

# Kinodoktor

Qualitätsmanagement für Kinos

Eine Initiative für Kinobetreiber\*innen von AG Kino -  
Gilde, BkF und HdF Kino, gefördert von Neustart Kultur

## Initiatoren

Eine Initiative von



gefördert durch



Projektrealisierung: Valeska Hanel, Martin Turowski

## IDEE



- von Kinomacher\*innen für Kinomacher\*innen
- strukturierter Rahmen
- gegenseitige Unterstützung
- Förderung eines vertrauensvollen Netzwerks
- kontinuierliche Entwicklung
- neue Ideen und Impulse
- Identifikation von Stärken und Potentialen

## IDEE



Die **Individualität** des einzelnen Filmhauses soll dabei **hervorgehoben** werden.

Langfristig soll die **Qualität** der teilnehmenden Kinos und somit die **Kundenzufriedenheit gesteigert**, wie auch die **gesamte Branche nachhaltig gestärkt** werden.

## ZEITRAHMEN

10.02.2023	Start der Bewerbungsphase für Pilot-Betriebe
20.02.2023	Präsentation „Der Kinodoktor“ im Rahmen der Berlinale
10.02.2023- 07.03.2023	Bewerbungsphase für Pilotprojekt
01.04.2023- 10.05.2023	Piloten werden besucht
15.05.2023- 19.05.2023	Evaluation: Auswertung der durchgeführten Besuche
16.05.2023	Schulung Kinodoktoren
01.06.2023- 30.06.2023	Konzeption für einen möglichen Regelbetrieb



## ORGANISATION



- Bewerbung und Auswahl der Kinos
- persönliches Vorgespräch und Terminvergabe
- Besuch des Kinodoktorteams vor Ort
  - Ablauf im Peer-Review-Verfahren
  - keine „harte“ Prüfungssituation, sondern kollegiale Beratung
  - die Besuche finden in einer wohlwollenden Atmosphäre statt
  - fest vereinbarter Fragenkatalog sorgt für einheitliche Standards

## ORGANISATION



- Ablauf eines Besuches
  1. Rundgang und **Besichtigung** des Kinos
  2. Sichtung der **Prozesse**
  3. Abschlussgespräch und **Empfehlungen**
- Alle Phasen werden durch einen **strukturierten Fragenkatalog** aus fünf Kapiteln begleitet
  - Customers Journey / Weg des Kunden
  - Quality-Management and -assurance / Qualitätsmanagement
  - Marketing & Communication / Werbung, Markt und Kommunikation
  - Business-Case / Geschäftsmodell
  - Sustainability / Nachhaltigkeit
- Im Anschluss: **Erfassung in zentraler Datenbank**
- **Feedback-Bericht** mit Auswertung nach Besuch
- Peers werden zu „Kinodoktoren“ ausgebildet

## KINODOKTOR WERDEN



- Kinodoktor (Peer) kann jede\*r Kinobetreiber\*in werden
- Es werden keine fachlichen Kenntnisse vermittelt
- Folgende Themen werden vermittelt:
  - Kriterienkatalog / Fragebogen
  - Aufbau / Dramaturgie
  - Rolle und Aufgabe
  - Datenschutz / Vertraulichkeit
  - Feedbackregeln
- Ziel ist es, die Besuche für alle angenehm, hilfreich und effizient zu gestalten.

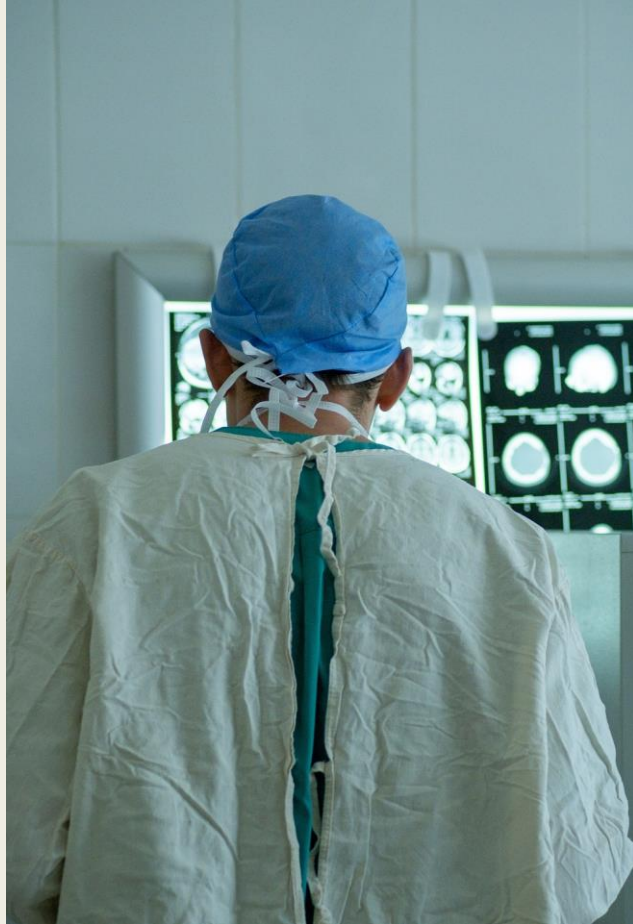


## PILOTPHASE – Erkenntnisse



- Dauer eines Audits: ca. 4 -6 Stunden
- Pause ist sinnvoll
- Online-Audit ist ungünstig, da direkter Kontakt zur Örtlichkeit fehlt
- 2 Audits an einem Tag sind zu viel, wenn auch rechnerisch möglich
- Sehr positiver Austausch in guter, wohlwollender Atmosphäre

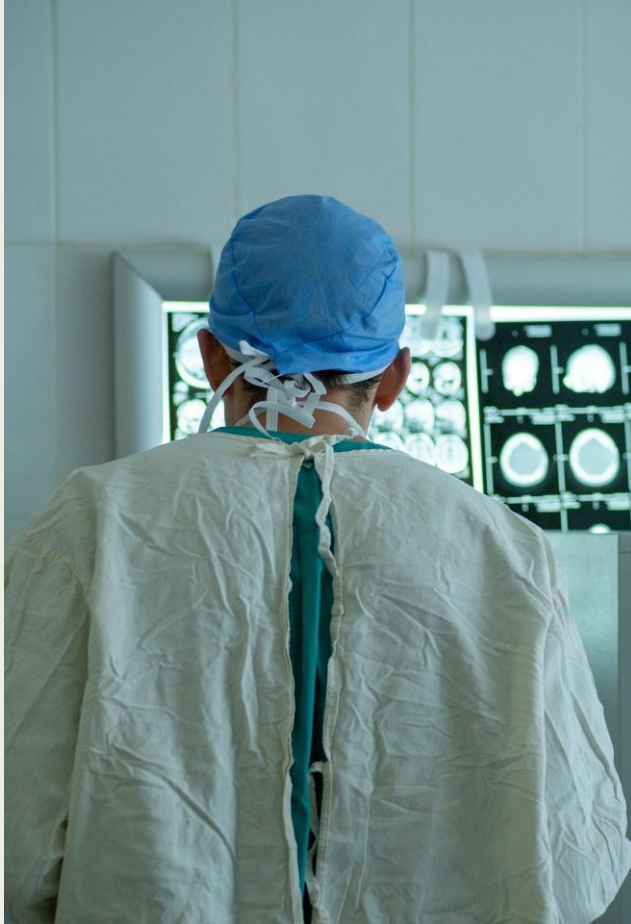
## PILOTPHASE – Erkenntnisse



### ■ Sinnvoller Ablauf:

- *Terminabsprache für ca. 6 Stunden*
- *Begehung vor Ort, um Räumlichkeiten kennen zu lernen*
- *Fragebogen gemeinsam erarbeiten*
- *SWOT-Analyse*
- *Welche 3 Themen sollen die Kinodoktoren mitnehmen?*
- *Schlussgespräch mit ersten Rückmeldungen*
- *Ca. 1 Woche später: Feedback und Kennzahlenerhebung*
- *Ca. 2-3 Wochen später: Schriftlicher Bericht mit konkreten Empfehlungen*

## PILOTPHASE

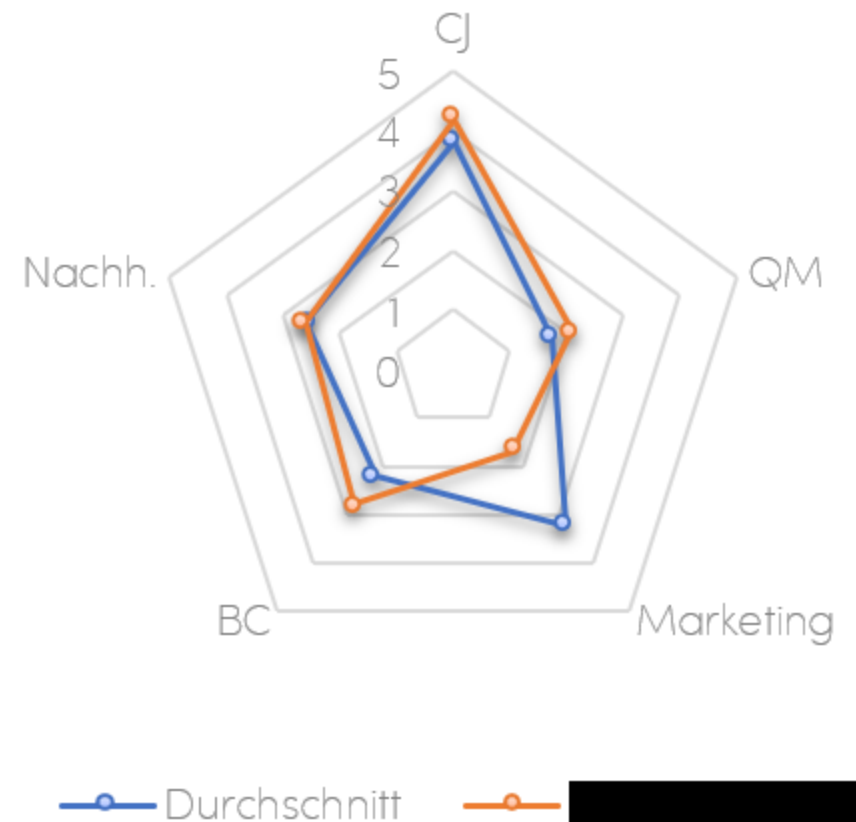


- Der Fragebogen wurde im Rahmen der Pilotphase weiterentwickelt. Es wurden einzelne Fragen umformuliert, andere sind hinzugekommen oder weggefallen.
- Schwerpunkte konnten identifiziert werden:
  - *Marketing*
  - *Qualitätsmanagement*
  - *Betriebswirtschaft*

## Der Bericht

### Teil 1: Auswertung (zum Stichtag [REDACTED])

Bereich	Durchschnitt aller Kinos (n=6)	Wert des [REDACTED]
Customers Journey	3,83	4,2
Qualitätsmanagement	1,75	2,1
Marketing / Kommunikation	3,22	1,7
Business-Case	2,21	2,8
Nachhaltigkeit	2,58	2,6



## Der Bericht

### Teil 2: Themen / SWOT

<ul style="list-style-type: none"><li>• [REDACTED] Design</li><li>• Mitarbeiter-Team</li><li>• [REDACTED]</li></ul>	STÄRKEN	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ältere Ausstattung</li><li>• [REDACTED]</li></ul>	SCHWÄCHEN
<ul style="list-style-type: none"><li>• Kontakt zu örtlichen Schulen</li><li>• [REDACTED] wächst (mehr Publikum)</li></ul>	CHANCEN	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kulturangebot</li><li>• [REDACTED]</li><li>• mögliche [REDACTED] Auflagen</li></ul>	RISIKEN

Aus den genannten Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken werden nun Strategie-Empfehlungen abgeleitet. Diese sollen nur als grobe Idee verstanden werden. Eine umfangreiche Strategie müsste ggf. vom Team vor Ort erarbeitet werden.

Matching-Strategie (Stärken / Chancen)

## Der Bericht

### Teil 3: Hinweise & weiteres Vorgehen

Marketing: Es wird empfohlen, eine Marketingstrategie aufzulegen und die Kunden dort anzusprechen, wo sie sich bewegen. Dies ist neben der Tagespresse auch der Bereich von Social Media.

Business-Case: Die Preise sind auffallend günstig. Auch ein [REDACTED] Kino sollte marktübliche Preise nehmen oder geringfügig darunter.

## DIE ZUKUNFT



- Während der Pilotphase 100 % gefördert, keine Kosten
- Nach der Pilotphase ist die Weiterführung noch unklar
- Ideen:
  - *KINODOKTOR – Minimalinvasiv*
  - *KINODOKTOR – Ferndiagnose*
  - *KINODOKTOR – Hausbesuch*
  - *KINODOKTOR – Privatpatient*
  - *KINODOKTOR – Transparenzpartner*
- Auf eine Intensivstation verzichten wir 😊

# Kinodoktor

Qualitätsmanagement für Kinos

Neustart Kino AG Kino, BkF, HDF Kino GbR

Rankestraße 31 10789 Berlin

Valeska Hanel, Martin Turowski, Daniel Charigault

E-Mail: [qm@neustartkino.de](mailto:qm@neustartkino.de)