

Inhalt

Einführung	7
Anstatt eines Vorworts	9
Die Rolle von Banken bei Film- und Fernsehproduktionen. Die Situation in Deutschland	11
Begriffserklärungen	25
Der deutsche und internationale Fernsehmarkt – öffentlich-rechtlich und privat	45
Das Film-Fernseh-Abkommen	57
Produzieren für die öffentlich-rechtlichen Anstalten	65
ZDF Zweites Deutsches Fernsehen	65
Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland ARD	69
arte	72
Produzieren für die privaten Sender	75
PRO 7	77
RTL	79
SAT.1	81
premiere	83
Der deutsche Kinofilmmarkt	85
Deutsche Film- und Fernsehförderung	95
Das Filmboard Berlin-Brandenburg	107
Die Medien- und Filmgesellschaft Stuttgart	111
Europäische Filmförderungen für internationale, europäische Koproduktionen	119
MEDIA II	119
EMG (Euro Media Guarantees)	123
EURIMAGES	129
Der 16/9 Aktionsplan	136

Zusätzliche Finanzierungsinstrumentarien	139
Pre-Sales	139
Kapitalanlegermodelle	140
Product-Placement und Sponsoring	149
Merchandising, Licensing	154
Blocked Funds	155
Bartering	155
Multimedia-Produktionen: Abläufe, Kosten, Finanzierung, Vertrieb	157
Synergien mit der Musikbranche	165
Festivals, Messen, Märkte	177
Adressen	181
Literaturverzeichnis	205
Anlagen	207