

Evaluation zum German Films Distribution Support Förderprogramm

Auf Basis der Förderdaten 2005 bis September 2011

September 2011

- 1. Einführung**
2. Budgetentwicklung
3. Zieldefinition
4. Evaluation
 - 4.1 Quantitativ
 - 4.2 Qualitativ
5. Fazit

1. EINFÜHRUNG



German Films unterstützt seit dem Jahr 2005 mit dem Programm „Distribution Support“ ausländische Verleiher beim Kinostart deutscher Dokumentar- und Spielfilme zur Verbesserung der Marktchancen des deutschen Films im Ausland. Gefördert werden zusätzliche Marketingmaßnahmen bei der Herausbringung des Films in Form von Zuschüssen bis zu € 10.000 und bedingt rückzahlbaren Darlehen, abhängig von Erfolg oder Misserfolg des Films an der Kinokasse, bis € 50.000.

Das Grundbudget für die Maßnahme Distribution Support liegt im Jahr 2011 bei € 465.000, wobei Rückflüsse aus Darlehen, die im selben Jahr ausgelobt und auch zurückgezahlt werden, wieder in das Budget zurückfließen und dieses dementsprechend aufstocken.

Der Distribution Support fördert zusätzliche Marketingmaßnahmen in allen Bereichen der „Print- and Advertising-Kosten“ wie beispielsweise zusätzliche Filmkopien, Printmaterialien, Untertitelungskosten, oder auch eine Promotion Tour des Regisseurs/Filmstabs.

1. Einführung
- 2. Budgetentwicklung**
3. Zieldefinition
4. Evaluation
 - 4.1 Quantitativ
 - 4.2 Qualitativ
5. Fazit

2. BUDGETENTWICKLUNG



| | Etats | | Rückzahlungen* |
|------|-----------|---|----------------|
| 2005 | 400.000 € | | 41.500 € |
| 2006 | 600.000 € | | 112.250 € |
| 2007 | 575.000 € | | 53.600 € |
| 2008 | 570.000 € | | 0,00 € |
| 2009 | 465.000 € | Nach drastischen Kürzungen des Gesamthaushalts von German Films – geplant waren € 670.000. | 35.600 €** |
| 2010 | 510.000 € | Ursprünglich waren € 465.000,- veranschlagt; das Budget wurde im November um weitere € 30.000,- und im Dezember 2010 um weitere € 15.000,- aufgestockt. | 10.000 € |
| 2011 | 465.000 € | Aufstockungen im August um € 45.000,-. | 0,00 € |

* Inklusive Kürzungen

** Ab hier nur noch Berücksichtigung der im selben Jahr zurück gezahlten Beträge

DISTRIBUTION SUPPORT



1. Einführung
2. Budgetentwicklung
- 3. Zieldefinition**
4. Evaluation
 - 4.1 Quantitativ
 - 4.2 Qualitativ
5. Fazit

3. ZIELDEFINITION

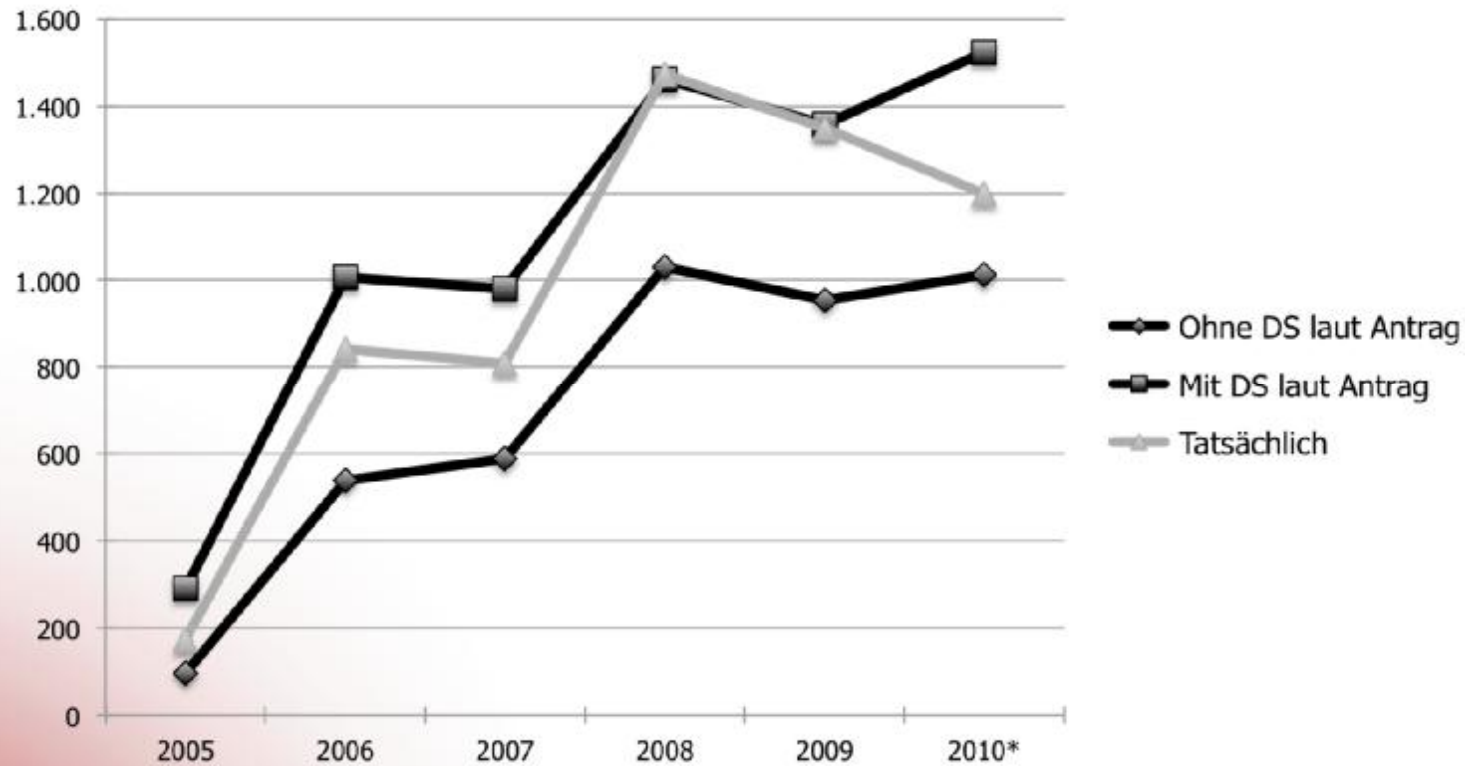


- Erhöhung der Visibilität des deutschen Films im Ausland durch Unterstützung von zusätzlichen Marketingkampagnen als eine gleichermaßen wirtschaftliche wie kulturelle Förderung
- Repräsentation des deutschen Films im Ausland
- Unabhängige Verleiher sollen ermutigt werden, vermehrt in Marketing und Promotion deutscher Kinofilme zu investieren
- Förderung und Stärkung des Verleihs/Vertriebs deutscher Kinofilme außerhalb ihres Ursprungslandes
- Stärkung von strategischen Allianzen mit Weltvertrieben und Verleihern

1. Einführung
2. Budgetentwicklung
3. Zieldefinition
- 4. Evaluation**
 - 4.1 Quantitativ**
 - 4.2 Qualitativ
5. Fazit

4.1 QUANTITATIVE AUSWERTUNG

Steigerung der Kopienanzahl durch eine Distribution Support Förderung



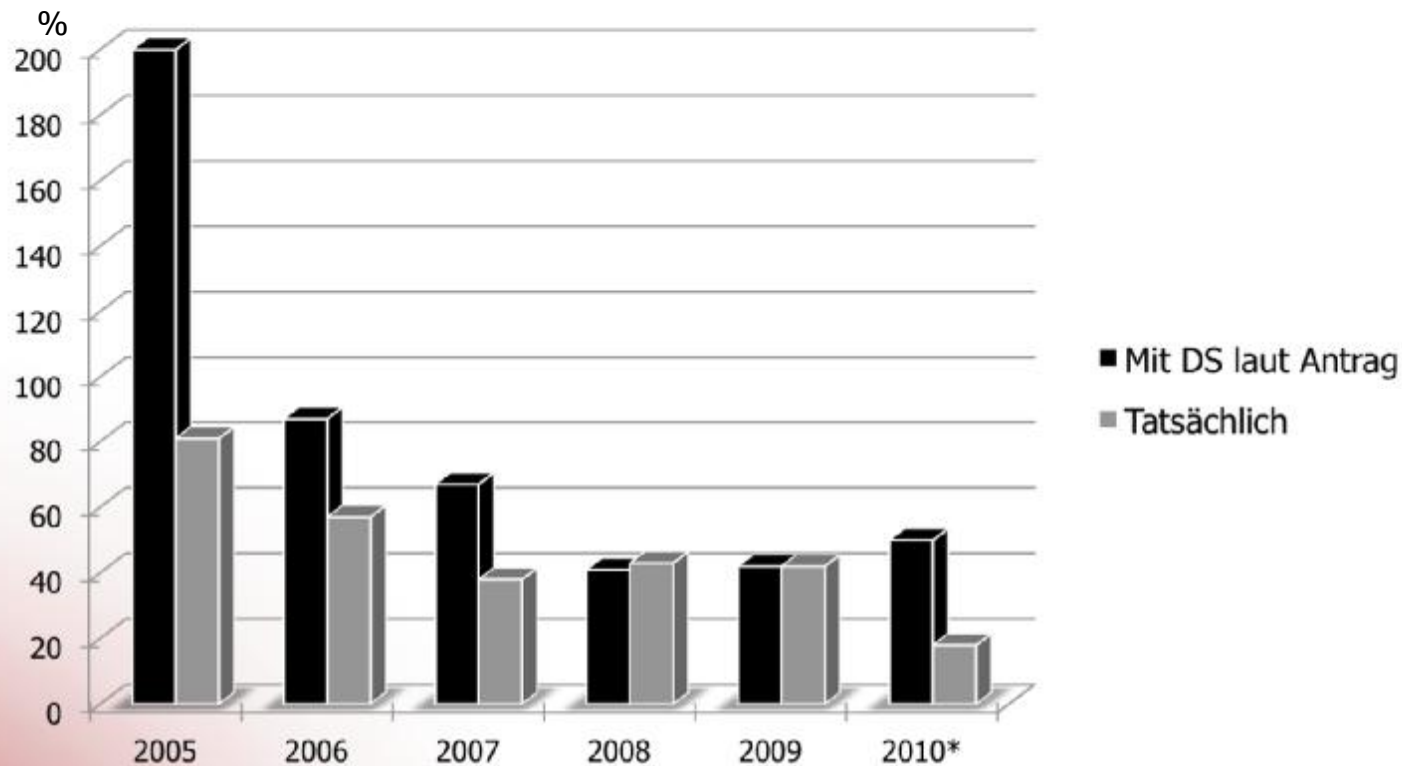
Die tatsächlich umgesetzte Kopienanzahl konnte sich in den letzten Jahren der geplanten angleichen.

Auswertung der Grunddaten 2005 bis September 2011

* Da die im Jahr 2010 geförderten Projekte noch nicht durchgängig abgeschlossen sind, sind die angegebenen Zahlen nur anteilig repräsentativ

4.1 QUANTITATIVE AUSWERTUNG

Prozentuale Steigerung der Kopienanzahl durch eine Distribution Support Förderung



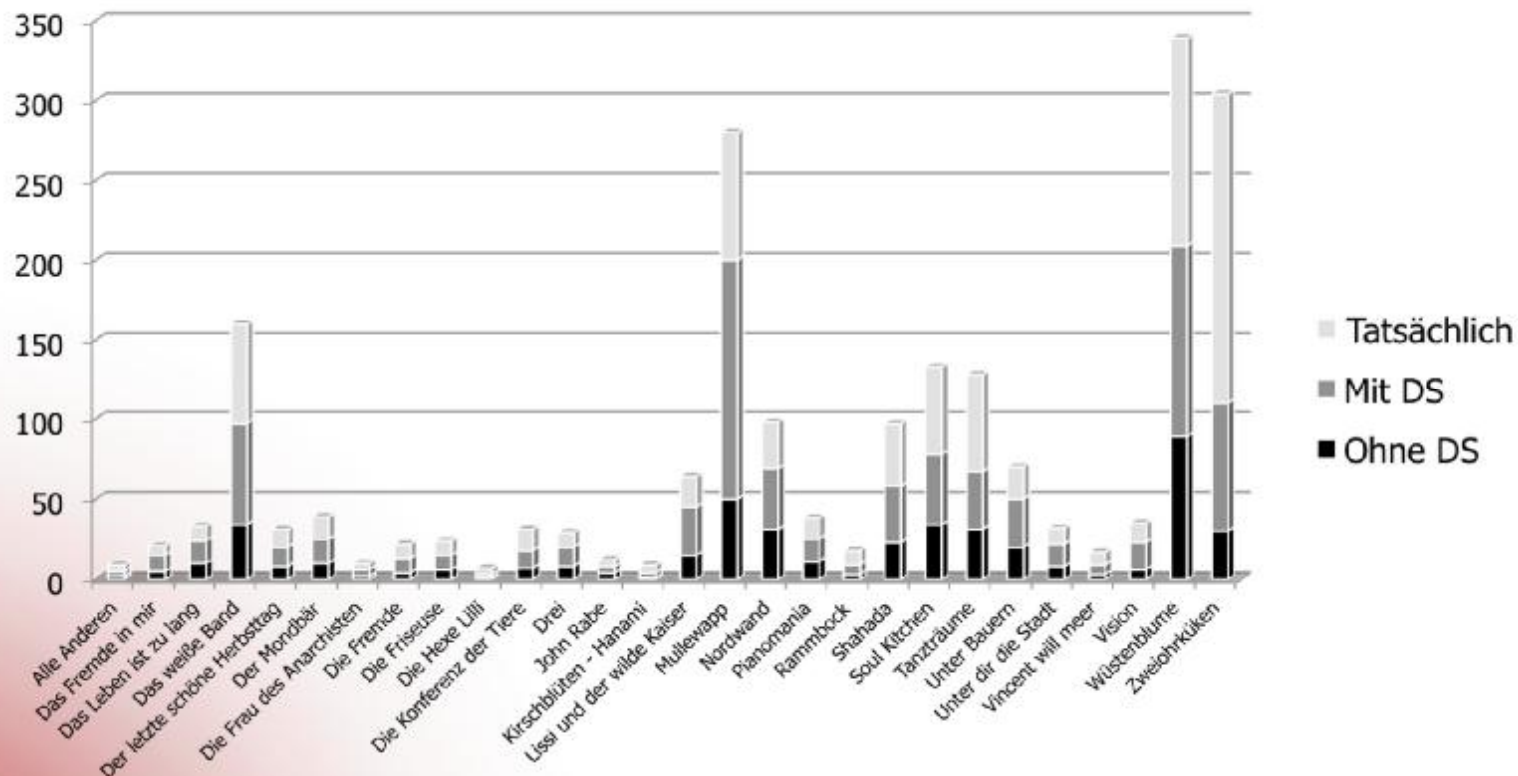
Auch in der prozentualen Darstellung wird deutlich, dass sich die Einschätzung des Herausbringungs-Umfangs an die tatsächlich umgesetzte Kopienanzahl angleicht.

Auswertung der Grunddaten 2005 bis September 2011

* Da die im Jahr 2010 geförderten Projekte noch nicht durchgängig abgeschlossen sind, sind die angegebenen Zahlen nur anteilig repräsentativ

4.1 QUANTITATIVE AUSWERTUNG

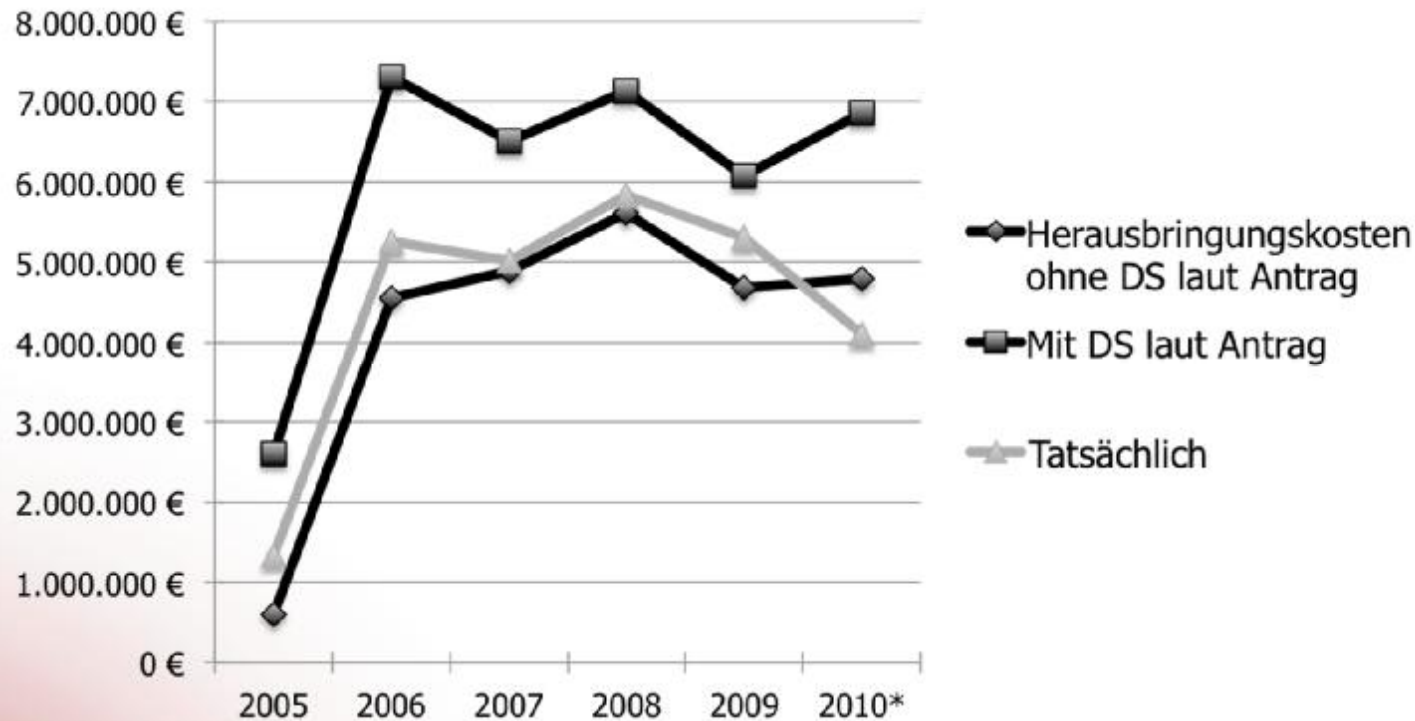
Exemplarischer Vergleich der Kopienanzahl abgeschlossener Projekte mit und ohne Distribution Support laut Antrag, sowie der tatsächlich umgesetzten Anzahl der Kopien anhand des Jahres 2010



Im Jahr 2010 übersteigt die Kopienanzahl der abgeschlossenen Projekte die der Einschätzung in der Planungsphase.

4.1 QUANTITATIVE AUSWERTUNG

Steigerung der Mehrausgaben des Verleihers durch eine Distribution Support Förderung



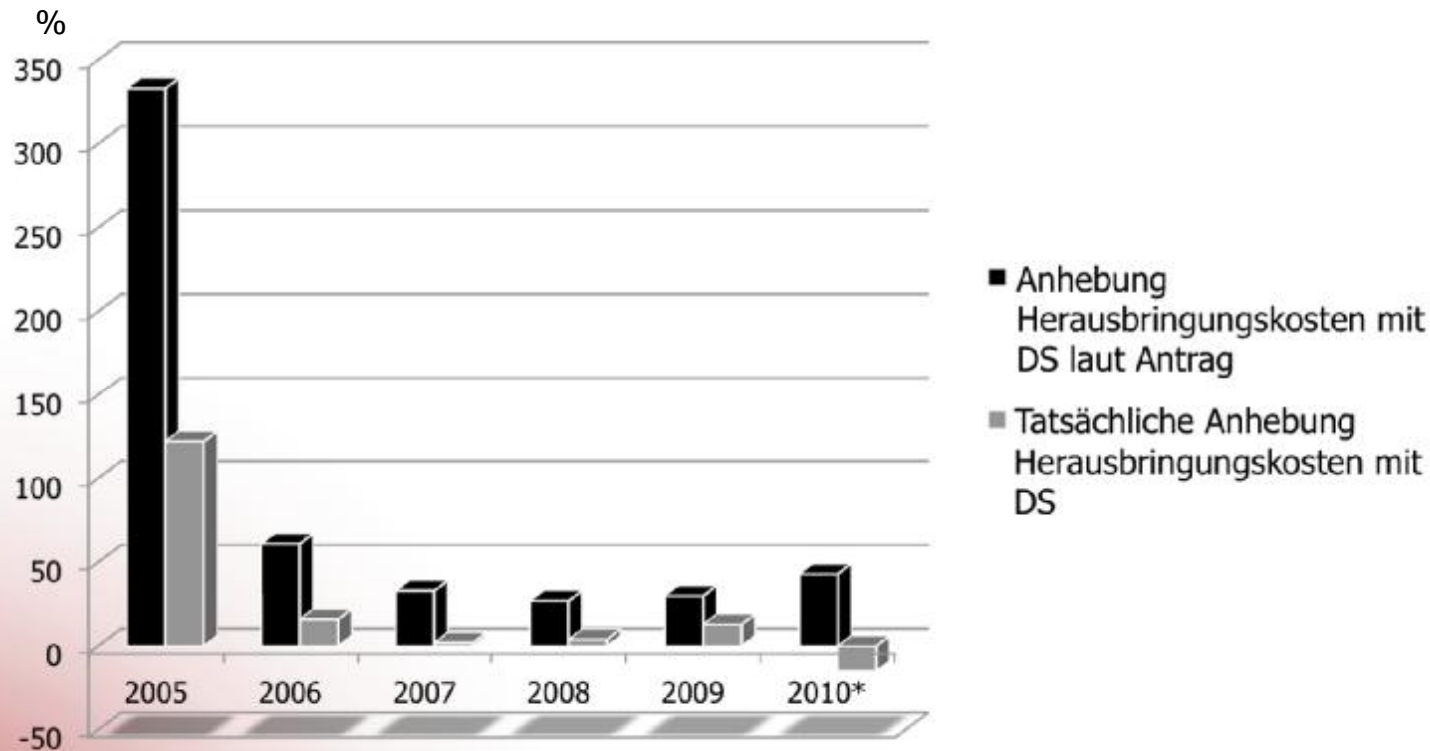
Die geplanten Ausgabengrößen bei Förderung durch den Distribution Support liegen über den tatsächlichen Zahlen. Dies bedingt sich insbesondere durch den Fakt, dass in der Regel nicht die volle beantragte Fördersumme gewährt wird. Trotzdem wird mit einer Förderung deutlich mehr Geld in die Herausbringung investiert als ohne eine solche.

Auswertung der Grunddaten 2005 bis September 2011

* Da die im Jahr 2010 geförderten Projekte noch nicht durchgängig abgeschlossen sind, sind die angegebenen Zahlen nur anteilig repräsentativ

4.1 QUANTITATIVE AUSWERTUNG

Prozentuale Anhebung der Ausgaben des Verleihers durch eine Distribution Support Förderung in Bezug auf die ursprünglich geplanten Herausbringungskosten



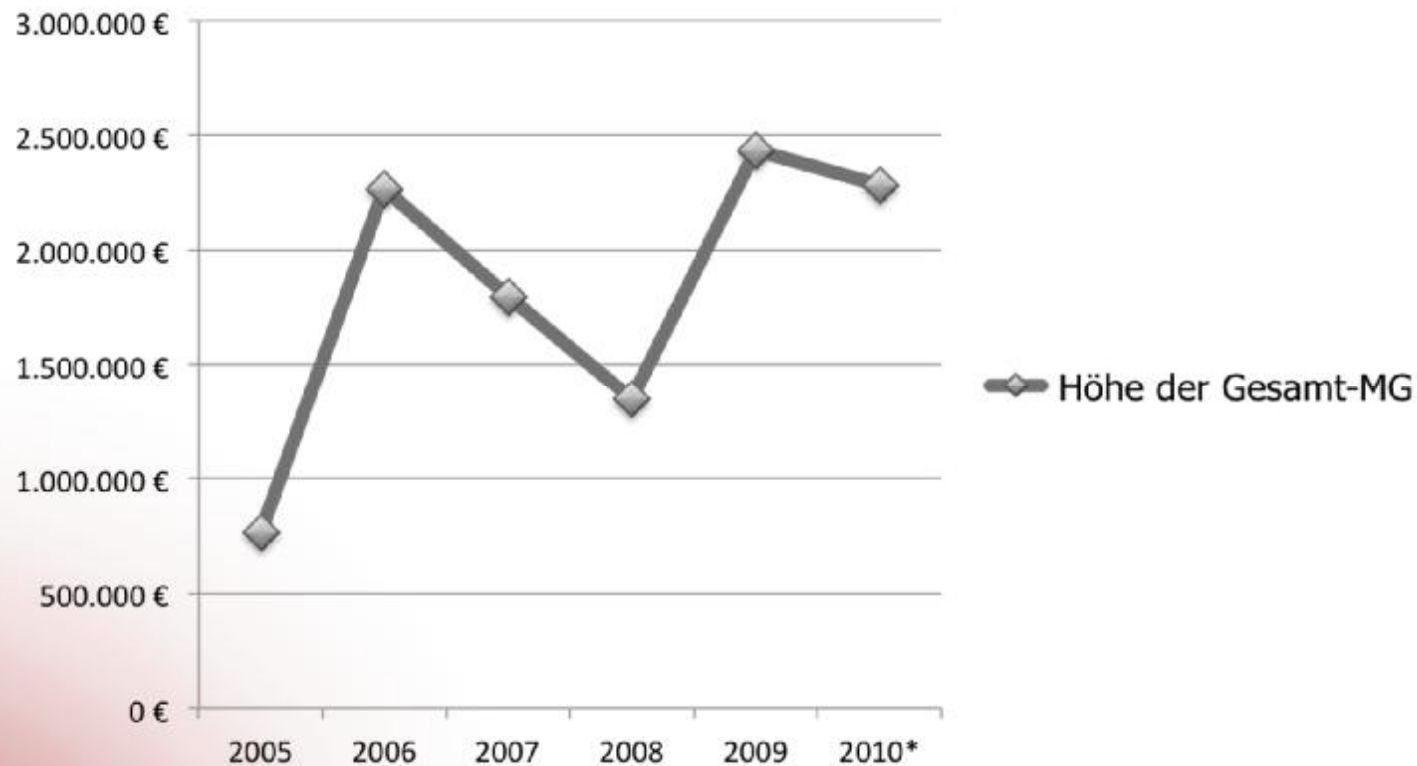
Besonders im Jahr 2009 näherte sich die Einschätzung der Ausgaben des Verleihers an die tatsächliche Größe an.

Auswertung der Grunddaten 2005 bis September 2011

* Da die im Jahr 2010 geförderten Projekte noch nicht durchgängig abgeschlossen sind, sind die angegebenen Zahlen nur anteilig repräsentativ

4.1 QUANTITATIVE AUSWERTUNG

Höhe der Minimumgarantien



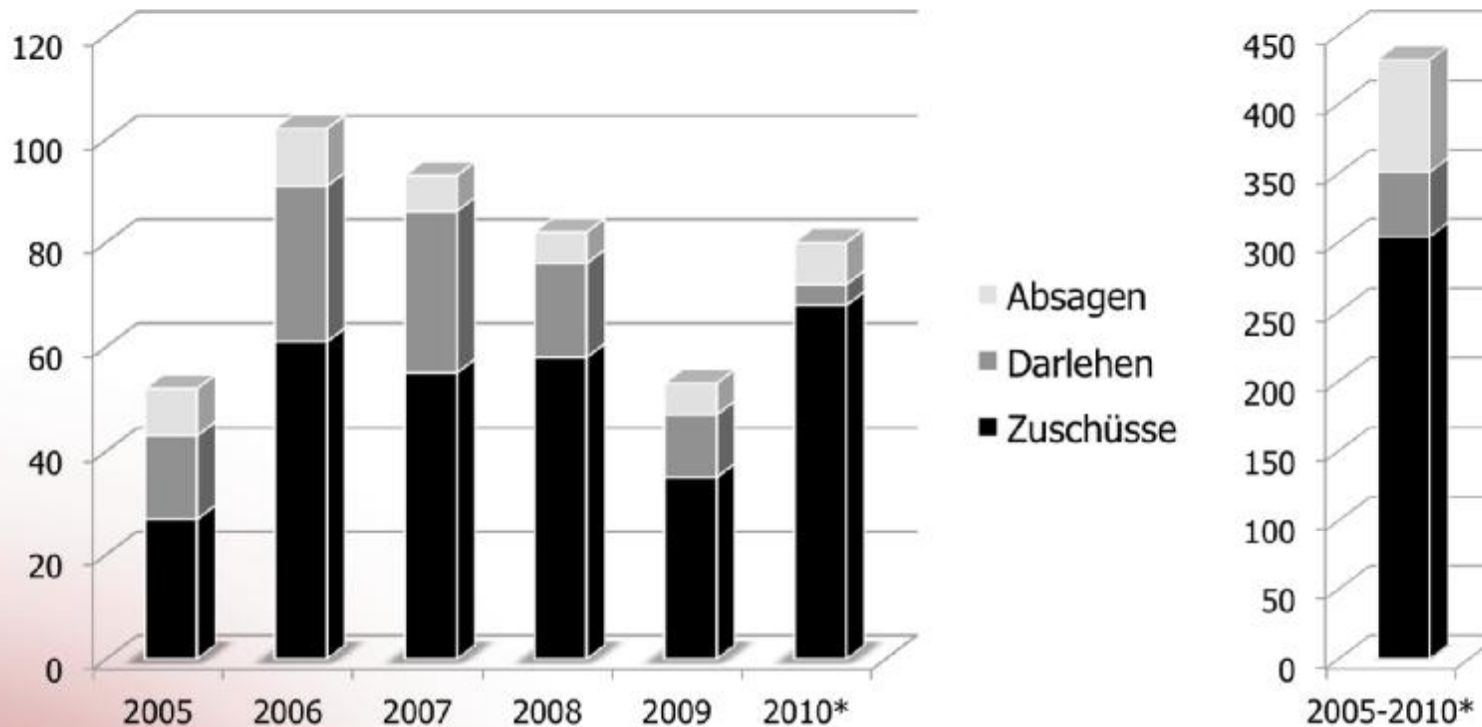
Die Höhe der gezahlten Minimumgarantien der geförderten Projekte konnte sich in den letzten Jahren wieder deutlich steigern.

Auswertung der Grunddaten 2005 bis September 2011

* Da die im Jahr 2010 geförderten Projekte noch nicht durchgängig abgeschlossen sind, sind die angegebenen Zahlen nur anteilig repräsentativ

4.1 QUANTITATIVE AUSWERTUNG

Antragsvolumen in den Jahren 2005 bis 2010



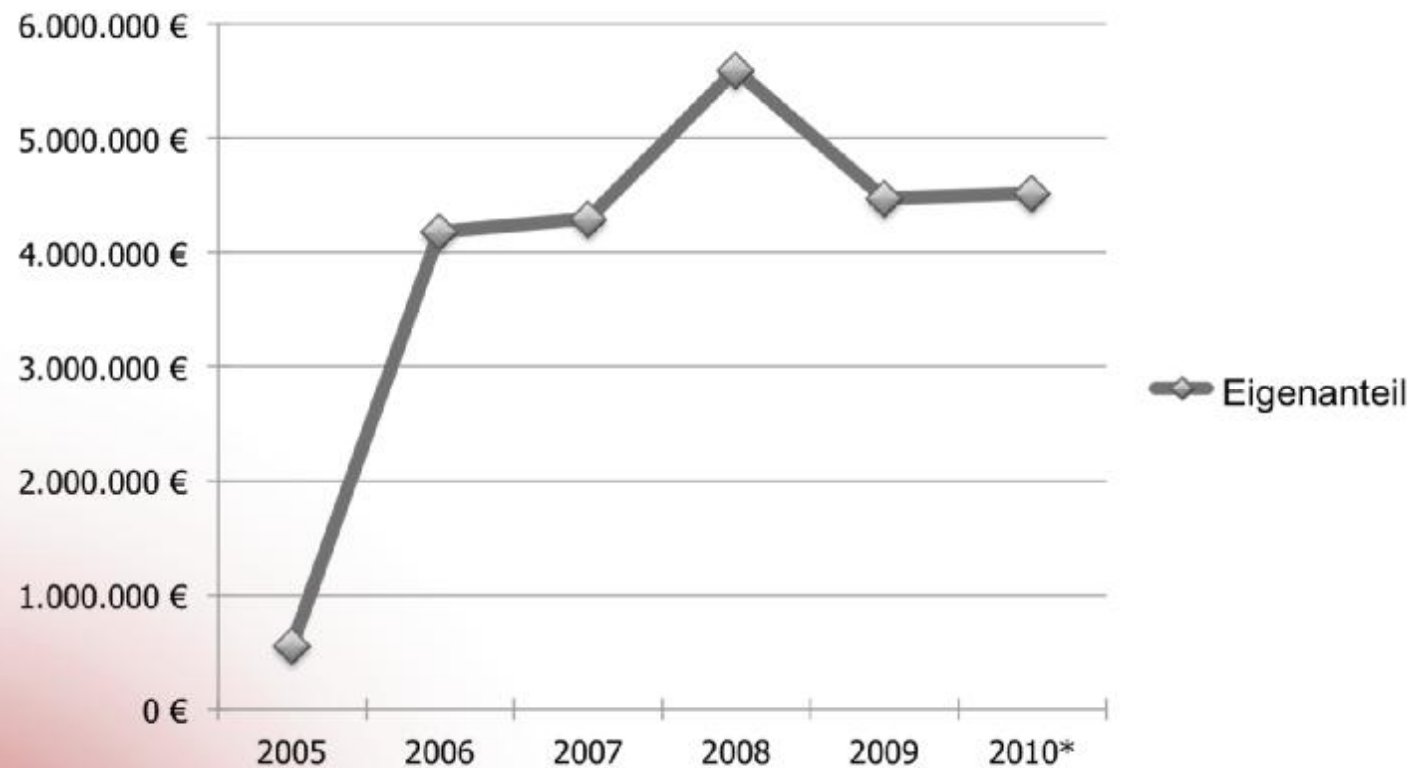
Die Erhöhung der Zuschüsse im Gegensatz zu den Darlehen in den Jahren 2009 und 2010 ist unter anderem durch die Regelung zu erklären, dass Media geförderte Projekte sich nur im Zuschuss-Bereich bewerben durften. Diese Förderbeschränkung wurde 2011 abgeschafft.

Auswertung der Grunddaten 2005 bis September 2011

* Da die im Jahr 2010 geförderten Projekte noch nicht durchgängig abgeschlossen sind, sind die angegebenen Zahlen nur anteilig repräsentativ

4.1 QUANTITATIVE AUSWERTUNG

Höhe des Eigenanteils an einer Herausbringungskampagne



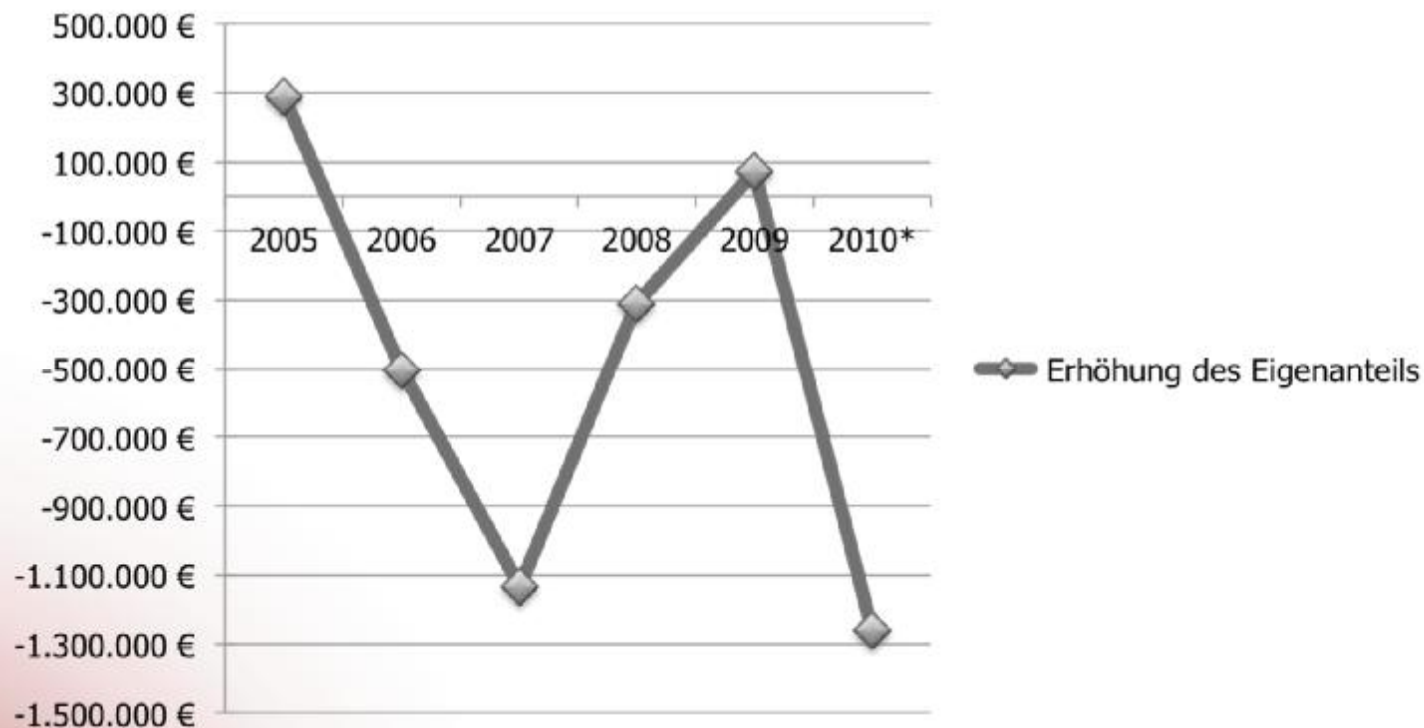
Der Eigenanteil konnte sich bei allen geförderten Projekten in den letzten Jahren auf einen Mittelwert um die 4,5 Mio Euro einpegeln und bleibt somit auf einem konstanten Niveau.

Auswertung der Grunddaten 2005 bis September 2011

* Da die im Jahr 2010 geförderten Projekte noch nicht durchgängig abgeschlossen sind, sind die angegebenen Zahlen nur anteilig repräsentativ

4.1 QUANTITATIVE AUSWERTUNG

Erhöhung des tatsächlichen Eigenanteils an den Herausbringungskosten in Bezug auf das im Antrag präsentierte Zahlenmaterial durch eine Distribution Support Förderung



Der nach Abrechnung tatsächlich eingebrachte Eigenanteil an den Herausbringungskosten hat sich seit 2007 wieder stetig erhöht. Dies ist auch für 2010 zu erwarten sobald alle Projekte abgeschlossen sind.

Auswertung der Grunddaten 2005 bis September 2011

* Da die im Jahr 2010 geförderten Projekte noch nicht durchgängig abgeschlossen sind, sind die angegebenen Zahlen nur anteilig repräsentativ

4.1 QUANTITATIVE AUSWERTUNG

Höhe des auszugebenden Betrages zur Herausbringung im Verhältnis zu dem tatsächlich ausgegebenen Betrag

| | Durchschnittliche auszugebender Mindestbetrag | | Durchschnittliche | |
|-------|---|----------------|-------------------|-----------|
| | Vorgabe | tatsächlich | Abweichung | in % |
| 2005 | 1.538.052,21 € | 1.331.416,80 € | - 206.635,41 € | - 13,43 % |
| 2006 | 5.402.093,74 € | 5.266.653,19 € | - 135.440,55 € | - 2,50 % |
| 2007 | 4.994.136,62 € | 5.017.492,86 € | 23.356,24 € | 0,46 % |
| 2008 | 5.706.176,47 € | 5.845.096,85 € | 138.920,38 € | 2,38 % |
| 2009 | 4.743.143,44 € | 5.304.520,58 € | 561.377,14 € | 10,58 % |
| 2010* | 3.353.389,90 € | 4.105.302,52 € | 751.912,62 € | 18,31 % |

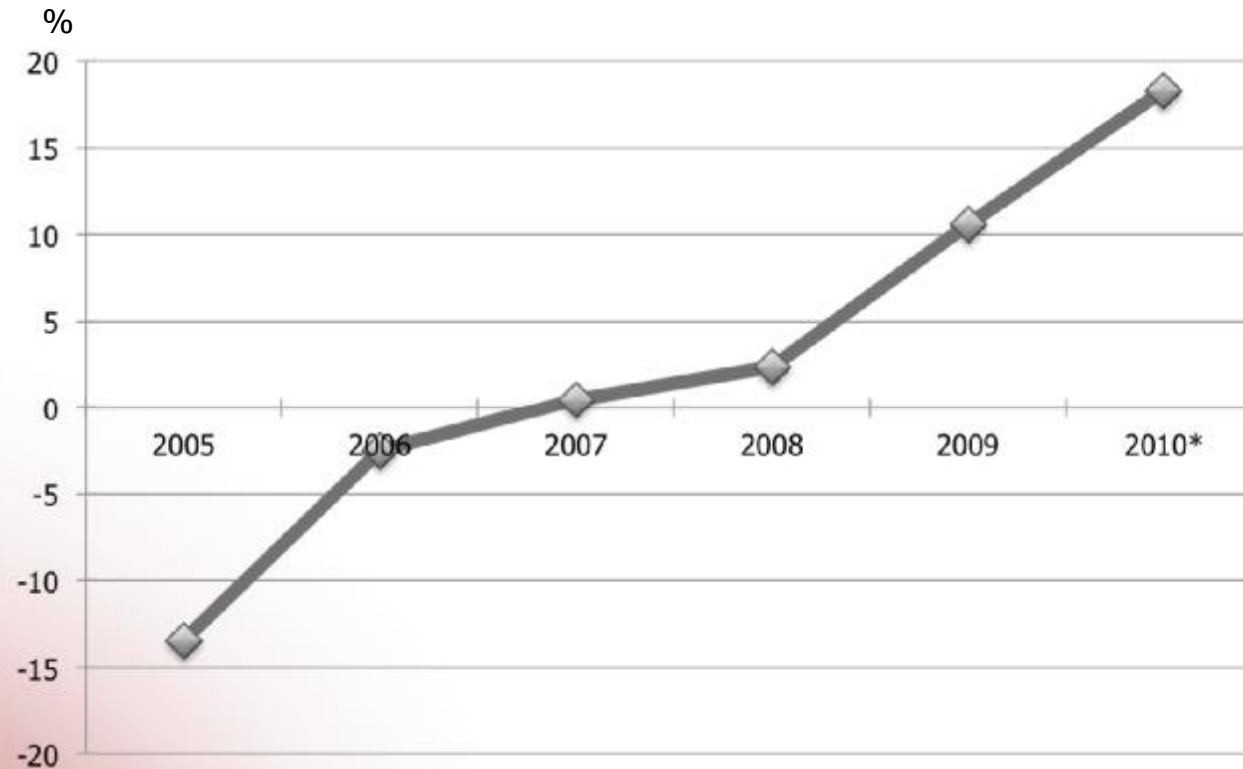
Es zeigt sich, dass seit 2007 konstant mehr Geld für die Herausbringung investiert wird, als auf Basis der Förderrichtlinien gefordert wird.

Auswertung der Grunddaten 2005 bis September 2011

* Da die im Jahr 2010 geförderten Projekte noch nicht durchgängig abgeschlossen sind, sind die angegebenen Zahlen nur anteilig repräsentativ

4.1 QUANTITATIVE AUSWERTUNG

Prozentuale Steigerung des tatsächlich ausgegebenen Betrages zur Herausbringung im Verhältnis zu dem zur Ausgabe vorgeschriebenen Betrag



Die Förderung des Distribution Support regt zu einer deutlich höheren Investition für die Herausbringung eines Filmes an und dies in einer kontinuierlichen Steigerung, betrachtet man die Entwicklung der letzten Jahre.

Auswertung der Grunddaten 2005 bis September 2011

* Da die im Jahr 2010 geförderten Projekte noch nicht durchgängig abgeschlossen sind, sind die angegebenen Zahlen nur anteilig repräsentativ

4.1 QUANTITATIVE AUSWERTUNG



Verhältnis der Besucherprognose zu Besuchern und durchschnittliche Abweichung

| | Durchschnittliche | | Durchschnittliche | |
|-------|-------------------|-----------|-------------------|-----------|
| | Besucherprognose | Besucher | Abweichung | in % |
| 2005 | 714.400 | 715.770 | 1.370 | 0,2 % |
| 2006 | 2.766.380 | 1.456.986 | - 1.309.394 | - 47,33 % |
| 2007 | 2.949.040 | 3.369.239 | 420.199 | 12,47 % |
| 2008 | 3.438.603 | 1.284.894 | - 2.153.709 | - 62,63 % |
| 2009 | 2.832.445 | 2.138.577 | - 693.868 | - 24,50 % |
| 2010* | 4.228.766 | 1.791.890 | - 2.436.876 | - 57,62 % |

Die Besucherprognose weicht deutlich von den tatsächlich erzielten Ergebnissen ab und dokumentiert die Zuversicht für einen Herausbringungserfolg deutscher Filmprojekte im Ausland.

Auswertung der Grunddaten 2005 bis September 2011

* Da die im Jahr 2010 geförderten Projekte noch nicht durchgängig abgeschlossen sind, sind die angegebenen Zahlen nur anteilig repräsentativ

1. Einführung
2. Budgetentwicklung
3. Zieldefinition
- 4. Evaluation**
 - 4.1 Quantitativ
 - 4.2 Qualitativ**
5. Fazit

4.2 QUALITATIVE AUSWERTUNG



Was ist ihre generelle Meinung über das German Films Distribution Support Programm?

- „Wir finden, dass das Distribution Support Programm von German Films eines der besten seiner Art ist. Das Förderprogramm ermutigt uns, deutsche Filme gegenüber Filmen aus anderen Ländern im Zweifel vorzuziehen.“
 - „Es ist ein sehr interessantes Programm, das die Verleiher dazu anregt, die Herausbringung von Filmen mit größerem Budget und somit gleichsam mehr Filmkopien und höheren Werbeausgaben zu gestalten.“
 - „Das German Films Distribution Support Programm macht es möglich deutsche Produktionen mit einer aggressiveren P&A Kampagne an den Start zu bringen.“
 - „Das Distribution Support Programm ist extrem hilfreich – unterstützt durch das seitens German Films betreuende Team, das zu jeder Zeit als kompetenter Ansprechpartner zur Verfügung steht.“
 - „Ohne den German Films Distribution Support hätten viele Filme keine Chance auf ausländischen Märkten.“
- ➔ **„Es macht den Unterschied, ob ein Film herausgebracht wird oder nicht.“**

4.2 QUALITATIVE AUSWERTUNG



Hat der German Films Distribution Support Ihrer Meinung nach einen signifikanten Unterschied bei der Herausbringung eines Filmes bewirkt?

- 87% antworteten mit **JA!**

Inwiefern?

- „Wir können teurere und größere Titel kaufen, da uns der Distribution Support ermöglicht entsprechend mehr Geld in die Herausbringung zu investieren.“
- „Dank des Distribution Supports können wir mehr Kopien an den Start bringen und zudem größere Promotionkampagnen leisten.“
- „Die Förderung minimiert das Risiko der Herausbringung.“
- „Ohne den Distribution Support wären wir in den letzten zwei Jahren nicht in der Lage gewesen deutsche Filme herauszubringen.“
- „Der Distribution Support hat uns geholfen ein größeres Publikum zu erreichen.“

4.2 QUALITATIVE AUSWERTUNG



Für welche Bereiche haben Sie den Förderbetrag des Distribution Support eingesetzt?

- 57% Filmkopien (20 Nennungen)
- 43% Werbeanzeigen in Tageszeitungen (15 Nennungen)
- 37% Werbeanzeigen in Magazinen (13 Nennungen)
- 34% Trailerkopien (12 Nennungen)
- 34% Poster (12 Nennungen)
- 34% Flyer (12 Nennungen)
- 31% Presse Screenings (11 Nennungen)
- 29% Radiowerbung (10 Nennungen)
- 29% Poster Placement (10 Nennungen)
- Andere, wie Premieren, Previews, Untertitelungen des Filmes oder Trailers, TV Werbung, Online Werbung

4.2 QUALITATIVE AUSWERTUNG



Wie schätzen Sie die generellen Marktchancen des deutschen Filmes in ausländischen Territorien ein?

- „Noch immer nicht einfach; es wäre hilfreich kostenfrei Kopien nutzen zu können.“
- „Die Herausbringung europäischer Produktionen wird zunehmend schwieriger. Das German Films Distribution Programm ist daher umso wichtiger für uns.“
- „Das Produktionsvolumen des deutschen Filmes ist beeindruckend. Wir werden auch weiterhin deutsche Filme in der Herausbringung berücksichtigen.“
- „Ok – aber stark vom Titel abhängig.“
- „Der deutsche Film hat einen hohen Production Value, jedoch geringe kommerzielle Durchsetzungskraft.“
- „Der deutsche Film hat einen aufsteigenden Marktwert. Die Zuschauer mögen diese Art von Filmen, jedoch wäre es nötig hierfür mehr Media Präsenz zu erhalten, wie Artikel und Interviews mit Regisseur und Darstellern, um noch mehr öffentliche Aufmerksamkeit zu erwirken.“

DISTRIBUTION SUPPORT



1. Einführung
2. Budgetentwicklung
3. Zieldefinition
4. Evaluation
 - 4.1 Quantitativ
 - 4.2 Qualitativ
- 5. Fazit**

5. FAZIT



- ➔ Die Maßnahme Distribution Support stellt einen wichtigen Faktor für die Stabilität und Kontinuität des Verleihs deutscher Kinofilme auf internationaler Ebene dar
- ➔ Das Programm wird seitens der Weltvertriebe und Verleiher als sehr positiv eingeschätzt und dessen Bedeutung für die Verbreitung des deutschen Films im Ausland hervorgehoben
- ➔ Es erhöht den Bekanntheitsgrad des deutschen Films und deutscher Filmschaffender im Ausland und schafft so eine Verbesserung des kulturellen Austauschs
- ➔ Ausländischen Verleihern wird ermöglicht, deutsche Filme mit dem entsprechenden Marketingaufwand in die Kinos zu bringen, diverse Zuschauergruppen zu erreichen und so gegen die Konkurrenz anzukommen
- ➔ Dank des Distribution Support Programmes wird insbesondere die Anzahl der Filmkopien in der Herausbringungsstrategie erhöht. Zudem regt es zu einer deutlich höheren Investition für die Herausbringung eines Filmes an
- ➔ Letztlich schafft das Förderprogramm strategische Allianzen mit Weltvertrieben und Verleihern, die German Films auch in anderen Bereichen zu gute kommen
- ➔ Detaillierte Informationen über die geförderten Projekte werden regelmäßig unter <http://www.german-films.de/distributors-corner/distribution-support/press-releases/> veröffentlicht

Impressum



Herausgeber:

German Films Service + Marketing GmbH
Herzog-Wilhelm-Str. 16
80331 München
Tel. 089 – 59 97 87 0
Fax 089 – 59 97 87 30

Redaktion:

Barbie Heusinger

heusinger@german-films.de

Mitarbeit:

Christina Christ

München, September 2011