Deutsche Weltvertriebe zur EU-Erweiterung

„Im osteuropäischen Markt ist Bewegung“

München/Berlin (tb) – Hervorragende Geschäfte mit allen EU-Beitrittsländern Osteuropas vermelden die deutschen Weltvertriebe. Überall hätten sich kompetente und solvente Verleiher etabliert, die seit dem Erfolg von „Harte Jungs“ besonders auf deutsche Komödien fixiert seien. Auf eine Vertriebsgemeinschaft setzt dagegen der Eastern European Acquisition Pool in Berlin.

Osteuropa und vor allem die neuen EU-Mitglieder Lettland, Litauen, Estland, Polen, Tschechien, Slowakei, Ungarn und Slowenien gelten auf dem medialen Sektor seit Beginn der neunziger Jahre als Wachstumsmarkt. Im Vergleich zu den weitgehend stagnierenden Märkten im restlichen Europa sehen die deutschen Verkäufer von Film- und Fernsehware hier ein Potenzial zur Ausweitung des Marktes, wie es Thorsten Schaumann von Bavaria Film International stellvertretend für die Branche zum Ausdruck bringt: „In diesem Markt ist Bewegung drin.“

Im Gespräch mit deutschen Weltvertrieben fällt immer wieder ein Name: Oliver Shiflish mit seiner Firma Best Hollywood. Er ist der wohl etablierteste private Verleiher in Ungarn und hat eine kleine Erfolgsgeschichte geschrieben. In Zusammenarbeit mit Atlas Film International ließ Shilflish den Komödien-Hit „Harte Jungs“ synchronisieren und hat ihn in den ungarischen Kinos zum Einsatz gebracht.

Thorsten Schaumann (Bavaria Film International), Dirk Schürhoff (EOS), Wolfram Skowronnek (Telepool), Ingeborg Degener (MEDIA Antenne München)

„Harte Jungs“ kam auf Anhieb auf Platz drei der ungarischen Kinocharts und hielt sich über Wochen in den Top Ten. „Oliver Shiflish hat damit in Osteuropa den Markt für deutsche Filme aufgemacht“, sagt Andreas Rothbauer, bei Beta Cinema zuständig für International Sales und Acquisitions, anerkennend. Weitere Erfolge erzielte Shiflish mit Filmen wie „Knallharte Jungs“ oder „Mädchen Mädchen“ und nun hofft er, auch mit „Autobahnraser“ gut abzuschneiden.

Atlas-Geschäftsführer Dieter Menz freut sich, dass sich dieser Mini-Boom Ende der neunziger Jahre auch auf andere osteuropäische Länder wie Tschechien, Slowakei, Slowenien und teilweise auch Polen übertragen hat. Und Dirk Schürhoff, Leiter des EOS-Weltvertriebs, ist sich sicher, dass auch in Zukunft ein Markt für deutsche Teenie-Komödien vorhanden ist: „Die Kids dort können sich damit genauso gut identifizieren wie mit Hollywood-Komödien.“ Dieser Markt werde vor allem durch die enge Zusammenarbeit zwischen den Ländern getragen: „Die pushen sich gegenseitig“, sagt Schürhoff. Durch diesen Trend können neben Atlas (auch „Erkan & Stefan“, „666 – Trau keinem, mit dem du schläfst“, „Nacht der lebenden Loser“) auch Vertriebe wie Beta (u. a. „Der Schuh des Manitu“, „Soloalbum“, „Liegen lernen“, „Herr Lehmann“) oder Bavaria Film International (u. a. „Mädchen Mädchen“, „Good Bye, Lenin!“) in Osteuropa punkten.

Konsequenzen für MEDIA-Förderung

Zweischneidig seien nach Ansicht von Andreas Rothbauer die im Zuge der EU-Erweiterung angepassten MEDIA-Richtlinien. So benötigen seit Beginn des Jahres Filme, die MEDIA-Verleihförderung erhalten wollen, Kinostarts in mindestens fünf EU-Ländern. Hinzu kommt ein ausgetüfteltes Punktesystem, das dazu führt, dass z. B. Low-Budget-Produktionen aus Estland leichter an Geld kommen als eine Großproduktion aus England. „Zwar werden diese neuen Richtlinien helfen, das Interesse an europäischen Produktionen zu steigern“, ist Rothbauer überzeugt, „allerdings müssen sich die einzelnen Filme umso stärker beweisen.“ Laut Rothbauers Einschätzung werden sich nur noch „extrem gute Filme“ durchsetzen, die Chancen auf MEDIA-Verleihförderung haben. Diese Prognose widerspricht natürlich in Teilen der Intention der MEDIA-Förderung, die die „positive Diskriminierung kleinerer und schwierigerer Filme verstärken möchte“, wie Ingeborg Degener von der MEDIA Antenne München ausführt. So spiele die Anzahl der Länder, in denen ein Film in die Kinos gebracht wird, nach wie vor eine wichtige Rolle. Kriterien wie Ursprungsland, Animations-, Kinder- oder Erstlingsfilm werde jedoch weitaus mehr Gewicht zugewiesen, so

Am 1. Mai werden der Europäischen Union zehn neue Länder beitreten; die acht osteuropäischen Staaten Lettland, Litauen, Estland, Polen, Tschechien, Slowakei, Slowenien und Ungarn sowie die Mittelmeerinseln Malta und Zypern. Beklagten die westeuropäischen Filmhersteller in der Vergangenheit vor allem die niedrigen Serviceprise in Ost- und Südosteuropa, werden nun in wenigen Tagen hoch motivierte und hervorragend qualifizierte Fachkräfte aus den „neuen Ländern“ auf den westlichen Filmmarkt drängen. Wie sich dieses Gefüge darstellt und vor allem, wie es sich in der näheren Zukunft entwickeln wird, darüber berichtet Blickpunkt:Film in den nächsten Wochen in lockerer Folge.

NEUE EU-LÄNDER

In der aktuellen Ausgabe von Blickpunkt:Film finden Sie:

- Round-up: Filmrechtehandel Ost-West
- Interview: Produzentin Weronika Marczuk-Pazura
- Kommentar: EU-Abgeordnete Mercedes Echerer

BLICKPUNKT:EU NEUE LÄNDER

Degener. Insgesamt, so sind sich Rothbauer und Degener einig, werde durch die Osterweiterung die Rolle der Vertriebsfirmen als Koordinator für die MEDIA-Förderung ihrer Kunden noch wichtiger werden. Um den osteuropäischen Markt darüber hinaus weiter auszubauen, bringt Atlas-Chef Dieter Menz eine Überlegung ins Spiel: Würde die finanzielle Unterstützung der Synchronisierung – wie sie beispielsweise von Frankreich angeboten wird – die Aktivität in Sachen deutscher Film noch weiter ankurbeln? Verleiher wie Shiflish sind davon überzeugt, deutsche Institutionen wie die Export-Union oder die FFA stehen dieser Forderung skeptisch gegenüber. Denn die Verkaufserfolge in den Osten müssen eher zurückhaltendend beobachtet werden, wie Cinepool-Verkäufer Wolfram Skowronnek anmerkt: „Der Markt ist immer noch strukturschwach und die zu erzielenden Preise sind im europäischen Vergleich eher niedrig.“

Ganz Osteuropa „ein Lizenzgebiet“

Weitaus euphorischer sieht dies Alexander van Dülmen, der mit seiner Firma A Company Consulting & Licensing zu 48 Prozent an dem ebenfalls von ihm initiierten Eastern European Acquisition Pool (EEAP) beteiligt ist, der es möglich machen soll, den Filmhandel von Ost nach West in größerem Stil zu betreiben. Dabei geht es dem Lizenzhändler weniger um niedrig budgetierte deutsche Produktionen, als vielmehr um größere US-amerikanische. Van Dülmens „Osteuropa-Netzwerk“ liegt die Überlegung zugrunde, dass es sich „bei Osteuropa um ein einziges Lizenzgebiet handelt“. Während der Großteil deutscher Weltvertriebe durch die EU-Osterweiterung keine großen Veränderungen in ihrem Geschäft auf sich zukommen sieht, ist Alexander van Dülmen von einer allgemeinen Verbesserung überzeugt. So würde der Handel insbesondere durch den Wegfall langwieriger Zollmodalitäten und der Vereinfachung des Geldverkehrs erheblich beschleunigt werden. Zudem seien die Währungen der neuen EU-Länder künftig an den Euro gekoppelt, was sehr zur Planungssicherheit beitrage. Besonders wichtig ist für van Dülmen auch, dass die Verfolgung von Copyright- und Urheberverletzungen durch die Implementierung der EU-Richtlinien deutlich effizienter gestaltet werden könne. „Insgesamt wird die EU-Erweiterung für einen enormen wirtschaftlichen Schub in diesen Ländern sorgen“, ist van Dülmen überzeugt: „Und dieser wirkt sich erfahrungsgemäß sehr stark auf die Medien aus.“