



Diagonale Film Meeting 2017

Wen interessiert's? Popularität und Potenzial des österreichischen Films im Inland

Dem mittlerweile mit zwei Auslandsoscars ausgezeichneten und oft beschriebenen österreichischen „Filmwunder“ stehen seit Jahren zum Teil ernüchternde Einspielergebnisse gegenüber: Rund zwei Drittel der jährlich in den heimischen Kinos startenden Ö-Filme zählen weniger als 10.000 Besucher/innen, manche davon erreichen wenige Tausend – und das trotz aufwändiger Vermarktung oder beachtlicher Festivalerfolge. Auch der nationale Marktanteil ist immer wieder Thema: Mit 5,3% im Jahr 2015 liegt er mittlerweile deutlich über dem Durchschnitt der letzten zehn Jahre, aber im Europavergleich weiterhin im unteren Drittel. Erfolgszahlen wie aus Tschechien (18,4% nationaler Marktanteil), Schweden (20,7%) oder Dänemark (29,8%) scheinen unerreichbar. Derart trockene Fakten geben immer wieder Anlass zu brancheninterner und auch öffentlich vorgetragener Frustration.

Kurz vor Weihnachten stimmte Roland Teichmann in einem Interview mit dem Fachverband der Film- und Musikwirtschaft etwas versöhnlicher und optimistischer: „Das Filmjahr 2016 war aus bisheriger Sicht insofern bemerkenswert erfolgreich, als es seit Längerem wieder einmal gelungen ist, eine schöne Dichte an Erfolgen im oberen Mittelfeld zu erzielen. Oft beeinflussen ja Ausreißer nach oben die Statistik. Filme wie z. B. *Vor der Morgenröte*, *Toni Erdmann*, *Hotel Rock 'n' Roll* und *Maikäfer flieg*, um nur einige zu nennen, haben im anhaltend kompetitiven und schnellebigen Kinomarkt Besucherzahlen um die 50.000er-Marke erzielt. Das ist ein wirklich schönes Ergebnis und zeigt auch die Vielfalt im Erfolg unseres Filmschaffens.“

Auch wenn der ÖFI-Direktor die Zahlen in vermutlich marktgerechtere Verhältnisse rückt, verspüren viele den Wunsch nach Änderung oder Anpassung. Die einen wollen mehr Fokus auf publikumswirksame Filme, um sich die Erfolge und Legitimation an der Kinokassa zu holen. Die anderen erinnern an die Diversität von Geschichten und Filmformen, die eine Filmkultur wettbewerbsfähig hält. Immer wieder wird zudem die Forderung nach weniger Filmen laut, da kein Kino die vielen österreichischen Filme im Jahr sinnvoll unterbringen kann. Wieder andere wünschen sich neue, innovativere Verwertungsstrategien. Und immer wieder die Frage: Wen interessiert der österreichische Film? Wer und wo ist sein Publikum?

Der österreichische Film bleibt, wie ihn auch schon das Filmförderungsgesetz skizziert, ein kreativ-künstlerisches und wirtschaftliches Spannungsfeld, zusätzlich aufgeladen mit einem kulturellen und identitätsstiftenden Wert. Das wiederum soll ihm kein Hindernis, sondern von Vorteil sein: Im Ausland hat sich der österreichische Film als qualitative Trademark etabliert. Ein Erfolg, dem im Inland nur bedingt seine Entsprechung widerfährt – trotz einer Vielzahl an zusätzlichen filmvermittelnden Aktivitäten und



„sonstigen Verbreitungsmaßnahmen“. Zudem muss gerade auch im Hinblick auf internationale Festivalteilnahmen die Frage gestellt werden, inwiefern der internationale (Film-)Festivalbetrieb und seine Wahrnehmung in der Branche Gefahr laufen, zu selbstreferenziell zu werden, zumal sich international erfolgreiche und mit Preisen bedachte (österreichische) Filme immer schwerer tun, an der heimischen Kinokasse zu reüssieren.

Wie also kann ein Diskurs über die Popularität des österreichischen Films gelingen, ohne auf vielfach bemühte Argumentationsmuster zu rekurren. Das Diagonale Film Meeting wagt einen Schritt in dieser sich windenden Diskussion. Selbstkritisch und ergebnisoffen sollen Fragen gestellt werden: Gibt es nicht mehr Publikum für die vielen österreichischen Filme? Oder aber gibt es ein Publikum, dem entsprechende Filme fehlen? Welche könnten das sein? Mangelt es an Skills und Know-how in bestimmten Bereichen? Versteht die zu starke Fokussierung auf mögliche Publikumserfolge die Forderung nach starkem, eigenständigem und eigenwilligem Autor/innenkino, das schon einmal Prämisse des Erfolgs des österreichischen Films war? Sind regionale Spezialisierungen ein Erfolgsrezept? Überlassen wir das junge Publikum zu sehr dem internationalen Markt? Sind die Verwertungsstrukturen noch sinngemäß und muss jeder Film ins Kino? Und welche mittelfristigen Perspektiven zum Status quo des Labels „österreichischer Film“ lassen sich daraus ableiten? Fragen, denen die gemeinsame Sehnsucht nach einer lebendigen Filmkultur im In- und Ausland zugrunde liegt.

Mit Inputs, Präsentationen, Case-Studies und Diskussionsrunden sollen an zwei Tagen Potenziale abgetastet werden, wie der österreichische Film vom heimischen Publikum verstärkt wahrgenommen werden kann. Als gefühlter wie auch zählbarer Wert. Wir freuen uns über Ihre Teilnahme!

Diagonale Film Meeting

29. und 30. März 2017, Hotel Wiesler, Jugendstilsaal