

Berlin *aktuell*

60. Internationale Filmfestspiele Berlin

Vom Wirtschaftsfaktor zum Wachstumsmarkt

9. Februar 2010

Vom Wirtschaftsfaktor zum Wachstumsmarkt

Wenn am 11. Februar die Berlinale beginnt, das wichtigste Filmfest neben Cannes und Venedig, blickt die Filmwelt wieder nach Berlin. Die 60. Internationalen Filmfestspiele Berlin werden im Berlinale Palast mit der Weltpremiere von Tuan Yuan (*Apart Together*) eröffnet. Etwa 16.000 Fachbesucher und rund 4.000 Journalisten aus achtzig Ländern sowie mehrere Tausend Filmfans aus aller Welt werden dieses Jahr zum 60. Geburtstag der Berlinale erwartet. Nahezu 400 Filme werden in der Zeit vom 11. bis 21. Februar in Berlin gezeigt. Hinzu kommen zahlreiche Großveranstaltungen. Am 12. Februar 2010 hat „Metropolis“, Fritz Langs berühmter Großstadtfilm von 1927, in einer rekonstruierten Originalfassung im Friedrichstadtpalast Premiere. Die Vorstellung wird live an das Brandenburger Tor übertragen. Dort ist während der Berlinale auch die an einen überdimensionalen Kinovorhang erinnernde Kunstinstallation „Vorhang auf – The Curtain“ zu sehen. Mit der „Starparade“ findet eine umfangreiche Fotoporträt-Ausstellung am Potsdamer Platz, entlang der Potsdamer Straße, statt.

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 im 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, Rechtehändler, Produzenten, Filmemacher, TV-Vertreter und Journalisten eines der wichtigsten 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 275.000 verkaufte Eintrittskarten gezählt.

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.

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 oder „Der Blaue Engel“ mit Marlene Dietrich produzierte.

Heute ist Berlin eine stark wachsende Filmstadt. Jedes Jahr entstehen in der deutschen Hauptstadtregion rund 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 mit „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 als Drehort und Produktionsstandort. Die Filmstudios Babelsberg werden 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 Premierort 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.

Berlin ist Kinohauptstadt

Berlin ist aber nicht nur ein bedeutender Produktionsstandort, sondern gleichzeitig Kinohauptstadt. Mit 97 Kinos, 284 Kinosälen und 55.000 Sitzplätzen verfügt Berlin bundesweit über die meisten Kinos. Der andere große Stadtstaat Hamburg kommt lediglich auf 27 Spielstätten mit 80 Kinosälen. Die Hauptstädter sind dabei rege Kinobesucher. Sie gehen im Durchschnitt 2,7 Mal im Jahr ins Kino. Damit liegen sie in Deutschland an der Spitze, denn der Bundesbürger geht im Schnitt nur 1,6 Mal im Jahr ins Kino. Auch in der Hansestadt Hamburg verbringt man seltener seine Zeit im Kino. Die Hansestädter gehen durchschnittlich 2,5 Mal im Jahr ins Kino. Ebenfalls haben sich die Kinoumsätze in Berlin sehr gut entwickelt.

Im ersten Halbjahr 2009 stiegen die Umsätze in der Hauptstadt sogar um 16,4% (zum Vergleich: Deutschland +13,4%; Hamburg +14,4%). Mit 58 Programmkinos verfügt Berlin in Deutschland über die größte Kinovielfalt. Die Zahl der Kinos hat sich in Berlin in den letzten Jahren kaum verändert. Dies gilt sowohl für Multiplexe als auch für Programmkinos. Beim 60. Jubiläum der Berlinale soll dem Kino als besonderem Ort der Filmkunst eine Hommage erwiesen werden. Mit „Berlinale goes Kiez“ bringt das Festival den Roten Teppich in die Programmkinos der Berliner Kieze. Von Weißensee bis Zehlendorf besucht das Festival vom 12. bis zum 21. Februar an zehn Abenden jeweils ein anderes Kiez-Kino. Das Publikum erhält so die einmalige Gelegenheit, im eigenen Kiez-Kino Berlinale-Filme und deren Stars zu sehen und die Festivalatmosphäre vor der Haustür zu schnuppern.

Perspektive 2020

Im Jubiläumsjahr der Filmfestspiele wird sich im Rahmen der Berlinale Keynotes eine hochkarätig besetzte Diskussionsveranstaltung der Zukunft des Kinos widmen. Gemeinsam mit Architekten, Urbanisten, Soziologen und Filmemachern werden folgende Fragen gestellt: „Wie soll in Zukunft das Kino in den Städten aussehen?“, „Wie kann das Kino die innerstädtische Kommunikation beleben und zu wirtschaftlicher Attraktivität beitragen?“, „Wie sehen in Zukunft medialisierte Räume aus?“, „Welche Architektur befördert Kultur, Kommunikation und Entertainment im städtischen Raum?“

Bei der technischen Entwicklung hin zum digitalen Kino ist die Hauptstadt bereits Vorreiter. So hat nach Angaben von Medienboard 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 Szenarien für die 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.

Berlin mit exzellenter Hotellerie

Die rund 20.000 Fachbesucher der Filmfestveranstaltungen, von denen ein Großteil aus dem Ausland anreist, sowie die Berlinale-Touristen und Film-Fans werden in diesem Jahr zur 60. Berlinale für Eintrittskarten, Hotelkosten, Restaurantbesuche und Verkehrsmittel zusätzliche Kaufkraft nach Berlin bringen. Diese fließt vor allem in die Kassen der Gastronomiebetriebe der Hauptstadt. Insbesondere die insgesamt etwa 20.000 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. Rund 2,2 Mio. Übernachtungen aus diesem Kreis der Berlin-Gäste konnten im 1. Halbjahr 2009 gezählt werden – das entspricht einer Steigerung von 4,8% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. 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 Firmenevents 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 ein paar Tage frei nehmen. Aber es gibt auch die fremden Festivaltouristen, die jedes Jahr wiederkommen und keine Berlinale ausgelassen haben. Täglich gehen sie in drei, vier Vorführungen. In den Pausen gehen sie Kaffee trinken oder in den Imbiss.

Tourismus als Wirtschaftsfaktor

Der Tourismus ist eine typische Querschnittsbranche. Deshalb fließen die touristisch bedingten Umsätze zum Teil in sehr unterschiedliche Branchen ein. So führen Handwerker Renovierungsarbeiten in Hotels durch, das Lebensmittelgewerbe liefert Waren an Restaurants. 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 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 Multibranche Tourismus verflochten.

Die Wertschöpfung ist je nach Branche, in der die Touristen Geld ausgeben, sehr unterschiedlich. Nach Angaben der [dwif-Consulting GmbH](http://dwif-consulting.com) – 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 Einkommensteuern der im Tourismus 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-Besucher über ein Tagesbudget von etwa 225 EUR. Der durchschnittliche Übernachtungsgast gibt nach Angaben des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e. V. (dwif) täglich 195 EUR aus.

Die Berücksichtigung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer der Übernachtungsgäste 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:

60. Internationale Filmfestspiele Berlin

Privatvermieter:
59,60 EUR

Verwandten-/Bekanntbesucher:
34,00 EUR

Tagesgäste:
33,80 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 des Internationalen Filmfestivals wird hinsichtlich der erwarteten Berlinale Touristen in einem ersten Szenario zunächst eine Besucherzahl von insgesamt 55.000 Besuchern unterstellt. Anschließend werden in einem zweiten und dritten Szenario jeweils expandierende Entwicklungen mit Filmfestival-Besucherzahlen von insgesamt 68.000 bzw. 91.700 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 4,3 Mio. EUR (Szenario I) bzw. 5,4 Mio. EUR (Szenario II) oder von 7,2 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 zur 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 unterstellt. Die Gruppe der Berlinale Fachbesucher wird somit einen zusätzlichen Umsatz von insgesamt rund 20,3 Mio. EUR (Szenario I) bzw. 33,8 Mio. EUR (Szenario II)

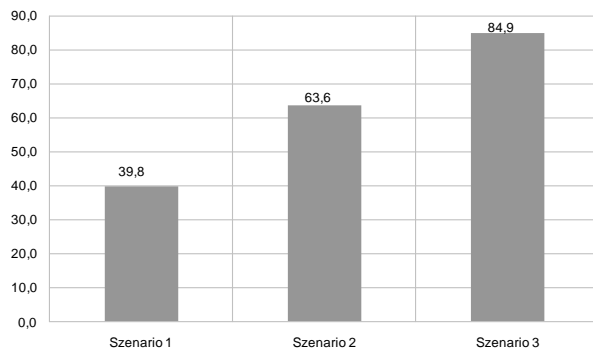
oder von 45,0 Mio. EUR (Szenario III) während der Filmfesttage in Berlin bewirken.

Auf Basis dieser Prämissen und unter Berücksichtigung der multiplikativen Ausgaben- und Beschäftigungseffekte sowie der Primärimpulse aus den Ausgaben der Fachbesucher und Film-Touristen während der Berlinale berechnet das regionale Simulationsmodell BEST (Berlin Economic Simulation Tool) die zusätzlichen Wertschöpfungs-, Beschäftigungs- und Einnahmeeffekte für Berlin.

Zwischen 39,8 Mio. EUR und 84,9 Mio. EUR zusätzliche Wirtschaftsleistung

Die zusätzlichen touristischen Umsatzeffekte zur Jubiläums-Berlinale 2010 lassen sich mit Hilfe des Simulationsmodells für die Berliner Wirtschaft (BEST) auch in Wertschöpfung, Beschäftigung und öffentliche Einnahmen umrechnen. Die primären Umsatz- und Beschäftigungswirkungen im Tourismusbereich ziehen ihrerseits durch den regionalen Einkommens- und Vorleistungsmultiplikator weitere indirekte Beschäftigungswirkungen in den vor- bzw. nachgelagerten Branchen nach sich und schaffen somit erneut Einkommen in einer Vielzahl verschiedener Branchen in Berlin. Ausgaben der Fachbesucher und Film-Touristen sind somit 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. Von besonderem Interesse sind dabei die Auswirkungen auf die Einnahmen der öffentlichen Hand. Diese profitiert einerseits von höheren Steuer- und Sozialversicherungseinnahmen und andererseits durch geringere Inanspruchnahme von Sozialhilfeempfängern. BEST untersucht unter realistischen Modellannahmen, wie sich die oben dargestellten zusätzlichen touristischen Umsatzeffekte der Internationalen Filmfestspiele langfristig auf die Berliner Gesamtwirtschaft auswirken.

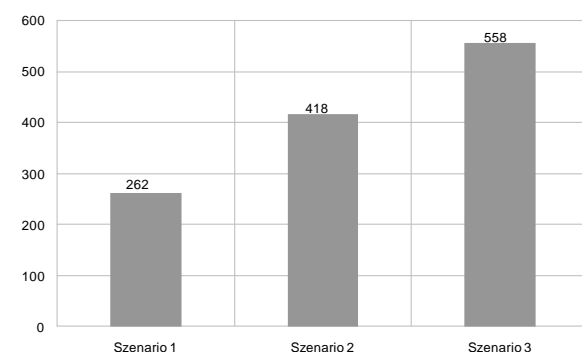
Zusätzliche jährliche Wirtschaftsleistung in Mio. EUR



Quelle: Eigene Berechnungen mit BEST

Im Ergebnis führen der zusätzliche Konsum aller Berlinale-Besuchergruppen sowie die dargestellten wirtschaftlichen Folgewirkungen zu einer durchschnittlichen jährlichen Steigerung des Berliner Bruttoinlandsprodukts von insgesamt 39,8 Mio. EUR (Szenario I), bzw. 63,6 Mio. EUR (Szenario II), oder sogar 84,9 Mio. EUR im Szenario III. Somit wird durch die Umsätze der Festival-Besucher jedes Jahr erneut zusätzliche Wirtschaftsleistung angestoßen. Auch wenn einzelne Investitionen des Berlinale Veranstalters nicht rentabel sein sollten, so sind die gesamtwirtschaftlichen Effekte für Berlin doch beachtlich. Zudem hängen rund 262 Arbeitsplätze (Szenario I), direkt oder indirekt von den Internationalen Filmfestspielen ab. Zum Vergleich: Szenario II 418 Arbeitsplätze, Szenario III 558 Arbeitsplätze.

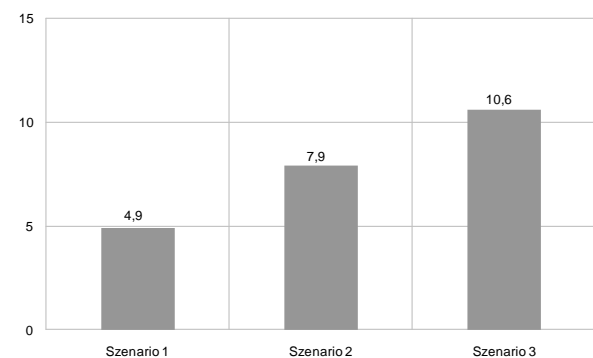
Zusätzliche Arbeitsplätze



Quelle: Eigene Berechnungen mit BEST

Auch für den Berliner Haushalt zahlt sich die Berlinale aus – die öffentlichen Einnahmen Berlins erhöhen sich allein durch die zusätzlichen Wertschöpfungseffekte im ersten Szenario jährlich um etwa 4,9 Mio. EUR. Zum Vergleich: Szenario II 7,9 Mio. EUR; Szenario III 10,6 Mio. EUR.

Zusätzliche Einnahmen für Berlin in Mio. EUR



Quelle: Eigene Berechnungen mit BEST

Berlinale bringt großen Imagegewinn

Neben diesen volkswirtschaftlich messbaren Wertschöpfungs-, Einkommens- und Beschäftigungszuwächsen existiert noch ein weiterer Effekt, der zwar schwer messbar ist, 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 2010 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 im vergangenen Jahr 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.

Filmförderung weiterhin wichtig

Ohne die Förderung aus öffentlichen Mitteln sind 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. Im vergangenen Jahr hat das Medienboard 28,9 Mio. EUR zur Förderung von Filmen und Standortmarketing-Maßnahmen vergeben. Mit über 20,8 Mio. Besuchern in Medienboardgeförderten Filmen trägt die Filmförderung darüber hinaus zum außergewöhnlichen Erfolg deutscher Filme in 2009 bei.

Die Investitionsbanken 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. Damit leisten sowohl das Medienboard als auch IBB und ILB einen entscheidenden Beitrag zur positiven Entwicklung der Film- und Medienwirtschaft in der Hauptstadtregion. Alles in allem führt die Filmförderung in der Region Berlin-Brandenburg zu zusätzlichem Wirtschaftswachstum und Arbeitsplätzen.

Fazit

Nach Berechnungen mit dem Simulationsmodell für die Berliner Wirtschaft (BEST) generieren allein die Internationalen Filmfestspiele je nach unterstelltem Szenario zwischen 39,8 und 84,9 Mio. EUR zusätzliche Wertschöpfung für die Stadt, von denen zwischen 4,9 und 10,6 Mio. EUR in Form von Steuern und Abgaben an die Stadt zurückfließen. Das ist mehr, als die Berlinale in Form öffentlicher Subventionen erhält. Zudem hängen mehrere hundert Arbeitsplätze direkt oder indirekt von der Berlinale ab.

Mit kulturellen Großveranstaltungen hat Berlin die Chance, sich als moderner und innovativer Wirtschafts-, Wissenschafts- und Kulturstandort international vorzustellen. Die herausragenden Kultur-Events transportieren 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 Filmwirtschaft in der Region Berlin wird weiter an Bedeutung gewinnen. 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
Hartmut Mertens
Telefon: 030/2125-4738
hartmut.mertens@ibb.de