

Digitale Disruption der Filmöffentlichkeit – das Beispiel des Filmfestivals

Thesen von Christian Jungen

1. Filmfestivals haben sich historisch gesehen als Plattformen etabliert, wo sich Kreative (Filmemacher, Produzenten), Industrie (Verleihern, Kinobetreibern) und Rezipienten trafen und gegenseitig voneinander profitierten. Dieser Pakt wurde durch die Digitalisierung erschüttert.
2. Zu den Gewinnern der Digitalisierung gehören die Festivals und die Produzenten, eher zu den Verlierern die Zwischenhändler (Verleiher, Kinobetreiber) sowie die klassischen Rezipienten (Filmkritik) und Multiplikatoren (People-Presse).
3. Filmfestivals wandeln sich gerade vom einmal pro Jahr stattfindenden Event zu Marken, die das ganze Jahre über präsent sind.
4. Filmfestivals entwickeln sich allmählich zu VoD-Plattformen und übernehmen immer häufiger die Rolle von Verleihern.
5. Filmfestivals steuern die Rezeption der gezeigten Filme immer stärker und unterminieren das Meinungsprimat der Kritik mit eigenem Content.
6. Cannes – und alle anderen Festivals – werden es sich mittelfristig nicht mehr leisten können, neue Players wie Netflix auszuschliessen, weil diese ihre Filme nicht mehr oder nicht immer ins Kino bringen wollen.
7. Heute lohnt es sich für Produzenten nur noch einen Film an einem grossen Festival zu zeigen, wenn er sogleich ins Kino kommt.
8. Mittlerweile gibt es so viele Filmfestivals, dass diese dem Kino nicht mehr nützen, sondern letztlich schaden, weil sie das normale Kinoprogramm konkurrenzieren und das Publikum daran gewöhnen, dass ein Kinobesuch ein Event mit einem «added value» ist.