

**DEUTSCHER PRODUZENTENTAG 2018
PRODUZENTENALLIANZ-EMPFANG ZUR 68. BERLINALE**

REDEN





**DEUTSCHER PRODUZENTENTAG 2018
PRODUZENTENALLIANZ-EMPfang ZUR 68. BERLINALE**

REDEN

Herausgeber:
Dr. Christoph E. Palmer

Redaktion, Layout & Satz:
Jens Steinbrenner

Fotos: Stefanie Seufert

ISBN 978-3-9816027-7-7

März 2018

Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen e.V.

Kronenstraße 3
10117 Berlin

Telefon: 030-206 70 88-0
Telefax: 030-206 70 88-44

info@produzentenallianz.de
www.produzentenallianz.de

DEUTSCHER PRODUZENTENTAG 2018

PRODUZENTENALLIANZ-EMPFANG ZUR 68. BERLINALE

REDEN

5 ***Vorwort***

Dr. Christoph E. Palmer, Vorsitzender der Geschäftsführung,
Produzentenallianz

Deutscher Produzententag 2018

7 Eröffnungsrede: ***Der Geist des Zusammenspiels***

Alexander Thies, Vorsitzender des Gesamtvorstands,
Produzentenallianz

19 ***Remarks for the German Producers Alliance***

Charles H. Rivkin, CEO und Chairman der Motion Picture
Association of America

23 ***Wir sind mehr als Roter Teppich – Wie die Filmindustrie Innovationen und Wachstum in der Wirtschaft vorantreibt***

Dr. Beatrice Kramm, Präsidentin der Industrie- und
Handelskammer zu Berlin

35 ***Aktuelle filmpolitische Entwicklungen***

Prof. Monika Grütters MdB, Staatsministerin für Kultur und Medien

43 ***Kommt ein Paradigmenwechsel durch VoD? Zum VoD-Markt und zur VoD-Nutzung in Deutschland***

Prof. Dr. Klaus Goldhammer, Geschäftsführer und Managing
Partner Goldmedia

Produzentenallianz-Empfang zur 68. Berlinale: Grußworte

49 **Joachim Köhler**, Commerzbank

50 **Ulrich Wilhelm**, Vorsitzender ARD

52 **Iris Berben**, Präsidentin Deutsche Filmakademie

56 *Über die Produzentenallianz*



Dr. Christoph E. Palmer

Vorsitzender der Geschäftsführung
der Allianz Deutscher Produzenten –
Film & Fernsehen

Dr. Christoph E. Palmer

VORWORT

Am 4. März dieses Jahres hat sich die Gründungsmitgliederversammlung der Produzentenallianz zum 10. Mal gejährt. Grund genug für unseren Vorsitzenden Alexander Thies, in seiner Eröffnungsrede zum Deutschen Produzententag 2018 die wichtigsten Meilensteine Revue passieren zu lassen, alte und neue Weggefährten zu würdigen und den „Geist des Zusammenspiels“ zu beschwören, in dem wir unsere Erfolge, Fortschritte und Ergebnisse in diesen zehn Jahren erreichen konnten.

Dr. Beatrice Kramm ist nicht nur Produzentin, sondern seit dem letzten Jahr auch die Präsidentin der IHK Berlin. Unter der Überschrift „Wir sind mehr als Roter Teppich“ hat sie uns erklärt, wie die Filmindustrie Innovationen und Wachstum in der Wirtschaft vorantreibt.

Als Kulturstaatsministerin hat Prof. Monika Grütters besonders im letzten Jahr viel für den deutschen Film erreicht. Neben ihrer Erläuterung „aktueller filmpolitischer Entwicklungen“ tat sie ihre Meinung zu der aus Ihrer Sicht etwas zu sehr fordernden Haltung der Produzentenallianz kund.

Das Podium beim diesjährigen Produzententag befasste sich mit dem „Spannungsverhältnis zwi-

schen linearem TV und der On-Demand-Welt“ und erfuhr eine intensive, auch kontroverse öffentliche Beachtung, zu der der Produzentenallianz-Vorsitzende Alexander Thies Stellung genommen hat. Daher können wir hier auf eine Dokumentation verzichten.

Auch wenn unser dem Produzententag folgende Empfang bei der Commerzbank in erster Linie eine Gelegenheit zum Plaudern und lockeren Beisammensein bieten soll, sind auch die kurzen Grußworte keineswegs irrelevant. In diesem Jahr kamen sie vom Gastgeber-Vertreter Joachim Köhler, dem neuen ARD-Vorsitzenden Ulrich Wilhelm und der Filmakademie-Präsidentin Iris Berben, die sich aus gegebenem Anlass mit der MeToo-Thematik und den notwendigen Maßnahmen befasste, an denen sich übrigens auch die Produzentenallianz beteiligt.

Weitere Themen in dieser Zusammenstellung der Reden vom Deutschen Produzententag 2018: Die „Remarks for the German Producers Alliance“ von Charles Rivkin, MPAA, und die Prognose von Prof. Dr. Klaus Godhammer, Geschäftsführer Goldmedia, ob beim VoD-Markt und der VoD-Nutzung in Deutschland ein Paradigmenwechsel bevorsteht.



Alexander Thies

**Vorsitzender des Gesamtvorstands
der Allianz Deutscher Produzenten –
Film & Fernsehen**

Produzent und Filmkaufmann. Leitung
der NFP neue film produktion mit
seinem Bruder Stefan Thies. Mitglied des
Präsidiums der Spitzenorganisation der
Filmwirtschaft.

Alexander Thies

DER GEIST DES ZUSAMMENSPIELS

Eröffnungsrede

Werte Damen und Herren, ich möchte Sie und euch ganz herzlich zum Deutschen Produzententag 2018 begrüßen. Es ist schön, dass ihr unserer Einladung wieder einmal so zahlreich gefolgt seid.

In diesem Jahr feiern wir das zehnjährige Jubiläum der Produzentenallianz. Ich muss zugeben, dass mich das innerlich sehr bewegt, und ich möchte mit euch ein paar Stationen teilen und in Erinnerung rufen.

Die Produzentenallianz hat eine besondere Geschichte. Am Anfang stand der Gedanke von „einer Stimme“. Wir hatten damals eine Vielzahl an Verbänden, an Branchenvertretungen. Bernd Neumann, damals Kulturstaatsminister, hat es auf den Punkt gebracht: Könnt ihr denn nicht mit einer Stimme sprechen, statt euch gegenseitig immer wieder in die Parade zu fahren? Wir haben das damals als Herausforderung genommen.

Das war das eine. Das andere ist: Wir hatten auch ein gutes Beispiel. Liebe Georgia Tornow, bei der Gründungsgeschichte der Produzentenallianz spieltest du neben Bernd Neumann eine große Rolle, denn bei dir haben wir

zum ersten Mal gesehen, was ein richtiges Lobbying sein kann. Du hast die Menschen zusammengebracht, die ein Herz für die Branche haben sollten. Du hast ein ganz besonders großes Herz für uns gehabt, deswegen warst du auch so überzeugend. Und ich vergesse nie, wie du Frau Weiß dazu gebracht hast, dass wir mit dem DFFF ein ganzes Stück weitergekommen sind. Ich werde immer Bernd Neumann als den Executive Father und dich als Executive Mother des DFFF in Erinnerung halten.

Ein paar grundlegende Punkte

Vor der Gründung der Produzentenallianz hatten wir ein paar grundlegende Punkte auf der Agenda, die die Kollegen damals offensichtlich dazu gebracht haben, sich dafür in einem Prozess zu engagieren, der immerhin über anderthalb Jahre ging. Anderthalb Jahre für Leute, die eigentlich in der Produktion arbeiten und leben: das ist eine Menge und sagt auch viel darüber aus, wie viel Herzblut von Anfang an darin steckte. Einer der Grundgedanken war: Wir wollen alle Sparten des

deutschen Films vereinigen. Unsere Überzeugung war, dass die Schnittmengen der verschiedenen Produzenten in den verschiedenen Verbänden insgesamt größer sein würden als die Gegensätze. Wir haben gesagt, es geht um die Würdigung unserer kreativen Leistung, um die Anerkennung unseres unternehmerischen Mutes. Wir wollten uns von Beginn an auf die unternehmerischen Produzenten konzentrieren, die aus ihren Ideen, aus ihren Produktionen letztlich langfristige Erfolge machen können, die ihren Mitarbeiterstab aufbauen und die langfristig investitionsfähig sind und die zusammen mit ihren Partnern, die man beim Film zum Erzählen ja braucht, die Erfolge dann auch leisten wollen.

Eine etwas unübliche Struktur

Während die normalen Verbände von oben geführt werden, haben wir der Produzentenallianz eine etwas unübliche Struktur gegeben: Bei uns formulieren die Sektionen von unten heraus die Willensbildung, sie sind die Träger der Initiative. Über das Zu-

sammenspiel im Gesamtvorstand werden dann die Ziele gesammelt, priorisiert und entschieden – und dann von einer professionellen Geschäftsführung zusammen mit dem Ehrenamt – ein weiterer wichtiger Faktor – an die Partner in den Markt hineingetragen.

In der Produzentenallianz hat jedes Unternehmen eine Stimme. Wir sind der Meinung, dass jedes Unternehmen, das produzieren will – ob klein oder groß, egal, welcher Gesellschafter dahintersteht – letztlich dieselben Rahmenbedingungen will. Die Basis bestimmt, und das Miteinander von Groß und Klein, von Erfahrenen und weniger Erfahrenen, von Spezialisierten und weniger Spezialisierten sorgt dafür, dass wir in unseren Reihen eine hohe Kompetenz haben, die wir auch nutzbar machen können, um zu sagen, was wir eigentlich brauchen.

Es gibt ein paar Menschen, die schon damals einen ganz großen Anteil hatten, die heute noch dabei sind und die ich hier besonders begrüßen möchte. Wolf Bauer, Hansjörg Füting. Auch Uli Lenze. Es ist toll, dass ihr hier seid. Genauso wie Johannes Kreile, Mathias Schwarz und Oliver Castendyk. Ihr habt mit die Weichen gestellt, dass diese Allianz entstehen konnte. Insofern euch an der Stelle ein herzliches Dankeschön!

Wir entstanden mit dem Zu-

***In der Produzentenallianz
hat jedes Unternehmen
eine Stimme.***

Bei uns formulieren die Sektionen von unten heraus die Willensbildung, sie sind die Träger der Initiative.

sammenschluss von Kino, Entertainment und Fernsehen am 3. März 2008. An dieser Stelle möchte ich Uli Aselmann und Holger Roost ganz herzlich danken. Ich erinnere mich noch gut an uns drei, als wir dann gewählt waren und auf einmal zu einer Pressekonferenz gehen sollten. Das war ein sehr komisches Gefühl. Lieber Uli, für mich ist das bis heute wie die Geschichte einer Ehe. Wenn ich nicht weiß, wie es weitergehen soll, dann frage ich immer dich, und du hast immer einen guten Rat. Wir haben ein tolles Zusammenspiel hingelegt und wurden auch für die anderen Kollegen sehr schnell attraktiv.

Sektionen

Ich darf daran erinnern, dass uns sehr schnell die Sektion Animation – ein kulturell sehr wertvoller Faktor – zugewachsen ist. Die Animation wird oft unterschätzt, weil sie klein ist, aber weltweit sehr, sehr wichtig und auch im Inland für Familien, für Kinder, auch für Didaktik im Übrigen, wenn man an die Visualisierung denkt. Ein nicht wegzudenkender Faktor unserer Branche. Insofern war es sehr schön, dass wir die Animation schon 2009 bei uns willkommen heißen konnten. Michael Schmetz, der daran entscheidenden Anteil hatte, kann ich hier leider nicht mehr persönlich

danken, weil er zu unserer großen Trauer unlängst verstorben ist.

Ein Jahr später kam dann die Werbung zu uns. Mit ihrer großen Wertschöpfung wird sie mehr als Wirtschaft und weniger als Kultur wahrgenommen, aber wer die Cannes-Rolle erlebt hat und weiß, wie bei den Agenturen und in den Firmen der Werbefilmproduktion um den richtigen Ausdruck gerungen wird, der weiß, dass Kultur und Wirtschaft einander auch hier nicht ausschließen. Nicht zuletzt erreichte sie ja, dass ihre kurzen Erzählarten immer mehr in Langform imitiert, nachgemacht oder verbreitert werden.

Und dann – ja natürlich – die Dokumentaristen. Die Sektion Dokumentation ist ein weiteres Jahr später, 2011, als sechste Sektion gegründet worden. Hier war es Werner Vennewald, dem unser Dank gilt, der aber ebenfalls leider jüngst verstorben ist. Auch hier gab es eine Vorgängerinstitution, die wir für uns gewinnen konnten. Das hat eben damit zu tun, dass die Überzeugung, was uns bewegt mit einer Stimme zu platzieren, im Zusammenspiel zu erarbeiten und gemeinsam durchzusetzen, sehr stark ist.

Verbindungen zu den Sendern

Wir haben am Anfang der Produzentenallianz natürlich auch schnell Verbindung zu den Sendern knüpfen können, mit denen wir schon damals in engen geschäftlichen Verbindungen standen. Schließlich ging es um die Verbesserung der Rahmenbedingungen mit ihnen. Ich will hier nur kurz ein paar Personen nennen. Es war Fritz Raff für die ARD, der uns vertraute. Es war Peter Boudgoust, der mit uns sehr schnell die ersten Ergebnisse erreichte. Lutz Marmor und schließlich Karola Wille – an der Stelle auch ein herzlichstes Willkommen an Ulrich Wilhelm – sind diejenigen, mit denen wir im weiteren Verlauf die Zusammenarbeit in Meilensteinen erweitern konnten. Ich möchte Sie an dieser Stelle erwähnen und herzlich begrüßt wissen.

Auf der ZDF-Seite spielen vor allem Justiziar und Programmdirektoren eine große Rolle. Carl-Eugen Eberle war derjenige, der uns den Weg zu den Gesprächen mit dem ZDF geebnet hat. Lie-

ber Thomas Bellut – damals Programmdirektor: unvergessen, dass Sie uns schon beim Produzententag 2009 gesagt haben, dass Produzenten Partner und nicht Dienstleister sind. Und natürlich Markus Schächter. Das waren die Wegbereiter. Heute ist es Peter Weber. Lieber Peter, herzlich willkommen auch dir an dieser Stelle.

Ihr seid die, mit denen wir über Jahre hart gerungen und gute Ergebnisse erzielt haben.

Auf der Grundlage dieser in vielen Schritten gewachsenen Verbindung sind dann die Meilensteine entstanden: der Abschluss der ARD-Eckpunkte 2.0, die für alle Sektionen gelten, gleichzeitig in der Kalkulation neue Maßstäbe gesetzt haben und die Möglichkeit einer fairen Rechteteilung vorsehen. 2017 kam die umfangreiche Neuausrichtung des ZDF, wo es unter anderem um deutliche Verbesserungen im Kalkulationsbereich geht, und die erstmalige Anerkennung auch des kommerziellen Wertes unserer Werke für die Mediatheken.

So ist es also bewiesen, dass wir unseren Senderpartnern zwar ganz sicher hart ringende, aber auch verlässliche Partner sind. Wir können gemeinsam Dinge erreichen. Wir werden aber auch immer wieder feststellen, dass es nur Schritte sind. Wir sind nie am Ziel. Wir wollen, dass sich die

Wir werden aber immer wieder feststellen, dass es nur Schritte sind. Wir sind nie am Ziel.

Bedingungen der Wertschöpfung – das, was wir brauchen, um die besten Programme zu machen – weiter verbessern. Wir wissen aber auch, dass unsere Partner hier in schwierigen Konstellationen stehen.

Die Bundesländer

Erwähnt werden muss auch, dass die Bundesländer seit dem Beginn der Produzentenallianz diesen Prozess aufs Beste begleitet haben. Wir freuen uns sehr darüber – lieber Björn Böhning, ich sage das mal stellvertretend für alle Länder an Ihre Adresse –, dass wir mit unseren Anliegen bei Ihnen von Beginn an so großes Interesse gefunden haben. Es war die Protokollerklärung zum 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag, die ausgewogene Vertragsbedingungen und auch eine Rechteteilung angesprochen hat. Das wurde später noch einmal wiederholt und bekräftigt, so dass wir immer um die Unterstützung von Ländereiseite wussten.

Die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten

Die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten – die KEF – muss ich hier auch erwähnen, wenn ich über die letzten ARD-Eckpunkte und die entsprechenden Rahmen-

Die Produzentenallianz war die erste Produzentenvertretung, die überhaupt jemals bei der KEF Gehör fand.

bedingungen des ZDF rede. Beide waren gepaart mit einer Initiative, die es bis dato nicht gegeben hatte. Die Produzentenallianz war die erste Produzentenvertretung, die überhaupt jemals bei der KEF Gehör fand. An der Stelle möchte ich Herrn Fischer-Heidlberger dafür danken, dass er uns die Möglichkeit gegeben hat, uns einzubringen, unsere Notwendigkeiten und die Grundlagen unserer Arbeit zu beschreiben. Wir konnten deutlich machen, dass der entscheidende Faktor für den Erfolg des öffentlich-rechtlichen Rundfunks letztlich das Programm ist, und sind deswegen sehr froh, dass es gelungen ist, insgesamt mehr als 200 Euro Millionen an zusätzlichen Mitteln für die Programmproduktion in den Markt zu bekommen. Plus: die Anerkennung der medienpezifischen Steigerungsrate um zwei Prozent. Das Abschmelzen der Investitionen im Programm wurde damit gestoppt, und wir sehen einen klaren Aufwärtstrend. Das bleibt auch für die Zukunft sehr wichtig, denn wie soll der öffentlich-rechtliche Rundfunk seine Akzeptanz beim Publikum stärken, wenn nicht

über das Programm? Die Diskussionen in den letzten Monaten, wie kritisch die Gesellschaft heute die Öffentlich-Rechtlichen sieht, hat uns doch etwas nachdenklich gemacht. Wir möchten für unseren Teil sagen: Man muss sich nicht verstecken. Ein Land, das einen solchen Rundfunk hat, kann sich glücklich schätzen.

Wir sind froh darüber, dass sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk – ARD und ZDF sind unsere beiden größten Auftraggeber – zu der Programmproduktion so klar verpflichtet hat. Und wir setzen uns dafür ein, dass man die anstehenden Strukturfragen nicht auf dem Rücken der Programmbudgets austrägt und sind klar dafür, dass in der nächsten Rundfunkgebührendiskussion das Programm in jedem Fall gestärkt wird. Insofern sprechen wir uns für eine Erhöhung der Gebühren aus. Wir glauben, dass es die beste Investition ist, in unser Publikum zu investieren.

Europa

Jetzt bin ich bei Europa. Europa hat uns ganz viele Kopfschmerzen bereitet. Alles, was wir erreicht haben, wäre mit einem

Federstrich verschwunden, wenn die Schaffung eines Digital Single Markets so durchgegangen wären, wie es sich die Kommission gewünscht hat. Ihr wisst alle, wovon ich rede: die CabSat-Verordnung und alles, was damit zusammenhängt. In einer einzigartigen Aktion konnte die Politik auf den verschiedenen Ebenen – nicht zuletzt auch im Europäischen Parlament – dazu motiviert werden, die Abschaffung des Territorialitätsprinzips – und damit den Wegfall der Grundlagen für die europäische Filmproduktion und letztlich der europäischen Vielfalt – zu verhindern; zumindest zunächst, denn wie es aussieht, ist es noch nicht gewonnen. Stellvertretend für viele, die in der Politik mitgeholfen haben, möchte ich hier der Europaabgeordneten Angelika Niebler danken. Mit Ihrem Einsatz sind Sie in die Annalen der Produzentenallianz auf jeden Fall fest eingeschrieben. An der Stelle, Alfred Holighaus, danke auch dir. Die SPIO hält ja mit der FFA zusammen für unsere Branche die Präsenz in Europa aufrecht. Lieber Peter Dinges, liebe Christine Berg, es ist toll, dass ihr das mitermöglicht. Natürlich sage ich das gerne auch an Herrn Winands, dass die Branche mit eurer Unterstützung in Brüssel überhaupt die Chance hat, am Puls der Zeit zu sein. Das ist für uns unabdingbar.

*Europa hat uns ganz viele
Kopfschmerzen bereitet.*

Filmförderung

Damit sind wir auch schon bei Monika Grütters, unserer BKM, der ich ebenfalls sehr dankbar bin. Die klare Positionierung auch auf der europäischen Ebene und auch der Hinweis darauf, dass unser Urheberrecht in Europa auch von allen Spielern respektiert werden muss, sind für uns natürlich essenziell. Wer sich den Koalitionsvertrag weiter anschaut, der sieht, dass er mit der Verstetigung des German Motion Picture Fund und der Verzahnung mit den anderen Instrumenten wie dem DFFF I und II ein klares Bekenntnis zur Stärkung unserer internationalen Wettbewerbsfähigkeit enthält. Die ist auch deswegen nötig, weil die Veränderungen international sehr schnell und sehr stark sind. Wir werden das nicht einfach nur mit Geld bewältigen können, wir müssen uns im internationalen Markt auch das Vertrauen erarbeiten, indem wir sozusagen verstetigt präsent sind und beweisen, dass wir verlässliche Partner sein können. Deswegen müssen die Instrumente gut aufeinander abgestimmt sein, und es muss auch allen neuen Formen des filmischen Erzählens ein Raum gewährt werden. Deswegen haben wir mit besonders großer Freude gelesen, dass es auch eine umfassende Förderung audiovisueller Inhalte insgesamt mit dem

Es geht nicht nur um Geld. Es geht um Vertrauen, es geht um das Zusammenspiel.

Stichwort High-End-Serien, VFX, Animation und auch dem Kino geben soll. Das ist für uns ein ganz wertvolles Bekenntnis, Chapeau! Solche Positionierungen in einem Koalitionsvertrag habe ich noch nicht erlebt.

Nicht unerwähnt bleiben sollen an dieser Stelle aber auch die Länderförderer. Ich sage das stellvertretend an Kirsten Niehuus, aber natürlich auch an die anderen Kollegen: Auch ihr seid uns wertvolle Unterstützer und Partner. Und dafür möchte ich mich an der Stelle auch herzlich bedanken.

Zusammenspiel von Kultur und Wirtschaft

In der letzten Legislatur ist es für uns auch wichtig gewesen, dass die Kreativwirtschaft laut Monitoringbericht von BMWi und BKM der drittgrößte Bereich unserer Volkswirtschaft ist, dass diese vielen Unternehmen eine irrsinnige Leistung erbringen. Dieser Wirtschaftsfaktor und die Instrumente der Wirtschaftspolitik sind für uns und die Entwicklung unserer Geschäftsmodelle sehr, sehr wichtig. Insofern ist das Zusammenspiel

von Kultur und Wirtschaft von großer Bedeutung.

Wie ich schon gesagt habe, geht es nicht nur um Geld. Es geht um Vertrauen, es geht um das Zusammenspiel. Es geht auch darum, dass der Urheber nicht zum armen Poeten wird und es bleibt, sondern, dass er im Zusammenspiel mit denen, die mit ihm gemeinsam die Filme erst ermöglichen, dann auch an deren Erfolgen partizipieren kann.

Künstlerische Partner

In diesem Zusammenhang ein ganz klares Wort zu unseren künstlerischen Partnern. Wir verstehen uns als Erzähler, zusammen mit den Autoren, den Regisseuren, den Schauspielern. Ihr seid alle unsere Partner. Deswegen sind wir natürlich auch an eurer Seite, wenn es darum geht, verlässliche Vereinbarungen mit euch und auch mit den Sendern zu schließen. Das haben wir von Beginn an bewiesen. Wir können nicht alles erreichen, einen

Auch wir sind nicht glücklich darüber, wenn bei Fernsehpreisen Autoren einfach nicht eingeladen werden. Das sind mit die Schöpfer unserer Werke.

Teil müsst ihr in euren eigenen Verbänden natürlich auch selber machen. Aber hier gibt es einen Geist des Zusammenspiels. Und wir sind wie ihr nicht glücklich darüber, wenn bei Fernsehpreisen Autoren einfach nicht eingeladen werden. Das sind mit die Schöpfer unserer Werke. Wir gehören zusammen. Gebt das bitte gerne weiter, denn diese Haltung soll nicht unerwähnt bleiben. Sie ist in der Produzentenallianz einheitlich vertreten, auch wenn man es vielleicht anders hört. Wir sind eure Partner, und wir wollen es in der Zukunft noch mehr sein, auch wenn das für uns bedeutet, dass wir gemeinsam in manchen Dingen auch umdenken müssen.

Tarifpartner

Zum Thema Tarifpartner: Wir haben mit ver.di in Ihnen – Herr von Fintel, Herr Werneke – Partner gefunden, mit denen man pragmatisch arbeiten konnte. Wir haben seit 2008 die Tarife miteinander verhandelt. Wir haben erstmalig 2013 mit den Branchenverbänden gemeinsame Vergütungsregeln – die Umsetzung des neuen Urheberrechts 2002 und 2008 – gefunden. Auch das ist für uns eine gute Erfahrung. Der Koordinierungsaufwand, alle diese Partner unter einen Hut zu bringen, ist enorm. Aber wir fühlen uns sehr wohl in dem Gespräch, weil es pragma-

tisch ist. Und wir hoffen, dass ihr die Besonderheiten unserer Branche auch weiter bei ver.di und in den Berufsverbänden so betonen könnt, dass wir in der Arbeit nicht durch zu viele administrative Hindernisse einfach erlahmen bzw. den Film in seiner Produktion dann schädigen. Auch euch gebührt die Anerkennung, dass wir in den letzten Jahren mit euch eine tolle Partnerschaft und konkrete Ergebnisse bringen konnten, die uns alle weiterbringen.

MeToo-Debatte

Ein klares Wort zu einer Diskussion, die uns alle sehr beschäftigt und manche von uns – das sage ich auch für mich – sehr betroffen macht: Wir haben eine ganz klare Haltung zu der MeToo-Debatte, die wir schon mehrfach deutlich gemacht haben. Wir sind klar gegen Missbrauch jeglicher Art. Das künstlerische Schaffen ist angewiesen auf gegenseitigen Respekt und Sorge um den anderen – auch auf Fürsorge. Wir sind als Arbeitgeber und als Menschen – das gebietet schon der Anstand – verantwortlich und leben es auch so, dafür zu sorgen, dass das, was wir für das künstlerische Miteinander brauchen, auch wirklich eingehalten wird. Deswegen werden wir dazu einen Verhaltenskodex nach dem Vorbild des Codes of Conduct der SAG formulieren, den

Wir sind klar gegen Missbrauch jeglicher Art. Das künstlerische Schaffen ist angewiesen auf gegenseitigen Respekt und Sorge um den anderen.

wir unseren Mitgliedern an die Hand geben. Gleichzeitig wollen wir eine branchenübergreifende Beschwerdestelle nach Kräften unterstützen. Wir sind der Meinung, dass das ein allgemeines Thema ist, kein film- oder produzentenspezifisches, und glauben nicht, dass es sich mit einzelnen Beschwerdestellen in einzelnen Unternehmen oder einzelnen Branchen lösen lässt.

Ich will aber auch eines noch ganz deutlich sagen, weil das oft ein bisschen durcheinandergeht: Wir müssen das Thema Missbrauch deutlich von der politischen Diskussion um Gleichstellung in unserer Branche lösen. Auch die ist wichtig, darf aber nicht dazu genutzt werden, das strafrechtlich relevante Thema zu verniedlichen. Es sind zwei getrennte Dinge. Wir sind klar gegen den Missbrauch von Macht. Aber die Gleichstellungsdiskussion sollten wir davon getrennt halten.

Partner und Initiativen

Zum Schluss vielleicht noch ein paar Partner, die auch wichtig wa-

***Wir werden uns auch
in der Zukunft weiter
dafür engagieren, dass
der Einstieg in unsere
Branche nicht grundsätzlich
unmöglich gemacht wird.***

ren für unseren Weg: Ich möchte insbesondere an dieser Stelle betonen, dass wir sehr stolz darauf sind, dass es über die VFF, lieber Johannes, gelungen ist, die Limburger Lösung zu etablieren, also das Durchsetzen der Pensionskasse. Auch die Sender haben da mitgeholfen: ganz prima. Und auch an unsere Partner von der Pensionskasse ein großes Dankeschön. Die Mitglieder der Pensionskasse haben jetzt neben der Auftragsproduktion auch für die Koproduktion Sicherheit.

Wir sind auch sehr froh, dass es mit unserer PAIQ – das ist die Produzentenallianz-Initiative für Qualifikation – gelungen ist, das Praktikum, das wegen der Einführung des flächendeckenden Mindestlohns als Einstieg in unsere Branche so ja nicht mehr realisiert werden kann, durch ein eigenes Instrument zu ersetzen: das Volontariat, sowohl im Entertainmentbereich als auch im Fiktionsbereich. Und ich darf sagen, dass wir hier mit vielen Menschen äußerst erfolgreich unterwegs sind. Ich glaube, es sind nur noch in München ein paar Plätze frei,

ansonsten ist es ausgebucht. Ich kann euch nur empfehlen, euch das einmal genauer anzusehen. Das Angebot zeigt auch, dass die Produzentenallianz auch in diesem Bereich versucht, Lösungen zu finden.

Mit einer anderen Auswirkung des Mindestlohns sind wir noch nicht weitergekommen: Uns kann nicht gleichgültig sein, wenn an Hochschulen oder sonstwo Menschen einfach ihren ersten Film machen wollen und ihnen dadurch ein rechtliches Desaster droht. Auch hier müssen wir mit unseren Partnern Lösungen für den Debütfilm genauso wie für den Hochschulfilm finden. Wir werden uns als Produzentenallianz auch in der Zukunft weiter dafür engagieren, dass der Einstieg in unsere Branche nicht grundsätzlich unmöglich gemacht wird.

Neben denen, die ich eben genannt habe, sind noch viele, denen ich herzlich danken möchte: Andrea Schneider, Jens Steinbrenner, Nora Pitschmann, aber auch Juliane Müller oder Boris Frank. Ihr habt in der Produzentenallianz – zum Teil von Anfang an – eine tolle Arbeit geleistet. Ich bin sehr froh, dass im Zusammenspiel mit Mathias Schwarz und Candy Lange die Produzentenallianz Services entstanden ist. Die PAIQ habe ich bereits erwähnt, hier danke ich Oliver Castendyk

und wiederum Juliane Müller. Und nochmal Boris Frank für unser jüngstes Baby, den Carl Lammle Produzentenpreis.

Haupt- und Ehrenamt

In der Produzentenallianz sind 40 Produzenten ehrenamtlich tätig, die täglich in den Vorständen daran arbeiten, dass wir weiterkommen. Und: Wir arbeiten mit einer hervorragenden Geschäftsführung, ich habe die meisten Namen schon erwähnt.

Am Schluss einfach nur: Lieber Christoph, dass du dich beiterklärt hast, mit uns zu arbeiten, war das Beste, was uns passieren konnte. Von dir habe ich wahnsinnig viel gelernt. Politik ist schwer, weil es das Bohren dicker Bretter ist. Aber es ist schön, weil es sehr viel mit Menschen zu tun hat, mit Verlässlichkeit und Zuverlässigkeit, um so mehr, wenn man nach den normalen Grundsätzen einer präzisen Arbeit – Handwerk – auch große Erfolge erreichen kann. Ich bin dir sehr dankbar, dass du uns Produzenten solche Erfolge beschert hast und dass du jetzt schon im zehnten Jahr mit uns bist. Das war am Anfang auch nicht sicher. Ich erinnere mich noch an unsere erste Diskussion, da hast du gesagt: „Diese Struktur hält nicht lange.“ Du hast allerdings nie gesagt, was genau du

damit meinst. Nach zehn Jahren kann ich sagen: Die Struktur hält immer noch. Ich glaube, mit „lange“ meinstest du wohl mindestens die nächsten zwanzig Jahre.

Eigentlich bin ich fertig. Ich will euch nur noch zurufen: Es seid ihr, die die Produzentenallianz ermöglicht haben. Es ist euer Impetus. Es ist unser Zusammenspiel. Wir sind es selber, die unsere Geschicke in die Hand nehmen. Das macht die Produzentenallianz so attraktiv. Wir haben Erfolge, wenn wir so zusammenarbeiten.

Dank an die Sponsoren

Zum Schluss möchte ich den Sponsoren unseres Deutschen Produzententages 2018 danken: Großen Dank an unseren Partner SingularDTV, das Blockchain Entertainment Studio, das uns hier zum Frühstück eingeladen hat. Sie ermöglichen uns als Kreativschaffenden eigene Arbeiten zu finanzieren, zu entwickeln, zu vermarkten und zu vertreiben. Wir begrüßen und danken wieder herzlich dem Team von Sixt mov(i)es. Weiterhin danken wir Getty Images, Adag Payroll Services, der Hotelagentur B2B Trip, der Deutschen Filmversicherungsgesellschaft sowie der Presseversorgung Grunow. Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung, ohne die wir diesen Tag nicht veranstalten könnten.



Charles H. Rivkin

CEO und Chairman der Motion Picture Association of America

Studium der Politikwissenschaft in Yale und Harvard. CEO von u.a. The Jim Henson Company. US-Botschafter in Frankreich und Monaco. Assistant Secretary of State for Economic and Business Affairs im US-Außenministerium.

Charles H. Rivkin

REMARKS FOR THE GERMAN PRODUCERS ALLIANCE

Good morning. Thank you, Alexander, for those kind words—and thank you for everything the Producers Alliance has done to support creativity in Germany and across Europe.

In just ten years, the Producers Alliance has grown from 80 member companies to more than 250, working across every aspect of film and television. You have become a powerful voice for Germany's artists and storytellers, and a vital partner of the global film and television industry I am proud to represent.

Congratulations on your 10th anniversary, and thank you again for your tireless work.

Last year, Culture Minister Grütters launched the DFFF II funding program to make production incentives across Germany more competitive. She is a champion for the creative industries, having led the coalition negotiations for this sector. Minister Grütters recognizes the economic benefits culture and creative industries bring to Germany, and I thank her for her leadership.

It is truly a pleasure to be here

at the Berlinale among colleagues, creators, and innovators, who all share a passion for film and the human connections it creates around the world.

The American film director and screenwriter, Kenneth Lonergan—who brought global audiences *The Gangs of New York*, and more recently, *Manchester by the Sea*—once said, “Filmmaking, like any other art, is a very profound means of human communication; beyond the professional pleasure of succeeding or the pain of failing, you want your film to be seen, to communicate itself to other people.”

The Berlinale is an inspiring celebration of humanity and the bonds we forge through film. It brings cultures and peoples together, and allows artists to share their stories with diverse audiences.

I have seen firsthand the power of film and television to build understanding across borders during my time both as an Ambassador to France and at the U.S. State Department. And I see that power right here at the Berlinale. Look

at the Competition category for this year's festival. The 24 films selected represent 24 different countries—from Iran and Ireland, Argentina and Austria, to Switzerland and Sweden. Among these productions, Marcelo Martinessi's film *Las Herederas*—or *The Heiresses*—is the first feature film from Paraguay ever invited to compete for the highest award. Renowned German filmmaker Christian Petzold returns to the Berlinale, six years after his triumphant *Barbara*, for the world premiere of *Transit*.

The festival will also debut its first Rwandan feature film. *Imfura* shows us humanity in its rawest form, based on director Samuel Ishimwe's experiences immediately following the Rwandan genocide. The themes it explores, those of loss, self-discovery, and the meaning of family, stir emotions in us all. Which was exactly Samuel's purpose. He said, "To be selected at one of the top festivals in the world means that what we did resonates with a universal audience." Indeed, his film, among the nearly 400 others of every genre, length, and format being screened across these 10 days, delivers a human connection. These works address urgent social and political issues, from immigration and sexuality to terrorism and overcoming adversity. They offer a glimpse into the realities of others

and show us just how much we all have in common.

But before they touch hearts or challenge our minds, these films are made possible by the innovation and collaboration that drive the creative process. Artists and creators unite across cultures and continents to tell these stories. Tonight's opening film, *Isle of Dogs*—a quirky stop-motion animated feature from Wes Anderson—is a perfect example. The story was inspired by Japanese society, written and directed by an American, and filmed in the UK. Cultures and perspectives came together to create something profound. And it was co-produced by the famed Studio Babelsberg, which I had the pleasure of touring just yesterday.

Where else can you find global cooperation that leads to such unique creations? The ability to work together is one of the great strengths of our sector. And it is that shared purpose that helps the MPA and the Producers Alliance collaborate on the most pressing issues facing our industry today.

As the European Commission considered the Digital Single Market, we stood side by side to uphold the funding model that is vital to cross-border collaboration in Europe. The direct involvement of producers, creators, and artists across Europe made the difference in our advocacy. The Pro-

***We are a digital industry.
The Digital Single Market
should be our market.***

ducers Alliance was so critical to this effort, in Brussels and across the continent, and I thank you for your partnership.

Together, we reminded policy-makers that weakening copyright and IP protections will have a devastating effect on our industry. Doing so would limit our ability to continue to produce the wonderful films and TV shows and series that all of us enjoy so much.

We are a digital industry. The Digital Single Market should be our market, and it should be built to help creativity thrive. This includes the need for territorial exclusivity. I led a production company that relied on exclusive territorial presales to finance our productions. I know that exclusivity is the lifeblood of our industry. And while we have made important progress on this crucial issue, we have much more to do.

If policy frameworks do not protect our innovations, we could lose so much of the creativity made right here in Europe. Over the past 25 years, our member companies have partnered to produce more than 200 local films in Europe, including many successful German films like *In the Fade* and *Honey in the Head*. In that same period, MPA members have acquired distribution rights for another 800 local films, and partnered with local EU creative companies to produce more than

500 local television series and specials.

We've seen such creative works as *You are Wanted* from Amazon and Warner Bros. Germany, the Netflix series *Dark*, which is among its most-watched non-English shows, and the series *Babylon Berlin* from acclaimed Producers Stefan Arndt and Michael Polle.

We must do everything in our power to cultivate this creativity. That includes protecting these works from theft and the global threat of online piracy. Last year, there were an estimated 21.4 billion total visits to streaming piracy sites worldwide on both desktops and mobile devices. It is an existential threat to our industry and creators everywhere. It demands our attention and summons us to action.

To that end, I am proud that in June 2017, MPAA helped bring together 30 leading content creators, including Germany's own Constantin Film and Studio Babelsberg, to form the Alliance for Creativity and Entertainment. This global collaboration has already seen important victories against illicit streaming devices like Tickbox in the United States,

and the elimination of apps that enable access to pirated content, here in Europe and in other parts of the world. Beyond protecting the films and television programs we all love, ACE and other collaborative anti-piracy efforts around the world are the front-line defense for the global creative economy.

For wherever film and television shows are made, real economic opportunity follows. This morning, across Europe, more than 11 million men and women went to work in a job dependent, either directly or indirectly, on creative industries like film and television. Of those 11 million hard-working filmmakers, makeup artists, set designers, caterers, vendors and more, 160,000 are part of Germany's film and television industry. In total, our sector generates more than 24 billion Euros in economic activity in this country, and contributes 914 billion Euros to the entire European GDP. This economic impact, coupled with the creative process that brings together different experiences and perspectives, makes our industry a force for good the world over.

We must always remember that. We must always be proud of that.

*When creativity thrives,
economies expand.*

And we must carry that message to the halls of power – in Berlin, in Brussels, and in Washington. We must continue our work together as we tackle such issues as territoriality and advocate for strong copyright provisions in the Digital Single Market. We must constantly tell policymakers that the decisions they make will affect how we tell stories in Paraguay, Rwanda, Germany, the United States, and across the globe. We must lift the voices of visionaries like Marcello Martinesi. We must highlight creators like Samuel Ishimwe. We must celebrate the innovative genius at Studio Babelsberg.

Just as those artists are champions for their craft, we must be champions for them, and indeed storytellers everywhere. We have a profound opportunity to raise them up, to show the world that creativity is among our most important values because the power of human connection through film is stronger than ever.

That connection, the humanity we all share when a story inspires us, opens minds and doors for our message. So I am here today to tell you, to tell the world, when creativity thrives, economies expand. When creativity thrives, communities and workers make progress. When creativity thrives, we make a better world for all of us.

Let's tell that story. Together.
Thank you.

Dr. Beatrice Kramm

WIR SIND MEHR ALS ROTER TEPPICH

*Wie die Filmindustrie Innovationen und
Wachstum in der Wirtschaft vorantreibt*

Meine Damen und Herren, ich stehe hier nicht als Produzentin, sondern als Präsidentin der Industrie- und Handelskammer zu Berlin. In dieser Funktion werde ich häufig gebeten, Reden zu den unterschiedlichen Branchen und Themen zu halten. Ich gebe zu: Als Alexander Thies mich fragte, habe ich gezögert. Denn nichts ist so schwer wie der Spagat zwischen zwei Bereichen, die man gleichermaßen liebt. Immer kommt einer zu kurz.

Erlauben Sie mir also, zunächst präsidial zu werden und die folgenden Minuten dafür zu nutzen, um den Fokus zu weiten und nicht nur über uns Produzenten und die Filmwirtschaft zu sprechen, sondern auch über unsere Rolle in der deutschen Wirtschaft insgesamt.

In meiner Funktion als Interessenvertreterin von immerhin 300.000 Unternehmerinnen und Unternehmern in dieser Stadt erlebe ich immer wieder, welche besondere Rolle die Filmwirtschaft über ihre eigene Branche hinaus

hat. National, international: Immer redet man gerne über unsere Bedeutung für Kunst und Kultur und sieht uns als Botschafter Deutschlands. Das ist, das wissen wir alle, komplett richtig. Allerdings hört man viel zu selten, wie wichtig wir volkswirtschaftlich gesehen für die deutsche Wirtschaft sind – schlicht nach harten Zahlen.

Die Filmwirtschaft: Ein bedeutender Industriezweig

Denkt man an Industrie in Deutschland, fallen einem die Autobauer ein, die Maschinenbauer, die Chemieriesen und vielleicht noch der Stahl. Alles richtig – aber auch wir verkörpern einen bedeutenden Industriezweig. Mit über 13 Milliarden Euro tragen die Unternehmen der Filmwirtschaft zur Leistung der deutschen Volkswirtschaft bei. Das katapultiert uns im Vergleich zu anderen Sektoren zwar nicht an die Spitze, aber locker ins Mittelfeld. Für Film und Fernsehen und die verwandten Bereiche – schlicht Medien ge-



Dr. Beatrice Kramm

**Präsidentin der Industrie- und
Handelskammer zu Berlin**

Studium der Rechtswissenschaften in
Berlin und Genf. Referentin Abteilung
Recht und Stadtentwicklung der IHK
Berlin. Seit 2014: Vorsitzende der
Geschäftsführung und Produzentin
der POLYPHON Film- und
Fernsehgesellschaft mbH.

nannt – arbeiten bundesweit über 160.000 Erwerbstätige. Zur besseren Vorstellung: Das sind so viele Menschen wie Potsdam Einwohner hat. Das ist eine beeindruckend hohe Zahl. Aber das ist noch lange nicht alles. Von diesen 160.000 Erwerbstätigen sichert jeder durchschnittlich 2,1 Arbeitsplätze in anderen Branchen: Wir engagieren Caterer, Wachdienste, Verlage und Juristen, wir kaufen, pachten und leihen, wir fragen hoch-, mittel- und niedrigqualifizierte Dienstleistungen nach, teure und nicht so teure. Am Ende schaffen wir Aufträge und Arbeit in allen Bereichen der deutschen Wirtschaft.

Filmproduktionsort Berlin

Besonders auffällig wird das in Berlin. Ganz Berlin ist ein Drehort, und das ist auch gut so. Wer sich von den vielen Dreharbeiten in unserer Stadt gestört fühlt, versteht einfach nicht, wie wichtig unsere Branche für Berlin ist. Nämlich nicht weniger als das, was die Automobilindustrie für Stuttgart bedeutet und der Hafen für Hamburg. Nicht nur als Arbeitgeber und Steuerzahler – auch prägend für das Image, das Lebensgefühl dieser Stadt, für uns Berliner und für alle, die von der Welt aus auf uns schauen.

Zugespißt ausgedrückt: Wer in Berlin lebt, macht entweder selbst

Und was macht die übrige Wirtschaft? Die profitiert nachhaltig von uns.

etwas mit Medien oder kennt Leute, die etwas mit Medien machen – nicht selten in Film und TV, aber natürlich dürfen hier die Kollegen der Musikindustrie, aus Print und auch aus dem stetig wachsenden Bereich der Games-Industrie nicht vergessen werden.

Und was macht die übrige Wirtschaft? Nun, die profitiert nachhaltig von uns. Natürlich die Hotellerie, die nicht nur zur Berlinale ausgebucht ist, sondern auch in zunehmendem Maße durch sogenannte „Set-Jetter“. Kennen Sie den Begriff? Ich kannte ihn nicht. Ich nenne das „Set-Tourismus“. Wir wissen alle, dass spätestens nach dem Abschluss von Dreharbeiten ganze Busladungen von Menschen zu vielen dieser Drehorte kommen. Diese profitieren also entscheidend davon, dass wir dort gedreht haben. Natürlich ist das besonders bei Serien so, aber es gilt auch für große internationale Produktionen. Es ist dabei fast egal, ob internationale Top-Serien wie „Homeland“ die 5-Sterne-Hotels füllen oder ein Studentenfilm die Hostels in Friedrichshain. Set-Tourismus ist ein Wirtschaftsfaktor, den man nicht hoch genug einschätzen kann – und der natürlich nicht nur Berlin trifft, sondern

auch Orte wie Eisenach, Bad Tölz, Lübeck – das Glottertal wird auch immer wieder gern genannt..

Die Handwerker, Autovermieter, Taxifahrer, Händler und Gastronomen, die von Produktionen und einmaligen Großereignissen wie der Berlinale profitieren, sind nur die offensichtliche Spitze des Eisbergs.

Berlin ist durch die Filmwirtschaft ein Magnet für die deutsche IT- und Games-Wirtschaft geworden; Heimat digitaler Startups und kreativer Talente. Insbesondere die Games-Industrie – und wir wachsen immer mehr zusammen – wäre nicht dort, wo sie heute ist, würde sie nicht von den immer stärkeren Synergien mit der Filmwirtschaft profitieren.

In Berlin hat sich ein digital-kreatives Cluster entwickelt, das in Deutschland einzigartig sein dürfte. Trennen lassen sich diese beiden Bereiche ohnehin nicht mehr. Nicht nur im Bereich der großen Blockbuster ist eine Vermarktungsstrategie ohne die Games-Branche gar nicht mehr

vorstellbar. Man führe sich nur vor Augen, dass bei „Star Wars – Episode VII“ – zweifellos ein kommerzieller Sonderfall, aber ein besonders augenfälliger – allein 13 Prozent der Erlöse durch die entsprechenden Videospiele erzielt wurden.

Unsere Branche – die Filmwirtschaft – ist ein wichtiger Anker für die oft jungen und kleinen Digitalunternehmen. Wir binden diese Unternehmen in unsere digitalen Produktionsketten ein, und wir ermöglichen diesen Unternehmen den Einstieg in internationale Netzwerke. Mein Fazit für Berlin lautet: Für das kreative Berlin ist die Filmwirtschaft ein wichtiger Nukleus, für viele IT-Unternehmen ein Sprungbrett zu wirtschaftlichem Erfolg.

Aber wir bieten der Stadt außer Arbeit und Aufträgen noch etwas viel Wichtigeres, etwas, was alle wollen und das nur wir zu bieten haben: Glamour! Wir sind ja nicht zufällig im Rahmen der Berlinale hier. Im Berliner Event-Kalender ist sie eines der großen, roten Ausrufezeichen. Sie lenkt den Blick wohlwollend auf unsere Stadt – und was vermag so etwas, wenn nicht der Film mit seinen Stars und Sternchen und roten Teppichen?

Talente, Ideen, Internationalität, Bühnen und Sets: Die Berliner Liberalität ist ebenso entscheidend wie ihre unübersichtliche,

***Für das kreative Berlin
ist die Filmwirtschaft
ein wichtiger Nukleus,
für viele IT-Unternehmen
ein Sprungbrett zu
wirtschaftlichem Erfolg.***

***Wir können der deutschen
Wirtschaft weit mehr geben
als schöne Filme und gute
Unterhaltung.***

verwirrende Größe. Hier in Berlin herrscht eine einmalige urbane Spannung, die es in Deutschland sonst so nicht gibt. Das macht Berlin anziehend für Talente, für junge Leute aus aller Welt – und das ist es, worum es bei uns geht. Kreative Geister, ohne die sich gerade unsere Branche nicht weiterentwickeln könnte.

Ich glaube, dass hier im Saal niemand daran zweifelt, dass die Filmwirtschaft in ihrer wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Bedeutung weit über sich selbst hinausweist. Aber – und jetzt wird es besonders spannend – auch darin erschöpft sich unsere Rolle noch nicht. Wir können der deutschen Wirtschaft weit mehr geben als schöne Filme und gute Unterhaltung. Wir können der deutschen Wirtschaft weitere, unschätzbare Impulse geben. Ich behaupte sogar, dass viele Branchen beim wahrscheinlich wichtigsten Megatrend der Gegenwart von uns lernen können. Ich spreche von der digitalen Revolution. Diese hat uns besonders früh getroffen, und hier ist unsere Branche ein Leuchtturm.

Die digitale Revolution

Ich erinnere mich an meine erste Produktion als Junior Producerin. Diesen Begriff gab es damals, vor 25 Jahren, zwar noch nicht, aber nichtsdestotrotz saß

ich im Schneiderraum neben einem rauchenden Regisseur – ein anderes Thema, auch das hat sich geändert –, und die Bearbeitung jedes Schnittes musste gut bedacht werden. Warum eigentlich? Wir hantierten damals mit Filmschnipseln. Ja, meine Damen und Herren, wir wollen uns alle nicht mehr ganz so gut erinnern, aber diese Schnipsel wurden geschnitten, und sie wurden in der Tat auch geklebt. Und wenn man sie wieder auseinanderschnippeln musste, dann war die Cutterin nicht glücklich und wir alle anderen auch nicht. Daher gab es viel weniger das Prinzip „Trial and Error“. Heute ist es dagegen ganz normal zu sagen: „Let’s fix it in the post“, oder anders gesagt: macht nichts, dass im Bild etwas nicht stimmt – die digitale Nachbearbeitung macht vieles möglich.

Aber nicht nur das. Die digitale Technik machte es möglich, dass Dinosaurier laufen lernten, dass das Wort „Spiel“ eine neue interaktive Dimension bekam, dass wir in einen Körper hineingucken konnten und dass Animation nicht mehr zwingend etwas mit Zeichentrick zu tun hat. Digitale Technik führt dazu, dass wir heu-

te mit den Kollegen der Games-Branche zusammensitzen und vor allen Dingen vom Gleichen reden. Ich bin mal gespannt, wann diese Entwicklung auch hier in unserer Produzentenallianz ankommt.

Und es gibt noch etwas anderes, was die digitale Revolution für uns bewirkt hat, und das ist das Internet. Das klingt in heutigen Ohren immer so profan. Aber erinnern Sie sich bitte, vor zehn Jahren, als die Produzentenallianz gegründet wurde, war das Internet noch überwiegend stationär. YouTube war in seinen Anfängen und garantiert noch kein Ort, wo im Wochentakt Influencer geboren wurden. Netflix – das sage ich besonders gern – war ein Online-Bestellservice für DVDs, die man ganz analog mit der Post nach Hause geschickt bekam, dann durfte man sie angucken, und dann musste man sie auch wieder zurückschicken. Das sind die Anfänge von Netflix, meine Damen und Herren. Wir können uns das heute nicht mehr vorstel-

Von Filmen oder Fotoemulsionen ist praktisch überhaupt nichts mehr übrig. Aber „Allianz Deutscher Filmsensornutzer“ wollen wir uns wohl dennoch nicht nennen.

len, denn in diesen zehn Jahren hat sich unsere Branche wirklich im Sprinttempo digitalisiert.

Von Filmen oder Fotoemulsionen ist praktisch überhaupt nichts mehr übrig. Aber „Allianz Deutscher Filmsensornutzer“ wollen wir uns wohl dennoch nicht nennen. Wir schneiden heute auch keine Filme mehr, wir sortieren Bits and Bytes. Aber diese digitalen Codes können wir zu Welten verbauen, wie es uns früher niemals möglich war. Alles, was denkbar ist, lässt sich heute visualisieren. Alles, wovon wir träumen, können wir unserem Publikum zeigen. Hochauflösend, dreidimensional oder auch in 360 Grad. Und wer weiß, was morgen schon erfunden wird.

In der Postproduktion sind die analogen Prozesse vollständig dem Digitalen gewichen. Unsere Branche hat dadurch nicht nur Schnittmengen zur Games-Industrie gewonnen, sondern zum Beispiel auch zur Medizintechnik, die in der Filmwirtschaft entwickelte Bildtechnologien einsetzt – wir sehen es an der Uni Potsdam.

Dieses Tempo mitzugehen, ist uns nicht immer leichtgefallen. Am Anfang waren wir alle nicht ganz sicher, was wir mit Bits and Bytes anfangen sollten. Und Sie erinnern sich wahrscheinlich auch an die Zeiten, in denen das Internet so langsam war, dass wir uns nicht vorstellen konnten, dass

Wir haben den Wandel nicht nur angenommen, wir haben ihn gestaltet.

jemals bewegte Bilder darüber gesendet werden können. Nun, das ist eine Vergangenheitsbetrachtung. Wir haben den Wandel nicht nur angenommen, wir – und das ist etwas Besonderes – haben ihn gestaltet. Denn wir haben früh gespürt, dass für uns große Chancen in der Digitalisierung liegen. Je mehr Möglichkeiten es gibt, bewegte Bilder zu schauen, desto mehr Inhalt wird gefragt. Ob YouTube, Telekom, ZDF, Das Erste, ProSieben, RTL, Netflix oder Amazon – all diese Abspielstationen, die ja eigentlich Sender sind, eint ein Bedürfnis: Sie brauchen Content, möglichst unverwechselbar und gerne exklusiv.

Content is King

Der große Hype um Serien kann uns also eigentlich nicht überraschen. Bei einem Überangebot von Sendern – wie gesagt: Ich verstehe unter Sender alles, wo Content abgerufen wird – braucht es ein identitätsstiftendes Moment. Man muss versuchen, den Zuschauer an eine Plattform zu binden. Eine Serie bietet einem Sender diese Möglichkeit, Identität zu schaffen, neugierig zu machen, und eine Serie ist auch der Grund, immer wieder dort zu suchen, um neue Bilder, neue Geschichten zu konsumieren.

Content is King, das zeigt sich in jeder unserer Firmen. Und,

meine Damen und Herren, ich bin davon zutiefst überzeugt, dass es hier nicht nur darum geht, die beste internationale High-End-Serie zu produzieren. Wir alle können sehr stolz sein auf die fantastischen Erfolge, die wir im internationalen Markt erzielt haben. Aber High-End-Serien sind zu teuer, sie werden von einzelnen Produktionsfirmen, von einzelnen tollen Producern produziert, aber es werden nicht alle davon profitieren können. Die Sender, die Abspielstationen, haben gar nicht das Geld, derartige Serien 24 Stunden am Tag in immer neuer Qualität zur Verfügung zu stellen. Also, worum geht es dann bei Content is King? Um kleine und große Projekte, identitätsstiftende Projekte, Serien, über die man lachen kann, kurze Serien, lange Serien, Low Budget und High Budget. Es geht in Wirklichkeit um jede Programmfarbe, die wir uns überhaupt nur denken können. Und vermutlich gibt es noch ganz viele, die wir uns einfach nur noch nicht denken können.

Innovation

Vor allem, meine Damen und Herren, geht bei uns um Inno-

vation. Und da ist es mir ganz wichtig, noch mal darauf hinzuweisen, dass Trial and Error eine erlaubte Möglichkeit sein sollte. Seien wir ehrlich: Wir alle haben nicht nur Filme und Serien produziert, die gut und erfolgreich waren. Aber wir haben sie immer mit einer sehr großen Leidenschaft produziert, mit einer tiefen Überzeugung von dem, was wir tun, mit einem großen Willen zum Erfolg – und das 24 Stunden am Tag.

Und hier ist die gute Nachricht: Ideen brauchen Menschen. Ideen kann man nicht programmieren. Auch wenn man schon lange über künstliche Intelligenz nicht nur nachdenkt, sondern auch schon wichtige Schritte in die entscheidende Richtung gemacht hat. Wir wissen, dass wir schon auf einem sehr guten Weg dahin sind, an vielen Stellen ersetzbar zu werden. Aber Geschichten erzählen – und ich meine nicht nur Geschichten für fiktionale Programme, sondern auch Geschichten in Dokumentationen und für Entertainmentformate – können nur Menschen, denn dafür braucht es Phantasie, Erfahrung und Bauch. Darauf kann man keine Maschi-

ne programmieren. Und genauso wenig ist Gefühl in Bits and Bytes aufzuspalten.

Vor 15 Jahren bei den L.A. Screenings rief uns ein Verantwortlicher eines US-Studios zu: „Content is King!“ Was meinte er damit? Er meinte, wir sollten vor der sich abzeichnenden Entwicklung keine Angst haben. Und ich will Ihnen sagen, am Anfang hatten wir Angst. Wir hatten Angst, dass uns die deutschen Programme vielleicht über den starken internationalen, insbesondere den amerikanischen Markt abhandeln könnten. Heute wissen wir es besser, wissen, dass deutsche Sender auch deutsches Programm brauchen. Dies zu erkennen, war ein entscheidender und bedeutender Schritt für uns alle. Wir konnten erkennen, dass das Neue, das Digitale, eine Chance ist und wir keine Angst zu haben brauchen. Dies können andere Wirtschaftszweige definitiv von uns lernen.

Die Botschaft der Medienwirtschaft könnte also sein: Die digitale Transformation hat eben erst begonnen. Schaut auf uns, wir haben die Rezepte, um erfolgreich zu sein.

In anderen Branchen sieht das ganz anders aus, und das merke ich immer wieder, wenn ich mit Berliner Unternehmern spreche, vor allem im kleinen und mittleren Segment. Händler, Dienst-

***Ideen brauchen Menschen.
Ideen kann man nicht
programmieren.***

leister, Bauunternehmer und natürlich auch die Industrie: Viele wissen noch gar nicht, was auf sie zukommt, viele denken, dieser Kelch könnte an ihnen vorübergehen. Ich versichere immer wieder und jedem Einzelnen: Das wird so nicht sein. Das ist definitiv falsch. Mein Vater, der mein Vorgänger bei der Polyphon war, ließ sich seine eingehenden Mails noch ausdrucken und in die Aktenmappe legen. Heute leben wir praktisch in einem papierlosen Büro. Allerdings nur fast, jedenfalls, solange uns die Finanzverwaltung noch zwingt, Rechnungen zehn Jahre aufzuheben.

Aber auch das, meine Damen und Herren, werden wir noch hinkommen.

Wir, die Filmwirtschaft, wurden aufgrund des internationalen Wettbewerbs früher und intensiver als alle anderen Branchen mit der digitalen Revolution konfrontiert. Unsere Geschäftsmodelle haben sich massiv gewandelt, und sie werden sich noch weiter wandeln, denn auch die Ansprüche unserer Endkunden – der Zuschauer – wandeln sich rasant. Die Sehgewohnheiten der Unter-Vierzigjährigen unterscheiden sich grundlegend von denen älterer Semester. Lineares Fernsehen verliert an Zuspruch, während Video-on-Demand-Dienste zunehmend als neuer Standard empfunden werden. Aber, meine

Wir konnten erkennen, dass das Neue, das Digitale, eine Chance ist und wir keine Angst zu haben brauchen. Dies können andere Wirtschaftszweige definitiv von uns lernen.

Damen und Herren, keine Angst! Auch unsere Kinder gucken Fernsehen, sie wissen es nur nicht.

Algorithmen

Im Vergleich zum linearen Fernsehen gibt es noch etwas Neues bei den VoD-Plattformen: den Rückkanal. Die Plattformen versenden nicht nur Daten, sie empfangen auch welche – von den Abonnenten. Algorithmen dienen dazu, die Präferenzen und Gewohnheiten der Abonnenten zu analysieren, um neue, maßgeschneiderte Angebote zu finden. Für den Kunden mag dies auf den ersten Blick ein Segen sein. Aber seien wir ehrlich: Wäre es nicht zu schade, wenn wir alle nur noch das sehen könnten und würden, was wir gerade sehen wollen? Wo bliebe da der Blick über den Tellerrand? Wo bleibt die neue Inspiration, wenn ich nur noch das zu sehen bekomme, was ich laut meiner Algorithmen besonders gerne sehe? Das wäre wirklich gefährlich, und zwar nicht nur für

den Einzelnen, sondern für die ganze Gesellschaft.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk

Als Filmschaffende, aber auch als Konsumentin, als Mutter und als politischer Mensch kann ich sagen, dass sich gerade in Deutschland über Jahrzehnte insbesondere mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk – aber natürlich nicht nur da – eine Struktur entwickelt hat, die uns als Publikum einen Blick über den Tellerrand hinaus ermöglicht. Eine der großen Herausforderungen der Digitalisierung im Filmmarkt wird sein, dieses Selbstverständnis und den

Freiwillig zahlen die Zuschauer nur für Porno, Sport und Unterhaltung.

gesellschaftlichen Auftrag gerade des öffentlich-rechtlichen mit dem des rein marktfixierten Digitalangebotes auszugleichen. So sind etwa Formate, die politische, gesellschaftliche und wirtschaftliche Debatten tagesaktuell abbilden, im VoD-Markt nicht zu finden – und werden wohl bis auf weiteres nicht zu diesem Angebot zählen.

Öffentlich-rechtliches Fernsehen, meine Damen und Herren, wird nach meinem Gefühl immer

wichtiger. Durch den Rundfunkbeitrag, den wir alle leisten wollen, sind nur dort Formate möglich, die politische, gesellschaftliche und wirtschaftliche Debatten tagesaktuell abbilden.

Freiwillig zahlen die Zuschauer nur für Porno, Sport und Unterhaltung. Meine Damen und Herren, lassen Sie uns sicherstellen, dass die Gebühren weiter fließen, damit die Menschen immer wieder von Programmen überrascht werden können, die eigentlich gar nicht zu ihrem persönlichen Algorithmus passen.

In diesem Saal sind viele Vertreter unserer Branche, die mit fantastischen Dokumentationen und Reportagen das Programm bereichern. Auch mit solchen Formaten leisten alle Sender einen wichtigen Beitrag dazu, die Bürger informiert und die Demokratie in unserem Land vital zu halten. Natürlich entspannt sich die Diskussion nicht alleine um Amazon, Netflix und Co. Die Auswirkungen der Digitalisierung haben bekanntlich längst auch das Serviceangebot der Öffentlich-Rechtlichen erreicht. Die Auseinandersetzung darüber, wie Lizenzfragen auf europäischer Ebene zu behandeln sind, oder der Streit um das richtige Maß bei der Ausweitung von On-Demand-Angeboten der öffentlich-rechtlichen Sender – diese Debatte steht noch ganz am Anfang.

Ich glaube aber sowohl als Produzentin als auch als Konsumentin und auch als Vertreterin allgemeiner wirtschaftspolitischer Interessen sagen zu können: Die deutschen Produzenten sind zu Recht stolz darauf, gute und vielfältige Inhalte zu liefern, die ihren Beitrag für eine offene, demokratische Gesellschaft leisten. Das setzt voraus, dass auch im digitalen Zeitalter die Grundlagen dafür erhalten bleiben, inhaltliche Vielfalt mit wirtschaftlichem Erfolg zu verknüpfen.

Ich jedenfalls wünsche mir, dass beim 20. Jubiläum der Produzentenallianz in zehn Jahren die Zahl der Produktionen nicht kleiner, sondern viel größer geworden sein wird, und dass wir in einen größeren Saal gehen müssen, um dieses zwanzigjährige Jubiläum zu feiern. Das erfordert natürlich auch eine ausgesprochen wachsame Politik. Ich will mich damit nicht lange aufhalten, denn Frau Staatsministerin Grütters wird uns ja gleich die Perspektiven und Projekte der Filmpolitik für die neue Legislatur darlegen.

Und so bleibt mir nur am Ende, sehr geehrte Damen und Herren

Die deutschen Produzenten sind zu Recht stolz darauf, gute und vielfältige Inhalte zu liefern, die ihren Beitrag für eine offene, demokratische Gesellschaft leisten.

und vor allen Dingen liebe Kolleginnen und Kollegen, festzuhalten: Zehn Jahre Produzentenallianz, das sind zehn Jahre Erfolgsgeschichte einer Branche, die viel bewegt: für die Menschen – unsere Zuschauer –, die unterhalten und auch informiert werden wollen, für das Image eines Landes, das sich als Bewahrer einer reichen und kulturellen Tradition versteht. Und schließlich auch für die Wirtschaft insgesamt, die an so vielen Stellen von uns Filmschaffenden profitiert.

Filmwirtschaft, das ist wahrlich mehr als roter Teppich. Das sind Arbeitsplätze, Innovationen. Das ist Wertschöpfung für benachbarte Branchen. Lassen Sie uns gemeinsam dieses Selbstbewusstsein mitnehmen – und nicht nur für die nächsten zehn Jahre.



Prof. Monika Grütters MdB

**Staatsministerin für Kultur und
Medien der Bundesregierung**

Studium u.a. der Germanistik und
Politikwissenschaft in Münster und Bonn.

Honorarprofessorin für
Kulturmanagement an der FU Berlin.

Seit 2005: Mitglied des Deutschen
Bundestags. Vorsitzende des CDU-
Landesverbands Berlin.

Prof. Monika Grütters MdB

AKTUELLE FILMPOLITISCHE ENTWICKLUNGEN

Meine sehr verehrten Damen und Herren: „Es wird nach einem Happy End / im Film jwöhnlich abjblndt“, so beginnt ein wunderbares Gedicht mit dem Titel „Danach“, in dem Kurt Tucholsky in schnoddriger Berliner Schnauze die klassische Liebesgeschichte aus dem Kino weitererzählt. Auf ein glorreiches Happy End folgt der graue Ehealltag. Und darum wird beim Happy End im Film „jwöhnlich abjblndt“, so heißt es bei Tucholsky.

Zumindest was politische Ehen – oder sagen wir besser: politische Lebensabschnittspartnerschaften – betrifft, wird nach dem Happy End aber gewöhnlich nicht abjblndet, sondern in unserem Fall ganz im Gegenteil. Nach dem späten Happy End der Koalitionsverhandlungen erwarten Medien und Öffentlichkeit gespannt den Beginn des Beziehungsalltags. Und nicht nur die Produzentenallianz fragt uns, wie es nun weitergeht, wenn die Verbindung zwischen Union und SPD denn, in Gottes Namen, auch den Segen der SPD-Mitglieder bekommt.

Im Internetsprech gibt es für

einen derartigen Beziehungsstatus eine prägnante Beschreibung: „Es ist kompliziert.“ Eben das schränkt mich in meinem Vortrag zur aktuellen filmpolitischen Entwicklungen, mit dem ich in Ihrem Tagungsprogramm angekündigt bin, natürlich ein klein wenig ein. Ich kann Ihnen, solange ich nur geschäftsführend im Amt bin, leider keinen über den Koalitionsvertrag hinausgehenden detaillierten Ausblick auf die Filmpolitik der kommenden Jahre geben. In Aussicht stellen kann ich aber schon jetzt, ich zitiere: „dass wir die internationale Wettbewerbsfähigkeit des Film- und Medienstandortes Deutschland in seiner thematischen und regionalen Vielfalt nachhaltig sicherstellen und die kulturelle und wirtschaftliche – beides! – Filmförderung mindestens auf dem aktuellen Niveau fortsetzen wollen.“

So steht es wortwörtlich im Koalitionsvertrag, konkretisiert durch die Ankündigung, die bestehenden Förderinstrumente, ich zitiere weiter: „besser aufeinander abzustimmen und eine umfassende Förderung audiovi-

sueller Inhalte, also Kino, Serien, High-End-TV, VFX, Animation, Virtual Reality einzuführen.“ Für die damit avisierte weitere Stärkung der deutschen Film- und Medienwirtschaft und natürlich auch des Produktionsstandortes Deutschland habe ich mich in den Verhandlungen wirklich stark gemacht.

Filmförderung der Bundesregierung

Als ich vor einem Jahr hier bei Ihnen zu Gast war, konnte ich eine beachtliche Aufstockung der Fördermittel ankündigen. Heute kann ich sagen, dass der DFFF 2018 wahrscheinlich so gut gefüllt sein wird wie – seien wir mal ehrlich – nie zuvor. Aller Voraussicht nach mit 125 Millionen Euro. Hinzu kommt natürlich auch der massive Aufwuchs, den ich 2016 mit der Verfünfachung für die kulturelle Filmförderung erreichen konnte. Sie liegt mir – das wissen Sie – als filmpolitische

Rechnet man alle Fördermaßnahmen zusammen, stehen jährlich inzwischen rund 150 Millionen Euro allein für die Produktionsförderung bei der BKM zur Verfügung.

Ermutigung zum Experiment besonders am Herzen. Rechnet man alle Fördermaßnahmen zusammen, stehen jährlich inzwischen rund 150 Millionen Euro allein für die Produktionsförderung bei der BKM zur Verfügung. Damit ist Deutschland im internationalen Standortwettbewerb jedenfalls ganz vorne mit dabei.

Der DFFF hat entscheidend zur internationalen Wettbewerbsfähigkeit des Filmstandorts Deutschland beigetragen. Seit seinem Start 2007 bis Dezember 2017 wurden 1187 Filme mit rund 651 Millionen Euro gefördert. Allein in Deutschland sorgten diese Fördergelder für Folgeinvestitionen in Höhe von rund 3,8 Milliarden Euro – so etwas tut einer Politikerin gut, wenn sie das auch mal im Kabinett verkünden darf. (Applaus)

Das ist Ihr Applaus. Sie sorgen ja für diese Folgeinvestition, da applaudiere also ich Ihnen.

Die Erweiterung des DFFF, die ich 2017 gemeinsam mit dem damaligen Bundesfinanzminister Schäuble – der hat ja da eine 180-Grad-Wende vollzogen – erreicht habe, macht den Filmstandort Deutschland noch attraktiver. Und er soll natürlich auch der deutschen Filmbranche mehr nationale und internationale Aufträge beschern. Nicht zuletzt, damit unsere hervorragend ausgebildeten Filmkünstlerinnen

und Filmkünstler – das ist echt ein wichtiges Qualitätsmerkmal des Filmstandorts Deutschland – eine Zukunft haben und ihre Kreativität der Filmkunst Made in Germany widmen, wie wir sie auf der diesjährigen Berlinale mit gleich vier deutschen Filmen im Wettbewerb – übrigens alle vier von der BKM gefördert – in Top-Form erleben.

Außerdem haben wir den DFFF I damit von konkurrierenden Großproduktionen entlastet, so dass wir weiterhin auch kleine und mittlere Produktionsunternehmen bedienen können. Das ist für Deutschland ganz entscheidend. Die erste DFFF-II-Produktion haben wir übrigens bereits 2017 gefördert – vorläufiger Bundeshaushalt hin oder her. Das möchten wir natürlich 2018 fortsetzen, und ich kann Ihnen versichern: Trotz der langwierigen Regierungsbildung und der aktuell immer noch vorläufigen Haushaltsführung können Anträge gestellt und sukzessive auch bewilligt werden. Das ist ja nicht in allen Förderinstrumenten so.

Eine Bemerkung zu den filmpolitischen Forderungen der Produzentenallianz

Erlauben Sie mir – über die aktuellen filmpolitischen Entwicklungen hinaus – in diesem Zusammenhang noch eine Bemerkung zu den aktuellen filmpolitischen

Wenn eine Branche derart massiv mit Steuergeld unterstützt wird wie die Filmbranche, dann ist das alles andere als ein Selbstläufer.

Forderungen in der Pressemitteilung der Produzentenallianz zu den Koalitionsverhandlungen Ende Januar: Auch in der Erfolgsgeschichte des DFFF ist ein Happy End keine jederzeit wiederholbare Selbstverständlichkeit. Das möchte ich hier aus der Politikersicht doch noch mal betonen. Wenn eine Branche derart massiv mit Steuergeld unterstützt wird – ich finde das ja auch richtig so, sonst würde ich mich dafür nicht immer wieder einsetzen, aber trotzdem, das muss man einfach mal im Hinterkopf behalten –, wenn eine Branche also derart massiv mit Steuergeld unterstützt wird wie die Filmbranche – das war ja am Anfang auch so ein bisschen die Kritik von Schäuble –, dann ist das alles andere als ein Selbstläufer. Dass dahinter viel Überzeugungsarbeit steht, um auch solche Kritiker mit auf den Weg zu nehmen, muss man einfach wissen. Um die politische, aber auch die gesellschaftliche Akzeptanz – es gibt ja überall Anspruchsteller auf Steuergeld – dieser Förderung müssen wir immer wieder werben. Und mit „wir“ meine ich eben nicht

nur die Politik, sondern auch Sie, verehrte Produzentinnen und Produzenten – und insbesondere natürlich die Produzentenallianz. Bei aller Aufgeschlossenheit für ihre Belange, die Sie mir natürlich vollumfänglich unterstellen dürfen: Ob es im Hinblick auf Vertrauen und Akzeptanz so hilfreich ist, unmittelbar nach den Gesprächen zum DFFF II via Pressemitteilung erneut das Lied des Untergangs der deutschen Filmwirtschaft anzustimmen, sollte die Förderung nicht auf 35 Prozent des German Spend aufgestockt werden, wage ich mal zu bezweifeln. Zumal durch die Kumulation – auch das sollten Sie wissen – mit Länderförderung, FFA-Förderung und ggf. der kulturellen Filmförderung häufig Förderquoten von 40 Prozent und mehr erreicht werden – wir hatten schon 43 Prozent und mehr. Ab 50 wird es dann bei der EU sogar problematisch. Da wünscht man sich dann doch ein wenig mehr Tucholsky-hafte Zurückhaltung in der Lautstärke Ihrer Lobbyarbeit – nach dem Motto: „Es wird nach einem Happy End im Film jehöhnlich ab-

Um die politische und gesellschaftliche Akzeptanz dieser Förderung müssen wir immer wieder werben.

jehblendt.“ Ich weiß nicht, ob das jetzt angekommen ist.

Ich kann Ihnen auch gerne mal die Pressemitteilung zitieren. „Für den DFFF fordern wir eine Aufstockung ...“ – „fordern“! Und wir hatten gerade gesprochen – „... auf die international üblichen 35 Prozent der im Land getätigten Ausgaben. Nur durch eine solche entschiedene Stärkung des DFFF kann für 2018 und die Folgejahre ein dramatischer Einbruch der Produktionstätigkeit in Deutschland verhindert werden.“ Wie gesagt, gerade nachdem wir mit Ihnen zusammen diese Förderrichtlinien besprochen haben. Und wie gesagt, zusammen mit Bund, Ländern, FFA und der kulturellen Filmförderung liegen wir eben auch drüber. Also, wir machen lieber gemeinsam Tucholsky-haft bescheiden, aber beharrlich weiter.

Weitere Verbesserungen beim DFFF II

Ich kann Ihnen auf jeden Fall versprechen, dass es auch nach dem Happy End des vergangenen Jahres mit guten Nachrichten weitergeht, nämlich mit weiteren Verbesserungen beim DFFF II. Wir beabsichtigen insbesondere, in beschränktem Umfang Auslandsdreharbeiten als zuwendungsfähig anzuerkennen – eine Forderung, die immer mal wieder aus Ihren Reihen kam – und die

Ein filmwirtschaftlicher Flickenteppich wird uns nicht weiterbringen.

Einstiegsschwelle für deutsche Herstellungskosten für animierte Filme zu senken. Und gerade letzteres ist – wie Sie wissen – nicht ganz leicht, denn die EU-Kommission muss davon erst noch überzeugt werden. Ich bin aber optimistisch, dass wir die Zustimmung für eine Lösung bekommen, um den Produktionsstandort Deutschland nachhaltig und dauerhaft auch international wettbewerbsfähig zu halten. Um auch den nichtstaatlichen Teil der Finanzierung zu sichern, werde ich mich außerdem, sollte ich im Amt bleiben, auf europäischer Ebene weiterhin mit aller Kraft dafür einsetzen, dass die territoriale Vergabe von Lizenzen und ein hohes Niveau beim Urheberrechtsschutz im digitalen Binnenmarkt bestehen bleiben.

Das ist harte Arbeit. Sie wissen, wie langsam die Mühlen in Europa mahlen. Aber wir sind da ja auch dank unseres hartnäckigen Eintretens schon ein paar Schritte weitergekommen.

Kulturpolitische Relevanz von Serien

Auf dem filmpolitischen Schirm haben wir natürlich auch die Entwicklung des digitalen Zeitalters mit seinen neuen Erzählformen und -möglichkeiten. Spätestens seit große und international anerkannte deutschsprachige Regisseure und Autoren – also Tom

Tykwer, Achim von Borries, Michael Haneke, Hans-Christian Schmid, Bernd Lange, Jantje Friese usw. – damit Zuschauer- oder Festivalerfolge feiern, sind solche neuen Formate, sind Serien auch kulturpolitisch relevant.

Ein filmwirtschaftlicher Flickenteppich – Sie wissen, was ich meine – wird uns in diesem Bereich nicht weiterbringen. Denn damit bleibt auch die Förderung Flickwerk. Für eine nachhaltige Förderung brauchen wir eine besser aufeinander abgestimmte Filmpolitik oder -strategie.

Im Koalitionsvertrag haben wir uns deshalb, wie eingangs schon erwähnt, deutlich positioniert, und da saßen ja verschiedene Akteure am Tisch. Wir wollen die bestehenden Förderinstrumente mindestens auf ihrem aktuellen hohen Niveau fortführen und die Serienförderung – Stichwort GMPF – ausbauen. Dabei wollen wir einen kohärenten Ansatz verfolgen, eine umfassende Förderung audiovisueller Inhalte, also auch Serien, High-End-TV, und die bestehenden Förderinstrumente sollen natürlich besser als bisher aufeinander abgestimmt, im Idealfall sogar zusammengeführt werden. Nicht zuletzt er-

leichtert eine Filmförderung aus einer Hand auch den bedarfsge- rechten Einsatz der Haushaltsmit- tel. Und um das ganz klar zu sa- gen: Die Zuständigkeit innerhalb der Bundesregierung für diese ambitionierten medienpolitischen und filmwirtschaftlichen Fragen liegt bei der BKM.

Klarstellen will ich in diesem Zusammenhang aber auch: Das Engagement der BKM für die wunderbaren Kinos und die gro- ße Leinwand bleibt davon unbe- rührt. Kulturstätten sind nämlich gerade in sehr kleinen Städten und in den Regionen dünn gesät, und vielfach ist das Kino der ein- zige Ort, der Menschen aus ihren digitalen Echokammern und Fil- terblasen holt und zum Perspek- tivenwechsel anregt.

Kultur- und Gemeinschaftsort Kino

Ich habe eine Schwester auf Use- dom, da gibt es keine Buchhand- lung und kein kleines Arthouse- Kino mehr. Ich sage jetzt nicht, wie hoch der AfD-Wähleranteil da ist. Aber ich glaube ja immer, dass zwischen solchen Kulturorten und

dem, was sie vermitteln, und Le- bensweisen und Abstimmungs- verhalten ein Zusammenhang besteht.

Also noch mal: Filmtheater, die Kino als Gemeinschaftserlebnis, also auch als sinnliche Alternative zum einsamen Serienkonsum auf der heimischen Couch attraktiv machen, die filmbegleitende Ver- anstaltungen anbieten, die sich in der Kinder- und Jugendarbeit – das ist ganz wichtig – engagie- ren, die sich für das Filmerbe einsetzen – auch so ein Stichwort hier unter uns allen – und die den Perlen einer Filmkunst landauf, landab ihr Publikum verschaffen, solche Filmtheater stärken die Fähigkeit einer Gesellschaft zur Reflexion und Verständigung und damit gewissermaßen auch die gesellschaftliche Immunabwehr gegen populistische Vereinfach- er. Davon bin ich jedenfalls fest überzeugt. Und deshalb wollen wir – auch hier zitiere ich gerne noch mal den Koalitionsvertrag – „den Kulturort Kino auch außer- halb von Ballungsgebieten durch ein kofinanziertes ‚Zukunftspro- gram Kino‘ stärken und erhal- ten.“

Sexuelle Belästigung und Gewalt

Zum Schluss, meine Damen und Herren, noch ein Wort zur aktu- ellen Debatte über sexuelle Be- lästigung und Gewalt in der Film-

Die Zuständigkeit innerhalb der Bundesregierung für die Filmförderung liegt bei der BKM.

branche, aber auch in anderen Kultursparten. Es ist nicht nur ein Filmphänomen. Was da in den vergangenen Wochen und Monaten ans Licht kam – die schweren Fälle von Machtmissbrauch und Demütigung einerseits, die Mischung aus verständlicher Scham der Opfer und nicht entschuldigbarem Schweigen der teilweise vorhandenen Mitwisser andererseits –, was da Erschütterndes ans Licht kam, erlaubt kein „Weiter so“ nach dem Motto: „The Show must go on“. Die Einrichtung einer Anlaufstelle, an die Betroffene sich vertrauensvoll und natürlich auch diskret, im Zweifelsfall anonym, wenden können, ist das Mindeste, was Opfer sexueller Gewalt oder Belästigung in der Film- und Kulturbranche erwarten dürfen! Ich bin deshalb sehr gerne bereit, dabei zu helfen – wir haben den Anstoß dazu auch vor einigen Wochen gegeben –, eine zentrale und unabhängige Beschwerdestelle nicht nur für den Filmbereich, sondern für den gesamten Kulturbereich zu etablieren. Konkret: Ich werde die Aufbauphase einer solchen Anlaufstelle kurzfristig bereits jetzt mit 100.000 Euro aus meinem Etat finanzieren und damit quasi in Vorleistung gehen, damit wirklich schnell etwas passiert.

Ich sehe hier aber – wenn Sie so schön applaudieren – ganz klar auch und vor allem die Film-

Arbeitgeber haben primär dafür Sorge zu tragen, dass Opfer sexueller Belästigung schnell und unkompliziert Hilfe bekommen.

wirtschaft in der Pflicht und in der Verantwortung. Die Mittel aus meinem Etat sind als Impuls gedacht. Wir haben zwar nicht vor, die gleich wieder wegzunehmen nach drei Jahren, aber sie sind als Impuls gedacht, damit möglichst schnell ein Hilfsangebot für Betroffene entsteht. Langfristig stehen meines Erachtens aber auch die Arbeitgeber in der Pflicht. Gesetzlich – also im Rahmen ihrer Fürsorgepflicht – sowieso, aber eben auch ein Stück weit moralisch. Sie haben primär dafür Sorge zu tragen, dass Opfer sexueller Belästigung schnell und unkompliziert Hilfe bekommen. Und die ARD hat ja vergangene Woche nach Gesprächen zwischen dem ARD-Vorsitzenden Ulli Wilhelm und mir ebenfalls finanzielle Unterstützung zugesagt. Ich erwarte – aber ich habe auch gehört, dass das heute hier schon angeklungen ist –, dass sich auch die Produzentenallianz und die FFA an der Finanzierung solcher Beschwerdestellen beteiligen. Es liegt ja in unser aller Interesse, dafür zu sorgen, dass das völlig inakzeptable Verhalten Einzelner

Sie können sich darauf verlassen, dass die BKM für Filmerfolge ohne Ende auch weiterhin fest an Ihrer Seite und an der Seite der deutschen Filmbranche steht.

nicht eine ganze Branche in Ver-
ruf bringt.

All die Filmschaffenden, die ihren Karriereweg mit Anstand und Integrität bestreiten, verdienen es, dass ihre Erfolge ungetrübt glänzen, wenn vom deutschen Film die Rede ist – gerade nach einem Filmjahr wie 2017 – das gehört auch hierher –, in dem der Marktanteil des deutschen Films in Deutschland – natürlich auch wieder dank Kassenschlagern wie „Fack ju Göhte 3“ – erfreulicherweise erneut gestiegen ist und in dem es auch viel internationale Anerkennung gab: zum Beispiel für „Aus dem Nichts“ von Fatih Akin oder für „Western“ von Valerka Grisebach – von uns gefördert. Und mit vier deutschen Wettbewerbsbeiträgen und insgesamt 82 deutschen bzw. deutsch koproduzierten Film lässt die Berlinale auch auf ein glänzendes Filmjahr 2018 hoffen. Sicherlich wird auch

hier der eine oder andere Beitrag Kurt Tucholsky Recht geben: „Es wird nach einem Happy End / im Film gewöhnlich abjehndt.“

Für die erfolgreiche Entwicklung des deutschen Films insgesamt ist allerdings weit und breit kein Happy End in Sicht, mal abgesehen von Michael Hanekes „Happy End“, einer französisch-deutsch-österreichischen Koproduktion, die ich in Cannes gesehen habe und die ja auch gerade hier im Kino lief. Das macht aber nichts, denn es gibt etwas, was noch viel besser ist als ein Filmerfolg mit Happy End – ich sage mal: Filmerfolge ohne Ende. Im Vertrauen auf die unerschöpfliche Phantasie der Filmschaffenden, auf den unternehmerischen Mut der Filmwirtschaft hier und auf die Verlässlichkeit der Filmförderung – die gibt es ja auch, die Verlässlichkeit der Filmförderung – ist das eine durchaus realistische Zukunftsprognose! Sie können sich jedenfalls darauf verlassen, meine Damen und Herren, dass die BKM für Filmerfolge ohne Ende auch weiterhin fest an Ihrer Seite und an der Seite der deutschen Filmbranche steht. In diesem Sinne auf die 68. Berlinale und auf ein erfolgreiches Jahr für den deutschen Film!

Prof. Dr. Klaus Goldhammer

KOMMT EIN PARADIGMEN- WECHSEL DURCH VoD?

*Zum VoD-Markt und zur VoD-Nutzung in
Deutschland*

Meine Damen und Herren, ich liebe ja rhetorische Fragen, insofern ist das hier, glaube ich, eine gute Gelegenheit, über die rhetorische Frage zu sprechen, ob es einen Paradigmenwechsel durch Video on Demand in Deutschland gibt.

Das Fernsehnutzungsverhalten

Dazu muss ich mit einer kleinen Geschichte anfangen: Ich saß vor einem halben Jahr im Sommer 2017 bei der Vorstellung des Digitalisierungsberichts, für den 8.000 Personen unter anderem nach ihrem Fernsehnutzungsverhalten befragt wurden. Die Ergebnisse waren interessant: Bei den 14- bis 29-Jährigen hat sich innerhalb eines Jahres ganz fundamental das Nutzungsverhalten geändert. 14- bis 29-Jährige schauen mittlerweile mehr Bewegtbild über VoD als über lineares Fernsehen. Ist das ein Paradigmenwechsel? – Auf jeden Fall! Hat sich das Verhalten geändert? – Zumindest bei den Jüngeren ganz sicher! Und auch bei den 30- bis 49-Jährigen

stieg die VoD-Nutzung allein 2017 um 15 Prozent. Und wenn Sie mich fragen, wie sich das in Zukunft in dieser Altersgruppe entwickeln wird, dann habe ich eine konkrete Ahnung: Weg vom linearen, hin zum non-linearen Abruf. Nur die über 50-Jährigen sind etwas resistenter und bevorzugen weiterhin die klassische lineare TV-Nutzung. Dies führt dazu, dass es in der Gesamtschau – also über alle Altersgruppen ab 14 hinweg – nicht so dramatisch aussieht. Aber ganz offensichtlich ist der Tipping Point für VoD bei den Jüngeren schon überschritten.

Ich saß also neben den ganzen Marktforschern der klassischen Fernsehsender und sagte zu meinem Nachbarn: „Wenn ich Sie wäre, dann würde ich mir jetzt ein paar Sorgen machen.“ Seine Antwort: „Wissen Sie, bei uns im Haus gehen wir davon aus, dass, wenn die Leute 30 sind und verheiratet mit Kindern wieder zu Hause sitzen, dass sie dann wieder lineares Fernsehen schauen.“ – Das ist genau die gleiche Argu-



**Prof. Dr. Klaus
Goldhammer**

Geschäftsführer und Managing
Partner Goldmedia

Studium der Publizistik und
Betriebswirtschaftslehre in Berlin
und London. Managing Editor
European Communication Council.
Honorarprofessor für
Medienökonomie an der Freien
Universität Berlin.

mentation, welche die Zeitungsverleger schon vor zehn Jahren zum Thema Abonnements von gedruckten Zeitungen anführten. – Ich glaube, das wird nicht so kommen.

Es gibt noch ein paar andere Änderungen. Obwohl sich alle (zu Recht) über schlechte Internetverbindungen in Deutschland beschwerten, steigen die mobilen wie stationären Bandbreiten, mit denen wir streamen können. Und wenn Sie nicht in extrem ländlichen Gebieten leben, gibt es mittlerweile tatsächlich die Chance, auch Bewegtbild-Inhalte per Stream abzurufen. Und die Menschen nutzen diese Chance. In der Konsequenz hat es bereits dazu geführt, dass seit 2012 die Fernsehreichweiten im Vergleich um insgesamt 8 Prozent zurückgegangen sind. Auch andere Vertriebswege schrumpfen: Der DVD-Kaufmarkt sank um 15 Prozent, die Zahl der Videotheken um 57 Prozent. Sie wissen es, auch da ist der Umbruch im vollen Gange.

Amerika

Schauen wir mal nach Amerika, da kommt das ja alles her. 2018 wird dort wohl das VoD-Jahr: Netflix, Amazon, Hulu und Apple, allein diese Top-4-Spender haben für dieses Jahr angekündigt, 16 Milliarden Dollar in Content zu investieren. Und das sind noch

längst nicht alle. Das führt dazu, dass wir auch beim Output einen deutlichen Zuwachs sehen werden: Über 520 Serien und Scripted Originals sollen 2018 in den USA produziert werden. Content ist King, und wer diesen exklusiv zeigen kann, gewinnt Abonnenten hinzu. Da scheint es also wirklich einen Zug für dieses Thema zu geben.

Noch viel spannender finde ich aber, dass der VoD-Markt offenbar noch lange nicht ausentwickelt ist: Amazon und Netflix kämpfen um Marktanteile und Zuschauer und Abonnements, das stimmt. Aber sie sind nicht alleine auf der Welt.

Disney hat gerade 21st Century Fox für 52 Milliarden Dollar mit der klaren Ansage gekauft, 2019 mit einem globalen VoD-Service starten zu wollen. Viacom hat kürzlich erklärt, dass sie zumindest in Amerika einen VoD-Dienst launchen wollen. Apple investiert nicht ohne Grund eine Milliarde Dollar in Content. Es gibt durchaus Gerüchte, dass auch Apple überlegt, einen eigenen VoD-Dienst zu starten. Parallel dazu entwickeln die etablierten VoD-Anbieter jetzt andere attraktive Inhalte: Amazon akquiriert Fußballrechte, Hulu zeigt American Football, Facebook hat E-Sports für sich entdeckt. (Nebenbei: Facebook soll angeblich auch überlegen, einen eigenen VoD-Service zu starten.) Und Netflix verhan-

delt – öffentlich bekannt – mit der Formel 1.

Wir bekommen offenbar ein neues TV-System und eine extrem dynamische Branche, die eben noch nicht am Ende ihres Lateins ist.

Der deutsche Markt

Was passiert im deutschen Markt? Da muss ich ein bisschen erzählen, was wir bei Goldmedia machen: Da niemand genau wusste, wie VoD-Dienste genutzt werden, haben wir die VoD-Ratings entwickelt. Seit über einem Jahr werden dazu rund 60.000 Personen rollierend befragt, was sie an VoD-Inhalten geschaut haben. Die hermetische Welt der einzelnen Plattformen, die nicht so gerne berichten, wie viel Nutzung sie tatsächlich verzeichnen, lässt sich dadurch ganz gut durchblicken.

In Deutschland haben wir mittlerweile eine ganz interessante Situation: 38 Millionen Menschen haben Zugriff auf VoD-Plattformen und -Angebote; 18 Millionen nutzen VoD täglich. Und es gibt in Deutschland bereits 14 Millionen Abonnenten für VoD-Dienste. Aber Zugang, Nutzung und Abonnement sind drei sehr unterschiedliche Schuhe. Diejenigen, die einen Account haben, und die, die es schauen – das muss nicht unbedingt immer deckungsgleich sein.

Was an diesen 14 Millionen

Abonnenten vielleicht auch klar wird: Die viel gescholtene „Kostenloskultur“ im Internet ist vorbei. Das Interesse an professionell aufbereiteten sowie die Zahlungsbereitschaft für gefahrlos nutzbaren attraktiven Content sind erheblich. Insofern, glaube ich, haben wir auch da einen deutlichen Wandel zu verzeichnen.

Wie teilt sich der Markt in Deutschland auf? Nun, wir haben allein aufgrund der großen Zahl an Amazon-Prime-Nutzern natürlich eine Art Startvorteil für Amazon mit 42 Prozent der Abonnenten. Netflix hat 23 Prozent. Zwei Drittel des Marktes gehen also an diese beiden Plattformen. Sky mit Sky Go und Sky Ticket hat rund 20 Prozent und Maxdome, der einstige Marktführer, kommt mit 8 Prozent auf einen nicht so attraktiven vierten Platz.

Aus den VoD-Ratings können wir auch relativ gut nachvollziehen, was geschaut wird: Die meistgesehenen Titel 2017 sind „The Big Bang Theory“, „The Walking Dead“ und „Game of Thrones“. Die Top-10-Liste zeigt auch, dass VoD schon konkret in der Populärkultur angekommen ist. Niemand wird sagen, dass er von den Titeln noch nie etwas gehört hat.

Noch zwei kurze Bemerkungen zum letzten Jahr. Auch die deutschen VoD-Originals sind natürlich nicht zu verachten: Von den Top-100-Providern oder von

Der Umbruch ist im vollen Gange.

den Top-100-Titeln eines Monats konnte „You Are Wanted“ 13 Prozent der Bruttokontakte realisieren, „Babylon Berlin“ sogar 16 Prozent, „Dark“ knapp 8 Prozent und „jerks.“ auch 4,4 Prozent. – Sie sehen, die Angebote schlagen sich nicht schlecht. „You Are Wanted“ mit Matthias Schweighöfer war die erfolgreichste deutsche Serie insgesamt.

Bei den aktuellen Top 10 der VoD-Inhalte nach Bruttoreichweite aus der letzten Woche gibt es auch interessante Entwicklungen für die Produzenten. In der ersten Februarwoche 2018 war mit 1,4 Millionen Bruttoreichweite Herr Pastewka mit seiner Serie bei Amazon höchst erfolgreich. Der andere Erfolg hier war „Riverdale“ mit 2,4 Millionen Bruttokontakten – das vor allen Dingen deshalb, weil die Folgen nur auf Netflix zu sehen sind. Aber auch hier immer noch ganz weit vorne: „The Big Bang Theory“ mit über 6 Millionen Bruttoreichweite.

Nutzergruppen

Wenn man aufschlüsselt, welche Zuschauer welchen Inhalt auf VoD-Plattformen schauen, merkt man, dass die Inhalte sehr stark auf jüngere Frauen und ältere Männer abzielen. Was offensichtlich ein bisschen fehlt, sind Inhalte für Frauen über 40. Da ist noch nicht so viel Reichweite erkenn-

bar. Das korreliert natürlich auch entsprechend mit den Abonnenten, aber es zeigt auch, dass der Markt durchaus noch Entwicklungspotenziale hat.

Fazit: Die eingangs gestellte rhetorische Frage lässt sich, glaube ich, ganz gut beantworten: Der Paradigmenwechsel durch VoD ist im vollen Gange. Die VoD-Anbieter erreichen knapp 33 Prozent aller deutschen Online-Nutzer täglich. Bei den jüngeren Zielgruppen sind es noch viel mehr. Da entwickelt sich ein tektonischer Shift. Meistens ist es ja doch so, dass die Menschen, die einmal ein Nutzungsverhalten eingeübt haben, dann auch dabei bleiben. Und deshalb würde ich gern mit dem schönen Claim „Netflix and chill“ schließen, der ja mittlerweile die sprichwörtliche Ansage zur Abendgestaltung bei den Jüngeren ist. Überall und jederzeit genau den Content zu sehen, den man möchte und nicht auf eine spezielle Uhrzeit achten zu müssen, ist wahrscheinlich allein schon ein erhebliches Erfolgskriterium. Und wenn die Inhalte dann auch noch attraktiver sind als im linearen TV, ist dem kaum etwas hinzuzufügen. „Netflix and chill“ – vielleicht läuft es dem einen oder anderen Wettbewerber dabei schon kalt den Rücken hinunter.



Produzentenallianz- Empfang zur 68. Berlinale

Martin Schrader (Vorsitzender
Pensionskasse Rundfunk), Prof. Dr.
Karola Wille (Intendantin MDR),
Iris Berben (Präsidentin Deutsche
Filmakademie) und Thomas Kufus
(Produzent, zero one film)

Produzentenallianz-Empfang zur 68. Berlinale **GRUSSWORTE**

Joachim Köhler, Commerzbank

Sehr geehrter Herr Thies, sehr geehrte Damen und Herren, im Namen des Vorstands und der Mitarbeiter der Commerzbank AG möchte ich Sie ganz herzlich bei uns am Pariser Platz begrüßen. Es ist schön, dass Sie wieder bei uns im Haus der Filmbank Commerzbank sind, wo wir zu Beginn der Berlinale fast schon traditionell für den Empfang der Produzentenallianz einen würdigen Rahmen bilden.

Mein Name ist Joachim Köhler, ich bin Leiter des hiesigen Medienteams der Commerzbank. Das vergangene Jahr war ein Filmjahr der Rekorde für den deutschen Film. Golden Globe, zahlreiche weitere internationale Auszeichnungen und Ehrungen, neue Besucherrekorde, Fördermittel in ungeahnter Höhe und so viele internationale Koproduktionen wie selten. Und natürlich unendlich viele cineastische Höhepunkte.

Auch für die Commerzbank, der die Filmkultur sehr am Herzen liegt, war es wieder ein Rekordjahr im Filmbereich. In unseren Medienteams in Berlin, Köln,



*Wir verstehen uns als
aktiver Netzwerkpartner der
Filmindustrie.*

München und Hamburg haben wir insgesamt über 120 Filme begleiten können, dabei viele nationale, aber immer mehr auch internationale Filme und Serien. Wir haben ein Budget von mehr als einer Viertelmilliarde Euro begleitet und über 150 Millionen Euro Kreditvolumen ausgereicht. Dazu zählen Serien „You Are Wanted“ 1 und 2, „Der Lack ist ab“, „Dogs of Berlin“, „Arthurs Gesetz“ und solche Reihen, wie jeder sie kennt: die „Bozen-Krimis“, „Kommissar Heller“, „Weisensee“, „Club der roten Bänder“ und „Professor T.“ Was uns beson-

ders freut: Drei der Filme, die wir begleitet haben, sind dieses Jahr im Berlinale-Wettbewerb vertreten: „Mein Bruder heißt Robert und ist ein Idiot“ genauso wie „3 Tage im Quiberon“ und „In den Gängen“. Das sind die richtigen Filme, um noch mal draufzuschauen. An dieser Formulierung merken Sie schon, wie stark wir als Commerzbank Film leben und lieben. Und ich kann Ihnen versichern, in den Minuten, bevor die Veröffentlichung kommt, welches dieses Jahr die Wettbewerbsfilme der Berlinale oder wahlweise der Lola sind, sind unsere Firmenkundenbetreuer immer besonders angespannt.

An dieser Stelle eine kleine Anekdote: Als ich vor fünf Jahren nach Berlin gekommen bin und hier die Verantwortung für das Filmgeschäft übernommen habe, war ich bei meiner ersten Filmremiere. Ich dachte, der Film ist vorbei, stehe auf und merkte eine Hand rechts auf meinem Arm, die mich runterriss und mir zuraunte: „Wir warten, bis der Abspann vorbei ist.“ Ich habe in dieser Sekunde sehr schmerzhaft und schnell gelernt, dass der Abspann für die Protagonisten, die hinter dem Film stehen, mindestens genauso wichtig ist wie die Filme selber. Es war schmerzhaft, aber ich kann Sie beruhigen: Der blaue Fleck war wenige Monate später kaum noch zu sehen.

Unser Ziel seitens der Commerzbank ist es, Filmschaffende zu begleiten, ihnen die Finanzierung so einfach und schnell wie möglich zu machen. Diejenigen, die mit uns zusammenarbeiten, kennen und schätzen das. Insgesamt 22 Kollegen haben wir in der Commerzbank für den Filmbereich

Meine Damen und Herren, die Commerzbank ist heute nicht nur Ihr Gastgeber, sondern wir verstehen uns als aktiver Netzwerkpartner der Filmindustrie. Und ich weiß eine Sache ganz genau: Jede Rede hier oben, die zu lange dauert, hält Sie vom Netzwerken ab. Insofern komme ich zum Ende. Herzlichen Dank noch mal an die Produzentenallianz, dass wir heute als Commerzbank wieder der Gastgeber sein dürfen. Ich freue mich auf die Gespräche mit Ihnen, und wir folgen den Worten von Frau Berben und Herrn Wilhelm. Ich wünsche uns allen eine tolle Berlinale 2018, hoffentlich bis nächstes Jahr wieder bei der Commerzbank zur Begrüßung. Viel Spaß!

Ulrich Wilhelm, ARD-Vorsitzender

Ich darf mich zunächst herzlich bedanken für die Möglichkeit, zu Ihnen ein paar Sätze zu sprechen. Wir haben vor wenigen Wochen den Vorsitz in der ARD übernommen turnusmäßig, der

BR ist für die nächsten zwei Jahre dran. Und ich denke, ich kann gemeinsam mit meiner Vorgängerin und immer weiter amtierenden Filmintendantin Karola Wille sagen, dass wir verlässliche Partner der Produzenten bleiben wollen. Verlässliche Partner in zweierlei Sinn: zum einen, was unser Engagement für fiktionale Stoffe angeht, aber auch Dokumentarfilme, und zum anderen verlässlich, was das Ringen um einen fairen Interessenausgleich angeht. Wir haben uns in den letzten Wochen auch über die Weihnachtsfeiertage hinweg intensiv bemüht, zu einem noch nicht zufriedenstellend gelösten Thema eine Lösung zu finden. Das ist gelungen. Und es ist deshalb gelungen, weil wir miteinander wissen, was wir aneinander haben. Wir stehen vor ähnlichen Herausforderungen: Die Mittelknappheit, mit der wir leben müssen, ist in gewisser Weise auch Ihr Problem oder Ihr Thema. Und die Legitimationsdebatte, die in der Gesellschaft um öffentliche Güter geführt wird – auch um den öffentlich-rechtlichen Rundfunk –, begleiten Sie als Sachverständige, als Staatsbürger, als Stimmen von Gewicht, als Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens auch im gesamten kulturellen Sektor. Auch da ist es sehr wichtig, immer wieder zu versuchen, dass wir ein gemeinsames Verständnis dessen entwickeln,



Ich kann gemeinsam mit meiner Vorgängerin und immer weiter amtierenden Filmintendantin Karola Wille sagen, dass wir verlässliche Partner der Produzenten bleiben wollen.

was öffentlich-rechtlicher Rundfunk leisten kann und leisten soll in unserem Land. Und dann das große Thema der Digitalisierung, die uns alle zwingt, schneller zu werden, agiler zu werden, strategiefähiger zu werden, neue Partnerschaften einzugehen, nicht stehenzubleiben. Auch dieses Thema wird uns – da muss man kein Prophet sein – im laufenden

Jahr, im nächsten Jahr noch mal ganz anders fordern.

Beim Thema Rechteteilung, beim Thema, wie wir neue Zielgruppen erreichen, geht der Blick ganz automatisch dahin: wer könnte auch ein Partner sein, mit dem wir bestimmte Stoffe in Angriff nehmen. Und auch da, glaube ich, gibt es sehr viele ermutigende Gespräche. Wichtig ist aus meiner Sicht: Wenn man überlegt, wo ist denn der spezifische Platz von ARD und ZDF unter den vielen und immer mehr werdenden Plattformen, Anbietern aller Art, dann ist unsere Geschichte, aus der viel Wichtiges folgt, nämlich Teil dieser Bundesrepublik zu sein, die nach der Katastrophe des Dritten Reiches ein besseres Land sein wollte, auf einem Wertefundament entstanden, von den Alliierten ja auch mit dem Vorbild BBC im Kopf entwickelt. Aber das alleine ist es nicht, sondern es ist vor allem auch anhaltend und auch in der Perspektive der nächsten Jahre und Jahrzehnte, dass wir für die kulturelle Wertschöpfung dieses Landes auch einen spezifischen Beitrag leisten. Wenn Sie sich nur mal ansehen, welcher Anteil der Stoffe, die wir herstellen, aus Deutschland kommt, aus den Regionen oder – wenn man es erweitern darf – auch auf den europäischen Film, wie viel davon mit unserer Lebensweise zu tun hat, mit dem, was unser Selbst-

verständnis ausmacht, dann ist das eine anhaltende Verpflichtung, zu der wir uns gerne auch weiterhin bekennen.

Unser Modell ist nicht, hochwertige, sehr teure Produktionen, die man dann für die ganze Welt ausrollt, zu erstellen, sondern wir leben auch mit der Gesellschaft in einem ganz hohen Maße mit unseren Stoffen, unseren Lebenswelten und den vielen Themen, die unser Land ausmachen, und wo wir immer wieder auch unseren Beitrag dafür leisten, dass unser Land in ein Gespräch mit sich selber kommt. Dabei sind wir auf Ihre Kreativität und Ihre Leistungsfähigkeit angewiesen, auf Ihre Agilität, Ihre Fähigkeit, die richtigen Fragen zu stellen. Dafür möchte ich mich auch am Tag eins der Berlinale herzlich bedanken. Das ist keine Selbstverständlichkeit, dass wir da auf Sie zählen können und uns so sehr verlassen können. Und in dem Sinne möge es weitergehen. Ich wünsche auch eine schöne und großartige Berlinale!

Iris Berben, Präsidentin Deutsche Filmakademie

Ich begrüße Sie alle sehr herzlich. Vor genau einem Jahr durfte ich hier über das Verhältnis von Männern und Frauen in unserer Branche noch in nüchternen Zahlen sprechen, in Prozentzahlen, in nu-

merischen Relationen. Diese Nüchternheit haben die politischen, gesellschaftlichen und geschlechterspezifischen Erosionen aus einer völlig anderen Debatte über das Verhältnis der Geschlechter in der Branche genommen. Weil von den einen glaubhaft rührbar wurde, dass sie obiges Verhältnis im besoffenen Machtrausch besinnungslos zur Disposition zu stellen bereit waren und den anderen die Trennung zwischen Abrechnung und Aufarbeit – also auch die zwischen Recht und Gerechtigkeit – streng und zu zeitraubend vorkommt. Von heute auf morgen steht die Branche und damit natürlich auch unsere ganze moderne Gesellschaft – vielleicht ist sie gar nicht so modern, wie wir feststellen – in einer Debatte, die keinen so recht zu überraschen, aber jeden wirklich kalt zu erwischen scheint. Eine Debatte über sexualisierten Machtmissbrauch in einer Branche, deren Kunst von Sex und Liebe erzählt, gerne auch in romantischen Formen. Um es kurz zu sagen, anders als die Kunst, die von Liebe, Betrug, Eifersucht, von Seligkeit erzählt, erfordert die Debatte über den Missbrauch Pragmatismus und gesunden Menschenverstand. Um das zu erreichen, müssen wir alle Verantwortung übernehmen und Partei ergreifen, wenn uns Missbrauch auffällt. Wir brauchen eine



Wir brauchen eine Atmosphäre, die verhindert, dass Übergriffe überhaupt stattfinden. Das kollektive Schweigen muss ein Ende haben.

Atmosphäre, die verhindert, dass Übergriffe überhaupt stattfinden. Das kollektive Schweigen muss ein Ende haben.

Ich bin sehr stolz darauf, sagen zu können, dass die Deutsche Filmakademie einen klaren Fahrplan hat, um diesen Wandel zu unterstützen. Dabei arbeitet sie intensiv und konstruktiv mit dem BFFS und ProQuote Film

zusammen. Das sind zwei Organisationen, die auch von Anfang an keine Scheu hatten, sich dem Thema offensiv zu stellen. Dabei geht es um den An Schub von den aufklärenden und vorbeugenden Maßnahmen in der Branche, wie zum Beispiel der anonymisierten Dokumentation von konkreten Fällen. Die gewonnenen Erkenntnisse sollen dann in Form von Druckerzeugnissen und auf einer Website veröffentlicht werden. Aber es geht eben auch um Prävention, um die Erarbeitung von Handlungsempfehlungen für Arbeitgeber und Ausbildungsstätten, um die Vermittlung von Seminaren und Schulungen zu gewaltfreier Arbeitskultur für Arbeitgeber und Branchenverbände oder auch für Film- und Schauspielschulen.

Ich persönlich finde es extrem traurig, dass das stattfinden muss. Ich dachte, wir wären bereits weiter. Schließlich sollte durch eine kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit unter Einbeziehung der sozialen Netzwerke Akzeptanz und Bekanntheit geschaffen werden. Die Stelle wird hier in Berlin eingerichtet und selbstverständlich mit bundesweiter Ansprache. Wir sind sehr froh darüber und dankbar, dass wir mit unseren Überlegungen und der Initiative zeitgleich mit entsprechenden Aktivitäten und Reflexionen aus dem Haus unserer Kulturstaaatsminis-

terin Monika Grütters zusammen gestoßen sind. Wir freuen uns, dass alles dafürspricht, dass wir aus dieser Gleichzeitigkeit auch einen Gleichklang in der Arbeit und der Kommunikation derselben machen, werden, können, sollen, müssen – eine wichtige und richtige Partnerschaft. In den kommenden Tagen wird es nicht nur darum gehen, unter welchen Umständen all die Filme, die wir hier bei der 68. Berlinale sehen werden, entstanden sind. Es geht auch um die Filme selbst, um ihre Geschichten, ihre Formen, ihren Unterhaltungswert und ihre Botschaften. Von einem Festivalprogramm geht im besten Fall immer ein Signal aus, ein politisches, ästhetisches oder vielleicht ein pragmatisches. Ein Blick auf das Kino der Welt schärft immer auch den Blick auf unser eigenes Kino, also das Kino, mit dem sich die Deutsche Filmakademie naturgemäß und per Definition auseinandersetzt. Dabei stellen wir aktuell Folgendes fest: Seit der Jahrtausendwende ist die Anzahl der Zuschauer, die deutsche Filme schauen, im Mittel stabil geblieben. Eine gute Nachricht. Aber das Problem: Um dieses Mittel zu halten, müssen wir immer mehr Filme produzieren. Da die Mittel für Entwicklung, Produktion und Marketing nicht in gleicher Weise steigen, werden die Filme immer kleiner und immer

weniger wahrgenommen. Die gesetzte Premiummarke Kinofilm ist in Gefahr. Wenn wir diese Gefahr bannen wollen, müssen wir endlich anfangen, neu darüber nachzudenken, wie wir den Kinofilm inhaltlich, formal und in seinen Finanzierungsstrukturen aufstellen, damit er nicht an Bedeutung verliert. Die Filmakademie möchte Sie alle einladen, an diesem Gedankenaustausch auch zu diesem Thema teilzunehmen.

Und schließlich zum Schluss: Wir gehen ja alle immer davon aus, dass wir wirklich in absehbarer Zeit vielleicht wieder eine Bundesregierung mit, naja, sagen wir mal: aktuellem Wählermandat haben. Es gibt für diese potentielle Regierung einen Koalitionsvertrag mit politischen, auch filmpolitischen Zielen. Die sind ambitioniert und erfreulich für die Branche, weil sie deren kultur- und wirtschaftspolitische Bedeutung anerkennen. Zu Recht, wie wir auch heute Morgen wieder sehr eindrucksvoll erleben konnten, denn die Chefin der Berliner Industrie- und Handelskammer ist eine Filmemacherin: Die Produzentin Beatrice Kramm hat

Ich gratuliere der Produzentenallianz, die die beschriebene Entwicklung stark vorangetrieben hat, zum zehnjährigen Jubiläum.

uns deutlich vermittelt, wie direkt sich kreative audiovisuelle Ideen auf industrielle Innovationen auswirken. Deshalb fällt es mir auch ganz leicht als Künstlerin, die im Koalitionsvertrag festgeschrieben, ich zitiere, „identitätsstiftende Bedeutung der Kultur“ zu begrüßen und mich gleichzeitig als politisch engagierter Staatsbürger darüber zu freuen, dass in meinem Bereich der Kulturbranche auch noch Arbeitsplätze garantiert und wirtschaftlicher Fortschritt geschaffen werden. Eine schöne Aufgabe für eine Regierung, wenn wir dann eine haben, auf die wir alle hoffen und auf die wir warten. Ich gratuliere der Produzentenallianz, die die beschriebene Entwicklung stark vorangetrieben hat. Ich gratuliere zum zehnjährigen Jubiläum und wünsche uns allen einen guten Nachmittag und vor allen Dingen eine inspirierende Berlinale.

ALLIANZ DEUTSCHER PRODUZENTEN – FILM & FERNSEHEN

Die Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen ist die unabhängige Interessenvertretung der deutschen Produzenten von Film-, Fernseh- und anderen audiovisuellen Werken. Sie repräsentiert mit ca. 250 Mitgliedern die wichtigsten deutschen Produktionsunternehmen und ist damit der maßgebliche deutsche Produzentenverband.

Zentrale Ziele der Produzentenallianz sind u. a. die Schaffung fairer Wettbewerbsbedingungen für den Markt der audiovisuellen Medien insgesamt und die Stärkung eines Produzentenbildes in der Öffentlichkeit, das der Rolle des Produzenten als wirtschaftliches und kreatives Zentrum bei der Herstellung von audiovisuellen Werken entspricht.

Die Produzentenallianz ist aus verschiedenen Verbänden der Film- und Fernsehwirtschaft hervorgegangen und hat im März 2008 ihre Arbeit aufgenommen. Die Zahl der Produzentenallianz-Mitglieder hat sich von knapp 80 bei der Gründung auf ca. 250 im Juni 2017 mehr als verdreifacht. So kann die Produzentenallianz mit der politischen Wirksamkeit und der organisatorischen Schlag-

kraft eines Verbandes agieren, der von annähernd der Gesamtheit seiner Branche legitimiert ist.

Die Mitglieder der Produzentenallianz sind größere und kleinere mittelständische Unternehmen: Unabhängige sowie mit Konzernen und Sendern Verflochtene.

Die unterschiedlichen Tätigkeitsfelder der Produzenten spiegeln sich in den sechs Sektionen der Produzentenallianz: „Kino“ für Produzenten von Kinospielefilmen, „Fernsehen“ für Produzenten von fiktionalen Fernsehfilmen und -serien, „Entertainment“ für Produzenten von TV-Reality- und -Showformaten, „Animation“ für Produzenten von Animationsfilmen und -serien, „Werbung“ für Werbefilmproduzenten und „Dokumentation“ für Produzenten von Dokumentarfilmen.

Repräsentanten der Produzentenallianz wirken in maßgeblichen nationalen und internationalen Gremien mit, u.a.: FFA (Filmförderungsanstalt), SPIO (Spitzenorganisation der Filmwirtschaft), ZAW (Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft), Deutsche Content Allianz, Deutscher Kulturrat, cfp-e (commercial filmproducers europe), FIAPF

(International Federation of Film Producers Associations). Die Produzentenallianz ist Gesellschafter der German Films Service + Marketing GmbH, und der Verwertungsgesellschaften VFF und VGF.

Neben der klassischen Verbandsarbeit hat die Produzentenallianz auch eine Reihe von anderen Aktivitäten für die Produktionsbranche ins Leben gerufen. So konzipiert und organisiert das Tochterunternehmen PAIQ – Produzentenallianz-Initiative für Qualifikation u. a. bundesweite Weiterbildungs- und Volontariatsprogramme. Die Produzentenallianz Services GmbH bietet den Mitgliedern Dienstleistungen wie Beratung, Projekt- und Veranstaltungsmanagement. Mit dem Carl Laemmle Produzentenpreis hat die Produzentenallianz den ersten eigenständigen deutschen Produzentenpreis ins Leben gerufen. Und animation germany dient der Promotion deutscher Animations- und VFX-Produzenten und -Studios im Ausland.

Ergebnisse

Die Produzentenallianz treibt ihre Interessenvertretung für die deutsche Produktionswirtschaft auf zwei Ebenen voran. Neben bi- und multilateralen Verhandlungen und Konsultationen zu konkreten Themenfeldern etwa mit Tarifpartnern oder auftrag-

gebenden Sendern sind die exzellent vernetzten Mitglieder von Geschäftsführung und Vorständen im permanenten Austausch mit Vertretern von Politik und Verwaltung auf Bundes- und Landesebene. Erst dadurch werden Resultate wie etwa die grundlegenden Verbesserungen der Terms of Trade mit ARD und ZDF oder die massive Aufstockung der Filmförderung auf Bundesebene möglich.

Ihre positive Wirkung kann die Arbeit der Produzentenallianz auch deshalb entfalten, weil sie strategisch von Realismus und Pragmatismus geleitet ist, statt mit Maximalforderungen die (Fach-)Öffentlichkeit zu beeindrucken und am Ende wirkungslos zu bleiben: Viele fordern und lamentieren. Wir als Produzentenallianz fordern und verhandeln! Dabei erreichen wir das Erwünschte häufig nicht sofort und allumfassend, aber wir kommen mit Zähigkeit, Geduld und Entschlossenheit für die deutsche Produktionswirtschaft stetig voran.

Terms of Trade

Ein zentrales Ziel der Produzentenallianz von Anfang an ist die Schaffung fairer Wettbewerbsbedingungen für die Produktionswirtschaft. Nach ersten „Eckpunkten der Zusammenarbeit“ von ARD (2009) und ZDF (2010) und den 2015 auf den Weg ge-

brachten weiterreichenden „Eckpunkten 2.0“ der ARD hat sich nach umfassenden und intensiven Konsultationen mit der Produzentenallianz 2016 auch das ZDF zu verbesserten „Rahmenbedingungen einer fairen Zusammenarbeit“ mit den Fernsehproduzenten verpflichtet. Damit sind die deutschen Produzenten bei der Auftragsvergabe, der Honorierung und der Erfolgsbeteiligung fundamental bessergestellt. Zudem bedeuten die ARD-Eckpunkte und ZDF-Rahmenbedingungen eine jährliche Verbesserung in zweistelliger Millionenhöhe, die dem deutschen Produktionsmarkt zusätzlich zu Gute kommt.

Filmförderung

Nach der Krise der Filmförderung auf Bundesebene im Sommer 2015 wurde die Kulturelle Filmförderung des Bundes 2016 erheblich aufgestockt und der Deutsche Filmförderfonds (DFFF) 2017 um 50 Prozent auf 75 Millionen Euro angehoben. Nach dem Eckwertebeschluss der Bundesregierung wurde eine Erhöhung um weitere 50 Millionen Euro beschlossen. Für den Zeitraum 2018 bis 2021 ist damit pro Jahr eine DFFF-Förderung in Höhe von 125 Millionen Euro vorgesehen. Diese substanziellen Verbesserungen wurden nicht zuletzt nach wiederholt vorgetragenen und ausge-

arbeiteten Forderungen der Produzentenallianz umgesetzt.

Tarifvertrag

Im Tarifvertrag für auf Produktionsdauer beschäftigte Film- und Fernsehschaffende, den die Produzentenallianz am 1. März 2016 nach drei schwierigen, strittigen, aber immer auch konstruktiven Verhandlungsrunden mit ver.di abgeschlossen hat, bleibt es bei der Möglichkeit, am Set Arbeitszeiten von 13 Stunden zu ermöglichen, um bei Dreharbeiten in Deutschland die notwendige Flexibilität zu erhalten und Beschäftigung zu sichern. Im darin enthaltenen Gagentarifvertrag konnte die Anrechnung von Shuttlezeiten auf die Arbeitszeit und Veränderungen an den Arbeitszeitkonten verhindert werden.

Transparenz

Die mangelnde Transparenz bei der Auftragsvergabe der öffentlich-rechtlichen Sender würde von der Produzentenallianz bereits beim Deutschen Produzententag 2012 thematisiert. Beharrliches Nachfragen und Interventionen auf der politischen Ebene führten zu „Eckpunkten für die Transparenz der Zusammenarbeit“ mit dem ZDF und regelmäßigen Produzentenberichten der ARD und ihrer Landesrundfunkanstalten.

Die Produzentenallianz dankt sehr herzlich ihren Sponsoren und Unterstützern!

Für den Deutschen Produzententag 2018:



gettyimages®

adag
PAYROLL SERVICES GMBH



B2BTRIP



PRODUZENTEN
SERVICES
Film & Fernsehen

In Zusammenarbeit mit

Produzentenallianz Services GmbH

Kronenstraße 3, 10117 Berlin

Tel. 030-201 43 61-0 / Fax: -50

info@produzentenallianz-services.de

www.produzentenallianz-services.de

Für den Empfang zur 68. Berlinale:

COMMERZBANK 

10 Jahre
PRODUZENTEN
 **ALLIANZ**

ALLIANZ DEUTSCHER PRODUZENTEN – FILM & FERNSEHEN e.V.
GERMAN PRODUCERS ALLIANCE

**DEUTSCHER
PRODUZENTENTAG 2018**

**PRODUZENTENALLIANZ-
EMPFANG
ZUR 68. BERLINALE**

15. FEBRUAR 2018

REDEN

**Allianz Deutscher
Produzenten –
Film & Fernsehen e.V.**

Kronenstraße 3
10117 Berlin

Telefon: 030 206 70 88-0
Telefax: 030 206 70 88-44

info@produzentenallianz.de
www.produzentenallianz.de

ISBN 978-3-9816027-7-7