

## 1 Marktsituation und Herstellungsprozess

Die deutsche Kino-Filmwirtschaft verfügt jährlich über ein Produktionsvolumen in Höhe von etwa 380 Mio. Euro<sup>1</sup>. Über die Hälfte dieser Gesamtsumme stammt dabei aus Subventionen durch die Filmförderungen des Bundes und der Länder. Das Auftragsvolumen der für die Fernsehsender arbeitenden TV-Auftragsproduzenten beläuft sich, jährlich stark schwankend, auf weitere ca. 750 Mio. Euro<sup>2</sup>. Das gesamte Kino- und TV-Produktionsvolumen teilen sich dabei ca. 450 deutsche Kinofilm<sup>3</sup>- und ca. 750 TV-Produktionsfirmen. Bei der Zuordnung der Budgets zu Produktionsfirmen sind starke Überschneidungen unvermeidbar. Deutsche TV-Produzenten arbeiten immer wieder auch an Kinofilmen. Kinofilmproduktionsfirmen erstellen meist auch Programme für die TV-Sender. Die große Gesamtzahl an Produktionsfirmen in Deutschland täuscht aber auch insgesamt über die wirkliche ökonomische Situation der Film- und Fernsehproduktionsbranche. Viele der Produktionsfirmen existieren seit Jahren nur noch auf dem Papier, ohne reale Produktionen durchgeführt zu haben. Andere Firmen sind wirtschaftlich kaum überlebensfähige Kleinstproduzenten. Über 50% der Kinoproduktionsfirmen in Deutschland sind typische Kleinbetriebe, die auf weniger als 0,5 Mio. Umsatz pro Jahr kommen. Nur etwa 2% der Kinofilm-Produzenten können einem Umsatz von über 5 Mio. Euro pro Jahr erzielen<sup>4</sup>.

---

1 Vgl. Kurp (2004), das weltweite Produktionsvolumen liegt laut Kurp bei über 60 Mrd. Euro pro Jahr.

2 Vgl. Formatt (2005), S. 149 f. hier findet sich eine sehr detaillierte Aufstellung über die Produktionsvolumina nach Bundesländern und Filmgenre.

3 Vgl. Formatt (2005), S. 152.

4 Vgl. Kurp (2004).

Insgesamt beschäftigt die Kino- und TV-Produktionsbranche in Deutschland ca. 100.000 Mitarbeiter<sup>5</sup>. Wie schon bei dem genannten Produktionsvolumen sind aber auch hier die Zahlen kritisch zu hinterfragen. Wirklich belastbare Angaben über die Mitarbeiterzahl liegen nur von den TV-Sendern, den öffentlich-rechtlichen wie auch den privaten, vor. Diese beschäftigen zusammen etwa 54.000 Mitarbeiter<sup>6</sup>. Die »freien« Kino- und TV-Produktionsfirmen kommen, je nach Quelle, auf ca. 44.000 Beschäftigte<sup>7</sup>. Diese Kino-Filmschaffenden arbeiten aber meist auch noch für das Fernsehen. Eine trennscharfe Unterscheidung ist auch hier kaum möglich, Doppelzählungen unvermeidlich.

Die Arbeit der Filmproduzenten für das Fernsehen ist häufig sogar die Haupteinnahmequelle der Unternehmen. Durch die Gewinne in den TV-Produktionen werden die ambitionierten Kinoproduktionen dieser Unternehmen oftmals erst ermöglicht. Die eigentlichen Produktionsbedingungen eines Kinospiefilms unterscheiden sich so von denen eines anspruchsvollen, aufwendigen Fernsehfilms, eines Werbespots oder Musikvideoclips auch weit weniger, als das jeweilige Finanzierungsprozedere und die angestrebte Verwertung. Kinofilme werden erstrangig immer noch für die Kinoverwertung hergestellt. Sie sollen für den Produzenten später an der Kinokasse maßgeblich die Refinanzierung sichern. Fernsehfilme, Werbespots und Musikclips werden demgegenüber meist als typische Auftragsproduktionen vom Produzenten lediglich hergestellt. Die Finanzierung und die Verwertung dieser Auftragsproduktionen übernimmt der Auftraggeber – das kann ein Sender sein, ein werbetreibendes Unternehmen oder eine Plattenfirma – dann in Eigenregie.

---

**5** Vgl. Paul, (2003), Folie 24. Je nach Intension des Autors lassen sich diese Beschäftigtenzahlen aber auch wesentlich erweitern. Michael Paul definiert so z.B. einen harten Kern von ca. 40.000 Mitarbeitern in den eigentlichen Filmproduktionsfirmen. Er erweitert diesen Kern dann um eine »engere Schale« aus Projektmitarbeitern (technischer und kreativer Produktionsstab, Postproduktionsstab, Schauspieler und Agenten, Castingmitarbeiter, Catering, Stудиobeschäftigte etc.) mit weiteren ca. 100.000 Beschäftigten. In einer weiteren äußeren Schale, die die Beschäftigten aus Distribution, Merchandising, die Fernsehsender und angrenzende Technologiebranchen einschließt, kommt er sogar auf über 400.000 Beschäftigte in der deutschen Kino und TV-Branche.

**6** Vgl. Media-Daten Südwest, (2005).

**7** Vgl. Schmiedl (2005), S. 76.

Eine Filmproduktion ist immer die Herstellung eines Unikats, eines Prototypen. Der Film entzieht sich so, im Gegensatz zu anderen, industriell hergestellten Massenprodukten, grundsätzlich einer übermäßigen Standardisierung und Normierung im Herstellungsprozess.

Die Herstellung eines Filmes birgt folglich erhebliche Risiken in Bezug auf die Finanzierung, die eigentliche Herstellung und die abschließende Verwertung. Die kreativ tätigen Filmschaffenden, also z. B. Autoren, Komponisten, Filmarchitekten, Kostümbildner und Regisseure wollen naturgemäß ihre künstlerischen Ansprüche, ihre Visionen realisieren. Die für die wirtschaftlichen Ergebnisse einer Filmproduktion verantwortlichen Produzenten und Produktionsleiter haben so die schwierige Aufgabe, möglichst optimale Arbeitsbedingungen für die kreativen Macher zu schaffen. Gleichzeitig wird erwartet, dass die jeweilige Produktion termingerecht, in der erforderlichen Qualität und im Budget bleibend fertig wird.

Um die kreativen Ideen und Vorstellungen von Autoren, Regisseuren oder Kameraleuten letztlich mit den organisatorischen und ökonomischen Erfordernissen der Filmherstellung in Einklang zu bringen, werden typische Phasen des Herstellungsablaufs definiert. Diese Phasen helfen, die komplexe Produktion in einzelne Arbeitsaufgaben zu untergliedern und organisatorisch zu bewältigen.