

Aus Unbekanntem wurden richtige Märkte

Durch die EU-Erweiterung gewinnt Osteuropa immer mehr an Bedeutung. Dort tätig ist auch die A Company.

Seit rund zwei Jahren ist die A Company Consulting & Licensing AG von Berlin aus aktiv. Hinter der Gesellschaft, die mit ihrer Beteiligungsgesellschaft Eastern Europe Acquisition Pool (EEAP) bisher vornehmlich im Lizenzhandel tätig war, stehen Alexander van Dülmen (Vorstand) und weitere vier Gesellschafter. Neben dem Plan, den Ost-/West-Dialog für den TV-Bereich mehr anzuschieben, kommt nun verstärkt auch eine dritte Säule zum Tragen: die Koproduktions-Vermittlung.

Filmecho: Wenn wir in Deutschland von Lizenzhandel sprechen, spielt Osteuropa noch immer eine untergeordnete Rolle bzw. steht nicht so sehr im Fokus. Bei EEAP scheint dies nicht der Fall zu sein.

Alexander van Dülmen: Die EEAP handelt, und dies ist unser Schwerpunkt, mit bis zu 40 Filmen im Jahr. Seit der Gründung im Februar 2003 sind es mittlerweile mehr als 60 Produktionen. Die EEAP erwirbt Filmrechte von Produzenten und Vertriebsunternehmen und verkauft diese an ihre mittel- und osteuropäischen Partner, die exklusiv an uns gebunden sind. Durch unser Geschäftsmodell können wir z. B. Kinosauszugungen gleich in mehreren Ländern garantieren. Die Distribution in den GUS-Staaten und zum Teil in Polen übernimmt die A Company selbst

und greift darüber hinaus auf ihre Aktionäre bzw. Gesellschafter zurück. Dies sind Michael Schlicht, geschäftsführender Gesellschafter der Gemini Film International (Moskau), Hans-Bodo Müller (Gemini Vertriebsleiter) und Tomasz Karzcewski (Inhaber und Geschäftsführer des Independentverleihs "Swiat in Warschau).



Alexander van Dülmen

Filmecho: Gibt es weitere Arbeitsfelder?

van Dülmen: Als Beratungsgesellschaft wollen wir einmal im Jahr auch den European Television Dialogue veranstalten, der 2004 zum ersten Mal in München stattfand. Gerade auf Fernsehebene muss der Ost-/West-Dialog angesprochen und verstärkt werden, den es auf Produktions- und Festivalebene schon gibt. Unter der Federführung von Reinhard Klimmt, ebenfalls Gesellschafter der A Company und langjähriger Leiter der Medienkommission der SPD, Ministerpräsident des Saarlandes und Bundesminister a. D. werden wir auch in diesem Jahr, am 25. Oktober, wieder

zahlreiche Persönlichkeiten aus der Medienpolitik zur 2. Ausgabe in München erwarten.

Wir verstärken auch unsere dritte Säule, den Bereich Koproduktion bzw. Koproduktions-Vermittlung. Wir möchten unseren Fokus künftig nicht mehr nur auf amerikanische Ware, sondern auch verstärkt auf deutsche Filme richten. So haben wir etwa bei dem Til-Schweiger-Film „Barfuß“ erstmals kein klassisches Lizenzhandels-Modell angewandt (d. h. Kauf von einem Weltvertrieb), sondern ihn direkt vom Produzenten erworben, der dieses Geld dann in Form von Eigenmitteln eingebracht hat. In Osteuropa gibt es einen starken Markt für deutsche Filme, wie auch die Weltvertriebe bestätigen

Kinoauswertung in mehreren Ländern garantiert

könnten. Uns schweben 2005 auf Koproduktions-Ebene noch fünf Filme vor, wobei ein Teil der Finanzierung schon gesichert und eine Filmförderung und/oder Verleiher für den deutschen Markt im Boot sein muss.

Filmecho: Wie präsentiert sich heute der osteuropäische Markt durch die erweiterte EU?

van Dülmen: Die EU-Erweiterung hat eines ausgelöst – der Aspekt des Unbekannten zerbröselte langsam. Das zeigt sich auch in den Verhandlungen mit den Banken. Ihnen wird langsam klar, dass es sich dort mittlerweile um richtige Märkte handelt, die im Gegensatz zu Deutschland ein wesentlich höheres Wirtschaftswachstum aufweisen – im Durchschnitt mehr als fünf Prozent und mit noch höheren Werten im Mediensektor. Dies spüren

auch wir in unseren Margen. Hinzu kommt, dass das Problem der Piraterie zurückgeschraubt worden ist und stabilere Auswertungsketten vorherrschen. In Ungarn und Tschechien finden wir mittlerweile eine mit Deutschland vergleichbare Kinodichte. Im Baltikum, Polen und Russland wird noch viel gebaut. Kaum einer weiß hierzulande, dass z. B. in St. Petersburg auf sieben Millionen Einwohner nur ein Multiplex kommt. Dort sollen in den nächsten Jahren zehn Komplexe entstehen. Für uns und die gesamte Branche bieten sich damit riesige Potenziale.

Durch den wirtschaftlichen Aufwärtstrend sind in Russland und Polen ebenso wieder eigene Produktionsstätten entstanden. Das Spektrum reicht von der Serie bis zum großen Spielfilm. Auch die Umsätze in der Werbewirtschaft sind gestie-



A COMPANY
CONSULTING & LICENSING

gen. Es fließt mittlerweile mehr ausländisches Kapital in die Wirtschaft, das sich wiederum verstärkt bei den Ausgaben der TV-Sender bemerkbar macht. Wir als Content-Lieferant haben damit höhere Ausschöpfungsmöglichkeiten. Wenn wir von Osteuropa sprechen, geht es auf Erlösseite mittlerweile um fünf- bis sechsstellige Summen. Wir kommen z. B. in Ungarn mit „Mädchen Mädchen“ auf 50 000 Kinobesucher bei einem durchschnittlichen Ticketpreis von drei bis vier Euro.

Filmecho: Welche Rolle spielen Förderinstrumente in Osteuropa?

van Dülmen: Für die Produktion gibt es kaum eine Förderung, vieles entsteht mit persönlichem Risiko. In den Mitgliedsländern der EU greift natürlich Media II. Wir denken darüber nach, wie unser Koproduktions-Engagement mit Hilfe dieser

Förderung noch ausgebaut werden kann, auch um das Verleih-Risiko unserer Partner in den einzelnen Ländern zu senken. Wir müssen aber auch unsere nationale Förderpolitik überdenken. Da sieht es z. B. in Frankreich und Spanien ganz anders aus. Diese Länder unterstützen nicht die Weltvertriebe, sondern arbeiten mit einer gezielten Kopienförderung im Ausland. Wir reden hierbei noch nicht mal von großen Summen. So kostet

Gezielte Kopienförderung im Ausland notwendig

die Herausbringung eines Filmes in Polen mit wenigen Kopien gerade mal zwischen 25 000 und 45 000 Dollar.

Wenn hier die Förderung direkt greifen könnte, wäre das eine sinnvolle Sache. Das Standing des deutschen TV-Programms ist in Osteuropa schon sehr hoch, uns geht es aber auch um den Kinofilm, der durch Produktionen wie „Good Bye, Lenin!“, „Der Untergang“ oder „Gegen die Wand“ viel an Renommee gewonnen hat.

Filmecho: Da wir gerade von Zahlen sprechen. Wie sehen Sie ihre Ziele?

van Dülmen: Wir streben in diesem Jahr einen Lizenzumsatz von vier Millionen Dollar an. In 2004 haben wir allein mit dem russischen Fernsehen Verträge im Wert von drei Millionen Dollar abgeschlossen.

Filmecho: Wie bewerten Sie die allgemeine Entwicklung in den einzelnen osteuropäischen Ländern?

van Dülmen: Tschechien und Ungarn haben bisher die größte Entwicklung durchgemacht. Auch Estland und Slowenien werden zulegen, ebenso hat Kroatien eine große Zukunft.

Filmecho: Welche Bedeutung hat für sie der Europäische Filmmarkt in Berlin?

van Dülmen: Er wird 2006 eine noch größere Rolle als schon in diesem Jahr spielen, wobei die Verlegung des American Film Market ein riesiger Glücksfall für die Berlinale ist. Wir haben uns bisher die Rechte für die GUS-Staaten an der britischen Komödie „Keeping Mom“ mit Rowan Atkinson (Mr. Bean) in der Hauptrolle gesichert, übrigens das erste Geschäft mit Summit. Und für die Black-Comedy „Thank you for Smoking“ von Regisseur Jason Reitman, Sohn von Ivan Reitman („Kindergarten Cop“), erwarben wir die Rechte für Osteuropa inkl. GUS. Drei bis vier weitere Filme sollen noch hinzukommen. Bö ■