



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE

Die türkische Filmindustrie

Marktentwicklungen
2004 bis 2013

ZUSAMMENFASSUNG
des Berichts "The Turkish film industry"

Martin Kanzler

Ein Bericht der Europäischen
Audiovisuellen Informationsstelle

Oktober 2014



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

Jahrbuch 2014

Fernsehen, Film, Video und audiovisuelle Abrufdienste – die gesamteuropäische Lage

20.
Jubiläums-
ausgabe!

Druck-
ausgabe

Elektronische
Ausgabe*

Die besten
Daten- und
Informationsquellen
zu Fernsehen, Film,
Kino, Video und
den audiovisuellen
Diensten
auf Abruf!

* das Jahrbuch in PDF Ausgabe oder der Premium Service.

Analyse von VoD-Katalogen
Abrufdienste
Internationaler Handel mit
audiovisuellen Dienstleistungen

Digitales Fernsehen
Wirtschaftliche Trends im
Hörfunk- und Fernsehsektor
Film und Kino

verfügbar als → Online Premium Service • PDF Ausgabe • Druckausgabe

Gleich bestellen:

<http://www.obs.coe.int/shop/yearbook>

E-mail : orders-obs@coe.int - Tel. : +33 (0) 33 90 21 60 00



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

Die türkische Filmindustrie

Marktentwicklungen
2004 bis 2013

ZUSAMMENFASSUNG

des Berichts "The Turkish film industry"

Martin Kanzler

Ein Bericht der Europäischen
Audiovisuellen Informationsstelle

October 2014

Die türkische Filmindustrie

Marktentwicklungen 2004 bis 2013

© Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (Europarat), Straßburg, 2014

Verlagsleitung

Susanne Nikoltchev

Geschäftsführende Direktorin, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Autor

Martin Kanzler

Film Analyst, Abteilung für Informationen über Märkte und Finanzierung, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

martin.kanzler@coe.int

Redaktionsleitung

André Lange

Leiter der Abteilung für Informationen über Märkte und Finanzierung, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Marketing

Markus Booms, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, markus.booms@coe.int

Presse und Öffentlichkeitsarbeit

Alison Hindhaugh, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, alison.hindhaugh@coe.int

Übersetzung : Sonja Schmidt

Danksagung

Die Europäische Audiovisuelle Informationsstelle dankt folgenden Personen, Unternehmen und Institutionen für ihre wertvollen Beiträge zur Erstellung dieses Berichts:

- Antrakt, das die meisten Daten über den türkischen Filmmarkt zur Verfügung gestellt hat, vor allem Deniz Yavuz.
- SE-YAP, das wertvolle Einblicke in die türkische Filmindustrie geliefert und den Bericht Korrektur gelesen hat. So können wir sicherstellen, dass die Analyse die Realität des türkischen Filmmarktes widerspiegelt, so wie sie von dem führenden Verband türkischer Filmproduzenten gesehen wird. Unser besonderer Dank gilt Serkan Çakarer and Yamaç Okur.
- Dem türkischen Ministerium für Kultur und Tourismus, vor allem den Mitarbeitern Mesut Cem Erkul, Selçuk Yavuzkanat, Ali Atlıhan und Muhammet Faruk Bayram.
- Eurimages, das Daten über die Unterstützung für türkische Filmgesellschaften zur Verfügung gestellt, hat, vor allem Thierry Hugot und Susan Newman.
- Allen Marktexperten, die ihre Ansichten und Einblicke mit der Informationsstelle geteilt haben.
- Dr. Zeynep Usal für ihre rechtlichen Beiträge sowie ihre Unterstützung bei Übersetzungen.
- Nicht zuletzt möchte die Audiovisuelle Informationsstelle all ihren Kontaktpersonen in ganz Europa ihren Dank aussprechen, vor allem dem European Film Agency Research Network, das uns regelmäßig die Daten liefert, die wir brauchen, um unsere Veröffentlichungen und die Datenbank LUMIERE auf dem neuesten Stand zu halten.

Zusammenfassung

1. Über den Bericht	1
2. Fact sheet: Kennzahlen 2004-2013	5
3. Kernmerkmale der türkischen Filmindustrie	6
4. Die Top 50 Filme in der Türkei 2004-2013	11
5. Inhaltsverzeichnis des Berichts (auf English)	12

The full report can be downloaded under
www.obs.coe.int/country/turkey/film



© Martin Kanzler

1 Über den Bericht

Über diesen Bericht

Das türkische Kino feiert in diesem Jahr seinen 100. Geburtstag und kann auf eine überaus dynamische und ereignisreiche Geschichte zurückblicken. Nach dem rasanten Aufbau eines nahezu einmaligen heimischen Filmmarkts in den 1960 und 1970 Jahren folgte eine tiefe Krise. Die Zahl der produzierten Filme ging drastisch zurück, und die Zahl der Kinos sank um fast 80 %. Seit Beginn des 21. Jahrhunderts erlebt das türkische Kino jedoch erneut einen beeindruckenden Wachstumstrend, und heute ist die Türkei der zweitgrößte europäische Wachstumsmarkt und der siebtgrößte Kinomarkt in Europa, hinter den fünf großen EU-Märkten und der Russischen Föderation. Ein weiterer interessanter Aspekt: Der türkische Filmmarkt ist der einzige in der gesamten europäischen Filmlandschaft, in dem nationale Filme regelmäßig mehr Besucher in die Kinos locken als US-amerikanische Filme.

Allerdings gibt es nur sehr wenige Informationen in englischer Sprache über die türkische Filmindustrie. Dieser Bericht will die Lücke schließen und einen umfassenden Überblick über die Entwicklung und die aktuellen Trends in der türkischen Filmpolitik, der Kinofilmproduktion, beim Vertrieb und bei den Filmtheatern geben. Außerdem enthält er eine Analyse des Exports türkischer Filme ins Ausland. Nach einem kurzen historischen Überblick über die Geschichte des türkischen Kinos befasst sich der Bericht vor allem mit den wichtigsten Entwicklungen zwischen 2004 und 2013. Die türkische Filmindustrie wird im Zusammenhang mit den anderen europäischen Märkten dargestellt. Dort, wo es Sinn macht, enthält der Bericht Vergleiche und weist auf strukturelle Unterschiede hin. Dies ist wichtig, um besser zu verstehen, wie der türkische Filmmarkt funktioniert. Die Informationsstelle hofft, mit diesem Bericht der internationalen Filmbranche ein wertvolles Informationsinstrument zur Verfügung zu stellen, denn diese hat sicherlich ein großes Interesse daran, mehr über Marktstrukturen und Trends in der türkischen Filmindustrie zu erfahren, um so Möglichkeiten für Koproduktionen, für den Vertrieb von Filmen in der Türkei oder für den Verkauf/Vertrieb türkischer Filme im Ausland festzustellen.

Der Bericht konzentriert sich ausschließlich auf die wirtschaftliche Analyse der türkischen Filmindustrie. Soziokulturelle Überlegungen oder kritische Überlegungen zum türkischen Film sind nicht Thema des Berichts. Zwar befasst sich der Bericht auch mit Verbindungen zwischen dem Filmmarkt und der türkischen Fernsehindustrie, die sich im vergangenen Jahrzehnt überaus erfolgreich entwickelt hat – sowohl auf dem heimischen Markt als auch im Ausland. Eine eingehende Analyse der Fernsehindustrie würde jedoch über den Rahmen dieses Berichts hinausgehen.

Wer ist die Europäische Audiovisuelle Informationsstelle?



www.obs.coe.int

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Die Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (im Folgenden ‚Informationsstelle‘) ist eine öffentliche europäische Einrichtung, der 40 Mitgliedstaaten und die Europäische Union angehören, vertreten durch die Europäische Kommission. Die Informationsstelle ist Teil des Europarats und arbeitet mit einer Reihe von Partnern, Berufsverbänden der audiovisuellen Industrie und einem Netzwerk von Korrespondenten zusammen.

Aufgabe der Informationsstelle ist, Informationen über die audiovisuelle Industrie – d.h. in erster Linie Film, Fernsehen und Home Entertainment – in Europa zusammenzutragen und zu vertreiben. Zu ihren Tätigkeitsschwerpunkten gehören neben Konferenzbeiträgen die Erstellung eines Jahrbuchs, von Newslettern und Berichten, die Verwaltung von Datenbanken und die Bereitstellung von Informationen über die Internetseite der Informationsstelle.

Datenquellen

Es gibt nicht viele Quellen, die systematisch Statistiken und Marktanalysen über die türkische Filmindustrie liefern und noch weniger in englischer Sprache. Die einzigen Seiten, die Marktdaten in englischer Sprache enthalten, sind die Webseiten des türkischen Ministeriums für Kultur und Tourismus / GD Sinema (siehe unten) und das Istanbul Filmfestival Meetings on the Bridge auf seiner Website¹.

Die Datenquellen, die für diesen Bericht herangezogen wurden, werden ausführlich im Anhang beschrieben. Kurz zusammengefasst: Die einzigen Daten, die ohne Weiteres zugänglich sind, sind lokale Daten über Einspielergebnisse, die von den Filmverleihern zur Verfügung gestellt werden. Sie werden u.a. veröffentlicht von Antrakt (siehe unten) oder Box Office Türkiye². Es ist praktisch unmöglich, von öffentlichen Quellen Daten über die Kinoinfrastruktur, Filmexporte, DVD- oder VOD-Verkäufe zu erhalten. Die Daten über die Türkei wurden in erster Linie von Antrakt, SE-YAP und dem türkischen Ministerium für Kultur und Tourismus zur Verfügung gestellt:



www.antraktsinema.com

Antrakt

Antrakt ist ein privates, unabhängiges und neutrales Marktforschungsunternehmen für den Filmsektor. Es stellt seit 1989 Daten über die Einspielergebnisse, die Kinoinfrastruktur und die Entwicklung einzelner Bereiche in der Türkei zur Verfügung. Auf seiner Website (in Türkisch) veröffentlicht Antrakt unter anderem wöchentliche, monatliche und jährliche Berichte über die Einspielergebnisse türkischer Filme, eine elektronische Fassung seines Fachmagazins *Antrakt Sinema Gazetesi*, Nachrichten, aber auch Artikel führender Filmkritiker aus der Türkei. Darüber hinaus veröffentlicht Antrakt seit einiger Zeit Dokumente mit einem ausführlichen Überblick über die türkische Filmindustrie mit Zahlen für die Jahre 1990 bis 2011 (*Türkiye Sinemasinin 22 yılı*). Antrakt ist der offizielle Datenlieferant für türkische Filmdaten für die Informationsstelle, und Deniz Yavuz, der Geschäftsführer von Antrakt, hat den größten Teil der Daten über die Einspielergebnisse türkischer Filme, Produktion und Kinodaten für diesen Bericht geliefert.



www.se-yap.org.tr

SE-YAP

SE-YAP ist der führende Verband türkischer Filmproduzenten mit Sitz in Istanbul. Zusammen mit anderen Unternehmen repräsentiert SE-YAP die Interessen von Filmproduzenten und ist auch an der Ausarbeitung der Film- und Urheberrechtspolitik des türkischen Ministeriums für Kultur und Tourismus beteiligt. Serkan Çakarer und Yamaç Okur von SE-YAP hat uns freundlicherweise detaillierte Daten über die öffentliche Unterstützung für die Filmproduktion in der Türkei zur Verfügung gestellt und eine Reihe wertvoller Einblicke in aktuelle Trends und Fakten über Filmproduktion und Filmverleih beigegeben.



www.kultur.gov.tr

www.sinema.gov.tr

Das türkische Ministerium für Kultur und Tourismus / GD Sinema

Die Generaldirektion Sinema ist im Kulturministerium für die Umsetzung aller kinorelevanten Aufgaben zuständig, die dem Ministerium für Kultur und Tourismus per Gesetz (Gesetz 5224) übertragen wurden. Sie ist für die Entwicklung einer Filmpolitik in der Türkei und ihre Umsetzung verantwortlich. Zu ihren Aufgaben zählen unter anderem die Verwaltung der türkischen Filmproduktion, der Post-Produktion und der Filmförderung sowie die Werbung für das türkische Kino. Detailliertere Informationen über die Filmaktivitäten des Ministeriums finden sich in Kapitel 4. Das Ministerium hat uns freundlicherweise Daten über die staatliche Förderung der Filmproduktion und über die Filmpolitik der Türkei zur Verfügung gestellt. Die Website der GD Sinema enthält unter anderem Informationen über den Rechtsrahmen, Daten über ihre Förderaktivitäten sowie allgemeine Marktdaten und Listen mit Links zu allen relevanten Interessengruppen in der Filmbranche.

¹ <http://film.iksv.org/en/meetingsonthebridge/607>

² <http://www.boxofficeturkiye.com/>

EURIMAGES, der Filmförderungsfonds des Europarats, der vor allem gesamteuropäische Koproduktionen unterstützt, hat uns Daten über die Förderung von Produktion, Verleih und Filmtheater zur Verfügung gestellt.

Ergänzende Daten und Einblicke wurden von rund einem Dutzend Branchenexperten geliefert, darunter Filmproduzenten, Verleihunternehmen, Kinobetreiber, Wissenschaftler und Journalisten. Weitere Quellen waren Veröffentlichungen wie *Türkiye Sinemasinin 22 yili (2012)*³ oder *Türkiye'de Film Endüstrisinin Konumu ve Hedelferi (2010)*⁴, mehrere wissenschaftliche Veröffentlichungen wie *Close Encounters? Contemporary Turkish Television and Cinema (2010)*⁵ oder *The new cinema of Turkey (2009)*⁶ sowie Zeitungsartikel. Alle Datenquellen werden entweder in den Fußnoten oder unter den Tabellen und Abbildungen angegeben.

Der Bericht enthält auch Daten über den Vertrieb türkischer Filme außerhalb der Türkei sowie vergleichende Daten von anderen europäischen Märkten. Diese Daten stammen aus der LUMIERE-Datenbank der Informationsstelle über Filmbesucherzahlen und von EFARN:



www.lumiere.obs.coe.int

LUMIERE

Die Datenbank LUMIERE der Informationsstelle ist eine frei zugängliche Datenbank, die Kinobesucherzahlen in Europa seit 1996 enthält. Die Kinobesucherzahlen stammen aus unterschiedlichen Quellen, etwa von nationalen Filmagenturen und Statistikämtern, Branchengremien, Verbänden von Filmverleihern und Filmtheatern, der Fachpresse und einer kleinen Zahl privater Stellen. Diese Daten werden ergänzt und vervollständigt durch Daten aus dem Programm MEDIA der Europäischen Union, auf der Grundlage von Erklärungen, die von Filmverleihern an das MEDIA-System der automatischen Förderung des Vertriebs von Filmen geliefert werden. Die LUMIERE-Datenbank deckt zwar alle 40 Mitgliedstaaten der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle ab, in der Praxis sind die Abdeckungsquoten in den einzelnen Gebieten jedoch extrem unterschiedlich. Die Gesamterfassungsrate der Datenbank für den Referenzzeitraum wird in der Regel auf rund 86% des gesamten europäischen Marktes geschätzt.



European Film Agency Research Network (EFARN)

EFARN ist ein informelles Netzwerk, das Filmwissenschaftler, Marktforscher und Statistiker, die Daten über die europäische Filmindustrie zusammentragen, analysieren und veröffentlichen, zusammenbringt. Diese Wissenschaftler repräsentieren insgesamt etwa 50 unterschiedliche Gremien, in erster Linie Film Institute, aber auch eine Reihe anderer Organisationen, die in diesem Bereich aktiv sind. Es wurde 2003 auf Initiative des britischen Film Council im Rahmen der European Film Agency Directors (EFAD) gegründet. Die Europäische Audiovisuelle Informationsstelle ist für das Sekretariat des EFARN verantwortlich und trägt Film Daten zusammen, die von einzelnen EFARN-Mitgliedern für gesamteuropäische Statistiken zur Verfügung gestellt werden.

³ Herausgegeben von Deniz Yavuz (Antrakt) und veröffentlicht von der GD Sinema des türkischen Ministeriums für Kultur und Tourismus im Jahr 2012.

⁴ Herausgegeben von Dr. Hülya Uğur Tanrıöver (Universität Galatasary) und veröffentlicht von İstanbul Ticaret Odası Yayınları'nın, 2010.

⁵ Erarbeitet von Melis Behlil (Universität Kadir Has) und veröffentlicht in *Wide Screen*, Vol2, Issue 2, 2010

⁶ Erarbeitet von Savaş Arslan (Universität Bahcesehir) und veröffentlicht in *New Cinemas: Journal of Contemporary Film Volume 7 number 1, 2009*

COME FOR MORE DISCOVERIES

Every April, Istanbul Film Festival's Meetings on the Bridge introduces new filmmakers, films and projects at Film Development and Work in Progress workshops.

See you in 15-16 April 2015



We would like to thank all institutions and corporations whose contributions have made the Meetings on the Bridge possible.



2 Fact sheet: Kennzahlen 2004-2013

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
ALLGEMEINE DATEN										
Einwohner (in Mio.)	70,7	71,6	72,5	69,7	70,6	71,5	72,6	73,7	74,7	75,6
Pro-Kopf-BIP (in EUR)	4 450	5 403	5 781	6 773	7 064	6 158	7 585	7 530	8 190	8 092
BOX OFFICE DATA										
Besucher (in Mio.)	29,7	27,3	34,9	31,2	38,5	36,9	41,1	42,3	43,9	50,4
- % Wachstum	21%	-8%	28%	-11%	23%	-4%	11%	3%	4%	15%
Bruttoeinnahmen (in Mio. TRY)	170,5	182,4	243,2	242,3	301,7	308,2	380,2	398,4	421,9	505,3
- % Wachstum	42%	7%	33%	0%	25%	2%	23%	5%	6%	20%
Bruttoeinnahmen (in Mio. EUR)	94,9	108,3	134,0	135,8	158,9	142,6	190,4	171,3	182,5	200,4
- % Wachstum	36%	14%	24%	1%	17%	-10%	33%	-10%	7%	10%
Durchschnitt. Eintrittspreis in TRY	6,1	6,7	7,0	7,8	7,8	8,4	9,3	9,4	9,6	10,0
- % Wachstum	-	10,6%	4,3%	11,4%	0,9%	6,5%	10,8%	1,7%	2,0%	4,3%
Durchschnitt. Eintrittspreis in EUR	3,2	4,0	3,8	4,4	4,1	3,9	4,6	4,0	4,2	4,0
- % Wachstum	-	24,6%	-3,5%	13,4%	-5,1%	-6,4%	19,9%	-12,7%	2,7%	-4,4%
Besucherkosten pro Kopf	0,4	0,4	0,5	0,4	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,7
NATIONALER MARKTANTEIL										
Nationaler Marktanteil	38%	42%	52%	38%	58%	51%	53%	50%	47%	58%
FILME IM VERLEIH										
Erstaufgeführte Filme	207	221	238	248	265	255	252	288	281	322
Holdovers	-	-	-	143	125	109	139	142	203	177
Alle Filme im Verleih	-	-	-	391	390	364	391	430	484	499
TÜRKISCHE FILME IM VERLEIH (in der Türkei)										
100% national	14	22	28	37	46	61	63	62	54	77
Mehrheitliche Koproduktion	2	4	6	5	2	8	2	7	5	8
Minderheitliche Koproduktion	-	1	1	2	-	1	3	1	1	2
- Fiktion	23	29	37	41	49	71	64	73	72	87
- Dokumentarfilme	2	3	3	4	4	4	6	7	5	8
Gesamtanzahl TR-Filme im Verleih	16	27	35	44	48	70	68	70	60	87
PRODUZIERTE TÜRKISCHE FILME (Schätzung)										
Produzierte TR-Filme	25	32	40	45	53	75	70	80	77	95
GEWÄHRTE ÖFFENTLICHE ZUSCHÜSSE										
Förderausgaben (in Mio. TRY)	9,5	20,6	24,6	28,8	23,9	27,2	28,7	19,7	19,2	19,2
- % Wachstum	-	118%	19%	17%	-17%	14%	5%	-31%	-3%	-3%
Förderausgaben (in Mio. EUR)	5,6	11,4	13,7	15,2	11,1	13,6	12,3	8,5	7,6	7,6
- % Wachstum	-	103%	20%	10%	-27%	23%	-9%	-31%	-11%	-11%
KINOS & LEINWÄNDE										
Standorte	375	389	411	434	473	483	491	520	567	568
- % Wachstum	9%	4%	6%	6%	9%	2%	2%	6%	9%	0%
Leinwände	1 085	1 114	1 299	1 532	1 678	1 780	1 874	1 968	2 093	2 243
- % Wachstum	9%	3%	17%	18%	10%	6%	5%	5%	6%	7%
Leinwände je 100 Einwohner	1,5	1,6	1,8	2,2	2,4	2,5	2,6	2,7	2,8	3,0
DIGITALES KINO										
Digitale Standorte	5	5	8	12	40	55	102	133	147	235
- % Wachstum	-	0%	60%	50%	233%	38%	85%	30%	11%	60%
Digitale Leinwände	5	5	8	13	40	57	114	135	229	1 073
- % Wachstum	-	0%	60%	63%	208%	43%	100%	18%	70%	369%
Digitale Leinwände pro Standort	1,0	1,0	1,0	1,1	1,0	1,0	1,1	1,0	1,6	4,6
Marktdurchdringung digital. Leinwände	0%	0%	1%	1%	2%	3%	6%	7%	11%	48%

Quelle: Antrakt, OBS / LUMIERE

3 Kernmerkmale der türkischen Filmindustrie

Siebtgrößter europäischer Kinofilmmarkt trotz niedriger Besucherzahlen

Mit 50,4 Millionen verkauften Kinokarten 2013 hat die Türkei ihre Position als siebtgrößter Kinomarkt in Europa nach Besucherzahlen gefestigt, nur übertroffen von den fünf „großen“ europäischen Märkten und der Russischen Föderation. Die Bruttoeinspielergebnisse stiegen 2013 auf 200 Millionen EUR (505 Millionen TRY). Das ist der höchste Wert, der in jüngster Zeit in der Türkei erzielt wurde, und stellt den bisherigen Höhepunkt eines eindrucksvollen Wachstumstrends über die letzten zehn Jahre dar.

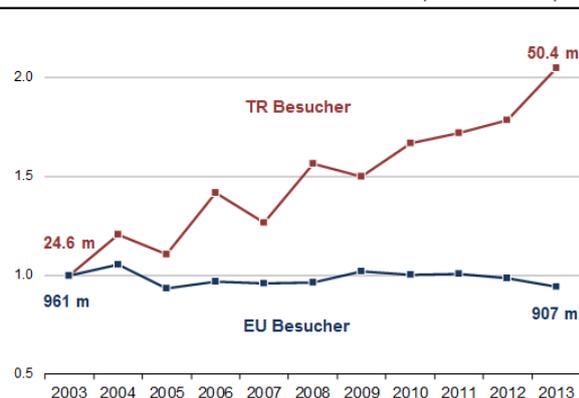
Gleichzeitig weist die Türkei jedoch eine Besuchsintensität auf, die immer noch zu den niedrigsten in ganz Europa zählt. Nicht einmal in dem Rekordjahr 2013 lag die Zahl der Kinobesuche pro Kopf über 0,7. Im Vergleich dazu: In der EU werden im Schnitt 1,8 Eintrittskarten pro Einwohner verkauft. Dies macht deutlich, dass in der Türkei noch ein erhebliches Wachstumspotenzial vorhanden ist.

Besucher 2013 (in Millionen)

Rang	Land	Besucher
1	Frankreich	193,6
2	Russische Föderation	177,1
3	Vereinigtes Königreich	165,5
4	Deutschland	129,7
5	Italien <i>geschätzt</i>	106,7
6	Spanien	78,2
7	Türkei	50,4
8	Polen	36,3
9	Niederlande	30,8
10	Belgien	20,9

Quelle: OBS, Antrakt

Indexiertes Besucherwachstum TR vs EU (Basis Jahr = 2003)



Quelle: OBS

Zweitgrößter Wachstumsmarkt in Europa

Im Gegensatz zu den anderen – meist reifen – europäischen Märkten, in denen die Besucherzahlen in den letzten zehn Jahren entweder stagnieren oder sogar zurückgegangen sind, ist der Film- und Kinomarkt in der Türkei ein echter Wachstumsmarkt. Das Wachstum bei den Bruttoeinspielergebnissen in den anderen europäischen Ländern geht in erster Linie auf die Erhöhung der Kinokartenpreise nach der Einführung von 3D und digitalem Kino zurück.

Die Kinobesucherzahlen haben sich in der Türkei in den letzten zehn Jahren mehr als verdoppelt: von 24,6 Millionen im Jahr 2003 auf 50,4 Millionen im Jahr 2013. Das ist ein durchschnittliches jährliches Wachstum von 7,4 % - in der EU haben wir es dagegen mit einem jährlichen Rückgang von 0,6 % zu tun. Noch deutlicher fällt das Wachstum bei den Bruttoeinspielergebnissen aus: Hier beträgt das jährliche Wachstum sogar 15,4 % – gegenüber 1,6 % in der EU. Höhere Wachstumsraten konnte in den letzten Jahren nur die Russische Föderation aufweisen.

Verantwortlich für den Anstieg der Einspielergebnisse in der Türkei ist in erster Linie eine zunehmende Zahl extrem erfolgreicher heimischer Blockbuster, für die regelmäßig bis zu 4 Millionen Eintrittskarten verkauft werden. Eine weitere Ursache ist die Erweiterung und Modernisierung der Kinos in der Türkei.

In den letzten Jahren haben immer mehr moderne Kinokomplexe in den neu gebauten Einkaufszentren geöffnet, die im vergangenen Jahrzehnt überall in der Türkei wie Pilze aus dem Boden geschossen sind.

Angesichts von 76 Millionen Einwohnern, einer vergleichsweise niedrigen Besuchsintensität und einer boomenden Wirtschaft kann durchaus davon ausgegangen werden, dass der türkische Filmmarkt auch in den nächsten Jahren zwischen 6 % bis 7 % jährlich wachsen wird, bevor 2018 ein gewisser Sättigungsgrad erreicht sein dürfte.

Hohes Produktionsvolumen

Die Erfolge türkischer Blockbuster an der Kinokasse und die staatliche Unterstützung der Filmproduktion haben dazu geführt, dass die Filmproduktion 2013 – einschließlich Koproduktionen mit türkischer Minderheitsbeteiligung – auf einen neuen Rekordwert gestiegen ist: von 16 Filmen 2004 im Verleih auf 95 Filme 2013. Das ist der achthöchste Wert in Europa.

Produzierte Langfilme 2013 (prov)			
Rang	Land	Alle	National¹
1	Vereinigtes Königreich ²	299	226
2	Frankreich	270	209
3	Deutschland	236	195
4	Spanien	230	192
5	Italien	167	156
6	Russische Föderation ³	109	109
7	Schweiz	104	83
8	Türkei	87	85
9	Niederlande	65	48
10	Dänemark	64	50

1) Nur 100% nationale Produktionen und mehrheitliche Koproduktionen.
 2) Mit Ausnahme von 50 Langfilme, die mit ausländischer Gelder produziert wurden.
 3) 2012.

Source: OBS, Antrakt

90 % der zwischen 2009 und 2013 produzierten türkischen Filme wurden ausschließlich mit türkischem Kapital finanziert. In diesen Zahlen spiegelt sich die Konzentration der türkischen Filmindustrie auf den heimischen Markt wider.

Koproduktionen mit türkischer Mehrheitsbeteiligung machten lediglich 8 % des gesamten Produktionsvolumens aus. In der Regel wurden pro Jahr nur ein bis zwei Filme mit türkischer Minderheitsbeteiligung produziert. Eine der Ursachen für die geringe Zahl internationaler Koproduktionen dürfte auch die Tatsache sein, dass türkische Produzenten, die an einer Koproduktion mit Minderheitsbeteiligung teilnehmen, keinen Anspruch auf öffentliche Unterstützung haben.

Vergleichsweise niedrige öffentliche Förderquote

Dieser Anstieg bei der Filmproduktion ist umso bemerkenswerter, als die Beträge, mit denen Filme in der Türkei unterstützt werden, insgesamt vergleichsweise niedrig sind. Zwischen 2007 und 2009 hat das türkische Ministerium für Kultur und Tourismus, der Hauptförderer für türkische Filme, die Filmproduktion insgesamt mit durchschnittlich 13,3 Mio. EUR jährlich unterstützt, davon gingen nur 50% an Filmprojekte. Das ist ein Betrag, der weit unter dem gesamteuropäischen Durchschnitt von 53,6 Millionen EUR liegt. Umgerechnet auf die Ausgaben pro Kopf hat die Türkei die niedrigste Pro-Kopf-Förderung für Filme in ganz Europa. Im Gegensatz zu den meisten anderen europäischen Märkten gibt es in der Türkei auch keine öffentliche Förderung für den Filmverleih oder für Filmtheater.

Die öffentliche Förderung liegt weit unter dem gesamteuropäischen Durchschnitt von 53,6 Millionen EUR. Umgerechnet auf die Ausgaben pro Kopf hat die Türkei die niedrigste Pro-Kopf-Förderung für Filme in ganz Europa. Im Gegensatz zu den meisten anderen europäischen Märkten gibt es in der Türkei auch keine öffentliche Förderung für den Filmverleih oder für Filmtheater.

Zuständig für die staatliche Filmförderung in der Türkei ist die Generaldirektion Sinema im Ministerium für Kultur und Tourismus. Das Ministerium legt den Haushalt für die GD Sinema fest. Die Türkei ist eines der wenigen europäischen Länder, in denen Aktivitäten im Zusammenhang mit der Filmproduktion ausschließlich aus öffentlichen Mitteln finanziert werden. Es gibt zwar eine Vergnügungssteuer von 10 % auf Kinokarten, von der 75 % an das Ministerium für Kultur

und Tourismus gehen. Aber es gibt keine direkte Verbindung mit dem Haushalt der GD, der in der Regel niedriger ist als der Anteil des Ministeriums an der Kinokartenabgabe.

Fragmentierte Produktionslandschaft

Die türkische Produktionslandschaft ist stark fragmentiert. Es gibt sehr viele kleine Produktionsgesellschaften, die alle paar Jahre einen Film in die Kinos bringen. Zwischen 1990 und 2013 wurden insgesamt 687 Filme produziert, von nicht weniger als 358 verschiedenen Unternehmen. Nur fünf davon, d.h. weniger als 1 % der Unternehmen, produzierten mehr als 10 Filme in dem betreffenden Zeitraum.

Höchster nationaler Marktanteil in Europa ...

2013 entfielen 58 % aller Kinobesucher auf türkische Filme, gefolgt von US-amerikanischen Filmen (38 %) und gerade einmal 3 % für europäische Filme sowie 1 % für Filme aus anderen Teilen der Welt. Die Türkei ist daher der europäische Filmmarkt mit dem höchsten nationalen Marktanteil.

Nationaler Marktanteil 2013 (Schätzung)		
Rang	Land	
1	Türkei	58,0%
2	Frankreich	33,8%
3	Italien	31,0%
4	Dänemark	30,0%
5	Deutschland	26,2%
EU-Durchschnitt		16,3%

Quelle: OBS, Antrakt

... während türkische Blockbuster den Markt dominieren

Der türkische Box-Office-Markt ist in höchstem Maße konzentriert. Den Löwenanteil an Kinobesuchern teilen sich einige wenige lokale – und in geringerem Maße US-amerikanische - Blockbuster. Das bedeutet jedoch keineswegs, dass türkische Filme generell hohe Besucherzahlen aufweisen: Zwischen 2009 und 2013 entfielen im Durchschnitt 79 % aller Kinokarten, die für türkische Filme verkauft wurden, auf die Top-10 der türkischen Filme.

Wie auch in den anderen europäischen Ländern haben viele heimische Filme Probleme, Zuschauer zu finden – trotz des hohen nationalen Marktanteils. Das liegt vor allem daran, dass der Kinoverleih in der Türkei in erster Linie auf große nationale und internationale Blockbuster ausgerichtet ist und dass es keine gezielte öffentliche Unterstützung für den Verleih und die Vorführung lokaler Filme oder von Arthouse-Filmen gibt.

Verwertung mit Schwerpunkt auf dem nationalen Kinomarkt ...

Angaben des Produzentenverbands SE-YAP zufolge machen bei den meisten Filmen die Einnahmen an der Kinokasse den mit Abstand größten Teil – bis 90 % – aller Erlöse aus, da andere Verwertungsplattformen, vor allem digitale Plattformen, für die meisten türkischen Filme nur ein begrenztes Einnahmepotenzial bieten.

Eine gesetzliche Regelung für die Verwertungsfenster von Filmen gibt es in der Türkei nicht. Mit einer einzigen Ausnahme: Die Regelungen für die Förderung der Kinofilmproduktion legen fest, dass der Film zuerst im Kino gezeigt werden muss, bevor er auf anderen Plattformen verwertet werden darf. In der Praxis haben Kinoketten eine sehr starke Position bei der Aushandlung eines exklusiven Kinofensters. Dieses Zeitfenster beträgt im Durchschnitt etwa drei Monate, aber in Zukunft dürften auch kürzere Fenster möglich sein. Nach diesem Zeitraum sind die meisten Filme auf DVD/VOD erhältlich. Im Fernsehen sind Spielfilme in der Regel 12 bis 18 Monate nach dem Kinostart zu sehen, aber auch diese Frist dürfte in Zukunft verkürzt werden.

Türkische Filme sind sehr viel stärker von der Kinoverwertung auf dem heimischen Markt abhängig als Filme, die in der Europäischen Union produziert werden. Zwischen 2004 und 2013 erzielten türkische Filme 93 % ihrer Besucher auf dem türkischen Markt, auf anderen europäischen Märkten waren es nur 7 %. Zum Vergleich: Bei EU-Filmen entfielen schätzungsweise 34 % aller Besucher auf andere nicht-nationale europäische Märkte.

... und auf türkische Gemeinden in Europa

Obwohl nicht-nationale Märkte für türkische Filme eine vergleichsweise begrenzte Bedeutung haben, zählt die Türkei beim Export von Filmen zu den Top-10 europäischen Ländern: Zwischen 2004 und 2013 wurden 13 Millionen Kinokarten für türkische Filme in europäischen Märkten außerhalb der Türkei verkauft.

Ein weiterer interessanter Aspekt: Im Gegensatz zu anderen europäischen Ländern kommt die Mehrheit von rein nationalen türkischen Filmen auf mehr nicht-nationalen Märkten in die Kinos als türkische Koproduktionen. Auf rein nationale Filme entfallen mehr nicht-nationale Kinobesucher als auf Koproduktionen.

Dies dürfte vor allem daran liegen, dass es in einigen europäischen Ländern starke türkische Gemeinden gibt, vor allem in Deutschland, Österreich und den Niederlanden, die einen ähnlichen Geschmack haben wie die Kinobesucher in der Türkei. Es gibt also ein beträchtliches Potenzial von Kinobesuchern für türkische Mainstream-Filme in ausgewählten europäischen Märkten, wie unten deutlich gemacht wird. Koproduktionen mit türkischer Mehrheitsbeteiligung zielen auf die vergleichsweise kleinere europäische Art-House-Gemeinschaft ab.

Rent-a-distributor-Modell: Produzenten zahlen P&A-Kosten

Anders als in anderen europäischen Ländern haben türkische Filmverleiher in der Regel nur eine Buchungs- und Einkassierungsfunktion, d.h., sie tragen keinerlei finanzielles Risiko, da sie keine Verleihrechte erwerben müssen, keine Mindestgarantien zahlen oder Vorverkaufsvereinbarungen eingehen müssen. Print- und Advertising-Kosten werden von den Produktionsgesellschaften oder von den Filmimportunternehmen getragen. Die Produktionsgesellschaft (oder die Importgesellschaft) entscheidet über die Anzahl der Filmkopien, die an die Filmtheater geliefert werden, zahlt die VPF-Gebühr, und sie führt die Marketingkampagne für den Film durch.

Die Gebühren für Filmverleiher sind in diesem Geschäftsmodell daher entsprechend niedriger als in den meisten anderen europäischen Märkten und machen in der Regel nicht mehr als 10 % oder weniger für beliebte Filme aus.

Marktkräfte führen zu hochkonzentrierten Filmtheater- und Verleihmärkten

Grundsätzlich ist die türkische Filmindustrie weniger stark reglementiert als die in vielen anderen europäischen Ländern. Allerdings sind sowohl der Kinomarkt als auch der Filmverleih in der Türkei in hohem Maße konzentriert, mit Konzentrationsraten, die zu den höchsten in ganz Europa gehören.

Auf den Kinomarktführer, die Kinokette Mars Entertainment (Cinemaximum), entfielen 2013 52 % der Einspielergebnisse und 85 % des Werbemarktes, sie betreibt 26 % aller Leinwände, fast zwei von drei digitalen Leinwänden sowie sämtliche IMAX-Leinwände im Land. Das ist das höchste Konzentrationsniveau unter den zehn größten europäischen Kinomärkten.

Der Filmverleih in der Türkei wird praktisch von nur drei Unternehmen beherrscht: UIP, Tiglon⁷ und Warner Bros., auf die 2013 fast 90 % aller Kinobesucher entfielen.

Einkaufszentren als beliebte Kinostandorte

2013 befanden sich die meisten der kommerziellen Kinos in der Türkei in Einkaufszentren, die im Zuge des Wirtschaftsbooms im gesamten Land wie Pilze aus dem Boden geschossen sind und immer beliebter für Freizeitaktivitäten werden.

Der Bau moderner Kinos in Einkaufszentren ist der Hauptwachstumsfaktor für Kinoleinwände, von 995 Ende 2003 auf 2 243 im Jahr 2013. Trotz dieser Zunahme liegt die Türkei bei der Kinodichte nach wie vor weit unter dem EU-Niveau: drei Kinos pro 100 000 Einwohnern Ende 2013 gegenüber sechs Kinos pro 100 000 Einwohnern in der EU.

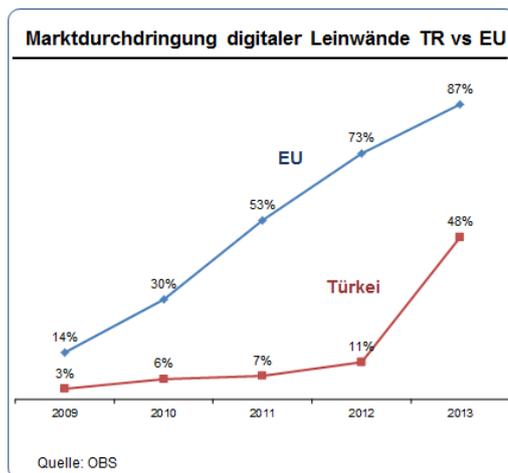
Ein weiterer Unterschied: Im Gegensatz zu den meisten anderen europäischen Märkten werden Filme in türkischen Kinos in der Regel mit Unterbrechungen gezeigt.

⁷ Tiglon/Fida Film steckt 2014 in finanziellen Schwierigkeiten. Nachdem das Unternehmen seine Schulden nicht bezahlen konnte, haben die Gläubiger versucht, das Unternehmen in die Insolvenz zu drängen. Zwar hat das Unternehmen zum Zeitpunkt der Abfassung dieses Berichts noch einige seiner kommerziellen Aktivitäten fortgeführt, aber es ist nicht klar, ob Tiglon in Zukunft noch eine Rolle spielen wird und in welchem Maße dies der Fall sein wird.

Rückstand beim digitalen Kino

Beim digitalen Kino hat die Türkei einen Rückstand von vier Jahren gegenüber den anderen europäischen Ländern. Das Tempo bei der Umstellung auf digitale Technik hat erst 2013 etwas angezogen. In diesem Jahr hat sich die Zahl der digitalen Leinwände mehr als vervielfacht, und die digitale Penetrationsrate ist von 11 % auf 48 % gestiegen.

Das ist natürlich ein gewaltiger Zuwachs gegenüber dem Vorjahr, aber die digitale Penetrationsrate liegt noch immer weit unter dem Durchschnitt in der EU. Dort waren im Dezember 2013 etwa 87 % aller Kinos digitalisiert.



Der Rückstand bei der Umstellung auf digitale Technik in den Kinos ist in erster Linie auf fehlende Beihilfen für die Kinos zurückzuführen. VPF-Regelungen gibt es in der Türkei kaum, ebenso wenig öffentliche Förderung für die Umrüstung. Obwohl 2014 häufiger VPF-Modelle für die Finanzierung der Umstellung eingesetzt wurden, gibt es laut SE-YAP nach wie vor keine branchenweite VPF-Regelung. VPF-Verpflichtungen können je nach Film und Kino sehr unterschiedlich ausfallen.

Piraterie und fehlende Markttransparenz

Leider gibt es keine verlässlichen Daten über den finanziellen Schaden, der in der Türkei durch den Verstoß gegen Urheberrechte für audiovisuelle Werke angerichtet wird. Die meisten Experten sind sich jedoch einig, dass illegale Vervielfältigung von Filmen ein großes Problem für die gesamte audiovisuelle Industrie in der Türkei darstellt, da sie die Verwertung türkischer Spielfilme auf anderen Plattformen als dem Kino stark einschränkt.

Mangelnde Transparenz ist ein allgemeines Problem, über das sich viele Filmemacher beklagen. Lokale Box-Office-Daten, die von den Filmverleihern zur Verfügung gestellt werden, sind praktisch die einzigen Daten, die verfügbar sind. Sogar bei den Box-Office-Daten werden, nach Auffassung einiger Marktexperten, die Zahlen der Kinokartenverkäufe häufig zu niedrig angegeben. Und Daten über die Zahl der Kinobesucher, Filmexporte, DVD- oder VOD-Verkäufe werden praktisch überhaupt nicht von öffentlichen Quellen zur Verfügung gestellt.

4 Die Top 50 Filme in der Türkei 2004 – 2013

Hinweis: Die Tabelle enthält nur Filme, die zwischen Januar 2004 und Dezember 2013 in die Kinos kamen.

Rang	Originaltitel	Herkunftsland	Prod. Jahr	Regisseur	Verleiher	Start	Besucher 2004-2013
1	Fetih 1453	TR	2012	Faruk Aksoy	Tiglon	15/02/2012	6 572 618
2	Recep Ivedik 2	TR	2009	Togan Gökbakar	Özen Film	13/02/2009	4 333 116
3	Recep Ivedik	TR	2008	Togan Gökbakar	Özen Film	22/02/2008	4 301 792
4	Kurtlar vadisi - Irak	TR	2006	Serdar Akar, Sadullah Sentürk	Kenda	03/02/2006	4 256 567
5	Düğün demek	TR	2013	Selçuk Aydemir	UIP	06/12/2013	4 072 898
6	Eyyvah eyvah 2	TR	2011	Hakan Algül	UIP	07/01/2011	3 947 988
7	G.O.R.A.	TR	2004	Ömer Faruk Sorak	Warner Bros.	12/11/2004	3 932 315
8	CM101MMXI Fundamentals	TR	2013	Murat Dundar	Tiglon	03/01/2013	3 842 479
9	A.R.O.G	TR	2008	Cem Yılmaz, Ali Taner Baltacı	UIP	05/12/2008	3 703 128
10	New York'ta Beş Minare	TR	2010	Mahsun Kirmizigül	Pinema	05/11/2010	3 474 495
11	Recep Ivedik 3	TR	2010	Togan Gökbakar	Özen Film	12/02/2010	3 325 842
12	Vizontele Tuuba	TR	2004	Yılmaz Erdoğan	Warner Bros.	23/01/2004	2 894 302
13	Celal ile Ceren	TR	2013	Togan Gökbakar	Tiglon	18/01/2013	2 853 628
14	Issiz adam	TR	2008	Cagan Irmak	Cinefilm	07/11/2008	2 784 527
15	Evim Sensin	TR	2012	Özcan Deniz	UIP	02/11/2012	2 702 098
16	Hababam sinifi askerde	TR	2005	Ferdi Eğilmez	Özen Film	14/01/2005	2 586 636
17	Günesi gördüm	TR	2009	Mahsun Kirmizigül	Pinema	12/03/2009	2 491 754
18	Avatar	US / GB	2009	James Cameron	Tiglon	18/12/2009	2 481 653
19	Eyyvah eyvah	TR	2010	Hakan Algül	UIP	26/02/2010	2 459 815
20	Nefes: Vatan sagolsun	TR	2009	Levent Semerci	Medyavizyon	16/10/2009	2 436 778
21	Ask tesadüfleri sever	TR	2011	Ömer Faruk Sorak	UIP	04/02/2011	2 418 090
22	Yahşi bati	TR	2009	Ömer Faruk Sorak	UIP	01/01/2010	2 323 061
23	Muro: Nalet olsun içindeki insan sevgisine	TR	2008	Zübeyr Sasmaz	Özen Film	05/12/2008	2 316 056
24	Allahın Sadık Kulu: Barla	TR	2011	Orhan Öztürk Esin	Özen Film	04/11/2011	2 226 738
25	Kelebeğin ruyası	TR	2013	Yılmaz Erdoğan	UIP	22/02/2013	2 158 938
26	Selam	TR	2013	Levent Demirkale	Warner Bros.	29/03/2013	2 145 545
27	Av mevsimi	TR	2010	Yavuz Turgul	Warner Bros.	03/12/2010	2 114 551
28	Hababam sinifi 3,5	TR	2006	Ferdi Eğilmez	Özen Film	06/01/2006	2 068 165
29	Beyaz melek	TR	2007	Mahsun Kirmizigül	Medyavizyon	16/11/2007	2 031 615
30	Kurtlar Vadisi Filistin	TR	2011	Zübeyr Sasmaz	Özen Film	28/01/2011	2 028 057
31	Kabadayı	TR	2007	Omer Vargi	UIP	14/12/2007	1 999 594
32	Berlin Kaplani	TR	2012	Hakan Algül	UIP	27/01/2012	1 983 077
33	Ice Age: Continental Drift	US	2012	Steve Martino, Mike Thurmeier	Tiglon	29/06/2012	1 880 860
34	Sümela'nın sıfresi: Temel	TR	2011	Adem Kiliç	Pinema	16/12/2011	1 731 311
35	Hokkabaz	TR	2006	Cem Yılmaz, Ali Taner Baltacı	Kenda	20/10/2006	1 709 783
36	Babam ve Oğlum	TR	2005	Cagan Irmak	Özen Film	18/11/2005	1 700 704
37	Troy	US / GB INC / MT	2004	Wolfgang Petersen	Warner Bros.	15/05/2004	1 692 458
38	Sen Kimsin	TR	2012	Ozan Acıktan	UIP	02/03/2012	1 592 471
39	Hababam sinifi merhaba	TR	2004	Kartal Tibet	Özen Film	16/01/2004	1 580 535
40	Hükümet kadın 2	TR	2013	Sermiyan Midyat	UIP	08/11/2013	1 508 326
41	Romantik Komedi 2: Bekarlığa Veda	TR	2013	Erol Özlevi	Pinema	14/02/2013	1 507 603
42	2012	US / CA	2009	Roland Emmerich	Warner Bros.	13/11/2009	1 496 065
43	Ice Age: Dawn of the Dinosaurs	US	2009	C. Saldanha, M. Thurmeier	Tiglon	01/07/2009	1 432 422
44	Osmanlı Cumhuriyeti	TR	2008	Gani Müjde	UIP	21/11/2008	1 422 579
45	The Twilight Saga: Breaking Dawn - Part 2	US	2012	Bill Condon	Tiglon	16/11/2012	1 417 752
46	Hükümet kadın	TR	2013	Sermiyan Midyat	UIP	01/02/2013	1 402 253
47	Benim dünyam	TR	2013	Ugur Yücel	UIP	25/10/2013	1 378 834
48	The Twilight Saga: Breaking Dawn - Part 1	US	2011	Bill Condon	Tiglon	18/11/2011	1 372 187
49	New Moon	US	2009	Chris Weitz	Tiglon	20/11/2009	1 243 105
50	Maskeli Besler - Irak	TR	2007	Murat Aslan	Özen Film	12/01/2007	1 239 902

Quelle: Antrakt, OBS / LUMIERE

5 Table of Contents

1	Introduction	1
Executive Summary		5
2	Executive Summary	5
2.1	Key figures 2004-2013	5
2.2	Key characteristics of the Turkish theatrical film industry	6
A brief history of the Turkish film industry		11
3	A brief history of the Turkish film industry	11
3.1	The early years: 1896 to 1950	11
3.2	Yeşilçam - the golden age of Turkish cinema: 1950s to 1970s	14
3.3	Decline and crisis: 1980s - 1990s	16
3.4	Turkish Cinematic Renaissance	18
Institutional framework & film policy		21
4	Institutional framework & film policy	21
4.1	Legal framework	21
4.2	Key institutions	22
4.3	Public Film Funding in Turkey	23
4.4	Municipality tax advantages for domestic films	28
4.5	Certification	28
4.6	International film policy	29
4.7	Outlook	30
Theatrical film production		32
5	Production volume	32
6	International co-productions	34
7	Production company landscape	37
8	Production costs & financing	42
9	Production incentives	44
9.1	National support mechanisms	44
9.2	International support mechanisms	48
9.3	Incentives for foreign producers?	52

10	Exploitation	53
10.1	Exploitation on domestic market	53
10.2	Export of Turkish theatrical films	55
10.3	Award winning films at international festivals	62
Theatrical distribution & exhibition		66
11	Box office market volume & growth potential	66
11.1	Current market volume	66
11.2	Further growth potential	70
12	Which films are successful in Turkey?	70
12.1	Box office market share by country of origin	74
12.2	Local blockbusters dominate box office	79
12.3	Market potential for Turkish films	82
12.4	Market potential for imported films	86
13	Exhibition market	92
13.1	Theatrical infrastructure	92
13.2	Digital cinema	96
13.3	Leading exhibitors & market concentration	101
14	Distribution market	107
14.1	Dominance of 'rent-a-distributor' business model	107
14.2	Leading distributors & market concentration	107
14.3	Who imports / distributes foreign films?	112
14.4	Independents' fight for screen spaces & BAŞKA SİNEMA	117
15	Cinema audience profiles	120
16	Film festivals in Turkey	122
Annex		125
17	Methodological remarks	126
17.1	Remarks on data sources for Turkish market	126
17.2	Remarks on European admissions data	128
17.3	Methodological remarks & definitions	129





New!

IMPACT ANALYSIS OF FISCAL INCENTIVE SCHEMES SUPPORTING FILM AND AUDIOVISUAL PRODUCTION IN EUROPE

The European Audiovisual Observatory publishes a new analysis of the impact of fiscal incentive schemes – tax shelters, tax rebates and tax credits - which aim at stimulating investment in the production of film and audiovisual works. The analysis identifies, describes and categorises the schemes in place across Europe and evaluates their impact in attracting foreign investment, both from within Europe and from other countries too. It then compares the various schemes according to their advantages/disadvantages and examines how they work alongside other economic and political measures. The report concludes by evaluating the impact of these systems in the international context.

This analysis is carried out by one of Europe's leading screen sector development consultancies, Olsberg•SPI, providing specialist, high level advice for over 20 years to public and private sector clients in the creative industries, focusing on film, television and digital media.

TABLE OF CONTENTS*

1.	Executive Summary	7.	Quantitative Economic Impacts
2.	Background to Study	8.	Qualitative Economic Impacts
3.	Introduction	9.	Conclusions
4.	Current European Incentive Landscape	10.	Recommendations
5.	Trends in European Fiscal Incentives	11.	Methodology
6.	Analysis of Selected Schemes	12.	Appendices

*Provisional

*“Impact analysis of fiscal incentive schemes
supporting film and audiovisual production in Europe”*

*« Les systèmes d'incitation fiscale et leur impact sur
la production cinématographique et audiovisuelle en Europe »*

*“Steuerliche Anreize und ihre Auswirkung auf die
Produktion von Filmen und audiovisuellen Werken in Europa”*

Ca. 100 pages, will be published in English, available by late December 2014, French and German, available by the end of January 2015, as PDF-file and hard copy

10% Pre-Publication Discount – Order your copy now!

Print-copy 76,50€ (85€) – PDF-File 88,20€ (98€) – Print+PDF 90€ (100€)

<http://www.obs.coe.int/shop>

European Audiovisual Observatory

Tel.: +33 (0)3 90 21 60 03

Fax: +33 (0)3 90 21 60 19

e-mail: orders-obs@coe.int



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Im Dezember 1992 in Straßburg eingerichtet, hat die Europäische Audiovisuelle Informationsstelle zur Aufgabe, Informationen über den europäischen audiovisuellen Sektor zu sammeln, aufzubereiten und zu veröffentlichen.

Als öffentliche europäische Einrichtung umfasst sie derzeit 40 Staaten sowie die Europäische Union, die durch die Europäische Kommission vertreten wird. Die Informationsstelle ist ein Teil des Europarats und arbeitet mit diversen Partnern, Berufsverbänden und einem Korrespondentennetzwerk zusammen.

Zu den Tätigkeitsschwerpunkten der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle gehören:

- die Erstellung von Publikationen wie das Jahrbuch, Newslettern und Berichten
<http://www.obs.coe.int/publications>
- ein umfassendes Informationsangebot über ihre Internetseite
<http://www.obs.coe.int>
- und Konferenzbeiträge:
<http://www.obs.coe.int/events>

Die Informationsstelle bietet darüber hinaus einen kostenlosen Zugang zu Datenbanken an:

LUMIERE

Datenbank über Kinobesucherzahlen in Europa
<http://lumiere.obs.coe.int>

MAVISE

Datenbank zu Fernseh- und audiovisuellen Abrufdiensten und Unternehmen in Europa
<http://mavise.obs.coe.int>

IRIS Merlin

Datenbank für juristische Informationen von Relevanz für den audiovisuellen Sektor in Europa
<http://merlin.obs.coe.int/>

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

76 Allée de la Robertsau – 67000 Strasbourg – France
Tel.: +33 (0) 3 90 21 60 00 – Fax: +33 (0) 3 90 21 60 19
www.obs.coe.int – E-mail: info.obs@coe.int