



© Angelika Kilmann

Diskussion

Die Österreichisch-Amerikanische Gesellschaft lud ein (v.l.): Christian Horak, Rudi Dolezal, Moderator Werner Müllner, Lisa Totzauer, Hannes Schalle.

Rudi Dolezal: „Unser Disney ist Österreich“

Branchenexperten diskutierten über die Zukunft der Filmlandschaft zwischen regionaler Identität und multinationalen Streaminggiganten.

WIEN. Eine hochkarätige Runde wagte am Tag nach der Oscar-Verleihung den Blick auf die Branchelage der Filmwirtschaft. Einig waren sich die Diskutanten auf Einladung der Österreichisch-Amerikanischen Gesellschaft vor allem in einem: Die gesamte Industrie befindet sich derzeit in einer Umbruchphase. Und die Zukunft ist von einem Spannungsfeld gekennzeichnet.

Partnerschaften schließen

So könne der Weg zum Erfolg nur in der internationalen Kooperation liegen, die auch als Immunisierung gegen Provinzialität diene. Auf der anderen Seite gelte es, eine kleinteilige Filmwirtschaft ohne Abhängigkeit von großen Konglomeraten zu bewahren.

Wichtig sei für Inhalteanbieter in einem kleinen Markt wie Österreich: „Absolutes Fokussieren auf die Kernkompetenzen“, unterstrich Lisa Totzauer, Channelmanagerin von ORF1. Zugleich dürfe Regionalität nicht Provinzialität bedeuten: „Deshalb sollten wir Partnerschaften ohne Tabus denken.“

Exklusivität finanzieren

„Selber produzieren, nicht einkaufen“, hob auch Produzentenlegende Rudi Dolezal die Bedeutung heimischen Contents hervor: „Unser Disney ist Österreich.“ Diese Exklusivität dank Regionalität müsse aber auch finanziert werden, gab Produzent Alexander Glehr zu bedenken und verwies auf das lange diskutierte Steueranreizmodell

als Dauerforderung der Branche, um Produktionen ins Land zu holen.

Eine weitere Gefahr für die Kreativbranche sei die Political Correctness, was sich nicht zuletzt an der vergangenen Oscar-Verleihung gezeigt habe. „Wenn nur mehr alles ausgewogen ist und jeder bedacht wird, wird es unromantisch“, so Dolezal.

Auch für ORF1-Channelmanagerin Totzauer ist die Fragmentierung des Marktes ein Problem. So würden dank genauer Datenanalyse durch die großen Anbieter Produkte ganz auf einzelne Teilgruppen zugespielt werden: „Wir werden spitzer, spitzer, spitzer und wundern uns, dass unser Geschäftsmodell nicht mehr funktioniert.“ Dies gelte umso mehr für die

Kreativen, so Filmemacher und Komponist Tony Zawinul.

Zeiten des Umbruchs

Uneinigkeit herrschte indes, wie die Zukunft der Kinobranche aussieht. Wenn man den weltweiten Umsatzrückgang von 2019 auf 2020 von 42 auf 12 Mrd. USD betrachte, müsse man klar sehen: „Es ist nicht davon auszugehen, dass das ein kurzfristiger Effekt ist“, unterstrich Christian Horak von Ernst & Young.

„Ich glaube nicht, dass das Kino nach Covid tot ist. Es muss sich nur neu erfinden“, richtete Produzent Glehr indes den Blick nach vorn, den auch Regisseur Hannes Schalle einforderte: „Kein Stein bleibt auf dem anderen. Forza, das schaffen wir schon.“ (APA/red)