

Inhaltsverzeichnis

Aufgabenverzeichnis

DIE ÖKONOMIE DER UNTERHALTUNGSINDUSTRIE AM BEISPIEL DER FILMWIRTSCHAFT

Freie wissenschaftliche Arbeit
zur Erlangung des Grades eines/r
Diplom-Kulturwissenschaftler/in (Medien)
an der Fakultät Medien
der Bauhaus-Universität Weimar

Eingereicht von:

Anja Wussow

Fischteich 10

35043 Marburg

Betreuer:

Prof. Matthias Maier

Matr.-Nr.: 961016

Reg.-Nr.: MK/17/00

Weimar, den 01. März 2001

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	II
Tabellenverzeichnis	II
Abkürzungsverzeichnis.....	II
1. Einleitung.....	1
1.1. Themenstellung und Zielsetzung der Arbeit.....	1
1.2. Gang der Untersuchung.....	3
1.3. Relevante Konzepte der Neuen Institutionenökonomik	4
2. Der Spielfilmmarkt	7
2.1. Der Unterhaltungsmarkt.....	10
2.1.1. <i>Spielfilmangebot und Nachfrage</i>	12
2.1.2. <i>Die Filmindustrie</i>	13
2.2. Die Wertschöpfungskette der Filmindustrie	17
2.2.1. <i>Beschreibung der relevanten Märkte</i>	18
2.2.2. <i>Eigenschaften des Wirtschaftsgutes Spielfilm</i>	22
2.2.3. <i>Produktion</i>	24
2.2.4. <i>Distribution und Abspiel</i>	28
3. Die Handlungsrationaltät der Marktakteure	34
3.1. Rationalität des Zuschauers	36
3.2. Rationalität des Produzenten.....	43
3.3. Rationalität der Distribution und des Abspiels	45
4. Das Institutionengefüge der Marktakteure.....	51
4.1. Genres	53
4.2. Werbung.....	56
4.3. Das Filmtheater.....	59
4.4. Verleihpraktiken.....	62
4.5. Stars.....	64
5. Resümee und Ausblick	68
Bibliographie.....	III

Bibliographie

Quellenverzeichnis

- Abbott, Lawrence (1958): Qualität und Wettbewerb. Ein Beitrag zur Wirtschaftstheorie, München (Beck)
- Albarran, Alan B. (1996): Media economics: understanding markets, industries and concepts, Ames, Iowa (Iowa State University Press)
- Altman, Rick (1999): Film/Genre, London (British Film Institute)
- Altmeyden, Klaus- D. (1996): Medien und Ökonomie – Medienökonomie. Zur medienökonomischen Forschung und zu diesem Band, in: Altmeyden, Klaus- D. [Hrsg.]: Ökonomie der Medien und des Mediensystems. Grundlagen, Ergebnisse und Perspektiven medienökonomischer Forschung, Opladen (Westdeutscher Verlag), 1996
- Arns, Alfons (2000): „...kein Rokokoschloß für Buster Keaton“. Zur Geschichte der Großkinos, in: Schenk, Irmbert [Hrsg.]: Erlebnisort Kino, Marburg (Schüren), 2000, S. 15-33
- Arthur Andersen Unternehmensberatung [Hrsg.] (2000): M&A - Trends in der europäischen Unterhaltungsindustrie, Deal Survey; zu beziehen unter claudio.wieland@de.arthurandersen.com
- Auer, Manfred (2000): Top oder Flop? Marketing für Film- und Fernseh-Produktionen, Gerlingen (Bleicher)
- Bächlin, Peter (1975): Der Film als Ware, Frankfurt/M (Fischer Athenäum)
- Balio, Tino (1998): A major presence in all of the world's important markets. The globalization of Hollywood in the 1990s, in: Neale, Steve/ Smith, Murray [Hrsg.]: Contemporary Hollywood Cinema, London/ New York (Routledge), 1998, S. 58-71
- Bartels, Christian (2000): „Große Stars! Hohe Spannung! Echtes Geld!“, in: Brand eins 9/2000, unter: http://www.brandeins.de/12/magazin/was_wirtschaft_treibt/4_1_frame_rechts.html [Stand: 30.11.2000]

- Baudry, Jean-Louis (1975): Das Dispositiv: Metapsychologische Betrachtungen des Realitätseindrucks, in: Pias, Claus/ Vogl, Joseph/ Engell, Lorenz et al. [Hrsg.]: Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard, Stuttgart (DVA), 1999, S. 381-404
- Bitz, Michael/ Dellmann, Klaus/ Domsch, Michel et al. [Hrsg.] (1993): Vahlens Kompendium der Betriebswirtschaftslehre, Band 2, München (Franz Vahlen)
- Bitz, Michael/ Dellmann, Klaus/ Domsch, Michel et al. [Hrsg.] (1998): Vahlens Kompendium der Betriebswirtschaftslehre, Band 1, München (Franz Vahlen)
- Blothner, Dirk (1999): Erlebniswelt Kino. Über die unbewußte Wirkung des Films, Bergisch Gladbach (Bastei) *Das scheint eine Illusion wohl gewesen zu sein*
- Brinkemper, Peter v. (2000): Time Warner AOL, Walt Disney Company und Sony Center Berlin Globalisierungsstrategien multinationaler Medienkonzerne, in: Telepolis, unter: <http://www.heise.de/tp/deutsch/html/result.xhtml?url=/tp/deutsch/inhalt/co/8553/1.html&words=Brinkemper> [Stand: 30.11.2000]
- Clevé, Bastian (1996): Film-, Fernseh- und Multimedia- Finanzierungen: ein Leitbuch, Gerlingen (Bleicher)
- Dale, Martin (1997): The movie game: The film business in Britain, Europe and America, London (Cassell)
- Directorate of Culture and Audiovisual Policy [Hrsg.] (1997): The european film industry under analysis. Second information report 1997, unter: http://www.europa.eu.int/comm/dg10/avpolicy/key_doc/cine97_e.htm [Stand: 28.11.2000]
- Eggers, Dirk (1995): Filmfinanzierung: Grundlagen- Beispiele, Hamburg (S+W)
- Elsaesser, Thomas (2000): Wie der frühe Film zum Erzählkino wurde. Vom kollektiven Publikum zum individuellen Zuschauer, in: Schenk, Irmbert [Hrsg.]: Erlebnisort Kino, Marburg (Schüren), 2000, S. 34-54
- Engell, Lorenz (1992): Sinn und Industrie: Einführung in die Filmgeschichte, Frankfurt/Main/ New York (Campus)

- Erlei, Matthias [Hrsg.] (1999): Neue Institutionenökonomik, Stuttgart (Schäffer-Poeschel)
- European Audiovisual Observatory (2000a): Statistisches Jahrbuch Film, Fernsehen, Video und Neue Medien in Europa, 6. Ausgabe, Straßburg (EAO)
- European Audiovisual Observatory (2000b): Europäische Filme in den europäischen Fernsehdiensten, Straßburg (EAO)
- Faulstich, Werner/ Korte, Helmut/Lowry, Stephen et al. (1997): „Kontinuität“ – zur Imagefundierung des Film- und Fernsehstars, in: Faulstich, Werner/ Korte, Helmut [Hrsg.]: Der Star: Geschichte, Rezeption, Bedeutung, München (Fink), 1997, S. 11-28
- Feuer, Jane (1992): Genre study and television, in: Allen, Robert C. [Hrsg.]: Channels of discourse, reassembled. Television and contemporary criticism, London (Routledge), 1992, S. 138-160
- Finney, Angus (1996): The state of european cinema. A new dose of reality. London (Cassell)
- Fluck, Winfried (1998): „Amerikanisierung“ der Kultur. Zur Geschichte der amerikanischen Populärkultur, in: Wenzel, Harald: Die Amerikanisierung des Medienalltags, Frankfurt/Main/ New York (Campus), 1998, S. 13-52
- Frank, Björn (1993): Zur Ökonomie der Filmindustrie, Hamburg (Steuer- und Wirtschaftsverlag)
- Gabler, Neal (1999): Das Leben, ein Film. Die Eroberung der Wirklichkeit durch das Entertainment, Berlin (Berlin Verlag)
- Gaitanides, Michael (1999): Erfolgsfaktoren der Spielfilmproduktion, Hamburg (Universität der Bundeswehr Hamburg)
- Gomery, Douglas (1990): Building a movie theater giant: the rise of Cineplex Odeon, in: Balio, Tino [Hrsg.]: Hollywood in the age of television, Cambridge (Unwin Hymen Ltd.), 1990, S. 377-391
- Gomery, Douglas (1998): Hollywood corporate business practice and periodizing contemporary film history, in: Neale, Steve/ Smith, Murray

- [Hrsg.]: Contemporary Hollywood Cinema, London/ New York (Routledge), 1998, S. 48-57
- Hartlieb, Horst von (1987): Das neue Filmförderungsrecht. Filmförderungsgesetz, Fernsehabkommen, Richtlinien, Förderungsprogramme. Textausgabe mit Erläuterungen, München (Beck)
- Heiner, Ronald A. (1983): The origin of predictable behavior, in: American Economic Review, 73 (4), September 1983, S. 560-595
- Heinrich, Jürgen (1999): Medienökonomie. Band 2: Hörfunk und Fernsehen, Opladen/ Wiesbaden (Westdeutscher Verlag)
- Hickethier, Knut (1996): Film- und Fernsehanalyse, Stuttgart/ Weimar (J.B. Metzler)
- Hickethier, Knut (2000): Kino in der Erlebnisgesellschaft. Zwischen Videomarkt, Multiplex und Imax, in: Schenk, Irmbert [Hrsg.]: Erlebnisort Kino, Marburg (Schüren), 2000, S. 150-165
- Homann, Karl/ Suchanek, Andreas (2000): Ökonomik: Eine Einführung, Tübingen (Mohr Siebeck)
- Hoskins, Colin/ McFadyen, Stuart/ Finn, Adam (1997): Global television and film: an introduction to the economics of the business, Oxford/ New York (Oxford University Press)
- Jayakar, Krishna/ Waterman, David (2000): The economics of american theatrical movie exports: An empirical analysis, in: The Journal of Media Economics, 2000, 13. Jg., Nr. 3, S. 153-169
- Kallas, Christina (1992): Europäische Film- und Fernsehkoproduktionen: wirtschaftliche, rechtliche und politische Aspekte, Baden- Baden (Nomos Verlagsgesellschaft)
- Kawin, Bruce F. (1992): How movies work, Berkeley/ Los Angeles, (University of California Press)
- Klenke, Klaus (2000): Der Unterhaltungssektor. Wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung, in: Roters, Gunnar/ Klingler, Walter/ Gerhards, Maria [Hrsg.]: Unterhaltung und Unterhaltungsrezeption, Baden-Baden (Nomos Verlagsgesellschaft), 2000, S. 35-42

- Kracauer, Siegfried (1984): Von Caligari zu Hitler. Eine psychologische Geschichte des deutschen Films, Frankfurt/M. (Suhrkamp)
- Krempl, Stefan (2000): Erster Europäischer Internet-Filmpreis in Berlin verliehen, in: Telepolis, unter: <http://www.heise.de/tp/deutsch/html/result.xhtml?url=/tp/deutsch/inhalt/kino/8117/1.html&words=Krempl> [Stand: 29.11.2000]
- Latteyer, Wolfgang (1995): Strategien deutscher Filmproduzenten auf internationalen Märkten: das Beispiel der CineVox Entertainment Group, Coppingrave (Coppi)
- Litke, Hans-D. (1995): Projektmanagement: Methoden, Techniken, Verhaltensweisen, München/ Wien (Hanser)
- Litman, Berry R. (2000): The structure of the film industry: windows of exhibition, in: Greco, Albert N. [Hrsg.]: The media and entertainment industries, Boston (Allyn&Bacon), 2000, S. 99-121
- Litwak, Mark (1994): Dealmaking in the film and television industry. From negotiations to final contracts, Beverly Hills (Silman-James)
- Lowry, Stephen/ Korte, Helmut (2000): Der Filmstar: Brigitte Bardot, James Dean, Götz George, Heinz Rühmann, Romy Schneider, Hanna Schygulla und neuere Stars, Stuttgart/Weimar (Metzler)
- Maier, Matthias (1997): Institutionen der außeruniversitären Grundlagenforschung: eine Analyse der Kaiser-Wilhelm-Gesellschaft und der Max-Planck-Gesellschaft, Wiesbaden (Deutscher Universitäts Verlag)
- McLuhan, Marshall (1995): Die magischen Kanäle. Understanding Media, Dresden/ Basel (Verlag der Kunst)
- Meffert, Heribert (1998): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte- Instrumente- Praxisbeispiele, Wiesbaden (Gabler)
- Monaco, James (1995): Film verstehen. Kunst, Technik, Sprache, Geschichte und Theorie des Films und der Medien. Mit einer Einführung in Multimedia, Reinbeck (Rowohlt)

- Neale, Steve (1990): Questions of genre, in: Boyd-Barrett, Oliver/ Newbold, Chris [Hrsg.]: Approaches to Media. A Reader, London/ New York (Arnold), 1995, S. 460-472
- Neckermann, Gerhard (2000): Kinobranche im Umbruch, in: Media Perspektiven, Nr. 9, 2000, S. 406-413
- Noam, Eli (1993): Media americanization, national culture, and forces of integration, in: Noam, Eli/ Millonzi, Joel [Hrsg.]: The international market for film and television programs, Norwood, N.J. (Ablex Publishing), 1993, S. 41-58
- North, Douglass C. (1991): Institutions, in: Journal of Economic Perspectives, Bd. 5, Nr. 1, 1991, S. 97-112
- North, Douglass C. (1992): Institutionen, institutioneller Wandel und Wirtschaftsleistung, Tübingen (Mohr)
- o.V. (1963): Artikel 2 der Richtlinie des Rats der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft, 15. Oktober 1963, veröffentlicht im Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaft: 6. Jahrgang, Nr. 159, vom 2.11.1963
- Prag, Jay/ Casavant, James (1994): An empirical study of the determinants of revenues and marketing expenditures in the motion picture industry, in: Journal of Cultural Economics, 1994, Bd. 18, S. 217-235
- Prommer, Elizabeth (1999): Kinobesuch im Lebenslauf. Eine historische und medien-biographische Studie, Konstanz (UVK)
- Puttnam, David/ Watson, Neil (1997): The undeclared war: the struggle for control of the world's film industry, London (Harper Collins)
- Reitz, Edgar (1997): Das Kino der Zukunft, in: Telepolis, unter: <http://www.heise.de/tp/deutsch/html/result.xhtml?url=/tp/deutsch/special/film/6103/1.html&words=Kino%20Zukunft> [Stand: 30.11.2000]
- Richter, Rudolf (1996): Die neue Institutionenökonomik des Marktes, Jena (Fachbuchservice)
- Richter, Rudolf/ Furubotn, Eirik (1996): Neue Institutionenökonomik: Eine Einführung und kritische Würdigung, Tübingen (Mohr)

- Schaefer, Klaus (1999): Film im Börsenfieber - Börse im Filmfieber. Neue Kapitalisierungschancen im Film-(Produktions-) Markt, unter: <http://www.medientage-muenchen.de> [Stand: 30.11.2000]
- Schmidt, Kurt (1988): Mehr zu Meritorik. Kritisches und Alternatives zu der Lehre von den öffentlichen Gütern, in: ZWS, 108 (1988), S. 383-403
- Schneider, Irmela (1990): Film, Fernsehen & Co. Zur Entwicklung des Spielfilms in Kino und Fernsehen. Ein Überblick über Konzepte und Tendenzen, Heidelberg (Carl Winter Universitätsverlag)
- Schneider, Norbert (2000): Los mit Lustig. Eine thematische Einführung, in: Roters, Gunnar/ Klingler, Walter/ Gerhards, Maria [Hrsg.]: Unterhaltung und Unterhaltungsrezeption, Baden-Baden (Nomos Verlagsgesellschaft), 2000, S. 19-31
- Schulze, Gerhard (1997): Erlebnisgesellschaft,. Kultursoziologie der Gegenwart, Frankfurt/Main/ New York (Campus)
- Schulze, Gerhard (1999): Kulissen des Glücks. Streifzüge durch die Eventkultur, Frankfurt/Main/ New York (Campus)
- Schumann, Matthias/ Hess, Thomas (2000): Grundfragen der Medienwirtschaft, Berlin (Springer)
- Schweitzer, Dirk (1996): Film als Marktleistung. Absatzpolitik filmwirtschaftlicher Produktionsunternehmen, Wiesbaden (Deutscher Universitäts Verlag)
- Schwenger, Birgit (1997): Strategien des Ereigniskinos. "Star Wars" als neues Erfolgskonzept Hollywoods, Bochum (Paragon-Verlag)
- Smith, Murray (1998): Theses on the philosophy of Hollywood history, in: Neale, Steve/ Smith, Murray [Hrsg.]: Contemporary Hollywood Cinema, London/ New York (Routledge), 1998, S. 3-20
- Spremann, Klaus (1988): Reputation, Garantie, Information, in: ZfB, 58. Jg., Heft 5/6, 1988, S. 613-629
- Spremann, Klaus (1990): Asymmetrische Information, in: ZfbF, 60. Jg., Heft 5/6, 1990, S. 561-586

- Staiger, Janet (1997): Das Starsystem und der klassische Hollywoodfilm, in: Faulstich, Werner/ Korte, Helmut [Hrsg.]: Der Star: Geschichte, Rezeption, Bedeutung, München (Fink), 1997, S. 48-59
- Stumm, Mascha-Maria (1996): Unterhaltungstheoreme bei Platon und Aristoteles: eine Rückkehr zu den Ursprüngen der Diskussion und Funktionen und Wirkungen von Unterhaltung und der Versuch einer Auswertung fachfremder Literatur als Beitrag zur Klärung des kommunikationswissenschaftlichen Unterhaltungsbegriffes, Berlin (Vistas)
- Thiermeyer, Michael (1994): Internationalisierung von Film und Filmwirtschaft, Köln/ Weimar/ Wien (Böhlau)
- Tracey, Michael (1993): A taste of money: popular culture and the economics of global television, in: Noam, Eli/ Millonzi, Joel [Hrsg.]: The international market for film and television programs, Norwood, N.J. (Ablex Publishing), 1993, S. 163-198
- Valenti, Jack (1993): Expanding competition in the international market. An industry perspective, in: Noam, Eli/ Millonzi, Joel [Hrsg.]: The international market for film and television programs, Norwood, N.J. (Ablex Publishing), 1993, S. 147-150
- Vany, Arthur de/ Walls, David (1999): Uncertainty in the movie industry: does star power reduce the terror of the box office?, in: Journal of Cultural Economics, 1999, Bd. 23, Heft 4, S. 285-318
- Varis, Tapio (1993): Trends in the global traffic of television programs, in: Noam, Eli/ Millonzi, Joel [Hrsg.]: The international market for film and television programs, Norwood, N.J. (Ablex Publishing), 1993, S. 1-12
- Vogel, Harold L. (1998): Entertainment industry economics : A guide for financial analysis, Cambridge (Cambridge University Press)
- Wallace, Timothy W./ Seigerman, Alan/ Holbrook, Morris (1993): The role of actors and actresses in the success of films: How much is a movie star worth? In: Journal of Cultural Economics, 1993, Bd. 17, Heft 1, S. 1-24
- Weingarten, Susanne (2000): Mehr als ein paar schöne Stunden. Die Vernetzung der Kinoerfahrung im medialen Raum, in: Schenk, Irmbert [Hrsg.]: Erlebnisort Kino, Marburg (Schüren), 2000, S. 143-149

- Winterhoff-Spurk, Peter (2000): Der Ekel vor dem Leichten. Unterhaltungsrezeption aus medienpsychologischer Perspektive, in: Roters, Gunnar/ Klingler, Walter/ Gerhards, Maria [Hrsg.]: Unterhaltung und Unterhaltungsrezeption, Baden-Baden (Nomos Verlagsgesellschaft), 2000, S. 77-96
- Wolf, Michael J. (1999): Entertainment economy : how mega-media forces are transforming our lives, New York (Times Books)
- Wyatt, Justin (1994): High Concept : Movies and Marketing in Hollywood, Austin (University of Texas Press)
- Zerdick, Axel/ Picot, Arnold/ Schrape, Klaus et al. [Hrsg.] (1999): Die Internetökonomie. Strategien für die digitale Wirtschaft, Heidelberg/ Berlin (Springer)

Linkliste

<http://www.aintitcool.com> [Stand: 10.02.2001]

<http://www.hsx.com> [Stand: 28.11.2000]

<http://www.virtual.producer.com> [Stand: 28.11.2000]

Weiterführende Literatur

- Alexander, Alison/ Owers, James/ Caveth, Rod [Hrsg.] (1998): Media economics: theory and practice, Mahwah, NJ (Erlbaum)
- Baacke, Dieter/ Schäfer, Horst/ Villbrecht, Ralf (1994): Treffpunkt Kino. Daten und Materialien zum Verhältnis von Jugend und Kino, Weinheim/ München (Juventa)
- Balio, Tino (1990): Hollywood in the age of television, Cambridge (Unwin Hymen Ld.)
- Barthes, Roland (1964): Mythen des Alltags, Frankfurt/Main (Suhrkamp)
- Bolz, Norbert (1999): Die Wirtschaft des Unsichtbaren, München (Econ)

- Bosshart, Louis/ Hoffmann-Riem, Wolfgang [Hrsg.] (1994): Medienlust und Mediennutzung. Unterhaltung als öffentliche Kommunikation, München (Öhlschläger)
- Claire, Rodger W./ Boswell, John D./ Dufine, Julie/ Goldsen, Helene (1999): Entertainment 101: An industry primer, London (Pomegranate Press Ltd.)
- Clevé, Bastian [Hrsg.] (1998): Investoren im Visier. Film- und Fernsehproduktionen mit Kapital aus der Privatwirtschaft, Gerlingen (Bleicher)
- Dyer, Richard (1992): Only entertainment, London/ New York (Routledge)
- Franck, Georg (1998): Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf, München/ Wien (Carl Hanser)
- Furubotn, Eirik G./ Richter, Rudolf [Hrsg.] (1991): The New Institutional Economics. A collection of articles from the Journal of Institutional and Theoretical Economics, Tübingen (Mohr)
- Hodgson, Geoffrey, M. [Hrsg.] (1993): The economics of institutions, Aldershot (Elgar)
- Kerr, Paul [Hrsg.] (1986): The Hollywood film industry: a reader, London (Routledge & Kegan Paul)
- Kindem, Gorham. [Hrsg.] (1982): The american movie industry: The business of motion pictures, Carbondale (Southern Illinois University Press)
- Kleine, Thilo, (1999): Starke Produzenten braucht das Land! Perspektiven der Film- und Programmindustrie - Strategien für eine europäische Produktionswirtschaft, unter: <http://www.medientage-muenchen.de> [Stand: 29.11.2000]
- Picard, Robert G. (1989): Media economics: concepts and issues, Newbury Park, California (Sage)
- Priddat, Birger P. (1992): Zur Ökonomie der Gemeinschaftsbedürfnisse: Neuere Versuche einer ethischen Begründung der Theorie meritotischer Güter, in: ZWS 112 (1992), S. 239-259
- Roth, Markus (1999): Filmstatistisches Taschenbuch 1999, Wiesbaden (Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e.V. – Statistische Abteilung)

- Rötzer, Florian (1999): Steven Spielberg gründet Website für Internetvideos, in: Telepolis, unter: <http://www.heise.de/tp/deutsch/html/result.xhtml?url=/tp/deutsch/inhalt/on/5429/1.html&words=Spielberg> [Stand: 29.11.2000]
- Schröder, Guido (1997): Die Ökonomie des Fernsehens. Eine mikroökonomische Analyse, Münster (LIT)
- Squire, Jason E. [Hrsg.] (1992): The movie business book, New York (Simon&Schuster)