

STELLUNGNAHME

zur Novellierung des FFG, für die öffentliche Anhörung des Ausschusses für Kultur und Medien des Deutschen Bundestages am 15. Oktober 2003

EINLEITUNG

Die Videoprogrammindustrie, vertreten durch den Bundesverband Audiovisuelle Medien (Mitgliedsliste liegt anbei, <http://www.bvv-medien.de/>) hat im Jahre 2002 eine Videoabgabe gem. § 66a FFG in Höhe von fast €15 Millionen an die FFA geleistet. Im Jahre 2003 wird die Abgabe voraussichtlich €18 Millionen betragen. Bezogen auf die Wachstumsprognosen des DVD-Marktes, gehen wir von einer Erhöhung der Videoabgabe bis zum Jahre 2008 von bis zu 40% aus. Damit ist die Videoprogrammindustrie der größte und wichtigste Einzahler der Film- und Fernsehwirtschaft.

Zur FFG-Novelle erlauben wir uns folgende Anmerkungen.

§ 2a (Deutscher Filmrat)

Die Errichtung eines Beratungsgremiums „Deutscher Filmrat“ wird nicht grundsätzlich abgelehnt, sollte jedoch nicht im FFG implementiert werden. Die unmittelbare Nähe zum Verwaltungsrat würde nur mangelnde Unterstützung wesentlicher Teile der Filmwirtschaft erfahren.

§ 6 (Verwaltungsrat)

Bei der Besetzung des Verwaltungsrates sollte die Benennung durch die aufgeführten Verbände und Institutionen auf jeweils eine Person beschränkt werden.

Bundesrat und BKM sollten sich ebenfalls auf je ein Mitglied beschränken.

Sollte eine Verkleinerung des Verwaltungsrates in dem vorgeschlagenen Sinne nicht durchsetzbar sein, sollte das Gewicht der einzelnen Branchen jedoch angemessen berücksichtigt werden.

So bleibt völlig unverständlich, dass der Bundesverband Audiovisuelle Medien mit einem Sitz vertreten ist, die öffentlichen-rechtlichen Rundfunkanstalten, die privaten Fernsehveranstalter und die Filmverleiher mit je zwei Sitzen, die Spielfilmproduzenten mit drei und schließlich die Filmtheaterverbände mit fünf Sitzen im Verwaltungsrat vertreten sind.

§ 7 (Vergabekommission)

Die Einschätzung der Bundesregierung in der Begründung zur Neuregelung der Vergabekommission, dass die Entscheidungspraxis der Kommission nicht ausreichend transparent und die Berücksichtigung des kreativen Sachverstandes nicht ausreichend gewährleistet sei, wird nicht geteilt.

Die den Kommissionsmitgliedern in den letzten fünf Jahren, vorgelegten Projekte wurden allerdings nicht allein auf ihre „kreativen“ Potentiale hin bewertet, sondern insbesondere auf ihre „wirtschaftlichen“ Potentiale. Ein außerordentliches Drehbuch kann nun einmal das mangelnde Interesse eines Verleihers, oder die unvollkommene Finanzierung des Projektes nicht kompensieren.

§ 8 (Zusammensetzung der Kommissionen)

Die vorgesehene Erhöhung der Mitgliederzahl und die Einführung eines Rotationsprinzips, kann dazu führen, dass Förderentscheidungen mehrheitlich von Personen getroffen werden, die z.B. von den Fernsehveranstaltern benannt worden sind. Dies würde den Grundgedanken des Filmförderungsgesetzes, Selbsthilfegesetz der Filmwirtschaft, auf den Kopf stellen und wird von uns abgelehnt. Wir schlagen deshalb vor, auf das in der Novelle vorgeschlagene zusätzliche Los mit den rotierenden Mandaten zu verzichten.

Sollte der Gesetzgeber jedoch an dem von der Bundesregierung vorgeschlagenen Rotationsprinzip festhalten, schlagen wir vor die rotierenden Mandate auf maximal zwei Sitze zu beschränken.

Unverständlich bleibt bei der vorgeschlagenen Regelung, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zwei Mitglieder benennen können, der Bundesverband Audiovisuelle Medien sich hingegen mit dem Interessenverband der Videothekare auf ein Mitglied einigen müsse.

§ 53 b (Projektförderung der Videowirtschaft)

Die Förderung der Videowirtschaft wird abschließend in § 53 b geregelt. Schwerpunktmäßig wurde in den letzten Jahren die Herausbringung von deutschen Filmen (Nr. 1) und generische

Werbekampagnen zur Erhöhung der Akzeptanz des Mediums DVD (Nr. 5 u. 6.) gefördert.

In diesem Zusammenhang kam es mit der Verwaltung der FFA immer wieder zu Konflikten, über die Gestaltung von derartigen Kampagnen. Begrifflicherweise kommen generische Werbung ohne ein konkretes Produkt (i.e. Filmtitel) aus.

Der Verwaltungsrat hatte deshalb am 22. Juni 2001 einen Beschluss gefasst, dass Werbemaßnahmen der Videowirtschaft auch gefördert werden können, wenn sie dem Absatz deutscher Filme zu Gute kommen, insbesondere Maßnahmen zur Unterstützung des neuen Absatzmarktes „DVD“. Damit wurde klargestellt, dass der deutsche Film nicht notwendigerweise im Mittelpunkt der Maßnahme steht, wie es in Nr. 7 geregelt ist. (Für die Filmwirtschaft ist eine derartige Einschränkung in §53a nicht vorgesehen.)

Des weiteren sollen in Absatz 2 die Projektförderungsmittel, die für Werbemaßnahmen vergeben werden können, auf 20 vom Hundert der insgesamt vorgesehenen Mittel (20 v. H. der Videoabgabe gem. § 67 a Abs. 1 Nr. 1) beschränkt werden.

Diese Regelungen schränken die förderbaren Werbemaßnahmen der Videowirtschaft unverhältnismäßig ein. Die Förderpraxis der Unterkommission Video in den letzten Jahren hat gezeigt, dass die Förderung einzelner Titel und die Förderung von Imagekampagnen dem Videomarkt die entscheidenden Wachstumsimpulse gegeben haben. Der Erfolg dieser Förderpraxis wird durch die seit 1999 ständig steigende Videoabgabe dokumentiert.

Wir bitten den Gesetzgeber daher, die oben angeführten Einschränkungen **nicht** in das Gesetz aufzunehmen.

Hamburg, 30. September 2003

Joachim A. Birr
Geschäftsführendes Vorstandsmitglied
Bundesverband Audiovisuelle Medien