

- > Berlinale mit neuem Einreichungsrekord - mehr als 6000 Filme aus aller Welt
- > Zusätzliches Programmangebot mit nationalen und internationalen Filmpremieren
- > Investitionen in digitale Vorführtchnik / Neuer Sponsor für Berlinale gewonnen

„Bei uns muss man immer noch ins Kino gehen“

> Interview mit Dieter Kosslick, Direktor der Berlinale



> Dieter Kosslick

Geboren: **30. Mai 1948**

Studium Kommunikationswissenschaften, Politik und Pädagogik

1979 Redenschreiber und Büroleiter des Hamburger Bürgermeisters Hans Ulrich Klose

1982 Redakteur der Zeitschrift „Konkret“.

1983 Geschäftsführer kult. Filmförderung Hamburg

1986 Gründer des Europäischen Low Budget Forums

1988 Geschäftsführer wirt. Filmförderung Hamburg

1992 Geschäftsführer der Filmstiftung NRW

Seit **1. Mai 2001** Direktor der Berlinale

Es sieht so aus, als kann die aufziehende Wirtschaftskrise der Berlinale nichts anhaben. Mehr Filme, mehr Sponsoren, ein ausgebuchter European Filmmarket und Journalisten und Fachbesucher auf dem gewohnt hohen Niveau der Vorjahre. Auch 2009 hat die Berlinale in ihrem 59. Jahr Neues zu bieten. Als Reaktion auf das ungebrochene Publikumsinteresse und einem Rekord an Filmeinreichungen wurde ein neues Angebot kreiert: Das Berlinale Special zeigt als Teil des offiziellen Programms außergewöhnliche Neuproduktionen und aktuelle Werke zeitgenössischer Filmemacher, deren Arbeit die Berlinale besonders ehren und präsentieren möchte. Alle Filme im Berlinale Special werden bei den Premieren von den eingeladenen Filmemachern persönlich vorgestellt. Ins diesjährige Berlinale Special sind bislang 13 Filme eingeladen, davon neun Weltpremieren. Dazu gehören: „Effi Briest“, Deutschland, „Food“, USA, „Hilde“, Deutschland und „John Rabe“, Deutschland/Frankreich/VR China.

promedia: Herr Kosslick, spüren Sie anhand geringerer Anmeldungen, fehlender Stars oder weniger eingereichter Filme die Auswirkungen der Krise, die auch für die Medienbranche prognostiziert wird?

Kosslick: Nein, keinesfalls. Mit der Finanzkrise wird natürlich auch vieles begründet oder als Vorwand genutzt, was mit ihr überhaupt nichts zu tun hat. In unserem Bereich, wo es auch viele pffiffige Leute gibt, wird jedes Argument benutzt, um z. B. einen Sonderrabatt herauszuholen. Das darf man nicht so ernst nehmen. Wir spüren aber etwas anderes, was mit der Krise zusammenhängt: Es gab vor allem in Amerika im vergangenen Jahr eine gewisse strukturelle Be-

reinigung von Independent-Firmen, die großenteils unsere Partner sowohl bei den Filmen als auch im Markt waren. Bei den „normalen“ Akkreditierungen spüren wir noch nichts. Bei den Journalisten wissen wir es nicht abschließend, es scheinen aber auf keinen Fall mehr Akkreditierungen zu werden als im vergangenen Jahr. Aber dieser Rückgang, den wir eventuell zu verzeichnen haben, hat mehr mit der Situation in der Verlagswelt zu tun als mit der Finanzkrise. Man muss sehr fein säuberlich untersuchen, welche Wirkung welcher Vorgang hat.

promedia: Es sind also weniger Filme eingereicht worden?

Kosslick: Nein. Bei den Filmeinreichungen haben wir dieses Jahr wieder einen Rekord zu verzeichnen. Wir haben auch das Programmangebot für das Publikum erweitert, indem wir den Friedrichstadtpalast für die Wiederholungen des Wettbewerbs nutzen. Zudem wird das „Berlinale Special“ sowohl im Friedrichstadtpalast als auch im Cinema Paris statt finden. Im Friedrichstadtpalast werden wir die neuen Gala-Screenings des „Berlinale Special“ mit großen deutschen und internationalen Premieren wie z.B. „Effi Briest“ oder „John Rabe“ und „Hilde“ zeigen.

promedia: Sie sagen, die Filmeinreichung sei Ihr einziger Rekord, aber das ist doch auch der wichtigste?

Kosslick: So gesehen, ja. Das zeigt die Attraktivität der Berlinale, die Akzeptanz der Industrie, aber es sagt sonst nichts weiter aus, weil es keinen direkten Zusammenhang zwischen Qualität und Menge gibt. Wir könnten 400 Filme auch aus 2000 aussuchen, wenn man 6000 Filme hat, ist zwar die Chance größer, aber dann hat man nicht automatisch 600 tolle Filme.

Dennoch müssen wir uns alle Filme anschauen, was den Sichtungsprozess enorm erschwert hat. Das ist nicht nur mit sehr unangenehmen Folgen für uns verbunden, sondern vor allem für die Produzenten, Verleiher, Regisseure und Darsteller, weil sie auf unsere Entscheidungen immer länger warten müssen, da wir mit der Sichtung nicht hinterherkommen. Der Entscheidungsprozess zieht sich bis in den Januar hinein und wir müssen da schon alle Publikationen vorbereiten.

promedia: Wie wollen Sie dieses Dilemma lösen?

Kosslick: Das kann man nicht lösen.

promedia: Aber diese Steigerung hält doch seit Jahren an...

Kosslick: Ja, aber dieses Jahr sind es ca. 1000 Filme mehr als im letzten Jahr, wo wir auch schon dachten, dass wir nun die Obergrenze erreicht hätten. Ich hoffe, dass wir unter all diesen Filmen, die ausreichen würden um 16 Jahre Berlinale zu machen, die besten gefunden haben.

promedia: Welche Themen bestimmen dieses Jahr den Wettbewerb?

Kosslick: Zu Beginn des Auswahlprozesses ist kein inhaltlicher Zusammenhang sichtbar und es existieren natürlich auch keine inhaltlichen Schwerpunkte, nach denen wir die Filme betrachten. Da sucht man einfach gute Filme. Aber wenn man sich Wochen und Monate damit beschäftigt hat, erkennt man natürlich Zusammenhänge. Man kann sagen, dass sich auch in diesem Jahr Filmkunst als Seismograph der gesellschaftlichen Probleme erweist. Wir haben sehr viele Filme, die sich auf unterschiedlichsten Ebenen mit der Globalisierung beschäftigen. Dazu gehören Filme, in denen es um die Finanzwelt und ihre Mechanismen geht, wie etwa beim Eröffnungsfilm „The International“. Die Kollateralschäden der Globalisierung sind in einigen Filmen deutlich zu sehen und das in sämtlichen Sektionen, im Forum, im Panorama, bei Generation und auch bei der Perspektive Deutsches Kino. Es gibt aber auch Hoffnungsschimmer in Filmen, die sich mit Familienzusammenhängen beschäftigen, also in denen Leute ihre Kraft in der Familie oder in einer kleinen überschaubaren Einheit suchen. Es gibt im Prinzip zwei Aspekte einer Geschichte: das eine ist die überdimensionierte, aus jeder Kontrolle geratene Globalisierung, Finanzwelt, Krieg, Folter und Tod, wozu auch Lebensmittel und Essen gehören. Zu letztem Thema werden wir auch in der Reihe Kulinarisches Kino den tollen Dokumentarfilm „Food Inc.“ zeigen. Auf der anderen Seite haben wir die kleinstmögliche Einheit, nämlich das Zuhause im privaten Umfeld, in der Stadt bzw. dem Dorf. Auch historischen Themen spielen eine Rolle, wie z.B. in „John Rabe“.

promedia: Ist das ein Zeichen dafür, dass nicht nur die Welt globaler wird, sondern auch die Filmbranche globaler denkt?

Kosslick: Das wird man auch sehen, weil wir in diesem Jahr viele deutsche Filme zeigen, die internationale Koproduktionen sind, was wiederum mit der Förderung, der guten Entwicklung bei den Studios und dem DFFF zusammenhängt. Das findet man aber auch in anderen Ländern. Spanien z. B. hat sehr viele Koproduktionen mit Lateinamerika, die Chinesen sind im asiatischen Raum aktiv und die

Franzosen sind sehr international tätig. Gerade an Berlin kann man ziemlich gut sehen, wie die Globalisierung der Filmwirtschaft voranschreitet. Mit allen, die momentan in Berlin sind und hier drehen, könnte man eine eigene Berlinale veranstalten.

promedia: Schon Dank der Globalisierung werden Sie immer mehr Filme erhalten. Haben Sie schon einmal daran gedacht, zwei Berlinale zu veranstalten, im Frühjahr und im Herbst?

Kosslick: Nein. Wenn man die Berlinale vielleicht nur alle zwei Jahre veranstalten würde, dann hätte man das Problem nur einmal. Aber das ist natürlich auch keine Lösung. Die Berlinale, wie wir sie heute ausrichten, in dieser Dimension, mit der neuen Technologie, den tausenden akkreditierten Teilnehmern und Besuchern, benötigt ihre Zeit, um auf die Beine gestellt zu werden. Eine gute Berlinale ist in weniger als einem Jahr organisatorisch nicht zu bewältigen und ich bezweifle auch, dass es möglich wäre zwei Ausgaben pro Jahr zu finanzieren.

promedia: Was erwartet die Filmbranche vom ersten Filmfestival im Jahr 2009 angesichts der vielen pessimistischen Prognosen?

Kosslick: Optimismus natürlich und dass es ein prachtvolles Festival wird. Dem Kino und der deutschen Filmindustrie geht es ja gut. Ich habe auch das Gefühl, dass die Stimmung in der Branche gut ist, wir müssen also nicht künstlich für eine gute Stimmung sorgen. Die Berlinale ist ein Stimmungsbarometer und wir sind auch dazu da, die Branche noch etwas mehr aufzuheitern. Das wird uns hoffentlich mit genügend guten Filmen gelingen, die dazu beitragen, dass die Branche optimistisch in die Zukunft sehen kann, sowohl mit den Filmen als auch beim Box-Office.

promedia: In den vergangenen Jahren haben Sie kritisch auf neue Festivals reagiert, weil dort mit viel Geld große Stars eingekauft werden und damit der Wettbewerb der Festivals verzerrt wurde. Kann die jetzige Krise eine Entzerrung dort bringen, da weniger Geld vorhanden ist?

Kosslick: Das weiß ich nicht. Ich sehe es heute auch nicht mehr so dramatisch, wie ich es mal gesehen habe. Das was Sie schildern, findet nach wie vor statt. An allen Ecken werden glamouröse Filmfeste aus dem Boden gestampft, aber diese Entwicklung hat uns interessanterweise nicht tangiert. Es ist für uns schwierig First Class Tickets aus der Hosentasche zu ziehen, damit jemand irgendwo hergeflogen kommt und über den roten Teppich läuft. Wir verstehen unter einem Filmfestival etwas anderes und organisieren es auch anders. Solange die Attraktivität

noch vorhanden ist und die Stars vorbeikommen, müssen wir uns keine Gedanken machen.

promedia: Sie haben den European Film Market als Stimmungsbarometer bezeichnet. Läuft das Geschäft auch so gut wie in den vergangenen Jahren?

Kosslick: Im Moment ja. Ob es bis zum Beginn der Berlinale so bleibt, ist noch unklar, weil sich in letzter Minute noch einiges ändern kann. Wir haben sehr viele Screening-Anmeldungen erhalten und können im Moment nicht feststellen, ob sich aus den strukturellen Veränderungen der Independent-Industrie irgendwelche Konsequenzen für den European Film Market ergeben. Momentan sind wir jedenfalls ausgebucht.

promedia: 29 von insgesamt 49 Leinwänden werden mit digitalen Kinosevern ausgestattet. Worin liegt der Vorteil für Sie?

Kosslick: Es bestehen unter den eingereichten Filmen sehr viele unterschiedliche Filmformate, die dann auch meistens nicht auf eine Kopie gezogen werden, sondern sie bleiben in diesem elektronischen Zustand und werden so vorgeführt. Deshalb mussten wir besonders beim Panorama und dem Forum darauf Rücksicht nehmen. Für diese Vorführttechnologie mussten spezielle Kinosever angeschafft werden, ebenso ein zentrales Encoding-Studio in unserer Filmverwaltung. Die verschiedenen Formate werden digitalisiert, dass wir sie in allen neu ausgestatteten Kinos vom Server abspielen können. Das sind echte Investitionen, die wir so direkt nicht erwirtschaften können.

promedia: Ihr Topf an Finanzmitteln ist aber doch auch nicht größer geworden?

Kosslick: Er ist ein bisschen größer geworden. Wir haben einen neuen Sponsor dieses Jahr gewinnen können, Tesiro, eine chinesische Schmuckfirma, die zum ersten Mal hier vertreten ist. Ansonsten können wir diese zusätzlichen Investitionen nur mit Ticketverkäufen, Vermietungen und Verpachtungen und über die Sponsoren refinanzieren.

promedia: Die Berliner Philharmoniker haben ein neues System eingeführt: Gegen fünf Euro kann man im Internet die Konzerte verfolgen. Wäre das nicht ein Geschäftsmodell für Sie?

Kosslick: Dagegen spricht die Rechtsfrage, die natürlich bei jedem Film eine Rolle spielt. Niemand wird für einen Betrag von z. B. fünf Euro, die dann auch nur wir bekommen, sein Verwertungsrecht abgeben. Solche Möglichkeiten haben wir nicht. Unsere Pressekonferenzen allerdings kann man sich bereits im Internet ansehen. Ansonsten muss man bei uns immer noch ins Kino gehen. (JG)