

Am Tropf des Fernsehens

Der deutsche Film hatte 2010 ein schwaches Jahr: 21 Millionen Kinobesucher gegenüber fast 40 Millionen im besonders guten Vorjahr 2009. Dass deutsche Filmemacher dennoch optimistisch in die Zukunft schauen können, verdanken sie – erstens – einem gut ausgebauten System kulturwirtschaftlicher Filmförderung.

Daraus flossen im Jahre 2010 317 Millionen Euro in die Produktion und Vermarktung von deutschen Kinofilmen und Coproduktionen. Umgerechnet wurde jede Kinokarte für einen deutschen Film mit 15 Euro subventioniert.

Neben dem Bund, den Fernsehsendern und der Videowirtschaft tragen dazu auch die Länder bei; so vergab die Filmstiftung Nordrhein-Westfalen fast 40 Millionen Euro an Fördermitteln. Die Länder machen es zur Bedingung, dass mehr als der jeweilige Förderbetrag für Produktionskosten im eigenen Bundesland verwendet wird (in NRW das 1,5-fache); damit ist

Filmförderung zugleich regionale Strukturpolitik.

Auch die Kinobesucher zahlen in den Fördertopf ein, gleich ob sie ausländische oder deutsche Filme sehen: 1,8 bis 3 Prozent des Preises jeder Kinokarte werden an die „Filmförderungsanstalt“ (FFA) zu

FORUM MEDIEN

Werner Schwaderlapp über die
Abhängigkeit des Films



diesem Zwecke abgeführt. Ausländische Filme fördern also indirekt die deutsche Produktion.

Der deutsche Kinofilm verdankt – zweitens – seine wirtschaftlichen Möglichkeiten dem Fernsehen. Die (meisten) Sender tragen finanziell zum Fördersystem bei.

Außerdem wird ein Film praktisch nur dann gedreht, wenn ein TV-Sender zuvor die Fernsehrechte für einen erheblichen Betrag erworben hat. Manche Filmemacher hören oder sagen das nicht so gern, weil ihnen immer noch Fernsehen als das niedere Medium und Kino als die wahre Kunst gilt.

189 deutsche Filme kamen im vergangenen Jahr neu in die Kinos, von denen viele nicht lange liefen. Manche Absolventen von Filmhochschulen – wie die an der Internationalen Filmschule in Köln ausgebildeten Autoren, Regisseure und Produzenten – können nach ihrem Abschlussfilm eine zweite Chance bekommen. Zahlreiche Produktionsfirmen sind am Markt; denn das Fördersystem verlangt kaum Eigenkapital. Die Abhängigkeit von Förderung und Fernsehen ist der Preis dieser Vielfalt.

Werner Schwaderlapp ist Professor für Medienmanagement an der Hochschule Fresenius in Köln.