

Berlin *Fokus*

Die 65. Berlinale – Filmkunst und Wirtschaftsfaktor

Januar 2015



Filmkunst und Wirtschaft gehen in Berlin Hand in Hand

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, Filme und Filmstoffe werden ver- und gekauft. Berlin hat mit der Berlinale einen der wichtigsten Marktplätze für den internationalen Filmhandel etabliert. Neben diesem Film-Marktplatz ist die Berlinale aber vor allem auch ein Besucherfestival, das Jahr für Jahr viele Filmbegeisterte nach 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 zehn Tage lang pulsieren und das nicht nur in den Kinos. Die Berlinale wird sich besonders für den Innenstadtbereich sehr positiv auswirken. Der Berliner Einzelhandel und das Verkehrsgewerbe werden durch die Filmfestbesucher Mehreinnahmen verbuchen. Sie kommen dem Taxigewerbe zu Gute, den Läden am Potsdamer Platz, an der Friedrichstraße sowie den großen Warenhäusern rund um den 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.

Zur Berechnung von volkswirtschaftlichen Effekten, wie sie zum Beispiel durch die jährlich wiederkehrende Berlinale ausgelöst werden, verwenden die Volkswirte der Investitionsbank Berlin ein makroökonomisches Regionalmodell. Mit ihm können ökonomische Veränderungen in der Berliner Wirtschaft simuliert und bewertet werden. Ausgehend von einem so genannten volkswirtschaftlichen Referenzszenario, das die Berliner Regionalwirtschaft ohne wirtschaftliche Eingriffe darstellt, wird ein Simulationsszenario berechnet. Dessen Eingangsgröße ist im Falle der 65. Berlinale die erhöhte Konsumwirkung durch Filmfans und Fachbesucher, die extra nach Berlin kommen.

Selbst konservative Annahmen zeigen, dass durch die vielen Berlinale-Besucher und die fast 20.000 Fachbesucher und Pressevertreter zusammengenommen enorme Geldflüsse 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 im Schnitt 2,4 Tage in der Stadt bleibt, hält sich ein professioneller Festivalbesucher zwischen vier und neun Tage in Berlin auf. Im Durchschnitt verfügt der vergleichsweise solvente Berlinale-Fachbesucher über ein Tagesbudget von etwa 240 bis 310 EUR, das er in Berlin vor allem für Dienstleistungen ausgibt.

Zur Berechnung der primären Konsumwirkung der 65. Internationalen Filmfestspiele wird hinsichtlich der erwarteten Berlinale Touristen bei 320.000 verkauften Karten (ohne Fachbesucher) eine Besucherzahl von rund 100.000 unterstellt. Im Schnitt erwirbt somit jeder Berlinale-Tourist 3,2 Eintrittskarten. Diese Gruppe der Berlinale-Besucher wird einen Umsatz von insgesamt rund 12,2 Mio. EUR in Berlin erzeugen. Hinzu kommt die Gruppe der Fachbesucher. Auch in diesem Jahr kann wieder von rund 16.100 akkreditierten Fachbesuchern und 3.700 Journalisten ausgegangen werden. Diese Gruppe der Berlinale Fachbesucher wird aufgrund ihres höheren Ausgabebudgets insgesamt einen zusätzlichen Umsatz von sogar rund 32,2 Mio. EUR während der Filmfesttage in Berlin bewirken.

Schließlich bleiben auch ein Großteil des Berlinale-Etats von 21 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. Insgesamt ergeben diese Dienstleistungen einen zusätzlichen Umsatz

von rund 24,5 Mio. EUR. Zusammengefasst ergeben sich im Jahr 2015 somit direkte konsumwirksame Effekte in Berlin von insgesamt rund 68,9 Mio. EUR, die der Berlinale und ihren zahlreichen Gästen zugerechnet werden können.

Bis zu 125 Mio. EUR zusätzliche Wirtschaftsleistung durch die Berlinale

Diese durch die 65. Berlinale freigesetzten Konsumausgaben, die auf der anderen Seite Umsatzeffekte in zahlreichen Berliner Unternehmen sind, lassen sich mit Hilfe des ökonomischen Berlinmodells in Wertschöpfung umrechnen. Die primären Umsatzwirkung in den verschiedenen 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.

Unter Berücksichtigung der Primärimpulse in Höhe von rund 69 Mio. EUR sowie der nachgelagerten multiplikativen Ausgaben- und Beschäftigungseffekten ergibt sich, betrachtet man die 65. Berlinale als ein singuläres Ereignis, bereits eine Steigerung des Berliner Bruttoinlandsproduktes von rund 78,4 Mio. EUR im Jahr der Berlinale.

Berücksichtigt man zusätzlich, dass die Berlinale ein jährlich wiederkehrendes Ereignis ist, so stellen sich neben den durch die 65. Berlinale angestoßenen Wirtschaftsleistungen im Jahr 2015 noch weitere wirtschaftliche Nachlaufeffekte aus den vorangegangenen Jahren ein. Dabei verstärken wirtschaftliche Nachlaufeffekte von früheren Berlinalen die wirtschaftlichen Effekte der aktuellen Berlinale des Jahres 2015. Realwirtschaftlich lässt sich dieser Modellansatz damit erklären, dass sich das wirtschaftliche Umfeld der Berlinale auf das jährlich wiederkehrende Ereignis einstellen kann. So profitieren das Gastgewerbe, der Einzelhandel oder verschiedene Dienstleistungsunternehmen von der Planungssicherheit und den gewachsenen und verlässlichen Strukturen aus den Vorjahren. Es gibt einen messbaren, strukturellen Unterschied zwischen einem einmaligen touristischen Ereignis und einer jährlich wiederkehrenden, kontinuierlich gepflegten Veranstaltungsreihe. Im Ergebnis führen die Konsumimpulse der 65. Berlinale (68,9 Mio. EUR) sowie die kumulierten Nachlaufeffekte der vorangegangenen Berlinale zu einer Steigerung des Berliner Bruttoinlandsproduktes von insgesamt 125,1 Mio. EUR, verteilt auf die Jahre 2015 bis 2019. Dabei werden 87,5 Mio. EUR (70%) schon im Jahr 2015 der 65. Berlinale wirksam.

Berlinale bringt zudem großen Imagegewinn

Mit Hilfe des Berliner Regionalmodells kann somit unter realistischen Modellannahmen untersucht werden, wie sich der oben dargestellte zusätzliche touristische Konsum, der durch die Internationalen Filmfestspiele ausgelöst wurde, langfristig auf die Berliner Gesamtwirtschaft auswirkt. Auch wenn einzelne Investitionen des Berlinale-Veranstalters nicht rentabel sein sollten, so sind die gesamtwirtschaftlichen Effekte für Berlin doch beachtlich. 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 positive nationale und internationale Medienberichterstattung, die für das Image der Stadt von enormer Bedeutung ist.

Herausgeber:

Investitionsbank Berlin
Volkswirtschaft
Bundesallee 210
10719 Berlin

Verfasser:

Claus Pretzell
Telefon: 030/2125-4752
Hartmut Mertens
Telefon: 030/2125-4738

Verantwortlich:

Hartmut Mertens

Redaktionsschluss: 26. Januar 2015

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/>