

# **Der französische Filmmarkt Protektionismus versus Internationalisierung**

## **Diplomarbeit**

im Fach Mediendokumentation  
Studiengang Informationsmanagement  
der  
Fachhochschule Stuttgart –  
Hochschule der Medien

**Anna Stahl**

Erstprüferin: Prof. Susanne Speck  
Zweitprüfer: Prof. Dr. Wolfgang von Keitz

Bearbeitungszeitraum: 15. Juli 2002 bis 15. Oktober 2002

Stuttgart, Oktober 2002

## **Kurzfassung**

Der französische Filmmarkt zeichnet sich durch eine Reihe von protektionistischen und fördernden Maßnahmen aus, die den französischen Film gegen die Internationalisierung schützen sollen. Ziel der vorliegenden Diplomarbeit ist es, zu untersuchen, ob durch die unterschiedlichen Maßnahmen die Internationalisierung in Frankreich tatsächlich gehemmt wird und welche Konflikte durch den französischen Protektionismus entstehen.

### **Schlagwörter:**

Frankreich; Protektionismus; Internationalisierung; Filmindustrie; Medienpolitik

## **Abstract**

A number of protective and supporting measures are taken by France in order to defend its film market from internationalization. The present thesis tries to research the success of these measures and the conflicts provoked by them.

### **Keywords:**

France; protection; internationalization; film industry; media policy

## Inhaltsverzeichnis

<b>Kurzfassung</b>	<b>2</b>
<b>Abstract</b>	<b>2</b>
<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>3</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>5</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b>	<b>6</b>
<b>Vorwort</b>	<b>7</b>
<b>1 Einleitung</b>	<b>8</b>
1.1 Begriffserklärungen	10
1.1.1 Der Begriff Protektionismus	10
1.1.2 Der Begriff Internationalisierung	10
<b>2 Die französische Medienlandschaft</b>	<b>11</b>
2.1 Kurzer Überblick	11
2.1.1 Buchmarkt	11
2.1.2 Presse	11
2.1.3 Rundfunk	12
2.1.4 Internet und Minitel	13
2.2 Protektionismus in den französischen Medien	13
2.2.1 Protektion der französischen Sprache	14
2.2.2 Protektionismus im französischen Hörfunk	15
2.2.3 Protektionismus im französischen Fernsehen	15
2.2.4 Protektionismus in der französischen Presse	17
<b>3 Der französische Filmmarkt</b>	<b>19</b>
3.1 Kurzer geschichtlicher Rückblick	19
3.2 Aktuelle Situation	20
3.2.1 Filmproduktion	20
3.2.2 Besucherzahlen	21
3.2.3 Filmverleih	22
3.2.4 Filmtheater	24
3.2.5 Der französische Film – Entwicklungen der letzten Jahre	24
3.2.6 Zusammenfassung	28

---

<b>4</b>	<b>Erfolg französischer Filme im Ausland</b>	<b>29</b>
4.1	Europäische Länder	29
4.2	USA	34
4.3	Fazit	34
<b>5</b>	<b>Förderung und Protektionismus der französischen Filmwirtschaft</b>	<b>36</b>
5.1	CNC	36
5.2	compte de soutien	37
5.3	Filmförderung durch das CNC	38
5.3.1	Förderung der Filmproduktion	38
5.3.2	Abspielförderung	39
5.3.3	Verleihförderung	40
5.3.4	Kurzfilmförderung	41
5.4	Regionale Filmförderung	42
5.5	Innovative Filmfinanzierung	42
5.5.1	IFCIC	43
5.5.2	SOFICA	43
5.6	Altersbeschränkungen bei Kinofilmen	43
5.7	Förderung des französischen Films im Ausland	44
5.8	Die Rolle der Fernsehanstalten	45
5.8.1	Auflagen der Fernsehanstalten	45
5.8.2	Finanzierung durch die Fernsehanstalten	46
5.9	Fazit Filmförderung	47
<b>6</b>	<b>Frankreichs „exception culturelle“</b>	<b>49</b>
6.1	Frankreichs Rolle bei den GATT-Verhandlungen	49
6.1.1	Allgemeines zu GATT, GATS und WTO	49
6.1.2	Die Einbeziehung der audiovisuellen Medien in das GATS	50
6.2	Die „exception culturelle“ und Vivendi	54
6.3	Fazit	55
<b>7</b>	<b>Zusammenfassung und Ausblick</b>	<b>56</b>
	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>58</b>
	<b>Internetquellen</b>	<b>61</b>
	<b>Erklärung</b>	<b>63</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Besucherzahlen von "Le Cinquième Élément" 1997	31
Abbildung 2: Besucherzahlen von "La vérité si je mens" 1997-2001	32
Abbildung 3: Kinobesuch-Aufteilung von "La vérité si je mens" 1997-2001	33
Abbildung 4: Kinobesuch-Aufteilung von "Le Cinquième Élément" 1997	33

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Kinobesucherzahlen in Frankreich	21
Tabelle 2: Erstaufgeführte Filme in Frankreich	23
Tabelle 3: Marktanteile der 10 wichtigsten Filmverleiher in Frankreich 2001	23
Tabelle 4: Die 20 meistbesuchten Filme in Frankreich 2001	27

## Abkürzungsverzeichnis

ADRC	Agence pour le Développement Régional du Cinéma
CFI	Canal France International
CNC	Centre National de la Cinématographie
COIC	Centre d'Organisation de l'industrie Cinématographie
COSIP	Compte de soutien financier de l'industrie des programmes audiovisuels
CSA	Conseil Supérieur de l'audiovisuel
DICREAM	Dispositif pour la CREation Artistique Multimédia
DRAC	Délégations régionales des affaires culturelles
EG	Europäische Gemeinschaft
EU	Europäische Union
FDES	Fonds de Développement Economique et Social
FSER	Fonds de Soutien à l'Expression Radiophonique
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade
GATS	General Agreement on Trade in Services
IFCIC	Institut de financement du cinéma et des industries culturelles
SOFICA	Sociétés de financement de la création audiovisuelle
TSA	Taxe Spéciale Additionnelle
WTO	World Trade Organisation

## **Vorwort**

Auf protektionistische Maßnahmen in der französischen Medienpolitik wurde ich erstmals im Rahmen der Lehrveranstaltung „Mediendokumentation“ an der Hochschule der Medien in Stuttgart aufmerksam, als meine Kommilitonen ein Referat über Presse und Rundfunk in Frankreich hielten.

Nach der Lektüre des Werkes „Frankreich Quotenreich“ von Marcel Machill, welches die protektionistischen Maßnahmen in den verschiedenen französischen Medien beschreibt, fasste ich den Entschluss, mich näher mit dem Protektionismus in Frankreich zu beschäftigen.

Als begeisterte Kinogängerin konzentrierte ich mich vor allem auf den Protektionismus im französischen Filmmarkt und beschloss, diesen auch als Thema für meine Diplomarbeit zu wählen.

Auf der beiliegenden CD-ROM befinden sich die von mir verwendeten Internetquellen.

## 1 Einleitung

In Frankreich gab es schon immer das Bestreben, die französische Kultur vor ausländischen Einflüssen zu schützen. Die französische Medien- und Kulturpolitik zeichnet sich daher durch ein vielfältiges System von protektionistischen Maßnahmen aus. Besonders auffällig ist dieser Protektionismus im Filmmarkt Frankreichs, welcher einer der wichtigsten Medienbereiche in Frankreich ist und auch schon immer war. Im Bereich des Filmmarkts wird auch der Interessenkonflikt, der zwischen dem betriebenen Protektionismus und dem Internationalisierungsbestreben anderer Länder entsteht, sehr deutlich.

Marcel Machill hat mit seinem Werk „Frankreich Quotenreich“ eine umfassende Beschreibung des Protektionismus in Frankreichs gesamter Medien- und Kulturpolitik geschaffen.<sup>1</sup> Ich möchte mich in meiner Arbeit nun gezielt mit dem Filmmarkt in Frankreich und mit den dort betriebenen protektionistischen Maßnahmen auseinandersetzen. Unter Filmmarkt ist der Kinomarkt zu verstehen, Fernsehfilme werden nur am Rande betrachtet.

Mit seinen protektionistischen Maßnahmen wehrt sich Frankreich gegen das Internationalisierungsbestreben in der Filmindustrie anderer Länder, vor allem der Filmindustrie der USA. Doch auch Frankreich selbst versucht seine Filme auf dem internationalen Markt abzusetzen. Ziel meiner Arbeit ist es, zu untersuchen, wie erfolgreich Frankreich durch die protektionistischen Maßnahmen eine Internationalisierung seines Filmmarktes durch andere Länder verhindern kann und gleichzeitig, wie erfolgreich Frankreichs eigene Internationalisierungsbestrebungen in anderen Ländern im Bereich des Filmmarkts durch fördernde und protektionistische Maßnahmen unterstützt werden. Ein wichtiger Indikator hierfür ist, inwieweit sich der französische Film gegen ausländische Filme behaupten kann, d. h. wie erfolgreich der französische Film im In- und Ausland ist. Von besonderem Interesse ist auch die Frage, welche Konflikte zwischen Frank-

---

<sup>1</sup> Machill, Marcel: Frankreich Quotenreich. Nationale Medienpolitik und europäische Kommunikationspolitik im Kontext nationaler Identität. Berlin: VISTAS 1997

reichs Protektionismus und der Globalisierung bzw. der Internationalisierung der einzelnen Länder entstehen.

Um Frankreichs Filmmarkt und Frankreichs Protektionismus in die gesamte französische Mediensituation einzuordnen, wird im folgenden zuerst die französische Medienlandschaft und Medienpolitik im Überblick beschrieben. Danach folgt eine genaue Analyse des Filmmarkts und des Erfolgs des französischen Films in Frankreich und in anderen Ländern. Zum Schluss werden die verschiedenen fördernden und protektionistischen Maßnahmen in der französischen Filmpolitik und die daraus entstehenden Konflikte auf internationaler Ebene beschrieben.

Eine grundlegende Analyse der verschiedenen protektionistischen Maßnahmen in Frankreichs Medien- und Kulturpolitik bietet das bereits erwähnte Werk von Machill. Speziell zur Filmförderung in Frankreich und der Aufführung der einzelnen Mechanismen sind schon viele Werke erschienen<sup>2</sup>. Auch mit protektionistischen Maßnahmen im Filmbereich auf europäischer Ebene und im speziellen mit den GATS-Verhandlungen haben sich schon eine Reihe von Autoren auseinandergesetzt.<sup>3</sup>

Zur Analyse der Situation des französischen Filmmarkts mit genauen Daten wird die aktuelle Bilanz des CNC<sup>4</sup> und das Statistische Jahrbuch der Europäi-

---

<sup>2</sup> Bisselik, Sonja : Französische Filmpolitik. In: Visuelle Politik. Filmpolitik und die visuelle Konstruktion des Politischen. Wilhelm Hoffmann (Hrsg.) Baden-Baden: Nomos 1998, S. 159-169; Dies.: Französische Filmpolitik: Erfolg durch Förderung? In: Media Perspektiven, 1999, H9, S. 492-501; Hollstein, Kristina: Filmwirtschaft und Filmförderung in Deutschland und Frankreich. Ein landeskundlicher Vergleich. Potsdam: Verlag für Berlin-Brandenburg 1996. (Schriftenreihe zur Film-, Fernseh-, und Multimediaproduktion, Bd. 1)

<sup>3</sup> Baumann, Helmut: Die Dienstleistungsfreiheit auf dem Gebiet der audiovisuellen Medien im Rahmen des GATS im Spannungsfeld von Marktfreiheit und kultureller Selbstbestimmung der Staaten der Europäischen Union. Berlin: Duncker und Humblot 1998. (Veröffentlichungen des Walther-Schücking-Instituts für Internationales Recht an der Universität Kiel; Bd. 123); Jarothé, Sabine: Die Filmpolitik der Europäischen Union im Spannungsfeld zwischen nationaler staatlicher Förderung und US-amerikanischer Mediendominanz. Frankfurt am Main: Lang 1998 (Europäische Hochschulschriften: Reihe 31, Politikwissenschaft; Bd. 347); Sandberg, Karin: Unzulässiger Protektionismus in der europäischen Medienpolitik? Die Maßnahmen der Europäischen Gemeinschaft zum Schutz des europäischen Films und ihre Vereinbarkeit mit dem durch das GATT und die WTO-Vereinbarungen gebildeten Rechtsrahmen. Frankfurt am Main: Lang 1998. (Europäische Hochschulschriften: Reihe 2, Rechtswissenschaft, Bd. 2312)

<sup>4</sup> CNC info N° 283. Bilan 2001. (Synthèse Mai 2002).  
URL : <http://www.cnc.fr/cncinfo/283/edito.htm>, Zugriff am 08.10.2002

schen Audiovisuellen Informationsstelle<sup>5</sup> herangezogen. Um den Erfolg französischer Filme im Ausland anhand der Besucherzahlen einzelner Filme zu untersuchen wird zusätzlich die Filmdatenbank Lumière<sup>6</sup> verwendet.

## 1.1 Begriffserklärungen

Unter den zahlreichen Definitionen der Begriffe „Protektionismus“ und „Internationalisierung“ bietet Hannes Schmüser die brauchbarsten für meine Arbeit.

### 1.1.1 Der Begriff Protektionismus

„Protektionismus ist eine Politik zum Schutz der inländischen Wirtschaft und umfaßt damit sämtliche Maßnahmen, die in den internationalen Leistungsverkehr eingreifen, um die inländische Wertschöpfungsintensität und die inländischen ökonomischen Renten zu begünstigen oder zu stabilisieren.“<sup>7</sup>

### 1.1.2 Der Begriff Internationalisierung

„Unter der Internationalisierung versteht man die wirtschaftliche Verflechtung und die sich daraus ergebenden Interdependenzen verschiedener Länder und ihrer Wirtschaftssubjekte in unterschiedlichen Bereichen und Ausmaßen. Internationalisierung bezeichnet sowohl einen Zustand als auch einen Prozeß.“<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup> Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (Hrsg.): Statistisches Jahrbuch. Film, Fernsehen, Video und Neue Medien in Europa. Baden-Baden: Nomos, Ausgaben, 4-7, 1998-2001

<sup>6</sup> Filmdatenbank Lumière. URL: <http://www.lumiere.obs.coe.int>, Zugriff am 07.10.2002

<sup>7</sup> Schmüser, Hannes: EU-Protektionismus als Globalisierungsantwort? Darmstadt, Univ., Diss., 1998, S. 125

<sup>8</sup> Ebd., S.38

## 2 Die französische Medienlandschaft

### 2.1 Kurzer Überblick

#### 2.1.1 Buchmarkt

Im Jahr 1997 haben 63 Prozent der Franzosen mindestens ein Buch gekauft. Überhaupt keine Bücher kauften 9 Prozent. 14 Prozent der Franzosen lasen mehr als 24 Bücher im Jahr, 34 Prozent weniger als 9 Bücher. Die Zahl der Nichtleser betrug 25 Prozent.<sup>9</sup>

Der französischen Buchmarkts zeichnet sich durch eine zunehmende Konzentration aus. Im Jahr 1999 gab es laut dem französischen Außenministerium 331 Verlage mit einem Umsatz von insgesamt 2,13 Milliarden Euro.<sup>10</sup> Im Jahr 1997 waren es 311 Verlage, von welchen elf 57 Prozent des gesamten französischen Buchmarkts beherrschten. Im Jahr 1987 gab es noch 850 Verlage, von denen die dreizehn größten weniger als die Hälfte des Umsatzes verzeichneten.<sup>11</sup>

#### 2.1.2 Presse

Im Jahr 2000 las nicht einmal jeder fünfte Franzose über 15 Jahren regelmäßig eine Tageszeitung und jeder dritte zwischen 14 und 35 hatte sich noch nie in seinem Leben eine Zeitung oder Zeitschrift gekauft. Im internationalen Vergleich der Dichte an Zeitungslesern kam Frankreich somit nur auf den 28. Platz.<sup>12</sup> Dafür lesen die Franzosen weltweit die meisten Zeitschriften. Den höchsten Anteil an der Gesamtauflage der Presse hat die Regionalpresse mit

---

<sup>9</sup> Vgl. Payen de la Garanderie, Beate: Eine Reise durch die Buchwelt Frankreichs: Von der République des Lettres“ zur „exception culturelle“. In: Wegweiser durch die französische Medienlandschaft. Thomas Weber; Stefan Woltersdorff (Hrsg.) Marburg: Schüren 2001, S. 19

<sup>10</sup> Vgl. France-diplomatie. Frankreich im Überblick.  
URL: <http://www.france.diplomatie.fr/venir/voicilafrance/de/page04.html>, Zugriff am 08.10.2002

<sup>11</sup> Vgl. Payen de la Garanderie, S.12

<sup>12</sup> Vgl. Woltersdorff, Stefan: Die französische Presse zwischen Globalisierungsdruck und Selbstbehauptung. In: Wegweiser durch die französische Medienlandschaft. Thomas Weber; Stefan Woltersdorff (Hrsg.) Marburg: Schüren 2001, S. 39

42 Prozent, gefolgt von den Magazinen mit 36 Prozent. Die nationalen Tageszeitungen erzielen nur 13 Prozent.<sup>13</sup>

### 2.1.3 Rundfunk

#### 2.1.3.1 Fernsehen

Laut dem französischen Außenministerium ist Fernsehen die Hauptfreizeitbeschäftigung der Franzosen.<sup>14</sup> Der französische Durchschnittsbürger verbringt durchschnittlich drei Stunden und 15 Minuten pro Tag vor dem Fernsehgerät.

In Frankreich gibt es über 130 Fernsehsender: Die vier öffentlichen überregionalen Programme: France 2, France 3, La Cinqüème und der deutsch-französische Kultursender Arte, die drei privaten überregionalen Fernsehprogramme TF1, M6 und Canal Plus, über zwanzig Kabelprogramme (überregional und lokal), verschiedene Satellitenprogramme und die beiden im Ausland ausgestrahlten Sender TV5 und Canal France International (CFI).

#### 2.1.3.2 Hörfunk

Auch das Radio ist in Frankreich sehr beliebt.  $\frac{3}{4}$  aller Franzosen hören täglich über drei Stunden Radiosendungen an.

Die vier öffentlich-rechtlichen Hörfunksender France Inter, France Info, France Culture, Radio Bleue und FIP gehören der Gesellschaft Radio France an. Unter den privaten Sendern gibt es die drei landesweiten Vollprogrammssender RTL (Frankreichs meistgehörter Hörfunksender), Europe 1 und Radio Monte Carlo sowie zahlreiche Musik-, Sparten-, Bürger- und Regionalsender. Außerdem gibt es noch drei Auslandssender: Radio France Internationale (RFI), RMC-Moyen Orient (wird in Ländern des Nahen und Mittleren Ostens ausgestrahlt) und Medi 1 (Maghreb-Länder).

Der französische Rundfunk hat eine von der Regierung unabhängige Kontrollinstanz, den *Conseil Supérieur de l'audiovisuel*, kurz CSA.

---

<sup>13</sup> Vgl. Frankreichs Leser besinnen sich auf Qualität. Ertragsschwache Zeitungen trotz Aufwachsen. In: Neue Zürcher Zeitung. Ausgabe Nr. 185 vom 13.08.2002, S. 8

<sup>14</sup> France-diplomatie. Frankreich im Überblick.

### 2.1.4 Internet und Minitel

Auch wenn die Zahl der französischen Internetnutzer stetig wächst ist das Internet in Frankreich im Vergleich zu anderen europäischen Ländern noch nicht sehr stark verbreitet. Laut einer Erhebung des statistischen Amtes der EU (Eurostat) nutzten Anfang 2001 etwa 18 Prozent der französischen Bevölkerung das Internet.<sup>15</sup> Damit lag Frankreich nur auf dem zwölften Platz der fünfzehn EU-Staaten und auch deutlich unter dem „EU- Durchschnitt“ von 37 Prozent.

Dieser „Internet-Rückstand“ Frankreichs hängt vor allem mit der Internetkonkurrenz Minitel zusammen.<sup>16</sup> Das Teletextangebot Minitel wird seit 1982 von France Télécom angeboten. Durch seine unkomplizierte, benutzerfreundliche Bedienung wurde das Minitel in Frankreich sehr populär. Es werden unterschiedliche Dienste von einer Telefonauskunft, über Bankdienste bis hin zu Reisereservierungen angeboten. Auch E-Mail wird über das Minitel angeboten. Allerdings ist die Zukunft von Minitel gefährdet, da es einige Nachteile gegenüber dem Internet aufweist: Das System ist auf Frankreich begrenzt und eine Übertragung von Bild-, Ton-, oder Videosignalen ist nicht möglich. Trotzdem rechnen Experten mit einem Ende von Minitel nicht vor 2004.

## 2.2 Protektionismus in den französischen Medien

Protektionistische Maßnahmen findet man in der gesamten französischen Medien- und Kulturpolitik. Geht es um den Schutz der französischen Kultur und der französischen Medien, so sind sich die französischen Politiker aller Parteien einig. Das Bestreben der Politik, die französische Kultur gegen zu starke ausländische (vor allem natürlich amerikanische) Einflüsse zu schützen, reicht weit in die Vergangenheit zurück. Gerade in den letzten zehn Jahren gab es aber wieder eine Reihe von Gesetzen und Maßnahmen, die in den ausländischen Medien behandelt wurden und so das Phänomen des französischen Protektionismus in der Öffentlichkeit bekannt machten.

---

<sup>15</sup> Vgl. Europäische Internet-Union. In: Globus-Infografik vom 17.09.2001

<sup>16</sup> zum Minitel vgl. Brodersen, Hans: Neue Medien in Frankreich: Eine vorläufige Bilanz. In: Wegweiser durch die französische Medienlandschaft. Thomas Weber; Stefan Woltersdorff (Hrsg.) Marburg: Schüren 2001, S.155-159; Meise, Martin: Steiniger Weg zur Datenautobahn. Entwicklungen bei Kabel, Satellit und Multimedia in Frankreich. In: Media Perspektiven, 1995, H. 9, S. 434 f.

### 2.2.1 Protektion der französischen Sprache

Die *loi Toubon*, das Gesetz über den Gebrauch der französischen Sprache, ist eng mit den Mechanismen und Gesetzen zur Protektion der französischen Medien verbunden und wird auch dazu verwendet, die protektionistischen Maßnahmen in der französischen Medienpolitik zu legitimieren.<sup>17</sup> Die *loi Toubon*, benannt nach dem Kulturminister Jacques Toubon, entstand 1994, nachdem es in der Geschichte Frankreichs schon zahlreiche Vorläufer-Sprachgesetze gegeben hatte. Das Gesetz sieht zum einen vor, dass in speziellen Kommissionen, den sogenannten *commissions ministérielles de terminologie* Listen erstellt werden, welche französische Synonyme für fremdsprachige Begriffe beinhalten und so ein „per Gesetz kodifiziertes Französisch“<sup>18</sup> schaffen. Bei den fremdsprachigen Begriffen, die durch französische ersetzt werden sollen, handelt es sich zum größten Teil um englische, was vermuten lässt, dass durch diese Listen nicht nur die französische Sprache geschützt, sondern vor allem auch der englische Einfluss verhindert werden soll.

Einige Artikel des Sprachgesetzes beziehen sich direkt auf die Medien. So steht in Artikel 2 der *loi Toubon*, dass bei jeder Form von Reklame - also geschrieben, gesprochen oder audiovisuell – die französische Sprache gebraucht werden muss. In der *loi Toubon* ist auch festgelegt, dass bei allen Sendungen (und nicht nur bei der Werbung) in Hörfunk und Fernsehen die französische Sprache gebraucht werden muss. Außerdem wird durch die *loi Toubon* auch das Rundfunk-Gesetz *loi Carignon*<sup>19</sup> unterstützt. Ursprünglich sollte durch das Gesetz auch die Sprache in den Medien kodifiziert werden, so dass keine fremdsprachigen Ausdrücke, für die es ein französisches Synonym gibt, von den Journalisten hätten verwendet werden dürfen. Allerdings wurde diese Passage aus dem Gesetz gestrichen, nachdem sie durch den Verfassungsrat als verfassungswidrig erklärt worden waren.

---

<sup>17</sup> Zu den folgenden Ausführungen vgl. Machill, S. 95-116

<sup>18</sup> Machill, S. 102

<sup>19</sup> Vgl. 2.2.2

### 2.2.2 Protektionismus im französischen Hörfunk

In Frankreich gibt es verschiedene Mechanismen, um den französischen Chanson<sup>20</sup> zu fördern und zu schützen.<sup>21</sup> Das wichtigste Gesetz hierbei ist wohl die *loi Carignon*, welche Quoten bezüglich der Ausstrahlung französischer Chansons festlegt. Die *loi Carignon* wurde 1996 unter dem Kommunikationsminister Alain Carignon und dem Kulturminister Jacques Toubon eingeführt. Darin ist festgelegt, dass vierzig Prozent der im Radio ausgestrahlten musikalischen Werke *chansons d'expression française* sein müssen, d.h. Lieder, die auf französisch oder in einer französischen Regionalsprache gesungen werden. Die Nationalität des Interpreten spielt dabei keine Rolle. Ein auf französisch gesungenes Lied eines Amerikaners wäre demnach ein *chanson d'expression française*, ein Lied eines französischen Künstlers, der englisch singt, nicht. Das Gesetz stieß auf heftigen Widerstand bei den Radiosendern, und sogar der CSA hatte sich im Vorfeld gegen die Quotenregelung ausgesprochen. Es gibt aber auch noch verschiedene Mechanismen zu Förderung des französischen Chansons und der Radiostationen. Zum Beispiel gibt es den sogenannten *Fonds de Soutien à l'Expression Radiophonique (FSER)*, durch den bestimmte Radiostationen finanzielle Hilfen erhalten oder das Institut IFCIC<sup>22</sup>, welches Bürgschaften für Kredite für Musikproduktionen übernimmt.

### 2.2.3 Protektionismus im französischen Fernsehen

Auch im französischen Fernsehen gibt es analog zum Hörfunk Quotenregelungen zum Schutz französischer Produktionen.<sup>23</sup> Die ersten Forderungen nach einer Einführung von Quoten im französischen Fernsehen gab es bereits Mitte der Achtziger Jahre. Es wurde befürchtet, dass durch die große Anzahl von Fernsehsendern nach der Zulassung von unverschlüsseltem kommerziellen Fernsehen im Jahr 1985 der französische Fernsehmarkt leichter zugänglich für amerikanische Produktionen werden würde. Nach einigen Vorläuferregelungen entstanden dann 1990 die heute noch geltenden *décrets Tasca*, benannt nach

---

<sup>20</sup> Mit Chanson wird in Frankreich jede Art von Unterhaltungsmusik mit Text bezeichnet. Vgl. Machill, S. 192

<sup>21</sup> Zu den folgenden Ausführungen vgl. Machill, S. 179-231

<sup>22</sup> Institut de financement du cinéma et des industries culturelles, vgl. 5.5.1

<sup>23</sup> Zu den folgenden Ausführungen vgl. Machill, S. 124-176, Hollstein, S. 41- 48

der Kommunikationsministerin Catherine Tasca. Anders als bei den Chansonquoten hatte der CSA keine Einwände gegen die Fernsehquoten. Das erste der zwei Dekrete behandelt Ausstrahlungsquoten (*quotas de diffusion*), das zweite Dekret befasst sich mit Produktionsquoten (*quotas de production*). Beide Dekrete beziehen sich sowohl auf Fernsehproduktionen (*œuvre audiovisuelle*)<sup>24</sup> als auch auf Kinoproduktionen (*œuvre cinématographique*). Das erste Dekret besagte ursprünglich, dass 50 Prozent der im Fernsehen ausgestrahlten Fernseh- und Kinoproduktionen französisch sein müssen und 60 Prozent europäisch – wobei die 50 Prozent in den 60 Prozent enthalten sind. Allerdings stieß diese sehr strenge Regelung auf Widerstand der Europäischen Kommission, da sie den übrigen europäischen Film gegenüber dem französischen benachteiligte, und nicht mit dem EG-Recht, das freien Wettbewerb vorsah,<sup>25</sup> vereinbar war. Daher wurde der Anteil französischer Filme 1992 auf 40 Prozent herabgesetzt, so dass seitdem 20 Prozent europäische Filme, die nicht französisch sind, ausgestrahlt werden müssen.

Das zweite Dekret bietet den Fernsehsendern zwei Möglichkeiten an, die Produktionsquoten zu erfüllen: Für die Fernsehsender gibt es die Möglichkeit, 15 Prozent ihres Jahresumsatzes für den Kauf französischer Produktionen zu verwenden und zusätzlich 120 Stunden französische oder europäische Neuproduktionen zu senden oder die Möglichkeit, 15 Prozent ihres Jahresumsatzes für den Kauf von französischen und fünf Prozent für den Kauf von europäischen Produktionen aufzuwenden. Ursprünglich bezogen sich die 120 Stunden nur auf französische Werke. Die Möglichkeit auch europäische Werke auszustrahlen, wurde ebenfalls erst 1992 nach der Kritik der Europäischen Kommission hinzugefügt.

---

<sup>24</sup> Zu den *œuvre audiovisuelle* gehören außer wenigen Ausnahmen, wie z.B. Fernsehshows, fast alle Fernsehsendungen. Vgl. Machill, S. 126-128

<sup>25</sup> Mit der aus dem Jahr 1989 stammenden EG-Fernsehrichtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“, sollte ein gemeinsamer europäischer Binnenmarkt mit freiem Wettbewerb geschaffen werden. Es sind auch Quoten für europäische Produktionen im Fernsehen vorgesehen: Der Hauptanteil der ausgestrahlten Produktionen soll europäisch sein und 10 Prozent des Jahresumsatzes der Fernsehsender oder 10 Prozent ihrer Sendezeit soll für unabhängige europäische Produktionen aufgewendet werden. Vgl. Hollstein, S. 41 f.

Auf die Auswirkungen der Quoten auf Kinofilme (*œuvre cinématographique*) wird später noch genauer eingegangen.<sup>26</sup>

#### 2.2.4 Protektionismus in der französischen Presse

Auch für die Förderung und den Schutz der französischen Presse gibt es verschiedene Mechanismen.<sup>27</sup>

Zum einen gibt es zwei verschiedene Hilfsfonds, den *Fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger*, durch den das Erscheinen von französischen Zeitungen im Ausland unterstützt wird und einen Fonds, der Zeitungen mit geringen Werbeeinnahmen (höchstens 25 Prozent ihrer Gesamteinnahmen) hilft, wobei zwischen Fördermitteln für überregionale und regionale Zeitungen unterschieden wird.

Ein anderer Hilfsmechanismus des französischen Staates ist eine teilweise Kostenübernahme des Transports durch die staatliche Eisenbahngesellschaft SNCF und von Telefongebühren von *France Télécom*. Alle Presseprodukte werden seit 1948 für die Hälfte des normalen Preises transportiert und 50 Prozent der Telefongebühren der Korrespondenten werden übernommen, genauso wie 40 Prozent der Übertragungskosten von Faksimiles.

Es gibt aber noch zahlreiche weitere Maßnahmen, zum Beispiel billigere Tarife für Presseprodukte bei der Post (2/3 des Preises) oder Steuervorteile für Journalisten und Presseunternehmen.

Teilweise führen diese Unterstützungen des Staates zu einer Gefährdung der Unabhängigkeit der Presse. Die Einnahmen der Presseagentur *Agence France Press* (AFP) beispielsweise stammen zu 50 Prozent vom Staat, was teilweise zu einer Beeinflussung durch den Staat inhaltlicher Art und auch zu einer Beeinflussung der Personalpolitik führt.

Auch in der französischen Presse wird wie in den anderen Medienbereichen versucht den Einfluss ausländischer Unternehmen zu verhindern. Ein Beispiel hierfür ist die staatliche Intervention bei dem Verkauf der Wirtschaftszeitung *Les*

---

<sup>26</sup> Vgl. 5.8

<sup>27</sup> Zu den folgenden Ausführungen vgl. Machill, S. 281-347

*Echos* 1988 an die britische Verlagsgruppe Pearson. Der französische Finanzminister Edouard Balladur versuchte den Verkauf der Tageszeitung an das ausländische Unternehmen zu verhindern. Zwar kam es schließlich doch zu einer Übernahme, aber die Haltung des französischen Staates (und auch die der Öffentlichkeit) war sehr deutlich geworden.

## 3 Der französische Filmmarkt

### 3.1 Kurzer geschichtlicher Rückblick

Frankreich gilt als Mutterland des Films und des Kinos.<sup>28</sup> Die erste Projektion von Flimmerbildern fand am 28. Dezember 1895<sup>29</sup> durch die Brüder Lumière in Paris statt. Mit Filmunternehmen wie die von Leon Gaumont und Charles Pathé bestand in Frankreich bereits um die Jahrhundertwende eine florierende Filmwirtschaft. Französische Filme wurden weltweit exportiert, auch in die USA. Die französische Filmwirtschaft entwickelte sich bis 1914 zur größten weltweit. Nach dem ersten Weltkrieg kam es jedoch zu einer Krise der Filmwirtschaft in Frankreich. Der Anteil an Produktionen ging zurück und US-amerikanische Filme eroberten den französischen Markt. 1928 wurde der Anteil ausländischer Filme in Frankreich auf 90 Prozent geschätzt.<sup>30</sup> Schon zu dieser Zeit wurden erstmals protektionistische Maßnahmen von der französischen Regierung angekündigt.

Während der deutschen Besatzungszeit im Zweiten Weltkrieg stabilisierte sich der französische Filmmarkt. Deutsche und französische Filme beherrschten den Markt, amerikanische Filme hatten keinen Zugang. 1940 wurde mit dem *Centre d'Organisation de l'industrie Cinématographique* (COIC) eine Institution zur Reglementierung der Filmwirtschaft gegründet. Eine Aufgabe des COIC war die Förderung der Produktion von Kurz- und Dokumentarfilmen. Das COIC gewährte auch Darlehen für Filmproduktionen. 1941 wurde das *Crédit National* gegründet, welches Filmproduzenten Kredite vergab, die durch den staatlichen Filmförderungsfonds *Fonds de Développement Economique et Social* (FDES) finanziert wurden.

---

<sup>28</sup> Zu den folgenden Ausführungen vgl. Hollstein, S. 18-22

<sup>29</sup> Forest, Claude: *Les dernières séances. Cent ans d'exploitation des salles de cinéma*. Paris: CNRS 1995, S. 21

<sup>30</sup> Vgl. Machill, S.234

Nach dem Zweiten Weltkrieg konnten die US-amerikanischen Filme den französischen Markt nach und nach wiedergewinnen. 1946 wurden die sogenannten *accords Blum-Byrnes* zwischen Léon Blum von der provisorischen Regierung Frankreichs und dem US-Außenhandelsminister James F. Byrnes abgeschlossen. Als Gegenleistung für Frankreichs Schuldenerlass und Wirtschaftshilfen in Höhe von 650 Millionen Dollar durften künftig französische Filme nur noch für 16 Wochen im Jahr gespielt werden. In den übrigen 36 Wochen wurden ausländischen Filme, also auch amerikanische gezeigt.<sup>31</sup> Das Abkommen wurde aber schon 1948 wieder aufgelöst und die Anzahl der US-amerikanischen Filme pro Jahr wurde auf 120 begrenzt. Gleichzeitig wurden die ersten Filmförderungsmaßnahmen der Nachkriegszeit eingeführt. Teilweise bestehen die damals eingeführten Mechanismen in abgeänderter Form auch heute noch. Auf diese wird in Kapitel 5 noch näher eingegangen.

## 3.2 Aktuelle Situation

Die französische Filmindustrie ist führend in ganz Europa und die einzige europäische, die noch mit der US-amerikanischen konkurrieren kann. Das Jahr 2001 war das erfolgreichste seit langem für den französischen Film. Mit „Le fabuleux destin d'Amélie Poulain“ führte ein französischer Film die Filmjahreshitliste an und unter den ersten fünf erfolgreichsten Filmen des Jahres findet man neben der britischen Produktion „Harry Potter“ noch drei weitere französische Produktionen. (siehe auch Tabelle 4)

### 3.2.1 Filmproduktion

Die Anzahl der produzierten Filme in Frankreich lag in den letzten zehn Jahren bei durchschnittlich 160.<sup>32</sup> Damit liegt es deutlich über dem Schnitt der anderen europäischen Länder, vor Italien (100), Großbritannien (88), Spanien (73) und

---

<sup>31</sup> Hierzu und im Folgenden vgl. Jarothé, S. 100-102

<sup>32</sup> Vgl. CNC info N° 283. Bilan 2001. (Synthèse Mai 2002). La production cinématographique. URL: [http://www.cnc.fr/cncinfo/283/prod\\_cine.htm](http://www.cnc.fr/cncinfo/283/prod_cine.htm), Zugriff am 08.10.2002

Deutschland (66).<sup>33</sup> Im Jahr 2001 lag die Anzahl der produzierten Filme in Frankreich mit 204 zum ersten mal seit 1981 wieder über 200. Von den 204 produzierten Filmen waren 172 „französischer Initiative“ (*films d'initiative française*): 126 zu 100 Prozent französische Produktionen und 46 Koproduktionen mit ausländischer Mehrheit.<sup>34</sup>

### 3.2.2 Besucherzahlen

Auch bei den Besucherzahlen liegt Frankreich im europäischen Vergleich im vorderen Bereich. In den letzten zehn Jahren verzeichnete Frankreich jedes Jahr die höchsten absoluten Eintrittszahlen, beim Vergleich der durchschnittlichen Anzahl der Kinobesuche pro Einwohner, lag es 2001 allerdings hinter Spanien. Im Schnitt besuchte 2001 jeder Franzose 3,14 mal einen Kinofilm, in Spanien lag die durchschnittliche Anzahl der Kinobesuche pro Einwohner bei 3,66, in Großbritannien bei 2,61, in Deutschland bei 2,16 und in Italien bei 1,85.<sup>35</sup>

2001 wuchsen die Besucherzahlen in Frankreich mit 186 Millionen um zwölf Prozent gegenüber dem Vorjahr. Damit setzte sich das stetige Wachstum der Kinobesucherzahlen fort, welches man in den letzten zehn Jahren feststellen konnte. (siehe Tabelle 1)

Tabelle 1: Kinobesucherzahlen in Frankreich <sup>36</sup>

Jahr	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Filmbesuche in Millionen	115	133	124	130	137	149	170	154	166	186

Dieses Ansteigen der Kinobesuche hängt laut CNC unter anderem mit der Einführung besonderer Kinoabonnements zusammen.<sup>37</sup> Ein solches Abonnement

<sup>33</sup> Nach Lange, André; Newman-Baudais, Susan (Hrsg.): Focus 2002. World Film Market Trends. A report by the European Audiovisual Observatory.  
URL: [http://www.obs.coe.int/online\\_publication/reports/focus2002.pdf](http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/focus2002.pdf), Zugriff am 09.10.2002

<sup>34</sup> Vgl. CNC info N° 283. Bilan 2001. (Synthèse Mai 2002). La production cinématographique.

<sup>35</sup> Focus 2002

<sup>36</sup> Nach Homepages des CNC. Statistiques annuelles 2001. Frequentation.

URL: [http://www.cnc.fr/d\\_stat/fr\\_d.htm](http://www.cnc.fr/d_stat/fr_d.htm), Zugriff am 08.10.2002

Die „Ausreißer“ 1993 und 1998 sind auf die außerordentlichen Erfolge der beiden Kassenschlager „Les Visiteurs“ (1993) und „Titanic“ (1998) zurückzuführen.

führte im Jahr 2000 zuerst das Unternehmen UCG mit seiner „Carte Illimitée“ ein: Für monatlich 16, 5 Euro erhält der Besitzer Zugang zu beliebig vielen Kinofilmen. Die zuerst sehr umstrittene Karte hat sich bewährt. Inzwischen bieten auch die Konkurrenzunternehmen Gaumont (zusammen mit MK2) und Pathé ähnliche Karten an.<sup>38</sup> Ein anderer Grund für die stetig steigenden Besucherzahlen ist laut CNC aber auch die Zunahme der modernen Multiplexkinos in Frankreich. Diese machen durch ihre modernen Säle und ihre Gastronomieangebote den Kinobesuch wieder zu einem Erlebnis. Allerdings werden in Multiplexen vor allem kommerziell ausgerichtete Kinofilme gezeigt, die ein großes Publikum anlocken. Da es sich bei solchen Filmen meistens um Hollywood-Produktionen handelt, können durch die Multiplexe vor allem amerikanische Produktionen mehr Eintritte verzeichnen.<sup>39</sup>

Trotzdem ist der Anteil der französischen Produktionen an den besuchten Kinofilmen in Frankreich bemerkenswert hoch, im Schnitt lag er in den letzten zehn Jahren bei ungefähr 33 Prozent, der der amerikanischen Produktionen bei ungefähr 57 Prozent und der der übrigen europäischen bei 7 Prozent.<sup>40</sup> Im Jahr 2001 lag der Anteil französischer Filme bei 39 Prozent, im ersten Trimester 2002 sogar bei 51 Prozent. Verglichen mit den nach Frankreich vier wichtigsten europäischen Ländern im Bereich der Filmwirtschaft Italien (2001: 19 Prozent), Spanien (2001: 18 Prozent), Deutschland (2001: 16 Prozent) und Großbritannien (2001: 12 Prozent) ist der Marktanteil nationaler Kinofilme somit extrem hoch.<sup>41</sup>

### 3.2.3 Filmverleih

Die Anzahl der erstaufgeführten Filme in Frankreich ist seit 1996 um 30 Prozent gestiegen.<sup>42</sup> Im Jahr 2001 ging die Anzahl verglichen zum Vorjahr allerdings um

---

<sup>37</sup> Vgl. CNC info N° 283. Bilan 2001. (Synthèse Mai 2002). Les films en salles. URL: [http://www.cnc.fr/cncinfo/283/films\\_salles.htm](http://www.cnc.fr/cncinfo/283/films_salles.htm)

<sup>38</sup> Vgl. Zitzmann, Marc: Asterix contra Sauron. Die französische Filmwirtschaft und ihre Erfolgsrezepte. In: Neue Zürcher Zeitung. Ausgabe Nr. 4 vom 07.01.2002, S. 19

<sup>39</sup> Vgl. Weber, S. 134 f.

<sup>40</sup> Vgl. 2001, millésime d'exception pour les film français. In : Le Monde vom 28.12.2001

<sup>41</sup> Focus 2002

<sup>42</sup> Zu den folgenden Ausführungen vgl. CNC info N° 283. Bilan 2001. (Synthèse Mai 2002). La distribution. URL: <http://www.cnc.fr/cncinfo/283/distribution.htm>, Zugriff am 08.10.2002

sieben Prozent zurück. Dies ist laut CNC allerdings vor allem auf den Rückgang der amerikanischen Produktionen zurückzuführen. (siehe Tabelle 2)

Tabelle 2: Erstaufgeführte Filme in Frankreich<sup>43</sup>

	Französische Filme	Amerikanische Filme	Andere	Gesamtzahl
1992	167	121	113	401
1993	154	121	113	396
1994	145	146	116	407
1995	147	139	111	397
1996	150	140	111	386
1997	151	145	98	394
1998	173	159	116	448
1999	209	179	137	525
2000	208	194	142	544
2001	204	162	140	506

Frankreichs Filmverleihmarkt zeichnet sich durch eine sehr starke Konzentration aus. 2001 erzielten zehn der Verleihunternehmen 89,5 Prozent der gesamten Einnahmen, die ersten sechs beherrschten ungefähr 66 Prozent des Markts. (siehe Tabelle 1)

Tabelle 3: Marktanteile der 10 wichtigsten Filmverleiher in Frankreich 2001<sup>44</sup>

	Verleiher	Marktanteil in %
1	UFD	15,5
2	GBVI	14,0
3	UIP	13,7
4	Warner Bros	12,6
5	Bac	10,3
6	Metropolitan	6,9
7	Mars	4,9
8	Pathé Distribution	4,8
9	Columbia Tristar	3,9
10	Europa Distribution	2,9

<sup>43</sup> Nach CNC info N° 283. Bilan 2001. (Synthèse Mai 2002). La distribution.

<sup>44</sup> Nach CNC info N° 283. Bilan 2001. (Synthèse Mai 2002). La distribution.

### 3.2.4 Filmtheater

Im Jahr 2001 gab es in Frankreich 5236 Kinosäle in 2182 Filmtheatern, 1992 waren es noch 4297 Säle in 2140 Filmtheatern.<sup>45</sup> In den letzten Jahren kam den Multiplexen eine immer größere Bedeutung zu. Von den 86 eröffneten Kinos 2001 waren sechzehn Multiplexe. Die Multiplexe konnten 2001 ungefähr vierzig Prozent der gesamten Eintritte verzeichnen. Durch die Fusion des größten Kinobetreibers Gaumont mit dem drittgrößten Kinobetreiber Pathé im Jahr 2001 gibt es nur noch zwei große Kinokonzerne in Frankreich: EuroPalace (ehemals Gaumont und Pathé) und UGC. Die inländischen Kinobetreiber beherrschten im Jahr 2001 über 36 Prozent des Kinomarktes, davon EuroPalace 14, 5 Prozent und UGC 8, 6 Prozent.

### 3.2.5 Der französische Film – Entwicklungen der letzten Jahre

„Bei uns ist jetzt eine neue Generation von Regisseuren und Drehbuchautoren am Werk. Wir haben diese traurigen Geschichten der *Nouvelle vague* satt, die nur den Kritikern der *Cahiers du cinéma* gefallen und sonst niemandem. (...) Wir sind gerade dabei, endlich diesen Mist hinter uns zu lassen und wirklich Filme für das Publikum zu drehen.“ (Jean-Pierre Jeunet)<sup>46</sup>

Denkt man an das französische Kino fällt einem wohl zuerst der Autorenfilm ein, der in der Filmkritik im In- und Ausland nach wie vor die größte Rolle spielt.<sup>47</sup> Der Begriff des Autorenfilms kam in den Fünfziger Jahren auf und bedeutete, dass der Filmemacher Drehbuchautor und Regisseur in einem war. Zu dieser rein technischen Definition kam aber noch der künstlerischer Anspruch des Filmemachers, dem Film seine eigene Handschrift zu verleihen.<sup>48</sup> Damals brachten eine Reihe junger Regisseure wie Claude Chabrol, Jacques Rivette, Jean La Pucelle, Eric Rohmer, Alain Resnais und Francois Truffaut neue Ideen in ihren Filmen auf, wobei sie sich stark an den Theorien André Bazins, des Grün-

---

<sup>45</sup> Zu den folgenden Ausführungen vgl. CNC info N° 283. Bilan 2001. (Synthèse Mai 2002). L'exploitation. URL: <http://www.cnc.fr/cncinfo/283/exploitation.htm>, Zugriff am 08.10.2002

<sup>46</sup> Wolf, Martin: Hollywood war ein Alptraum. In: Der Spiegel, 2001, H. 33, S.166

<sup>47</sup> Weber, S. 139

<sup>48</sup> Vgl. Jarothe, S. 49 m. Anm.

ders der Zeitschrift *cahiers du cinéma* orientierten. Viele der Regisseure dieser Zeit, der sogenannten *Nouvelle vague* drehen noch bis heute regelmäßig Filme und finden nach wie vor die Unterstützung der Filmkritiker, vor allem die der *cahiers du cinéma*.<sup>49</sup> Heute wird der Begriff meistens für Filme verwendet, die sich vom allgemeinen Mainstream abheben, wobei die Grenzen zwischen Autorenfilm und Mainstream-Film oft fließend sind.

Auch wenn der Autorenfilm in der französischen Presse nach wie vor eine große Rolle spielt und vor allem die Filme der ehemaligen *Nouvelle vague*-Regisseure gerade im Ausland als typisch französisch angesehen werden, trägt der Autorenfilm nur einen kleinen Teil zum wirtschaftlichen Erfolg der Filmindustrie bei. Zwar gibt es immer noch eine Reihe junger Autorenfilmer, doch große kommerzielle Erfolge kann der Autorenfilm seit den Achtziger Jahren nicht mehr erzielen, da das Publikum lieber kommerziell ausgerichtete Filme besucht.<sup>50</sup>

Es gibt auch den Trend einiger junger französischer Regisseure weg vom Autorenfilm hin zu etwas publikumswirksameren Filmen. Zu diesen zählt beispielsweise Jean-Pierre Jeunet (siehe das diesen Abschnitt einleitende Zitat), dessen Film „Le fabuleux destin d'Amélie Poulain“ im Jahr 2001 knapp neun Millionen Zuschauer in die Kinos lockte und somit auf Platz Eins der Jahresfilmhitliste kam. Ähnlich erfolgreich waren auch die satirische Komödie „La vérité si je mens 2!“ von Thomas Gilou, die im selben Jahr 7,5 Millionen Besucher zählte, oder die Komödie über den Nesthocker „Tanguy“ von Etienne Chatiliez.<sup>51</sup> Diese Regisseure schaffen es, populäre Filme zu drehen, die nicht nur für ein intellektuelles Publikum bestimmt sind, sich aber dennoch von völlig kommerziell ausgerichteten Hollywoodfilmen unterscheiden.<sup>52</sup>

Eine wirklich kommerziell ausgerichtete erfolgreiche Komödie ist beispielsweise „Les Visiteurs“ von Jean-Marie Poiré. Dieser Film erzielte im Jahr 1993 Besu-

---

<sup>49</sup> Vgl. Weber, S. 140

<sup>50</sup> Vgl. ebd, S. 142

<sup>51</sup> s. Tabelle 4

<sup>52</sup> Vgl. Jetschin, Bernd: Europas Film nicht ins Ghetto drängen. In: Filmecho/Filmwoche, 2002, H. 1, S. 14 f.

cherzahlen in der Höhe von 13,5 Millionen und kam so vor „Jurassic Park“ (nur 6,5 Millionen) auf den ersten Platz der Filmjahreshitliste.<sup>53</sup>

Während „Les Visiteurs“ für den französischen Markt konzipiert war und mit französischen Schauspielern gedreht wurde, gibt es in letzter Zeit den Trend zu teuren Filmproduktionen, die von Anfang an auch auf den ausländischen Markt ausgerichtet sind.

Für den europäischen Markt bestimmt sind zum Beispiel die in deutsch-französischen Koproduktionen entstandenen Asterix-Verfilmungen. „Asterix et Obelix contre César“ von Claude Zidi, der mit 46 Millionen Euro produziert und somit der bis dahin teuerste französische Film überhaupt wurde, erzielte Besucherzahlen in Höhe von knapp neun Millionen und wurde somit der erfolgreichste Film 1999 in Frankreich.<sup>54</sup> Die Anfang dieses Jahres angelaufene zweite Reilverfilmung der Comics, „Asterix & Obelix: Mission Cléopâtre“ von Alain Chabat, konnte den Erfolg mit knapp vierzehn Millionen Besuchern sogar noch übertreffen.<sup>55</sup>

Für ein internationales Publikum bestimmt sind beispielsweise „Taxi“ und „Taxi 2“ von Gerard Krawczyk oder der Fantasy-Film „Le Pacte des loups“ von Christophe Gans, der auf den vierten Platz der französischen Jahresfilmhitliste 2001 kam.<sup>56</sup> Großen Erfolg haben auch die Filme des Kultregisseurs Luc Besson, die sich kaum noch von Hollywood-Filmen unterscheiden. Seinen internationalen Durchbruch schaffte Besson im Jahr 1990 mit dem Film „Le Grand Bleu“.<sup>57</sup> Sein Film „Le cinquième élément“ (mit US-Filmstar Bruce Willis) schaffte es 1997 mit 7,6 Millionen Eintritten an die Spitze des französischen Box-Office. Allerdings ist er spätestens, seitdem er für das amerikanische Remake seines Films „Nikita“ (aus dem Jahr 1990) selbst Regie führte, in Frankreich sehr umstritten, da er sich nach Meinung vieler Franzosen zu sehr an Hollywood orien-

---

<sup>53</sup> Weber, S. 143

<sup>54</sup> Asterix und Obelix: Mission Cleopatra. In: Filmdienst, 2002, H. 5, S. 22

<sup>55</sup> Asterix und Obelix schlagen sie alle. URL: <http://www.film.de/html/2282.shtml>, Zugriff am 09.10. 2002

<sup>56</sup> s. Tabelle 4

<sup>57</sup> Weber, S. 145

tiert.<sup>58</sup> Im Jahr 1999 erregte er auch mit seinem Film „Jeanne d’Arc“ die Gemüter der Franzosen, da er ausgerechnet die Legende der Nationalheldin mit internationaler Besetzung in englischer Sprache drehte und der Film sogar in Frankreich nur in Originalsprache mit Untertiteln lief.<sup>59</sup>

Beliebt waren in den Neunziger Jahren auch noch die mit einem etwas höheren Budget produzierten Literaturverfilmungen oder historischen Filme. Zum Beispiel „La reine Margot“ (1993), „Cyrano de Bergerac“ (1990) oder „Germinal“ (1993).<sup>60</sup>

Tabelle 4: Die 20 meistbesuchten Filme in Frankreich 2001<sup>61</sup>

	Originaltitel	Nationalität	Besuche in Millionen
1	Le fabuleux destin d’Amélie Poulain	FR/DE	8,85
2	La vérité si je mens 2 !	FR	7,46
3	Harry Potter and the Sorceror’s Stone	US	6,30
4	Le Pacte des loups	FR	5,58
5	Le Placard	FR	5,29
6	Shrek	US	4,02
7	Planet of the Apes	US	3,87
8	What Women Want	US	3,52
9	Lord of the Rings: Fellowship of the Ring	NZ	3,45
10	Atlantis: The Lost Empire	US	3,32
11	American Pie 2	US	3,27
12	Yamakasi	FR	3,22
13	Bridget Jones’s Diary	GB	3,21
14	102 Dalmatians	US	3,15
15	Tanguy	FR	3,03
16	Hannibal	US	2,78
17	Lara Croft: Tomb Raider	US	2,55
18	Scary Movie 2	US	2,53
19	Unbreakable	US	2,50
20	Belphégor, le fantôme du Louvre	FR	2,48

<sup>58</sup> Ebd., S. 145

<sup>59</sup> Höhn, Jan: Eine Lanze für Frankreich. In: Berliner Morgenpost vom 15.11.1999, S. 19

<sup>60</sup> Weber, S. 142

<sup>61</sup> nach Homepages des CNC. Statistiques annuelles 2001. Box-office.  
URL : [http://www.cnc.fr/d\\_stat/fr\\_d.htm](http://www.cnc.fr/d_stat/fr_d.htm), Zugriff 09.10.2002; Originaltitel nach Focus 2002

### **3.2.6 Zusammenfassung**

Frankreich musste sich schon früh mit der Internationalisierung der USA im Bereich der Filmindustrie auseinandersetzen und führte deshalb früher als andere Länder erste protektionistische Maßnahmen ein.

Das Geburtsland des Kinos hat auch heute noch eine der wichtigsten Filmindustrien der Welt. Der Erfolg des französischen Films zeigt sich in allen Bereichen der französischen Filmindustrie. Frankreichs Filmproduktionszahlen sind die höchsten in Europa und in den letzten Jahrzehnten konstant geblieben. Auch die Besucherzahlen wuchsen in den letzten zehn Jahren stetig an. Der Marktanteil an französischen Produktionen ist im Vergleich zu den übrigen europäischen Ländern extrem hoch und Frankreichs Filmlandschaft zeichnet sich durch eine Vielfalt an unterschiedlichen Produktionen aus, die vom anspruchsvollen Autorenkino bis hin zu internationalen Koproduktionen mit hohen Budgets reichen.

## 4 Erfolg französischer Filme im Ausland

In den vorangegangenen Kapiteln wurde deutlich, wie erfolgreich der französische Film in Frankreich ist. Doch wie erfolgreich ist der französische Film im Ausland? Erzielen die teureren Produktionen mit internationaler Starbesetzung auch im Ausland hohe Besucherzahlen oder sind sogar die „kleineren“ französischen Filme im Ausland erfolgreich? 80 Prozent der Kinobesuche von französischen Filmen im Ausland finden auf dem europäischen Markt statt, gefolgt von Nordamerika mit 11 Prozent<sup>62</sup>, daher werde ich im folgenden den Erfolg des französischen Films anhand der Besucherzahlen in den Europäischen Ländern und den USA untersuchen.

### 4.1 Europäische Länder

Sieht man sich die Filmhitlisten der erfolgreichsten Filme in Europa an, so findet man in den letzten Jahren immer wieder französische Filme im vorderen Bereich. Oft sind französische Filme sogar die erfolgreichsten europäischen Filme in Europa, sie werden höchstens von britischen Produktionen geschlagen. Allerdings bedeutet ein vorderer Platz in diesen Listen nicht zwingend, dass der Film auch in vielen europäischen Ländern erfolgreich war. Oft erzielten französische Filme nämlich nur in Frankreich extrem hohe Besucherzahlen, was dann schon zu einem vorderen Platz reicht. Erfolgreiche britische Produktionen locken hingegen meistens in mehreren Ländern Besucher in die Kinos.

Ein Film der auch im Ausland erfolgreich war, ist zum Beispiel Luc Bessons „Le Cinquième Élément“, welcher 1997 auf den vierten Platz der meistbesuchten Filme in Europa hinter den US-Produktionen „Men in Black“ und „Lost World“ und der britisch-amerikanischen Koproduktion „Bean“ kam.<sup>63</sup> Zwar erzielte der Film die meisten Besuche in seinem Herkunftsland Frankreich, doch auch im übrigen Europa, vor allem in den „Kinoländern“ Deutschland, Italien, Großbri-

---

<sup>62</sup> Homepage von Unifrance. Unifrance. Le cinéma français en France et à l'étranger. URL: <http://www.unifrance.org/apropos/apropos2.asp?CommonUser=&Istrubrique=1&langue=21004>, Zugriff am 09.10.2002

<sup>63</sup> Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (1999), S. 106

tannien und Spanien war er erfolgreich. (siehe Abbildung 1). Sogar in den USA erzielte er relativ hohe Besucherzahlen.<sup>64</sup>

Auch „Asterix et Obelix contre César“ war im europäischen Ausland erfolgreich, vor allem im Koproduktionsland Deutschland, wo der Film mit 3,5 Millionen auf dem neunten Platz der Jahresfilmliste 1999 lag.<sup>65</sup> Aber auch in Spanien (3 Millionen) Italien (1,3 Millionen), Belgien (660000), Griechenland (530000) und Portugal (520000) erzielte er hohe Besucherzahlen. Insgesamt besuchten den Film in Europa von 1999 bis 2001 fast 22 Millionen Zuschauer. In Großbritannien war der Film mit 88000 Besuchern allerdings alles andere als erfolgreich. Wahrscheinlich sind die Asterix-Comics dort nicht so populär.<sup>66</sup>

Auch der meistbesuchte Film des letzten Jahres in Frankreich, „Le fabuleux destin d'Amélie Poulain“, konnte im Ausland Erfolge erzielen. Im Jahr 2001 besuchten ihn in ganz Europa 15,5 Millionen Zuschauer, wobei er 2002 weiterhin läuft.<sup>67</sup>

---

<sup>64</sup> S. Kap. 4.2

<sup>65</sup> Homepage der Filmförderungsanstalt FFA. Filmlisten. Jahresliste 1999.  
URL: <http://www.filmfoerderungsanstalt.de/>, Zugriff am 10.10.2002

<sup>66</sup> Filmdatenbank Lumière. Asterix et Obelix contre César.  
URL: [http://lumiere.obs.coe.int/web/DE/film\\_stats.php?film\\_id=12007](http://lumiere.obs.coe.int/web/DE/film_stats.php?film_id=12007), Zugriff am 07.10.2002

<sup>67</sup> Filmdatenbank Lumière. Le fabuleux destin d'Amélie Poulain.  
URL: [http://lumiere.obs.coe.int/web/DE/film\\_stats.php?film\\_id=17146](http://lumiere.obs.coe.int/web/DE/film_stats.php?film_id=17146), Zugriff am 07.10.2002

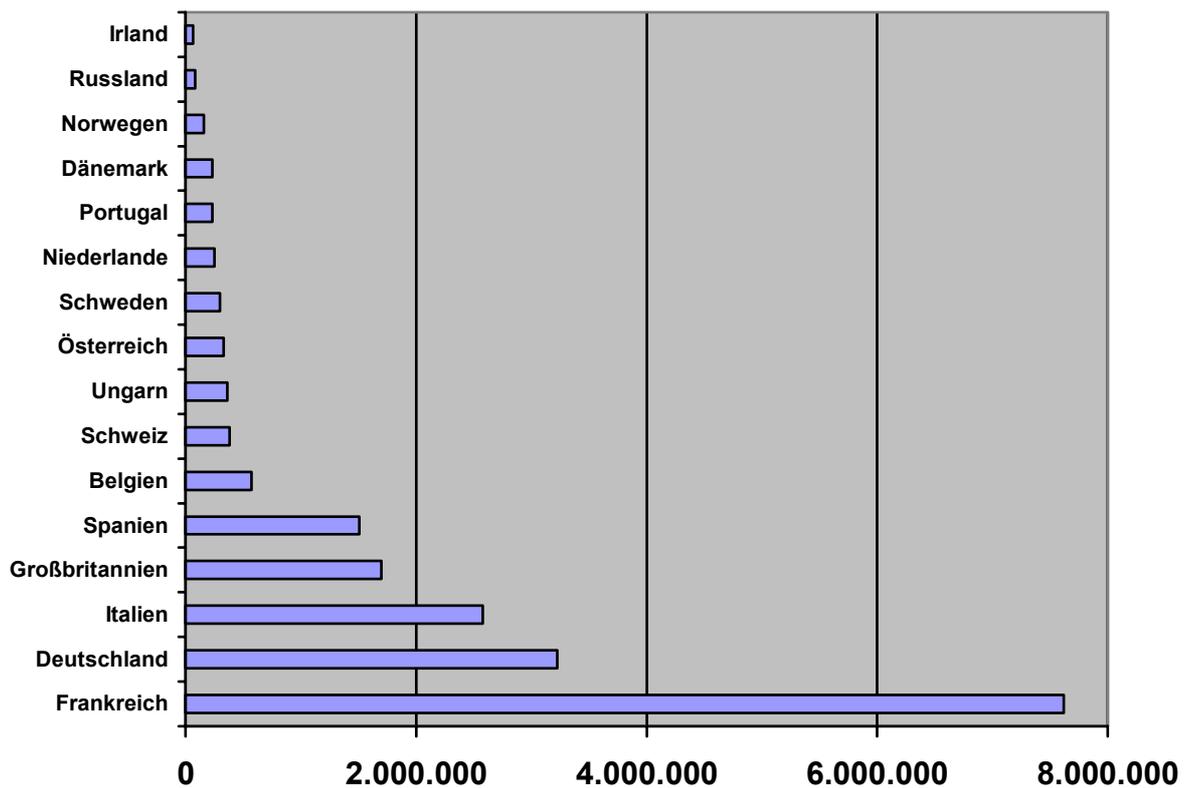


Abbildung 1: Besucherzahlen von "Le Cinquième Élément" 1997<sup>68</sup>

Andere Filme, die in Frankreich auch sehr erfolgreich sind, konnten jedoch im Ausland kaum Erfolge erzielen. Dazu zählen zum Beispiel die Komödien „La verité si je mens“ (siehe Abbildung 2) und „La verité si je mens 2“. Der erste Teil erzielte 1997 in Frankreich Besucherzahlen in Höhe 4,7 Millionen, der zweite erzielte 7,7 Millionen im Jahr 2001. In ganz Europa erreichten sie 4,9 Millionen bzw. 7,9 Millionen, also jeweils nur 200 000 Besucher mehr im gesamten restlichen Europa als allein in Frankreich.<sup>69</sup> Auch die Komödie „Pedale douce“ aus dem Jahr 1996 konnte in Frankreich über 4 Millionen Besuche erzielen und konnte es so mit Roland Emmerichs Film „Independence Day“ aufnehmen, wel-

<sup>68</sup> Nach Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (1999), S. 106 f.

<sup>69</sup> Filmdatenbak Lumière. La verité si je mens.  
 URL : [http://lumiere.obs.coe.int/web/DE/film\\_stats.php?film\\_id=9061](http://lumiere.obs.coe.int/web/DE/film_stats.php?film_id=9061), Zugriff am 07.10.2002;  
 Filmdatenbak Lumière. La verité si je mens 2.  
 URL : [http://lumiere.obs.coe.int/web/DE/film\\_stats.php?film\\_id=17971](http://lumiere.obs.coe.int/web/DE/film_stats.php?film_id=17971), Zugriff am 07.10.2002

cher im gleichen Jahr nur 1, 5 Millionen mehr Zuschauer hatte.<sup>70</sup> In den übrigen europäischen Ländern erlangte er zusammen nur 380000 Besuche.<sup>71</sup>

Sieht man sich die Besucherzahlen dieser Filme an, fällt auf, dass die Besucherzahlen in Belgien und der Schweiz im Vergleich zu den anderen Ländern etwas höher sind. Dies ist wahrscheinlich darauf zurückzuführen, dass es sich um Ländern handelt, in denen französisch gesprochen wird. (Vgl. Abbildung 2)

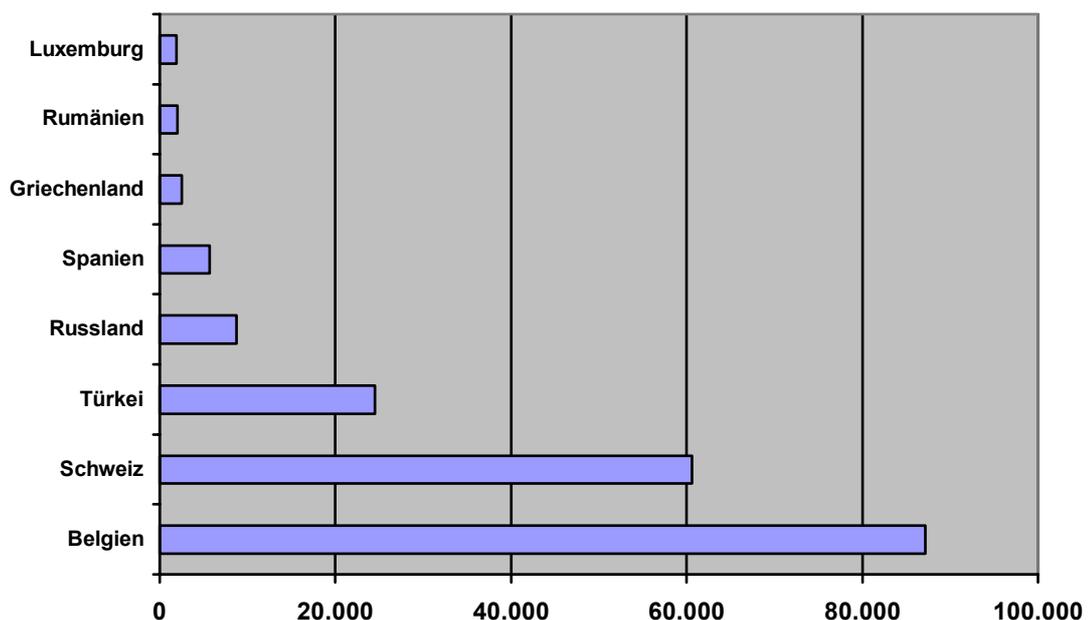


Abbildung 2: Besucherzahlen von "La vérité si je mens" 1997-2001<sup>72</sup>

Ein Vergleich der Aufteilung der Kinobesuche in den europäischen Ländern der Filme „Le Cinquième Élément“ und „La vérité si je mens“ verdeutlicht den unterschiedlichen Erfolg im europäischen Ausland. (siehe Abbildung 3 und Abbildung 4) Während bei dem Film „La vérité si je mens“ 96 Prozent in Frankreich erzielt wurden und nur 4 Prozent im übrigen Europa, erzielte „Le Cinquième Élément“ in Frankreich nur 39 Prozent der gesamten Besuche und der Anteil der Besu-

<sup>70</sup> Vgl. Weber, S. 143

<sup>71</sup> Filmdatenbank Lumière. Pédale douce.  
URL: [http://lumiere.obs.coe.int/web/DE/film\\_stats.php?film\\_id=4364](http://lumiere.obs.coe.int/web/DE/film_stats.php?film_id=4364), Zugriff am 07.10.2002

<sup>72</sup> Nach Filmdatenbank Lumière. La vérité si je mens.  
Ohne Frankreich, wo er 4769000 Besuche erzielte.

cherzahlen lag in Deutschland, Italien, Spanien und Großbritannien mit 8 bis 16 Prozent auch noch relativ hoch.

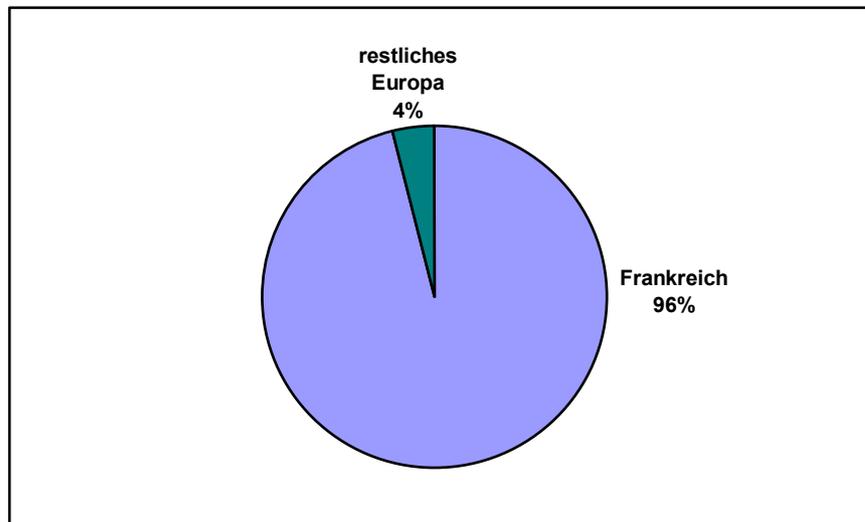


Abbildung 3: Kinobesuch-Aufteilung von "La vérité si je mens" 1997-2001<sup>73</sup>

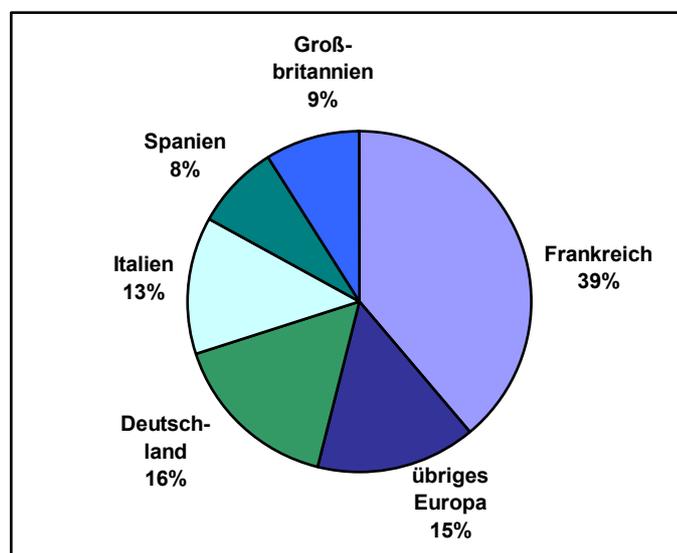


Abbildung 4: Kinobesuch-Aufteilung von "Le Cinquième Élément" 1997<sup>74</sup>

<sup>73</sup> Nach Filmdatenbank Lumière. La vérité si je mens.

<sup>74</sup> Nach Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (1999), S. 108

## 4.2 USA

Der Marktanteil europäischer Filme in den USA lag in den letzten Jahren zwischen drei und vier Prozent. Den höchsten Anteil daran machten Produktionen aus Großbritannien aus, was aber auch daran liegt, dass zu diesen auch die amerikanisch-britischen Koproduktionen zählen. Von wirklichen Erfolgen kann man also bei einem durchschnittlichen Marktanteil der französischen Filme von 0,4 Prozent kaum sprechen.

Relativ erfolgreich in den USA war in den letzten Jahren zum Beispiel der mit US-Star Bruce Willis gedrehte Film „Le Cinquième Element“, der mit über 13 Millionen Besuchern der meistbesuchte europäische Film 1997 in den USA wurde.<sup>75</sup> „Jeanne d’Arc“, einen weiteren Film von Luc Besson, besuchten 1999 hingegen nur 2,8 Millionen US-Amerikaner, womit er nur auf den siebten Platz der erfolgreichsten europäischen Filme in den USA gelangte.<sup>76</sup> Im Jahr 1996 erzielte die italienisch-französische Koproduktion „Il Postino“ Besucherzahlen in Höhe von 12,5 Millionen und wurde nur von dem britischen Film „Trainspotting“ geschlagen.<sup>77</sup> Romans Polanskis in französisch-spanischer Koproduktion entstandener Film „Le neuvième porte“ kam mit 3,4 Millionen Besuchern im Jahr 2000 immerhin auf den dritten Platz hinter die amerikanisch-britischen Koproduktionen „Chicken Run“ und „High Fidelity“.<sup>78</sup> „Le fabuleux destin d’Amélie Poulain“ hatte 2001 über 3 Millionen Kinobesucher in den USA, wobei der Film wahrscheinlich 2002 noch weiter in den USA läuft.<sup>79</sup>

## 4.3 Fazit

In Europa und den USA ist der französische Film der erfolgreichste europäische nach dem britischen. Allerdings haben in den USA und in Europa die US-amerikanischen Filme jeweils den mit Abstand höchsten Marktanteil.

---

<sup>75</sup> Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (1998), S. 106

<sup>76</sup> Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (2000), S. 125

<sup>77</sup> Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (1998), S. 105

<sup>78</sup> Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (2001), S. 99

<sup>79</sup> Filmdatenbank Lumière. Le fabuleux destin d’Amélie Poulain.

Die Marktanteile französischer Filme in den USA sind so gering, dass sie kaum ins Gewicht fallen. In den Achtziger Jahren warf der französische Kulturminister den USA Protektionismus vor. Nach seiner Meinung hätten es ausländische Filme in den USA schwer, da die amerikanischen Verleiher sie zum einen nicht in ihr Programm aufnehmen würden und sie zum anderen nur selten oder schlecht synchronisiert würden.<sup>80</sup>

Französische High-Budget-Produktionen wie „Le Cinquième Élément“ sind in vielen europäischen Ländern erfolgreich und erzielen vor allem in den Kinoländern Italien, Deutschland, Großbritannien und Spanien hohe Besucherzahlen. „Kleinere“ Filme haben es dort hingegen oft schwerer.

Einem kontinuierlichen Marktanteil über 3 Prozent hat Frankreich allerdings noch in den französischsprachigen europäischen Ländern und in manchen osteuropäischen Ländern wie Bulgarien oder Jugoslawien.<sup>81</sup>

---

<sup>80</sup> Vgl. Machill, S. 251

<sup>81</sup> Vgl. Homepage von Unifrance. Unifrance. Le cinéma français en France et à l'étranger.  
URL : <http://www.unifrance.org/apropos/apropos2.asp?CommonUser=&Istrubrique=1&langue=21004>, Zugriff am 08.10.2002

## 5 Förderung und Protektionismus der französischen Filmwirtschaft

Die florierende Filmwirtschaft Frankreichs und der hohe Marktanteil französischer Produktionen ist vor allem auf eine große Anzahl staatlicher Filmförderungs- und Protektionsmaßnahmen zurückzuführen.

Wie bereits in Kapitel 3.1 beschrieben gab es in Frankreich schon immer das Bedürfnis, sich mit protektionistischen Maßnahmen gegen die „Amerikanisierung“ der Filmwirtschaft zu wehren, und die ersten staatlichen Interventionen in die Filmwirtschaft fanden im Vergleich zu anderen Ländern sehr früh statt. Der „Förder- und Schutzvorsprung“<sup>82</sup>, den Frankreich dadurch gegenüber anderen Ländern erhielt, zeigt sich auch heute noch.

### 5.1 CNC

Die wichtigste Rolle innerhalb der Filmförderung spielt wohl das *Centre National de la Cinématographie* (CNC) – die zentrale, staatliche Institution zur Steuerung und Kontrolle der Filmwirtschaft. Das am 25. Oktober 1946 gegründete CNC ist die Nachfolge-Institution des COIC<sup>83</sup> und untersteht dem Ministerium für Kultur und Kommunikation, sein Direktor ist David Kessler.

Die wichtigsten Aufgaben des *Centre National de la Cinématographie* sind

- die Regelung und
- die Unterstützung der Kinoindustrie, der audiovisuellen Industrie und der Multimediaindustrie
- die Förderung des Kinos und der audiovisuellen Medien und ihre Verbreitung bei allen Zuschauergruppen

---

<sup>82</sup> Hollstein, S. 24

<sup>83</sup> Vgl. 3.1

- der Schutz und die Verbreitung des kinematographischen Erbes<sup>84</sup>

Ein wichtiges Mittel des CNC ist hierbei der *compte de soutien*.

## 5.2 compte de soutien

Der vom CNC verwaltete Filmförderungsfond *Compte de soutien financier de l'industrie cinématographique et de l'industrie de programmes audiovisuel* - kurz *compte de soutien* - ist in zwei Sektionen gegliedert: Die Kinosektion *soutien financier de l'industrie cinématographique* und die Fernsehsektion *soutien financier de l'industrie des programmes audiovisuels*.<sup>85</sup>

Im Jahr 2001 betrug das Budget des gesamten *compte de soutien* ungefähr 438 Millionen Euro, das der Kinosektion 277 Millionen Euro und das der Fernsehsektion 211 Millionen Euro.<sup>86</sup>

Wichtigste Einnahmequelle des gesamten *compte de soutien* ist die *Taxe Spéciale Additionnelle (TSA)*, eine Steuer, die auf Kinoeintrittskarten, die Umsätze der Fernsehanstalten und die der Videoverleiher und Videoverkaufsstellen erhoben wird. Seit 1948 wird auf jede verkaufte Kinoeintrittskarte eine Steuer erhoben. Da die TSA auch auf Kinotickets für ausländische Filme erhoben wird, finanziert Hollywood mittelbar den französischen Film mit. Die Einnahmen (2001: 97 Millionen Euro)<sup>87</sup> von ungefähr elf Prozent jeder Eintrittskarte fließen ausschließlich in die Kinosektion des *compte de soutien*.

Die Einführung der TSA auf den Umsatz der Fernsehsender begann 1984 mit 4,5 Prozent und galt ursprünglich nur für private Fernsehanstalten. 1986 wurde sie auch den öffentlich-rechtlichen Sender auferlegt. Seit 1987 müssen alle Fernsehanstalten 5,5 Prozent ihres Jahresumsatzes in den *compte de soutien* zahlen. Diese 5,5 Prozent fließen zum einen Teil in die Fernsehsektion (2001: 210 Millionen Euro), zum anderen in die Kinosektion (2001: 118 Millionen Euro).

---

<sup>84</sup> Homepages des CNC. Présentation du CNC. URL : [http://www.cnc.fr/a\\_presen/fr\\_a.htm](http://www.cnc.fr/a_presen/fr_a.htm), Zugriff am 09.10.2002

<sup>85</sup> Zu den folgenden Ausführungen vgl. Bisselik (1999); Machill, S. 244-247; Hollstein, S. 174-181

<sup>86</sup> CNC info N° 283. Bilan 2001. (Synthèse Mai 2002). Les financements publics. URL : [http://www.cnc.fr/cncinfo/283/fin\\_public.htm](http://www.cnc.fr/cncinfo/283/fin_public.htm), Zugriff am 08.10.2002

<sup>87</sup> CNC info N° 283. Bilan 2001. (Synthèse Mai 2002). Les financements publics.

ro).<sup>88</sup> Somit tragen die Fernsehanstalten wesentlich zur Finanzierung von Kinofilmen bei.<sup>89</sup>

Seit 1993 wird auch eine Steuer von zwei Prozent auf den Umsatz der Videoverleiher und Videoverkaufsstellen erhoben. Im Jahr 2001 flossen von dieser Steuer 10 Millionen Euro in die Kinosektion, in die Fernsehsektion nur 2 Millionen.<sup>90</sup>

Sonstige Einnahmen gibt es zum Beispiel noch durch Rückzahlungen von Fördermitteln (diese müssen zum Beispiel zurückgezahlt werden, wenn die Bestimmungen des CNC nicht eingehalten worden sind) oder durch Sonderabgaben auf pornographische oder gewaltverherrlichende Filme.

### 5.3 Filmförderung durch das CNC

Nachfolgend wird nur noch auf die Kinosektion des *compte de soutien* eingegangen. Die Mittel der Kinosektion des *compte de soutien* werden für die Förderung der Bereiche Produktion, Abspiel und Verleih verwendet. Für jeden dieser Bereiche gibt es automatische und selektive Unterstützungen. Außerdem gibt es noch verschiedene sehr spezielle Förderungen. Da die Zahl dieser speziellen Förderungen jedoch sehr hoch ist, werde ich nur auf die wichtigsten eingehen.

#### 5.3.1 Förderung der Filmproduktion

Bei der automatischen Förderung (*aide automatique*) im Bereich Produktion richtet sich die Höhe der Unterstützung eines Produzenten nach den Erlösen eines bereits produzierten Filmes, eines Referenzfilmes.<sup>91</sup> Dabei werden die Steuereinnahmen der verkauften Eintrittskarten, die Einnahmen durch die Ausstrahlung im Fernsehen und die Einnahmen durch den Verkauf als Video eines Filmes an den Produzenten zurückgezahlt. Die *aide automatique* kann also nur ein Produzent erhalten, der bereits produziert hat. Die zurückgezahlten Ein-

---

<sup>88</sup> CNC info N° 283. Bilan 2001. (Synthèse Mai 2002). Les financements publics.

<sup>89</sup> s. auch 5.8.2

<sup>90</sup> CNC info N° 283. Bilan 2001. (Synthèse Mai 2002). Les financements publics.

<sup>91</sup> Hierzu und im Folgenden vgl. Bisselik (1998), S.160 f.; Hollstein, S. 152-161

nahmen müssen dann für die Produktion eines weiteren Films verwendet werden, wobei 15 Prozent des Budgets für den neuen Film vom Produzenten selbst aufgebracht werden müssen. Im Jahr 2001 wurden die Produzenten vom CNC mit insgesamt ungefähr 53 Millionen Euro unterstützt.<sup>92</sup>

Bei der selektiven Förderung (*aide selective*) werden Filme nach qualitativen Merkmalen gefördert. Die wichtigste selektive Förderung ist die im Jahr 1959 eingeführte *Avance sur recette*. Sie kann als Vorschuss für eine Produktion oder auch nachträglich beantragt werden. So können auch Erstlingswerke unterstützt werden, die ohne staatliche Hilfe nicht produziert werden könnten. Die *Avance sur recette* ist eine Art staatlicher Subvention, da die Fördergelder bei einem Misserfolg nicht zurückgezahlt werden müssen. Eine Kommission des CNC entscheidet darüber, welche Filme mit der *Avance sur recette* gefördert werden.

2001 wurde 54 mal eine *Avance sur recette* vor der Realisation genehmigt (mit insgesamt 18,7 Millionen Euro), 28 mal eine nachträgliche *Avance sur recette* (mit insgesamt 1,7 Millionen Euro).<sup>93</sup>

Neben der *Avance sur recette* gibt es noch andere selektive Förderungen. So gibt es eine Hilfe zur Verbesserung von Drehbüchern und Fördermittel für Koproduktionen und seit 1997 auch Fördermittel für Filme französischer oder ausländischer Regisseure in ausländischer Sprache.

### 5.3.2 Abspielförderung

Durch die automatische Abspielförderung erhalten Filmtheaterbesitzer, die die TSA-Abgaben ordnungsgemäß einhalten, einen Teil der TSA zurück, um Modernisierungsmaßnahmen durchzuführen oder neue Säle zu errichten. Im Jahr 2001 wurden knapp 44 Millionen Euro für Verbesserungsmaßnahmen in Kinosälen ausgegeben.<sup>94</sup>

---

<sup>92</sup> CNC info N° 283. Bilan 2001. (Synthèse Mai 2002). Les financements publics.

<sup>93</sup> Ebd.

<sup>94</sup> Hierzu und im Folgenden vgl. Bisselik (1998), S. 162 f.; Hollstein, S. 164-172; CNC info N° 283. Bilan 2001. (Synthèse Mai 2002). Les financements publics.

Durch die selektive Abspieelförderung werden zum einen gezielt Filmtheater der Kategorie *art et essai*, die ein qualitativ anspruchsvolles Programm bieten, gefördert. 2001 bekamen laut CNC 956 Filmtheater eine Unterstützung von insgesamt 8,5 Millionen Euro, weitere 37 Filmtheater in Paris und elf Kinos in anderen Großstädten bekamen Fördermittel in der Höhe von zwei Millionen Euro, da sie Schwierigkeiten hatten ihr Programm angesichts der Konkurrenz anderer Kinos aufrechtzuerhalten.

Mit der *aide selective* werden zum anderen Neubauten und Modernisierungen von Kinos in Regionen mit bisher wenigen Filmtheatern durchgeführt, um die dortige Kinoversorgung zu verbessern. (Vor allem in ländlichen Gebieten und in Vororten von großen Städten, aber auch in den *departements et territoires d’Outre-mer*)

Außerdem wird über die *Agence pour le Développement Régional du Cinéma* (ADRC) das Herstellen zusätzlicher Filmkopien für Kinos in kleinen und mittelgroßen Städten gefördert. Dadurch sollen diese Kinos vor allem besser mit europäischen Filmen der Kategorie *art et essai* versorgt werden. Von den 1924 hergestellten Kopien (156 verschiedener Filme) im Jahr 2001 waren 89% europäisch (78% davon französisch), nur sechs Prozent amerikanisch und fünf Prozent anderer Nationalität.

### 5.3.3 Verleihförderung

Auch bei der automatischen Verleihförderung werden die TSA-Abgaben den Verleihunternehmen teilweise zurückgeführt.<sup>95</sup> Ein Verleihunternehmen kann die automatische Verleihförderung aber nur für Filme in Anspruch nehmen, für die es auch das Vertriebsrisiko trägt. Das Verleihunternehmen muss einen Mindestverleihaufwand für einen Referenzfilm und für den Film, in dessen Verleih die Fördermittel investiert werden, aufwenden. Der Mindestverleihaufwand soll nur aus den Filmtheatereinnahmen bestritten werden und muss noch vor dem Kinostart des Films nachgewiesen werden. Zum Verleihaufwand gehört zum Beispiel der Druck von Werbeplakaten oder die Herstellung von Filmkopien.

---

<sup>95</sup> Zu den folgenden Ausführungen vgl. Bisselik (1999), S. 496 f.; Hollstein, S. 161-164

2001 wurden 32 Verleihunternehmen bei 82 Filmen mit ungefähr 13 Millionen Euro unterstützt.<sup>96</sup>

Die selektive Verleihförderung unterstützt unabhängige Verleiher mit unterschiedlichen Hilfen. So gibt es zum Beispiel Fördermittel, um die Aufführung von französischen oder ausländischen qualitativ wertvollen Filmen zu erleichtern, welche ohne diese Fördermittel nicht oder nur schwer aufgeführt werden könnten. Im Jahr 2001 wurden 65 Qualitätsfilme mit insgesamt 1,27 Millionen Euro unterstützt.<sup>97</sup>

### 5.3.4 Kurzfilmförderung<sup>98</sup>

Neben den Filmen in üblicher „Spielfilmlänge“ (*longes métrages*) werden auch Kurzfilme (*courts métrages*) speziell gefördert.

Kurzfilme werden durch das CNC in den Bereichen Drehbuch, Produktion, Vertrieb und Ausstrahlung unterstützt.

1999 wurde die Kurzfilmförderung durch das CNC reformiert. Seitdem gibt es vier Mechanismen der Kurzfilmförderung:

- *contribution financière*: Eine Förderung vor der Umsetzung, um neue talentierte Regisseure zu unterstützen
- *aide au programme*: Eine Unterstützung zur Wachstumsförderung experimentierfreudiger Unternehmen
- *prix de qualité*: Eine nachträgliche Auszeichnung von Qualitätsfilmen, die keine staatliche Unterstützung erhalten hatten
- *aide audiovisuelle*: Filme, die durch Fernsehanstalten finanziert werden, werden durch den *compte de soutien financier de l'industrie des programmes audiovisuels (COSIP)* unterstützt.

Im Jahr 2001 betragen die Fördermittel für diese vier Mechanismen 4,945 Millionen Euro.

---

<sup>96</sup> CNC info N° 283. Bilan 2001. (Synthèse Mai 2002). Les financements publics.

<sup>97</sup> Ebd.

<sup>98</sup> Zu den folgenden Ausführungen vgl. CNC info N° 283. Bilan 2001. (Synthèse Mai 2002). Les financements publics.

Seit Anfang 2002 wird auch gezielt die Ausstrahlung von Kurzfilmen im Kino, im Fernsehen und in Zukunft auch im Internet gefördert.

Außerdem gibt es als besondere Formen der Kurzfilmförderung zum Beispiel noch

- eine Musikförderung, welche die Zusammenarbeit zwischen Komponisten, Regisseuren und Produzenten verbessern soll
- eine Förderung von Filmproduktion die neue Computertechnologien anwenden
- DICREAM (*Dispositif pour la CREation Artistique Multimédia*): Förderung multimedialer Computer-Produktionen

#### 5.4 Regionale Filmförderung

Neben der nationalen Filmförderung gibt es auch verschiedene regionale Filmförderungsmaßnahmen. Diese erfolgen entweder über Außenstellen des CNC oder über die *Délégations régionales des affaires culturelles* (DRAC).<sup>99</sup>

Um die Produktion, den Verleih und das Abspiel von Filmen in den Regionen zu verbessern wurden im Jahr 2001 achtzehn Abkommen und Zusatzverträge zwischen dem CNC und den Regionen geschlossen.<sup>100</sup>

#### 5.5 Innovative Filmfinanzierung

Um Privatpersonen oder Unternehmen zu teilweise auch riskanten Innovationen in der Filmproduktion zu ermutigen wurden in den Achtziger Jahren zusätzlich zu den staatlichen Unterstützungen zwei Mechanismen für die innovative Filmfinanzierung geschaffen.<sup>101</sup>

---

<sup>99</sup> Vgl. Hollstein, S. 183 f.

<sup>100</sup> CNC info N° 283. Bilan 2001. (Synthèse Mai 2002). Les financements publics.

<sup>101</sup> Hierzu und im Folgenden vgl. Bisselik (1999), S. 496; Hollstein, S. 187-194

### 5.5.1 IFCIC

Das 1983 gegründete *Institut de financement du cinéma et des industries culturelles* (kurz IFCIC) ist eine Aktiengesellschaft, an der zu 20 Prozent der französische Staat und zu 80 Prozent verschiedene französische Kreditinstitute beteiligt sind.

Das IFCIC übernimmt Bürgschaften für Bankkredite zur Filmfinanzierung. Dadurch sollen Privatpersonen auch zu riskanten Investitionen in Filmproduktionen stimuliert werden. Ein vom CNC eingerichteter und vom IFCIC verwalteter Garantiefonds übernimmt die eventuell auftretenden Ausfallrisiken. Bei besonders riskanten Produktionen kann die Garantieübernahme bis zu 80 Prozent betragen.

Seit 1995 tritt das IFCIC nicht nur für Kino- und Fernsehproduktionen, sondern auch für Musikproduktionen ein.<sup>102</sup>

### 5.5.2 SOFICA

Im Jahr 1985 wurde das SOFICA-System eingeführt. Die SOFICAs (*Sociétés de financement de la création audiovisuelle*) sind Aktiengesellschaften, die Privatpersonen oder Unternehmen Einkommenssteuervorteile für Investitionen in Filmproduktionen gewähren.

SOFICA-Anteile werden in Form von Namensaktien gezeichnet und müssen mindestens fünf Jahre gehalten werden.

Die Filmproduktionen, an denen sich die SOFICAS beteiligen, müssen in französischer Sprache und unter Mitwirkung französischer und europäischer Filmschaffender hergestellt werden. Für die Einhaltung dieser Bestimmungen sorgt in jeder SOFICA ein von der Regierung eingesetzter Kommissar.

## 5.6 Altersbeschränkungen bei Kinofilmen

Machill führt als eine Form der Filmförderung auch die im Vergleich zu anderen Ländern sehr liberalen Altersbeschränkungen bei Kinofilmen in Frankreich

---

<sup>102</sup> Vgl. 2.2.2

auf.<sup>103</sup> Vergleicht man Altersbeschränkungen für Filme in Frankreich, Deutschland, den Niederlanden und Großbritannien, so fällt auf, dass Frankreich fast immer niedrigere Altersbeschränkungen als die anderen Länder hat. Es gibt in Frankreich auch bei mehr Filmen gar keine Altersbeschränkung.

Da die Jugendlichen die wichtigste Gruppe der Kinobesucher sind, führt eine liberale Altersbeschränkung wahrscheinlich tatsächlich zu höheren Besucherzahlen. Allerdings müsste man, um den Erfolg dieser liberaleren Regelungen zu messen, genaue Daten haben, um nachvollziehen zu können, dass die Filme, die in Frankreich liberalere Altersbeschränkungen haben, auch wirklich hohe Besucherzahlen in unteren Altersgruppen erzielen.

## 5.7 Förderung des französischen Films im Ausland

Um die Verbreitung des französischen Films im Ausland zu fördern wurde 1949 die Institution *Unifrance* gegründet.<sup>104</sup> Zu den Aufgaben von *Unifrance* gehört die kontinuierliche Analyse ausländischer Film- und Rundfunkmärkte und die Veranstaltung von speziellen Festivals des französischen Films im Ausland, zum Beispiel ein Festival in Yokohama (Japan), das „Rendez-vous européen du cinéma français“ in Paris, das „Rendez-vous with French Cinema today“ in New York und das französische Filmfestival in Acapulco. Außerdem ist die *Unifrance* auf allen wichtigen Filmfestivals (wie Cannes, Berlinale, Venedig AFM usw.) weltweit vertreten, um auch dort den französischen Film zu unterstützen. Die *Unifrance* hat drei auswärtige Büros in München, New York und Tokio. In ihrem Ziel den französischen Film auf dem europäischen, amerikanischen und asiatischen Markt zu verbreiten wird die *Unifrance* vom CNC unterstützt.

---

<sup>103</sup> Machill, S.253 f.

<sup>104</sup> Homepage von Unifrance. Unifrance.

URL : <http://www.unifrance.org/apropos/default.asp?CommonUser>, Zugriff am 08.10.2002;  
Homepage von Unifrance. Unifrance. Notre Mission. URL :  
<http://www.unifrance.org/apropos/apropos3.asp?CommonUser=&Istrubrique=1&langue=21004>, Zugriff am 08.10.2002

## 5.8 Die Rolle der Fernsehanstalten

### 5.8.1 Auflagen der Fernsehanstalten

Wie bereits beschrieben sind Rundfunkpolitik und Kino in Frankreich miteinander verzahnt.<sup>105</sup> Im Jahr 1986 wurden mit dem *Loi relative à la liberté de communication* erstmals Auflagen an das Fernsehen zum Schutz der Filmtheater festgelegt.<sup>106</sup>

Diese Auflagen sollen zum einen den französischen und europäischen Film gegenüber dem amerikanischen schützen und zum anderen einen Schutz des Kinos gegenüber dem Fernsehen und dem Videoverleih bewirken.

#### 5.8.1.1 Sperrfristen

Für die Fernsehauswertung von Spielfilmen gibt es gesetzlich festgelegte Sperrfristen.<sup>107</sup> Spielfilme dürfen (genauso wie in Deutschland) frühestens drei Jahre nach ihrem Erscheinen im französischen Fernsehen ausgestrahlt werden. War die Fernsehanstalt an der Produktion des Films beteiligt, darf er allerdings schon nach zwei Jahren gezeigt werden. Eine Ausnahme stellt der Pay-TV-Sender Canal Plus dar, auf dem Kinofilme schon ein Jahr nach ihrem Erscheinen gesendet werden dürfen. Die Sperrfrist für die Videoverwertung beträgt übrigens ein Jahr (in Deutschland sind es sechs Monate).

#### 5.8.1.2 Ausstrahlung von Spielfilmen im Fernsehen

Die Anzahl der Spielfilme, die im Fernsehen ausgestrahlt werden darf, ist beschränkt, es bestehen Quoten bezüglich der Ausstrahlung europäischer und französischer Filme und in bestimmten Zeitspannen dürfen gar keine Spielfilme ausgestrahlt werden.<sup>108</sup>

Wie schon (in Abschnitt 2.2.3) erwähnt ist seit 1992 gesetzlich festgelegt, dass 60 Prozent, der im Fernsehen gesendeten Spielfilme europäischer und 40 Pro-

---

<sup>105</sup> Vgl. 2.2.3

<sup>106</sup> Hollstein, S. 84

<sup>107</sup> Vgl. Bisselik (1999), S. 498; Hollstein, S. 84

<sup>108</sup> Zu den folgenden Ausführungen vgl. Machill, S. 268-271; Predal, René: 50 ans de cinéma français. Paris: Natan, 1996, S. 792-794

zent davon französischer Herkunft sein müssen. Die terrestrischen Fernsehsender dürfen 192 Spielfilme pro Jahr ausstrahlen. Zur Haupteinschaltzeit zwischen 20.30 Uhr und 22.30 Uhr sogar nur 104 Filme. Zusätzlich zu den 192 Spielfilmen dürfen noch 52 Filme der Kategorie *art et essai* ausgestrahlt werden. Dadurch soll auch die Ausstrahlung künstlerisch wertvoller und experimenteller Filme im Fernsehen gefördert werden. Außerdem dürfen die terrestrischen Fernsehsender am Mittwoch und Freitag Abend, den ganzen Samstag über und Sonntags vor 20.30 Uhr gar keine Spielfilme zeigen. Für Canal Plus liegt die Beschränkung bei 364 Filmen (zwischen 12 Uhr und 24 Uhr) pro Jahr ohne zusätzliche Auflagen zur Haupteinschaltzeit.

Diese Beschränkungen bei der Ausstrahlung von Spielfilmen sollen bewirken, dass mehr Filme im Kino und nicht nur im Fernsehen gesehen werden. Vor allem am Wochenende, wenn man auch Zeit dazu hat, soll man ins Kino gehen. Auch der Mittwochabend bietet sich für einen Kinobesuch an, da an den meisten Schulen in Frankreich Mittwoch nachmittags unterrichtsfrei ist und an diesem Tag die neuen Kinofilme in Frankreich anlaufen.

### 5.8.2 Finanzierung durch die Fernsehanstalten

Nicht nur durch die Auflagen bezüglich der Ausstrahlung von Spielfilmen im Fernsehen wird das französische Kino durch die Rundfunkpolitik unterstützt. Die Fernsehsender sind auch eine wichtige Quelle der Filmfinanzierung.

Neben der TSA-Abgabe von 5,5 Prozent ihres Jahresumsatzes sind die terrestrischen Fernsehsender dazu verpflichtet drei Prozent ihres Jahresumsatzes für Koproduktionen oder den Vorabankauf von Rechten neuer französischer Filme aufzuwenden.<sup>109</sup> Im Jahr 2001 investierten die frei empfangbaren privaten Fernsehsender zusammen über 104 Millionen Euro in 104 Kinoproduktionen.<sup>110</sup> Einen wichtigen Beitrag zur Finanzierung leistet der Bezahlfernsehsender Canal Plus. Der Pay-TV-Sender hat sich dazu verpflichtet zwanzig Prozent seines Jahresumsatzes in den Kauf von Filmrechten zu investieren, davon 9 Prozent in

---

<sup>109</sup> Bisselik (1999), S. 494 f.; Predal, S. 792

<sup>110</sup> Frankreichs Fernsehsender als Filmfinanziers. Free-TV unterstützte über 100 Kinoprojekte In: Blickpunkt: Film, 2002, H. 14, S. 25

französische und 3 Prozent in europäische Produktionen.<sup>111</sup> Im Jahr 2000 betragen die Investitionen von Canal Plus 145, 5 Millionen Euro bei 115 Produktionen.<sup>112</sup> Die Auflagen für Canal Plus gelten allerdings vorerst nur noch bis zum Jahr 2004.<sup>113</sup>

## 5.9 Fazit Filmförderung

Dass die Filmförderungsmaßnahmen erfolgreich sind, sieht man an der sehr guten Situation der französischen Filmwirtschaft.<sup>114</sup>

Durch den Filmförderungsfonds *compte de soutien* werden die Bereiche Produktion, Abspiel und Verleih mit automatischen und selektiven Hilfen gefördert.

Die automatische Produktionsförderung führt dazu, dass vor allem Filme von bekannten Produzenten, die bereits wirtschaftlich erfolgreiche Filme produziert haben, gefördert werden, während andere Produzenten oft die 15 Prozent Eigenbeteiligung am Budget nicht aufbringen können. Daher ist die selektive Produktionsförderung sehr wichtig, da durch sie vor allem Filme mit kleinerem Budgets und neue talentierte Regisseure gefördert werden.<sup>115</sup>

Durch die automatische Abspielförderung werden vor allem die Kinos von großen Ketten gefördert. Dem wirkt die selektive Abspielförderung entgegen, die gezielt unabhängige Filmtheater und solche in Regionen mit verhältnismäßig wenig Kinos fördert. Die Förderung der Herstellung von Filmkopien hat wesentlich zur Verbreitung des französischen Films beigetragen, da zum größten Teil französische und kaum amerikanische Filme kopiert werden.<sup>116</sup>

Die Maßnahmen zur innovativen Filmfinanzierung durch das IFCIC und die SOFICA haben tatsächlich zu einer Erhöhung der Filminvestitionen geführt und somit maßgebend zur Erhaltung der hohen Anzahl von Kinoproduktionen beigetragen. Allerdings wird eine Reform der SOFICA gefordert, da durch sie nur

---

<sup>111</sup> Predal, S. 792; Meyer, Rudolph: Kulturelle Vielfalt in Gefahr? Vivendi Universal und die „exception culturelle“. In: Fernseh-Informationen, 2002, H 2, S. 21-27

<sup>112</sup> Meyer, S. 22

<sup>113</sup> S. Kap. 6.2

<sup>114</sup> S. Kap. 3.2

<sup>115</sup> Vgl. Hollstein, S. 156-160

<sup>116</sup> Ebd., S. 170-172

noch selten Filme von unabhängigen Produzenten, sondern vor allem wenig riskante Filme unterstützt werden.<sup>117</sup>

Eine wichtige Rolle innerhalb der Filmförderung spielt das Fernsehen. Zum einen tragen die Fernsehanstalten einen großen Teil der Filmfinanzierung, zum anderen wird durch die Quotenregelungen der französische Kinofilm protegiert. Die Quotenregelungen führen aber zu einer Benachteiligung des übrigen europäischen Films. Zwar müssen 60 Prozent europäische Filme ausgestrahlt werden, doch davon müssen wiederum 40 Prozent französisch sein. So bleiben für Filme anderer europäischer Länder tatsächlich nur 20 Prozent übrig, da die restlichen 40 Prozent von den Fernsehsendern mit publikumswirksamen US-amerikanischen Filmen ausgefüllt werden.<sup>118</sup>

---

<sup>117</sup> Vgl. Winter, Lorenz: Wundertüte Sofica? In: Filmecho/Filmwoche, 1995, H. 36, S. 37; Vuiser, Nicole: Les financiers du cinéma appellent à une démocratisation des Sofica. In : Le Monde vom 06.06.2002

<sup>118</sup> Jarothé, S. 118

## 6 Frankreichs „exception culturelle“

Der Begriff der „exception culturelle“, der „Ausnahme für die Kultur“ entstand Anfang der Achtziger Jahre unter dem damaligen französischen Kulturminister Jack Lang und bedeutet, dass Kulturgüter nicht gleichzusetzen sind mit Waren oder Dienstleistungen und somit auch nicht den Regeln des freien Marktes unterliegen dürfen. Zu den Kulturgütern zählen nach französischer Ansicht auch die audiovisuellen Medien, also Kino, Video, Fernsehen, Hörfunk und Tonträger. Bisher konnte Frankreich seine „exception culturelle“ immer durchsetzen – zuletzt bei den GATT-Verhandlungen von 1986 bis 1994.

### 6.1 Frankreichs Rolle bei den GATT-Verhandlungen

#### 6.1.1 Allgemeines zu GATT, GATS und WTO

Das Allgemeine Handelsabkommen (GATT)<sup>119</sup> trat am 1. Januar 1948 in Kraft. Ziel der ursprünglich dreiundzwanzig GATT-Mitglieder war der Abbau von Zöllen und anderen Handelshemmnissen. Mit Abschluss der sogenannten „Uruguay-Runde“ der GATT-Verhandlungen im Jahr 1994 wurde die Welthandelsorganisation (WTO)<sup>120</sup> gegründet, der das modernisierte GATT untergeordnet wurde. Da sich das GATT nur auf Waren bezieht, wurde 1994 auch erstmals ein Abkommen über den Handel mit Dienstleistungen geschaffen, das GATS.<sup>121</sup>

Die zwei wichtigsten Prinzipien des GATS sind die Meistbegünstigung und die Transparenz.<sup>122</sup> Die Meistbegünstigungsklausel besagt, dass Zugeständnisse und Bedingungen, die für einen ausländischen Dienstleistungsanbieter geltend gemacht worden sind, genauso für alle Dienstleistungsanbieter der übrigen GATS-Länder gelten müssen. Transparenz bedeutet, dass alle Abkommen oder Maßnahmen, die den Handel mit Dienstleistungen betreffen, öffentlich ge-

---

<sup>119</sup> General Agreement on Tariffs and Trade

<sup>120</sup> World Trade Organisation

<sup>121</sup> General Agreement on Trade in Services

<sup>122</sup> Zu den folgenden Ausführungen vgl. Sandberg, S. 231-234

macht werden müssen. Diese zwei Prinzipien zählen zu den allgemeinen Pflichten, die für jedes Mitgliedsland in gleicher Weise gelten. Es gibt aber auch noch spezifische Pflichten, zu denen die einzelnen Länder nur soweit verpflichtet sind, wie es in den sogenannten „Schedules of Specific Commitments“, also den Listen über spezifische Verpflichtungen der einzelnen Länder festgelegt ist. Zu diesen spezifischen Verpflichtungen gehören das Prinzip des Marktzugangs, welches besagt, dass Marktzugangsbeschränkungen, wie zum Beispiel Quoten, abgeschafft werden müssen, und das der Inländerbehandlung, welches besagt, dass ausländische Dienstleistungen und Anbieter von Dienstleistungen gegenüber gleichen inländischen Dienstleistungen und Dienstleistungsanbietern nicht benachteiligt werden dürfen.

### **6.1.2 Die Einbeziehung der audiovisuellen Medien in das GATS**

Bei den Verhandlungen bezüglich der Einbeziehung des audiovisuellen Sektors in das GATS gab es einen Interessenkonflikt zwischen der EU (angeführt von Frankreich) und den USA. Während die europäischen Länder die audiovisuellen Medien als Teil der kulturellen Identität ansahen und ihnen deshalb eine Sonderstellung innerhalb des GATS einräumen wollten, fürchteten die USA willkürliche protektionistische Maßnahmen.<sup>123</sup>

#### **6.1.2.1 Die Position der USA**

Für die USA nehmen die audiovisuellen Medien keine Sonderstellung ein, sondern sind eine Dienstleistung wie jede andere auch. In der US-amerikanischen Filmindustrie werden die meisten Filme nach bestimmten Marktforschungsergebnissen gedreht, um ein möglichst großes Publikum zu erreichen.<sup>124</sup> Da die Hollywood-Filme von vorneherein so ausgerichtet sind, dass sie in möglichst vielen Ländern und verschiedenen Kulturen ankommen, wird ihnen in der Regel im Gegensatz zu den europäischen Filmen keine kulturelle Identität zugesprochen. Die Audiovisuellen Medien sind nach der Luft- und Raumfahrttechnik die zweitgrößte Exportbranche der USA.<sup>125</sup> Um die Stellung ihrer Filmindustrie in

---

<sup>123</sup> Vgl. Baumann, S. 44 f.

<sup>124</sup> Vgl. Machill, S. 239 f.

<sup>125</sup> Jarothé, S. 192

Europa zu sichern und zu vergrößern, forderten die USA während den GATS-Verhandlungen eine Liberalisierung des audiovisuellen Bereichs und eine Aufhebung aller Quotenregelungen (insbesondere die der EG-Fernsehrichtlinie<sup>126</sup>) und Förderungsmaßnahmen der einzelnen Länder und der EU.<sup>127</sup> Der damalige Präsident der Vereinigten Staaten, Bill Clinton, der Außenminister, der Handelsminister und der US-Handelsbeauftragte unterstützten die Forderungen der Filmindustrie.<sup>128</sup>

#### 6.1.2.2 Frankreichs Position

Frankreich vertrat die Position der „exception culturelle“, also eine Ausnahme des audiovisuellen Sektors von dem Anwendungsbereich des GATS.<sup>129</sup> Für Frankreich sind die französischen (und auch die europäischen) Filme ein Teil der kulturellen Identität Frankreichs bzw. der einzelnen europäischen Länder und gehören somit zum Kulturgut, das besonders geschützt werden muss. Damit grenzten sie sich von US-amerikanischen Produktionen ab, die reine Handelsgüter darstellten.<sup>130</sup> Frankreich befürchtete, dass sich Europa (und insbesondere natürlich Frankreich) bei einer Liberalisierung des audiovisuellen Sektors und einer Aufhebung der protektionistischen und fördernden Maßnahmen im Bereich der Filmindustrie nicht mehr gegen die Übermacht der US-amerikanischen Filmindustrie behaupten könnte.

„Die Argumentation war nicht, amerikanische Filme möglichst klein, sondern die Alternativen lebendig zu halten. Es ging nicht um die Frage, sich den neuesten Chabrol oder den neuesten Spielberg anzuschauen. Es ging darum, ob man künftig beides tun kann“.<sup>131</sup>

Schon jetzt beherrscht der amerikanische Film den Markt der EU-Länder zu 80 Prozent<sup>132</sup>, während der Marktanteil von EU-Filmen in den USA nur bei ungefähr

---

<sup>126</sup> S. Kap. 2.2.3

<sup>127</sup> Vgl. Jarothé, S. 352

<sup>128</sup> Vgl. Jarothé, S. 147

<sup>129</sup> Vgl. Sandberg, S. 256

<sup>130</sup> Vgl. 5.1.2.1

<sup>131</sup> Machill, S. 262

<sup>132</sup> Körte, Peter: Marsch auf Brüssel. Europa im Kampf gegen Hollywoods Leitkultur. In: Frankfurter Rundschau. Ausgabe Nr. 258 vom 06. 11. 2000, S. 11

drei Prozent liegt.<sup>133</sup> Die Position Frankreichs wurde auf verschiedenen Veranstaltungen und Demonstrationen von französischen und anderen europäischen Filmschaffenden unterstützt.<sup>134</sup>

Dem französischen Vorschlag der „exception culturelle“ schlossen sich während den Verhandlungen auch Belgien, Irland und Spanien an. Die restlichen europäischen Länder und somit auch die Europäische Kommission vertraten lange eine andere Position.

### 6.1.2.3 Die Position der EU

Die Europäische Kommission vertrat zunächst die Position der „spécificité culturelle“. Die audiovisuellen Medien sollten dem GATS grundsätzlich untergeordnet werden, aufgrund ihrer Zugehörigkeit zur kulturellen Identität jedoch eine Sonderstellung einnehmen. Im Laufe der Verhandlungen legte die Europäische Kommission mehrere Modelle einer „spécificité culturelle“ vor. Nach einem Kulturministertreffen der europäischen Länder, die eine „exception culturelle“ befürworteten, im belgischen Mons, schloss sich die Kommission jedoch auch den dort formulierten „Sechs Bedingungen von Mons“ an.<sup>135</sup> Diese stellten eine Minimalforderung von sechs Punkten dar, die auf jeden Fall gewährleistet werden sollten:

„1.) eine Ausnahme vom Meistbegünstigungsgrundsatz für alle Förderprogramme im audiovisuellen Sektor, 2.) die Beibehaltung und Weiterentwicklung öffentlicher Förderungen und Subventionen, 3.) die Erhaltung der Fähigkeit der Gemeinschaft und ihrer Mitgliedstaaten, die bestehenden und zukünftigen Technologien und Übertragungstechniken für audiovisuelle Programme selbst zu regeln, 4.) die Freiheit der Gemeinschaft und ihrer Mitgliedstaaten, auch in der Zukunft ihre Politiken und Maßnahmen zur Unterstützung des audiovisuellen Sektors selbst zu entwickeln, 5.) die Herausnahme des audiovisuellen Sektors aus der Liberalisierungspflicht (...) des GATS und 6.) die Beibehaltung des

---

<sup>133</sup> Wetzels, Johannes: Welche Freiheit für die Kunst? In der „Millennium Round“ der Welthandelsorganisation geht es an die nationale Kulturförderung. In: Berliner Zeitung vom 30.11.1999, S. 12

<sup>134</sup> Vgl. Jarothé, S. 348

<sup>135</sup> Vgl. Sandberg, S. 258 f.

bestehenden Zustands, insbesondere die Anwendung der EG-Fernsehrichtlinie.“<sup>136</sup>

#### 6.1.2.4 Die Ergebnisse der Uruguay-Runde

Die Positionen der Europäischen Gemeinschaft und der USA blieben bis zum Ende unvereinbar, was zu einem Abbruch der Verhandlungen über den audiovisuellen Bereich am 14. Dezember 1993 führte.<sup>137</sup> Die USA mussten schließlich doch nachgeben und einigten sich mit der Europäischen Gemeinschaft auf acht Ausnahmeregelungen von der Meistbegünstigungsklausel im Bereich der audiovisuellen Medien.<sup>138</sup>

Die audiovisuellen Medien sind nicht vom GATS ausgenommen, sondern sind zu dessen Gegenstand geworden. Allerdings besteht für die Europäische Gemeinschaft faktisch keine Meistbegünstigungsverpflichtung und laut ihrem „Schedule of Specific Commitments“ bestehen für sie auch keine Verpflichtungen bezüglich Marktzugang und Inländerbehandlung bei audiovisuellen Dienstleistungen.<sup>139</sup> Allein die Verpflichtung der Transparenz besteht für die EU auch im audiovisuellen Bereich.

#### 6.1.2.5 Die Entwicklungen nach der Uruguay-Runde

Die Verhandlungen über die Liberalisierung der audiovisuellen Medien gehen weiter. Nachdem die sogenannte „Millenium Round“ der WTO in Seattle aufgrund der Aufstände der Globalisierungsgegner abgebrochen wurde, läuft seit November 2001 die Doha-Runde, welche allerdings frühestens im Jahr 2005 abgeschlossen sein wird.<sup>140</sup> Schon im Vorfeld der „Millenium Round“ 1999 bekundeten sowohl der französische Staatspräsident Jacques Chirac als auch Premierminister Lionel Jospin, dass die „exception culturelle“ aufrechterhalten werden müsse.<sup>141</sup> Wie schon 1993 während der Uruguay-Runde setzen sich

---

<sup>136</sup> Sandberg, S. 259

<sup>137</sup> Jarothe, S. 351

<sup>138</sup> Vgl. Bisselik (1999), S. 499

<sup>139</sup> Sandberg, S. 238

<sup>140</sup> König, Michael: Was bringt eine neue GATS-Runde für die audiovisuellen Medien? In: Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht, 2002, H. 4, S. 271

<sup>141</sup> Frankreich will Ausnahmeklausel für Kultur unbedingt verteidigen. In: epd medien, 1999, H. 88, S. 19

wieder eine Reihe französischer Filmschaffender für die „Ausnahme für die Kultur“ ein. Prominente Schauspieler und Filmemacher wie Juliette Binoche, Isabelle Adjani oder Eric Rohmer machten im Oktober 1999 in den französischen Medien Werbung gegen die WTO und für die „exception culturelle“.<sup>142</sup>

## 6.2 Die „exception culturelle“ und Vivendi

Wie wichtig die „exception culturelle“ nach wie vor für Frankreich ist, konnte man auch erst kürzlich wieder feststellen. Ende 2001 erregte Jean-Marie Messier, der damalige Chef des Vivendi-Konzerns, Aufsehen unter den Filmschaffenden und Intellektuellen in Frankreich, als er verkündete, die „exception culturelle“ sei tot.<sup>143</sup> Zu Vivendi Universal, dem zweitgrößten Multimediakonzern der Welt, gehört seit dem Jahr 2000 auch der Pay-TV-Sender Canal Plus. In Frankreich wird befürchtet, dass der Konzern, der sich immer mehr zum *Global player* entwickelt und sich zunehmend auch auf den amerikanischen Markt konzentriert, in Zukunft nicht mehr bereit sein wird, die verschiedenen Auflagen an Canal Plus zu akzeptieren. Wie bereits erwähnt spielt Canal Plus eine sehr wichtigste Rolle in der französischen Filmfinanzierung. Die Verpflichtung, 20 Prozent des Jahresumsatzes in die Filmproduktion zu investieren gilt noch bis 2004. Anfang 2002 forderte Pierre Lescure, der Präsident von Canal Plus, die Rolle des Senders bei der Filmfinanzierung zu überprüfen.<sup>144</sup> Auch die Politik sorgt sich um die Zukunft des Canal Plus. Nach Lescures Entlassung<sup>145</sup> mahnte Premierminister Lionel Jospin, dass die CSA die Fusion zwischen Canal Plus und Vivendi nur unter der Bedingung genehmigt hätte, dass die wirtschaftliche, finanzielle und redaktionelle Unabhängigkeit des Senders garantiert sei. Er forderte die CSA auf, die Einhaltung der Zusagen von Vivendi zu überprüfen. Auch Präsident Jacques Chirac forderte, dass Vivendi ein französisches Unterneh-

---

<sup>142</sup> Die Pariser Kulturpolitik ist in die Defensive geraten. Frankreichs „kulturelle Ausnahme“ hat sich bewährt – Doch vom Staat gehen keine Initiativen mehr aus. In: Handelsblatt. Ausgabe Nr. 245 vom 17.12.1999, S. 9

<sup>143</sup> Hierzu und im Folgenden vgl. Meyer, *passim*

<sup>144</sup> Canal Plus nimmt die französische Filmfinanzierung aufs Korn. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung. Ausgabe Nr. 3 vom 04.01.2002

<sup>145</sup> Die Beibehaltung von Lescures Position innerhalb von Canal Plus und dessen Rolle als Garant der Unabhängigkeit war auch Teil der Fusions-Bedingungen der CSA an Vivendi gewesen.

men bleiben müsse.<sup>146</sup> Außerdem drohten zahlreiche Canal Plus-Abonennten mit einer Kündigung.<sup>147</sup> Inzwischen versucht der neue Vivendi-Chef Jean-René Fourtou den stark verschuldeten Konzern durch den Verkauf der Canal Plus-Ableger im europäischen Ausland zu retten.<sup>148</sup>

### 6.3 Fazit

Die Mitte der Achtziger von Kulturminister Jack Lang energisch vertretene „exception culturelle“ wird auch heute noch von der französischen Politik und Öffentlichkeit befürwortet. Dies konnte man zuletzt wieder deutlich nach der Äußerung Messiers, die Ausnahme für die „exception culturelle“ sei tot, beobachten. Frankreich versuchte die „Ausnahme für die Kultur“ immer wieder auch zu einer europäischen Sache zu machen, vor allem bei den GATT-Verhandlungen. Bei der Frage über die Einbeziehung der audiovisuellen Medien in das GATS stehen die Positionen der USA und Frankreichs (bzw. Europas) unvereinbar gegenüber. Das Ergebnis der Uruguay-Runde der GATT-Verhandlungen brachte keine wirkliche „exception culturelle“, da die audiovisuellen Medien nicht völlig vom GATS ausgenommen wurden, doch für die Europäische Union bestehen bis jetzt praktisch keine Verpflichtungen. Deshalb wurde das Ergebnis in Frankreich auch als Sieg angesehen.

---

<sup>146</sup> Böhne, Andreas: Regierung in Paris mahnt bei Vivendi Zusagen an. In: Handelsblatt. Ausgabe Nr. 75 vom 18.04.2002, S. 16

<sup>147</sup> Hahn, Dorothea: Der Horror der Ökonomie. In: die tageszeitung. Ausgabe Nr. 6730 vom 20.04.2002, S. 18

<sup>148</sup> Canal + verkauft seine Ableger im Ausland. In: epd Medien, 2002, H. 58, S. 20

## 7 Zusammenfassung und Ausblick

Protektionismus ist in der gesamten französischen Medienpolitik zu finden und die ersten Ansätze zu protektionistischen Maßnahmen reichen weit in die Vergangenheit zurück. Dem Filmmarkt kommt in Frankreich, dem Mutterland des Kinos, eine besondere Bedeutung zu, weshalb das öffentliche Interesse am Schutz des französischen Films besonders groß ist.

Verglichen mit anderen europäischen Ländern hat Frankreich eine sehr starke und florierende Filmwirtschaft, die wesentlich auf die zahlreichen Filmförderungsmaßnahmen zurückzuführen ist. Filmförderungsmaßnahmen findet man in allen Bereichen der Filmwirtschaft. Durch selektive Hilfsmaßnahmen wird speziell der Nachwuchs gefördert, so dass das Bestehen der französischen Filmindustrie gesichert ist. Eine wichtige Finanzquelle der französischen Filmförderung sind die Fernsehsender, vor allem der Pay-TV-Sender Canal Plus. Ob der Canal Plus allerdings seine Verpflichtungen im Bereich der Filmförderung nach 2004 aufrechterhalten wird, ist noch nicht sicher. Wäre dies nicht der Fall, würde eine wichtige Säule der französischen Filmförderung zusammenbrechen.

Durch Protektionismus versucht Frankreich, sich gegen die Internationalisierung seines Filmmarkts durch andere Länder, vor allem die USA, zu wehren. Dass diese Versuche durchaus Erfolg haben, lässt sich am hohen Marktanteil des französischen Films in Frankreich erkennen. Zwar lag der Marktanteil US-amerikanischer Filme in den letzten Jahren über dem der französischen, doch verglichen mit anderen europäischen Ländern ist der US-amerikanische Anteil geringer und der nationale deutlich höher.

Frankreich versucht aber auch den französischen Film im Ausland zu fördern. In den letzten Jahren wurden in Frankreich auch zunehmend Filme mit hohen Budgets und internationaler Besetzung produziert, die für ein internationales Publikum bestimmt waren. Zwar ist der Erfolg der französischen Filme im Ausland nicht so überragend wie in Frankreich selbst, doch liegt Frankreich im eu-

ropäischen Vergleich hinter England auf dem zweiten Platz<sup>149</sup>, was den Erfolg der Filmproduktionen in Europa und den USA angeht. Besonders oben genannte Filme, die mit der Absicht auf internationalen Erfolg gedreht wurden, sind in den europäischen Ländern erfolgreich.

Von den europäischen Ländern hat Frankreich das vielfältigste Filmförderungssystem und so strenge Quotenregelungen wie im französischen Fernsehen findet man sonst nirgends in Europa. Deshalb nimmt Frankreich auch immer eine Vorreiterrolle ein, wenn es um den Schutz der europäischen Medien vor der Übermacht der USA geht. Bei den WTO bzw. GATT-Verhandlungen um die Einbeziehung der audiovisuellen Medien nahm Frankreich daher auch die härteste Position innerhalb der EU ein. Bis jetzt gibt es für die EU zwar praktisch keine Verpflichtungen, doch es ist fraglich, ob die Ausnahmeregelung nach Ablauf der aktuellen WTO-Runde noch bestehen wird. Die USA vertreten weiterhin ihre Position einer Liberalisierung des Bereichs der audiovisuellen Medien. Sollte es wirklich dazu kommen, wären die europäischen subventionierenden und protektionistischen Maßnahmen und auch die der einzelnen europäischen Länder gefährdet. Dies hätte gewiss starke wirtschaftliche Auswirkungen auf Europas und Frankreichs Filmindustrie.

---

<sup>149</sup> Englands erster Platz rührt aber auch daher, dass die vielen britisch-amerikanischen Koproduktionen in den USA erfolgreich sind. S. Kap. 4.2

## Literaturverzeichnis

**Baumann, Helmut:** Die Dienstleistungsfreiheit auf dem Gebiet der audiovisuellen Medien im Rahmen des GATS im Spannungsfeld von Marktfreiheit und kultureller Selbstbestimmung der Staaten der Europäischen Union. Berlin: Duncker und Humblot 1998. (Veröffentlichungen des Walther-Schücking-Instituts für Internationales Recht an der Universität Kiel; Bd. 123)

**Bisselik, Sonja :** Französische Filmpolitik. In: Visuelle Politik. Filmpolitik und die visuelle Konstruktion des Politischen. Wilhelm Hoffmann (Hrsg.) Baden-Baden: Nomos 1998, S. 159-169

**Dies.:** Französische Filmpolitik: Erfolg durch Förderung? In: Media Perspektiven, 1999, H9, S. 492-501

**Böhne, Andreas:** Regierung in Paris mahnt bei Vivendi Zusagen an. In: Handelsblatt. Ausgabe Nr. 75 vom 18.04.2002, S. 16

**Brodersen, Hans:** Neue Medien in Frankreich: Eine vorläufige Bilanz. In: Wegweiser durch die französische Medienlandschaft. Thomas Weber; Stefan Woltersdorff (Hrsg.) Marburg: Schüren 2001

**Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (Hrsg.):** Statistisches Jahrbuch. Film, Fernsehen, Video und Neue Medien in Europa. Baden-Baden: Nomos, Ausgaben, 4-7, 1998-2001

**Forest, Claude:** Les dernières séances. Cent ans d'exploitation des salles de cinéma. Paris: CNRS 1995

**Hahn, Dorothea:** Der Horror der Ökonomie. In: die tageszeitung. Ausgabe Nr. 6730 vom 20.04.2002, S. 18

**Höhn, Jan:** Eine Lanze für Frankreich. In: Berliner Morgenpost vom 15.11.1999, S. 19

**Hollstein, Kristina:** Filmwirtschaft und Filmförderung in Deutschland und Frankreich. Ein landeskundlicher Vergleich. Potsdam: Verlag für Berlin-Brandenburg 1996. (Schriftenreihe zur Film-, Fernseh-, und Multimediaproduktion, Bd. 1)

**Jarothe, Sabine:** Die Filmpolitik der Europäischen Union im Spannungsfeld zwischen nationaler staatlicher Förderung und US-amerikanischer Mediendominanz. Frankfurt am Main: Lang 1998 (Europäische Hochschulschriften: Reihe 31, Politikwissenschaft; Bd. 347)

**Jetschin, Bernd:** Europas Film nicht ins Ghetto drängen. In: Filmecho/Filmwoche, 2002, H. 1, S. 14 f.

**König, Michael:** Was bringt eine neue GATS-Runde für die audiovisuellen Medien? In: Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht, 2002, H. 4, S. 271-283

**Körte, Peter:** Marsch auf Brüssel. Europa im Kampf gegen Hollywoods Leitkultur. In: Frankfurter Rundschau. Ausgabe Nr. 258 vom 06. 11. 2000, S. 11

**Machill, Marcel:** Frankreich Quotenreich. Nationale Medienpolitik und europäische Kommunikationspolitik im Kontext nationaler Identität. Berlin: VISTAS 1997

**Meise, Martin:** Steiniger Weg zur Datenautobahn. Entwicklungen bei Kabel, Satellit und Multimedia in Frankreich. In: Media Perspektiven, 1995, H. 9, S. 436-448

**Meyer, Rudolph:** Kulturelle Vielfalt in Gefahr? Vivendi Universal und die „exception culturelle“. In: Fernseh-Informationen, 2002, H 2, S. 21-27

**Payen de la Garanderie, Beate:** Eine Reise durch die Buchwelt Frankreichs: Von der République des Lettres“ zur „exception culturelle“. In: Wegweiser durch die französische Medienlandschaft. Thomas Weber; Stefan Woltersdorff (Hrsg.) Marburg: Schüren 2001

**Predal, René:** 50 ans de cinéma français. Paris: Natan, 1996,

**Sandberg, Karin:** Unzulässiger Protektionismus in der europäischen Medienpolitik? Die Maßnahmen der Europäischen Gemeinschaft zum Schutz des europäischen Films und ihre Vereinbarkeit mit dem durch das GATT und die WTO-Vereinbarungen gebildeten Rechtsrahmen. Frankfurt am Main: Lang 1998. (Europäische Hochschulschriften: Reihe 2, Rechtswissenschaft, Bd. 2312)

**Schmüser, Hannes:** EU-Protektionismus als Globalisierungsantwort? Darmstadt, Univ., Diss., 1998

**Wetzel, Johannes:** Welche Freiheit für die Kunst? In der „Millennium Round“ der Welthandelsorganisation geht es an die nationale Kulturförderung. In: Berliner Zeitung vom 30.11.1999, S. 12

**Winter, Lorenz:** Wundertüte Sofica? In: Filmecho/Filmwoche, 1995, H. 36, S. 37

**Wolf, Martin:** Hollywood war ein Alptraum. In: Der Spiegel, 2001, H. 33, S.166

**Woltersdorff, Stefan:** Die französische Presse zwischen Globalisierungsdruck und Selbstbehauptung. In: Wegweiser durch die französische Medienlandschaft. Thomas Weber; Stefan Woltersdorff (Hrsg.) Marburg: Schüren 2001

**Zitzmann, Marc:** Asterix contra Sauron. Die französische Filmwirtschaft und ihre Erfolgsrezepte. In: Neue Zürcher Zeitung. Ausgabe Nr. 4 vom 07.01.2002, S. 19

Asterix und Obelix: Mission Cleopatra. In: Filmdienst, 2002, H. 5, S. 22

Canal Plus nimmt die französische Filmfinanzierung aufs Korn. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 04.01.2002

Canal + verkauft seine Ableger im Ausland. In: epd Medien, 2002, H. 58, S. 20

Die Pariser Kulturpolitik ist in die Defensive geraten. Frankreichs „kulturelle Ausnahme“ hat sich bewährt – Doch vom Staat gehen keine Initiativen mehr aus. In: Handelsblatt. Ausgabe Nr. 245 vom 17.12.1999, S. 9

Europäische Internet-Union. In: Globus-Infografik vom 17.09.2001

Frankreich will Ausnahmeklausel für Kultur unbedingt verteidigen. In: epd medien, 1999, H. 88, S. 19

Frankreichs Fernsehsender als Filmfinanziers. Free-TV unterstützte über 100 Kinoprojekte In: Blickpunkt: Film, 2002, H. 14, S. 25

Frankreichs Leser besinnen sich auf Qualität. Ertragsschwache Zeitungen trotz Auflagenzuwachsen. In: Neue Zürcher Zeitung. Ausgabe Nr. 185 vom 13.08.2002, S. 8

2001, millésime d'exception pour les film français. In: Le Monde vom 28.12.2001

## Internetquellen

**Lange, André; Newman-Baudais, Susan (Hrsg.):** Focus 2002. World Film Market Trends. A report by the European Audiovisual Observatory.

URL: [http://www.obs.coe.int/online\\_publication/reports/focus2002.pdf](http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/focus2002.pdf), Zugriff am 09.10.2002

Asterix und Obelix schlagen sie alle. URL: <http://www.film.de/html/2282.shtml>, Zugriff am 09.10. 2002

CNC info N° 283. Bilan 2001. (Synthèse Mai 2002).

URL : <http://www.cnc.fr/cncinfo/283/edito.htm>, Zugriff am 08.10.2002

Homepages des CNC. Presentation du CNC. URL :

[http://www.cnc.fr/a\\_presen/fr\\_a.htm](http://www.cnc.fr/a_presen/fr_a.htm), Zugriff am 09.10.2002

Homepages des CNC. Statistiques annuelles 2001.

URL: [http://www.cnc.fr/d\\_stat/fr\\_d.htm](http://www.cnc.fr/d_stat/fr_d.htm), Zugriff am 08.10.2002

Filmdatenbank Lumière. URL: <http://www.lumiere.obs.coe.int>, Zugriff am 07.10.2002

Homepage der Filmförderungsanstalt FFA.

URL: <http://www.filmfoerderungsanstalt.de>, Zugriff am 10.10.2002

France-diplomatie. Frankreich im Überblick.

URL: <http://www.france.diplomatie.fr/venir/voicilafrance/de/page04.html>, Zugriff am 08.10.2002

Homepage von Unifrance. Unifrance.

URL : <http://www.unifrance.org/apropos/default.asp?CommonUser>, Zugriff am 08.10.2002

Homepage von Unifrance. Unifrance. Le cinéma français en France et à l'étranger. URL:

<http://www.unifrance.org/apropos/apropos2.asp?CommonUser=&lstrubrique=1&langue=21004>, Zugriff am 09.10.2002

Homepage von Unifrance. Unifrance. Notre Mission. URL :

[http://www.unifrance.org/apropos/apropos3.asp?CommonUser=&lstrubrique=1  
&langue=21004](http://www.unifrance.org/apropos/apropos3.asp?CommonUser=&lstrubrique=1&langue=21004), Zugriff am 08.10.2002

## Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Diplomarbeit selbständig angefertigt habe. Es wurden nur die in der Arbeit ausdrücklich benannten Quellen und Hilfsmittel benutzt. Wörtlich oder sinngemäß übernommenes Gedankengut habe ich als solches kenntlich gemacht.

---

Ort, Datum

---

Unterschrift