

I. Grundsätzliche Fragen zum FFG

Zu 1.)

Das FFG hat keine klare Identität. Aus privatwirtschaftlichen Mitteln finanziert und als Wirtschaftsgesetz ausgelegt, sollten die Interessen der Branche - insbesondere der Einzahlergruppen - an erster Stelle stehen. Gleichzeitig werden unspezifische kulturelle Anforderungen an das FFG gestellt, mit der Konsequenz, dass privatwirtschaftliche Mittel häufig für Projekte, die gegen den Markt und filmwirtschaftliche Interessen entwickelt und beschlossen werden, zu verwenden sind.

Hierdurch ist eine Subventions-Mentalität entstanden. Dieser kann durch die Stärkung der Einzahlergruppen in den FFA-Gremien begegnet werden. Denn kultureller Anspruch und wirtschaftlicher Erfolg schließen sich keinesfalls aus.

Entscheidend ist, dass sämtliche Bestrebungen darauf gerichtet sind, dass kinotaugliche Filme entstehen, die eine erfolgreiche Kinoauswertung als Premium-Marke ermöglichen, vor dem Hintergrund das 1.200 Betriebsstätten und 4.800 Leinwände Filme benötigen, die auch Besucher anziehen, um rentabel arbeiten zu können. Ebenso die Nachverwerter, die nur mit erfolgreich ausgewerteten Kinofilmen Umsatz erzielen können. Hier ist in gewisser Weise ein Paradigmenwechsel nötig. Im kulturellen Bereich wurde mehr auf Produktionsförderung/mehr Absatzförderung etc. gesetzt.

Zu 2.)

Ziel ist es, einen deutschen Marktanteil von durchschnittlich 37 % zu erreichen, damit wäre dann auch für die aus den privatwirtschaftlichen Budgets kommenden finanziellen Mittel der nötige ROI (Return of Investment) gegeben.

Inwieweit ergibt sich daraus, dass in den Gremien, in denen Gelder den einzelnen Gruppen zur Verfügung stehen über eine dementsprechende Mehrheit der betroffenen Gruppe die jeweiligen Innovationen etc. umgesetzt werden können. Ansonsten ist die Hereinnahme der Kreativen durchweg positiv zu sehen.

Die Gremienbesetzung/Wiederbesetzung hat zusätzlich nach Kompetenz, nicht nach Quoten zu erfolgen.

Zu 3.)

Nein, es muss sichergestellt bleiben, dass auch im künftigen Präsidium die Filmwirtschaft im engeren Sinne zwingend vertreten ist.

Zu 4.)

Der Schwerpunkt der Förderung sollte weiterhin auf der Produktion erfolgreicher deutscher Kinofilme liegen. Wenn diese Filme aber - trotz angespannter Wirtschaftslage der Kinos, kostenintensiver technischer Herausforderungen (Digital Cinema) und grundlegender Veränderungen in der Film-Rezeption (von DVD über Internet bis Handy-TV) – weiterhin flächendeckend und in zeitgemäßen Kinos laufen sollen, muss mehr für die Kinos getan werden als bisher. In geschlossenen Kinos läuft nicht nur kein Mainstream, sondern auch kein deutscher Film.

Daher ist es an der Zeit, zumindest für die kommende Gesetzesperiode die Kinos spürbar zu unterstützen. Zum Beispiel durch Entlastung bei der Filmabgabe einerseits und durch Förderung der Digitalisierung (PwC-100er-Modell) andererseits. Die Vorschläge des HDF KINO e.V. zeigen, dass dies realisierbar ist, ohne die Förderung des deutschen Films insgesamt zu beeinträchtigen. Der HDF vertraut darauf, dass es der FFA gelingen wird, alle neuen Nutzer des Mediums Film zur Zahlung der geschuldeten Abgaben zu verpflichten und so die Einnahmen der Anstalt spürbar zu erhöhen – auch wenn die Belastung der Kinos gesenkt wird.

Zu 5.)

Selbst ein aus subjektiver Sicht der Kinos noch so „gutes FFG“ wird die Veränderungen in der Film-, AV- und Online-Industrie nicht aufhalten. Der Marktanteil der Kinos schrumpft, seine Exklusivität ist bedroht. Die Kinos stellen sich diesem Wettbewerb. Sie können ihn aber nur bestehen, wenn und solange es faire Bedingungen gibt und wenn Konsens darüber besteht, dass die zeitlich befristete, exklusive Erstauswertung von Filmen im Kino für alle Marktbeteiligten wirtschaftlich vorteilhaft ist. Um diesen Nachweis führen zu können, sind möglichst klare und faire Window-Regelungen für alle in der Deutschland erstaufgeführten Filme nötig. Den rechtlichen Weg dazu hat der HDF KINO e.V. dem BKM mit einem Kurzgutachten von Prof. Dr. Thomas Vesting aufgezeigt.

Insofern muss weniger der Förderauftrag der FFA angepasst werden, als vielmehr die Förder-Regeln, etwa bei den Sperrfristen des § 20 RegE FFG. Dann wird sich zeigen, dass die Kinos dauerhaft einen wesentlichen Beitrag zum ROI der Produzenten leisten können - und, dass die Filmindustrie in der Summe aller Verwertungsstufen höhere Umsätze (*increasing returns*) generiert. Das allzu freie Spiel der Kräfte führt dagegen zu schädlichen Kannibalisierungseffekten. Es wäre eine sinnvolle und langfristig wirkende Aufgabe der Bundes-Filmförderung, dies durch ein wettbewerbskonformes System marktgerechter Auswertungsstufen für alle in Deutschland anlaufenden Filme zu verhindern.

Z.B. würde eine Sperrfrist für alle Filme das finanzielle Ungleichgewicht zwischen TV/Plattformanbietern und Kino beseitigen und den Kinos Investitions- und Planungssicherheit geben. Das Kino muss seinen technical lead durch die Digitalisierung wieder bekommen. Durch die Reduzierung der Anzahl der Filme mit der Zielsetzung, mehr Qualität statt Quantität zu erreichen, inklusive der Aufrüstung der Premiummarke Kino, um eine Preiserhöhung zu ermöglichen und somit wieder die Leuchtkraft zu bekommen, die das Kino auch in Zukunft behalten muss, damit die Nachverwerter die

vom erfolgreichen Abspiel im Kino abhängen, ebenfalls ihre Umsätze in dementsprechendem Umfang behalten oder ausbauen können.

Zu 6.)

Der HDF teilt diese Einschätzung. Das FFG hat und hatte ausdrücklich als Zweck die Förderung des Kinofilms. Diese hat Herr Neumann immer betont. Es soll kein TV-Film gefördert werden. Deshalb sollte zur nochmaligen Klarstellung und zur besseren Akzeptanz im Gesetz die ausdrückliche Förderung des Kinofilms festgeschrieben werden.

Die stärker TV orientierten Länderförderer sorgen hier für den nötigen Ausgleich durch TV-Film Förderung.

§ 67 b Absatz 2 FFG steht im Widerspruch zu § 1 und 2. Die Abgaben der Fernsehanstalten sollen wie bei Kino und Video vorbehaltlos erfolgen. 32% des TV-Contents besteht aus Kinofilmen. Die TV-Filme müssten vielmehr die Marke Kino dadurch stärken, dass sie den Kinofilm als eigenes Format lassen und lernen, diesen zu bewerben und damit auch ähnlich wie bei dem Film „Alles auf Zucker“ als Einnahmequelle zu sehen. Es geht daher nicht darum, neben dem Fernsehen inhaltlich und ästhetisch auf den Kinofilm Einfluss zu nehmen sondern vielmehr darum, darauf zu achten, dass aufgrund richtiger Förderkriterien Stoffe für Drehbücher ausgesucht werden, die mit den dementsprechenden Budget-Möglichkeiten Chancen bieten, wirtschaftlich sinnvolle Kinofilm-Projekte auf den Markt zu bringen. Dies sichert dann auch den deutschen Produzenten über ihre Unabhängigkeit „fernsehgeeignete Projekte“ zu verfilmen, die dann für den Kinomarkt, der kinotaugliche Filme voraussetzt, gänzlich uninteressant sind und somit die Fernsehgelder diesbezüglich nicht wirklich für einen Kinofilm zur Verfügung stehen. Für das FFG verlangt dies Förderkriterien im FFG ähnlich dem DFFF. Im übrigen ermöglicht es der neue § 20 FFG gerade im Bereich Amphibienfilme bei Großproduktionen, wo viel TV-Geld im Spiel ist, auch über eine dementsprechende Fensterverkürzung eine noch aktuellere Auswertung. Es schließen sich Kinotauglichkeit und Fernsehseignung auch nicht aus. Vielmehr ist eine Sichterweiterung und ein Wandel der Einstellung der der TV Anstalten von Nöten.

Zu 7.)

Ja, das ist schon deshalb erforderlich, weil es sich - jedenfalls nach dem Willen des Gesetzgebers - bei der Filmabgabe um eine Sonderabgabe handelt. Die Kinos bestreiten unter anderem auch in den Verfahren gegen das FFG 2004, dass der Gesetzgeber in ausreichendem Maß seinen Anpassungs- und Prüfungs- Pflichten genügt hat. Die FFA geht unter Verweisung auf die Bundestagsdrucksache 15/1506, Seite 18 f. von einer ausreichenden Evaluierung aus. „Runde Tische“, wie die zur Novelle des FFG 2009 sind zu sehr von Einzelinteressen geprägt, als dass sie zu einer objektiven Evaluierung beitragen könnten.

Vorschlag: Die Mitglieder des FFA-Verwaltungsrates erhalten die Möglichkeit, für die von Ihnen vertretenen Einrichtungen, Verbände etc. Fragen zu formulieren, die ihnen für eine Evaluierung der Filmförderung nach dem FFG (2004 + 2009) sinnvoll erscheinen. Über Quantität und Qualität dieser Fragen muss innerhalb des Verwaltungsrates keine

Einigung erzielt werden. Vielmehr werden alle eingereichten Fragen im Sinne einer Empfehlung an ein geeignetes (Hochschul-) Institut gerichtet mit dem Auftrag, hieraus ein Konzept zur Evaluierung von FFG und FFA zu erarbeiten. Die Ergebnisse sind bis Anfang/Mitte 2012 vorzulegen.

II. Finanzierung der FFA-Förderung/FFA-Einnahmen

Zu 8.)

Die Plattformanbieter haben beim Round-Table-Gespräch in Hamburg die Aussage getätigt, dass „sie seien noch im Aufbau befindlich und es muss der Grundsatz vorherrschen; Rentabilität vor Abgabe“. Dem kommt man augenscheinlich nach, indem man im Regierungsentwurf FFG § 67 Nr. 2 erlaubt, dass eine Vereinbarung mit der FFA hinsichtlich der Abgabe geschlossen wird. Es wird die Leistungsfähigkeit beachtet. Daran ist dann nichts auszusetzen, wenn es sich hinsichtlich der Form der Erhebung, also des Erhebungsmaßstabes und der sich daran anschließenden Abgabehöhe, um einen Ansatz handelt, der den Gleichbehandlungsgrundsatz dahingehend Rechnung trägt, dass alle Kinofilm-Nutzer, bezogen auf Erhebungsansatz und Höhe, im Rahmen ihrer Leistungsfähigkeit gleich behandelt werden. Dies ist im Regierungsentwurf nicht gegeben. Unabhängig davon, dass z.B. ein Video-on-Demand-Anbieter nach § 66 a Absatz 2 Regierungsentwurf gesetzlich zur Abgabe verpflichtet ist, kann ein Pay-per-View-Anbieter nach § 67 seine Verpflichtung mit der FFA aushandeln.

Was die Förderungsmöglichkeiten der neuen Anbieter angeht, so gilt hier festzustellen, dass diese weniger an einer erfolgreichen Vermarktung des Produktes Kinofilm und dessen Wertigkeit interessiert sind, sondern vielmehr an der Auslastung ihrer Datennetze etc.

Im Gegenzug dazu hat nur Kino das Problem, dass es -wie bei der Oper (Spezialimmobilie)- und im Gegensatz zu Video und VoD, einen höheren finanziellen Aufwand zum Erhalt desselben hat und deshalb extra förderungswürdig ist.

Zu 9.)

Wesentlich ist, dass das FFG 2009 eindeutige Kriterien für die Ermittlung der Beiträge und ihrer Höhe entsprechende Leistungsfähigkeit der Gruppen festlegt und damit dem Gleichbehandlungsgrundsatz Rechnung trägt. Dies gilt sowohl für Kino, Video, TV-Sender als auch für Programmanbieter.

Dies haben die Kinos in der politischen Diskussion und in ihren Verfahren gegen das FFG 2004 dargelegt und warum sie bei der Filmabgabe überproportional belastet werden. Die verfassungsrechtlichen Bedenken, etwa gegen eine gesetzliche TV-Abgabe, erscheinen vorgeschoben. Das bestätigen übereinstimmend die dem BKM bekannten Rechtsgutachten der Professoren Vesting und Friauf. Die Forderung nach einer

gesetzlich normierten Abgabepflicht aller Nutzer von Spielfilmen ist aber nur ein Weg zu größerer Abgabengerechtigkeit.

Vorschlag: Eine einvernehmliche Lösung wäre sicher auch möglich, wenn der Text des FFG 2009 (z.B. in § 67 Absatz 2 und 3) bereits eindeutige Kriterien für die Ermittlung der Beiträge – dem Grunde und der Höhe nach - festlegen würde. Dies gilt für TV-Sender wie für Online-Programmanbieter. Da diese über hoch differenzierte Verfahren zur Feststellung ihrer Zuschauer- bzw. Nutzer-Zahlen von Spielfilmen verfügen, wäre es ein Leichtes, daraus gerechte Abgabesätze zu entwickeln. Der HDF KINO e.V. bietet seine Mitarbeit an. Wenn das Ergebnis fair ist, wird es für die Praxis nicht mehr vorrangig sein, ob die Abgabe gesetzlich oder aufgrund öffentlich-rechtlicher Verträge geschuldet ist.

Zu 10.)

Hier ist festzuhalten, dass Kinofilme mit Geld gefördert werden sollen, damit diese überhaupt entstehen können. Die Abgabe in Geld und auch in einer dementsprechend angemessenen Höhe ist daher zunächst der Maßstab. Wird ein Kinofilm im Fernsehen zur Primetime beworben, ist dies laut Produzenten und Verleiher neben der Bewerbung der Filme durch Trailer im Kino die effektivste Methode, die jeweiligen Zielgruppen und Kinokunden zu erreichen. Die Image-Studie „Deutscher Film“ hat gezeigt, dass es oft auch an den werblichen Möglichkeiten gelegen hat, einen Film erfolgreich zu platzieren; deshalb sollen gerade auch die öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten hier ebenfalls zusätzlich zum geleisteten Bar-Betrag Medialeistungen anbieten vor dem Hintergrund, dass die öffentlich-rechtlichen Sender durch die Bewerbung von bestimmten Filmen und deren vorzeitige und frühzeitige Ankündigung Zielgruppen ansprechen konnten, die sonst nicht ARD und ZDF schauen. Insgesamt müsste hier seitens der Sender mehr getan werden, um das Produkt Kinofilm zu bewerben, um es anschließend erfolgreich im TV vermarkten zu können. Die Medialeistung darf aber nicht missbraucht werden, um einer angemessenen Abgabenhöhe entgehen zu können. Es darf auch vermerkt werden, dass die Kinos in erheblichem Umfang Trailer zu deutschen Filmen zeigen und dies aus Gründen der Abgabengerechtigkeit ebenfalls als Medialeistung -zusätzlich zur Abgabeanerkannt werden müsste.

Hinzu kommt noch, dass wir allein bei der Bewerbung im Rahmen der generischen Kampagne die zur Verfügung stehenden Werbezeiten in Form von Barter-Geschäften außerdem noch über 6 Millionen Euro eingebracht haben.

Deshalb halten wir auch unseren Vorschlag für sinnvoll, eine gesetzliche bzw. vertragliche Investitionsverpflichtung für die TV-Sender einzurichten, durch die sie 5 bis 7 Großprojekte im Jahr umsetzen sollen, die sowohl im Kino als auch im TV erfolgreich vermarktet werden können. Hintergrund war Effektivität des Geldeinsatzes.

Zu 11.)

Dieser Vorgang ist aus der Historie zu verstehen. Die Kinos haben von Anfang an zur FFA gestanden, über lange Jahre alleine eingezahlt, über Euro 3 Mrd. von 1989 bis 2002 alleine investiert und trotzdem nicht die Wertschätzung erfahren, die ihnen ihrer Ansicht nach zugestanden hätte. Das hat sich zum Beispiel beim letzten FFG in einer Erhöhung

ausgedrückt, ohne die Leistungsfähigkeit der Kinos zu berücksichtigen und auf den Einzelnen Rücksicht zu nehmen. Sicherlich geht es aber auch darum, die Ungleichbehandlung der Einzahlergruppen der FFA, die sich auf zwei Ebenen abspielt, zu beseitigen - das heißt:

1. im Verhältnis zu Video, TV und VoD ein gerechte Bemessungsgrundlage herzustellen, die eine Gleichbehandlung bei der Heranziehung erlauben
2. die Ungerechtigkeit gegenüber den Kinos zu beseitigen, dass diese aus dem Bruttoumsatz Abgabe zu zahlen haben, während alle anderen wie z.B. Video ihren Beitrag aus dem Nettoumsatz leisten
3. Eine gleichmäßige Beitragsbesteuerung = gleiche Beitragshöheermöglicht wird

Als Beispiel sei hier angeführt, dass zwar seitens der Videobranche betont wird, dass sie die größten Beitragseinzahler sind, Fakt aber ist dass die Kinos von 1997 bis 2007 bis auf das Jahr 2006 in der Regel mindestens Euro 2 Mio. mehr Abgaben geleistet haben, obwohl der Umsatz beim Kino stagnierend bis fallend ist und bei der Videobranche steil nach oben ging

Die zweite Ebene bezieht sich auf die Einzahlergruppen innerhalb der Kinobetreiber. Das Wesentliche ist hier, dass z.B. 1.789 Kinosäle keine Abgabe bezahlen, 869 Leinwände 9%, 872 Leinwände 18% und 1.230 Leinwände 74%. Der überwiegende Teil der Filmabgabe der Kinos wird somit hauptsächlich von Großbetreibern und dem Mittelstand getragen. **Rund 37% der Leinwände leisten gar keine Filmabgabe, dabei geht es Einzählern und Nichteinzählern auf Grund der gesamtwirtschaftlichen Kinosituation gleichermaßen schlecht. Hohe Umsätze bedeuten also nicht mehr oder nicht gleichzeitig hohe Gewinne.** Dennoch sind Multi- und Miniplexe kulturell nicht angesehen. Sie erhalten weder Förderung von den Ländern, dem BKM noch erfahren sie politische Wertschätzung und sind kulturell unerwünscht - auch wenn sie einen Film wie „Das Leben der Anderen“ ebenso spielen wie die kleineren Häuser. Mit anderen Worten, die Haupteinzahler sollen weiterhin überproportional einzahlen, obwohl es ihnen genauso schlecht geht wie der gesamten Branche. Nicht zu vergessen, dass die Nichteinzahler dessen ungeachtet das gesamt Förderspektrum nutzen können. Aus dieser Sachlage heraus dürfte eigentlich verständlich werden, dass diese Vorbehaltszahlungen eher aus der Not heraus geschehen und nicht mit dem Willen, den Solidargedanken zu gefährden.

III. Produktionsförderung

Zu 12.)

Der DFFF ist auf die Beseitigung eines Standortnachteils ausgerichtet und auf den wirtschaftlichen Mehrwert hinsichtlich Arbeitsplätze etc. Der HDF begrüßt die Vergabekriterien. Es sollte aber auch für die Förderung entscheidend sein, dass der Film kinotauglich ist und dem Verwerter nützt (Speed Racer). Ein sinnvolles Förderinstrument im FFG-Entwurf sind die Erhöhungen der Budgets pro Film (§ 32 Absatz 2), die Verbesserungen bei der Drehbuchförderung (§ 32 Absatz 3 + § 47), die Rechte-Endbündelung bei den Produzenten (§ 34) und die Möglichkeit mehr Eigenkapital zu entwickeln, mit dem Ziel, auf Dauer mit weniger Subventionen auszukommen positiv zu

sehen. Entscheidend ist, dass man die Förderung möglichst effektiv aufstellt und die Kriterien des DFFF auch bei der FFA anwendet. Ein wesentliches Kriterium ist die „Kinotauglichkeit“ (§ 47 Absatz 2).

Zu 13.)

Die Anzahl der startenden Filme wird weiter steigen. Dies lässt sich aufgrund der neuen Medien und der daraus folgenden Nachfrage nach zusätzlichem Content nicht verhindern. Entscheidend bleibt das Kriterium Kinotauglichkeit. Es muss klar gestellt werden, dass das FFG kein Auffangbecken für diejenigen Produzenten ist, die beim DFFF mit ihren Anträgen gescheitert sind. Das FFG ist ein Wirtschaftsförderungsgesetz. Es bietet sich an, Fördermerkmale aus den Kriterien des DFFF zu übernehmen. Dies gilt insbesondere für folgende Punkte:

Der Hohe Anteil deutscher Filme mit weniger als 10.000 Besuchern ist auch das Ergebnis einer nicht klar strukturierten Nachwuchsförderung. Ohne Zweifel ist Nachwuchsförderung im Kulturbereich Film extrem wichtig. Inwieweit dies im Rahmen eines durch Branchengelder finanzierten Wirtschaftsgesetzes Zielsetzung sein kann, muss hinterfragt werden. Nachwuchsförderung sollte der Kulturkompetenz der Bundesländer zugeordnet, bzw. in den Förderbereich des BKM integriert werden.

Daraus folgert insgesamt, dass die im Rahmen des FFG zur Verfügung stehenden Mittel dazu genutzt werden sollten, weniger, aber dafür wirtschaftlich interessante Projekte nach dem Motto „Konzentration statt Gießkanne“ mit mehr Fördergeldern auszustatten.

Denn weniger Filme - dafür mehr Geld, bedeutet nicht weniger Vielfalt. Bei 4.800 Leinwänden helfen Filme mit 10.000 Besuchern nicht, rentabel arbeiten zu können.

Zu 14.)

Durch eine klare Profilierung der Filmförderung anhand von Förderkriterien erhält ein Produzent die Möglichkeit, sein Risiko bei der Finanzierung abzuschätzen. Gleiches gilt für eine klare Vorgabe bei der Gestaltung und Umsetzung von Inhalten. Hier ist die Kinotauglichkeit voran zu stellen. Es sollte überlegt werden, eine kurzfristig stärkere Verzahnung zwischen DFFF und FFG herzustellen. Mittelfristig muss das Subventionsdenken zurück geführt werden.

Zu 15.)

Siehe hierzu auch Punkt 14. Dieser Vorgang zeigt, mit welcher Selbstverständlichkeit und welcher Automatik die Produktionsförderung wahrgenommen wird. Deshalb ist im Zuge des Antrags auf Fördermittel klarzustellen, dass ein Einsatz von Fördermitteln für Verbandsbeiträge definitiv ausgeschlossen ist. Sollte dies nicht erfolgen wird im Sinne der Gleichbehandlung die bisher gültige Handhabe auf Produzentenseite Begehrlichkeiten bei allen anderen Verbänden der Filmwirtschaften hervorrufen und wir wären bei einer Art von Parteienfinanzierungsgesetz. Auch eine Umgehung durch Erhöhung einer anderen Abzugsposition muss ausgeschlossen sein.

Zu 16.)

Die Vorschläge der Kinowirtschaft zum FFG zielen darauf ab, die kulturwirtschaftliche Ausrichtung der Förderung zu schärfen. Dem widerspricht die Ausweitung des Wirkungsbereichs auf Autoren und Regisseure im Rahmen des FFG. Vielmehr sollte es im größten Interesse der Produzenten liegen, gutes „Kreativ-Material“ zu erhalten. Eine Einbeziehung hat deshalb nicht über das FFG, sondern allein im Verhältnis Autor/Regisseur und Produzent zu erfolgen. Inwieweit der Produzent hierbei auf seine Referenzförderung zurückgreifen will, sollte ihm selbst überlassen sein. Eine Erhöhung des Mittelansatzes für die Referenzförderung ist deswegen nicht angesagt. Drehbuchautor und Regisseur können Co-Produzent werden, dann wären sie auch bei der Referenzförderung mit beteiligt. Sie tragen dann auch Risiko mit. Eine Beteiligung im Innenverhältnis am Überschuss ist immer denkbar. Aus dem Fördergedanken heraus dürfte der richtige Weg der eingeschlagene sein, nämlich das Fördergeld zu erhöhen.

Zu 17.)

Die Filmproduktion ist ein hoch dynamischer Prozess, der viele nicht beeinflussbare Komponenten enthält (z.B. Wetter). Bevor hier Regelungen als Fördervoraussetzungen in das FFG einfließen sollten diesbezüglich die Bedingungen in den USA und Europa analysiert werden. Grundsätzlich sollte im Interesse einer effizienten Arbeit dem Produzenten im Rahmen heute schon bestehender Möglichkeiten weitestgehender Freiraum gewährt werden. Die Erzeugung von zusätzlicher Bürokratie und damit zusätzlicher Kosten bei Förderprojekten ist unbedingt zu verhindern. Auch dürfte die Einführung einer Art von Mindestlohn über ein Branchenfördergesetz aus der Systematik heraus nicht richtig sein.

Förderinstrumentarium:

Zu 18.)

Mit Vorlage seines zweiten Positionspapiers zur FFG-Novelle 2009 vom 23. November 2007 hatte der HDF Kino e.V. gefordert, in § 22 FFG die Referenzschwellen zu verschärfen. Danach sollte eine Konzentration der Mittel durch schärfere Kriterien bei Besucherzahlen, Festivals und Prädikaten erfolgen. Nur Besucher, die den marktüblichen Eintrittspreis, mindestens jedoch einen zu definierenden Prozentanteil des durchschnittlichen Vorjahres-Eintrittspreises bezahlt haben, sind demnach anzurechnen. Dies ist ein entscheidendes wirtschaftliches Kriterium, dass keinen Niederschlag in der Novelle gefunden hat.

Mit der Regelung in § 22 Abs. 6 FFG, eine Untergrenze von 10.000 Referenzpunkten pro Kalenderjahr einzuziehen wurde allenfalls eine leichte Korrektur der alten Regelung vorgenommen. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit § 28 FFG, in dem eine spürbar kürzere Verwendungsfrist für Referenzmittel nicht umgesetzt werden konnte. Der HDF Kino e.V. hat gefordert, durch eine kürzere Verwendungsfrist zeitnah Mittel für neue Filme zur Verfügung zu stellen, oder - im anderen Fall - die Mittel für andere realisierbare Projekte zu nutzen.

Zu 19.)

Eine stärkere Anlehnung an die Kriterien des DFFF ist aus Sicht der Kinos absolut wünschenswert. Zur Kinotauglichkeit von Filmen hat der HDF Kino e.V. klar Position bezogen. Die Rückzahlungsquote der Kinobetreiber ist ein erstrebenswertes Ziel für den Bereich der Projektfilmförderung. Verschärfte Rückzahlungsbedingungen sind hier in jedem Fall zu begrüßen. Sie bedürfen zusätzlich der Überprüfung im Verlauf des neuen FFG und müssen ggf. über eine Richtlinie nachgebessert werden.

Ansonsten gelten die Punkte 12 und 13.

Zu 20.)

Das FFG ist ein Wirtschaftsförderungsgesetz. Welche Qualitätskriterien im Sinne einer kulturellen Filmförderung sind gemeint? Die bisherigen Qualitätskriterien setzen zudem am Ende des Filmherstellungsprozesses an. Das ist auch aus kulturwirtschaftlichen Gründen heraus ein falscher Ansatz gewesen. Aus Sicht der Kinowirtschaft muss gerade bei geförderten deutschen Filmen von Beginn an eine auf Kinotauglichkeit ausgerichtete Qualität auf allen Ebenen im Filmherstellungsprozess gewährleistet werden. Schließlich kommen privatwirtschaftliche Mittel zum Einsatz.

Verwertungsrechte:

Zu 21.)

Vor dem Hintergrund einer zur verbessernden Kapitalausstattung der Produzenten (siehe Punkt 14) brauchen die Produzenten Planungssicherheit. Insbesondere durch die neuen Verwertungsformen sollte die Handhabung von Rechten deshalb so klar und deutlich wie möglich gefasst werden. Der bisherige Wortlaut lässt angesichts der dynamischen Entwicklung der digitalen Verwertung massiven Interpretationsspielraum zu Ungunsten der Produzenten. Sollte eine Festschreibung im FFG bzw. klarstellende Formulierungen im Rundfunkänderungsstaatsvertrag nicht möglich sein, müssen entsprechende Passagen mit einer Öffnungsklausel versehen werden, um den Produzenten alle Türen für eine zügige Refinanzierung zu öffnen.

Zu 22.)

Ja, das wäre ein wichtiges und richtiges Signal! Die flächendeckende Kinostruktur im Bundesgebiet ist insgesamt erhaltenswürdig, und zwar aus kultur-, wirtschafts- und gesellschaftspolitischer Sicht. Sie ist Voraussetzung für die Filmnation Deutschland. Die bestimmungsgemäße Rezeption des Kulturgutes Kinofilm ist allein im Kino möglich. Kino ist eine klassische „Schule des Sehens“. Es erzeugt in seiner Standortnähe außerdem Mehrwert unterschiedlichster Art: Es trägt zur Belebung von Innenstädten bei, fördert den umgebenden Handel und die Gastronomie, schafft Arbeitsplätze usw. Der für das Kino hergestellte und dort präsentierte Film ist nach übereinstimmender Meinung aller

Branchenangehörigen die Initialzündung für eine erfolgreiche Verwertung in den folgenden Nutzungsstufen.

Es würde auch einen ersten Schritt hin zu einer finanziellen Waffengleichheit gegenüber TV und Plattformanbietern bedeuten. Kein Nachverwerter hat das Problem des Erhaltens einer „Oper“ (Spezialimmobilie).

Der HDF KINO e.V. hält deshalb eine entsprechende Änderung des § 1 Absatz (1) FFG 2009 für wünschenswert. Er hat dem BKM hierzu folgenden Formulierungsvorschlag unterbreitet:

„§ 1 Absatz (1) Die Filmförderungsanstalt (FFA) fördert als bundesweite Filmförderungseinrichtung die Struktur der deutschen Filmwirtschaft, die kreativ-künstlerische Qualität des deutschen Films einschließlich dessen Auswertung in deutschen Filmtheatern als Voraussetzung für seinen Erfolg im Inland und im Ausland.“

Zu 23.)

Die Aussichten sind unter folgenden Gesichtspunkten zu beurteilen:

1. Da man über der De Minimis-Regelung liegt gilt es, Zustimmung in Brüssel über die zwei Möglichkeiten des § 87 c und d EU-Vertrag zu suchen. Somit einmal im Rahmen des 100er Modells über die kulturelle und strukturelle Argumentation und zum Zweiten mit dem Nachweis, dass es einem ganzen Wirtschaftszweig schlecht geht und eine Förderung diskriminierungsfrei und wettbewerbsgerecht wäre. Für beide Wege würde dementsprechend die Argumentation von PwC im Auftrag der FFA erarbeitet werden. Der HDF Kino e.V. hat PwC über Bilanzen die nötigen Unterlagen für den Nachweis zur Verfügung gestellt. Die Digitalisierung ist diskriminierungsfrei, weil allen Kinos die Digitalisierung möglich gemacht werden soll und wettbewerbsgerecht, weil es in Deutschland einen abgeschotteten Markt gibt (deutsche Sprache) und eventuell die deutschsprachigen Nachbarländer berücksichtigt werden.
2. In der vom BKM geleiteten Arbeitsgruppe, an der auch Finanzministerium, Wirtschaftsministerium teilnehmen, wird derzeit konstruktiv daran gearbeitet, die Gesamtkosten finanzierungssicher darzustellen und auch die Frage zu beantworten, in welcher Höhe Verleih und Kino in der Lage sind, Eigenmittel beizusteuern. Wichtig in diesem Zusammenhang ist derzeit die Frage, auf welche Art und Weise die Länder im Rahmen des 100er-Modells ihren Beitrag länderübergreifend einbringen können. Aufgrund der Tatsache, dass neben dem 100er-Modell auch im Rahmen der Betriebsausgaben durch die technische Innovation neu laufende Mehrkosten hinzukommen, ist eine Beteiligung von Bund und Ländern unumgänglich, wenn man die Flächendeckung haben will. Das 100er-Modell und die Übernahme der laufenden Mehrkosten durch eine Verleihvereinbarung sind anerkannter Maßen das kostengünstigste Modell und daher auch das geeignetste, um „alle“ Kinos ins digitale Zeitalter mitzunehmen. Sämtliche sonstige am Markt befindlichen Finanzierungsmodelle (auch Drittanbieter etc.) sind wesentlich teurer und würden für den Fall des Scheiterns des 100er-Modells, dazu führen, dass eine Marktberreinigung stattfinden würde, die in

der Breite und aufgrund der wirtschaftlichen Situation bis auf die Erstaufführungshäuser fast alle treffen kann, da es gilt das Kino - gerade auch im Rahmen einer technischen Innovation - wieder „in“ zu machen. Mit entscheidend ist auch der Faktor Zeit. Dadurch dass es bereits mehrere große 3D-Filme gibt, wird es notwendig, dass bis Ende 2008 klare Signale vorhanden sind, dass das deutsche Modell steht und Brüssel zustimmt. Entscheidend dürfte hier sein, auch den Druck auf Brüssel zu erhöhen, der auch in anderen Ländern diesbezüglich bereits besteht. Auskunft kann hier auch der Vorstand der FFA geben. Unseres Erachtens kann dem Druck des Marktes maximal bis Mitte 2009 standgehalten werden. Sollte keine Finanzierung außerhalb des FFG´s zustande kommen, dürfte es für die Kino- und Verleihbranche schwer sein, die bisherigen Leistungen an die FFA in dieser Form aufrecht zu erhalten, weil die Mittel komplett für die Digitalisierung benötigt werden würden. Dies wäre in doppelter Hinsicht (Förderung des deutschen Kinofilms und Erhalten der Kinolandschaft) schädlich.

Zu 24.)

Flächendeckung bedeutet, dass Film- und Kinokultur überall in der Fläche und in allen Ortsgrößen stattfinden kann. Dabei darf auf der Basis einer Förderung nach dem Wirtschaftsgesetz FFG und seiner Koppelung mit der Finanzierung der Digitalisierung der wirtschaftliche Aspekt nicht ausgeblendet werden. In den Fällen, in denen darüber hinaus Sonderformen neben den Möglichkeiten des FFG unterstützt werden sollen, liegt die Verantwortung in der Kulturhoheit der Länder.

Bei den 1100 Leinwänden der sogenannten Sonderformen sind Pornokinos enthalten sowie Kinos in Universitäten etc. Unter Berücksichtigung dieser Fakten und der Tatsache, dass bestimmte Kinos auch aus Altersgründen etc. geschlossen werden, gehen die FFA und die Branche davon aus, dass letztlich 3.700 Leinwände die Umrüstung mitmachen werden plus kommunale Kinos (ca.100).

Zu 25.)

Mit der 30/70-Regelung und dem Teilerlass sind erste Schritte zum Abbau des Investitionsstaus eingeleitet worden. Diese allein sind jedoch nicht geeignet den erheblichen Liquiditätsstau der Kinos beseitigen zu können. Aufgrund der hohen Darlehensbelastung der Kinos ist zusätzlich eine Abgabeminderung notwendig.

Hier verweisen wir auf Punkt 11. Die kulturellen Aspekte werden ausreichend berücksichtigt, weil 37 % der Kinos gar nichts in die FFA einzahlen, aber an allen Förderungen teilhaben. Zusätzlich profitieren sie von den Kinoprogrammpreisprämien der Länder und des BKM. Diese Prämien führen dann wieder zu einem erhöhten Anspruch auf die neue Referenzförderung nach § 56, 2 Nr. 1 und Nr.2. Die dort geforderten Zuschauermerkmale (von 1,5 bzw. den doppelten Wert) blenden den gesamten kleineren Mittelstand aus. Vor diesem Hintergrund und auf Grund der Tatsache, dass der HDF Kino e.V. alle Arten von Kinos vertritt, fordern wir eine Reduzierung des Zuschauermarktanteils auf einen Wert von 1,2.

Gründe: Der politische Ansatz der Referenzförderung ist per se gesehen in Ordnung, setzt aber voraus, dass die Ausgangssituation für alle Kinobetreiber in etwa gleich ist: Jedes Kino muss den Anteil der Zuschauer von deutschen Filmen erhöhen können, wenn er dies will. Dazu muss jedes Kino auch den gleichen Zugriff auf deutsche/europäische Produktionen haben. Selbst erfolgreiche deutsche Produktionen werden mit einer zu kleinen Kopienzahl gestartet (z.B. Die Welle mit 150 Kopien). D.h. es fehlt an der gleichen Ausgangsbasis. Der Wert von 1.2 würde ein wenig mehr Chancengleichheit bieten.

V. Absatzförderung

Zu 26.)

Die durch den DFFF geförderten Filme müssen sich am Markt behaupten können und unterliegen den gleichen Mechanismen, wie alle anderen Filme. Natürlich ist es wünschenswert, dass Filme, die mit Hilfe von steuerlichen Subventionen gefördert werden, anschließend auch in der Auswertung die Gelegenheit bekommen, wirtschaftlich erfolgreich zu sein. Nur: Nicht jeder mit Mitteln des DFFF entstandene Film hat dann auch das Potenzial, bzw. besitzt eine entsprechende Qualität. Eine automatische Verknüpfung zwischen DFFF- und Absatzförderung wäre also nicht immer sinnvoll, man würde unter Umständen „gutes Geld dem schlechten Geld hinterher schmeißen“.

Es sollte bei der Vergabe der DFFF-Mittel bereits darauf geachtet werden, dass das Marketingkonzept auch ohne Gewährung einer Absatz-Förderung überzeugt. Eine etwaige Förderung würde dann finanzielle Entlastung schaffen oder das Paket insgesamt vergrößern, nicht aber grundsätzlich über Quantität und Qualität des Absatzes entscheiden.

Dennoch sind die dem Filmabsatz zur Verfügung stehenden Mittel insgesamt nicht ausreichend. Eine Erhöhung ist begrüßenswert. Wichtig ist, dass jetzt auch über den Filmabsatz Mittel für „branchennützige und strukturverbessernde Maßnahmen“ beantragt werden können.

Auch das aktuell zur Verfügung stehende Mediavolumen in Höhe von 7 Mio. EUR der VPRT-Sender reicht nicht aus, um den relevanten Filmen eine angemessene Unterstützung zukommen zu lassen.

Zu 27.)

Die Umstrukturierung findet die Zustimmung des HDF. Sie ist insofern zu begrüßen, als dass die Filmbranche nun in „ihren eigenen“ Kommissionen Kampagnen umsetzen kann. Die Autonomie wird gestärkt, es findet eine Gleichbehandlung mit der Videowirtschaft statt.

Problematisch ist das neue Prozedere. Anders als Filmstarts oder Kino-Renovierungen sind die generischen Kampagnen langfristig angelegte Maßnahmenpakete, die erst in ihrer Gesamtumsetzung die volle Kraft entfalten und Synergieeffekte nutzen. Die Beantragung von kleineren Budgets (Filmabspiel: max. 500.000,-- EUR pro Projekt; Filmabsatz: max. 300.000,-- pro Projekt bei einstimmigem Beschluss, 100.000,-- EUR pro

Projekt bei einfacher Mehrheit) machen eine Planung über das ganze Jahr hinweg schwieriger. Hier gilt es, mit den Kommissionen einen Weg zu finden, dass die erfolgsorientierte, pragmatische Umsetzung der Kampagnen nicht an der Bürokratie scheitert. So ist es beispielsweise nicht zweckmäßig, die Agenturen jeweils nur quartalsweise zu beauftragen und mehrfach pro Jahr Ausschreibungen durchzuführen.

Die Werbekommission sollte weiterhin für die Abwicklung der Kampagnen gegen Filmraub verantwortlich sein, dies wird auch in §2 so dargestellt. Da diese Kampagnen weit über die Belange der Kinowirtschaft hinausgehen, ist die Werbekommission als übergeordnete Instanz die richtige Adresse.

Da die Aufgabe der FFA lt. §2 Absatz 1 Nr.1 die Durchführung von „Maßnahmen zur Förderung des deutschen Films sowie zur Verbesserung der Struktur der deutschen Filmwirtschaft“ ist, sollten gerade auch Anträge, die über das reine Interesse der Kinobetreiber und Verleiher hinausgehen, auch weiterhin in der Werbekommission behandelt werden können. Gerade die Rolle der Produzenten und Kreativen die ansonsten auf keine diesbezüglichen Fördermittel zugreifen können, würde dadurch stärkere Berücksichtigung finden (Beispiel: Deutscher Kinopreis, Kampagne für den Deutschen Film,...)

Zu 28.)

Grundsätzlich wird die Arbeit von German Films nicht in Frage gestellt. Insofern klingt eine Mittelerhöhung durchaus sinnvoll, insbesondere dann, wenn sie durch den Erfolg eines Films im Ausland generiert wird. Nichtsdestotrotz sollte das Verhältnis von Inlands- zu Auslandswerbung thematisiert werden:

Wie viel Geld fließt in einen Apparat, der den deutschen Film außerhalb seines eigentlichen Wirkungskreises bewirbt?

Welche Maßnahmen werden ergriffen und wie sind die Ergebnisse?

Welchen Einfluss hat der Erfolg im Ausland für das Image und den Besuch deutscher Filme in Deutschland?

Findet durch die mögliche Erhöhung der Einnahmen aus dem Auslandsverkauf eine Entlastung des Budgets unter §2 statt und kann dieses freiwerdende Geld ggf. für die Inlandswerbung eingesetzt werden?

Welche nützliche Rolle könnte z.B. die Durchführung eines „Deutschen Kinopreises“ für den deutschen Film bringen?

Vor diesem Hintergrund entsprechen die Mittel von German Films den gestellten Aufgaben.

Zu 29.)

Medialeistungen der öffentlich-rechtlichen Sender sind eine hervorragende Möglichkeit, dem deutschen Film eine wichtige Werbeplattform zu verschaffen. Der Einsatz von TV-Spots gehört zu den wichtigsten Marketingmaßnahmen. Sicher kann das Arthouse-Publikum hier besser erreicht werden, als über die Privatsender. Grundsätzlich können jedoch fast alle Genres bedient werden (Männer im Umfeld der „Sportschau“, Jugendliche im Umfeld der Daily Soaps, um nur zwei Nicht-Arthouse-Beispiele zu benennen).

Wünschenswert wäre eine Kombination von Medialeistungen der privaten und der öffentlich-rechtlichen Sender.

Der Absatz von Arthouse-Filmen ist in der Praxis nicht nur davon abhängig, dass die entsprechenden Senderumfelder fehlen, sondern dass oft auch die Filmstarts so klein sind, dass eine bundesweite Bewerbung über stark kontingentierte TV-Flächen nicht sinnvoll erscheint.

Die zur Verfügung gestellten Medialeistungen sollten auch generischen Kampagnen zur Verfügung gestellt werden können. Die Kinos stellen seit nunmehr 2,5 Jahren jährlich Leinwandwerbung in einem Volumen von ca. 8 Millionen EURO zur Verfügung. Hier könnte eine entsprechende Berücksichtigung das ungleiche Verhältnis begradigen.

VI. Sperrfristen

Zu 30. + 31.)

Die 6-Monatsfrist - als Regel - ist essentiell für den Fortbestand der Kinoauswertung.

zu 31.)

Der HDF fordert eine Waffengleichheit. Ein gesetzliches Window für alle Filme, nicht nur für die deutschen Filme (§ 20 Absatz 1 Nr. 1). Dies würde dazu führen, dass die deutschen Filme nicht benachteiligt sind und es zum ersten Mal etwas wie Geschäftsregeln geben würde. Diese würden es dem Kino ermöglichen, mit dem Verleih auf Augenhöhe zu verhandeln. Ein Rechtsgutachten von Prof. Dr. Vesting zeigt, dass dies gesetzlich umsetzbar ist. Vor allem, würde das zum ersten Mal Investitionssicherheit für das Kino bedeuten. Zudem zeigt die „Window“-Studie eindeutig, dass 6 bis 7 Monate ideal wären, um das Produkt optimal zu verwerten und der Kunde dann sowohl ins Kino gehen als auch die DVD kaufen würde.

Fazit: Das Auswertungsfenster von 6 Monaten und in Ausnahmefällen bis 4 Monate ist marktgerecht. Das Zusammenschrumpfen des Fensters hätte zur Folge, dass die Leihmiete aufgrund der Kostenintensität des Kinos erheblich reduziert werden müsste. Dies würde bedeuten, dass ein Premium-Produkt mit Tiefstpreisen auf den Markt kommen müsste.

Der HDF Kino e.V. hat klar und deutlich eine Videosperrfrist gefordert und hierzu ein Gutachten von Professor Vesting vorgelegt. Ziel: Increasing returns für alle Auswertungsstufen durch eine geregelte Auswertungskaskade, die jeder Verwertungsform bestmögliche Umsätze bringt.

Zu 32.)

Wenn Amphibien-Filme echte Kinofilme sind, dann ist eine Kino-/TV-Auswertung erwünscht (§ 32 Absatz 1). Solange die Auswertung mit analogen Kopien erfolgt, müssen mindestens 300 Kopien zur Verfügung stehen. Das Werbebudget sollte den Herstellungskosten angemessen sein und im digitalen Zeitalter ebenfalls mindestens 300 Kopien zur Verfügung stehen. Ansonsten lässt sich feststellen, dass die Formulierung im neuen FFG besser ist als im alten FFG. Die Kinobranche wird die weitere Entwicklung genau beobachten.

VII. Weitere Themen

Zu 33.)

Das Ziel kann erreicht werden, wenn das Problem der unterschiedlichen Finanzierung von Kino und TV ausgeglichen wird. Wenn es nicht reicht, muss man nachjustieren. Das gilt auch für die Autorenberatung. Deshalb ist eine laufende Evaluierung nötig.

Zu 34.)

Siehe hierzu Punkt 17. Die Förderung der künstlerischen Qualität des deutschen Films und die Verbesserung der Arbeitsbedingung für Regisseure sind wünschenswert, lassen sich aber nicht durch die Atomisierung gesetzlicher Regelungen erreichen. Sie sind im Verhältnis mit dem Produzenten zu klären.

Zu 35.)

Die Förderung des Kurzfilms muss mit seinen Abspielmöglichkeiten korrespondieren. Solange hier die Kinotauglichkeit (z.B. definierte Länge eines Kurzfilms) außen vor bleibt, kann eine Kurzfilmförderung nicht greifen. Als Nachwuchsarbeit und kulturelles Experimentierfeld steht der Kurzfilm in den Kinos in Konkurrenz zu geschalteten Werbetrailern und darüber hinaus zum Publikumsinteresse. Eine Förderung des Kurzfilms hat sich -unabhängig von der Förderart- klar an den Erfordernissen eines Abspiels im Kino zu orientieren.

Zu 36.)

Die Wahrung des Filmerbes ist eine nationale Aufgabe die grundsätzlich außerhalb wirtschaftlicher und kultureller Interessen stattzufinden hat. Vorliegende Regelung im FFG wird dieser Tatsache gerecht. Darüber hinaus gehende Aufgaben gehören in die Kompetenz des Bundes (Bundesarchiv). Hierbei ist insbesondere zu klären, wie der Filmbestand dauerhaft gesichert werden kann und ob digitales Trägermaterial hierfür geeignet ist.

Die im FFG vorgesehenen Maßnahmen zur Filmbildung junger Menschen (Vision Kino) sind ausdrücklich zu begrüßen und fortzuführen. Eine Ausweitung ist in Zusammenarbeit mit den Ländern wünschenswert. Dies beinhaltet auch, dass auf wirtschaftlicher Basis arbeitende Kinos aktiv mit eingebunden und in ihren Aktivitäten unterstützt werden.

Zu 37.)

Die Kinobetreiber stehen dem Thema Audiodeskription und Untertitelung offen gegenüber. Der HDF Kino e.V. hat Verbindung zu den entsprechenden

Branchenverbänden. Entscheidend ist, dass entsprechende aktuelle Inhalte ausreichend zur Verfügung stehen. Noch offen und klärungsbedürftig ist die Frage, wie mit Haftungsrisiken bei einem Kinobesuch durch seh- bzw. hörbeeinträchtigte Menschen umzugehen ist. Dem guten Willen der Kinobetreiber stehen oft immense baurechtliche Auflagen in bestehenden Kinos entgegen, die das Kino finanziell nicht bewältigen kann. Hinzu kommen zusätzliche Kosten für technisches Gerät (Hörfilm: gekapselte Kopfhörer etc.). Eine gezielte zusätzliche Aufstockung der Projektmittel für das Filmabspiel wäre hier hilfreich.

Zu 38.)

Der HDF fordert die Gremienbesetzung/Wiederbesetzung nach Kompetenz, nicht nach Quoten (§ 7 Absatz 3).

Berlin, 30. September 2008