

IMCA für die GD Bildung und Kultur, Referat C1
Studie Nr. DG EAC/34/01

Ermittlung und Bewertung der Finanzströme des europäischen Films und
Vergleich mit dem amerikanischen Modell

KURZFASSUNG

Hinweis:

Europäische Kommission
Generaldirektion Bildung und Kultur

Weder die Kommission der Europäischen Gemeinschaften noch irgendjemand innerhalb ihres Verantwortungsbereiches ist für die eventuelle Nutzung des vorliegenden Berichtes verantwortlich.

Die in diesem Bericht vertretenen Auffassungen sind diejenigen seiner Autoren. Dieser Bericht spiegelt nicht notwendigerweise die Ansichten der Kommission wider und die Kommission ist nicht für die Genauigkeit der dargelegten Informationen verantwortlich.

Die Vervielfältigung ist unter Auflage der Quellenangabe gestattet.

Im Rahmen des in der Mitteilung festgelegten Arbeitsprogramms werden derzeit verschiedene Studien durchgeführt, um die gemeinsamen Überlegungen in Zusammenhang mit einer möglichen Neufassung der Fernseh-Richtlinie zu vertiefen, jedoch auch, um besser beurteilen zu können, mit welchen Mitteln mögliche Benachteiligungen und Behinderungen bei der Verbreitung und Verwertung von audiovisuellen Werken und Kinofilmen beseitigt werden können.

In seiner EntschlieÙung vom 21. Januar 2002¹ begrüÙt der Rat die Absicht der Kommission, eine Studie zur Ermittlung und Bewertung der Finanzströme in der europäischen Filmwirtschaft im Hinblick auf die Bewertung der wesentlichen Faktoren, die die wirtschaftliche Seite der Filmindustrie prägen; durchzuführen.

Mit Hilfe dieser Studie sollen der Kommission insbesondere Mittel für die Analyse der Finanzströme in der Filmindustrie an die Hand gegeben werden, bezogen sowohl auf die verschiedenen Projektphasen (Produktionsvorbereitung, Entwicklung, Produktion, Postproduktion) als auch auf Werbung, Export und Vertrieb. Beschrieben werden sollen auch mögliche Verknüpfungen zwischen den Finanzierungsstrukturen, der Verteilung der Einnahmen und den Einspielergebnissen der Filme.

Die Studie möchte auch wirtschaftliche Schlüsselfaktoren ermitteln und bewerten, die die Filmindustrie prägen.

Sie zielt ab auf die Ermittlung und die Analyse der Stärken und Schwächen der verschiedenen Lebensphasen eines Films, von seiner Planung (Drehbuch) über die Produktionsvorbereitung bis zu seiner Vermarktung in den Kinosälen und schließlich der verschiedenen Verwertungs- und Verbreitungsträger in allen für die Studie ausgewählten Ländern. In der vorliegenden Forschungsarbeit werden die folgenden Punkte untersucht:

Kapitel 1 - Methodik und Analyse der Branchengepflogenheiten

Kapitel 2 - Die Eigenschaften des Filmmarktes in den für die Studie ausgewählten Ländern

Kapitel 3 - Festlegung einer repräsentativen Auswahl der europäischen Produktion, ergänzt um eine kleine Auswahl der in Europa vertriebenen amerikanischen Produktion - Analyse

Kapitel 4 – Schlussfolgerungen und Formulierung von Empfehlungen an die Kommission.

¹ (2002/C 32/04)

1. METHODIK UND ANALYSE DER BRANCHENGEPFLOGENHEITEN

Bei dem für die vorliegende Studie gewählten Ansatz mussten verschiedene Informationsniveaus berücksichtigt werden, insbesondere in Bezug auf die Finanzströme. Darüber hinaus sind bestimmte verwandte Themengebiete Gegenstand ergänzender Arbeiten, die in jüngster Zeit von der Kommission in die Wege geleitet wurden (Box-Office-Daten über Video und DVD für die Implementierung der Förderung der Herausbringung im Rahmen des Programms MEDIA Plus, Prüfung der einzelstaatlichen und lokalen Förderungssysteme, Definition des europäischen Werks, des unabhängigen Produzenten, des unabhängigen Werks), und deren Ergebnisse noch nicht bekannt und veröffentlicht worden sind.

Die von der Kommission gewünschte Analyse für jeden einzelnen Film erfordert das Sammeln von Informationen, die im Allgemeinen an keiner Stelle veröffentlicht sind, mit Ausnahme einiger weniger dieser Filme, die über bestimmte Internetseiten (siehe Anhang), wie das europäische Box Office des Films, online zugänglich sind. Andere Informationen wiederum, wie Produktionsbudgets (für die Beantragung von Fördermitteln aus dem EURIMAGE-Fonds des Europarats), oder offizielle Finanzierungspläne für die Bewilligung durch den Kultusminister in Frankreich (Centre national de la cinématographie) oder den Kultusminister in Italien (Fondo di Garanzia), können bei diesen Stellen erfragt werden, jedoch nur mit dem Einverständnis der Produzenten.

Auch muss auf die Unzulänglichkeit und die Unangemessenheit der einzelstaatlichen und der europäischen statistischen Instrumente für die Filmindustrie in – abgesehen von wenigen Ausnahmen - fast allen Ländern hingewiesen werden.

Die einzige verlässliche Angabe auf europäischer Ebene sind die Besucherzahlen für 28 europäische Länder in der Datenbank LUMIERE der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle. Auch für den amerikanischen Markt sind an finanziellen Daten nur die Box-Office-Daten online verfügbar.

1.1. Die Grenzen der Studie

Die Grenzen der Studie liegen einerseits in der geringen Verfügbarkeit der Ansprechpartner und andererseits in der nur relativen Verlässlichkeit der gesammelten Daten.

Der Sektor ist an Transparenz wenig gewöhnt. Dies ist die erste Feststellung, die sich dem Befragter beim Sammeln finanzieller Daten aufdrängt. Hierfür gibt es verschiedene mögliche Erklärungen. Nach Auffassung der Autoren des vorliegenden Berichts, ist ein wesentlicher Grund die Notwendigkeit der Rückzahlung an die Investoren von Gemeinschaftsproduktionen, was natürlich eine gewisse Zurückhaltung in Bezug auf die Weitergabe von Informationen über die Einnahmen nach sich zieht, insbesondere wenn diese gut sind und sich die Investition als rentabel herausstellt.

Diese Erklärung gilt auch für die amerikanischen Gesellschaften.

Darüber hinaus ist keine Gesellschaft zur Vorlage ihrer Zahlen verpflichtet, abgesehen von einigen speziellen Verpflichtungen in Zusammenhang mit öffentlichen Einrichtungen, wie dem Programm MEDIA II, beantragten Zuschüssen oder dem in Frankreich gewährten, bei Nettogewinn rückzahlbaren Darlehen "avance sur recettes".

Wegen der nur relativen Verlässlichkeit der öffentlichen Informationen, sind die amtlichen Zahlen nur selten reelle Zahlen. Die Abweichung zwischen dem Produktionsbudget und den tatsächlichen Herstellungskosten eines Films kann, je nach Land und Film, durchschnittlich bei zwischen 5 und 25 % liegen. Diese Differenz, die auch von Land zu Land schwanken kann, lässt sich durch den Umstand erklären, dass die Höhe der gewährten Beihilfen stets in Prozent des Filmbudgets berechnet wird. Diese Filmbudgets wiederum werden nur selten geprüft.

Wir haben es vorgezogen für unsere Studie mehrere Informationsquellen heranzuziehen, um so die Schwächen jeder einzelnen dieser Quellen auszugleichen. Für jeden der ausgewählten Filme haben wir Informationen gesammelt:

- in öffentlichen Datenbanken,
- in privaten Datenbanken,
- anhand von Fragebögen und Gesprächen in den Unternehmen (Produzenten, Verleiher, Verkaufsagenten),
- bei Berufsverbänden,

- bei Institutionen des Sektors (öffentliche Einrichtungen, europäische Fonds, Banken, Verkaufsagenten).

1.2. Probleme bei der Definition

Definition des europäischen Werks

Der vorliegenden Studie liegt die Definition des europäischen Werks gemäß dem MEDIA Programm zugrunde. Die Frage der Definition des Werks war Gegenstand einer Mitteilung der Kommission aus dem Jahr 2001. Aus der Sicht aller Fachleute gilt die Definition gemäß dem MEDIA Programm.

Im Sinne des MEDIA Programms gelten als europäischer Film alle jüngeren fiktiven Werke (einschließlich Animationsfilme) oder Dokumentarfilme von mindestens 60 Minuten Länge, die zum größten Teil von einer oder mehreren europäischen Produktionsfirmen mit Niederlassung in den am MEDIA Programm beteiligten Ländern produziert wurden, und an deren Realisierung europäische Filmschaffende/Filmschaffende aus den am MEDIA Programm beteiligten Ländern entscheidend mitgewirkt haben.

Es existieren verschiedene Definitionen des europäischen Werks nebeneinander (z. B. EURIMAGES, Centre national de la Cinématographie, usw.), und trotz großer Ähnlichkeiten stimmen diese Punktesysteme nicht immer überein.

Durch eine Harmonisierung der verschiedenen Definitionen der Nationalität könnten wahrscheinlich gewisse Zweifel in Bezug auf die Nationalität eines Werks aus dem Weg geräumt werden; dann wäre wohl auch die Harmonisierung bestimmter Heimvorteile auf europäischer Ebene in Hinblick auf den Binnenmarkt möglich.

Definition des unabhängigen Produzenten

Bei der Einordnung der ausgewählten Filme stützt sich die vorliegende Studie auf die Definition gemäß den Leitlinien des Programms MEDIA Plus.

Der unabhängige Produzent ist eine Wirtschaftseinheit, die weder anteilig noch durch vertragliche Bindung von einem Sendeunternehmen beherrscht wird.

1.3. Aufbau der Film-Datenblätter

Dem Aufbau liegt die Idee zugrunde, den wesentlichen Etappen im Leben eines Films in Hinblick auf die Fragen der Kommission zu folgen.

Die Akte zu jedem Film enthält 7 Datenblätter:

- Datenblatt 1: Kulturelle und wirtschaftliche Identifikation des Films
- Datenblatt 2: Produktionskosten des Films
- Datenblatt 3: Quellen für die Finanzierung des Films

- Datenblatt 4: Einspielergebnisse sowie öffentliche Fördermittel
- Datenblatt 5: Analyse des Break-even-Punkts der Verleiher in den Hoheitsgebieten von Gemeinschaftsproduktionen
- Datenblatt 6: Einnahmen der Anspruchsberechtigten
- Datenblatt 7: Ergebnis der Anspruchsberechtigten

2. DIE EIGENSCHAFTEN DER FILMMÄRKTE IN DEN VERSCHIEDENEN FÜR DIE STUDIE AUSGEWÄHLTEN LÄNDERN

Ziel der in diesem Teil vorgestellten Arbeit ist es:

- die Größe und die Strukturierung der europäischen Märkte in den für die Studie ausgewählten Ländern zu bewerten,
- die wesentlichen und erklärenden Elemente der nationalen Nachfrage und des Filmkonsums aufzuzeigen,
- die wesentlichen Elemente des nationalen Filmangebots aufzuzeigen,
- Vergleiche zwischen diesen Ländern zu ermöglichen,
- die Funktions- und Produktionsweise einer Industrie in Verbindung mit der Organisation des Sektors zu verstehen.

2.1. Das europäische Angebot gegenüber der europäischen Nachfrage

Aus den für jedes Land gesammelten Daten lässt sich ersehen, dass die Situation von Land zu Land sehr unterschiedlich ist. Doch ist diese Unterschiedlichkeit auf Ebene des Angebots sehr viel deutlicher erkennbar als auf Ebene der Nachfrage. Wir möchten an dieser Stelle die wesentlichen Eigenschaften von Kinonachfrage und –angebot in den für die Studie ausgewählten Ländern aufzeigen.

Die Kinonachfrage in den verschiedenen Ländern

Die Kinonachfrage insgesamt ist in den von uns für die Studie ausgewählten Ländern vor allem durch verschiedene sozioökonomische Faktoren bestimmt, wie:

- die Demographie des Landes und insbesondere der Anteil der jungen Bevölkerung (unter 25 Jahre),
- das Durchschnittseinkommen je Einwohner,
- der Preis für die Kinokarte,
- die den Verbrauchern angebotene Vertriebsvielfalt.

Die volle Bedeutung des demographischen Faktors wird deutlich, wenn man den Bevölkerungsanteil der unter 25-Jährigen (30 % in der gesamten Europäischen Union, 40 % in Island und Irland) zu den Besucherzahlen (verkaufte Eintrittskarten) in Beziehung setzt.

Die Analyse der Nachfrage sollte sich schließlich auf einen Punkt stützen können, der nicht direkt Gegenstand der Studie war, der jedoch mit dem finanziellen Erfolg oder Misserfolg der europäischen Filme in Bezug gesetzt werden können sollte: die Zuschauerkonzentration auf eine begrenzte Anzahl der Filme in einer begrenzten Anzahl an Kinosälen. Daran kann zwar nicht die Rentabilität jedes einzelnen Films abgesehen werden, doch lassen sich anhand dieses Punkts einige der höchsten Rentabilitätsraten (kleine Säle / gute Box-Office-Daten) erklären.

Wichtig wäre es auch, die Elastizität der Nachfrage gegenüber allen sozioökonomischen Faktoren messen zu können, jedoch auch gegenüber dem Angebot an Konkurrenzangeboten zum Kinobesuch, die das alternative Freizeitangebot darstellen (wenn eine Substitution möglich ist), wie Fernsehen, Leihen oder Kaufen von DVD, oder kommende Formen des Konsums, die durch neue Technologien, wie z. B. ADSL, ermöglicht werden.

Das Filmangebot

Zwischen 5 europäischen Ländern und dem restlichen Europa lässt sich ein Gefälle feststellen. Diese 5 Länder, Deutschland, England, Spanien, Frankreich und Italien, realisieren zusammen 67 % der europäischen Produktion. Die Summe ihrer jeweiligen Produktionen machte jedoch im Jahr 2000 nur 71 % der nordamerikanischen Produktion aus.

Die Produktion von Europa und den Vereinigten Staaten liegt in diesem Jahr bei insgesamt 1367 Filmen. Mit 739 hat Europa einen Anteil von 54 % an dieser Gesamtproduktion und die USA 46 %, doch liegt der Marktanteil der amerikanischen Filme bei der Verwertung in den Kinos bei 66 % (was immerhin laut der Studie Focus 2002 World Film Market Trends der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle der niedrigste Stand seit 1997 ist), wohingegen der Block der europäischen Filme im selben Jahr auf dem amerikanischen Markt nur einen Anteil von 4,51 % erzielt hat.

Der europäische Sektor ist noch wenig konzentriert, was wahrscheinlich zum einen eine Folge der Quotenmechanismen und der Branchengepflogenheiten ist, die den Rückgriff der Verleiher und der öffentlichen Fördereinrichtungen auf dieselben Gesellschaften beschränken, und zum anderen der extremen Vielfalt und der Höhe der öffentlichen Mittel, die den Produzenten, verglichen mit den herkömmlichen Finanzquellen, eine relative Selbstständigkeit ermöglichen. Die jüngsten Entwicklungen des Marktes werden jedoch wahrscheinlich einen erheblichen "Sterblichkeits"-Effekt nach sich ziehen.

Der entscheidende Einfluss öffentlicher Mittel auf die Kinoproduktion ist vermutlich größer, als hier dargestellt, da sich in jedem Land lokale oder

regionale Hilfen entwickeln, die nicht systematisch bewertet werden konnten, die der Produktion jedoch in Form von Zuschüssen und diversen Verpflichtungen zugute kommen (an dieser Stelle seien die Verpflichtungen der regionalen Fernsehanstalten gegenüber der Produktion genannt).

2.2. Europäischer Markt oder Europa der Märkte?

Die Analyse der Märkte ergibt eine relative Homogenität der Nachfrage in der Mehrheit der Länder der Europäischen Union. Die Ähnlichkeiten beim Lebensstandard, der Zahl der Kinosäle und den demographischen Strukturen machen das recht ähnliche Verbraucherverhalten verständlich. Dies macht jedoch noch keinen großen europäischen Markt, sondern ein Europa der Kinomärkte, auf das die nationalen europäischen Filmindustrien noch ungenügend vorbereitet sind, während die amerikanische Konkurrenz das Konzept des "europäischen" Binnenmarktes bereits sehr gut verinnerlicht hat.

3. FESTLEGUNG DER AUSWAHL UND ANALYSE DER DATEN

Wir haben der Kommission eine Auswahl an Filmen vorgelegt, die ursprünglich 120 Filme umfasste, darunter 12 amerikanische und 108 europäische Filme.

3.1. Anzahl der Filme und nationale Verteilung

Die 108 europäischen Filme wurden wie folgt ausgewählt: die Zahl der je Land ausgewählten Filme ist das Produkt des Verhältnisses zwischen der nationalen Produktion eines gegebenen Landes über den untersuchten Zeitraum einerseits und der europäischen Produktion desselben Zeitraums andererseits.

3.2. Die amerikanischen Filme

Bei der Auswahl der amerikanischen Filme sind wir wie folgt verfahren:
Zwischen der unabhängigen Produktion und dem System der Studioproduktionen liegt der sehr dynamische Zwischenbereich der Minimajor-Studios. Hervorgegangen aus den Studios oder anteilig bzw. durch Vertriebsabkommen an diese gebunden, haben diese Gesellschaften eine doppelte Kultur.

Für diese Produktionskategorie haben wir ausgewählt:

- einen Low-Budget-Film eines vielversprechenden jungen Regisseurs, getragen zum großen Teil durch die Erschließung des internationalen Marktes,
- einen High-Budget-Film (20 Mio. €), aufgebracht zum Teil durch europäische Tax-shelter-Mechanismen.

3.3. Finanzierung der Filme

Zu Zwecken der vorliegenden Studie haben wir den Standpunkt der Produktionsgesellschaft angenommen.

Die erste Quelle für die Finanzierung des europäischen Kinos sind öffentliche Fördermittel. Mit dem rückzahlbaren und dem nicht rückzahlbaren Anteil werden die Filme durchschnittlich zu 42 % (Italien, Spanien), in manchen Fällen bis zu 60 % finanziert.

Die zweite Geldquelle ist der Beitrag des delegierten Produzenten. Dessen Finanzierungsanteile weichen von Land zu Land nur wenig voneinander ab. Deutschland und Spanien sind die Länder, in denen der Produzent den geringsten Anteil aufbringt.

Die dritte Quelle schließlich sind die Fernsehsender, die durchschnittlich einen Finanzierungsbeitrag von bis zu 20 % leisten, außer in Italien, wo die Finanzierung durch die Fernsehsender bei 2,40 % liegt, weshalb die Produzenten in Italien sehr viel empfänglicher sind für öffentliche Zuschüsse, für verschiedene Mechanismen der zinsbegünstigten Darlehen sowie für die Förderung durch den Fondo di Garanzia.

Finanzierung der Filme aus den MOES

In den MOES ist die Filmfinanzierung anders strukturiert. Zwar sind bei unserer Auswahl die Beiträge der delegierten Produzenten prozentual ebenso hoch, wie die ihrer Kollegen in den anderen europäischen Ländern, doch ist der Beitrag der anderen Produzenten und der Fernsehsender spürbar geringer. Wir befinden uns hier in einer Wirtschaft der Kostenteilung, was für diese und andere Länder mit schwacher Produktionskapazität charakteristisch ist.

Hervorzuheben ist ebenfalls, dass die erwartete Schwäche der öffentlichen Finanzierungen, ob rückzahlbar oder nicht, sich natürlich an erster Stelle durch die geringen öffentlichen Mittel dieser Staaten erklären lässt. Eine zweite Erklärung ist die Unterwanderung der supranationalen öffentlichen Beihilfen durch die wichtigsten Produktionsländer der Europäischen Union.

Die Finanzierungsstrategien der europäischen Produktion

Die europäischen Filme werden derzeit im Wesentlichen auf zwei Arten finanziert:

- nach Art der Major-Studios, d. h. durch den Markt, unter Einbeziehung einer Vertriebsargumentation, der Verhandlungen mit Banken, der Nutzung europäischer Steuervorteile sowie der erwarteten Einnahmen je nach Art des Films bzw. in Abhängigkeit vom Beliebtheitsgrad der Schauspieler, Regisseure, Drehbuchautoren usw.,
- oder, handwerklicher, mit den Kosten oder der Finanzierungskapazität argumentierend, unter Einbeziehung der verschiedenen Quellen öffentlicher Fördermittel, der Finanzierung durch die Fernsehsender, des Verkaufs eines Anteils an den Rechten sowie der von den Verleihern und den Verkaufsagenten gebotenen Minimumgarantien (MG) usw.

Die am häufigsten gewählte Strategie ist die Strategie, die dazu führt, dass die Investitionen in dem Land der Produktion wieder hereingeholt werden, und bei der das Ausland daher eine reine Gewinnspanne darstellt. Dies bleibt jedoch bei den High-Budget-Filmen selten und schwierig, bei denen die Verwertung im Ausland 35 bis 50 % der Einnahmen ausmachen kann.

Bei den mit bescheideneren Mitteln produzierten Filmen ist – wenn sich denn jemand bereit findet ein solches Risiko einzugehen - der Beitrag der Verleiher und der Verkaufsagenten in Form von Minimumgarantien eine klassische Form der Finanzierung, die bis zu 20 % der Filmkosten ausmachen kann. Angesichts der lebhaften Konkurrenz zwischen den nationalen Verleihern, konzentrieren sich diese Investitionen jedoch auf eine kleine Anzahl nationaler Produktionen (im Allgemeinen Komödien oder europäische Filme mit amerikanischen Stars).

Der Finanzierung über den Vorverkauf kommt bei der Filmfinanzierung in Europa dagegen keine große Bedeutung zu. Die Finanzakteure ziehen es mehr und mehr vor, die Wirkung eines Films zu beurteilen, wenn er herausgekommen ist.

Die Organisation der Finanzierung von Koproduktionen ist häufig komplex, da die internationalen Übereinkommen und das Punktesystem, das ein Werk für die Beihilfe oder die nationale Förderung qualifiziert, eingehalten werden müssen, während gleichzeitig nach dem größtmöglichen Vorteil gesucht und, wenn möglich, eine Kumulierung aller in den verschiedenen Hoheitsgebieten der Koproduzenten gebotenen Vorteile angestrebt wird. Dieses Verfahren, auf das nur wenige europäische Produzenten vorbereitet sind, ist sehr heikel und, offen gesagt, wenig transparent, was sicher zu einem guten Teil das höfliche aber entschlossene Schweigen erklärt, auf das wir gestoßen sind.

Einer der Vorteile der Koproduktion ist jedoch, dass die Zahlungen für einen Teil der Produktion verzögert oder nicht in die Wege geleitet werden, so dass der Produzent das Risiko nicht so lange trägt. Der Vorverkauf bringt jedoch Bargeld ein und verringert automatisch die Zinsaufwendungen.

Optimierung der Organisation der Projektfinanzierung

Ziel dieser Art der Gemeinschaftsproduktion ist z. B. die Nutzung einer Kombination aus deutschen Fonds und dem englischen *sales and lease back* zur Deckung des *deficit financing*. Diese Art der Projektfinanzierung ist geeignet für High-Budget-Filme. Die Finanzierung ist mit EURIMAGES und MEDIA für den Vertrieb kumulierbar, wenn ein Film in drei Ländern vertrieben wird. Dies ist das ideale Finanzierungssystem.

Daraus kann, ohne negative Wertung, geschlossen werden, dass die Einrichtung der europäischen Gemeinschaftsproduktionen, die für Länder mit begrenzten oder fehlenden öffentlichen Mitteln so wertvoll ist, nach und nach von der am besten entwickelten Filmindustrie mit Beschlag belegt worden ist, einer Industrie, deren Finanzierungsbedarf durch die nationalen Finanzierungssysteme gedeckt werden könnte.

Darüber hinaus ermöglicht es die Entwicklung des Koproduktionssystems den großen Ländern mehr Filme in delegierter Koproduktion zu produzieren, weniger in den kleinen Ländern, während deren Produktion in den mittel- und osteuropäischen Ländern verhindert wird (2001 = 0).

Bei diesem sich abzeichnenden neuen *Trend* sind die Verleiher auch Koproduzenten. Einige Verleiher positionieren sich dort als Investoren, wo sie zuvor ausschließlich als Verleiher aufgetreten sind. Sie treten also in einer immer früheren Phase der Produktion in Erscheinung, werden zu vollwertigen Partnern und übernehmen durch Rechte an den Einnahmen gesicherte Risiken. Diese Finanzierungen beziehen sich, wie wir weiter oben dargelegt haben, auf High-Budget-Filme.

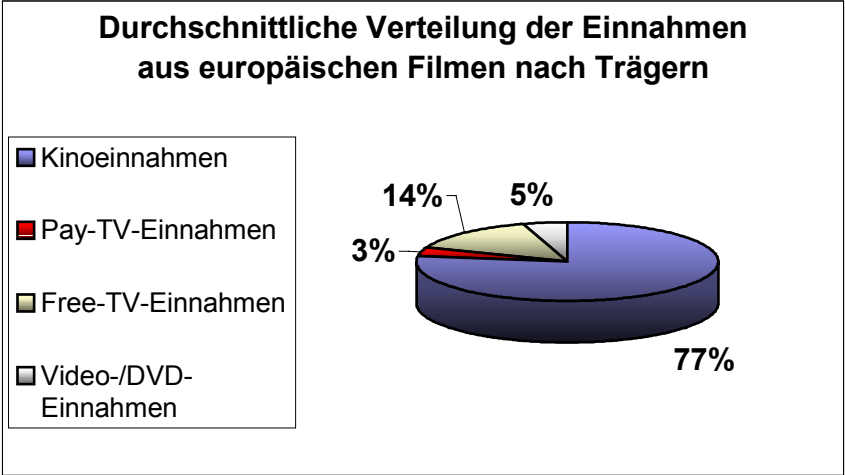
3.4. Die Besonderheit der amerikanischen Finanzierungsstruktur

Ein erstes unterscheidendes Element ist der Umstand, dass es in den Vereinigten Staaten keine Politik der öffentlichen Produktionsförderung und keine Zuschüsse gibt.

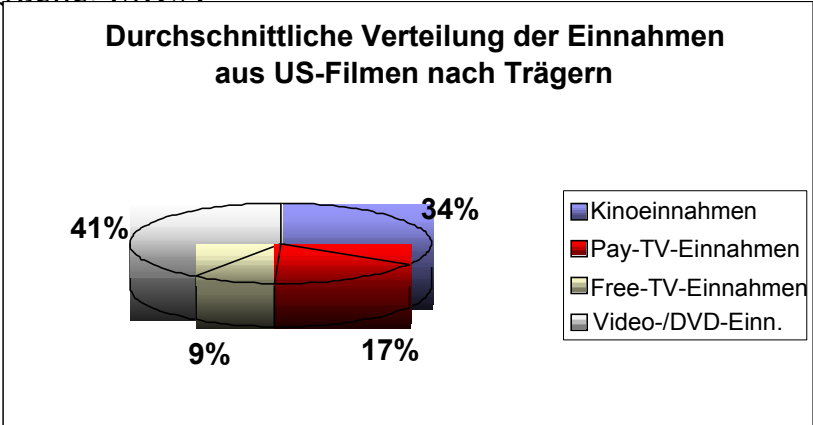
Mit Ausnahme der Studioproduktionen erfolgt die Finanzierung amerikanischer Filme durch einen lokalen Verleiher und einen Verkaufsagenten, die in einer sehr frühen Projektphase in Erscheinung treten. Da ihre Investitionen wegen der Herausbringungskosten (P&A-Kosten) häufig um 50 bis 100 % erhöht werden müssen, versuchen die amerikanischen Verleiher mehr und mehr, das Risiko mit internationalen Verleihern zu teilen.

Diese Logik des Marktes treibt die amerikanische Filmindustrie auf den internationalen Markt, wo sie, was nicht überrascht, recht erfolgreich ist, wie die Analyse unserer Profile amerikanischer Filme im Anhang zeigt. Dies stimmt mit den Aussagen der MPAA überein, nach deren Schätzung der internationale Markt heute mehr als 50 % der Einnahmequellen des amerikanischen Films ausmacht.

3.5. Struktur der Einnahmen



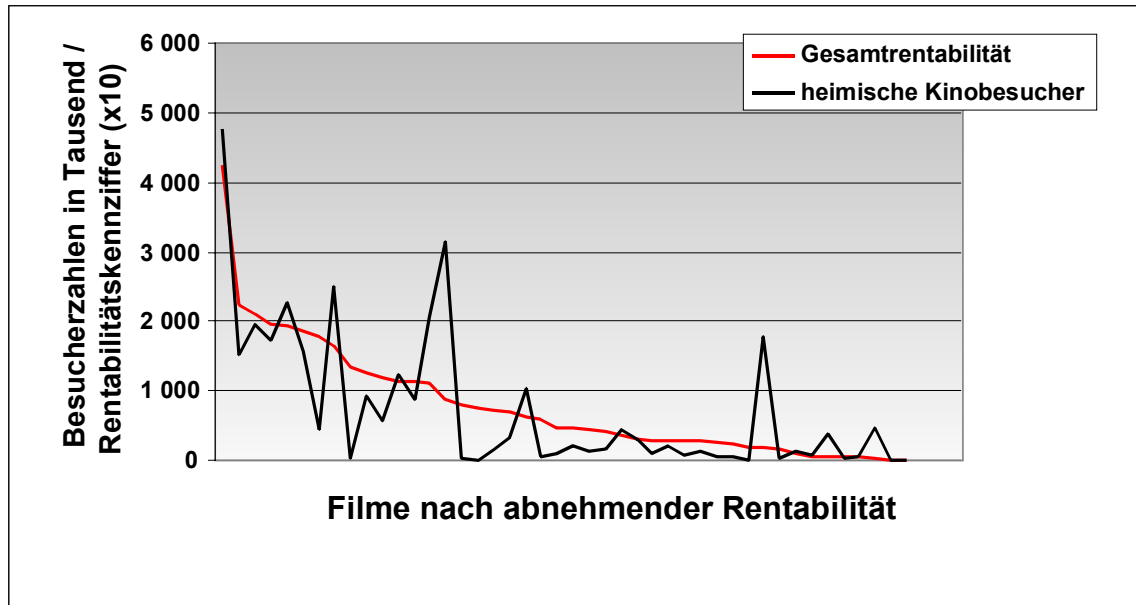
Quelle: IMCA



Quelle: IMCA

3.6. Die Auswirkung des Kinoerfolgs auf die Rentabilität

Unsere Analyse der Rentabilitätskennziffer bezogen auf die Besucherzahlen hat einen aufschlussreichen Trend der grundlegenden Bedeutung des Kinoerfolgs für die Rentabilität der Werke ergeben.



Quelle: IMCA

3.7. Die Rentabilität der Filme für die Produzenten

Für die europäischen Produzenten gilt die vorstehend beschriebene Logik nicht. Unsere Analyse der Auswahl ergibt von Land zu Land und von Filmkategorie zu Filmkategorie sehr unterschiedliche Situationen. Dies wollten wir mit den im Anhang der Studie vorgelegten Profilen der europäischen Filme veranschaulichen. Diese Profile haben zwar nicht den Wert einer Kategorie, wie bei den amerikanischen Filmen, sie illustrieren aber dennoch bestimmte logische Zusammenhänge des europäischen Marktes.

In der europäischen Wirklichkeit lehrt uns der Markt, dass die Rentabilität ganz einfach berechnet wird, und es lassen sich drei mögliche Situationen unterscheiden:

- Situation 1: zu 100 % ohne (oder mit geringem) Produzentenbeitrag finanziert Film.

Die sofortige Rentabilität ist gesichert, da das Gehalt des Produzenten, die Gemeinkosten und die unvorhergesehenen Ausgaben durch die Finanzierung gedeckt sind und demnach, wenn sie nicht ausgeschöpft werden, die Gewinnspanne darstellen.

- Situation 2: Box-Office-Erfolg

Es ist die große Chance des Unternehmens, dass der Film gute Einspielergebnisse bringt. Die Rückführungen der Einnahmen sind reell und umso größer, wenn der Produzent Rechte behalten konnte. Wegen der Höhe der verlangten Minimumgarantien ist dieser Mittelrückfluss jedoch sehr ungewiss, außer im Falle eines großen Erfolgs.

- Situation 3: Box Office national und international + Verkauf der Fernseh- und der internationalen Rechte.

Diese Situation ist mit der vorstehend beschriebenen Situation weitgehend identisch; je höher die Rückführungen der Einnahmen, desto größer die Rentabilität.

Rentable Filme sind solche Filme, die auf ihrem nationalen Markt Gewinne einspielen. Die Einspielergebnisse sind die Quelle der Gesamrentabilität eines Films. Sehr rentable Filme spielen auf allen Märkten Gewinne ein.

Die rentabelsten dieser Filme sind die Filme, die nach ihrer Lebensdauer auf dem nationalen Markt noch eine internationale Lebensdauer haben. Die Rentabilität auf dem internationalen Markt hängt mit den richtigen Vertriebsentscheidungen zusammen (guter Verkäufer, guter Absatzkanal). Ein Produzent kann besser von einem internen Vertrieb profitieren, wenn er Verkaufsaufträge und Anteile am Originalfilmmaterial für sich behält, statt sie einem externen Verkäufer zu übertragen.

Die Anwesenheit eines Verkaufsagenten ist jedoch keine Garantie für die Rentabilität eines Films: es besteht die Möglichkeit, dass dadurch nur die internationale Karriere eines Films, nicht jedoch sein finanzieller Erfolg gefördert wird. Das macht den Verkaufsagenten nicht unnötig, denn ein guter Produzent verfügt nicht zwangsläufig auch über die für den internationalen Vertrieb erforderlichen speziellen Sachkenntnisse.

Koproduktionen sind ein Faktor der Machbarkeit eines Films, sie erhöhen jedoch nicht seine Rentabilität für den Produzenten, der dazu neigt Hoheitsgebiete, für die er nicht mehr zuständig ist, nicht zu beachten.

3.8. Die Rentabilität für den nationalen Verleiher

Wir konnten das Bestehen bestimmter Zusammenhänge im Bereich des Vertriebs feststellen. Zwar besteht kein systematischer Zusammenhang zwischen Budget und Box Office, zwischen P&A und Box Office jedoch sehr wohl.

- Verleiher und Minimumgarantien

Wie sich aus der Prüfung unserer Auswahl ergibt, sind im Wesentlichen zwei Vertragstypen üblich:

- Vertrag mit Minimumgarantie mit Vermarktung vor der Fertigstellung
 - o ca. 20 % der Filme
 - o ca. 50 % der Länder
- Vertrag ohne Minimumgarantie mit Vermarktung vor der Fertigstellung
 - o ca. 80 % der Filme
 - o ca. 50 % der Länder

- Verleiher und Vertriebskosten

Durchschnittlich am rentabelsten sind die europäischen Filme mit den höchsten Vertriebskosten (*P&A*) (Verhältnis 4 zu 1). Bei den US-Filmen sind die Vertriebskosten bei den Studio-Filmen 10 bis 20 Mal höher als bei den teuersten europäischen Filmen: die Filme unabhängiger Produzenten und ein kleiner Film eines Minimajor-Studios nähern sich den europäischen Filmen in Bezug auf die *P&A*-Kosten ziemlich an und weisen dabei eine den europäischen Filmen vergleichbare Rentabilität auf.

Die Analyse der unrentablen Filme ergibt eher Verträge ohne Minimumgarantie (70 % der Fälle), Besucherzahlen unter 100000 (80 % der Fälle), Vertriebskosten über 100.000 Euro (70 % der Fälle) und Verluste über 100.000 Euro (60 % der Fälle).

3.9. Ermittlung von Verlierern und Gewinnern

Einer von drei europäischen Filmen ist rentabel.

Bei drei von fünf Filmen fließt sein Produktionsbeitrag nicht an den delegierten Produzenten zurück; spielt der Film jedoch Gewinne ein, gewinnt er mehr zurück als jeder andere, soweit nicht mehr an den koproduzierenden Verleiher zurückfließt, als an den delegierten Produzenten.

Es kommt nur selten vor, dass die von ihnen eingesetzten Mittel an die Associated Producers zurückfließen.

Wenn dieser Einsatz wieder hereingeholt wird, dann nur in sehr viel geringerem Maße, als beim delegierten Produzenten. Hier zeigt sich wohl eine gewisse spontane Gerechtigkeit des Marktes, denn der delegierte Produzent verliert, wenn er verliert, ebenso viel wie seine Mitgesellschafter; gewinnt er jedoch, dann gewinnt er mehr als seine Partner.

Die anhand unserer Auswahl gesammelten Informationen zeigen, dass der große Verlierer immer der öffentliche Fonds ist, der rückzahlbare Zuschüsse einbringt.

Die Rentabilität der mittel- und osteuropäischen Filme

Die Auswertung unserer Auswahl hat ergeben, dass die Filme der MOES derzeit nicht rentabel sind. So war von den ausgewählten MOES-Filmen nur ein auf nationaler Ebene erfolgreicher türkischer Film rentabel. Der Export ist nach wie vor außerordentlich schwierig.

Die Rentabilität der amerikanischen Filme

Der Verlauf der amerikanischen Karriere eines Film ist entscheidend für seine internationale Karriere, da die Verleiher der Sanktionierung durch den amerikanischen Markt weltweit große Bedeutung beimessen.

Der Markt funktioniert nach einer Logik der sehr segmentierten und vermarkteten Produktion, die von der Annahme ausgeht, dass sich die Spielfilmproduktion an ein bestimmtes und gleichzeitig universelles Publikum richten muss.

Betont werden muss auch, dass die amerikanischen Produktionen mehr denn je zum großen Teil mit europäischen Geldern finanziert werden: Vorschüsse der Verleiher, *Output-deals* mit den Veranstaltern, steuerfreie Investmentfonds in Großbritannien und Deutschland, Steuergutschriften.

3.10. Die Tops und Flops der Auswahl

Die 10 unrentabelsten Filme

Die "Flops" stammen mehrheitlich aus kleinen Ländern und aus Ländern des Ostens: ein holländischer Film, zwei tschechische Filme, ein türkischer Film, ein bulgarischer und ein ungarischer Film, die bis heute wirtschaftlich nicht rentabel waren, weder mit Berücksichtigung der nicht rückzahlbaren Zuschüsse (Gesamtrentabilität oder GR), noch unter Ausschluss der rückzahlbaren Zuschüsse vom Ergebnis (ungefähre wirtschaftliche Rentabilität). Mit Ausnahme des holländischen Films handelt es sich um Low-Budget-Filme (weniger als 3 Millionen Euro), die vor allem einem beschränkten Binnenmarkt trotzen müssen, bevor sie außerhalb ihrer ursprünglichen Grenzen nach Profit streben.

Die 10 rentabelsten Filme

Die Top 10 der rentabelsten europäischen Filme bestätigen die positive Auswirkung des geographischen Gebiets und des Produktionssektors sowie den sprachlichen Einfluss, da sie alle, mit Ausnahme eines portugiesischen Films, aus den "großen" Ländern stammen. Es handelt sich um Filme mit ausgezeichneten Box-Office-Daten und einer europäischen Karriere.

3.11. Die jüngsten Entwicklungen des Marktes

Der Kinomarkt in Europa verändert sich unter dem Einfluss verschiedener Faktoren, wie insbesondere der Entwicklung des Verhaltens der europäischen Verbraucher.

Trotz der europäischen und der nationalen Regulierungen entwickelt sich der Kinomarkt zu einem nachfragegesteuerten Markt, obwohl er seit den 80-er Jahren ein Markt war, dessen Angebot sich rund um öffentliche Fördermittel, Zuschüsse und Verpflichtungen der Sender organisierte.

Der europäische Vertrieb ist ein Sektor mit Schwierigkeiten, dessen Einbindung in den Vertrieb der europäischen Filme sich unter dem Einfluss des Wettbewerbs in der Veränderung befindet, während das europäische Kino aber schon heute einen dynamischen Sektor benötigte.

Das Fernsehen wiederum unterstützt diesen Sektor nicht nur, es macht im auch Konkurrenz: unterstützt von Veranstaltern, die zur Ausstrahlung verpflichtet sind, und als Freizeitangebot in Konkurrenz zu Programmen, die zum wesentlichen Inhalt des Fernsehens gehören. Von den *Reality Shows*, über die Fernsehfiktion jedes Landes bis zur Übertragung sportlicher Ereignisse, sieht sich das Kino mit einer grundlegenden Schwierigkeit konfrontiert: seine Partner, die Veranstalter, sind gleichzeitig stille Gesellschafter und Mittelsmänner in der Beziehung zum Publikum. Das Publikum hat heute die unterschiedlichsten Erwartungen und das Kino muss sich damit abfinden, dass es nur noch ein abrufbares Produkt des Fernsehangebots ist, das seinen Platz in den Programmrastern zur Prime Time mit anderen Formen der audiovisuellen Produktion teilen muss.

Unmittelbare Folge davon ist eine zunehmende Schwächung bei der Finanzierung und der Verbreitung der Filme.

Anders als das europäische Kino zieht das amerikanische Kino heute ca. 50 % seiner Einnahmen aus dem internationalen Markt, wo ihm seine Vertriebsstechniken optimale Publicity und Vertriebskosten garantieren. Der Abbau der Grenzen des Marktes für eine europäische Filmproduktion, die diesen Namen auch verdient, erfordert die koordinierte Intervention der Mitgliedstaaten und der Europäischen Union bei den öffentlichen Zuschüssen. Der Anteil der öffentlichen Finanzierung ist in den meisten Ländern entscheidend.

Ohne rückzahlbare Zuschüsse (die nur sehr selten zurückgezahlt werden) wäre ein großer Teil der europäischen Film nicht machbar.

4. SCHLUSSFOLGERUNGEN

Am Ende der vorliegenden Studie können bestimmte Schlussfolgerungen gezogen werden, die nach Auffassung der Autoren recht gut deutlich machen, welche Wege einzuschlagen sind:

4.1. Feststellungen

- Die Produktionskostendeckung ist problematisch.
- Die Koproduktionen nehmen auf einem schwierigen Markt einen wichtigen Platz ein.
- Die Finanzierungsarten sind wechselhaft.
- Die öffentliche Intervention ist insbesondere bei der Produktion von grundlegender Bedeutung.
- Die Filmindustrie in Europa ist ein kapitalistisches System ohne Kapitalisten.
- Der Medium-Budget-Film ist bedroht, da er auf den nationalen Märkten immer schwieriger zu finanzieren ist.
- Der Rückzug der Veranstalter/Investoren bedroht das finanzielle Gleichgewicht der Produktion.
- Der Vertrieb und die Verwertung des Films im Kino außerhalb des heimischen Marktes ist ein wirtschaftliches und kulturelles Muss.
- Diese Teilbereiche des Programms MEDIA Plus sind für die europäische Industrie von wesentlicher Bedeutung zu einer Zeit, da sich der Vertrieb in einer schweren wirtschaftlichen Krise befindet.
- Unternehmen mittlerer Größe laufen Gefahr zu verschwinden.
- Zunehmende Erschließung von Nischenmärkten.

4.2. Bilanz und Empfehlungen

Die Bilanz und die Empfehlungen der Studie beziehen sich insbesondere auf den Bedarf auf dem Gebiet der Kenntnis und des Verständnisses des internationalen Marktes sowie auf die Notwendigkeit der Rückeroberung des Kinomarktes und auf den Schulungsbedarf auf dem Gebiet der Unternehmensführung.

Die Empfehlungen für die mittel- und osteuropäischen Länder beziehen sich insbesondere auf:

- den Zugang zu von der Europäischen Union bereitgestellten Mitteln,
- die Verbreitung und die Vermarktung der MOES-Werke,
- die Notwendigkeit von Promotion.

4.3. Schlussfolgerung

Trotz einer gewissen Zurückhaltung der Branche, war es möglich genügend finanzielle Informationen zu sammeln, um den Sektor und seine Mechanismen begreifen zu können. Mehr Transparenz und ein objektiver und umfassender Einblick in den Markt würden gewiss zu einem größeren Gleichgewicht zwischen dem Bedarf und den Förderpolitiken führen.

In einem Sektor, in dem die politische, kulturelle und soziale Bedeutung häufig überspitzt wird, und in dem sich der Wettbewerb zwischen den Staaten in Prestigestreben oder in der Suche nach dem Geschäftsvorteil äußert, kann der Aufbau einer industriellen Politik als unmögliches Unterfangen erscheinen.

Es ist Europa jedoch gelungen, in einem schwierigen Kontext technische und finanzielle Strukturen zu implementieren, die eine Ergänzung der von den Mitgliedstaaten in ihren nationalen Sektoren eingebrachten erheblichen Mittel darstellen. Es ist Europa insbesondere gelungen Fördermechanismen zu implementieren, die zwar noch unzureichend sind, sich jedoch an dem vom Sektor selbst genau ermittelten Bedarf orientieren.

Es zeichnen sich jedoch große Veränderungen ab, und in allen europäischen Staaten weisen, unabhängig davon ob ihre Filmindustrie stark oder schwach ist, die strukturellen Veränderungen des Marktes und insbesondere des Verbraucherverhaltens und –geschmacks, der Wettbewerb zwischen den Trägern und die Konjunkturanfälligkeit der Medien auf die Notwendigkeit der Umsetzung neuer und ehrgeiziger Politiken hin, wenn sich die auf diesem Sektor beobachteten Schwachpunkte nicht in tödliche Schwächen verwandeln sollen.

Vor diesem Hintergrund sollten Politiken geplant werden, die es dem europäischen Kino ermöglichen, auf allen Leinwänden der Welt ihren sowohl kulturell als auch wirtschaftlich wohlverdienten Platz zu finden.