

INHALTSÜBERSICHT

Inhaltsverzeichnis	XI
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	XV
1. Einleitung	1
2. Grundlagen und stilisierte Fakten	5
3. Spezifika der Nachfrage nach Filmen	13
4. Bedingungen von Produktion und Angebot von Filmen	51
5. Entwicklung der Marktstruktur in den USA	69
6. Struktur und Probleme der europäischen Filmindustrie	91
7. Zur Theorie des Außenhandels mit Filmen	105
8. Zur Verwertungskette	131
9. Zusammenfassung	157
Anhang	161
Literaturverzeichnis	173

INHALTSVERZEICHNIS

1. Einleitung	1
1.1. Problemstellung	1
1.2. Gang der Untersuchung	3
2. Grundlagen und stilisierte Fakten	5
2.1. Die Entstehung von Erlösen aus Filmproduktion	5
2.2. Nichtrivalität	8
2.3. Einige stilisierte Fakten	9
3. Spezifika der Nachfrage nach Filmen	13
3.1. Ausschließbarkeit	13
3.2. Präferenztransfer	19
3.3. Determinanten der Nachfrage	28
3.3.1. Determinanten der Gesamtnachfrage nach Filmen	28
3.3.2. Determinanten der Nachfrage einzelner Filme	33
3.3.2.1. Produktionsaufwand	34
3.3.2.2. Werbeaufwand	37
3.3.2.3. Preis	39
3.3.3. Die Nachfrage im Zeitablauf	43
4. Bedingungen von Produktion und Angebot von Filmen	51
4.1. Die Faktormärkte	51
4.1.1. Investitionsgüter	51
4.1.2. Arbeit	53
4.2. Risiko	56
4.3. Skaleneffekte	60
4.3.1. Reale Skaleneffekte	61
4.3.2. Pekuniäre Skaleneffekte	62
4.4. Markteintrittsbarrieren in der Filmproduktion	63
4.5. Fazit	65

XII

5. Entwicklung der Marktstruktur in den USA	69
5.1. USA bis 1948 - Marktstruktur unter Wettbewerbsbeschränkungen	69
5.1.1. Die Entstehung des Oligopols	70
5.1.2. Der Filmtheaterbesitz der Majors	73
5.1.3. Verleihpraktiken: Block Booking und Blind Buying	75
5.1.4. Folgen der Wettbewerbsbeschränkungen	77
5.2. Die Paramount-Entscheidung	78
5.3. Die Entwicklung nach 1948	79
5.3.1. Das Fernsehen als konkurrierender Erklärungsansatz	79
5.3.2. Entwicklung der Filmqualität	80
5.3.3. Organisation der Filmindustrie: Produktionsdesintegration	82
5.4. Fazit	88
6. Die Struktur der europäischen Filmindustrie	91
6.1. Planung und Finanzierung	91
6.2. Produktion	93
6.3. Absatz und Vermarktung	96
6.3.1. Der Verleihsektor	96
6.3.2. Der transatlantische Filmhandel	100
7. Zur Theorie des Außenhandels mit Filmen	105
7.1. Vorbemerkungen	105
7.2. Die Wirkung von Nichtrivalität und "cultural discount" auf den Außenhandel mit Filmen	106
7.3. Das Modell von Wildman und Siwek	110
7.4. Die Ergebnisse von Wildman und Siwek	115
7.5. Eine Modellvariante	116
7.6. Ergebnisse der Modellvariante	118
7.6.1. Faktorkostenunterschiede	118
7.6.2. Länderspezifische cultural discounts	120
7.6.3. Von zwei zu n Ländern	123

XIII

7.7. Zur Exportpreisbildung für Filme	125
7.8. Fazit	129
8. Zur Verwertungskette	131
8.1. Die Reihenfolge in der Verwertungskette	131
8.2. Modell zur Bestimmung des optimalen Zeitpunktes des Übergangs von Kino- zu Videoverwertung	132
8.3. Ableitung weitergehender Ergebnisse	141
8.4. Ansätze empirischer Überprüfung	145
8.4.1. Datenmaterial und theoretische Erwartungen	146
8.4.2. Schätzergebnisse	149
8.5. Zur Relevanz des Modells	153
9. Zusammenfassung	157
Anhang: Anhänge zu Kapitel 8	161
Anhang 1	163
Anhang 2	165
Anhang 3	168
Anhang 4	169
Anhang 5: Verwendete Daten	170
Literaturverzeichnis	173

ABBILDUNGS- UND TABELLENVERZEICHNIS

Abb. 3-1:	Nicht perfekter Präferenztransfer	21
Abb. 3-2:	Kinonachfrage im Zeitablauf	43
Abb. 7-1:	Gesamtumsatz eines Films in Abhängigkeit von cultural discount und Inlandsumsatz	108
Abb. 7-2:	Für Markteintritt in B erforderlicher Faktorkostenvorteil in Abhängigkeit von R_B/R_A und h	120
Abb. 8-1:	Konvexe Erlöspotentialfunktion (Kino)	134
Abb. 8-2:	Opportunitätskosten im Kinomarkt durch Videoverwertung	136
Abb. 8-3:	Opportunitätskosten eines Films im Videomarkt durch nach dem Kinostart erfolgenden Videostart	138
Abb. 8-4:	Das Opportunitätskostenminimierungsproblem	139
Abb. A-1:	Opportunitätskosten im Kinomarkt bei linearer Erlöspotentialfunktion	163
Tab. 2-1:	Die Märkte für US-Kinofilme 1990: Prozentualer Anteil an den Gesamterlösen	7
Tab. 2-2:	Erlösschema der Filmverwertung in einem Land A	10
Tab. 3-1:	Kopien, Besucher und Preise in der 2. und 10. Woche	45
Tab. 5-1:	Prozentualer Anteil der TV-Haushalte an den US-amerikanischen Haushalten	80
Tab. 5-2:	Marktanteile der Financier-Distributors in den USA 1987-1991	85
Tab. 6-1:	Zahl der Spielfilme je Produktionsgesellschaft in Deutschland, Österreich und Spanien 1989 und 1990	95
Tab. 6-2:	Anteile der US-Verleihunternehmen im deutschen Kinomarkt 1989-1992	97
Tab. 6-3:	Prozentuale Kino-Marktanteile US-amerikanischer und einheimischer Produktionen in 12 Ländern	101

XVI

Tab. 7-1:	Preis einer einstündigen Folge einer US-amerikanischen Serie in Europa in US-\$	126
Tab. 7-2:	Preis einer einstündigen Folge einer US-amerikanischen Serie in US-\$: Sonstige Länder	127
Tab. 8-1:	Schätzergebnisse	150