

Berlin *aktuell*

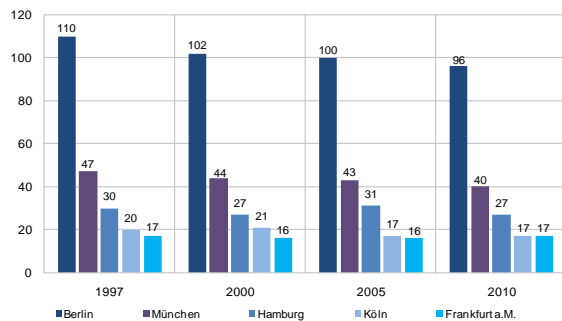
Film- und Kinohauptstadt Berlin

Februar 2011

Film- und Kinohauptstadt Berlin

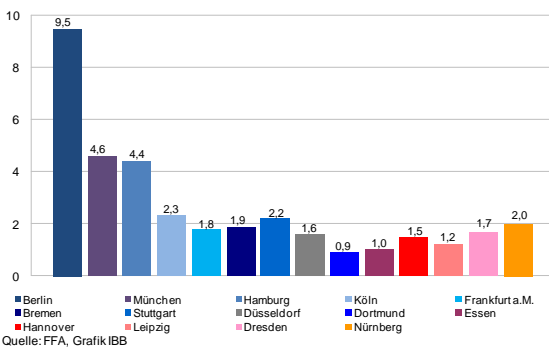
Berlin ist deutsche Kinohauptstadt: An der Spree gibt es mit 96 Spielstätten und 274 Kinosälen – davon etwa 50 Kinosäle mit Programmkino – im Vergleich der fünf größten deutschen Städte nicht nur die meisten Kinos, sondern auch die meisten Kinobesucher – im Jahr 2010 insgesamt 9,52 Mio. Das sind mehr als doppelt so viele Kinobesucher wie in den anderen deutschen Kinohochburgen München und Hamburg (4,58 bzw. 4,38 Mio.) und fast viermal so viele wie in Köln (2,31 Mio.).

Kinos im Städtevergleich
Spielstätten



Quelle: FFA, Grafik IBB

Kinobesucher - Städte mit über 500.000 Einwohnern
2010, in Mio.



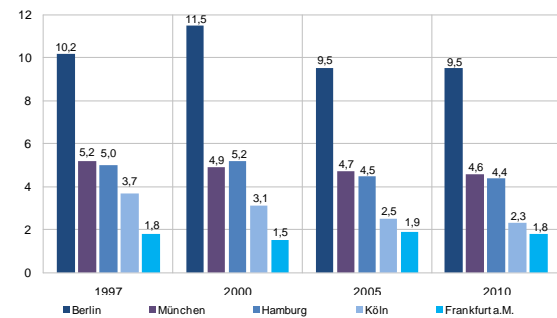
Quelle: FFA, Grafik IBB

Berliner Kinos profitieren vom Touristenboom

Unter den fünf größten deutschen Städten ist Berlin aber auch die Stadt, die nach einer enormen Steigerungsrate (+12,4%) im Zeitraum 1997 bis 2000 anschließend große Besucherrückgänge (2001 bis 2006: -17,4%) hinnehmen musste. Erst ab 2007 konnten die Berliner Kinos ihre Besucherzahlen wieder steigern – im Zeitraum 2007 bis 2010 um 4,9%. Im Vergleich der fünf größten deutschen Kinostädte reichte in diesem Zeitraum keine Stadt an das Wachstum Berlins heran. Das beste Ergebnis nach Berlin erzielte Frankfurt am

Main mit einer Steigerung der Besucherzahl um 2,5%.

Kinobesucher im Städtevergleich
Besucher in Mio.



Quelle: FFA, Grafik IBB

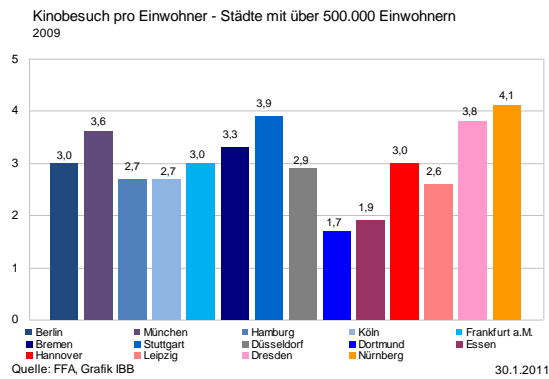
Außerdem haben die Berliner Kinos 2010 gegen den Bundestrend wieder ein leichtes Umsatzwachstum von 0,9% erzielt (bundesweites Ergebnis: -5,7%). Offensichtlich profitieren die Kinos der Hauptstadt von dem Touristenboom der letzten Jahre, ebenso wie viele andere Branchen der Tourismuswirtschaft. Vor allem in den vergangenen fünf Jahren hat der Städtetourismus in Berlin für enorme Zuwachsraten sowohl bei den Gästeankünften als auch bei den Übernachtungen in Berliner Beherbergungsbetrieben gesorgt. Begünstigt wurde diese Entwicklung auch von den besseren Verkehrsangeboten, wie zum Beispiel den guten Möglichkeiten mit Billig-Fluglinien zu reisen. Das zeigt sich in einer starken Zunahme bei den Fluggastzahlen.

Hinzu kommt das starke Berliner Standbein im internationalen Event- und Kongressgeschäft, wozu zum Beispiel die internationalen Berliner Filmfestspiele, die Berlinale, zählen. Die wirtschaftlichen Effekte der Filmfestspiele sind enorm. Sie positionieren Berlin nicht nur als internationale Filmmetropole, sondern sorgen gleichzeitig für wirtschaftliches Wachstum. Denn es werden zusätzliche Umsätze generiert, Arbeitsplätze geschaffen und Einkommen erzielt.

Auch 2010 ging es weiter steil aufwärts im Berlinitourismus. Insgesamt besuchten in den ersten elf Monaten 8,4 Mio. (+10,3%) Menschen die Hauptstadt. Neben dem Hotel- und Gaststättengewerbe profitieren vom Berlinitourismus vor allem der Einzelhandel aber ebenso die öffentlichen und privaten Kultureinrichtungen wie zum Bei-

spiel die Kinobetreiber. Für viele lokale Filmtheater stellt der Tourismus eine wichtige Umsatzgröße dar.

Nürnberg – die Stadt mit den fleißigsten Kinogängern



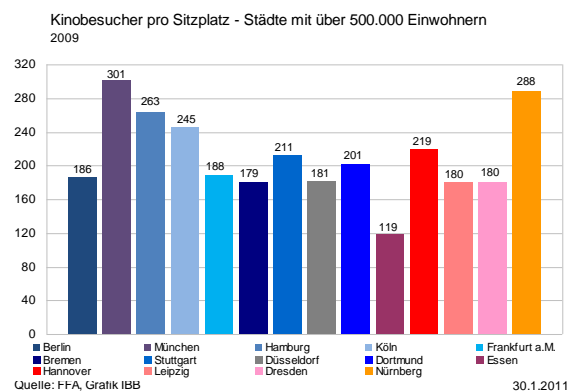
Wird berücksichtigt, dass die untersuchten Städte unterschiedlich groß sind und wird zur besseren Vergleichbarkeit die Zahl der Kinobesuche in Relation zur Einwohnerzahl der entsprechenden Städte gesetzt, zeigt sich ein anderes Bild:

Im Vergleich der 14 Städte mit mehr als 500.000 Einwohnern ist Nürnberg – die kleinste der untersuchten Städte mit 503.638 Einwohnern – die Stadt mit den fleißigsten Kinogängern. Jeder Bürger Nürnbergs geht durchschnittlich 4,1-Mal pro Jahr (2009) ins Kino. Auf den Rängen zwei und drei folgen die Städte Stuttgart (3,9) und Dresden (3,8). Die Kinohauptstadt Berlin rangiert bei dieser größenbereinigten Betrachtungsweise mit drei Kinobesuchen pro Einwohner lediglich im Mittelfeld auf dem sechsten Platz, gemeinsam mit Frankfurt a. M. (3,0) und Hannover (3,0).

Die Stadt mit der geringsten Zahl Kinogängern ist Dortmund. Hier gehen die Einwohner im Schnitt lediglich 1,7-mal pro Jahr ins Kino (Rang 14). Kaum bessere Werte kann die Stadt Essen (1,9) vorweisen (Rang 13). Nach dem industriellen Strukturwandel in diesen ehemaligen starken Wirtschaftsstandorten des Ruhrgebiets musste die Bevölkerung dieser Städte einen erheblichen Kaufkraftverlust hinnehmen. Somit wurde offensichtlich auch am Kinobudget gespart.

München liegt im Vergleich der größten deutschen Städte mit mehr als 500.000 Einwohnern auf dem 4. Rang. Das Münchener Publikum zeigt nach wie vor ein starkes Interesse am Kino: An der Isar ging man im Jahr 2009 durchschnittlich 3,6 Mal ins Kino. Es folgen Hamburg mit 2,7 und Köln mit ebenfalls 2,7 Kinobesuchen pro Einwohner (Rang 10). Allerdings wies Hamburg im gesamten betrachteten Zeitraum knapp vor Berlin die größte Zunahme des Kinointeresses auf.

Auslastung der Kinos in München am größten



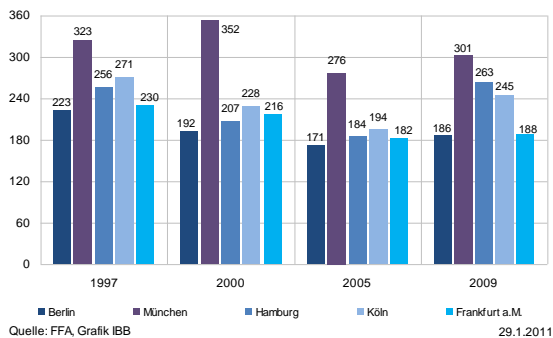
Betrachtet man die Auslastung der Kinos, sozusagen die Rentabilität, so belegt Berlin 2009 im Städtevergleich mit lediglich 186 Besuchern pro Sitzplatz einen Rang im Mittelfeld nach Frankfurt a. M. (188 Besucher pro Sitzplatz) und Köln (245 Besucher pro Sitzplatz). Dagegen konnte die Kinostadt München eine wesentlich bessere Auslastung der Kinoplätze erreichen. Mit 301 Besuchern pro Sitzplatz liegt München im Städtevergleich auch 2009 auf dem ersten Rang, noch vor Nürnberg (288) und Hamburg mit 263 Besuchern pro Sitz.

Die schlechteste Auslastung der Kinos wurde 2009 mit 119 Besuchern pro Sitzplatz in Essen erreicht. Mit diesem Ergebnis liegt Essen im Vergleich der deutschen Städte mit mehr als 500.000 Einwohnern weit abgeschlagen auf dem letzten Rang nach Bremen mit 179 sowie Leipzig und Dresden mit jeweils 180 Kinobesuchern pro Sitzplatz.

Zwar konnte die Auslastung der Kinos in Berlin im Zeitraum 2005 bis 2009 um 8,8%

gesteigert werden, im Vergleich mit den anderen Städten fällt Berlin aber auch hier zurück. Während die Lichtspieltheater in Köln eine Steigerung der Besucherzahl pro Sitzplatz um 26,3% erreichen konnten, gelang den Kinos in Hamburg sogar ein Wachstum der Sitzauslastung um 42,9%. In München stieg die Besucherzahl pro Sitzplatz im entsprechenden Zeitraum um 9,1% auf 301.

Kinobesucher pro Sitzplatz



Berlin – Umsatzsteigerung 2010

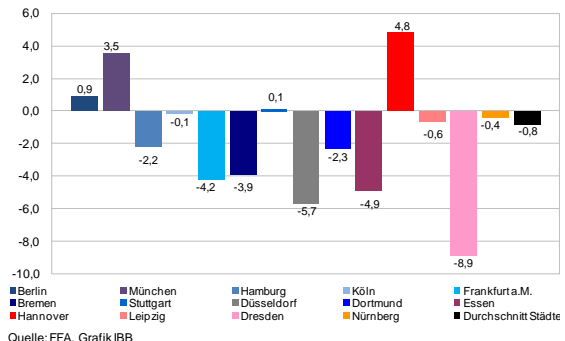
Nach den aktuellen Zahlen der FFA- Filmförderungsanstalt haben die Berliner Kinos gegen den Bundestrend 2010 wieder ein Umsatzwachstum erzielt. Der Gesamtumsatz in den Berliner Kinos stieg im vergangenen Jahr um 0,6 Mio. EUR (+0,9%) auf rund 70,2 Mio. EUR. Mit dieser Umsatzsteigerung belegt die deutsche Hauptstadt im Vergleich der 14 großen deutschen Städte mit mehr als 500.000 Einwohnern den dritten Rang. Nur Hannover (+4,8%) und München (+3,5%) weisen bessere Umsatzergebnisse aus. Im Durchschnitt dieser großen Städte ging der Umsatz um 0,8% zurück (bundesweiter Rückgang: -5,7%). Ungünstiger sehen die Ergebnisse bei den Besucherzahlen aus. Hier musste 2010 auch Berlin einen Rückgang um 6,2% hinnehmen. Bundesweit ging die Zahl der Kinobesucher im vergangenen Jahr sogar um 13,5% zurück. In der Summe der 14 Städte mit mehr als 500.000 Einwohnern wurde immerhin noch ein Rückgang der Besucherzahlen von 8,0% registriert.

Offensichtlich profitieren auch die Kinos der Hauptstadt von dem Touristenboom 2010. Berlin konnte im vergangenen Jahr sowohl bei der Besucherzahl als auch bei

den Übernachtungen zweistellige Wachstumsraten verzeichnen und damit die gute Entwicklung des Vorjahres noch übertreffen. So wurden in den ersten elf Monaten im Beherbergungsgewerbe 8,4 Mio. Gäste in der deutschen Hauptstadt gezählt, das entsprach einer Zunahme um 10,3% gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum. Die gezielte Vermarktung der Hauptstadt als relativ preiswertes Reiseziel funktioniert offenbar gut. Dabei stehen dem Berliner Zuwachs deutliche Rückgänge in vielen anderen deutschen Städten gegenüber. Diese Entwicklung strahlte offenbar auch auf die Kinolandschaft aus.

So mussten die Kinos in Dresden (-8,9%), Düsseldorf (-5,7%) und Essen (-4,9%) 2010 erhebliche Umsatzrückgänge hinnehmen und liegen mit diesen Ergebnissen im Städtevergleich auf den letzten Rängen. Nur geringfügig besser verlief die Umsatzentwicklung in den Städten Dortmund (-2,3%), Hamburg (-2,2%), Nürnberg (-0,4%) und Frankfurt a. M. (-0,1%).

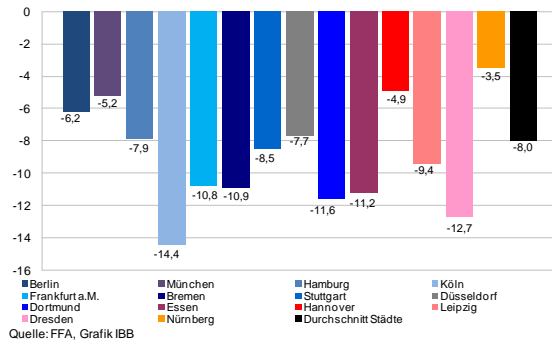
Veränderung Kinoumsatz - Städte mit über 500.000 Einwohnern
2010 ggü. 2009 in %



Im vergangenen Jahr lösten insgesamt 9,5 Mio. Besucher eine Karte an einer Berliner Kinokasse, rund 625.000 (-6,2%) weniger als 2009 (bundesweites Ergebnis: -13,5%; im Städtedurchschnitt: -8,0%). Im Vergleich der Städte mit mehr als 500.000 Einwohnern liegt Berlin mit diesem Ergebnis auf dem vierten Rang, nach München mit einem Rückgang der Besucherzahl im entsprechenden Zeitraum um 5,2%. Dagegen mussten die Städte Köln (-14,4%), Frankfurt a. M. (-10,8%), Dortmund (-11,6%), Essen (-11,2%) und Dresden (-12,7%) sogar zweistellige Rückgänge der Besucherzahlen hinnehmen. Bemerkenswert ist, dass unter dem Strich in allen untersuchten Städten die Kinos ihren Um-

satz steigern konnten, die nur geringe Rückgänge der Besucherzahlen zu verzeichnen hatten.

Veränderung der Kinobesucherzahl - Städte mit über 500.000 Einwohnern
2010 ggü. 2009 in %



An der Spitze der meistgesehenen Filme im vergangenen Jahr stehen „Avatar“ (8 Mio. Zuschauer), „Harry Potter 7.1“ (4,9 Mio. Zuschauer), „Eclipse“ und „Inception“ (3,4 und 3,3 Mio. Zuschauer). Unter den heimischen Produktionen liegen die Überraschungserfolge „Friendship!“ (1,5 Mio. Zuschauer), „Die Konferenz der Tiere“ (1,4 Mio. Zuschauer) und „Resident Evil: Afterlife“ (1,1 Mio. Zuschauer) im vorderen Bereich der meistgesehenen Filme, im Vergleich mit internationalen Produktionen jedoch nicht unter den ersten 10 Plätzen.

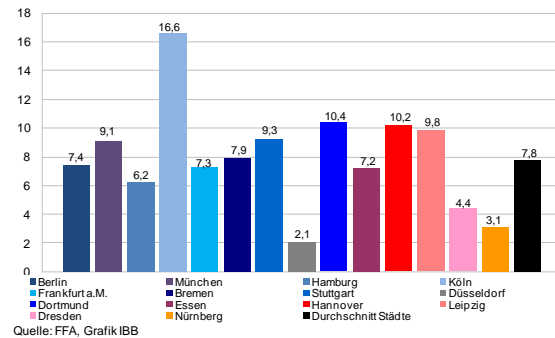
Berlin – preisgünstige Stadt für Kinogänger

Im vergangenen Jahr – Juli 2009 bis Juni 2010 – liefen insgesamt 14 Filme im 3D-Format an. Da für 3D-Vorstellungen erhöhte Eintrittspreise gezahlt werden, ist der Durchschnittspreis für einen Kinobesuch im vergangenen Jahr in Berlin deutlich gestiegen und lag mit 7,37 EUR um 7,4% über dem Vorjahreswert von 6,86 EUR. Damit hat das Interesse an 3D-Filmen in Berlin entscheidend zu dem guten Umsatzergebnis beigetragen. Im Vergleich der 14 größten deutschen Städte liegt Berlin mit dieser Steigerungsrate lediglich auf dem 7. Platz. Spitzenreiter mit einer Erhöhung der Eintrittspreise um 16,6% ist Köln, nach Dortmund (+10,4%) und Hannover (+10,2%). Hier fällt auf, dass die Städte mit der stärksten Erhöhung der Eintrittspreise auch den stärksten Rückgang der Besucherzahlen zu verzeichnen hatten. Im Durchschnitt der großen Städte stieg der

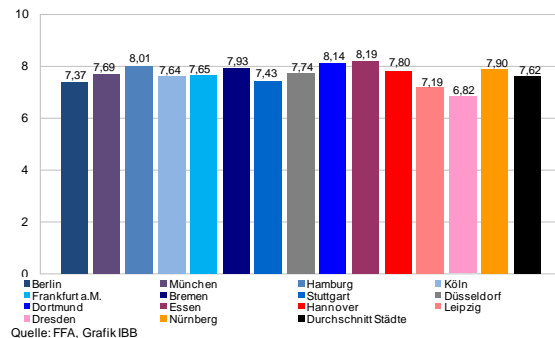
Preis für eine Kinokarte um 7,8% (bundesweite Steigerung: +9,0%).

Nach wie vor ist Berlin aber eine sehr preisgünstige Stadt für Kinogänger. Mit einem Ticketpreis von durchschnittlich 7,37 EUR liegen die Eintrittspreise in Berlin im Vergleich der 14 Städte mit mehr als 500.000 Einwohnern auf einem sehr niedrigen Niveau. Nur in Dresden (6,82 EUR) und Leipzig (7,19 EUR) ist es noch günstiger ins Kino zu gehen.

Erhöhung der Eintrittspreise - Städte mit über 500.000 Einwohnern
2010 ggü. 2009 in %



Kino Eintrittspreise - Städte mit über 500.000 Einwohnern
2010 in EUR



Berlin – größte Programmkinodichte

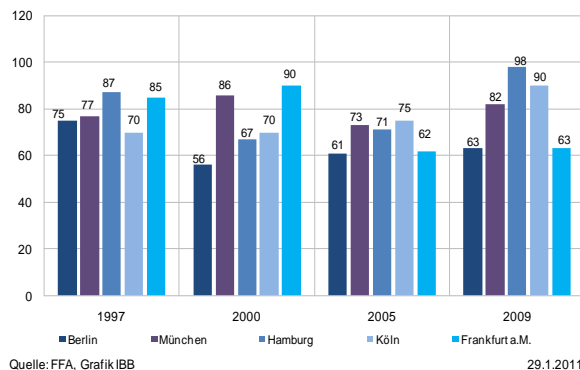
Nach einer Studie der FFA- Filmförderungsanstalt gibt es in Berlin 51 Kinosäle mit Programmkinos. Damit verfügt die Hauptstadt über die größte Programmkinodichte (2009), gefolgt vom Saarland und Sachsen. Die geringste Programmkinodichte fand sich in Sachsen-Anhalt. Nach wie vor ist das Programmkino eine Domäne der Großstadt. Knapp ein Drittel der Spielstätten mit Programmkinos befanden sich in Städten mit über 500.000 Einwohnern. Dennoch war auch das ländliche Filmkunstangebot ein wichtiger Bestandteil der Programmkinolandschaft. Etwa 33% der Programmkinos können Ortschaften bis 50.000 Einwohner zuge-

ordnet werden. Für die Eingruppierung als Programmkino ist maßgebend, dass der Kinobetreiber einen inhaltlichen Programmanspruch verfolgt und aus diesem Grunde seinen Kinosaal selber als Studio-/Programmkino/Filmkunstbühne einstuft. Seit einigen Jahren findet Programmkino nicht mehr nur in reinen Filmkunsttheatern statt, sondern wird zunehmend auch in einzelnen Kinosälen innerhalb von Kinocentern angeboten.

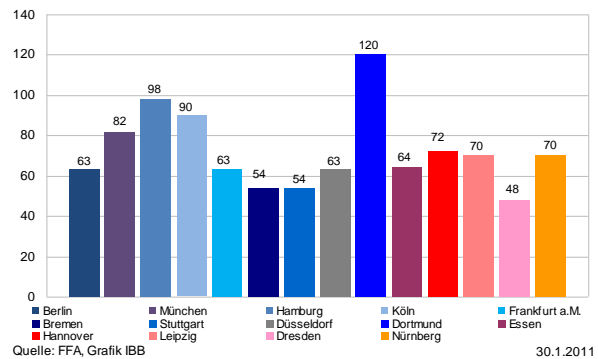
Rückläufige Kinoauslastung

Der rasante Anstieg von Kinoneubauten in Berlin nach dem Mauerfall – vor allem von Multiplexen, von denen in der Hauptstadt derzeit 13 in Betrieb sind – bei gleichzeitigem Bevölkerungsrückgang verschlechterte die Relation zwischen Kinossesseln und deren potenziellen Besuchern erheblich. Kamen 1995 rechnerisch auf einen Kinositz noch 97 Berliner, so waren es 2000 nur noch 56 und 2009 noch 63. In Hamburg dagegen verlief die Entwicklung günstiger: Teilten sich dort 1995 erst 91 Einwohner einen Kinoplatz, waren es 2009 bereits 98. Köln, 1997 auf dem Niveau der Stadt Halle (72 Einwohner pro Sitzplatz), konnte sich 2009 auf einen Wert von 90 steigern. Dagegen konnte München die Relation zwar von 70 in 1995 auf 86 im Jahr 2000 kontinuierlich verbessern, musste aber bis 2009 wieder einen Rückgang auf 82 Einwohner pro Sitzplatz hinnehmen.

Einwohner pro Sitzplatz



Einwohner pro Sitzplatz - Städte mit über 500.000 Einwohnern 2009



Kinosterben in Berlin

Einhergehend mit abnehmenden Zahlen potenzieller Kinobesucher verschlechterte sich auch die reale Sitzplatzauslastung der Berliner Kinos. Konnte ein Kinositz 1995 noch 254 Mal verkauft werden, so wurden 2004 lediglich 196 Kinokarten pro Platz ausgegeben und 2009 nur noch 186 (zum Vergleich: München 301, Köln 245 und Hamburg 263). Dabei liegt die Auslastung der herkömmlichen Kinos unter der von Multiplexen. Denn Besucherzuwächse konnten seit 1997, als die ersten Multiplexkinos in Berlin eröffnet wurden, nur noch diese realisieren.

Dass mit dieser Auslastung nicht alle Berliner Kinos langfristig überleben können, beweisen die vielen Kinoschließungen in den vergangenen Jahren – insbesondere von alten Traditionskinos im Westteil Berlins. So mussten am Kurfürstendamm und in seinen Nebenstraßen allein im Zeitraum 1998 bis 2004 insgesamt 14 Lichtspielhäuser schließen: 1998 am Kurfürstendamm 12 die Kinos „Gloria“ und „Gloriette“, 1999 das „Kuli“ im Kudamm-Karree, 2000 die „Filmbühne Wien“ am Kurfürstendamm 26 sowie das „Filmkunststudio“ in der Schlüterstraße 17, im Jahr 2001 am Kurfürstendamm 226 das „Marmorhaus“, das „Olympia“ am Zoo, zwei Kinos im Kudamm-Eck und die „Lupe 1“ am Kurfürstendamm 202, im Verlauf des Jahres 2002 das „Astor“ an der Ecke Kurfürstendamm/Fasanenstraße sowie das „Europa-Studio“ im Europa-Center, 2003 das „Hollywood“ am Kurfürstendamm 65 und 2004 der „Royal-Palast“ im Europa-Center. Mittlerweile leiden auch die Multiplexkinos unter Besucherrückgängen. So schloss im

Sommer 2005 das erste Multiplexkino Berlins, das ehemalige DDR-Renomierkino „Kosmos“ in der Karl-Marx-Allee 131, seine Pforten. Das „Kosmos“ wurde in den 60er Jahren errichtet und 1996 zu einem Multiplexkino mit zehn Sälen und 3.400 Plätzen umgebaut.

Noch gibt es 96 Kinos in Berlin darunter 51 Kinosäle mit Programmkinos. Doch diese Vielfalt ist weiterhin bedroht, unter anderem auch durch die voranschreitende Digitalisierung. Denn obwohl der erfolgreichste Film aller Zeiten, Avatar, viel Geld in die Kinokassen gespült hat, blieben Kinos ohne digitale Abspieltechnik außen vor.

Bei der Entwicklung hin zum digitalen Kino ist die Hauptstadt führend. So hat nach Angaben von Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH die Initiative CinemaNet Europe bereits seit 2004 die Digitalisierung in Europa entscheidend vorangetrieben. Die drei ebenfalls in Berlin ansässigen Verbände HDF, KINO e.V. und VdF e.V. arbeiten, von der Filmförderungsanstalt FFA unterstützt, an der Umsetzung einer flächendeckenden Digitalisierung. Die FFA finanziert die Fraunhofer Allianz Digital Cinema, die Systemspezifikationen für das digitale Kino in Deutschland erarbeitet, die auch in den Regelwerken zur Digitalisierung in anderen Ländern ihren Niederschlag findet. Das Medienboard fördert in der Region ansässige Video-on-Demand-Plattformen wie moviepilot.de, reality.tv und goodmovies.de. Die Mehrzahl der Kinobetreiber verspricht sich vom digitalen Kino (flexiblere Programmierung, alternative Inhalte) weiter steigende Besucherzahlen in den nächsten Jahren. Die Prognosen der Kinobetreiber gehen dabei vor allem von einer Steigerung des älteren Publikums (über 40 Jahre) aus. Gleichzeitig rechnen die Kinobetreiber künftig mit zusätzlichem Investitionsbedarf für technische Ausstattung und bauliche Maßnahmen.

Trendwende mit Hilfe von Events und Alternativprogrammen

Auch im vergangenen Jahr blieben die erwarteten Besucherzuwächse aus. Im

Zeitraum Januar bis Juni 2010 ging die Besucherzahl bundesweit um 7,0% zurück. Obwohl gleichzeitig noch nie so viele neue Filme und Blockbuster aus Hollywood in die Kinos gekommen waren. Heimkinos, DVDs, Raubkopien und Downloads im Internet setzen die Spielstätten seit Jahren unter Zugzwang. Heimkinosysteme sind mittlerweile für den Normal-Konsumenten erschwinglich. Mit DVDs machen die Verleiher bereits mehr Umsatz als mit dem klassischen Kinogeschäft.

Die Hauptstadt Berlin konnte gegen den Bundestrend in den ersten sechs Monaten 2010 bei der Besucherzahl um 2,9% und beim Umsatz um 15,6% zulegen. Obwohl im Berliner Umland in neuen Multiplexen – meist in unmittelbarer Nähe von großen Einkaufszentren – Konkurrenz herangewachsen ist. Vor diesem Hintergrund sind in Berlin noch weitere Kinoschließungen zu erwarten. Besonders für kleinere Kinos könnte eine Überlebensstrategie in der Bindung von Stammpublikum durch Spezialisierung ihrer Programme liegen. Eine besondere Herausforderung für alternative Programme ist in diesem Jahr die Fußball-WM der Frauen in Deutschland. So könnten die Kinos WM-Spiele live übertragen, um die übliche Flaute im Juni abzufedern. Denkbar sind auch Kinoveranstaltungen zu Live-Konzerten, zu Operaufführungen oder zu DVD-Premieren, etwa wenn ein seltener Konzertmitschnitt veröffentlicht wird. Größere Lichtspielhäuser könnten ihre Säle z. B. für Kongresse, Firmen- und Modepräsentationen, Galas, Clubaktivitäten, Schulungen, Ausstellungen oder private Feiern und Betriebsversammlungen vermieten.

Berlinale – vom Wirtschaftsfaktor zum Wachstumsmarkt

Ein sehr wichtiges Ereignis für die Berliner Kinos ist das alljährlich stattfindende Filmfestival Berlinale. Im vergangenen Jahr, beim 60. Jubiläum der Berlinale, wurde dem Kino als besonderem Ort der Filmkunst eine Hommage erwiesen. Mit „Berlinale goes Kiez“ brachte das Festival den Roten Teppich in die Programmkinos der Berliner Kieze. Von Weißensee bis Zehlendorf besuchte das Festival vom 12. bis

zum 21. Februar 2010 an zehn Abenden jeweils ein anderes Kiez-Kino. Das Publikum erhielt so die einmalige Gelegenheit, im eigenen Kiez-Kino Berlinale-Filme und deren Stars zu sehen und die Festivalatmosphäre vor der Haustür zu schnuppern. So profitierten auch die kleineren Kinos in den Berliner Kiezen vom Glanz des großen Filmfestivals und konnten somit auch ihre Umsätze steigern.

Wenn am 10. Februar 2011 die 61. Berlinale beginnt, das wichtigste Filmfest neben Cannes und Venedig, blickt die Filmwelt wieder nach Berlin und bevölkert auch die Berliner Festivalkinos. Die 61. Internationalen Filmfestspiele Berlin werden im Berlinale Palast mit „True Grit“ von Joel und Ethan Coen eröffnet. Etwa 20.000 Fachbesucher aus 128 Ländern, darunter rund 4.000 Journalisten sowie mehrere Tausend Filmfans aus aller Welt werden dieses Jahr zur Berlinale erwartet. Nahezu 400 Filme werden in der Zeit vom 10. bis 20. Februar 2011 in Berlin gezeigt. Hinzu kommen zahlreiche Großveranstaltungen.

Die Berlinale hat Tradition

Am 6. Juni 1951, sechs Jahre nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs, hatten die ersten Internationalen Filmfestspiele Berlin ihre Premiere. Mit Alfred Hitchcocks „Rebecca“ wurden die ersten Filmfestspiele in dem in Steglitz gelegenen traditionsreichen, 1928 eröffneten Luxuskino Titania-Palast eröffnet. Seitdem haben zahlreiche internationale Schauspielgrößen die Berlinale besucht. Stars wie Sophia Loren, Rita Hayworth, Federico Fellini und Billy Wilder haben den Star-Reigen in den 50er Jahren eröffnet. Für neue Strömungen des Kinos zeigte sich die Berlinale immer offen. Regisseure wie Ingmar Bergman und Roman Polanski, aber auch Jean-Luc Godard, Francois Truffaut und Claude Chabrol feierten hier ihre ersten internationalen Erfolge.

Mittlerweile ist es das weltweit größte Publikumsfestival und mit nahezu 20.000 Fachbesuchern, also Einkäufer, Rechehändler, Produzenten, Filmmacher, TV-Vertreter und Journalisten eines der wich-

tigsten Ereignisse der internationalen Filmindustrie. Besonders hervorzuheben ist dabei, dass die Berlinale anders als andere Festivals allen Filmfans offen steht. Kein Filmfestival ist so eng mit seinen Zuschauern verbunden. Im vergangenen Jahr wurden rund 300.000 verkaufte Eintrittskarten gezählt. Von den dabei erzielten Erlösen profitieren auch die Berliner Filmtheater.

Die Berlinale gehört zu den vier europäischen A-Festivals. Die in das Festival integrierte Filmmesse European Film Market (EFM) hat sich zu einer der wichtigsten Geschäftsveranstaltungen in der internationalen Filmbranche entwickelt. Hier treffen Filmproduzenten auf Verleiher, Regisseure auf Drehbuchautoren, Agenten auf Schauspieler. Seit 2007 bietet die Berlinale Keynotes den Film- und Medienschaffenden ein Forum für die Zukunftsfragen der Filmindustrie.

Filmstandort Berlin hat Tradition

Berlin schaut auf eine lange Filmtradition zurück. Hier fand 1895 im Varieté „Wintergarten“ die erste öffentliche Filmvorführung Europas durch die Brüder Max und Emil Skladanowsky statt. Erst acht Wochen später stellten die Gebrüder Lumière ihren „Cinématographe“ in Paris vor. Bereits 1911 wurde das Filmstudio in Potsdam-Babelsberg eröffnet, heute das älteste Großfilmstudio der Welt. Im Jahr 1917 wurde mit der UFA das erste große deutsche Filmunternehmen gegründet, das so legendäre Filme wie „Metropolis“ von Fritz Lang, der in der restaurierten Uraufführungsfassung im vergangenen Jahr auf der 60. Berlinale gezeigt wurde, oder „Der Blaue Engel“ mit Marlene Dietrich produzierte.

Filmfestivals als Wirtschaftsfaktor

Die rund 20.000 Fachbesucher der Filmfestveranstaltungen, von denen ein Großteil aus dem Ausland anreist, sowie die Berlinale-Touristen und Film-Fans werden auch in diesem Jahr zur 61. Berlinale für Eintrittskarten, Hotelkosten, Restaurantbesuche und Verkehrsmittel zusätzliche Kaufkraft nach Berlin bringen. Diese fließt

nicht nur in die Kinokassen, sondern vor allem auch in die Kassen der Gastronomiebetriebe der Hauptstadt. Insbesondere die Fachbesucher füllen die Hotels, Bars und Restaurants. Gerade in der touristisch eher schwachen Jahreszeit ist das für viele Hotels und Restaurants ein wichtiges Ereignis. Zumindest rund um den Potsdamer Platz wird das Leben zehn Tage lang pulsieren und das nicht nur in den Kinos. Die Berlinale wird sich vor allem für den Innenstadtbereich sehr positiv auswirken.

Die Berliner Hotellandschaft überzeugt durch ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Dies wird von Tagungs- und Kongressteilnehmern besonders geschätzt. Zur Berlinale sind besonders gefragt – neben den Nobelherbergen, in denen die Stars residieren – vor allem Mittelklasse-Hotels in Nähe zu den Veranstaltungsorten, vorzugsweise am Potsdamer Platz und im Umfeld des Anhalter Bahnhofs. Zu den Umsätzen aus dem Übernachtungsgeschäft kommen die Ausgaben der Sponsoren und Filmunternehmen für die vielen Premierenfeiern und Firmen-events in den Hotelräumlichkeiten.

Aber auch der Berliner Einzelhandel und das Verkehrsgewerbe werden durch die Filmfestbesucher Mehreinnahmen verbuchen. Sie kommen vor allem dem Taxigewerbe zu Gute, den Läden am Potsdamer Platz, an der Friedrichstraße sowie den großen Warenhäusern am Kurfürstendamm. Das Festival trägt somit auch dazu bei, Berlin als Shoppingmetropole zu etablieren. Die ausländischen Gäste werden sich von dem guten Preis-Leistungs-Verhältnis in Berlin überzeugen können. Von Berlinale zu Berlinale wächst der Anteil der Besucher aus dem Ausland.

Zusätzlich zu den Fachbesuchern kommen tausende Filmliebhaber, die nicht beruflich mit der Berlinale verbunden sind. Dazu gehören auch die vielen Fans, die keine Eintrittskarte besitzen, aber das Filmfest trotzdem in Berlin vor Ort am roten Teppich miterleben wollen. Unter ihnen viele Berliner, die nach Büroschluss in die Kinos strömen oder sich sogar ein paar Tage für die Berlinale frei nehmen. Aber es gibt auch die anreisenden Festi-

valtouristen, die immer wiederkommen und keine Berlinale ausgelassen haben. Täglich gehen sie in drei, vier Vorführungen. In den Pausen gehen sie Kaffee trinken oder in den Imbiss.

Der Tourismus ist eine typische Querschnittsbranche. Deshalb fließen die touristisch bedingten Umsätze zum Teil in sehr unterschiedliche Branchen ein. So liefert das Lebensmittelgewerbe Waren an Restaurants, Handwerker führen Renovierungsarbeiten in Hotels durch. Eine überschneidungsfreie Abgrenzung der einzelnen Wirtschaftszweige zur Tourismuswirtschaft ist nicht gegeben. Die Kuchenlieferung an das Hotel ist für den Bäcker touristischer Umsatz, der Verkauf an die heimische Bevölkerung, die die Berlinale auch besucht, zählt dagegen nicht dazu. Der Wareneinsatz im Einzelhandel, der Strom für die Barbeleuchtung, der Bau von Hotels, die Inneneinrichtung für das Restaurant, der Steuerberater des Taxiunternehmens – eine Vielzahl von Branchen sind unterschiedlich stark mit der Multi-branchen Tourismus verflochten.

Die Wertschöpfung ist je nach Branche, in der die Touristen Geld ausgeben, sehr unterschiedlich. Nach Angaben der dwif-Consulting GmbH – ein Unternehmen des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e. V. an der Universität München beträgt dieser Wertschöpfungsanteil im Gastgewerbe rund 40%, im Einzelhandel liegt er bei über 20% und in einzelnen touristisch relevanten Dienstleistungsbranchen übersteigt er sogar 50%. Fast 60% des Umsatzvolumens, das durch die direkten Ausgaben der Gäste erzielt wird, wird in einer zweiten Umsatzrunde (Lieferung von Vorleistungen) erneut wirksam. Durch diese Umsätze entsteht wiederum indirekt weiteres touristisches Einkommen.

Der Tourismus spielt auch als Quelle von Steuereinnahmen für Berlin eine wichtige Rolle. Vom touristisch bedingten Mehrwertsteueraufkommen fließen über die Schlüsselzuweisungen im Rahmen des Länderfinanzausgleiches 65,2% wieder zurück in die Stadt. Hinzu kommen anteilige Unternehmenssteuern wie Gewerbe-

und Grundsteuer. Auch von den Einkommenssteuern der in den Tourismusbranchen Beschäftigten sowie den Steuern auf die Gewinne der Unternehmer profitiert Berlin.

Hoher Beschäftigungseffekt

Der Tourismus schafft und sichert eine Vielzahl sehr unterschiedlicher Arbeitsplätze. Fast alle diese Stellen sind jedoch dadurch gekennzeichnet, dass die Beschäftigten nicht ausschließlich vom Tourismus leben: Der Kellner oder die Verkäuferin bedienen auch Berliner Gäste und Kunden, im Hotel finden Familienfeiern von Einheimischen statt, der Taxifahrer befördert Berliner und Auswärtige gleichermaßen. Kaum ein Arbeitsplatz lässt sich somit voll dem Tourismus zurechnen. Daher wird in den Berechnungen zur Wertschöpfung der touristische Einkommensbeitrag in Beziehung zum durchschnittlichen Pro-Kopf-Einkommen eines Berliner Arbeitnehmers gesetzt.

Schließlich bleibt auch ein Großteil des Berlinale-Etats in der Region. Denn damit werden hauptsächlich Kinomieten, Synchronisationsstudios, Film- und Fernsehproduktionsfirmen, Fotostudios, Werbeagenturen, Eventveranstalter, Sicherheitskräfte und Berlinale-Mitarbeiter bezahlt.

Berlinale-Besucher haben Zeit und Geld

Selbst bei konservativen Annahmen zeigt sich, dass in Berlin durch die Besucher der Internationalen Filmfestspiele enorme Geldflüsse erzeugt werden. Sie zeigen sich konsumfreudiger als der durchschnittliche Reisende. Während dieser lediglich 2,3 Tage in der Stadt bleibt, halten sich professionelle Festivalbesucher vier bis zehn Tage in Berlin auf. Im Schnitt verfügt der vergleichsweise solvente Berlinale-Fachbesucher über ein Tagesbudget von etwa 230 EUR. Der durchschnittliche Übernachtungsgast gibt nach Angaben des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e. V. (dwif) täglich 196,70 EUR aus.

Die Berücksichtigung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer der Berlinale Über-

nachtungsgäste erfolgt auf der Grundlage der Ergebnisse der offiziellen Tourismusstatistik des Landes Berlin. Zum tatsächlichen Übernachtungsaufkommen werden in der amtlichen Statistik jedoch keine erschöpfenden Aussagen gemacht, da hier lediglich Beherbergungsbetriebe einbezogen werden, die mehr als acht Gäste unterbringen können. Nicht berücksichtigt werden somit alle Beherbergungsbetriebe mit weniger als neun Betten, also kleine Ferienwohnungen, Privatzimmer und sonstige Kleinbetriebe. Hinzu kommen Berlinale-Gäste, die in den Privatwohnungen von Freunden und Verwandten übernachten sowie die Tagesgäste ohne Übernachtungsbedarf. Neben den Gästen, die in der Stadt übernachten, sind auch die Tagesgäste während der Berlinale in ihrer wirtschaftlichen Bedeutung für Berlin nicht zu unterschätzen. Aufgrund der großen räumlichen Ausdehnung der Stadt spielen sogar die Berliner Festival-Besucher aus weit entfernten Bezirken wirtschaftlich eine bedeutende Rolle und müssen mit berücksichtigt werden. Neben den Festival-Aktivitäten bleibt für diese Tagesreisenden meist noch Zeit für einen Restaurant-, Imbiss- oder Cafébesuch.

Hinsichtlich der Übernachtungsmöglichkeiten dieser Berlinale-Touristen werden folgende Beherbergungskategorien und Ausgabensätze berücksichtigt:

Privatvermieter:	92,10 EUR
Bekanntbesucher:	34,60 EUR
Tagesgäste:	34,50 EUR

Die durchschnittlichen Ausgabensätze pro Person und Tag beruhen ebenfalls auf Erhebungen der dwif-Consulting GmbH.

Beitrag der Berlinale zur Wertschöpfung

Bei den Berechnungen der wirtschaftlichen Wirkungen der 61. Internationalen Filmfestspiele wird hinsichtlich der erwarteten Berlinale Touristen in einem ersten Szenario zunächst eine Besucherzahl von insgesamt 60.000 unterstellt. Anschließend werden in einem zweiten und dritten Szenario jeweils expandierende Entwick-

lungen mit Filmfestival-Besucherzahlen von insgesamt 75.000 bzw. 100.000 unterstellt. Bei der Gruppe der Berlinale Touristen wird in allen Szenarien davon ausgegangen, dass sie im Schnitt 2,3 Tage in Berlin weilen wird. Diese Annahme erfolgt auf der Grundlage der Ergebnisse der offiziellen Tourismusstatistik des Landes Berlin. Allein diese Gruppe der Berlinale-Besucher wird auf Basis der oben genannten Prämissen und Szenarien einen zusätzlichen Umsatz von insgesamt rund 5,1 Mio. EUR (Szenario I) bzw. 6,4 Mio. EUR (Szenario II) oder von 8,6 Mio. EUR (Szenario III) an den Internationalen Filmfesttagen in Berlin bewirken.

Hinzu kommt die Gruppe der Fachbesucher. Hier wird in jedem Szenario eine konstante Besucherzahl von 20.000 (16.000 Filmschaffende und 4.000 Journalisten) unterstellt. Allerdings werden unterschiedliche Annahmen zu deren Verweildauer in Berlin getroffen. In einem ersten Szenario wird zunächst eine durchschnittliche Aufenthaltsdauer von insgesamt 4,5 Tagen unterstellt. Anschließend werden in einem zweiten und dritten Szenario jeweils expandierende Entwicklungen mit Festival-Verweiltagen von im Schnitt 7,5 bzw. 10 Tagen angenommen. Die Gruppe der Berlinale Fachbesucher wird somit einen zusätzlichen Umsatz von insgesamt rund 20,7 Mio. EUR (Szenario I) bzw. 33,8 Mio. EUR (Szenario II) oder von 45,0 Mio. EUR (Szenario III) während der Filmfesttage in Berlin bewirken.

Auf Basis dieser Prämissen und unter Berücksichtigung der multiplikativen Ausgaben- und Beschäftigungseffekte sowie der Primärpulse aus den Ausgaben der Fachbesucher und Film-Touristen während der Berlinale werden mit Hilfe des regionalen Simulationsmodells BEST (Berlin Economic Simulation Tool) die zusätzlichen Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte für Berlin berechnet.

Bis zu 61 Mio. EUR zusätzliche Wirtschaftsleistung

Somit lassen sich auch die zusätzlichen touristischen Umsatzeffekte zur 61. Berlinale in Wertschöpfung und Beschäftigung

umrechnen. Die primären Umsatz- und Beschäftigungswirkungen in den Tourismusbereichen ziehen ihrerseits durch die Einbeziehung von vor- oder nachgelagerten Branchen weitere indirekte Beschäftigungswirkungen nach sich und schaffen somit erneut Einkommen in einer Vielzahl verschiedener Branchen in Berlin. Ausgaben der Fachbesucher und Film-Touristen sind auf der anderen Seite Einnahmen bei Berliner Unternehmen, die diese verwenden, um damit Ausgaben zu tätigen, die ihrerseits Umsätze und Arbeitsplätze z. B. bei ihren Lieferanten bewirken.

Die Umsätze der Filmfestival-Besucher (Filmschaffende, Journalisten und Touristen) verursachen also zusätzlich Einnahmen und Investitionen, die unmittelbare und mittelbare Effekte auf andere volkswirtschaftliche Größen wie Wachstum und Beschäftigung ausüben – und dies über einen längeren Zeitraum als den eigentlichen Berlinale-Zeitraum von zehn Tagen.

Von besonderem Interesse sind dabei die Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt. Hier profitiert Berlin einerseits von höheren Steuer- und Sozialversicherungseinnahmen und andererseits durch geringere Inanspruchnahme von Sozialhilfeempfängern. Das Simulationsmodell BEST untersucht unter realistischen Modellannahmen, wie sich die oben dargestellten zusätzlichen touristischen Umsatzeffekte der Internationalen Filmfestspiele langfristig auf die Berliner Gesamtwirtschaft auswirken.

Im Ergebnis führen der zusätzliche Konsum aller Berlinale-Besucherguppen sowie die dargestellten wirtschaftlichen Folgewirkungen zu einer durchschnittlichen Steigerung des Berliner Bruttoinlandsprodukts von insgesamt 28,3 Mio. EUR (Szenario I), bzw. 45,0 Mio. EUR (Szenario II), oder sogar 61,0 Mio. EUR im Szenario III. Somit wird durch die Umsätze der Festival-Besucher zusätzliche Wirtschaftsleistung angestoßen.

Bis zu 2,3 Mio. EUR zusätzliche öffentliche Einnahmen

Infolge dieser zusätzlichen Wirtschaftsleistung kann auch berechnet werden, dass sich ein Teil der öffentlichen Einnahmen 2011 auf die Berlinale zurückführen lassen. Dabei reicht die Spannweite von 1,0 Mio. EUR (Szenario I) über 1,7 Mio. EUR (Szenario II) bis zu 2,3 Mio. EUR (Szenario III).

Bis zu 231 zusätzliche Arbeitsplätze

Auch wenn einzelne Investitionen des Berlinale-Veranstalters nicht rentabel sein sollten, so sind die gesamtwirtschaftlichen Effekte für Berlin doch beachtlich. Zudem werden durch die Filmfestspiele mindestens 108 neue Arbeitsplätze (Szenario I) geschaffen bzw. bestehende Arbeitsplätze gesichert. Zum Vergleich: Szenario II 172 Arbeitsplätze, Szenario III 231 Arbeitsplätze. Etwa 70% dieser Beschäftigungseffekte entstehen dabei in den Dienstleistungsbereichen und 30% im Produzierenden Gewerbe.

Berlinale bringt großen Imagegewinn

Neben diesen volkswirtschaftlich messbaren Wertschöpfungs-, Einkommens- und Beschäftigungszuwächsen existiert noch ein weiterer Effekt, der zwar schwer messbar ist, letztlich jedoch ebenso volkswirtschaftliche Wirkungen entfaltet. Hierzu dürfte insbesondere der Imagegewinn durch die Darstellung Berlins als junge, moderne Trendstadt gehören. Von großer Bedeutung ist dabei die nationale und internationale Medienberichterstattung.

Für das Image der Stadt ist die Berlinale von enormer Bedeutung. Das Festival trägt zum positiven Berlin-Bild in aller Welt bei. Schon lange bevor am 21. Februar die Goldenen und Silbernen Bären verliehen werden, steht ein Gewinner der Berlinale 2011 bereits fest: die deutsche Hauptstadt. Das Internationale Filmfestival ist kostenlose Imagewerbung für Berlin. Für zehn Tage richtet sich das Interesse von Cineasten in aller Welt auf Berlin. Etwa 4.000 Journalisten aus mehr als achtzig

Ländern werden dieses Jahr vom Potsdamer Platz berichten. Obwohl das Festival im Vergleich zu Mega-Veranstaltungen wie der Leichtathletik-Weltmeisterschaft vor zwei Jahren oder dem jährlich stattfindenden Berlin-Marathon von den Touristenzahlen her zu den kleineren Events zählt, ist die Außenwirkung trotzdem enorm. Das Festival hat in den vergangenen Jahren erheblich an Glamour gewonnen und zieht den Blick immer stärker auf Berlin. Die deutsche Hauptstadt präsentiert sich einmal mehr als Hauptstadt der Kreativen. Die vielen Fachbesucher und Filmfans nehmen bei ihrer Abreise nicht nur ihre Erinnerungen an die Stadt mit, sondern verbreiten auch ein Bild des neuen Berlin in ihrer Heimat.

Berlin – Standort für Filmproduktion

Heute ist Berlin nicht nur die Stadt mit den meisten Kinos und dem größten Filmfestival sondern auch eine stark wachsende Filmproduktionsstadt. Jedes Jahr entstehen in der deutschen Hauptstadtregion etwa 300 neue Filmproduktionen. Von hier kommen die entscheidenden Impulse für die Entwicklung des deutschen Kinos. Hier entstehen Filme, die international erfolgreich und preisgekrönt sind: Tom Tykwers „Lola rennt“, „Good Bye, Lenin“ von Wolfgang Becker, Oscargewinner „Das Leben der Anderen“ von Florian Henckel von Donnersmarck, der Film „Die Welle“ von Dennis Gansel, „Der Baader-Meinhof-Komplex“ von Uli Edel oder „Jerichow“ von Christian Petzold. Die Erfolgs-Komödie „Keinohrhasen“ von und mit Til Schweiger erreichte seit dem Start allein in Deutschland bereits mehr als sechs Millionen Zuschauer und Ende 2009 folgte „Zweiohrküken“ Teil 2.

Zahlreiche Synchronisationsstudios sowie mehrere Film- und Fernsehproduktionsfirmen sind in Berlin ansässig. Zu den Drehorten innerhalb der Stadt gehören die Studios der Berliner Union-Film in Tempelhof und die Produktionsstätten im Medienstandort Adlershof. Auch die internationale Filmindustrie interessiert sich zunehmend für die Region Berlin-Brandenburg als Drehort und Produktionsstandort. Die Filmstudios Babelsberg wer-

den von bekannten Regisseuren geschätzt. Im Jahr 2003 entstand hier der Jules-Verne-Klassiker „Around the World in 80 Days“ und Starregisseur Quentin Tarantino drehte hier 2008 mit zahlreichen Hollywoodstars wie Brad Pitt seinen Film "Inglorious Bastards". Berlin ist zunehmend auch zu einem wichtigen Premierenort geworden, wo große Stars ihre neuen Filme präsentieren. Immer häufiger schreiten Stars wie, Matt Damon, George Clooney oder Cate Blanchett in der Hauptstadt die roten Teppiche entlang. Eine wichtige Adresse für Filmkunst ist das Filmhaus am Potsdamer Platz. Hier sind unter einem Dach das Filmmuseum der Stiftung Deutsche Kinemathek, die Deutsche Film- und Fernsehakademie und das Arsenal-Kino vereint.

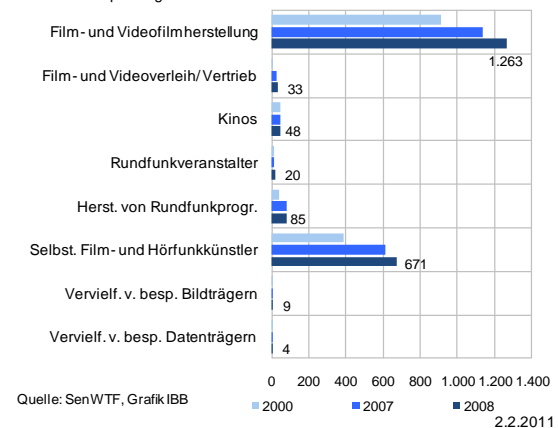
Neben hervorragenden Produktionsmöglichkeiten verfügt die Region Berlin aber auch über attraktive Drehorte. Bei der Suche nach Drehorten, Genehmigungen und Ausstattung finden Filmschaffende bei der Berlin Brandenburg Film Commission kompetente Ansprechpartner sowie nach Angaben von Medienboard eine umfangreiche Datenbank mit rund 20.000 Fotos von 1.500 Motiven, einer Adressdatenbank mit 2.700 Firmenkontakten und über 4.000 Ansprechpartnern und Filmschaffenden.

Vor dem Hintergrund einer unbefriedigenden Datenlage hat die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen einen gewichteten Datenfilter auf Basis der amtlichen Statistik (Wirtschaftszweigsystematik 2003) für das Branchen-Cluster Film- und TV-Wirtschaft ermittelt. Für die vorgelegte Analyse der Filmwirtschaft wurde im Wesentlichen auf diese gefilterte Datenbasis zugegriffen. Nach dieser Erhebung werden unter dem Begriff Film- und TV-Wirtschaft folgende Wirtschaftszweige zusammengefasst:

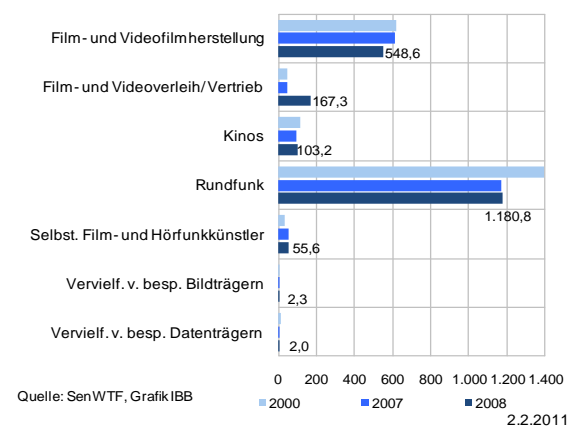
Film- und Rundfunkwirtschaft

WZ 2003	Film- und Rundfunkwirtschaft	Gewichtung in %
9211	Film- und Videofilmherstellung	100
9212	Filmverleih- und Videoprogrammanbieter / Vertrieb	100
9213	Kinos	100
92201	Rundfunkveranstalter	100
92202	Herstellung von Hörfunk- und Rundfunkprogrammen	100
92317	Selbständige Film- und Hörfunkkünstler	33,3
2232	Vervielfältigung von bespielten Bildträgern	50
2233	Vervielfältigung von bespielten Datenträgern	50

Filmwirtschaft Berlin - Unternehmen
Umsatzsteuerpflichtige Unternehmen



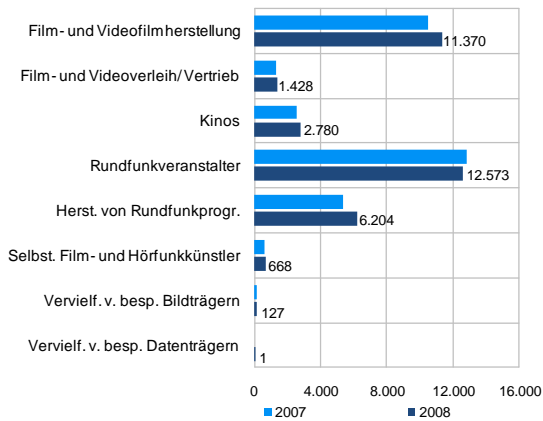
Filmwirtschaft Berlin - Umsatz
Umsatz in Mio. EUR



Film- und Kinohauptstadt Berlin

Filmwirtschaft Berlin - Erwerbstätige

incl. sozialverspfl. Besch., freie Mitarbeiter, Selbstständige



Quelle: SenWTF, Grafik IBB

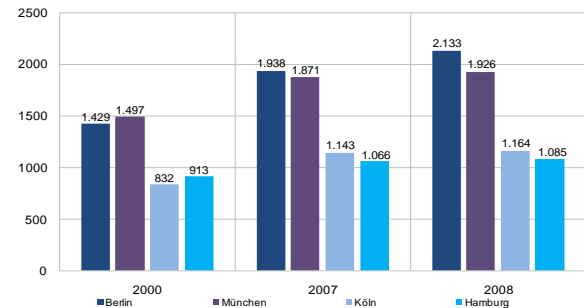
2.2.2011

Die Film- und TV-Produktion in Berlin hat sich in den letzten Jahren zu einem bedeutenden Wirtschaftsfaktor und Wachstumsfeld entwickelt, das Investitionen in die Stadt zieht und Arbeitsplätze schafft. Insgesamt 2.133 umsatzsteuerpflichtige Unternehmen der Filmwirtschaft (davon allein 1.263 im Bereich Film- und Videofilmherstellung) mit 11.272 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte sind in der Hauptstadt tätig. Rechnet man die freien Mitarbeiter, die Selbstständigen und die geringfügig Beschäftigten dazu, sind es mehr als 35.000 Personen, die in der Berliner Film- und TV-Wirtschaft tätig sind. Im Vergleich der großen deutschen Städte liegt Berlin hier mit einer Steigerung von 5,3% im Jahr 2008 (aktuellere Zahlen liegen nicht vor) auf dem ersten Rang. Die Filmstadt München musste bei den Erwerbstätigen sogar einen Rückgang von 1,2% hinnehmen (Hamburg: +1,9%; Köln: +0,7%, Deutschland: +0,9%).

Gewinne gab es auch bei den Erlösen. Im Jahr 2008 stieg der Umsatz in der Berliner Filmwirtschaft um 4,0%, in der gesamten Berliner Kulturwirtschaft stieg er dagegen lediglich um 1,3%. So konnte der Umsatzanteil im Bereich Filmwirtschaft am Umsatz in der Kulturwirtschaft insgesamt von 10,9% im Jahr 2007 auf 11,2% im Folgejahr ausgeweitet werden. Im Vergleich der großen deutschen Filmstädte lag Berlin mit 4% Umsatzwachstum auf dem vordersten Platz, noch vor München (+0,2%), Hamburg (-0,1%) und Köln (-2,0%). Im Bundesdurchschnitt stieg der Umsatz in der Filmwirtschaft um 0,1%.

Filmwirtschaft im Städtevergleich

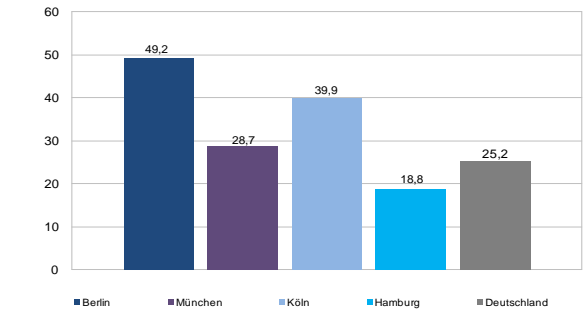
Umsatzsteuerpflichtige Unternehmen



Quelle: Statistische Landesämter, Grafik IBB

Filmwirtschaft im Städtevergleich

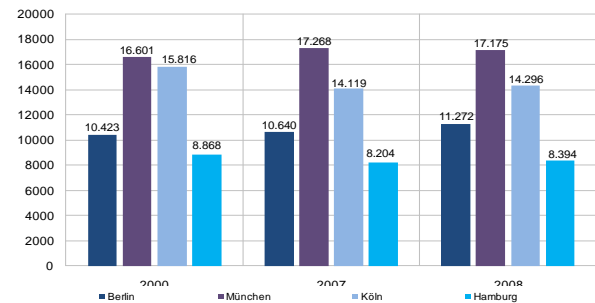
Steuerpflichtige Unternehmen, Veränderung 2008 ggü. 2000 in %



Quelle: Statistische Landesämter, Grafik IBB

Filmwirtschaft im Städtevergleich

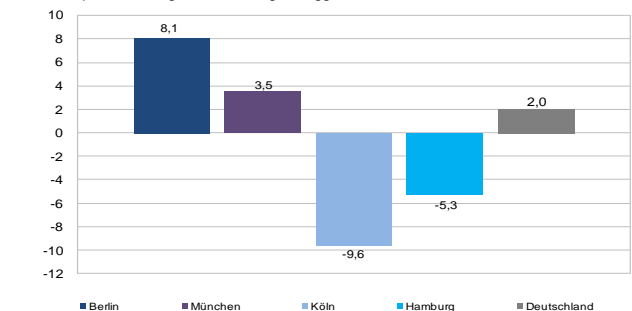
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte



Quelle: Statistische Landesämter, Grafik IBB

Filmwirtschaft im Städtevergleich

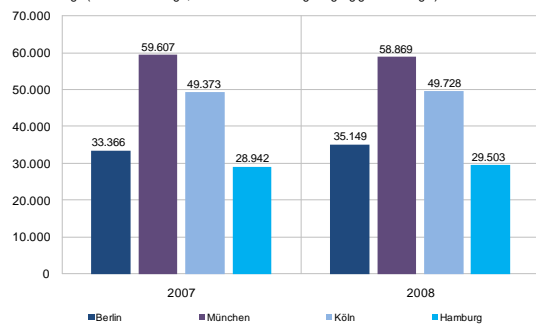
Sozialverspfl. Beschäftigte, Veränderung 2008 ggü. 2000 in %



Quelle: Statistische Landesämter, Grafik IBB

Filmwirtschaft im Städtevergleich

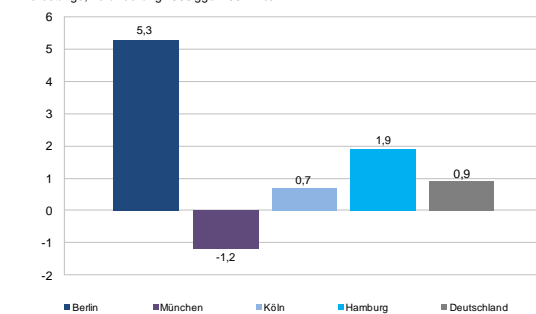
Erwerbstätige (incl. Selbständige, freie Mitarbeiter und geringfügig Beschäftigte)



Quelle: Statistische Landesämter, Grafik IBB

Filmwirtschaft im Städtevergleich

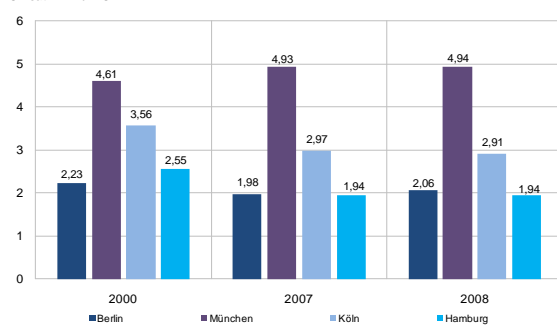
Erwerbstätige, Veränderung 2008 ggü. 2007 in %



Quelle: Statistische Landesämter, Grafik IBB

Filmwirtschaft im Städtevergleich

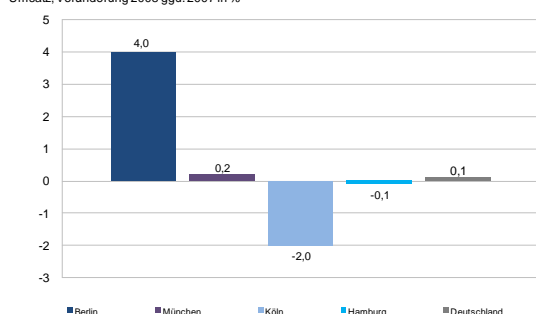
Umsatz in Mrd. EUR



Quelle: Statistische Landesämter, Grafik IBB

Filmwirtschaft im Städtevergleich

Umsatz, Veränderung 2008 ggü. 2007 in %

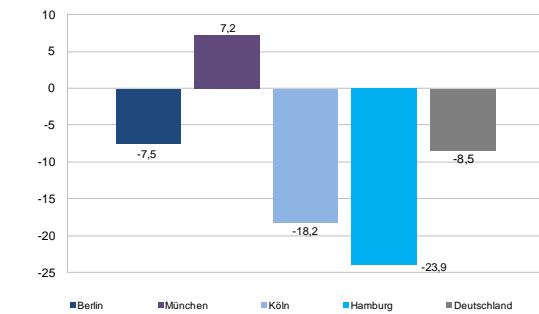


Quelle: Statistische Landesämter, Grafik IBB

auch die Bundesregierung in Deutschland produzierte Kinofilme sowie ausländische Produktionen mit deutscher Beteiligung. Hiervon dürfte vor allem die Filmwirtschaft in der Region Berlin-Brandenburg profitieren. Aber auch das Medienboard Berlin-Brandenburg erhöhte ihr Förderbudget deutlich.

Filmwirtschaft im Städtevergleich

Umsatz, Veränderung 2008 ggü. 2000 in %



Quelle: Statistische Landesämter, Grafik IBB

Filmförderung weiterhin wichtig

Im vergangenen Jahrzehnt konnten auch Geschäftsbanken Know-how im Bereich Filmfinanzierung aufbauen. Neben Standorten in Köln, Hamburg und München ist zum Beispiel die Commerzbank bereits seit zehn Jahren mit einem eigenen Medienteam in Berlin vertreten und bietet Finanzierungen von nationalen und internationalen Film- und Fernsehproduktionen (mit und ohne GAP-Anteil) an. Allerdings sind ohne die Förderung aus öffentlichen Mitteln in Deutschland selbst Erfolg versprechende Filme kaum noch zu realisieren. Filmförderung findet in Deutschland einerseits auf Bundesebene – wichtigstes Förderinstrument ist die Filmförderungsanstalt FFA – andererseits auf Länderebene statt. Das Medienboard Berlin-Brandenburg vergibt Mittel für Filmvorhaben (z. B. Drehbuch- und Projektentwicklung, Produktion, Verleih), die in der Region Berlin-Brandenburg realisiert werden. Von insgesamt 28,5 Mio. EUR (für 301 Projekte) vergab das Medienboard Berlin-Brandenburg im vergangenen Jahr 23,7 Mio. EUR an 213 Projekte. Mit weiteren 4,6 Mio. Euro wurden im Geschäftsbereich Standortmarketing Standortprojekte und digitale Inhalte gefördert. Außerdem unterstützte das Medienboard im Rahmen eines neu aufgelegten Sonderprogramms regionale Filmthea-

Bereits 2012 dürfte der Berliner Film- und TV-Umsatz nahe an die 2,5-Milliarden-Marke heranreichen. Für diese Prognose sprechen vor allem die guten Produktionsbedingungen in der Hauptstadt sowie neue Förderprogramme. So unterstützt

ter mit 300.000 EUR bei der Umrüstung auf digitale Projektionstechnik.

Auch die Förderbanken der Länder Berlin und Brandenburg, IBB und ILB, fördern mit Filmfinanzierungs-Portfolios Produktionsunternehmen und bieten ein gemeinsames Zwischenfinanzierungsprogramm für TV-Auftrags- und Kino-Koproduktionen an. Im vergangenen Jahr haben IBB und ILB die Rekordsumme von 20 Mio. EUR im Rahmen ihres deutschlandweit einzigartigen Zwischenfinanzierungsprogramms an Filmproduzenten vergeben. Damit leisten sowohl das Medienboard als auch IBB und ILB und weitere Geschäftsbanken einen entscheidenden Beitrag zur positiven Entwicklung der Film- und Medienwirtschaft in der Hauptstadtregion. Alles in allem führt die Filmfinanzierung und -förderung in der Region Berlin-Brandenburg zu zusätzlichem Wirtschaftswachstum und Arbeitsplätzen.

Fazit

Die Berliner Kinos haben vor dem Hintergrund steigender Besucherzahlen (+2,9%) in den ersten sechs Monaten 2010 ein Rekord-Halbjahresergebnis erzielt. Der Gesamtumsatz in den Berliner Kinos stieg im Zeitraum Januar bis Juni um 4,9 Mio. EUR (+15,6%) auf rund 36,5 Mio. EUR. Damit belegt die deutsche Hauptstadt im Vergleich der 14 großen deutschen Städte mit mehr als 500.000 Einwohnern den vierten Rang, etwa gleichauf mit Hamburg (+15,8%) und nach München (+16,7%) und Leipzig (+16,5%).

Ein sehr wichtiges Ereignis für die Berliner Kinos und den Wirtschaftsstandort Berlin ist das alljährlich stattfindende Filmfestival Berlinale. Nach Berechnungen mit dem Simulationsmodell für die Berliner Wirtschaft (BEST) generiert allein die 61. Berlinale je nach unterstelltem Szenario zwischen 28,3 und 61,0 Mio. EUR zusätzliche Wertschöpfung. Es ist sogar von weiteren nachlaufenden wirtschaftlichen Effekten im einstelligen Mio. EUR-Bereich in den Folgejahren auszugehen, die zahlenmäßig hier noch nicht berücksichtigt wurden. Das ist weit mehr, als die Berlinale in Form öffentlicher Subventionen erhält.

Zudem hängen mehrere hundert Arbeitsplätze direkt oder indirekt von der Berlinale ab. Dieser herausragende Kultur-Event transportiert national und international die kulturelle Vielfalt und Weltoffenheit Berlins. Hinzu kommt, dass neben der guten Stimmung in der Stadt auch die Berliner Wirtschaft gestärkt wird.

Die Film- und TV-Produktion in der Region Berlin wird weiter an Bedeutung gewinnen. Bereits 2012 dürfte der Berliner Film- und TV-Umsatz nahe an die Drei-Milliarden-Marke heranreichen. Besondere Wachstumspotenziale liegen vor allem in der Verbindung der klassischen Filmproduktion mit modernen Multimedia-Techniken. Dabei steht die Gamesindustrie, die besonders in der Region Berlin derzeit rasant wächst, der Filmbranche naturgemäß besonders nah. Der Einsatz neuer Technologien wie internetbasierte Auswertungsmöglichkeiten, Video on Demand oder die Entwicklung des DVD-Marktes können das Absatz- und damit auch das Erlöspotenzial von Filmen weiter steigern. Dies wird allerdings nur Filmen gelingen, die sich erfolgreich im Kino präsentieren konnten. Die Potenziale der traditionellen Film- und Kinoindustrie für die digitalen Verbreitungsmedien müssen verstärkt erschlossen werden. In diesem Zusammenhang stellt die anstehende Digitalisierung der Kinos und ihrer Abspielgeräte, besonders für die vielen, teilweise stark spezialisierten Berliner Programmkinos, eine enorme Herausforderung, aber auch Zukunftschance dar. Die Region Berlin hat mit ihren personellen und infrastrukturellen Ressourcen sowie den hervorragenden Förderbedingungen insgesamt besondere Standortvorteile.

Herausgeber:
Investitionsbank Berlin
Volkswirtschaft
Bundesallee 210
10719 Berlin

Redaktionsschluss 3. Februar 2011

Verantwortlich:
Hartmut Mertens
Telefon: 030/2125-4738