

Arbeitsblatt 1:**Ein Film auf dem Weg ins Kino**

Wer einen Spielfilm produzieren will, benötigt viel Geld. In Deutschland gibt es neben den bekannten, weltweit agierenden Filmproduktionsgesellschaften, die vor allem in den USA ihren Hauptsitz haben (z.B. Paramount, Sony Pictures Releasing, Time Warner, Twentieth Century Fox, Universal, Walt Disney Company,) auch eine große Zahl mittlerer und kleinerer Unternehmen. Jede Firma, ganz gleich ob groß oder klein, muss das Geld für ihre Produktion aufgebracht haben, bevor mit dem Dreh des Films begonnen werden kann. Üblicherweise setzt sich die Finanzierung eines deutschen Spiel-, Dokumentar- oder Animationsfilms aus verschiedenen Teilen zusammen:

- Eigenmittel
- Kredite, die durch erwartete Einnahmen aus der späteren Verwertung abgesichert werden (z.B. Kinoauswertung, DVD/Blu-Ray-Vertrieb (Kauf und Verleih), Pay-TV, Video-on-Demand)
- Darlehen von Förderinstitutionen wie der Filmförderungsanstalt oder regionalen Förder-Institutionen (in Deutschland und Europa)
- Vorab-Einnahmen aus dem Verkauf der Auswertungsrechte des Films an einen nationalen und ggf. Internationalen Verleih (die sogenannte „Verleih- oder Minimumgarantie“), der den fertigen Film später für einen bestimmten Zeitraum in die Kinos bringt.
- Vorab-Einnahmen aus dem Verkauf von Verwertungsrechten an Streamingdienste (z.B. Amazon, Netflix, Sky u.a.), die den Film in einem oder mehreren Ländern auf Streamingplattformen zeigen.
- Beteiligungen von Fernsehanstalten, die den Film dann später in ihrem Programm senden

Den Film bekannt zu machen (also das Marketing) und ihn in die Kinos zu bringen, ist Aufgabe des Filmverleihs (die Bezeichnung leitet sich daraus ab, dass die digitalen Filmkopien gegen Gebühr an die Kinos verliehen werden). Einige (meist große) Filmproduktionsgesellschaften haben als Tochterfirmen Filmverleihgesellschaften und oft sogar Kinoketten und DVD-Vertriebe. Kleinere Produktionen arbeiten mit anderen Firmen zusammen, auf deren Erfahrung sie vertrauen.

In der Interviewsequenz „**Film und Marketing**“ berichten zwei Filmmanager über ihre Tätigkeit.



Martin Bachmann,
Geschäftsführer Sony Pictures Releasing

© Bodo Pasternak



Martin Moszkowicz,
Vorstandsvorsitzender der Constantin Film AG

© Bodo Pasternak

Unterstrichene Begriffe finden sich im [> Glossar](#) auf www.wer-hat-urheberrecht.de.

Arbeitsblatt 1:***Ein Film auf dem Weg ins Kino*****Aufgaben**

Sehen Sie sich die Interviewsequenz „**Film und Marketing**“ an und beantworten Sie folgende Fragen:

Mit welchen Mitteln macht ein Filmverleih auf seinen Film aufmerksam?

Wie gelingt es, die richtige Zielgruppe für einen Film zu finden?

Was ist das Besondere an einem Film, verglichen mit einem alltäglichen Produkt wie etwa einem Smartphone?

Welche Schwierigkeiten können den Erfolg eines Films behindern?
