

Kultur ist keine Ware

Zu Beginn der 66. Filmfestspiele wurde der 1964 preisgekrönte Film »Die Regenschirme von Cherbourg« in der Reihe Cannes Classics in digital restaurierter Version gezeigt. Das Thema Wetter bestimmte auch den Filmmarkt. 2013 waren die Geschäfte launisch wie dasselbe: stark an einem Tag, am anderen Tag schwach. Prof. Arnold Vahrenwald war wieder an der Croisette.



Vielleicht litt der Markt in Pre-Sales daran, dass in diesem Jahr keine spektakulären Projekte angeboten wurden. Peter Trinh von ICM Partners witzelte: »Diese Woche haben wir einen neuen Filmfonds aufgelegt. Einer meiner Partner gründete ein Regenschirm-Kartell, und wir finanzieren den Fonds aus den Verkäufen aller Schirme in dieser Woche«.

Schauen wir dorthin, wo die Schirme herkommen und die Wirtschaft blüht. Jérôme Paillard vom Marché du Film stellte das Chinesische Forum für Filmkunst vor. Sechs junge Filmemacher aus China durften an einem dreitägigen Kurs teilnehmen, der die Regisseure mit den Erwartungen der internationalen Filmindustrie und der Zuschauer vertraut machen soll. Das Forum hat die Aufgabe, chinesischen Regisseuren den weltweiten Vertrieb ihrer Produkte zu erleichtern, erklärte Paillard. China ist noch immer einer der am kräftigsten wachsenden Filmmärkte – die Box-Office-Einnahmen nahmen im vergangenen Jahr um 32% zu. Auf den europäischen Märkten ist die Situation anders – besonders dramatisch in Italien, wo die Zahl verkaufter Kinokarten im selben Zeitraum um 18% zurück ging,

wie André Lange vom European Audiovisual Observatory berichtete. Europa liebt das Kino, wie ein Slogan der EU Kommission lautet. Aber die Liebe ist nicht gleichmäßig verteilt. Im Jahr 2012 hat sich bereits 38% der gesamten französischen Produktion nach Belgien und Luxemburg verflüchtigt. Das liegt nicht an Gérard Depardieu. Eric Garandeau, Präsident des Centre National du Cinéma et de l'Image Animée (»CNC«), konstatierte für das vergangene Jahr den Verlust von 760 Drehtagen im Hexagon und Nicolas Steil, luxemburgischer Filmproduzent, präzisierte: »Wenn ich Geld investiere, dann möchte ich nicht, dass man mir an die Gurgel geht.«

Die internationale Filmwelt diskutierte ein heißes Thema, das gelegentlich in den vergangenen Jahre hochgekommen war – die kulturelle Ausnahme. Hintergrund: die USA und die EU möchten ein Freihandelsabkommen schließen, das EU-USA Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP). Fraglich war, ob audiovisuelle Dienstleistungen zum Thema der Verhandlungen werden sollten. Die US-Filmindustrie, die sich für einen unbeschränkten Handel mit Filmen stark macht, befürwortet grundsätzlich einen Abbau von Subventionen. Androulla Vassiliou, die zuständige EU-Kommissarin, nahm den Handschuh auf und wettete bei einer Konferenz des CNC über die Stärkung der kulturellen Ausnahmeregelung in Europa vom 20.05.2013: »Kultur ist keine Ware. Sie genießt Schutz gemäß dem EG-Vertrag und europäischem Recht.« Sie erwähnte aber auch, dass die EU-Kommission keine Tabus errichten wolle, um den Beginn der Verhandlungen mit den USA nicht zu gefährden. Als die Fronten zwischen Europäern und Amerikanern in der Nachkriegszeit aufeinanderprallten, hatte man sich 1947 bei dem GATT in Art. IV darauf geeinigt, dass Mitgliedsländer die Einfuhr ausländischer Filme durch Quoten blockieren konnten. Bei den Vereinbarungen über das

GATS, das Dienstleistungen betraf, hatte man eine vergleichbare Regelung ausgespart. Allerdings akzeptierten die USA nach ihrem Wiedereintritt in die UNESCO mit der Konvention über den Schutz und die Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen von 2005 den Status quo bei der Filmförderungspraxis der EU und ihrer Mitgliedsländer.

Die Motion Picture Association of America (»MPAA«) mit den großen US Filmstudios als Mitgliedern warnt jedoch davor, dass mittels einer verfehlten nationalen Kulturförderung Handelschranken errichtet und die Zuschauer um die Filme gebracht werden, die sie sehen wollen (Schreiben von MPAA-CEO Christopher Todd an das US Handelsministerium vom 12/10/2012). Die MPAA stört sich insbesondere an französischen Fernsehquoten (40% der Filme eines Programms müssen französischen Ursprungs sein und weitere 20% europäischen Ursprungs), an den Zeitfenstern für die Online-Vermarktung (nach französischer Praxis soll ein Film erst 36 Monate, nachdem er im Kino gezeigt wurde, per VOD angeboten werden) sowie an diskriminierenden Steuern und Abgaben, die die CNC erhebt, und dem Verbot der Werbung für Filme im Fernsehen. Kurz vor Beginn der Filmfestspiele legte MPAA Vizepräsident Greg Frazier mit einem Kommentar zu dem beabsichtigten Freihandelsabkommen EU-USA Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP) nach: er lobte die US-Regierung dafür, dass sie von der Liberalisierung des internationalen Handels keine generellen Ausnahmen zulasse. Aber er erkannte die Bedeutung der kulturellen Vielfalt an und machte klar, dass seine Organisation nicht die Filmförderungsmaßnahmen der EU oder einzelner Mitgliedsstaaten in Frage stelle. Filme sollten jedoch auch im digitalen Format unbehindert von Handelschranken und diskriminationsfrei an die Verbraucher gelangen. Viele Filmkünstler, unter ihnen Michael Haneke, David Lynch und





Pedro Almodovar, hatten eine Petition europäischer Filmschaffender unterzeichnet: »Die kulturelle Ausnahme ist nicht-negotiabel«. Diese Position wird von den Amerikanern akzeptiert, und das machte auch Steven Spielberg während der Schlussveranstaltung der Festspiele deutlich.

Golfstaaten-Förderung

Neben Gelegenheit zu solchen Aufregungen bietet Cannes einen guten Rahmen für Länder und Regionen, ihre Produktionsstätten zu präsentieren und ihre Filmindustrie für Kooperationen anzubieten. Besonderen Interesses können sich die Golfstaaten sicher sein, deren Filmförderungssysteme mit bedeutenden finanziellen Mitteln ausgestattet sind. Länder wie die Vereinigten Arabischen Emirate oder Qatar, die allenfalls einige Dutzend Kinos haben, nutzen das internationale Forum der Filmfestspiele von Cannes für die Bekanntgabe neuer Preise und Fördermechanismen. So gab das Doha Film Institute eine Erweiterung seines Förderungsprogramms bekannt, das nun Filmschaffenden aus der ganzen Welt offen steht. Die Voraussetzungen für Förderungen unterscheiden nach Ländergruppen: Naher Osten mit Nordafrika, Entwicklungsländer und Rest der Welt. Filme der letzteren Gruppe bedürfen einer Einladung, um sich für eine Förderung zu qualifi-

zieren. Das neue Programm richtet sich nur an Erst- oder Zweitfilme von Regisseuren. Abdulaziz Al-Khater, CEO des Doha Film Institutes erklärte: »Die Erweiterung des Förderungsprogramms ist Ausdruck unseres Wunsches, ein neues Zentrum für begabte Filmschaffende anzubieten, und zwar unabhängig von ihrer Herkunft, und eine Kollektion aufzubauen, die wir »globale Filme« nennen. Diese Maßnahmen sollen Qatar in eine weltweite Drehscheibe für die Filmproduktion verwandeln.«

Sanad, der Film Fond des Abu Dhabi Film Festivals, verkündete in Cannes, dass 16 Filmprojekte Förderung erhalten werden, die aus 112 Bewerbungen hervorgingen. Einer der Regisseure, der im vergangenen Jahr einen Preis erhielt, Hiner Saleem, ein kurdischer Iraker, nahm in diesem Jahr mit seiner französisch-deutschen Koproduktion (deutscher Partner: Rohfilm GmbH, die mit der indisch-französisch-deutschen Koproduktion »The Lunchbox« einen weiteren Film in der Reihe »Semaine de la Critique« hatten) »My Sweet Pepperland« im Programm »Un Certain Regard« teil. Seit 2010 schüttet Sanad jährlich 500 000 USD an Fördergeldern mit dem Ziel aus, die Qualität arabischer Produkte zu verbessern.

In der Reihe »Semaine de la Critique« gewann Daria Belova für ihren 30-Minuten-Kurzfilm »Komm und Spiel« den Grand Prix Canal+. Produktionen mit deutscher Beteiligung im Wettbewerb um die Goldene Pal-

me waren »Heli« von Amat Escalante (der den Preis für die beste Regie gewann), »Michael Kohlhaas« von Arnaud des Pallières und »Only Lovers Left Alive« von Jim Jarmusch. In der Reihe »Un Certain Regard« zeigte Katrin Gebbe ihren Film »Tore tanzt«. Grundsätzlich also ein positives Bild für den deutschen Film, was auch Kulturstaatsminister Bernd Neumann nicht müde wird zu wiederholen, als er bei dem Deutschen Empfang von GermanFilms betonte, dass er bereits im achten Jahr als Minister an die Croisette komme.

Saturierung auf dem 3D-Markt? Umsätze wachsen weniger stark als in den vergangenen Jahren und der demographische Wandel scheint zu suggerieren, dass die besten Zeiten für 3D vorbei sein könnten. Noch wuchs die Zahl digitaler Leinwände weltweit um 27% von 2011 auf 2012, aber im Vergleich zum Vorjahr ist die Zuwachsrate um die Hälfte zurückgegangen. In Deutschland zählte man 1747 digitale Leinwände im vergangenen Jahr. Das waren nahezu 60% aller Kinoleinwände. Der Umsatz der digitalen Leinwände betrug jedoch nur etwa 27% des Jahresergebnisses der eingespielten Umsätze an den Kinokassen. Eine Tendenz scheint sich aus Japan abzuzeichnen, das eine der ältesten Bevölkerungen auf dem Globus hat und wo auch das Durchschnittsalter der Kinozuschauer steigt: weniger Sex, aber mehr Tod, meint Taka Hayakawa von Fuji TV. ■ PP