



Dieter Kosslick, Direktor der internationalen Filmfestspiele in Berlin

## DER DEUTSCHE FILM IST EIN KULTUR- UND WIRTSCHAFTSGUT

im Gespräch mit Christoph Mecking, Stiftung&Sponsoring



**S&S:** Herr Kosslick, was bedeutet Film für Sie?

**Kosslick:** Na ja, Filme sind aufregend und spannend, jeder neue Film ist ein Abenteuer, auf das man sich einlässt. Außerdem ist Film ein kulturelles, audiovisuelles Produkt mit einer Vielfalt von Ausprägungen und Wirkungen. Man kann dieses Produkt rein kommerziell einsetzen, oder das Kommerzielle mit dem Kulturellen verbinden, was natürlich am besten ist.

**S&S:** Und was bedeutet Kino für Sie?

**Kosslick:** Kino ist ein Erlebnis: Der Vorhang geht auf, etwas passiert, was meistens interessant und oft auch überraschend ist. Filme werden in Kinos gezeigt, in architektonischen Räumen, darauf abgestellt, dass viele Menschen zusammen dasselbe sehen und erleben können. Wie in einem Stadion, wo alle dasselbe Spiel sehen, findet dabei auch Kommunikation statt – entweder in Auseinandersetzung mit dem Film oder untereinander.

**S&S:** Nun scheint die Bedeutung des Kinos abzunehmen und damit auch das Erlebnis des gemeinsamen Schauens. Es gibt heute erschwingliche Fernseher mit brillanter Bildqualität, Kinokarten kosten manchmal das Zehnfache einer Leih-DVD, über das Internet stehen vielfältige Abrufmöglichkeiten bereit. Und so bleibt der Konsument zuhause. Welche Gefahren drohen, wenn diese Entwicklung weitergeht?

**Kosslick:** In der Tat wird das Kino, wenn es um Filme geht, zunehmend vergessen. Wenn es aber keine Kinos mehr gibt, geht eine ganz besondere Art des gemeinschaftlichen Erlebens verloren. Auch die sozial- und städtebaupolitische Funktion dieser Häuser wird oft vergessen. Man sieht das deutlich in kleineren und mittleren Städten, wo die Kinos sterben: Da stirbt auch gleich der Rest; es findet nichts mehr statt im öffentlichen Raum. Natürlich bedeutet ein Kino Investition, laufende Instandhaltung und vieles mehr, aber es ist ein Einsatz, der lohnt. Mit diesen Fragen wollen wir uns bei der diesjährigen Berlinale beschäftigen.

**S&S:** Was lässt sich konkret tun, um das Kino als sozialen Ort zu stärken?

**Kosslick:** Zunächst muss das Bewusstsein gestärkt werden, dass das Kino ein sozialer Raum ist. Um Filme für viele Menschen zu zeigen, um das gemeinsame Erlebnis möglich zu machen, braucht es entsprechende Räumlichkeiten. Die soziale Funktion, die mit dem Film als Kulturprodukt zusammenhängt, bleibt über das Kino erhalten. Sie trägt auch zur

Belebung der Innenstädte bei. Im Zuge der Globalisierung sehen immer mehr Innenstädte gleich aus. Kinos werden weggefegt, damit immer gleiche Handelsketten immer gleiche Shops eröffnen können. Wird aber ein Kino geschlossen, ist es so schnell nicht mehr zu öffnen. Gegen diesen Trend wirken Programme der regionalen und nationalen Kinoförderung. So werden zum Beispiel Prämien für hervorragende Jahresprogramme vergeben. Auf diese Weise kann eine bestimmte Vielfalt von Kinos aufrecht erhalten werden. Diese Maßnahmen sind überwiegend staatlich veranlasst.

**S&S:** Die Internationalen Filmfestspiele Berlin, die Berlinale, feiert ihr 60. Jubiläum. Ihr besonderes Kennzeichen ist die Kombination von Auszeichnungen und Filmvorführungen für ein breites Publikum; die Berlinale ist weltweit eines der größten Publikumsfestivals. Was motiviert die Menschen, sich Jahr für Jahr mit Filmproduktionen in derart verdichteter Form auseinanderzusetzen?

**Kosslick:** Hier gibt es sehr unterschiedliche Beweggründe. Für den einen ist es der rote Teppich, also der Eventcharakter, für den anderen ist es das engagierte Kino, wieder andere schätzen das Kinder- und Jugendprogramm, die Retrospektive oder den Kontakt mit dem Filmnachwuchs im Talent Campus. Die Bedürfnisse sind vielfältig. Während des Festivals gehen die Leute an zehn Tagen 500.000 Mal ins Kino. Es handelt sich um ein Megaevent, an dem etwa 300.000 Menschen teilnehmen. Die Berlinale vermittelt ein Gemeinschaftsgefühl. Und sie ist wirklich international – von der Filmauswahl über die Mitarbeiter, die Medien bis hin zur Jury und zu den Besuchern. Die Menschen kommen zusammen, sehen gemeinsam Filme, diskutieren und reden auch im Nachgang über das Gesehene. Dafür besteht offensichtlich ein großer Bedarf.

**S&S:** Läuft das Festival als öffentlichkeitswirksames Gemeinschaftserlebnis dem unterjährigem Kinokonsum den Rang ab?

**Kosslick:** In unseren Filmen wird, überwiegend abseits von Glamour und Starrummel, gezeigt, wo die Welt schief läuft. Die meisten der Filme auf der Berlinale reproduzieren die Wirklichkeit relativ hart. Im Kern will man sich auf der Berlinale gemeinsam etwas anschauen, wo das Gezeigte sich von all den Audiovisionen unterscheidet, die man das ganze Jahr über zu sehen bekommt.

**S&S:** Welche Veränderungen haben Sie bei den Vorbereitungen und der Durchführung der Berlinale in Ihrer Zeit als Direktor besonders beobachtet?

**Kosslick:** Die ganze Sache ist inzwischen ziemlich groß geworden. Zunehmend müssen wir uns auch im Spagat zwischen Independent-Filmen, Major- und Mainstream-Filmen beweisen, zwischen jungen Leuten und älteren. Die Zahl der Besucher steigt außerdem immer weiter an, was wir sehr begrüßen. Wir müssen die Geschmäcker vieler Zielgruppen treffen. Dass sich diese Unterschiede wohltuend ergänzen, steht auch für die Qualität der Berlinale.

**S&S:** Die erste Berlinale wurde 1951 mit amerikanischer Unterstützung veranstaltet. Im letzten Jahr belief sich deren Budget auf 18 Mio. €, wovon 6,5 Mio. € vom Bund aus dem Etat des Kulturstatsministers zur Verfügung gestellt wurden. Weitere Einnahmen ergeben sich aus den Eintrittsgeldern, Akkreditierungsgebühren, Einnahmen aus dem Filmmarkt und Merchandising. Außerdem zählen heute zahlreiche Sponsoren zu den wichtigsten Unterstützern. Für die Berlinale 2010 ist mit der Volkswagen AG einer Ihrer Hauptsponsoren abgesprungen. Wie haben Sie diesen Ausfall kompensieren können?

**Kosslick:** Mit Volkswagen hatten wir sieben Jahre eine gute Partnerschaft, in der wir sehr kreativ kooperiert haben. Die Zusammenarbeit endete im Sommer 2009 zum Vertragsende. Glücklicherweise sind wir im Sponsoring gut aufgestellt [vgl. zum Sponsoringkonzept der Berlinale in diesem Heft S. 18-20]. Viele Wirtschaftsunternehmen haben die Berlinale als attraktive Plattform für ihre Werbe- und Kommunikationsaktivitäten im Fokus. Mit BMW haben wir 2010 einen der nachhaltigsten Automobilhersteller als neuen Partner gewonnen. Ich freue mich auf die Zusammenarbeit mit einem Unternehmen, das wie wir auch ökologische Ziele im Auge behält.

**S&S:** Wie kam die Zusammenarbeit mit einem Autohersteller als Hauptsponsor eigentlich zustande, wo liegt der Mehrwert einer Kooperation von Filmfestival und Automarke?

**Kosslick:** Es geht beim Sponsoring für die Unternehmen immer darum, die richtigen Zielgruppen zu erreichen. Die Berlinale ist weltweit das größte Publikumsfilmfestival. Hinzu kommen die sehr hohe Medienpräsenz, das internationale Staraufgebot und die vielfältigen, authentischen Inhalte, die das Festival bietet. Durch die Vorfahrten am roten Teppich ist die Sichtbarkeit eines Autopartners im Rahmen des Festivals besonders hoch. Umgekehrt benötigt die Berlinale eine vielfältige Fahrzeugflotte, die auch höchsten Ansprüchen gerecht wird.

**S&S:** Besteht angesichts der bedeutenden Rolle der Förderer aus der Wirtschaft nicht die Gefahr, dass die werblichen Inhalte beim Festival die künstlerischen dominieren?

**Kosslick:** Im Zuge der Öffnung des Festivals gegenüber der Wirtschaft haben wir in den letzten Jahren sehr attraktive Medienleistungen konzipiert, die das legitime Bedürfnis unserer Partner nach Sichtbarkeit erfüllen. So sind zum Beispiel die Logos der Hauptpartner in den Pressekonferenzhintergrund integriert worden und werden so weltweit im



TV und auf Fotos kommuniziert. Gleichzeitig achten wir sehr genau darauf, dass das Festival bei unserem Publikum und den Akkreditierten nicht als zu „werblich“ wahrgenommen wird. Dieser Balanceakt ist uns bisher sehr gut gelungen und insofern wäre jeder Versuch unserer Partner, unsere künstlerische Freiheit einzuschränken, töricht. Das gab es auch noch nicht. Und das soll auch so bleiben.

**S&S:** Sie waren lange Geschäftsführer der Filmstiftung NRW, die nach eigenen Angaben allein 444 Kinofilme mit knapp 250 Mio. € gefördert hat. Daneben gibt es staatliche Unterstützung von Filmprojekten durch den Bund und die Länder. An dem bedeutendsten Produktionsstandort USA existiert dagegen kein staatliches Förderprogramm. Warum braucht der deutsche Film die Förderung?

**Kosslick:** Dass es in den USA keine staatlichen Förderprogramme für Filme gibt, wird inzwischen auch dort zunehmend bemängelt, obwohl der Markt für englischsprachige Produktionen so viel größer ist als der für deutschsprachige. In den USA gibt es auch keine staatliche Gesundheitsversorgung und niemanden, der den Menschen sagt, dass sich 15 Fleischburger am Tag eventuell negativ auf die Gesundheit auswirken könnten. Den deutschen Film würde es in der jetzigen Qualität vielleicht nicht geben, wenn wir ihn allein dem Markt überließen. Wie bei allen Dingen würden die Marktkräfte dahin gehen, wo am billigsten produziert wird, also raus aus Deutschland. Und schließlich hat die Kultur bei uns schon deshalb einen Anspruch auf öffentliche Förderung, weil wir vergleichsweise hohe Steuern zahlen. Sie ist zudem ein größerer Garant für kulturelle Vielfalt als der freie Markt in den USA.

**S&S:** Vor einigen Jahren prangerten Sie das System der deutschen Filmförderung an, bezeichneten es als ineffektiv,

zu langsam und altbacken und kritisierten vor allem die Unfähigkeit der einzelnen Länder, in der Förderung zusammenzuarbeiten. Hat sich die Situation gebessert?

**Kosslick:** Diese Aussagen von mir sind ja schon recht alt. Die Situation hat sich seitdem deutlich gebessert. Vor allem die Infrastruktur hat sich sehr positiv entwickelt. Wir haben heute viel mehr professionelle Regisseure, Schauspieler und Kameraleute. Der deutschen Filmwirtschaft und Filmförderung in Bund und Ländern geht es heute ganz gut.

**S&S:** Sie sind also zufrieden mit der Ausbildung des Nachwuchses?

**Kosslick:** Im Laufe der letzten 10 bis 15 Jahre hat sich die Situation enorm verbessert, sowohl an Hochschulen als auch an weiteren Aus- und Weiterbildungsinstitution. Die Professionalisierung ist extrem fortgeschritten, die Hochschulen und Fachhochschulen bringen regelmäßig äußerst kreative Filme heraus. Die Nachwuchsförderung wird heute sehr systematisch betrieben und befindet sich nach meinem Eindruck in wirklich guter Qualität.

**S&S:** Neben staatlichen Agenturen und Wirtschaftsverbänden engagieren sich auch immer mehr gemeinnützige Einrichtungen für Filmkunst und -bildung. Filmförderung findet also in gemeinsamer Verantwortung statt, orientiert an unterschiedlichen Zielen wie gesellschaftlicher Funktion, Profit und gemeinnütziger Kunstförderung. Können Sie die Potenziale dieser Förderrichtungen skizzieren?

**Kosslick:** Das Filmförderungsgesetz macht deutlich, dass der deutsche Film ein Kultur- und Wirtschaftsgut ist. In diesem Rahmen ist jeder Sektor gefordert, ihn zu fördern, so gut er kann – und will.

**S&S:** Welche Wünsche haben Sie an Stiftungen und andere gemeinnützig agierende Förderer?

**Kosslick:** Gemeinnützige Akteure sollten in den Bereichen tätig werden, die über die Grundversorgung mit dem Kulturgut Film hinausgehen. Die Förderung der Kompetenz von Kindern und Jugendlichen für den sachkundigen und selbstbestimmten, reflektierten und auch kritischen Umgang mit dem Medium Film gehört dazu, ebenso die weitere Motivation und Unterstützung des Nachwuchses durch Stipendien und Preise oder die wissenschaftliche Bearbeitung des Filmschaffens. Außerdem würde ich mehr Förderungen grenzüberschreitender Zusammenarbeit durch diese Organisationen begrüßen.

**S&S:** Im Jahr 2004 haben Sie in Zusammenarbeit mit der Kulturstiftung des Bundes und dem Goethe-Institut den World Cinema Fund (WCF) aufgebaut. Die Laufzeit wurde kürzlich bis einschließlich 2011 verlängert. Was ist das Anliegen des Funds und welche sind seine bisherigen Erfolge?

**Kosslick:** Es gibt Länder auf der Welt, wo es mangels finanzieller Ressourcen und Infrastrukturen fast unmöglich ist, Filme

zu machen. Aus einer übergreifenden Sicht heraus haben reichere Länder die Pflicht, die Künstler in diesen Ländern zu unterstützen. Trotz Globalisierung muss die kulturelle Diversität erhalten bleiben und sichtbar gemacht werden. Insofern arbeitet der WCF völlig anders als die meisten Filmförderungseinrichtungen: Das Fördergeld muss in den Ländern eingesetzt werden, wo die Filme entstehen. Zugleich binden wir deutsche Filmproduzenten ein, die international kooperieren wollen. So können auch längerfristig kulturelle und filmwirtschaftliche Kontakte aufgebaut werden. Der WCF blickt auf 5 sehr erfolgreiche Jahre zurück. Alle geförderten Filme wurden bei internationalen Filmfestivals eingeladen und zum Teil ausgezeichnet. Die WCF-Förderung ist fast wie ein Gütesiegel zu betrachten. Und wir haben dabei bisher auf die große Unterstützung der Kulturstiftung des Bundes, des Goethe-Instituts, des Auswärtigen Amts und des Kulturstaatsministers Bernd Neumann vertrauen dürfen. Der peruanisch-spanische Film *La teta asustada* (Eine Perle Ewigkeit) hat im letzten Jahr den Goldenen Bären für den Besten Film bei der Berlinale gewonnen – auch er wurde vom WCF produktionsgefördert. [Vgl. mehr zum WCF in diesem Heft S. 16-17]

**S&S:** Schließlich die Frage, welchen Stellenwert die Erschließung, Bewahrung und Veröffentlichung alter Filme, also des kulturellen Erbes, für Sie hat.

**Kosslick:** Zu wenig Wissen über die Vergangenheit führt zu unnötig vielen Fehlern in Gegenwart und Zukunft. Der Lerneffekt ist wichtig. Die Murnau-Stiftung und Transit Film etwa pflegen das kulturelle Filmerbe professionell. Beeindruckend zeigt sich dies z.B. an der Restaurierung und Rekonstruktion des legendären Filmklassikers „Metropolis“. Bei der Berlinale 2010 werden wir Fritz Langs stilprägendes Werk nach über 80 Jahren wieder in der Originalfassung sehen können. Auch die jährlichen Retrospektiven der Berlinale tragen zur Erinnerung und Reflektion unserer Filmgeschichte bei.

**S&S:** Herzlichen Dank für das Gespräch.



#### ZUR PERSON

Dieter Kosslick, geb. 30.5.1948 in Pforzheim, Studium der Kommunikationswissenschaft, Politik und Pädagogik, später u.a. Büroleiter des Ersten Bürgermeisters von Hamburg Hans-Ulrich Klose. 1983 Geschäftsführer des Hamburger Filmbüros. 1986 Gründer des Europäische Low Budget Forums mit dem „Kino auf der Alster“, 1988 Geschäftsführer des Film Fonds Hamburg und Mitbegründer und Präsident des European Film Distribution Office. 1992 Geschäftsführer der Filmstiftung NRW GmbH. Am 1.5.2001 Direktor der Internationalen Filmfestspiele Berlin. Kosslick war u.a. Vizepräsident der Europäischen Filmakademie, Mitglied im Fernsehrat des ZDF, im Verwaltungsrat der Filmförderungsanstalt in Berlin und der deutsch-französischen Filmakademie, Vorstandsmitglied im European Film College, Gründungsgeschäftsführer und heutiger Kuratoriumsvorsitzender der internationale filmschule köln. Sein Engagement für Film und Kultur wurde u.a. mit dem Bundesverdienstkreuz, dem Helmut-Käutner-Preis der Stadt Düsseldorf und der „Goldenen Leinwand“ des Hauptverbandes der deutschen Filmtheater gewürdigt.