



malam tropis

Ein Filmklub in Yogyakarta

Kathrin Wammerl

Die approbierte Originalversion dieser Diplom-/
Masterarbeit ist in der Hauptbibliothek der Tech-
nischen Universität Wien aufgestellt und zugänglich.

<http://www.ub.tuwien.ac.at>



The approved original version of this diploma or
master thesis is available at the main library of the
Vienna University of Technology.

<http://www.ub.tuwien.ac.at/eng>



DIPLOMARBEIT

malam tropis

Ein Filmklub in Yogyakarta.

ausgeführt zum Zwecke der Erlangung des akademischen Grades
einer Diplom-Ingenieurin
unter der Leitung von

Univ.Prof. Mag.art. Christine Hohenbühler
E264/1 Institut für Kunst und Gestaltung

eingereicht an der Technischen Universität Wien
Fakultät für Architektur und Raumplanung
von

Kathrin Wammerl
0725925

Wien, am 30.5.2017

Abstract

The city of Yogyakarta is the cultural and creative center of Indonesia. The amount of universities and their reputation make Yogyakarta a melting pot for students from all over Indonesia and also an attraction pole for students from abroad.

This thesis is about the idea of opening an alternative cinema to offer a permanent and steady addition to the sporadic film festival and screening in Yogyakarta. The cinema should function as a platform for cineastes, film makers and students to watch movies together, present and get feedback on their own work.

The thesis discusses different models of cinema and its value in Austria as well as in Indonesia.

Considerations concerning the structural requirements of a cinema in Indonesia, the building materials and the location provide the background for a collaborative design and collective realization in Yogyakarta. A concept for the design of the cinema and also the logo and posters for the events and sticker complete this thesis.

Abstrakt

Die Stadt Yogyakarta in Indonesien ist das kulturelle und kreative Zentrum Indonesiens. Die hohe Anzahl und das Ansehen der dortigen Universitäten machen Yogyakarta zu einer Anlaufstelle für junge Menschen. Diese Arbeit beschäftigt sich mit der Idee, in Yogyakarta ein Programmkino als konstante Ergänzung zu sporadisch stattfindenden Film Festivals und Screenings zu eröffnen. Das Kino soll als Plattform für Cineasten, Filmemacher und Studenten dienen um gemeinsam Filme zu schauen, eigene Arbeiten zu präsentieren und zu diskutieren.

Es werden verschiedene Modelle sowie die Aufgabe von Kino in Österreich und Indonesien hinterfragt.

Überlegungen hinsichtlich der baulichen Anforderungen eines Kinos in Indonesien, des Baumaterials und der Ortswahl bieten die Grundlage für einen gemeinschaftlichen Entwurf und eine partizipative Umsetzung vor Ort. Ein Konzept zur Gestaltung des Kinos und Design Entwürfe für das Logo, Veranstaltungsplakate und Aufkleber rundet die Arbeit ab.



Istiqlal-Moschee, Jakarta

1

Einleitung

Indonesien hat etwa 255 Millionen Einwohner und ist der größte Inselstaat und viertbevölkerungsreichste Staat der Welt.

Das Land besteht aus den vier Hauptinseln Java, Sumatra, Kalimantan - bekannter unter dem Namen Borneo - und Sulawesi und etwa 17500 weiteren Insel, von denen mehr als ein Drittel bewohnt sind.¹

Durch die Lage des Inselstaates war Indonesien schon zu Beginn des Schiffsverkehrs wichtiger Handelspunkt. Dadurch hatten unterschiedliche Religionen Einfluss auf die Bewohner, beginnend mit den buddhistischen Mönchen aus Indien und später China, später der Hinduismus, dem bis heute in Bali die Mehrheit der Bevölkerung angehört.

Die Islamisierung begann im 7. Jahrhundert ebenfalls über den Handelsweg. Das Christentum wurde durch die portugiesischen Händler verbreitet. Diese vielfältigen Einflüsse führten zu dem Synkretismus, der vor allem in religiösen Bauwerken zu sehen ist. Ebenso zeugt das Staatsmotto *Bhinneka Tunggal Ika - Einheit in Vielfalt* - davon.

Heute sind die meisten Bewohner Indonesiens muslimisch. Trotzdem ist der Islam nicht Staatsreligion. Statt einer Staatsreligion müssen sich die Bürger der Republik zu einer von fünf anerkannt Weltreligionen bekennen. Zu welchem Glauben man sich bekennt wird auf dem Identitätsausweis festgehalten.

Dies schränkt hauptsächlich den traditionellen Glauben ein:

„My ID-Card says I am Muslim but in my village, we actually believe in black magic.“

Abdul Fata Adhitya aus Kalimantan

Die breitgefächerte Diversität spiegelt sich in den rund 300 verschiedenen ethnischen Gruppen und den mehr als 740 unterschiedlichen Sprachen wieder.² Die gemeinsame Sprache *Bahasa Indonesia* wurde 1945 in der Unabhängigkeitserklärung Indonesien festgehalten.³

Die indonesische Kultur ist von der niederländischen Kolonialherrschaft geprägt. Diese Einflüsse sind besonders in der Sprache und der Architektur nicht zu verbergen.

Indonesien liegt am Äquator. Das Klima ist tropisch: heiß und feucht. Wie in anderen Ländern Südostasiens findet ein sehr großer Teil des Lebens im Freien statt: Unterwegs, auf Mopeds oder beim Essen und Trinken an kleinen Ständen am Straßenrand.

Alles hat sein eigenes Tempo, wirkt auf der einen Seite immer gestresst und auf dem Sprung, andererseits muss das österreichische Verständnis von Pünktlichkeit angepasst werden, denn eine Verspätung bis zu einer Stunde ist kaum der Rede wert.

Die indonesischen Städte sind geprägt durch die hohe Bevölkerungsanzahl, die sich besonders leicht an den immer verstopften Straßen ablesen lässt. Das Leben in den Großstädten und am Land polarisieren sich.



Restauriertes Kolonialhaus im Stadtteil Kota Gede im Süd-Osten Yogyakartas



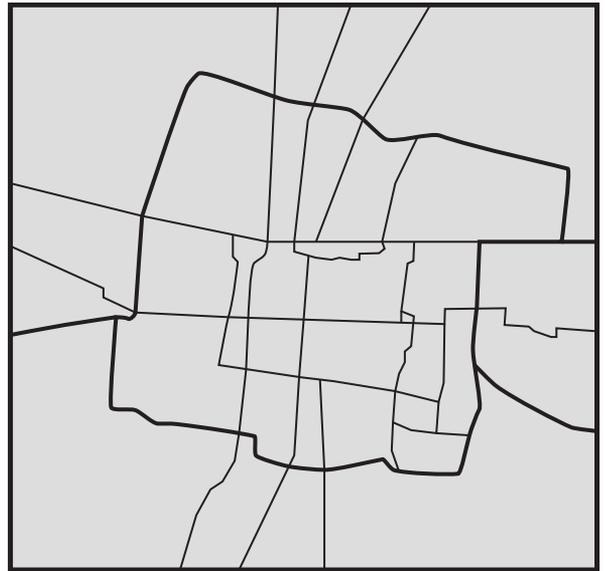




Stadtbild aus der Palastanlage Kraton in Yogyakarta, Indonesien



Größenvergleich⁴
Wien, Österreich
4.502 Einwohner pro km²



Yogyakarta, Indonesien
9.000 Einwohner pro km²

„Mit seinen unzähligen Insel und Völkerschaften gehört Indonesien zu den farbigsten, faszinierendsten und auch rätselhaftesten Teilen der Erde. Im Laufe seiner Jahrtausende alten Geschichte erreichten es Invasionen und Einflüsse unterschiedlicher Intensität vom asiatischen Kontinent her, die sich infolge der starke Zersplitterung des Inselreiches völlig ungleich auswirken.“⁵

Heinz Frick, Strukturformen indonesischer Bautechnik

Zu spüren bekommt man diese ungleichen Auswirkungen schnell. Jede Region hat ihre eigene Identität, ihre eigene Berechtigung. Während Jakarta ganz klar der wirtschaftliche Mittelpunkt ist und Bali auf den ersten Blick schon als touristisches Kerngebiet abgestempelt wird, ist Yogyakarta das kulturelle und künstlerische Zentrum. Die Stadt ist geprägt durch eine reiche Geschichte als Hauptstadt des Sultanats *Mataram* und ehemals sogar vorübergehende Hauptstadt Indonesiens.

Die beeindruckenden Tempel *Borobudur* und *Prambanan* sowie dem *Kraton* - den Palastanlagen des Sultans - zeugen von der historischen und architektonischen Bedeutung der Stadt. Die klassische Kunst der *Batik* und des traditionellen Schattenspiels *Wayang* prägen die Stadt und ihre Bewohner seit jeher. All diese Merkmale lassen erkennen, dass Yogyakarta eine inspirierende Stadt ist, die zur Beschäftigung mit Kunst gradezu drängt.

Die kreative Szene in Yogyakarta ist dementsprechend eindrucksvoll: groß und motiviert und enthusiastisch.



Streetart in Yogyakarta mit Motiven und Farben aus lokaler Batik und Wayang

Wayang bezeichnet das traditionelle indonesische Schattenspiel. Das javanische Wayang ist mit flachen Puppen aus Leder *kulit*. Nach der Verbreitung des Islams bot sich das Schattenspiel an, um das Verbot der menschlichen Darstellung von Göttern zu umgehen.⁶

Die Figuren werden aus Leder ausgeschnitten und durch filigrane und detailreiche Ausschnitte und Lochungen verziert. Anschließend werden die Puppen an Haltestäben montiert und bunt bemalt. Viele der Werkstätten, die heute Wayang-Figuren in Yogyakarta herstellen, befinden sich in der Nähe von Sehenswürdigkeiten wie dem Kraton und bieten Führungen und Souvenirs für Touristen an.



Batik ist höchstwahrscheinlich eine indonesische Erfindung und ist in den Gebieten Sumatra, Zentral-Sulawesi und speziell in Mittel- und Ost-Java bekannt.⁷ Mit Hilfe eines kleinen Metall-Tiegels wird Bienenwachs in Mustern aufgetragen und so imprägniert. Der Stoff wird daraufhin schrittweise eingefärbt und getrocknet, das Wachs entfernt und frisches Wachs in anderen Formen aufgetragen und erneut gefärbt.

Die unterschiedliche Region und wichtige Familien entwickelten individuelle Muster und etablierten bestimmte Farben. In Yogyakarta sind vor allem Brauntöne und starke Parallellinien typisch.

Gleichzeitig haben die verschiedenen Muster und Farben bestimmte Bedeutungen und somit die fertigen Tücher bestimmte Anlässe um getragen zu werden.



„Kunst durchdringt hier den gesamten Bereich des Daseins. In Bali sind alle Menschen Künstler.“⁸ Karl With

Das Zitat aus dem Kunstreiseführer Indonesien aus dem Jahr 1977 lässt annehmen, dass sich in den letzten vierzig Jahren viel verändert hat. Heutzutage hört man nicht selten spöttische Bemerkungen über das Kunsthandwerk in Bali, dass hauptsächlich das Verlangen der Touristen nach „authentischer Indonesischer Kunst“ stillt.

Vielmehr als Bali kommt einem heutzutage in Yogyakarta vor, als wäre jeder Künstler. Dieser Eindruck kommt einerseits aus den sehr prominenten und tief verwurzelten Kunsthandwerksberufen wie beispielsweise dem Wayang oder der Batik, andererseits sind in Yogyakarta etwa zwanzig Prozent der produktiven Bevölkerung Studenten und es gibt 137 Hochschulen.⁸

Ein große Anzahl der Studierenden beschäftigen sich in ihrem Studium oder in ihrer Freizeit mit Kunst in unterschiedlichsten Formen.

Das Angebot an diesen Freizeitaktivitäten ist groß. Beinahe täglich sind Ausstellungen, Workshops und Konzerte unterschiedlichster Richtungen geboten.

Überwiegend entstehen die Events aus Eigeninitiative - ob von Studentengruppen an den Universitäten oder Freundeskreisen. Engagement für Kunstprojekte und die Organisation von Events zu zeigen, gehört nicht nur im guten Ton sondern ist Teil der Kultur in Yogyakarta.



Selbst organisierte Wohnzimmerkonzerte sind gang und gäbe.

Das Leben in der sehr studentisch geprägten Stadt wird geschätzt und genossen - allzu oft mit dem Hintergedanken, dass man die Stadt früher oder später einmal für ein lukratives Leben in Jakarta verlassen müsse.

Ein bitterer Beigeschmack lässt sich bemerken, wenn die Studenten von ihrer Zukunft reden, in der sie Yogyakarta verlassen müssen um in Jakarta Geld zu verdienen und Karriere zu machen.

2

Film und Kino in Indonesien

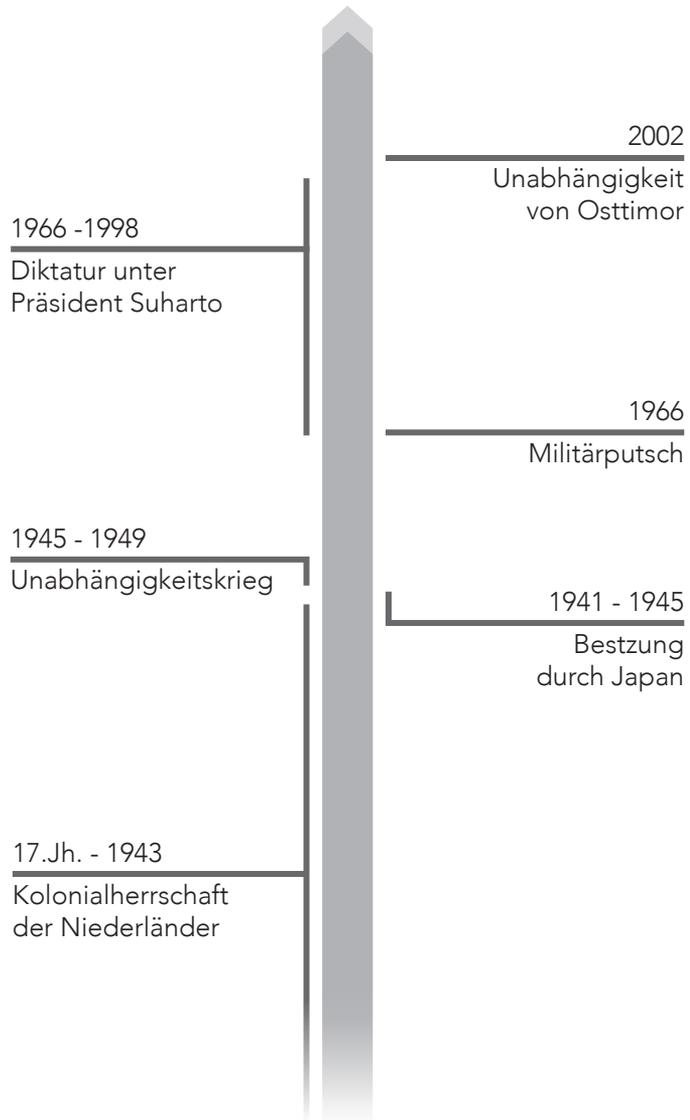
In den ersten zwanzig Jahren des 20. Jahrhunderts wurden in Niederländisch-Indien die ersten - hauptsächlich aus den USA - importierten Filme gezeigt.

Die ersten Produktionen in Form von Dokumentationen in Indonesien begannen mit 1911.

1923 kündigte die Middle East Film Co. die Produktion des ersten Spielfilms an, die allerdings abgebrochen wurde.

Unter dem Druck der Importe, produzierte die in Batavia ansässige N.V. Java Film unter der Leitung eines niederländischen Stummfilm-Regisseurs den ersten Spielfilm.

Loetoeng Kasaroeng wurde mit einer einheimischen Besetzung inszeniert und Ende 1926 in Bandung zum ersten Mal gezeigt. Der Film handelt von einer sundanesischen Legende, nach der sich eine von zwei Königstöchtern in einen Affen verliebt, der in Wahrheit ein verwünschter Gott ist.¹



In den folgenden Jahren wurden die Mehrheit der Filme von chinesischstämmigen Indonesiern produziert. Zu Beginn der Dreißiger Jahre war die Filmindustrie fest in den Händen chinesischer Produktionsfirmen.

Die Weltwirtschaftskrise führte in den 1930er Jahren durch höhere Steuern und billigeren Eintrittspreisen zu geringen Gewinnen der indonesischen Produktionen und damit zum Verfall der lokalen Industrie. Der niederländische Journalist Albert Balink landete 1937 mit seinem zweiten Film *Terang Boelan* einen kommerziellen Erfolg im In- und Ausland. Gemeinsam mit zwei anderen Filmproduktionen - *Fatima* (1938) und *Alang-Alang* (1939) - führte *Terang Boelan* zu einem erneuten Aufschwung des indonesischen Films.

Nach der Kolonialherrschaft der Niederländer, stieg während des zweiten Weltkriegs die Japanische Besetzungsmacht in die Filmproduktion ein. Die indonesischen Produktionen wurden auf Eis gelegt. Die indonesischen Zweigstelle der japanischen Produktion stellt daraufhin hauptsächlich Filme und Wochenschauen zu Propagandazwecken her.

Der japanischen Besetzung folgte die indonesische Unabhängigkeit und damit ein Verbot von importierten Filmen. Eigene Produktionen entstanden zu Propagandazwecken gegen den Westen und für den Nationalismus und folgten einer strengen Zensur.

In den 1980ern hatte die Filmproduktion in Indonesien eine Hochphase: Es wurden hunderte Filme gedreht - viele davon aus dem Genre der Komödie.

Der Film *Tjoet Nja' Dhien* aus 1988 von dem indonesischen Regisseur Eros Djarot war national äußerst erfolgreich und gewann mehrere Auszeichnungen beim Indonesian Film Festival. Der Film über die Anführerin einer Guerilla-Truppe im Kampf gegen die niederländische Kolonialarmee wurde als erster indonesischer Beitrag beim 1989 Cannes Film Festival gezeigt und gewann als Best International Film.²

Im Laufe der Neunziger nahm die Anzahl an in Indonesien produzierten Filmen stark ab. Der Grund dafür war der erneut hohe Import von ausländischen Filmen vor allem aus den USA und Hongkong. Die geringe Anzahl verbliebener Filme wurde hauptsächlich in Billig-Kinos oder Freilichtkinos gezeigt oder direkt auf Kassetten und für das Fernsehen produziert.

In der Zeit der Regierung von Suharto war die Beschäftigung mit Themen wie Religion, Liebe und Volkszugehörigkeit verboten. Nach Suhartos Rücktritt und während der darauffolgenden Zeit der sogenannten *Reformasi* in den 2000ern erfuhr die Filmindustrie durch die Aufnahme des Verbotes und der verstärkten Produktion von Independent-Filmen eine Wiederbelebung.

Die Erhöhung von Steuern auf importierte Filme sorgte dafür, dass kaum ausländische Filme gezeigt werden konnten und Raubkopien zunahmen.³



Independent-Filme werden oft auf Festivals wie dem *Festival Kesenian Yogyakarta* gezeigt.

In einem Interview des österreichischen Filmmagazins Ray wurde in der sechsten Ausgabe des Jahres 2008 ein Interview mit Lalu Roisamri, dem künstlerische Leiter des *Jakarta International Film Festivals*, publiziert.

Dieser beschreibt das gesteigerte Verlangen nach indonesischen Filmen, nach den vorangegangenen Jahren, die von Importen dominiert wurden. Dieses Verlangen sähe man einerseits von den Zuschauern - speziell der neuen Generation im Alter zwischen zwanzig und dreißig - und andererseits an der Industrie und dem Interesse wieder in indonesische Filme zu investieren.

Den Grund für die geringe Vertretung im Weltkino im Vergleich zu anderen asiatischen Ländern sieht Lalu Roisamri in der Stärke des eigenen indonesischen Marktes.

Die Produzenten würde sich auf den eigenen Markt des 250 Millionen Einwohnerlandes konzentrieren und durch geringere Produktionskosten schon bei einer halben Million Besucher ihre Kosten decken können.

Arthouses-Filme würde dabei allerdings auf der Strecke bleiben, da sie nicht genug Zuschauer anziehen.

2008 wurden die meisten Filme noch auf 35mm Film gedreht, da die größte Kinokette noch nicht mit Digitalprojektoren ausgestattet war.⁴

*„The best advice I can offer to those heading into the world of film is not to wait for the system to finance your projects and for others to decide your fate. If you can't afford to make a million-dollar film, raise \$10,000 and produce it yourself. That's all you need to make a feature film these days.“*⁵

Werner Herzog über die Produktion von Filmen

Wie Werner Herzog nicht müde wird seit Jahren in Interviews zu erwähnen, braucht man zum Filmemachen nicht immer ein großes Budget. Das Aufkommen der digitalen Aufnahmemöglichkeit führt zu einer vereinfachten und gesteigerten Video- und Filmproduktion. Es ist möglich mit billigsten Mittel zu experimentieren und zu produzieren.

Vor allem die jungen Menschen in Yogyakarta haben das verinnerlicht. Mit keinem oder kaum einem Budget und ausgeborgten Kameras und dafür viel Motivation und Engagement werden in der Freizeit Drehbücher geschrieben, Videos gedreht und nachbearbeitet.

Die Macher der Filme sind durchaus sehr unterschiedlich: Einerseits gibt es in Yogyakarta größere Filmproduktionen und genauso kleinere Filmstudios, andererseits die Studenten, die dem Interesse an Film im Rahmen ihres Studiums oder in ihrer Freizeit nachgehen.

Bei Gelegenheit werden diese Filme bei Festivals oder bei Wettbewerben eingereicht oder bei Screenings gezeigt.

„Ich fürchte, wenn sich die Qualität des indonesischen Kinos nicht bessert, dann kommen die Zuschauer nicht ins Kino zurück. Deshalb organisiert das Festival ja auch Drehbuch-Workshops und ko-produziert Filme. Wir sind stets auf der Suche nach neuen Talenten und arbeiten dabei mit internationalen Festivals und Schulen zusammen, um diese Talente zu fördern.“⁶

Lalu Roisamri, Leiter des *Jakarta International Film Festivals*,
2008 im Interview mit dem *Ray* Filmmagazin

Neben privaten Förderungen wie der des *Jakarta International Film Festivals*, gibt es in Indonesien auch staatlichen Förderungen.

Kano erzählt in seinem Interview von speziellen Förderungen für den Bereich Kunst und Kultur in Yogyakarta wie dem Programm *Dana Istimewa*. Das Programm fördert Kunstprojekte wie das jährlich stattfindende Kunstfestival *Festival Kesenian Yogyakarta* und die beiden großen Filmfestivals *Jogja-NETPAC Asian Film Festival* und *Festival Film Dokumenter*. Ebenso wirken sich die etlichen Ausschreibungen für Wettbewerbe positiv auf die Filmproduktion der jungen Menschen aus.

Kano erwähnt beispielsweise zwei Wettbewerbe, die er mit seinen Videoprojekten gewonnen hatte. Mit dem ersten Wettbewerb gewann er eine Reise nach Vietnam und den zweiten gewann er mit seinem Video über eben diese Reise. Suryo produzierte mit seiner Dokumentation *Totum Pro Parte* einen Einblick in das Leben seiner Mitschüler und eine Kritik am Umgang mit Religion an seiner Schule. Die Dokumentation gewann mehrere Auszeichnungen bei Festivals innerhalb Indonesiens.

Kino

Das ortsfeste and dauerhafte Angebot von Kino beziehungsweise Konsumation von Film in Yogyakarta ist begrenzt und beschränkt sich hauptsächlich auf große Kinoketten.

In Yogyakarta finden sich gleich drei Kinos der größten Kette Indonesiens: Das *Cinema XXI* wirbt auf seiner Homepage damit, an 159 Standorten in 36 Städten mit 877 Leinwänden vertreten zu sein.⁷ Während zwei der Kinos in großen Einkaufszentren untergebracht sind, befindet sich das *Empire XXI* alleinstehend und protzig in der Mitte der Stadt.

Nach *Cinema XXI* reiht sich die Kinokette *CGV Cinemas* mit Kinos in zwei der großen Shoppingmalls. Das *Cinemaxx Kino* im *Lippo Plaza* vervollständigt die Zusammenfassung des Angebots von Kino in Yogyakarta.

Die Kinos bieten für einen Preis je nach Wochentag zwischen 35.000 und 50.000 Indonesische Rupie - umgerechnet 2,50€ bis 3,50€ - nationale und internationale Blockbuster an.

Nach nordamerikanischem Beispiel lässt man sich dort mit einer Tüte überteuertem Popcorn und übergroßen Bechern mit Coca-Cola in die samtigen, dunkelrote und weich gepolsterten Sessel fallen und wenn der Film beginnt, könnte man genauso gut überall sonst auf der Welt sein.

Einen Schritt weiter gehen die Deluxe Versionen der gewohnten Kinosäle.

Ein Preisaufschlag von etwa dreißig Prozent erkaufen sich die Gäste nicht nur extra breite, fein gepolsterte Liegen und edle Decken sondern auch die Freiheit während des Films die persönliche Kellnerin per Knopfdruck nach neuem Popcorn zu schicken.

Die Kette *CGV Blitz-Megaplex* bietet ein umfassenderes Angebot an. Statt ausschließlich auf Kino zu setzen, bietet die Kette ein umfassenderes Konzept mit Cafés und Internet-, Spiele- und Musikdownload-Center. Dies spricht vor allem jugendliche Zuschauer an.⁸

Das Konzept der *Moviebox* erinnert an die Karaoke Klubs, die in China ebenso zu finden sind wie in Japan oder auf den Philippinen. In einem privaten Räumen ohne Fenster mit einem großen Fernseher und einem Sofa wird bei *Moviebox* statt Karaoke Film angeboten. Mit Freunden oder zu Verabredungen kann man die Privatsphäre genießen, die die kleinen Räume bieten und die im Alltag in der indonesischen Großstadt oft vermisst wird.

Ähnlich wie die Filialen der *Moviebox*, bieten die Internet Cafés in Yogyakarta kleine private Nischen. Viel mehr als zum Surfen im Internet kommt man hierher um in den riesigen Datenbanken Musik, Computerprogramme und vor allem Filme auf mitgebrachte Datenträger zu kopieren. Bei Internet Cafés wie *Warnet Merapi Online* findet man eine breite Auswahl an Filmen - auch abseits von Hollywood-Produktionen - aus mehreren Jahrzehnten.

Film Festivals

Wie ebenfalls aus in den Interviews mit Suryo und Kano erwähnt wurde, gibt es in Yogyakarta einige wichtige Film Festivals. Die Festivals sind populär und sehr gefragt.

An den drei Tagen des *German Film Festivals*, welches sich im Oktober 2016 im Kinokomplex *Empire XXI* eingemietet hatte, standen teilweise Stunden zuvor Interessierte bei der Kartenausgabe durch das gesamte Foyer angestellt, um eine Karte zu ergattern. Die Sitzreihen waren alle gefüllt.

„During every festival, we always were almost full-seated on local independent films or films made by local filmmakers in every screening slot.“

Suryo über seine Mitarbeit beim *Jogja-NETPACK Asien Film Festival*

Das *Festival Film Documenter Yogyakarta* ist das erste Film Festival Südostasiens, das sich mit Dokumentarfilmen beschäftigt. Seit 2002 findet das Festival jährlich in der zweiten Woche im Dezember statt.

Die Festival entstand durch eine Gruppe junger Dokumentarfilm-Enthusiasten unter dem Namen *Komunitas Dokumenter*. Durch das *FFD* sollte die Aufmerksamkeit für den Dokumentarfilm gesteigert und das große Potential des ihrer Meinung nach vernachlässigten Genres aufgezeigt werden.

Neben dem Festival leitet die mittlerweile auf *Forum Film Documenter* umbenannte Organisation Forschungen, Workshop, Produktionen und weitere Screenings um das Genre Dokumentarfilm weiter zu fördern.⁹

Das andere große Filmfestival in Yogyakarta ist das *Jogja-Netpac Asian Film Festival*. Die Förderung des Asiatischen Films und die Verknüpfung von Kunst, Kultur und Tourismus stehen bei dem seit 2007 jährlich stattfindenden Festival im Fokus.¹⁰

NETPAC steht für die Organisation *Network for the Promotion of Asian Cinema*, mit der seit der Gründung des Filmfestivals zusammengearbeitet wird. Die seit 1990 bestehende *NETPAC* hat weltweit neunundzwanzig Mitgliedsstaaten und ihren Hauptsitz in Singapur.¹¹

Der *German Film Club* des *Goethe-Instituts* veranstaltet einmal jährlich Mitte des Jahres in Yogyakarta und zeitgleich in den Städten Jakarta, Bandung, Denpasar, Surabaya und Makassar das *German Cinema Film Festival*. Zu diesem Anlass wird kostenfrei eine Auswahl deutscher Filme in Originalfassung mit indonesischen Untertiteln gezeigt.

Screenings

In Yogyakarta finden oft mehrmals in der Woche Screenings statt. Die Events und Spielorte sind dabei sehr unterschiedlich:

Im Norden Yogyakartas, knapp außerhalb der Ring Road, findet jährlich das große Kunstfestival *Festival Kesenian Yogyakarta* - kurz *FKY* - statt. Geboten werden neben Konzerten, Performances, Workshops, Diskussionen und einem Markt für Kunsthandwerk auch Screenings.

Die Aufmachung der Filmvorführung des Festivals im Jahr 2016 war schlicht und einfach. Eine weiße Leinwand wurde vor einem etwas abgeschiedenen Bereich des Festivals aufgestellt und durch einen Beamer bespielt. Zu sitzen gab es reichlich Platz in der Wiese und vereinzelte Stühle und Hocker der angrenzenden Marktstände. Gezeigt wurden ausgewählte Kurzfilme aus ganz Java.¹²

„Beside festivals, there are a lot of private film screening events here - maybe twice a week. They are organized by different communities.“

Suryo über selbstorganisierte Screenings

Das Screening *Ruang Kasih Tayang* wurde durch das Kollektiv *Sekutu Imajiner* mit Kano Hartadi als Parallelveranstaltung zur Ausstellung *All You Can Art XI* im *Jogja National Musuem* organisiert. In der Ausstellung wurden die Arbeiten aus den Bereichen Fashion, Fotografie und bildender Kunst von Studierenden des *Institut Seni Indonesia Yogyakarta* gezeigt und Musikkonzerte gespielt sowie Selbstgemachtes verkauft.

Beim zweitägigen Screening in einem hohen und fensterlosen Raum des Museumsgebäudes wurden sechs Videoarbeiten und Kurzfilme verschiedener Studentengruppen gezeigt.

Die Arbeiten wurden in einem weiteren Raum durch Visualisierungen in Form von Postern durch die Eindrücke unabhängiger Künstler aufgearbeitet und teilweise durch räumliche Installationen ergänzt.

Den Abschluss des Video-Screenings bildete die Vorführung des indonesischen Kurzfilms *Prenjak - In The Year of Monkey*.¹³ Der Film hatte im May 2016 den *Leica Cine Discovery Prize* bei der *55th Semaine de la Critique Festival de Cannes* sowie den Titel *Best Fiction Short Film* beim *Melbourne International Film Festival* gewonnen.¹⁴

„Ruang Kasih Tayang means room for a screening. It’s a pun, the original phrase ‚Ruang Kasih Sayang‘ means room of an affection. The word play is our signature name for a show that we made.“

Kano über das Screening zur Ausstellung *All You Can Art XI*



Fernsehen

Während laut einer Studie aus dem Jahr 2013 94 Prozent der indonesischen Bevölkerung Fernsehen anderen Medien vorzieht¹⁵, hat es bei der jungen und kritischen Bevölkerung Yogyakartas einen sehr niedrigen Stellenwert. Das Programm wird großteils durch Soap Operas - so genannte *sinetron* - bespielt. Diese Soap Operas laufen über hunderte Folgen und werden mehrere Jahre ausgestrahlt.¹⁶

Inhaltlich beschäftigen sich die *sinetron* für gewöhnlich mit dem Leben und den Dramen einer kleinen Gruppe von Menschen - beispielsweise in einem schulischen oder familiären Umfeld.

Ariane Anantaputri kritisiert in einem Artikel für die Website magdalene.co die Darstellung von Frauen sowie die konstante Banalisierung von häuslicher Gewalt. Sexismus und Klassismus seien einige der tief verwurzelten Probleme des Genres.¹⁷ Ebenso sind die häufig unlogischen und mystischen Handlungen und religiöse Moralpredigten kritisch zu sehen.



Kritik am Fernsehen
bei der Ausstellung *All You Can Art XI*:
Coffe & TV, Kevin Christopher, 2016

3

Interviews

Die folgenden Interviews mit den beiden Studenten Kanosena Hartadi und Suryo Burwono, die das Projekt des Filmklubs unterstützen, dienen dazu, einen besseren Einblick in die aktuelle Situation der Filmproduktion und Filmvorführungen in Yogyakarta zu bekommen.

Das dritte Interview mit einer Mitarbeiterin des Kinoprojektes Kinosaurus in Jakarta zeigt ein alternatives Konzept zu den großen Kinoketten Indonesiens auf.

Die Kinos Schikaneder und Topkino in Wien bieten zum Film ein Gesamtkonzept mit Gastronomie, Image und Kunst. In einem Gespräch mit Johannes Wegenstein, dem Besitzer der Kinos, erzählt er von der Bedeutung „mehr“ zu bieten. Johannes Wegenstein erläutert die Rolle eines eigenen Filmverleihs und der Relevanz von Filmfestivals.

Wolfgang Pielmeier schildert im Gespräch, was das Filmcasino so besonders macht und die Aufgabe und Bedeutsamkeit von einer guten Programmierung und einem Rahmenprogramm bei Sonderveranstaltungen. Anhand der Beispiele vom Filmcasino und Filmmuseum erläutert Wolfgang Pielmeier was ein Kino bieten kann und muss.

Kanosena Septian Hartadi

Kano organisiert als Mitbegründer des Kollektivs *Sekutu Imajiner* lokale Events wie Screenings, Ausstellungen, Parties, Konzert und vieles mehr.

Nachdem er sich seit seiner Kindheit mit Popkultur beschäftigt und zeitweise an der Kunsthochschule *Institut Seni Indonesia Yogyakarta* studiert hat, arbeitete er kürzlich am Filmprojekt *Ziarah* mit.

Das von ihm mitorganisierte Screening *Ruang Kasih Tayang* im *Jogja National Museum* war mein erster Berührungspunkt mit der Videoproduktion indonesischer Studierender.



I'm 21 years old. Born, raised and currently living in Yogyakarta. Since I was a kid, I was always interested in music, movies, visual art and popular culture. Until now, I still live with my religious mom. I draw and make videos for living.

Right now, I'm an event director, illustrator and copywriter for the local magazine called *Blurg! Magz* and drummer of a band called *Opa Tua*. I'm also a co-founder of *Sekutu Imajiner* collective, which organizes and plans fun events and parties. We make house-gigs, movie screenings, exhibitions, listening parties and many other fun activities. Besides that, I take my chances and still try to make it as an artist.

What is your experience with the medium of film?

Well, to be honest, I don't have much experience with the medium of film. I liked films since I was a kid. When I was in junior high school, I often skipped class to watch films and researched IMDB for the film's trivia and then got lost in all the related films that I watched at that time.

When I was in college, I met Bagus Suitrawan, a friend of a friend who happened to be the producer of the film *Ziarah*. I joined the team as a illustrator and social media planner and I learned a bit about publication and marketing and little about everything behind film industries, especially in Indonesia.

What is/was your involvement with events and film screenings in Indonesia?

Last August, my collective *Sekutu Imajiner* created an event called *Ruang Kasih Tayang*: two days for a student film screenings and an appendant exhibition. *Ruang Kasih Tayang* means room for a screening. It's a pun, the original phrase *Ruang Kasih Sayang* means: room of an affection. The word play is our signature name for a show that we made.

Held in Jogja National Museum, *Ruang Kasih Tayang* is parallel event of the art party exhibition called *All You Can Art XI*.

The event was a short film screening with contributions from six different campus cinema clubs in Yogyakarta and then we invited six different visual artist to remake the posters for each film. We wanted to show how the visual artist respond the movies from their own individual perspectives.

The bonus feature from the show was the screening of the *Prenjak: In the Year of Monkey*, the first short-film from Indonesia that won an award in Cannes.

Tell me about your background in film production.

I don't have any professional experience in the film production. However, I always loved filming and made dozens of videos since I was in elementary school. I had my fair share of trying out filming with different cameras such as phones, handycams, pocketcams and DSLRs and I loved editing each video that I made.

One of them got me some money for a video award that I won. It's a simple holiday video that I was filming during my trip alone through Vietnam and the trip is actually the prize of another contest that I also won. So, double Oscars for me.

What is your experience with the organization of events?

My only experience in organizing screenings is *Ruang Kasih Tayang*.

It challenged a lot of people that we offered a different platform of film screening. It was fresh and different because the show was created by kids who don't have much experience in organizing events and screening.

We don't have any political intentions or profit orientation. We are just kids who want to have fun and celebrate youth at this very moment. The unique background of the organization and the fresh idea resulted in a wide variety of the audience: the film communities, art school students, sub-culture enthusiast and, of course, hipsters. In this way it was different to the other film screenings in Yogyakarta that are usually only attended by their own communities.

What are the difficulties that you faced in the organization of events and in film production?

The biggest difficulties when it comes to organizing an event are, of course, the costs. But it isn't that much of an obstacle because me and my friends believe in what we do and we create everything together, hand by hand, and with our hearts. I think it needs this kind of passion - even though that sounds really cliché.

What do you know about the film production in Indonesia and specifically Yogyakarta?

Yogyakarta is the capital for arts in Indonesia. There are many artists and art enthusiasts here. Many people from different cities come to Yogyakarta and seek to learn about arts here.

There are many galleries, festivals, art shows and music shows. The city is defined by the cultural tourism. Film is one of the most popular mediums of art here. Many famous and successful filmmakers in Indonesia have started their careers in Yogyakarta. There are a bunch of schools and independent academies that teach filmmaking. One of the coolest things about the film world in Yogyakarta is that the government supports it. With a funding program that's called *Dana Istimewa*, the government supports many potential art projects - especially film - in Yogyakarta. It is the same program that funds big annual festivals, such as Festival Kesenian Yogyakarta, Jogja-NETPAC Asian Film Festival and Festival Film Dokumenter. Yogyakarta is the only province in Indonesia that has its own special funding for art and culture.

How do you rate the offer of film in Yogyakarta in cinemas, during festivals and on TV?

The films that are shown in the major cinemas in Indonesia are mostly Hollywood blockbusters and major Indonesian films.

It's cool, major is okay. But the problem about the majority of big Indonesian films is that they are getting worse nowadays. The major film industry in Indonesia is now ruled by the Indian born producers who produced mainly banal films like slapstick comedies, cliché rom-com, low erotic horrors and other worthless films to watch. The saddest part is that the screening time of these banal films is dominating the cinema, while many great Indonesian films which deserve more fame and screening time, are neglected.

I don't want you to think that there is no hope for the film world in Indonesia or Yogyakarta. It's actually not that bad. The best way to watch real great Indonesian films is via festivals and alternative screenings. There are lots of them in Indonesia, particularly Yogyakarta.

The great news is that they are getting better and better: they are organized better and appeal to a bigger audience. Each festivals has its own characteristic and great concept such as *Film, Musik, Makan* (Film, Music, Food) that takes place in Jakarta. During *Film, Musik, Makan* festival, you can watch films, see the music performances and have great food.

In Yogyakarta, there are *Festival Film Dokumenter* and *JAFF - Jogja-NETPAC Asian Film Festival* which are the most important the film festivals. Both of them are great festivals that offer people alternative films from various nations. Their audiences is growing and growing every year.

Do you think that there is an audience for independent movies in Yogyakarta?

There are many festivals that screen indie and art house films. There are also small periodical alternative screenings that are held in different places. However, there are no specific site for alternative film screenings. As far as I know, last temple for alternative film screening in Yogya was a cinema called *Kinoki*, but it was closed for some reason.

Like I said before, there are many independent filmmakers and strong film communities in Yogyakarta, all of them are longing for a specific site that screens alternative films.

Yogyakarta itself is filled with young people that are craving for alternative entertainment, especially films. So, yes. There is an audiences.

What do you know about the educational side on film production in Yogyakarta?

In Yogyakarta, there are many workshops held by the government, production companies, camera brands or independent clubs about film production such as scriptwriting, directing, editing or the whole procedure of film productions. Not to mention film schools that will give you a comprehensive education on film production.

How can a film club that shows and discusses movies have a positive effect on film production in Yogyakarta?

If there is room, there are people. A space like alternative cinema will make people who share the same passion and interest in film, interact with each other. If they meet, they will automatically talk and discuss something. And when you discuss something, there are results. And hopefully their meetings result in new ideas. At least, that is what I hope and expect.

Where do you see potential problems when it comes to a project like this?

The problem is our consistency and our creativity. I think both of them are the main problems if we make projects like this.

What is important to you when you go to the cinema? What kind of topics would you personally like to see discussed in the program of the cinema?

I personally like a laid back discussion with tea, coffee and snacks about how the audience feels after seeing the film. I am not really into discussing the technical background of the films like how they filmed it. However, I think that's important things to talk about.

I don't have many expectation for the program. For me, if people are enjoying the film and then interact with each other and make new friends afterwards, that's enough for me. I'm happy when people get connected.

Would you use the opportunity to show and discuss your own work with other people from the film club?

Of course! I would like to know how people react when they see my work. But that's not my main concern for this project. I put other people first.

Suryo Buwono

Suryo ist neben seinem Studium der Psychologie an der Universitas Gajah Mada freiberuflicher Schriftsteller und Regisseur in Yogyakarta. Durch seine Arbeit und seine Erfahrung als Mitarbeiter bei jährlichen Film Festivals hat er tiefen Einblick in die Filmszene Indonesiens.

Bei unserem ersten Gespräch im August 2016, war ich erstaunt über sein breitgefächertes Wissen über Filme abseits des Mainstreams - international ebenso wie national.

Ich war inspiriert durch die Erzählungen über die in Yogyakarta stattfindenden Film Festivals und die scheinbar große Nachfrage.



Tell me about your experience with the medium of film.

I was an independent filmmaker from late 2010 until 2015. Mostly I write, direct and produce short fiction, but I also once made a documentary that received quite high acclamation nationally, called *Totum Pro Parte*. The documentary has won numerous awards from festivals in Indonesia.

In 2013, I taught a film class at a Junior High for about a year and in 2015, I became the film traffic manager of Jogja-NETPAC Asian Film Festival.

What is/was your involvement with film festivals in Indonesia?

Visiting film festivals as audience was a must routine since 2011. In 2014, I helped the Jogja-NETPAC Asian Film Festival to translate their catalogue content - all of them are the film synopsis - to English. And a year later, I worked there as the film traffic manager.

What are the difficulties that you faced in the organization of film festivals and in film production?

There is only a small number of alternative places, rooms or spaces to screen films and you have to deal with the lack of appreciation.

Other difficulties are the lack of trust from investors and sponsor, age discrimination - if you're too young or even too old - and the small number of competent and reliable coworkers.

Tell me about your knowledge of film production in Indonesia and specifically Yogyakarta.

Film production activities in Indonesia and Yogyakarta especially, are based on the engagement of different communities. As far as I know, we no longer have any major industry or association since PERFINI went bankrupt in the seventies or eighties. Afterwards, every film producing activity, whether it's labeled as major or indie production, is actually a product of collective communities work.

From my short experience as an independent filmmaker, I can say that Yogyakarta is the place with the best collective environment compared to other cities like Bandung, Malang or Jakarta to produce films or organize art projects.

In Yogya, art is part of mainstream culture and a basic need for most of the people especially when they are teenagers or young adults. We often don't talk about money when we talk about making art in this city. If you have good ideas, people will support you or at least say enthusiastically that they are willing to support you to make your ideas happen. And this applies not only when starting a collective film production, but also bands and concerts, exhibitions or other various art projects.

There are also an annoyingly negative side to this strong collective culture that I have come across: stereotypical thinking and pragmatism. One community can hate the other and they will convince everyone else to join them in hating each other.

In Yogya, we also have two of the best film festival held in Indonesia:

One is *Jogja-NETPAC Asian Film Festival* which is one the most persistent and reliable film festival in Indonesia. People say it is best organized one compared to others. It exists for eleven years and it has an Asian wide scope not just national.

The other one is *Festival Film Documenter*, which is the oldest documentary film festival in Southeast Asia.

How do you rate the offer of film in Yogyakarta in cinemas, during festivals and on TV?

We have quite the variety of films and often films discuss the conflicts and struggles of our daily social life, which is very personal to the native audience but also has a universal value to non-natives.

The demand of alternative films in Yogyakarta is very high. I mention alternative films because people here tend to prefer independent films to the shitty films from major labels.

Do you think that there is an audience for independent movies in Yogyakarta?

Of course, there's a lot! During every festival, we were almost fully seated for the local independent films or films made by local filmmakers in every screening slot.

Beside festivals, there are a lot of private film screening events here - maybe around twice a week. They are organized by different communities.

What impact would you grant independent films and film festivals on society in Indonesia?

They make people become more aware and conscious about the society and also have an important impact on their critical thinking.

What do you know about the educational side on film production in Yogyakarta?

There are two formal film schools in Yogya: The *ISI* and the *Jogja Film Academy*. But in almost every uni in Yogyakarta, they have student activities or *kine klub* where you can learn about film production.

How can a cinema project like this have a positive effect on film production in Yogyakarta?

Whatever it is, as long as it gathers people and make them interact with each other, share their feelings and knowledge, I think it will have a huge benefit and contribution to the film production and atmosphere in Yogya and our art society in general.

What kind of topics would you personally like to see discussed in the program of the cinema?

I am personally open to every kind of topic. Because for me, it's not the topic that makes a film interesting but the film that makes the topic interesting.

Kinosaurus

In *Jakarta Selatan* - also Süd-Jakarta - befindet ist ein interessantes Kinoprojekt mit dem Namen *Kinosaurus*. Kinosaurus ist per Selbstdefinition ein *microcinema*. Geboten wird für maximal dreißig Gäste pro Vorstellung ein abwechslungsreiches und internationales Filmprogramm sowie Diskussionen unter den Gästen und gelegentlich mit den Regisseuren der gezeigten Filme unter dem Titel *Kinotalk*. Das rund zwölfköpfige Team setzt sich aus den Filmschaffenden Edwin, Meiske Taurisia und Muhammad Zaidy, dem Programm-Organisator Matius Alexander und den Betriebsleitern Raslene und Adit und meiner Interviewpartnerin Adinda zusammen.



How did you come up with the idea for the Kinosaurus microcinema?

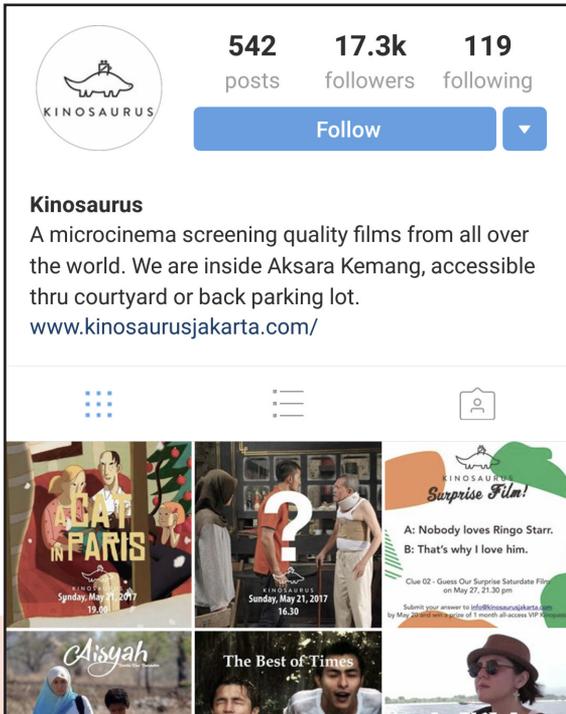
In December 2015, we opened the Kinosaurus to respond to the need for a wider variety of films screened in cinemas in Jakarta and the need for more screenings of Indonesian films, so they can be more available and accessible.

How is the cinema financed? Do you get funds?

The cinema funds itself, supported by a revenue stream from its tenant partners, the coffee shop and the art school.

What are the difficulties that you faced realizing this project? Have there been other problems since then?

So far, it has been quite smooth. The only challenge is the programming. I would not call it a difficulty though.



Kinosaurus
 A microcinema screening quality films from all over the world. We are inside Aksara Kemang, accessible thru courtyard or back parking lot.
www.kinosaurusjakarta.com/

542 posts 17.3k followers 119 following

Follow

Grid of film posters:

- BEAT IN PARIS** - KINOSAURUS Sunday, May 14, 2017 19.00
- Surprise Film!** - KINOSAURUS Sunday, May 21, 2017 16.30
 - A: Nobody loves Ringo Starr.
 - B: That's why I love him.
 - Clue 02 - Guess Our Surprise Saturday Film on May 27, 21.30 pm
 - Submit your answer to info@kinosaurusjakarta.com by May 26 and win a prize of 1 month all-access VIP Kinosaurus!
- Aisyah**
- The Best of Times**



kinosaurusjakarta

SHORTS BY B.W. PURBANEGARA

KINOSAURUS
 Sunday, February 5, 2017
 19.00

Grid of film shorts:

- Woman in yellow shirt by a car.
- Woman in yellow shirt on a bench.
- Man and woman in a close-up.
- Man in a white shirt.
- Close-up of a young boy's face.

Online-Auftritt und Veranstaltungsankündigung von Kinosaurus auf der Plattform Instagram

How would you describe/characterized your audience?

Our audience has a very broad and eclectic demography, which we are very proud of.

How do you pick topics or specific films to be discussed in the film program?

We have a programming team and sometimes invite guest programmers.

Who are the guests that you invite for discussions and such? How often, on average, do you host events like discussions?

Whenever we can have the filmmaker for a discussion. On average, for about three films per month, we have a Q&A.

What kind of influence do independent films have on society in Indonesia?

At the end of the day, what is needed is more variety of films being screened, to inspire and strengthen our society.

Would you be interested in some kind of cooperation with a similar project in Yogyakarta?

The idea is to inspire more people to open similar microcinemas all around Indonesia. We believe that microcinema is a sustainable model to increase the variety of films being screened.

Johannes Wegenstein, Schikaneder Kino

Das Schikaneder Kino ist mit bereits über 110 Jahren eines der ältesten Kinos Wiens.¹ Der Besitzer Johannes Wegenstein lies das Kino Ende der Neunziger nach seiner Übernahme um eine Bar und einen Veranstaltungsraum erweitern. Das Schikaneder Kino sollte jungen Filmemachern vor allem für die aufkommende digitale Produktion eine Plattform bieten und Wegenstein kooperierte deshalb mit Studenten der Filmakademie. Es folgten experimentelle Projekte wie das Zusammenspiel von Filmopern und Live-Sängern.

2003 übernahm Johannes Wegenstein das Topkino. Das Topkino bietet neben zwei Kinosälen ebenfalls einen Gastronomiebereich.² Die beiden Kinos zeichnen sich durch eine abwechslungsreiche und individuelle Programmierung und ein gut gefülltes Festivalprogramm aus.



Unsere Kinos kommen aus dem Segment des klassischen Programmkinos. Das waren Kinos, die keinen eigenen Verleih hatten und einfach alte Filme gespielt haben. Diese Kinos haben wir als solche übernommen und dann langsam ausgebaut. Was wir ergänzt haben, ist einerseits der jungen Filmkunst, die durch die digitalen Medien mehr und mehr wurde, einen Abspielort zu bieten. Da ist zum Beispiel das Schikaneder ganz wichtig für Screenings von Filmen, die ganz billig produziert sind, keinen Verleih haben, meistens in der Herstellung gar nicht gefördert werden, aber trotzdem von einer gewissen Community gesehen werden wollen. Das heißt, diese Filme hat man einen Tag, zwei Tage, manchmal eine ganze Woche im Programm.

Dazu kommen Filme - wir haben selbst langsam einen Verleih aufgebaut -, die aus unserem eigenen Verleih kommen. Der Rest wird programmiert mit Filmen von anderen Arthouse-Verleihern. In Österreich gibt es das Filmcasino mit dem Verleih Polyfilm, das Votivkino mit Filmladen und das Stadtkino - das sind unsere Hauptpartner. Und dann gibt es auch noch Verleihe in Deutschland oder international.

Für das Programmieren eines Kino muss man erstens wissen: In welche Richtung geht's? Welche Filme wollen wir zeigen? Filme, die es sonst in anderen Kinos eher weniger oder nicht gespielt werden?

Und dann recherchieren wir - international, auf Festivals - wo gibt es Filme, die da oder dort gut gelaufen sind. Wir sehen uns dann die Besucherzahlen an: Wie ist es in Deutschland gelaufen? In Österreich gibt es keinen Verleiher. Könnte man den in die Kinos nehmen? Das ist immer eine sehr umfangreiche Arbeit, wenn man sich die antun will. Viele Kinos wie die Multiplexe tun sich das nicht an und lassen sich programmieren von den Verleihern.

Für uns - Topkino und Schikaneder - ist das spannende, das wir einfach eine ganz große Bandbreite an unterschiedlichen Formaten haben: vom klassischen Programm kino bis hin zum Kunst- und Experimentalfilm. Viele Festivals kommen zu uns. Jetzt war gerade Hunger macht Profite, das sind dann Fremdveranstalter, die dann mit einem fertigen Festivalprogramm kommen und sagen „Das würden wir gerne in eurem Kinos zeigen.“ Da gibt es immer zu wenig Platz in Wien beziehungsweise gibt es Platz, aber zu teuer. Wir schauen, dass das ein gutes Verhältnis hat. Wir haben unser eigenes Filmfestival This Human World zum Thema Menschenrechte, das ist aus unseren Kinos entstanden.

Ein Tag hier im Büro beginnt mit sehr unterschiedliche Anfragen - zum Beispiel von einem Festival in Prag, das sich internationalisieren will und einen Abspielort sucht oder von den klassischen österreichischen Filmfestivals. Viele davon haben bei uns begonnen: *VIS Vienna Independent Shorts*, die haben sich jetzt das Gartenbau kino als Abspielstätte gesucht, die *Frauenfilmtage* waren auch mal bei uns, *Tricky Women*.

Andere Anfragen sind sehr individuell. Wir haben auch diese Heimkinoschiene. Da schaut man, dass man einen Teil der Kosten mit Vermietungen deckt. Das sind dann Anfragen wo sich ein Hobbyfilmemacher mit seiner Community einen Film anschauen will, den sie gedreht haben und dann vermieten wir den Saal einfach und machen sonst nichts dafür. Das ist auch ein wichtige Standbein für die kleinen Kinos, die kaum gefördert sind.

Für die Zukunft ist einfach wichtig, dass man über das Kino hinaus Einnahmequellen eröffnet und das geht nur als Verleih. Wenn du auf Festivals gehst - Berlinale zum Beispiel - haben die einen Filmmarkt. Da schaust du Filme an, wenn du dich dafür interessierst, schaust du ob die Rechte dafür schon verkauft sind in Österreich und dann muss man evaluieren, ob der Film eine Chance hat und Publikum haben könnte. Bestes Beispiel war jetzt Toni Erdmann. Das ist ein klassischer Haupttreffer. Der hat so viel eingespielt, dass du dann auch wieder fünf Nieten ziehen kannst. Das ist immer die Frage. Auch wenn du persönlich einen Film gut findest, kann es sein, der funktioniert im Kino nicht und das hängt von ganz vielen Faktoren ab, hauptsächlich Mundpropaganda.

Und die ganze Indieszene muss man auch über Festivals bedienen. Das wird ein immer stärkeres Segment. Das ist auch ein Hauptargument der österreichischen Festivalbetreiber. Die haben sich jetzt in einem Dachverband zusammengeschlossen und versuchen, Druck auf die KulturfördergeberInnen zu machen, weil sie sagen, dass sehr viele Filme auch in Österreich nie ins Kino kommen, weil kaum Besucher erwartet werden.

Wie wichtig ist der Raum von Kino? Was für einen Raum muss Kino bieten?

Sehr! Wenn man ins Topkino oder ins Schikaneder schaut, dann haben diese Kinos räumlich nicht viel zu bieten. Was bei uns wichtig ist, sind die Bars. Dass es ein Zusatzangebot gibt. Dass du ein Standbein schaffst, dass einerseits Kinobesucher, die erstmal zu uns ins Kino kommen auch den Ort als Location entdecken - unabhängig vom Kino - und das hat gut funktioniert.

Unsere Kino sind nicht wahnsinnig attraktiv: Topkino ist Achtzigerjahre-Design. Wir hatten nie das Geld wirklich umzubauen. Man sitzt unbequem. Es ist alles eigentlich architektonisch gesehen scheiße, aber was funktioniert ist, dass wir ein Feld bedienen in dem es wenig Konkurrenz gibt und eine Community, die uns als Gesamtkonzept schätzt.

Als Kino bist du immer ein Grenzgänger was die finanzielle Situation betrifft. Wenn wir die geringen Förderungen, die wir bekommen, nicht bekämen, täten wir uns sehr viel schwerer.

Das Schikaneder ist ganz bewusst low-level geplant. Wir haben nur minimale Umbauten vorgenommen, damals vom Gregor Eichinger, der sehr viel Lokalarchitektur in Wien gemacht hat.

Der hat das Schikaneder damals mit null Budget zu einem Hotspot gemacht. Das waren zwei Dinge, die da entscheidend waren: Das Kino möglichst so belassen, nur aushöhlen und eine lange Bar und eine hohe Bank. Das wars und das war wichtig. Wenn man die junge und coole Szene haben will, dann schaut man, was man für Mittel hat und mit denen muss man das halt hinkriegen - muss ja nicht immer so teuer sein.

Beim Topkino haben wir ein recht breit gestreutes Publikum, beim Schikaneder - das eher so Subkultur repräsentiert - tun wir uns viel schwerer, abseits der Veranstaltungen, Film- und Kunststudenten und -studentinnen, Publikum zu bekommen. Die Älteren, so ab vierzig, kommen nicht mehr. Das ist auch wichtig, dass es die jungen Mitarbeiter gibt, die das dann alles vorsetzen. Ich bin schon zu alt um das ganze noch zu verstehen: Wie funktioniert Kino überhaupt heute? Programmieren machen die jüngeren Mitarbeiter.

Das Gesamtkonzept ist wichtig. Das Wolfkino in Berlin hat Schachtelkinos gemacht, billigst und kleine Säle, aber das geile ist, du sitzt hinauf, fünf bis sechs Reihen, und hast das Gefühl, du sitzt in der Leinwand, weil die Leinwand ist riesig im Verhältnis. Das ist von Bilderlebnis sensationell.

Überlebt Kino in Zeiten von Netflix?

Ja, besser denn je! Wir hatten letztes Jahr das beste Jahr. Warum? Weil was durch nichts zu ersetzen ist, ist der soziale Faktor. Dass man Leute trifft - deswegen sind auch die Bars wichtig.

Der zweite Grund ist, dass es wahnsinnig viel Filmschaffen gibt durch die billigen Möglichkeiten einen Film herzustellen. Wenn man jetzt als Festival nach Filmen schaut, ist es unfassbar wieviel da kommt.

Letztes Jahr wurden 1100 Filme eingereicht aus der ganzen Welt. Filme gibt es in Hülle und Fülle gerade im Segment des künstlerisch weltvollen Films. Worüber ich mir Sorgen mache ist die Preisgestaltung. Ich finde, eine Kinokarte darf nicht so viel kosten - gerade in solchen Kinos. Da spielen aber dann die Verleiher nicht mit: Wenn du nicht mehr als fünf Euro verlangst, bekommst du den Film nicht, weil die Prozente an den Einnahmen verdienen.

„Weil Kino dadurch zu einer elitären Aktion wird. Wenn man überlegt, dass man als Student oder als Restkartenkäufer billiger ins Theater kommt, wo jemand wirklich vor dir steht, als ins Kino, ist ja irgendwie absurd. Da müsste dann das Kino einfach stärker subventioniert werden.“

Einwurf von Veronika Zorn,
Schikaneder

Ich finde, man muss die Studentenkarten noch billiger machen in Zukunft. Weil am Ende lebst du nicht von den Karteneinnahmen sondern von dem, was du drumherum noch organisierst. Davon, dass die dann auch dableiben und einen Wein trinken oder ein Bier. Davon, dass du den Raum manchmal vermietetest.

Gibt es bei euch irgendwelche Schwierigkeiten?

Schwierigkeiten ein Jahresbudget durchzubringen gibt's immer. Bedarf an Mitarbeit ist groß, die Möglichkeit, Personalkosten aufzubringen ist klein. Wenn es die Förderungen nicht gäbe wäre es unmöglich - gerade für so kleine Kinos. Die Magistrate könnte man noch als schwierig bezeichnen.

Wolfgang Pielmeier, Filmcasino

Das Filmcasino ist eines der wichtigsten Programmkinos in Wien. Die Programmierung setzt sich aus regelmäßigen Veranstaltungen für Zielgruppen mit unterschiedlichen Hintergründen und Interessen und aus verschiedensten Altersgruppen zusammen. Kino gab es in der Margaretenstrasse 78 schon seit 1911. 1954 wurde das Kino durch den Architekten Albrecht F. Hrzan komplett umgestaltet und blieb seitdem seinem Stil treu.

Ab Anfang der Siebziger bis zum Ende der Achtziger wurde das Kino nicht bespielt und durch einen jugoslawischen Kulturverein als Veranstaltungsort genutzt. Das Kino wurde 1989 renoviert und als Filmcasino wieder eröffnet.³ Seither zeichnet sich das Kino durch ein vielfältiges Programm und als Gastgeber mehrerer Filmfestivals aus.



Das Filmcasino ist ein Fünzigerjahre Kino und komplett in diesem Stil gehalten. Wir sind ein Ein-Saal-Kino, das ist auch wichtig, weil da gibt es eigentlich nur mehr recht wenige und wir sind eins von zwei bis drei größeren Premierenkinos in Wien. Die Premieren finden entweder bei uns statt oder eben im Gartenbaukino oder im Künstlerhauskino - je nachdem wie viele Leute erwartet werden.

Wir sind das Startkino vom Polyfilm Filmverleih und haben ansonsten recht viele Festivals im Haus: Wir haben das identities hier, das Cine Latino, demnächst das Vienna Shorts und das Slash natürlich. Festivalmäßig sind wir ganz gut ausgelastet. Sonst so Special-Vorführungen, Wiederaufführungen und Sonderprogramme besonders jetzt die Schiene für Kinder. Wir versuchen immer unterschiedliches Zielpublikum anzusprechen. Das ist ja eigentlich das praktische an Kino, dass man an einem Tag mehrmals komplett das Zielpublikum wechseln kann. Wir beginnen vormittags mit Vorstellungen für Schüler und Schülerinnen oder Kindergärten, gehen dann mittags weiter über Pressevorführungen, nachmittags Kino und Kuchen, was eher auf das ältere Publikum abzielt, und dann gibt es das normale Abendprogramm und das Spätnacht-Programm.

Wählt ihr eure Programmierung so aus, dass ihr ein möglichst breites Publikum anspricht?

Wir versuchen es natürlich schon, aber nachdem wir auch im Team recht unterschiedlich sind - vom Alter her - schlägt halt jeder irgendwann mal was vor und dadurch mischt sich das Programm: Es gibt Kollegen mit Kindern, es gibt ältere und jüngere Kollegen und so setzt sich das dann zusammen.

Wie wichtig ist euer Rahmenprogramm?

Rahmenprogramm ist das, was gerade bei Sonderveranstaltungen wichtiger wird. Das ist eine große Diskussion innerhalb der Kinolandschaft, diese Eventisierung des Kinos. Es geht ja niemand mehr ins Kino - und das wird sich in den nächsten zehn Jahren noch um einiges mehr verstärken - um einen Film zu sehen, nur weil der jetzt gerade gestartet ist. Es gibt tausend verschiedene Plattformen und in zehn Jahren werden Filme überall gleichzeitig online und im Kino und im Fernsehen starten. Die Leute, die ins Kino gehen, erwarten sich davon schon was besonderes und da versucht man einen gewissen Mehrwert zu generieren. Früher was das nur bei Premieren so. Da gab es dann hinterher so Sekt, Wein, Knabberzeug.

Wir starten zum Beispiel demnächst - das wäre so ein Kino-Event - einen Dokumentarfilm über ein Spitzenrestaurant aus Norwegen und da machen wir dann eine Premiere mit einer Weinverkostung und einer Brotverkostung und allerlei, sodass daraus ein kompletter Abend wird.

Dass die Leute nicht einfach reingehen und dann nach neunzig Minuten rauskommen und der Abend ist vorbei.

Was auch sehr gut funktioniert sind unsere Cine Latino Events, die haben wir auch über das Jahr verteilt, nicht nur das Festival, sondern auch Latin Film Lounge, das ist immer mal wieder an einem Donnerstag. Das gibt es vorher Live-Musik im Foyer und danach noch Tanzvorführungen oder wieder Live-Musik und allerlei Verkostungen. Das wird schon ein größeres Event.

Das wird natürlich auch unterschiedlich diskutiert: Ob das jetzt eine gute oder schlechte Idee ist. Ob es das jetzt braucht. Ob es den Sinn von Kino verstören würde. Ich finde nicht - es weitet ihn aus.

Wir haben sicher auch den Vorteil, dass wir durch das Kino auch den Raum haben, mit Foyer, in dem man gerne ist.

Wie wichtig ist der Raum von Kino? Was muss der Raum von Kino bieten?

Da kommt es darauf an, wen man fragt. Ich finde, ein Foyer sollte auch nach Foyer ausschauen, etwas schönes haben. Wir haben dieses puffige Fünfzigerjahre Ambiente, wo man schon zur Tür reinkommt und in einer Zeitblase gefangen ist. Man wird da geschluckt. Diese Kinostimmung fängt schon im Foyer an und deswegen ist es uns sehr wichtig, dass wir das auch weiter so erhalten.

Das *Filmmuseum* hat schon einen Foyerbereich, aber das ist alles recht kahl, recht unterkühlt - da steht man nicht so gerne drin herum.

Ich finde, ein Saal sollte nicht zu nackt sein, nicht zu fad ausschauen. Was mir extrem wichtig ist, ist ein Vorhang. Das gehört zur Inszenierung dazu. Das ist auch schön, wenn man damit spielen kann - wenn man das auf und zu macht-, wenn man irgendwelche Zierlichtleisten hat. Wenn man die Vorführung beginnen kann mit einer Inszenierung.

Das Filmmuseum fährt da einen komplett anderen Ansatz. Die haben das Konzept vom unsichtbaren Kino. Das wurde von Peter Kubelka so entwickelt. Da muss das Kino eine Blackbox sein. Sodass nichts ablenkt.

Eine vernünftige Tonisolierung ist sehr wichtig und Licht ist auch klar. Deswegen ist es immer komisch, wenn Kinos innen hell gestrichen sind.



Was ist die Aufgabe von Kino?

Das kommt ganz drauf an, was man anschaut. Kino ist einfach nur die Örtlichkeit, die Art der Filmrezeption. Da kommt es drauf an, warum ich es schaue - welche Art von Film. Man kann sich einen Dokumentarfilm anschauen, um was zu lernen und einen Eindruck zu bekommen von etwas Anderem, man kann sich Dramen anschauen, zur Unterhaltung, man kann sich aber auch - und da ist auch nichts schlimmes dabei - Fast & Furious 8 anschauen, weil man einfach Bock hat, dass da jetzt die Fetzen fliegen und nur Krawall und ich will nicht mitdenken, ich will, dass es blitzt und kracht.

In welches Kino man geht, liegt vor allem auch dran, was bietet das Kino und was programmiert das Kino.

Was sehr gut läuft ist die Wiederaufführung von Kultfilmen von früher. Das funktioniert auch für alle Generationen. Die Generation, die jetzt zwischen zwanzig und vierzig ist, die wollen einerseits die Filme sehen, die sie im Kino schon mal gesehen haben und jetzt nicht mehr die Möglichkeit haben oder Filme, die sie einfach nie gesehen haben im Kino.

Ich habe ein bisschen Angst davor, dass Kino in Zukunft zu exklusiv wird. Es gibt einige Stimmen, die sagen Kino wird irgendwann sowas wie jetzt die Oper ist. Das mag vielleicht stimmen für so Sachen wie das Filmmuseum, wo du wirklich eklektisches Programm mit Originalkopien hast, aber die stellen ja auch das Material Film aus. Das ist wahrscheinlich schon eher so eine High-Society-Geschichte.

Was mir an Kino gefällt - und gerade hier - ist diese Durchmischung. Das hast du Leute verschiedenster Herkunft und aus den verschiedensten Schichten, weil es ist auch ein relativ günstiges Vergnügen. Ich will nicht, dass das exklusiv wird.

4

Konzept

Yogyakarta bietet eine fruchtbare Umfeld für die Beschäftigung mit Kunst. Zur Auseinandersetzung mit Film tragen in Yogyakarta besonders die staatlichen Förderungen im Bereich Kunst und Kultur bei, ebenso die etablierten Festivals und Wettbewerbe, die zur Beschäftigung mit dem Medium auffordern. Die hohe Anzahl an Universitäten macht die Stadt zum Bildungszentrum und Anlaufpunkt für junge Menschen.

In Yogyakarta gibt es zwei Möglichkeiten Film zu studieren. Die eine ist der Studiengang Fernsehen und Film an der Kunsthochschule ISI, die andere ist die Jogja Film Academy, an der ein vielfältiges und umfassendes Studienprogrammen über das Schreiben von Skripten bis zum Schneiden des Film angeboten wird.

Wie Kano in seinem Interview erwähnt hat, gibt es zusätzlich ein großes Angebot an Workshops, die beispielsweise durch Produktionsfirmen oder Kameraherstellern abgehalten werden. Die Studierenden der unterschiedlichen Bildungseinrichtungen haben laut Kano kaum miteinander zu tun.

Eine Handvoll großer kommerzieller Kinos spielen eine sehr begrenzte Anzahl an Hollywoodfilmen und große indonesische Produktionen - Raum für Weltkino und Independent-Filme gibt es kaum.

Produktionen der jungen und kreativen Szene Yogyakartas werden bei Gelegenheit im Rahmen von Ausstellungen, Screenings und Wettbewerben gezeigt. Die bestehende Nachfrage an Filmen und zugehörigen Events abseits der Mainstream Blockbuster zeigt beispielsweise die Auslastung der unterschiedlichen, jährlich stattfindenden Filmfestivals.

„Kino hat mit Liebe zu tun.“¹

Justin Hoffmann im Beitrag *Kino ohne Land*
für das gleichnamige Buch von Ruth Kaaserer und Almut Rink

Idee

Die Idee ist ein Programmkino zu eröffnen und zu etablieren, um damit eine kostenfreie und unabhängige Institution und eine Plattform für Filmschaffende und Filminteressierte im In- und Ausland zu schaffen.

Das Kino hebt sich durch seine Programmierung von den großen Kinoketten in Yogyakarta ab und zeigt einmal wöchentlich abends Independent- und Arthouse-Filme.

Gleichzeitig wird den jungen Menschen der Rahmen geboten, eigene Filme zu zeigen. Nach dem gemeinsamen Filmschauen und Picknicken werden die gezeigten Filme zusammen besprochen. Bei mitgebrachten Videoarbeiten, können Fragen an die Filmemacher und Filmemacherinnen gestellt werden und Input und Kritik geliefert werden.

Mehr als nur ein Programmkino, werden mit diesen film talks und Diskussionen ein Film Klub geschaffen werden. Wie zur Blütezeit der film societies wird die von Fernsehen und kommerziellen Kinos nicht gedeckte Nachfrage an anspruchsvollen Filmen und Klassikern getilgt. Der geplante Fokus bei den Vorführungen und dem Diskurs liegt auf Bildung, Kultur und Austausch.

Es wird über eventuelle Förderungen und Wettbewerbe informiert und Erfahrungen zu Einreichungen werden ausgetauscht.

Ziel

Ziel ist des geplanten Projektes ist es, eine funktionierende Plattform zur Verfügung zu stellen, die zur Kommunikation der Film-Studierenden der beiden Universitäten dient. Durch unterschiedliche Herangehensweisen und unterschiedliche Schwerpunkte an den beiden Hochschulen schafft ein Austausch neue Blickwinkel und Input.

Transuniversitäre Projekte, Kooperationen und Projektteams werden angestrebt und gefördert.

Ebenso ist es Ziel, die Vernetzung von Filminteressierten und jungen Filmmachern untereinander und mit etablierten Studios und Filmschaffenden voranzutreiben.

Durch Kollaborationen mit anderen vergleichbaren Institutionen und Filmfestivals innerhalb Indonesiens sowie im Ausland soll ein nationaler und internationaler Austausch gefördert werden.

Zeitrahmen

„Inszenierung spielte beim Sommerkino Haitzendorf eine grundlegend Rolle: ein Kino für einen beschränkten Zeitraum wieder zu eröffnen; ein Projekt anzubieten, das im Rahmen einer Ausstellung stattfindet, das ein temporäres Angebot für Filminteressierte und Neugierige aus der Umgebung zeigt; aber eben kein Kino auf unbestimmte Zeit.“²

Ruth Kaaserer und Almut Rink schreiben im Buch *Kino ohne Land* über das Projekt Sommerkino Haitzendorf. Im Rahmen der Ausstellung *Zweite Runde - Kunst im öffentlichen Raum Niederösterreich*, wurde das alte Tonkino im Dorf temporär mit eigenen Videoarbeiten und für den Ort und die Bewohner relevanten Filmen bespielt. Der Faktor Zeit spielt auch bei dem geplanten Projekt eine große Rolle. Die Dauer soll auf ein Jahr begrenzt sein. Dadurch soll eine Art „now or never“-Gefühl geweckt werden. Bei einer unbefristeten Dauer verlieren Projekte schnell an Reiz. Ohne Veränderung oder beschränkte Dauer - im Gedanken, es wäre „eh immer da“ - ist es leicht einen Besuch oder eine Vorführung zu vertagen und aufzuschieben.

Organisation

Die Mitarbeiter des Kinos werden unter anderem Kano und Suryo sein.

Durch seine Arbeit als film traffic manager beim *Jogja-NETPAC Asian Film Festival* weiß Suryo um die Beschaffung von Lizenzen und Regelungen.

Kano hat Erfahrung in der Organisation und Umsetzung von Events - sowohl in Form von Konzerten als auch von Screenings wie zum Beispiel dem Projekt *Ruang Kasih Tayang*.

Beide haben durch bisherige Filmprojekte Kontakte zu anderen jungen Filmemachern und den Filmstudierenden.

Freiwillige Mitarbeit ist bei dem Projekt des Kinoklubs willkommen. Diese wird durch mehrere Maßnahmen gefördert:

Die Mitnahme und Vorführung eigener Video- und Filmarbeiten soll zu einer Verbundenheit mit dem Kinoklub führen und so das Engagement zur Mitarbeit anregen.

Weiters soll der Raum bei Bedarf durch Events wie Konzerte oder Ausstellungen benutzt werden und so eine größere Reichweite erlangen.

Die Kinovorführungen und Film-Projektpräsentationen sollen durch Rahmenprogramm inszeniert werden. Zu den Screenings können Snacks und Getränke mitgenommen werden und mit den anderen Gästen in Form eines Picknicks geteilt werden. So wird das Gefühl der Zugehörigkeit zum Filmklub gesteigert und eine stärkere Bindung zum Projekt erfolgt. Die gemeinschaftliche Adaption und Umsetzung des Entwurfes soll ebenfalls zu eine Identifikation mit dem Kino-Projekt führen.

Marketing

Das Marketing für Events in Yogyakarta läuft fast ausschließlich über social media. Der größte Vorteil der Online-Vermarktung lässt sich an den geringeren Kosten erkennen.

Hauptsächlich über die Plattform Instagram werden kreativ gestaltete Mitteilungen auf Bildern oder in Form von kurzen Videos mit den Abonnenten geteilt. Neben Instagram, allerdings längst nicht so populär, wird die Website Facebook als Werbemittel verwendet indem Veranstaltungen erstellt und angepriesen werden.

Abseits der Werbung über social media, werden Events über das schlicht gestaltete, oft einfarbig bedruckte und dadurch sehr günstig produzierte Plakate angepriesen. Um Eventreihen, Labels, Organisationen und Kollektive zu propagieren werden häufig Aufkleber gestaltet und hergestellt.

Die genannten Werbemittel werden für das Projekt des Filmklubs verwendet.

Auf Instagram werden die wöchentlichen Filmabende durch die typisch quadratischen Flyer angekündigt.

Über Facebook werden passende Veranstaltungen erstellt und durch die Möglichkeit der Teilnahmebestätigungen können Rückschlüsse auf die Reichweite der Werbung und die Besucherzahlen gezogen werden.

Plakate werden in der Umgebung des Kinos aufgehängt um so die Nachbarschaft anzusprechen.

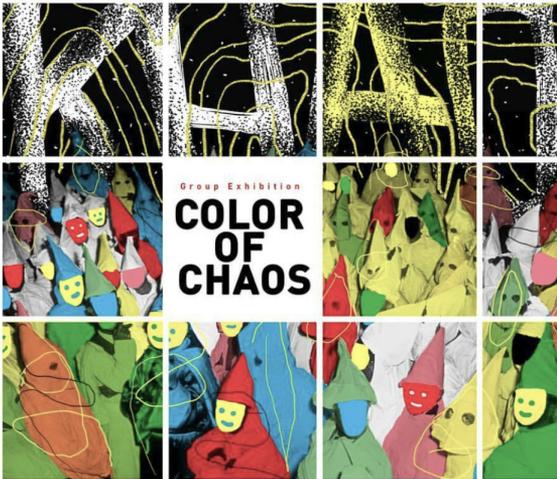


Werbeflyer
für den Film *Mommy*
auf der Plattform Instagram



dedecipon

Asmara Art & Coffee Shop - ASCOS



Artist:
DEDE CIPON
MEKLEE
NADIA DIANDRA
ISNAIN BAHAR
WONGKY99
KANOSENA
RAKA ADITYATAMA
ROBERTOSAURUS

Curated by:
BODI IA

Opening:
Monday, 8 May 2017
08.00-11.00 PM

Bands:
BUKTU
ALAM SEMESTA
NATIONAL ACROBAT

Exhibition runs:
8 May - 2 June 2017

Place:
ASMARA ART
AND COFFEE SHOP,
Tirtodipuran Yogyakarta



Liked by **saxang, rindupagi_ryan** and **97 others**
dedecipon beso malam. 08/05/2017.
eksebisi bersama. come come!

Beispiel für einen Werbeflyer
auf der Plattform Instagram
für ein Event in Yogyakarta

 malam_tropis



DEAD MAN

♡ 💬 📌

malam_tropis Watch DEAD MAN with us!
 This Wednesday, 2.9.2017, 7pm
 Yogyakarta, Jl. Kyaimojo, Gang Sidomulyo No.261

#cinefun #snacksandchats #sharingiscaring
 #malamtropis #tropicalnights #tropischenächte

 malam_tropis
Yogyakarta



THELMA & LOUISE

♡ 💬 📌

malam_tropis Watch THELMA&LOUISE with us!
 This Wednesday, 21.10.2017, 7pm
 Yogyakarta, Jl. Kyaimojo, Gang Sidomulyo No.261

#cinefun #snacksandchats #sharingiscaring
 #malamtropis #tropicalnights #tropischenächte

SWOT-Analyse

Bei einer SWOT-Analyse werden die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken eines Projektes eingeschätzt und bewusst gemacht.

Durch das Kombinieren der einzelnen Analysen werden unterschiedlichste Szenarien durchgespielt. Situationen und Strategien können so vorab abgewogen und besser eingeschätzt werden.

Die SWOT-Analyse stammt ursprünglich aus dem militärischen Bereich und wurde in den 1960er-Jahren von der Harvard Business School zur Anwendung in Unternehmen vorgeschlagen.

Die SWOT-Analyse (S-Strengths – Stärken, W-Weaknesses – Schwächen, O-Opportunities – Chancen, T-Threats – Risiken) ist ursprünglich ein Instrument des strategischen Managements und dient dazu, aus den Stärken und Schwächen einer Organisation (interne Sicht) und den Chancen und Risiken der Umwelt (externe Sicht) geeignete strategische Lösungsalternativen für die Erreichung der Ziele der Organisation abzuleiten.

Die SWOT-Analyse ist ein einfaches Werkzeug zur Untersuchung und zur Standortbestimmung einer gesamten Organisation, aber auch einzelner Prozesse, Produkte, Teams oder anderer Betrachtungsobjekte und zur Entwicklung von Lösungsalternativen.³

Stärken

- Das Projekt erhält Unterstützung von Mitarbeitern aus verschiedenen Berufssparten und Hintergründen wie beispielsweise Film, Kunst und Marketing.
- Die Mitglieder des Teams kommen sowohl aus Yogyakarta beziehungsweise Indonesien selbst, als auch aus Europa und bringen so verschiedene Standpunkte, Sichtweisen und Erfahrungen ein.
- Das Projekt gewinnt durch ein hohes Maß an Selbstmotivation und Eigenengagement der Teammitglieder.
- Das Marketing gewinnt durch die Erfahrung mit der Organisation von Events von lokalen Teammitgliedern.
- Die Besucher sind nicht an finanzielle Ausgaben gebunden. So werden vor allem Studierende und junge Erwachsene angesprochen.
- Durch das Konzept für die Gestaltung kann die Nachbarschaft angesprochen, interessiert und involviert werden.
- Das Projekt ist unabhängig und wird nicht - so wie sonst sehr üblich - durch Zigarettenindustrie und ähnliche Branchen gesponsert.

Schwächen

- Das Projekt hat kaum finanzielle Mittel zur Verfügung.
- Die Bekanntheit muss erst aufgebaut werden.
- Das Projekt hat keine seriöse oder offizielle Befürwortung.
- Es gibt bereits ein breites Angebot an Institutionen wie Gallerien und Ateliers.

Chancen

- Der Standort Yogyakarta bietet ein kreatives Umfeld und dementsprechend großes potentiell Publikum.
- Durch die große Anzahl an Universitäten der Stadt bietet Yogyakarta ein umfassendes Zielpublikum in Form von Studierenden.
- Das Umfeld der Hochschulen bietet eine Zusammenarbeit mit den Fachbereichen, Lehrenden und Studierenden an.
- Es bietet sich die Chance, durch das große Zielpublikum viele potentielle Mitarbeiter und Projektpartner zu finden.

Schwächen

- Durch die in Yogyakarta vorherrschenden Dorfstrukturen innerhalb der Stadt und die sehr starken Gemeinschaften besteht die Gefahr, dass das Projekt von der Nachbarschaft nicht akzeptiert wird und Probleme entstehen.
- Dadurch, dass das Projekt teilweise von außerhalb Indonesiens initiiert wird, könnte es auf verminderte Akzeptanz durch das Zielpublikum stoßen.
- Ebenso könnte die Akzeptanz aus der Kunstszene und etablierten Akteuren ausbleiben.
- Die Organisation einer geeigneten Immobilie sowie technischem Equipment ist nur vor Ort möglich, könnte schwierig zu verwirklichen sein oder einen höheren Zeitaufwand beanspruchen als geplant.
- Zeitpläne sind aufgrund der unterschiedlichen Mentalität der verschiedenen Kulturkreise schwerer einzuhalten.

Stärken-Chancen

- Das Projekt spricht durch das internationale Team und Umfeld eine große Zielgruppe an.
- Das kreative Umfeld lockt und motiviert in Kombination mit dem Team aus unterschiedlichen Bereichen ein sehr diverses Publikum.
- Die Art der Organisation mit einem Schwerpunkt auf Selbstverantwortung und Eigenmotivation profitiert durch die große kreative Szene in Yogyakarta und die weitreichende Vernetzung des Teams. So können neben dem Publikum auch potentielle Mitarbeiter gewonnen werden.
- Durch die internationale Vernetzung bieten sich Möglichkeiten und Chancen für Kooperationen und gemeinsame Projekte für Studenten und Filmschaffende.

Stärken-Gefahren

- Durch die Teammitglieder in Yogyakarta ist es möglich schon im Vorhinein Akzeptanz in der Nachbarschaft zu schaffen und eventuelle Probleme mit dem örtlichen Umfeld zu minimieren oder zu vermeiden.
- Mit dem Vorteil der guten Vernetzung und der Erfahrung im Marketing und der Organisation von Events lässt sich in geringer Zeit eine Kundenakzeptanz und Bekanntheit schaffen und höhere Besucherzahlen erreichen.
- Die eventuell auftretenden Schwierigkeiten bei der Organisation von technischem Equipment lassen sich durch den routinierten Umgang mit Musikkonzerten minimieren.

Schwächen-Chancen

- Durch Förderungen stünde Geld zur Verfügung um Kooperationen mit internationalen Institutionen durchzuführen.
- Bei einer guten Vernetzung durch das Team und einer höheren Bekanntheit lassen sich einfacher lokale Kooperationspartner finden.
- Durch offizielle Förderungen und Unterstützungen entsteht eine größere Seriosität und Wertschätzung dadurch wird eine Zusammenarbeit mit Universtitäten und internationalen Instituten wahrscheinlicher.

Schwächen-Gefahren

- Um einem negativen Bild der Nachbarschaft entgegenzuwirken, weil das Projekt nicht legitimiert ist, muss im Vorhinein ausreichend informiert werden. Essentiell ist ein Ansprechpartner auf Seiten des Projektes bei eventuell auftretenden Problemen und ein seriöses Auftreten und Handeln.
- Um von etablierten Akteuren trotz fehlender Validierung akzeptiert zu werden, ist eine persönliche Vernetzung und engagiertes Auftreten wichtig.
- Eine Website, ein offizielles Logo, Einsicht in das Konzept und Team könnten einen positiven und professionellen Eindruck hinterlassen.
- Ein Weg, trotz geringer Bekanntheit eventuell geringe Besucherzahlen in den Griff zu bekommen, ist durch gutes Marketing und über die Zusammenarbeit mit etablierten Akteuren der Eventszene in Yogyakarta.

5

Corporate Identity

Die Corporate Identity ist für ein Projekt wie dieses essentiell. Von Beginn an, müssen Corporate Design, Communications und Behavior auf einander abgestimmt sein und ein starkes Bild vermitteln. Man muss sich mit dem Kinoklub identifizieren können - ob als Teammitglied oder als Besucher.

Die Wirkungen, die mit Hilfe einer konsequenten Identitätspolitik angestrebt werden, sind sowohl organisationsinterner als auch -externer Art. Zum einen wird das Ziel einer höheren Identifikation der Mitarbeitenden mit einer Organisation angestrebt. Zum anderen dient die Identitätspolitik der Profilierung einer Nonprofit-Organisation gegenüber ihren Anspruchsgruppen.¹

Corporate Design

Dieser Gestaltungsbereich bezieht sich auf die symbolische Identitätsvermittlung mittels eines abgestimmten Einsatzes aller visuellen Aspekte der Organisationserscheinung, wie z.B. der typischen Zeichen, Farben, Schrifttypen, Formen, Architektur, Kleidung usw. durch entsprechende Gestaltungsconstanten.²

Der rote Faden des Designs soll einerseits der veraltete und exotische Charme des Kinos sein mit Neon-Lichtern und dem kitschigen Flair vieler Lichter. Die Farbe Türkis des Schriftlogos ist dementsprechend in Anlehnung an den Charme der 80er Jahre gewählt. Andererseits soll sich das Kino jung und am Puls der Zeit in Szene setzen.

Die Architektur soll einfach sein, die gemeinschaftliche Umsetzung verdeutlichen und die kollektive Nutzung hervorheben.

Kleidung und Accessoires mit dem Schriftlogo sollen Zugehörigkeit ausdrücken.

Der Kinoklub soll unter dem Namen malam tropis laufen. malam tropis, also tropical nights oder tropische Nächte, verbindet den exotischen Flair, den das Kino ursprünglich ausstrahlte, mit dem von Indonesien.

Das Revival der achtziger und neunziger Jahre wirkt sich positiv auf den Neon-umleuchteten und Nostalgie-geschwängerten Charme aus.

Der Name ist leicht verständlich und auf indonesisch um die Einbindung in das indonesische Umfeld zu erleichtern. Es soll vermieden werden, als künstlich und von außen - kolonialistisch anmutend - eingepflanzt zu erscheinen. Durch die Wahl des exotischen Namens sollen ebenso Gäste wie Austauschstudenten angezogen werden und eine Vernetzung zu den jungen Indonesiern gefördert werden.

Temporäres Sommerkino: Trafik Kino, Isa Rosenberger, 2006





„Die Kinonamen vermitteln, wie die Kinointerieurs und ein Teil der darin gezeigten Filme, Vorstellungen einer alternativen Welt. Sie sind wie viele Firmen- und Markennamen ein exotisches Element im Alltag.“³

„In Form von meistens elektrifizierten Fassadenbeschriftungen prägte die Sprache der Reklame und im besonderen der Kinonamen das Strassenbild der Städte wesentlich mit.“⁴

Christoph Bignens, Kinos. Architektur aus Marketing

Corporate Communications

Corporate Communications sind strategisch geplante Kommunikationsmaßnahmen, die dem Ziel dienen, die Einstellung der Umwelt gegenüber der Organisation zu beeinflussen und/oder zu verändern.⁵

Die Art der Kommunikation soll konform der CI authentisch indonesisch sein. Die Bekanntmachungen von Events findet hauptsächlich über Social Media wie Instagram statt und über Mundpropaganda. Das Ziel ist, dynamisch und jung zu wirken und dem Zeitkonzept entsprechend, das Gefühl von „jetzt oder nie“ hervorzurufen. Wie die Architektur und der Blick von außen, soll die Art der Kommunikation Spannung aufbauen und neugierig machen.

Corporate Behavior

Corporate Behavior umfasst das gesamte Verhalten einer Organisation bzw. ihrer Mitglieder und basiert auf den im Leitbild festgelegten Grundsätzen und in den in der Organisationskultur tatsächlich zum Ausdruck gebrachten Identitätsmerkmalen.

- Verhalten gegenüber Mitarbeitenden
- Verhalten gegenüber Anspruchsgruppen ⁶

Für das Projekt des Filmklubs ist wichtig, das Gefühl von einer Gemeinschaft und einem kollektiven Vorhaben hervorzurufen. Um diesem Gedanken zu verwurzeln, soll partizipativ geplant werden. Gemeinsam wird der Entwurf umgesetzt. Die Nutzung und Bespielung wird miteinander erfolgen.

Um dieses Corporate Behavior zu stützen soll vor allem in der Phase der Nutzung und Bespielung durch die Filmabende Essen und Getränke mitgenommen und bei einer Art Picknick geteilt werden.

Um eventuellen Problemen mit der Nachbarschaft vorab entgegenzutreten, soll diese eingeladen werden, an dem Projekt teilzuhaben.

Gimmicks wie Aufkleber und Anstecknadeln können Zugehörigkeit bekräftigen und mit der einfachen Weitergabe zur Bekanntmachung dienen.

6

Design

Das Design und die Gestaltung repräsentieren den tropischen Flair und den Fokus auf dem Konzept der Sharing Community.

Die Analyse der Anforderungen sowie Überlegungen bezüglich des Baumaterials und der Ortswahl bilden die Grundlage für einen Entwurf. Der architektonische Entwurf sowie die Umsetzung wird in Yogyakarta selbst stattfinden. Partizipativ soll mit den Projektpartnern, den jungen Filmemachern und Künstlern ein Ort geschaffen werden, der auf die speziellen Wünsche abgestimmt ist. Gleichzeitig soll der Prozess der gemeinsamen Planung und Umsetzung dazu führen, das Gefühl von Identifikation und Zugehörigkeit hervorzurufen. Gemeinschaftlich sollen Baumaterialien besorgt werden und bekannte sowie neue Techniken zum Bauen eingebracht und ausprobiert werden. Der kollektive Bau wird die Idee verwurzeln, dass das Kino allen zur Verfügung steht und somit das zukünftige Präsentieren von eigenen Filmen fördern.

Eine Auswahl an Kino-Projekten zeigen Beispiele und dienen als Inspirationsquelle. Das Moodboard und die Collage vermitteln die Idee der geplanten Gestaltung. Die Design Entwürfe für das Logo, Veranstaltungsplakate und Aufkleber vervollständigen die Arbeit.

Anforderungen

Durch die Lage um den Äquator ist das Klima in Indonesien tropisch.

Als Teil der immerfeuchten Tropen sind die Luftfeuchtigkeit und die Temperatur das gesamte Jahr über sehr hoch. Die Trockenzeit begrenzt sich maximal auf die Monate Juni bis September, während sich die Regenzeit über einen überwiegenden Teil des Jahres erstreckt.

Um in Indonesien ein ganzjährig nutzbares Kino im Außenbereich zu betreiben muss ein Zubau umgesetzt werden. Angedacht ist eine Art von Überdachung mit dem Ziel vor dem teilweise Stunden andauernden Regen zu schützen. Zusätzlich müssen Sitzgelegenheiten von unten vor dem feuchten beziehungsweise durchnässten Boden abgegrenzt oder abgehoben werden.

Für den Schutz vor starkem Regen sowie intensiver Lautstärke muss eine Wandzone überlegt werden.

Relevant für den Entwurf, die Konstruktion und die Materialwahl ist die hohe Luftfeuchtigkeit, die in Indonesien oft zu Schimmelbefall führt. Zubau und Material an sich müssen in Anbetracht des heißen und feuchten Klimas möglichst durchlässig sein und auf natürliche Weise für Durchlüftung sorgen.

Ideen zu einem dem Klima angepassten Entwurf werden hier aus den traditionellen Bauarten abgeschaut wie beispielsweise das hohe Dach für die Zirkulation und ein rasches abfließen des Regenwassers und weit überhängende Auskragungen an den Seiten der Gebäude für die Beschattung.



Die traditionellen indonesischen Bauarten sind mit hohen und weiten Dächern perfekt an den starken Regen und die intensive Sonneneinstrahlung angepasst.

Die Raumanforderung an ein Kino ist einerseits sehr individuell andererseits gelten einige Regeln für jede Art von Kino. Bestes Beispiel dafür ist das „unsichtbare Kino“ von Peter Kubelka für das Film Museum aus 1989. Das Kino und seine Architektur treten hier ganz bewusst zurück und überlässt dem Zuschauer die vollständige Aufmerksamkeit für den Film.¹

„Dunkel muss es sein, eine gute Akustik bieten muss es und einen ungestörten Blick auf die Leinwand muss es ebenfalls haben.“ Im Interview mit Johannes Wegenstein, erzählt dieser über das ganz besondere Kino-Erlebnis im kürzlich eröffneten Wolf-Kino in Berlin, dass sich für ihn besonders wegen der verhältnismäßig riesigen Leinwand und der geringen Anzahl an Sitzreihen und der starken Steigung der Sitzreihen auszeichnet.

Das Kino wird von der Straße erkenntlich sein. Eine Neonreklame in der Kombination mit dem passenden Namen soll ein einprägsames Bild vermitteln.

Von draußen soll ein kleiner Einblick gewährt und somit Spannung aufgebaut werden.

Der Einblick gibt von außen das Gefühl, nicht ausgeschlossen zu sein, nimmt die Barriere und gibt gerade der Nachbarschaft einen Hauch von Kontrolle.

„Die Kinofassade ist ein Ort der Begegnung zwischen der Filmindustrie und dem Fußgänger auf der Straße. Plakate, Lichtreklamen, der Kinoname selbst und der Blick in das Kassenfoyer sind ihre Lockmittel.“²

Christoph Bignens,
Kinos. Architektur aus Marketing

Baumaterial

Vor allem für einen halböffentlichen Zubau bietet sich als leichtes und luftdurchlässiges Material Bambus an. Ebenso spricht die gute Verfügbarkeit für den Baustoff Bambus, die durch das natürliche Vorkommen in Indonesien und das schnelle Wachstum gegeben ist.

Der Baustoff besitzt eine hohe Festigkeit und neigt zu starken Durchbiegungen.

Traditionell wird Bambus oft für sekundäre Konstruktionsteile wie Sparren und Dachlatten verwendet. Da Nägel in Java als ungeeignete Verbindungsmittel gelten, werden die Teile mit den Fasern der Zuckerpalme Ijuk verbunden.³ Heute werden häufig Materialien wie Plastikschnüre für die Verbindungen verwendet.

Aus schmalen Streifen werden Wandteile geflochten und Bodenmatten gefertigt.

Neben Bambus ist ein wichtiger Teil des Konzeptes mit wiederverwendeten Altmaterial zu arbeiten. Gependete und gefundene Baumaterialien sollen eine neue Aufgabe finden.

Am Beispiel von Verkaufsständen wie Warungs wird diese Art von Wiederverwertung in Indonesien häufig praktiziert. An jeder Straßenecke finden sich Hocker, Bänke und Tische, einfach und funktional zusammengenagelt.

Die einfachen Konstruktionen von Überdachungen werden meist mit wasserfesten Planen überdeckt.

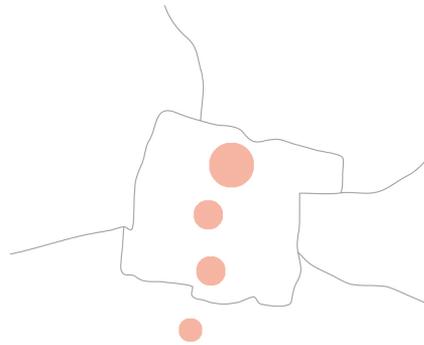


Die Konstruktion aus Bambus, Plastikschnüren und wasserfesten Planen bietet Platz für Recycling.

Ortswahl

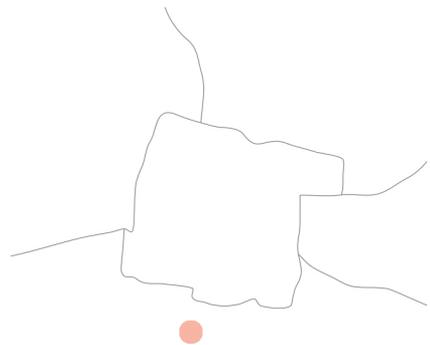
Für die richtige Ortswahl werden die Stadtteile von Yogyakarta eingeteilt und auf Eignung untersucht.

Unter den jungen Bewohnern und Bewohnerinnen lassen sich in Yogyakarta vier wichtige Bereiche hervorheben: die Stadtteile um die großen und einflussreichen höheren Bildungseinrichtungen *UGM* und *ISI* sowie der historischen und touristischen Gegend rund um die Malioboro Street und dem Stadtviertel mit einem großen Anteil an Galerien und westlich orientierten Restaurants und Lokalen.



Der Campus der Kunsthochschule *Institut Seni Indonesia* befindet sich - einmal quer durch die Stadt - im Süden der annähernd quadratischen Ringstrasse. An der ISI werden die Studienrichtungen zu bildenden und darstellenden Künsten sowie Musik und Tanz angeboten.

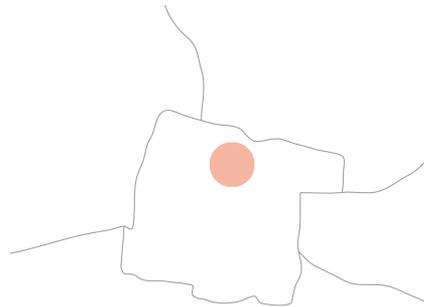
Auf dem Gelände und der näheren Umgebung werden oft abends Events wie Konzerte, Kunstmärkte oder Ausstellungen veranstaltet.



Die *Universitas Gajah Mada* befindet sich zentral im Norden von Yogyakarta.

Da auf der Universität auch ein großer Teil der Freizeit stattfindet, wohnen die meisten der Studierenden in der Nähe. Nördlich der *UGM*, die Strasse Kaliurang stadtauswärts befinden sich nicht nur eine Unmenge von kleinen privaten Studentenheimen mit der indonesischen Bezeichnung Indekos oder kurz Kos.

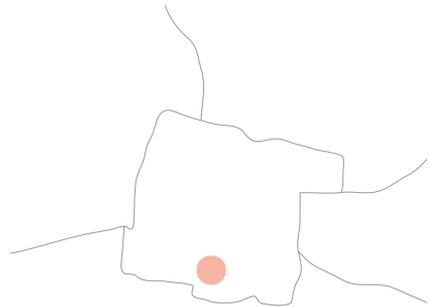
Die meisten Veranstaltungen finden in der Nähe oder auf dem Gelände der Universität statt. Jeden Sonntag Morgen verkaufen hier Studenten und Händler an etlichen Ständen ihre Waren. Es werden regelmäßig Konzerte und Parties von den verschiedenen Studienrichtungen und Studentengruppen organisiert. Je nach Studienrichtung gibt es auf den Höfen der Institute politische Diskussionen oder Theateraufführungen oder Screenings.



Die Studenten und Absolventen der *ISI* siedeln sich mit Ateliers in der Gegend nördlich der *ISI*, rund um die Strassen Prawirotaman und Parangtritis an.

Dort sind neben Ateliers und Art Spaces auch Bars und westliche Restaurants, Bäckereien und Shops zu finden.

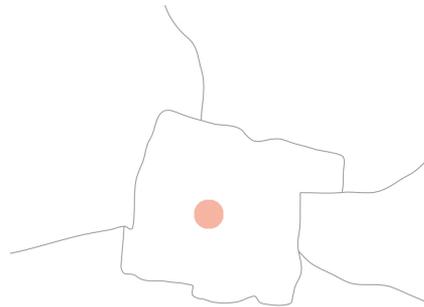
Zwischen den beiden Universitäten gelegen, bietet sich dieser Stadtteil oft als Treffpunkt von Studenten vom *UGM* und *ISI* an.



Das touristisch orientierte Viertel an der Malioboro Strasse bietet massenhaft Geschäfte und kleine Stände mit Souvenirs, Märkte mit Kleidung und Imbissen und vor allem Abends Musikperformances und Verkaufsstände für Speisen.

Vor allem in den umliegenden Strasse reihen sich Hotels, Hostels und Guesthouses nebeneinander auf.

Diese Gegend wird - vor allem abends - zum größten Teil von Touristen frequentiert. Geschäfte an der Malioboro Strasse, die nicht vom Handel mit Urlaubern leben, schließen meist am Nachmittag und bieten vor den heruntergelassenen Rollläden Platz für den Verkauf von Souvenirs.



Auf den freien Gehsteigen werden für den Abend Sitzmatten ausgelegt und Überdachungen aufgestellt um den Besuchern authentische Speisen zu bieten. Von jungen Indonesiern wird das Viertel erst knapp vor Mitternacht bis spätestens vier Uhr morgens für einen Imbiss oder ein Getränk an den einfachen Holzständen mit wasserfesten Planen als Überdachung genutzt.



In der Malioboro Strasse warten die Fahrer der Fahrradtaxi *Bekak* auf das abendliche Geschäft mit den Touristen.



Kampung Kali Code in Yogyakarta

Ein essentieller Punkt bei der richtigen Ortswahl ist die Nachbarschaft:

Über die ganze Stadt verteilt finden sich in Yogyakarta *Kampungs*.

Die Stadt wird unterteilt in Gemeinschaften ähnlich wie Dörfer. Jede Gegend hat ihren eigenen Ortsvorsteher, den so genannten *Rukun Tetangga*, der in wichtigen Fragen zu Rate gezogen werden sollte. Gemeinschaftlich kümmert man sich über das Aussehen der Häuser und der Straßenbildes in Form von freiwilligem Dienst.

Der *Rukun Tetangga* und die Gemeinschaft geben Regel vor, an die man sich halten muss. Das einheitlich und gepflegte Aussehen der Straßen sind das Eine. Nächtliche Ausgangssperren und Verbote von gemischt-geschlechtlichen Wohngemeinschaften ohne Heiratsurkunde sind das Andere.

Für ein Programm kino muss dementsprechend eine Nachbarschaft gefunden werden, die mit so einem Projekt einverstanden ist oder weniger restriktive Regeln hat.

Die Wohngebiete im Süden Yogyakartas, etwas außerhalb der ring road, sind ländlicher als im Norden. Durch die sehr stark dörflichen Strukturen ist der Zusammenhalt in den Gemeinen groß und die Privatsphäre stark eingeschränkt.

Meist ist die Bebauung einfacher, die verwendeten Materialien leichter und die Grundstücke kleiner.

Im Norden sind die Wohngebiete städtisch orientiert. Es gibt mehr Bebauung. Grundstücke werden oft von einer Außenmauer oder Zäunen umgeben. Privatsphäre hat einen höheren Stellenwert und die Gemeinschaft tritt vergleichsweise zurück.

Beispiele

The Cineroleum von ASSEMBLE

Die Idee des Projektes ist ein Versuch der Umnutzung und Wiederverwendung ehemaliger Tankstellen in Großbritannien. Der Entwurf ist angelehnt an die längst vergangenen glamourösen Zeiten des Kinos und bedient sich allerdings gleichzeitig billiger, gespendeter und wiederverwertbarer Materialien.

Sichtlich handgemacht, steht das Projekt für gemeinschaftliches Experimentieren und Lernen des Teams von Assemble selbst sowie dutzenden freiwilligen Helfern.

Der Vorhang schottet den Lärm der stark befahrenen Straße ab und inszeniert zugleich den Kinogang selbst wie ein Theaterstück an dessen Ende sich der Vorhang hebt um sich zurück in die Außenwelt zu begeben.



Archipelago Cinema von BÜRO OLE SCHEEREN

Das Kinoprojekt Archipelago Cinema geht einen großen Schritt weiter in Bezug auf die Inszenierung.

Das Architekturbüro des deutschen Architekten plante ein schwimmendes Auditorium in einer Meeresbucht der thailändischen Insel Yao Noi.

Aus einfachen Konstruktionen nach der regionalen Bauart wurden Flöße gefertigt. Zusammengefügt ergaben die Flöße eine schwimmende Plattform, die nicht nur dem Publikum sondern auch einem Orchester Platz bot.

Nach ihrer kurzen Benutzung wurden die Flöße an die lokale Bevölkerung zurückgegeben um sie mit unterschiedlichen Nutzungen wiederzuverwenden oder abzubauen.

Das Projekt wurde im selben Jahr für die Biennale in Venedig erneut aufgegriffen.



Stairway Cinema von OH.NO.SUMO

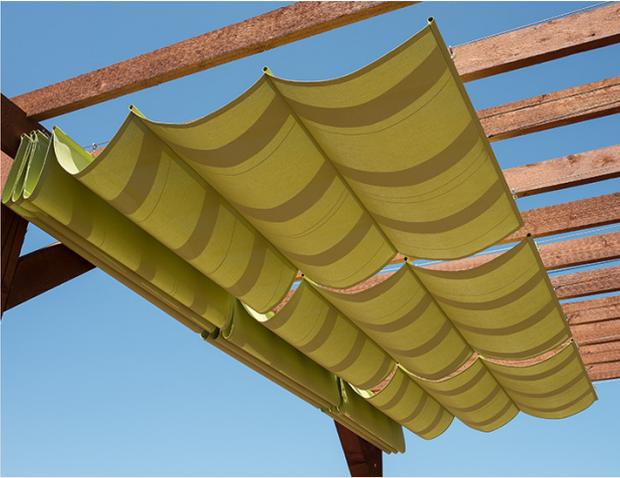
Das experimentelle Design Kollektiv besteht aus vier Architekten aus Neuseeland.

Das Stairway Cinema bedient sich, wie der Name schon sagt, eines ungenutzten und unbeachteten Stiegenaufganges in Stadtraum.

Frech setzt sich die schlanke und leichte Konstruktion aus Holzgerippe und wasserfesten Gewebe an die Ziegelmauer. Statt das Warten individuell und separat mit Staren auf das eigene Mobiltelefon zu verbringen, bietet das Stairway Cinema die Möglichkeit ähnlich Inhalte kollektiv and sozial zu konsumieren.



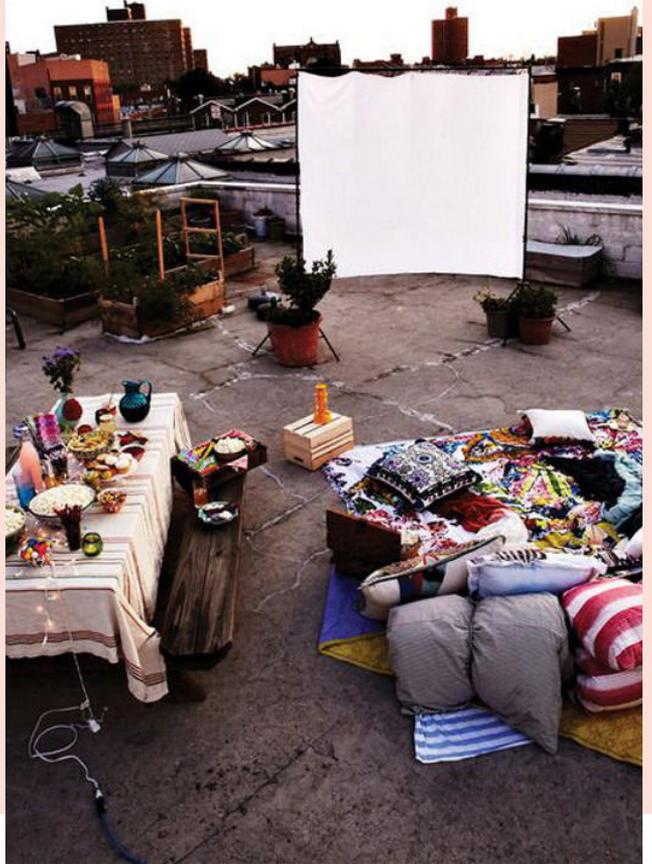
Moodboards

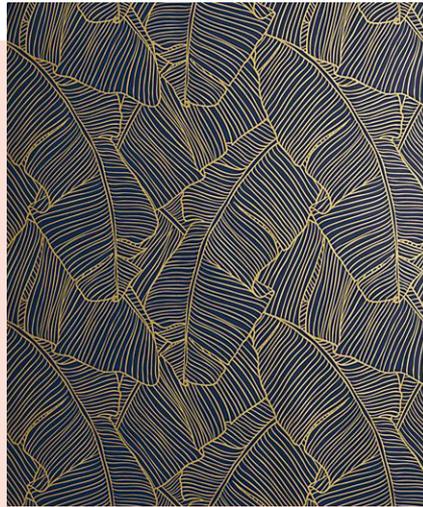


Eine einfache und luftige Konstruktion aus Holz und wasserfester Folie sorgt für einen variablen Regenschutz. Schlichte Podeste bieten Sitzplätze zum Picknicken und Filmschauen und sorgen für einen Abstand zum feuchten Boden in der Regenzeit.

Mitgebrachte Speisen und Getränke sollen in ungezwungener Stimmung geteilt werden.







Mit Stoffen und Textilien werden flexible Räume geschaffen und der Flair eines ausgelagerten Wohnzimmers inszeniert. Selbst gebatigte Stoffe sind individuell, schaffen Bezug und sorgen für eine warme Atmosphäre.





Collage



Logo



Aufkleber





Die Aufkleber imitieren den Effekt eines Neonschildes wie es für den Eingang geplant ist. Das Schild und der passende Aufkleber haben einen starken Wiedererkennungswert. Durch die intensiven Farben stechen die Aufkleber heraus.

6

Fußnoten, Quellen und Abbildungsverzeichnis

Kapitel 1 - Einleitung

- 1 Indonesien. <https://wde.wikipedia.org/wiki/Indonesien> (Stand: 4.4.2017)
- 2 Overview of Indonesia. The People. <http://www.expatriat.or.id/info/overview.html> (Stand: 4.4.2017)
- 3 Bahasa Indonesia and the Languages of Indonesia. https://web.archive.org/web/20060921074359/http://www.languagestudies.unibz.it/Bahasa%20Indonesia_Merdekawaty.pdf (Stand: 4.4.2017)
- 4 Yogyakarta. <https://en.wikipedia.org/wiki/Yogyakarta> (Stand: 23.5.2017)
Wien. <https://de.wikipedia.org/wiki/Wien> (Stand: 23.5.2017)
- 5 Heinz Frick, Strukturformen indonesischer Bautechnik, Eindhoven, Doktorarbeit, 1995, S. 7
- 6 Wayang. <https://de.wikipedia.org/wiki/Wayang> (Stand: 27.3.)
- 7 Kunst-Reiseführer Indonesien in der Reihe DuMont Dokumente, S. 157

Kapitel 2 - Film und Kino in Indonesien

- 1 Loetoeng Kasaroeng. https://en.wikipedia.org/wiki/Loetoeng_Kasaroeng (Stand: 4.4.2017)
- 2 Tjoet Nja' Dhien. https://en.wikipedia.org/wiki/Tjoet_Nja%27_Dhien (Stand: 6.4.2017)
- 3 Cinema of Indonesia. https://en.wikipedia.org/wiki/Cinema_of_Indonesia (Stand: 4.4. 2017)
Originalquelle: Biran, Misbach Yusa (2009). Sejarah Film 1900–1950: Bikin Film di Jawa
- 4 Wir sind auf der Suche nach neuen Talenten. <http://www.ray-magazin.at/magazin/2008/06/dossier-ein-gespraech-mit-lalu-roisamri> (Stand: 10.4.2017)
- 5 Werner Herzog's No-Nonsense Advice to Aspiring Filmmakers and Creative Entrepreneurs
<https://www.brainpickings.org/2014/09/04/werner-herzog-advice-to-filmmakers/> (Stand: 9.4.2017)
- 6 Wir sind auf der Suche nach neuen Talenten. <http://www.ray-magazin.at/magazin/2008/06/dossier-ein-gespraech-mit-lalu-roisamri> (Stand: 10.4.2017)

- 7 <http://www.21cineplex.com/21profile/> (Stand: 13.3.2017)
- 8 Wir sind auf der Suche nach neuen Talenten. <http://www.ray-magazin.at/magazin/2008/06/dossier-ein-gespraech-mit-lalu-roisamri> (Stand: 10.4.2017)
- 9 About us. <http://ffd.or.id/en/about-us/> (Stand: 14.3.2017)
- 10 About Festival. <https://jaff-filmfest.org/jaff/> (Stand: 14.3.2017)
- 11 25 Years of NETPAC. <http://www.netpacasia.org/About> (Stand: 14.3.2017)
Network for the Promotion of Asian Cinema. https://en.wikipedia.org/wiki/Network_for_the_Promotion_of_Asian_Cinema (Stand: 14.3.2017)
- 12 Jadwal Bioskop FKY 28 – 2016. <http://www.infofky.com/2016/?p=1370> (Stand: 21.3.2017)
- 13 Regisseur und Drehbuchautor: Wregas Bhanuteja; Produktion: Studio Batu;
Darsteller: Rosa Winenggar, Yohanes Budyambara, Hosea Hatmaji, Banyu Bening
- 14 In the Year of Monkey. <https://www.festivalscope.com/all/film/in-the-year-of-monkey>
(Stand: 5.3.2017)
- 15 We Need to Talk About the Toxic Culture of Sinetron. <http://magdalene.co/news-1067-we-need-to-talk-about-the-toxic-culture-of-sinetron.html> (Stand: 6.4.2017)
- 16 Sinetron. <https://id.wikipedia.org/wiki/Sinetron> (Stand: 6.4.2017)
- 17 We Need to Talk About the Toxic Culture of Sinetron. <http://magdalene.co/news-1067-we-need-to-talk-about-the-toxic-culture-of-sinetron.html> (Stand: 6.4.2017)

Kapitel 3 - Interviews

- 1 KinTheTop. http://www.kinthewtop.at/forschung/kinthewtop_4.html (Stand: 11.4.2017)
- 2 Johannes Wegenstein. <http://www.club-carriere.com/clubcarriere/index.php/branchen/fachbeitraege/userprofile/121033?name=Johannes%20Wegenstein> (Stand: 11.4.2017)
- 3 Filmcasino, Geschichte. <http://filmcasino.at/geschichte.htm> (Stand: 11.4.2017)

Kapitel 4 - Konzept

- 1 Justin Hoffmann, Kino ohne Land. In: Ruth Kaaserer und Almut Rink, Kino ohne Land, Wien, Czernin Verlag, 2006, S. 43
- 2 Ruth Kaaserer und Almut Rink, Kino ohne Land, Wien, Czernin Verlag, 2006, S. 6
- 3 SWOT Analyse. http://www.pqrst.at/download_dateien/PQRST_SWOT_Analyse.pdf
(Stand: 26.5.2017)

Kapitel 5 - Corporate Identity

- 1 Manfred Bruhn, Marketing für Nonprofit-Organisationen. Grundlagen - Konzepte - Instrumente. Stuttgart, 2005, 2. Auflage, S. 387
- 2 Manfred Bruhn, Marketing für Nonprofit-Organisationen. Grundlagen - Konzepte - Instrumente. Stuttgart, 2005, 2. Auflage, S.385
- 3 Christoph Bignens, Kinos. Architektur als Marketing, Zürich, 1988, S. 31
- 4 Christoph Bignens, Kinos. Architektur als Marketing, Zürich, 1988, S. 35
- 5 Manfred Bruhn, Marketing für Nonprofit-Organisationen. Grundlagen - Konzepte - Instrumente. Stuttgart, 2005, 2. Auflage, S.386
- 6 Manfred Bruhn, Marketing für Nonprofit-Organisationen. Grundlagen - Konzepte - Instrumente. Stuttgart, 2005, 2. Auflage, S.386

Kapitel 6 - Design

- 1 Das unsichtbare Kino. https://www.filmmuseum.at/ueber_uns/das_unsichtbare_kino
(Stand: 14.4.2017)
- 2 Christoph Bignens, Kinos. Architektur als Marketing, Zürich, 1988, S. 35
- 3 Heinz Frick, Strukturformen indonesischer Bautechnik, Eindhoven, Doktorarbeit, 1995, S. 110

Abbildungsverzeichnis

Seite 10 & 11: Grafik: Kathrin Wammerl, Datenquelle: <http://d-maps.com/>

Seite 12: Erich Lehner, 2013

Seite 17, oben: Erich Lehner, 2006

Seite 17, unten: <http://batik-tulis.com/blog/batik-yogyakarta/>

Seite 25: Eko Susanto, 2016, <https://www.minumkopi.com/>

Seite 58: Liandro N. I. Siringoringo, 2016, <http://manual.co.id/article/kinosaurus-kemang/>

Seite 60: Screenshots von Instagram-User kinosaurusjakarta

Seite 75: https://www.filmmuseum.at/kinoprogramm/das_unsichtbare_kino

Seite 89: Screenshot von Instagram-User dedecipon

Seite 99: Isa Rosenberger, 2006, http://www.artfile.at/artfile/picts/Isa_Rosenberger_3.jpg

Seite 112-116: Grafik: Kathrin Wammerl, Datenquelle: <http://d-maps.com/>

Seite 117: Erich Lehner, 2013

Seite 120: Assemble, 2012, http://assemblestudio.co.uk/?page_id=2

Seite 121: Buro Ole Scheeren, 2012, http://buro-os.com/archipelago_cinema/

Seite 122: Simon Devitt, 2012, <http://ohnosumo.com/>

Seite 124-128: Via Pinterest, <https://www.pinterest.com/>

Fotografien ohne zusätzliche Angaben: Kathrin Wammerl, 2016

Gender Erklärung

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Diplomarbeit die Sprachform des generischen Maskulinums angewendet. Es wird an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass die ausschließliche Verwendung der männlichen Form geschlechtsunabhängig verstanden werden soll.