

HOLLYWOOD-STARKES CHINA

Zeit für Investitionen in die chinesische Unterhaltungsbranche?!

Von Daniel Schütz

Hollywood, ein Stadtteil von Los Angeles mit etwas mehr als 200.000 Einwohnern, gilt als Synonym für die US-amerikanische Filmindustrie. Um 1900 war Hollywood noch eine eigenständige Gemeinde mit lediglich 500 Einwohner. Doch bereits 1910 stimmten die Einwohner einer Eingemeindung zu Los Angeles zu. Im gleichen Jahr wurde dann auch der erste Film in Hollywood gedreht und uraufgeführt. Es ließ nicht lange auf sich warten, bis sich im folgenden Jahr das erste Filmstudio in Hollywood niederließ. Bereits 1915 stieg die Gegend an der Westküste der USA zur Filmmetropole auf.

In der Zeit nach dem zweiten Weltkrieg erweiterte sich das Spektrum der dort produzierten Formate von ausschließlich Kino-Produktionen bis hin zu Fernseh- und Musik-Formaten.

Hollywood avancierte so jahrzehntelang zur Filmhauptstadt der Welt. Obwohl auch andere Regionen auf dem Globus eine Vielzahl von Filmen für ein sehr großes Publikum produzieren, konnten diese sich weltweit nicht gegen der Glanz und Glamour der Traumfabrik aus den USA durchsetzen. Dies mag zum Teil an den Formaten liegen, die dort produziert

werden und nicht immer den breiten Geschmack der westlichen Zuschauer finden. So erlebte zum Beispiel der Hindi-Film, auch bekannt als Bollywood-Produktionen, Anfang und Mitte der 2000er eine Welle der Aufmerksamkeit in Europa, die dann aber wieder abflachte. Die indische Filmindustrie, die auch schon über einhundert Jahre besteht, konnte sich in Europa nicht nachhaltig durchsetzen.

China, mit einer Bevölkerung von annähernd 1,4 Milliarden Menschen, hat Bedarf an Unterhaltung. Soviel steht fest. Doch was schaut man eigentlich in China? US-Produktionen oder doch etwas, was im eigenen Land produziert wurde?

Was nur wenige wissen ist, dass ein chinesischer Konzern der größte Kinobetreiber der Welt ist. Es handelt sich um die Dalian Wanda Group, einem börsennotierten Immobilien- und Unterhaltungskonzern. Schon 2012 kaufte die Gruppe die zweitgrößte US-amerikanische Kinokette „AMC“. In 2016 kaufte der Konzern dann das Hollywood-Studio „Legendary“ und schmiedete Pläne für chinesisch-amerikanische Produktionen. Mit dem US-Schauspieler Matt Damon sollte der Film „The Great Wall“, welcher im Januar 2017 in den deutschen Kinos lief, sowohl das asiatische als



auch das westliche Publikum begeistern. Die Kritiken zu dieser Produktion waren gemischt und die Einspielergebnisse lagen wohl hinter den Erwartungen.



Die großartigen Übernahmen und Einkäufe der Chinesen fanden nicht immer das gewünschte Ergebnis. Daher könnte sich gerade in der Unterhaltungsindustrie, die ja bekanntlich stark und schnell auf Veränderungen reagieren muss, ein neuer Trend entwickeln, der dahin geht, das chinesische Kapital nicht ins Ausland zu tragen, sondern die einheimischen Unternehmen oder Kooperationen mit westlichen Produktionen in Zukunft mehr zu stützen.

Mittlerweile sind Film- und Fernsehproduktionen sehr eng mit dem Internet verknüpft. China, mit über 770 Millionen aktiven Internetnutzern, hat dabei enormes Potential. Doch wer sich langfristig international durchsetzen möchte, muss auf beiden Märkten erfolgreich agieren. In den USA, wie auch in China. Ein Pluspunkt für China ist hierbei die Entschlossenheit der chinesischen Regierung, eigene Inhalte weltweit zu vermarkten. Der große Vorteil, den China hierbei gut ausspielen kann, ist seine führende Rolle im Bereich der mobilen Technologien.

Wie Reuters berichtet, soll das Live-Video Streaming-Start-up Kuaishou noch in diesem Jahr an die Börse geführt werden. Der Wert des Unternehmens wird mit 18 Milliarden US-Dollar bezeichnet. Darüber hinaus berichtet die Financial Times, dass auch die Video-Sharing-Seite Bilibili in diesem Jahr an der Börse platziert werden soll. Deren Wert wird auf 4 bis 5 Milliarden US-Dollar geschätzt.

Im Gegenzug möchte das Hollywood-Studio STX Entertainment, das durch die Pekinger Beteiligungsgesellschaft Hony Capital unterstützt wird, seine Aktien in Hongkong platzieren, wie die Financial Times weiter berichtet.

Open Road Films könnte ein weiterer Kandidat sein, der dann 2019 an die chinesische Börse folgen könnte. Das Unternehmen mit Sitz in Los Angeles wurde bereits 2017 von Tang Media Partners, einem in Los Angeles und Shanghai ansässigen Unternehmen, gekauft.

Sowohl in den USA als auch in China scheinen die Weichen auf Kooperation zu stehen. Dies dürfte in den nächsten Jahren eine Reihe weiterer, junger Unternehmen hervorbringen, die in diesem Segment Fuß fassen möchten. Es bleibt nur zu hoffen, dass die Fehler der vergangenen Investments auf fruchtbaren Boden fallen. Denn gerade wenn es um junge Unternehmen geht, sollten Investoren nie vergessen, dass die Erfolgsgeschichte hinter der Idee noch fehlt. Hollywood trägt nicht umsonst den Namen Traumfabrik, denn sowohl an die Zuschauer als auch an die Investoren werden oftmals Träume verkauft – und nur aus wenigen dieser Träume entstehen die neuen Medien-Titanen.



Daniel Schütz
Chefredakteur