

Eine Analyse anhand empirischer Daten der Filmwirtschaft

▶ Gibt es zu viele (deutsche) Filme in den Kinos?

Von Oliver Castendyk*

Gibt es ein Überangebot an deutschen Filmen?

Seit einiger Zeit wird in Deutschland eine Diskussion darüber geführt, ob es ein Überangebot an deutschen Filmen gibt und ob dieses Überangebot – falls es existiert – durch „Kinoverstopfung“ die Ursache dafür sein könnte, dass der einzelne deutsche Film eine immer kürzere und geringere Chance erhält, im Kino erfolgreich zu sein. (1) Was für die einen eine Art „kinematographischer Kannibalismus“ (2) ist, ist für die anderen Indiz einer blühenden Kreativität und Produktivität der deutschen Filmbranche und eine Ursache für die höchsten Marktanteile des deutschen Films seit 40 Jahren zwischen 2005 und 2011. Eine vergleichbare Diskussion wurde mit Bezug auf kleinere Mitgliedsstaaten der EU geführt. (3)

Anstehende FFG-Novelle bildet Hintergrund der Diskussion

Die Diskussion um ein mögliches Überangebot findet nicht im luftleeren Raum statt: In diesem Jahr steht die Reform des Filmförderungsgesetzes (FFG) auf der politischen Agenda. Dessen Regelungen könnten zukünftig etwas andere Schwerpunkte setzen. Zum Beispiel könnte geregelt werden, dass statt vieler Filme mit geringeren Mitteln künftig weniger Filme mit höheren Mitteln gefördert werden. Auch beim Deutschen Filmförderungsfonds (DFFF) könnte eine Beschränkung auf weniger Filme erreicht werden – etwa dadurch, dass nur noch Filme mit höheren Budgets gefördert werden oder nur solche Filme, bei denen der Verleih einen höheren Herausbringungsantrag garantiert.

Pro- und Contra-Argumente anhand von Fakten überprüfen

Um die Debatte auf eine gesicherte Faktenbasis zu stellen, werden im Folgenden die Pro- und Contra-Argumente genauer untersucht und anhand der verfügbaren Daten von Filmförderungsanstalt (FFA) (4) und Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO) empirisch überprüft. Die Ergebnisse dürften sowohl Befürworter als auch Gegner der These, dass zu viele deutsche Filme in die Kinos kommen, überraschen.

Pro und Contra

Argumentation: „Es gibt zu viele Filme“

Die Argumentation der „Zu-viele-Filme“-Fraktion lautet wie folgt: Die Anzahl der Produktionen aus Deutschland ist in den letzten zehn Jahren stark angestiegen. Gleichzeitig ist die Zahl der Kinolein-

wände konstant geblieben, was zur Erschöpfung der Aufnahmekapazität des Kinomarkts führt. Die Folge: Die Filme nehmen sich gegenseitig einen Teil ihrer Verwertungschancen. Manuela Stehr, Geschäftsführerin der X Verleih AG, erklärt, wie zum Beispiel Verwertungschancen reduziert werden können: „Mein Lieblingsbeispiel ist immer ein Kino mit vier Leinwänden. Die haben früher sechs bis acht Filme gespielt, vielleicht noch einen Kinderfilm oder etwas Neues zur Matinée. Heute spielen sie am Start-Donnerstag – mit den bereits laufenden – 20 Filme. Das bedeutet, dass du für deinen Neustart unter Umständen nur noch eine Vorstellung bekommst. Und nicht wie früher, als all diese Filme ganz normal in der Nachmittags-, Abend-, Spätvorstellung eingesetzt wurden. (...) Das führt natürlich dazu, dass du nur ein Drittel der Vorstellungen hast und es am ersten Wochenende nicht schaffst, die magische Zahl zu erreichen, die dafür steht, dass dein Film Potenzial hat. Ein Film, der sonst für 200 000 Zuschauer gut ist, der macht dann eben nur noch 100 000.“ (5)

Auch wenn der Marketingaufwand (anders als die Zahl der Leinwände) keine feste Größe ist, sind die finanziellen Möglichkeiten der Verleiher doch begrenzt, in die Herausbringung von Kinofilmen zu investieren. Man könnte deshalb vermuten, dass auch der durchschnittliche Verleihaufwand pro deutschen Film in den letzten Jahren gesunken ist. Zusammengefasst lautet die These der Kritiker des Status Quo, dass der einzelne deutsche Film nicht mehr die Auswertungschancen im Kino bekommt, die ihm früher zuteilwurden, weil sich die Filme gegenseitig im Wege stehen.

Die Gegenposition kann an verschiedenen Punkten ansetzen: Zunächst könnte man in Zweifel ziehen, dass die Zahl der jährlich produzierten und ins Kino gekommenen deutschen Filme tatsächlich so deutlich gewachsen ist. Außerdem könnte man einwenden, dass es auch bei ausländischen Filmen ein hohes Wachstum gegeben habe. Darüber hinaus könnte man differenzieren und die These aufstellen, dass innerhalb der Gesamtmenge der „deutschen Filme“ nicht der deutsche Spielfilm gewachsen ist, sondern nur die deutsch-ausländische Koproduktion mit deutschem Ursprungszeugnis und der Dokumentarfilm.

Ferner wäre es möglich, den Fokus nicht auf die Zahl der produzierten und im Kino herausgebrachten Filme zu legen, sondern stattdessen auf die Zahl der Startkopien abzustellen, mit denen ein Film ins Kino gebracht wird. Die umstrittene Überdeckung wäre dann nicht Folge einer Ausweitung der Produktion, sondern einer Ausweitung der Filmkopien. Schließlich könnte man an

These: Filme nehmen sich gegenseitig die Verwertungschancen

Argumentation: „Es gibt nicht zu viele Filme“

* Rechtsanwalt, Gastprofessor an der Universität Potsdam, forscht an der Hamburg Media School; bei der Allianz Deutscher Produzenten Film & Fernsehen für den Bereich Wissenschaft zuständig.

den möglichen Folgen der Marktübersättigung anzusetzen: einem Rückgang der Marketinginvestitionen oder der Verweildauern von deutschen Filmen im Kino.

**Argument:
Größerer Output
erhöht Chancen auf
Markterfolg**

Man könnte die Zunahme von heimischen Produktionen als positiv ansehen und darauf verweisen, dass der deutsche Film in den letzten Jahren sehr erfolgreich gewesen ist. Die Begründung wurde einmal pointiert von Peter Aalbæk Jensen, dem dänischen Produzenten von Lars von Trier, zusammengefasst: „Da Film eine Lotterie ist, ist es wichtig, viele Lose in der Trommel zu haben, nicht nur eins.“ (6)

Wenn niemand weiß, warum manche Kinofilme erfolgreich sind (7) und manche nicht, braucht man eine Anzahl von Versuchen, um einen Hit zu landen. Die US-amerikanischen Major-Studios (Warner, Paramount etc.) gehen zum Beispiel davon aus, dass von zehn herausgebrachten Filmen zwei erfolgreich sind, zwei zumindest kein Geld verlieren und sich sechs als Flops herausstellen. (8) Je mehr „Lose“ man für das Glücksspiel „Kinoerfolg“ kauft, desto höher sind die Chancen, das große Los zu ziehen. Denkbar ist auch eine Kombination beider Wirkungen: Grundsätzlich erhöht ein größerer Output deutscher Produktionen die Chance auf mehr Markterfolg. Ab einem gewissen Punkt aber ist die Zahl der Produktionen so groß geworden, dass der gegenteilige Effekt der gegenseitigen Behinderung einsetzt.

Im Folgenden soll versucht werden, diese Diskussion mit empirischen Daten, die in der Regel von der Filmförderungsanstalt (FFA) stammen, zu versachlichen und – soweit es die Daten zulassen – die einzelnen Hypothesen empirisch zu überprüfen.

Empirische Überprüfung der Grundthese

1998 startete wöchentlich eine deutsche Produktion in den deutschen Kinos; 2005 waren es fast drei. 2011 liefen im Durchschnitt 3,9 deutsche Filme pro Woche an (vgl. Abbildung 1). Der Begriff des „deutschen Films“ richtet sich nach §§ 15 und 16 Filmförderungsgesetz (FFG) und wurde 1991 aus europarechtlichen Gründen geöffnet. Danach ist ausreichend, wenn der Hersteller seinen Wohnsitz oder eine Niederlassung in Deutschland hat, eine Endfassung des Films in deutscher Sprache erstellt, technische Dienstleistungen aus Europa in Anspruch genommen wurden und der/die Regisseur/Regisseurin oder bestimmte andere kreative Mitwirkende dem deutschen oder europäischen Kulturkreis angehören. Bei internationalen Koproduktionen reicht es gem. § 16 FFG (ggf. in Verbindung mit einem bi- oder multilateralen Koproduktionsabkommen) aus, wenn eine angemessene finanzielle, künstlerische und technische

Beteiligung aus Deutschland vorliegt. Aus diesem Grunde sind auch Filme wie „Asterix bei den olympischen Spielen“, „Die fabelhafte Welt der Amelie“ oder „V for Vendetta“ „deutsche Filme“.

Von der Zahl der Erstaufführungen lässt sich auf die Zahl der Produktionen schließen, die in den Jahren zuvor produziert wurden. Allerdings wird nicht jeder für die Auswertung im Kino produzierte Film auch tatsächlich in einem Filmtheater (erst-) aufgeführt. Um als erstaufgeführt zu gelten, muss der Film für mindestens sieben Tage gezeigt werden. (9) Zum Teil findet ein fertig gestellter Film keinen Verleih oder der Verleih keinen Kinobetreiber, der den Film bestellt. Deshalb ist die Zahl der in den letzten Jahren produzierten Kinofilme noch etwas höher als die der erstaufgeführten. Die Zahl der Kinoleinwände ist hingegen seit 2000 in etwa gleich geblieben. Bis 2005 gab es eine leichte Steigerung, danach eine Verringerung auf 4 640 Leinwände in Deutschland im Jahr 2011 (vgl. Tabelle 1).

Nachdem feststeht, dass die Zahl deutscher Kinofilme in den letzten zehn Jahren deutlich gestiegen ist, stellt sich die Frage, in welchen Kategorien das Wachstum stattfand: in der Kategorie Dokumentarfilm (10), in der Kategorie deutsch-ausländischer Spielfilm (11) oder beim „rein deutschen“ Spielfilm (12) (vgl. Abbildung 2).

Die Zunahme war bei Dokumentarfilmen und bei deutsch-ausländischen Koproduktionen (die jedoch nach §§ 15, 16, 16 a FFG rechtlich als „deutsche Produktionen“ gelten und deshalb auch grundsätzlich Anspruch auf Förderung haben) (13) wesentlich stärker als bei rein deutschen Spielfilmen. (14) Bei Dokumentarfilmen hat sich die Zahl der Veröffentlichungen seit 2004 mehr als verdoppelt. Dies gilt auch für internationale Koproduktionen mit deutscher Beteiligung, deren Zahl 2004 noch bei 27 und 2011 bei 60 Spielfilmen lag. Der Anstieg von 60 rein deutschen Produktionen in 2004 auf das bisherige Maximum von 87 im Jahr 2009, fällt deutlich geringer aus als der bei Dokumentarfilmen und internationalen Koproduktionen. Seitdem ist die Zahl der Kinostarts deutscher Filme ohne ausländische Beteiligung wieder rückläufig und erreichte 2011 mit 63 Filmen erneut das Niveau der Jahre 2004 und 2005.

Ist die Steigerung der Erstaufführungen eine Besonderheit deutscher Filme? Dies wäre nicht der Fall, wenn auch die Zahl der Kinostarts ausländischer Filme, zum Beispiel aus den USA, Frankreich oder Großbritannien, in den letzten zehn Jahren in vergleichbarem Maße angestiegen sein sollte.

Tabelle 2 zeigt, dass sich nur die Zahl der Erstaufführungen deutscher und türkischer Spielfilme deutlich vergrößert hat. Die Zahl erstaufgeführter

Zahl der Kinoleinwände seit 2000 relativ konstant

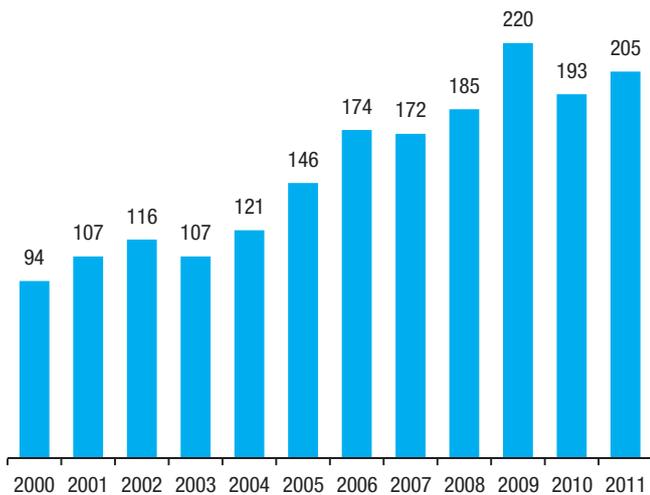
In welchen Filmkategorien fand das Wachstum statt?

Geringste Zunahme bei rein deutschen Spielfilmen

Differenzierung der Erstaufführungen nach Herkunftsland

Mehr Erstaufführungen nur bei deutschen und türkischen Filmen

Mehr Kinostarts von Filmen mit deutschem Ursprungszeugnis („deutsche Filme“)

Abb. 1 Erstaufgeführte deutsche Langfilme 2000 bis 2011

Quelle: Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO): Filmstatistisches Jahrbuch 2010, S.13; Filmstatistisches Jahrbuch 2012, S.13.

Tab. 1 Kinoleinwände in Deutschland 1998 bis 2011

Jahr	Kinoleinwände
1998	4 435
1999	4 651
2000	4 783
2001	4 792
2002	4 868
2003	4 868
2004	4 870
2005	4 889
2006	4 848
2007	4 832
2008	4 810
2009	4 734
2010	4 699
2011	4 640

Quelle: FFA: Kinoergebnisse – 5 Jahre auf einen Blick, 1996 bis 2010 sowie FFA-Info 1/2012, S.4.

US-amerikanischer, britischer und französischer Spielfilme ist hingegen zurückgegangen bzw. hat sich in etwa auf dem Niveau des Jahres 2000 gehalten. 2009 war insoweit ein denkwürdiges Jahr, als erstmals ebenso viele Spielfilme deutschen Ursprungs gestartet wurden wie US-amerikanische Spielfilme.

Differenzierung nach Herstellungskosten

Als weiteres Differenzierungsmerkmal können die Herstellungskosten herangezogen werden. Man könnte die These, zu viele deutsche Filme stünden sich gegenseitig im Wege, dahingehend spezifizieren, dass vor allem die Zahl der Filme mit „kleinen“ Budgets zugenommen hätten und dass diese die optimale Auswertung der „mittleren“ und „größeren“ Filme erschweren würden.

Für den Dokumentarfilm liegen keine Zahlen über durchschnittliche Budgets vor. (15) Ein Blick in die Förderstatistik des DFFF, der aufgrund seiner Richtlinie (§ 5 Abs. 2) ohnehin nur Dokumentarfilme mit einem höheren Budget fördern darf, zeigt, dass die dort geförderten Filme Budgets deutlich unterhalb von 1,5 Mio Euro aufweisen. Da sich die Zahl der im Kino gestarteten Dokumentationen deutscher Herkunft in den letzten zehn Jahren mehr als verdreifacht hat, hat damit auch die Zahl der Filme mit „kleinem“ Budget zugenommen.

Will man die Entwicklung der Budgets und Zahlen erstaufgeführter deutscher Kinofilme von 2001 bis 2011 betrachten, so müssen diese Größenklassen entsprechend eingeordnet werden. Die Jahrbücher der Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO) unterscheiden folgende Größenklassen (vgl. Tabelle 3):

Die durchschnittlichen Herstellungskosten lagen in den Jahren 2003 bis 2011 zwischen 3,1 und 5 Mio Euro. (16) Dementsprechend ist die SPIO-Kategorie eines Budgets von 3 bis 5 Mio Euro die mittlere Kategorie, die Kategorien darunter können deshalb als kleinere Budgets, die darüber als größere Budgets bezeichnet werden. Die Kategorien unter 0,5 Mio Euro werden hier als Very Low Budget, die von 0,5 bis 1,5 Mio Euro als Low Budget bezeichnet. (17)

Herstellungskosten sind leider nicht von allen deutschen Kinofilmen bekannt. Im Durchschnitt waren zwischen 2003 und 2011 die Herstellungskosten nur bei 61 Prozent der erstaufgeführten Spielfilme bekannt (bei einer Schwankungsbreite von 45 bis 74 %). Es ist deshalb zweifelhaft, ob die Stichprobe der Spielfilme, bei denen die Herstellungskosten bekannt sind, mit der Grundgesamtheit aller in diesem Jahr erstaufgeführten deutschen Spielfilme übereinstimmt. Die FFA kennt die Herstellungskosten nur dann, wenn es entweder eine DFFF-Förderung oder eine Projektförderung gab. Aufgrund der Schwellenwerte beim DFFF ist deshalb wahrscheinlich, dass Spielfilme mit kleinen Budgets weniger stark in der Stichprobe vertreten sind. Tabelle 4 ist deshalb nur mit Vorsicht zu betrachten.

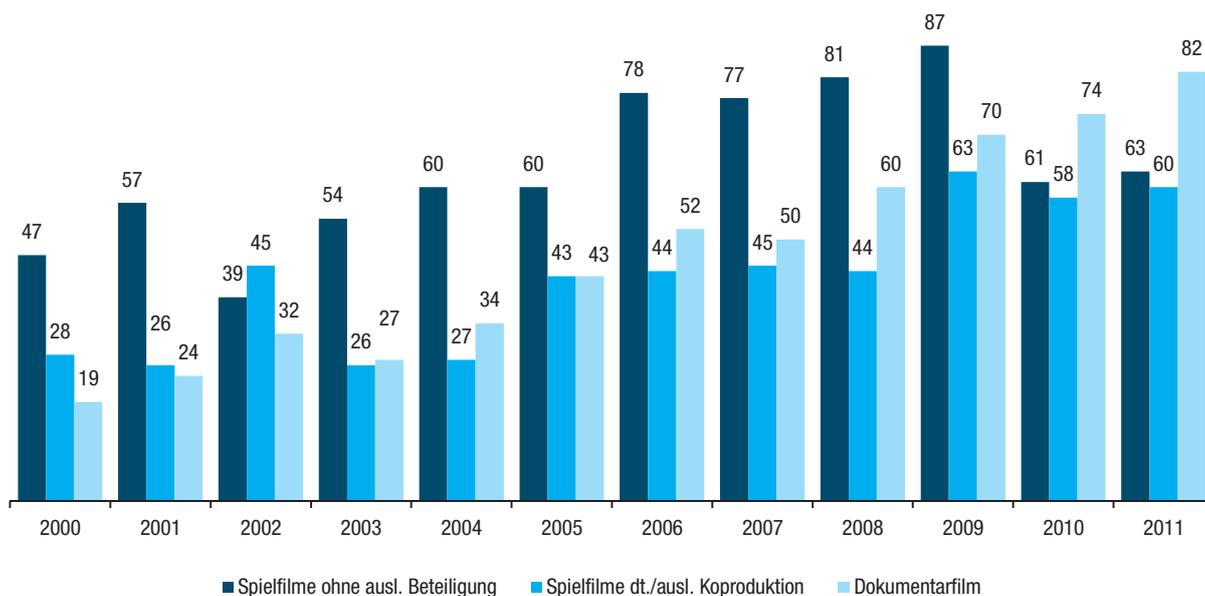
Mit der oben genannten Einschränkung möglicherweise mangelnder Repräsentativität lässt sich die These, dass – mit Ausnahme der Dokumentationen – Very-Low-Budget- und Low-Budget-Spielfilme zugenommen haben, nicht bestätigen. Ihr Anteil an dem gesamten Volumen an erstaufgeführten Kinofilmen ist entweder gleich geblieben (bei Very-Low-Budget-Filmen) oder leicht gesunken (bei Low-Budget-Filmen). Mit anderen Worten: Da die Zahl der erstaufgeführten deutschen Kinofilme insgesamt zugenommen hat, haben auch die günstiger produzierten Filme zugenommen,

Dokumentarfilme generell mit relativ kleinem Budget

Spielfilme nach Produktionsgrößenklassen

Tendenz zu höheren Budgets bei deutschen Filmen

Abb. 2 Erstaufgeführte deutsche Langfilme 2000 bis 2011



Quelle: Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO): Filmstatistisches Jahrbuch 2010, S.13; Filmstatistisches Jahrbuch 2012, S.13.

Tab. 2 Erstaufgeführte Spielfilme 2000 bis 2011 nach Herstellungsländern in Deutschland

Herstellungsländ	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2011 in %
USA	165	144	123	135	166	129	151	156	139	150	150	146	34,8
Deutschland	75	83	84	80	87	103	122	122	125	150	119	123	29,4
Frankreich	34	27	27	21	27	18	19	21	23	24	31	25	6,0
Großbritannien	21	10	15	10	10	23	19	16	18	11	15	24	5,7
Türkei	3	7	6	6	5	12	11	11	9	19	17	17	4,1

Quelle: Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO): Filmstatistisches Jahrbuch 2012, S. 24.

Tab. 3 Produktionsgrößenklassen

Produktionskosten in €	Kategorie
unter 0,5 Mio	Very Low Budget
0,5 bis 1,5 Mio	Low Budget
1,5 bis 3 Mio	Low Budget
3 bis 5 Mio	Mittleres Budget
5 bis 10 Mio	Höheres Budget
über 10 Mio	Hohes Budget

Quelle: Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO): Filmstatistisches Jahrbuch 2012, S. 17.

allerdings proportional weniger stark als die etwas teureren Filme. Die Entwicklung der Herstellungskosten und die seit Einführung des DFFF nochmals verbesserte Fördersituation hat dazu geführt, dass die Herstellungskosten im Durchschnitt gestiegen sind und dass vor allem die Kategorie der Spielfilme mit einem Budget von 5 bis 10 Mio Euro deutlich zugenommen hat.

Die Zahl der Erstaufführungen deutscher Kinofilme ist deutlich gestiegen – von 94 im Jahr 2000 auf 205 Kinofilme im Jahr 2011. Die Zahl der erstaufgeführten deutschen Spielfilme erreichte 2009 erstmals die Zahl der US-amerikanischen First Releases in Deutschland. Die Zahl der in Deutschland erstaufgeführten Filme aus den USA, Frankreich und Großbritannien ist gleich geblieben oder leicht gesunken.

Der Anstieg bei den Dokumentarfilmen und bei den deutsch-ausländischen Koproduktionen ist stärker als bei den rein deutschen Spielfilmen. Bei den Spielfilmen ist in den letzten Jahren eine Steigerung bei den mittleren und höheren Budgets zu verzeichnen. In der Very-Low- und Low-Budget-Kategorie gibt es eine Steigerung durch die Zunahme von Dokumentarfilmen.

Kapazitätsgrenzen der Kinoauswertung und Rolle der Startkopien

Wenn es um die Frage geht, ob bestimmte Kapazitätsgrenzen erreicht werden, ist neben der Zahl der Kinostarts auch die Zahl der Startkopien (18) relevant. So mögen zum Beispiel derzeit jährlich nicht mehr US-amerikanische Filme gestartet

Zwischenfazit

Zahl der Startkopien

Tab. 4 Anteile der Kostenklassen an den erstaufgeführten deutschen Spielfilmen 2003 bis 2011
in %

Produktionskosten in €	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Ø 2003 bis 2011
unter 0,5 Mio	10	9	6	4	7	9	9	10	7	8
0,5 bis 1,5 Mio	27	27	32	18	25	30	23	29	21	26
1,5 bis 3 Mio	24	30	25	29	20	24	16	13	16	22
3 bis 5 Mio	19	22	22	25	24	19	17	19	28	22
5 bis 10 Mio	12	8	8	20	14	9	28	21	16	15
über 10 Mio	8	5	6	4	10	8	7	9	12	8
gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Anteil der Filme, zu denen der SPIO Angaben zu Produktionskosten vorliegen (2011: 57 Filme)	74	74	61	45	58	69	61	59	46	61

Quelle: Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO): Filmstatistisches Jahrbuch 2012, S. 17.

werden als noch im Jahr 2001, aber möglicherweise werden die Filme mit mehr Kopien gestartet. Um den möglichen „Verstopfungseffekt“ genauer beurteilen zu können, muss also nicht nur die Anzahl der gestarteten Filme, sondern auch die Anzahl der Startkopien berücksichtigt werden. Die empirisch überprüfbare These lautet demnach: Nicht (nur) die Anzahl der gestarteten deutschen Filme, sondern (auch) die Anzahl der Startkopien ist gestiegen.

Tabelle 5 bestätigt die These nur sehr eingeschränkt. Eine Steigerung der Kopienanzahl im Vergleich von 2005 und 2010 ist zu verzeichnen. Gleichzeitig beweist die Zahl der durchschnittlichen Startkopien dieser beiden Jahre, dass nicht mehr Startkopien, sondern nur mehr Filme gestartet wurden: der Durchschnitt an Startkopien pro Film blieb in diesen beiden Jahren gleich.

Bei ausländischen (einschließlich der US-amerikanischen) Filmen sieht es nicht anders aus. Auch hier gibt es einen Spitzenwert (52 133 Kopien in 2010); ansonsten schwankt die Kopienzahl in den letzten Jahren zwischen ca. 43 000 und 47 000 Kopien. Der Durchschnitt von 2005 liegt nicht weit unter dem von 2010 (vgl. Tabelle 6).

Filme werden im Durchschnitt nicht mit mehr Kopien gestartet

Die These, dass der ausländische Film zwar nicht bei den jährlichen Neustarts, aber dafür bei den Filmkopien gewachsen ist und damit zur „Überdeckung“ beigetragen hat, kann auf Basis der Zahlen ab 2005 nicht bestätigt werden. Ebenso wenig kann die These bestätigt werden, dass die Zahl der Startkopien pro deutschen Film gestiegen ist. Die Zahl der Kopien ist vor allem deshalb gestiegen, weil die Zahl der Neustarts gestiegen ist und nicht, weil die Filme mit durchschnittlich mehr Kopien gestartet werden (vgl. Tabelle 7).

Auf Dokumentarfilme und (Very-) Low-Budgetfilme entfallen unter 10% der Startkopien

Haben die vielen Filme mit kleineren Budgets dazu geführt, dass es eine immer größere Zahl an ebenso kleinen Filmstarts gibt? Oder tragen die kleinen Filme nur wenig zur Überdeckung bei, weil sie ohnehin mit wenig Aufwand und mit wenigen Kopien gestartet werden? Der Anteil der „kleinen“

Kinostarts mit null bis neun Kopien am Gesamtaufkommen von Startkopien ist sehr gering; selbst wenn man die Kategorie von zehn bis 29 Startkopien noch hinzunimmt, liegen beide zusammengerechnet im Durchschnitt der letzten Jahre bei unter 10 Prozent (vgl. Tabelle 8).

Die Zahlen auf Basis der Verleihmeldungen zeigen, dass Herausbringungen mit null bis neun Kopien von 2005 auf 2006 zwar gestiegen, anschließend aber gesunken sind. Die Zahl der Herausbringungen zwischen zehn und 29 Kopien ist hingegen von 2005 bis 2010 von 40 auf 58 gewachsen. Ein Grund dafür mag in den DFFF-Richtlinien begründet liegen, die vorschreiben, dass bei einem Zuschuss von weniger als 320 000 Euro für eine Produktion diese immerhin noch mit 15 Kopien gestartet werden muss. Dokumentarfilme benötigen nur vier Kopien.

Die Zahl der Startkopien pro Filmstart hat sich in den letzten fünf Jahren nicht wesentlich verändert. Dies gilt sowohl für den deutschen als auch für den ausländischen Film. Absolut gerechnet liegt die Zahl der Startkopien 2010 insgesamt höher als 2005, weil mehr Filme gestartet wurden.

Dokumentarfilme und Filme mit einer geringen Zahl von Startkopien machen nur einen kleinen Teil der in den letzten Jahren gestiegenen Kopienzahlen deutscher Filme aus. Dementsprechend sind sie auch kein wesentlicher Kausalfaktor für die Zunahme der Startkopien deutscher Filme in den letzten Jahren.

Mögliche positive und negative Folgen der Zunahme an Kinofilmen

Angesichts der Tatsache, dass sich die Zahl der deutschen Kinoproduktionen seit 1998 fast dreifach hat, stellt sich die Frage, welche Folgen diese Tatsache für den Erfolg des deutschen

Zwischenfazit

Verbessern oder verschlechtern viele Filme die Erfolgchancen im Kino?

Tab. 5 Anzahl der Kinostarts und Kopienanzahl für deutsche Erstaufführungen 2005 bis 2010

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Gesamt
Kinostarts (gesamt)	146	183	186	187	217	189	1 108
Kopienanzahl (gesamt)	9 576	13 199	12 557	13 097	18 736	12 354	79 519
Startkopien pro Film (Ø)	66	72	68	70	86	65	72
Startkopien pro Film (Median)	20	12	13	15	19	19	15

Hinweis: Abweichungen zu Daten im FFA-Geschäftsbericht, FFA-Info und SPIO-Jahrbüchern können aufgrund von Nachmeldungen vorkommen.

Quelle: FFA auf Basis der Verleihmeldungen.

Tab. 6 Anzahl der Kinostarts und Kopienanzahl für internationale Erstaufführungen 2005 bis 2010 ohne deutsche und deutsch-ausländische Koproduktionen

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Gesamt
Kinostarts (gesamt)	311	322	324	289	297	319	1 862
Kopienanzahl (gesamt)	46 117	47 332	47 484	43 189	44 769	52 133	281 024
Startkopien pro Film (Ø)	148	147	147	149	151	163	151
Startkopien pro Film (Median)	46	54	50	50	54	62	52

Hinweis: Abweichungen zu Daten im FFA-Geschäftsbericht, FFA-Info und SPIO-Jahrbüchern können aufgrund von Nachmeldungen vorkommen.

Quelle: FFA auf Basis der Verleihmeldungen.

Tab. 7 Anzahl der Filme nach Startkopien für deutsche Erstaufführungen 2005 bis 2010

Anzahl Startkopien	2005		2006		2007		2008		2009		2010		Gesamt	
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
0–9	50	34,2	87	47,5	74	39,8	68	36,4	73	33,6	65	37,6	417	37,6
10–29	40	27,4	43	23,5	33	17,7	54	28,9	52	24,0	58	28,6	208	25,3
30–99	31	21,2	21	11,5	48	25,8	33	17,6	43	19,8	36	18,0	212	19,1
100–299	16	11,0	17	9,3	17	9,1	16	8,6	25	11,5	15	7,9	106	9,6
ab 300	9	6,2	15	8,2	14	7,5	16	8,6	24	11,1	15	7,9	93	8,4
Kinostarts (gesamt)	146	100,0	183	100,0	186	100,0	187	100,0	217	100,0	189	100,0	1108	100,0
Kopienanzahl (gesamt)	9 576		13 199		12 557		13 097		18 736		12 354		79 519	
Startkopien pro Film (Ø)	66		72		68		70		86		65		72	
Startkopien pro Film (Median)	20		12		13		15		19		19		15	

Hinweis: Abweichungen zu Daten im FFA-Geschäftsbericht, FFA-Info und SPIO-Jahrbüchern können aufgrund von Nachmeldungen vorkommen.

Quelle: FFA auf Basis der Verleihmeldungen.

Tab. 8 Verteilung der fünf Startkopien-Kategorien 2005 bis 2010¹⁾

Anzahl Startkopien	in %
0–9	2
10–29	6
30–99	12
100–299	24
ab 300	55
Kopienanzahl (gesamt)	100

¹⁾ gemessen an der Gesamtkopienanzahl in den Jahren 2005 bis 2010.

Quelle: FFA auf Basis der Verleihmeldungen.

Films im Kino hat. Denkbar sind völlig gegenläufige Szenarien: das einer gegenseitigen Behinderung – und damit einer Verringerung – oder das einer Erhöhung der Chancen.

Das Szenario der Behinderung wurde bereits dargestellt. Bei nachweisbar begrenzter Aufnahmekapazität steht pro Film zeitlich und/oder räumlich weniger Abspielfläche zur Verfügung. Dem Kinobetreiber bleiben nur folgende Varianten: a) einzelne deutsche Filme werden gar nicht erst aufgeführt, b) sie werden auf weniger Leinwänden gespielt oder c) sie werden weniger lange gespielt – sei es, dass ihre Verweildauer im Kino geringer ist (z.B. nur vier anstelle von acht Wochen); sei es, dass sie in einem Kinosaal nicht mehrmals pro Tag, sondern nur noch einmal pro Tag („Schiene“) angeboten werden. Ob diese Folgen eingetreten sind, lässt sich empirisch ebenso überprüfen wie die These, dass eine Zunahme

von Neustarts deutscher Filme die Chancen, einen Hit zu landen, erhöht und damit letztlich den Marktanteil deutscher Filme verbessert hat.

**Mögliche Folge:
Höhere Besucher-
zahlen und steigen-
der deutscher Markt-
anteil**

Zunächst wird geprüft, ob die zunehmende Zahl von Kinostarts deutscher Filme dazu führt, dass der Marktanteil (oder die absolute Zahl verkaufter Tickets) der deutschen Kinofilme im Inland gestiegen ist. (19) Dies würde voraussetzen, dass der Marktanteil deutscher Filme ebenfalls gestiegen ist und würde weiterhin beinhalten, dass eine Korrelation zwischen beiden Werten besteht, die auf kausale Effekte hindeuten würde (vgl. Abbildung 3). Zunächst ist festzuhalten, dass der Marktanteil deutscher Filme in den letzten zehn Jahren gestiegen ist. Er lag in den 1990er Jahren (1991 bis 2000) bei durchschnittlich 11,86 Prozent (20), in den Jahren 2001 bis 2011 bei 20,5 Prozent und hat sich damit fast verdoppelt. Auch bei Durchführung einer Trendanalyse (21) ergibt sich eine klare Entwicklung nach oben. Betrachtet man nur die Spielfilme (ohne Dokumentarfilme), lassen sich drei Phasen unterscheiden: zunächst die Zeit 1990 bis 2000, in der jährlich 50 bis 75 deutsche Spielfilme auf den Markt gebracht wurden; der Zeitraum 2001 bis 2004, als die Zahl der Erstaufführungen zwischen 80 und 87 Filmen lag und schließlich die Phase ab 2006, als die Zahl zwischen 119 und 150 (2009) Kinostarts schwankte.

**Zusammenhang von
steigenden Filmstarts
und steigenden
Marktanteilen**

Die spannende Frage lautet: Steht die positive Entwicklung des deutschen Marktanteils – die sich allerdings 2010 und 2011 nicht fortsetzte – in einem Zusammenhang mit der Zunahme des Angebots an deutschen Filmen? Zur Messung dieses Zusammenhangs wurde der Korrelationskoeffizient herangezogen. Dieser kann zwischen 0 und 1 (bzw. bei einer negativen Korrelation zwischen 0 und -1) liegen. Eine Korrelation von unter 0,4 dokumentiert einen schwachen Zusammenhang zwischen Marktanteil und Angebotszunahme, bei einer Korrelation zwischen 0,8 und 1,0 spricht man von einer hohen Korrelation, also einem starken Zusammenhang.

Vergleicht man den Kinomarktanteil von deutschen Filmen mit der Anzahl erstaufgeführter deutscher Filme (22) in den letzten zwölf Jahren von 2000 bis 2011, so ergibt sich eine Korrelation von 0,642. Werden die Dokumentarfilme nicht berücksichtigt, ist der Zusammenhang etwas stärker ausgeprägt; die Korrelation liegt hier bei 0,702. Wirklich interessant wird das Ergebnis, wenn man die Entwicklung des deutschen Marktanteils ausschließlich mit der Entwicklung der Anzahl rein deutscher Spielfilmproduktionen (ohne deutsch-ausländische Koproduktionen und Dokumentarfilme) der letzten zwölf Jahre vergleicht. Hier liegt die Korrelation bei erstaunlichen 0,868. Diese Einschätzung wird unterstützt, wenn man die Korrelation von Markterfolg und deutsch-ausländischen Koproduktionen der letzten zwölf Jahre vergleicht: Hier liegt die Korrelation ledig-

lich bei 0,318; dieser Wert ist so gering, dass man nicht von einem Zusammenhang zwischen Markterfolg und der Anzahl deutsch-ausländischer Koproduktionen sprechen kann. Das heißt nicht, dass nicht auch deutsch-ausländische Koproduktionen Markterfolge haben (können), sondern nur, dass die Vergrößerung ihrer Anzahl wahrscheinlich nicht zur Steigerung des deutschen Marktanteils beigetragen hat. Der Einfluss der Neustarts im Bereich der Dokumentarfilme liegt mit einer Korrelation von 0,532 zwar höher, kann aber nicht als stark bezeichnet werden.

Es gibt einen klaren statistischen Zusammenhang zwischen Anzahl der Filme und Markterfolg. Rein deutsche Spielfilme tragen im statistischen Durchschnitt deutlich stärker zum Markterfolg bei als Dokumentationen und deutsch-ausländische Koproduktionen.

Höhere Marktanteile für den deutschen Film werden filmpolitisch positiv bewertet. Aus Sicht des Filmproduktionsunternehmens kann die Entwicklung jedoch unterschiedlich betrachtet werden. Denn ein höherer Marktanteil des deutschen Films bedeutet weder, dass die einzelnen Produktionsfirmen mehr Umsatz generieren (die steigenden Umsätze können sich auch auf eine steigende Zahl von Unternehmen verteilen), noch bedeutet er, dass die einzelnen Firmen oder die gesamte Filmproduktionsbranche mehr Gewinne machen.

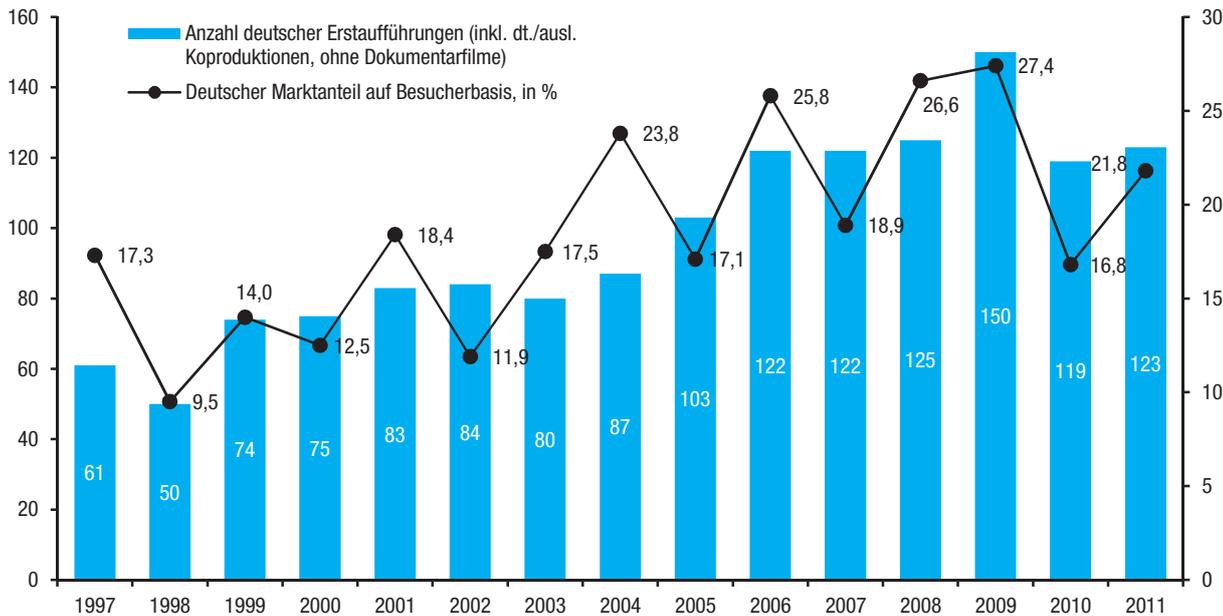
Die Überprüfung einer These, wonach die zunehmende Anzahl von Kinostarts deutscher Filme dazu führt, dass immer mehr Kinofilme (differenziert nach Budgetklassen (23)) ihre Investitionen zurückführen (sog. Recoupment) kann mit den bestehenden Daten nicht geleistet werden (24). Man müsste die – bisher empirisch noch niemals erhobenen – Produzenten- und Verleihergewinne der in den letzten zehn Jahren herausgebrachten 1 639 deutschen Kinofilme (einschließlich der Dokumentarfilme) ermitteln und miteinander vergleichen. Zum hohen empirischen Aufwand kommen weitere Schwierigkeiten hinzu, wie etwa die Tatsache, dass Gewinne auch von der konkreten Vertragsgestaltung und Vertriebsstruktur abhängen und deshalb nicht – wie Zuschauer oder Preise – nur Kriterium für den Erfolg des Films, sondern auch Kriterium für eine gute Vertragsgestaltung sein können.

Ein einfacher zu messender Indikator könnten die Rückzahlungsquoten der Projektfilmförderung (bei FFA und Länderförderung) sein. Allerdings sind die Filme mit Projektförderung nicht unbedingt repräsentativ für alle in Deutschland produzierten Kinofilme, es geben bisher nur wenige Länderförderinstitutionen diese Daten heraus, und selbst wenn dies geschieht, wird nicht zwischen Dokumentarfilmen, inländischen Spielfilmen und deutsch-ausländischen Koproduktionen differenziert.

Rein deutsche Spielfilme tragen stärker zum Markterfolg bei als Koproduktionen und Dokus

Höhere Gewinne bei mehr Filmen und höheren Marktanteilen?

Abb. 3 Anzahl der erstaufgeführten deutschen Spielfilme und deutscher Marktanteil 1997 bis 2011



Quelle: Deutsche Erstausführungen: Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO): Filmstatistisches Jahrbuch 2003, S. 24; Filmstatistisches Jahrbuch 2007, S. 24; Filmstatistisches Jahrbuch 2011, S. 13; Deutscher Marktanteil: FFA: Kinoergebnisse – 5 Jahre auf einen Blick, 1996 bis 2010 sowie FFA-Info 1/2012, S.4.

Zusammenhänge nicht ermittelbar

Zusammenhänge zwischen dem Wachstum von Filmstarts und der Umsatz- und Gewinnssituation einzelner Produktions- und Verleihunternehmen können mangels entsprechender Daten derzeit nicht ermittelt werden.

Sinkender Herausbringungsaufwand bei mehr Filmstarts?

Eine weitere Folge der zunehmenden Anzahl von Kinostarts deutscher Filme könnte sein, dass weniger Aufwand in die Herausbringung eines Films gesteckt wird. Diese Aufwendungen umfassen sowohl die Zahl der Startkopien als auch den weiteren Marketingaufwand. Soweit sich der Aufwand auf die Anzahl der Startkopien bezieht, ist das Bild uneinheitlich. Bei der Entwicklung der Startkopien deutscher Filme (vgl. Tabelle 7) wurde bereits gezeigt, dass sich die Gesamtzahl seit 2006 vergrößert hat und mit Ausnahme des Jahres 2009 in etwa zwischen 12000 und 13000 Kopien liegt. Betrachtet man die durchschnittliche Zahl von Kopien, so hat sich diese seit 2005 nicht verringert. Es gibt insoweit keine einheitliche Entwicklung in den Größensegmenten, die auf eine Verringerung des Herausbringungsaufwands bezüglich der Kopienzahl hindeutet.

Unsichere Datenlage

Es ist zu beachten, dass die der FFA zur Verfügung stehenden Daten zu Marketingbudgets begrenzt sind. Es handelt sich um Filme, die FFA-Projektförderung oder DFFF-Förderung erhalten haben. (25) Es liegen Zahlen von den 2008 bis 2010 gestarteten Filmen vor, bei denen bei 80 Prozent (= 206 Filme) die P&A-Kosten (Publicity

and Advertising) von den Verleihern gemeldet bzw. von den FFA-Bewilligungsbescheiden entnommen wurden. Die Stichprobe ist demnach sehr klein. Die Gefahr einer Verzerrung des Ergebnisses ist nicht auszuschließen, weil möglich ist, dass gerade die „kleineren“ Filme mit geringeren Herstellungskosten nicht in der Stichprobe enthalten sind. Auch sind die drei Jahre ein zu kurzer Zeitraum, um nachhaltige Aussagen über den Bereich Marketingaufwand treffen zu können.

Hinzu kommt, dass der Marketingaufwand nur teilweise eine feststehende Größe ist. Insbesondere nach dem Start wird sich der Marketingaufwand nach dem bisherigen Erfolg des Films richten. Aus diesen Gründen muss die nachfolgende Interpretation mit Vorsicht behandelt werden. Da die Anzahl der Filme, die in den Jahren 2008 bis 2010 mit ihren Startbudgets bekannt wurden, unterschiedlich ist, können beim Vergleich der drei Jahre miteinander nur die prozentualen Anteile betrachtet werden (vgl. Tabelle 9).

Auf den ersten Blick scheint es keine deutliche Entwicklung zu geben. Fasst man jedoch die zwei niedrigsten und die zwei höchsten Segmente zusammen, zeigt sich eine Steigerung von 41 Prozent in 2008 auf 54 Prozent in 2010 bei Filmen mit einem Startmarketingaufwand bis zu 300 000 Euro und eine Abnahme von 39 Prozent auf 25 Prozent bei Filmen mit einem Aufwand von 1 Mio Euro aufwärts. Wenn, wie zu vermuten ist, Filme mit geringeren Herstellungskosten in der Stichprobe unterrepräsentiert sind, würde dies vermutlich an diesem Trend nichts ändern. Denn diese Filme dürften in aller Regel bei einem Marketing-

Dennoch Tendenz zu niedrigeren Startbudgets erkennbar

Tab. 9 Startbudgets der Erstaufführungen¹⁾

Größenkategorien Startbudgets in €	Starts 2008–2010 (ges.)		Starts 2008		Starts 2009		Starts 2010	
	Anzahl	in %	Anzahl	in %	Anzahl	in %	Anzahl	in %
Filme (gesamt)	206	100,0	46	100,0	84	100,0	76	100,0
bis 99 Tsd	50	24,3	10	21,7	13	15,5	27	35,5
100 – 299 Tsd	49	23,8	9	19,6	26	31,0	14	18,4
300 – 499 Tsd	17	8,3	6	13,0	6	7,1	5	6,6
500 – 999 Tsd	25	12,1	3	6,5	11	13,1	11	14,5
1 – 1,9 Mio	44	21,4	14	30,4	18	21,4	12	15,8
über 2 Mio	21	10,2	4	8,7	10	11,9	7	9,2

1) Filme mit FFA-Projektförderung und/oder DFFF-Förderung 2008 bis 2010.

Anmerkung: Von den rund 250 zwischen 2008 und 2010 gestarteten Filmen mit FFA-Projektförderung und/oder DFFF-Förderung liegen für 206 Filme bzw. ca. 80 % der Filme die P+A-Kosten (Publicity and Advertising) vor. Die Angaben wurden von der Verleiher gemeldet bzw. den FFA-Bewilligungsbescheiden entnommen.

Quelle: FFA nach Angaben der Verleiher.

aufwand von eher unter 300 000 Euro pro Film liegen. In anderen Worten: Aus der Tabelle ergibt sich, dass sich die niedrigeren Startbudgets vermehren und die höheren Startbudgets ab 1 Mio Euro verringern.

Zwischenfazit

Die Zahlen sprechen eher für die Hypothese, dass sich der Marketingaufwand pro Film verringert. Es müssten jedoch weitere Jahre und umfassendere Daten erhoben werden, um die Hypothese belastbar überprüfen zu können.

Verweildauer der Filme im Kino und Zahl der Kinostarts

Werden Filme kürzere Zeit im Kino gespielt?

Die zunehmende Anzahl von Kinostarts deutscher Filme könnte dazu geführt haben, dass sich die Filme gegenseitig in der Auswertung behinderten mit der Folge, dass zum Beispiel nur noch eine Schiene pro Tag mit der Kopie bespielt wird oder die Filme immer kürzere Verweildauern im Kino aufweisen. Unter Verweildauer wird hier der Zeitraum (gemessen in Wochen) verstanden, in dem ein Kinofilm in einem Kinosaal gespielt wird.

Die FFA hat bisher keine Daten zu Verweildauern einzelner Filme erhoben oder herausgegeben. Auch das „auf Schiene spielen“ wurde bisher nicht gemessen. Allerdings existieren Daten zur Anzahl der Besucher pro Startkopie für deutsche Erstaufführungen 2005 bis 2010. Diese Zahlen könnten wie folgt mittelbar Aufschluss über die Verweildauern geben: Nehmen wir an, dass die These, wonach die Verweildauern pro Film abnehmen, richtig ist. Die notwendige Folge wäre, dass die Besucher pro Startkopie abnehmen müssten. Wenn also, wie im angeführten Beispiel illustriert, ein Film (hier: Startkopie des Films) nicht mehr zehn, sondern nur noch fünf Wochen im Kino liefe, müssten die Zuschauer pro Startkopie im Durchschnitt abnehmen, und zwar auch in den Jahren, in denen der deutsche Film erfolgreich war (2004, 2006, 2008 und 2009) (vgl. Tabelle 10). Eine ähnliche Logik gilt, wenn Kinofilme nur noch an einem Zeitpunkt (Schiene) und nicht mehr (bzw. weniger häufig) mehrfach pro Tag ge-

Tab. 10 Zusammenhang zwischen Verweildauer und Besucherzahlen
Fiktives und stark vereinfachtes Beispiel

Verweildauer	Film A: Besucher	Film B: Besucher
Woche 1	20 000	20 000
Woche 2	20 000	20 000
Woche 3	20 000	20 000
Woche 4	20 000	20 000
Woche 5	20 000	20 000
Woche 6	20 000	/
Woche 7	20 000	/
Woche 8	20 000	/
Woche 9	20 000	/
Woche 10	20 000	/
Gesamt	200 000	100 000

Film A: Kinostart: 1998, Verweildauer: 10 Wochen, Besucherzahl pro Woche (Ø): 20 000.
Film B: Kinostart: 2010, Verweildauer: 5 Wochen, Besucherzahl pro Woche (Ø): 20 000.

Quelle: Eigene Darstellung.

spielt werden. In beiden Fällen wird die Startkopie weniger genutzt, ihr Ausnutzungsgrad sinkt.

Besucher pro Startkopie sind auch deshalb ein guter Indikator für den Ausnutzungsgrad einer Kopie, weil es unwahrscheinlich ist, dass andere (Erfolgs-)Faktoren kausal werden und das Ergebnis verfälschen. Denn wenn die Zuschauerzahl pro Startkopie zurückgeht, die Zuschauerzahlen aber gleichzeitig nicht sinken, muss der Ausnutzungsgrad geringer sein – sei es weil die Verweildauer kürzer ist und/oder weil nur noch eine Schiene pro Tag mit der Kopie bespielt wird. Denn ein weiterer Faktor, der den Rückgang im Ausnutzungsgrad beeinflussen könnte, ist nicht ersichtlich (vgl. Tabelle 11).

Die Ergebnisse in Tabelle 11 sind erstaunlich deutlich: Zwischen 2005 und 2010 hat sich die Zahl der Besucher pro Startkopie bei deutschen Filmen fast halbiert: von 2 168 im Jahr 2005 auf

Besucher pro Startkopie als Indikator

Tab. 11 Anzahl der Filme nach Besuchern pro Startkopie für deutsche Erstaufführungen 2005 bis 2010

Besucher pro Kopie	2005		2006		2007		2008		2009		2010		Gesamt	
	abs.	in %	abs.	in %										
0 – 999	84	57,5	108	59,0	108	58,1	124	66,3	147	67,7	138	73,0	709	64,0
1 000 – 1 999	26	17,8	40	21,9	35	18,8	34	18,2	35	16,1	29	15,3	199	18,0
2 000 – 4 999	27	18,5	26	14,2	27	14,5	20	10,7	27	12,4	17	9,0	144	13,0
ab 5 000	9	6,2	9	4,9	16	8,6	9	4,8	8	3,7	5	2,6	56	5,1
Kinostarts (gesamt)	146	100,0	183	100,0	186	100,0	187	100,0	217	100,0	189	100,0	1 108	100,0
Besucher pro Startkopie (Ø)	2 168		2 708		2 206		2 338		2 146		1 418		2 170	
Besucher pro Startkopie (Median)	836		830		806		577		582		463		644	

Hinweis: Abweichungen zu Daten im FFA-Geschäftsbericht, FFA-Info und SPIO-Jahrbüchern können aufgrund von Nachmeldungen vorkommen.

Quelle: FFA auf Basis der Verleihmeldungen.

1 418 im Jahr 2010. Der von „Ausreißern“ weniger beeinflusste und deshalb realistischere „Median“ der Besucher pro Startkopie zeigt nicht nur das gleiche Ergebnis (die Halbierung des Wertes von 2005), sondern lässt deutlicher den Entwicklungsverlauf erkennen. Danach ist zwischen 2007 und 2008 der stärkste Abfall von 806 auf 577 Besucher (entspricht 28,6%) pro Startkopie deutscher Filme zu erkennen.

Ausnutzungsgrad der Startkopien deutlich gesunken

Die Zahlen zeigen, dass der Ausnutzungsgrad einer Startkopie deutlich abgenommen hat, entweder weil die Verweildauern sich verringern oder die tägliche Ausnutzung einer Kopie pro Leinwand geringer wurde. Dieses Ergebnis ist umso interessanter als in den Jahren 2005 bis 2010 drei der erfolgreichsten Jahre des deutschen Films seit 40 Jahren liegen.

Ebenso spannend ist die Antwort auf die Frage, ob die Verringerung des Ausnutzungsgrads mehr an den zunehmenden Kopienzahlen oder mehr an den zunehmenden Filmstarts liegt: Korreliert man die Mittelwerte (hier: den Median) mit dem Anstieg der Kopienzahlen, so zeigt sich eine – allerdings nur schwache – negative Korrelation von $-0,412$; das bedeutet, je höher die Zahl der Kopien, desto wahrscheinlicher ist es, dass der Ausnutzungsgrad pro Startkopie sinkt.

Korrelation mit Zahl der Neustarts stärker als mit Zahl der Kopien

Ein sehr viel deutlicherer Zusammenhang (mit einer Korrelation von $-0,807$) besteht zwischen der Zahl der Neustarts deutscher Filme und der Zahl der Besucher pro Startkopie. Je mehr Neustarts es gibt, desto stärker sinkt die Zahl der Besucher je Startkopie und damit ihr Ausnutzungsgrad. Die Zahlen legen damit nahe, dass sich die Zahl der Neustarts problematischer auf den Ausnutzungsgrad der Startkopien auswirkt als die Kopienzahl selbst.

Somit zeigt die Entwicklung bei den Besuchern pro Startkopie, dass es einen Zusammenhang zwischen dem Ausnutzungsgrad der Kopie

und der Zahl der Filmstarts (nicht aber der Anzahl der Startkopien) gibt: Je mehr Neustarts es gibt, desto stärker sinkt die Zahl pro Besucher je Startkopie und damit ihr Ausnutzungsgrad.

Fazit

Die Zahl der Erstaufführungen deutscher Kinofilme ist deutlich gestiegen – von 94 im Jahr 2000 auf 205 Kinofilme im Jahr 2011. Die Zahl der erstaufgeführten deutschen Spielfilme erreichte 2009 erstmals die Zahl der US-amerikanischen First Releases in Deutschland.

Die Zahl der in Deutschland erstaufgeführten Filme aus den USA, Frankreich und Großbritannien ist gleich geblieben oder leicht gesunken. Der Anstieg der jährlichen Filmstarts bei den Dokumentarfilmen und bei den deutsch-ausländischen Koproduktionen ist stärker als bei den rein deutschen Spielfilmen. Bei den Spielfilmen ist in den letzten Jahren eine Steigerung bei den mittleren und höheren Budgets zu verzeichnen. In der Very-Low- und Low-Budget-Kategorie gibt es eine Steigerung durch die Zunahme von Dokumentarfilmen. Die Zahl der Startkopien pro Filmstart hat sich in den letzten fünf Jahren nicht wesentlich verändert. Dies gilt sowohl für den deutschen als auch für den ausländischen Film. Absolut gerechnet liegt die Zahl der Startkopien 2010 insgesamt höher als 2005, weil mehr Filme gestartet wurden. Dokumentarfilme und Filme mit einer geringen Zahl von Startkopien machen nur einen kleinen Teil der in den letzten Jahren gestiegenen Kopienzahlen deutscher Filme aus.

Es gibt eine klare Korrelation zwischen Anzahl der Filme und Markterfolg: Je mehr Filme (im Durchschnitt der letzten Jahre) gestartet wurden, desto höher lag der deutsche Marktanteil. Dabei tragen allerdings die rein deutschen Spielfilme deutlich stärker zum Markterfolg bei als Dokumentationen und deutsch-ausländische Koproduktionen. Das heißt nicht, dass nicht auch deutsch-ausländische Koproduktionen (mit deutschem Ursprungszeugnis) Markterfolge haben (können), sondern nur, dass die Vergrößerung ihrer Anzahl sehr wahrscheinlich nicht zur Steigerung des deutschen Marktanteils beiträgt.

Befunde der Analyse

Die Zahlen sprechen eher für die Hypothese, dass sich der Marketingaufwand pro Film in den letzten Jahren verringert hat. Es müssten jedoch weitere Jahre und umfassendere Daten erhoben werden, um die Hypothese belastbar überprüfen zu können.

Die Entwicklung bei den Besuchern pro Startkopie zeigt, dass es einen Zusammenhang zwischen dem Ausnutzungsgrad der Kopie und der Zahl der Filmstarts (nicht aber der Anzahl der Startkopien) gibt: Je mehr Neustarts es gibt, desto stärker sinkt die Zahl pro Besucher je Startkopie und damit ihr Ausnutzungsgrad.

Anmerkungen:

- 1) Deutsche Filmakademie am 8.4.2011: <http://www.deutsche-filmakademie.de/veranstaltungen/kinogespraechen/kinogespraechen-2011/genug-ist-nicht-genug.html> (9.1.2012); Filmfest Hamburg am 4.10.2011: <http://www.filmfest-hamburg.de/de/programm/rahmen/Muss-jeder-Deutsche-Film-ins-Kino%3F7323/> (9.1.2012); Podiumsdiskussion auf der Filmkunstmesse Leipzig am 20.9.2011: <http://www.filmkunstmesse.de> (9.1.2012).
- 2) So lautete die Formulierung in der Einladung zur Podiumsdiskussion am 4.10.2011 auf dem Filmfest Hamburg (vgl. Anm. 1).
- 3) Vgl. MacPherson, Robin: Is bigger better? Film Success in smaller Countries – the case of Scotland, Ireland and Denmark. 2010. Research Paper: <http://researchrepository.napier.ac.uk/3752/> (8.1.2013) m.w.N.
- 4) Der Autor dankt der FFA, namentlich Dr. Britta Nörenberg, sehr herzlich für die Bereitstellung der Daten.
- 5) Manuela Stehr beim Roundtable der Deutschen Filmakademie am 8.4.2011, die dort allerdings nicht die These vertritt, dass es „zu viele deutsche Filme“ gibt. <http://www.deutsche-filmakademie.de/veranstaltungen/meinungen/meinungen-2011/genug-ist-nicht-genug.html> (6.1.2012).
- 6) In einem Interview mit Sigrid Herrenbrück: Medienboard News 3/2003, S. 14.
- 7) Die berühmte „nobody knows anything“-These, die in Hollywood gerne zitiert wird, stammt von Drehbuchautor W. Goldmann, hier zitiert nach de Vany, Arthur/David W. Walls: Uncertainty in the movie business: Does starpower reduce the terror of the box office. In: Journal of Cultural Economics (23) 1999, S. 285 ff.
- 8) Vgl. Vogel, Harold L.: Entertainment Industry Economics. 1998, S. 31.
- 9) Eine reguläre Erstaufführung ist gem. § 14 a FFG gegeben, wenn der Film erstmalig an mindestens sieben aufeinander folgenden Tagen in einem kinogeeigneten technischen Format in einem Filmtheater mit regelmäßigem Spielbetrieb im Inland gegen ein marktübliches Entgelt vorgeführt wurde.
- 10) Beispiele aus 2010: „Kinshasa Symphony“, „12 Monate Deutschland“, „Berlin-Stettin“, „Jedem Kind ein Instrument“, „Plastic Planet“, „Kein Ort“, „Die Konkurrenten – Russlands Wunderkinder“, „David wants to fly“, „Das kreative Universum – Naturwissenschaft & Spiritualität im Dialog“, „Forgetting Dad“, „Herbstgold“, „Neukölln Unlimited“.
- 11) Beispiele: „Bon Appetit“, „Die ewigen Momente der Maria Larsson“, „Du sollst nicht lieben“, „Ein russischer Sommer“, „Henri IV“, „Lourdes“, „Mr. Nobody“, „Haber-mann“, „Der Ghostwriter“, „Au revoir Taipei“, „Small world“, „Tandoori Love“, „Resident Evil“, „Der Räuber“, „Carlos – der Schakal“, „Black Ice“, „Here & There“, „Ich“, „Tomek“, „L.A. Zombie“.
- 12) Beispiele: „Vincent will Meer“, „Zeiten ändern Dich“, „Wir sind die Nacht“, „Vorstadtkrokodile 2“, „Teufelskicker“, „Schwerkraft“, „Same but different“, „Rock it“, „Max Schmeling“, „Parkour“, „Jerry Cotton“, „Hier kommt Lola“, „Hanni & Nanni“, „Goethe!“, „Drei“, „Freche Mädchen“, „Die Taube auf dem Dach“, „Die Friseurin“, „Die Fremde“, „13. Semester“.
- 13) Nicht bekannt ist, ob es sich dabei um majoritär deutsche oder majoritär ausländische Produktionen handelt und ob in anderen europäischen Staaten, zum Beispiel Frankreich, der Anteil an majoritär ausländischen, aber dennoch „französischen“ Filmen größer oder kleiner ist als in Deutschland.
- 14) Der Begriff Spielfilm wird als Gegenbegriff zum Dokumentarfilm verwendet und beinhaltet fiktionale Elemente und Schauspieler. Die Übergänge sind teilweise fließend, wenn Dokumentarfilmen fiktionale Elemente (z. B. in Form des sog. Reenactment historischer Szenen oder bei sog. Scripted Reality) enthalten oder wenn in fiktionalen Filmen dokumentarische Szenen eingeschnitten sind.
- 15) Die Studie Produzentenstudie 2012 hat zwar durchschnittliche Budgets für das Jahr 2011 erhoben, nicht aber für die Jahre davor; vgl. Castendyk, Oliver/Goldhammer, Klaus: Produzentenstudie 2012 – Daten zur Filmwirtschaft in Deutschland 2011/2012, Berlin 2012.
- 16) Vgl. Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO): Filmstatistisches Jahrbuch 2012. Baden-Baden 2012, S. 16; Castendyk, Oliver: Die deutsche Filmförderung – eine Evaluation. Konstanz 2008, S. 111.
- 17) Bei Dokumentarfilmen ist die Bezeichnung insofern irreführend, als ein Budget von über 1 Mio Euro für eine Kinodokumentation durchaus schon relativ hoch sein kann. Die Budgets dürften deshalb im Bereich unterhalb von 1,5 Mio Euro liegen.
- 18) Eine Startkopie ist eine Filmkopie (unabhängig vom Format, zum Beispiel 16 mm oder 35 mm, analog oder digital), die bei Filmstart erstmals eingesetzt wird. Bei einem erfolgreichen Film werden nach Filmstart weitere Kopien in den Markt gebracht.
- 19) Besucherzahlen sind ein wichtiger Indikator für den Erfolg eines Films, jedoch nicht das einzige Kriterium. Wichtig ist auch der künstlerische Erfolg. Der rein künstlerische Erfolg ist nicht leicht zu definieren und deshalb auch schwerer zu messen als der Publikumerfolg. Das FFG macht ihn am „Erfolg bei international bedeutsamen Festivals und Preisen“ (§ 22 Abs. 1 S. 2 FFG) fest. Und dazu kommt: Künstlerischer Erfolg ist nicht notwendigerweise gleichbedeutend mit künstlerischer Qualität. Ein Film kann unter ästhetischen, kreativen und filmhistorischen Gesichtspunkten herausragend sein, dennoch kann man von einem solchen Film sagen, er habe leider weder beim Publikum noch bei den Jurys diverser Festivals Erfolg gehabt, ohne dabei in Selbstwiderspruch zu geraten. Jeder hat das Recht, seine subjektive, künstlerische Wertung neben oder sogar über die von Publikum oder Jurys zu stellen. Wenn man sich auf die Definition im FFG einlässt und die kulturellen Referenzpunkte als ausreichenden Indikator für kulturellen Erfolg ansehen wollte, könnte man den Zusammenhang zwischen Anzahl der jährlichen Kinostarts deutscher Filme und ihrem Festival/Preis-Erfolg messen. Dabei können die deutschen Preise außer Betracht bleiben, die nur deutsche Filme küren, wie etwa der Bayerische Filmpreis.
- 20) Vgl. Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO): Filmstatistisches Jahrbuch 2012. Baden-Baden 2012, S. 16; Castendyk (Anm. 16), S. 91.

- 21) Vgl. SPIO: Erfolgsstory Deutscher Film. <http://www.spio.de/index.asp?SeitID=379&TID=3> (9.1.2012).
- 22) Basis für den nationalen Vergleich sind die bei der Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO) gemeldeten Spielfilme mit einer Länge von über 59 Minuten, die in den Filmtheatern gewerblich ausgewertet wurden. Unter die erstaufgeführten Spielfilme fallen alle Filme, die mindestens eine Woche auf mindestens einer Leinwand in einem kommerziellen Kino vorgeführt worden sind.
- 23) Manche Vertreter von Produktionsunternehmen, die Kinofilme mit geringen Herstellungskosten produzieren, vertreten die Auffassung, dass Zuschauer bzw. Box Office kein gerechter Erfolgsmaßstab sind, weil diese Kriterien zu einem „Bias“ zugunsten höher budgetierter Filme führten. Der Gewinn sei ein besseres Kriterium, weil „kleinere“ Filme zwar weniger Zuschauer generierten, aber auch schneller in die Gewinnzone kämen.
- 24) Einen solchen Versuch macht Jensen, C.: The Performance of German Motion Pictures, Profits and Subsidies: Some Empirical Evidence. In: *Journal of Cultural Economics* 2005, S. 191, S. 209 f.
- 25) Die aus der Verleihförderung vorliegenden Daten wurden bisher von der FFA nicht zusammengefasst und ausgewertet.

