

Die Magie der Bilder

Das Geschäft mit dem Film – Professor Vahrenwald berichtet von den 60. Filmfestspielen in Cannes



Auf dem Weg vom Treff der Cineasten zum Markt der audiovisuellen Industrie stellten die 60. Filmfestspiele in Cannes wohl eine Zäsur dar. Die Entzauberung des Filmemachens, die es dem Amateur über Internet-Plattformen erlaubt, eigene audiovisuelle Kreationen anzubieten, hat das Interesse an dem Medium Film eher noch geweckt.

Fotos: Westphal



Im Jahr 2006 wurden an den Kinokassen weltweit mehr als USD 25.8 Mrd. umgesetzt. Andere traditionelle Einnahmequellen wie Video-, Fernseh- und Internetverwertung sprießen überproportional. Bis zum 2010 werden die Umsätze für DVDs in den USA, Japan und Europa jährlich USD 39 Mrd. erreichen und davon USD 11 Mrd. für neue hochauflösende Formate.

Im Jahr 2006 zahlten die europäischen Verbraucher für Videosoftware USD 13,5 Mrd. und USD 100 Mrd. werden alle Verbraucher weltweit im Jahr 2007 für Fernsehbildschirme ausgeben. Anpassungen an neue Technologien und veränderte Geschäftsmodelle erfassen alle Glieder der Werteketten im Medienbereich bis den Verbraucher die audiovisuellen Inhalte erreichen - ob mobil, durch neue Fernsehübertragungssysteme, online oder auf verbesserten Speichermedien.

Die sogenannten 'copyright-based industries', deren drei Säulen Film, Musik und Computersoftware sind, entwickelten sich in den USA gar zum wichtigsten Industriezweig mit mehr Be-

schäftigten und höheren Exportleistungen, als sie jede andere Branche vorweisen kann. In den großen US-Studios, zu denen Warner Bros. oder Walt Disney gehören, kostet die Herstellung eines Films durchschnittlich USD 100 Mio., und diese Studios stellten im vergangenen Jahr 203 Filme her.

In dieser bewegten Medienlandschaft feierten die Filmfestspiele von Cannes den 60. Geburtstag. Gilles Jacob, seit nunmehr 30 Jahren für die Festspiele zuletzt als Präsident und vorher als Direktor tätig, wurde von Wim Wenders als der große Mann des zeitgenössischen Films gepriesen. Aber das Festival von Cannes ist nicht nur das bekannteste Festival des Kunstfilms - der dem Festival angeschlossene Marché du Film hat sich zum größten Filmmarkt der Welt entwickelt. Im vergangenen Jahr zählte man auf dem Filmmarkt mehr als 10.000 Teilnehmer aus 91 Ländern. Der Filmmarkt bietet insbesondere kleineren Unternehmen die Gelegenheit, sich einem großen Käuferkreis darzustellen. Es waren viele Filmhändler aus Deutschland und anderen europäischen Ländern, in de-

nen sich der nationale Film überraschend gut entwickelt, vertreten. Außerdem bemühen sich auch quasinationale Organisationen wie German Films mit Chef Christian Dorsch um die Wahrnehmung der Interessen ihrer Mitglieder. Susan Cleary repräsentierte die IFTA (Independent Film & Television Alliance), eine Dachorganisation für unabhängige Produzenten, Verkäufer und Käufer von Filmrechten mit Sitz in Los Angeles.

In Cannes lassen sich in Hotels und Restaurants entlang der Croisette Besprechungstermine mühelos aneinander reihen. Im Palais du Festival, in den Pavillions und auf den Schiffen im Hafen treffen sich Künstler, Produzenten, Finanziere, Agenten, Mitarbeiter von Fernsehsendern, Filmfonds und anderen Medien. Geht man die belebte Croisette auf und ab, begegnet man selten zweimal denselben Passanten. Dieses Medienereignis nutzen auch die Hersteller von Hardware, um neue Produkte vorzustellen. Gisbert Hochgürtel präsentierte Sonys neue Digitalkamera F23 auf der African Queen D im alten Hafen von Cannes.

Wie funktioniert die Wertekette, so dass ein professioneller Besucher während der Filmfestspiele die Höchstpreise von Hotels und Restaurants zahlen kann? Die Filmschaffenden (Regisseur, Kameramann usw.) werden mit der Herstellung des Films 'automatisch' zu Inhabern des Urheberrechts. Ist das Land, in dem der Film entsteht, ein Mitglied der sogenannten Berner Übereinkunft, die internationales Urheberrecht regelt, dann entsteht das Urheberrecht ebenfalls 'automatisch' auch in allen anderen Ländern der Übereinkunft, und das sind fast alle wichtigen Länder der Welt. Auf der Basis von Verträgen oder gesetzlicher Regelung erhält ein Filmproduzent die urheberrechtlichen Nutzungsrechte von den Filmschaffenden. Der Produzent hält damit ein Bündel nationaler urheberrechtlicher Nutzungsrechte.

Die verschiedenen ausschließlichen Rechte des Urhebers (zum Beispiel Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Sendung, Kommunikation an die Allgemeinheit) werden nach Nutzungsarten vermarktet (zum Beispiel für Kino, Fernsehen, Video, Internet) und, wenn sinnvoll, territorial (für einzelne Länder, Ländergruppen, Sprachen oder Sprachgruppen) und zeitlich (traditionell erst die Kino-, dann die Fernseh- und Videonutzung) aufgesplittert.

Der Inhaber kann die Nutzungsrechte in vollem Umfang übertragen oder nur bestimmte Nutzungserlaubnisse ('Lizenzen') erteilen. Häufig verpflichtet sich der Produzent bereits vor dem Filmdreh, Nutzungsrechte an Fern-sehender, Filmhändler, Banken und andere Investoren zu übertragen, und er organisiert mit diesen sogenannten 'pre-sales' die Finanzierung seines Films. Oftmals sind die Ketten der Rechtsübertragungen während der Dauer des etwa 100jährigen Copyrights unsicher oder kaum nachzuvollziehen, etwa, wenn Erwerber die Rechte weiter übertragen haben, Insolven-

zen oder Erbfälle eingetreten und schriftliche Verträge abhanden gekommen sind.

Wenn Rechte abgetreten wurden und der Film ein Kassenschlager wird, fällt nicht bei den Filmschaffenden oder dem Produzent der Gewinn an, sondern bei nachfolgenden Gliedern der Wertekette. Gelegentlich hört man kritische Bemerkungen dazu, daß solche 'windfall profits' diejenigen begünstigen, die mit der künstlerischen Gestaltung des Films nichts zu tun hatten.

Allerdings ist die Filmfinanzierung ein riskantes Geschäft, denn nur etwa 80% aller Filme machen einen Gewinn. Wer sich auf diesem Gebiet finanziell engagiert, muß deshalb mit den Gewinnen, die nur jeder fünfte Film einbringt, die Verluste, die er bei der Finanzierung anderer Filme erlitten hat, wettmachen. Aus dieser Notwendigkeit heraus erklärt sich der erbitterte Kampf der Film- und Medienwirtschaft gegen die 'Raubpiraterie', die massenweise unerlaubte Nutzung urheberrechtlich geschützter Werke und Leistungen.

German Films lud zum Empfang in die Villa, die einst Bernard Chevy, dem Gründer der Medienmessen von Cannes wie MIDEM, MIPTV und MIPCOM, gehörte. Bernd Neumann, Staatsminister für Kultur, freute sich über die Quote von 26%, die der deutsche Film in den heimischen Kinos erreicht hat, und über die gute Präsenz deutscher Filme in den Wettbewerben von Cannes. Fatih Akins Film AUF DER ANDEREN SEITE gewann den Preis für das beste Drehbuch. Dem Deutschen Filmförderfonds (DFF) steht seit Beginn 2007 ein Jahresetat von EUR 60 Mio. zur Unterstützung des deutschen Films zur Verfügung. Die steuerrechtlichen Vorteile, nach denen Mitglieder von Filmfonds als Filmproduzenten ihre Investitionen von anderen Einnahmen abziehen und so ihre Steuerpflicht verringern konnten, waren gestrichen worden.

Außer dem DFF engagieren sich auch 7 Landes- und Regionalförderinstitutionen bei der Förderung deutscher Filmproduktionen. Das Förderprogramm hält sich an EU-Vorgaben. In Deutschland konnten wir im vergangenen Jahr 174 neue deutsche Filme auf den Leinwänden sehen. Allerdings leidet das deutsche Kino daran, dass es nicht gelingt, internationale Stars aufzubauen. Von den eigenen Medien mangelhaft unterstützt, die eher den Todestag eines deutschen Stars feiern, wie etwa den 25. von Romy Schneider, garantiert die Mitwirkung eines deutschen Schauspielers heute nur selten eine verlässliche Prognose über das Einspielergebnis eines Films. Dies ist anders in Hollywood, wo das 'Star'-System die Basis für teure Produktionen bildet und bekannte Drehbuchautoren, Regisseure, Filmkomponisten und Filmschauspieler Traumgagen erhalten. Vielleicht schafft Diane Kruger, die von Wolfgang Petersen als Helena für seinen Film Troja engagiert worden war, den Sprung in die A-Kategorie der Hollywood Stars. Als »Gastgeberin« der Festspiele moderierte sie als erste Deutsche die Eröffnungsfeier und die Preisgala. Die französischen Medien waren einhellig begeistert von der Präsentation der aus Hannover stamenden Schauspielerin. Schade, dass sie an den übrigen Tagen der Festspiele nicht in Cannes, sondern zu Dreharbeiten in den USA war. □

