

Berlin *Fokus*

Wirtschaftsfaktor Berlinale

Januar 2019

Filmkunst und Wirtschaft gehen in Berlin Hand in Hand

Die Berlinale gehört neben Cannes, Locarno und Venedig zu den wichtigsten europäischen Festivals mit internationalem Wettbewerb. Die in das Festival integrierte neuntägige Filmmesse European Film Market Berlin hat sich zur wichtigsten Geschäftsveranstaltung in der internationalen Filmbranche entwickelt. Hier treffen Filmproduzenten auf Verleiher, Regisseure auf Drehbuchautoren, Filme und Filmstoffe werden ver- und gekauft. Berlin hat mit der Berlinale die größte Messe weltweit für den internationalen Filmhandel etabliert. Vor allem in ihrer Funktion als Film-Marktplatz hat sich die Berlinale in den vergangenen Jahren unter Dieter Kosslick deutlich stärker positioniert. So sind inzwischen rund 10.000 Produzenten, Einkäufer, Sales Agents, Vertreter und Financiers aus 110 Ländern für den Marktplatz angemeldet – eine deutliche Steigerung gegenüber den letzten Jahren. Neben dem Film-Marktplatz ist und war die Berlinale aber seit ihrem Start 1951 vor allem ein Besucherfestival, das jedes Jahr viele Filmbegeisterte zum Jahresanfang ins kalte Berlin lockt. Gerade in der touristisch eher schwachen Jahreszeit ist das für viele Hotels und Restaurants ein wichtiges Ereignis. Vor allem rund um den Potsdamer Platz wird das Leben elf Tage lang pulsieren, und das nicht nur in den Kinos. Die Berlinale wird sich besonders für den Innenstadtbereich positiv auswirken. Der Berliner Einzelhandel, die Gastronomie und das Verkehrsgewerbe werden durch die Filmfestbesucher Mehreinnahmen verbuchen. Sie kommen dem Taxigewerbe zu Gute, den Geschäften am Potsdamer Platz und den nahegelegenen Shopping Malls, an der Friedrichstraße sowie den großen Warenhäusern rund um den Kurfürstendamm. Das Festival trägt auch dazu bei, Berlin nicht nur als Kulturhauptstadt, sondern auch als Shoppingmetropole zu etablieren.

Selbst konservative Annahmen zeigen, dass durch die vielen Berlinale-Besucher sowie die rund 20.000 Fachbesucher und Pressevertreter zusammengenommen beträchtliche Ausgaben in Berlin erzeugt werden. Filmfans und vor allem das Fachpublikum zeigen sich konsumfreudiger und bleiben länger in der Stadt als der normale Berlinbesucher. Während ein gewöhnlicher Berlin-Tourist laut Amt für Statistik Berlin-Brandenburg im Schnitt 2,4 Tage in der Stadt bleibt, hält sich ein professioneller Festivalbesucher zwischen vier und neun Tage in Berlin auf. Zudem ist der Anteil der Besucher aus dem Ausland von Berlinale zu Berlinale gewachsen, was zu höheren Ausgaben in Berlin führt. Im Durchschnitt verfügt vor allem der vergleichsweise solvente Berlinale-Fachbesucher über ein Tagesbudget von etwa 230 bis 320 EUR, das er in Berlin für Übernachtung, Verpflegung, Transport, Einkäufe und Kultur ausgibt.

Zur Berechnung der primären Konsumwirkung der 69. Internationalen Filmfestspiele wird hinsichtlich der Berlinale-Gäste bei voraussichtlich 330.000 verkauften Karten (ohne Fachbesucher) eine Besucherzahl von rund 100.000 unterstellt. Im Schnitt erwirbt somit jeder Film-Enthusiast rund 3 Eintrittskarten. Aus Umfragen hat sich ergeben, dass ca. 64% der Film-Fans aus Berlin kommen, 20% aus Deutschland und 16% aus dem Ausland anreisen. Diese Berlinale-Besucher tätigen Ausgaben von insgesamt rund 16 Mio. EUR in Berlin. Hierin enthalten sind noch nicht die Ausgaben der Fachbesucher. In 2019 kann von rund 18.500 akkreditierten Fachbesuchern und 3.700 Journalisten ausgegangen werden. Die Gruppe der Berlinale-Fachbesucher wird aufgrund ihres höheren Budgets insgesamt Ausgaben von knapp 39 Mio. EUR während der Filmfesttage in Berlin tätigen. Schließlich bleibt auch ein Großteil des Berlinale-Etats von 26 Mio. EUR sowie weitere durch die Berlinale angestoßene Sponsoringleistungen in der Region. Denn damit werden hauptsächlich Kinomieten, Synchronisationsstudios, Film- und Fernsehproduktionsfirmen, Fotostudios, Werbeagenturen, Eventveranstalter, Sicherheitskräfte und Berlinale-Mitarbeiter bezahlt. Zusammengefasst ergeben sich im Jahr 2019 somit konsumwirksame Effekte von insgesamt rund 80 Mio. EUR, die der Berlinale und ihren zahlenden Gästen zugerechnet werden können.

Bis zu 130 Mio. EUR zusätzliche Wirtschaftsleistung durch die Berlinale

Die durch die 69. Berlinale freigesetzten Konsumausgaben, die auf der anderen Seite Umsatzeffekte in zahlreichen Berliner Unternehmen sind, lassen sich mit Hilfe des ökonomischen Berlinmodells in Wertschöpfung umrechnen. Denn die primären Umsatzwirkungen in den verschiedenen Tourismusbereichen ziehen ihrerseits unter Einbeziehung von vor- oder nachgelagerten Branchen weitere indirekte Beschäftigungswirkungen nach sich und schaffen somit erneut Einkommen in einer Vielzahl verschiedener Branchen auch außerhalb des Filmgeschäfts. Die Umsätze der Filmfestival-Besucher (Filmschaffende, Journalisten und Touristen) sorgen also für zusätzliche Einnahmen und Investitionen, die unmittelbare und mittelbare Effekte auf andere volkswirtschaftliche Größen wie Wachstum und Beschäftigung haben – und dies über einen längeren Zeitraum als den eigentlichen Berlinale-Zeitraum von elf Tagen.

Unter Berücksichtigung des Primärimpulses der 69. Berlinale in Höhe von rund 80 Mio. EUR sowie der nachgelagerten multiplikativen Ausgaben- und Beschäftigungseffekte ergibt sich eine Steigerung des Berliner Bruttoinlandsproduktes von rund 92 Mio. EUR bereits im Jahr der Berlinale. Berücksichtigt man zusätzlich, dass die Berlinale ein jährlich wiederkehrendes Festival ist, so gesellen sich zu der Wirtschaftsleistung des Jahres 2019 noch weitere wirtschaftliche Nachlaufeffekte aus früherer Berlinale. Diese verstärken den wirtschaftlichen Impuls der diesjährigen Festivals. Realwirtschaftlich lässt sich dieser Modellansatz damit erklären, dass sich das wirtschaftliche Umfeld der Berlinale auf das jährlich wiederkehrende Ereignis eingestellt hat. So profitieren die Unternehmen von der Planungssicherheit gewachsener und verlässlicher Festival-Strukturen und können Personal einstellen und notwendige Investitionen frühzeitig tätigen. Beispielsweise könnten einige der in den Vorjahren geschaffenen Arbeitsplätze im Gastgewerbe, Einzelhandel oder anderen Dienstleistungsunternehmen dank planbarer Auslastung dauerhaft gesichert werden. Es gibt somit einen strukturellen Unterschied zwischen einem singulären touristischen Ereignis (wie z.B. einer Fußball-EM) und einer jährlich wiederkehrenden, kontinuierlich gepflegten Veranstaltungsreihe. Im Ergebnis führen die Konsumimpulse der 69. Berlinale (80 Mio. EUR) sowie die wirtschaftliche Nachlaufeffekte früherer Berlinale zu einer Steigerung des Berliner Bruttoinlandsprodukts von insgesamt 130 Mio. EUR, verteilt auf die Jahre 2019 bis 2021. Dabei werden 100 Mio. EUR schon im Jahr der 69. Berlinale wirksam.

Berlinale bringt zudem großen Imagegewinn


Genauso wie die künstlerischen Highlights der 69. Berlinale, die Filmliebhaber aus der ganzen Welt begeistern, sind auch die gesamtwirtschaftlichen Effekte für Berlin beachtlich. Neben dem volkswirtschaftlich messbaren Wertschöpfungszuwachs existieren aber noch weitere Effekte, die zwar nicht ohne weiteres messbar ist, letztlich aber auch volkswirtschaftliche Wirkungen entfaltet. Hierzu gehört vor allem der Imagegewinn durch die Darstellung Berlins als junge, moderne Kulturstadt. Von großer Bedeutung ist dabei auch die positive nationale und internationale Medienberichterstattung. Über die 859 für die Berlinale akkreditierten Printmedien werden rund 170 Mio. potenzielle Leser erreicht. Und online erreicht die Internetseite der Berlinale mehr als 13 Mio. Page Views. Bei vielen Besuchern des Filmfestivals werden zudem nicht nur die Filme in bester Erinnerung bleiben, sondern auch die Stadt, in die einige wieder kommen werden.

Herausgeber:
Investitionsbank Berlin
Volkswirtschaft
Bundesallee 210
10719 Berlin

Verfasser:
Claus Pretzell
Telefon: 030/2125-4752

Redaktionsschluss: 29. Januar 2019

Weitere Publikationen unter
www.ibb.de/volkswirtschaft

 Investitionsbank Berlin
Dieses Werk ist lizenziert unter
einer Creative Commons
Namensnennung 3.0 Deutschland Li-
zenz.
<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/de/>