

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort / Danksagung	6
1 Einleitung	7
2 Die Ursprünge der Filmwirtschaft	10
2.1 Die Entstehung des Kinos	10
2.2 Vom Varieté zum Monopolunternehmen	11
2.3 Ein Neuanfang nach 20 Jahren	13
3 Der Herstellungsprozess	16
3.1 Die Filmproduktion	16
3.2 Evolution der Filmherstellung	17
3.3 Die 4 Phasen der heutigen Produktion	18
3.3.1 Development	18
3.3.2 Pre-Production	19
3.3.3 Production	20
3.3.4 Post-Production	21
3.4 Filmstudios und andere Dienstleister	21
3.5 Risiken bei der Filmproduktion	23
3.5.1 Das Investitionsrisiko	24
3.5.2 Das Fertigstellungsrisiko	25
3.5.3 Das Verwertungsrisiko	26
4 Finanzierung und Verwertung von Filmproduktionen	28
4.1 Kosten vs. Erlöse	28
4.1.1 Einflussfaktoren der Erlöse	30
4.1.2 Von der Verwertungskette zum Verwertungsnetzwerk	32
4.1.3 Das Packaging	35
4.2 Filmfinanzierung und Distribution	36
4.2.1 Pre-Sales vs. Sales	36
4.2.2 Möglichkeiten der Finanzierung	38
4.2.3 Möglichkeiten der Distribution	43
4.3 Vermarktung und Auswertung	45
4.3.1 Generische Vermarktungsstrategien für Kinos	47
4.3.2 Media-Mix	50
4.3.3 Starsystem und Oscars	52

<b>4.4</b>	<b>Vermarktungskosten und Umsatzverteilung</b>	<b>55</b>
4.4.1	Distributions- und Marketingkosten	55
4.4.2	Recoupment Plans und Profit Participations	59
<b>4.5</b>	<b>Filmförderung</b>	<b>65</b>
4.5.1	Filmförderung auf europäischer Ebene	68
4.5.2	Filmförderung in Deutschland	69
4.5.3	Filmförderung in Großbritannien	73
4.5.4	Filmförderung in Frankreich	73
4.5.5	Fazit der Filmförderung in Europa	75
<b>4.6</b>	<b>Tax Shelter</b>	<b>78</b>
4.6.1	Steuervergünstigungen und -gutschriften	79
4.6.2	Sale and Leaseback	80
4.6.3	Film- und Medienfonds (Tax Shelter Funds)	81
<b>4.7</b>	<b>Sonstige Finanzierungsquellen</b>	<b>82</b>
<b>5</b>	<b>Die Ära des Studiosystems</b>	<b>83</b>
<b>5.1</b>	<b>Die Entstehung des amerikanischen Studiosystems</b>	<b>83</b>
5.1.1	Die Entwicklung der Vertriebswege	83
5.1.2	Kontrolle über die Produktion	84
5.1.3	Wettbewerb im Oligopol	84
<b>5.2</b>	<b>US-Studiosystem und Major-Studios (1917-50)</b>	<b>85</b>
5.2.1	Das Studiosystem	85
5.2.2	Entstehung und Entwicklung der Major Studios	88
	Paramount Pictures	88
	Warner Bros.	91
	20th Century Fox	93
	RKO (Radio-Keith-Orpheum Pictures)	95
	Metro-Goldwyn-Mayer, United Artists und die SIMPP	97
	Universal Pictures	101
	Columbia Pictures	103
	Walt Disney Productions	105
<b>5.3</b>	<b>Die Einführung des Tonfilms in den USA</b>	<b>106</b>
5.3.1	Das Technik-Monopol unter Western Electric	106
5.3.2	Herausforderung durch den Markteintritt der RCA	108

<b>5.4</b>	<b>Die Einführung des Tonfilms in Europa</b>	<b>109</b>
5.4.1	Die Rahmenbedingungen in Deutschland	109
5.4.2	Von der Einführung bis zum Pariser Tonfilmfrieden	112
<b>5.5</b>	<b>Deutschlands Studios im Tonfilmzeitalter</b>	<b>123</b>
5.5.1	Küchenmeister-Konzern und TOBIS	128
5.5.2	Universum Film (Ufa)	135
5.5.3	Die deutsche Filmindustrie im Zuge der Gleichschaltung	143
<b>6</b>	<b>Internationaler Vergleich der Kinomärkte</b>	<b>146</b>
<b>6.1</b>	<b>Kinomärkte in Europa, USA und Japan</b>	<b>146</b>
<b>6.2</b>	<b>Entwicklung der globalen Kinomärkte</b>	<b>150</b>
<b>6.3</b>	<b>Vergleich der Besucherzahlen EU vs. USA</b>	<b>151</b>
<b>7</b>	<b>Das amerikanische Studiosystems heute</b>	<b>153</b>
<b>7.1</b>	<b>Struktur der Unternehmen in den USA</b>	<b>153</b>
7.1.1	Die Major Studios	153
7.1.2	Die Mini-Majors	159
7.1.3	Die Independents	160
<b>7.2</b>	<b>Filmbudgets und Wirtschaftlichkeit</b>	<b>161</b>
<b>7.3</b>	<b>Erfolgsfaktoren der Major-Studios aus den USA</b>	<b>165</b>
7.3.1	Vertikale Integration und globale Medienkonzerne	165
7.3.2	Finanzierung und Distribution	167
7.3.3	Deregulierung und internationaler Handel	171
7.3.4	Rechtehandel und Filmbibliotheken	173
7.3.5	Stars und Produktionsbudgets	176
<b>8</b>	<b>Das europäische System nationaler Märkte</b>	<b>179</b>
<b>8.1</b>	<b>Auswahl der Länder und Unternehmen</b>	<b>179</b>
<b>8.2</b>	<b>Deutschland</b>	<b>182</b>
8.2.1	Der deutsche Kinomarkt	182
	Constantin Film AG	186
	Kinowelt GmbH	188
	TOBIS Film GmbH	189
	Senator Entertainment AG	191
	Tele München Gruppe	192
8.2.2	Der deutsche TV-Markt	194
	ARD und ZDF (inkl. Studio Hamburg, Bavaria Film)	196

	RTL und UFA als Teil des Bertelsmann-Konzerns _____	200
	ProSiebenSat1 Media AG _____	203
	Premiere AG _____	204
8.2.3	Exkurs KirchGruppe _____	206
<b>8.3</b>	<b>Frankreich</b> _____	<b>207</b>
8.3.1	Der französische Kinomarkt _____	207
	Gaumont _____	209
	Pathé _____	210
	StudioCanal und Mars _____	212
	EuropaCorp _____	213
	Metropolitan Filmexport _____	214
8.3.2	Der französische TV-Markt _____	214
	France Televisions _____	216
	TF1 und TFM _____	216
	Canal+ Group als Teil von Vivendi _____	217
	M6 _____	218
8.3.3	Exkurs: Alliance Film Europe _____	218
<b>8.4</b>	<b>Großbritannien</b> _____	<b>220</b>
8.4.1	Der britische Kinomarkt _____	220
	Entertainment Film Distributors _____	221
	Momentum Pictures _____	222
	Icon Film Distribution _____	222
	Redbus Films Distribution Ltd. _____	223
8.4.2	Der britische TV-Markt _____	224
	BBC _____	226
	ITV _____	227
	Channel 4 _____	228
	Five _____	229
	BSkyB _____	229
8.4.3	Exkurs: PolyGram _____	230
<b>8.5</b>	<b>Bestandsaufnahme der europäischen Filmindustrie</b> _____	<b>234</b>
8.5.1	Staatliche Regulierung und Filmförderung für das TV _____	234
8.5.2	Europa der vielen Märkte _____	236
8.5.3	Finanzierung, Distribution und Marketing _____	237
8.5.4	Public Broadcaster _____	239

<b>9</b>	<b>Ökonomische Lösungsansätze</b>	<b>242</b>
<b>9.1</b>	<b>Das Konzept der Nationalen Wettbewerbsvorteile</b>	<b>242</b>
9.1.1	Cluster Framework von M.E. Porter	242
9.1.2	Strategien für europäische Filmfirmen nach Houcken	243
9.1.3	Implikationen für die europäische Medienpolitik	247
<b>9.2</b>	<b>Wirtschaftspolitische Konzepte</b>	<b>248</b>
9.2.1	Auswirkungen einer Angebotspolitik	248
9.2.2	Perspektiven einer Nachfragepolitik	249
<b>10</b>	<b>Ein europäisches Studiosystem – Mission Impossible?</b>	<b>254</b>
<b>10.1</b>	<b>Erfolgsfaktoren für europäische Studios</b>	<b>254</b>
10.1.1	Rahmenbedingungen und politische Regulierung	254
10.1.2	Unternehmensstrategie und Positionierung	256
	Sourcing	257
	Finanzierung	257
	Distribution	258
<b>10.2</b>	<b>Szenarien für ein europäisches Studio</b>	<b>259</b>
10.2.1	Die europäischen TV-Gruppen und -Produzenten	259
10.2.2	Entwicklungspotentiale der nationalen Champions	262
10.2.3	Perspektiven der Public Broadcaster	264
10.2.4	Kauf eines Independents oder Mini-Majors	265
<b>10.3</b>	<b>Fazit</b>	<b>266</b>
	<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>267</b>
	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>269</b>