

**Stellungnahme der AG Kino – Gilde deutscher Filmkunsttheater e.V.  
zur Novellierung des Filmförderungsgesetzes  
25. März 2019**

## INHALT

<b>Vorbemerkungen</b>	Seite 3
<b>Anregungen zur Novellierung des Filmförderungsgesetzes</b>	
<b>A. Filmtheater im Filmförderungsgesetz</b>	Seite 11
1. Ziele des Filmförderungsgesetzes	
2. Sperrfristen	
3. Kinoförderungen	
a. Kinoreferenzförderung	
b. Kinoprojektförderung	
4. Zukunftsprogramm Kino	
5. Filmabgabe Kino, Filmmiete	
<b>B. Filmförderung</b>	Seite 16
1. Prämisse	
2. Referenzfilmförderung	
3. Ausbau der Qualitätsorientierung in der Projektfilmförderung	
<b>C. Weitere Förderungen</b>	Seite 18
1. Verleih- und Vertriebsförderung	
2. Förderung nach §2,3 FFG	
<b>D. Weitere abgabepflichtige Gruppen</b>	Seite 19
<b>E. Organisation der Filmförderungsanstalt</b>	Seite 19

## Vorbemerkungen

Mit den letzten Novellen des Filmförderungsgesetzes und in seiner Positionierung beim Bundesverfassungsgericht hat sich der Bundesgesetzgeber deutlich zum Kinofilm und Kino bekannt und mit der Digitalisierungsförderung und dem neuen Referenzanreizsystem auch in der Kinoförderung einen innovativen Weg eingeschlagen. Mit der strukturellen Revolution des globalen Filmmarkts steht das Kino nun vor einer neuen existenziellen Herausforderung. Dies umso mehr, als der Ausbau der Filmförderung nicht zu einem entsprechenden Qualitäts- und Besucherwachstum geführt hat. Unverändert haben die Kinos einen hohen Modernisierungsbedarf zu bewältigen, Marketingleistungen auszubauen und schon bald in die nächste Generation der Digitalisierung zu investieren, während sie sich zugleich den Änderungen im digitalen Medienzeitalter und dem gesellschaftlichen Wandel stellen müssen. Das Kino ist als kultureller und sozialer Ort mehr als nur eine technische Plattform zur Wiedergabe von Filmen. Es trägt als Lokomotive maßgeblich zur Bekanntheit und zum Erfolg gerade auch von Arthouse-, Dokumentar- und Nachwuchsfilmen bei. Die Filmförderung muss sich daher weiter auf das wichtigste Auswertungsmedium, das Kino, konzentrieren und dies angemessen schützen und fördern. Dazu zählt zuallererst die Sicherung des Kinofensters. Um das kreative Potenzial des deutschen Films gezielter zu entwickeln und den Erfolg der geförderten Filme strukturell besser zu entfalten, sollte die Filmförderung systematischer nach dem Prinzip ‚Qualität statt Masse‘ ausgerichtet und das jeweilige Publikum – im Filmkunstsegment also andere Zielgrößen als im Mainstream – enger im Blick behalten werden. Denn Kunst, die nichts zu sagen hat, hat keine Relevanz, und Kunst, die nicht gesehen wird, existiert nicht. Um dies zu gewährleisten, sollte die Novelle zum Ziel haben, die manifeste Schieflage in der Filmförderung zu Lasten der Vermarktung und der Filmtheater neu auszurichten. Hierzu würde auch eine konzentriertere Förderung der Programmarbeit und des lokalen Marketings für die Verbreitung des nationalen und europäischen Films beitragen. Gefordert ist eine intensivere Förderung der Filmtheater verbunden mit einem klaren Bekenntnis zum Kino respektive zum Kinofilm.

Der Film- und Kinomarkt befindet sich in einem radikalen Umbruch. Global agierende Streamingplattformen gewinnen an Einfluss bei der Produktion, Finanzierung und Verwertung audiovisueller Inhalte. Dies verändert den Fernseh-, den Video- und den Kinomarkt und fordert alle Unternehmen in diesen Bereichen heraus. Wir beobachten, wie der Weltmarktführer immer aggressiver seine Vorherrschaft auszubauen versucht, während andere global agierende Konzerne stärker an diesem Wachstumsmarkt partizipieren wollen. Begleitet wird diese Entwicklung von einer zunehmenden Marktkonzentration. Noch in diesem Jahr wird Disney den bisherigen Konkurrenten Fox übernehmen, nicht zuletzt auch im Hinblick auf den Streamingmarkt. Auch im Kinomarkt beobachten wir eine immer stärker voranschreitende Marktkonzentration. Die Folgen wirken sich auch auf den nationalen Markt aus, der bei Produktion, Verleih und Kino unverändert stark fragmentiert und von mittelständischen Unternehmen geprägt ist. Am Ende geht es auch darum, dass der (deutsche) Mittelstand sich gegen die stetige Globalisierung halten kann, die verstärkt durch die allumfassende Digitalisierung Tendenzen zu weltweiten Monopolen aufweist.

Während manchen das Gefühl beschleicht, dass allein Serien der Internetgiganten Innovationen wagen, und diese mit immensen Investitionskapital Kreative und Filmhandwerker an sich binden, fehlen trotz Ausbau der Förderung zugkräftige Filme für das Kino. Zurecht beklagte die Kulturstaatsministerin Prof. Monika Grütters zu Jahresbeginn das Missverhältnis zwischen Investition und Ertrag. International ist der deutsche Film mit überschaubaren Ausnahmen nicht wettbewerbsfähig. Das Ergebnis ist bekannt. 2018 war insgesamt betrachtet ein katastrophales Kinojahr.

Dies wirkt sich natürlich massiv auf die unabhängigen Filmtheaterbetriebe aus, deren Erlösstruktur schon vor diesem Markteinbruch nicht ausreichend war, um den Erhalt, die Modernisierung und den Ausbau der digitalen Infrastruktur ihrer Kinos voll aus eigener Kraft zu stemmen. Zugleich kommt dem Kino gesellschaftlich, kulturell und filmwirtschaftlich eine herausragende Rolle zu. Als Kulturorte sind sie

mehr als bloße Wiedergabepattformen. „Nur sie machen das einzigartige ‚Erlebnis Film‘ möglich, dort finden Verhandlungen über gesellschaftliche Themen statt“, so die Kulturstaatsministerin zu Beginn der Berlinale. Dies gilt in besonderer Weise für die Filmkunsttheater. Dank ihrer Programmauswahl sind sie ein Spiegel unserer Gesellschaft. Sie gehören zu den selten gewordenen kollektiven Räumen, wo sich Kulturschaffende und Publikum begegnen können, wo es freie und offene Diskussionen gibt, wo Meinungen geäußert werden und wo Ideen Gestalt annehmen.

Während die Streamingplattformen abgesehen von Prestigeprojekten vorrangig für einen amerikanischen und amerikanisierten Content für den Weltmarkt stehen, stehen die Filmkunsttheater für ein Kino, das uns nicht nur zum Träumen bringt, sondern vor allem auch in die Pflicht nimmt, einen offenen Blick auf die Welt in der Krise zu richten. Filmschaffende aus aller Welt führen uns mit Talent, Feingefühl und Einsatz vor Augen, wie wichtig die Freiheit der Meinung und der Kunst ist.

Mit ihrer Arbeit stehen die deutschen Filmkunsttheater für eine auch im internationalen Vergleich herausragende Kino- und Programmviefalt. Als Heimstätten für Autoren- und Dokumentarfilmer, für den Nachwuchs und für die großen alten Meister des Films haben die Mitglieder der AG Kino – Gilde e.V. mit ihren vielfältigen Programmen, Festivals, Filmreihen, Events und in ihren Schulkinoaktivitäten allein in 2018 ihren Gästen in rd. 660.000 Vorstellungen über 5.600 unterschiedliche Werke gezeigt – ein Dank der digitalen Technik vollzogener sprunghafter Anstieg in der angebotenen Filmvielfalt gegenüber dem analogen Zeitalter. Zugleich beobachten wir, dass überall dort, wo es engagierte Filmkunsttheater gibt, die Menschen durchschnittlich häufiger ins Kino gehen. Im besten Sinne zahlen die Filmkunsttheater damit die Digitalisierungsförderung zurück: an den Markt. Vor allem aber an das Publikum.

Tief kulturell, sozial und wirtschaftlich verwurzelt am jeweiligen Ort und verbunden mit den vielfältigen Rahmen- und Begleitprogrammen leisten sie damit einen entscheidenden Beitrag für eine lebendige Kultur, steigern die Lebensqualität und bieten den Menschen „in mancher Hinsicht des Wortes Heimat“ (Iris Berben).

Mit ihrer Leistung bereichern die Filmkunstkinos indes nicht nur die kulturelle Vielfalt. Von ihr profitiert die gesamte Filmbranche und ganz besonders der deutsche und europäische Film! Denn der Programm- und Besuchermarktanteil mit deutschen und europäischen Produktionen liegt in diesen Kinos weit über dem bundesdeutschen Marktdurchschnitt. In den Arthousecharts 2018 lagen 27 deutsche und 39 europäische Filme in den Top 100. Und diese Filme werden ganz überwiegend in den Filmkunstkinos gezeigt. So hatten die in der AG Kino – Gilde e.V. organisierten Filmkunsttheater bei 28 der Top 100 Filme einen Besuchermarktanteil von über 70 % und bei 67 einen Marktanteil von über 50 % - und dies bei einem Gesamtmarktanteil der Mitglieder von rd. 17 %. Dabei sind die erfolgreichen Filme über Monate im Einsatz, Kinos im ländlichen Raum und kleine Filmtheater in Stadtteilen werden oftmals erst nach Wochen beliefert. Denn Arthousefilme kommen erst – und nur dann –, wenn sie erfolgreich in den Filmkunstkinos in Städten laufen, auch in Multiplexen und traditionellen Kinos in der Fläche breiter zum Einsatz. Experimentalfilme und Werke, die nicht aus den großen Filmländern stammen, sind meist nur in spezialisierten Kinos in Städten zu sehen.

Doch diese einzigartige Vielfalt der deutschen Filmkunstlandschaft ist keine Selbstverständlichkeit. Denn der Betrieb von Filmkunstkinos ist aufwendig und kostenintensiv, wie die Kinostudie der HMS zeigte. Die wirtschaftliche Situation der Filmkunsttheater ist weiter fragil. Nicht zuletzt da sich auch im digitalen Zeitalter die Belieferungsbedingungen nicht grundlegend änderten und die Filmmieten im Schnitt merklich höher sind als am Mainstreammarkt. Zudem ist die Kostenstruktur kleiner Einheiten grundsätzlich höher und die Programmarbeit fordert hohen personellen Einsatz.

Der hohe Instandhaltungs- und Modernisierungsbedarf der traditionellen Kinos ist bekannt, schon bald müssen die Kinos ihre Projektionssysteme erneuern und zugleich ihre digitale Infrastruktur auch zur Gewährleistung einer zeitgemäßen Kundenkommunikation ausbauen. Die Arthousekinos und viele

traditionelle Kinos werden dies allein nicht stemmen können. Viele Innovationen in den vergangenen Jahren zeigen, dass die Filmkunsttheater technischen Neuerungen gegenüber sehr aufgeschlossen sind und auch in vielen analogen Bereichen ihre Geschäftsmodelle weiterentwickeln. Es geht um den Fortbestand des Kulturorts Kino und wir hoffen, dass das Zukunftsprogramm Kino mit angemessener Ausstattung bald breitgefächert sowie ortsgrößenunabhängig startet und Filmkunsttheater sowie traditionelle Kinos in kleinen Ortschaften besonders in den Fokus nimmt.

Die Zeit drängt auch deshalb, da die einleitend dargestellte strukturelle Revolution andernfalls rasch zu einem irreversiblen Kinosterben führt. Dabei geht es nicht nur um den Erhalt des Kulturorts Kino als Gebäude mit zeitgemäßer technischer Ausstattung. Es geht auch darum, das Geschäftsmodell der unabhängigen Kinowirtschaft in Europa angesichts der rasant voranschreitenden globalen Marktkonzentration zu sichern.

Es gilt, den digitalen Wandel auch im Filmmarkt aktiv zu gestalten. Dazu zählt zuallererst die Wahrung des exklusiven Kinofensters und damit verbunden der Medienchronologie. „Ein bewährtes Modell, das sich nun schon rund 100 Jahre als konkurrenzlos erwiesen hat“, wie VUE-Geschäftsführer Tim Richards dies jüngst im Interview mit Blickpunkt:Film darstellte. Wie er sind auch wir der Auffassung, dass die Sperrfristen keineswegs obsolet geworden sind. Im Gegenteil: Wenn Konzerne die Regeln setzen, werden sie mächtiger als Staaten. Genau dies passiert, wenn NETFLIX in immer aggressiverem Stil versucht, mit Prestigeprojekten und immensen Marketingbudgets sein erzkapitalistisches Geschäftsmodell durchzusetzen. Wenn Werke, die dezidiert für die große Leinwand geschaffen sind, missbraucht werden, um Kinofilmfestivals als Marketingarena für die Streamingplattform umzufunktionieren und eine begrenzte Kinoauswertung zu betreiben, die den Minimalanforderungen für die Qualifizierung von Kinofilmpreisen dienen und daneben die Kinoexklusivität außer Kraft setzen sollen, ist die Zeit zum Handeln überreif.

Uns ist bewusst, dass Netflix wie andere Internetgiganten des Silicon Valley mit seinem vor allem auf Bequemlichkeit setzenden Geschäftsmodell Realität ist. Doch wir sind tief besorgt, wenn mit brachialen Methoden und scheinbar einfachen Aussagen versucht wird, funktionierende Marktstrukturen zu zerstören. Dies umso mehr, als dies eingebettet ist in einer Phase globaler Marktkonzentration. Mit der Übernahme von Fox durch Disney verlieren wir einen Partner, der regelmäßig auch Filme für Arthousekinos mit hoher Kompetenz und vergleichsweise fairen Konditionen verliehen hat. Zugleich schreitet auch am Kinomarkt die globale Konzentration voran. Hierzulande ist dies zum einen sichtbar an der UCI, die Tochter der Odeon-Gruppe ist, Europas größtem Kinokonzern. Dieser wiederum gehört AMC Theatres, der größten Kinokette der Welt. AMC Theatres schließlich ist im Besitz der Wanda Gruppe, einer chinesischen Investmentgesellschaft. Zum anderen soll noch in diesem Jahr der Marktführer CineStar von Cinemaxx übernommen werden, die zur britischen VUE International gehört, die im Besitz einer kanadischen Investmentgesellschaft ist.

Die amerikanische Autorin und Filmkritikerin Mary McNamara bringt unsere Sorge in der LA Times auf den Punkt: „I am also a tiny bit afraid of Netflix; there’s something aggressively menacing about how it continues to gather into its fold so many talented makers of television and film. Netflix deals are announced on a nearly weekly basis, and though I rejoice whenever a person I admire gets the money and, one assumes, the freedom to tell great stories, I also worry about the Ayn Rand-ness of it all — that Netflix is a superbug of capitalism, promising to release artists from the mundane world, while really creating a super-collective in some hidden location that will control technology and bring the world to its knees. (...) Still, monopolies are always troubling, especially when they involve art of any sort. As with Disney, Netflix is part of a consolidation of content in which a handful of big and highly profitable companies control the stories we tell and the stories we see. Like Amazon and all the other streamers, Netflix is mostly in the business of convenience, and convenience can lead to mindless dependence.“

Das Netz ist kein Paralleluniversum. Es durchdringt alle Lebensbereiche. Lassen wir es zu, dass dieser öffentliche Raum nicht mehr demokratisch reguliert wird, begeben wir uns nicht nur dort in die Willkürherrschaft neoliberaler Digitalkonzerne. Gerade die Bundesbeauftragte für Kultur und Medien hat sich in diesem Wissen zuletzt bei der Novellierung des Urheberrechts sowie bei der Sicherung des Territorialitätsprinzips für Regeln eingesetzt, die die kulturelle Vielfalt und faire Wettbewerbsbedingungen dem hier ansässigen Mittelstand ermöglichen. Derselbe Einsatz ist bei der Bewahrung der gesetzlichen Medienchronologie erforderlich, die sich künftig wie in Frankreich auf alle, nicht nur die geförderten Filme beziehen sollte. Erforderlich ist auch eine Präzisierung der Regularien der Berlinale, beim DFFF sowie ggf. für den Deutschen Filmpreis. Wünschenswert wäre, wenn wie im Vertrag von Aachen am 22. Januar 2019 vereinbart, sich Frankreich und Deutschland im Zuge der angestrebten Vertiefung des gemeinsamen Kultur- und Medienraums auf einheitliche Parameter verständigen würden.

Ohne geschütztes Kinofenster ist das Filmförderungsgesetz obsolet. Denn wie Nicolas Seydoux, als Präsident von Gaumont sowohl Kinobetreiber als auch Film- und Fernsehproduzent, gehen wir davon aus, dass wenn die Filmindustrie einknicken und eine deutliche Reduzierung des Zeitfensters für den Kinostart erlauben würde, dies zu einem Ende der Filmtheater führen würde. Seydoux prognostizierte im Gespräch mit SCREEN Daily, dass das Kinopublikum wegbrechen würde, genau wie es in den 1950er Jahren nach dem Aufkommen des Fernsehens der Fall gewesen war. „I think people have forgotten that TV was a revolution and when you look at the audience in most countries, the audience was drastically reduced,” so Seydoux. Er fügte hinzu, er glaube, dass das französische Kino neben dem der USA als eine von nur zwei großen Filmindustrien in der westlichen Welt bislang nur deshalb überlebt habe, weil es umsichtig gemanagt worden sei.

In diesem Sinne sind funktionierende Sperrfristen, wissenschaftlich ausgedrückt, das notwendige Kriterium für den Erfolg der Novelle. Denn als standortgebundene kulturelle Institutionen, die nicht immer und überall verfügbar sind, sondern die zur gleichen Zeit am selben Ort und zum selben Film ein Publikum für ein Gemeinschaftserlebnis versammeln, sind Kinos auf die Exklusivität existenziell angewiesen. So machen die Filmkunstkinos ein Drittel ihres Umsatzes mit Filmen, die sie in den ersten drei Wochen ab Bundesstart spielen, ein Drittel mit Filmen zwischen der vierten und sechsten Woche sowie ein weiteres Drittel ab der siebten Spielwoche. Dies hat zwei Gründe. Erstens: Oftmals werden Kinos erst ab der 4. Spielwoche oder später mit Filmen beliefert. Zweitens: Anders als im Mainstreammarkt leben die Filme angesichts des begrenzten Marketingbudgets von der Mundpropaganda, zudem ist für das Arthouse-Publikum eine lange Spielzeit ein Qualitätskriterium für einen Film. Betreiber setzen diese Filme zielgerichtet, zum Beispiel im Familienprogramm am Wochenende und besonders anspruchsvolle Filme am Nachmittag und in den Matineen weit nach Start ein. So sind gerade Dokumentarfilme und Werke, deren Spielzeit weit über die gewohnten 90 bis 120 Minuten hinausgehen, ebenso lange wie erfolgreich im Schienenspiel im Einsatz. Kinderfilme werden so häufig bis zum DVD-Start durchgespielt, da der Kinobesuch nicht nur von angeworbenen Kinostarts, sondern auch durch besondere Tagesanlässe bestimmt ist. Damit zeigt sich immer wieder: Für gut gemachte und herausgebrachte Filme ist der exklusive Kinostart die beste Vermarktungsstrategie.

### **Kurz: Ohne Kinos gibt es keinen Kinofilm, Kino und Kinofilm bedingen einander**

Dass und wie die Kinos diese Herausforderung meistern und dass ein lebhafter und stabiler Arthousemarkt bestehen bleibt, ist aber im Interesse der gesamten Branche. Als erstes und öffentlichkeitswirksamstes Glied der Verwertungskette trägt die überregionale wie die lokale Bewerbung zum Filmstart und die Resonanz auf der Leinwand weiterhin maßgeblich zur Veredelung in den nachfolgenden Auswertungsstufen bei und ermöglicht im Kontext der gestaffelten Verwertung die Mehrfachauswertung der Filme. Ganz abgesehen davon, dass der Kulturort Kino als Diskursraum weit mehr ist als nur eine Plattform zur Wiedergabe des Kulturprodukts Film, leistet das Kino damit einen elementaren ökonomischen Beitrag zur Filmindustrie.

Doch diese befindet sich in der Krise, wie dies die Kulturstaatsministerin beim Produzententag im Vorfeld der Berlinale richtig analysierte. Das hängt nicht nur mit den globalen Veränderungen zusammen, sondern ist zum Teil auch hausgemacht. Die Filmförderung wurde in der letzten Dekade massiv ausgebaut und die Filmproduktion befindet sich im Wachstum – in Deutschland wie in ganz Europa. Nahezu alle hier hergestellten Werke werden zumindest zum großen Teil, oftmals fast ausschließlich, durch die wachsenden staatlichen Filmförderungen finanziert. 2016 wurden 2.124 und damit 47 % mehr Filme in Europa produziert als 10 Jahre zuvor. Für die Produzenten, Studios und Filmschaffenden sicherlich ein gutes Zeichen.

Aber wer will das alles sehen? Offenbar nicht mehr als früher. Das Filmwachstum führt jedenfalls nicht zu einem Besucherwachstum. Auch bei den großen Festivals hat man nicht den Eindruck, dass diese sich vor Einreichungen künstlerisch herausragender Filme kaum retten können. Bei aller Freude über Erfolge wie „Toni Erdmann“ oder „Aus dem Nichts“ beklagen Kenner und Kritik, dass zu viel Mittelware hergestellt wird, Filme, die man ebenso gut sehen wie auch verpassen kann, die nicht überraschen oder Neues bieten.

Also was läuft schief? Und warum laufen Filme, die Kenner und Kritiker empfehlen, in Deutschland oft weit unter ihrem Potenzial? Warum erreicht zum Beispiel Valeska Grisebachs beeindruckender und in Cannes gefeierter Film „Western“ nicht mehr Zuschauer? Analysen gibt es hierzu inzwischen zuhauf, jedoch kreisen sie, wie auch die Filmförderung, zu sehr um den Akt der Produktion und insbesondere um die Sicherstellung der Finanzierung. Publikum aber, das die Filme sehen soll, taucht in den Überlegungen zu wenig und wenn meist nur am Rande auf. Dabei ist nichts so entscheidend wie der Start im Kino. Nur was auf der großen Leinwand reüssiert, hat auch eine Chance auf dem kleinen Schirm. Dies gilt besonders für europäische Autoren- und Dokumentarfilme jenseits des Mainstreams.

Die Kardinalfrage muss daher lauten: Wie können die Kinos eine so große Anzahl Filme an die Zuschauer bringen, vor allem an die jüngeren? Wie ein Publikum gewinnen, das in zunehmenden Maße von allen Unterhaltungsmedien umworben wird und seine kulturellen Aktivitäten diversifiziert? Wer Filmförderung betreibt und damit nicht allein die Auftragsbücher der Studios füllen möchte, muss deshalb neben einem starken Fokus auf Qualitätsfilme auch den Förderanteil für die Sichtbarmachung der Filme massiv erhöhen.

Notwendig wäre daher ein ganzheitlicher Fokus der Filmförderung von der Ideenentwicklung bis zum Start im Kino. In Hollywood wäre es undenkbar, dass die Studios oder Netflix Filme produzieren, nicht aber zugleich deren Vermarktung mitdenken. In Europa ist dies anders: Während die Budgets der Filmproduktion steigen, sinken die Herausbringungsetats der einzelnen Filme. Das System ist außer Balance.

Durch das reduzierte Engagement der Sender drängen zunehmend für das Fernsehen gedachte Produktionen an die Fördertöpfe. Am stärksten zu beobachten ist dies bei der Flut an Dokumentarfilmen, dessen umfassende Förderung in Europa seines gleichen sucht. Zugleich berichten Kolleginnen und Kollegen aus Förderkommissionen, dass es bei der Förderung viel zu stark um „Antragslyrik“ gehe, während die Vision der filmischen Umsetzung und die geplante Herausbringungsstrategie samt Beschreibung des Zielpublikums zu sehr im vagen blieben. Immer öfter werden Filme halbherzig in die Kinos gebracht, Marketing beschränkt sich auf Plakate und Trailer. Flops mit Ansage sind die Folge. Auf unterbudgetierte, schlecht entwickelte Werke ohne Herausbringungsbudgets wartet niemand. Wenn dann der Ruf nach Sperrfristenverkürzung kommt, ist dies die endgültige Pervertierung des Systems.

Besonders tragisch ist es aber, wenn gelungene und dezidiert für die große Leinwand geschaffene Werke ohne hinreichende Herausbringungsbudgets in die Kinos kommen. Und schlimm ist, dass aussichtsreiche Filme sich zu oft um dieselben Starttermine ballen, während in anderen Zeiten zugkräftige Titel fehlen.

Seit Langem beobachten wir eine Unwucht zu Lasten von Vertrieb und Kino in der Förderung, die es mit der Novelle auszugleichen gilt. Für lokales Marketing und digitale Kundenkommunikation, die angesichts der Contentflut gerade im Arthouse von zunehmender Bedeutung sind, gibt es so gut wie keine Förderung. Dabei ist allgemein bekannt, dass das globalisierte Marketing über das Internet nicht auf den europäischen Autorenfilm zugeschnitten ist. Und der Etat der Referenzkinoförderung, der einzigen Förderart, die dies bedient sinkt. Sofern das Zukunftsprogramm Kino nicht um eine „Programmsäule“ ergänzt wird, müsste an dieser Stelle umso dringender gegengesteuert werden. Angesichts der Vielzahl der Filmstarts wäre es wichtig, dass bei einem Erfolg nicht nur die Kopien-Zahl verstärkt, sondern auch im Marketing nachgelegt werden kann. Denn erfolgreiche Filme sind noch immer über Wochen im Einsatz und Kinos im ländlichen Raum bekommen die Filme oftmals erst lange nach Bundesstart.

Filme die keiner wahrnimmt, existieren nicht. Und nicht jeder Film, den keiner sieht, ist künstlerisch relevant – oder umgekehrt: die künstlerische Qualität eines Films nimmt nicht mit dem Zuschauererfolg ab. Vielmehr stehen die Filmkunstkinos dafür, dass sich Qualität durchsetzen kann. Sicherlich reichen diese Erfolge in absoluten Werten nicht an den Mainstreammarkt heran, aber die Arthousekinos haben ein Publikum gewonnen, das auf künstlerisch wertvolle Filme jenseits der Hollywood-Blockbuster gespannt ist.

Besorgt sind wir daher um den deutschen Qualitätsfilm. Es fehlt zu oft der große Arthousefilm, der auch auf Festivals reüssiert. Dabei stünde Deutschland der Ehrgeiz gut an, nicht nur bei der Anzahl der (Ko-)Produktionen vorne zu liegen, sondern auch künstlerisch an der filmischen Spitze weltweit mitzuwirken! Um die vorhandenen Potenziale zu schöpfen und dem deutschen Film strukturell zu mehr Erfolg zu verhelfen, brauchen wir einen ganzheitlichen Fokus der Filmförderung von der Ideenentwicklung bis zum Start im Kino. Wichtig wäre eine Evaluierung auf Grundlage geeigneter, relativer Erfolgskriterien sowie die Prüfung innovativer Förderansätze – zum Beispiel Kuratoren, Teamförderung, Slateförderung oder Wild Card – die in anderen Ländern erfolgreich praktiziert werden.

Wünschenswert wäre überdies ein konzertiertes Zusammenwirken der Förderer und ein stärkeres Engagement der Sender. Finanzielle Potenziale sind vorhanden. Denn die Finanzierung von Serien, mit denen die milliardenschwere Streaminganbieter ihr Geld verdienen, ist nicht nachvollziehbar. Wir hoffen, dass die berechtigte Kritik des Bundes der Steuerzahler hier zu den gebotenen Korrekturen führt.

## **Fazit**

Die Umwälzungen des globalen Film- und Kinomarkts schreiten rapide und immer aggressiver voran, während der deutsche Film sich im Klein-klein verliert und „Investition und Ertrag“ der Filmförderung nicht übereinstimmen. Zugleich ist die Erlösstruktur der Geschäftsmodelle von unabhängigen Filmverleihern und traditionellen Kinos nicht ausreichend, um gebotene Investitionen in Infrastruktur und Marketing zu tätigen.

In der Anpassung des Filmförderungsgesetzes an die technischen und ökonomischen Bedingungen des digitalen Zeitalters sehen wir die Hauptaufgaben in der nun anstehenden Novellierung. Dies bedeutet auch, die Unwucht in der Förderung zu Lasten von Vertrieb und Kino endlich zu beheben. Vor allem muss auch die etablierte und funktionierende Struktur der Medienchronologie gestärkt und das Kino als kultureller Ort und Keimzelle des Kinofilms gefördert und geschützt werden!



Denn ebenso wie die (Filmkunst-)Kinobranche weiterhin massiv herausgefordert ist (und wohl auch immer bleiben wird), hat sie eine hohe Relevanz – in den Städten ebenso wie in der Fläche. In seiner gesamten Vielfalt braucht der nationale und europäische Kinofilm für seinen Erfolg das Kino – und ganz besonders die Filmkunsttheater, die weit überdurchschnittlich kontinentale Produktionen einsetzen.

Doch damit das Kino überlebt, müsse es wie eine gesonderte Einheit behandelt werden, so Nicolas Seydoux. Und weiter: “I make a difference between working on a series and working on a film, which has to be released in theatres. Netflix is excellent but they are not producing cinema. Even if they are working with people who have been directors in cinema, for a film to be cinema it has to be released in theatres. That’s my definition. It’s not shared by everybody, but if you want a living cinema, there is no other choice.”

Vor dem Hintergrund des Vorgenannten setzen wir uns daher in unserer Stellungnahme insbesondere für folgende Punkte ein:

### **1. Echte Kinostrategie**

Der Fokus der Förderung muss ganzheitlich von der Ideenentwicklung bis zum Start im Kino ausgeweitet werden. Die Fragen, warum fördern wir Filme und für wen fördern wir Filme, müssen viel stärker in den Vordergrund rücken. Das Kino ist keine industrielle, sondern eine wirtschaftliche Aktivität. Den Erfolg bemisst man nicht nur an der Anzahl der produzierten Filme, sondern gleichermaßen an der Anzahl der Kinobesucher. Die Formulierung klarer Ziele sollte Grundlage der Novelle sein.

Dazu zählen:

- Erhöhung des nationalen Marktanteils auf mind. 35 %
- Erhöhung der Rückzahlquote in der Produktionsförderung auf 30 %
- Regelmäßige Teilnahme und Auszeichnungen in den Wettbewerben der A-Festivals
- Steigerung der jährlichen Kinoeintritte auf 2 Besuche je Einwohner

### **2. Medienchronologie stärken**

Die bestehende Verwertungskaskade ist überlebenswichtig für die Kinos und stärkt die erfolgreiche Kinofilmvermarktung. Das Kinofenster darf nicht unterschritten werden und muss wie in Frankreich künftig auch für nicht geförderte Filme gelten. Und sollte eher noch ausgeweitet werden.

### **3. Kinoförderungen ausbauen und Zukunftsprogramm Kino starten**

Die Kinoförderungen im Filmförderungsgesetz haben sich bewährt – dies zeigen ebenso das hohe Antragsvolumen und die Vielzahl erfolgreich abgeschlossener Maßnahmen in der Projektkinoförderung wie der funktionierende Anreiz, mittels der Referenzkinoförderung viele deutsche und europäische Filme einzusetzen. Von herausragender Bedeutung ist das Zukunftsprogramm Kino, das sich mit einem besonderen Schwerpunkt auf Filmkunsttheater sowie traditionelle Kinos in kleinen Ortschaften fokussieren und darüber hinaus traditionelle Kinos bis 7 Leinwände ortsgrößenunabhängig fördern sollte. Um die Programmarbeit und das lokale Marketing für deutsche und europäische Filme zu stärken, ist eine deutliche Erhöhung der Kinoreferenzförderung auf 7,5 % insbesondere dann dringend geboten, wenn das Zukunftsprogramm keine diesbezügliche Säule enthält. In der Kinoprojektförderung sollte der Zuschuss auf 50 % erhöht werden. Eine Fördermittelverlagerung darf unter Betrachtung der gesamten Filmförderung des Bundes kein Tabu sein.

#### **4. Qualitätsorientierung und Paradigmenwechsel in der Filmförderung vorantreiben**

Die Schieflage in der europäischen Filmförderung mit der einseitigen Produktionsfokussierung bedarf sowohl einer nachhaltigeren Qualitätsorientierung als auch einer engeren Verzahnung der Förderungen samt Stärkung der Vertriebs- und Kinoförderung, damit der deutsche Film seine Potenziale ausschöpfen kann. Fördermittelkonzentration und Erhöhung der Rückzahlungsquote müssen noch stärker angestrebt werden. Der Kinoerfolg darf in der Produktionsförderung nicht länger zweitrangig sein.

#### **5. Faire Filmabgabe**

Nicht nur die Kinos, sondern alle Filmabgabebzahler müssen eine umfassende Transparenz für die Abgabebhebung gewährleisten.

#### **6. Stärkere Sichtbarkeit der Kinos in der Organisation der FFA**

Vertreterinnen und Vertreter der Kinos müssen in allen Gremien und Kommissionen der FFA stärker repräsentiert sein, um die besonderen Belange angemessener als bisher einbringen zu können.

Alle Schritte in die hier skizzierte Richtung, davon sind wir überzeugt, tragen in Verbindung mit einem klaren Bekenntnis zum Kino resp. Kinofilm dazu bei, den deutschen Film strukturell zu stärken und die Filmförderungsanstalt zukunftsfähig auszurichten. Vor allem stehen sie aber auch dafür, unser Publikum auf unserem Weg mitzunehmen.

## Anregungen zur Novellierung des Filmförderungsgesetzes

### A. Filmtheater im Filmförderungsgesetz

#### 1. Erhalt des FFG im ursprünglichen Sinn als Kinofilmförderungsgesetz

Kino ist als Kulturort und Diskursraum mehr als eine Wiedergabepattform für Filme. Die große Leinwand ist die Königsdisziplin der siebten Kunst. Doch im Wettbewerb um die Vorherrschaft im globalen Streamingmarkt werden nach dem Prinzip ‚Egoismus als Tugend‘ vermeintliche Selbstverständlichkeiten in Frage gestellt. Global ausgerichtete Internetgiganten versuchen in immer aggressiverem Stil das Internet als scheinbar rechtsfreien Raum zu gestalten und sich damit demokratischen Regeln zu entziehen. Die Alarmglocken müssen läuten, wenn diese Unternehmen staatengleich agieren. Es greift auch die kulturelle Vielfalt an, wenn immer weniger Marktteilnehmer entscheiden, was produziert und gesehen wird. Und es gefährdet das lebendige Kino, wenn das seit rund 100 Jahren funktionierende Modell der Profitgier von Streamingplattformen geopfert wird. Es ist notwendig, unmissverständliche Zeichen zu setzen und die Kino- und Kinofilmvielfalt zu schützen und zu stärken.

**Das FFG muss im ursprünglichen Sinn als Kinofilmförderungsgesetz erhalten bleiben.** Die ausschließliche Konzentration auf den Kinofilm ist gesellschaftlich wie wirtschaftlich richtig (und sollte für alle staatlichen Förderungen gelten). Wenn ein Film Kino sein soll, muss er in Filmtheatern aufgeführt werden. Und es muss ein Zeitfenster für die Kinoauswertung reserviert werden, denn wenn man gleichzeitig veröffentlicht, werden die Menschen zuhause bleiben und die Unterscheidung zwischen Kino und Fernsehen verschwindet. Diese Definition mag nicht jeder teilen, aber wenn man ein lebendiges Kino haben will, gibt es keine andere Wahl.

Jegliche Ausweitung des Tätigkeitsprofils wäre sachfremd und verfassungsrechtlich bedenklich. Ggf. könnte dies durch eine Änderung in § 1 (1) FFG noch eindeutiger durch die Definition der FFA als bundesweite ‚Kinofilmförderungseinrichtung‘ zum Ausdruck kommen.

**Kurz:**

**§ 1 (1) FFG sollte unverändert bleiben und den Kinofilm als Zielsetzung eindeutiger definieren**

#### 2. Schutz des Kulturguts Kinofilm (Sperrfristen)

Der Kulturort Kino ist die Herzkammer eines Kinofilms. Als kollektiver Raum begründet das Kino die gesellschaftliche Relevanz und als Lokomotive der Wertschöpfungskette Film trägt es maßgeblich zur Bekanntheit und Veredelung in den weiteren Auswertungsstufen bei. Erst das Kinofenster begründet das auch wirtschaftlich relevante Qualitätssiegel ‚Kinofilm‘, zudem ermöglicht es die ökonomisch bedeutsame Mehrfachauswertung. Die Kinos benötigen diesen Schutz, da andernfalls der kostenintensive Betrieb der Immobilien nicht auf gewerblicher Basis darstellbar wäre. Mit einer Reduzierung der Auswertungsfenster wären diese existenziell bedroht und die Marktrelevanz des Arthousemarktes insgesamt gefährdet. Schon eine Verkürzung auf rd. 7-8 Wochen würde zu einer Schließung von mindestens 30 % der deutschen Kinos führen. Jede Verkürzung des Kinofensters würde den Gruppennutzen der Filmtheater massiv reduzieren, die Filmabgabesätze wären dann sachlich wie verfassungsrechtlich nicht mehr gerechtfertigt und müssten drastisch reduziert werden.

Doch für die Stärkung der Sperrfristen gibt es weitere gewichtige Gründe: Frankreich wird häufig als positives Beispiel für funktionierende Film- und Kinokultur zitiert. Hier wurde aber auch die Filmindustrie besonders umsichtig gemanagt. Dazu zählt eine breit ausgerichtete Filmförderung, die den Kulturort Kino umfassend miteinbezieht. Dazu zählen aber auch die gesetzliche Regelung von Sperrfristen, die sich auf alle, nicht nur die geförderten Filme bezieht. Dies stärkt die heimische Filmwirtschaft und verbessert die Chancen im Wettbewerb mit internationalen Großproduktionen.

Für Ausnahmen für spezielle Segmente - beispielsweise den Dokumentarfilm - sehen wir ebenso keine Grundlage. Kinotaugliche Dokumentarfilme sind in den Kinos über sehr lange Zeit im Einsatz. Der größte Besucheranteil wird ab der 10. Spielwoche erzielt. Allerdings gelangen in diesem Segment schon jetzt zu viele Projekte in die Kinoförderung, die nicht für die große Leinwand bestimmt sind. Eine Ausnahme für den Dokumentarfilm wäre ein Einfallstor für eine noch stärkere Fehlallokation von Kinofördermitteln. Alle Überlegungen, die zur Neuformulierung von § 55 FFG führten, gründen auf einer Scheindebatte. Bis heute gab es nicht einen auch nur in Ansätze begründbaren Antrag. Er ist daher ersatzlos zu streichen.

**Kurz:**

- a. Ausweitung der Sperrfristen auf alle im Kino startenden Filme nach französischem Vorbild**
- b. Beibehaltung der Sperrfristenregelungen in § 53 FFG**
- c. Neuregelung der Sperrfrist für entgeltliche Videoabrufdienste auf Abonnementbasis und unentgeltliche Videoabrufdienste in § 53 (1) Nr. 4 und 5 wie folgt:**
  - für die Auswertung durch entgeltliche Videoabrufdienste auf Abonnementbasis 24 Monate nach Beginn der regulären Erstaufführung;
  - für die Auswertung durch unentgeltliche Videoabrufdienste 30 Monate nach Beginn der regulären Erstaufführung
- e. Keine Ausnahmen unter 4 Monate: Streichung von § 55 FFG**
- g. Keine „Lex-Dokumentarfilm“ oder andere generelle Ausnahmen**
- h. Notwendige Begleitmaßnahmen: Präzisierung der Regularien im vorgenannten Sinne für den Wettbewerb der Berlinale, den Deutschen Filmpreis und sämtliche Filmförderungen des Bundes**

### **3. Kinoförderung als zweite Säule einer erfolgsorientierten Kinofilmförderung**

In seiner gesamten Vielfalt braucht der nationale und europäische Kinofilm für seinen Erfolg das Kino. Film- und Kinoförderung sind von daher zwei Seiten derselben Medaille. Allerdings geht die Ausweitung der Filmförderetats in Deutschland und Europa noch nicht mit einer ebenso nachhaltigen Kinoförderung gerade auch dieser Filmtheater einher.

Das derzeitige Geschäftsmodell erlaubt es den traditionellen Kinos nicht, Rücklagen für dringend gebotene Erhaltungs- und Modernisierungsinvestitionen sowie Weiterbildungsmaßnahmen zu tätigen. Der Investitionsstau ist bekanntlich enorm. Im Arthousebereich verlangen die Änderungen des digitalen Filmmarkts ein immer stärkeres Engagement in Programm- und Marketingarbeit, die immer wieder geschult werden muss. Hier liegt viel Potenzial, denn unverzichtbaren Kulturort zu stärken.

Auf die Unwucht der staatlichen Filmförderung zu Lasten Herausbringung und Kino hat die EU schon 2014 hingewiesen. Mit dem Zukunftsprogramm Kino soll dem nun gegensteuert werden. Doch nach derzeitigen Plänen soll sich dies ausschließlich oder in erster Linie auf Modernisierungsmaßnahmen beziehen.

Dringend geboten wäre zudem eine „Programmsäule“, um die vielfältigen Initiativen zur Sichtbarmachung kulturell anspruchsvoller Filme sowie filmvermittelnde Projekte im und um das Kino zu befördern. Im Einklang mit dem Zukunftsprogramm Kino sollten daher die bewährten Kinoförderungen des FFG gestärkt und gerade für die jungen Kinoszuschauer und den Kinonachwuchs weiterentwickelt werden.

Denn die anreizorientierte Förderung des Abspiels nationaler und europäischer Filme sowie die Gewährleistung einer herausragenden Programmvielfalt sind ebenso wie die Modernisierung der Filmtheater das Fundament einer erfolgsorientierten Kinofilmförderung. Angesichts der Investitionen in Modernisierung und der Ausweitung der lokalen Marketingaktivitäten, die von der Filmtheaterbranche zu leisten sind, sollte die Kinoförderung nach Kapitel 9 des FFG auf mindestens 17,5 % angehoben werden. Damit würde auch der offenkundigen Unwucht in der Filmförderung zumindest im Ansatz entgegengewirkt.

#### **a. Stärkung der anreizorientierten Kinoreferenzförderung**

Mit dem neuen Referenzanreizsystem wurde ein intelligentes Fundament geschaffen, mit dem gezielt und nachhaltig das Abspiel nationaler und europäischer Filme sowie die Kino- und Programmvielfalt gefördert wird. Der Anreiz wirkt. Über die Jahre stieg sukzessive die Anzahl der Kinos, die ihren Programmanteil mit heimischen Produktionen ausweiteten. Zugleich sehen wir, dass ein anspruchsvolles Programm nicht nur in den Städten, sondern auch in der Fläche funktioniert. Generell sehen wir in vielen Städten und Regionen noch Potenzial für Arthouse. Ein Filmkunstkinoanteil von 20 % würde den nationalen und künstlerisch wertvollen Film nachhaltig stärken.

Doch leider ist das Budget der Kinoreferenzförderung rückläufig und konterkariert damit die Anstrengungen der Bundesbeauftragten für Kultur und Medien, die Sichtbarkeit der kulturell anspruchsvollen Werke zu verbessern. Dabei haben gerade diese Kinos eine höhere Kostenstruktur, zahlen höhere Filmmieten und bringen ein deutlich höheres personelles wie finanzielles Engagement für Programm und Marketing auf.

Will man das Erreichte nicht gefährden und ein attraktives Umfeld für den Nachwuchs sowie für deutsche und europäische Arthouse- und Dokumentarfilme durch professionelles lokales Marketing schaffen, ist die Kinoreferenzförderung weiter auszubauen.

#### **Kurz:**

***Erhöhung des Anteils der Kinoreferenzförderung an der Aufteilung der Mittel nach § 159 Abs. 2 FFG auf mindestens 7,5 % unter Beibehaltung der bewährten Kriterien.***

#### **b. Kinoprojektförderung verbessern**

Die Kinoprojektförderung hat sich, wie die Antragsflut zeigt, bewährt und leistet kontinuierlich einen elementaren Beitrag für die Modernisierung der deutschen Filmtheater.

Damit steht sie wie die Referenzkinoförderung unmittelbar im Einklang mit der Zielsetzung des Filmförderungsgesetzes und hilft, einheitliche Lebensverhältnisse im Bundesgebiet herzustellen. Überall dort, wo es Länderförderprogramme gibt, beobachten wir höhere Abrufe an der Kinoprojektförderung und eine stabilere Kinolandschaft – in den Städten wie auf dem Land.

In diesem Sinne hoffen wir, dass durch ein intelligentes Zusammenspiel des Zukunftsprogramms Kino, mit gleichbudgetierten Länderprogrammen und der Kinoprojektförderung Modernisierungsanreize gesetzt werden und der Investitionsstau abgebaut wird. Davon profitiert - und dies wird häufig übersehen - die gesamte Filmwirtschaft – durch mehr Filmmieten für Verleiher und Produzenten und für höhere Filmabgaben an die FFA. Wie viele Beispiele belegen, haben modernisierte Kinos mit individueller Atmosphäre eine hohe Anziehungskraft auf das Publikum. Es ist daher im Sinne aller, dass Kinos in die Lage versetzt werden, die für den jeweiligen Standort erforderlichen Maßnahmen zu ergreifen.

Seien es die Verbesserung der Aufenthaltsqualität, die Erneuerung der Haus-, Sicherheits- oder Projektorttechnik, die Stärkung der digitalen Kundenkommunikation, die ökologische Modernisierung, die Herstellung von Barrierefreiheit oder zwingend gebotene Ersatz- und Erhaltungsmaßnahmen.

Um die Eigenkapitalquote zu reduzieren und größere Projekte zu ermöglichen, empfehlen wir mit Nachdruck eine Erhöhung des Zuschusses auf 50 %. Überfällig ist zudem Vereinfachung und Modernisierung der Richtlinien. Die Kinos müssen entscheiden, was für ihr Haus geboten ist. Die Anrechnung von Handlungskosten ist nicht nur sachlich richtig, sie ist auch überfällig in der Förderlogik der FFA.

Von hoher Bedeutung sehen wir alle Initiativen zur Publikumsgewinnung und -bindung. Dies gilt besonders, aber nicht ausschließlich für das junge Publikum. Die 2017 neu eingeführte Förderung für medienpädagogische Begleitmaßnahmen zielt in die richtige Richtung, allerdings sind Definition und Förderumfang problematisch und nachbesserungswürdig.

**Kurz:**

- a. **Erhöhung des Zuschussanteils der Kinoprojektförderung nach § 134 Abs. Nr. 1 FFG auf (bis zu) 50 % (§ 135 Abs. 1 FFG)**
- b. **Schnellstmögliche Hinwirkung auf Änderung der Richtlinie D.13 und Korrekturen der Spruchpraxis: Abschaffung der nicht sachgerechten ‚Förderzwiebel‘ (Streichung § 5 Abs. 4 Nr. 3 der Richtlinie D. 13), Anrechnung von Handlungskosten analog der Produktionsförderung, Hinwirkung auf die Förderbarkeit von Softwarelizenzen und Gebraucht Ausstattung**
- c. **Änderung des Förderauftrags nach § 134 Nr. 7 FFG von „medienpädagogischer(r) Begleitung von Kindern und Jugendlichen“ in „filmvermittelnde Projekte“; um den Förderzweck zu erfüllen, müssen neben Honoraren auch Gesamtkonzepte wie Workshop- und Materialkosten sowie Marketingmittel förderbar sein**
- d. **Gewährung von additiven Bürgschaften für Filmtheaterbetriebe analog der Bürgschaften für Filmhersteller für Maßnahmen nach § 134 Nr. 1 FFG**
- e. **Alternativ: Schaffung von kinospezifischen Bürgschaftsprogrammen bei der KfW  
Evaluierung der Kurzfilmförderung nach § 56 Abs. 1 Nr. 6 FFG**

#### 4. Zukunftsprogramm Kino

Die oben genannten Änderungen sehen wir im Kontext der Schaffung eines angemessen ausgestatteten Zukunftsprogramms Kino. Unsere Überlegungen dazu liegen vor. Im Förderfokus müssen nach unserer Überzeugung unabhängig von der Ortsgröße traditionelle Kinos bis sieben Sälen stehen (die FFA definiert Multiplexe als Kinos mit acht und mehr Leinwänden). Einen besonderen Förderfokus sehen wir bei Arthousekinos, da diese wie bereits eingehend dargestellt eine herausragende Rolle für die Sichtbarkeit von kulturell anspruchsvollen Kinofilmen spielen, sowie bei traditionellen Kinos in kleinen Ortschaften, da diese durch ihre lokale Vernetzung die kulturelle Grundversorgung im ländlichen Raum sicherstellen.

**Kurz:**

- a. Schaffung eines angemessen ausgestatteten Zukunftsprogramms Kino (idealerweise 150 Mio. EUR in 5 Jahren)**
  - b. Förderung von Modernisierungsmaßnahmen und Programminitiativen traditioneller Kinos bis 7 Leinwänden**
  - c. Schwerpunkt bei Arthousekinos**
- (ortsunabhängig) und traditionellen Kinos im ländlichen Raum**

#### 5. Leistungsgerechte Filmabgabe und Deckelung der Filmmiete

Obgleich die Digitalisierung zu erheblichen Kostenreduzierungen bei der Herausbringung von Filmen führte, sind die Filmmieten für traditionelle Kinos nicht gesunken. Während dies anfangs noch mit VPF-Zahlungen zu rechtfertigen war, entfällt diese Erklärung zunehmend. Von Beginn machten die Filmverleiher deutlich, dass sie jede weitere Beteiligung ablehnen, obwohl die Einspareffekte der digitalen gegenüber der analogen Filmkopie dauerhaft sind. Zugleich führt das etablierte Verleih-Kino-Geschäftsmodell dazu, dass allein die Kinos Modernisierungsmaßnahmen zu tragen haben, von denen der Filmverleih in nahezu gleichem Maße profitiert.

Es wäre daher angebracht, die Filmmieten mindestens für öffentlich geförderte Filme zu deckeln, um die Erlösstruktur der Kinos nachhaltig zu verbessern. Ein alternativer Ansatz wäre der Abzug der Vorkosten von der Filmmiete. Angemessen und überfällig ist zudem, die Vergütung, die die Filmtheater nach dem Urheberrechtswahrnehmungsgesetz an die GEMA zu entrichten haben, künftig in den Vorabzug nach § 66 (5) FFG einzubeziehen, da der Beitrag an die Urheber der Filmmusik sachgerecht gleichermaßen von allen an den Eintrittsgeldern partizipierenden Gruppen zu tragen ist.

**Kurz:**

- a. Deckelung der Filmmiete bei geförderten Filmen auf 45 %**
- b. Ergänzung des § 151 Abs. 4 FFG: „(...) um die Filmabgabe und der GEMA-Vergütung zu vermindern.“**

## B. Filmförderung

### 1. Paradigmenwechsel in der Filmförderung

Investition und Ertrag der Filmförderung stimmen nicht überein. Die Filmförderung wurde in der vergangenen Dekade europaweit ausgebaut, die Ergebnisse der letzten Jahre sind nicht zufriedenstellend. Es gibt bei der Produktionsförderung zu viele „Fehlanreize“ die bewirken, dass der Kinoerfolg zweitrangig ist. Geboten ist von daher ein Paradigmenwechsel in der Filmförderung. Um das kreative Potenzial des deutschen Films noch gezielter zu entwickeln und den Erfolg der geförderten Filme strukturell besser zu entfalten, sollte die Filmförderung systematischer nach dem Prinzip „Qualität statt Masse“ ausgerichtet und das jeweilige Publikum enger im Blick behalten werden. Anstelle einer einseitigen Produktionszentrierung, die allein auf Finanzierung, Studioauslastung und Territorialeffekte als Erfolgsparameter setzt, sollte ein ganzheitlicher Förderfokus von der Ideenentwicklung zum Start im Kino treten. Problematisch ist der nahezu gänzliche Verzicht auf Rückzahlung – so entsteht kein Anreizsystem, sondern ein reines Subventionssystem. Eine Rückzahlquote von 30 % muss das Ziel der Novelle sein, will die FFA eine wirtschaftlich ausgerichtete Filmförderung bleiben.

Überfällig ist daher eine engere Verknüpfung an den relativen Erfolg in der Kinoauswertung. Um Spitzen- und Tentpoleprojekte zu ermöglichen, ist die Fördermittelkonzentration weiter auszubauen. Die Meister ihres Faches müssen an das Kino gebunden werden und innovative Fördererlemente erprobt werden. Eine wichtige Herausforderung liegt zudem darin, strukturelle Benachteiligungen von Frauen in der Kreativ- und Produktionswirtschaft mit geeigneten Maßnahmen zu begegnen.

Sinnvoll wäre eine differenzierte Evaluierung der Filmförderung auf Basis relativer Erfolgsmerkmale sowie die Bewertung innovativer Fördermodelle im europäischen Raum. Überdies wäre eine noch engere Verzahnung mit den Filmförderungen des Bundes und idealerweise der Länder wünschenswert.

### 2. Neue Erfolgsparameter in der Referenzfilmförderung

Als Parameter für die Referenzfilmförderung sollten verstärkt differenzierte Erfolgskriterien herangezogen werden. Geeignet erscheint uns hierfür, die Anzahl der Kinobesucher in Relation zur Kopienzahl oder zu den Produktionskosten bzw. dem Fördervolumen. Zudem ist zu prüfen, ob die Verwendung der Referenzgelder vorab dem Vorstand bzw. der Vergabekommission zur Prüfung vorgelegt werden müssen und bei begründeten Zweifel am Erfolg des Projekts eine Überarbeitung verlangt werden kann.

Noch immer unzureichend ist die Transparenz von Förderung und Erfolg.

#### **Kurz:**

- a. Gewährung von Referenzpunkten bei geförderten Filme nur dann, wenn mindestens 30 % der Förderung zurückgezahlt wurde**
- b. Veredelung der Referenzpunkte bei Filmen (Vorschlag: um 100 % resp. 200 %, die eine deutlich über dem Durchschnitt (Vorschlag: 50 resp. 100 %) liegende Relation von Kinobesuchern zu Kopien bzw. Herstellungs-/Fördervolumen aufweisen (Neufassung § 77 Abs. 4 FFG)**
- c. Gewährung von Referenzfilmförderung nur für Werke, die die Bestimmungen des § 53 FFG eingehalten haben**



- d. Vorlage der geplanten Mittelverwendung der Referenzgelder zur Prüfung beim Vorstand und der Vergabekommission als Widerspruchsinstanz**
- e. Veröffentlichung der relativen Erfolgskennzahlen im Geschäftsbericht der FFA**
- f. Keine Berücksichtigung von Besuchen in nichtgewerblichen Abspielstätten beim Dokumentar- und Kinderfilm (Streichung § 77 Abs. 2 FFG)**
- g. Streichung der Reduzierung der erforderlichen Referenzpunktzahl, wenn der Film das Prädikat „besonders wertvoll“ der Deutschen Film- und Medienbewertung (FBW) erhalten hat §76 Abs. 1 FFG**

### **3. Ausbau der Qualitätsorientierung in der Projektfilmförderung**

Die Projektfilmförderung ist elementar und Herz der Filmförderung der FFA. Sie trägt dazu bei, die Vielfalt des Filmangebots zu erhalten und auszubauen. Die eingeführten Mindestförderquoten sind ein wichtiger Schritt, um die Filmflut zu begrenzen und aussichtsreiche Filmprojekte angemessen auszustatten. Doch im Sinne der Qualitätsorientierung sind kreativ-künstlerische Leistungen stärker zu fokussieren. Um die Erfolgsbedingungen des deutschen Films strukturell zu verbessern, muss stärker die Vision der filmischen Inszenierung bewertet werden. Zugleich müssen Zielpublikum und Vermarktungsstrategie noch mehr in den Fokus rücken. Dienlich könnten hierbei innovative Förderansätze sein, die zumindest erprobt und im Erfolgsfall etabliert werden sollen.

#### **Kurz:**

- a. Prüfung innovativer Förderansätze (Kuratoren, Slate-, Teamförderung, Wild Card) zur Steigerung der Qualität und Verwertungschancen der geförderten Filme**
- b. Prüfung der zwingenden Vorlage verbindlicher Verleihverträge sowie Nachweis einer konsistenten Vermarktungsstrategie**
- c. Erhöhung der Rückzahlquote auf 30 % durch eine engmaschigere Regelung in § 71FFG mittels einer frühzeitigen Rückzahlungsverpflichtung ab dem ersten Euro**
- d. Umwandlung der bedingt rückzahlbaren Förderung in ein unbedingt rückzahlbares Darlehen, sofern bei den drei früheren Filmprojekten regelmäßig keine (anteilige) Rückzahlung erfolgte**
- e. Erhöhung der nachzuweisenden Eigenmittel in § 64 FFG**
- f. Veröffentlichung der relativen Erfolgskennzahlen im Geschäftsbericht der FFA**
- g. Es sind alle geeigneten Maßnahmen zu ergreifen, um vorhandene strukturelle Benachteiligung von Frauen in der Kreativ- und Produktionswirtschaft systematisch zu begegnen.**

## C. Weitere Förderungen

### 1. Verleih- und Vertriebsförderung

Nötige Anpassungen an die veränderten Bedingungen sehen wir auch im Verleihbereich. Wünschenswert ist eine engere Verzahnung mit der Produktion einerseits und zum Kino andererseits. So ist insbesondere das lokale Kinomarketing verstärkt mit der Verleihförderung zu koppeln, um eine angemessenere und zielgerichtete Bewerbung der Filme zu gewährleisten.

Die Förderung sollte auch durch Förderanreize darauf hinwirken, dass sich die Starttermine entzerren und so das Potenzial erheblich besser ausgeschöpft werden kann. Nicht befriedigend ist, dass noch immer traditionelle Kinos in der Fläche nicht hinreichend schnell und flexibel mit geförderten Filmen beliefert werden. In beiden vorgenannten Fällen bedürfen Gesetz und Richtlinie zwingender Weichenstellungen.

**Kurz:**

- a. ***Erhöhung des Anteils der Verleihförderung in § 159 Nr. 5 FFG zu Lasten der Referenzfilmförderung, zweckgebunden für Maßnahmen des lokalen Kinomarketings***
- b. ***Prüfung der Einführung einer Veredelung der Referenzpunkte bei Filmen, die einen weit überdurchschnittlichen Publikumserfolg im Kino erzielten in § 127 FFG***

### 2. Aufgaben der Förderung nach § 2, 3 FFG

Während das Budget der FFA rückläufig ist, steigen die Mittel für Förderungen nach §§ 2, 3 FFG besorgniserregend an. Mehr als bedauerlich ist, dass die Rücklagen, die seinerzeit zumindest anteilig den Kinos versprochen wurden, fast ausschließlich für andere Förderzwecke verwendet wurden.

Es ist daher zu prüfen, ob die Verteilung dieser Mittel durch das Präsidium sach- und demokratiegerecht ist. Insbesondere bei der Finanzierung des Filmerbes und bei German Films (das gestärkt werden sollte) ist die Frage, ob die FFA der richtige Financier ist.

Zudem ist die kinospezifische Fortbildung, für die noch immer an Hochschulen ein Angebot zur professionellen Aus- und Weiterbildung fehlt, in den Aufgabenkatalog nach § 2 zu integrieren, um die bewährte Praxis zu festigen.

**Kurz:**

- a. ***Prüfung der Fördertatbestände und Vergabe der Fördermittel nach §§ 2, 3 FFG***
- b. ***Ergänzung des Aufgabenkatalogs in § 2 FFG um die (kinospezifische) Weiterbildung***

## D. Weitere abgabepflichtigen Gruppen

In Anbetracht des strukturellen Wandels in der Filmwirtschaft sind die Gruppennützigkeit und Abgabemaßstäbe zu prüfen. Unbedingt sicherzustellen, ist die uneingeschränkte Transparenz. Zahlungen, die auf Schätzungen beruhen, bedürfen eines Zuschlags von mindestens 50 %. Es ist inakzeptabel und verfassungsrechtlich angreifbar, wenn sich die FFA von Konzernen, deren Geschäftsgrundlage Daten sind, mit der Ausrede begnügt, die erforderlichen Zahlen lägen nicht vor. Plattformen, die wie YouTube mit nutzergenerierten Filmcontent (Werbe-)Umsätze erzielen, sind uneingeschränkt zur Filmabgabezahlung heranzuziehen. Freigrenzen sind auf 100.000 EUR herabzusetzen.

Der Anteil der Fernsehanstalten an der Kinofilmförderung befindet sich unverändert auf einem auch im internationalen Vergleich sehr niedrigen Niveau. Geboten ist daher eine stärkere und verpflichtende Beteiligung der Fernsehanstalten. Zudem ist die ausufernde Anerkennung von Medialeistungen zu reduzieren und auf die Filmvermarktung zum Kinostart zu begrenzen. Im Übrigen sollten stärker auch Arthousefilme an den Medialeistungen der TV-Anstalten partizipieren.

### **Kurz:**

- a. Sicherstellung der uneingeschränkten Transparenz aller Filmabgabezahlungen**
- b. Erhöhung der Leistungen der Sender durch freiwillige Zahlungen oder einer Anpassung des Abgabemaßstabs**
- c. Reduzierung der anrechenbaren Medialeistungen**
- d. Verwendung der Medialeistungen verstärkt auch für große Arthousefilme**

## E. Organisation der Filmförderungsanstalt - Angemessene und effiziente Besetzung der FFA-Gremien

Die Struktur der FFA und ihrer Gremien und die Konzipierung des Verwaltungsrats als „Filmparlament“ haben sich insgesamt bewährt, dennoch sollte entsprechend dem modernen Corporate-Governance die Transparenz gestärkt und die Arbeitsfähigkeit der Gremien weiter verbessert werden. Bei der Zusammensetzung sämtlicher Organe und Gremien sollte das Gewicht der Kinos in Anbetracht der hohen Filmabgabeleistung und ihrer herausragenden Relevanz für die Kinofilme gestärkt werden. Die Beteiligung eines Mitglieds der AG Kino – Gilde e.V. im Präsidium sehen wir dahingehend als wichtigen Fortschritt, damit systematisch die Belange des Arhousesektors in die Diskussionen und Sichtweisen des Präsidiums eingebracht werden können. Die Bedeutung des Kinovertreters im Präsidium ist auch anerkannt. Kann dieser an einzelnen Sitzungen nicht teilnehmen, wird anders als bei den anderen Präsidiumsmitgliedern ein/e andere/r Kinovertreter/in hinzugezogen. Durch eine gesetzliche Anpassung ließe sich diese Praxis legalisieren.

Doch darüber hinaus sind generell die Sichtweisen und Bedürfnisse der Kinos unterrepräsentiert. Dies gilt auch für die Förderkommissionen. Hier vernehmen wir unterschiedliche Kritik, weshalb als Alternative die Einführung eines Kammersystems nochmals diskutiert werden sollte. Unbefriedigend ist es für Poolmitglieder, wenn diese kaum zum Einsatz kommen.

Unzureichend ist die Zusammensetzung und Arbeit der Ausschüsse. Es ist unverzichtbar, dass diese repräsentativ den Verwaltungsrat widerspiegeln.

**Kurz:**

**a. Präsidium (§ 12 FFG):**

Künftig sollten die Kinos wie die Fernsehanstalten auch zwei Mitglieder im Präsidium stellen; hierbei wäre es möglich, generell zwei Kinomitglieder des Verwaltungsrats zu wählen oder ein Mitglied aus dem Kreis der Verwaltungsratsmitglieder nach § 6 Abs. 1 Nr. 4 FFG sowie ein Mitglied aus dem Kreis der Verwaltungsratsmitglieder nach § 6 Abs. 1 Nr. 5 FFG zu wählen.

**b. Reform der Besetzung der Ausschüsse (§ 6 FFG)**

Um die Repräsentativität zu gewährleisten und die Arbeit der Ausschüsse zu sichern, sollte die Zusammensetzung in Anlehnung an die Zusammensetzung des Verwaltungsrats erfolgen (je Ziffer nach § 6 Abs. 1 FFG max. ein Mitglied) und Stellvertretungen wieder möglich sein.

**c. Förderkommissionen (Abschnitt 5 FFG):**

Unverändert unterstützen wir ein ‚Kammersystem.‘ Sämtliche Kammern sollten mehrheitlich mit Verwertern, davon jeweils ein Kinomitglied, besetzt sein. Den Vorsitz sollte jeweils ein Mitglied der Förderkammer innehaben. Widerspruchsinstanz sollte eine andere Kammer sein. Bleibt es bei den Förderpools, sollte gewährleistet sein, dass in jeder Sitzung mindestens ein Mitglied aus dem Kreis der Kinos beteiligt ist. Außerdem sollte jedes Poolmitglied jährlich mindestens zweimal zum Einsatz kommen.

**d. Steigerung der Transparenz der Filmförderungsanstalt:**

In den Geschäftsberichten und Veröffentlichungen der FFA sollten künftig ebenso die relativen Erfolgskriterien (Besucher je Förder- bzw. Herstellungskosten) sowie die Rückzahlquote transparent dargelegt, wie auch der tatsächliche Förderetat einschließlich der Rückzahlungen und rückgewährten Darlehen aufgeführt werden.

Berlin, 25. März 2019

**Dr. Christian Bräuer (Vorsitzender)**

**Sigrid Limprecht, Christian Pfeil, Petra Rockenfeller, Hermann Thieken**

**Vorstand der AG Kino – Gilde deutscher Filmkunsttheater e.V.**