

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort von Wolfgang Mühl-Benninghaus .....</b>	<b>9</b>
<b>1. Einführung.....</b>	<b>17</b>
<b>2. Öffentliche Förderung für Entwicklung und Produktion von Computerspielen in Deutschland .....</b>	<b>22</b>
2.1. Zur Einleitung: Anmerkungen zur Entwicklung der Diskussion um Computerspielförderung in Deutschland und der Stand der aktuellen Diskussion.....	22
2.2. Stellungnahme der unabhängigen Entwicklerstudios für Computerspiele in Deutschland zur Novelle des FFG.....	25
2.2.1. Vorbemerkung .....	25
2.2.2. Computerspiele als Kulturwirtschaftsgut .....	25
2.2.3. Situation der deutschen Entwickler .....	30
2.2.4. Regelungsbedarf .....	32
2.2.5. Zeitliche Umsetzung .....	35
2.2.6. Ausgestaltung.....	35
<b>3. Öffentliche Förderung für Entwicklung und Produktion von Computerspielen in Frankreich .....</b>	<b>40</b>
3.1. Einführung .....	40
3.2 Methode und Fragestellung.....	41
3.2.1. Strukturfragen.....	41
3.2.2. Politische Fragen.....	41
3.3. Ausgangslage.....	42
3.3.1. Ökonomische Ausgangslage .....	42
3.3.2. Kulturelle Ausgangslage.....	44
3.3.3. Die wichtigsten Akteure .....	45
3.4. Die einzelnen Fördermaßnahmen .....	46
3.4.1. Inhaltliche Förderung: Centre National de la Cinématographie (CNC).....	46
3.4.2. Technologische Förderung: Réseau de Recherche et Innovation en Audiovisuel et Multimédia (RIAM).....	51
3.4.3. Regionale Förderung.....	54
3.4.4. L'école nationale de jeux vidéo et des médias interactifs.....	57
3.5. Der Bericht von Fabrice Fries.....	58
3.5.1. Analyse.....	58
3.5.2. Vorschläge .....	65

<b>4. Der Erfolg von Good Bye Lenin! in Frankreich 2003/2004, Ursachen, Folgerungen .....</b>	<b>72</b>
4.1. Einleitung.....	72
4.2. Methode .....	73
4.3. Überblick über Verleihstrategien ausländischer, nicht US-amerikanischer Filme in Frankreich.....	74
4.3.1. Entwicklung des Kinomarktes in Frankreich.....	74
4.3.2. Die Situation des deutschen Films in Frankreich vor 2003 .....	82
4.4. Der Erfolg von Good Bye Lenin!.....	84
4.4.1. Good Bye Lenin! in Zahlen .....	84
4.4.2. Das Potential des Films.....	86
4.4.3. Referenzmodell: kontrollierte Platzierung im Distributionsumfeld.....	95
4.4.4. Die erfolgreiche Kommunikation: Marketingmaßnahmen.....	106
4.4.5. Vergleichsfilm: Lola rennt .....	118
4.5. Möglichkeiten der Nutzung des Erfolgs und der Visibilität des Films GBL für das Herausbringen zukünftiger Filme .....	120
4.5.1. Good Bye Lenin! als Anfangspunkt einer neuen Entwicklung..	120
4.5.2. Elemente einer Strategie.....	129
<b>Anhang 1: Zusätzliche Texte .....</b>	<b>131</b>
1. Der alte Staat und die Spieleentwickler .....	131
1.1. Spieleentwickler und Subventionsgeber: Keine Liebe auf den ersten Blick .....	131
1.2. Die Entwicklungsförderung des Programms MEDIA PLUS.....	132
2. Bestehende Förderung von der Produktion von Computerspielen in Deutschland .....	134
3. Kommentar zur Bundesförderung .....	135
4. Mitten im Normalisierungsprozess .....	137
5. Medienfonds und Computerspiele.....	139
5.1. Der Medienerlass ist auch auf Computerspiele-Fonds anzuwenden .....	139
5.2. Die Huckepack-Lösung .....	140
6. Computerspiele werden Teil des politisch-kulturellen Mediensystems .....	143
7. Kein bisschen schwanger.....	146
8. Entwurf für eine Gesetzesänderung des FFG: .....	148
9. Good Bye Lenin!: „Der Trailer“ versus «Le film-annonce» .....	151

<b>Anhang 2: Zusätzliche Graphiken und Übersichten.....</b>	<b>154</b>
1. Typisches französisches Budget eines Publishers für ein Konsolenspiel (nach Fries): .....	154
2. Graphiken und Übersichten zu GBL.....	155
<b>Anhang 3: Quellennachweise .....</b>	<b>158</b>
1. Schriftliche Quellen: .....	158
2. Interviewpartner:.....	158