

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	vii
Vorwort	ix
Inhaltsverzeichnis	xi
Abkürzungsverzeichnis	xv
Abbildungsverzeichnis	xvii
Tabellenverzeichnis	xviii
Zeichenverzeichnis	xix
1. Einleitung	1
1.1 Forschungsgegenstand der Arbeit.....	1
1.2 Aufbau der Arbeit.....	7
2. Herkunft und Operationalisierung der Variablen	9
2.1 Die Datenherkunft.....	9
2.2 Die produktinhärenten exogenen Variablen.....	10
2.3 Die produktinduzierten exogenen Variablen.....	13
2.4 Die endogenen Variablen.....	15
3. Der Markt für Kinofilme in Deutschland	16
3.1 Zur Finanzierung deutscher Filmproduktionen.....	16
3.1.1 Filmfinanzierung und Investitionsabsicherung in Deutschland.....	16
3.1.1.1 Finanzierungsstruktur.....	16
3.1.1.2 Investitionsabsicherung.....	17
3.1.2 Implikationen der Finanzierungsstruktur deutscher Filmproduktionen.....	18
3.1.2.1 Stand der Diskussion.....	18
3.1.2.2 Die wirtschaftliche Filmförderung aus subventionstheoretischer Perspektive.....	21
3.2 Produktion und Absatz von Kinofilmen.....	22
3.2.1 Produktspezifische Charakteristika der Produktion.....	22
3.2.1.1 Das Filmwerk als Unikat.....	22
3.2.1.2 Investitionsgüter.....	23
3.2.1.3 Arbeit.....	23
3.2.1.4 Skaleneffekte.....	24
3.2.1.5 Markteintrittsbarrieren.....	25
3.2.2 Produktspezifische Charakteristika des Absatzes.....	26
3.2.2.1 Nichtrivalität im Konsum.....	26

	3.2.2.2	Ausschließbarkeit	27		
	3.2.2.3	Ticketpreise	27		
3.3		Risiken im Filmgeschäft	28		
	3.3.1	Risiken aus theoretischer Sicht	28		
		3.3.1.1	Finanzierungs- und Produktionsrisiko	28	
		3.3.1.2	Entwicklungs- und Marktrisiko	29	
	3.3.2	Empirische Befunde zum Marktrisiko deutscher Filme	30		
		3.3.2.1	Deskriptive Exploration der Nachfrageseite	30	
		3.3.2.2	Verteilung der Besucher auf Filme und Verleiher	34	
		3.3.2.3	Die Rang-Besucher Relation in den Charts	35	
		3.3.2.4	Profite in der Produktion und Distribution deutscher Filmwerke	38	
3.4		Implikationen für das Filmmanagement	43		
	3.4.1	Das Problem der Vorabverkaufseinschätzung	43		
	3.4.2	Signale zur Reduktion der Qualitätsunsicherheit bei den Konsumenten	45		
4.		Produktspezifische Faktoren des wirtschaftlichen Erfolgs deutscher Kinofilme im Inland	46		
	4.1	Zielsetzung und Datenbasis	46		
	4.2	Erfolgskritische Determinanten des wirtschaftlichen Erfolgs deutscher Kinofilme	48		
		4.2.1	Hypothesenformulierung und Modellspezifikation	48	
		4.2.2	Empirische Befunde zu den Determinanten des wirtschaftlichen Erfolgs deutscher Kinofilme	62	
	4.3	Besucherperformance und Rent Capturing Power ausgewählter zeitgenössischer (Star-)Darsteller(innen) des deutschen Films	71		
		4.3.1	Hypothesenformulierung und Modellspezifikation	71	
		4.3.2	Empirische Befunde zur Analyse zeitgenössischer Darsteller(innen) des deutschen Films	75	
	4.4	Qualitätssignale, Mundpropaganda und vermeintliche Informationskaskaden	79		
		4.4.1	Hypothesenformulierung und Modellspezifikation	79	
		4.4.2	Simultane Schätzung des Erfolgs	87	
		4.4.3	Informationsverbreitung und der Ausbruch aus der Kaskade	93	
			4.4.3.1	Information und Kaskaden	93
			4.4.3.2	Korrelationsanalyse	94

	4.4.3.3	Der Besuchererfolg am Startwochenende als Determinante des nachfolgenden Erfolgs.....	95
	4.5	Zusammenfassung.....	97
5		Künstlerisch-kulturelle Performance deutscher Filme.....	102
	5.1	Der Deutsche Filmpreis als Zielgröße der Filmverwertung.....	103
	5.1.1	Zielsetzung und Datenbasis.....	104
	5.1.2	Anzahl der Kategorien.....	105
	5.1.2.1	Hypothesenformulierung und Modellspezifikation zur Anzahl der Nominierungen.....	105
	5.1.2.2	Analyse zur Anzahl der Nominierungen.....	111
	5.1.2.3	Hypothesenformulierung und Modellspezifikation zur Anzahl der vergebenen Preise.....	115
	5.1.2.4	Analyse zur Anzahl der vergebenen Preise.....	116
	5.1.3	Die Kategorie „Bester Film“.....	117
	5.1.3.1	Fokussierung der Analyse auf eine Nominierung in der Kategorie „Bester Film“.....	117
	5.1.3.2	Empirische Befunde zur Analyse der Nominierung in der Kategorie „Bester Film“.....	118
	5.1.3.3	Die Bedeutung des Filmstarts für die Preisvergabe in der Kategorie „Bester Film“.....	121
	5.1.3.4	Empirische Befunde zur Relevanz des Charteintritts für die Preisvergabe in der Kategorie „Bester Film“.....	121
	5.2	Die Prädikate der FBW als Zielgröße der Filmverwertung.....	122
	5.2.1	Zielsetzung und Datenbasis.....	124
	5.2.2	Analyse zur Prädikatisierung.....	124
	5.2.2.1	Hypothesenformulierung und Modellspezifikation.....	124
	5.2.2.2	Resultate zur Analyse der Prädikatisierung.....	127
	5.3	Zusammenfassung.....	130
6		Export deutscher Filmproduktionen am Beispiel des US-amerikanischen Absatzmarktes.....	133
	6.1	Zielsetzung und Datenbasis.....	133
	6.2	Ansätze zur Erklärung der internationalen Dominanz von US-Filmproduktionen.....	134
	6.3	Drawing Power des Besuchererfolgs in Deutschland auf die Startkopien in den USA.....	141

6.3.1	Hypothesenformulierung und Modellspezifikation	141
6.3.2	Regressionsanalyse	141
6.4	Exportierbarkeit des Erfolgs	142
6.4.1	Hypothesenformulierung und Modellspezifikation	142
6.4.2	Regressionsanalyse	145
6.5	Zusammenfassung	147
7	Implikationen für die filmwirtschaftliche Praxis und Forschung	149
7.1	Implikationen für das Filmmanagement und die Filmförderung	149
7.1.1	Implikationen für das wirtschaftlich orientierte Filmmanagement	149
7.1.2	Implikationen für das kulturell orientierte Filmmanagement	151
7.1.3	Implikationen für die Filmförderung in Deutschland	152
7.2	Einige Anätze für weitere Forschungsprojekte	154
7.2.1	Darsteller	154
7.2.2	Export	155
7.2.3	Filmförderung	156
	Anhang	157
	Literaturverzeichnis	176

Tabellenverzeichnis Text

Tabelle 1.01	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in der Filmwirtschaft	6
Tabelle 3.01:	Statistik zu den Besucherzahlen der Filmprojekte	31
Tabelle 3.02:	Statistik zu den Besucherzahlen der Filmprojekte nach Inputfaktoren	32
Tabelle 3.03:	Regressionsanalyse zur Rang-Besucher Relation für die Ränge 1 bis 25	37
Tabelle 3.04:	Verringerung der Besucherzahlen mit absteigendem Rang lt. RREG in Tabelle 3.03	37
Tabelle 3.05:	Profit der Produktionsunternehmen	40
Tabelle 3.06:	Profit der Verleihunternehmen	42
Tabelle 4.01:	Anteil der Filme pro Quartal (345 Fälle)	54
Tabelle 4.02:	Regressionsanalysen zum wirtschaftlichen Erfolg	62
Tabelle 4.03:	Regressionsanalyse zeitgenössischer Darsteller und ihrer wirtschaftlichen Performance	75
Tabelle 4.04:	Simultane Schätzung des Erfolgs	87
Tabelle 4.05:	Korrelationsmatrix der wöchentlichen logarithmierten Besucherzahlen (Hit-Filme)	94
Tabelle 4.06:	Korrelationsmatrix der wöchentlichen logarithmierten Besucherzahlen (Nicht-Hit-Filme)	95
Tabelle 4.07:	Regressionsanalyse zur Besucherperformance von Hit-Filmen und Nicht-Hit-Filmen nach dem Release-Wochenende	96
Tabelle 5.01:	NBRM zur Untersuchung der Anzahl der Nominierungen	112
Tabelle 5.02:	NBRM zur Untersuchung der Anzahl der Preise	116
Tabelle 5.03:	Binär-logistische Regression (BLR) zur Untersuchung der Nominierung in der Kategorie „Bester Film“	119
Tabelle 5.04:	Binär-logistische Regression zur Untersuchung der Preisvergabe in der Kategorie „Bester Film“	122
Tabelle 5.05	Ordered Logit Regression zur Analyse der FBW-Prädikate	128
Tabelle 6.01:	Heimischer Marktanteile in den USA	135
Tabelle 6.02:	Regressionsanalyse zur „Drawing Power“ der Besucherzahlen in Deutschland auf die Startkopien in den USA	142
Tabelle 6.03:	Regressionsanalyse zur Untersuchung des Exports deutscher Filme in die USA	146

Tabellenverzeichnis Anhang

Tabelle A-1.01	Filme im Datensatz	157
Tabelle A-1.02	Anzahl deutscher Kinofilmproduktionen in den Jahren 1995 bis 2004	164
Tabelle A-1.03	Marktanteile auf dem deutschen Kinofilmmarkt	164
Tabelle A-2.01:	Übersicht zur Datenherkunft und Variablenoperationalisierung	165
Tabelle A-2.02:	Von der FFA gelistete Filmförderinstitutionen	168
Tabelle A-3.01:	Kinobesucher in Deutschland	169
Tabelle A-3.02:	Regressionsanalyse zur Rang-Besucher Relation für die Ränge 26 bis 50	169
Tabelle A-4.01 a - b:	Wer lockt die Fans ins Kino? Eine Umfrage der TV-Spielfilm	170
Tabelle A-4.02 a - n:	Deskriptive Statistik zu den betrachteten Darstellern	171
Tabelle A-6.01:	Kinofilmnachfrage der US-Bürger	175