressearbeit, Werbung, Datenpflege und Distribution selbst zu organisieren – oft parallel zum laufenden Tagesgeschäft oder anderen Projekten.

Aber mit einem guten Plan, qualitativ hochwertigen Materialien, einem funktionierenden Trailer, persönlichen Kontakten und einem klaren Ziel kann es gelingen – auch ohne große Budgets oder Branchenerfahrung.

Die ersten Hürden sind die höchsten. Danach wird vieles einfacher.

Dieser Leitfaden soll dabei helfen, die größten Stolperfallen zu vermeiden und dir Mut machen, den eigenen Film selbst auf die Leinwand zu bringen.

DANKSAGUNG

Mein besonderer Dank gilt all jenen, die diesen Leitfaden möglich gemacht haben – durch ihre Offenheit, ihr Fachwissen und ihre Geduld.

Holger Tepe vom *City 46 Kommunalkino Bremen e.V.*, dessen Einblicke, Geduld und mehrfach geführte Gespräche eine zentrale Grundlage für dieses Dokument waren.

Den Teilnehmenden des von Franziska Pohlmann initiierten Hackathons zur Premiere von „The Bitter Taste“, insbesondere natürlich Franziska selber, Radek Wegrzyn, Timm Prozell, Sebastian Dordel und Bonita Dordel, für ihre kreativen Ideen, konstruktiven Beiträge und praxisnahen Impulse.

Den Vertreter*innen der DCP-Distributionsdienste *Gofilex*, *SHARC* und *Pharos*, die sich viel Zeit genommen haben, um ihre Systeme zu erklären – und dabei auch tiefe Einblicke in die Strukturen der Kinobranche aus technischer Perspektive ermöglicht haben.

Juliane Block für ihr Feedback und das Design des Leitfadens.

Und allen Menschen in der Branche, die uns – trotz unserer anfänglichen Unwissenheit – geduldig, freundlich und kompetent geholfen haben. Danke für eure Zeit, eure Geduld und eure Großzügigkeit im Teilen von eurem Wissen.

Terminbestätigung (Beispiel)

ADRESSE: MEIN EIGENVERLEIH
E-Mail: eigenverleih@eigenverleih.de
Tel: XXXX-XXXXXX

(MEIN FIRMENLOGO)

Terminbestätigung Nr.: TB-Abkürzung_Filmtitel-LF.Nr/Jahr

Ort, Datum

Kino:

Name und Adresse des Kinos

Filmtitel: „Mein Filmtitel“

FSK: (z.B.: 18)

Format: (z.B.: DCP, SMPTE@25fps)

Sprache/Fassung: (z.B.: Originalfassung (Englisch) mit deutschen Untertiteln)

Länge (Minuten): (z.B.: 115)

Bildformat: (z.B.: 2D – Scope)

Ton: (z.B.: 5.1)

Spieltermin(e):

(z.B.: Donnerstag, den 09.10. um 19:00 Uhr (mit Filmgespräch)

Freitag, den 17.10. um 20:00 Uhr)

Weitere Termine nach Vereinbarung möglich.

Verleihkonditionen:

- Verleihanteil: (z.B.: 45 % + 7% MWST)
- Mindestgarantie: (z.B.: entfällt)
- Werbekosten: (z.B.: 10,- Eur; 3 Poster A1)
- Versand DCP: (z.B.: entfällt (digitale Auslieferung via Gofilex, Bereitstellung ab (xx.xx. Datum)))