

Thorsten Hennig-Thurau / Victor Henning (Hg.)
Guru Talk – Die deutsche Filmindustrie im 21. Jahrhundert

Thorsten Hennig-Thurau / Victor Henning (Hg.)

Guru Talk

Die deutsche Filmindustrie im 21. Jahrhundert

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Die deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet unter <http://dnd.ddb.de> abrufbar.

Schüren Verlag GmbH

Universitätsstr. 55 · D-35037 Marburg

www.schueren-verlag.de

© Schüren Verlag 2009

Alle Rechte vorbehalten

Gestaltung: Erik Schüßler

Gestaltung Umschlag: Wolfgang Diemer, Köln

Druck: Gruner Druck, Erlangen

Printed in Germany

ISBN 978-3-89472-678-2

INHALT

Vorwort der Herausgeber	9
KAPITEL 1	
<i>Thorsten Hennig-Thurau</i>	
Die deutsche Filmindustrie im 21. Jahrhundert	
Ökonomische Betrachtungen aus wissenschaftlicher Sicht	12
1. Ausgangsüberlegungen	12
2. Übergreifende Herausforderungen für die deutsche Filmindustrie	13
3. Herausforderungen für Produzenten und Verleiher	16
4. Herausforderungen für Kinobetreiber	18
5. Herausforderungen für Förderer	21
6. Professionalisierung und Akademisierung als integrative Meta-Strategie	22
KAPITEL 2	
<i>Andreas Bareiss</i>	
Kinofilm in Deutschland zu machen ist Wahnsinn	23
1. Standortbestimmung: Einige grundsätzliche und ganz subjektive Überlegungen zum Beruf des Filmproduzenten	23
2. Filmemachen aus Produzentenperspektive	26
3. Ein Ausblick: Was sich ändern wird in der deutschen Filmindustrie im 21. Jahrhundert – und was sich ändern muss	32
«Wir Filmleute wissen doch viel mehr, als wir zugeben wollen»	
Andreas Bareiss im Gespräch	37
KAPITEL 3	
<i>Stefan Arndt</i>	
Marken aus der Manufaktur: Filme für das 21. Jahrhundert	47
1. Alles auf X! Zur Geschichte von <i>X Filme</i>	47
2. Das Selbstverständnis	48
3. Stoffauswahl: Wo kommen <i>X Filme</i> her?	48
4. <i>X Filme</i> im Kino: Marken, Marketing und Marktforschung	49
5. <i>X Filme</i> goes home: Zur Verwertung von Filmen auf DVD	50
6. <i>X Filme</i> meets Hollywood	52
7. Eine Fallstudie: MEIN FÜHRER	55
8. Mehr als X: Der deutsche Film heute und morgen	56
«Wahrscheinlich habe ich eine Formel, aber kann sie nicht erkennen»	
Stefan Arndt im Gespräch	58

KAPITEL 4

Dietmar Güntsche

Ein wildes Leben: Erfahrungen und Einsichten eines deutschen Filmproduzenten

	64
1. Einige Worte zur Einordnung	64
2. Alles auf Anfang	64
3. Eine Frage des Geldes	66
4. Kreative Entscheidungen	69
5. Wie vermarktet man ein wildes Leben?	71
6. Der Start: Wenn zehn Jahre zu einem Wochenende schrumpfen	73
7. DAS WILDE LEBEN goes international: Weltvertrieb, Festivals und deutsche Stars	75
«Da ist ein behutsamer Vermittlungsprozess nötig»	
Dietmar Güntsche im Gespräch	77

KAPITEL 5

Florian Henckel von Donnersmarck

«Die kreative Freiheit des Regisseurs ist heilig»

Florian Henckel von Donnersmarck im Gespräch	82
--	----

KAPITEL 6

Mennan Yapo

«Pick your battles»: Erfahrungen eines deutschen Hollywood-Regisseurs

	90
1. Berufe: Disc Jockey und Marketingassistent	90
2. Berufung: Filmemacher	91
3. Gehversuche: Meeting Dieter Kosslick	92
4. Theorie und Praxis: Filmvermarktung bei Prokino und der Kurzfilm FRAMED	92
5. Großes Kino, erster Teil: LAUTLOS	94
6. Großes Kino, zweiter Teil: PREMONITION	96
7. Ein kurzes Zwischenfazit	103
«Das Positive im Blick zu behalten ist die viel bessere Lebenseinstellung»	
Mennan Yapo im Gespräch	104

KAPITEL 7

Michael Kölmel

Portfoliomanagement von Kettensägen und Sommermärchen

	109
1. Am Anfang war... die Mathematik	109
2. «Big Bucks» und stürmische Zeiten	110
3. Rechtekauf und –verwertung als Geschäftsmodell	112
4. Auf der Suche nach der Erfolgsformel	113
5. Von Macht und Ohnmacht der Filmwerbung	114
6. Wer bekommt was: Aufteilung der Einnahmen...	115
7. Filmauswahl und Rechtebewertung: der Portfolioansatz	118

8. Herausforderungen: Von Raubkopier-Industrie und systematischem Unter-Wert-Verkaufen	122
«Das Kino der Zukunft muss ein ›Spezialitäten-Kino‹ sein»	
Michael Kölmel und Bertil le Claire im Gespräch	124
KAPITEL 8	
<i>Andreas Kramer</i>	
Qualität ist das beste Anreizsystem	128
1. Seiteneinsteiger im Filmgeschäft	128
2. Plädoyer für den Schutzraum des Kinos	129
3. Von den Chancen und Risiken der Digitalisierung des Kinos	132
4. Auf der Suche nach dem «Kino-Look»	135
5. Neue alte Zielgruppen für das Kino: Was wir ändern müssen	136
6. Mut haben!	137
«Es fehlt ein Studiengang, der die filmökonomischen Teilbereiche bündelt»	
Andreas Kramer im Gespräch	139
KAPITEL 9	
<i>Markus Grab</i>	
Aus Liebe zum Kino: Was wir tun müssen, damit der Besucher glücklich ist	144
1. Eine kurze historische Einordnung	144
2. «What goes up must come down – and vice versa»	145
3. Was wir besser machen müssen	147
4. Aussichten: Ein optimistischer Blick voraus	153
«Wollen wir eine Gesellschaft von Stubenhockern?»	
Markus Grab im Gespräch	156
KAPITEL 10	
<i>Bernhard Stampfer</i>	
Filmfinanzierung zwischen Deutschland und Hollywood	162
1. Von Anekdoten und fundierten Fakten	162
2. Wege zum Film	163
3. Wie man in Deutschland einen Kinofilm finanziert	169
4. Zusammenarbeit mit den Studios: Finanzierung von Hollywood-Filmen	173
«Jede Geschäftsidee birgt ihre Risiken»	
Bernhard Stampfer im Gespräch	175
KAPITEL 11	
<i>Peter Körte</i>	
Träume eines Geistersehers	180
1. Der Kritiker als wenig geachteter Exot	180
2. Von der Artenvielfalt im Kino und der Suche nach der «heiligen» Formel	182

Inhalt

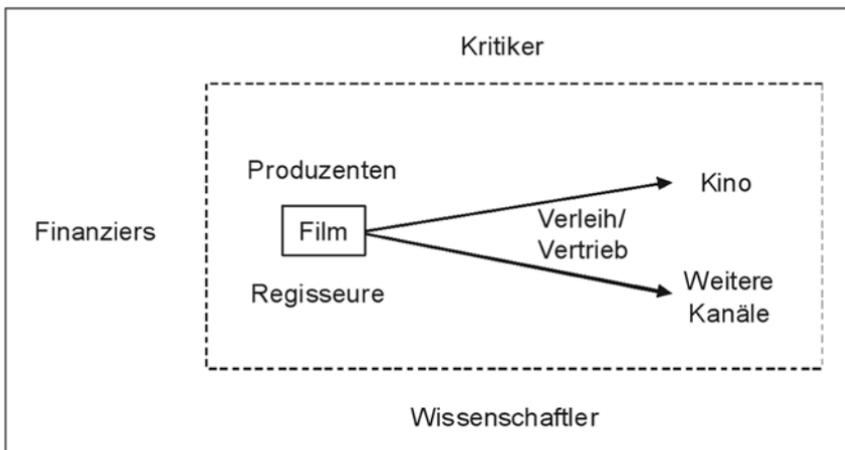
3. Filmerfolg als Rechenaufgabe	185
4. Die Sehnsucht nach Berechenbarkeit	189
5. Ein Blick voraus	191
«Filmkritik ist, wenn man von der Brücke in den Fluss spuckt»	
Peter Körte im Gespräch	192
Guru Talk-Vortragstermine	198
Register	
Film- und TV-Titel	199
Stichworte, Personen und Unternehmen	202

VORWORT DER HERAUSGEBER

Die filmkünstlerische Hochschulausbildung in Deutschland hat sich in den vergangenen Jahrzehnten bemerkenswert entwickelt und zählt heute gewiss zu den besten der Welt. Für die filmökonomische Ausbildung an deutschen Hochschulen kann man Vergleichbares leider nicht behaupten – in den betriebs- und volkswirtschaftlichen Studiengängen spielt Medienökonomie im Allgemeinen und Filmökonomie im Speziellen eine Nebenrolle, und auch das nur im besten Falle.

Vor einigen Jahren sind wir in Weimar angetreten, diesem höchst unerfreulichen Zustand etwas entgegenzustellen. Die Fakultät Medien an der Bauhaus-Universität hat uns den Rahmen gegeben für eine seriöse wissenschaftliche Forschung zu den ökonomischen Rahmenbedingungen und den Entscheidungen der Filmwirtschaft. Diese Forschungsarbeit hat in der universitären Lehre ihr Äquivalent gefunden in einer Vortrags- und Diskussionsreihe, die wir «Guru Talk» betitelt haben – etwas «tongue-in-cheek» und ein bisschen anmaßend vielleicht, aber durchaus auch ernst gemeint. Guru, so steht es auf unseren Plakaten, heißt schließlich auch «teacher and especially intellectual guide in matters of fundamental concern». Und was könnte eine wichtigere Sache sein als der Film?

Mit reichlich Naivität, Engagement und Charme haben wir die deutsche Filmelite nach Weimar geholt – die Beiträge in diesem Band zeugen davon. Ziel der Reihe war es, neben den durchweg begeisternden Momenten auch etwas Bleibendes zu schaffen, das uns dabei helfen kann, die Rückständigkeit der filmökonomischen Hochschullandschaft zu verringern und den Studierenden ein Buch in die Hand zu geben, das persönliche Erfolgsgeschichten mit grundlegenden filmökonomischen Einsichten verbindet. Jeder Gast hat uns sowohl in Gestalt eines Vortrags Einblicke in seine Arbeit und Sicht auf die Branche ver-



Zur Struktur des Buches



Thorsten Hennig-Thurau & Victor Henning: «Verständnis von der Denkweise der deutschen Filmindustrie vermitteln»

schaft als auch uns in einem Gespräch im «kleinen Kreis» Rede und Antwort gestanden – zusammen gibt beides ein rundes Bild von den Chancen, aber auch den Herausforderungen, denen die deutsche Filmindustrie gegenwärtig gegenüber steht.

Von zentraler Bedeutung war es für uns dabei, dem Leser einen ganzheitlichen Eindruck der Filmbranche zu vermitteln. Wir haben uns

dabei an der in der Abbildung auf Seite 9 gezeigten Struktur orientiert und die Beiträge entsprechend angeordnet.

Nach einem Einleitungskapitel, das unsere eigene wissenschaftliche Sicht auf die deutsche Filmwirtschaft darlegt und entsprechende Handlungspotenziale aufzeigt, lassen wir zunächst einmal diejenigen zu Wort kommen, die für die Entstehung des Films im Kern verantwortlich sind: die (kreativen) Produzenten Andreas Bareiss, Stefan Arndt und Dietmar Güntsche und die Regisseure Florian Henckel von Donnersmarck und Mennan Yapo. Dann schlagen wir die Brücke zu Denjenigen, die dafür sorgen, dass wir Filme auf der großen und der inzwischen längst nicht mehr so kleinen Leinwand sehen: Filmverleiher Michael Kölmel, der oberste deutsche Kinovertreter Andreas Kramer und Kinoin Insider und -gewissen Markus Grab alias «Mark G.». Das Bild wird abgerundet von jenen Partnern, die für einen Filmstart unabdingbar sind und zentrale ergänzende Rollen übernehmen: Bernhard Stampfer als Filmfinanzier und FAS-Kritiker Peter Körte. Natürlich sind viele der hier Genannten auch auf andere Weise als der hier geschilderten aktiv, aber die genannten Rollen bilden das Zentrum ihrer jeweiligen Tätigkeiten.

Die Vorträge, Gespräche und Diskussionen haben in den Jahren 2006 und 2007 stattgefunden; alle Beiträge sind danach noch einmal von den Autoren aktualisiert worden, wo eine solche Aktualisierung zu einem besseren Verständnis beigetragen hat. Ansonsten aber haben wir versucht, editoriale Eingriffe auf ein Minimum zu beschränken und den ausgeprägten Persönlichkeiten, mit denen wir es hier zu tun haben, angemessen Platz zu lassen. Großer Dank gebührt zahlreichen Personen, die im Hintergrund gewirkt und ohne deren Unterstützung und Mitarbeit dieses Buch nicht möglich gewesen wäre. Wir danken zunächst Alexander Hüller, der die transkribierten Beiträge aufbereitet hat und Claudia Thurau, die die Beiträge mit großer Sorgfalt redigiert und zudem die äußerst mühsame und zeitraubende Einarbeitung der Änderungen übernommen hat. Die Bauhaus-Universität hat das Equipment und die Räumlichkeiten bereitgestellt, und die kleine, aber so feine Stadt Weimar hat sich selbst stets im besten Lichte präsentiert (für manchen der

Referenten vielleicht nicht der unwichtigste Grund für die Zusage). Die Kollegen der Fakultät Medien und des Bauhaus Film-Instituts haben eine Kultur geschaffen, die man nicht genug loben kann und die uns stets Ansporn war. Ursula Schmitt, die Fakultäts-Geschäftsführerin, hat auf immer wieder wundersame Weise Hindernisse aus dem Weg geschafft und Guru Talk erst möglich gemacht, dafür können wir ihr nicht genug danken. Unser Dank gilt dem Team des Schüren-Verlags und speziell Annette Schüren und Erik Schüßler, die uns mit großem Engagement und ebenso großer Geduld bei der Manuskripterstellung unterstützt haben. Und schließlich danken wir auch den vielen «Gate-Keepern», die auf Referentenseite unsere Kontaktaufnahme aktiv und freundlich unterstützt haben.

Wir würden uns freuen, wenn das Buch nicht nur dem einen oder anderen Leser einen Eindruck von der Begeisterung der Autoren (und der Herausgeber!) für das wundervolle Betätigungsfeld Film geben würde, sondern darüber hinaus auch einen Beitrag dazu leisten könnte, zukünftigen Studierenden der Betriebswirtschaftslehre und/oder Medien- und Filmökonomie ein Verständnis von der Denkweise, aber auch den Aufgaben und Herausforderungen der deutschen Filmindustrie zu vermitteln. Auf diesem Wege wäre ein wichtiger Schritt geleistet hin zu einer auch ökonomischen Professionalisierung der Branche, wie sie von uns, aber auch von zahlreichen Branchenvertretern nicht nur in diesem Buch gefordert wird.

Weimar & London, im Februar 2009
Thorsten Hennig-Thurau & Victor Henning