

In dieser Ausgabe
KOMMENTAR
Eine neue Kinokultur bietet neue Chancen Seite 2

DREHBUCHFÖRDERUNG
Das Gespür für den richtigen Weg Seite 3

BESUCHER UND UMSATZ
Träume, Spaß und Geschichte – die Mischung stimmte Seite 4

FILMTHEATER
Aufschwung im Osten, Umbau im Westen Seite 7

FÖRDERUNG
Alle Daten und Fakten als Poster Seite 8

DEUTSCHER FILM
Das beste Jahr des letzten Jahrzehnts Seite 10

VIDEO
Über 100 Millionen Bildträger verkauft Seite 15

FOYER
Über 95 Millionen Euro für die Filmbranche Seite 16

Das Kinojahr 2004

Die Formel für den Erfolg gefunden

Deutsche Filme locken Filmfans ins Kino zurück: 157 Millionen Besucher

Wie Kunst und Kommerz miteinander in Einklang zu bringen sind, gehört zu den großen Geheimnissen in der Kultur. Eine neue Generation von Filmemachern hat ganz offensichtlich die Zauberformel gefunden. Sie haben einen ganz eigenen Blick auf die deutsche Geschichte und die Geschichten des deutschen Alltags entwickelt – und ihn genial umgesetzt. Und weil es zudem noch gelang, Kultfilme gleich in Serie zu produzieren, kann 2004 zu einem der aufregendsten und erfolgreichsten Kinojahre überhaupt gerechnet werden.



Zuschauermagnet Nr. 1: (T)Raumschiff Surprise – Periode 1 © Constantin

Da ist zum einen die Kunst: Zwei Oscar-Nominierungen, Berlinale-Sieg, Europäischer Filmpreis, internationale Anerkennung in vielen europäischen Ländern und beim Festival in Cannes – noch nie schütteten die Kritiker

so viel Lob und die Juroren so viele Trophäen über den deutschen Film aus.

Und da sind die Zahlen: 156,7 Millionen Filmfans kauften sich ein Ticket, das sind 7,8 Millionen Besucher mehr als im Vorjahr

und bedeutete eine Steigerung um 5,2 Prozent. Das brachte, bei einem gleich geliebten Durchschnittspreis von 5,70 Euro, einen Gesamtumsatz von 892,9 Millionen Euro. Dieses Ergebnis, das drittbeste seit der Wiedervereinigung, wäre ohne die Vielfalt des neuen deutschen Films undenkbar. 36,7 Millionen Kinofans sahen sich einen

deutschen Film an, das bedeutet einen überragenden Marktanteil von 23,8 Prozent – der beste in den letzten 15 Jahren. Und gleich drei deutsche Filme stehen in der internationalen Top 10 ganz oben. ■

Das offizielle Kino-Ergebnis 2004

Die FFA veröffentlicht als einzige bundesweit tätige Förderungsinstitution neben eigenen Förderergebnissen Marktdaten der gesamten Filmbranche.

	2004	2003	2002	2001	2000	1999
Einwohner Deutschland ¹	82.498.469	82.517.958	82.474.729	82.259.530	82.163.475	82.087.099
Kinobesucher	156,7 Mio	149,0 Mio.	163,9 Mio.	177,9 Mio.	152,5 Mio.	149,0 Mio.
Kinoumsatz in €	892,9 Mio.	850,0 Mio.	960,1 Mio.	987,2 Mio.	824,5 Mio	808,1 Mio
Kinobesuch pro Einwohner	1,90	1,81	1,99	2,16	1,86	1,82
Kinoumsatz pro Einwohner €	10,82	10,30	11,64	12,00	10,03	9,84
durchschn. Eintrittspreis €	5,70	5,70	5,86	5,55	5,41	5,42
Filmtheaterunternehmen	1.208	1.202	1.203	1.177	1.200	1.173
Spielstätten	1.845	1.831	1.844	1.815	1.865	1.880
Kinosäle (Leinwände)	4.870	4.868	4.868	4.792	4.783	4.651
Kinositzplätze ²	864.260	877.820	884.790	884.033	873.538	844.829
Standorte	1.033	1.032	1.049	1.043	1.054	1.064
Einwohner pro Sitzplatz	94	94	93	93	94	97
Einwohner pro Leinwand	16.940	16.951	16.942	17.166	17.178	17.649
Besucher pro Leinwand	32.178	30.599	33.671	37.130	31.891	32.035
Besucher pro Sitzplatz	179	170	185	201	175	176
deutscher Marktanteil in % ³ (auf Besucherbasis)	23,8%	17,5%	11,9%	18,4%	12,5%	14,0%
Besucher deutscher Filme ³	36,7 Mio	25,3 Mio.	19,0 Mio.	30,9 Mio.	18,0 Mio.	19,8 Mio.

Quelle: FFA

¹Quelle: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden ²Sitzplätze ohne Open-air, Universitätskinos und Schließungen 2004 ³nach Meldungen der Verleihfirmen

Eine neue Kinokultur bietet neue Chancen

Von Dr. Thomas Negele

Vielleicht ist es noch zu früh, das Jahr 2004 als ein Jahr des Aufbruchs in der Kino- und Filmbranche zu bezeichnen, ganz vermessen ist diese Prognose jedoch nicht. Unzweifelhaft ist es im vergangenen Jahr gelungen, einige starre, verkrustete Strukturen aufzubrechen – jetzt gilt es, den neuen Schwung mitzunehmen, zu verstärken.

Der Optimismus scheint mir vor allem deshalb berechtigt, weil die positive Bewegung in nahezu allen Bereichen zu beobachten war:

- Politik- und Kinobranche haben einen fruchtbaren Dialog begonnen, bei dem Staatsministerin Christina Weiss am Runden Tisch gezeigt hat, dass sie die Kinobranche als Partner betrachtet.
- Die herausragenden Ergebnisse des deutschen Films, für den das Interesse so groß ist wie schon seit vielen Jahren nicht mehr, machen Mut.
- Die Filmförderung, allen voran die durch die FFA, bildet ein Fundament, auf dem sich bauen lässt. Sie hat mit der Förderung von Stoffentwicklung, Produktion und Filmabspiel einen Prozess in Gang gesetzt, der den deutschen Film wieder zu einem ganz hohen Rang als Kulturgut verholfen hat.

Der wachsende deutsche Marktanteil verringert die Abhängigkeit der Kinos von US-Produktionen. Die durch den deutschen Film erreichte Bandbreite der Genre hat die unterschiedlichsten Publikumschichten angesprochen. Immer mehr Menschen erkennen, dass der Film ein Mittel ist, das Lebensgefühl und die kulturelle Identität seiner Zeit festzuhalten und abzubilden. Im Kino erfahren die Menschen in jüngster Zeit zunehmend wieder die Faszination, die ein Film nur auf einer großen Leinwand erzeugen kann. Dies hilft, das Kino als Versammlungsstätte und Soziotop wieder stärker im Bewusstsein der Bevölkerung und der Politik zu verankern.

Auch die Entwicklung des Kinobesucherpotenzials zeigt den neuen Trend. Einerseits ist die Zahl der Kinobesucher insgesamt wieder angestiegen. Andererseits – und dies ist noch wichtiger – wächst der Anteil der älteren Kinobesucher. Es sind gerade die über Fünfzigjährigen, die das Kino, seine Möglichkeiten und Ausdrucksstärken wieder entdecken. Dieser Zu-

gewinn an Attraktivität gründet sich nicht nur auf die deutschen Millionenseller, sondern hängt ganz wesentlich auch von Filmen wie *Der Untergang* und *Luther* ab. Als besonders erfreulich empfinde ich auch die Resonanz auf Kinder- und Jugendfilme.

in der ersten Stufe das Kino besonders hart trifft und in der Folge den Druck auf jedes Glied in der Verwertungskette weitergibt. Eine schleichende Veränderung der Verwertungsstufen nimmt den Kinos und den nachfolgenden Verwertern Planungssicherheit und Rentabilität. Der positiven Entwicklung würde es zuwider laufen, wenn die Kulturstätte Kino auf die Funktion einer Marketingplattform für einen Film reduziert würde.

Zur Person

Dr. Thomas Negele,
48 Jahre
Seit dem 1. Juli 2004
Präsident des HDF



Dem Studium in München folgte die Promotion in Steuerstrafrecht an der Johann-Wolfgang Universität in Frankfurt sowie die Ausbildung zum Fachanwalt für Steuerrecht und ein Banktrainé.

Der Jurist wurde jedoch in die Filmbranche hineingeboren: Die Eltern führten ein Kino in Straubing, das seit den zwanziger Jahren existiert. Nach der Übernahme der Familienbetriebe und den Aufbau eigener Firmen, die sich in den Bereichen Immobilien, Vermögensverwaltung, Kino, Gastronomie und Event engagieren, ist er seit 1990 als Unternehmer tätig.

Während eine erste frühe Kinokarriere („Ich habe im Kinosaal immer mit meinen Freunden Fangen gespielt“) jäh endete, als einer von ihnen in die Leinwand fiel, führte ihn die zweite ganz nach oben – an die Spitze des Hauptverbandes Deutscher Filmtheater. ■

Beispielsweise sprechen *Die Wilden Kerle* und *Bibi Blocksberg* generationsübergreifend Familien an. Auch deshalb stehen der HDF und die Kinobranche hinter der Filmförderung, ohne die viele wunderbare Geschichten nie auf die Leinwand kämen.

Natürlich muss sich die Kinobranche in einer veränderten Medienlandschaft behaupten. Da wollen wir uns auch nicht aus der Verantwortung stehlen. Eine ernsthafte Herausforderung gilt es jedoch in nächster Zukunft gemeinsam zu bewältigen: Die Verkürzung des Kinoauswertungsfensters, die

Die Veränderungen in der Altersstruktur der Menschen, die Neugestaltung der Medienlandschaft und die Profilierung des Filmangebots haben dazu geführt, dass das Kino nicht nur im ländlichen Raum zu einem zentralen Ort generationenübergreifender Begegnungen geworden ist und auch im innerstädtischen Bereich eine immer wichtiger werdende Rolle als Treffpunkt kulturell interessierter Bürger spielt. Um dieses Potential wirklich effektiv zu nutzen, braucht es eine intensivere Auseinandersetzung mit dem Kinobesucher. Hierfür bietet die Marktforschung die richtigen Hebel. Mit einer individuellen Ansprache hat die Branche ein Instrument in der Hand, die breite Leistungsfähigkeit des Kinos, die über die Funktion eines Filmabspielortes hinausgeht, dem Menschen darzustellen und somit neue Besucherschichten zu entwickeln.

Im technischen Bereich wird sich die Kinobranche mit der zunehmenden Digitalisierung auseinanderzusetzen haben. Der technische Fortschritt darf jedoch kein Selbstzweck sein. Schon jetzt werden digitale Abspielmöglichkeiten verstärkt in der Kinowerbung eingesetzt. Aber noch fehlen ein digitaler Standard, Rechtsicherheit und tragfähige Modelle zur Finanzierung digitaler Projektionstechnik. Wir werden gemeinsam nach Konzepten suchen müssen, wie der enorme finanzielle Einsatz zu realisieren ist. Entstehende Kosten dürfen nicht einseitig das Kino belasten. Diejenigen, die von der digitalen Projektion profitieren, sind gefordert, die Umstellung finanziell mitzutragen.

Angesichts der Herausforderungen, die sowohl Kino, Verleih, Produktion und Filmförderung betreffen, ist es in Zukunft notwendig, weniger emotionsgeladen mit Branchenpartnern zu sprechen. Dass dieser Weg sinnvoll ist, zeigt sich im Kampf gegen die Raubkopierer, den Kino und Verleih gemeinsam aufgenommen haben. ■



Das Gespür für den richtigen Weg

Eine Einladung, am Fundament des deutschen Films mitzuarbeiten

Der geniale Regisseur Billy Wilder wurde nicht müde, zu betonen: Das Fundament für einen guten Film ist ein gutes Drehbuch. Da ist es nur konsequent, wenn die FFA mit wachsendem Elan versucht, das Fundament des Erfolgs weiter zu verstärken, indem sie dafür sorgt, dass bereits in einem ganz frühen Stadium genügend Zeit und Geld für die Entwicklung vorhanden ist.

Das Mittel dazu ist die Drehbuchförderung, die bei der Herstellung des Scriptes in der Regel 25.000 Euro beträgt, in Ausnahmefällen sogar bis zu 50.000 Euro. Die Fortentwicklung eines Drehbuches wird mit bis zu 30.000 Euro gefördert. Mit dem finanziellen Einsatz verfolgt die Drehbuchkommission der FFA ein klares Förderziel: Zum einen sollen renommierte Autoren und Produzenten in der Entwicklung neuer Stoffe unterstützt werden; zum anderen liegt der

Fokus auf der Förderung von viel versprechenden Nachwuchs-Autoren.

Dass diese gezielte Ausrichtung offensichtlich der richtige Weg ist, zeigen die Berliner Filmfestspiele beispielhaft. Im ver-

Die Kommission, die seit dem vergangenen Jahr in neuer Besetzung arbeitet, hat es sich zum Ziel gesetzt, vor allem unter den arrivierten Autoren Interesse dafür zu wecken, sich mit finanzieller Hilfe der FFA noch intensiver auf die Suche nach erfolgsversprechenden Stoffen zu machen. Dabei hat sie auch die Genre-Vielfalt im Blick, die einen breiten Erfolg des deutschen Films erst möglich macht.

Christian Petzold: Ein Ticket für die Reise der Gedanken



© Schramm Film
Im Berlinale-Wettbewerb:
Gespenster

Sicherlich hat das Schreiben eines Drehbuches auch etwas mit Forschung zu tun. Man sitzt nicht nur am Schreibtisch und bastelt sich die Dialoge und Dramaturgien zusammen. Man geht herum, reist, betrachtet, hört zu.

Manchmal, wie Rossellini, macht man das auch im Bett. Er brauchte den Halbschlaf. Den Tagtraum. Auch das eine Reise. Ein Erforschen. Und das braucht Zeit, Unabhängigkeit. Die Drehbuchförderung der FFA hat mir für „Gespenster“ diese Zeit, diese Freiheit geben können, die eine Forschung braucht. ■



Christian Petzold
Drehbuchautor

gangenen Jahr feierte *Gegen die Wand*, das drehbuchgeförderte Werk des Autoren und Regisseurs Fatih Akin, einen sensationellen Berlinale-Erfolg. Und in diesem Jahr sind mit *Gespenster* und *One Day in Europe* zwei deutsche Filme im Wettbewerb, die bereits im Drehbuchstadium von der FFA gefördert wurden.

Nachdem zunächst – die Drehbuchförderung gibt es seit 1979 – die Autoren allein antragsberechtigt waren, müssen seit 1987 Autor und Filmhersteller gemeinsam die Unterstützung beantragen. Der Produzent muss nicht nur sein Interesse an der Realisierung des Stoffes bestätigen, er muss auch darlegen, warum er an ihn glaubt. Auf diese Weise soll verhindert werden, dass die geförderten Drehbücher „in die Luft“ geschrieben werden.

Diese Neuerung, die frühzeitig zu einer intensiven Beschäftigung mit dem Stoff führt, hatte schon bald die gewünschte Wirkung: Das Niveau der eingereichten Exposés erhöhte sich – und damit auch die Realisierungsquote.

Die Stärkung der Autoren und der Produzenten zu einem Zeitpunkt, an dem sie noch nicht mit kommenden Erlösen kalkulieren können, soll weiter verbessert werden. Deshalb legt die FFA gesteigerten Wert darauf, die Bedürfnisse der Autoren und Produzenten mit den Anforderungen des Marktes in Deckung zu bringen. Daher sucht sie aktiv den Dialog mit ihnen und lädt einmal im Jahr zu einem Feedback-Meeting ein. ■

Geförderte Drehbücher, die realisiert wurden

Titel	Drehbuch	Regie	Start	Produktion
Gespenster	Christian Petzold	Christian Petzold	22.09.05	Schramm Film Koerner & Weber
One Day in Europe	Hannes Stöhr	Hannes Stöhr	07.04.05	Filmanova S.L., Coruna, Money-penny Filmproduktion GmbH, workshop Leppin Moore Hoerner GbR
Ein Freund von mir	Sebastian Schipper	Sebastian Schipper	offen	X-Filme creative pool GmbH
Rosenstraße	Margarethe Trotta	Margarethe von Trotta	18.09.03	Studio Hamburg Letterbox Produktion GmbH, Studio Hamburg Filmproduktion GmbH, Tele München Fernseh GmbH & Co Produktionsgesellschaft
Supertex	Jan Schütte	Jan Schütte	11.03.04	HaleBob Filmproduktion, Tobis Filmproduktion GmbH & Co. KG, Novoskop Film Jan Schütte
Schatten der Zeit	Florian Gallenberger	Florian Gallenberger	offen	CP Medien AG, Fanes Film GmbH, Mondragon Films Florian Gallenberger, Diana Film GmbH
Lively up yourself	Britta Krause/ Ed Herzog	Ed Herzog	06.06.05	Egoli Tossell Film AG, Studio Babelsberg GmbH, Medienfonds German Film Production GmbH, Deutsche Columbia, Pictures Filmproduktion GmbH
NVA	Thomas Brussig/ Leander Haußmann	Leander Haußmann	offen	Boje Buck Produktion GmbH
Gegen die Wand	Fatih Akin	Fatih Akin	11.03.04	Wüste Filmproduktion Corazón International
September	Max Färberböck, Matthias Pacht	Max Färberböck	26.06.03	zero film GmbH, Distant Dreams Filmproduktion GmbH
Das Leben der anderen	Florian Henckel von Donnersmarck	Florian Henckel von Donnersmarck	offen	Wiedemann & Berg Filmproduktion GmbH & Co. KG, Credo Film GmbH & Co. KG
Marseille	Angela Schanelec	Angela Schanelec	23.09.04	Schramm Film Koerner & Weber

Quelle: FFA

Die Kommission

Vorsitz:
Thomas Bauermeister

Stellv. Vorsitz:
Dr. Christina Kallas

Maria Theresia Wagner
Gabriele Rosslenbroich
Katrin Schloesser



Die FFA-Richtlinien und Antragsformulare für Fördergelder sind online abrufbar: www.ffa.de

© Constantin



Platz 1 der TOP 10 – 9,1 Millionen Besucher:
(T)Raumschiff Surprise – Periode 1

© Warner Bros.



Platz 2 – 6,5 Millionen Besucher:
Harry Potter und der Gefangene von Askaban

© UJP



Platz 3 – 6,5 Millionen Besucher:
7 Zwerge – Männer allein im Wald

© UJP



Platz 4 – 5,3 Millionen Besucher:
Shrek II – Der tollkühne Held kehrt zurück

**TOP 10
Die Besucher-Hitliste 2004**

Rang	Filmtitel	Besucher
1.	(T)Raumschiff Surprise – Periode 1	9.137.506
2.	Harry Potter und der Gefangene von Askaban	6.547.643
3.	7 Zwerge – Männer allein im Wald	6.486.540
4.	Shrek II – Der tollkühne Held kehrt zurück	5.300.423
5.	Der Untergang	4.521.903
6.	Troja	4.429.985
7.	The Day After Tomorrow	4.086.366
8.	Herr der Ringe III – Die Rückkehr des Königs	3.835.572
9.	Bärenbrüder	3.452.760
10.	Spider-Man II	3.282.125

Quelle: FFA

© Constantin



Platz 5 – 4,5 Millionen Besucher:
Der Untergang

© Warner Bros.



Platz 6 – 4,4 Millionen Besucher:
Troja

Träume, Spaß und Geschichte – die Mischung stimmte

Acht Millionen Besucher mehr – Umsatzplus von 43 Millionen Euro

Es ist eine Bilanz, wie sie makelloser kaum sein kann: Die Besucherzahlen – kräftig geklettert. Der Umsatz – ein spürbares Plus. Die Ursache – ein Feuerwerk des deutschen Films. Da können sich Produzenten, Verleiher und Kinobesitzer bei der Lektüre der Jahreszahlen ein paar ähnlich schöne Stunden machen wie die Filmfans; immerhin ging im vergangenen Jahr jeder Deutsche durchschnittlich 1,9 Mal ins Kino.

Die Daten und Fakten, die am Ende des Jahres 2004 unter dem Strich stehen, sind noch besser als die Zwischenergebnisse nach sechs, beziehungsweise neun Monaten. Gegenüber dem Flautejahr 2003 dokumentieren sie einen kräftigen Aufschwung.

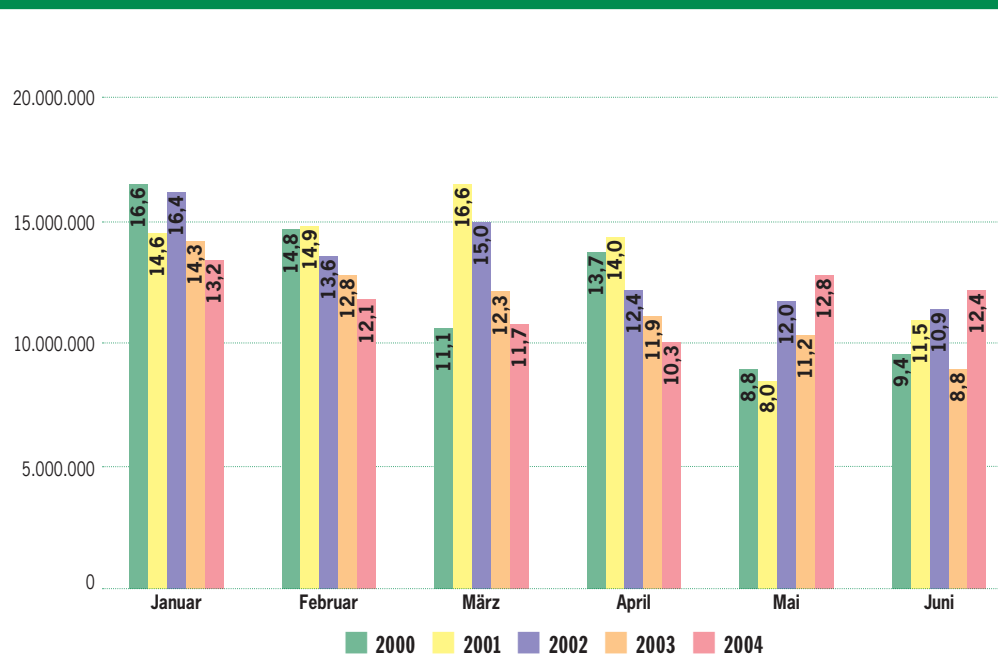
So kamen 7,8 Millionen Besucher mehr in die Kinos als im Vorjahr, das bedeutet eine Verbesserung um 5,2 Prozent. Insgesamt wurden im vergangenen Jahr 156,7 Millionen Eintrittskarten verkauft. Das ergab, bei einem gleichgebliebenen Durchschnittspreis von

5,70 Euro, einen Umsatz von 892,9 Millionen Euro (Vorjahr 850 Millionen Euro). Die Steigerung beträgt 5,1 Prozent.

Dieses Ergebnis liegt zwar noch deutlich hinter dem des Boomjahres 2001 zurück, doch zu dem von 2002, dem zweitbesten Kinojahr nach der Wiedervereinigung, ist es nur noch ein kleines Stück. Wie das Jahr 2004 insgesamt einzuordnen ist, zeigt auch der Vergleich mit den Durchschnittswerten der letzten fünf Jahre: Die Abweichung ist bei den Besuchern auf minus 2,1 Prozent gesunken, beim Umsatz hat sie sich auf nur noch minus 1,1 Prozent reduziert.

Auffällig ist, dass die Kurve der monatlichen Besucherresonanz von starken Ausschlägen geprägt ist. Im ersten Drittel setzte sich die fallende Tendenz von 2003 fort, der April ließ gar für das ganze Jahr Böses ahnen. Doch dann wendete sich das Blatt, der Juli verzeichnete gar eine Beinahe-Verdoppelung des Besucherstromes zum Vor-

Bundesweiter monatlicher Kinobesuch 2000 bis 2004



Quelle: FFA

Besucher-, Umsatz- und Eintrittspreisentwicklung der deutschen Filmtheater 2000 bis 2004

	2000	2001	2002	2003	2004	Vergl. 04/03	Ø 5 Jahre	Vergl. 04 Ø	
Besucher	bundesweit	152.533.174	177.925.484	163.909.668	148.956.702	156.708.757	5,2%	160.006.757	-2,1%
	alte Bundesländer	124.631.080	146.628.458	137.056.287	123.037.078	130.899.566	6,4%	132.450.494	-1,2%
	neue Bundesländer	27.902.094	31.297.026	26.853.381	25.919.624	25.809.191	-0,4%	27.556.263.	-6,3%
Umsatz	bundesweit	824.462.267	987.245.306	960.075.288	849.762.087	892.925.497	5,1%	902.894.089	-1,1%
	alte Bundesländer	689.027.858	829.143.718	813.481.699	710.815.294	754.348.729	6,1%	759.363.460	-0,7%
	neue Bundesländer	135.434.409	158.101.588	146.593.589	138.946.793	138.576.768	-0,3%	143.530.629	-3,5%
Eintrittspreis	bundesweit	5,41	5,55	5,86	5,70	5,70	0,0%	5,64	1,0%
	alte Bundesländer	5,53	5,65	5,94	5,78	5,76	-0,3%	5,73	0,5%
	neue Bundesländer	4,85	5,05	5,46	5,36	5,37	0,2%	5,22	2,9%

Quelle: FFA

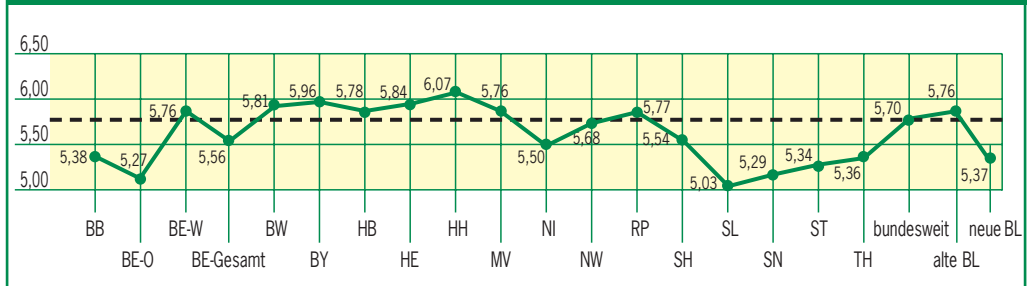
jahr. Das Plus hielt dann bis zum Oktober an, November und Dezember enttäuschten dagegen eher.

Aufschlussreich erscheint auch eine getrennte Auswertung des Besucherinteresses nach den alten und neuen Bundesländern in Zusammenhang mit den jeweiligen Filmstarts. So wirkte der am 17. Dezember 2003 gestartete *Herr der Ringe – Die Rückkehr des Königs* im Westen noch in den Januar und Februar hinein, während er im Osten offensichtlich schnell sein Pulver verschossen hatte. Auch *Harry Potter und der Gefangene von Askaban* sorgte im Westen für deutlich höhere Steigerungen. Nicht unbedingt zu erwarten war, dass auch *(T)Raumschiff Surprise – Periode 1* im Westen einen deutlich höheren Mobilisierungseffekt hatte. Bei der Vergangenheitsbewältigung durch

den Film *Der Untergang* zeigte sich im September gleichermaßen großes Interesse in Ost wie West. Der Herbst brachte dann Otto Waalkes die Bestätigung, dass seine treue-

West immer mehr anzugleichen. Abzuwarten bleibt dabei, ob das Jahr 2004 ein eher ungewöhnliches war. Allein die drei großen deutschen Filme, die es in die Top 10 schaff-

Durchschnittlicher Eintrittspreis in den Bundesländern 2004



Quelle: FFA

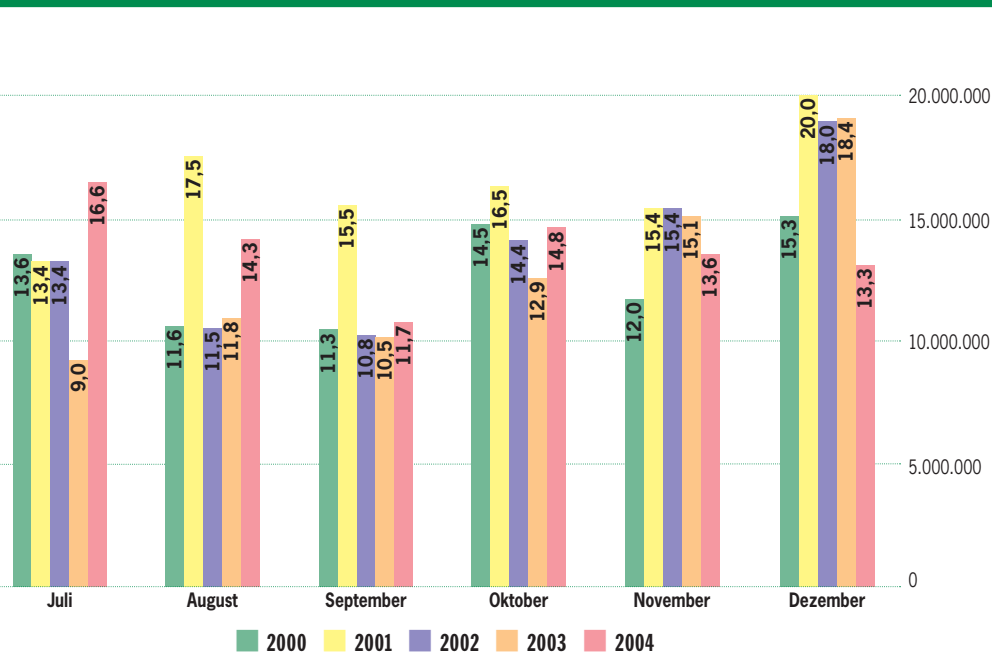
sten Fans in den neuen Bundesländern zu Hause sind. Die Komödie *7 Zwerge – Männer allein im Wald* sorgte im Osten noch einmal für ein starkes Plus.

Insgesamt aber, dass zeigen alle Zahlen, scheinen sich die Verhältnisse in Ost und

West immer mehr anzugleichen. Abzuwarten bleibt dabei, ob das Jahr 2004 ein eher ungewöhnliches war. Allein die drei großen deutschen Filme, die es in die Top 10 schaff-

ten, haben mehr als 20 Millionen Filmfans in die Kinos gelockt. Das war mitentscheidend für die Steigerung des Gesamtumsatzes um 5,2 Prozent. Die Multiplexe profitierten davon kräftiger – sie schafften ein Plus von 8,1 Prozent. Und in den neuen Bundesländern prägen vor allem Multiplexe die Kinokultur. Der Andrang an den Kassen wurde nicht zu einem Preisaufschlag genutzt. Nur in zwei Monaten, im Januar und im Mai, stieg der Eintrittspreis über die Sechs-Euro-Marke. Gegenüber dem Vorjahr sank der Eintrittspreis im Westen um zwei Cent, im Osten stieg er um einen Cent. Der Ländervergleich zeigt: Kino war 2004 in Hamburg am teuersten, im Saarland am preiswertesten. ■

Bundesweiter monatlicher Kinobesuch 2000 bis 2004



Quelle: FFA

Impressum:

FFA-Filmförderungsanstalt
 Große Präsidentenstraße 9, 10178 Berlin
 Tel.: (030) 27 577-0
 Fax: (030) 27 577-111
 e-mail: presse@ffa.de
 Internet: www.ffa.de
 V.i.S.d.P.: Peter Dinges (Vorstand)
 Redaktion: Rosemarie Dittert
 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
 Marktdaten: Ingeborg Schultz, Regine Deiseroth
 Satz und Druck:
 Druckpunkt Druckerei Repro GmbH Potsdamer
 Straße 85, 10785 Berlin

Monatliche Besucherentwicklung alte und neue Bundesländer 2000 bis 2004

Monat	2000	2001	2002	2003	2004	Diff. 04/03
ALTE BUNDESLÄNDER						
Januar	13.932.899	12.295.541	14.046.905	12.008.976	11.394.180	-5,1%
Februar	11.932.006	12.030.347	11.251.696	10.188.988	10.117.062	-0,7%
März	9.102.570	13.832.913	12.532.142	9.957.860	9.845.606	-1,1%
April	11.294.252	11.688.313	10.269.590	9.836.287	8.671.610	-11,8%
Mai	7.261.950	6.510.366	10.166.206	9.452.520	10.592.858	12,1%
Juni	7.563.417	9.279.447	8.978.956	7.210.461	10.371.806	43,8%
Juli	10.941.500	10.683.363	10.842.098	7.125.075	13.564.328	90,4%
August	9.162.505	14.076.058	9.722.019	9.669.945	11.978.546	23,9%
September	9.200.854	13.014.245	9.059.077	8.699.732	9.725.402	11,8%
Oktober	11.802.134	13.640.810	11.979.101	10.748.864	12.269.492	14,1%
November	9.844.554	12.885.288	13.037.705	12.768.567	11.090.730	-13,1%
Dezember	12.592.439	16.691.767	15.170.792	15.369.803	11.277.946	-26,6%
Gesamt	124.631.080	146.628.458	137.056.287	123.037.078	130.899.566	6,4%
NEUE BUNDESLÄNDER						
Januar	2.641.969	2.354.454	2.330.709	2.315.215	1.836.606	-20,7%
Februar	2.884.860	2.904.731	2.371.066	2.620.991	1.941.945	-25,9%
März	1.961.575	2.746.637	2.517.101	2.356.588	1.804.607	-23,4%
April	2.385.989	2.341.821	2.151.894	2.039.787	1.608.200	-21,2%
Mai	1.536.539	1.529.683	1.847.117	1.761.421	2.181.058	23,8%
Juni	1.815.400	2.197.047	1.953.585	1.552.870	1.978.610	27,4%
Juli	2.639.668	2.699.302	2.532.167	1.868.639	3.030.571	62,2%
August	2.405.698	3.414.921	1.752.917	2.100.686	2.340.738	11,4%
September	2.069.889	2.489.993	1.701.258	1.773.018	1.970.463	11,1%
Oktober	2.710.233	2.865.101	2.453.886	2.143.293	2.576.283	20,2%
November	2.172.149	2.525.858	2.397.675	2.359.670	2.508.334	6,3%
Dezember	2.678.125	3.227.478	2.844.006	3.027.446	2.031.776	-32,9%
Gesamt	27.902.094	31.297.026	26.853.381	25.919.624	25.809.191	-0,4%

Quelle: FFA

Monatliche Umsatzentwicklung 2000 bis 2004

Monat	2000	2001	2002	2003	2004	Diff. 04/03
BUNDESWEIT						
Januar	92.012.092	81.142.038	101.770.788	87.750.274	80.322.700	-8,5%
Februar	80.994.353	82.434.296	79.685.879	75.056.325	68.426.201	-8,8%
März	61.041.604	91.649.291	88.433.603	71.384.126	64.169.306	-10,1%
April	73.168.084	76.679.113	70.101.433	66.106.471	56.281.504	-14,9%
Mai	47.081.524	43.695.754	73.661.927	66.734.817	78.075.150	17,0%
Juni	50.679.693	66.499.580	60.337.097	47.001.848	72.347.757	53,9%
Juli	73.754.070	70.896.928	73.981.663	48.431.890	92.981.414	92,0%
August	62.098.675	93.889.840	64.889.012	64.773.807	78.859.621	21,7%
September	61.849.821	86.027.446	60.780.809	59.098.116	66.627.680	12,7%
Oktober	78.530.879	87.131.021	81.323.917	72.329.505	84.696.637	17,1%
November	63.240.807	86.504.726	92.573.183	84.377.125	76.071.491	-9,8%
Dezember	80.010.666	120.695.273	112.535.977	106.717.783	74.066.036	-30,6%
Gesamt	824.462.268	987.245.306	960.075.288	849.762.087	892.925.497	5,1%

Quelle: FFA

Monatliche Eintrittspreisentwicklung 2000 bis 2004

Monat	2000	2001	2002	2003	2004	Diff. 04/03
BUNDESWEIT						
Januar	5,55	5,54	6,21	6,13	6,07	-1,0%
Februar	5,47	5,52	5,85	5,86	5,67	-3,2%
März	5,52	5,53	5,88	5,80	5,51	-5,0%
April	5,35	5,47	5,64	5,57	5,47	-1,8%
Mai	5,35	5,43	6,13	5,95	6,11	2,7%
Juni	5,40	5,79	5,52	5,36	5,86	9,3%
Juli	5,43	5,30	5,53	5,39	5,60	3,9%
August	5,37	5,37	5,65	5,50	5,51	0,2%
September	5,49	5,55	5,65	5,64	5,70	1,1%
Oktober	5,41	5,28	5,63	5,61	5,71	1,8%
November	5,26	5,61	6,00	5,58	5,59	0,2%
Dezember	5,24	6,06	6,25	5,80	5,56	-4,1%
Gesamt	5,41	5,55	5,86	5,70	5,70	0,0

Quelle: FFA

Kleiner, aber feiner

Aufschwung im Osten, Umbau im Westen

Der Trend, der sich bereits in den ersten sechs Monaten des Jahres andeutete, verstärkte sich in der zweiten Jahreshälfte weiter: Kleiner, aber feiner – das ist das Rezept für die Zukunft der Kinobranche.

Indizien dafür sind die Zunahme bei der Zahl der Filmtheaterunternehmer (plus sechs), ein Zuwachs um 14 Spielstätten – aber eher eine Stagnation bei den Leinwänden (plus zwei) und sogar ein Schwund von rund 14.000 Sitzplätzen. Hinter diesen Zahlen verbirgt sich eine gravierende Veränderung der Kinolandschaft. Unter den neu eröffneten Kinos waren im vergangenen Jahr zwei Multiplexe, es kamen also vor allem kleinere

Unternehmen hinzu. In vielen großen Kinos wurden Säle verkleinert oder gar ganz geschlossen.

Daraus ergibt sich auch die unterschiedliche Entwicklung in Ost und in West. Der Aufschwung in den neuen Bundesländern (14 Säle mehr, 36 Neu- oder Wiedereröffnungen, aber nur noch die Hälfte der Schließungen gegenüber 2003) verteilt sich auf die gesamte Region. Der Westen dagegen ist in weiten Teilen eine Art Baustelle. Vor allem in Nordrhein-Westfalen passen sich die großen

Kinos durch Rückbau (minus 21 Leinwände) den veränderten Besucherwünschen an, in Hessen und Niedersachsen ist ähnliches zu beobachten.

Allerdings ist die Bedeutung der Multiplexe sogar noch gestiegen. Während im Westen der Multiplexanteil an Umsatz und Gesamtbesuch leicht zurückging, nahm er im Osten deutlich zu: Beim Umsatz stieg er sogar wieder über die 50-Prozent-Grenze.

Um diesen Anteil auch künftig stabil halten zu können, wollen die Multiplexe verstärkt auch die Arthouse-Filmfans ansprechen. Dazu gehört eine Programmerweiterung um anspruchsvolle Filme, aber auch ein Ambiente für die anspruchsvolleren Fans. ■



Multiplexanteil am Gesamtumsatz

	2000	2001	2002	2003	2004
bundesweit	44,2 %	45,9 %	46,3 %	46,6 %	47,7 %
alte Bundesländer	43,6 %	45,4 %	45,4 %	47,2 %	47,1 %
neue Bundesländer	47,3 %	48,4 %	51,1 %	43,5 %	51,1 %

Quelle: FFA

Multiplexanteil am Gesamtbesuch

	2000	2001	2002	2003	2004
bundesweit	40,4 %	43,0 %	42,9 %	44,1 %	45,3 %
alte Bundesländer	39,7 %	42,5 %	42,0 %	44,7 %	44,6 %
neue Bundesländer	43,3 %	45,4 %	47,7 %	41,3 %	48,5 %

Quelle: FFA

Kinosaalbestand 2000 bis 2004

		Jahre				
		2000	2001	2002	2003	2004
NE/WE*	bundesweit	448	273	189	153	147
	alte Bundesländer	344	199	152	122	111
	neue Bundesländer	104	74	37	31	36
Schließg.	bundesweit	316	264	113	153	145
	alte Bundesländer	249	225	102	110	123
	neue Bundesländer	67	39	11	43	22
Bestand	bundesweit	4.783	4.792	4.868	4.868	4.870
	alte Bundesländer	3.878	3.852	3.902	3.914	3.902
	neue Bundesländer	905	940	966	954	968
jährl. Zunahme an Leinwänden		132	9	76	0	2

Quelle: FFA

*NE=Neueröffnungen, WE=Wiedereröffnungen

Entwicklung der Spielstätten und Kinosäle 2002 bis 2004

	Einwohner d. Bundesländer ¹	Kinostandorte					Spielstätten					Kinosäle				
		2002	2003	2004	Anteil in % 04/03	2002	2003	2004	Anteil in % 04/03	2002	2003	2004	Anteil in % 04/03			
Baden-Württemberg	10.706.805	144	146	145	14,0%	-1	252	262	260	14,1%	-2	629	656	656	13,5%	0
Bayern	12.427.098	190	187	187	18,1%	0	321	318	321	17,4%	3	761	779	793	16,3%	14
Berlin-Ost							44	41	43	2,3%	2	143	139	140	2,9%	1
Berlin-West							59	56	60	3,3%	4	160	154	158	3,2%	4
Berlin GESAMT	3.386.942	1	1	1	0,1%	0	103	97	103	5,6%	6	303	293	298	6,1%	5
Brandenburg	2.568.507	54	50	50	4,8%	0	66	64	65	3,5%	1	149	147	151	3,1%	4
Bremen	662.451	2	2	2	0,2%	0	14	14	12	0,7%	-2	39	47	44	0,9%	-3
Hamburg	1.736.950	1	1	1	0,1%	0	28	29	32	1,7%	3	96	97	101	2,1%	4
Hessen	6.088.181	83	84	82	7,9%	-2	132	135	133	7,2%	-2	337	340	330	6,8%	-10
Mecklenburg-Vorpommern	1.726.004	45	45	41	4,0%	-4	60	60	60	3,3%	0	126	125	126	2,6%	1
Niedersachsen	8.001.671	116	119	114	11,0%	-5	191	193	187	10,1%	-6	466	457	448	9,2%	-9
Nordrhein-Westfalen	18.069.324	144	143	145	14,0%	2	277	276	271	14,7%	-5	936	927	906	18,6%	-21
Rheinland-Pfalz	4.057.986	62	56	57	5,5%	1	90	84	83	4,5%	-1	227	219	217	4,5%	-2
Saarland	1.058.826	18	18	19	1,8%	1	32	30	31	1,7%	1	78	75	76	1,6%	1
Sachsen	4.306.679	62	60	64	6,2%	4	104	99	107	5,8%	8	265	259	263	5,4%	4
Sachsen-Anhalt	2.510.592	30	30	29	2,8%	-1	44	47	49	2,7%	2	131	134	136	2,8%	2
Schleswig-Holstein	2.825.497	55	51	56	5,4%	5	76	70	75	4,1%	5	173	163	173	3,6%	10
Thüringen	2.364.956	42	39	40	3,9%	1	54	53	56	3,0%	3	152	150	152	3,1%	2
BUNDESWEIT	82.498.469	1.049	1.032	1.033	100,0%	1	1.844	1.831	1.845	100,0%	14	4.868	4.868	4.870	100,0%	2
alte Bundesländer ²	65.634.789	815	807	808	78,2%	1	1.472	1.467	1.465	79,4%	-2	3.902	3.914	3.902	80,1%	-12
neue Bundesländer ²	13.476.738	233	224	224	21,7%	0	372	364	380	20,6%	16	966	954	968	19,9%	14

¹Quelle: Statistisches Bundesamt Wiesbaden, Stand 30.06.04; ²Einwohnerzahlen ohne Berlin

Quelle: FFA

Kulturwirtschaftliche Filmförderung des Bundes und der Länder 2004 (Haushaltsansätze in Mio.)

Förderbereich	FFA	BKM	FFF	Filmstiftung
Kinofilm-Förderung	29,77	5,94	13,65	20,54
Kurzfilm-Förderung	0,67	0,34	-	0,51
Fernsehfilm-Förderung	-	-	8,25	6,36
Dokumentarfilm-Förderung	-	1,01	-	3,23
Drehbuchförderung (Kinofilm)	0,79	0,59	0,36	0,3
Projektentwicklungs-Förderung	-	-	0,51	0,35
Absatzförderung/Verleih/Vertrieb ¹	6,71	0,6	3,54	2,54
Medialeistung	10,85	-	-	-
Kinoinvestitionsförderung	17,31	-	0,93	0,43
Videotheken-Förderung	6,05	-	-	-
Programmanbieterförderung	6,47	-	-	-
Kopienförderung	0,94	0,22	0,08	0,05
Fortbildungs-/Ausbildungsförderung	0,3	-	-	0,1
Innovations-, Rationalisierungs- und Forschungsförderung	0,3	0,03	-	-
Filmevent- u. Festivalförderung	-	7,25	-	0,43
Nachwuchsförderung (Produktion)	-	-	1,25	-
Filmtheaterprogramm-Prämien	-	1,2	0,26	0,41
Werbung für den deutschen Film im In- und Ausland u. gesamtwirt. Belange	5,91	1,72	0,07	0,7
Sonstiges	Auftragsverwaltung BKM-Förderung EURIMAGES	Kinematheksverbund (SDK, FDK, DIF) 6,70 EURIMAGES 2,49 MEDIA-Programm 0,30 sonstige Projekte 0,58	0,18	0,13
Fördervolumen gesamt	86,07	28,97	29,08	36,08
Anschrift	Große Präsidentenstr. 9 10178 Berlin	Graurheindorfer Str. 198 53117 Bonn	Sonnenstr. 21/II 80331 München	Kaistr. 14 40221 Düsseldorf
Telefon	030-27 577-0	01888-681-36 43/35 94	089-544 602-0	0211-93 05 00
Fax	030-27 577-111	01888-681-38 85	089-544 602-21	0211-93 05 05
e-mail	presse@ffa.de	k35@bkm.bmi.bund.de	filmfoerderung@fff-bayern.de	info@filmstiftung.de
Internet	www.ffa.de	www.filmfoerderung-bkm.de	www.fff-bayern.de	www.filmstiftung.de
Geschäftsführung	Peter Dinges	MR Dr. H. Scharnhoop	Dr. Klaus Schaefer	Michael Schmid-Ospach

Quelle: FFA
¹ (Referenz- u. Projektförderung)

Einreichtermine 2005

FFA Filmförderungsanstalt

Programmfüllende Filme	31.03., 31.05., 31.08., 30.11.
Verleih/Vertrieb	31.03., 30.06., 30.09.
Marketing	31.03., 30.06., 30.09.
Videoprogrammanbieter	31.03., 30.06., 30.09., 31.12.
Videotheken	31.03., 30.06., 30.09., 31.12.
Filmtheater	31.03., 30.06., 30.09.
Drehbücher	30.04., 30.06., 30.09.
Deutsch-Franz.-Sitzung	18.04., 30.08.
Forschung/Rationalisierung/ Innovation	lfd.
Filmberufliche Weiterbildung	lfd.

Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM)

Produktionsförderung für programmfüllende Spiel- u. Dokumentarfilme (A)	01.03., 01.09.,
Produktionsförderung für Kinder- u. Jugendfilme (C)	24.02.
Verleihförderung	28.04., 18.07., 28.10.
Drehbuchförderung für programmfüllende Spielfilme (D)	lfd. bis zum 01.03. und 01.09.
Drehbuchförderung für Kinder- u. Jugendfilme (DC)	lfd. bis zum 24.02.

Kulturwirtschaftliche Filmförderung des Bundes und der Länder 2004 (Haushaltsansätze in Mio.)

Medienboard	FFHH	MFG	MDM	Nordmedia	Summen
16,48*	5,42	6,4	4,76	0,98	103,94
0,20*	0,06	Produktions- förderung gesamt	0,1	0,06	1,94
–	2,12		1,64	4	22,37
0,88	0,64		1,29	1,26	8,31
0,26	0,18		0,24	0,09	3,03
0,55	0,69	–	0,34	0,33	2,77
1,45	0,77	0,53	1,05	0,17	17,36
–	–	–	–	–	10,85
–	–	0,53	0,22	0,1	19,52
–	–	–	–	–	6,05
–	–	–	–	–	6,47
–	–	–	–	0,1	1,39
0,34	0,14	–	0,49	0,49	1,86
–	–	–	–	–	0,33
0,2	0,04	0,17	0,27	0,86	9,22
(*3,37 bereits oben berücksichtigt)	(*0,31 bereits oben berücksichtigt)	–	0,94	–	2,19
–	0,06	0,18	0,05	0,05	2,21
–	0,03	–	0,17	0,03	8,63
0,86	Media Desk 0,15	0,8 Kommunale Kinos: 0,6	Multimedia 0,15	0,59	13,53
21,22	10,3*	9,45	11,69	9,11	241,97
August-Bebel-Str. 26-53 14482 Potsdam	Friedensallee 14–16 22765 Hamburg	Breitscheidstr. 4 70174 Stuttgart	Hainstr. 17–19 04109 Leipzig	EXPO-Plaza 1 30539 Hannover	Anschrift
0331-743 87-0	040-398 37-0	0711-907 15 400	0341-269 87-0	0511-123 456-0	Telefon
0331-743 87-99	040-398 37-10	0711-907 15 450	0341-269 87-65	0511-123 456-29	Fax
info@medienboard.de	filmfoerderung@ffhh.de	filmfoerderung@mfg.de	post@mdm-online.de	info@nordmedia.de	e-mail
www.medienboard.de	www.ffhh.de, www.lbhh.de	www.mfg.de/film	www.mdm-online.de	www.nordmedia.de	Internet
Petra M. Müller, Kirsten Niehuus	Eva Hubert	Gabriele Röthemeyer	Manfred Schmidt	Thomas Schäffer	Geschäftsführung

Einreichtermine 2005

FFF FilmFernsehFonds Bayern GmbH

auch für Nachwuchsanträge 21.03. bis 05.04., 30.05. bis 14.06., 29.08. bis 13.09. 24.10. bis 08.11.

Filmtheaterprämien bis 01.08.
Investitionsförderung bis 30.06.

Filmstiftung Nordrhein-Westfalen GmbH

Für alle Förderbereiche 10.02., 04.05., 21.07., 22.09., 24.11.

Medienboard Berlin-Brandenburg

Für alle Förderbereiche 22.02., 19.04., 30.06., 30.08., 15.11.

FFHH FilmFörderung Hamburg GmbH

Gremium 1
(über 800.000 € Herstellungskosten) 20.04., 07.09.
Gremium 2
(unter 800.000 € Herstellungskosten) 24.08.

MFG Filmförderung Baden-Württemberg mbH

Drehbuch, Produktionsvorbereitung, Produktion, Vertrieb/Verleih 01.03., 01.06., 1.09. 01.12.
Postproduktion lfd.

MDM Mitteldeutsche Medienförderung GmbH

Für alle Förderbereiche 24.03., 10.06., 19.08., 04.11.

Nordmedia Fonds GmbH

Für alle Förderbereiche 21.04., 08.09.

Neue Generation von Filmemachern setzt sich weltweit durch

Viele Auszeichnungen, viele Zuschauer – das beste Jahr des letzten Jahrzehnts

Erfolg kann mitunter auch Probleme machen. Wohin soll man zuerst schauen, wenn es um den deutschen Film im Jahr 2004 geht?

Auf die Top 10, in der gleich drei deutsche ganz vorne stehen? Auf die 36,7 Millionen Kinofans, die sich einen deutschen Film ansahen? Auf den deutschen Marktanteil, der mit 23,8 Prozent so hoch ist wie noch nie seit der FFA-Datenerfassung 1990? Auf die imponierende Zahl von 121 nationalen Produktionen, die in den deutschen Kinos Premiere hatten? Oder auf die Auszeichnungen, mit der Oscar-Nominierung für *Der Untergang* und *Die Geschichte vom weinenden Kamel* als Höhepunkt, die den Fokus auf Deutschland richten?

Wo auch immer man anfängt, am Ende steht das Fazit: Eine neue Generation von Filmemachern hat im vergangenen Jahr endgültig einen früher eher weißen Fleck auf der Weltkarte des Films getilgt. FFA-Vorstand Peter Dinges sagt es etwas weniger euphorisch, aber eben so deutlich: „Was die Qualität des deutschen Films angeht, so war 2004 das beste Jahr des letzten Jahrzehnts.“

Das wird um so bedeutsamer, als sich auf dem deutschen Kinomarkt das Duell zwischen den nationalen und Hollywood-Produktionen immer stärker herauskristallisiert. 430 Neustarts in einem Jahr, das gab es in den letzten fünf Jahren nicht, und neben den 121 deutschen warben vor allem die 179 US-Produktionen um die Filmfans. Mit weitem Abstand beobachten die Franzosen (28

Premieren) den Zweikampf, italienische oder englische Filme spielen beinahe keine Rolle mehr.

Diese Entwicklung widerlegt auf eindrucksvolle Weise die – mit dem Hintergedanken an etwaige Kürzungen – immer wieder vorgebrachten grundsätzlichen Bedenken an der Filmförderung. Ein Blick auf die Gesamtbesucherzahlen seit der Vereinigung zeigt einen kontinuierlichen Anstieg, der die zunehmend wichtigere Rolle beweist, die das Kino generell im Entertainmentbereich spielt. Legt man die Kurve der Marktanteile darunter,



Mit Lob und Preisen überschüttet: Das erfolgreiche *Gegen die Wand*

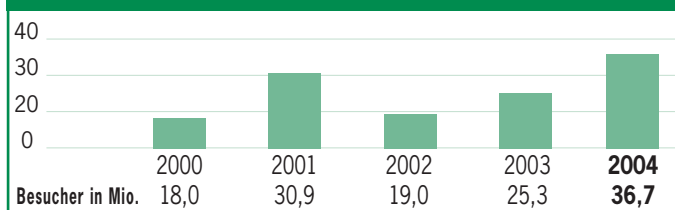
Erstaufführungen in deutschen Kinos 2000 bis 2004

Jahr	D	F	I	GB	USA	Sonstige	Gesamt
2000	94	36	4	21	173	88	416
2001	110	29	4	10	149	73	375
2002	116	27	2	15	129	80	369
2003	107	24	7	12	138	71	359
2004	121	28	4	12	179	86	430

Quelle: SPIO

Quelle: FFA

Besucher deutscher Filme 2000 bis 2004



so zeigen sich hier zunächst heftige Ausschläge nach oben und nach unten. Sie werden aber im Laufe der Jahre geringer – und der grundsätzliche Aufwärtstrend ist deutlich stärker als bei den Gesamtbesucherzahlen.

Für den Wirtschaftsfaktor Deutscher Film spricht auch, dass der Erfolg in den Kinos die heimische Branche unabhängiger von den amerikanischen Produktionen macht. Auch hier ist die Entwicklung eindeutig: Gab es 2002 nur vier so genannte deutsche „Besuchermillionäre“, die zusammen 5,4 Millionen Fans lockten, so waren es 2003 bereits fünf, die 15 Millionen Besucher hatten. 2004 waren es dann sechs „Besuchermillionäre“, die zusammen 24,5 Millionen Kinofans anzogen.

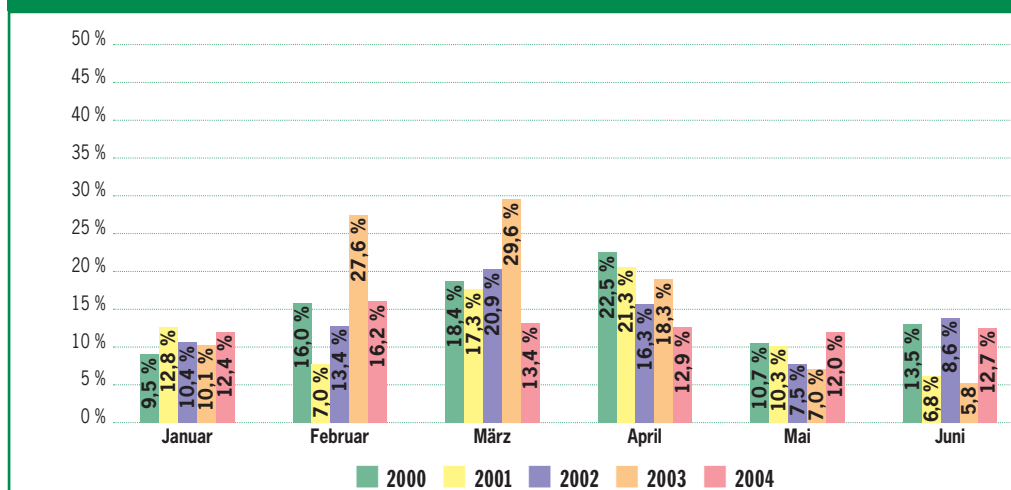
Der Erfolg im Inland geht zudem noch mit einer kräftig gestiegenen Auslandsnachfrage einher. *Der Untergang* sorgte in Frankreich für den besten Kinostart eines deutschen Films, er ist in fünf weiteren europäischen Ländern erfolgreich angelaufen und kommt am 18. Februar auch in die US-Kinos. *Die Geschichte vom weinenden Kamel* wurde bisher in den USA und Frankreich beinahe genauso oft ge-



In Cannes gefeiert

Die fetten Jahre sind vorbei

Marktanteil Besucher deutscher Filme 2000 bis 2004



Quelle: FFA

© Dirk Plamböck



-Team bei der Verleihung des Europäischen Filmpreises in Barcelona © Andreas Böhming

sehen wie hier zu Lande. Und für den Berlinale-Sieger *Gegen die Wand* interessieren sich sogar die Filmfans in Japan.

Eigentlich sollten die vielen Auszeichnungen schon Werbung genug für den deutschen Film sein. *Gegen die Wand* erhielt auch noch den Deutschen und den Europäischen Filmpreis; *Die fetten Jahre sind vorbei* wurde in Cannes gefeiert und mit dem Kritiker-Preis 2004 dekoriert; und die Oscar-Nominierungen für *Der Untergang* und *Die Geschichte vom weinenden Kamel* beweisen einmal mehr die neue Vielfalt.

Doch das vergangene Jahr hat für eine weitergehende Erkenntnis gesorgt. Ganz sicher kommt es letztendlich auf die Qualität eines Films an. Ein gezieltes Marketing aber, das haben *Der Untergang* und *7 Zwerge – Männer allein im Wald* beispielhaft gezeigt, ist angesichts der Flut der Filme unabdingbar geworden. Verleiher und Produzenten sind offensichtlich auf einem guten Weg, es gilt aber sicher zu stellen, dass auch kleinere Unternehmen die Chance dazu bekommen. Dabei spielt, das zeigen erste Umfragen, die Medialeistung der FFA eine wichtige Rolle.

Die Geschichte vom weinenden Kamel

Der deutsche Film im Fünfjahresvergleich 2000 bis 2004

Jahr	Spielfilme (uraufgeführt)	Dokumentarfilme	davon intern. Koproduktionen	Filme gesamt	Besucher dt. Filme (Mio.)	dt. Marktanteil (%)
2000	75	19	34	94	18,0	12,5
2001	83	24	33	107	30,9	18,4
2002	84	32	52	116	19,0	11,9
2003	80	27	31	107	25,3	17,5
2004	87	34	39	121	36,7	23,8

Quelle: FFA und SPIO

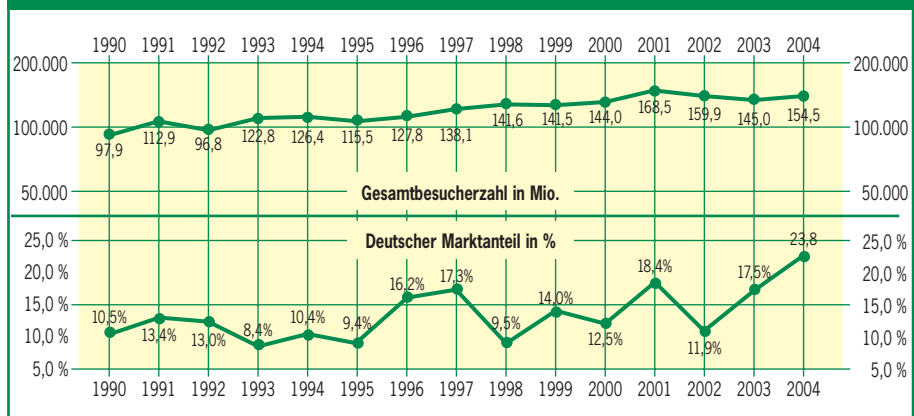
Aller gezeigten deutschen Filme sowie Koproduktionen¹ 2003/2004

	2003			2004			Vergleich 2004/2003		
	Anzahl	Besuch in Tsd.	Anteil	Anzahl	Besuch in Tsd.	Anteil	Anzahl	Besuch in Tsd.	Besuch in %
Deutsche Filme (einschl. Koprod.)	728	25.334	100%	760	36.715	100%	4%	11.381	45%
davon									
dt Filme (o. Beteilig.)	533	21.494	85%	568	34.358	94%	7%	12.864	60%
dt.-ausländ. Koprod.	195	3.840	15%	192	2.356	6%	-2%	-1.484	-39%
Kinderfilme ²	145	4.922	19%	149	4.021	11%	3%	-901	-18%
Dokumentarfilme ²	123	1.250	5%	130	2.017	5%	6%	767	61%

¹ nach Meldungen der Verleihfirmen ² auch in den Summen deutscher Filme (ohne Beteiligung) und deutsch-ausländ. Koprod. enthalten

Quelle: FFA

Besucher aller Filme und deutscher Marktanteil 1990 bis 2004

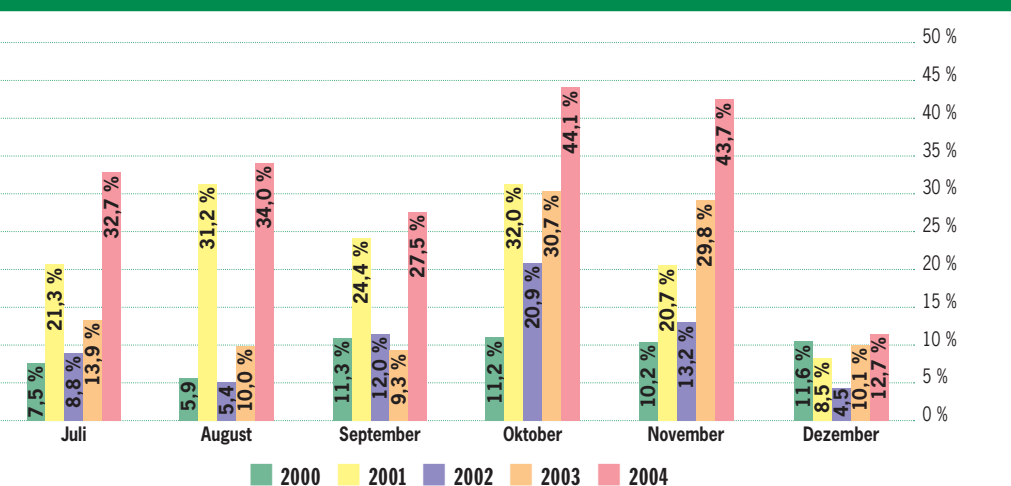


Quelle: FFA

steht für eine Renaissance des Dokumentarfilms. Die 34 im vergangenen Jahr gestarteten Dokus fanden zusammen 1,9 Millionen Zuschauer, darunter war *Deep Blue* mit fast

800.000 Besuchern der erfolgreichste. Zum Vergleich: Alle 27 Dokumentarfilme des Jahres 2003 zusammen hatten sich mit knapp 200.000 Besuchern bescheiden müssen. ■

Marktanteil Besucher deutscher Filme 2000 bis 2004



Quelle: FFA



© Prokino

Für den Oscar nominiert
Die Geschichte vom weinenden Kamel

Die 20 besucherstärksten deutschen Filme im Jahr 2004

Förderbeträge in Tsd. Euro

Titel (Start) Produzent; Verleiher	FFA			BK/M	Produktionsförderung					Medialeistg.		Besucher 2004
	Ref.-Film- mittel	Projekt- mittel	Absatz- förderm.		FFF	Medien- board	Film- stiftung	FFHH	MDM	VPRT	ARD/ZDF	
1 (T)Raumschiff Surprise – Periode 1 (22.07.2004) HerbX GmbH; Verleih: Constantin	569		400		1.227					400		9.137.506
2 7 Zwerge – Männer allein im Wald (28.10.2004) MMC GmbH, Universal GmbH, Rialto Film, Zipfelmützen GmbH; Verleih: UIP	1.665	500	200		250		1.500			400		6.486.540
3 Der Untergang (19.06.2004) Constantin Produktion; Verleih: Constantin	1.000		200		2.200					300		4.521.903
4 Der Wixxer (20.05.2004) Rat Pack, SevenPictures, Medienfonds German Films, NovaMedia; Verleih: Falcom	383	300	150		500	175				300		1.879.720
5 Lauras Stern (23.09.2004) Warner Bros., Comet, MaBo Invest. GmbH, Thilo Graf Rothkirch Cartoon; Verleih: Warner	985	900	150	505		1.200	800	500	800	200	100	1.289.289
6 Bibi Blocksberg und das Geheimnis der blauen Eule (30.09.2004) Bavaria Prod., Kiddinx GmbH, Ehmck GmbH Verleih: Constantin	1.171	800	200	125	1.960				500	300		1.223.235
7 Sams in Gefahr (11.12.2003) Constantin Film Prod., Collina Filmproduktion Verleih: Constantin	688	800	250		1.600							797.121
8 Deep Blue (19.02.2004) Greenlight AG, BBC Worldwide Ltd. Verleih: Kinowelt			70									786.072
9 Gegen die Wand (11.03.2004) Wüste Film, Corazón Intern. Verleih: Timebandits	65	400	70	200				550		200		762.642
10 Luther (30.10.2003) N F P Telear GmbH; Verleih: N F P		800	300		800	409			767			739.818
11 Mädchen, Mädchen – Loft oder Liebe (17.06.2004) Olga Film GmbH; Verleih: Constantin	675	500	200		700					300		536.688
12 Schultze gets the Blues (15.04.2004) Filmkombinat Nordost; Verleih: UIP			100			200			400		200	466.239
13 Das Wunder von Bern (16.10.2003) Senator Film Prod., Little Shark, SevenPictures GmbH; Verleih: Senator	1.243	665	250	352	400	500	2.301					430.094
14 Die fetten Jahre sind vorbei (25.11.2004) Coop99, Y3 Film; Verleih: Delphi			150	293		140					350	415.262
15 Erbsen auf halb sechs (04.03.2004) Senator Film Prod., Mr. Brown Entertainment Verleih: Senator	814	600	175	250	111	200		811		200		374.372
16 Rhythm is it (16.09.2004) Boomtown Media; Verleih: Piffli Medien			50								100	308.138
17 Die Geschichte vom weinenden Kamel (08.01.2004) HFF, München; Verleih: Prokino					60							302.805
18 Muxmäuschenstill (08.07.2004) Schiwago Film GmbH; Verleih: X-Verleih AG			50									292.506
19 Samba in Mettmann (29.01.2004) Rialto Film, Cheese F.V.T.; Verleih: Tobis	583		100							300		283.550
20 Sommersturm (02.09.2004) Claussen + Wöbke GmbH; Verleih: X-Verleih AG	320	250	150	300	603		565			200	100	260.591
GESAMT	10.161	6.515	3.215	2.025	10.411	2.824	5.166	1.861	2.467	2.900	1.050	31.294.091

Quelle: FFA

Projektförderungen der Vergabekommission 2004

	Filmtitel	Antragsteller	Firmensitz	Regie	Fördersumme
1	Ein Freund von mir	X Filme Creative Pool GmbH	Berlin	Sebastian Schipper	300.000 €
2	Gespenster	Schramm Film Koerner & Weber GbR	Berlin	Christian Petzold	250.000 €
3	Urmel aus dem Eis	Bavaria Pictures GmbH	Grünwald	Holger Tappe	700.000 €
4	Grenzverkehr	d.i.e. Film GmbH	München	Stefan Betz	250.000 €
5	Die Höhle des gelben Hundes	Schesch Filmproduktion GmbH & Co. KG	München	Byambasuren Davaa	150.000 €
6	Level 4 – Die Stadt der Kinder	Allmedia Pictures GmbH	München	Miguel Alexandre	400.000 €
7	Sophie Scholl – die letzten Tage	Neue Goldkind Film GmbH & Co. KG	München	Marc Rothemund	300.000 €
8	Paulas Geheimnis	Filmautoren AG	Mannheim	Gernot Krää	300.000 €
9	Die Mondverschwörung	He-Film, Thomas Frickel	Rüsselsheim	Thomas Frickel	80.000 €
10	Siegfried	Constantin Film Produktion GmbH	München	Sven Unterwaldt	600.000 €
11	Requiem	23/5 Filmproduktion GmbH	Berlin	Hans-Christian Schmid	250.000 €
12	Daltons vs Lucky Luke	Integral Film GmbH	Berg	Philippe Haim	250.000 €
13	Die wilden Kerle II	SamFilm GmbH	München	Joachim Masannek	300.000 €
14	Der Fischer und seine Frau	Constantin Film Produktion GmbH	München	Doris Dörrie	500.000 €
15	Das Leben der Anderen	Wiedemann & Berg Filmproduktion GmbH & Co. KG	München	Florian Henckel von Donnersmarck	250.000 €
16	Goldrausch	Neue Bioskop Film GmbH & Co. Erste Produktionsgesellschaft KG	München	Michael Pohl	400.000 €
17	The Ugly Duckling & Me!	Ulysses Filmproduktion GmbH	München	Karsten Killerich, Michael Hegner	250.000 €
18	Eingelocht!	Westside Filmproduktion GmbH	Krefeld	Peter Thorwarth	400.000 €
19	Reine Formsache	Independent Players Producing GmbH	Köln	Tomy Wigand	500.000 €
20	Die weisse Massai	Constantin Film Produktion GmbH	München	Hermine Huntgeburth	700.000 €
21	Oktoberfest	Hager Moss Film GmbH	München	Johannes Brunner	270.000 €
22	Merry Christmas!	Senator Film Produktion GmbH	Berlin	Christian Carion	400.000 €
23	Das doppelte Lottchen	Lunaris Film- und Fernsehproduktion GmbH	Geiseltal	Michael Schaack	600.000 €
24	Sommer vorm Balkon	Peter Rommel Productions	Berlin	Andreas Dresen	300.000 €
25	Die rote Zora	Multimedia Film- und Fernsehproduktion GmbH	Hamburg	Friedemann Fromm	800.000 €
26	Für den unbekanntesten Hund	Eye! Warning Filmproduktion GbR Dominik & Ben Reding	Berlin	Benjamin Reding	250.000 €
27	Nichts als Gespenster	box! Film Hamburg GmbH	Hamburg	Martin Gypkens	500.000 €
28	Der Räuber Hotzenplotz	Collina Filmproduktion GmbH	München	Gernot Roll	900.000 €
29	Madonnen	Pandora Film Produktions GmbH	Köln	Maria Speth	170.000 €
30	Fremd im eigenen Land	Wüste Filmproduktion, Stefan Schubert, Ralph Schwingel GbR	Hamburg	Sven Halfar, Aurel Bantzer	200.000 €
31	Kreuzzug in Jeans	Intuit Pictures GmbH	Berlin	Ben Sombogaat	250.000 €
	Gesamt				11.770.000 €

Über 100 Millionen Bildträger verkauft

Home-Entertainment-Branche steigerte Umsatz auf fast 852 Millionen Euro

Kein Jahr ohne eine Rekordmeldung – an diese Devise haben sich die Videoprogrammanbieter auch für 2004 gehalten. Erstmals wurden in zwölf Monaten mehr als 100 Millionen DVD-Scheiben und VHS-Kassetten verkauft. Zusammen mit dem Verleihgeschäft, das etwa ein Sechstel des Gesamtmarktes ausmacht, brachte das den Videoprogrammanbieter einen Nettoumsatz von knapp 852 Millionen Euro.

Damit verzeichnete die Home-Entertainment-Branche auch in diesem Jahr einen deutlichen Zuwachs, der mit 3,9 Prozent allerdings etwas moderater ausfiel als bisher. Nachdem der Markt in den vergangenen Jahren geradezu explodiert ist – der Nettoumsatz hat sich gegenüber 2000 mehr als verdoppelt – erscheint dies als beinahe zwangs-

läufiges Atemholen beim steilen Aufstieg.

Der Blick auf die Monatsdaten zeigt, wie sehr die Auswertung von Kinohits den Geschäftsgang bestimmt. Im März und April brachten *Findet Nemo* und das Ostergeschäft exzellente Umsatzzahlen, im Mai war es *Herr der Ringe – Die Rückkehr des Königs*, im September dann die „Star Wars Box-Episoden IV-VI“ und schließlich sorgten *Harry Potter und der Gefangene von Askaban* sowie das Weihnachtsgeschäft für einen blenden November und einen furiosen Dezember. Der letzte Monat des Jahres 2004 beschränkte der Videobranche die zweite Rekordmarke des Geschäftsjahres: Der Dezember war mit mehr als 144 Millionen Euro der weitaus umsatzstärkste Monat in der Home-Entertainment-Geschichte überhaupt. ■



© Warner Bros.

Video-Programmanbieter

Nettoumsatzergebnisse von abgabepflichtigen Filmen auf bespielten Bildträgern 2000 bis 2004 (ohne „special-interest“)

Monat	Anzahl Programmanbieter gemeldet					gemeldeter Umsatz					Vergleich in % 2003/2002	Vergleich in % 2003/2004
	2000	2001	2002	2003	2004	2000	2001	2002	2003	2004		
Januar	179	168	154	149	145	23.373.187	36.532.240	60.952.559	64.323.819	63.972.356	5,5%	-0,5%
Februar	177	165	153	146	141	27.648.122	35.808.438	47.254.543	51.035.134	43.038.988	8,0%	-15,7%
März	178	165	155	149	142	38.085.573	52.292.089	75.822.620	69.944.529	71.530.098	-7,8%	2,3%
April	177	167	152	145	141	34.105.970	41.920.438	42.700.890	72.535.708	88.314.612	69,9%	21,8%
Mai	178	164	151	146	140	21.787.966	26.472.788	73.948.300	49.017.055	71.346.163	-33,7%	45,6%
Juni	178	164	152	146	140	20.385.271	24.779.033	32.720.448	32.169.773	27.196.991	-1,7%	-15,5%
Juli	171	160	149	146	145	15.426.249	37.617.746	40.532.816	34.826.299	36.719.130	-14,1%	5,4%
August	175	161	149	145	141	32.456.507	47.679.180	67.495.431	68.163.221	45.807.944	1,0%	-32,8%
September	176	158	150	149	141	55.693.593	39.861.869	62.561.817	82.648.704	93.076.640	32,1%	12,6%
Oktober	175	163	152	147	139	46.771.606	65.139.531	63.921.156	112.385.595	79.665.994	75,8%	-29,1%
November	176	163	153	147	135	61.730.618	85.905.402	118.632.384	115.386.695	86.945.097	-2,7%	-24,6%
Dezember	175	162	152	145	127	42.887.039	71.488.084	86.887.552	67.422.142	144.145.167	-22,4%	113,8%
Gesamt	176	163	152	147	140	420.351.701	565.496.838	773.430.516	819.858.674	851.759.180	6,0%	3,9%

Quelle: FFA

6,5 Millionen Euro Videoförderung

Darlehen zur Modernisierung von 52 Videotheken gewährt

In der Videoförderung engagierte sich die FFA mit insgesamt 6,5 Millionen Euro. Darüber hinaus wurden für Maßnahmen zur Bekämpfung der Filmpiraterie Zuschüsse in Höhe von 205.000 Euro gewährt.

Den Videoprogramm-Anbietern wurden im vergangenen Jahr insgesamt 4,1 Millionen Euro zuerkannt. Die Mittel wurden zum einen als Unterstützung von Maßnahmen der Kooperation und der Markterweiterung vergeben. Zum anderen wurde die Vermarktung von insgesamt 43 deutschen Filmen auf DVD oder VHS mit bedingt rückzahlbaren Darlehen gefördert.

Die größten Förderbeträge wurden für die folgenden sieben Filme vergeben:

- Das Wunder von Bern 595.507 Euro
- Der Wixxer 544.398 Euro
- Luther 438.812 Euro
- Das Sams in Gefahr 370.360 Euro
- Herr Lehmann 84.750 Euro
- Gegen die Wand 61.750 Euro
- Rosenstraße 52.787 Euro

Für die Verbesserung und Modernisierung von Videotheken wurden Darlehen in Höhe von 2,4 Millionen Euro zuerkannt. Damit wurden die Marktchancen von 52 Verkauf- und Verleihstellen verbessert. ■



© Senator

Über 95 Millionen Euro für die Filmbranche

Die FFA-Bilanzen künftig im Halbjahres-Rhythmus

Die verbesserte Marktsituation in der Filmwirtschaft ermöglicht der FFA eine größere Förderung als im vergangenen Jahr. Im Jahr 2005, sagt FFA-Vorstand Peter Dinges, stehen der FFA voraussichtlich über 95 Millionen Euro an Fördermitteln zur Verfügung, diese teilen sich auf in 88 Millionen Euro direkte Fördermittel, dazu kommen Medialeistungen in Höhe von sieben Millionen Euro. 2004 hatte die Gesamtförderung 86 Millionen Euro betragen.

Da es angesichts der Herausforderungen des Marktes noch stärker als bisher auf langfristige Konzepte und weniger auf kurzfristiges Reagieren ankommt, will die FFA ein wenig zur Beruhigung beitragen. Von diesem Jahr an werden die offiziellen Bilanzen der FFA nur noch im Halbjahresturnus veröffentlicht. Damit soll, erklärt Dinges den Kurswechsel, an Stelle der oftmals hektischen Interpretation der an-



FFA-Vorstand: Peter Dinges

gesichts des kurzen Zeitraums nicht immer aussagekräftigen Zahlen einer neuen Gelassenheit Vorschub geleistet werden. Dinges: „Schließlich ist die FFA kein börsennotiertes Unternehmen“.

Auch der Service-Gedanke, dem sich die FFA verstärkt verpflichtet fühlt, wird mit einer Neuerung gepflegt. Aus den Gesprächen wissen die FFA-Mitarbeiter, dass viele Antragsteller mit den detaillierten und juristisch mitunter zwangsläufig komplizierten Förderbestimmungen ihre Probleme haben. So werden nun in den nächsten Wochen Wegweiser durch die einzelnen Förderbereiche erstellt, die vor allem Neueinsteigern einen ersten Überblick über Voraussetzungen und Möglichkeiten der Förderung bieten sollen. Diese Merkblätter sind dann in Deutsch, Englisch und Französisch bei der FFA erhältlich. ■

Arthouse-Filme haben besonders treue Fans

Die FFA-Studie zum Kinoverhalten der Deutschen zeigt, dass die Kinos, die Arthouse-Filme zeigen, im Jahr 2003 ein großes Korrektiv waren. Sie wurden von der inzwischen überstandenen Flaute deutlich geringer getroffen als die größeren Spielstätten. Die kleineren Kinos haben ein besonders treues Publikum: Es ist besser gebildet, stärker an Inhalten interessiert und garantiert eine stärkere Sitzplatzauslastung. ■



Moderater Anstieg bei Raub-Kopien

Die wirklichen Cineasten wollen offensichtlich nicht auf das Erlebnis Kino verzichten: das ist die erfreuliche Botschaft der „Brennerstudie 3“. Obwohl bereits in über drei Millionen deutschen Haushalten ein DVD-Brenner steht, nahm das Kopieren von Filmen im Vergleich zum Vorjahr nur moderat zu. Eine verstärkte Strafverfolgung und die Aufklärungs-Kampagne der Filmbranche haben offensichtlich Wirkung gezeigt. ■



Gemeinsam die deutschen Talente stärken

Die Förderung des deutschen Filmnachwuchses im Rahmen der 55. Berlinale haben sich die Filmfestspiele und die FFA auf ihre Fahnen geschrieben. Die FFA beteiligt sich zum einen finanziell am „Talent Campus“, der zum Treffpunkt der Talente aus aller Welt geworden ist. Zum anderen fördert sie die „Script- und Doc-Clinic“. Für dieses mehrtägige „Trainingslager“ wählt eine Jury Drehbücher und Dokumentarfilme des Nachwuchses aus, die dann von Profis analysiert und weiterent-



wickelt werden. Die FFA gewann Christian Petzold, den Drehbuchautor des diesjährigen Wettbewerbsfilms der Berlinale *Gespenster* als Gesprächspartner. Er stellt in einem Workshop sein vielgelobtes Werk vor und diskutiert an diesem konkreten Beispiel die Kunst des Drehbuchschreibens. Darüber hinaus engagiert sich die FFA bei der „Perspektive Deutsches Kino“, das eine Art Schaufenster für neue inhaltliche und stilistische Trends des jungen deutschen Films ist. ■



© Kurt Krieger

Festival-Punkte, die sich auszahlen

Als „international bedeutsame Festivals“, bei denen neben Berlin, Cannes und Venedig ebenfalls Referenzpunkte im Sinne des FFG erreicht werden können, hat der FFA-Verwaltungsrat für die einzelnen Genres eine Reihe von Filmfestspielen eingestuft. Ein Wettbewerbs-Hauptpreis bei diesen Festivals wird mit jeweils 150.000 Punkten honoriert, die Teilnahme mit jeweils 50.000 Punkten.

Spielfilme:

Annecy International Animation, Karlovy Vary International, Locarno International, Rotterdam International, San Sebastián International, Shanghai International, Sundance International.

Dokumentarfilme:

Amsterdam IDFA, Paris Cinéma du Réel, Hotdocs Toronto, Yamagata, Sydney.

Kinderfilme:

Chicago Children's Film Festival, Internationales Filmfestival Gijon, Sprockets Toronto, Zlin Festival for Children and Youth, Giffoni. Voraussetzung für die Anwendung dieses zusätzlichen Kriteriums ist jedoch, dass ein Spielfilm im Inland mindestens 50.000 Besucher in die Kinos lockt; bei Dokumentar- und Kinderfilmen liegt die Mindestgrenze bei 25.000 Besuchern. ■

Noch mehr Informationen:

www.ffa.de

Diese Ausgabe sowie alle FFA-Publikationen sind im Internet abrufbar.

TELEGRAMME

+++ Die exzellenten Leistungen, mit denen Daniela Heideck und Dörte Buggert ihre Ausbildung bei der FFA abgeschlossen, haben sich gelohnt. Daniela Heideck arbeitet künftig im Förderbereich, Dörte Buggert in der Rechtsabteilung.

+++ Der Branchentiger, die FFA-Auszeichnung für die erfolgreichsten Produzenten und Verleiher des vergangenen Jahres, wird Ende März in Berlin vergeben.

+++ Über den Short Tiger 2005 für den besten Filmnachwuchs wird am 28. Juni in München entschieden. ■