

Ausschuss für
Kultur und Medien
16. Wahlperiode

Ausschussdrucksache
Nr. 16(22)153i



VORSTAND BVV – BUNDESVERBAND
AUDIOVISUELLE MEDIEN E.V.

DEICHSTRASSE 19
20459 HAMBURG

TELEFON: 0 40.36 90 56-0
TELEFAX: 0 40.36 90 56-10

EMAIL: INFO@BVV-MEDIEN.DE
INTERNET: WWW.BVV-MEDIEN.DE

Antworten des Fragenkatalogs der öffentlichen Anhörung zur Novelle des Filmförderungsgesetzes

(Stand 4.10.08)

I. Grundsätzliche Fragen zum FFG

- (1) Wir verstehen das FFG in erster Linie als Wirtschaftsförderungsgesetz in seinem ursprünglichen Sinne „Hilfe zur Selbsthilfe“. In diesem Zusammenhang setzen wir uns auch dafür ein, dass die Vertreter der Vermarktungs-/bzw. Auswertungsstufen (Kino, Video, VOD, TV) mit größerer Gewichtung in den Gremien der FFA vertreten sein sollten.
- (2) Die Einbindung der Kreativen in die Gremien der FFA hat sich bewährt. Insbesondere die Erfahrungen in der Werbekommission haben gezeigt, dass die Einbindung und Mitwirkung richtig und für die Entscheidung der Kommissionen unbedingt notwendig ist.
- (3) Nein. Die jetzige Regelung stellt sicher, dass die Vertreter der Zahlergruppen im Präsidium repräsentiert sind. Dies ist für die Arbeit und die Akzeptanz des Solidarsystems unabdingbar. Zu erwägen ist aber, das Präsidium um 1 bis 2 Personen aus dem Kreis der „Kreativen“ zu erwei-

tern, um die Interessen dieser Gruppe stärker bei den Entscheidungen des Präsidiums berücksichtigen zu können.

- (4) Das Hauptgewicht des FFG muss auch in Zukunft bei der Produktion von publikumsattraktiven Filmen und der optimalen Auswertung dieser durch das Kino und der Veröffentlichung auf Video liegen. Eine einseitige Verschiebung der Förderschwerpunkte würde zu Lasten des gesamten Systems gehen.
- (5) Der Förderauftrag des FFG müsste dahingehend angepasst werden, dass die Zweitverwertung der deutschen Produktionen auf digitalen Datenträgern (Videoauswertung) als unabdingbarer Wertschöpfungsfaktor anerkannt wird und bei den Förderinstrumenten des FFG entsprechende Berücksichtigung findet. Stichwörter sind hier die Einbindung der Videoverwerter in das Referenzsystem der FFA und die Beteiligung an den Medialeistungen der Fernsehanstalten.
- (6) Diese Einschätzung teilen wir nicht, da der Produzent bei der Wahl seiner Geldgeber in einer freien Marktwirtschaft frei ist und damit verbunden auch die Einflussnahme seiner Partner selbst verhandeln kann.
- (7) Wir begrüßen eine professionelle Evaluierung der wirtschaftlichen Effekte, der Effizienz und des Erfolges des Förderinstrumentariums des FFG. Unter Einbeziehung aller an (den einzelnen) Fördermaßnahmen Beteiligten. Diese jährliche Überprüfung, Bestandsaufnahme, Feedback, wird von den unterschiedlichen Vergabekommissionen der FFA seit Jahren erfolgreich praktiziert.

II. Finanzierung der FFA-Förderung/FFA-Einnahmen

- (8) Da die neuen Verwertungsformen vermutlich erst in der kommenden FFG-Legislaturperiode (2014) signifikante Umsätze generieren werden, kommen sowohl Förderungs- als auch Mitwirkungsmöglichkeiten dieser Verwertungsstufen eine Legislaturperiode zu früh.
- (9) Ja, indem allen Zahlergruppen die Vertragsfreiheit eingeräumt wird, ihren Solidarbeitrag auf gesetzlicher oder privatrechtlicher Basis zu leisten.

- (10) TV ist grundsätzlich eine der effektivsten und wirkungsvollsten Plattformen zur Bewerbung von Kino- und Videofilmveröffentlichungen. Regelmäßige Medialeistungen der öffentlich/rechtlichen Sender für Kino- und Videofilmveröffentlichungen halten wir daher für unerlässlich.
- (11) Der Solidargedanke war spätestens mit der Abgabeverweigerung der TV-Sender in der letzten Legislaturperiode beschädigt. Ungeachtet dessen hat jeder Bürger, jedes Unternehmen, auch jede Partei in der Bundesrepublik Deutschland das in der Verfassung verankerte Recht, die Verfassungsgemäßheit eines Gesetzes, durch das diese unmittelbar betroffen sind, zu überprüfen.
- Das Bundesverfassungsgericht hat dem FFG enge Schranken auferlegt, unter deren Voraussetzungen die Solidarabgabe erhoben werden kann. Damit ist der Solidargedanke nicht selbstzweckhaft. Eine Überprüfung durch einen (oder mehrere) Abgabepflichtige(n) ist rechtmäßig, kann den Solidargedanken mithin nicht gefährden.

III. Produktionsförderung

- (12) Der DFFF wird unserer Meinung nach sehr effektiv eingesetzt und legt Maßstäbe zur Fördervoraussetzung an die einzelnen Produktionen, die wir uns auch bei der FFA-Produktionsförderung wünschen würden. Diese Fördervoraussetzungen tragen auch verstärkt dazu bei, dass es vermehrt wirtschaftlich erfolgreiche Produktionen ohne Verlust der künstlerischen Orientierung gibt.
- (13) Die Förderstrategie sollte unbedingt auf eine Konzentration wirtschaftlich erfolgversprechender und filmisch relevanter Produktionen ausgerichtet sein. Dabei sollte aber stets das Verhältnis von Aufwand und Ertrag beachtet werden, um auch kleine aber innovative Produktionen (z.B. Muxmäuschenstill, Shoppen etc.) fördern zu können.
- (14) Hierzu werden die Produzentenverbände Stellung nehmen.
- (15) Dieser Vorgang sollte FFA-intern - in der Richtlinienkommission - geregelt werden.
- (16) Hierzu werden die Fachverbände Stellung nehmen.

(17) Siehe die Stellungnahmen der Fachverbände.

Förderinstrumentarium: (Keine Stellungnahme vom BVV)

Verwertungsrechte:

(21) Siehe die Stellungnahmen der Produzentenverbände.

IV. Abspielförderung und Finanzierung der Digitalisierung

(22) - (25) Keine Stellungnahme des BVV

V. Absatzförderung

(26) Die im FFG-Entwurf vorgesehenen Mittel sind u.E. zur Absatzförderung absolut ausreichend. Doch auch hier wäre eine Konzentration der Mittel unbedingt angeraten.

(27) Die FFA-Werbekommission der FFA hat sich auf seiner letzten Sitzung ausführlich mit diesem Fragenkomplex beschäftigt und eine Beschlussvorlage für den Verwaltungsrat verabschiedet. Diese wird in der letzten Sitzung des Verwaltungsrates am 11. Februar 2009 in Berlin beraten und beschieden werden.

(28) Kein Kommentar!

(29) Die öffentlich-rechtlichen Sender haben in den Sitzungen der Film-Fernseh-Kommission erklärt, ab 2009 neben ihren Barleistungen auch Medialeistungen zur Verfügung zu stellen. Über die konkrete Verwendung werden wir uns in den kommenden Wochen abstimmen.

VI. Sperrfristen

(30) Die Videowirtschaft fordert seit Jahren eine Flexibilisierung der Sperrfristen für die Zweitverwertung der Filme auf digitalen Datenträgern, die sich an der tatsächlichen Laufzeit der Filme orientieren sollten.

(Mit den der Videozweitverwertung nachgelagerten Auswertungsstufen, Pay-TV, Fernsehen und digitalen Plattformen kommt der Kabinettsentwurf der Bundesregierung ausgesprochen medienfreundlich entgegen, ohne Rücksicht auf die derzeit wirtschaftlich erfolgreichste Auswertungsstufe: Video. Nicht hinnehmbar ist die Regelung, dass die VoD-Rechte ohne Zustimmung der Inhaber der DVD-Rechte parallel zur DVD-Veröffentlichung ausgewertet werden können. Hierbei hat der Gesetzgeber offensichtlich übersehen, dass diese Rechte (DVD/VoD) nicht immer in einer Vertriebsgesellschaft liegen.)

Es macht keinen Sinn und führt auch nicht zu einer Verbesserung der angespannten Lage der Kinos, wie alle relevanten Studien belegen, Filme dogmatisch ein halbes Jahr zu sperren, obwohl sie nur wenige Wochen in den deutschen Kinos liefen. Zur optimalen wirtschaftlichen Auswertung des gleichen Produkts sollte die Vermarktung einsetzen dürfen, solange noch ein Rest von Aufmerksamkeit, vor allem geschaffen durch die Förderinstrumente/Mittel der FFA, besteht.

(31) Nein!

(32) Wenn man solche Regelungen will, sollte man sie auch entsprechend konkretisieren und bei einem Budget X eine Mindestkopienzahl von Y fordern.

VII. Weitere Themen

(33) Alles, was zur verbesserten Entwicklung der Bücher beitragen könnte, ist zu begrüßen. Daher sollte man der Beratungsstelle eine Chance geben und den Erfolg regelmäßig evaluieren.

(34) Kein Kommentar.

(35) Kein Kommentar.

(36) Nein, hierbei handelt es sich um die ureigensten Interessen eines Produzenten. Es ist ausreichend, dass diese Archivierungskosten im Gesamtproduktionsplan eines Projektes zur FFA-Förderung eingereicht werden.

- (37) Audiodeskriptionen und Untertitelungen sind in der Videozweitverwertung bereits Standard und werden von der UK-Video regelmäßig gefördert. Die FFA-Marketingkommission könnte sich dieses Themas annehmen.
- (38) Persönliche Antwort eines männlichen Sachverständigen. Meine langjährige Mitwirkung in den FFA-Gremien, auch in der Vergabekommission, hat mich gelehrt, dass nicht das Geschlecht (Gender) der Kommissionsmitglieder den Erfolg der Arbeit ausmacht, sondern die Leidenschaft für den Film, das Verstehen eines Drehbuchs, Interesse an den wirtschaftlichen Zusammenhängen einer Filmproduktion, das Wissen um die bestmögliche Vermarktung, das Erkennen der Zielgruppen und eine Grundkenntnis über die Marketing- und Werbetoole für das fertige Produkt. All diese Voraussetzungen sind völlig unabhängig vom Geschlecht. Eine gesetzliche Quotierung in den Vergabegremien ist deshalb kontraproduktiv. Die Besten sollen es machen.

Joachim A. Birr

BVV, 4. Oktober 2008