

Die Filmproduktion in Deutschland kann auf eine gut einhundertjährige Geschichte zurückblicken. Der Film hat sich vom Propagandawerkzeug des Ersten Weltkrieges bereits in der Weimarer Republik zu einer eigenständigen ästhetischen Kunstform weiterentwickelt, zunächst als Stummfilm und in Schwarz-Weiß, später als Ton- und Farbfilm. Eine im internationalen Vergleich durchaus beachtliche Filmwirtschaft etablierte sich in den 1920er-Jahren. Deutsche Filmpioniere wie Carl Lämmle trugen schon in den 1920er-Jahren zur Entwicklung auch der US-Filmindustrie bei. Einem großen personellen Aderlass der Kreativen nach der Machtergreifung der Nationalsozialisten – vorwiegend nach Hollywood – folgte die überwiegend willige Indienststellung des Films und seiner Akteure in das ausgeklügelte Machtssystem des NS-Regimes. Propagandaminister Joseph Goebbels forcierte das filmische Schaffen in Deutschland und entwickelte den Film zu einem zentralen Erziehungs- und PR-Apparat des Systems. Eine deutsche Filmindustrie entstand, die bis in die letzten Kriegstage hinein produzierte.

Die Alliierten zerschlugen diese in ihren Besatzungszonen und setzten stattdessen auf eine kontrollierbare, mittelständisch ausgerichtete Filmproduktionswirtschaft. Machtvolle Filmkonzerne mit Einfluss und unregulierbarem Eigenleben sollten vermieden werden. Die Grundlage für die heutigen dezentralen, vielfältigen, durch Klein- und Mittelbetriebe geprägten Strukturen war also früh gelegt. Neben (West-)Berlin und Potsdam (DDR)

etablierte sich München als die deutsche Filmstadt der Nachkriegszeit. Eine gewisse Rolle nahm im Laufe der Jahre Hamburg ein, gerade bei den aktuellen Sendungen und auch dem Werbefilm. Nicht zuletzt durch die beherzte Standortpolitik Nordrhein-Westfalens ab den 80er-Jahren etablierte sich mit Köln ein vierter Produktionsstandort, vorwiegend bedeutsam für Unterhaltungsformate. Nach der Wiedervereinigung setzte ein regelrechter, bis heute anhaltender Run der Kreativen und der Filmproduktionswirtschaft auf Berlin ein.

## Regional vielfältig

Die dezentrale Gestalt der dualen Medienordnung in der Bundesrepublik Deutschland und die Intensivierung der Länderförderungen in den vergangenen zwei Jahrzehnten haben das regionale Bild der deutschen Film- und Fernsehproduktionswirtschaft noch vielfältiger werden lassen. So sind heute zum Beispiel in Leipzig und Stuttgart/Ludwigsburg, in Frankfurt und Düsseldorf durchaus lebendige Produktionsszenen entstanden. Film- und Fernsehproduktion in unserem Land ist – ganz anders als in den USA oder Frankreich – also eine föderal geprägte Veranstaltung bis hin zu einem mitunter sogenannten „Förder-Tourismus“. Freilich wäre zu hoffen, dass sich manche filmpolitisch eher später auf den Plan getretene Länder einer stärkeren Fokussierung verpflichten würden. Zu einem erfolgreichen föderalen Modell gehört auch eine gewisse Aufgabenteilung:

Die Länder etwa könnten sich in Zukunft im Kinder- und Jugendprogramm, beim animierten Film inklusive *Special Effects* oder bei Dokumentationen profilieren.

Mit Fug und Recht lässt sich sagen, dass die Einrichtung eines Staatsministers für Kultur und Medien (BKM) beim Bundeskanzler im Jahre 1998 der Filmförderung in Deutschland gut bekommen ist. Ursprüngliche Befürchtungen vor der „zentralstaatlichen Wucht“ einer solchen Institution waren unbegründet. Alle bisherigen Amtsinhaber haben sich auch um die Filmpolitik und Filmwirtschaft in unserem Land bemüht, mit besonderer Intensität jedoch der filmaffine Bernd Neumann seit 2005. Unter seiner Regie wurde unter anderem der steuerfinanzierte Deutsche Filmförderfonds (DFFF) – gerade auch für internationale in Deutschland hergestellte Produktionen – geschaffen, der mit jährlich sechzig Millionen Euro ausgestattet ist, die Förderfähigkeit der FFA verstetigt und zuletzt ein Kreditfinanzierungsprogramm für die Filmbranche bei der KfW geschaffen (2011). Erfolge blieben nicht aus: Der Anteil deutscher Produkte im Kino hat sich über die Jahre hinweg bei nun immerhin rund fünfundzwanzig Prozent eingependelt, internationale Erfolge bis hin zum Gewinn von Oscars waren zu verzeichnen. Der deutsche Film glänzt bei Wettbewerben und erfreut sich national und international wieder hohen Ansehens.

## Der Filmproduzent

Ein festes Berufsbild für den zentralen Akteur des kreativen und wirtschaftlichen Prozesses des filmischen Schaffens gibt es nicht. Konsens herrscht aber darüber, dass der Produzent die Gesamtverantwortung für das Produkt „Film“ trägt. Im erstmals 2011 vorgestellten „Leitbild“ des Filmproduzenten werden fünf Merkmale genannt: Er ist kreativer Motor in allen Phasen der Filmentstehung, von der Idee bis zur Endfertigung. Er trägt die

wirtschaftliche Verantwortung. Er steuert den kompletten Entstehungsprozess des Werkes. Er stellt das Team der Handelnden zusammen. Er kümmert sich um die Auswertung und Vermarktung des fertigen Produkts (vergleiche Leitbild bei: <http://www.produzentenallianz.de/der-filmproduzent>).

## Interessenvertretung

Neben kleineren Fach- und Regionalverbänden der Film- und Fernsehproduktionswirtschaft existiert in Deutschland – seit dem Zusammenschluss der bis dato zersplitterten Branche im Jahre 2008 – als zentrale Interessenvertretung die „Allianz Deutscher Produzenten Film und Fernsehen e. V.“ mit Sitzen in Berlin und in München, die heute rund 220 relevante Firmen umfasst und in sechs Genresektionen gegliedert ist, die den Ausprägungen des filmischen Schaffens folgen: TV-Fiction, TV-Entertainment, Kinofilm, Animationsfilm, Dokumentationsfilm und Werbefilm. Ihre Mitgliedsfirmen repräsentieren heute achtzig bis neunzig Prozent des inländischen Produktionsvolumens. Die Produzentenallianz umfasst die unabhängigen Produktionsbetriebe vorwiegend mittlerer und kleinerer Provenienz ebenso wie die der öffentlich-rechtlichen und privaten Sendertöchter. Damit ist erstmals die deutsche Produktionswirtschaft einheitlich formiert und kann geschlossen gegenüber Politik, Auftraggebern (Sendern), Filmschaffenden, Verwertern und in der Öffentlichkeit auftreten.

## Marktsituation

Exakte Marktzahlen sind schwierig zu ermitteln, da im TV-Auftragsmarkt Deutschland – anders als bei der Kinoproduktion – keine wirkliche Transparenz über die Volumina besteht. Ein Charakteristikum der deutschen Fernsehproduktionswirtschaft ist, dass fast ausschließlich auf Auftragsbasis produziert

oder koproduziert wird. Eine TV-Produktion geht erst dann in die konkrete Produktion, wenn dazu ein Auftrag erteilt ist (der in der Folge auch die Ausstrahlung beziehungsweise Abspielung garantiert) und/oder Förderungszusage(n) vorliegen. Man wird daher nur mehr von einer eingeschränkten Marktsituation sprechen können. Im TV-Markt der Bundesrepublik gibt es mit ARD, ZDF, RTL-Gruppe, Pro7Sat1-Gruppe im Wesentlichen auch nur vier „Abnehmer“ beziehungsweise Auftraggeber, sodass die Möglichkeiten des TV-Produzenten doch recht eingeschränkt sind, sein Produkt unterzubringen.

### Fehlende Transparenz

Nicht Angebot und Nachfrage regeln also das „Marktgeschehen“, die Limitierung erfolgt im Wesentlichen durch die bei den TV-Sendern zur Verfügung stehenden Produktionsvolumina und die ausgereichten Fördergelder der (Bundes-)FFA sowie der Länderförderungen. Die Transparenz über den Markt sollte rasch hergestellt werden, denn heute ist zum Beispiel ein Vergleich über die Kosten für sogenannte hausinterne Eigenproduktionen der Sender im Vergleich zu Auftragsproduktionen externer Produzenten nicht möglich. Auch behindert die nicht vorhandene Transparenz jede Diskussion über den Stellenwert der Genres im Fernsehen (zum Beispiel Art und Umfang von Dokumentationen oder des Kinder- und Jugendprogramms im Verhältnis zur Show und zu Unterhaltungsformaten beziehungsweise den Kosten für Sportsendungen). Schätzungen gehen davon aus, dass circa drei bis 3,5 Milliarden Euro pro Jahr für die TV-Auftragsproduktion (davon siebzig bis fünfundsiebzig Prozent bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten) in Deutschland zur Verfügung stehen. Dem gegenüber steht ein Produktionsvolumen beim deutschen Kinofilm in Höhe von circa fünfhundert Millionen

Euro. Zusammen mit dem Werbefilmbereich dürfte die Branche zwischen 4,5 und 5,0 Milliarden Euro umsetzen. Die Zahl der Beschäftigten dürfte zwischen 15 000 und 20 000 Festangestellten liegen, neben bis zu 40 000 Menschen, die befristet beziehungsweise auf Projektbasis beschäftigt sind.

Das Produktionsgeschehen in Deutschland war von circa 1980 bis zur Jahrhundertwende 2000 von jährlich zweistellig wachsenden Volumina geprägt, seitdem ist eine Stagnation, ja ein Rückgang der zur Verfügung stehenden Programmbudgets zu konstatieren. Das hat in den vergangenen Jahren den wirtschaftlichen Druck auf die mittelständisch verfasste Produktionswirtschaft gewaltig erhöht: Immer mehr Marktteilnehmer konkurrieren um einen tendenziell stetig kleiner werdenden Auftragsmarkt. Dazu kommt, dass die Gestehungskosten der Produktionen bei nahezu gleichbleibenden Einzelbudgets immer kostenintensiver werden: Die Technik ist ebenso teurer geworden wie die Honorare der Filmschaffenden, die Produktionsnebenkosten folgen mindestens der Inflationsentwicklung, zusätzliche Urhebererlösbeteiligungen stehen in Zukunft an.

Auf der einen Seite sind neue Firmen immer auch Spiegelbild der erfolgreichen filmischen Ausbildungspraxis an den zahlreichen Filmhochschulen in Deutschland und ein lebendiger Kreativitätspool. In „Filmfabriken“ wachsen in der Regel keine Ideen und Talente. Auch deshalb verzichten selbst die wenigen größeren Filmgruppen in Deutschland nicht auf ein regelrechtes Konglomerat von Einzelunternehmen. Auf der anderen Seite ist der Verdrängungsdruck am Filmmarkt in Deutschland hoch, die Eigenkapitalausstattung der meisten Firmen nicht nennenswert, und schon das Ausbleiben einer erwarteten Produktion beziehungsweise die notwendige (Vor-)Finanzierung der Entwicklungskosten inno-

vativer Formate und Ideen überfordert selbst angesehene Marktteilnehmer. Freilich gilt auch, dass etwa im Bereich der Unterhaltungsformate, aber auch bei hohen Serienproduktionsanteilen weiterhin ertragreich gewirtschaftet werden kann.

## Neue Chancen

Seit Jahren wird über die Intensivierung des internationalen Vertriebs von deutschen Kino- und Fernsehproduktionen diskutiert. Die Erfolge dabei sind bislang sehr beschränkt. Neben der bekannten Sprachbarriere ist zu konstatieren, dass „die europäische Fernsehlandschaft nach wie vor ein national segmentiertes Labyrinth von Sendern und Produktionsunternehmen“ (Johannes Kreile: „Ist Vielzahl Vielfalt?“, Seite 204, in: S. Schneider/H. Zehetmair [Hrsg.]: *Perspektiven einer wertorientierten Medienpolitik*. München 2011) darstellt. Die europäischen Media-Programme haben daran wenig geändert. Aber nur der Vertrieb in neue Märkte hinein kann der Produktionswirtschaft auch neue Erlösquellen eröffnen. Deshalb sind alle Ansätze zu einer besseren internationalen Markterschließung zu begrüßen.

Noch zentraler dürften die Aktivitäten der Produktionswirtschaft auf den Video-on-Demand-(VoD-)Märkten sein. Zwar dominiert zunächst weiterhin das lineare Fernsehen, doch immer stärker nachgefragt werden Abspielmöglichkeiten auf Bestellung („on Demand“). Die zahlreicher werdenden VoD-Plattformen eröffnen ganz neue Marktchancen, die von der Produktionswirtschaft entschlossen genutzt werden sollten. Dem Nutzer steht in Zukunft – ohne Zusatzgeräte – ein quasi unbegrenzter Auswahlmarkt zur individuellen Disposition zur Verfügung. Dieser kann sich aus Pay- und Werbeerträgen speisen und ein erfolgreiches Geschäftsmodell darstellen.

Auch das Erscheinen neuer Abnehmer öffnet den Markt. Das amerikanische Google-TV hat zum Beispiel angekündigt, in relevantem Umfang in die TV-Auftragsproduktion einzusteigen, auch in Europa. In der Google-Tochter „YouTube“ werden neue Marktmodelle bereits erprobt, auch mit Beteiligung deutscher Produzenten.

## Unzulängliche Rechtesituation

Ein Kardinalproblem der deutschen Produktionswirtschaft ist die unzulängliche Rechtesituation. Im Gegensatz etwa zu Großbritannien herrscht in Deutschland von jeher im Fernsehmarkt ein „Total Buy-out“-System. Im Gegenzug zur Auftragsfinanzierung müssen die Produzenten den Sendern (nahezu) alle Rechte ad ultimo überlassen. Eine zusätzliche Wertschöpfung – etwa nach garantierter Erstausstrahlung und limitierter Zahl von Wiederholungen – ist also nicht möglich. Dieses Modell geht von der irrigen Annahme aus, dass mit der Übernahme der Produktionskosten auch der dauerhafte „Verkehrswert“ der Produktion festgesetzt und vergütet worden sei. Ein echter Zweitmarkt für die Filme hat sich so im TV-Markt nicht entwickelt. Für das Gros aller Produktionen kommt es auch gar nicht zu nachhaltigen Bemühungen um eine erfolgreiche Platzierung auf den internationalen Märkten oder in sonstigen Vertriebskanälen. Der Produzent wiederum, der auf alle Rechte verzichten muss, kann diese auch nicht als Sicherheit für Kredite einsetzen, bilanziell abbilden oder gar auf eigene Rechnung um zusätzliche Erlöse bemüht sein.

Das Problem immerhin ist erkannt: Im 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag von 2008 haben die Länder zumindest den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten eine klare Hausaufgabe erteilt: Die Länder bekannten sich in einer Protokollnotiz zu ausgewogenen Vertragsbedingungen und einer faireren Aufteilung der

Verwertungsrechte. Daraufhin kam endlich Bewegung in die Vertragsbeziehungen zwischen Produzenten und Auftraggebern. Die „Allianz Deutscher Produzenten“ konnte zunächst mit der ARD 2009 und etwas später – 2010 – auch mit dem ZDF Eckpunktepapiere zu allgemeinen Vertragsbeziehungen verabschieden. Darin sind unter anderem nachhaltige Verbesserungen der Kalkulationsgrundlagen, der Zahlungsziele, der Produzentenbindung und Erlösbeteiligungen enthalten.

### Kulturvielfalt fördern

Vor allem aber wurde auch das so zentrale Rechtethema erstmals verhandelt. Aus Sicht der deutschen Produktionswirtschaft freilich zunächst nur mit kleinen, zurückhaltenden ersten Schritten. Mit der ARD hat die deutsche Produktionswirtschaft die grundsätzliche Vereinbarung geschlossen, dass mit Stichtag 1. März 2008 bei Produktionen, die nicht innerhalb von fünf Jahren verwertet wurden, auf Antrag eine eigene Verwertung durch den Produzenten stattfinden kann, Rechte also „zurückfallen“. Mit dem ZDF gelang noch keine so weitreichende Regelung. Hier war man zunächst nur zu einer Flexibilisierung der Mitfinanzie-

rungsregeln – gegen Rechteteilung – im Einzelfall bereit. Trotzdem konnten also erste Breschen in die Bastion des „totalen Rechte-Buy-outs“ geschlagen werden.

Die Praxis wird zeigen, in welchem Ausmaß Rechte zur Eigenauswertung zurückgerufen werden. Bis zu einem durchgreifenden Paradigmenwechsel bei den sogenannten „Terms of Trade“, die den Produzenten als Werkschöpfer auch befähigen, sein Produkt zu besitzen, ist es noch ein weiter Weg. Mit den privaten Sendern ist man von solchen Vereinbarungen noch viel weiter entfernt, auch wenn sich für einzelne Produzenten hier durch eine starke Marktstellung – nicht zuletzt durch (besonders) erfolgreiche Formate und Stars – in Einzelfällen schon deutlich bessere Konditionen abzeichnen.

Eine starke Produktionswirtschaft in Deutschland ist nicht nur ein unerschöpfliches Kreativitätsreservoir von Geschichten und Menschen, sondern auch Garant der notwendigen Meinungs- und Kulturvielfalt sowie ein wirkungsvoller Beitrag zur Sicherung der kulturellen Identität unseres Landes. Die Medienpolitik in Bund und Ländern sollte die zentrale Funktion der Film- und Fernsehproduktionswirtschaft daher stärker berücksichtigen.

### Der deutsche Film als Identitätsstifter

*„Eine unverkennbare Identität abseits nationalistischer Definitionen zurückzugewinnen, gehört zu den primären Erfordernissen der Zeit, soll das heimische Filmschaffen nicht in einer westlichen Einheitsproduktion ohne charakteristische Stimme aufgehen.“*

Der Filmhistoriker und Publizist Thomas Kramer