

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.

ZUSAMMENFASSUNG DES BERICHTS von Josef Wutz UND ANREGUNGEN von Valentin Pérez

Ziel dieses Berichts von Josef Wutz ist eine Bestandsaufnahme zur Verbreitung des europäischen Films in Europa und in der Welt. Zu diesem Zweck werden vier Länder - Deutschland, Spanien, Frankreich und Italien - genauer betrachtet, wobei jeweils sämtlichen Akteuren der Filmindustrie Rechnung getragen wird: Produzenten, Verleihern, Betreibern, aber auch Videoprogrammanbietern und öffentlichen Filmförderinstitutionen. Zudem werden Anregungen von Valentin Pérez formuliert, die zu einer stärkeren Präsenz des europäischen Kinos beitragen können.

Es stehen **vier wesentliche Entwicklungstendenzen**, mit denen sich der europäische Film derzeit konfrontiert sieht und die große Herausforderungen darstellen können, im Mittelpunkt.

1. Rekordniveau europäischer Produktionen trotz unveränderter Marktanteile

Wurden 2005 noch 918 europäische Langfilme gedreht, waren es 2011 bereits 1.321. Ihr Anteil an den verkauften Kinokarten stagniert jedoch bei etwa 25 Prozent. Darüber hinaus ist der europäische Filmmarkt nach wie vor durch ein hohes Maß an Konzentration gekennzeichnet: Einige wenige Filme erzielen hohe Zuschauerzahlen, während eine große Zahl von Langfilmen Schwierigkeiten hat, ein breites Publikum anzusprechen.

Der Bericht macht deutlich, dass es heute sowohl auf nationaler als auch auf europäischer Ebene eine Produktionsförderung gibt, um ein intensives Filmschaffen zu ermöglichen. Dennoch scheint das Ungleichgewicht zwischen der Produktions- und der Vertriebsförderung der ungehinderten Zirkulation bzw. dem optimalen Erfolg mancher Produktionen im Weg zu stehen.

2. Digitalisierung der Kinolandschaft

Die neue digitale Technologie bringt unbestreitbare Vorteile im Hinblick auf die Vereinfachung des Vertriebs und die Qualität der Projektion europäischer Filme mit sich. Die schwächsten Kinos, das heißt in der Regel die kleinsten, haben jedoch Schwierigkeiten, derartige Investitionen zu finanzieren.

3. Erhalt von künstlerischer Vielfalt und Qualität

Der Bericht zeigt auf, dass die europäische Filmlandschaft eine ihrer Besonderheiten den unterschiedlichen Arthouse-Labels verdankt, die als Garant des künstlerischen und kulturellen Werts sowohl der Filme als auch der so etikettierten Filmtheater fungieren. Diese Labels bleiben jedoch auf die nationale Ebene beschränkt, unterliegen von Land zu Land unterschiedlichen Kriterien und verfügen dort jeweils über unterschiedlich hohe Subventionen.

4. Entstehung neuer Formen des Konsums europäischer Filme

Abgesehen von Deutschland bleibt das Kino überall der bevorzugte Ort der Auswertung. Es entstehen allerdings zahlreiche neue Nutzungsformen. Zwar wird am DVD-Markt ein Einbruch verzeichnet, der auch durch die Blu-Ray-Verkäufe nicht aufgefangen werden kann, jedoch ist ein genereller Anstieg der Nachfrage beim VoD zu bemerken, der allerdings durch illegale Downloads geschmälert wird.

Diese neuen Entwicklungstendenzen **sind mit Kosten verbunden, die zum Teil von der staatlichen Filmförderung** getragen werden. Letztere ist von Land zu Land unterschiedlich hoch. 2012 etwa stellte die deutsche Filmförderungsanstalt (FFA) (ohne Förderung der Bundesländer) Mittel in Höhe von 76 Millionen Euro zur Verfügung, das CNC (*Centre national du cinéma et de l'image animée*) dagegen 770,36 Millionen. Auf europäischer Ebene wird der europäische Film im Rahmen des MEDIA-Programms mit durchschnittlich 70 bis 80 Millionen Euro jährlich gefördert.

Durch diese Einrichtungen werden alle Bereiche unterstützt: der Vertrieb, die Auswertung, der Videosektor, die Promotion, neue Technologien, in erster Linie aber die Produktion.

Eine größere Verbreitung des europäischen Films in europäischen und außer-europäischen Ländern ist möglich, wenn es gelingt, die Märkte und die staatlichen Förderungen adäquat an die neuen Anforderungen anzupassen.

In diesem Bericht finden sich diesbezüglich **vier Anregungen:**

1. Herstellung eines größeren Gleichgewichts zwischen der Produktions- und der Vertriebsförderung

Das Filmschaffen muss weiterhin von den einzelnen Einrichtungen gefördert werden, wobei die Vertriebsförderung, die heute zu gering ist, um den Vertrieb der existierenden europäischen Filme effizient sicherzustellen, aufgestockt werden sollte.

2. Unterstützung der Betreiber und im Gegenzug Regulierung der Programmgestaltung für eine stärkere Präsenz des europäischen Films in Europa

Sämtliche Betreiber sollten bei der Digitalisierung der Kinos unterstützt und für Arthouse-Kinos spezifische Förderungen garantiert werden. Im Gegenzug sollten sich die Betreiber zu einer Programmgestaltung verpflichten, bei der der europäische Film eine zentrale Rolle erhält.

3. Stimulierung neuer Vertriebswege unter Berücksichtigung digitaler Technologien

VoD, das heute als vielversprechende Nutzungsform gilt, sollte gefördert werden. Da das Fernsehen in Europa nach wie vor sehr verbreitet ist, sollten öffentliche Fernsehanstalten ermutigt werden, mehr europäische Langfilme ins Programm zu nehmen.

4. Berücksichtigung des kulturellen Beitrags des europäischen Films zum Image Europas

Es sollte möglich sein, den europäischen Film stärker kulturell als finanziell festzumachen. Den Filmschaffenden, Produzenten, Verleiichern und Promotern sollte bewusst sein, dass Europa mit dem europäischen Film ein Image, eine Kultur und Werte transportiert, was einen nicht zu vernachlässigenden qualitativen Mehrwert darstellt.