

## DIE VERBREITUNG DES EUROPÄISCHEN FILMS IN DER EUROPÄISCHEN UNION UND AUF DEM WELTMARKT

Auszug von:

Josef Wutz, Beitrag von Valentin Pérez,

"Die Verbreitung des europäischen Films in der Europäischen Union und auf dem Weltmarkt", Studien & Berichte Nr. 106, Notre Europe – Jacques Delors Institute / UniFrance films / ifa, November 2014.

## INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT von Costa Gavras	7
PRÄAMBEL von Yves Bertoncini, Isabelle Giordano und Ronald Grätz	10
ZUSAMMENFASSUNG DES BERICHTS von Josef Wutz UND ANREGUNGEN von Valentin Pérez	12
METHODOLOGIE UND ZIEL	15
EINLEITUNG	16
1. Das europäische Kino und seine Verbreitung – eine Bilanz	18
1.1. Europäisches Kino – der Stand der Dinge	18
1.1.1. Rekordzahl an Produktionen	18
1.1.2. Erhalt und Stärkung der Filmtheater	20
1.1.3. Stabile Zahl der Leinwände – Verschiebung zu den Multiplexen	21
1.1.4. Stabile Zuschauerzahlen – Verschiebung zu den Multiplexen	23
1.1.5. Arthouse-Kinos	24
1.1.6. Die unabhängigen Verleiher	26
1.1.7. Steigende Umsätze an den Kinokassen	27
1.1.8. Der Marktanteil der Filme aus den Ländern Europas	29
1.1.9. Der innereuropäische Export	31
1.2. Home Video	32
1.2.1. Der Markt im Wechselspiel von DVD, Blu-Ray und VoD	32

1.2.2. Die illegale Nutzung von Videos – ein Gesetzesverstoß mit wirtschaftlichen Folgen	33
1.3. TV	35
1.4. Digitalisierung im europäischen Kino: Chancen und Herausforderungen	36
1.4.1. Der physische Vertrieb	37
1.4.2. Die Filmtheater	37
1.4.3. Ultimative Normierung durch die US Majors	37
1.4.4. Förderung der digitalen Umrüstung	40
1.4.5. "Virtual Print Fee" (VPF) und "Third Parties"	41
1.5. Die internationalen Märkte	42
1.5.1. Geringe Exportquote – geringe Einnahmen	43
1.5.2. Die europäischen Exportländer	44
1.5.3. Wie nationale Ergebnisse auf dem Weltmarkt gemessen werden	44
1.5.4. Wenige erfolgreiche Titel bestimmen die Statistiken	44
1.5.5. USA, der größte Markt – Frankreich, der größte Exporteur	45
1.5.6. Die vier großen europäischen Länder auf dem Weltmarkt	47
2. Die wichtigsten europäischen Märkte	54
2.1. Deutschland	56
2.1.1. Der Kinomarkt	56
2.1.2. Der Home Video Markt	65
2.2. Spanien	67

<b>2.2.1.</b> Der Kinomarkt	<b>67</b>
<b>2.2.2.</b> Die Produktion	<b>70</b>
<b>2.2.3.</b> Die Marktanteile im spanischen Kinomarkt	<b>71</b>
<b>2.2.4.</b> Der Home Video Markt	<b>76</b>
<b>2.3.</b> Frankreich	<b>78</b>
<b>2.3.1.</b> Der Kinomarkt	<b>78</b>
<b>2.3.2.</b> Der Home Video Markt	<b>86</b>
<b>2.4.</b> Italien	<b>88</b>
<b>2.4.1.</b> Der Kinomarkt	<b>88</b>
<b>2.4.2.</b> Produktion und Marktanteile	<b>92</b>
<b>2.4.3.</b> Der Home Video Markt	<b>96</b>
<b>3.</b> Staatliche Eingriffe in die Märkte: nationale und europäische Filmförderung	<b>98</b>
<b>3.1.</b> Die Filmförderungsanstalt (FFA) in Deutschland	<b>98</b>
<b>3.2.</b> Das <i>Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales</i> (ICAA) in Spanien	<b>100</b>
<b>3.3.</b> Das <i>Centre national du cinéma et de l'image animée</i> (CNC) in Frankreich	<b>102</b>
<b>3.4.</b> Der <i>Fondo unico per lo spettacolo</i> (FUS) in Italien	<b>105</b>
<b>3.5.</b> Die gemeinsame europäische Filmförderung	<b>107</b>
<b>3.6.</b> Die Einrichtungen zur Promotion des Films	<b>111</b>
<b>4.</b> Anregungen formuliert von Valentin Pérez	<b>114</b>
<b>4.1.</b> Herstellung eines größeren Gleichgewichts zwischen der Produktions- und der Vertriebsförderung	<b>114</b>

4.2. Unterstützung der Betreiber und, im Gegenzug, Regulierung der Programmgestaltung für eine stärkere Präsenz des europäischen Films in Europa	116
4.2.1. Digitalisierung	116
4.2.2. Arthouse-Kinos	117
4.2.3. Regulierung der Programmgestaltung	117
4.3. Stimulierung neuer Vertriebswege unter Berücksichtigung digitaler Technologien	119
4.3.1. Chronologie der Auswertung	119
4.3.2. Online-Vertrieb	119
4.3.3. Programmgestaltung im Fernsehen	120
4.4. Berücksichtigung des kulturellen Beitrags des Films zum Image Europas	121
BIBLIOGRAFIE	127
DANK	129
GLOSSAR UND ABKÜRZUNGEN	130
AUTOREN	131
VORSTELLUNG DER AUFTRAGENDEN STRUKTUREN	132