

STÜCKWERK #20S:
ZUM POTENZIAL DES VARIETÉS ALS
KINODISPOSITIV DER ZUKUNFT

Frauke vom Dorp, Leonie Michels,
Cornelia Weimann

Stückwerk #20s:

Zum Potential des Varietés als Kinodispositiv der Zukunft

Frauke vom Dorp, Leonie Michels und Cornelia Weimann

Inhalt

	Einleitung: Stückwerk #20s	3
#1	Geschichte	4
#2	Motto	5
#3	Lokalität	7
#4	Programm	9
	Innovation – Was ist neu an diesem Konzept?	10
#5	Finanzierung und Realisierung	11
	Die Gründungskosten	11
	Die Gewinn- und Verlustrechnung	11
	Die Finanzierung des Kapitalbedarfs	12
#6	Ausblick	13
	Literaturverzeichnis	15

Einleitung: Stückwerk #20s

Die wechselhafte Geschichte des Kinos zeigt, dass es anpassungsfähig und trendorientiert sein muss. Trotz dieser Flexibilität scheint das Medium Kino oft bedroht. Im Rahmen des interdisziplinären Projekts wurde in Anlehnung an das Variété-Theater aus den Anfängen des 20. Jahrhunderts ein Konzept erarbeitet, das den Zuschauer wieder fesseln und dem Medium Kino zu neuem Erfolg verhelfen soll. Erreicht werden soll dies durch eine stetige Präsenz des Films, welcher jedoch als „Nebenbei-Medium“ im Hintergrund gehalten wird. Der vorliegende Entwurf beschreibt ein Kinomodell, das durch unterschiedliche Unterhaltungsmedien das Kinoerlebnis unterstützt und mit dem Flair der 20er Jahre in Verbindung bringt.



Das *Stückwerk #20s* soll als exklusiver Raum für außergewöhnliche Erlebnisse wahrgenommen werden. Teil des Konzepts ist es, leer stehende Gebäude in deutschen Großstädten zu nutzen, im Stil der 20er Jahre zu renovieren und mit modernen Technikelementen zu verknüpfen. Das Programm des

Stückwerk #20s wird quartalswechselnd zu einem bestimmten Thema ausgerichtet. Diverse Darbietungen wie Tanz, Ted Talk und Poetry-Slam finden im Programm Platz. Die Bewirtung ist ein zentrales Merkmal des klassischen Variétés und wird im vorliegenden Konzept als programmbegleitendes Menü integriert. Das hochklassige Variété verzaubert seine Gäste mithilfe einer stilvollen Atmosphäre sowie dem Charme der 20er Jahre und entführt sie für einen Abend in eine andere Welt.

Im Folgenden wird zum einen die künstlerische und betriebswirtschaftliche Realisierbarkeit des skizzierten Vorhabens analysiert. Zum anderen soll der vorliegende, konkrete Entwurf das Potential des Variétés als Kinodispositiv der Zukunft aufzeigen.

#1 Geschichte

Das französische Wort „variété“ bedeutet übersetzt Abwechslung oder Vielfalt und beschreibt damit das Hauptmerkmal des klassischen Varietés. Kennzeichnend ist ein bunt wechselndes Programm mit tänzerischen, akrobatischen und musikalischen Elementen, welche jedoch ohne inhaltlichen Zusammenhang aufgeführt wurden. Somit bildete jeder Akt eine geschlossene Einheit. Das Variété ist mit dem Theater und Zirkus verwandt, unterscheidet sich jedoch unter anderem durch den Aspekt der Bewirtung von ebendiesen (Musical1 o.J.).



Die Entstehungsgeschichte des Films ist im Rahmen dieses Variété-Projekts zu berücksichtigen, da die erste Filmvorführung im Jahr 1895 in einem Variété-Theater in Berlin stattgefunden hat (Jansen 1989: 145). So kann das Variété als erstes stabiles Kino-Dispositiv bezeichnet werden. Bis zum Ende der 20er Jahre wurden Stummfilme gezeigt (Engel 2003: 56), da der Tonfilm noch nicht existierte. Die gezeigten Filme wurden von den Gästen des Varietés jedoch nicht aktiv wahrgenommen, da sie sich laut unterhielten und sich als Teil der Inszenierung verstanden (Brauns 2003: 236). Mit der Eröffnung der ersten Ladenkinos im Jahr 1905 wurden Stummfilme auch dort gezeigt (Brauns 2003: 237).



In Europa entstanden die ersten Varietés im 19. Jahrhundert in Pariser Tanzsälen. Auch dort waren Einzeldarbietungen kennzeichnend für das Variété-Programm. Vor allem Cancan-Tänzerinnen und aufreizende Tänze standen im Mittelpunkt. In Deutschland ist das Variété Ende des 19. Jahrhunderts als „Bühne der leichten Unterhaltung“ bekannt geworden. Im Gegensatz zu den Pariser Tanzsälen dominierten in Deutschland Komiker das Programm (Musical1 o.J.). Während des Nationalsozialismus wurde die Mehrzahl der Varietés in Deutschland geschlossen,

welche auch nach dem Zweiten Weltkrieg nicht wieder neu eröffnet wurden (Jansen 1989: 243ff.). Dies ist auch auf die Konkurrenz durch Fernsehen und Kino zurückzuführen (Jansen 2017).

Das Programm eines Varietés kann unterschiedlich aufgebaut sein und diverse Vorführungen wie Tanz, Akrobatik, Musik und Film jeglicher Art beinhalten. Weitere wichtige Merkmale des Varietés sind die Bewirtung sowie



die Kommunikation und Interaktion zwischen den Gästen und den Künstlern. Kommunikation in Form von Gesprächen während der Vorstellungen ist sowohl im Theater als auch im Zirkus nicht erwünscht. Weiterhin differenziert sich das Variété durch die Einbindung vom filmischen Inhalten, die im Theater oder Zirkus kein Teil des Programms darstellen. Abschließend ist zu sagen, dass das Variété keine Standardisierung zulässt. Dies kann zum einen anhand der Gestaltung der Eintrittskarte belegt werden. Diese ist im gewöhnlichen Theater (oder Kino) meist völlig standardisiert und beinhaltet nur Informationen über die Sitzplatznummer und den Eintrittspreis. Im Kontrast dazu ist die Eintrittskarte eines Varietés mit mehr Liebe zum Detail gestaltet und kann als „schöne Erinnerung“ behalten werden. Zum anderen kann die Raumaufteilung als Indiz herangezogen werden. Im klassischen Theater- oder Kinosaal sind die Plätze nebeneinander aufgereiht, so dass jeder Gast seinen Blick nach vorne auf die Bühne beziehungsweise Leinwand richtet. Im Vergleich dazu werden im klassischen Variété-Saal große runde Tische arrangiert, welche die Kommunikation untereinander fördern sollen.

#2 Motto

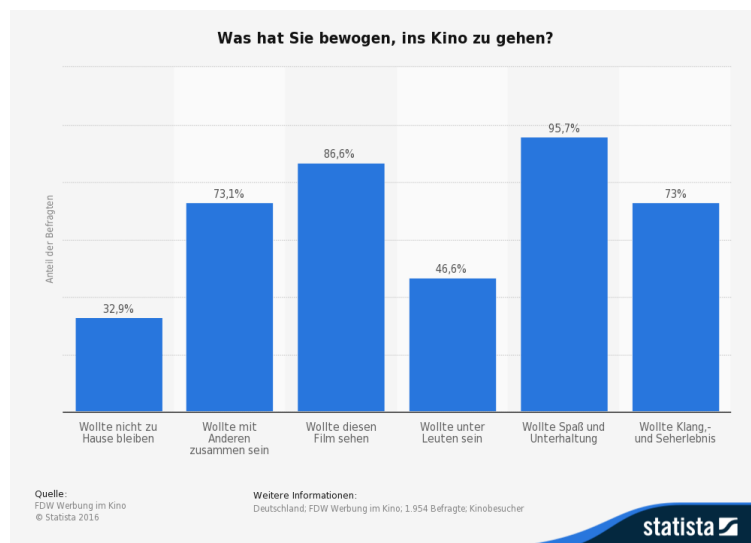
Das entwickelte Variété-Konzept heißt *Stückwerk #20s*, da es in Anlehnung an den 20er Jahre Stil konzipiert wurde. Es handelt sich um ein sehr hochwertiges, klassisches und zugleich modernes Variété, welches außergewöhnliche Erlebnisse schaffen und mit einer stilvollen Atmosphäre Begegnungen in einem besonderen Rahmen möglich machen soll. In außergewöhnlichem Ambiente mit verspielten, romantischen und aufregenden Elementen wird auf einzigartige Weise Kulinarik, Genuss und Kunst vereint und den Gästen ein Abend der Extraklasse geboten.



Das Konzept verfolgt das Ziel, sich von der zunehmenden Rationalisierung und Standardisierung des Kinoerlebnisses abzuwenden und mit Variation und Diversifikation zu überzeugen. Durch *Storytelling* wird den Gästen eine einzigartige Geschichte erzählt, die aktiviert, begeistert

und bindet. Unter dem Motto „*The 20s - Coco Chanel – Flapper Dress*“ wird eine attraktive Alternative geboten, gemeinsam mit Freunden und Familie einen medial geprägten und einzigartigen Abend zu verbringen.

Die Zielgruppe des *Stückwerk #20s* lässt sich wie folgt skizzieren: Die Gäste besuchen eine deutsche Großstadt oder leben in einer solchen und sind etwa zwischen 25 und 49 Jahre alt. Sie lassen sich in die Mittel- bis Oberschicht einordnen und sind berufstätig. Des Weiteren sind sie gut gebildet, kommunikativ und vor allem kulturinteressiert. Dies lässt sich damit begründen, dass ein Abend im *Stückwerk #20s* diverse Künste wie Musik und Tanz miteinander verbindet und daher ein gewisses Kunst- und Kulturinteresse gefordert ist. Wie das Kinopublikum (siehe Grafik) wollen die Gäste des *Stückwerk #20s* einen aufregenden Abend voller Spaß und Unterhaltung.



#3 Lokalität

Betrachtet man das Variété als Kinodispositiv, gilt es nicht nur ein besonderes Geschäftsmodell, sondern auch die Architektur, den sozialen Raum, das Filmmedium und die Wahrnehmungsanordnung zu berücksichtigen. Die gewünschten Räumlichkeiten für das Variété *Stückwerk #20s* sollen nicht nur Platz und Raum für einen Abend in Gesellschaft bieten, sondern das Publikum in eine andere Welt mitnehmen. Da das Variété in den 20er Jahren seine Blütezeit erlebte, wird sich der Stil der Innenausstattung an der Mode dieses Jahrzehnts orientieren. Das *Stückwerk #20s* wird in

den Großstädten Deutschlands zu finden sein. Der Immobilienleerstand in Großstädten führt zu erheblichen Verlusten von kulturell bedeutsamen und historisch aufgeladenen Gebäuden. Das *Stückwerk #20s* bietet ein Konzept für das ungenutzte Potential dieser Räume.

Das Stadtbad Berlin und das Stummfilmkino Delphi konnten auf diese Weise bereits renoviert und somit vor dem Verfall gerettet werden. Das Clubtheater Berlin bespielt nicht nur das Schwimmbecken, sondern macht sich das ganze Bad zu Eigen. Unter den Berlinern und den Touristen der Hauptstadt findet dieses großen Anklang. Der physische Raum des *Stückwerk #20s* nimmt Anleihen bei bestehenden Varietés. Durch ein großzügiges Foyer, welches Garderobe und Bar beinhaltet, finden begeben sich die Gäste zum Varieté-Saal oder zu einem zusätzlichen Restaurant mit dem Namen *Kostwerk*, das die ganze Woche über betrieben wird (mit einem Ruhetag am Montag) und 40 Gästen Platz bietet. Die Küche serviert gehobene Spezialitäten im mittleren Preissegment. Der Varieté-Saal umfasst 100 Plätze. Dieser wird Donnerstag-, Freitag- und Samstagabend bespielt und ebenfalls von dem Restaurant *Kostwerk* bewirtet.

Das *Stückwerk #20s* beeindruckt die Gäste durch seine Aufmachung und Ausstattung. Durch die Gestaltung der Lokalität im Stil der 1920er Jahre wird ein hochwertiges und exklusives Raumkonzept geschaffen. Über Displays in jedem Raum, Tablets auf den runden Tischen und



großen Leinwänden werden die Gäste unterhalten und in das Abendprogramm involviert. Die Aufmerksamkeit liegt somit nicht auf einer zentralen Filmleinwand wie etwa im klassischen Saalkino. Bereits anhand der runden Tische wird deutlich, dass das Medium Film – wie im historischen Variété – nicht im Mittelpunkt steht, sondern eher als „Nebenbei-Medium“ präsentiert wird und in den Hintergrund rückt. Das Medium Film ist Teil des Programms, aber es findet keine langandauernde Unterhaltung einzig über dieses Medium statt.



Mithilfe von Licht und Textilien wird eine Atmosphäre kreiert, die den Gast zum Verweilen einlädt. Mit „cleanen“ und leichten Medien wie Displays, Tablets und Leinwände soll in Verbindung mit schwerem

Mobiliar, dunklem Holz und Polsterungen aus Samt eine individuelle Haptik geschaffen werden. Nicht nur durch die Gestaltung des Raumes, sondern auch durch das Abendprogramm wird zugleich Zerstreuung aber auch Anregung geboten. Diese Doppelfunktion der Unterhaltung soll genutzt werden, um dem Gast ein befriedigendes Medienerlebnis zu bieten. (Pross 1989: 58).

#4 Programm

Das Thema des Abends ist der Tanzfilm. Eine aufgeweckte Moderation begleitet die Gäste durch einen unvergesslichen Abend voller atemberaubender Momente. Für das leibliche Wohl sorgt die Küche mit einem Drei-Gänge-Menü, welches in das Programm eingebunden ist. Die Hauptstadt Berlin zeigt, was sie an Kunst zu bieten hat, und interpretiert und präsentiert das Thema Tanzfilm auf vielfältige Weise. Der Abend beginnt mit dem Einlass um 18:30 Uhr. Von der Garderobe führt der Weg durch das Foyer an der Bar vorbei in den Variété-Saal. Über die Bildschirme und Displays laufen Anfangsszenen von Tanzfilmklassikern. Über die Tablets an den Tischen kann das Wunschmenü zusammengestellt und gebucht werden. Mit dem Auftakt betritt die Moderation die



Bühne und begrüßt die Gäste im *Stückwerk #20s*. Im Hintergrund laufen Tanzschulvideos der letzten fünfzig Jahre. Bevor die Vorspeise um 19:30 Uhr serviert wird, gibt die Moderation einen kurzen Überblick zum Programmablauf. Die Band spielt im Hintergrund und während des Essens werden die Gäste zum ersten interaktiven Part des Abends gebeten. Durch insgesamt drei Votings wird der Gast in das Programm involviert und kann den Abend aktiv mitgestalten. Die Gäste wählen das beste Stück aus zehn GIFs, drei Tanzfilmsoundtracks und drei Tanzfilmen aus. Die Wahl erfolgt über die Sitzplatznummer und einen Code auf der

Eintrittskarte mit Hilfe der Tablets auf den Tischen. Das Voting ist für den Gast optional. Er entscheidet selbst, ob er an der Interaktion teilnehmen möchte oder nicht. Nach der Vorspeise kündigt die Moderation den ersten Akt des Abends an. Ein Poetry-Slammer berichtet über den kläglichen Versuch, mit Hilfe von Filmzitate aus Tanzszenen auf den Berliner Tanzflächen erfolgreich das andere Geschlecht zu beeindrucken. Über die Leinwände laufen die entsprechenden Szenen. Bevor der Hauptgang serviert wird, leitet die Moderation zum zweiten Akt des Abends über. Der TED Talk soll nicht nur kulturell über den Tanz aufklären. Unter dem Leitsatz „Ideas worth spreading“ finden die TED Talk Videos auf YouTube auch im deutschsprachigen Raum großen Anklang. Das Format, eigentlich beruhend auf Technology, Economic and Design, gewinnt immer mehr Raum auch in alltäglichen Themengebieten. Dieser Programmpunkt soll der Frage gehören: Wie funktioniert Tanzen?



Während die Band spielt und der Hauptgang um 20:30 Uhr serviert wird, können die Gäste am zweiten Voting für den besten Tanzfilm-Soundtrack teilnehmen. Danach kündigt die Moderation den Hauptakt des Abends an. Eine Tanzshow entführt die Gäste im dritten Akt auf eine emotionale und berauschende Reise. Die Show findet mediale Unterstützung durch populäre Tanzszenen aus der Kinogeschichte. Während des Desserts um 22:00 Uhr wird der beste Tanzfilm gewählt und die Band spielt weiter im Hintergrund. Die Moderation kürt im letzten Programmpunkt das beste GIF, den besten Tanzfilm-Soundtrack und den besten Tanzfilm und entlässt das Publikum in den Abend. DJ und Band mixen den gewählten Soundtrack in eine tanzbare Version, dazu läuft im Hintergrund der favorisierte Tanzfilm über die Leinwände und Displays.

ZEITPLAN		
Einlass 18:30		
Ankommen		
Garderobe		
Drinks		
Platz finden		
Menü über Tablet auswählen		
19:00 Auftakt		
Auftritt 1 Moderation		
Begrüßung		
Verlaufsplan		
19:30 Vorspeise		
Band spielt im Hintergrund		
Voting Gifs		
	Moderation kündigt den	
	20:00 ersten Akt an	
	Poetryslam	
	Moderation kündigt den	
	zweiten Akt an	
	20:30 Ted Talk	
	Hauptgang	
	Band spielt im	
	Hintergrund	
	Voting Soundtrack	
	Moderation kündigt den	
	dritten Akt an	
	21:00 Tanzshow findet	
	mediale Unterstützung	
	durch populäre	
	Tanzszenen aus	
	Kinofilmen	
		22:00 Dessert
		Band spielt
		Voting Tanzfilm
	22:30 Moderation kürt den	
	besten Gif, Soundtrack	
	und Tanzfilm und	
	entlässt das Publikum	
	23:00 Dj + Band mixen	
	besten Soundtrack in	
	eine tanzbare Version,	
	Best Movie	
	wird auf Leinwänden	
	und allen anderen	
	Bildschirmen übertragen	

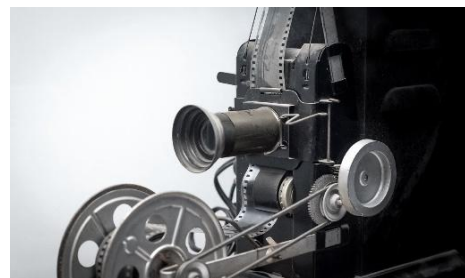


Die Abendgestaltung zentriert die drei Programmakte, wie auf der obigen Abbildung zu sehen ist. Die aktive Einbindung der Gäste geschieht über das Voting. Das Drei-Gänge-Menü bietet kurze Unterbrechungen und kann somit immer wieder neue Aufmerksamkeit generieren.

Poetry-Slam und TED Talk sollen Neugier und Interesse am Thema wecken. Der Hauptakt wurde dramaturgisch in die Mitte des Abends gesetzt. Das Dessert zum Ende des Programms läutet dann den Ausklang des Abends ein, während die Voting-Ergebnisse präsentiert werden. Da der Einlass bereits für 18:30 Uhr veranschlagt ist, kann sich das *Stückwerk #20s* als After-Work-Event verstehen. Dies entspricht der arbeitenden Zielgruppe mit regelmäßigem Einkommen und Geschmack für ein gehobenes Abendprogramm. Das Thema Tanzfilm kann beliebig mit einem anderen Filmgenres getauscht werden, wie zum Beispiel dem Actionfilm. Auch die Fokussierung auf eine enger gefasste Thematik, wie James-Bond-Filme oder Werke des Regisseurs Quentin Tarantino, ist denkbar. Die Zielgruppe in der Hauptstadt Berlin sowie das weite Einzugsgebiet aufgrund des Tourismusaufkommens erlauben es, die Spielzeit eines Themen-Programms wie in der Musical-Branche für ein Quartal laufen zu lassen.

Innovation – Was ist neu an diesem Konzept?

Das Konzept des *Stückwerk #20s* ist aus einer Kollaboration von Neuem und Altem entstanden, die wiederum etwas ganz Neues schafft (Leggewie 1994: 4f.). Nicht nur DJ und Band kooperieren, sondern auch der Showauftritt auf der Bühne mit den bewegten, populären Bildern



der Filmgeschichte. Die Bühne holt das Kinogeschehen ins Hier und Jetzt und über die Leinwand wird die Show in eine neue Dimension projiziert. Um einen runden Abend zu



gestalten, wird ein Dramaturg für die anspruchsvolle Kuration gesucht. Dieser sollte nicht nur einen thematischen Zusammenhang der Programmpunkte schaffen, sondern auch alle medialen Inhalte in Verbindung zur physischen Show setzen können.

#5 Finanzierung und Realisierung

Die Gründungskosten

Bei der Gründung des *Stückwerk* #20s wiegen die Kosten für die Lokalität am schwersten. Diese werden aber, wie unter dem Punkt „Finanzierung des Kapitalbedarfs“ näher erläutert, hauptsächlich durch den Immobilieninvestor getragen. Trotzdem fallen zum Zeitpunkt der Gründung



Baukosten an, etwa zur Gestaltung der Räumlichkeiten sowie zur Anschaffung der benötigten Küchenausstattung und Technik. Zu Beginn entstehen außerdem hohe Marketingkosten, um das Varieté-Konzept gewinnbringend zu bewerben. Wichtigstes Ziel des Marketings ist die Generierung einer mindestens 60%igen Auslastung des Varietés schon in den Anfangsmonaten. – unabhängig vom Restaurantbetrieb in der Woche. Des Weiteren fallen Schanklizenzen und Kosten für die geplanten medialen Inhalte an. Für die Gründung einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung entstehen außerdem administrative Kosten, wie Notarkosten und Anmeldegebühren der Marke und des Gewerbes. Um eine GmbH zu gründen, bedarf es eines Stammkapitals von 25.000 €.

Die Gewinn- und Verlustrechnung

Um die Realisierbarkeit des Konzepts zu testen, wurde anhand einer Berechnungstabelle für Restaurantgründer der zu erwartende Gewinn und Verlust des Restaurantbetriebes für die Variété-Veranstaltungen errechnet. Hierfür wurden geprüfte Zahlen aus der Gastronomie eingetragen (vgl. Tegathern 2017). Die Tabelle berücksichtigt die Gründungskosten und -investitionen, die Öffnungszeiten, die Speisekarte und die Personalkosten. Dadurch werden, in Bezug auf die geschätzte Auslastung des Varietés, der Umsatz und die anfallenden Kosten ermittelt. Aus dieser Rechnung sind weitere Einnahmen wie der Umsatz durch die Eintrittskarten ausgeschlossen. Mit einem Eintrittskartenpreis von 30€ pro Person und bei einer Auslastung von 70% würde ein monatlicher Umsatz von knapp 27.000€ entstehen. Zusätzlich zu den Einnahmen aus dem Restaurantbetrieb könnte somit der Pachtvertrag, sowie die Künstlergagen bedient werden. Wie in der Abbildung zu sehen ist, werden die Einnahmen pro Monat anhand der zahlenden Gäste berechnet.

	Jan 2020	Mär 2020	Mai 2020
<u>Einnahmen Restaurant</u>			
Auslastung	60%	66%	75%
Gäste pro Monat	1.727	1.783	2.159
Umsatz pro Monat	50.901€	52.543€	63.626€
<u>Kosten</u>			
Kosten Essen/Getränke	17.768€	18.341€	22.210€
Personalkosten	34.808€	34.808€	34.808€
Sonst. Fixkosten	3.100€	3.100€	3.100€
Kosten pro Monat	55.675€	56.249€	60.117€
Gewinn	-4.775€	-3.706€	3.509

Daraus ergibt sich im ersten Monat ein Umsatz von 50.901€, der sich durch die steigende Auslastung erhöhen wird. Anschließend werden die Kosten aufgeführt, die sich aus der Bewirtung, den Personalkosten und weiteren Fixkosten zusammensetzen. Für den ersten Monat entstehen Kosten in Höhe von 55.675€. Diese steigen ebenfalls mit der wachsenden Auslastung an. Ziel ist die Überschreitung, des Break Even Points – also eine über die reine Kostendeckung hinausgehende Auslastung, so dass schließlich langfristig Gewinn erwirtschaftet werden kann. Gemäß unserer Rechnung werden im fünften Monat nach Eröffnung positive Zahlen generiert. Trotzdem wird laut der Berechnungstabelle der Break Even nicht im ersten Jahr erreicht. Dies wird in der Gastronomie meist nicht vor dem zweiten Jahr realisiert.

Die Finanzierung des Kapitalbedarfs

Das Konzept soll hauptsächlich durch Immobilieninvestoren oder Inkubatoren finanziert werden. Diese investieren gezielt in Gründerfirmen und unterstützen sie in der Startphase (Achleitner, o.J.). Mit den Investoren soll ein Vertrag erarbeitet werden, der die Bereitstellung einer für das Konzept geeigneten Immobilie sowie die Verfügbarkeit weiteren Kapitals regelt. Damit sich diese Investitionen für den Geldgeber rentieren, erhält dieser im Gegenzug eine Pachtgebühr und eine Umsatzbeteiligung. Dadurch ergeben sich folgende Daten bezüglich der Finanzierung (siehe Abbildung Kapitalbedarf und Finanzierung). Im oberen Teil der Tabelle ist der Kapitalbedarf aufgeführt. Dieser ergibt sich aus den gesamten Gründungskosten, dem Kapitalbedarf

für laufende Kosten und aus einem Puffer von 25%, welcher als Risikoabsicherung dient. Der Kapitalbedarf für die ersten zwölf Monate beläuft sich auf insgesamt 435.602€. Durch die Finanzierung muss dieser Bedarf lückenlos gedeckt werden. Die gesamte Finanzierung in Höhe von 450.000€ entsteht durch eigene Mittel, Investorengelder und kleine Kredite. Somit entsteht keine Finanzierungslücke, so dass wir diese Unternehmung aus monetärer Perspektive als realisierbar bewerten.

Kapitalbedarf		
Gründungskosten gesamt		258.300€
Kapitalbedarf für laufende Kosten		-16.606€
Puffer	25%	-160.696€
Kapitalbedarf (erste 12 Monate)		435.602€
Finanzierung		
Eigene Mittel		100.000€
Investoren		300.000€
Kredite		50.000€
Finanzierung gesamt		450.000€

#6 Ausblick

Zusammenfassend ist festzustellen, dass dieses Konzept zukunftsfähig ist. Durch das Alleinstellungsmerkmal „Kino“ im Zusammenhang mit dem Varieté-Programm nimmt *Stückwerk #20s* eine einmalige Position auf dem Unterhaltungsmarkt ein. Außerdem wird durch die einzigartige Identität des Unternehmens eine prägnante Marke geschaffen. Im Vergleich zu ähnlichen Angeboten verbindet dieses Konzept auf neue Weise Gastronomie, Tanz, Kunst und Film miteinander. Durch die Gestaltung der Räumlichkeiten sowie der Einbindung moderner und digitaler Medien entsteht ein Konzept mit Wiedererkennungswert. Dieser Aspekt wird zukünftig von Nutzen sein, da das *Stückwerk #20s* ebenfalls zum Franchising geeignet ist.

Da die Interaktion im Varieté-Kino und natürlich auch im *Stückwerk #20s* eine besondere Rolle spielt, könnte diese in Zukunft weiter ausgebaut werden. Vorstellbar wäre beispielsweise ein einmonatiges Single-Programm, bei dem Tischtelefone zum



Einsatz kommen, welche eine Kontaktaufnahme mit Gästen an anderen Tischen im Variété-Saal ermöglichen. Dazu muss nur die entsprechende Nummer des gewünschten Tisches über die Wählscheibe gewählt werden. Dieses eher als analog empfundene Medium kann eine erfrischende Abwechslung zu Dating-Apps bieten.

Ausarbeitung und Analyse dieses innovativen Entwurfs bieten einen Ausblick auf eines von vielen potenziellen Modellen in der zukünftigen Entwicklung des Kinos. Das Variété steht nicht in Konkurrenz zum klassischen Kino, sondern schafft eine Alternative. Es versteht sich als künstlerische und hochklassige Erweiterung, die sich einige Elemente zu Nutzen macht. In dieser Variation wird dem Kino neues Leben eingehaucht. Es kann durch den Gebrauch verschiedener Nischen wieder neue Popularität erreichen.

Literaturverzeichnis

Achleitner, Ann-Kristin (o.J.): Inkubator. Online unter: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/9756/inkubator-v8.html> (13.07.17).

Brauns, Jörg (2003): Schauplätze. Untersuchungen zur Theorie und Geschichte der Dispositive visueller Medien. Weimar: Bauhaus- Universität Weimar.

Engel, Kathrin (2003): Deutsche Kulturpolitik im besetzten Paris 1940-1944: Film und Theater. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.

Jansen, Wolfgang (2017): Die Renaissance des Varietés. Online unter: <http://www.vdvt.de/seiten/geschichte.html> (16.07.17).

Jansen, Wolfgang (1989): Das Variété. Die glanzvolle Geschichte einer unterhaltenden Kunst. Berlin: Edition Hentrich Berlin.

Leggewie, C. (1994). Politische Kreativität. Über das Neue in der Politik– und in der Politikwissenschaft. Wozu Politikwissenschaft, Hrsg.: Leggewie C., Darmstadt.

Musical1 (o.J.): Variété. Online unter: <http://www.musical1.de/musical-lexikon/variet/> (16.06.2017).

Pross, H. (1989). „Die Medien “: Ritualismus als Droge. In Symbole der Politik—Politik der Symbole (pp. 55-69). VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bildnachweis:

<https://pixabay.com/>

FDW Werbung im Kino (2009): Gründe für Kinobesuch, Online unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/158871/umfrage/gruende-fuer-einen-kinobesuch-in-deutschland-2009/> (02.05.17).

Daten zur Finanzierung:

Ingenieurbüro Tegatherm, Bonn (Beteiligung am Bau des GOP Bonn)

Alle Projektpublikationen:

Stückwerk #20s: Zum Potenzial des Varietés als Kinodispositiv der Zukunft

Kintopp auf Tour: Ein fahrendes Ladenkino als städtischer Begegnungsraum

Plusfilm-Event: Eine neue Form der Filmpremierre als Geschäftskonzept für Multiplex-Kinos

Enter the Cinematrix: Die Spielstätte als innovativer Erlebnisraum

A million ways to...: Strategische Markenbildung und gezielte Nutzung von Kommunikationskanälen für Filmtheaterbetreiber

Tatort im Visier: Das „Fremde“ als Handlungsthematik im Fernsehkrimi

Frames und „Re-Frames“: Die Anschlusskommunikation auf YouTube als Content-Aggregator

Bewegende Bilder: Videoaktivismus als Antriebs- und Ausdrucksform sozialer Bewegungen im Kontext von Migration und Flucht

Abrufbar unter:

blogs.uni-siegen.de/cinema-odyssey