

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	xi
Abkürzungsverzeichnis	xv
Abbildungsverzeichnis	xvii
Tabellenverzeichnis	xviii
1. Einleitung	01
1.1 Der Film als Kultur- und Wirtschaftsgut.....	01
1.2 Das Ziel dieser Untersuchung.....	05
1.3 Aufbau der Untersuchung.....	06
2. Filmförderung und Filmwirtschaft in Deutschland - Institutionen, Subventionen und Diskussionspunkte	09
2.1 Filmförderinstitutionen in Deutschland – eine Übersicht.....	09
2.2 Direkte Filmfördermaßnahmen in Deutschland.....	12
2.2.1 Unterscheidung der Filmfördermittel nach Vergabeart.....	12
2.2.2 Filmfördermittel nach Verwendungszweck.....	13
2.2.3 Gültige Gesetzesfassungen des FFG im Betrachtungszeitraum.....	13
2.3 Aktuelle Probleme der deutschen Filmwirtschaft und die Kritik am Filmförderungssystem.....	16
2.3.1 Stand der Diskussion.....	17
2.3.2 Heimatmarkt und Export.....	18
2.3.2.1 Die Bedeutung der Größe des Heimatmarktes.....	18
2.3.2.2 Probleme beim Export – Sprache und Cultural Discount.....	19
2.3.2.3 Die Akzeptanz deutscher Produktionen in Deutschland.....	21
2.3.3 Besonderheiten US-amerikanischer Produktionen im Export.....	21
2.3.3.1 Preisdumping durch US-amerikanische Produktionen?.....	21
2.3.3.2 Lizenzpakete – Block Booking.....	22
2.3.4 Marktgröße, Produktionsbudgets und Konkurrenzfähigkeit.....	22
2.3.5 Veränderungen der Handlungen der Filmproduzenten durch harte und weiche Budgetrestriktionen.....	23
2.3.5.1 Die Aufweichung der Budgetrestriktionen.....	23
2.3.5.2 Weiche Subventionen und weiche Kredite.....	24
2.3.5.3 Die Verwendung der weichen Kredite.....	24
2.3.5.4 Nachteile der Vergabe von weichen Subventionen und Krediten durch Gremien.....	25
2.3.5.5 Mangelnde Zielausrichtung sowie Nachteile aus dem regiona- listischen Subventionswettbewerb als deutsche Realität.....	25
2.3.5.6 Konsequenzen harter und weicher Budgetrestriktionen.....	27
2.3.6 Filmfinanzierung durch private Mittel – Probleme und Chancen.....	27

2.3.6.1	Das hohe ökonomische Risiko – Die Schiefe der Besucherverteilung	27
2.3.6.2	Informationsasymmetrien und die Bedeutung von Reputation	29
2.3.6.3	Anreizwirkung der hohen Filmfördermittelquote beim Produzenten	30
2.3.6.4	Standortpolitik durch Steuerpolitik	30
2.3.7	Sonstige Finanzierungsquellen	30
2.3.8	Rechteverteilung zwischen Produzent und Sender	31
2.3.9	Die Rolle der Kinobetreiber bei der Bereitstellung deutscher Filmproduktionen	31
2.3.10	Narrative Kultur in Deutschland	32
2.3.10.1	Drehbuch- / Stoffproblematik	32
2.3.10.2	Länderbezug versus Drehbuchinteressen	33
2.3.11	Kein Ende der Diskussion in Sicht...	34
3.	Datensatz und Fallauswahl	35
3.1	Die Fallauswahl	35
3.2	Der Datensatz und die Datenherkunft	36
3.3	Vorstellung der verwendeten Variablen	39
3.3.1	Die unabhängigen Variablen	39
3.3.2	Die abhängigen Variablen	46
4.	Untersuchung des wirtschaftlichen Erfolgs	48
4.1	Wirtschaftliche Filmförderung und wirtschaftlicher Erfolg	48
4.2	Definition der betrachteten wirtschaftlichen Erfolgsgrößen	49
4.2.1	Absolute Besucherzahlen als wirtschaftliche Erfolgsgröße	49
4.2.2	Logarithmierte Besucher pro Startkopie als Größe zur Bestimmung des wirtschaftlichen Erfolgs	50
4.2.3	Relativierung der Besucherzahlen durch das Budget zur Messung des wirtschaftlichen Erfolgs	52
4.2.4	Die logarithmierte Wirtschaftlichkeit	53
4.3	Hypothesenformulierung für die wirtschaftliche Erfolgskontrolle	55
4.3.1	Der vermutete Einfluss der Filmförderungen	55
4.3.2	Hypothesen zum erwarteten Einfluss filmfördersystembezogener Faktoren	59
4.3.3	Hypothesen zum erwarteten Einfluss ausgewählter Kontrollvariablen	61
4.4	Ergebnisse der wirtschaftlichen Erfolgskontrolle	62
4.4.1	Schätzung des Grundmodells	62
4.4.1.1	Gestaltung des Modells	62
4.4.1.2	Ergebnisse der Grundmodellsschätzungen	66
4.4.1.3	Resumée der Ergebnisse der Grundmodellsschätzungen	79
4.4.2	Schätzung der Produzentenmodelle	82
4.4.2.1	Einleitung und Modellspezifikation	82

4.4.2.2	Darstellung und Diskussion der Schätzergebnisse	83
4.4.2.3	Nur bei wenigen Produzenten/teams ließen sich signifikante Einflüsse auf die wirtschaftlichen Erfolgsgrößen feststellen	89
4.4.3	Modellschätzung mit Filmfördermaßnahmen einzelner Filmförderinstitutionen als erklärende Variablen	90
4.4.3.1	Darstellung der Modelle	90
4.4.3.2	Darstellung der Schätzergebnisse	91
4.4.3.3	Die Wirkungen der Filmfördermaßnahmen der verschiedenen Filmförderinstitutionen sind keineswegs gleich	99
5.	Untersuchung des kulturellen Erfolgs	100
5.1	Kulturelle Filmförderung in Deutschland	100
5.1.1	Die Aufgabe der kulturellen Filmförderung	100
5.1.2	Gesetzesgrundlagen	100
5.1.3	Die Bedeutung des Kulturgutes „Film“	101
5.1.4	Die Messung und Untersuchung der Qualität	102
5.1.5	Der Datensatz und notwendige Variablenmodifikationen	104
5.2	Der Deutsche Filmpreis	105
5.2.1	Eine Einführung zum Deutschen Filmpreis	105
5.2.2	Hypothesenformulierung	106
5.2.3	Einschätzung des kulturellen Erfolgs anhand der Anzahl an Nominierungen für den Deutschen Filmpreis	111
5.2.3.1	Darstellung des Grundmodells	111
5.2.3.2	Das Produzentenmodell	114
5.2.3.3	Das Filmförderinstitutionenmodell	116
5.2.4	Die Nominierung für den Hauptpreis	119
5.2.4.1	Das Grundmodell	119
5.2.4.2	Das Produzentenmodell	122
5.2.4.3	Das Filmförderinstitutionenmodell	125
5.2.5.	Analyseergebnisse zur Vergabe des Deutschen Filmpreises	127
5.3	Die FBW-Prädikate als qualitativ-künstlerische Erfolgsgröße	131
5.3.1	Einleitung	131
5.3.2	Untersuchungsziel	132
5.3.3	Hypothesenformulierung	133
5.3.4	Das Grundmodell	134
5.3.4.1	Modellspezifikation	134
5.3.4.2	Teststatistiken und Datensatzvergleich	135
5.3.4.3	Darstellung der Schätzergebnisse	135
5.3.5	Das Produzentenmodell	137

5.3.5.1	Modellspezifikation.....	137
5.3.5.2	Teststatistiken und Datensatzvergleich.....	137
5.3.5.3	Darstellung der Schätzergebnisse.....	137
5.3.6	Das Filmförderinstitutionenmodell.....	139
5.3.6.1	Modellspezifikation.....	139
5.3.6.2	Teststatistiken und Datensatzvergleich.....	139
5.3.6.3	Darstellung der Schätzergebnisse.....	139
5.4	Internationale Filmfestivals und Filmpreisvergaben.....	142
5.5	Fazit zur kulturellen Erfolgsanalyse.....	145
6.	Ergebnisse und Implikationen der wirtschaftlichen und kulturellen Erfolgskontrolle.....	147
Anhang	153
Literaturverzeichnis	170
Quellenverzeichnis	182

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1.01	Filmbesuch in Millionen 1995 - 2004.....	02
Abbildung 1.02	Marktanteile auf dem deutschen Kinofilmmarkt.....	03
Abbildung 2.01	Besucher-Marktanteile in der EU 25 nach Herstellungsländern im Jahre 2004.....	19
Abbildung 2.02	Besucherverteilung.....	28
Abbildung 2.03	Besuchermarktanteile Top 10 % - Rest.....	29
Abbildung 2.04	Besuchermarktanteile Top 50 % - Rest.....	29

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1.01	Marktanteile auf dem deutschen Kinofilmmarkt	01
Tabelle 2.01	FFA-gelistete deutsche Filmförderinstitutionen	09
Tabelle 2.02	Zielausrichtung der jeweiligen Filmförderinstitution	10
Tabelle 2.03	Marktanteil US-amerikanischer Produktionen in den USA	20
Tabelle 3.01	Erläuterung der Variablenabkürzungen	153
Tabelle 3.02	Bildung Starindex	43
Tabelle 4.01	Die Top 10 der Wirtschaftlichkeit	55
Tabelle 4.02	Ergebnisse der Grundmodellgeschätzungen	67
Tabelle 4.03	Deskriptive Auswertung <i>ffakopie</i>	71
Tabelle 4.04	Deskriptive Auswertung <i>bmikopie</i>	71
Tabelle 4.05	Anzahl der Filme mit Zusatzkopien unterschieden nach dem Umfang des Starts	72
Tabelle 4.06	Übersicht über die Ergebnisse der Produzentenmodelle	83
Tabelle 4.07	Filmliste Bernd Eichinger	85
Tabelle 4.08	Filmliste Hanno Huth	85
Tabelle 4.09	Filmliste Jakob Claussen und Thomas Wöbke	86
Tabelle 4.10	Filmleistung nach (signifikanten) Produzenten und Genre	88
Tabelle 4.11	Ergebnisse der Schätzungen der Filmförderinstitutionenmodelle	92
Tabelle 4.12	Filmförderinstitutionen und die von ihnen geförderten Filme nach Genre im DS	95
Tabelle 5.01	Tests and Fit Statistics Grundmodell <i>dtfp_sumnomi</i>	156
Tabelle 5.02	Percentage Change in Expected Count (NBRM mit Option "ROBUST")	112
Tabelle 5.03	Tests and Fit Statistics Produzentenmodell <i>dtfp_sumnomi</i>	157
Tabelle 5.04	Percentage Change in Expected Count (NBRM mit Option "ROBUST")	115
Tabelle 5.05	Tests and Fit Statistics Filmförderinstitutionenmodell <i>dtfp_sumnomi</i>	158
Tabelle 5.06	Percentage Change in Expected Count (NBRM mit Option "ROBUST")	117
Tabelle 5.07	Häufigkeit einer Nominierung in der Kategorie „Bester Film“	158
Tabelle 5.08a	Fitstatistiken zu den Logit-Modellen - Measures of Fit for logit of <i>dtfp_nomihp</i> (Grundmodell)	159
Tabelle 5.08b	Fitstatistiken zu den Logit-Modellen- Count R2 für ReLogit	159
Tabelle 5.09	ODDS Ratio des robusten Logit Modells	121
Tabelle 5.10a	Fitstatistik zu den Logit-Modellen - Measures of Fit for logit of <i>dtfp_nomihp</i> (Produzentenmodell)	159
Tabelle 5.10b	Fitstatistik zu den Logit-Modellen - Count R2 für ReLogit	159
Tabelle 5.11	ODDS Ratio des robusten Logit-Modells <i>dtfp_nomihp</i>	124
Tabelle 5.12	Filme von Alena und Herbert Rimbach im Datensatz	124
Tabelle 5.13	Filme von Stefan Arndt im Datensatz	125

Tabelle 5.14a	Fitstatistiken der Logitmodelle - Measures of Fit for logit of <i>dtfp_nomihp</i> (Filmförderinstitutionenmodell).....	160
Tabelle 5.14b	Fitstatistiken der Logitmodelle - Count R2 für ReLogit.....	160
Tabelle 5.15	ODDS Ratio für das robuste Logit Modell (862 Fälle).....	127
Tabelle 5.16	Hauptpreise nach Produzenten/teams.....	130
Tabelle 5.17	Measures of Fit for ologit of <i>fbw</i> (Grundmodell <i>fbw</i>).....	160
Tabelle 5.18	Analyse der FBW-Prädikatisierung (Grundmodell).....	136
Tabelle 5.19	Measures of Fit for ologit of <i>fbw</i> (Produzentenmodell <i>fbw</i>).....	160
Tabelle 5.20	Analyse der FBW-Prädikatisierung (Produzentenmodell).....	138
Tabelle 5.21	Measures of Fit for ologit of <i>fbw</i> (Filmförderinstitutionenmodell <i>fbw</i>).....	161
Tabelle 5.22	Analyse der FBW-Prädikatisierung (Filmförderinstitutionenmodell).....	140
Tabelle 5.23	Prädikate nach Filmförderinstitution.....	141
Tabelle 5.24	Anzahl der nominierten und ausgezeichneten Filme im Datensatz.....	144