

Was wirklich zählt: Gedanken zur Neujustierung der Filmförderung

Die Verleihfirmen im Verband der Filmverleiher (VdF) haben seit 2010 mehr als 300 Mio. Zuschauer mit ihren deutschen Kinofilmen erreicht. Wir waren erfolgreich im Multiplex und im Programmkinos, in der Großstadt und im Dorfkino. Und das ist auch unser Ziel für das nächste Jahrzehnt: pro Jahr 40 Mio. Besucher für deutsche Kinofilme.

Die Kernpunkte:

Weniger Filme besser ausstatten

Wir benötigen pro Jahr 30-40 deutsche Kinofilme mit einem Mindestbudget bei der Filmherstellung von 4-5 Mio. Euro; 5-10 Filme sollten höhere Budgets aufweisen. Für bis zu 100 deutsche Kinofilme müssen wettbewerbsfähige Vermarktungsbudgets zur Verfügung stehen. Andernfalls gilt: Mit Low-Budget gibt es Low-Admission!!

50 Mio. Euro Vermarktungsfonds

Für die Vermarktung der aktuellen deutschen Kinofilme soll ein Vermarktungsfonds in Höhe von 50 Mio. Euro bereitgestellt werden. Der Finanzierungsanteil der Verleiher soll pro Film mindestens 50% betragen.

Schluss mit Auswertungsverboten

Für Koproduktionen mit den TV-Sendern müssen Mindestförderbeträge vereinbart und im Erfolgsfall Auswertungsverpflichtungen jenseits der Free-TV-Lizenz mit den Verleihern geregelt werden.

Automatische Systeme stärken

Für Kinoproduktionen sollten neue Finanzinstrumente wie die Soficas für den deutschen und europäischen Kinofilm adaptiert werden.

Der DFFF sollte im Vergleich zu den Europäischen Tax-Modellen wettbewerbsfähiger werden; ein DFFF-Absatzfonds sollte erstmals aufgelegt werden.

Die Langversion unserer Positionen finden Sie auf den folgenden Seiten.

Was wirklich zählt: Gedanken zur Neujustierung der Filmförderung

Für den Zeitraum 2005 bis zur Pandemie waren Besonderheiten bei den Finanzierungs- und Verwertungsstrukturen deutscher Kinofilme prägend, die die Grundlage für den Erfolg des deutschen Films beim Publikum gebildet haben. Diese Verwertungsstrukturen und die Investitionsbereitschaft der Verleiher bildeten die ökonomische Grundlage für 300 Mio. Zuschauer deutscher Kinofilme seit 2010.

Diese Strukturen sind Geschichte!

Wir wissen, dass der Erhalt der Kinos in der Fläche nur möglich sein wird, wenn deutsche Kinofilme hohe Besucherzahlen aktivieren können; mindestens 20 Millionen und mehr Besucher pro Jahr sollten es schon sein, über 30 Mio. Besucher wurden schon in einigen Jahren erreicht, 40 Mio. Besucher pro Jahr sollte die Benchmark sein.

Dieses Besucherpotential ist aber nur erreichbar, wenn eine bestimmte Anzahl deutscher Kinofilme Mindestbudgets von 4-5 Mio. Euro überschreitet und diese Filme mit hohen Herausbringungsbudgets vermarktet werden (dazu später mehr): Mit Low-Budget gibt es Low-Admission!! *(Auf der Web-Page der FFA finden sich die nationalen Filmcharts der einzelnen Jahre; ein Blick auf die TOP 20 zeigt, dass diese Top-Filme in der Regel von VdF-Mitgliedern vermarktet worden sind.)*

Finanzierungsstrukturen bei erfolgreichen deutschen Kinofilmen

Typisch für erfolgreiche deutsche Kinofilme sind zwei Produktionstypen: Deutsche Kinofilme mit nennenswerter Resonanz beim Publikum waren in der Regel entweder Koproduktionen mit TV – Sendern und eher geringen Minimumgarantien der Verleiher oder Koproduktionen mit großen Verleihern (Majors und deren Töchter, Börsennotierte Unternehmen, große Indies).

In der Produzentenstudie 2018 wird festgestellt, dass im Zeitraum 2011 – 2017 die Bedeutung von Vorabverkäufen für die Finanzierung deutlich auf 25% am Herstellungsbudget gestiegen sind, während die Anteile der ÖR-TV – Koproduktionen mit 10% stagnierte. Tatsächlich war die Verleihfinanzierung Ende 2019 der höchste Einzelposten bei der Finanzierung eines deutschen Kinofilms.

Für diesen Anstieg waren die Big-Budget-Produktionen der großen Verleiher verantwortlich, die sich mit hohen Garantie- und Koproduktionssummen an der Finanzierung der Kinofilme beteiligt haben.

Bei diesem Produktionstyp erwerben die Verleiher im Gegenzug alle nationalen Rechte eines Filmes incl. pay-TV, free TV etc. Abgesichert wurden diese Zahlungen zT über output deals oder sonstige Abnahmeverpflichtungen mit Sendern, SVOD- Anbietern etc. Der Verleih war ansonsten frei in der Verwertung der nationalen Rechte und musste keine Verwertungsbeschränkungen wie bei Koproduktionen mit TV-Sendern berücksichtigen.

Bei den ÖR-TV-Koproduktion sind eher die mittelständischen kleineren Verleiher im Boot.

Diese verwerten i.d.R. nicht alle Rechte eines Filmes. Der Lizenzgeber/Produzent hat zur Finanzierung einem Sender nicht nur die Lizenzrechte zur Ausstrahlung vorab übertragen, sondern ist auch noch eine Co-Produktion eingegangen, die bestimmte inhaltliche und verwertungsmäßige Einflussnahmen nach sich zieht. Dies hat zur Folge, dass der Produzent vom Verleih keine oder eine geringe Minimumgarantie zur Finanzierung der Herstellung erhält. Allerdings sind weder die Garantie noch die Herausbringungskosten, die i.d.R. ein Vielfaches der Garantie betragen, für den Verleih durch Vorabdeals abgesichert. Die Auswertung von werthaltigen free TV Rechten ist bereits durch den Lizenzgeber/ Produzenten erfolgt. Die Auswertung von pay TV und SVOD Rechten wird durch Rechte-einschränkungen in den Co-Produktionsverträgen zwischen Sender und Produzent verunmöglicht oder extrem eingeschränkt.

Vermarktungsbudgets bei deutschen Kinofilmen

Es gibt für Deutschland keine offiziellen Statistiken, die Auskunft geben über die Vermarktungskosten deutscher und internationaler Kinofilme. Grobe Schätzungen für die Vergangenheit liegen bei zwischen 200 – 250 Mio. Euro für die Herausbringung aktueller Kinofilme pro Jahr. Empirisch besteht ein Zusammenhang zwischen der Höhe der Herausbringungskosten und der Anzahl der Besucher.

Der VdF hat hierzu eine Analyse für fiktionale deutsche Kinofilme durchgeführt, die im Zeitraum 2015 bis 2019 gestartet worden sind. Wir haben festgestellt, dass die Filme mit mehr als 3 Mio. Besuchern (5 Filme) mindestens 736 Kopien im Einsatz hatten; jeder der fünf Filme, die mehr als 3 Mio. Besucher verzeichnen konnte, hatte also 736 oder mehr Kopien im Einsatz.

Von den Filmen mit mehr als 1 Mio. Besuchern (23 Filme) hatten 19 Filme mehr als 600 Kopien und keiner weniger als 470 Kopien.

Von den Filmen über 500 Tausend Besuchern (23 Filme) wiesen zwei Filme unter 300 Kopien, 21 aber mehr als 397 Kopien auf.

Die kleinste Kategorie, die wir gesondert ausgewertet haben, waren die deutschen fiktionalen Filme mit 300 – 500 Tausend Besuchern. Von den 25 Filmen in dieser Klasse hatte ein Film 155 Kopien, ein Film 186 Kopien, aber 23 Filme mehr als 300 Kopien.

Die FFA hat für die Jahre 2015 – 2017 eine Auswertung der Vorkosten(Herausbringungskosten) für FFA-Projektverleihgeförderte Filme vorgenommen. In diesem Zeitraum lagen die Vorkosten je Kopie im Durchschnitt bei 3.264 € - 3.733€, und bei Arthouse-Filme lagen die höheren Werte zwischen 3.833€ – 4.297€ je Kopie.

Es ist also davon auszugehen, dass ein aktueller deutscher Kinofilm, wenn er denn mindestens 300 Tausend Besucher erreichen will, ein Vermarktungsbudget von mindestens einer halben Mio. Euro, eher aber 800-1.000 Teuro benötigt, um in diese Besucherregionen vorzustoßen: der Minimumwert wäre $3.264€ * 155 \text{ (Kopien)} = 505 \text{ Teuro}$. 300 Tausend Besucher für einen deutschen fiktionalen Kinofilm sind aber eher die Ausnahme als die Regel; 82% der deutschen Kinofilme schaffen diese Hürde nicht.

Die FFA hat auch einmal für das Jahr 2018 analysiert, wie hoch der Eigenanteil der Verleiher an der Finanzierung der Herausbringungskosten deutscher Kinofilme ist: 64,3 %Verleih, 21,2 % FFA und der Rest Länderförderer und BKM.

Finanzierungslücken und Verwertungsrisiken bei deutschen Kinofilmen

Bereits vor der Pandemie war erkennbar, dass die ÖR-TV Sender bis auf einzelne Leuchtturmprojekte ihre Investments in die Herstellung deutscher und europäischer Kinofilme reduzieren und trotzdem weitreichende Mediathekenrechte fordern und erhalten. Der VdF hat sich deshalb gegen die Eckpunkte Vereinbarung der Produzentenverbände mit den ÖR-TV-Sendern gewandt (Vgl. vdfkino.de/Presse/2015)

Diese aktuell entstehende finanzielle Lücke in der Herstellung kann von den Verleihern nicht aufgefüllt werden, weil sie zum einen die hohen Herausbringungskosten mit eigenen Risikokapital finanzieren sollen und zum anderen wegen der eingeschränkten Rechteübertragung, die boomenden Streamingmärkte zur Refinanzierung nicht nutzen können. Damit bleiben den Verleihern nur ständig volatiler werdende Kinoauswertungen und kontinuierlich sinkenden Trägerauswertungen (DVD/BlueRay). Die Perspektive für diesen Produktionstyp ist deshalb bescheiden: Low-Budget Filme mit Low-Budget Vermarktungsbudgets werden keine höheren Besucher- und Umsatzzahlen generieren können.

Tektonische Veränderungen auch auf Verleihseite

Wir erleben derzeit tektonische Veränderungen bei der Filmverwertung (Mediatheken/Streaming), die auf die Herstellung und Vermarktung deutscher Kinofilme, den Ort Kino und das Geschäftsmodell der Verleiher dramatisch durchschlagen werden. Wir wissen nur noch nicht, wo langfristig die Chancen

und Risiken liegen. Von großer Bedeutung ist die internationale Positionierung einiger Major-Firmen im Hinblick auf eigene Streaming-Plattformen. Dies wird nicht nur Auswirkungen auf das Investment in Local Product haben, sondern grundsätzlich auch die Verwertung von Kinofilmen in allen Verwertungsmärkten beeinflussen. Die Planungssicherheit bezüglich des Recouplements auf Basis von Output-Deals wird für viele Filme nicht mehr gegeben sein. Deshalb ist die Perspektive für diesen Produktions- und Vermarktungstyp auch im Hinblick auf das Volumen von Unsicherheit geprägt.

Klar ist aber: nur wenn die Finanzierungsstruktur des publikumsattraktiven deutschen Kinofilms neu justiert wird und die Refinanzierungsbedingungen für Verleiher verbessert werden, ist der notwendige Output an höher budgetierten Filmen und damit ein nennenswerter Besuchererfolg bei deutschen Kinofilmen möglich. Dieses Output kann quantifiziert werden: wir brauchen pro Jahr 30-40 fiktionale deutsche Kinofilme mit einem Mindestbudget von 4-5 Mio.€, wovon wiederum 5 – 10 Filme deutlich über diesen Budgetklassen liegen sollten. Unter den gegenwärtigen Bedingungen, können diese Budgets in diesem Umfang nicht verwirklicht werden.

Wir brauchen deshalb neue Instrumente und neue Kooperationsformen mit anderen Finanzierungs- und Verwertungsregelungen.

40 Mio. Besucher für deutsche Kinofilme sind das Ziel/Neue Finanzierungsinstrumente einsetzen/50 Mio. Euro Vermarktungsfonds

Der VdF hat im Januar 2020 sein „Konzept zur Verbesserung der Erlössituation für die Sparten der Kinokulturwirtschaft“ vorgestellt. Dieses Programm zeigt Win-Win-Situationen für die Sparten Produktion/Verleih/Kino und bleibt deshalb aktuell.

Ohne einen starken deutschen Kinofilm werden die Kinos in der Fläche keine Zukunft haben. Starke deutsche Kinofilme gibt es aber nur mit wettbewerbsfähigen Vermarktungsbudgets.

50 Mio. Euro Vermarktungsfonds

Für die Vermarktung der aktuellen deutschen Kinofilme soll ein Vermarktungsfonds in Höhe von 50 Mio. Euro bereitgestellt werden:

- Der deutsche Kinomarkt benötigt im Jahr mindestens 20 deutsche Kinofilme mit einem Potential von über 500.000 Besuchern (circa 40 Mio. € HBK bei 2 Mio. € je Film).
- Der deutsche Kinomarkt benötigt im Jahr mindestens 30 deutsche Kinofilme mit einem Potential von über 300.000 Besuchern (circa 30 Mio. € HBK bei 1 Mio. € je Film).
- Der deutsche Kinomarkt benötigt im Jahr mindestens 40 deutsche Kinofilme mit einem Potential bis zu 300.000 Besuchern (circa 20 Mio. € bei 500 Teuro je Film).
- Für die angemessene Kinofilmvermarktung wird ein Förderbudget von 50 Mio. Euro Minimum pro Jahr benötigt; der Finanzierungsanteil des Verleihs soll mindestens 50% betragen.

Schluss mit Auswertungsverboten/Erfolgreichen Filmen den Markt öffnen/Refinanzierung mitdenken

Für Koproduktionen mit den TV-Sendern müssen Mindestförderbeträge vereinbart und im Erfolgsfall Auswertungsverpflichtungen jenseits der Free-TV-Lizenz mit den Verleihern geregelt werden.

Für Produktionen mit hohem Risikokapital sollten neue Finanzinstrumente wie die Soficas für den deutschen und europäischen Kinofilm adaptiert werden.

Der DFFF sollte im Vergleich zu den Europäischen Tax-Modellen wettbewerbsfähiger werden; ein DFFF-Absatz soll erstmals aufgelegt werden.

Weitere Herausforderungen

- Das Kino mit seiner analogen Erlebnisqualität war vor der Pandemie International ein Wachstumsmotor, in Deutschland aber weit abgeschlagen. Mit einer Kinoreichweite in der Bevölkerung von 39% ist Deutschland das internationale Schlusslicht.
- Die Pandemie trifft die analogen Kulturveranstalter mit voller Wucht. Die geringen Auslastungsquoten erlauben nur selten betriebswirtschaftlich sinnvolle Auswertung in den Kinos. Es ist absehbar, dass nach der Bundestagswahl 1 und 2 G Regeln in den länderweiten Flickenteppich eingewoben werden, die das Besucherpotential bis weit ins Jahr 2022 einschränken wird. Pandemische Einschränkungen für die Verleiher bedeuten: 100% Kosten bei 50 % Erlösen. Die Filmverleiher fallen bei den großen Hilfs-Programmen aus dem Raster: Weder an den Überbrückungshilfen III noch am Sonderfonds für Kulturveranstaltungen können Filmverleiher partizipieren. Der VdF fordert deshalb einen IT gestützten Sonderfonds bei der FFA.

Berlin, im Oktober 2021
gez. Klingsporn