
BACHELORARBEIT

Herr
Fabian Bettinger

**Die Signifikanz der
Digitalisierung für die
Filmindustrie und ihre Folgen**

2012

Fakultät: Medien

BACHELORARBEIT

Die Signifikanz der Digitalisierung für die Filmindustrie und ihre Folgen

Autor:
Herr Fabian Bettinger

Studiengang:
Angewandte Medienwirtschaft

Seminargruppe:
FF08w2-B

Erstprüfer:
Prof. Dr.-Ing. Rainer Zschockelt

Zweitprüfer:
Dipl.-Ing. (FH) Frank Kappes

Einreichung:
Mittweida, 30.07.2012

Faculty of Media

BACHELOR THESIS

The significance of digitizing for the film industry and its consequences

author:

Mr. Fabian Bettinger

course of studies:

Applied Media Economics

seminar group:

FF08w2-B

first examiner:

Prof. Dr.-Ing. Rainer Zschokelt

second examiner:

Dipl.-Ing. (FH) Frank Kappes

submission:

Mittweida, 30.07.2012

Bibliografische Angaben

Bettinger, Fabian:

Die Signifikanz der Digitalisierung für die Filmindustrie und ihre Folgen

The significance of digitizing for the film industry and its consequences

36 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2012

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	V
Abbildungsverzeichnis	VI
1 Einleitung	1
2 Digitalisierung	4
3 Die Geschichte der Filmwirtschaft	6
3.1 1894 bis 1929	6
3.2 Der Tonfilm	7
3.3 Ab 1932	8
4 Die Digitalisierung der Wertschöpfungskette	11
4.1 Produktion.....	11
4.1.1 Der Filmgeräteverleih.....	14
4.1.2 4K-Cinema-Kamera	16
4.2 Postproduktion	17
4.3 Distribution	18
4.3.1 D-Cinema.....	22
4.4 Kopierschutz	23
4.4.1 File- und Streaminghoster	25
4.5 Digitalisierung im Alltag.....	27
5 Marketing	30
5.1 Eventmarketing	30
5.2 Smartphone Applikationen	31
5.3 Computer und Spielekonsolen	33
6 Schlussbetrachtung	35
Literaturverzeichnis	VII
Eigenständigkeitserklärung	XI

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Wertschöpfungskette Kinofilm (Traditionell und digital)	11
Abbildung 2 Anzahl der Videotheken in Deutschland von 2008 bis 2011	19
Abbildung 3 Prognostizierte Anzahl der Haushalte mit einem Breitband-Internetzugang in Deutschland in den Jahren 2004 bis 2013 in Millionen	20
Abbildung 4 Top 20 Videoportale in Deutschland im Dezember 2011 nach Anzahl der Unique Visitors (in 1000)	21
Abbildung 5 Entwicklung der Anzahl der digitalen Kinoleinwände weltweit von 2006 bis 2011	22
Abbildung 6 Anzahl der illegalen Downloads von Medieninhalten aus dem Internet im Jahr 2010 (in Millionen Stück)	24
Abbildung 7 Umsatz mit Video on Demand (VoD) und pay-per-View (PpV) in Deutschland von 2006 bis 2011 (in Millionen Euro)	26
Abbildung 8 Anzahl der Haushalte mit internetfähigen TV-Geräten bis 2015 (in Millionen)	28
Abbildung 9 Screenshot der Webseite zur "Spiderman-App"	32
Abbildung 10 Screenshot der "Marker Images", welche auf weitere Webseiten verweisen	32
Abbildung 11 Prognostizierter Absatz von Smartphones weltweit von 2010 bis 2016 (in Millionen Stück)	33

1 Einleitung

Filmkonsumenten, Kinos, Filmemacher, Filmgeräteverleiher sowie die gesamte Wertschöpfungskette der Filmindustrie befindet sich mitten in einer neuen Ära der Filmgeschichte, der Digitalisierung.

Die Transformation von der Industriegesellschaft zur Informations- und Netzwerkgesellschaft schreitet weiter voran.¹ Die damit verbundenen technischen Innovationen haben weitreichende Folgen für unsere Wirtschaft und Gesellschaft und verändern die Strukturen zahlreicher Industrien. Fundamentale Veränderungen sind in den letzten Jahren speziell im Bereich der Filmindustrie festzustellen. Die Digitalisierung hat enormen Einfluss auf die Art, mit der Filmgüter konsumiert, veröffentlicht, kontrolliert, verteilt und produziert werden. Die mittlerweile nicht mehr notwendige Verbindung mit einem analogen Trägermedium, wie noch vor wenigen Jahren üblich, erleichtert einerseits viele Arbeitsschritte, bringt jedoch andererseits eine Vielzahl neuer Herausforderungen sowie negativer Entwicklungen mit sich. Heutzutage lassen sich Daten ohne nennenswerten Qualitätsverlust vervielfältigen und können nahezu ohne Einschränkung zu jeder Zeit und von jedem Ort über das Internet abgerufen werden. Während dies für den Konsumenten eine erhebliche Erleichterung bedeutet, sieht sich die Filmindustrie – neben den Vorteilen ihrerseits – auch mit den negativen Auswirkungen der Digitalisierung konfrontiert.

„Die Filmpiraterie ist der Dolch im Herzen der Filmwirtschaft“²

Diese – auf den ersten Blick – drastisch formulierte These wurde von Dan Glickman 2005 nicht willkürlich aufgestellt. Im selben Jahr wurden 412 Millionen Musikdateien illegal heruntergeladen. Bis heute beschreibt dies den Höchstwert im Bereich der Musikindustrie. In Anbetracht der technologischen Fortschritte im Bereich Komprimierungsverfahren, breitbandige Internetanschlüsse und Speichermedien,

¹ Vgl. Manuel Castells – Das Informationszeitalter, Tino Kreßner, 2008, S. 3

² Dan Glickmann (CEO der MPAA) in einem Interview mit dem „Hollywoodreporter“ am 12.02.2005

erreichte diese Welle schnell die Filmindustrie. Anlässlich der 54 Millionen illegalen Downloads von Spiel- und Kinofilmen im Jahre 2010³ behält Glickman recht.

Der Kampf gegen illegale Filmportale und Tauschbörsen begleitet jede einzelne Filmproduktion aufs Neue, und ein Ende scheint nicht absehbar. Aufgrund der Erfahrungen des letzten Jahrzehnts und den mäßigen Erfolgen in der Bekämpfung der Piraterie ist die Filmindustrie gezwungen, über Alternativen nachzudenken. Die Eindämmung der illegalen Nutzung und Vervielfältigung ist nicht nur über die Bekämpfung dieser zu erlangen, sondern auch durch Angebote, die dem Endkonsumenten eine echte, attraktive und legale Alternative bieten. Die historisch gewachsenen Verwertungsfenster des Films werden mit sich ändernden Konsumgewohnheiten und einer steigenden Medienvielfalt konfrontiert und müssen sich dementsprechend transformieren.

Die immer größer werdende Bedeutung der Digitalisierung zeigt sich nicht zuletzt am Beispiel des großen Verfechters, wenn nicht sogar dem größten Verfechter von analogem Film, Martin Scorsese, der sich nun dem Vormarsch der digitalen Technologie beugen muss.⁴

“For the last 10 years, I’ve felt increasing pressure to stop shooting film and start shooting video, but I’ve never understood why.[...] it’s the technology that’s been known and understood for a hundred years, and it’s extremely reliable.[...]”⁵

In Anbetracht der Filmgeschichte und der Verlässlichkeit analogen Films muss Scorsese Recht gegeben werden. Unter Berücksichtigung der Digitalisierung und Globalisierung unserer Gesellschaft ist jedoch festzustellen, dass aufgrund von aktuellen und zukünftigen Distributionswegen eine digitale Wertschöpfungskette Grundlage für eine zeitnahe und somit wirtschaftliche Auswertung ist. Die Zukunft des Films ist digital.

³ Siehe 4.4 Kopierschutz

⁴ <http://www.moviescopemag.com/features/scorsese-film-to-shoot-in-digital/> am 09.07.2012

⁵ <http://www.moviescopemag.com/features/scorsese-film-to-shoot-in-digital/> am 09.07.2012

Im Verlauf der vorliegenden Arbeit soll, neben der Darstellung des gegenwärtigen Zustandes, der Fortschritt der Filmindustrie in der Nutzung alternativer Verwertungskanäle und der Umgang mit der Filmpiraterie aufgezeigt und ein Ausblick in die Zukunft gegeben werden.

2 Digitalisierung

Digitalisierung bedeutet „die Umwandlung von Daten und Informationen jeglicher Art, seien es akustische oder optische Signale, in eine schrittweise, voneinander getrennte (diskrete) Reihenfolge von Ziffern, wie sie ein Computer verarbeiten kann.“⁶ Digitale Informationen können durch Netzwerke über große Entfernungen transportiert und von Computerprozessoren verarbeitet werden. Neben Bild und Ton können ebenso Daten in Textform digitalisiert und digital gespeichert, vervielfältigt und verteilt werden. Dies ermöglicht, im Gegensatz zur analogen Technik, die Möglichkeit des räumlich und zeitlich entkoppelten Informationsaustausches.

Diese elektronische Datenverarbeitung hat in der Filmindustrie eine wahre Revolution ausgelöst und zieht sich mittlerweile durch die gesamte Wertschöpfungs- und Verwertungskette. Beginn dieser Revolution ist in der stetigen Entwicklung der Technik, zur Erleichterung der Produktionsbedingungen, zu finden. Die rasante Entwicklung der Computertechnik ermöglichte es 1990 erstmals, einen Film komplett am Rechner digital nachzubearbeiten.⁷ Die Filmindustrie und die digitale Bearbeitung sind heute so stark wie nie zuvor miteinander verbunden. In der gesamten Filmgeschichte musste sich die Kreativität den technischen Möglichkeiten unterordnen. Mit der stetigen Verbesserung der Umwandlungstechnologien von analogen zu digitalen Daten, scheint dieses Hindernis überwunden zu sein.

Um den immer kürzeren Produktionszeiträumen gerecht zu werden, ist die Verbesserung des „Workflows“⁸ das höchste Ziel. Nur wenn alle Produktions- und Vertriebsphasen nahtlos ineinander greifen, kann das Maximum an Effektivität und Produktivität erreicht werden. Eine Phase der Konstanz ist in Anbetracht der immerzu

⁶ Grundzüge der Literaturwissenschaft, Heinz Ludwig Arnold, 1997, S. 651

⁷ <http://www.imdb.com/title/tt0100477/trivia> am 10.05.2012

⁸ Der Workflow bezeichnet mehrere dynamische, abteilungsübergreifende aber fachliche zusammenhängende, arbeitsteilige Aktivitäten, die in logischer oder zeitlicher Abhängigkeit zueinander stehen.

neuen Möglichkeiten nicht zu erwarten. Die Idee eines Weltuntergangs, wie in „The Day After Tomorrow“⁹, sieht sich lediglich mit der Hürde der Finanzierung konfrontiert.

Im Zuge der Digitalisierung schreitet die Konvergenz der Film- und Medienlandschaft weiter voran und wird in den kommenden Jahren zu einer ungeahnten Diversifizierung der Medienangebote führen, zum Beispiel bei IPTV, bei dem Fernseh- und Internettechnologien zusammenwachsen, oder beim so genannten Tripple Play, der Verbindung von Telefonie, Fernsehen und Internet.¹⁰ Künftig werden zunehmend transmediale Konzepte gefragt sein, die eine 360°-Perspektive bieten. Eine solche Produktion ermöglicht die Auswertung in allen Vertriebskanälen wie Fernsehen, Internet, sozialen Netzwerken, Spartensendern, DVD¹¹, Spielekonsolen, Hörkassetten und –büchern, Bücher und Zeitschriften sowie Merchandising-Projekten. Grundlage zur zeitnahen Verwertung, in möglichst vielen Vertriebskanälen, ist die Produktion in digitaler Form.

⁹ Katastrophenfilm von Roland Emmerich, der die Gefahren und Folgen der globalen Erwärmung zum Thema hat. <http://www.imdb.com/title/tt0319262/> am 25.07.2012

¹⁰ http://www.ma-hsh.de/cms/front_content.php?idart=51 am 12.06.2012

¹¹ Das Akronym „DVD“ geht auf die Abkürzung von Digital Video Disc zurück, wird aber heute meist mit Digital Versatile Disc (engl. für digitale vielseitige Scheibe) interpretiert.

3 Die Geschichte der Filmwirtschaft

3.1 1894 bis 1929

Über die Erfinder des Kinos wird heute noch gerne diskutiert und, je nach Nationalität und Blickwinkel, unterschiedlich beantwortet. 1894 vermarktete Edison bereits seinen so genannten Kinetoscope¹², ein Guckkasten mit dem eine einzelne Person Filme betrachten konnte. Mit der heutigen Art der Vorführung ist dies noch nicht zu vergleichen. Wird das Kino über öffentliche Vorführungen definiert, so stellt 1895 das Geburtsjahr des Kinos dar. In diesem Jahr wurde durch die Brüder Skladanowsky in Deutschland und durch die Brüder Lumière in Frankreich die Illusion von bewegten Bildern, also von Film erzeugt.¹³ Innerhalb kürzester Zeit stieg die Nachfrage nach dieser neuen Technik rapide und Charles Pathé erwarb 1898 das Geschäft der Brüder Lumière, sodass sich diese wieder der Forschung widmen konnten. Offensichtlich unterschätzten sie die wirtschaftlichen Perspektiven ihrer Erfindung in Kombination mit unternehmerischem Gespür und Geschick in Produktion und Vermarktung, denn der Erfolg Pathés in den darauf folgenden Jahren war für die Verbreitung und Entwicklung des Kinos von großer Bedeutung.¹⁴ Im Zuge des ersten Weltkrieges konnte Pathé jedoch seine außerordentliche Bedeutung für die Branche nicht behaupten. Die Macht in der Filmindustrie lag ab 1908 beim Monopol der „MPPC“¹⁵, welche einen Zusammenschluss aus allen in den USA bedeutenden Unternehmen der Filmindustrie bildete. 1917 setzten sich die amerikanischen Behörden mit dem Kartell auseinander und erließen ein Verbot. Die MPPC wurde aufgelöst und keines ihrer Mitglieder konnte an den Erfolg der vorherigen Jahre anknüpfen. Der Neuanfang wurde durch ein paar Kinobetreiber, Verleih- und Produktionsfirmen vorangetrieben, die sogenannten „Independents“¹⁶. Diese Entwicklung förderte die Entstehung von Unternehmen auch in Europa. Zudem profitierten in Deutschland ansässige Filmunternehmen an der

¹² Das Kinetoscope (griech. kinesis ‚Bewegung‘, skopein ‚sehen‘) ist der erste Filmbetrachter und wurde 1891–92 von William Kennedy Laurie Dickson, Chefindingenieur bei Edison, entwickelt.

¹³ Vgl. Das europäische Studiosystem, Marcus Hochhaus, 2009, S.10

¹⁴ Vgl. Das europäische Studiosystem, Marcus Hochhaus, 2009, S.11

¹⁵ Motion Picture Patents Company auch Edison Trust, war ein 1908 gegründeter Trust, der aus allen damals in den USA bedeutenden Unternehmen der Filmindustrie bestand.

¹⁶ Independent Filme werden unabhängig von Studios produziert und vertrieben.

Einführung des Tonfilms, da auch viele deutsche Erfinder und Unternehmen daran beteiligt waren. Zu Beginn der 20er Jahre war die Filmindustrie von einem intensiven Wettbewerb der Produktionsfirmen nach Kapital, kreativen Talenten und Absatzmärkten geprägt. Durch die stetige Umstellung auf lange Spielfilme stieg zudem der Kapitalbedarf mit den höheren Produktionskosten. Von den 200 kleinen Filmproduktionen verschwand bis 1929 jedes Jahr ca. die Hälfte vom deutschen Markt. 1924 bis 1928 betrug der Kapitalverlust aus den 10 größten Unternehmen, nachdem die Banken ihre Beteiligungen an die Filmbranche verkauft hatten, insgesamt 122,5 Mio. Reichsmark.¹⁷ Stabilisierend wirkten in dieser Phase sicherlich die größeren Unternehmen, welche im gleichen Zeitraum die Anzahl der Unternehmen, die mindestens 4 Jahre bestanden, von 15% auf ca. 27% steigerten.¹⁸

3.2 Der Tonfilm

Ein weiterer technischer Quantensprung wurde 1927 in den USA mit dem ersten Tonfilm „Der Jazzsänger“¹⁹ vollzogen. Die Umstellung der amerikanischen und weltweiten Filmindustrie auf Ton vollzog sich binnen weniger Jahre. Marktführer für Tonaufnahme und Tonabpielgeräte waren 1930 Western Electric und die Küchenmeister-Tobis-Klangfilm-Gruppe. Am 22. Juli 1930 wurden die weltweiten Tonfilm-Patenstreitigkeiten mit den Beschlüssen, die als „Pariser Tonfilmfrieden“ in die Geschichte eingingen, beigelegt. „Die Abmachungen ermöglichen es den Herstellern von Filmen aller Länder, Lizenzen für die Herstellung von Filmstreifen aus amerikanischen Patenten zu erhalten.“²⁰ So waren der deutsche Markt für amerikanische Filmproduzenten und der amerikanische Markt für deutsche Filmproduzenten und ihre Erzeugnisse erschlossen. Zudem wurde eine Aufteilung der Interessengebiete festgelegt. Der deutschen Gruppe wurden die Absatzmärkte Deutschland, Österreich, Schweiz, die Niederlande sowie Skandinavien und die

¹⁷ Vgl. Das europäische Studiosystem, Marcus Hochhaus, 2009, S.111

¹⁸ Vgl. Mühl-Benninghaus, Filmfinanzierung, sowie Hürfeld, Werner: die optimale Unternehmensgröße in der Filmproduktion, Düsseldorf 1958, S. 47ff.

¹⁹ „Der Jazzsänger“ gilt als der erste Tonfilm in Spielfilmqualität. <http://www.imdb.com/title/tt0018037/> am 18.07.2012

²⁰ Vgl. Film-Kurier, Nr. 172, 23. Juli 1930

Balkanstaaten zugesprochen, den US-Firmen der amerikanische Markt übertragen. In den übrigen Ländern durften beide Seiten tätig werden.²¹

3.3 Ab 1932

In der deutschen Filmindustrie hatten sich zwei Pole herausgebildet, die auf die übrigen Marktteilnehmer großen Druck ausübten und internationales Gewicht besaßen. Dieses Duopol, bestehend aus Ufa und TOBIS, gestützt von den Medienunternehmen Küchenmeister-Konzern und der Hugenberg-Gruppe, beherrschte den Markt. In einem Vertrag vom März 1932 wurde - ungeachtet der Gesetze des Marktes - vereinbart, sich gegenseitig Kunden für ihre Ateliers zuzuführen.²² Somit stärkten sie die Abhängigkeit der Branche von diesen beiden Unternehmen und festigten ihre Vormachtstellung.

Im Zuge der Machtübernahme der Nationalsozialisten 1933 konnte die Ufa weiterhin Unterhaltungsfilm auch für den internationalen Markt produzieren, jedoch unter Ausschluss jüdischer Mitarbeiter. Mit zunehmender Unterwerfung der NS-Propaganda ging die Ufa in Staatsbesitz über und wurde 1942 in den reichseigenen Konzern UFI (Universal-Film GmbH) eingegliedert. Mit Tobis, Ufi, Terra, Wien-Film und Bavaria wurde die gesamte deutsche Filmwirtschaft unter einheitliche Führung und staatliche Kontrolle gebracht.

Ende April 1945 wurden die Ateliers der Ufa von Einheiten der Roten Armee besetzt und der Filmbetrieb eingestellt. Mit sowjetischer Lizenz wird die erste deutsche Produktionsgesellschaft DEFA (Deutsche Film-Aktiengesellschaft) im Mai 1946 gegründet. In den folgenden Jahren werden durch die DEFA 14 der hundert wichtigsten deutschen Filme produziert und fungierte als staatliche Produktionsfirma der DDR.

Die weitere Behandlung der Filmgeschichte bezieht sich nun auf die filmischen Aspekte, sodass eine Brücke zu den folgenden Themen geschlagen werden kann.

²¹ <http://www.filmportal.de/thema/die-entstehung-des-deutschen-tonfilms> am 02.07.2012

²² Vgl. Das europäische Studiosystem, Marcus Hochhaus, 2009, S.127

In vielen Ländern, vor allem in der Bundesrepublik Deutschland, war in den folgenden Jahren die Bezugnahme der meisten Filme auf den Zweiten Weltkrieg abzulesen. Bis 1960 bildeten sich diverse Genres²³, wie den amerikanischen Science fiction-Film, bundesdeutsche Kriegs- und Heimatfilme, künstlerische Ansätze aus Frankreich sowie der amerikanische Psychothriller. Die Filmindustrie rückte näher zusammen und ein internationales System entstand. In den frühen 60er Jahren entwickelte sich jedoch das Fernsehen als Konkurrent zum Kinofilm und war für einen rapiden Schwund von Zuschauern verantwortlich. 75% des Publikums gingen an das Fernsehen verloren. Die Zahl der Zuschauer sank von jährlich 800 Millionen auf 180 Millionen.²⁴ Das Fernsehen als Distributionskanal sollte die Lage der Kinos noch weiter verschärfen, indem nun auch ältere und klassische Kinofilme gezeigt wurden. Vorwiegend wurde die Fernsehlandschaft durch Serienfilme, wie Edgar-Wallace und Karl May-Filme, geprägt und veranlassten die Kinobesucher zu Hause zu bleiben.

Mitte der 70er Jahre waren Serienfilme völlig unbedeutend geworden und das Kino startete ab 1976 eine neue Intensität der Distribution und beschritt damit neue Wege. Der große Werbeaufwand und die Ausweitung der Vorführung eines Films auf alle Kinos bedeuteten wichtige Schritte für die Zukunft des Kinos. In der Konkurrenz zu Fernsehen und Radio konnte es sich behaupten.

Zwischen 1975 und 1985 lassen sich ein starker Genrewandel und ebenso neue Mischformen durch neue Medien feststellen. Die Ästhetik des Kinofilms wurde zunehmend durch die Verbreitung des Massenmediums Fernsehen, speziell durch die glitzernde Werbewelt und durch Musik-Clips, beeinflusst. Die Einführung des Videos sowie des dualen Rundfunksystems 1984 zogen eine weitere schwere Zeit für das Kino nach sich. Nationalspezifische Unterschiede traten kontinuierlich zurück. Die Filmindustrie konzentrierte sich infolge der Kinokrise auf die Gewinnung neuer Zuschauergruppen und nahm Zuschauer mit einer höheren Schulbildung, einem höherem Einkommen und einer städtischer Lebensweise ins Visier.²⁵

²³ Unter einem Filmgenre wird eine Gruppe von Filmen verstanden, die unter einem spezifischen Aspekt Gemeinsamkeiten aufweisen.

²⁴ Vgl. Werner Faulstich, Filmgeschichte, 2005, S. 171

²⁵ Vgl. Werner Faulstich, Filmgeschichte, 2005, S. 224

Die Vermischung unterschiedlicher Kunstformen wie Literatur, Musik und Malerei gewann an Einfluss, nicht nur auf Mainstream²⁶- „Blockbuster“²⁷, sondern durchaus auf den künstlerisch hochwertigen Avantgardefilm.²⁸ Es stellte sich heraus, dass die Verdrängung eines „alten“ durch das Aufkommen eines „neuen“ Mediums nicht zwingend den Untergang des Bestehenden bedeutet. Die Koexistenz der Medien Fernsehen, Kino und Video bildete eine stabile Filmkultur.

Diese Tatsache lässt vermuten, dass die Filmkultur ebenfalls im aufkommenden Zeitalter der Digitalisierung bestehen wird. Es ist jedoch nicht vorherzusagen, in welcher Intensität die Digitalisierung die einzelnen Medien trifft und in wieweit diese darauf reagieren.

²⁶ Der Mainstream (engl. ‚Hauptstrom‘) bzw. Massengeschmack spiegelt den kulturellen Geschmack einer großen Mehrheit wider.

²⁷ Ein Blockbuster, auch Event-Movie, Mainstream-Film oder A-Movie, bezeichnet in der medialen Berichterstattung kommerziell sehr erfolgreiche Kinoproduktionen.

²⁸ Unter Avantgardefilm, auch Experimentalfilm, versteht man Filme, die in ihren Motiven und in ihrer Inszenierung abseits der Konventionen des Mediums und der Sehgewohnheiten des Publikums auf avantgardistische Weise neue Ausdrucksmöglichkeiten erforschen.

4 Die Digitalisierung der Wertschöpfungskette

4.1 Produktion

„Natürlich ist die Zukunft des Kinos und somit der gesamten Filmbranche digital“²⁹

Diese These bewahrheitet sich heute: War das Ein- und Auslegen von Filmrollen für einen Kameraassistenten vor fünf Jahren noch Grundvoraussetzung, so benötigt er heute an den entsprechenden Sets Grundkenntnisse von Speichermedien und deren Sicherung. Das Gewerk des DIT (Digital Imaging Technician) entwickelte sich im Zuge der Digitalisierung zum festen Bestandteil der Kameracrew. Der „Daten-Wrangler“ etablierte sich sogar als neuer Berufszweig.

Als grundlegende Veränderung ist die Entkopplung der Filmwirtschaft von seinem namensgebenden analogen Trägermedium festzustellen. Nahezu alle Film- und Werbeproduktionen stellen auf eine komplette digitale Wertschöpfungskette um. So kann der Herstellungsprozess beschleunigt und der Profit gesteigert werden.

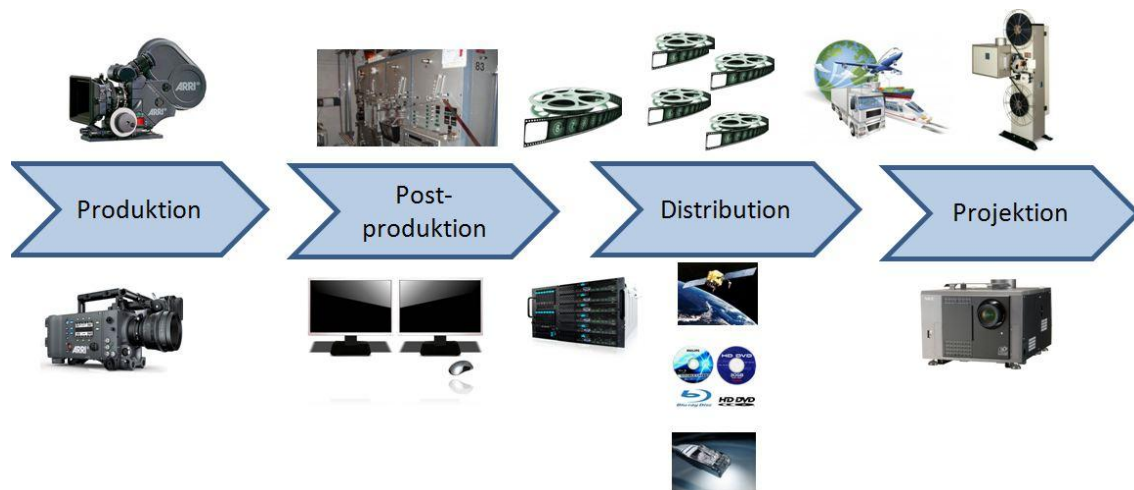


Abbildung 1³⁰ Wertschöpfungskette Kinofilm (Traditionell und digital)

²⁹ Dr. Susanne Stürmer (Director Corporate Affairs UFA-Film) in einem Vortrag am 19. April 2005 in Berlin

³⁰ eigene Darstellung

Bereits in der Präproduktionsphase ist eine Veränderung durch die digitale Technologie festzustellen. Die Verwendung von spezifischer Filmsoftware gewährleistet über den gesamten Herstellungsprozess hinweg eine enorme Erleichterung. Sowohl bei der Erstellung von Drehplänen oder Kalkulationen als auch bei „Shotlisten“³¹ und vielen weiteren Dokumenten. Zeit und Kosten können ebenfalls durch die Verwendung von Internetdatenbanken gemindert werden. Relevante Informationen der Produktion können so allen Teammitgliedern jederzeit zugänglich gemacht werden.³²

In der Produktion setzt sich diese Tendenz fort. In beinahe jeder Werbefilmproduktion kommt eine digitale Kamera zum Einsatz. Die inzwischen erprobten Arbeitsabläufe lassen den Film nicht vermissen. Die Möglichkeit, erste Farbbearbeitungen wenige Augenblicke nach der Aufnahme durchzuführen, beschreibt nur eines von vielen Argumenten für den Dreh auf einem digitalen Medium. Auch wenn einige Spielfilmproduktionen weiterhin auf „Zelluloid“³³ produziert werden, kann das Aussterben des analogen Films nicht verhindert werden. Die Qualität der digitalen Sensoren nähert sich stetig der des Films und wird in absehbarer Zeit in allen Belangen überlegen sein. Auch der vielzitierte und hochgelobte Blendenumfang des Filmmaterials wird sich spätestens mit verbesserten HDR-Funktionen³⁴ auf digitaler Seite erledigt haben.

Die Digitalisierung der Wertschöpfungskette ging von der Postproduktion aus. Filmschnitt und Spezialeffekte werden schon seit einigen Jahren beinahe ausnahmslos computerunterstützt durchgeführt. In der traditionellen Wertschöpfungskette kann die Postproduktion die Arbeit erst nach einer zeitintensiven Digitalisierung des Films durch Abtastung aufnehmen. Der fertig kolorierte Film muss nach Beendigung wieder auf Film ausbelichtet werden, damit er in den Kinos vorgeführt werden kann. Mit der engen Verknüpfung der Bereiche Kamera und Postposition, ermöglicht durch die Digitalisierung, können diese Arbeitsschritte übersprungen werden. Die in der

³¹ Die „Shotlist“ ist eine Tabelle, welche alle Einstellungen beinhaltet, die am Set gedreht werden.

³² Vgl. Mike Deghan (2004), S. 3-10

³³ Zelluloidfilm ist ein fotografischer Film mit Zelluloid als Ausgangsmaterial für den Träger der Bildschicht.

³⁴ Ein High Dynamic Range Image oder Hochkontrastbild ist ein digitales Bild, das die in der Natur vorkommenden großen Helligkeitsunterschiede detailreich speichern kann.

Postposition benötigten Dateiformate werden direkt durch die Kamera generiert und können unmittelbar verwendet bzw. bearbeitet werden. Insgesamt wird die Filmproduktion durch den Einsatz digitaler Kameras flexibler und effizienter. Die Umstellung auf die digitale Projektionstechnik der Lichtspielhäuser, der Postproduktion als auch der Distribution lässt die Wertschöpfungskette damit noch weiter zusammenrücken. Die enormen Kosten- und Zeitvorteile liegen auf der Hand und machen es nahezu unmöglich, die Produktion auf traditionellem Film, aus wirtschaftlicher Sicht, zu rechtfertigen.

Durch die sinkenden Produktionskosten wird es immer mehr semiprofessionellen Akteuren möglich, Filme zu produzieren und zu distribuieren. Einen „Filmlook“ zu generieren ohne auf Film zurückgreifen zu müssen hat die Produktionslandschaft, mit Aufkommen der Filmfunktion der DSLR-Kameras, stark verändert. Für Studenten, Künstler und Hobbyfilmer bedeutet dies ungeahnte neue Möglichkeiten. Der vor wenigen Jahren eher elitäre Kreis der Filmindustrie sieht sich demnach mit einer Vielzahl kleiner Produktionsfirmen konfrontiert, die mit geringerem Aufwand und für einen Bruchteil des Budgets einen ähnlichen Look zu generieren vermögen. Für den Auftraggeber, der vornehmlich im Internet distribuiert, bietet diese Entwicklung einen klaren Vorteil. Der Bedarf nach Präsentation des Unternehmens ist so stark wie nie. Heute repräsentiert sich beinahe jedes Unternehmen mit einer eigenen Webseite im Internet. Bei diesem Überangebot ist es wichtig, eine Individualität herauszuarbeiten, um dem Interessenten und potenziellen Kunden im Gedächtnis zu bleiben. Ein Film bietet in diesem Fall die ideale Form. Der Konsument kann sich zwischen der audiovisuellen und der rein visuellen Präsentation des Unternehmens entscheiden. Ein Service, welcher manchen Kunden positiv beeinflusst. Der Markt für Einsteiger im Bereich der Werbefilmwelt ist nicht verschlossen und wird sich in den nächsten Jahren weiter verändern.

4.1.1 Der Filmgeräteverleih

„Der 16-mm-Film ist tot. Kein Hersteller produziert mehr 35-mm-Filmkameras.“³⁵

Diese Aussage beschreibt die derzeitige Entwicklung aus Sicht der Rental-Unternehmen, im Bereich der Kamera, sehr gut. Immer stärker manifestieren sich die Single-Large-Sensor-Kameras³⁶ im digitalen Produktionsalltag. Bekannte Vertreter sind zum Beispiel: Arri Alexa, Red One, Red Epic, Sony F35, Sony PMW-F3 sowie die Highspeedkameras Weisscam HS-2 und Phantom Flex. Vor wenigen Jahren konnte eine höhere Bildqualität nur durch drei Bildwandler (3-Chip-Camcorder) generiert werden. Mit der stetigen technischen Entwicklung ist es heute möglich, wesentlich größere Bildwandler in hoher Qualität zu entwickeln.

Der Grund für diese Entwicklung ist der Wunsch der Anwender, die Vorteile der digitalen Produktion zu nutzen, ohne auf den altbewährten „Filmlook“³⁷ verzichten zu müssen.³⁸ Aus technischer Sicht sind die Hauptargumente für eine digitale Produktion offensichtlich: Die Ergebnisse können augenblicklich nach der Aufnahme nicht nur geprüft, sondern auch bearbeitet werden. So kann sichergestellt werden, dass die Aufnahmen technisch und inhaltlich einwandfrei sind. Die Produktionssicherheit kann zusätzlich, durch die Möglichkeit der sofortigen Duplizierung der Daten, gesteigert werden. Des Weiteren ist, in Zeiten der digitalen Nachbearbeitung, der effizienter zu gestaltende Workflow ein schlagendes Argument. Ebenso verzeichnet die digitale Distribution und Archivierung von Filmen einen immer größeren Stellenwert. Während im Jahre 2005 nur 55 Leinwände in Europa digital³⁹ bespielt wurden, war Anfang 2012 eine Steigerung auf 18525 digital bespielten Leinwänden zu vermerken. Allein im Zeitraum von 2010 bis 2012 ist eine Zunahme von fast 300% zu verzeichnen. Deutschlandweit verfügen 2303 der 4699 Kinosäle, also knapp 50%, über digitale

³⁵ [http://www.film-tv-video.de/225.html?&tx_ttnews\[tt_news\]=42573&L=0&no_cache=1](http://www.film-tv-video.de/225.html?&tx_ttnews[tt_news]=42573&L=0&no_cache=1) am 02.06.2012

³⁶ „SLS“ bezeichnet digitale Kameras und Camcorder, die einen vergleichsweise großen, einzelnen Sensor nutzen, um Bilder zu erzeugen.

³⁷ Der Filmlook kann auf technischer Ebene durch spezifische Einstellungen der Blende, Bildwiederholfrequenz und Wahl der Tiefenschärfe beschrieben werden.

³⁸ [http://www.film-tv-video.de/newsdetail.html?&tx_ttnews\[tt_news\]=38619&no_cache=1](http://www.film-tv-video.de/newsdetail.html?&tx_ttnews[tt_news]=38619&no_cache=1) am 26.07.2012

³⁹ Siehe Kapitel 1

Projektionstechnik.⁴⁰ Diese Entwicklung wird sich in den kommenden Jahren fortführen. Die derzeitige Zurückhaltung einiger Kinobetreiber ist nicht mit Skepsis gegenüber der Digitalisierung, sondern viel mehr mit den hohen Kosten einer Umrüstung zu begründen.⁴¹

Die Filmgeräteverleiher sind im Jahr 2012, aufgrund der derzeitigen Entwicklungen, nahezu gezwungen, eine komplette Umstellung in die digitale Richtung zu vollziehen. Die stetige Verschiebung der Produktionsstandards hin zu HD⁴²-Produktionen setzt den klassischen Filmgeräteverleihern stark zu. Hatten sie um 2005 noch eine Spitzenstellung und befanden sich unter Ihregleichen, so haben sie heute mit vielen neuen Mitbewerbern zu kämpfen. Die früheren reinen „Broadcastverleiher“⁴³ sind durch die Entwicklung hin zum HD-Standard zu direkten Konkurrenten der „klassischen“ Verleiher geworden, da ihr Portfolio mehr und mehr den Anforderungen eines HD-Drehs entspricht. Wenn ganze Fernsehserien auf DSLRs⁴⁴ als Hauptkamera gedreht werden, geht das natürlich nicht spurlos am Rental-Bereich vorüber. Dieser sich beschleunigende technische Wandel ist ein Aspekt der derzeitigen Krise. Ein weiterer Indikator für einen Umbruch durch die Digitalisierung ist zum Beispiel der kontinuierliche Stellenabbau im Hause Kodak seit den 80er Jahren, ausgelöst durch die Einführung des Videos. Nach der diesjährigen Insolvenz des Traditionsunternehmens verliert Kodak Ende Juli 2012 sogar eine Patentklage gegen Apple und den Blackberry-Anbieter RIM. Diese Entscheidung wird das Unternehmen sehr wahrscheinlich nicht verkraften. Der Wert des Patentpakets wird von Experten auf bis zu 2,6 Mrd. Dollar geschätzt. Mit deren Verkauf wollte sich Kodak aus dem Insolvenzverfahren befreien.⁴⁵ Die gegenwärtige Brisanz des Themas wird durch derartige Informationen deutlich. In gleicher Weise zeigt die Übernahme von Panther Rental durch die Cine-Mobil GmbH/Bavaria Production Service GmbH sowie die Pleite von „Brunner & Eisenreich Filmatelier Betriebs GmbH“ deutlich, in welchen Bereichen

⁴⁰ http://www.mediasalles.it/journal/ecj_2012.pdf am 18.06.2012

⁴¹ <http://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/kino-in-deutschland-das-filmgeschaeft-in-zahlen/3814080.html> am 14.06.2012

⁴² High Definition Video ist der Oberbegriff für hochauflösende digitale Videoformate.

⁴³ Verleiher für professionelles Video-, Audio- und Medienequipment.

⁴⁴ Digitale Spiegelreflexkameras (engl. digital single lens reflex).

⁴⁵ <http://www.n-tv.de/ticker/Computer/Kodak-verliert-Patentklage-gegen-Apple-und-RIM-article6788736.html> am 26.07.2012

die Entwicklungen die ersten großen Löcher reißen. Zudem erlitten Panther, Arri Rental und Cinegate in den Geschäftsjahren 2009 und 2010 mehr als 6,3 Millionen Verluste.⁴⁶ Auch wenn es Rental-Unternehmen gibt, die in den Geschäftsjahren ab 2009 Gewinne erwirtschaftet haben, so können derartige Verluste für eine Branche, in der das Rentalgeschäft eine große Rolle spielt, nicht gesund sein. Eine Prognose in diesem Bereich gestaltet sich äußerst schwer. Sollte eine abschätzbare Konstanz in die Welt der digitalen Filmkameras Einzug halten, so wird das Geschäft der Geräteverleiher wieder planbarer und würde ihnen die benötigte Zeit verschaffen, sich auf die gegebenen Entwicklungen vorzubereiten und einzustellen.

4.1.2 4K-Cinema-Kamera

Das Jahr 2012 scheint das Jahr der größten Veränderungen im Bereich derameratechnologie zu sein. Nachdem seit November 2010 die DSLR-Kameras mit Videofunktion für Aufregung in der Low-Budget-Filmbranche sowie bei den Filmgeräteverleihern sorgten,⁴⁷ scheint es nun zu Revolutionen in den höheren Segmenten zu kommen. Immer mehr Firmen stürzen sich in die Entwicklung der 4K-Cinema-Kameras. Ob Sony mit der NEX FS700⁴⁸, JVC mit einem Handheld 4K Camcorder⁴⁹, Apertus mit der open source Kamera Axiom⁵⁰ oder Canon mit der 1-D C⁵¹. Der große Vorteil dieser Anbieter ist die Möglichkeit, in das High-End-Segment mit niedrigen Preisen zu stoßen. Für viele kleinere Produktionen bietet sich die Wahl einer solchen Alternative hinsichtlich der Produktions- oder Beschaffungskosten an. Auch wenn große Firmen wie ARRI oder RED im Werbe- und Langfilmbereich noch Vorteile haben, so ist doch damit zu rechnen, dass mehr und mehr die neuen Alternativen eine Option bieten. Dabei kommt es jeweils auf die individuellen Anforderungen eines jeden Projektes an. Aus Zacutos „Revenge of The Great Camera Shootout“⁵² (ab min. 18:24) kann der Schluss gezogen werden, dass, wenn die Anforderungen eines Projektes

⁴⁶ <http://www.film-tv-video.de/newsdetail+M5125d966e04.html> am 10.05.2012

⁴⁷ Kapitel 4.1.1

⁴⁸ <http://www.sony.de/biz/product/nxcamcorders/nex-fs700e/overview> am 12.07.2012

⁴⁹ <http://newsroom.jvc.com/2012/01/jvc-unveils-worlds-first-handheld-4k-camcorder/> am 10.07.2012

⁵⁰ <http://apertus.org/en/node/152> am 13.07.2012

⁵¹ <http://www.slashcam.de/news/single/Canon-EOS-1-D-C-Video-DSLR-mit-4K-Aufnahme-9798.html> am 13.07.2012

⁵² <http://www.zacuto.com/shootout-revenge-2012/revenge-great-camera-shootout-part-one> am 01.07.2012

richtig eingeschätzt werden und der Kameramann die Stärken und Schwächen der verschiedenen Kameramodelle kennt, auch eine preiswertere Kamera sehr gute Ergebnisse erzielen kann. Als populäres Beispiel ist hier der Film „Slumdog Millionär“ zu nennen. Um in den Slums die benötigten Bilder einzufangen, musste eine kleine und flexible, hochauflösende Kamera eingesetzt werden. Die Wahl fiel auf die „SI-2K - Digital Cinema Camera“⁵³, da diese die erforderlichen Bedingungen erfüllte.

4.2 Postproduktion

Ein Flug mit Spiderman⁵⁴ durch enge Häuserschluchten, die Visualisierung des entfernten Mondes Pandora mit seinen Ureinwohnern namens Na`vi⁵⁵, rasante Verfolgungsjagden oder Weltuntergänge werden, seit Bits und Bytes in der Filmindustrie Einzug gehalten haben, vom Zuschauer als selbstverständlich konsumiert.

Multimedia-Fachleute, Grafiker, Programmierer und Informatiker sind heute fester Bestandteil einer Filmproduktion. Die Verschiebung wichtiger Entscheidungen in den Postproduktionssektor wird durch den Beruf des CGI⁵⁶-Regisseurs deutlich. Er kann neben dem hauptverantwortlichen Regisseur als Fachmann für die virtuellen Anteile eines Films verstanden werden.⁵⁷

Die Postproduktion kann als Ausgangspunkt der Digitalisierung im Film gesehen werden. Seit vielen Jahren ist dieser Arbeitsschritt fast ausschließlich digital. Als Konsequenz, zur Verbesserung des Produktionsablaufes, ist die Digitalisierung im Kamera- sowie Projektionsbereich zu beobachten.

⁵³ http://www.siliconimaging.com/DigitalCinema/SI_2Kmini_key_features.html am 28.07.2012

⁵⁴ Spider-Man ist eine Comic-Figur und eine Comicreihe von Marvel Comics.

⁵⁵ Avatar – Aufbruch nach Pandora ist ein US-amerikanischer Science-Fiction-Film des Regisseurs James Cameron.

⁵⁶ CGI – Computer Generated Imagery

⁵⁷ Cyber TV – Die Digitalisierung der Film- und Fernsehproduktion, Anja Claudia Todtenhaupt, 2000, S.

4.3 Distribution

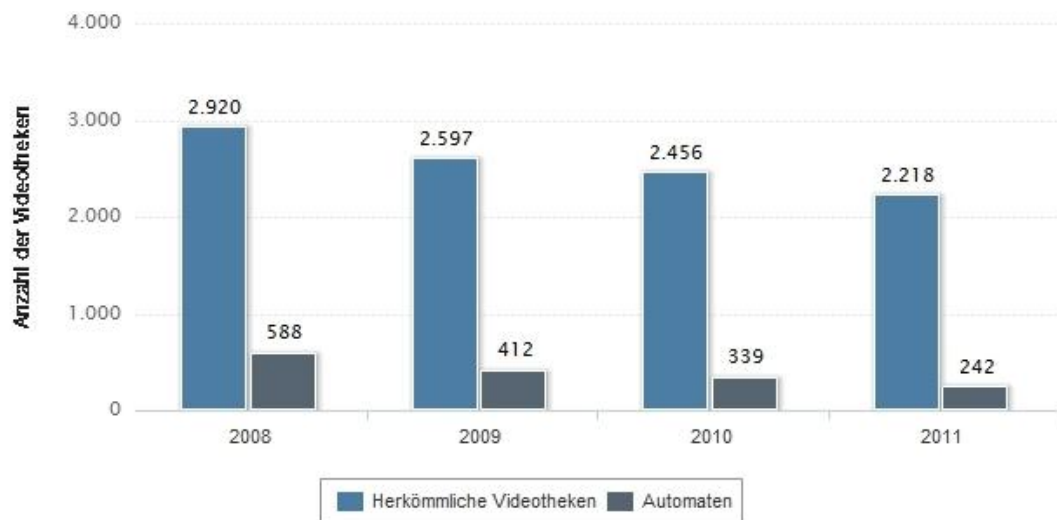
Die Distribution von Filmen beschreibt alle Schritte, die nötig sind, um den fertig produzierten Film in das benötigte Format und an den gewünschten Ort der Vorführung zu bringen.

Über die letzten Jahrzehnte hinweg hat sich eine typische Verwertungskette etabliert. Nachdem ein neuer Film im Kino gezeigt wurde, folgt zunächst die Distribution über Bildträger. Anschließend wird er über das Bezahlfernsehen und frei empfangbares Fernsehen für den Konsumenten bereitgestellt. Mit der zunehmenden Verfügbarkeit des Breitband-Internets, haben sich die technologischen Rahmenbedingungen für die Distribution von Filmen maßgeblich geändert. Ebenso erfahren die einzelnen Verwertungsfenster eine Wandlung.

Vor der Verfügbarkeit digitaler Distribution wurde die fertige Nullkopie eines Filmes, in der gewünschten Kopienzahl, auf Zelluloid ausbelichtet und per LKW in die Kinos transportiert. Auf Kinos ohne digitale Projektionstechnik trifft dieser Ablauf heute noch zu. Der Fluss der Wertschöpfungskette wird in diesem Punkt erneut, wie beim Übergang von der Produktion zur Postproduktion, gebremst. Die sich immer stärker verbreitende digitale Projektionstechnik in den Kinos sowie leistungsstarke Sattellitenübertragungstechnologien schließen diesen Bruch in der Wertschöpfungskette. Die digitale Kopie des Films kann ohne logistischen Aufwand vom Filmverleiher direkt an das jeweilige Kino übermittelt werden. Für Kinobetreiber und Verleiher bedeutet dies zudem eine Flexibilität in Bezug auf die Anzahl der benötigten Filmkopien. Entsteht kurzfristig der Bedarf an weiteren Kopien, aufgrund von unerwartet hohen Besucherzahlen, so ist dieser in kürzester Zeit zu decken. Allerdings profitieren in erster Linie die distribuierenden Unternehmen, da die Kinobetreiber hohen Investitionskosten ausgesetzt sind und diese nicht unmittelbar durch höhere Eintrittspreise zu amortisieren sind. Doch auch die Verleiher stehen, durch die Digitalisierung und Vernetzung der Welt, mit dem Thema der Filmpiraterie vor einer gewaltigen Aufgabe.

Der Bereich der Bildträger ist auch heute noch in der analogen bzw. physischen Distribution anzusiedeln, denn die Bindung der Daten an ein Vermarktungsmedium, wie Kauf- und Leihmedien, DVD oder Blu-ray, machen Bildträger zu physischen Gütern. Der Film liegt zwar digital, also in Form von binären Bits und Bytes vor,

dennoch erfolgt der Distributionsprozess der Bildträger über Handelsunternehmen zum Endkonsumenten und kann daher nicht als umfassend digitalisiert bezeichnet werden. Der ganzheitliche Umstieg auf individuelle Zugriffs- und Abrufdienste würde diesen Distributionsweg wirklich digitalisieren. Für die Videotheken hätte dies jedoch weitreichende Folgen und die ohnehin schon rückläufigen Zahlen würden weiter sinken.⁵⁸



 Deutschland

Quelle: Interessenverband des Video- und Medienfachhandels in Deutschland e.V. (IVD)

Abbildung 2⁵⁹ Anzahl der Videotheken in Deutschland von 2008 bis 2011

Das haptische Erleben eines Ausleihvorgangs in einer Videothek wird wohl bald der Vergangenheit angehören. Mit der Zahl der Haushalte mit breitbandigem Internetanschluss wird die Akzeptanz und Nutzung von Filmportalen steigen.

⁵⁸ Siehe Abbildung 2

⁵⁹ <http://de.statista.com/> am 20.07.2012

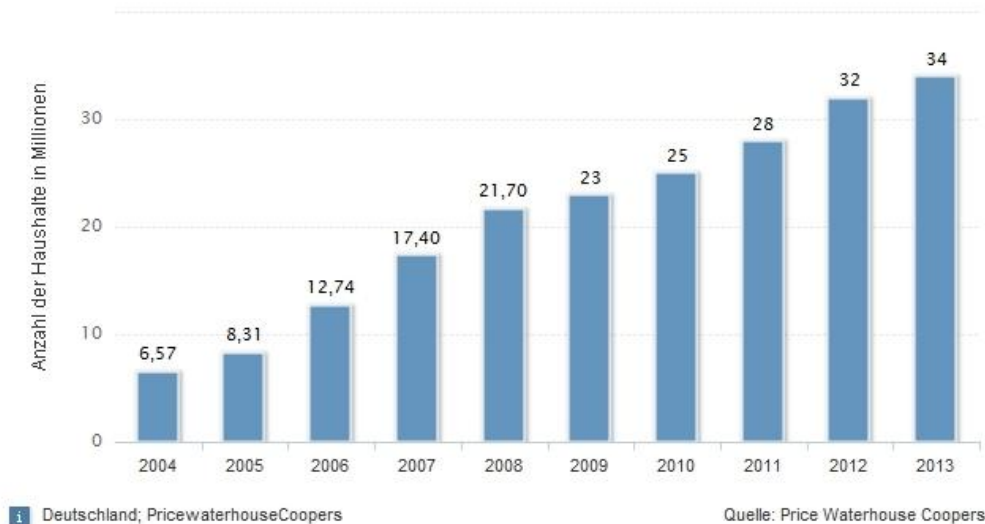


Abbildung 3⁶⁰ Prognostizierte Anzahl der Haushalte mit einem Breitband-Internetzugang in Deutschland in den Jahren 2004 bis 2013 in Millionen

Wie oft sehnt man sich an einem verregneten Abend einen tollen Film herbei? Und wie oft wird, aufgrund der damit verbundenen Umstände, doch darauf verzichtet? Bietet die Filmindustrie nun die Möglichkeit, einen Film online auszusuchen und zu schauen, so bedeutet das für den Endkonsument einen enormen Vorteil. Ebenfalls für die Verleiher. Für den Kunden und die Filmverleiher bedeutet dies demnach einen beiderseitigen Gewinn. Die Leittragenden dieser Entwicklung werden die Videotheken sein. 32 Millionen deutsche Haushalte mit einem Breitbandinternetanschluss⁶¹ bieten den online-Filmportalen einen guten Nährboden. Erste nennenswerte Erfolge können durch „Maxdome“ und „Lovefilm“ verzeichnet werden.⁶²

Für die Filmverwertung über individuelle Zugriffs- und Abrufdienste ist die Digitalisierung existenzielle Grundlage. Als Video on Demand⁶³, kurz VoD, werden IP-basierte individuelle Abrufdienste bezeichnet, die Endkonsumenten einen zeitlich begrenzten Zugang zu Filmen für den Heimkonsum gewährleisten. Sie bilden das Pendant zu Leihangeboten physischer Bildträger wie DVDs oder Blu-ray Discs. Als

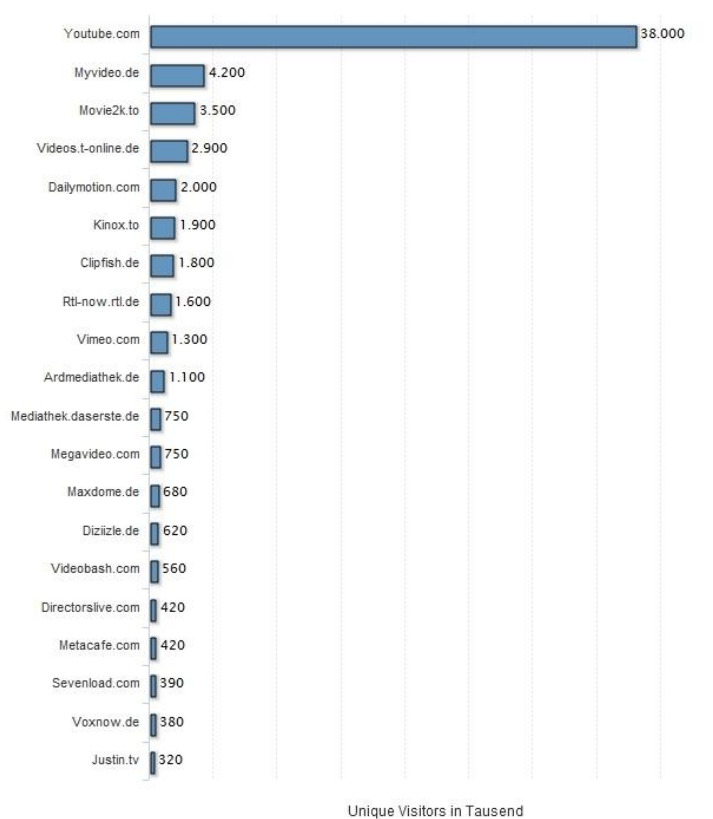
⁶⁰ <http://de.statista.com/> am 18.07.2012

⁶¹ Siehe Abbildung 3

⁶² Siehe Abschnitt 4.1.1 File- und Streaminghoster

⁶³ VoD beschreibt die Möglichkeit, digitales Videomaterial auf Anfrage von einem Internetanbieter oder -dienst herunterzuladen oder über einen Video-Stream anzusehen.

Übertragungsmedien eignen sich prinzipiell alle Medien, die eine breitbandige Anbindung zum Internet zulassen. „Deutschlands größte Online-Videothek – Maxdome“⁶⁴ bietet 45000 Videos teilweise in HD-Qualität und sogar in Originalsprache. Zudem kooperiert das Unternehmen bereits mit einigen Endgeräteherstellern wie Samsung, Panasonic, Phillips, Toshiba und vielen anderen. Die nötige Hard- und Software zur Nutzung von VoD-Angeboten wird somit direkt auf dem Gerät zur Verfügung gestellt. Allein im Dezember des letzten Jahres wurden 380000 Zugriffe verzeichnet und „Maxdome“ kann sich somit zu einem der zwanzig beliebtesten Videoportalen Deutschlands zählen.⁶⁵



1 Deutschland; ohne Porno-Angebote; Google Ad Planner, Statista; Dezember 2011

Quelle: Google Ad Planner

Abbildung 4⁶⁶ Top 20 Videoportale in Deutschland im Dezember 2011 nach Anzahl der Unique Visitors (in 1000)

⁶⁴ <http://www.maxdome.de/> am 21.07.2012

⁶⁵ Siehe Abbildung 4

⁶⁶ <http://de.statista.com/> am 20.07.2012

4.3.1 D-Cinema

Aus der Zukunft mit D-Cinema (Digitales Kino) erhofft sich die Filmindustrie enorme Einsparungen und treibt die Entwicklung voran. Warner Bros, Universal, Sony, Paramount, MGM, Fox und Disney haben sich seit März 2002 in der DCI (Digital Cinema Initiative) zusammengefunden, um die Interessen der Filmproduzenten und Verleiher besser vertreten zu können.⁶⁷ Ein Erfolg lässt sich mit Hilfe folgender Zahlen belegen. Seit 2006 wurden weltweit digital bespielte Leinwände mehr als zwanzigfach gesteigert.⁶⁸

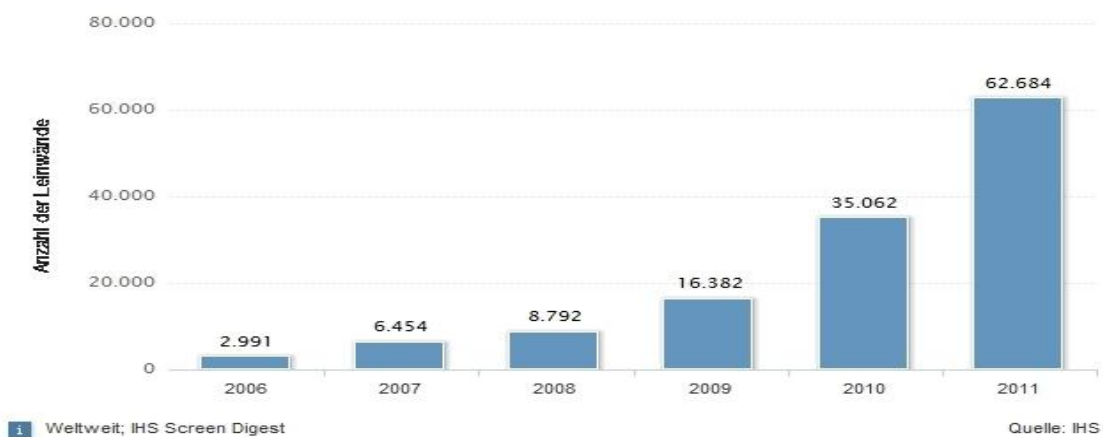


Abbildung 5⁶⁹ Entwicklung der Anzahl der digitalen Kinoleinwände weltweit von 2006 bis 2011

Gegenüber dem konventionellen Verleih von Filmen ergibt sich aus der Digitalisierung der Distributionswege eine Reihe von Vorteilen. Vorausgesetzt, das zu beliefernde Kino nutzt bereits die digitale Projektionstechnik. Als wichtiger Aspekt ist die Kosteneinsparung durch das Wegfallen der teuren und zeitaufwendigen Herstellung von Tausenden Filmkopien zu nennen. Erfahrungsgemäß muss die Zahl der Kopien für eine nachhaltige Marktdurchdringung möglichst groß sein. Des Weiteren ist die Flexibilität der Verleiher und Kinobetreiber durch die digitalen Kinokopien enorm gesteigert. Steigt die Nachfrage der Zuschauer unerwartet und muss eine Filmkopie nachträglich oder zusätzlich angefordert werden, so kann der Verleiher schneller

⁶⁷ <http://www.dcinovies.com/> am 10.07.2012

⁶⁸ Siehe Abbildung 5

⁶⁹ <http://www.statista.com/> am 06.07.2012

reagieren und das jeweilige Kino sehr zeitnah mit Zusatzkopien versorgen. Zudem könnte es durch den aktuellen Stand der Digitalisierung bald zu weltweit gleichzeitigen Kinostarts kommen. Lichtspielhäuser könnten ohne großen Logistikaufwand über Breitband oder Satellit mit den aktuellen Filmkopien versorgt werden. Dies würde auch die Nachfrage nach illegalen Raubkopien senken.

4.4 Kopierschutz

Aufgrund der Digitalisierung muss die Wertschöpfungskette um einen zentralen Punkt erweitert werden. Der Kopierschutz und dessen Umsetzung beschäftigt die Filmindustrie mehr als je zuvor. Ein Kopierschutz soll die Daten im Verlauf der gesamten Produktion schützen und so Millionenverlusten der Filmindustrie vorbeugen. Jahre der Entwicklung für einen Kopierschutz der Blu-ray-Disc⁷⁰ genügten nicht um auf dem Markt der Hacker zu bestehen. Kurz nach Veröffentlichung der ersten Blu-ray war es „Arnezami“⁷¹ bereits möglich, eine Kopie auf Festplatte zu speichern.⁷² Allein im Jahr 2010 wurden, nach offiziellen Zahlen, 54 Millionen Spiel- und Kinofilme illegal heruntergeladen.⁷³ Die dabei missachteten Rechte sind das Vervielfältigungsrecht, das Verbreitungsrecht, das Recht auf Wiedergabe durch Bild- und Tonträger, das Veröffentlichungsrecht, das Recht auf Anerkennung der Urheberschaft, das Recht, Entstellungen des Werkes zu verhindern, das Zugangsrecht und das Änderungsverbot, vor allem aber die einfachen Nutzungsrechte, auch Lizenzen genannt.⁷⁴

Doch bis dato lassen sich in der Bekämpfung der Raubkopierer und Streaminghoster nur wenig Erfolge verzeichnen. Das Portal „Kino.to“ konnte zwar 2011 mit der Verurteilung des Gründers und Betreibers Dirk B. gestoppt werden, doch nur wenige Wochen später war mit „Kinox.to“ ein ähnliches Angebot umgehend online. Auch die Klage gegen „Megaupload“-Gründer Kim Schmitz, „Kim Dotcom“, der mit seinem Web-Speicher-Unternehmen 175 Millionen Dollar umgesetzt haben soll, ist nur ein Tropfen

⁷⁰ Die Blu-ray Disc (abgekürzt BD) ist ein digitales, optisches Speichermedium. Sie wurde als High-Definition-Nachfolger der DVD entwickelt.

⁷¹ Pseudonym eines anonymen Hackers

⁷² http://www.focus.de/digital/multimedia/blu-ray-und-hd-dvd_aid_124660.html am 28.06.2012

⁷³ Siehe Abbildung 6

⁷⁴ Vgl. Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz – UrhG) im Bundesgesetzblatt (BGBl.).

auf dem heißen Stein. Er verhöhnt die US-Justiz, indem er sich als „Kämpfer für die Internetfreiheit“ bezeichnet.⁷⁵

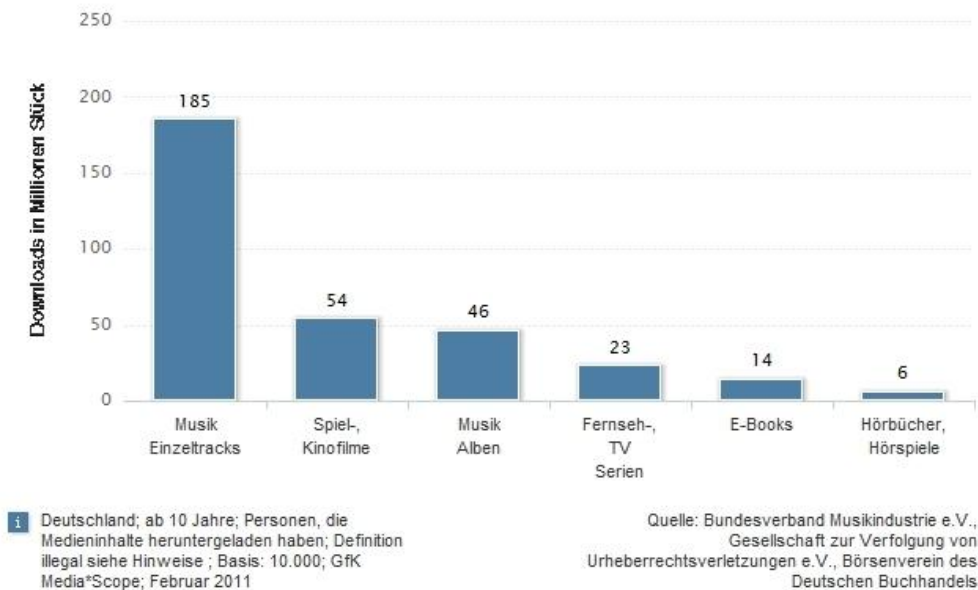


Abbildung 6⁷⁶ Anzahl der illegalen Downloads von Medieninhalten aus dem Internet im Jahr 2010 (in Millionen Stück)

Dadurch, dass die Filmindustrie zu viel Zeit in der Entwicklung legaler Alternativen benötigt, können derartige Portale weiterhin bestehen. Die Ironie liegt darin, dass die Musikbranche bereits den Weg der Digitalisierung beschritten hat und somit der Filmbranche ein funktionierendes Konzept darlegt. Natürlich gelten für die Filmindustrie andere Voraussetzungen als für die Musikindustrie, aber das Grundkonzept könnte adaptiert werden. Für Filmfans gibt es keine legale Alternative, wie „Spotify“⁷⁷ für Musikliebhaber. Das schwedische Streaming-Portal entstand, um eine Alternative gegen Piraterie zu bieten. Dem Konsumenten wird sogar ein kostenloser Zugang verfügbar gemacht – zwar mit der Einschränkung, dass Werbung eingespielt wird, aber dennoch mit vollem Zugriff auf alle Songs. Durch „Maxdome“, „Lovefilm“ oder

⁷⁵ <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/peter-sunde-und-kim-dotcom-die-zwei-gesichter-der-copyright-kriege-a-844138.html> am 13.07.2012

⁷⁶ <http://www.statista.com/> am 06.07.2012

⁷⁷ Spotify ist eine unentgeltlich erhältliche Musik-Streaming-Software, die eine mehrfach verschlüsselte Direktübertragung von Musikstücken ohne Verzögerung ermöglicht.

„Viedeoload“⁷⁸ wird für Filmfans eine große Auswahl geboten, wenn es um aktuelle deutsche DVD-Neuerscheinungen geht oder um ältere Filme. Bis Serienfolgen und Kinofilme verfügbar sind dauert es meist zu lang, vor allem, wenn sie in den USA schon lange verfügbar sind. Eine wirkliche Alternative bieten hier nur illegale Portale. Wikipedia-Gründer Jimmy Wales ist kein Spezialist im Filmbereich, dennoch kommt er aus eigenen Erfahrungen zu dem Schluss: „Let people buy what they want to buy.“⁷⁹ Er wollte mit seiner Tochter „Star Wars“ schauen und erwarb in England eine Blu-ray des Films. Auf dem heimischen Player in den USA konnte er die Disc, aufgrund des europäischen Regionalcodes, nicht abspielen. Auch der Versuch, den Film über iTunes zu erwerben, scheiterte. Der Film stand dort nicht zur Verfügung. Unter diesen Gesichtspunkten ist festzustellen, dass die Globalisierung einzelner Vertriebsbereiche für die Filmindustrie einen Mehrwert bedeuten würde und den bisher positiven Trend der „VoD“ und „Pay-per-View“⁸⁰ Anbietern weiter steigern könnte.⁸¹

4.4.1 File- und Streaminghoster

Oftmals werden der Filmindustrie verwandte Untergangsszenarien prophezeit, ähnlich wie der Musikbranche um die Jahrhundertwende. Mit dem Aufkommen von „Napster“⁸² formte sich das illegale Herunterladen von urheberrechtlich geschützten Liedern und Alben zu einer Art Volkssport.⁸³ Auch wenn von der Musikwirtschaft unterstützte oder betriebene Download- und Streamingangebote einen akzeptablen Erfolg aufweisen, so können diese das Wegbrechen der Verkäufe physischer Tonträger bei Weitem nicht ausgleichen.⁸⁴ Im Zeitalter von „Megaupload“, „Kinox.to“, etc., also File- und Streaminghostern drängt sich ein Vergleich und die Frage nach der Zukunft der beiden Branchen auf. Sicherlich wird das Wegbrechen der DVD-Verkäufe sich anfangs schwer durch webbasierte Video-on-Demand und Downloadservices ausgleichen lassen, und auch Videotheken werden mit den Folgen zu kämpfen haben. Eine Tendenz der

⁷⁸ Video-on-Demand-Anbieter

⁷⁹ <http://www.webpronews.com/wikipedia-sopa-funding-2012-01> am 10.07.2012

⁸⁰ PPV bezeichnet eine Form der Abrechnung des Bezahlfernsehens im Einzelabruf-Verfahren

⁸¹ Siehe Abbildung 7

⁸² Napster war eine Musikausbörse, die 1998 von Shawn Fanning programmiert wurde. Sie sollte dem Zwecke dienen, leichter MP3-Musikdateien über das Internet verteilen zu können.

⁸³ Vgl. Medienwandel kompakt 2008 – 2010, Jan Krone, 2011, S.226

⁸⁴ http://www.readwriteweb.com/archives/report_digital_music_sales_will_surpass_cds_in_201.php am 13.03.2012

Akzeptanz lässt sich jedoch anhand vom 2002 gegründeten Unternehmen „Lovefilm“ ablesen. Binnen kurzer Zeit hat sich „Lovefilm“ zu dem führenden Online DVD und Streamingunternehmen Großbritanniens und Europas entwickelt. Im Januar 2012 konnten bereits 2 Mio. Abonnenten verzeichnet werden. Zudem wurden über 4 Mio. DVDs, Blu-rays oder Spiele, binnen eines Monats, verliehen.⁸⁵

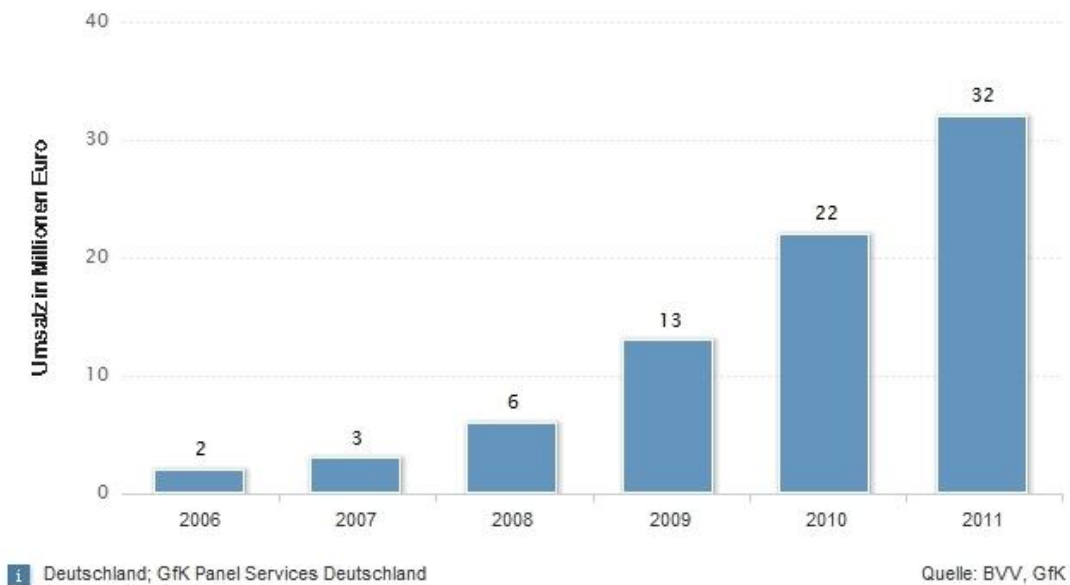


Abbildung 7⁸⁶ Umsatz mit Video on Demand (VoD) und pay-per-View (PpV) in Deutschland von 2006 bis 2011 (in Millionen Euro)

Auch deutsche Fernsehanstalten bemühen sich in diesem Segment. „Germany`s Gold“ bezeichnet die geplante, kommerzielle Onlinevideothek durch ARD und ZDF in Zusammenarbeit mit der Produzentenallianz, Studio Hamburg, Bavaria, Ziegler Film, MWE, Brainpool und Telepool. Internationalen Video-on-Demand-Anbietern wie YouTube, Maxdome und Co. soll so Konkurrenz gemacht werden.⁸⁷ Das Videoportal soll frühestens Ende 2012 seinen Betrieb aufnehmen. Erteilt das Kartellamt dem Unternehmen die Freigabe, so wird auch der endgültige Name bekannt gegeben. Eine verwandte, werbefinanzierte Unternehmung von ProSiebenSat.1 und RTL wurde von

⁸⁵ <http://en.wikipedia.org/wiki/LoveFilm> am 13.03.2012

⁸⁶ <http://www.statista.com/> am 06.07.2012

⁸⁷ http://www.focus.de/kultur/kino_tv/oeffentlich-rechtliches-videoportal-germanys-gold-startet-ende-2012_aid_743002.html am 16.06.2012

der Behörde zurückgewiesen. Mitte März 2011 bestätigte das Oberlandesgericht Düsseldorf die Entscheidung der Kartellwächter, dass die zwei TV-Konzerne bereits jetzt den Hauptanteil des Werbeumsatzes generieren und ihre marktbeherrschende Stellung nicht weiter gestärkt werden dürfe.⁸⁸ Mit diesem Urteil über die geplante Video-Plattform sollte das Aus für das Vorhaben nahezu besiegelt sein.

4.5 Digitalisierung im Alltag

Die Digitalisierung in unserem Leben und privaten Umfeld ist auf einem nie dagewesen Level angekommen: Der Wecker klingelt, aus dem Smartphone⁸⁹ ertönt ein Radiostream, und auf dem Weg ins Bad wird per Sprachsteuerung nach der Wetterprognose gefragt. Im Auto noch schnell per GPS den nächsten Biobäcker aufsuchen und in der Warteschlange der Kasse mal eben die Mails checken. In der Mittagspause können dann aktuelle Filmtrailer abgerufen und so die Entscheidung der abendlichen Filmauswahl erleichtert werden.

Dies beschreibt nur einen Bruchteil der mobilen Digitalisierung unseres Alltags.

⁸⁸ <http://www.hardwareluxx.de/community/f278/olg-duesseldorf-keine-online-videothek-fuer-rtl-und-prosiebensat-1-a-887028.html> am 14.06.2012

⁸⁹ Ein Smartphone ist ein Mobiltelefon, das mehr Computerfunktionalität und -konnektivität als ein herkömmliches fortschrittliches Mobiltelefon zur Verfügung stellt.



Abbildung 8⁹⁰ Anzahl der Haushalte mit internetfähigen TV-Geräten bis 2015 (in Millionen)

Die Statistik⁹¹ zeigt, dass immer mehr Haushalte über TV-Geräte mit Internetverbindung verfügen und diese auch durch den Konsumenten genutzt werden. Die Prognose bis zum Jahr 2015 gibt einen Ausblick auf die zu erwartende Akzeptanz und Nutzung und unterstreicht die Signifikanz der Digitalisierung im Alltag.

Neben der bereits thematisierten mobilen Digitalisierung schreitet die Digitalisierung in den deutschen Haushalten ebenfalls stetig voran: Computer, Fernseher und externe Abspielgeräte sowie Tablets⁹² und Smartphones scheinen heutzutage zu einem gut sortierten Haushalt zu gehören. Der tägliche Konsum von audiovisuellen Inhalten, e-books und Audiostreams ist in der Gesellschaft fest verwurzelt. Zudem verfügt beinahe jedes dieser Geräte über eine Internetverbindung und ermöglicht somit einen individuellen Zugriff auf VoD-Angebote.

Der am Mittag per Smartphone ausgesuchte Film ist somit ohne großen logistischen und zeitlichen Aufwand über ein internetfähiges Endgerät wie beispielsweise dem Fernseher oder dem Blu-ray-Player abrufbar.

⁹⁰ <http://de.statista.com/> am 25.07.2012

⁹¹ Siehe Abbildung 8

⁹² Tablet oder Tablet-PC ist ein tragbarer, flacher Computer in besonders leichter Ausführung mit einem Touchscreen-Display.

Dieser „normale“ Tagesablauf war vor wenigen Jahren noch undenkbar und demonstriert aufs Neue den immer weiter steigenden Grad der Digitalisierung.

5 Marketing

Ein gewinnbringender Verkauf eines Films an den Konsumenten ist, in Hinblick auf die enormen Herstellungskosten, das Ziel einer jeden Filmproduktion. Die Freizeitindustrie wächst beständig und durch Marketing soll der Konsument davon überzeugt werden, dass der Filmkonsum die richtige Freizeitbeschäftigung für ihn ist. Wie das Marketing kann auch der Distributionsweg des Films über verschiedene Wege erfolgen. Dabei sollte sich das Marketing den Rahmenbedingungen des jeweiligen Films anpassen und zudem Zielgruppen- und kundengerecht aufgebaut sein.

In diesem Zusammenhang sind zukunftsorientierte Aussagen ab einem gewissen Punkt spekulativ. Niemand kann mit einer hundertprozentigen Sicherheit die Zukunft der Filmindustrie voraussagen. Zumal fast täglich, auch während der Erstellung dieser Ausarbeitung, von neuen Entwicklungen berichtet wird. In Hinblick auf die bisherigen Entwicklungen lassen sich jedoch einige, wahrscheinliche Thesen entwickeln.

Der übliche Distributionsweg der Filme erfolgt in der Regel vom Kino auf die DVD/Blu-ray und schließlich ins Fernsehen. Im Zuge der Digitalisierung ist der Film jedoch nicht weiter auf diese Medien angewiesen und könnte parallel via VoD angeboten werden. Führen wir diesen Gedanken konsequent weiter, so ergibt sich folgendes Modell: Die Verleiher könnten den Film gleichzeitig zur Kinopremiere per Download und Stream bereitstellen sowie die DVD veröffentlichen. Sie würden nicht nur Einsparungen in den Werbemaßnahmen verzeichnen können, sondern auch die Nachfrage nach illegalen Kopien vermindern, denn das Hauptmotiv für illegales Downloaden ist meist die lange Wartezeit bis zum Erscheinen der DVD. Erfahrungsgemäß sinkt die Nachfrage auf dem Schwarzmarkt unmittelbar, sobald der Film legal auf dem Markt zu erwerben ist.

5.1 Eventmarketing

Eventmarketing für einen Film kann in drei Kategorien eingeteilt werden.

Eine Möglichkeit, die Aufmerksamkeit der Medien zu gewinnen, bietet die Filmpremiere. Diese kostenintensive und aufwendige Veranstaltung liegt hauptsächlich in der Verantwortung der Verleiher. Um den maximalen Erfolg, also ein möglichst starkes Medienecho zu erreichen, ist die Verknüpfung dieses Events mit dem Besuch der Stars des Films unabdingbar. „Das Interesse und die Begeisterung, die durch den

Starbesuch vor Ort in Deutschland ausgelöst werden, könnte man mit keiner noch so intensiven Werbekampagne wecken“.⁹³ Sollte der Starbesuch nicht möglich sein, so besteht die Alternative, den Eventcharakter mittels Einladung prominenter Personen herzustellen, um dennoch eine umfassende Berichterstattung erreichen zu können.

Die zweite Möglichkeit, die Öffentlichkeit auf einen Film aufmerksam zu machen besteht in der Teilnahme an einem Filmfestival. Ein Vorteil hierbei ist die kostenfreie Werbung durch die Berichterstattung zum Festival. Ferner besteht die Chance, Preise und Prämien zu gewinnen. Finanzielle Unterstützung, größeres Medieninteresse und eine positive Auswirkung auf die Verkaufszahlen sind zu erwartende Effekte.

Eine weitere wirksame Öffentlichkeitsarbeit stellen Filmpreise dar, um nach Filmstart erneut Aufmerksamkeit erregen zu können. Im größten Maße wird dies nach wie vor durch den „Oscar“⁹⁴ erreicht. Doch auch durch weitere zahlreiche Preise und Sonderpreise, die weltweit vergeben werden, kann die Pressearbeit für einen Film unterstützt werden.

5.2 Smartphone Applikationen

Mit der Verbreitung des Internets ist die offizielle Webseite zum Film ein fester Bestandteil einer professionellen Marketingstrategie. Profile in sozialen Netzwerken wie Twitter und Facebook sind mittlerweile ebenfalls mit Selbstverständnis anzutreffen. Am Beispiel und Selbstversuch des Films „The Amazing Spiderman“⁹⁵ wird nun auch eine kostenfreie Smartphone-Applikation⁹⁶ angeboten. Mit Hilfe dieser „App“ ist es dem Konsumenten möglich, „Spiderman“ in ein gewöhnliches Foto einzubinden und mit den Freunden über ein soziales Netzwerk zu teilen. Nach der Installation der Applikation müssen, bevor die eigentliche Funktion freigeschaltet wird, mehre sogenannte „Marker Images“ gesucht und ins Visier der Handykamera genommen werden. Dabei wird der Anwender auch auf Partnerseiten gelotst. Ziel der Applikation ist es offensichtlich, den

⁹³ Vgl. Liedke zit. nach: Manthey 1996, S. 447

⁹⁴ Bekanntester internationaler Filmpreis, der einmal im Jahr in den USA von der dortigen Filmakademie für hervorragende Filme und Leistungen in Filmen vergeben wird.

⁹⁵ <http://www.theamazingspiderman.com/site/>

⁹⁶ Applikation oder auch App bezeichnet im Allgemeinen jede Form von Anwendungsprogrammen.

Konsumenten „an die Hand zu nehmen“ und ihn auf weitere Angebote aufmerksam zu machen. Der Selbsttest der „Spiderman-App“ hinterließ das Gefühl der Unzufriedenheit. Die Freischaltung der eigentlichen Funktion zielte derartig offensichtlich auf die Werbung ab, dass beim Konsumenten eine eher abweisende Haltung entstand.

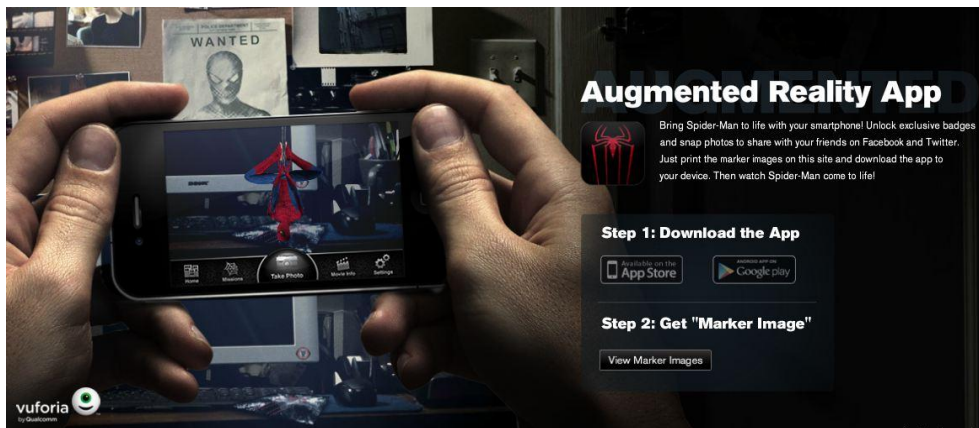


Abbildung 9⁹⁷ Screenshot der Webseite zur "Spiderman-App"

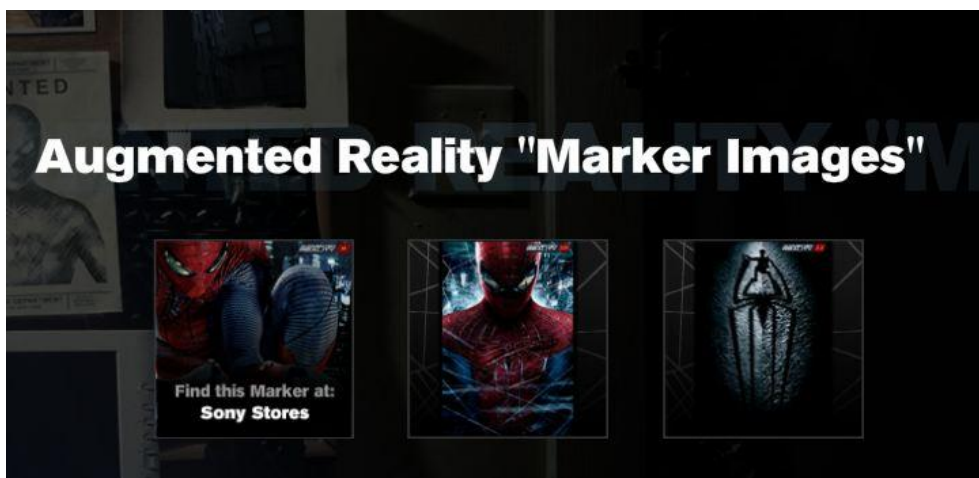


Abbildung 10⁹⁸ Screenshot der "Marker Images", welche auf weitere Webseiten verweisen

Nichtsdestotrotz ist in Anbetracht der steigenden Verbreitung von Smartphones und Tablets das Marketing über sogenannte Applikationen eine logische Konsequenz.⁹⁹

⁹⁷ <http://www.theamazingspiderman.com/site/> am 22.07.2012

⁹⁸ <http://www.theamazingspiderman.com/site/> am 22.07.2012

Dieses wirksame interaktive Marketinginstrument wird in der Zukunft weiterhin an Bedeutung gewinnen.

Mit der zunehmenden Zahl an Tablet- und Smartphonebesitzern ist ebenfalls die Möglichkeit gegeben, dem Kunden Online-Angebote wie Trailer, Filmmusik, Portraits der Schauspieler oder Produktionstagebücher mobil bereit zu stellen. Der Marketingrahmen hat sich somit durch den technischen Fortschritt, ohne Zutun der Filmindustrie, erweitert und bietet ein enormes Potenzial, den Endkonsumenten zu erreichen. Insbesondere, wenn diese Angebote eng mit sozialen Netzwerken verbunden sind, kann die Filmindustrie einen großen Einfluss auf das Konsumverhalten bewirken.

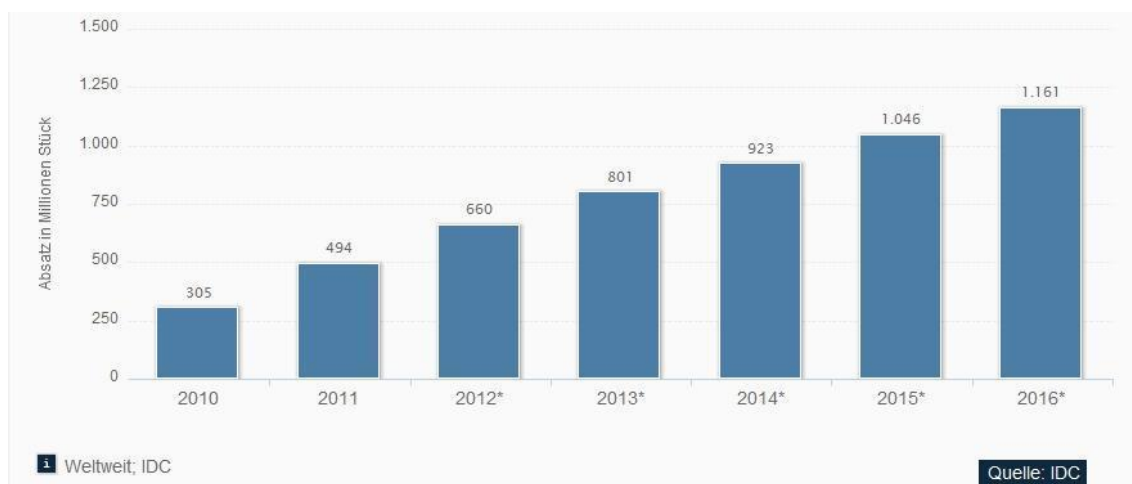


Abbildung 11¹⁰⁰ Prognostizierter Absatz von Smartphones weltweit von 2010 bis 2016 (in Millionen Stück)

5.3 Computer und Spielekonsolen

Neben den üblichen Videoauswertungen und dem Merchandising ist auch die Entwicklung von Spielesoftware für Computer und Konsolen ein fester Bestandteil internationaler Filmproduktionen. Diese Art der Verwertung schafft die Möglichkeit, eine neue Generation von Kunden an die Produkte der Filmindustrie heranzuführen. Ob mit Spiderman die Bösewichte der Stadt zur Rechenschaft ziehen oder als James Bond

⁹⁹ Siehe Abbildung 11

¹⁰⁰ <http://de.statista.com/> am 22.07.2012

die Welt retten, all dies ist nicht mehr nur durch passives konsumieren möglich, sondern kann aktiv erlebt und gelebt werden.

Im Allgemeinen stellt die Vermarktung und Entwicklung von kinofilmbegleitender Spielesoftware einen vollwertigen und erfolgreichen Verwertungskanal dar. Laut einer Tabelle des seit 2004 aufgelösten Verbandes der Unterhaltungssoftware (VUD) erreichten die Computer- und Konsolenspiele „Harry Potter und die Kammer des Schreckens“ sowie „Harry Potter und der Stein der Weisen“ eine Verkaufszahl von mindestens 100000 Exemplaren.¹⁰¹ Somit kann diese Art der Verwertung als ein beständiger und für die Zukunft relevanter Faktor gesehen werden.

¹⁰¹ http://de.wikipedia.org/wiki/Verband_der_Unterhaltungssoftware_Deutschland am 23.07.2012

6 Schlussbetrachtung

Das letzte Jahrzehnt war für die Filmindustrie eine Zeit der rasanten Veränderungen. Die über hunderte von Jahren erprobten und bewährten Produktions- und Vertriebsprozesse – Präproduktion, Produktion, Postproduktion und Distribution – erlebten im Zuge der Digitalisierung eine Transformation: Während die Präproduktions- und Postproduktionsphase eine ganzheitliche Digitalisierung erlebten, wurden in den Produktions- und Distributionsphasen analoge Technologien noch nicht gänzlich verdrängt. Diese Arbeit gibt einen Überblick über den derzeitigen Stand der Digitalisierung und die Folgen für die Filmindustrie. Entlang der Wertschöpfungskette wurde analysiert, welchen Einfluss die digitale Technologie auf bestehende Prozesse ausübt.

Als entscheidender Wendepunkt zur umfassenden Digitalisierung – auch wenn die Postproduktion bereits Jahre zuvor auf digital basierender Computertechnologie stattfand – ist die Trennung des Filmgutes von seinem physikalischen Trägermedium festzustellen. Mit den ersten digitalen Filmkameras und Kinoprojektoren ging ein Ruck durch die Filmindustrie und nichts war mehr wie zuvor.

Der gesamte Herstellungsprozess bedarf nach wie vor neuer Strategien, um auf die Folgen der Digitalisierung angemessen reagieren zu können. Vor allem im Bereich der Distributionskonzepte ist eine positive Entwicklung zu vermerken. Mit weitaus attraktiveren und unkomplizierteren VoD-Angeboten und Applikationen wurden die Bedürfnisse des Endkonsumenten berücksichtigt und zunehmend befriedigt. Zudem wirkt sich diese Entwicklung positiv auf die Filmpiraterie aus. Der wachsende Konflikt zwischen dem Verstoß gegen das Gesetz und der mittlerweile geringen Kostenaufwendung für einen legal gestreamten Film wird der Filmindustrie von Vorteil sein.

Die „Spiderman-App“ zeigt, dass solch eine Marketingmaßnahme zwar die Aufmerksamkeit des Konsumenten erwecken kann, allerdings nicht zwangsläufig zur Befriedigung seiner Erwartungen führen muss. Erkenntnisse aus den Marktentwicklungen und den oft verärgerten Reaktionen der Filmkonsumenten haben die Filmindustrie in die richtige Richtung gelenkt. Sie ist in der Pflicht, sich auch in Zukunft intensiv mit der Thematik der Digitalisierung der Distributionswege auseinander zu setzen. Die Klagen über den geschätzten ökonomischen Schaden von

680 Millionen Euro der Film- und Musikindustrie¹⁰², pro Jahr in Deutschland, sollten verringert, und stattdessen weiter an innovativen und alternativen Marketing- und Vertriebskonzepten gearbeitet werden. Die Nutzung sozialer Netzwerke, VoD-Angebote sowie die neue Verbindung zum Endkonsumenten durch seinen ständigen Begleiter, dem Smartphone/Tablet, bietet der Filmindustrie die Möglichkeit, eine weitaus größere Masse als je zuvor zu erreichen.

Die immer realistischere Darstellung virtueller Welten im Zuge der Digitalisierung kann sich schon bald mit der realen Darstellung des Films messen. Den Einfluss, den die Film- und Computerwelt auf das reale Leben nehmen kann, zeigt der kaltblütige Amoklauf in Aurora Ende Juli 2012. Ein schwer bewaffneter 24-Jähriger betritt die Kinopremiere des aktuellen „Batman“¹⁰³-Films „The Dark Knight Rises“¹⁰⁴ und eröffnet das Feuer. Die traurige Bilanz von zwölf Toten und fast 60 Verletzten schockiert die Welt.¹⁰⁵ Mutmaßungen zufolge könnte sich der Amokläufer für den „Joker“¹⁰⁶ gehalten haben. Er hatte sich die Haare gefärbt und soll gegenüber der Polizei geäußert haben, dass er der Batman-Bösewicht sei.¹⁰⁷ Selbstverständlich bedeutet dies nicht, dass intensives und markdurchdringendes Marketing sowie die Verwertung in allen erdenklichen Bereichen derartige Folgen nach sich zieht, dennoch ist zu bedenken, was die fiktive Welt, in Kombination mit vielen weiteren Faktoren, auszulösen vermag.

Diese Debatte darf jedoch nicht die Freiheit der künstlerischen Entscheidungen in solch einem hochkreativen Metier, wie der Filmindustrie limitieren. Eine optimale Nutzung all dieser Kanäle durch entsprechende Werbemaßnahmen kann sich zum Dolch im Herzen der Filmpiraterie entwickeln.

¹⁰² <http://www.onlinewelten.com/games/raubkopien/news/studie-beziffert-oekonomischen-schaden-raubkopien-680-millionen-euro-im-jahr-114297/> am 26.07.2012

¹⁰³ Batman (englisch für Fledermausmann) ist ein Comic-Held, der von Bob Kane geschaffen und von Bill Finger vor dem Erscheinen weiterentwickelt wurde.

¹⁰⁴ <http://www.thedarkknightises.com/#> am 29.07.2012

¹⁰⁵ http://www.focus.de/panorama/welt/tid-26616/kino-amoklauf-in-aurora-polizeifunk-wenn-sie-tot-sind-dann-lass-sie-liegen_aid_785642.html am 25.07.2012

¹⁰⁶ Erzfeind der Comicfigur Batman

¹⁰⁷ http://www.focus.de/panorama/welt/amoklauf-in-den-usa-nachbarn-beschreiben-attentaeter-als-netten-einzelqaenger_aid_785244.html am 25.07. 2012

Literaturverzeichnis

Primärliteratur

ARNOLD Heinz Ludwig. DETERING Heinrich: Grundzüge der Literaturwissenschaft. München, 1997.

CASTELLS Manuel: Das Informationszeitalter. Tino Kreßner. Mittweida, 2008

DEGHAN Mike/HOFFMANN Stefan: Das Studiosystem Hollywoods. Potsdam-Babelsberg, 2004.

FAULSTICH Werner: Filmgeschichte. Paderborn, 2005.

Film-Kurier: Nr. 172. 23.07.1930.

HOCHHAUS Marcus: Das europäische Studiosystem. Traum und Wirklichkeit. Konstanz, 2009.

HÜRFELD, Werner: Die optimale Unternehmensgröße in der Filmproduktion. Düsseldorf, 1958.

JÜTTNER Robert: Die Zukunft der Filmindustrie im Zeitalter der Digitalisierung. Karlsruhe, 2005.

KRONE Jan: Medienwandel kompakt 2008 – 2010. Berlin, 2011.

TODTENHAUPT Anja Claudia: Cyber TV – Die Digitalisierung der Film- und Fernsehproduktion, Münster, 2000.

Sekundärliteratur

BEHRMANN Malte: Filmförderung im Zentral- und Bundesstaat. Berlin, 2009.

DISTELMEYER Jan: Das flexible Kino. Ästhetik und Dispositiv der DVD & Blu-ray. Berlin, 2012.

DÖRDERECHTER Nikolai Michael: Piraterie in der Filmindustrie. Marburg/Lahn, 2006.

ELSAESSER Thomas: Filmgeschichte und frühes Kino. München, 2003.

ELSAESSER Thomas: Hollywood heute. Geschichte, Gender und Nation im postklassischen Kino. Berlin, 2009.

ENGELL Lorenz: Bewegten beschreiben. Weimar, 1995.

FORSTER Ralf: Ufa und Nordmark. Zwei Firmengeschichten und der deutsche Werbefilm 1919-1945. Trier, 2006.

GRASSMANN Werner: Hinter der Leinwand. Film- und Kinogeschichten. Hamburg, 2010.

MANN Florian: Filmdistribution über internetbasierte Abrufdienste. Gestaltungsoptionen und intermediale Wechselwirkung. München, 2011.

MEURER Ulrich: Übersetzung und Film. Das Kino als Translationsmedium. Bielefeld, 2012.

NEUMANN Hans-Joachim: Der deutsche Film heute. Die Macher, das Geld, die Erfolge, das Publikum. Frankfurt/M, 1986.

SEGEBERG Harro: Mediale Mobilmachung III. Das Kino der Bundesrepublik Deutschland als Kulturindustrie (1950-1962). München, 2009.

VOLK Stefan: Skandalfilme. Cineastische Aufreger gestern und heute. Marburg, 2011.

WEDDING Danny/BOYD Mary Ann/NIEMIEC Ryan M.: Psyche im Kino. Wie Filme uns helfen, psychische Störungen zu verstehen. Bern, 2011.

Internetquellen

- <http://www.moviescopemag.com/features/scorsese-film-to-shoot-in-digital/> am 09.07.2012
- <http://www.moviescopemag.com/features/scorsese-film-to-shoot-in-digital/> am 09.07.2012
- <http://www.imdb.com/title/tt0100477/trivia> am 10.05.2012
- <http://www.imdb.com/title/tt0319262/> am 25.07.2012
- http://www.ma-hsh.de/cms/front_content.php?idart=51 am 12.06.2012
- <http://www.imdb.com/title/tt0018037/> am 18.07.2012
- <http://www.filmportal.de/thema/die-entstehung-des-deutschen-tonfilms> am 02.07.2012
- [http://www.film-tv-video.de/225.html?&tx_ttnews\[tt_news\]=42573&L=0&no_cache=1](http://www.film-tv-video.de/225.html?&tx_ttnews[tt_news]=42573&L=0&no_cache=1) am 02.06.2012
- [http://www.film-tv-video.de/newsdetail.html?&tx_ttnews\[tt_news\]=38619&no_cache=1](http://www.film-tv-video.de/newsdetail.html?&tx_ttnews[tt_news]=38619&no_cache=1) am 26.07.2012
- http://www.mediasalles.it/journal/ecj_2012.pdf am 18.06.2012
- <http://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/kino-in-deutschland-das-filmgeschaefft-in-zahlen/3814080.html> am 14.06.2012
- <http://www.n-tv.de/ticker/Computer/Kodak-verliert-Patentklage-gegen-Apple-und-RIM-article6788736.html> am 26.07.2012
- <http://www.film-tv-video.de/newsdetail+M5125d966e04.html> am 10.05.2012
- <http://www.sony.de/biz/product/nxcamcorders/nex-fs700e/overview> am 12.07.2012
- <http://newsroom.jvc.com/2012/01/jvc-unveils-worlds-first-handheld-4k-camcorder/> am 10.07.2012
- <http://apertus.org/en/node/152> am 13.07.2012
- <http://www.slashcam.de/news/single/Canon-EOS-1-D-C-Video-DSLR-mit-4K-Aufnahme-9798.html> am 13.07.2012
- <http://www.zacuto.com/shootout-revenge-2012/revenge-great-camera-shootout-part-one> am 01.07.2012
- <http://de.statista.com/> am 20.07.2012
- <http://www.maxdome.de/> am 21.07.2012
- <http://www.dcmovies.com/> am 10.07.2012
- http://www.focus.de/digital/multimedia/blu-ray-und-hd-dvd_aid_124660.html am 28.06.2012
- <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/peter-sunde-und-kim-dotcom-die-zwei-gesichter-der-copyright-kriege-a-844138.html> am 13.07.2012
- <http://www.webpronews.com/wikipedia-sopa-funding-2012-01> am 10.07.2012

http://www.readwriteweb.com/archives/report_digital_music_sales_will_surpass_cds_in_201.php am 13.03.2012

<http://en.wikipedia.org/wiki/LoveFilm> am 13.03.2012

http://www.focus.de/kultur/kino_tv/oeffentlich-rechtliches-videoportal-germanys-gold-startet-ende-2012_aid_743002.html am 16.06.2012

<http://www.hardwareluxx.de/community/f278/olg-duesseldorf-keine-online-videothek-fuer-rtl-und-prosiebensat-1-a-887028.html> am 14.06.2012

<http://www.theamazingspiderman.com/site/> am 22.07.2012

<http://www.theamazingspiderman.com/site/> am 22.07.2012

http://www.focus.de/panorama/welt/tid-26616/kino-amoklauf-in-aurora-polizeifunk-wenn-sie-tot-sind-dann-lass-sie-liegen_aid_785642.html am 25.07.2012

http://www.focus.de/panorama/welt/amoklauf-in-den-usa-nachbarn-beschreiben-attentaeter-als-netten-einzelgaenger_aid_785244.html am 25.07. 2012

http://www.focus.de/kultur/kino_tv/filmstarts/tid-26636/filmkritik-the-dark-knight-rises-dem-amoklauf-von-aurora-zum-trotz_aid_786081.html am 25.07.2012

http://de.wikipedia.org/wiki/Verband_der_Unterhaltungssoftware_Deutschland am 23.07.2012

<http://www.onlinewelten.com/games/raubkopien/news/studie-beziffert-oekonomischen-schaden-raubkopien-680-millionen-euro-im-jahr-114297/> am 26.07.2012

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname

