

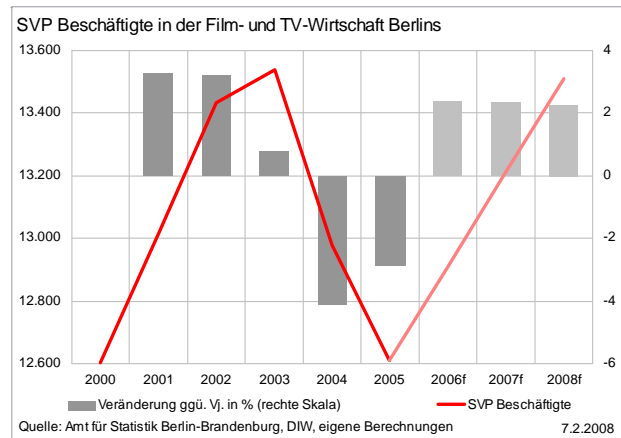
**Film- und TV-Wirtschaft**

**Die Filmhauptstadt Berlin**

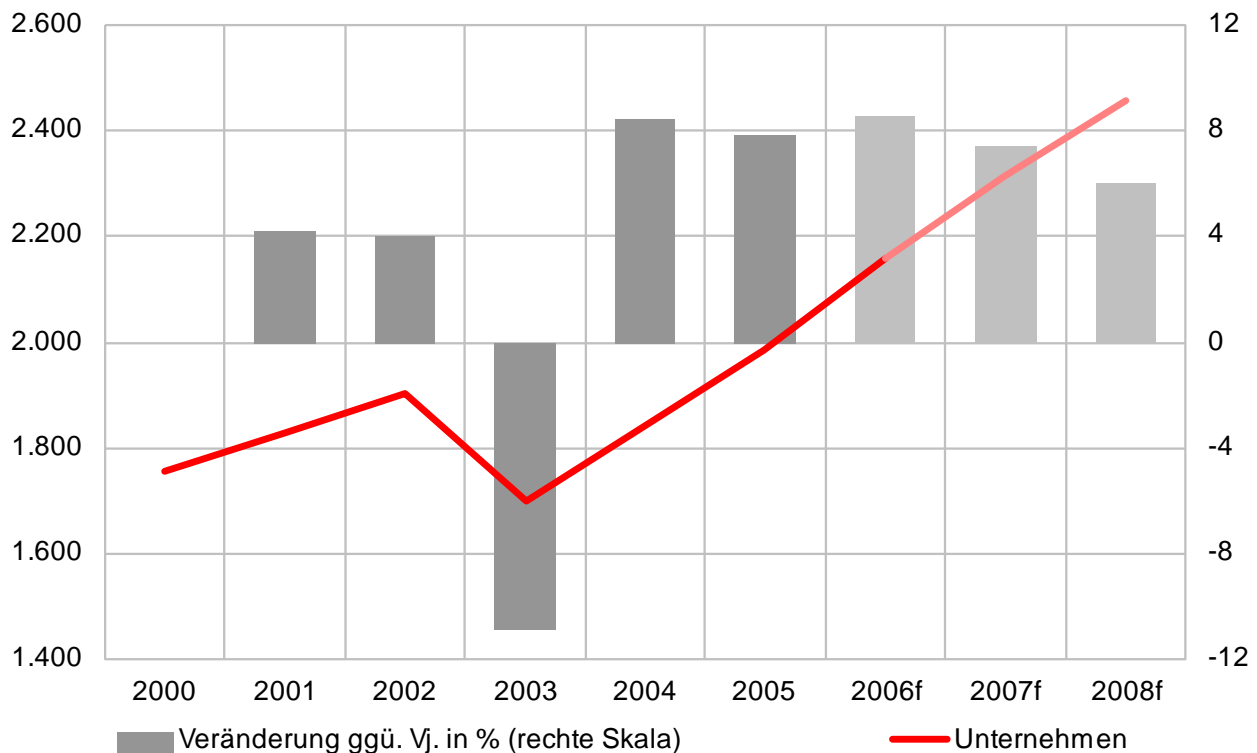
Unter den deutschen Großstädten hat Berlin eine besondere Bedeutung. Die Stadt ist eines der interessantesten Wissens-, Kultur-, Politik- und Kunstzentren Europas. Sie verfügt sowohl über ein großes kulturelles Erbe als auch über lebendige kreative Impulse und ist somit geradezu prädestiniert für die Kreativwirtschaft wie die Film- und TV-Branchen. Dieser Wirtschaftsbereich ist durch viele kleine Unternehmen und – vor allem in der Produktion – durch zeitlich befristete Kooperationen geprägt. Rund 2.000 umsatzsteuerpflichtige Unternehmen der Film- und TV-Wirtschaft mit 12.600 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sind in der Hauptstadt tätig. Rechnet man die freien Mitarbeiter, die Selbständigen und die geringfügig Beschäftigten dazu, sind es nahezu 36.000 Personen, die in der Film- und TV-Wirtschaft tätig sind.

Besondere Standortvorteile Berlins sind neben den Studios in Adlershof und im nahen Babelsberg vor allem die hohe Konzentration filmischer Dienstleister, die vielen kleinen, hoch spezialisierten Betriebe sowie die attraktiven Drehorte. Hinzu kommen die große Zahl von Schauspielern und Künstlern, das kreative Ausbildungspotenzial im Medien- und Kommunikationsbereich sowie die hervorragenden Förderbedingungen.

Ein wesentlicher Standortvorteil ist außerdem, dass sowohl die Produktionskosten als auch die allgemeinen Lebenshaltungskosten in Berlin wesentlich günstiger sind als in München, Köln oder Hamburg. Die internationale Bedeutung Berlins als Filmstadt unterstreicht die alljährliche Ausrichtung eines der größten Filmfestivals der Welt: die Berlinale.



**Unternehmen in der Film- und TV-Wirtschaft Berlins**



## Die internationalen Filmfestspiele Berlin

Einmal im Jahr verwandelt sich Berlin in Hollywood. Zur Berlinale kommen alle mit Rang und Namen im Film- und TV-Geschäft. Die Berlinale ist nicht nur das größte Kulturereignis der deutschen Hauptstadt, sondern gleichzeitig eine wichtige Messe der internationalen Filmindustrie. Nahezu 20.000 Fachbesucher aus mehr als 100 Ländern – darunter 4.000 Journalisten – melden sich jedes Jahr für die internationalen Filmfestspiele an. Mit über 200.000 verkauften Eintrittskarten ist die Berlinale nicht nur Branchentreff, sondern auch weltweit das größte Publikumsfestival. Kunst, Party und Geschäft liegen zwei Wochen lang eng beieinander. Die in die Berlinale integrierte Filmmesse „European Film Market“ (EFM) hat sich zu einem der wichtigsten Geschäftstermine von Produzenten, Verleiher, Käufer und Financiers der internationalen Filmbranche entwickelt. Berlinale und EFM bilden gemeinsam ein Netzwerk formeller und informeller Verbindungen. Haupt-Veranstaltungsort des EFM ist seit 2006 der Martin-Gropius-Bau, in unmittelbarer Nähe des Festivalzentrums am Potsdamer Platz.

Am 7. Februar wird die Berlinale zum 58. Mal eröffnet. Wieder werden zahlreiche bekannte Künstler und Produzenten in der Stadt sein – internationale wie deutsche. Darunter die Rolling Stones, die dem Eröffnungsfilm „Shine a Light“ von Martin Scorsese beiwohnen. Musik steht aber auch bei vielen anderen Filmen im Mittelpunkt der diesjährigen Berlinale. Im Zoo-Palast z. B. vertreten durch Madonna, die als Regiedebütantin den Streifen „Filth and Wisdom“ vorstellt, im International durch Patti Smith, der die Dokumentation „Dream of Life“ gewidmet ist. Im Filmpalast schließlich wird Neil Young erwartet, einer der vier Hauptakteure in dem Konzertfilm „CSNY Déjà Vu“ über die Tournee 2006 von Crosby, Stills, Nash & Young.

Die Internationalen Filmfestspiele Berlin sind aber nicht nur für die Dauer von zwei Wochen im Februar ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für die Stadt, sondern ein ganzjähriger Geschäftsbetrieb. Von der Berlinale profitiert dabei nicht nur das Film- und Fernsehgeschäft, sondern die ganze Kreativwirtschaft: die Agenturen, der IT- und Internetbereich, die Musikwirtschaft, die Werbung, der Buch- und Pressemarkt und die Spiele-Industrie.

## Die wirtschaftlichen Effekte der Film- und Fernsehproduktionen für Berlin

Bevor aber zu große Lobeshymnen über die Berliner Filmwirtschaft gesungen werden, soll eine Analyse auf Basis der neuesten statistischen Daten die tatsächliche Entwicklung und Bedeutung der Film- und TV-Wirtschaft am Standort Berlin offen legen. Stärken und Schwächen werden allerdings erst transparent, wenn die Entwicklung in dieser Branche nicht isoliert untersucht wird. Vor- und Nachteile zeigen sich zum Beispiel beim Vergleich mit anderen Branchen der Kreativwirtschaft z. B. mit der Musikwirtschaft. Hinzu kommt, dass die Film- und TV-Wirtschaft mit den Branchen der Musikwirtschaft bei der Produktion von Filmen und DVDs – wie auch die diesjährige Berlinale zeigt – immer öfter Verbindungen eingeht und somit auch von den jeweiligen Stärken der anderen Branche profitiert.

Vor diesem Hintergrund wird in dem vorliegenden Beitrag die Entwicklung der Berliner Film- und TV-Wirtschaft mit den entsprechenden Werten aus anderen Branchen der Kreativwirtschaft bzw. mit der Situation der Kreativwirtschaft insgesamt verglichen. In diesem Zusammenhang sollen dann folgende Fragen beantwortet werden: Welche Bedeutung hat die Film- und TV-Wirtschaft für die Berliner Kreativwirtschaft? Welche Fortschritte sind in der Berliner Film- und TV-Wirtschaft und in der Kreativwirtschaft insgesamt erreicht worden? Welche Wachstumsperspektiven haben die Unternehmen dieser Branchen?

### Zur statistischen Abgrenzung der Film- und TV-Wirtschaft

Für eine Untersuchung der wirtschaftlichen Bedeutung der Film- und TV-Wirtschaft bietet sich zunächst die Umsatzsteuerstatistik bzw. die Statistik der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten an. Allerdings können die Daten aus diesen Statistiken nur ein eingeschränktes Bild der Film- und TV-Wirtschaft vermitteln. In der Umsatzsteuerstatistik werden nur Unternehmen erfasst mit einem bestimmten Mindestumsatz und Hauptsitz in Berlin. Nicht steuerpflichtig und deshalb nicht erfasst sind Unternehmen, deren Umsatz im Erhebungsjahr weniger als 17.500 EUR betragen hat. Außerdem liegt diese Statistik nur mit zweijähriger Verzögerung vor. Die Zahlen der vorliegenden Untersuchung stammen aus dem Jahr 2005 und wurden im März 2007 veröffentlicht, sind somit die aktuellsten, die es derzeit gibt. Die Statistik der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten beruht zwar auf einer Totalauszählung, umfasst jedoch nur rund 70% der Erwerbstätigen. Freie Mitarbeiter und Selbstständige werden nicht berücksichtigt.

Vor dem Hintergrund dieser unbefriedigenden Datenlage hat nun erstmals das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) im Juni 2007 im Auftrag der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen eine erweiterte Datenbasis für das Branchen-Cluster Kreativwirtschaft einschließlich der Film- und TV-Wirtschaft ermittelt. Auf Grundlage der oben genannten Statistiken wurde im Dezember 2006 in Berlin bei 25.000 Unternehmen aus den Kreativ- und Film-Branchen eine Primärerhebung durchgeführt. Mit Hilfe der Daten aus der Primärerhebung können freie Mitarbeiter, die nicht in der Statistik der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten auftauchen, einzelnen Branchen hinzugerechnet werden. Gleichzeitig wurden in dieser Untersuchung Umsätze von Unternehmen mit Tochterunternehmen in anderen Regionen mittels eines Beschäftigungsschlüssels neu zugeordnet. Eine Schlüsselung wurde ebenso in der Rundfunk- und Fernsehbranche durchgeführt. Da in der Umsatzsteuerstatistik nur die privatwirtschaftlich agierenden Unternehmen und nicht die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten erfasst sind, wurden auch die Erträge aus Teilnehmergebühren, Werbeeinnahmen sowie sonstige Erträge bei den Umsatzzahlen berücksichtigt. Weitere Korrekturen wurden bei den Theatern und Orchestern vorgenommen. Da in der Umsatzsteuerstatistik nur die Privattheater enthalten sind, wurden die Erträge der öffentlichen Theater aus der Theaterstatistik hinzugefügt.

Für die folgende Analyse der Film- und TV-Wirtschaft wurde im Wesentlichen auf die neue DIW-Datenbasis zugegriffen. Nach dieser Erhebung werden unter dem Begriff Film- und TV-Wirtschaft folgende Wirtschaftszweige zusammengefasst:

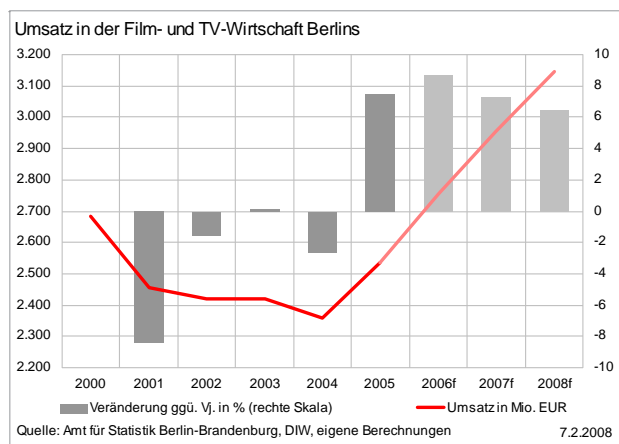
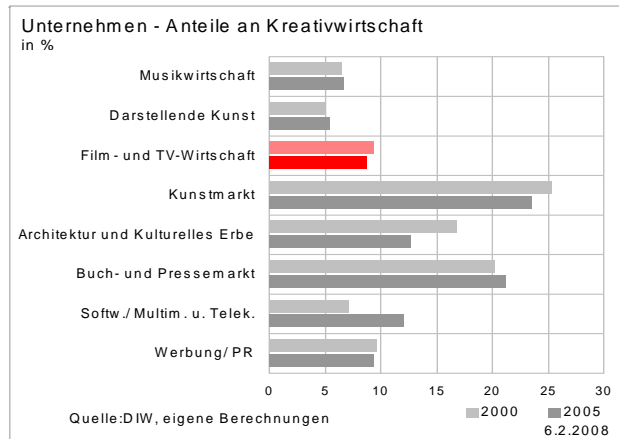
- Vervielfältigung von bespielten Bildträgern
- Vervielfältigung von bespielten Datenträgern
- Herstellung von unbespielten Ton-, Bild- und Datenträgern
- Herstellung von Rundfunkgeräten sowie phono- und videotechnischen Geräten
- Herstellung von Foto-, Projektions- und Kino-geräten
- Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik und Zubehör
- Videotheken
- Film- und Videofilmherstellung
- Filmverleih und Videoprogrammanbieter
- Kinos
- Rundfunkveranstalter
- Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen
- Selbstständige Bühnen-, Film-, Hörfunk- und Fernsehkünstler

### Umsatzsteigerung von 7,5% in der Film- und TV-Wirtschaft

Nach der oben genannten Abgrenzung hat sich die Film- und TV-Produktion in Berlin in den letzten Jahren zu einem bedeutenden Wirtschaftsfaktor und Wachstumsfeld entwickelt. Rund 2.000 steuerpflichtige Unternehmen der Berliner Filmwirtschaft mit einem Jahresumsatz von gut 2,5 Mrd. EUR und rund 12.600 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte sind in der Hauptstadt tätig. Dies bedeutet hinsichtlich der Zahl der steuerpflichtigen Unternehmen seit 2000 eine Steigerung um 229 (+13%). Bezogen auf die Gesamtzahl der Steuerpflichtigen im Branchen-Cluster Kreativwirtschaft entspricht dies einem Anteil von 8,8%.

Der filmwirtschaftliche Umsatz erhöhte sich allein im Jahr 2005 um 7,5% auf 2,54 Mrd. EUR. Damit entwickelte sich der Umsatz im Filmbereich wesentlich günstiger als z. B. der Gesamtumsatz in der Berliner Musikwirtschaft 2005 mit 1,03 Mrd. EUR (-13,8%). Der Umsatz in der Berliner Kreativwirtschaft insgesamt konnte jedoch aufgrund der guten Entwicklung in den Branchen Buch- und Pressemarkt, Software/Multimedia und Telekommunikation sowie Werbung und PR mit 20,8% deutlich stärker zulegen. Aber bereits 2008 dürfte der Berliner Film- und TV-Umsatz die Drei-Milliarden-Marke deutlich überspringen und mit diesem Ergebnis dann um 24% gegenüber 2005 zugelegt haben. Denn die vergangenen zwei Jahre scheinen für die Berliner Film- und TV-Wirtschaft besonders erfolgreich gewesen zu sein. Nach einer aktuellen Branchenumfrage sind rund zwei Drittel der befragten Medienunternehmen der Hauptstadtregion mit ihrer Geschäftsentwicklung 2007 zufrieden bis sehr zufrieden; 44% der Unternehmen rechnet mit steigenden Umsätzen.

Für die guten Prognosen sprechen auch die neuen Förderprogramme der Bundesregierung. Um die Filmwirtschaft gegenüber dem Ausland konkurrenzfähiger zu machen, hat die Bundesregierung im August 2006 beschlossen, in Deutschland produzierte Kinofilme sowie ausländische Produktionen mit deutscher Beteiligung ab Januar 2007 für zunächst drei Jahre im Rahmen des Deutschen Filmförderfonds (DFFF) mit zusätzlich 60 Mio. EUR jährlich zu unterstützen. Vor allem die Filmwirtschaft in der Region Berlin-Brandenburg dürfte hiervon profitieren.



### Film- und TV-Wirtschaft: Anteilsgewinne bei den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten

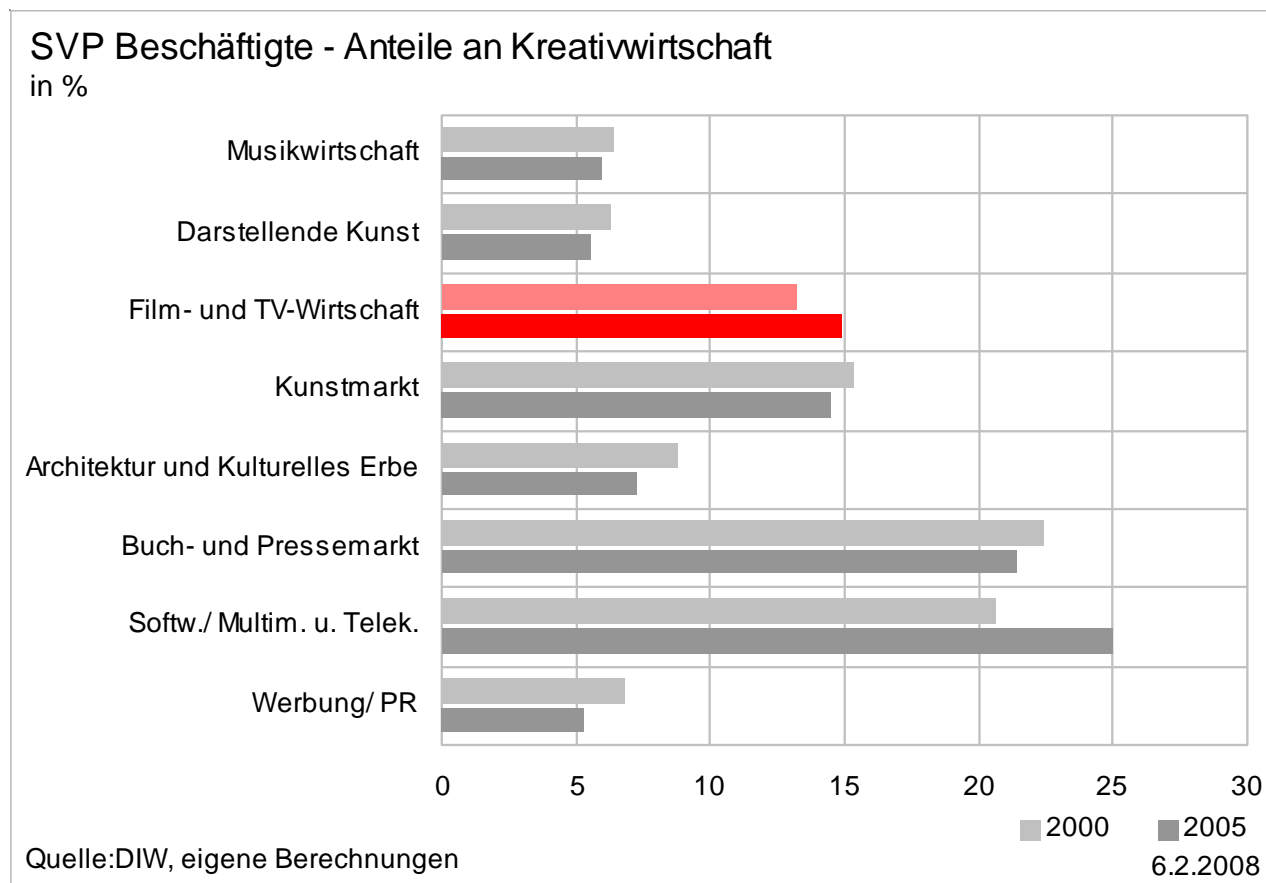
Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Bereich Film- und TV-Wirtschaft blieb zwar absolut gesehen im Zeitraum 2000 bis 2005 mit zuletzt 12.610 Personen nahezu konstant, konnte jedoch ihren Anteil an den Beschäftigten in der Kreativwirtschaft insgesamt von 13,3% auf nun 14,9% ausweiten. Alle anderen Kreativbranchen – mit Ausnahme der Sparte Software/Multimedia und Telekommunikation (+4,4 Prozentpunkte) – mussten dagegen Anteilsverluste hinnehmen.

Die entsprechenden Umsatzanteile der Film- und TV-Wirtschaft an den gesamten Umsätzen in der Kreativwirtschaft gingen dagegen in den vergangenen Jahren vor dem Hintergrund der deutlichen Gewinne im Buch- und Pressemarkt von 19,0% auf 13,7% zurück.

### Software/Multimedia und Telekommunikation: Bedeutendster Bereich der Kreativwirtschaft

Der für Berlin sowohl nach dem Umsatzergebnis als auch nach den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten bedeutendste Bereich der Kreativwirtschaft ist die Software/Multimedia und Telekommunikation. Hier wurden 2005 knapp 36% des kreativwirtschaftlichen Umsatzes erwirtschaftet. Die Erlöse summierten sich im Bereich Software/Multimedia und Telekommunikation Ende 2005 auf 6,6 Mrd. EUR, 29,7% mehr als fünf Jahre zuvor. Die Zahl der Unternehmen verdoppelte sich in diesem Zeitraum auf 2.732. Allein im Jahr 2005 wurden 268 umsatzsteuerpflichtige Unternehmen mehr als im Vorjahr registriert.

Auch die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Bereich Software/Multimedia und Telekommunikation erhöhte sich in den letzten Jahren deutlich. Im Zeitraum 2000 bis 2005 um 7,5% auf 21.100 Personen. In der gesamten Kreativwirtschaft Berlins ging dagegen im gleichen Zeitraum die Beschäftigtenzahl um 11,4% zurück.



**Musikwirtschaft: 4% Umsatzsteigerung**

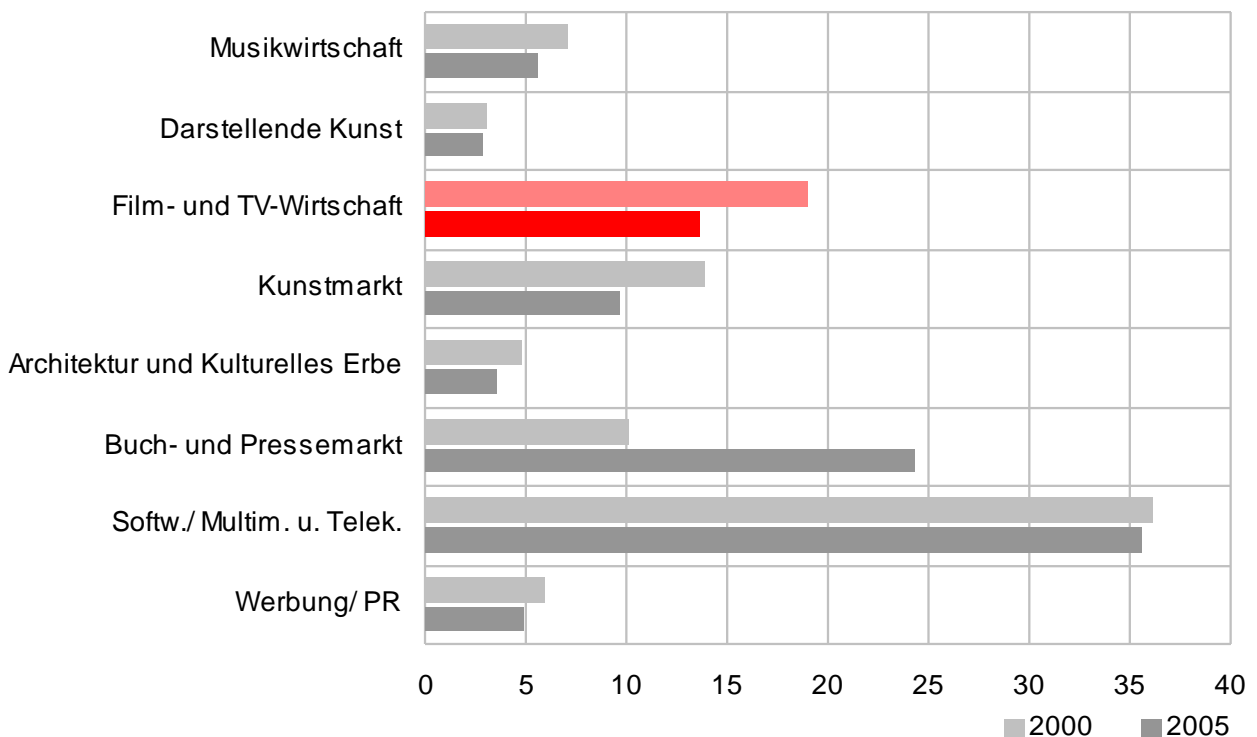
Der dritte untersuchte Bereich der Berliner Kreativwirtschaft, die relativ kleine Sparte Musikwirtschaft, umfasst 6,7% der steuerpflichtigen Kreativunternehmen und 5,6% des Umsatzes. In den vergangenen fünf Jahren zog die Hauptstadt 285 zusätzlich in diesem Bereich tätige Unternehmen an, die den Umsatz insgesamt um 4,0% erhöhten – allein 2005 konnte ein Umsatz von 1,03 Mrd. EUR erwirtschaftet werden. Die größten Steigerungsraten wurden 2003 (+15,8%) und 2004 (+7,5%) erzielt. Diese Entwicklung verhinderte allerdings nicht, dass der Anteil an den Umsätzen in der gesamten Kreativwirtschaft im Zeitraum 2000 bis 2005 von 7,0% auf 5,6% zurückging.

Vor allem junge Produzenten, Musiker und Komponisten fühlen sich von Berlin angezogen. Musikschaffende aus allen Bereichen sind von der guten Infrastruktur sowie der Atmosphäre Berlins fasziniert und lassen sich deshalb in der Stadt nieder – Tendenz steigend.

Die Zahl der sozialversicherungspflichtigen Musikbeschäftigten entwickelte sich in den letzten Jahren weniger dynamisch. Im Gegenteil – sie ging im Zeitraum 2000 bis 2005 um 17,2% auf insgesamt 5.027 Personen zurück. Es ist zu vermuten, dass in dem Segment Musikwirtschaft zunehmend freie Mitarbeiter auf Honorarbasis beschäftigt werden.

**Umsätze - Anteile an Kreativwirtschaft**

in %



Quelle:DIW, eigene Berechnungen

6.2.2008



## Hoher Beitrag zur Wertschöpfung

Alles in allem hat die Analyse gezeigt, dass die Berliner Film- und TV-Unternehmen nicht nur erstklassige Filme, Fernsehserien, Politikformate und Talkshows produzieren, sondern zugleich für Wertschöpfung und Beschäftigung in Berlin sorgen. Die Film- und TV-Wirtschaft ist eine Zukunftsbranche, die Investitionen in die Stadt zieht und Arbeitsplätze schafft.

Aber nicht nur die Herstellung von Filmen und TV-Sendungen trägt zur Wertschöpfung in Berlin bei, auch die Musikwirtschaft und der Bereich Software/Multimedia und Telekommunikation sind in Berlin weiterhin auf Erfolgskurs. Hinzu kommen die vielen Dienstleister wie beispielsweise Transport- und Cateringunternehmen, Personen- oder Objektschutzdienste sowie das Hotel- und Gaststättengewerbe, die indirekt vom Film- und TV-Geschäft profitieren und somit auch einen zusätzlichen Beitrag zur Steigerung der Wirtschaftsleistung leisten.

Über die Höhe dieser indirekten und induzierten Effekte liegen jedoch keine gesicherten Zahlen vor, so dass die wirtschaftliche Bedeutung nur anhand von Schätzungen berechnet werden kann. Mit Hilfe des ökonomischen Simulationsmodells für die Berliner Wirtschaft (BEST - Berlin Economic Simulation Tool) lassen sich auch die vor- und nachgelagerten Ausgaben der Berliner Film- und TV-Wirtschaft berechnen und in Wertschöpfungseffekte umrechnen. Auf Grundlage der erweiterten Datenbasis kann man alles in allem von einem Beitrag der Filmwirtschaft zum Bruttoinlandsprodukt der Stadt – einschließlich der Effekte in den vor- und nachgelagerten Wirtschaftszweigen – von etwa insgesamt 3,2 Mrd. EUR pro Jahr ausgehen. Dies entspricht einem Anteil von 3,9% an der gesamten Wirtschaftsleistung Berlins.

## Gute Förderbedingungen am Filmstandort Berlin

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. Die erfolgreiche Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH – die frühere Filmboard – ist bundesweit neben der Mitteldeutschen Medienförderung MDM das einzige länderübergreifend arbeitende Förderinstitut und vergibt Mittel für Filmvorhaben (z. B. Drehbuch- und Projektentwicklung, Produktion, Verleih), die in der Region Berlin-Brandenburg realisiert werden.

Im Jahr 2007 erhöhte sich das gesamte Medienboard Förderbudget auf 29,8 Mio. EUR. Mit den zusätzlichen Fördermitteln war es möglich, weitere wichtige Filme und Standortmarketing-Maßnahmen in und aus Berlin-Brandenburg zu fördern. Filme wie Michael Hanekes Drama „Das weiße Band“ (P: X Filme Creative Pool), das in einem brandenburgischen Dorf gedreht wird, „Mogadishu Welcome“ von Roland Suso Richter (P: teamWorx) oder Cyril Tuschis „Aufstieg und Fall des Michail B. Chodorkovskij“ (P: LaLa Film) wurden mit den zusätzlichen Mitteln unterstützt. Aktuell werden auch Pilotprojekte für die Entwicklung von digitalen Inhalten gefördert. Für das laufende Jahr sowie für 2009 haben die Länder Berlin und Brandenburg dem Medienboard eine Erhöhung des Förderbudgets um insgesamt 3 Mio. EUR zugesagt – 1 Mio. EUR für 2008 und 2 Mio. EUR für 2009. Im Rahmen der Filmförderung des Medienboard Berlin-Brandenburg konnten 2007 insgesamt 269 Filme und Standortmarketing-Maßnahmen gefördert werden.

Zu den guten Förderbedingungen des hiesigen Filmstandorts gehört auch das Zwischenfinanzierungsinstrument für Film- und TV-Produktionen. Zur Stärkung der Berlin-Brandenburgischen Film- und Fernsehwirtschaft haben die Investitionsbank Berlin und die InvestitionsBank des Landes Brandenburg in Kooperation mit der Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH ein Programm zur Zwischenfinanzierung von TV-Auftragsproduktionen aufgelegt. Finanziert werden kleine und mittelständische Produktionsunternehmen mit Sitz in Berlin und Brandenburg oder deutsche Produktionsgesellschaften, die einen wesentlichen Teil ihres TV-Auftragsprojektes in der Region Berlin-Brandenburg realisieren.

Um die Filmwirtschaft gegenüber dem Ausland konkurrenzfähiger zu machen, hat die Bundesregierung im August 2006 beschlossen, in Deutschland produzierte Kinofilme sowie ausländische Produktionen mit deutscher Beteiligung ab Januar 2007 für zunächst drei Jahre im Rahmen des Deutschen Filmförderfonds (DFFF) mit zusätzlich 60 Mio. EUR jährlich zu unterstützen. Neben München dürfte vor allem die Filmwirtschaft in der Region Berlin-Brandenburg von dieser Fördersumme profitieren. Im vergangenen Jahr erhielt der Film „Speed Racer“, der in Potsdam realisiert wurde, 9 Mio. EUR Förderung. Die Stauffenberg –Verfilmung „Valkyrie“ bekam 4,8 Mio. EUR. Da der Marktanteil deutscher Produktionen an allen in deutschen Kinos gezeigten Filmen lediglich etwa 15% beträgt – der Rest ging fast vollständig auf das Konto US-amerikanischer Produktionen – ist die Verbesserung der internationalen Wettbewerbs- und Exportfähigkeit deutscher Filme durch die Filmförderung auch weiterhin erforderlich.

Auch die Kulturverwaltung des Berliner Senats vergab im Rahmen des Künstlerinnen-programms im Jahr 2007 Arbeitsstipendien und Projektzuschüsse für künstlerische Vorhaben im Bereich Film und Video an Filmemacherinnen, die ihren Arbeits- und Lebensmittelpunkt in Berlin haben. Es können sich auch Initiativen und Gruppen mit Erfahrung in der Kinoprogrammarbeit für Abspielreihen oder Veranstaltungen bewerben, deren Zielsetzung es ist, Arbeiten von Filmemacherinnen einer breiteren Öffentlichkeit vorzustellen. Besondere Berücksichtigung finden innovative und experimentelle Filmvorhaben.

### **Fazit: Förderung innovativer Projekte verstärken**

Die Film- und TV-Wirtschaft in Berlin wird weiter an Bedeutung gewinnen. Besondere Wachstumspotenziale liegen nach wie vor in der Verbindung der klassischen Filmproduktion mit modernen Multimedia-Techniken. 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. Diese Potenziale der traditionellen Filmindustrie für die digitalen Verbreitungsmedien müssen verstärkt erschlossen werden. Berlin hat mit seinen personellen und infrastrukturellen Ressourcen dabei besondere Standortvorteile. Für die Kinos könnte eine Überlebensstrategie in der Bindung von Stammpublikum durch Spezialisierung ihrer Programme liegen. Denkbar sind auch Kinoveranstaltungen zu Live-Konzerten und Sportveranstaltungen.

Allerdings müssen Qualifizierung und Nachwuchsförderung auch künftig eine hohe Priorität erhalten. Die Berliner Hochschulen und Universitäten sollten vor allem im Multimediabereich verstärkt international konkurrenzfähige Studiengänge anbieten. Denkbar ist auch eine stärkere Förderung von filmischen Pilotprojekten, bei denen technologisches bzw. geografisches Neuland betreten wird – etwa im Bereich der digitalen Medien und/oder bei der Zusammenarbeit mit Filmschaffenden in den neuen EU-Ländern Osteuropas.