

ESV

KULTURKOMMERZ **BAND 19**

Finanzierung von Film- und Fernsehproduktionen

**Strategien zur erfolgreichen
Mittelbeschaffung**

Von
Olaf Jacobs

Erich Schmidt Verlag

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Weitere Informationen zu diesem Titel finden Sie im Internet unter

[ESV.info/978 3 503 11466 5](http://ESV.info/978_3_503_11466_5)

ISBN 978 3 503 11466 5

ISSN 0944-4351

Alle Rechte vorbehalten

© Erich Schmidt Verlag GmbH & Co., Berlin 2011

www.ESV.info

Dieses Papier erfüllt die Frankfurter Forderungen der Deutschen Nationalbibliothek und der Gesellschaft für das Buch bezüglich der Alterungsbeständigkeit und entspricht sowohl den strengen Bestimmungen der US Norm Ansi/Niso Z 39.48-1992 als auch der ISO Norm 9706.

Druck: Difo-Druck, Bamberg

Vorwort

Das vorliegende Buch beruht auf zehnjähriger Tätigkeit als Produzent von vielen hundert Stunden Fernsehprogramm und einigen Kinofilmen. Keine Produktion gleicht dabei der anderen. Ähnlichkeiten der Filme im Kino und im Fernsehen gibt es natürlich, schon weil die Filme für das gleiche oder ein ähnliches Publikum gemacht wurden. Die Geschichten dahinter unterscheiden sich jedoch immer. Das liegt einerseits wohl daran, dass Serien nicht zum Portfolio der von mir geführten Produktionsfirmen gehören, andererseits aber auch daran, dass jeder Film das Ergebnis einer Fülle individueller Leistungen ist, die nicht identisch reproduzierbar sind. Egal ob es eine schauspielerische Leistung, der Einsatz eines Musikers oder erst recht das natürliche Agieren eines Protagonisten ist, niemals gibt es absolute Identität. Die Einflüsse von Jahreszeiten, Licht und Wetter tun ein Übriges. Und nicht zuletzt ist die Produktion von Filmen auch ein filigranes Handwerk, welches kontinuierlich geübt sein will und bei dem Erfahrung zu sichtbaren Veränderungen führt.

Ein Buch über die Produktion von Filmen muss daher neben allen Fakten auch von Beispielen und Erfahrungen leben. Sie sollen als Anregungen dienen und keineswegs zur exakten Kopie auffordern – eben weil jedes Projekt anders ist. Die einzigen Gemeinsamkeiten aller Produktionen sind die sicheren Erkenntnisse, dass alles, was theoretisch passieren kann auch tatsächlich passiert, und dass die Herstellung eines Filmes niemals ein demokratischer Prozess sein kann, bei dem allen Interessen entsprochen oder Entscheidungen auf Grund von Mehrheitsmeinungen getroffen werden können.

Die wesentlichsten Unterschiede zwischen allen Produktionen sind für den Zuschauer unsichtbar. Sie betreffen die „Mechanik“ hinter dem Film, die Zusammenhänge seines Zustandekommens, die Verteilung von Rechten, von Chancen und Risiken. Jeder Film hat neben der Geschichte, die er erzählt, seine eigene, die ganz oft die seiner Finanzierung ist. Es kann Jahre dauern, bis für ein Projekt der Zeitpunkt erreicht ist, indem zeitgleich sowohl hinreichend liquide Mittel zur Verfügung stehen als auch die notwendige Anzahl Partner ihre Finanzierungszusagen gegeben haben und eine Aufteilung zwischen den Rechten getroffen ist, die eine Produktion tatsächlich möglich macht. Oft sind es Kleinigkeiten, die dazu führen, dass das komplexe Uhrwerk aus Rechten und Finanzen nicht ineinander greift. Häufig ist die Vorgeschichte eines Films bis zum ersten Drehtag so lang, dass für den Produzenten

der Moment des Drehbeginns das größere Glücksgefühl birgt als die spätere Premiere des Films.

Die Finanzierung von Filmen ist eine der zentralen Aufgaben des Produzenten und zugleich einer der besten Zugänge, um die Produktion von Filmen in allen Details zu durchdringen. Nur wer für seine Projekte klare und realistische Perspektiven aufzeigen kann, wird Partner gewinnen, die bereit sind, bereits dann in einen Film zu investieren, wenn dieser noch nichts weiter als eine Idee ist. Die Finanzierung eines Films ist die weitgehende Antizipation seines späteren Lebens. Und auch hier ist es die Erfahrung, der kontinuierliche Vergleich von Planüberlegungen und erreichter Realität, die für den Erfolg relevant sind.

Deshalb, und weil Film niemals die Leistung Einzelner ist, gilt mein Dank allen, die an den vielfältigen Erfahrungen, die diesem Buch zugrunde liegen – ganz gleich in welcher Position – mitgewirkt haben. Ganz besonders meinen engsten Mitarbeiterinnen und Beraterinnen Carolin Scheffler, Anne Stephan, Franka Kaufmann und Sibylle Mansour sowie nicht zuletzt meiner Mutter für die beharrliche Überarbeitung der Texte.

Berlin im November 2010
Olaf Jacobs

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Abkürzungsverzeichnis	11
Abbildungsverzeichnis	13
Tabellenverzeichnis	15
1 Einführung und Grundlagen	17
1.1 Marketing als strategisches Konzept der Filmproduktion.....	17
1.2 Grundlagen.....	18
1.2.1 Medien als ökonomische Güter.....	24
1.2.2 Wertschöpfungsprozesse der Medienproduktion.....	25
1.2.3 Besonderheiten in Bilanzierung und Rechnungswesen.....	36
1.3 Ökonomische Einflussfaktoren der Filmproduktion.....	39
1.3.1 Politische und rechtliche Rahmenbedingungen.....	39
1.3.2 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen.....	43
1.3.3 Technologische Rahmenbedingungen.....	48
1.4 Besondere Unsicherheit der Nachfrage und ihre Ursachen.....	52
1.5 Zusammenfassung.....	54
2 Ökonomische Position von Medienproduzenten	55
2.1 Organisatorische Perspektive.....	57
2.2 Wirtschaftliche Perspektive.....	58
2.3 Rechtliche Perspektive.....	61
2.4 Zusammenfassung.....	65
3 Finanzierungssysteme	67
3.1 Abgrenzung von Finanzierung und Refinanzierung.....	67
3.2 Struktur der Medienfinanzierung.....	69
3.3 Instrumente der Medienfinanzierung.....	69
3.3.1 Beteiligung von großen Fernsehsendern.....	70
3.3.2 Förderungen.....	72
3.3.3 Tax Shelters.....	73
3.3.4 Tax Credits.....	73
3.3.5 Koproduzenten.....	73
3.3.6 Kofinanzierung.....	75
3.3.7 Sponsoring.....	75

3.3.9	Beteiligungsfinanzierung	76
3.3.10	Rückstellungen	77
3.3.11	Dienstleistungskoproduktion	78
3.3.12	Beistellungen	78
3.3.13	Bank Discount	79
3.3.14	Eigenanteile	79
3.4	Vergleich und Bewertung der Instrumente	80
3.5	Zusammenfassung	93
4	Refinanzierungsmöglichkeiten	95
4.1	Instrumente und Mechanismen der Refinanzierung	96
4.1.1	Kleine Fernsehsender	97
4.1.2	Kino und Verleiher	98
4.1.3	DVD- und Nebenrechte-Vertriebe	106
4.1.4	Weltvertriebe	108
4.1.5	Ancillary	111
4.1.6	Barter	111
4.1.7	Merchandising	112
4.1.8	Product-Placement	112
4.2	Vergleich und Bewertung der Refinanzierungsinstrumente	113
4.3	Verwertungsketten	117
4.4	Zusammenfassung	118
5	Besonderheiten öffentlicher Finanzierung und Filmförderung	121
5.1	Fördermöglichkeiten	121
5.2	Systematik der Filmförderung	123
5.2.1	Förderung von Koproduktionen	125
5.2.2	Formen der Koproduktion	126
5.3	Filmförderung auf nationaler Ebene	128
5.4	Europäische Förderprogramme	131
5.4.1	MEDIA	131
5.4.2	MEDIA Training	132
5.4.3	MEDIA Distribution	133
5.4.4	Weitere MEDIA_Programme	133
5.4.5	EURIMAGES	134
5.5	Zusammenfassung	136
6	Junge Medienunternehmen	137
6.1	Besonderheiten des Starts	137

6.1.1	Besonderheiten von Markteintritt und Finanzierungsmöglichkeiten	137
6.1.2	Unterstützung des Markteintritts	138
6.1.3	Barrieren des Markteintritts	139
6.2	Strategien zur Kapitalbeschaffung für junge Medienunternehmen.	141
6.3	Erfolgsfaktoren für Medienunternehmen	143
6.3.1	Skizzierung des Forschungsstandes zu Erfolgsfaktoren	143
6.3.2	Ermittelte Erfolgsfaktoren.....	144
6.3.3	Zusammenfassung.....	152
6.4	Dominanz der Projektfinanzierung	152
6.5	Strategien für den Zugang zu Kapital	154
6.6	Positionierung von Medienunternehmen in Abhängigkeit der gewählten Finanzierungsstrategie.....	156
6.6.1	Grundsätzliche Unterscheidung	156
6.6.2	Inhaltlich motivierte Positionierung	157
6.6.3	Produktionell motivierte Positionierung.....	161
6.7	Zusammenfassung	163
7	Zusammenfassung und Ausblick	167
	Literatur	169
	Anhang 1: Kalkulationsschema	173
	Anhang 2: Beispiele für Finanzierungspläne.....	195
	Anhang 3: Festivals	199
	Anhang 4: Marktplätze für Filme.....	201
	Anhang 5: Filmförderungen.....	207
	Anhang 6: Weltvertriebe	215
	Stichwortverzeichnis	219