

Inhalt

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	7
1 Einführung	9
1.1 Ausgangssituation und Problemstellung	9
1.2 Zielsetzung der Arbeit	10
1.3 Struktur der Arbeit	12
2 Grundlagen der Subventionstheorie	14
2.1 Der Subventionsbegriff	14
2.2 Argumentative Grundlage und Zielsetzung der Subventionsvergabe	15
2.3 Formen und Wirkungsweisen von Subventionen	17
2.4 Problematik der Subventionskontrolle	18
3 Rahmenbedingungen der Filmförderung in Deutschland.....	20
3.1 Politische Rechtfertigung und Zielsetzung der Filmförderung	20
3.1.1 Filmförderung aufgrund von Marktmacht	20
3.1.2 Filmförderung aufgrund meritokratischer Eigenschaften	21
3.1.3 Filmförderung aufgrund externer Effekte	22
3.2 Rechtliche Grundlagen der Filmförderung	23
3.2.1 Europäische Rechtsgrundlage	24
3.2.2 Deutsche Rechtsgrundlage	25
3.3 Ökonomische Bedingungen der Filmförderung	27
3.3.1 Ökonomische Bedingungen des Absatzmarktes	27
3.3.2 Ökonomische Bedingungen des Produktionsmarktes	32
3.4 Filmförderungsrelevante technologische Veränderungen	34
3.4.1 Digitalisierung der Filmproduktion	34
3.4.2 Digitaler Filmvertrieb	35
3.5 Filmförderungsrelevante soziokulturelle Restriktionen	37
3.5.1 Kulturelle Konvergenz	37
3.5.2 Rezeptionsverhalten von Kultur- und Mediengütern	38
4 Neue Politische Ökonomie staatlicher Beihilfen.....	41
4.1 Grundlagen der Neuen Politischen Ökonomie	41

4.2 Theorie der Demokratie	44
4.3 Theorie der Bürokratie	46
4.4 Theorie der Interessengruppen	51
4.5 Kritische Würdigung des Theorieansatzes	54
5 Marktergebnis: Wirkungsmechanismen der Subventionierung	56
5.1 Entwicklungsförderung	56
5.2 Produktionsförderung	60
5.2.1 Projektförderung	60
5.2.2 Referenzförderung	63
5.2.3 Automatische Förderung	65
5.3 Verleih- und Auswertungsförderung	67
5.3.1 Projektförderung	67
5.3.2 Referenzförderung	71
6 Marktverhalten: Ursächliche Partikularinteressen der Akteure	73
6.1 Akteure des Subventionsangebots	73
6.1.1 Politische Akteure	73
6.1.2 Förderinstitutionen	75
6.2 Akteure der Subventionsnachfrage	77
6.2.1 Filmschaffende	77
6.2.2 Produktionsgesellschaften	79
6.2.3 Produktionsdienstleister	81
6.3 Akteure beider Marktseiten	83
6.3.1 Filmvertriebsgesellschaften	83
6.3.2 Filmtheaterbetreiber	85
6.3.3 Fernsehveranstalter	89
7 Marktstruktur: Auswirkungen auf die Struktur der Filmwirtschaft	93
7.1 Auswirkungen auf das Marktangebot	93
7.2 Auswirkungen auf die Marktnachfrage	95
7.3 Auswirkungen auf Marktzutrittsschranken	97
7.4 Auswirkungen auf den Grad der Produkthomogenität	99
8 Fazit und Handlungsimplicationen	101
Anhang	105
Literaturverzeichnis	109

Filmförderung und Subventionskontrolle in Deutschland

Kumb, F.

2014, VIII, 110 S. 6 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-04867-9