„Das Roxy Kino
in Kitzingen ist Kult!"

KINO FÜR FILMKUNST & MEDIENKULTUR

Roxy

Seit 1956

Das Roxy ist :

- *ein Kino für Kitzingen*
- *ein Kino voller Charme und Nostalgie*
- *ein Kino voller Erinnerungen*
- *ein Kino für die Gegenwart*
- *ein Kino für Individualisten*
- *ein Kino für gemeinsames Erleben*

Vor allem aber:

....ein Kino von Vielen für Alle !



Kitzingen braucht das Roxy Kino

Das finden viele Menschen in der Stadt und im Landkreis Kitzingen – und über 500 Interessenten in Facebook

Das Roxy ist ein Kino voller Erinnerungen

Kitzinger Bürgerinnen und Bürger:

„Im Roxy habe ich das erste Mal meine jetzige Ehefrau geküsst – es wäre schön, wenn wir da mal wieder einen Film sehen könnten."
„Das ist so ein schönes Kino, das kann man gar nicht verstehen, warum das schon so lange leer steht!"
„Im Roxy habe ich meine Jugend verbracht- das Gefühl würde ich gerne meinen Kindern auch vermitteln"
„Winnetou III – in dem Film war ich im Roxy mindestens dreimal – den Film würde ich gerne hier mal wieder sehen!"
Vier Stimmen stellvertretend für etwa 80 ehrenamtlich Tätige

Das Roxy ist ein Kino für die Gegenwart

„Eine Stadt wie Kitzingen braucht einfach ein Kino – man könnte in so einem Kino viele Projekte auch von Seiten des Stadtmarketingvereins realisieren." (Frank Gimperlein, Stadtmarketingverein)

„Wenn Kitzingen ein Kino hätte, müsste ich mit meinen Kindern nicht immer nach Dettelbach fahren, wenn sie mal ins Kino wollen!"

„ Kleine Programmkinos mit einem ansprechenden Ambiente sind zur Zeit Trend – nicht umsonst haben gerade in mittleren Städten viele dieser Kinos nicht unter einem Besucherschwund gelitten!" (Markus Eisele, Betreiber von sechs Programmkinos in München und Umgebung.)

Das Roxy ist ein Kino für Individualisten

„Ich würde viel lieber in ein kleines gemütliches Kino wie das Roxy gehen, als in der Masse der Kinobesucher in den Multiplex Kinos zu sein."

„Ich würde mit all meinen Filmen und den Darstellern nach Kitzingen kommen, wenn das Kino wieder aufmachen würde." (Thomas Heinemann, Regisseur)

„Hier habe ich noch als Schüler meinen ersten Film gedreht – ich würde gerne mit meinen neuen Filmen ins Roxy kommen – an dem Kino hängen nicht nur Erinnerungen, sondern es hat meiner Ansicht nach auch eine Zukunft!"

Das Roxy ist ein Kino für Kitzingen

Befürworter des Kino-Projekts in Kitzingen
Gastronomie: Fränkischer Hof, Würzburger Hof, Akropolis, Einhorn, Weinbistro am Markt, Casa Conrad, Mainfruity, Bambus, Ehrieder Mühle, La Pergola
Stellvertretend für die Gastronomie Betreiber Christos Alexandris (Akropolis): „Wann geht`s denn endlich los? Wann können wir unsere Projekte besprechen?"

Zahlreiche **Geschäftsinhaber** in der Innenstadt

Kreisheimatpfleger Harald Knobling. „ Auch ein Kino kann die Kultur einer Stadt mit gestalten."

Schulen in Kitzingen:
Hedwig-Schule Grundschule mit der Rektorin Frau Lorey, die Paul-Eber-Schule Mittelschule mit der Rektorin Frau Dr.Säger, das Armin-Knab-Gymnasium („Filmemacher" Christian Hanft , Zusammenarbeit mit der AG Technik und dem Filmseminar)

Verschiedenen **Vereine**:
VdK,, Aplawia, Deutster-Keller, Kitzinger Karnevalsgesellschaft, Lions Club und Rotarier, Evangelischer Frauenbund und andere

Kooperation mit dem **Städtischen Museum**

Unterstützung durch **die Medien**
Mainpost und Fundgrube
Bayerischer Rundfunk
TV Touring
Interesse auch bei Vertretern der Firmen **Fehrer** und **Knauf**

Fazit: „Das Roxy ist schließlich kein 0/8/15 Kino"(Frau Dr. Brigitte Endres-Paul)

DAS ROXY KINO IST KULT!

DAS KONZEPT DES PROGRAMM-KINOS ROXY KITZINGEN

DAS ORGANISATORISCHE KONZEPT

- An sechs Tagen in der Woche Filmvorstellungen – Dienstag findet keine Vorstellung statt: Montags zwei Filme in zwei Sälen, Mittwoch eine Nachmittagsvorstellung und zwei Abendvorstellungen, Donnerstag zwei Vorstellungen, Freitags eine Vorstellung nachmittags und zwei Abends, Samstag wird nur ein Saal bespielt (evtl.nachmittags und abends) , der andere Saal bleibt für Vermietung an Firmen und Privatpersonen frei, Sonntags eine Nachmittags und eine Abendvorstellung.
- Das notwendige Personal wird durch die ehrenamtlich Tätigen abgedeckt, in dem Zusammenhang haben wir bereits schriftliche Anmeldungen von etwa 80 Personen. Dementsprechend ergeben sich auch keine Personalkosten und da die Filme grundsätzlich sowieso für eine Woche ausgeliehen werden müssen, wind auch Vorstellungen, die nur von wenigen Zuschauern besucht werden, ein finanzielles Plus.
- Der Einsatz von ehrenamtlichen Helfern im Ticket- und Thekenverkauf und für die Karten- und Saalkontrolle wird mit Hilfe des Doodle-Terminplaners koordiniert. (pro Person maximal ein Einsatz pro Monat, evtl. auch alle zwei Monate)
- Einmal im Monat eine Themenwoche: Unterschiedliche Filme für verschiedene Interessen- und Altersgruppen zu einem bestimmten Thema, z. b. „Heimat“ oder „Mode“ oder „Maler und ihre Zeit“....
- Kooperation mit Vertretern der Kitzinger Gastronomie entsprechend der jeweiligen Filmthemen : Beispiel: Thema „Genusskino“ oder „Fremde Welten“ oder „Mythos Griechenland“ .Beispiel: Kinobesucher erhalten für die entsprechenden Lokale einen Verzehrbon in einer bestimmten Höhe (auszuhandeln mit den jeweiligen Gastronomiebetrieben)
- Kooperation mit Firmen aus dem Landkreis (Beispiel „Salate und mehr“, „Art of chocolate“, Minxx , usw)
- Kooperationsprojekt der Mainpost : einmal pro Monat ein Film für Mainpost-Leser
- Kooperation mit dem Stadtmarketingverein, z. B. im Zusammenhang mit Open Air Kino Veranstaltungen, Veranstaltungsorte u. a, Innenhof der Paul-Eber-Schule, Römerhof

ZUR PROGRAMMGESTALTUNG

„Andere Filme anders zeigen“

- Wöchentliche oder zweiwöchentliche Themen, zu denen jeweils verschiedene Filme für unterschiedliche Ziel- und Altersgruppen gezeigt werden (Beispiel: „Heimat“, „Mode“,....)
- Alle zwei Wochen ein spezieller Seniorennachmittag
- Schwerpunkt Kinderfilm: mit Filmen, die auf spezifische Interessen von Kleinkindern oder aber die Altersgruppe zwischen 6 und 10 zugeschnitten sind
- Jugendfilme für die Altersgruppe ü12
- Alle zwei Monate Wunschfilm unserer Zuschauer
- Einmal im Monat : Filme speziell für Frauen und speziell für Männer parallel in zwei Kinosälen)
- Einmal im Monat eine Èltern - Kind- Vorstellung: ein Film für Eltern in einem Saal, zeitgleich ein Film für Kinder in dem anderen (mit entsprechender Aufsicht)
- Möglichkeit der Kommunikation mit Regisseuren und Darstellern
- Fremdsprachenkino – auch bezogen auf einige der unterschiedlichen Herkunftsländern der Zuwanderer in Kitzingen
- Unterricht im Kino: ein Projekt des Bayerischen Kultusministeriums

Außerdem:

- Möglichkeit für Firmen, Vereine und Privatpersonen für die Veranstaltung von Firmen- oder privaten Feiern (speziell in einem der beiden Kinosäle am Samstag, nach Absprache auch an anderen Terminen)
- Je nach Bedarf und mit entsprechender Anmeldung Möglichkeit von AFTER WORK Veranstaltungen
- Open Air Veranstaltungen s .oben
- Workshops in Ziusamenarbeit mit Schulen, z. B. AG Film und AG Technik im AKG
- Einbeziehen der Kitzinger Geschäfte im Zusammenhang mit bestimmten Themenwochen, z.B. im Zusammenhang mit dem Thema Mode nicht nur die Produktionsfirmen des Landkreises, sondern auch bestimmte Mode- und Textilgeschäfte, oder: Einbeziehen von Juwelieren im Zusammenhang mit dem Thema: „Juwelen- und andere Räuber“ ...
- Denkbar auch: Zusammenarbeit mit dem Tourismusmanagement: z.B. Filme über die Entstehung und Entwicklung der Stadt Kitzingen, oder: Der Kitzinger Landkreis und der Wein – Gästeführung unter Einbeziehung eines Films im Roxy

ZUM MARKETINGKONZEPT

Marketing Mix und emotionale Kreativbotschaften

1. .Digitales Marketing: Der Internetauftritt

1.1 Website mit Filmprogramm und Trailern
1.2 Teaser
1.3 Facebook, Twitter, Instagram
1.4 E-Mailing
1.5 Newsletter
1.6 Online- Reservierung
1.7 Netzwerken und Verlinken

2. Analoge Marketingmittel

2.1 Berichterstattung in den regionalen Printmedien
2.2 Flyer und Plakate

3. Lokales Marketing : Das Kino findet im Kollektiv statt – das Gemeinschaftserlebnis im Kino

3.1 Materieller Anreiz
- Geschenkgutscheine
- T-Shirts und Buttons
- Treuekarten und Bonuspunkte
- Aufkleber für Autos
- Spezifische Vorteile für Genossenschaftsanteilseigner

3.2 Der Erlebnischarakter
- Saisonale Sonderaktionen, z. B. Stand am Weihnachtsmarkt
- Thematische Aktionen, z. B. Kino mit allen Sinnen,
- Der Kultcharakter des Roxy Kinos, z.B. nostalgische Eisverkäuferin, Musik, Ausgestaltung des Foyers usw

3.3 Mundpropaganda (.s. auch Previews und Sneak Previews)

DAS STRUKTURELLE KONZEPT

„Der Kinobetrieb heutzutage muss die Vorteile der neuen Technologien nutzen."

1. **Vorführtechnik** im blauen und im roten Saal: digitales System nach der DCI Norm (Server, Projektor, 3D System)

2. **Digitales Kassensystem** (z.B. Cinetixx) für eine effiziente und systematische tägliche Abrechnung , damit Erleichterung
- im Hinblick auf die Buchhaltung und die steuerliche Abrechnung durch die Nutzung der Verwaltungs- und der Ticketsoftware
- im Hinblick auf die Abrechnung mit den Filmverleihfirmen
- im Hinblick auf den Ticket- und den Thekenverkauf (Abrechnung über das ticketvolumen, keine zusätzlichen kosten)

3. **Kino-Held** als Möglichkeit den Online Ticketverkauf, die Nutzung der Website, den Concessions Verkauf zu optimieren (10 % vom Ticket)- nicht zwingend notwendig

4. **Generell Zusammenarbeit** mit Markus Eisele (Betreiber von 6 Kinos in München und Umgebung) und dem Programmdirektor des Programmkinos Harmonie in Frankfurt – damit besteht die Möglichkeit über die entsprechenden Pools an aktuelle Arthaus-Filme zu kommen und es ergeben sich in dem Zusammenhang auch finanzielle Vorteile.