

**Stellungnahme der AG Kino – Gilde deutscher Filmkunsttheater e.V.
zur Novellierung des Filmförderungsgesetzes
14. August 2020**

Vorbemerkungen

Wir befinden uns in einem Ausnahmezustand, dessen Ende bis auf Weiteres nicht absehbar ist. Die Corona-Pandemie wütet weiter, der wichtigste Filmmarkt der Welt in den USA ist lahmgelegt, ein Impfstoff ist nicht absehbar und Fallzahlen werden in den kommenden Monaten mal sinken und mal wieder steigen. In Zeiten dieser globalen Unsicherheit ist eine Fortschreibung des FFGs um zwei weitere Jahre die einzig richtige Lösung. Die Filmwirtschaft befindet sich europaweit in freiem Fall. Die höchste Priorität aller Beteiligten muss daher sein, den Aufprall zu mildern und den Markt zu retten. Erst danach können unter genauer Analyse der entstandenen Schäden die Weichen für ein zukünftiges Filmförderungsgesetz gestellt werden.

Wir wissen nicht, wann es wieder etwas wie Normalbetrieb in der Filmbranche geben wird. Klar ist aber, dass es noch lange dauern wird, bis wir wieder in gewohnter Form bei Festivals die Vielfalt der Siebten Kunst feiern, bis wieder etwas wie Normalität am Set oder im Kino möglich ist. Auch nach der Wiederaufnahme des Spielbetriebs in den Kinos sind wir vor einem Business-as-usual weit entfernt. Weil Auflagen keine Vollkapazitäten ermöglichen, weil gerade das ältere Publikum und Risikogruppen noch länger das Zusammensein mit Fremden in geschlossenen Räumen vermeiden, weil Festivals als Plattform und Vitrinen für Filmkunst fehlen und weil Studios und Verleiher angesichts des Vorgenannten den Start zugkräftiger Filme verschieben oder diese direkt an Streaming-Plattformen geben.

Wie gefährlich eine Pandemie für die Vielfalt von Film ist, zeigt ein Blick auf die Auswirkungen der Spanischen Grippe 1918. Die US-amerikanische Filmbranche war bis zum Ausbruch der Pandemie vielfältig und unabhängig, doch durch die wirtschaftlichen Schäden bündelte sich im Anschluss die Marktmacht bei wenigen Studios in Hollywood, die über Jahrzehnte Bedingungen in der Produktion, Distribution und dem Abspiel diktierten. Wo sich Marktmacht konzentriert, leidet die künstlerische Vielfalt. Hauptfokus der gesamten Filmbranche muss es daher sein, in der jetzigen Krise das wirtschaftliche Überleben so vieler Marktteilnehmer wie möglich zu sichern. Dass die Kinos für dieses Ziel auch bereit sind, für sie harte Entscheidungen im Interesse der Sicherung anderer Branchenwege zu treffen, haben sie in den vergangenen Wochen bewiesen.

Ein neues FFG muss einen fünfjährigen Normalbetrieb nach der Corona-Krise gestalten. Annahmen aus den 2010er-Jahren, wie sich das kommende Jahrzehnt entwickeln würde, sind völlig überholt.

Vermutlich wissen wir frühestens Mitte nächsten Jahres, wie sich der Markt verändert hat, wie stark die Marktmonopolisierung vorangeschritten ist und wer die lange Durststrecke nicht überwunden hat oder massiv geschwächt aus ihr hervorgeht. Schon vor der aktuellen Krise hat die Machtkonzentration auf allen Ebenen der Filmbranche besorgniserregende Ausmaße angenommen.

Sicher ist: Superhelden, Star Wars und alles, was Algorithmen belohnen, wird es auch nach der Krise geben. Aber was ist mit dem kulturell anspruchsvollen Film?

Phänomene wie SYSTEMSPRENGER und PARASITE zeigen, wie entscheidend Filmfestivals und der exklusive Start im Kino für die Veredelung eines Films über alle Verwertungsstufen hinweg und im Erfolgsfall über viele Jahre und Jahrzehnte hinaus ist. Programmkinos bringen Filmkunst nicht nur in die Nachbarschaft. Durch ihr Herzblut und Engagement können Filme wie Parasite oder Systemsprenger zum Phänomen werden. Beide Werke hätten bei einer ausschließlichen Online-Verwertung niemals so viele Menschen gesehen. Diese Filme brauchen jedes einzelne Kino und jeden einzelnen Gast, damit sie gemacht werden können. Ansonsten geht uns eine ganze Kunstform verloren.

Was bedeutet all dies für die Novellierung des FFG?

Das globalisierte Geschäft bedienen bestens die US-Amerikaner und auch China wird eine stärkere Rolle spielen. Der europäische Filmmarkt hingegen bleibt mittelständisch geprägt oder er verschwindet. Beides, die sprachliche und kulturelle Vielfalt ebenso wie die kleinteilig fragmentierte Struktur, sind Last und Chance zugleich.

Ohne die Kenntnis über die Struktur der Filmbranche nach der Pandemie lassen sich schwerlich Weichen für die Zukunft stellen. Derzeit benötigen wir dringend die volle Konzentration der Förderinstitutionen und der für die Branche zuständigen Politik darauf, die filmwirtschaftlichen Folgen des Stillstands abzumildern und die nationale wie europäische Filmwirtschaft überhaupt am Leben zu halten.

Im Übrigen ist es wichtiger denn je, die nun gewonnene Zeit für die überfällige Strukturdebatte über Ziele und Mittel der Filmförderung zu führen. Denn in den letzten Jahren hat die Quantität zu-, die Qualität abgenommen. Jahr für Jahr zeigt sich, dass mehr Filme nicht zu mehr Besuchern führen. Es braucht dringend Konzepte zur Gegensteuerung. Mit Mittelware und halbherzig herausgebrachten Filmen durchzukommen war schon vor der Corona-Krise vorbei. Das Publikumsverhalten wird nach der Corona-Pandemie noch gnadenloser sein.

Wir schlagen daher vor, das bestehende Filmförderungsgesetz um zwei Jahre bis zum 31. Dezember 2023 zu verlängern. Die Zeit bis dahin wollen wir nutzen, um gemeinschaftlich eine tiefgreifende Analyse und Bestandsaufnahme des durch die Digitalisierung und den Folgen der Corona-Pandemie veränderten Filmmarkts vorzunehmen und zu bewerten, auf welche Veränderungen ein neues Filmförderungsgesetz reagieren muss und welche Maßnahmen dafür besonders geeignet sind. Es nützt wenig, vorschnelle Annahmen zu treffen in einer Zeit, in der sich angebliche Wahrheiten innerhalb von Wochen erübrigen: das schnelle Aufleben und Sterben der Autokinos innerhalb kurzer Zeit ist nur ein eindrucksvolles Beispiel dafür.

Entscheidend dafür, dass dieser Prozess jetzt angestoßen und zielgerichtet vorangetrieben werden kann, ist nach unserer Einschätzung auch eine Kontinuität in den Gremien der Filmförderungsanstalt. Daher plädieren wir dafür die Amtszeit der berufenen und gewählten Organe ebenfalls um zwei Jahre zu verlängern. Sollten Mitglieder ausscheiden, wären bei der Nachberufung bzw. Nachwahl solange Frauen zu berücksichtigen, bis Geschlechterparität erreicht ist.

Wir sehen einen immensen Analyseauftrag, der Basis für zukünftige Reformen werden muss. So erleben wir bereits jetzt, dass die Corona-Krise mit Abstandsregelungen und anderen Auflagen auch neue Probleme mit sich bringt. Im Großteil beschleunigt sie aber gefährliche Entwicklungen, auf die wir bereits in unserer Stellungnahme zur Novellierung vom 25. April 2019 hingewiesen haben. Allen voran steht die weitere Konzentration von Marktmacht und Ausbildung von Monopolen. Dieser Prozess wurde damals bereits durch die Übernahme von Fox durch Disney veranschaulicht. Seit Beginn der Corona-Krise beobachten wir mit Sorge, wie große Konzerne ihre Marktmacht ausnutzen, um durch gezieltes Unterpreisen kleinere Konkurrenz auszuschalten. Als Beispiel sei die Übereinkunft von Universal und AMC genannt, die das Fenster umgeht, solange die große Kinokette sich noch einen größeren Teil vom Kuchen schnappen kann; ebenso wie die Niedrigpreispolitik von Vue/Cinemaxx mit 4,99€-Tickets, die kleinere und unabhängige Kinos in die Insolvenz treiben soll.

In einer Welt, in der wenige globale Konzerne den Ton angeben und wie Amazon und Apple ganze Distributionskanäle beherrschen, werden besondere Kraftanstrengungen erforderlich sein, um die Wettbewerbsfähigkeit der mittelständischen Marktteilnehmer zu erhalten – gleich ob Produktion, Verleih oder Kino. Ob Deutschland und Europa eine Strategie entwickeln, die Vielfalt ihrer unabhängigen Film- und Kinowirtschaft im Zeitalter von Monopolisierung zu schützen, wird entscheidend für deren Fortbestand sein.

In den zwei Jahren bis zum nächsten Filmförderungsgesetz muss aber auch selbstkritisch untersucht werden, warum der deutsche Kinofilm weiter so schlecht beim Publikum reüssiert, Investition und Ertrag wirtschaftlich wie künstlerisch nicht übereinstimmen. Daher ist das gesamte Konzept der deutschen Filmförderung auf ihren Anteil an dieser Misere zu untersuchen. Zugleich sind innovative Förderansätze zur Stärkung der deutschen Filmwirtschaft zu diskutieren.

Wenige Tage vor dem Ausbruch der Covid-Pandemie hat ein eindrucksvolles Beispiel die Leuchtkraft von Arthouse-Kinos für den anspruchsvollen Kinofilm noch einmal klar und deutlich unter Beweis gestellt. Der Oscar-Gewinn von Parasite war der Höhepunkt eines Monate andauernden Hypes, der Programmkinos auf der ganzen Welt mit Publikum aller Altersgruppen und sozialer Schichten füllte. Eine weitere zentrale Frage, die sich die Branche im Zuge der Novellierung stellen muss ist, warum ein solcher Erfolg mit deutschen Originalstoffen nicht gelingt (DAS PERFEKTE GEHEIMNIS, der besucherstärkste Film 2019, war schließlich, so wunderbar er auch gelungen ist, ein Remake).

Dabei gibt es einen Hunger für intelligentes Kino beim Publikum. Beispiel: Viele erfolgreiche internationale Kinofilme haben 2019 das Auseinanderdriften von Arm und Reich verhandelt, jedoch auf komplett unterschiedliche Art und Weise. KNIVES OUT servierte eine bissige Satire, JOKER nahm sich dem Thema als unkonventionelle Comic-Neuinterpretation an, in Jordan Peeles WIR wird aus Klassenkampf ein überaus schlauer und unvorhersehbarer Horrorfilm, und in HUSTLERS erzählt ein Stripper-Drama mit nackter Haut von den Auswirkungen der Finanzkrise von 2007. Vom Oscar-Gewinner PARASITE ganz zu schweigen.

Allen diesen Filmen ist gemein, dass sie Unterhaltung und Gesellschaftskritik intelligent und künstlerisch geschickt miteinander verbinden und damit besonders zugänglich für unterschiedliche Publika sind. Die deutsche Filmbranche verstrickt sich dagegen weiter in unsinnigen U- und E-Debatten, die an der Realität der Sehgewohnheiten des Publikums vorbei gehen und im Ergebnis der produzierten Filme zwischen platter Verwechslungskomödie und überintellektuellem Akademikerdrama wenig Raum lassen. Dabei ist Crossover-Potenzial wichtig. Wir brauchen Filme, die im Arthouse so gut funktionieren, dass Multiplexe sie spielen wollen. Einzig SYSTEMSPRENGER hat als deutscher Film in diesem Sinne für Furore gesorgt. Warum? Weil er intensiv und mit konsequenter Regie gemacht ist. Kein Wischiwaschi, keine Upper-Class Kunstprobleme, sondern knallhart drauf auf die Realität.

Doch auch ein guter Film kann kolossal scheitern. Warum haben beispielsweise SYSTEMSPRENGER und PARASITE funktioniert? Beides sind nicht nur extrem gut gemachte Filme, beide waren auf Festivals und gewannen Filmpreise, beide hatten sehr gute digitale Kampagnen und haben so das sogenannte ‚Momentum‘ kreierte und für sich genutzt.

Daher sehen wir die Stärkung des lokalen und digitalen Marketings als unerlässlich für eine Zukunft des deutschen Kinofilms. Eine gut vorbereitete und durchgeführte Marketingkampagne eines Kinostarts schafft Sichtbarkeit und Erfolg für Filme bis ans Ende der Auswertungskette. Immer wieder stoßen wir in Gesprächen mit Verleih und Produktion auf die Ansicht, dass man ja Trailer und Plakate produziere und damit Marketing mache. Die Herstellung dieser Materialien allein ist keine ausgeklügelte Marketingstrategie. Kein Staubsauger-Hersteller würde davon ausgehen, dass die Vermarktung seines Produkts damit erledigt ist, dass Produktfotos hergestellt und irgendwo veröffentlicht wurden.

Die Tatsache, dass Herausbringungsbudgets weiter schrumpfen und die Frage, wie, wo, wann und weshalb ein Film sein Publikum finden soll, unzureichend vor und während der Produktion mitentwickelt wird, ist nicht weiter hinzunehmen.

Die preisgekrönte amerikanische Regisseurin Lulu Wang bringt es auf den Punkt:

*„Wenn Menschen nicht wissen, dass es dich gibt, ist es egal, wie breit dein Publikum [angelegt] ist.“
Nur ein ordentlich vorbereiteter und beworbener Kinostart schafft Sichtbarkeit für Filme und Filmschaffende, wie Lulu Wang weiter ausführt: „Eine Sache, über die wir bei vielen dieser größeren Streaming-Plattformen nicht sprechen, ist, dass sie ein anderes Geschäftsmodell verfolgen. Es geht [beim Filmeinkauf] nicht unbedingt darum, Geld zu verdienen, es geht um die Marke. Sie bauen ihre Marke auf, und wenn man ein etablierter Filmschaffender ist, ist man selbst eine Marke, mit der sie arbeiten möchten, um den Aufbau ihrer eigenen Marke zu unterstützen. Aber neuere Filmschaffende, neueren Stimmen bringen keine Marke mit. Diese Marke muss erst aufgebaut werden. Ich weiß das jetzt, denn unser Film ist seit vier Monaten in den Kinos (...) Ich weiß, dass ich das höher dotierte [Streaming-]Angebot angenommen hätte, wäre nicht diese Energie in mich gesteckt worden, um mich als eigene Marke aufzubauen.“*

Gerade der Arthouse-Sektor hat bewiesen, neue Talente zu finden und aufzubauen. Es muss daher massiv in höher budgetierte Marketing-Kampagnen investiert werden, insbesondere im lokalen Marketing und an der Schnittstelle zwischen Verleih und Kino.

Die tollste Marketing-Kampagne der Welt wird jedoch aus einem mittelklassigen Film keinen Erfolg machen. Diese Zeiten sind endgültig vorbei, dafür ist das Überangebot zu groß. Das Publikum mag durchschnittliche Filme zu Hause und nebenbei streamen, den Weg ins Kino nimmt es aber nur noch auf sich, wenn es davon überzeugt ist, einen erstklassigen Film zu sehen. Filme, die diesem Anspruch nicht gerecht werden, müssen so früh wie möglich aus der Förderung verschwinden.

Diversität ist ein weiterer Maßstab, an dem sich Filmförderung messen wird. Wenn wir alle gesellschaftlichen Gruppen, Alters- und Bildungsstufen für Kino begeistern wollen, müssen wir dafür sorgen, dass diese auch in den geförderten Filmen und entscheidenden Gremien repräsentiert sind. Die oben beschriebene Eintönigkeit des deutschen Films hängt zum großen Teil mit einem Mangel an solcher Diversität zusammen. Die gesamte Branche hat hier noch großen Nachholbedarf zu leisten. Mit der Diversitätsstudie ist ein guter Anfang gesetzt. Zusätzlich zu den bereits getroffenen Maßnahmen um mehr Geschlechtergerechtigkeit sind daher Anpassungen in der Besetzung der Organe sowie innovative Förderkriterien wie in Schweden oder Großbritannien zu prüfen und zu entwickeln.

Die Corona-Krise hat eines noch einmal eindrucksvoll gezeigt: die Bereitschaft zu unternehmerischem Risiko ist bei unterschiedlichen Teilnehmern der Filmvermarktungskette sehr unterschiedlich ausgeprägt. Während Kinos trotz geringer Kapazitäten und hohen Auflagen so schnell wie möglich wieder eröffneten, um der Filmwirtschaft wieder Einnahmen zu generieren, halten Verleiher gut geförderte deutsche Filme zurück. Es sollte nicht sein, dass immer wieder darüber diskutiert wird, wie ein Erlöskorridor Gewinne unter allen möglichst verteilt, Verluste aufgrund leerer Säle aber vorwiegend bei den Kinos bleiben.

Im Interesse der gesamten deutschen Filmwirtschaft sind daher ambitionierte Ziele zu setzen, auf die hingearbeitet werden soll, und eine ausführliche Analyse der Hürden, die selbigen im Weg stehen.

Novellierung des Filmförderungsgesetzes – Stellungnahme zum Referentenentwurf –

Prämisse

Die Fortführung des geltenden Filmförderungsgesetzes mit lediglich geringen Anpassungen unterstützen wir. Grundsätzlich würden wir angesichts der in den Vorbemerkungen genannten Gründen eine Verlängerung des Filmförderungsgesetzes in der Fassung der Bekanntmachung vom 23. Dezember 2016 (BGBl. I S. 3413) befürworten. Die aktuelle Krise und ihre noch unabsehbaren Folgen bedarf der intensiven Begleitung. Die Corona-Krise wird vor allem zu einer Beschleunigung der schon vor der Krise sichtbaren Tendenzen führen – gleich ob diese als Chancen oder Risiken verstanden werden. Jetzt gilt es, diese Entwicklung zu steuern. Auch wenn vieles in seiner Folgewirkung noch nicht völlig absehbar ist, ist klar, dass die Weichen für die Zukunft jetzt gestellt werden. Die Vorbereitung der Novellierung des Filmförderungsgesetzes für die Zeit nach der Krise, also für den Zeitraum ab 2024 muss daher auch schon jetzt beginnen.

Entscheidend ist daher, dass begleitend zur Verlängerung der Geltungsdauer um zwei Jahre bzw. der kurzen Geltungsdauer des neuen Filmförderungsgesetzes bereits jetzt umfassende Marktanalysen erstellt und in den Gremien der FFA diskutiert werden müssen. Dies erfordert Kontinuität. Mit einem Bruch in der Besetzung von Verwaltungsrat und Präsidium würde wertvolle Zeit verloren.

1. Verwaltungsrat, Ausschüsse, Präsidium

Angesichts des vorgenannten plädieren wir nachdrücklich für eine Verlängerung der aktuellen Benennungen und Besetzungen des Verwaltungsrats und des Präsidiums. Um dennoch zügig zu einer stärkeren Repräsentanz von Frauen in den Organen der FFA zu kommen, sollten bei Nachwahlen und Nachberufungen solange ausschließlich Frauen berücksichtigt werden, bis eine paritätische Besetzung erreicht ist. Die Wahl des Vorsitzes des Verwaltungsrats (§ 9 Nr. 1 FFG 2017) sowie die Vertretungen nach § 12 Nr. 1 FFG 2017 wäre hiervon auszunehmen.

Sollte dies – aus unserer Sicht im Hinblick auf die Bewältigung der Krise absolut vorzuziehende Kontinuität in der Besetzung der Organe – nicht erfolgen, wäre es aus unserer Sicht von großer Bedeutung, dass im kommenden Präsidium die Expertise der Kinos sowie des Arthousemarktes gestärkt würde.

Die Stärkung der Geschlechterparität in der Organisationsstruktur im Zuge der Novellierung des FFG ist ein wichtiges Ziel. Schon vor der aktuellen Krise war international unbestritten, dass Diversität zu den Zukunftschancen der Filmwirtschaft zählt. Dies gilt für die gesamte Vielfalt der Programme und Kinos ebenso, wie für das Publikum. Denn Kultur kann und muss inklusiv sein und sich an die gesamte Bandbreite der Gesellschaft richten. Gelingen kann dies nur, wenn sich die gesellschaftliche Diversität auch in den Akteuren der Filmwirtschaft und damit auch der Gremien widerspiegelt. Hier gibt es sicherlich unbestritten noch Entwicklungspotenziale, die am Ende Qualität und Erfolg des deutschen Films zu Gute kommen.

Nicht nur sind Frauen unterrepräsentiert, es fehlt auch im Übrigen an Vielfalt, zudem gibt es eine Übermacht der großen Wirtschaftsverbände sowie der produzierenden Gewerke einschließlich des Fernsehens. Generell unterrepräsentiert sind demgegenüber die Verbände der Kinowirtschaft und des

für den deutschen Film relevanten Arthousemarkts. Die Ergebnisse sind bekannt.

Da nun nur geringfügige Änderungen angestrebt werden, sollte zumindest die Besetzungsstruktur des Präsidiums als zwar nicht höchstem, aber zentralem Gremium angepasst werden. Hier könnte durch minimale Korrekturen eine neue, ausgewogenere Struktur erreicht werden.

Analog der Besetzung des Verwaltungsrats würde hierzu künftig das Präsidium durch vier bzw. fünf Doppelbesetzungen erfolgen, die jeweils durch zwei Personen unterschiedlichen Geschlechts (w/m/d) zu besetzen wären.

Konkret schlagen wir vor, die Besetzung des Präsidiums wie folgt anzupassen:

§ 12

(2)

(...)

3. je einem vom Verwaltungsrat mit der Mehrheit der Stimmen gewählten Mitglied oder stellvertretenden Mitglied des Verwaltungsrats, das benannt worden ist

- a) von den Verbänden der Filmverleiher und
- b) von den Verbänden der Videowirtschaft,

4. je einem vom Verwaltungsrat mit der Mehrheit der Stimmen gewählten Mitglied oder stellvertretenden Mitglied des Verwaltungsrats, das benannt worden ist

- a) vom HDF Kino e.V. und
- b) von der AG Kino – Gilde deutscher Filmkunsttheater e.V. und dem Bundesverband kommunale Filmarbeit e.V.,

Alternativ

zwei vom Verwaltungsrat mit der Mehrheit der Stimmen gewählten Mitglieder oder stellvertretenden Mitglieder des Verwaltungsrats, die benannt worden sind von den Kinoverbänden,

5. je einem vom Verwaltungsrat mit der Mehrheit der Stimmen gewählten Mitglied oder stellvertretenden Mitglied des Verwaltungsrats, das benannt worden ist

- a) von den Verbänden der privaten Fernsehveranstalter und
- b) von den Verbänden der öffentlich-rechtlichen Fernsehveranstalter.

In den Fällen des Absatzes 2 Nummer 2 bis 5 müssen jeweils Personen unterschiedlichen Geschlechts gewählt werden. Für die Besetzung des Verwaltungsrats gilt § 5 Absatz 2 in Verbindung mit § 4 Absatz 1 Satz 1 bis 3 und Absatz 2 des Bundesgremienbesetzungsgesetzes entsprechend, soweit das Bundesgremienbesetzungsgesetz nicht unmittelbar anzuwenden ist.

Die nach Absatz 3 Nummer 2 bis 5 gewählten Personen müssen auf dem Gebiet des Filmwesens sachkundig sein sowie über maßgebliche und aktuelle Praxiserfahrung in der Film- und Kinowirtschaft verfügen. Näheres zur erforderlichen Expertise der vorgeschlagenen Personen regelt die Satzung.

Zu überlegen wäre überdies, dass der bzw. die Vorsitzende des Verwaltungsrats nur dann zu einer Aufstockung des Präsidiums führt, wenn er/sie nicht von einem der Verbände benannt worden ist, die in den Ziffern 2.-5. genannt sind.

Ferner plädieren wir dafür, dass künftig im Präsidium nur Personen vertreten sein sollen, die analog der Besetzung der Förderkommissionen auf dem Gebiet des Filmwesens sachkundig sind sowie über maßgebliche und aktuelle Praxiserfahrung im jeweiligen Segment der Film- und Kinowirtschaft verfügen.

Mit dieser leichten Korrektur ließe sich ein paritätisch und fachkundig besetztes Präsidium garantieren, sofern sich Bundesregierung und Bundestag auf eine solche Besetzung verständigen. Zudem würde die Kinoexpertise gestärkt und Arthousekenntnis gesichert. Die Corona-Krise hat die Bedeutung der Kinos als Rückgrat für den deutschen Film deutlich gemacht. Zugleich macht sie auch die existenzielle Relevanz des Filmkunstmarkts für das kulturell anspruchsvolle Kinos deutlich.

Aktuell sind fünf der zehn Mitglieder von produzierenden Verbänden benannt worden, auch die Repräsentanten der Filmverleiher und Videowirtschaft vertreten zum großen Teil produzierende Unternehmen. Eine Gewichtsverlagerung bietet hier die Chance, stärker als bisher die Belange des Publikums in den Fokus zu rücken.

§ 19 (2) ließe sich so anpassen, dass beide Vertreter*innen der Kinos zustimmen müssten oder die Zustimmung mindestens einer der beiden Vertreter*innen und keine Gegenstimme der anderen Vertreter*in vorliegt.

Sollte eine Neuberufung des **Verwaltungsrats** erfolgen, regen wir an, dass künftig jeder Verband nur noch mit einer Person vertreten ist. Dies würde die Arbeitsfähigkeit des Gremiums stärken. Allerdings sollte auch die AG Verleih berücksichtigt werden. Zudem braucht es Ansätze, wie generell die **Diversität** in den Organen der Filmförderungsanstalt gestärkt werden kann – hier muss auch eine Vertretung der jungen Menschen deutlicher erkennbar sein. Angesichts der ungewissen Zukunft der Filmtheater sollten die Interessen des Nachwuchses angemessen repräsentiert werden sollten. Kinder, die heute nicht den Kulturort Kino kennen und lieben lernen, werden morgen keine regelmäßigen Zuschauer*innen sein!

Hierzu trägt auch bei, wenn die **Ausschüsse** des Verwaltungsrats (§ 10) künftig wieder stellvertretende Mitglieder hätten. Zu oft waren zuletzt Ausschüsse nicht beschlussfähig, da deren Mitglieder aufgrund anderweitiger beruflicher Verpflichtungen nicht teilnehmen konnten. 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 eine Stellvertretung).

2. Sperrfristen

Ein Erfordernis zur Ergänzung des bestehenden Filmförderungsgesetzes um den neuen § 55a FFG-Entwurf können wir nicht erkennen. Die Erfahrungen während der Schließzeit der Kinos zur Eindämmung des neuartigen Corona-Virus haben bewiesen, dass die bisherige Regelung nach § 55 FFG 2017 zur außerordentlichen Verkürzung der Sperrfristen ausreichen, um auch auf Fälle höherer Gewalt angemessen reagieren zu können.

3. Referenzkinoförderung

Den neu eingefügten § 143 (2) FFG-Entwurf unterstützen wir im Grunde nach. Sachgerechter und zielführender empfänden wir, wenn § 143 FFG 2017 dahingehend angepasst würde, dass die Referenzmittel generell als Billigkeitsleistungen bzw. frei für unternehmens- und unterhaltende Maßnahmen für den Kinobetrieb verwendet werden können. Angesichts der Kleinteiligkeit der Förderung würde dies zudem in erheblichem Umfang unverhältnismäßig hohe Bürokratiekosten reduzieren.

Sollte dies nicht erfolgen, müsste zumindest § 143 (1) FFG angepasst werden. Werbemaßnahmen dienen immer dem Kinobetrieb insgesamt. Eine Trennung von Werbemaßnahmen nach Herkunftsland einzelner Programmbestandteile ist ebenso widersinnig und steht den Zielen von §§ 1, 2 FFG entgegen. § 138 FFG regelt die Referenzkriterien. Alle Maßnahmen zur Bewerbung dienen a priori der Struktur der Filmwirtschaft einschließlich der Kinos.

§ 143

- (4) Förderhilfen nach § 138 werden als Billigkeitsleistungen gewährt können als Betriebsmittel oder für Maßnahmen verwendet werden, die nach Antragstellung begonnen wurden, auch wenn die betreffende Maßnahme zum Zeitpunkt der Zuerkennung bereits abgeschlossen ist.

Alternativ

- (1) Förderhilfen nach § 138 sollen vorrangig für neue Maßnahmen im Sinne des § 134 verwendet werden. Sie können auch für Werbemaßnahmen gewährt werden. Die Förderhilfen können jeweils für Maßnahmen verwendet werden, die nach Antragstellung begonnen wurden, auch wenn die betreffende Maßnahme zum Zeitpunkt der Zuerkennung bereits abgeschlossen ist.

4. Abgabe

In Anbetracht des strukturellen Wandels in der Filmwirtschaft ist die uneingeschränkte Transparenz der Abgabebzahlungen sicherzustellen. Zahlungen, die auf Schätzungen oder nicht vollständig für die Abrechnungskontrolle nachvollziehbaren Daten beruhen, bedürfen eines Zuschlags von mindestens 50 %. Es ist nicht akzeptabel, wenn der Bundesgesetzgeber oder die FFA bei Konzernen, deren Geschäftsgrundlage Daten sind, auf eine präzise, dem Gesetzestext entsprechende Erhebung der Filmabgabe verzichten. Plattformen, die wie YouTube oder TikTok mit nutzergenerierten Filmcontent (Werbe-)

Umsätze erzielen, sind uneingeschränkt zur Filmabgabebzahlung heranzuziehen. Freigrenzen sind wie bei Kinos auf 100.000 EUR herabzusetzen.

Weiterführende Erläuterungen würden wir uns zur Bedeutung der Erlösschmälerungen in § 150a FFG-Entwurf und den erwarteten budgetären Folgen der Abgabenerhöhung in § 156a FFG-Entwurf wünschen.

5. Umwidmung von Fördermittel

Die Möglichkeit der ausnahmsweisen Umwidmung in Fällen höherer Gewalt in § 161a FFG-Entwurf unterstützen wir.

6. Stellungnahme zur Novellierung vom 25. März 2019

In Ergänzung zum vorgenannten verweisen wir auf unsere Stellungnahme vom 25. März 2019. Die darin geäußerten Positionen haben dem Grunde nach weiterhin Bestand.

Evaluierungs- und Analyseaufträge im Hinblick auf die nachfolgende Novellierung

Vor dem Horizont des rasanten Wandels des Film- und Medienmarktes sollten im Hinblick auf die Novellierung des Filmförderungsgesetzes zum Jahr 2024 schon jetzt unabhängige Expertengutachten erstellt und in den Organen der Filmförderungsanstalt diskutiert werden, die sich mit den Kardinalfragen zur Stärkung der Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit der Struktur der deutschen Filmwirtschaft einschließlich der Kinos befassen. Folgende drei Aspekte erscheinen uns hierbei elementar:

1. Stärkung der kreativ-künstlerischen Qualität des deutschen Films

„Investition und Ertrag“ der deutschen Filmförderung stimmen nach allgemeiner Überzeugung nicht überein. International ist der deutsche Film von Einzelleistungen abgesehen nicht wettbewerbsfähig. Zu oft fehlen ihm Kreativität und Wagemut. Zugleich setzte sich schon vor der Corona-Krise die Erkenntnis durch, dass – auch angesichts der Streamingplattformen und des wachsenden Film- und Serienangebots – die Zeit vorbei ist, in der man sich im Kino mit Mittelware und halbherzig herausgebrachten Filmen durchmogeln kann. Die Corona-Krise wird diese Tendenz beschleunigen. Die Gefahr ist, dass selbst gute Produktionen keine Garantie mehr geben, nicht im Bodenlosen zu versinken. Zugleich zeigt sich, dass mehr Filme nicht zu mehr Besuchern führen. Für den Erfolg sind vielmehr Spitzenfilme in allen Marktsegmenten – Mainstream, Crossover, Arthouse – unverändert von herausragender Bedeutung.

Untersucht werden sollte daher, welchen Anteil hieran die Filmförderung hat. Gibt es Fehlanreize und welche Strukturen und innovativen Förderansätze – im Inland wie im Ausland – können tragen dazu beitragen, die kreativ-künstlerische Qualität des deutschen Films als Voraussetzung für seinen Erfolg im Inland und im Ausland zu stärken.

Ergänzend hierzu sollten Zielsetzungen für die bundesdeutsche Filmförderung formuliert und diskutiert werden, welche Rahmenbedingungen und Fördermechanismen greifen müssten, diese zu erreichen. Beispiele für Zielkriterien haben wir in unserer Stellungnahme vom 25. April 2019 genannt:

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

2. Marktmachtkonzentration

Die Marktmachtkonzentration schreitet rasant voran. Am dominantesten im Streamingmarkt, aber zunehmend auch im mit Techkonzernen verwobenen Studio- und Kinomarkt.

Untersucht werden sollte daher, wie sich die Marktmachtkonzentration auf die Struktur und Vielfalt der deutschen Filmwirtschaft einschließlich der Kinos auswirkt, ob und in welcher Form der Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung vorliegt, wie künftig frühzeitig die Akkumulation und der Missbrauch von Marktmacht identifiziert werden kann und wo es zum Schutz eines freien und fairen Marktzugangs Moderations- und Regelungsbedarf gibt.

3. Innovationspotenzial und Zukunftsfelder für die deutsche Filmwirtschaft

Die deutsche und europäische Filmwirtschaft ist geprägt und getragen von einer mittelständisch fragmentierten Struktur. Im Kontext der unter 1. und 2 genannten ist diese existenziell herausgefordert.

Drei Trends wurden schon vor der Corona-Krise als wegweisend für den Kinomarkt identifiziert: Daten, Digitalisierung, Diversität. Zugleich ist ersichtlich, dass Professionalisierung sowie Zusammenarbeit – national wie international, horizontal wie vertikal – Schlüssel für die Zukunftsfähigkeit der mittelständischen Filmwirtschaft sind.

Untersucht werden sollte daher, wie die Innovationspotenziale der deutschen Filmwirtschaft bei den vorgenannten und möglicherweise weiteren Themenfeldern nachhaltig gestärkt werden können und welchen Beitrag hierzu die Filmförderung leisten kann.

4. Folgen der Maßnahmen zur Eindämmung des Coronavirus SARS-CoV-2

Eingebettet und begleitet werden sollten die vorgenannten Untersuchungen durch eine kontinuierliche Analyse der Auswirkung der Maßnahmen zur Bekämpfung von COVID-19 auf die unterschiedlichen Gewerke der deutschen Filmwirtschaft, um auch kurzfristig Verwerfungen entgegensteuern zu können.

Berlin, 14. August 2020

Dr. Christian Bräuer (Vorsitzender)

Sigrid Limprecht, Christian Pfeil, Petra Rockenfeller, Hermann Thieken

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