PA

DEUTSCHER PRODUZENTENTAG

DOKUMENTATION

2019

„Man verarmt nicht, wenn man Filme produziert, aber man verarmt, wenn man keine Rechte hat."

INHALT

ERÖFFNUNGSREDE

4 **Dr. Christoph Palmer**
Geschäftsführer der Produzentenallianz

MODERATION

9 **Ulrich Höcherl**
Herausgeber und Chefredakteur, Blickpunkt:Film

GRUSSWORT

10 **Prof. Jeanine Meerapfel**
Präsidentin der Akademie der Künste

REDE DER KULTUR-STAATSMINISTERIN

12 **Prof. Monika Grütters**
MdB Staatsministerin für Kultur und Medien

EHRUNG & ERNENNUNG EHRENMITGLIEDER

17 Laudatio
Prof. Dr. h.c. Bernd Neumann Staatsminister a.D.

20 Ehrenmitglied
Dieter Kosslick Festivaldirektor Internationale Filmfestspiele Berlin

23 Laudatio
Martin Moszkowicz Vorsitzender des Vorstandes der Constantin Film AG

26 Ehrenmitglied
Molly von Fürstenberg Produzentin, Gründerin Olga Film GmbH

DIALOG

29 „Linear - on demand – Fiction – Entertainment: Was ist wichtig für deutsche Produktionen von ProSiebenSat.1?“

Wolfgang Link Vorsitzender der Geschäftsführung, ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH mit **Dr. Markus Schäfer** Geschäftsführer All3Media, Vorsitzender des Sektionsvorstands Entertainment

PODIUM

38 „Visionen, Development, Risiken“ –
Wie finanzieren Produzenten*innen das?

Heike Hempel Leitung Hauptredaktion Fernsehfilm/Serie II, stv. Programmdirektorin ZDF
Janine Jackowski Geschäftsführerin Komplizen Film GmbH
Thomas Kufus Geschäftsführer Zero One Film GmbH
Martin Moszkowicz Vorstandsvorsitzender Constantin Film AG
Kirsten Niehuus Geschäftsführerin Filmförderung Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH

ERÖFFNUNGSREDE
von Dr. Christoph Palmer

Meine sehr verehrten Damen und Herren, ich darf sie alle herzlich begrüßen. Insbesondere liebe Produzentinnen und Produzenten, liebe Kollegen, Freunde und Partner der deutschen Produktionswirtschaft. Im Namen der Produzentenallianz heiße ich sie alle in Berlin hier zum 11. Produzententag willkommen. Traditionell treffen wir uns am Auftakttag der Berlinale gerne wieder in der Akademie der Künste. Herzlichen Dank, liebe Frau Professor Meerapfel, für die Gastfreundschaft, die Sie uns erneut gewähren. Produzentinnen und Produzenten sind auch Künstlerinnen und Künstler. Deshalb fühlen wir uns hier besonders wohl.

Jedes Jahr ist der Produzententag eine Standortbestimmung unserer Branche.

Wir vermessen die eigenen Positionen, wir vergewissern uns unseres Rückhalts, wir treten mit unseren Anliegen an die Öffentlichkeit, wir informieren über neue Entwicklungen. Leider muss ich in diesem Jahr erstmalig unseren Vorsitzenden Alexander Thies entschuldigen, den eine sehr ernsthafte Erkrankung im persönlichen Umkreis heute in Frankfurt am Main festhält. Wir senden ihm und seinem Bruder Stefan von hier aus alle guten Gedanken.

Wir kommen in einer spannenden Zeit zusammen.

> *Die Produktionswirtschaft verzeichnet Wachstum und sucht nach Fachkräften. Wir produzieren in allen Genres eindrucksvolle Werke. Die Auftragsbücher sind ordentlich gefüllt. Die privaten Sendergruppen in Deutschland stellen sich in diesen Wochen neu auf. ...*

... Eigene Plattformen werden forciert, beachtliche Investitionen in das Programm erfolgen. Wir begleiten RTL und ProSiebenSat.1 neugierig und tatendurstig in ihrem Veränderungsprozess. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und die Politik stehen vor entscheidenden Weichenstellungen. Die nächste Gebüh-

Dr. Christoph E. Palmer,
Geschäftsführung der Produzentenallianz

renperiode steht vor der Tür. Die Produzentenallianz ist für eine angemessene und bedarfsgerechte Gebührenausstattung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Kein Lebensbereich irgendwo auf der Welt, auch nicht in unserem Land, kommt wenigstens ohne Inflationsausgleich aus. Im Rundfunk wird dies jedoch seit über einem Jahrzehnt verlangt und praktiziert. Wir haben Kürzungen. Zuschauerinnen und Zuschauer haben ein Anrecht auf qualitätsvolles Programm, dass sie mit Ihrer Gebühr bezahlen, und zwar für die ganze Breite der gesellschaftlichen Wirklichkeit.

Unser Markt pluralisiert sich.

Neue Anbieter und Auftraggeber sind zu den traditionellen Geschäftspartnern hinzugekommen. Wir begrüßen als deutsche Produktionswirtschaft dies natürlich und freuen uns über alle neuen Player. Allein der S-VoD-Markt in Deutschland hat - laut dem neuem Produzentenbericht 2017, eine Zahl für 2018 ist noch nicht verfügbar, schon rund 150 Millionen Euro betragen, mit einer großen Marktdynamik. Unsere Mitglieder produzieren für sämtliche Sparten des bewegten Bildes. Sie sind in sechs Sektionen, auch das passt gut zur Akademie der Künste mit ihren Sektionen, zusammengefasst. Die Werbemärkte florieren, und unsere Produzenten für den Werbe- und Industriefilm partizipieren daran. Es ist wahr, das Kinojahr 2018 war kein gutes, zumindest bei den Zuschauerzahlen. Das stellt uns ebenso wenig wie die Partner der Leinwände zufrieden. Die Qualität unserer Kinofilme, unserer Festivalerfolge und Prämierungen zeigen jedoch die eindrucksvolle Erzählsprache des deutschen Kinofilms. Im Wettbewerb der Berlinale stehen drei deutsche Beiträge. Das hatten wir lange nicht.

In bewegten politischen Zeiten, meine sehr verehrten Damen und Herren, national und international, mit irrationalen Akteuren und populistischen Herausforderungen sind die qualitätsvolle Dokumentation, die investigative Reportage, der verlässliche Faktencheck wichtiger denn je.

Unsere Animationsfilme erreichen einen Anteil von über 50 Prozent des deutschen Kinofilm-Exports bei einem Anteil von nur sieben Prozent am Markt. Ein eindrucksvoller Erfolg dieser zukunftsträchtigen, technologisch anspruchsvoll aufgestellten Sparte. ...

... Die Unterhaltung ist und bleibt im öffentlich-rechtlichen wie im privaten Angebot ein elementarer Bestandteil des Programms. Alles andere wäre lebensfremd, ich meine sogar aus der Zeit gefallen.

Das deutsche Entertainment steht für ein hervorragendes Produkt mit großer Differenziertheit und Ausstrahlungskraft.

Dann natürlich die Fernseh-Fiction. Das Gros unserer Mitglieder produziert selbstverständlich für private wie öffentlich-rechtliche Programmanbieter, zunehmend auch für Pay-TV und Plattformen mit Begeisterung, Innovationsfreude, Risikobereitschaft, immer bereit, Neues zu erproben. Gerade die anspruchsvolle Serienproduktion zeigt, wozu die Produktionswirtschaft in der Lage ist, auch im Vergleich mit der internationalen Konkurrenz.

Elisabeth Motschmann MdB, Kirsten Niehuus, Markus Schäfer, Wolfgang Link (v.l.n.r.)

Begrüßung vieler besonderer Gäste

Es ist mir, meine sehr verehrten Damen und Herren, heute eine große Freude, viele besondere Gäste begrüßen zu dürfen. Mein Vorschlag wäre aus Zeitgründen, dass sie am Ende einen Beifall für alle Damen und Herren spenden und nicht jeweils einzeln. Ich kann nur wenige Namen erwähnen. Traditionell ist die Staatsministerin für Kultur und Medien, Frau Prof. Monika Grütters, unsere Auftaktrednerin mit einer filmpolitischen Standortbestimmung zum Beginn der Berlinale. Und es ist auch dieses Jahr wieder eine große Freude, liebe Monika Grütters, dass Sie es sich nicht haben nehmen lassen, zu kommen. Herzlich willkommen. Mit ihr begrüße ich viele Mitglieder des Deutschen Bundestags, der Landtage, die Chefs der Staatskanzleien von Brandenburg, Staatssekretär Thomas Kralinski und Thüringens Staatssekretär Malte Krückels. Aus dem Bundestag erlaube ich mir nur hervorzuheben die Sprecherin für Kultur und Medien der CDU/CSU-Bundestagsfraktion Elisabeth Motschmann. Ich freue mich, dass alle unsere Auftraggeber prominent vertreten sind. Die ARD mit den Intendanten Patricia Schlesinger und Lutz Marmor, mit dem ARD-Programmdirektor Volker Herres, der Generalsekretärin Susanne Pfab und der Degeto-Chefin Christine Strobl. Das ZDF ist heute Mittag beim Empfang. Auch das freut uns besonders, es wird sprechen durch seinen Intendanten Thomas Bellut und ist heute Morgen durch den Justiziar Peter Weber vertreten. Für ProSiebenSat.1 heiße ich den Vorsitzenden der Geschäftsführung Wolfgang Link willkommen. Wirklich großartig, dass Sie da sind und auch nachher mit uns diskutieren. Da freuen wir uns sehr darüber und wünschen Ihnen alles Gute für die Neuausrichtung. Für RTL Claus Grewenig. Besonders erfreut sind wir, dass neue Auftraggeber den Weg zu uns gefunden haben. Netflix ist heute da, mit Kai Finke, Dr. Christoph Schneider, der Geschäftsführer von Amazon Prime war angemeldet, und ebenso Peter Kerckhoff für die Telekom, ein immer wichtiger werdender Player. ...

> *„...Für Sky Deutschland ist Marcus Ammon heute unser Gast. Seit seinem Einstieg in die Eigen- und Koproduktion mit ‚Babylon Berlin' bereichert Sky den deutschen Produzentenmarkt außerordentlich. ..."*

Für den KiKA begrüße ich die Programmgeschäftsführerin Astrid Plenk, für Arte den Programmgeschäftsführer Wolfgang Bergmann. Sie sehen, alle Auftraggeber, privat wie öffentlich-rechtlich, sind hier heute vertreten, für uns ein wunderbares Commitment für die Zukunftsfähigkeit der Branche.

Die FFA wird durch ihren Präsidenten, unseren Freund und unser Vorstandsmitglied Staatsminister außer Diensten Bernd Neumann und den Vorstand Peter Dinges repräsentiert. Sie sehen mir nach, dass ich mit dieser Begrüßung der FFA alle Förderungen mit einbeziehe. Ich will eine Ausnahme machen, weil sie hier die örtliche Förderin ist und gerade wiederbestellt wurde und nachher mitdiskutiert, nämlich Kirsten Niehuus. Es sind heute sämtliche Förderchefs der Länderförderungen da, auch das ist ein ganz starkes Signal für unsere Branche.

Ich heiße pauschal, aber dafür umso herzlicher, die Kolleginnen und Kollegen der anderen Verbände, die Tarifpartner, mit denen wir die Tarifverträge und gemeinsamen Vergütungsregeln verhandeln, willkommen. Insbesondere die Vertreter von

ver.di, mit denen wir ein so gutes Verhältnis haben, und dem BFFS, der Schauspieler-Gewerkschaft, mit denen wir ein nicht minder gutes Verhältnis haben, der Institutionen und Organisationen unserer Geschäftspartner, mit denen wir das Jahr über gut und vertrauensvoll zusammenarbeiten.

Herzlicher Dank an die Sponsoren

Meine sehr verehrten Damen und Herren, diese Veranstaltung wäre ohne Sponsoren nicht durchführbar. Bitte, und diesen Appell erlaube ich mir trotz aller Compliance, ich halte das für vertretbar, bitte arbeiten sie mit Ihren Firmen auch mit den Firmen zusammen, die sich durch Sponsoring mit der Branche, mit dem Filmschaffen in Deutschland committen. Es ist mir eine besondere Freude, die Vertreterinnen und Vertreter von Sixt, adag, B2B TRIP, der Lufthansa Group, von Plasticfreeworld willkommen zu heißen. Stellvertretend für sie alle Regine Sixt, die uns von Anbeginn an treu begleitet und unterstützt hat. Dank auch von dieser Stelle aus an die Commerzbank für das Sponsoring am Mittag. Wir gehen im Anschluss an den Produzententag schräg gegenüber ins Haus der Commerzbank links vom Brandenburger Tor.

Ich begrüße herzlich die Vertreterinnen und Vertreter der Medien, die hoffentlich gut über unseren Produzententag berichten, stellvertretend Ulrich Höcherl, den Herausgeber und Chefredakteur von Blickpunkt:Film, der uns heute durch die Veranstaltung führt. Mit ihm begrüße ich alle Mitdiskutanten auf den Podien. Im Anschluss wird Frau Meerapfel als Hausherrin ein paar Begrüßungsworte sprechen, und nach Frau Meerapfel übernimmt Ulrich Höcherl.

Hervorhebung von Persönlichkeiten: Regina Ziegler, Stefan Arndt, Molly von Fürstenberg, Dieter Kosslick

Schließlich und abschließend ist es mir eine wirkliche Freude und Ehre, stellvertretend für die Hauptpersonen dieses Produzententags, nämlich die Produzentinnen und Produzenten, vier Persönlichkeiten besonders hervorzuheben. Zum einen die Preisträger unseres Carl-Laemmle-Preises, Regina Ziegler, die ihn im vergangenen Jahr erhielt und ihn zum Nobelpreis der Filmproduktion adelte. Zum anderen den Preisträger, den wir am 15. März auszeichnen werden in Laupheim: Stefan Arndt. Und dann Molly von Fürstenberg, Gründerin von Olga Film, Schöpferin bedeutender, schöner, bleibender Filmwerke, die wir heute zum Ehrenmitglied ernennen werden. Und mein allerletzter Gruß gilt dem Mann, der in den letzten beiden Jahrzehnten die Berlinale geprägt und zu dem gemacht hat, was sie heute ist: Dieter Kosslick. Er ist noch nicht da, weil er am Auftakttag der Berlinale ganz eng getaktet ist. Das werden Sie alle verstehen. Er kommt ziemlich genau um zehn, hat einen halbstündigen Zeitslot. Den hat er sich eingerichtet. Aber es wird ihm ja dann gesagt, dass ich ihn hier herzlich gegrüßt habe, Dieter Kosslick. Auch ihn werden wir ein wenig später zum Dank für seine Arbeit, als Zeichen unserer Verbundenheit mit der Ehrenmitgliedschaft der Produzentenallianz auszeichnen.

MODERATION
Ulrich Höcherl

„Produzenten müssen nicht nur in die Lage versetzt werden, tolle Filme und Projekte umzusetzen. Es gehört natürlich auch dazu, dass sie entsprechend an den Erfolgen ihrer Filme und ihrer Werke partizipieren."

Der Chefradakteur von Blickpunkt:Film moderierte den Deutschen Produzententag 2019

GRUSSWORT
von Prof. Jeanine Meerapfel

Sehr geehrte Frau Staatsministerin Grütters, liebe Monika, sehr geehrte Mitglieder des Deutschen Bundestags und des bayerischen Landtags, sehr geehrter Herr Palmer, sehr geehrte Produzentinnen und Produzenten, meine Damen und Herren, ich begrüße Sie sehr herzlich hier in der Akademie der Künste. Schon im letzten Jahr gab es hier im Vorfeld der Berlinale ein Podiumsgespräch mit Filmschaffenden und Vertretern der Branche über filmpolitische Themen, und wir werden das auch künftig fortsetzen. 2018 ging es um die Zukunft des Kinos. Vorgestern folgte das 12. Akademie-Gespräch mit dem Titel, der gleichzeitig eine Forderung ist: Kulturelle Filmförderung jetzt. Mit Regisseuren, Produzenten, Kritikern und Förderern sprachen wir über die Frankfurter Position des Lichter Filmfests, über notwendige Reformen und wir stellten fest, welche Überraschung, dass die Ziele recht einfach zu benennen, die richtigen Wege aber im Detail sehr kompliziert zu finden sind. Eines aber wurde vor allem bestätigt: eine finanziell prekäre Situation der Produzenten, Autoren, Regisseure und der weiteren Gewerke ist nicht förderlich für die Filmlandschaft. Mehr Geld benötigen alle. Seitens der Akademie der Künste setzten wir uns in erster Linie für den künstlerischen Film ein, für Filme, die nicht nur unterhalten, die mit Form und Inhalt experimentieren, die neue Filmsprachen entwerfen. Filme, die vielleicht nicht einfach zu konsumieren sind, die entsprechend keine Millionen Zuschauer in die Kinos locken, aber die dazu führen, dass sich unser Sehen und Denken weiterentwickelt.

> *Filme können imaginäre Welten entstehen lassen. Sie können Schönheit darstellen. Sie können Aufklärung betreiben und Mitgefühl für die anderen wecken. ...*

... Mit all dem können Sie uns außerdem auch unterhalten, uns halten in jedem Sinne. Und dies können sie am besten im Kino. Und Sie, liebe Produzentinnen und Produzenten, sind diejenigen, die dieses Geschäft der Schönheit, der Aufklärung

und der Unterhaltung betreiben. Dafür brauchen Sie Inspiration und eben auch Geld. Deshalb arbeiten alle in der Branche an Ideen für eine Filmförderung, die den unterschiedlichen Bedürfnissen entspricht. Einerseits denen des kulturellen Films, was die Franzosen genauer „arts de la scène" nennen, andererseits denen des guten kommerziellen Unterhaltungsfilms. Von Ihrem Mut, Ihrer Ausdauer und Ihrer Vision hängt es ab, ob ein Autor oder eine Autorin genügend Zeit und Geld hat, um gute Dialoge, spannende Handlungen zu entwickeln, ob ein Regisseur genügend Zeit hat und genügend Geld, um mit seinem Team die Welt dieses einen nicht austauschbaren Films entfalten zu können.

Ich will nicht alle Gewerke nennen. Sie kennen das Geschäft. Aber alle hängen letztlich von Ihnen ab, von Ihrer Kraft und Ihrem Durchsetzungsvermögen, davon, ob Sie einen wunderbaren Film entstehen lassen können. Von hier aus kann ich Ihnen nur Mut machen für das Experiment, für das Neue, für das Unerwartete, für Filme, die uns alle begeistern können. Ich übergebe das Wort an die Kulturstaatsministerin Monika Grütters.

Prof. Jeanine Meerapfel,
Präsidentin der Akademie der Künste

REDE
von Prof. Monika Grütters

Sehr verehrte, liebe Kolleginnen und Kollegen aus dem Bundestag, lieber Herr Palmer, liebe Janine Meerapfel als Hausherrin und ja auch Filmemacherin, Dieter Kosslick begrüßen wir gleich mit Szenenapplaus, meine sehr verehrten Damen und Herren, stellen Sie sich folgende Szene vor: ein Filmstudio in Hollywood; ein dunkler Saal, eine Leinwand, es läuft der Abspann eines deutschen Films. Das Licht geht an. Aus einem abgewetzten Sessel erhebt sich Steven Spielberg, um ihn herum sitzen frostig schweigend einige der großen amerikanischen Regisseure und Drehbuchautoren: „Warum", fragt Spielberg, „warum macht ihr nicht solche spannenden und innovativen Streifen?"

Klingt nach einem schlechten Drehbuch?

In den 1930er Jahren soll sich, so zumindest erzählt es eine Anekdote, Derartiges tatsächlich zugetragen haben. Es war der legendäre Produzent Irving Thalberg, der seine Leute einbestellt hatte, um ihnen Fritz Langs Thriller „M – Eine Stadt sucht einen Mörder" zu zeigen und eben diese Frage zu stellen: Warum kommen solche Filme nicht von uns?

Wenn heute Abend die 69. Internationalen Filmfestspiele eröffnen, dürfen wir uns zunächst einmal darüber freuen, dass drei deutsche Produktionen ins Rennen um den Goldenen und die Silbernen Bären gehen. Erfreulich ist auch, dass der Marktanteil deutscher Kinofilme 2018 vergleichsweise stabil geblieben ist – allerdings bei insgesamt rückläufigen Zahlen, die ich hier nicht im Detail ausbreiten muss. Sie wissen ja ebenso gut wie ich, dass 2018 kein berauschendes Kinojahr war – und dass der heiße Sommer und die Fußball-WM mit dem kläglichen Vorrunden-Aus der deutschen Mannschaft als Erklärungsansätze für den deutlichen Einbruch bei der Zahl der verkauften Kinokarten nur bedingt taugen. Zur Wahrheit gehört, dass wir 2018 nicht nur viel Sonne, sondern auch wenig zugkräftige Filme hatten – auch zu we-

nig zugkräftige Filme aus Deutschland. Zur Wahrheit gehört auch, dass es an zu wenig Geld in den Fördertöpfen nicht liegen kann, denn die sind gut gefüllt.

In den vergangenen Jahren habe ich die kulturelle Produktionsförderung beinahe verfünffacht; ich habe den DFFF 2 neu eingeführt – beim DFFF reden wir insgesamt über eine Verdopplung der Fördermittel, außerdem den GMPF unter das Dach der BKM geholt und ebenfalls deutlich erhöht, nämlich um 50 Prozent. Rechnet man alle Fördermaßnahmen zusammen, stehen mittlerweile jährlich rund 165 Millionen Euro allein für die Produktionsförderung von Kinofilmen und High-End-Serien bei der BKM zur Verfügung. Damit haben wir so viel Geld wie nie zuvor in der öffentlichen Filmförderung – und damit ist Deutschland im internationalen Standortwettbewerb vorne mit dabei, erst recht, wenn man bedenkt, dass durch die Kumulation mit Länderförderung und FFA-Förderung Förderquoten von 80 Prozent und mehr erreicht werden. Vor diesem Hintergrund dürfte es eigentlich nicht vollkommen abwegig erscheinen, was ich eingangs, frei nach Irving Thalberg, Steven Spielberg in den Mund gelegt habe: dass der deutsche Film international als stilbildend, vielleicht sogar als Konkurrenz zu Hollywood wahrgenommen werden könnte.

In den vergangenen Jahren haben wir hier, beim Deutschen Produzententag, vor allem über die filmpolitischen Erwartungen der Produzentenallianz an die Politik gesprochen, lieber Herr Thies, und wir sind uns sicherlich einig, dass die Stimme der Produzentenallianz nicht unerhört geblieben ist: Ich habe - mit eben jenen 165 Millionen Euro - die Produktionsförderung der BKM in den vergangenen drei Jahren nahezu verdreifacht. Lassen Sie uns deshalb heute in aller Freundschaft auch einmal über die Erwartungen sprechen, die mit der Erfüllung Ihrer Forderungen verbunden sind. Ich kann und will jedenfalls - bei aller Vorfreude auf die Berlinale und bei aller Wertschätzung für einzelne herausragende deutsche Filme - nicht verhehlen, dass auch ich, wie viele andere, ein gewisses Missverhältnis zwischen Investition und Ertrag sehe: zwischen dem massiven, hart erkämpften Ausbau der deutschen Filmförderung einerseits und der Zug- und Strahlkraft des deutschen Films wie auch der Zahl deutscher Filmerfolge andererseits. Dies klar und deutlich auszusprechen, wird hier – dessen bin ich mir natürlich bewusst - ebenso wenig Beifall finden wie einst Irving Thalbergs dezenter Hinweis auf Filmkunst „made in Germany". Aber der deutschen Filmwirtschaft ist langfristig ganz sicher nicht gedient, wenn wir so tun, als sei die öffentlich vorgetragene Kritik an der Förderbilanz vollkommen aus der Luft gegriffen, zumal es sich ja nicht um Einzelmeinungen schlecht informierter Nörgler und Ignoranten handelt.

„Die Filmförderung fördert konsequent am Publikum und an den Kinos vorbei", heißt es von Seiten der Kinobetreiber. „Hauptsache Sicherheit, Hauptsache keine Experimente", auf diesen Nenner bringt ein vielfach ausgezeichneter Regisseur seine Kritik an der deutschen Filmförderung. Und in den Feuilletons liest man Sätze wie diese, ich zitiere: „Subventionen machen träge und nehmen den Antrieb, besser zu werden. Das gilt auch für die Filmindustrie, für die deutsche besonders." Man kann über die Berechtigung solcher Äußerungen trefflich streiten, meine Damen und Herren, aber eines ist klar: Wenn eine Branche derart massiv mit Steuergeld unterstützt wird wie die Filmbranche, darf und muss auch nach dem

Prof. Monika Grütters MdB,
Staatsministerin für Kultur und Medien

Nutzen dieser Förderung gefragt werden – und zwar nicht nur nach dem Nutzen für die Produzenten, sondern auch nach dem Nutzen für das Produkt, den deutschen Film, und für seine Adressaten, das Kinopublikum - die steuerzahlenden Bürgerinnen und Bürger. Und wenn Aufwand und Nutzen nicht in einem ausgewogenen Verhältnis stehen, dann lohnt es sich, gemeinsam darüber nachzudenken, woran das liegt und wie sich das ändern lässt.

Eben das will ich zusammen mit Ihnen, zusammen mit allen Beteiligten tun: im Dialog mit der gesamten Branche, mit den Produzenten, den Produktionsdienstleistern, mit Filmverleihern und Kinobetreibern. Deshalb werde ich in den nächsten Wochen zu einem Runden Tisch einladen, der noch im ersten Halbjahr dieses Jahres stattfinden soll. Um Missverständnisse gar nicht erst aufkommen zu lassen: Genau wie Sie, verehrte Produzentinnen und Produzenten, möchte ich, dass die Fördertöpfe gut gefüllt bleiben, mindestens so gut wie sie es jetzt sind, um den Produktionsstandort Deutschland nachhaltig und dauerhaft international wettbewerbsfähig zu halten. Schließlich habe ich dafür seit Beginn meiner ersten Amtszeit unermüdlich geworben und so manchen harten politischen Kampf geführt (und ge-

wonnen). Diese filmpolitischen Erfolge werde ich verteidigen, darauf haben Sie mein Wort. Aber über die Verteilung der vorhandenen Mittel müssen wir reden: Wo müssen wir umsteuern? Welche Strukturen und Verfahren gehören auf den Prüfstand? Wo können wir unsere Ziele noch effektiver erreichen? Wie reagieren wir angemessen auf Veränderungen am Markt, ohne Bewährtes zu schwächen?

Darüber hinaus gibt es ja auch weitere Themen, die der Branche unter den Nägeln brennen und die bei dieser Gelegenheit auch zur Sprache kommen können: der bevorstehende Brexit zum Beispiel. Im Moment ist noch nicht ersichtlich, wie genau er sich auf die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Filmwirtschaft auswirken wird. Im Falle eines „harten Brexits" ohne ein Austrittsabkommen würden britische Bürger nicht mehr als EU-Bürger im Sinne der Fördermaßnahmen zählen. Das wird bei neuen Bewilligungen zu berücksichtigen sein. Auf Förderzusagen, die vor dem Brexit gegeben wurden, hat dies aber keine Auswirkungen. Wirkung würde ein harter Brexit aber auf den knallharten Wettbewerb der Standorte haben. Zwar bliebe den Briten der Zugang zu europäischen Fördertöpfen zukünftig verwehrt. Sie wären zukünftig aber auch nicht mehr an das EU-Beihilferecht gebunden und könnten ihre Förderungen somit noch deutlich anheben. Auch dies also ein Grund, über Verbesserungsmöglichkeiten für das deutsche Fördersystem nachzudenken.

Unabhängig von diesen Plänen für einen Runden Tisch arbeitet mein Haus bereits mit Hochdruck an der Vorbereitung der nächsten FFG-Novelle, in der nicht zuletzt der Erhalt des Kinos als Kulturort eine wichtige Rolle spielen wird, und – wie im Koalitionsvertrag zwischen Union und SPD vereinbart – an einem Zukunftsprogramm Kino, das noch 2019 mit ersten Maßnahmen anlaufen soll. Dazu sind wir seit Sommer 2018 im Gespräch mit den Berichterstattern der Regierungsfraktionen im Bundestag, der FFA sowie auch der Filmbranche und werden jetzt auch zügig das Gespräch mit den Ländern aufnehmen.

Darüber hinaus tragen wir filmpolitisch auch den Entwicklungen des digitalen Zeitalters mit seinen neuen Erzählformen und -möglichkeiten Rechnung: Neue Serienformate von hohem künstlerischem Rang entstehen, deutschsprachige Regisseure und Autoren feiern damit Zuschauer- oder Festivalerfolge. Hier liegen enorme Chancen für die deutsche Filmproduktionswirtschaft. Deshalb haben wir 2018 nicht nur den GMPF übernommen und den Titelansatz schon 2019 erstmals erhöht, sondern auch dafür gesorgt, dass die für die wirtschaftliche Filmförderung insgesamt zur Verfügung stehenden Mittel flexibler und damit bedarfsgerechter eingesetzt werden können. So können DFFF II-Mittel, die nicht abfließen, bis zu einem gewissen Umfang der Produktion von High-End-Serien und auch dem DFFF I zugute kommen. Mit Blick auf die wachsende Bedeutung des digitalen Filmschaffens – insbesondere auf unsere international höchst anerkannten VFX-Firmen – haben wir den DFFF II für diese Belange außerdem noch besser nutzbar gemacht und prüfen im Moment, ob wir das auch bei der Serienförderung umsetzen können. Eine gesondert für VFX Produktionen herabgesetzte Einstiegsschwelle beim DFFF II musste in Brüssel angesichts der Vorgaben der Kinomitteilung hart durch die BKM erkämpft werden. Dies haben wir aber gern auf uns genommen, weil uns der Erfolg des Filmstandortes Deutschland genauso am Herzen liegt wie Ihnen, liebe Produzentinnen und Produzenten.

Nebenbei bemerkt: Am Dienstag habe ich mich mit Reed Hastings, dem Netflix CEO, getroffen, für den Filmstandort Deutschland geworben und mich unter anderem nachdrücklich dafür eingesetzt, dass Netflix künftig FFA-Abgabe zahlt, auf die Kinoauswertung Rücksicht nimmt und Kreative nicht zu lange durch Exklusivverträge vom Markt fernhält.

Mit diesen Maßnahmen und den fortlaufenden Gesprächen, die mein Haus dazu mit der Branche führt, erkennen wir die kulturelle und wirtschaftliche Bedeutung von High-End-Serienformaten an - wenn wir auch darauf achten müssen, dass High-End-Serienformate den Kinoformaten nicht das Wasser abgraben. Deshalb brauchen wir auch weiterhin klare Regeln in Form von Sperrfristen, die das Kino als Kulturort schützen. Wer von der Förderung profitieren möchte, muss sich an diese Regeln halten. Die Kinoleinwand darf nicht – Stichwort „Roma" - zur bloßen Werbeplattform für VoD-Produktionen degradiert werden! Sie verdient weiterhin Wertschätzung als Bühne für „großes Kino": für Filme, die berühren und bewegen, fesseln und erschüttern, für Filme, die im Gedächtnis bleiben, die Wahrnehmung verändern, Diskussionen anstoßen. Für solche Filme, für „großes Kino" als Gemeinschaftserlebnis rollt die Berlinale heute Abend zum 69. Mal den roten Teppich aus, und deshalb freut es mich ganz besonders, dass Dieter Kosslick heute die Ehrenmitgliedschaft der Produzentenallianz verliehen bekommt, der sich um „großes Kino" wahrlich verdient gemacht hat.

Nicht nur hier, sondern auch in den Kinos landauf landab und auf den Festivals weltweit verdient Filmkunst „made in Germany" mehr als eine Nebenrolle - ja, überall dort, wo aus Filmstoff Gesprächsstoff wird! Es muss ja nicht unbedingt Gesprächsstoff für Steven Spielberg sein …, aber schön wäre es doch, könnten wir an die goldenen Zeiten des deutschen Kinos anknüpfen, als deutsche Filme mit künstlerischen Wagnissen und Experimentierfreude selbst Hollywoodgrößen wie Irving Thalberg in Begeisterung versetzten… . Für „großes Kino" und für eine herausragende Rolle des deutschen Films werde ich mich weiterhin stark machen, dafür steht die BKM weiterhin verlässlich an der Seite der deutschen Filmbranche! In diesem Sinne: auf eine erfolgreiche und inspirierende Berlinale!*

LAUDATIO

von Prof. Dr. h.c. Bernd Neumann anlässlich der Verleihung der Ehrenmitgliedschaft der Produzentenallianz an Dieter Kosslick

Meine Damen und Herren,

man hat mich als Vorstandsmitglied der Produzentenallianz gebeten, ein paar Worte zur Verleihung der Ehrenmitgliedschaft an Sie, lieber Dieter Kosslick, zu sagen. Das tue ich sehr gern – zum einen in der Eigenschaft als Präsident der FFA, bei der Sie im Verwaltungsrat und Präsidium langjährig mitwirkten, zum anderen als ehemaliger Kulturstaatsminister, der Ihr Wirken als Chef der Berlinale über viele Jahre politisch begleiten konnte. Lieber Dieter Kosslick, in diesen Tagen wird Ihr Lebenswerk, die Berlinale, in fast allen Zeitungen gewürdigt. Sie erhalten eine Reihe

von Auszeichnungen und Belobigungen. Das sollten Sie genießen, zumal es vor mehr als einem Jahr auch andere gab – allerdings waren diese in keiner Weise repräsentativ, angemessen schon gar nicht.

Ohne Produzentinnen und Produzenten käme kaum ein Film zustande, sie tragen das volle Risiko und müssen häufig unter finanziell schweren Bedingungen Filme herstellen. ...

... Gerade diese können am ehesten beurteilen, was Sie, lieber Dieter Kosslick, in 18 Jahren als Chef der Berlinale für den deutschen Film geleistet haben.

Nun, zweifelsohne ist der Höhepunkt des filmischen Schaffens die Verantwortung für die Berlinale, aber Dieter Kosslicks Wirken geht darüber hinaus. Anfang der 80er Jahre in seiner Hamburger Zeit war er sogar Pressesprecher der Leitstelle für die „Gleichstellung der Frau". Dieter war damals – wer hätte das gedacht – seiner Zeit weit voraus.

1983 begann seine Tätigkeit in der Filmförderung in Hamburg, 1992 holten das Land NRW und der WDR Dieter Kosslick als Geschäftsführer der damals gegründeten Filmstiftung nach Düsseldorf, wo er die erste moderne, produzentenorientierte Förder-GmbH aufbaute und zum Erfolg führte.

Als ich ihn Ende der 90er Jahre kennenlernte, war er für mich jemand, der nicht nur alle Facetten der Filmpolitik bestens kannte, sondern der auch kulturpolitische Einschätzungen überzeugend vermitteln konnte. In diesem Bereich war er für mich einer der ganz wenigen wirklichen Profis – und davon gibt es bis heute nicht so viele – das gilt auch für die Politik. Selbst seine Tipps für gutes Essen und Hotels auch bei den Filmfestspielen in Cannes waren spitze; in dem von ihm empfohlenem Hotel in Mougins „Le Mas Candille" habe ich dann immer wieder übernachtet.

Lieber Dieter Kosslick, als Staatsminister war ich von 2005 bis 2013 für die Rahmenbedingungen und die Finanzierung der Berlinale verantwortlich. In dieser Zeit kann ich mich an kein ernsthaftes Problem mit der Berlinale erinnern. Natürlich gab es auch dort Probleme, aber Sie haben diese alle selbst gelöst – und mit der Berlinale ging es immer aufwärts. ...

... Die Berlinale kostet etwa 26 Millionen Euro, der Bund bezuschusst diese mit 8,2 Millionen Euro. Also, der mit Abstand größere Teil der Summe wird über Sponsoren und Einnahmen aufgebracht. Es ist auch ein besonderes Verdienst von Dieter Kosslick, dass es bis heute gelang – trotz des Absprungs mancher Sponsoren – bei diesem Verhältnis zu bleiben. Das ist schon eine Leistung in dieser Zeit.

Die Berlinale wird auch begleitet durch den European Film Market, der mittlerweile auch als Koproduktionsmarkt für Produzenten von großer Bedeutung ist.

Beim Blick in die Archive habe ich in einem Interview der Wochenzeitung „Die Zeit" von 2005 gelesen, dass Dieter Kosslick von etwas ganz anderem träumt: Er wäre so gerne Bäcker geworden! Zitat: „Die Bäckerin ist für mich das absolut Erotische. Sie riecht so frisch und hat immer eine gestärkte, blitzweiße Schürze an!" Jetzt weiß

Prof. Dr. h.c. Bernd Neumann,
Kulturstaatsminister a.D.

ich auch, wie man sich die Vorliebe von Dieter Kosslick zum Kulinarischen Kino erklären kann, wenn seine Vorliebe für eine blitzweiße Schürze eine derart erotische Wirkung auf ihn hat. Nein, nein, es ist schon gut, dass es anders gekommen ist. Gute Bäcker gibt es viele, aber phantastische Filmfestivalchefs eher selten.

Zukünftig wird ja die Leitung der Berlinale geteilt. Bei „Zeit-Online" hieß es: „Mag sein, dass mancher dies als Kritik an Kosslick versteht. Denn diese Aufgabe, diese Berlinale, ist für einen oder eine alleine tatsächlich kaum zu schaffen. Das konnte so lange Zeit nur jemandem vom Format eines Dieter Kosslick gelingen". Gibt es ein größeres Kompliment?!

Heute Abend bei der Eröffnung haben wir die letzte Möglichkeit, das launige Wortspiel zwischen Anke Engelke und Dieter Kosslick mitzuerleben – und vor allem auch sein beeindruckendes Englisch, das selbst von denen verstanden wird, die gar nicht Englisch sprechen.

Für die 69. Berlinale drücken wir noch mal alle Daumen und gratulieren Dieter Kosslick zur Ehrenmitgliedschaft der Produzentenallianz.

EHRENMITGLIED
Dieter Kosslick

Liebe Kolleginnen und Kollegen, Frau Staatsministerin, liebe Monika, lieber Bernd Neumann, 18 Vorstandsmitglieder der Allianz, ich kann sie nicht alle aufführen, aber ich sehe Martin Moszkowicz und natürlich den Kollegen Christoph Palmer. Vielen Dank, das ist heute wirklich eine große Ehre für mich.

Als ich vor 18 Jahren hier stand und mein Freund Johannes Kreile hier die Sitzung eröffnete, war das auch mein erster Auftritt, mein allererster Gig auf der Berlinale. Da gab's dann gleich einen Wermutstropfen. Alles lief hier richtig gut bis zum Schluss, da sagte Johannes: „Aber, dass du mich nicht zur Eröffnung eingeladen hast ..." Also falls noch jemand diese Frage nachher an mich hat: Wir haben noch zwei zurückgegebene Karten im zweiten Rang heute Abend.

So. Erstens mal bin ich bin wirklich froh, dass ich heute zusammen mit meiner Freundin Molly geehrt werde. Meine dreieinhalbstündige Rede über den Paradigmenwechsel in der Kinobranche habe ich jetzt mal auf dreieinhalb Minuten verkürzt. Ich hoffe, ihr seht mir das nach. Es gibt in diesem Jahr natürlich nur ein Thema: Welches Marketinggenie auf der Welt hat dieses Wort erfunden, das jetzt jeder jeden Tag und jede Minute im Mund trägt? Verflixt noch mal, alle reden über Netflix. Ich kann nur sagen, liebe Monika, mit Konzernen geht man nicht freundlich um. Die sind immer nett, das haben sie geübt. Mit Google, mit Facebook, mit all diesen Leuten, die, wie ich finde, unsere Gesellschaft ruinieren mit ihrem unkontrollierten Geschäftsmodell, um nur Geld zu scheffeln, mit denen muss man Tacheles reden. Und mit denen muss man auch Tacheles reden in Sachen Kinoauswertung und nicht den Esel heute Nachmittag schlagen, den Esel, ein Film einer Frau aus Spanien, die schon sehr oft in Berlin war im Wettbewerb, nur, weil der von Netflix finanziert worden ist. Ich habe die Garantie, dass er sogar im Kino ausgewertet wird, was in Spanien gar nicht notwendig ist. Denn in Spanien gibt es gar kein Kinogesetz, was Auswertungsfristen hat. Da kann man vier Wochen lang seinen Film ins Kino bringen, und dann kriegt man eine Subvention. Aber sonst gibt es gar keine

Dieter Kosslick (Mitte), Festivaldirektor Internationale Filmfestspiele Berlin

Regel. Also für die Berlinale ist die Sache klar. Und dieses aufgeregte Nesselfieber über Netflix, das werden wir überstehen.

Trotzdem möchte ich meine filmpolitische Position hier mal in drei Sätzen zu diesem Thema zusammenfassen. Erstens: Screaming about Streaming. Ich kenne eigentlich nur noch Leute, die hier rumlaufen und sagen: Um Gottes willen, was ist denn hier passiert? Streaming, das ist ja ganz schlimm. Wir produzieren ja auch mit denen, aber ganz schlimme Sache. Ich kann euch nur sagen: Screaming nützt nichts. Handeln nützt was. Und Harke zeigen. Sonst machen die nichts freiwillig im Kino. ...

... Und das Einzige, was ich gelernt habe, was amerikanische Konzerne und andere Konzerne wirklich beeindruckt, ist, Politik. Vor der haben sie nämlich Angst. Und wenn man dort den Ordnungsrahmen schafft, dann geht auch alles gut.

Wenn man ihn nicht schafft, sollte man das nicht an einem einzelnen Film auslassen, wie das jetzt schon seit Wochen diskutiert wird. Also nicht nur Screaming about Streaming, sondern ordnungspolitisches Handeln.

Zweites Kapitel: Was ist der Unterschied zwischen einem Kino und einer Apple Watch? Das ist ungefähr so wie bei Godzilla: Size matters.

Ein deutscher Film übrigens, schwäbischer Film, Emmerich-Film. Toller Film. Es war noch nie so ein langer Schwanz über Cannes Carlton-Hotel wie der Schwanz von Godzilla. Size matters eben.

Punkt 3: Das Allerwichtigste jetzt für sie, für euch, meine Freunde, meine Mitproduzenten: „Ran an den Speck und Rechte weg". Oder ich kanns auch in Englisch sagen: Get the Speck, but rights are weg.

Wer denkt, dass das Glück im Produzieren ohne Rechte ist, hat sich getäuscht. Ich frage mich, warum wir auf die audiovisuelle

Straße gegangen sind in Brüssel, damals als ich Präsident der Europäischen Filmförderung war. Man hat ja sehr über diese neue Förderung gelacht. Heute ist sie 500 Millionen Euro schwer und heißt Creative Europe. Und ich erinnere mich noch, vor allem an die Fernsehproduzenten, dass sie gekämpft haben mit einer Initiative, die in Bayern war, dass sie wenigstens 12,5 Prozent der Rechte behalten dürfen, wenn es ein europäisches Werk ist.

Ich möchte nur noch mal darauf hinweisen: Man verarmt nicht, wenn man Filme produziert, aber man verarmt, wenn man keine Rechte hat.

Zum Schluss noch mal eine Statistik von zwei Sätzen. Ich freue mich wirklich, und das ist auch mithilfe der Deutschen Filmförderung, ich sehe Kirsten Niehuus hier vorne sitzen, mithilfe der deutschen Filmförderung passiert: 61 deutsche Wettbewerbsbeiträge sind in den letzten 18 Jahren auf der Berlinale gezeigt worden. 61! Vier goldene Bären sind an deutsche Filme und Koproduktionen gegangen. Die Koproduktion waren „Bal", „Jasmila Zbanics Grbavica", „Touch me not", und natürlich „Gegen die Wand". Immerhin vier goldene Bären. Und 36 silberne Bären sind an deutsche Schauspieler und Schauspielerinnen verliehen worden. Wer kann, der kann, auch ohne Cannes. Und ich freue mich und bedanke mich bei Euch, dass ihr diese Filme gemacht habt, dass ihr sie produziert habt mit all den wunderbaren Künstlern und vor allem Künstlerinnen. Jetzt habe ich mich mal richtig durchgesetzt. Diese Berlinale ist wirklich weiblich. Und ich unterzeichne übermorgen den Pledge „5050×2020". Für die Berlinale ist das ein schrecklicher Moment, denn bei der Berlinale arbeiten 80 Prozent Frauen, also wir müssen 30 Prozent abbauen, um auf 5050 zu kommen.

Okay, das war einer dieser Witze, über die man nicht mehr lachen kann. Ich fand es eigentlich sehr schön, dass es letztes Jahr, und damit komme ich zum Schluss, einen Witz gab, bei dem überhaupt niemand lachte beim Eröffnungsabend. Außer einer Frau in der zweiten Reihe links vorne. Die hat eigentlich die ganze Zeit noch gelacht, auch während dem Film. Wenn Sie sich erinnern war die Frage: Wie heißt der Hund von Lars von Trier? Und ich habe gesagt: Dogma. Da herrschte Stille im Saal. Aber diese laut lachende Frau hat nachher den Silbernen Bären bekommen für den wunderbaren Film, die Koproduktion „Las Herederas". Und ich habe mich sehr gefreut, dass wenigstens eine Person begriffen hat, was ich meine.

Ich bedanke mich. Übrigens, das hier sind israelische Wachsblumen. Nur damit wir uns richtig verstehen, falls Herr Netanjahu wieder einen Brief an die Kanzlerin schreibt, dass die Berlinale dummes Zeug zeigt. Wir zeigen wieder dummes Zeug, Herr Netanjahu, es tut mir echt leid.

Ich wollte nur noch sagen: Molly, ich komme jetzt und küsse Dich. Ich freue mich, dass wir beide hier aufgenommen worden sind in den Olymp. Wir haben so oft in unserem Leben etwas zusammen gemacht, wir haben viele Filme wie z.B. Doris Dörrie nicht nur gefördert, sondern auch gezeigt. Es war eine schöne Zeit. Und wir haben unfassbar viel gelacht.

Und das empfehle ich der Filmbranche: Egal, wie hart es kommt, ab und zu mal richtig kräftig durchlachen. Und wenn es nicht geht, wie heißt nochmal der Hund….. Schönen Tag und eine tolle Berlinale wünsche ich uns allen. Danke.

LAUDATIO

von Martin Moszkowicz anlässlich der Verleihung der Ehrenmitgliedschaft der Produzentenallianz an Molly von Fürstenberg

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Molly von Fürstenberg, ich freue mich sehr, Dich, liebe Molly, heute im Namen des Gesamtvorstandes als Ehrenmitglied der Produzentenallianz aufnehmen zu dürfen. Diese Ehrenmitgliedschaft wird seit Bestehen der Produzentenallianz und in guter Tradition der Vorgängerverbände verliehen. Somit reihst Du Dich ein in einen Reigen herausragender Produzentenpersönlichkeiten wie Regina Ziegler, Bernd Burgemeister, Frank Elstner und viele andere. Herzlich willkommen! Du bist eine Produzentin mit Leib und Seele und hast

Martin Moszkowicz, Vorsitzender des Vorstandes der Constantin Film AG; Mitglied des Gesamtvorstands der Produzentenallianz

für unseren Berufsstand Enormes geleistet. Von Dir produzierte oder koproduzierte Filme wie „Kirschblüten – Hanami“, „Grüße aus Fukushima“, „Napola“, „Bandits“, „Mädchen Mädchen“, „Kleine Haie“, „Männer“ und „Der bewegte Mann“, das sind nicht alle übrigens, aber einige davon, trugen maßgeblich zum Erfolg eines neuen deutschen Kinos seit den 1980er-Jahren bei. Auch für das Fernsehen hast Du erfolgreich unzählige TV-Movies zusammen mit dem Team der Olga Film produziert.

1974 gründetest Du zusammen mit Denyse Noever und Elvira Senft die Olga Film GmbH. Ein vollständig von Produzentinnen geführtes Produktionsunternehmen war schon damals - und ist vielleicht auch leider noch heute - seiner Zeit mehr als voraus. Über 40 Jahre warst du Geschäftsführerin der Olga Film, die übrigens seit der ersten Stunde der Produzentenallianz 2008 hier Mitglied ist. Auch jetzt kannst du die Finger nicht vom Produzieren lassen und hältst Olga Film als freie Produzentin weiterhin die Treue. Chapeau!

Der Antrieb für die Gründung der Olga Film war Dein Wunsch nach Selbstständigkeit, Dein Ziel: die Verbindung von Kreativität, hochwertigen Produktionen und Publikumswirksamkeit. Das, liebe Molly, ist Dir und Deinem Team wunderbar gelungen.

Hansjörg Füting und Molly von Fürstenberg

Dein Erfolg bemisst sich nicht nur an der Zahl deiner Filme und Preise, sondern besonders an den Namen der Kreativen, die durch dein Wirken erst zu deutschen Stars wurden: Uwe Ochsenknecht, Jürgen Vogel, Til Schweiger, Meret Becker, Karoline Herfurth, Florian David Fitz, Joachim Król, Heiner Lauterbach und viele, viele, viele mehr. Mit deinem Namen sind Regisseure wie Sönke Wortmann und Doris Dörrie eng verbunden.

Der Erfolg produzentischen Arbeitens besteht darin, begabte Talente zu entdecken und Menschen aus verschiedenen kreativen Branchenbereichen zu einem guten Team zusammenzubringen. Dieses Berufsprofil hast Du, liebe Molly, nicht nur intensiv gelebt, sondern auch geprägt. Ich selbst, wahrscheinlich erinnerst Du dich gar nicht daran, erinnere mich an einen ersten Flugversuch in unserem Geschäft. Da hattest Du mir als damals 16-jährigem Produzenten nächtens Euren Schneideraum für einen experimentellen 16-Millimeter-Schwarz-Weiß-Kurzfilm zur Verfügung gestellt.

Geprägt hast Du auch die deutsche Kinolandschaft. Indem Du die Komödie wieder auf den Plan gebracht hast, gabst Du zu dem Kino eine gewisse Leichtigkeit trotz hohem Qualitätsanspruch. Doch nie ging es Dir darum, einer Sache Deinen Stempel aufzudrücken. Wenn Dich etwas auszeichnet, dann Deine Bescheidenheit und Deine Stilsicherheit. Nicht selten hast Du betont, wie sehr Deine Arbeit Gemeinschaftswerke sind und hast das Risiko heruntergespielt, das mutige Entscheidungen mit sich bringen. Deine Beständigkeit führte zu Erfolg.

Für Dein Werk bekamst du zweimal den Bayerischen Produzentenpreis, den Ehrenpreis des bayerischen Ministerpräsidenten und den Deutschen Filmpreis in Silber. Außerdem das Bundesverdienstkreuz am Bande.

Wir nehmen Dich nun als Ehrenmitglied in die Produzentenallianz auf mit dem Wissen, dass du jüngeren Kolleginnen und Kollegen ein Vorbild sein kannst für erfolgreiches, innovatives, pragmatisches Schaffen mit hohem künstlerischem Anspruch. Deine Gelassenheit, wenn mal etwas nicht so glattläuft, und ein beständiger Einsatz für die Kreativität sind motivierend, besonders in turbulenten Zeiten der Branche. Ich sage im Namen der Produzentenallianz: Vielen Dank, vielen Dank, liebe Molly, und herzlich willkommen.

EHRENMITGLIED
Molly von Fürstenberg

Was für eine wunderbare Rede. Ich bin jetzt ganz erschüttert und sowieso ganz aufgeregt. Lieber Martin, herzlichen Dank! Vor kurzem erzählte ich Mathias Schwarz, dass ich sehr beschämt bin, dass ich diese Ehrenmitgliedschaft bekomme, weil ich noch nie auf einem Produzententag seit Gründung der Allianz war. Mathias sagte lachend zu mir: „Du bekommst sie ja nicht für Anwesenheit." Also vielen herzlichen Dank an den Vorstand. Gerne nehme ich diese Ehre an, zumal ich auch der Allianz überaus dankbar bin für ihre Arbeit für uns Produzenten. Vor der Allianz war Olga Film Mitglied bei der AG Spielfilm und beim Fernsehproduzenten-Verband. Ich möchte mich nachträglich bei Margarete Evers, Eberhard Junkersdorf und auch bei dem viel zu früh verstorbenen Bernd Burgermeister bedanken.

Aber das Beste, was uns Produzenten passieren konnte, war die Zusammenführung der unterschiedlichen Produzentenverbände.

Jetzt bin ich etwas mit meiner Rede durcheinandergeraten, weil ich eigentlich gedacht hatte, ich werde vor Dieter Kosslick geehrt. Nun möcht ich mich aber auch so sehr bei Dir, lieber Dieter, bedanken für die Freundschaft, die wir haben. Danke Dieter.

Molly von Fürstenberg,
Produzentin, Gründerin Olga Film GmbH

Molly von Fürstenberg und Dieter Kosslick

DIALOG
zwischen Wolfgang Link und Markus Schäfer

Einleitung durch Moderator Ulrich Höcherl:

Dann geht es in medias res gleich weiter. Jetzt geht es noch weiter ums Produzieren für alle Bereiche, linear, on demand, Fiction, Entertainment. Im Sommer hat er gesagt: Wir haben uns viel vorgenommen. Es gibt eine Programmoffensive bei ProSiebenSat.1. Wie diese Programme aussehen sollten, worüber sich ProSiebenSat.1 dann freut, um da auch einzusteigen in diesen, na ja, Auftragsboom ist vielleicht noch übertrieben, aber in den stetig wachsenden Markt, das wollen wir uns anhören und zwar im Gespräch, im Dialog. Bei uns ist Wolfgang Link, der Vorsitzende Geschäftsführung der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH. Und mit ihm spricht darüber, wie sich das darstellt, in den nächsten 25 Minuten Dr. Markus Schäfer, der Geschäftsführer der All3Media Deutschland und gleichzeitig der Vorsitzende der Sektion Entertainment. Ich bitte Sie, walten Sie Ihres Amtes. Suchen Sie sich die schönsten Plätze aus.

Wolfgang Link: Ich bin übrigens auch zum ersten Mal hier.
Markus Schäfer: Ist das so?
Wolfgang Link: Ja.
Markus Schäfer: Aber aus eurem Haus waren immer schon Kolleginnen und Kollegen da.
Wolfgang Link: Ja. Ich habe gerade überlegt, dass man beim ersten Mal ja Preise bekommt.
Markus Schäfer: Jetzt werde ich nervös.
Wolfgang Link: Nein, sehr schön, hier zu sein, vielen Dank, das freut mich sehr. Das ist eine große Ehre.
Markus Schäfer: Im Vorgespräch hattest Du mir gesagt, dass Du, um rechtzeitig anreisen zu können, einen Verabschiedungstermin bei euch im Haus nicht wahrnehmen kannst. Das freut mich umso mehr. Also vielen Dank, dass Du da bist. Nach den Preisverleihungen, nach der Vergabe der Ehrenmitgliedschaften und den munteren Dankesreden liegt die Messlatte für unser Gespräch ganz schön hoch. Ich hoffe, wir können die Erwartungen erfül-

len und die eine oder andere Information von Dir zur Programmstrategie von ProSiebenSat.1 erhalten und vielleicht auch etwas Neues erfahren, was vielleicht noch nicht in Interviews oder anderweitig zu lesen war. Aber zuerst möchte ich etwas voranstellen: Ich glaube, man muss betonen, welche Bedeutung ProSiebenSat.1 für den Auftragsproduktionsmarkt in Deutschland hat. Es wird ja immer sehr viel über Streaming „Screaming over Streaming" – wie wir gerade gehört haben - gesprochen. Aber die Produzentenstudie 2018 hat ermittelt, dass der Auftragsproduktionsmarkt in Deutschland ein Volumen von weit über 2 Milliarden Euro hat, ich glaube, 2,4 Milliarden ist die Zahl. Und euer Haus investiert nach den Schätzungen der Produzentenstudie knapp 500 Millionen Euro in den deutschen Auftragsproduktionsmarkt. Also ihr gehört ganz klar zu den großen Auftraggebern. Es sind mit Euch vier große Player, die diese 2,4 Milliarden im Wesentlichen ausmachen. Umso mehr eben wie gesagt, freut es mich, dass du heute hier für den Dialog uns zur Verfügung stehst. Wo fangen wir an? Vielleicht: Der Wettbewerb um den Zuschauer ist intensiver geworden. Ich glaube, das steht völlig außer Frage. In den letzten Jahren hat sich das Angebot vervielfacht, letztendlich hat die Digitalisierung als großes Schlagwort viele

Wolfgang Link (links), Vorsitzender der Geschäftsführung der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH und Markus Schäfer (rechts), Geschäftsführer der All3Media Deutschland GmbH

neue Verbreitungswege ermöglicht und damit auch neue Marktteilnehmer auf den Plan gebracht. Differenzierung ist wichtig um Aufmerksamkeit beim Zuschauer zu gewinnen. Kampf um die Aufmerksamkeit ist ein zentrales Stichwort. Viele Marktteilnehmer setzen auf eigene exklusive Inhalte, um sich damit zu differenzieren und Zuschaueraufmerksamkeit zu generieren. Gilt das auch für euch auch? Gibt es einen Schwenk in eurer Programmstrategie? Und wenn ja, wie sieht der aus?

Wolfgang Link: Ja, sicherlich, klar, das ist so. ...

... Ich glaube schon, was man ja bemerkt ist, dass der Appetit nach deutschen Inhalten, nach Geschichten, die vor unserer Haustür passieren, dass das klar zugenommen hat. ...

Vor allem ein Sender wie zum Beispiel ProSieben, der viele Jahre lang wirklich durch einen hohen Anteil aus den USA geprägt war. Und das war eben eine Zeit, wo wir noch mal ganz anders, glaube ich, nach Hollywood geschaut haben. Das hat sich schon etwas gewandelt. Und ich glaube, das freut einen natürlich. Ich meine, ich war auch mal auf der anderen Seite als Produzent tätig. ...

...Und glaube, das freut ja auch hoffentlich alle Anwesenden hier, dass man wieder sagt, man erhöht den Anteil an Produktionen aus diesem Land, sogenannte lokale Produktionen. Das werden wir tun über die nächsten Jahre. Da werden wir auch deutlich unsere Investitionen über die nächsten Jahre anheben. ...

... Das haben wir ja auch dem Kapitalmarkt gesagt. Und das finde ich auch toll, dass das auch unser Aufsichtsrat unterstützt. Das sind jetzt erst mal deutliche Mehrinvestitionen, aber ich glaube, wir müssen das tun, um eben weiterhin wettbewerbsfähig zu sein. Ich will aber auch nicht, dass man dieses amerikanische Produkt auf einmal so schlechtredet. Es kommen nach wie vor tolle Serien aus Amerika, die bei uns gut funktionieren, und nach wie vor sind die großen Blockbuster ein wichtiger Teil unseres Programmangebots. Aber es wird vielfältiger. Und das Tolle ist ja, wenn ich mal auf unser Haus schaue: Wir haben sieben Sender, davon klar die zwei großen, Sat.1, ProSieben, wir haben Kabel eins in der Mitte sozusagen, wir haben vier kleine Sender. Wir haben mit 7TV, um auch noch mal das Wort Streaming zu sagen, das werden wir noch mal neu aufsetzen, dieses Produkt, komplett neu, werden es dieses Jahr noch launchen. Das wird noch mal, glaube ich, ganz aufregend werden auch für uns. Also auch da werden wir Inhalte brauchen, da werden wir gemeinsam dafür produzieren. Wir werden aber auch exklusiv produzieren, Sachen, die es nur dort zu sehen gibt. Wir haben unsere Studios hier in Berlin. Was haben wir denn noch alles? Und natürlich machen wir auch Kinofilme mit der Seven Pictures, pro Jahr ungefähr sechs. Also ich sage mal, es gibt viele Einfallstore, und es ist ein relativ bunter Blumenstrauß.

Markus Schäfer: Spannend, lass uns da Stück für Stück tiefer eintauchen in die einzelnen Segmente. In einem Interview Ende letzten Jahres hast Du von 80 Millionen Mehrinvestitionen in die lokale Auftragsproduktion gesprochen. Der erste Gedanke war: Toll! Super! Da kommt mehr Geld in den Markt. Aber dann habe ich das Interview weitergelesen: „Und gleichzeitig wollen wir unseren Inhouse-Produkti-

onsanteil von 13 Prozent auf 30 Prozent erhöhen". Der zweite Gedanke war dann: Oh, auf der einen Seite 80 Millionen mehr, aber mehr Inhouse. Heißt das, ich sage es mal etwas provokant, die Mehrinvestitionen gehen komplett zu RedSeven? Oder was heißt das für den freien Produzentenmarkt?

Wolfgang Link: Ja, wir wollen das erhöhen, das ist so. Aber die 30 Prozent sind über die nächsten Jahre gerechnet. Das zum einen. Und zum anderen ist die gute Nachricht erst mal, dass wir deutlich mehr ausgeben. Das ist ja auch der Betrag, der sich fortsetzt über die nächsten Jahre und sich vielleicht erhöht. Beziehungsweise wir werden hier einen deutlichen Shift haben von unseren Studioverpflichtungen Richtung lokal. Und ja, davon wird ein Teil die RedSeven, die RedArrow bekommen. Da werden wir uns wahrscheinlich auch etwas breiter aufstellen in den Genres in Zukunft. Aber natürlich geht ein ganz großer Teil auch hier in das Publikum. Also ich glaube, es haben alle was davon.

Markus Schäfer: Das freut uns, das ist eine tolle Nachricht.

Wolfgang Link: Ja. Am Ende zählt ja immer das erfolgreiche Produkt. Wir brauchen, und das ist das Schöne - es ist noch Platz im Grid - große erfolgreiche Produktionen, die die Zuschauer begeistern. Und das ist mal das Allerwichtigste.

***Markus Schäfer:** Da stehen natürlich alle Produzenten sehr gerne zur Verfügung, um euch beim Füllen des Grids zu helfen. Wo sind denn die Lücken im Grid? ...*

... Ihr habt letztes Jahr die Fiction-Offensive angekündigt, ihr habt neue Sendeplätze für die Fiction aufgemacht. Gibt es eine Balance-Verschiebung insgesamt zwischen Fiction, Non-Fiction? Oder gibt es bestimmte Schwerpunkte? Also was müssen wir im Kopf haben, wo sind die großen Programmbedarfe bei euch?

Oliver Berben und Jasmin Gravenhorst

Wolfgang Link: Oh. Also genau, um es vielleicht kurz zu machen. Also klar, Fiction ist ganz, ganz wichtig. In der Fiction, glaube ich, müssen wir schon ein bisschen umdenken auch nach dem Motto, wie viel ich sage mal Brot-und-Butter-Fiction geht noch und wie müssen wir vielleicht auch einfach dort im Privatfernsehen mutiger werden, deutlicher hervorstechen. Ich glaube, einfach so zu sagen, man macht eine lustige Crime-Serie, das reicht einfach nicht mehr. Also ich glaube, da müssen auch wir als Auftraggeber gemeinsam mit euch, mit Ihnen zusammen, etwas mutiger werden und uns etwas mehr trauen. Wir müssen auch wieder, glaube ich, etwas eventisierter denken, denn ich glaube, heute schauen die Menschen anders. Und die Menschen schauen schon mehr auch nach Events, nach den großen Leuchttürmen, die da hervorploppen. Und genau in einem Umfeld, wo deutlich mehr angeboten wird, gerade in der Fiction, ist es, glaube ich, wichtig, da hervorzustechen. Also ich glaube, da ist bei uns gerade ein Umdenken da. Es ist auch so, dass wir gesagt haben, wir fangen bei ProSieben mit der Fiction an. Das werden wir tun. Wir haben ja eine Produktion angekündigt. Da sind jetzt weitere in der Pipeline. Das heißt, auch mit ProSieben werden wir in diese Offensive gehen. Und natürlich dann eben mit 7TV, wo es die sogenannten Originals, wie man ja heute sagt, dann geben wird. In der Fiction finde ich, das ist eigentlich, dass man sagt, mein Gott, die ganzen guten Leute sind alle beschäftigt. Wie kriegt man für Produktionen noch die guten Leute zusammen? Das ist ja eigentlich erst mal vor allem für den Produzentenmarkt eine gute Nachricht. Für uns als Sender ist es manchmal tatsächlich fast zum Verzweifeln, weil, wenn wir sagen, wir haben eigentlich ein tolles Projekt, und dann sagt aber vielleicht eine Fiction-Abteilung: Ja, das können wir aber erst in zwei Jahren machen, denn erst dann hat der Regisseur, der Schauspieler etc., der Kameramann Zeit, das ist für uns dann schon müßig. Und das bringt mich zu dem Punkt, dass ich glaube, wir müssen wahnsinnig was für den Nachwuchs tun in diesem Land. Und ich finde, in der Fiction sind wir da vielleicht sogar noch deutlich besser aufgestellt. Ich finde es im Entertainmentbereich ehrlich gesagt erschreckend. Und ich glaube, das geht uns allen so.

Markus Schäfer: Da sitzen wir komplett im selben Boot, ja.

Wolfgang Link: Das geht den Produzenten so, das geht uns so. Wenn wir Leute suchen für Positionen bei uns in den Redaktionen, ist fast niemand mehr zu finden. Und dann überlegt man sich auch manchmal, holt man überhaupt jemanden vom Produzenten weg, weil da braucht man ja die guten Leute auch. Also da gilt es, glaube ich, den gemeinsamen Schulterschluss, wie kriegen wir es wieder hin, mehr Leute dafür zu begeistern. Ich glaube, das nimmt zwar wieder zu, aber wie schaffen wir es, dort Ausbildungswege zu finden, dass wir wieder mehr Leute im Markt haben und auch wieder, sage ich mal, der Nachfrage an Produktionen gerecht werden können. Denn oftmals ist es so, dass wir tatsächlich Produktionen besetzen, wo wir sagen, na ja, das ist jetzt nicht ideal vom Know-how.

Markus Schäfer: Ein Thema, was wir alle auch genauso sehen und erkannt haben. Und dieses Thema treibt uns auch in der Arbeit der Produzentenallianz um. Ich glaube, wir können auch erzählen, dass die Produzentenallianz und ProSieben-Sat.1 zusammen vor ein paar Wochen da einen guten Dialog gestartet haben, erste Ideen ausgetauscht wurden, was auch im Schulterschluss zwischen Produzenten und Sendern in Sachen Nachwuchsarbeit passieren kann. Die Themen, die du gerade genannt hast, werden von uns genauso gesehen. Und ich freue mich da

auch ganz klar auf die Fortsetzung des Dialoges mit euch. Es gibt ein paar gute Ideen, an denen wir arbeiten müssen, in der Hoffnung, dass wir da schnell zu umsetzbaren Ergebnissen kommen, die die Nachwuchs-Situation verbessern. Hier können wir uns keine langen Wartezeiten erlauben, sondern das muss relativ schnell gehen. Und gewisse Engpässe müssen wir versuchen sehr kurzfristig zu adressieren. Darf ich noch mal ganz kurz zurückkommen, du hattest zur Fiction-Positionierung einiges gesagt, Eventisierung als Stichwort. Eventisierung kann ich aber für beides, für Non-Fiction und Fiction sehen.

Wolfgang Link: Absolut.

Markus Schäfer: Was treibt euch im Showbereich um? Die große Show - ist das ein großes Thema?

Wolfgang Link: Die große Show ist ein großes Thema. Und auch da muss man ja sagen, wenn ich mal schaue: Die Entwicklung im Fiktionalen finde ich in diesem Land grandios, wirklich. Ich finde, da stehen wir auch anderen Ländern wenig nach. Wo wir uns ein bissl schwertun, wenn man ehrlich ist, ist im Entertainment. Da sind wir schon immer noch sehr darauf angewiesen oder schielen immer noch sehr in die angelsächsischen Länder, in die skandinavischen Länder. Wenn man mal ganz ehrlich ist, der letzte große globale Hit war The Voice, und das ist eine Weile her. Das heißt auch hier, wir brauchen eigentlich wieder ein großes neues Franchise. Wir brauchen wieder die großen Hits. Das heißt, wir müssen da mehr auch aus Deutschland heraus entwickeln. Ich glaube, das müssen wir uns alle gemeinsam auf die Fahne schreiben und müssen dort einen guten Weg finden, wie wir das hinbekommen. ....

... Denn es gibt ehrlich gesagt keinen Grund für mich, dass es nicht Shows gibt aus Deutschland, die dann auch um die Welt gehen. ...

... Ich glaube, Stefan Raab hat es gezeigt mit seinen Shows. Wir hatten es zum Beispiel mal mit einer Show „Mein Mann kann", die in Deutschland gut lief bei Sat.1 und auch einen tollen Siegeszug um die Welt gemacht hat. Also das geht schon auch. Und da, finde ich, müssen wir auch wieder gucken. Da ist natürlich das Thema Nachwuchs. Aber wir müssen auch deutlich mehr investieren im Bereich Development.

***Markus Schäfer:** Genau da wollte ich noch mal einhaken, denn insbesondere in der Fiction, das wissen die Kollegen, die fiktional tätig sind, sind lange Vorlaufzeiten Fakt und auch teilweise erhebliche Eigeninvestitionen des Produzenten, bevor ein Projekt soweit ist, das der Produzent es bei euch auch vorstellen kann. Aber das gilt sicherlich für große Entertainment-Formate nicht minder.*

Wolfgang Link: Und das ist übrigens auch so ein Fehler, wenn ich das auch mal sagen darf, und der geht mehr auf meine Kappe oder auf unsere Kappe, wenn man dann mal was Gutes hat, dann ist man dann oft auch so: Jetzt komm, lass uns mal ganz, ganz schnell ... Weil man sich dann so von den Nöten im Grid leiten lässt oder denkt, es ist schon gut genug. Auch da kann man wieder nur appellieren: Es braucht dann echt Zeit! Ein gutes Produkt braucht Zeit. Und da müssen wir uns auch gegenseitig eben ermahnen, dass wir uns diese Zeit dann auch nehmen und nicht irgendwelche Schnellschüsse machen, vielleicht weil der eine schnell was verkaufen möchte oder weil wir irgendwie schnell was ins Grid schieben möchten. Das ist mir auch noch wichtig.

Markus Schäfer: Welche Modelle fahrt ihr im Development? Steigt ihr früh ein, finanziert ihr Entwicklung auch im Non-Scripted-Bereich? Oder seid ihr flexibel, wenn ein Produzent sagt: Ich gehe hier ins Risiko, dass ihr eine Möglichkeit gebt, diese Entwicklungskosten zurück zu verdienen, z. B. über Back End Participations? Gibt es da eine Haltung bei euch?

Wolfgang Link: Also ehrlich gesagt, von ... bis. Also bisher ist es ehrlich gesagt so, dass wir diese ganzen Developments auch bezahlen - immer. Das heißt also, jegliche Form, alleine wenn es schon um ein kleines Casting geht etc., dann flattert eine Rechnung auf den Tisch. Und ehrlich gesagt, bezahlen wir Development auch sehr, sehr gerne. Und wir investieren übrigens auch maßgeblich Geld, damit wir anfangen selber in den Sendern zu entwickeln, um dann, wenn wir eine gute Idee haben, uns im Produzentenmarkt den bestmöglichen Partner für diese Idee zu suchen. Weil auch da sagt man ja dann, nicht jeder kann alles gleich gut. Wer wäre denn vielleicht der Beste für… keine Ahnung, versteckte Kamera oder eine große

Castingshow? Also wir investieren da viel rein. Man kann auch über andere Modelle nachdenken. Die sollten dann auch wieder nur für beide Seiten interessant sein. Das gilt es dann zu finden. Aber am Ende sind wir offen. Auch hier: Es geht darum, dass wir gemeinsam den nächsten großen Hit finden, der ein Hit in diesem Land ist und gerne auch international.

Markus Schäfer: Ich glaube, dagegen hat keiner etwas einzuwenden.

Wolfgang Link: Nein. Aber noch mal: Und da müssen wirklich sagen, warum gelingt es uns nicht? Und was können wir dafür wirklich tun? Und wirklich beide Seiten, die Verantwortung liegt bei uns wie auch bei den Produzenten.

Markus Schäfer: Das nehmen wir als Appell, als Botschaft sehr gerne mit und verinnerlichen das. Ich kann das nur ins Auditorium geben und sagen: Das ist doch was. Das ist ein Anknüpfungspunkt, um den Dialog bei euch fortzusetzen.

Wolfgang Link: Und ich glaube da auch: Wir müssen wieder mehr pilotieren. Wir müssen wieder dem Ganzen auch ein Stück weit mehr Zeit geben. Wir waren, glaube ich, ich in den letzten Jahren wahnsinnig gehetzt, es gab Schnellschüsse oder es waren wahnsinnig langwierige Prozesse. Ich glaube, das habe ich mir zumindest für die nächsten Jahre auf die Fahne geschrieben, dass wir das wieder in ein sehr gesundes Verhältnis bringen, um da gemeinsam anzugreifen.

Markus Schäfer: Ich habe an der einen oder anderen Ecke gehört, dass ihr eure internen Abläufe und Strukturen verändern wollt. Wann wird das spruchreif? Wann könnt ihr das kommunizieren?

Wolfgang Link: Na ja, wir haben uns ja schon in den Redaktionen ein bisschen anders aufgestellt. Denn es war ja schon so, wenn dann irgendwie von uns, keine Ahnung, vier Hierarchiestufen am Set sind, dann ist das auch nicht unbedingt immer förderlich. Alle meinen es ja gut und wollen irgendwas dazu beitragen. Das heißt, wir werden da etwas schlanker ... haben wir uns anders aufgestellt im Sinne von den Hierarchiestrukturen, etwas direkter, sodass sage ich mal der Produzent wirklich einen Ansprechpartner hat und mit diesem starken Kopf auf unserer Seite, also mehr so im Sinne von Entrepreneurship auch für das Produkt, dann das Produkt herstellen kann. Ich glaube, das hilft.

Markus Schäfer: Ich glaube auch, dass das sehr hilft. Also das höre ich immer wieder auch von den Kollegen: Schnelle Entscheidungen sind oft auch gute Entscheidungen. ...

> *... Und das alte Motto „Viele Köche verderben den Brei" ist auch nicht ganz verkehrt. Und insofern da einen Ansprechpartner, einen Entscheider auf eurer Seite zu haben, der eine große Entscheidungskompetenz hat, ist eine gute Nachricht fürs Projekt, fürs Programm. Das Programm kann da durchaus gewinnen und davon profitieren. ...*

... Können wir noch mal ganz kurz zu 7TV rüber schwenken? Du hattest es eben gesagt, ihr plant einen Relaunch im Laufe des Jahres.

Wolfgang Link: Ja.

Markus Schäfer: Es wird Originals geben. Es wird eine Verflechtung teilweise zwischen euren Sendern und 7TV geben. Was können wir dir noch mehr entlocken dazu?

Wolfgang Link: Also es ist ja ein Joint Venture, dass wir gemeinsam mit Discovery haben. Und es ist ja eigentlich geplant als eine Plattform, wo wir alle Sender in diesem Land einladen, dort mitzuma-

chen. Das ZDF geht jetzt mit an Bord mit dem Livestream. Es gibt Gespräche mit anderen. Ich glaube, wenn wir hier anfangen und jeder macht sein eigenes kleines Ding in Deutschland, meiner Meinung nach wird das nicht funktionieren. Ich glaube, wir müssen hier unsere Kräfte bündeln, müssen eine gemeinsame Streaming-Plattform schaffen, wo all unsere lokalen, unsere deutschen Inhalte zur Verfügung stehen. Das ist also wirklich noch mal mein großer Appell an alle anderen: Lasst es uns gemeinsam tun, denn gemeinsam sind wir einfach stärker und besser. So. Wie gesagt, manche folgen schon, das ist ganz toll. Und insofern, ja, was suchen wir da? Wir suchen aus allen Genres. Wir suchen natürlich Fiction. Wir haben jetzt die erste Koproduktion verkündet zwischen 7TV und ProSieben: Check mit Klaas Heufer-Umlauf, eine fiktionale Serie. Wir suchen das große Event, wir suchen Comedy. Wir werden aber auch in Reality-Programme gehen. Und dann werden wir wirklich schauen, was machen die Kollegen alleine aus dem Joint Venture heraus, was machen sie zusammen mit unseren Sendern. Ich glaube, dass das ganz interessant und ganz spannend werden wird. Weil natürlich kann man dann auf einmal auch Projekte sich anschauen, wo man vielleicht vorhergesagt hätte: Kann man das alleine schultern? Jetzt kann man es sicherlich noch mal ganz anders betrachten. Und das finde ich ganz spannend. Wir haben uns da ja auch den Henrik Pabst geholt, der genau dann solche Projekte aus unserem Haus heraus steuern soll, seien es internationale Koproduktionen, aber auch eben zu gucken, was können wir hier gemeinsam in diesem Land machen.

Markus Schäfer: Vielen Dank. Auch das hört sich sehr spannend an. Vielleicht als letzte Frage, dann haben wir unsere 25 Minuten gut ausgeschöpft, vielleicht etwas provokant: Bisher war es ja so, dass über die letzten Jahrzehnte der Abnehmermarkt der dominierende war und viele Produzenten um wenige Programmaufträge untereinander in Konkurrenz standen. Jetzt durch die Verbreiterung des Abnehmermarktes ist die Situation für die Produzenten ein wenig komfortabler geworden. Wir können mit unseren Ideen zu mehreren potentiellen Abnehmern gehen, mehr als vorher. Warum sollen wir nach Unterföhring zuerst kommen?

Wolfgang Link: Ist es so viel komfortabler geworden? Ja. Warum nach Unterföhring? Weil wir einfach toll sind. Nein, ich habe es gerade gesagt, in Unterföhring wartet schon ein sehr großes Portfolio. Also es gibt zwei große Sender; Bedarf an guten Programmen; 7TV; wir haben in Berlin Studio 71, was eher in einer Short Form gründet, aber auch schon Long Form macht. Wir machen Kino. Ich glaube, ein so breites Portfolio ist sehr, sehr selten. Ich glaube, hoffe zumindest, wir waren immer und sind ein sehr fairer Partner für die Produzenten, versuchen das auch immer zu sein. Weil ich glaube, es bringt niemandem was, auch mal das Stichwort Rechte und über was wir alles gesprochen haben, wenn man sich gegenseitig gängelt, sondern man sollte sich da immer auf Augenhöhe begegnen und eben gemeinsam einen Hit kreieren. Und das versuchen wir. Und ich glaube, deswegen sind wir eine sehr gute erste Adresse. Denn wir wollen auf Augenhöhe und sehr fair miteinander Spaß haben die nächsten Jahre.

Markus Schäfer: Das ist ein sehr schönes Schlusswort. Herzlichen Dank, Wolfgang, dass du da warst.

Wolfgang Link: Vielen herzlichen Dank.

PODIUMSDISKUSSION

Visionen, Development, Risiken – Wie finanzieren Produzent*innen das?

Podiumsgäste v.l.n.r.:

Ulrich Höcherl	(Moderator) Herausgeber und Chefredakteur „Blickpunkt:Film" und blickpunktfilm.de
Janine Jackowski	Geschäftsführerin Komplizen Film GmbH
Heike Hempel	Leitung Hauptredaktion Fernsehfilm/Serie II, stv. Programmdirektorin ZDF
Thomas Kufus	Geschäftsführer Zero One Film GmbH
Kirsten Niehuus	Geschäftsführerin Filmförderung Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH
Martin Moszkowicz	Vorstandsvorsitzender Constantin Film AG

Ulrich Höcherl: Wir wollen uns jetzt auf dem Podium noch ein bisschen unterhalten über die Möglichkeiten, über das Produzieren im Besonderen. Ich bitte einfach mal mein Panel auf die Bühne und stelle Sie dann kurz vor. Bitte schön. Jeder hat ein Mikro. Visionen, Development, Risiken nennt sich das hier. Wie finanzieren Produzent*innen das? Also auch Produzenten, aber halt auch Produzent*innen. Das ist jetzt immer ein Wort, und das wollen wir auch befolgen. Bei mir ist Janine Jackowski, ich muss eigentlich niemanden lange vorstellen, Geschäftsführerin von Komplizen Film. Sie ist Vorstand beim Kollegenverband, beim VDFP. Und über ihren „Toni Erdmann" sind wir ins Gespräch gekommen, der sehr erfolgreich war. Aber wir werden darüber gleich noch sprechen. Der neue Film ist, glaube ich, „Skylines". Ein Projekt mit dem Namen, der hier vorher geschmäht wurde, aber ich nenne ihn trotzdem: Netflix. Neben mir ist Heike Hempel, wir freuen uns, dass sie hier ist, Leiterin der Hauptredaktion Fernsehfilm und Serie II, aber auch stellvertretende Programmdirektorin des ZDF Thomas Kufus ist hier, muss ich auch nicht wirklich ... profilierter Produzent, Geschäftsführer von Zero One Film, lange Zeit Vorstandsvorsitzender auch der Deutschen Filmakademie und er macht so verrückte Sachen wie 24 Stunden Jerusalem, Berlin, Bayern, „Der Staat gegen Fritz Bauer", „Beuys", „Eldorado". Also ein profiliertes Portfolio. Kirsten Niehuus ist zu uns gekommen, Geschäftsführerin des Medienboards Berlin-Brandenburg. Mit ihr habe ich mich gestern erst unterhalten können auch über den boomenden Markt gerade hier am Standort. Und neben ihr sitzt aus dem Standort München, aber auch bundesweit tätig, Martin Moszkowicz von der Constantin Film, er hat dazu beigetragen, dass wenigstens vier Filme von der Constantin in den Kino-Top-Ten zu finden waren des letzten Jahres. Ich hoffe, ich habe mich nicht verzählt. Es müssten ja eigentlich fünf sein. Na gut. Die Frage ist natürlich: Wie finanzieren Sie das? Vielleicht fangen wir wirklich mit den Produzentinnen an. Frau Jackowski, ich würde gerne mit Ihnen anfangen. Wie finanzieren Sie das? Also es geht ja um Visionen, Development. Da fängt es dann schon an, auch was zu kosten. Die Risiken, über die sprechen wir auch gleich noch. Wir haben im Oktober für Blickpunkt:Film ein Interview gemacht, da hatten Sie aber vorher auch schon versucht, in der Branche bei der FFA, bei Förderern zu erzählen, wie schwierig es dann am Ende des Tages doch ist bei so erfolgreichen Produktionen wie „Toni Erdmann", die nun beides können, nämlich Zuschauer ins Kino bringen und gleichzeitig auf Festivals, auf gefragten Festivals, zu laufen. Wie kommt es dann eigentlich oder wie schwer ist es, dass dann am Ende des Tages, ich weiß nicht, drei oder vier Jahre Entwicklungsarbeit reingehen, und trotz des tollen Kinoerfolges doch sehr wenig übrigbleibt? Wie finanzieren Sie das Weitere?

Janine Jackowski: Wir haben ja in Vorbereitung zu dem Vortrag damals im Verwaltungsrat eine europäische Erhebung gemacht, wie viel wir Kinoproduzenten denn im europäischen Vergleich verdienen können. Also es gibt ja zum einen die HUs, die Producers Fee. Und wir haben hier in Deutschland einen Eigenanteil. Und wir haben gesehen, dass Deutschland einfach auf dem letzten Platz in Europa ist. Und das ist eine erschreckende Erkenntnis, und ich glaube und hoffe, dass wir uns alle einig sind, dass wir daran etwas ändern müssen, damit wir einfach im europäischen Vergleich entsprechend verdienen können, damit wir entsprechend entwickeln können.

Es geht nicht darum, dass wir uns alle exorbitante Gehälter auszahlen möchten, sondern es geht tatsächlich darum, dass wir entwickeln möchten und dass wir natürlich auch den verstärkten Wettbewerb spüren. Die Drehbuchautoren, die erfolgreich sind, möchten und müssen und sollen auch dementsprechend bezahlt werden. Wenn man teure Buchrechte, Romanrechte kaufen muss, müssen wir das finanzieren. Und wir sind eine Firma, die sehr gerne erst mal für sich entwickelt. Wir gehen sehr gerne in dieses Risiko. Aber wir müssen das auch bezahlen können. Das heißt, das Erste ist, das Wichtigste ist, dass wir wirklich an diesen HU-Producers Fee Eigenanteil, dass wir da etwas verändern müssen. Unser Ziel ist es, da insgesamt auf 15 Prozent zu kommen, also 10 Prozent HU, 5 Prozent Producers Fee. Da bewegen wir uns dann im europäischen Mittel. Und das ist das, wo wir gemeinsam hinwollen.

Ulrich Höcherl: Thomas Kufus, Sie machen ja nun auch keine einfachen Projekte, die auch schwierig umzusetzen sind, bestimmt auch schwierig zu finanzieren, machen es auch mit großer Leidenschaft. Wie machen Sie das? Also wird es Ihnen leichtgemacht, das Produzieren?

Thomas Kufus: Nein, natürlich nicht. Und ich bin jetzt, glaube ich, schon ein paar Jahre länger noch als Komplizen Film ... Ich glaube über 25 Jahre sind wir dabei. Und es ist bis heute, bis zum heutigen Tag eigentlich eine immer dauerhafte Achterbahnfahrt. Man kann sich nie auf irgendetwas verlassen. Das ist ja manchmal auch gut und anregend und man bleibt wach. Aber dass es nach wie vor so ist, dass man mit einem gewissen Portfolio und mit einigen Filmen, natürlich auch nicht alle, aber einige Filme, die erfolgreich waren, dass man nach wie vor praktisch immer auf dem Schleudersitz sitzt, das ist schon extrem kompliziert. Und die Rahmenbedingungen, wir haben ja heute Morgen Frau Grütters gehört, wie viel sozusagen für die deutsche Filmförderung, auch was die Zusammenlegung der verschiedenen großen Töpfe DFFF, GMPF usw. angeht, wie viel dafür getan wurde. Das ist alles für uns erst mal eine hochinteressante Möglichkeit, aber die Rahmenbedingungen funktionieren nicht. Wir müssen an unsere Kleinunternehmen, und ich spreche jetzt in erster Linie für die unabhängigen oder nur für die unabhängigen Unternehmen, wir müssen einfach die Möglichkeit haben, auch diese Entwicklung, diese Zeiten, im Prinzip auch unsere Mitarbeiter alle zu bezahlen, die ja auch alle Teil dieser Filme, dieser Erfolge usw. sind. Das ist ja nicht nur der Produzent alleine, da gehört ja eine ganze Mannschaft, vor allen Dingen sind es viele Frauen, dazu, die das alle leisten und die alle sozusagen davon leben. Und das ist wirklich nach wie vor eine große Schwierigkeit.

Ulrich Höcherl: Martin Moszkowicz, jetzt hat heute Morgen Frau Grütters zusammengerechnet, wie viel Geld an Förderung alleine hier vorhanden ist. Manches ist ja dann auch noch unternehmerisches Handeln der Produzenten selbst natürlich. Aber reicht dieses Geld nicht aus? Also sie hat ja eher den Fokus heute Morgen gesetzt, dass sie sagt: Da wird so viel Geld schon in diesen Produzentenmarkt investiert, und jetzt erwartet sie letztlich auch Performance.

Martin Moszkowicz: Also ob das ausreicht, das weiß ich nicht ganz genau. Das ist auch, glaube ich, nicht die zentrale Frage. Ich glaube schon, dass wir uns Gedanken machen müssen, ob die Verteilung der Fördermittel, so wie sie im Moment sich etabliert hat, ob das auf

Dauer der vernünftigste Weg ist. Und ich glaube schon, dass da verschiedene, sagen wir, Sachen sich verändert haben. Wenn man sich das mal anschaut, nur um als Beispiel mal die FFA zu nehmen: Als die FFA ins Leben gerufen worden ist, war es klar, da gab es eine Zweiteilung zwischen einer Erfolgsförderung in Form von Referenzförderung und einer Projektfilmförderung. Heute gibt es natürlich Unmengen von Projektfilmförderungen, die entstanden sind in den letzten Jahren, mit sehr, sehr vielen Mitteln ausgestattet, vom BKM angefangen bis hin aber auch zu den automatischen Förderungen, die ich da auch dazu zähle. Also heute hat ein Produzent da sehr viel mehr Möglichkeiten. Da ist die Frage, ob man dafür wirklich auch noch ein weiteres Projektfilmförderungsinstrument braucht und ob nicht vielleicht die FFA sich besser auf andere Bereiche konzentriert. Aber prinzipiell verstehe ich das völlig, und ich bin auch natürlich sofort dabei zu sagen, dass man die Vergütungen, die Produzenten bekommen, sei es in Form von HUs oder sei es in Form von Produzentengehältern, dass die sich verbessern müssen und dass die auch international angeglichen werden müssen. Gleichzeitig ist aber auch wichtig, weil ich ein Freund des Marktes bin, dass die Produzenten mehr Geld verdienen an dem, was ihre Produkte erfolgreich macht. Und wenn das dann passiert, dass sie erfolgreich sind, dann sollen sie auch was davon haben. Und davon können sie natürlich dann auch ihre Mitarbeiter bezahlen. Also insofern sage ich mal, ist es eine zweigeteilte Situation. Auf der einen Seite muss man die Rahmenbedingungen etwas verbessern, gleichzeitig müssen aber auch die Filme erfolgreicher werden.

Ulrich Höcherl: Wir sind ja momentan bei der Kinofilmproduktion, über die wir uns hier unterhalten. Kirsten Niehuus. Die Förderer unterstützen; ein großer Teil der Förderung ist es ja auch, den Produzenten letztlich zu eigenen Rechten zu verhelfen. Dieter Kosslick hat das ja gerade noch mal sehr anschaulich dargestellt. Was können die Förderer hier ... also wird das in den Förderungen als Problem erkannt, das Problem, dass das Geschäftsmodell Kinofilm unter Druck ist trotz guter Auftragslage? Oder ist das etwas, wo die Förderer sagen oder das Medienboard hier, das ist das Beste, was wir hier anbieten können?

Kirsten Niehuus: Selbstverständlich könnte ich jetzt ja sagen, und dann wäre es hier zu Ende. Aber ich glaube, das wäre ein sehr verkürzter Unterhaltungswert. Ich werde es lieber noch mal so versuchen: Ich fand es eben ganz toll bei der Präsentation von Sixt, das Schlusswort. Wahrscheinlich gebe ich das Zitat nicht ganz richtig wieder, aber da hieß es, glaube ich: Der Boss eines Unternehmens ist der Kunde. Und ich würde das ein bisschen umwandeln für die Förderung und sagen: Der Boss für die Förderungen ist die Filmwirtschaft. Wir denken uns eigentlich nicht selber aus, wie die Welt sein sollte, sondern versuchen, mit den finanziellen Mitteln, die die unterschiedlichen Förderungen haben, also die automatischen Systeme und die selektiven Systeme, den Bedürfnissen der Produktionslandschaft in Deutschland Genüge zu tun. Und da hat sich auch schon, das hat Frau Grütters heute Morgen zurecht mit Stolz berichtet, in den letzten sechs Jahren wahnsinnig viel getan. Und genug ist nie genug, also nicht nur von der Menge her, sondern auch von dem Feintuning der Instrumente. Ich bin manchmal so ein bisschen erstaunt, dass in diesen Zeiten, mit „in diesen Zeiten" meine ich insbesondere den Umbruch der Seh-

gewohnheiten, die neuen Auswertungsformen, die jetzt gar nicht mehr so neu sind, dass man eigentlich bei der Diskussion darum, wie kann insbesondere jetzt, heute sind wir ja hier bei der Produzentenallianz eingeladen und nicht bei der Drehbuchschreiberallianz, das ist es noch mal eine andere Frage, oder bei der Schauspielerallianz ... Jeder hat ja so ein bisschen seine Vorstellungen. Trotzdem würde mich das total freuen, wenn wir mal diese Diskussion ganz neu wieder aufrollen würden und nicht unbedingt nur bei der Frage Entwicklungsförderung. Das ist etwas, was mich total erstaunt. Ich würde das absolut unterstreichen. Mich wundert es nur, weil es so wahnsinnig viel Entwicklungsgeld in Deutschland bei jeder Förderung gibt. Also vielleicht habe ich da ... irgendwas fehlt mir da, um zu verstehen, wo das Problem ist oder ob es, und das meine ich jetzt überhaupt nicht ironisch, bei mir muss ich das immer mal dazusagen, da bin ich schon oft missverstanden worden, ob es darum geht, so eine Art Grundeinkommen zu schaffen für Kreative. Also auch das ist ja eine legitime Forderung. Oder ob man darüber diskutieren sollte, ob Förderung bis zu einer bestimmten Budgetklasse, da kann man sich wahrscheinlich Jahre drüber streiten, wo sie sein sollte, ob die zum Beispiel als Zuschuss vergeben werden soll. Das wäre ja mal was Neues wie bei der Referenzförderung beispielsweise. Das finde ich, sind Ansätze. Und wie ist das mit den Rechten? Weil bestimmt ist es toll, wenn man etwas entwickelt für einen Streamingdienst oder für einen öffentlichen oder privaten Sender und man kann bestimmte Rechte behalten. A macht es nur Sinn, wenn die Rechte werthaltig sind, und B kommt es drauf an, finde ich auch, was man dafür bekommt, wenn man alles abgibt. Wenn das so viel ist, dass man sich an der nächsten Ecke was Neues kaufen kann, ist es ja vielleicht gar nicht so schlecht. Also das mal so ein bisschen als vage Antwort und als Gesprächsangebot auch noch mal an euch, was ihr euch konkret vielleicht vorstellt. Dann lässt es sich für mich mal so bisschen leichter sprechen.

Ulrich Höcherl: Heike Hempel, das ZDF engagiert sich auch, vielleicht in überschaubarer Form, aber auch immer bei Kino-Koproduktionen. Die Sender sind letztlich darauf angewiesen, dass sie starke Produzenten vorfinden, mit denen sie zusammenarbeiten können, die auch vielleicht Themen oder Stoffe bringen, die auch in diesem Zusammenhang interessant sind. Wie ist da die Position vor dem Hintergrund der etwas vertrackten Situation auf jeden Fall der unabhängigen Produzenten, wie ist da die Position des ZDF?

Heike Hempel: Wir haben als öffentlich-rechtlicher Sender, und als größter Auftraggeber im ganzen deutschsprachigen Raum, natürlich ein großes Interesse an einer gesunden Produktionsstruktur und auch daran, dass Sie, liebe Produzentinnen und Produzenten, Geld verdienen. Das dient im Endeffekt unserer gemeinsamen Qualitätssicherung. Wir haben, glaube ich, in den letzten Jahren noch nie so viel Geld für Development, für Stoffentwicklung ausgegeben, wie in 2017, 2018. Das bezieht sich also darauf, dass wir beim PVV nicht nur das Buch bezahlen, sondern auch Recherche und Produktionsvorbereitung etc. Wir haben einen Innovationsfonds über drei Jahre aufgelegt ab 2017, von dem wir schon über 5 Millionen von insgesamt, glaube ich, knapp 8 Millionen ausgegeben haben speziell für kleinere und unabhängige Produktionsfirmen, auch fiktionale Developments gemacht haben. Sabotage Films zum Beispiel hat eine Reihe entwickelt, die wir dann sonntags um 20.15 Uhr

ausgestrahlt haben etc. So. Das ist ein Aspekt, auf den wir Wert legen. Peter Weber, der hier ist, führt mit anderen die Verhandlungen mit der Produzentenallianz, dass wir da in good terms sind. Unser gemeinsames Abkommen wird im nächsten Schritt evaluiert. Die einzelnen Mitglieder der Produzentenallianz werden befragt, wie ihre Haltung zu dem Abkommen ist und wie es sich in der Praxis bewiesen hat. Das ist eine größere Aktion als die Mitarbeiterbefragung beim Lerchenberg in Bezug auf die Kantine (Scherz!).

Heike Hempel

So. Das ist der eine Aspekt. Der andere Punkt, den ich spannend finde, und der gilt für Kino eben ähnlich dann doch auch wie für Fernsehen: Wir sind in Zeiten, in denen ganz viel möglich ist. Durch die neuen Anbieter und Plattformen haben Sie als Produzentinnen und Produzenten sind ja neue Ansprechpartner und neue Möglichkeiten. Ihr Produktionsvolumen ist insgesamt gestiegen. Das heißt, was uns alle antreibt und verbindet, ist die Frage: Wie können wir kreative Talente aufbauen und sie dann im nächsten Schritt binden? Da geht es mir so auf dem Lerchenberg, dass ich mich manchmal in diesem kreativen Dreieck, und damit meine ich Produzentinnen und Produzenten plus Autoren und Regie, nach langfristigerem und ich glaube modern sagt man nachhaltigeren kreativen Konstellationen, sehne! Solche, die sich nicht nur projektweise ergeben, sondern die wir gemeinsam strategisch aufbauen. Ich glaube, die Lösung kann nicht allein darin liegen, wie geht man mit HU und Gewinn um für den Kinobereich, wenn es insgesamt über 200 Kinofilme im Jahr gibt. Wie sieht hier eine Konzentration aus und die nächste Überlegung, wie sieht hier Entwicklungsförderung aus im Kinobereich. Für uns bedeutet das einfach auch als Sender, als öffentlich-rechtlicher Sender, wir sind nicht Netflix, ich finde das auch kein Unwort im Übrigen, aber wir sind kein Wirtschaftsunternehmen. Wir

handeln hoffentlich mit ihnen zusammen wirtschaftlich und gehen sparsam mit ihren Gebührengeldern um. Aber wir sind kein Wirtschaftsunternehmen. Wir müssen nicht wachsen. Wachstum ist nicht unser Ziel. Das heißt, unser Ziel ist tatsächlich, mit Ihnen zusammen dafür zu sorgen, ich sage mal im jetzt abstrakten, vielleicht auch ideellen Sinn, wobei wir jetzt nicht so verträumt sind - auf dem Lerchenberg - , dafür zu sorgen, dass es einen starken öffentlich-rechtlichen Sender gibt mit ihren Programmen. Ein öffentlich-rechtlicher Sender ist in der sich weiter aufspaltenden Gesellschaft, dafür da, den Laden zusammen zu halten. Wir machen Fernsehen für alle! Wenn wir ein Projekt haben wie Kudamm 56 oder 59, dann schauen das einfach unterschiedliche Generationen sowohl im linearen Programm als auch in unserer zum Glück sehr starken Mediathek. Wir alle suchen ja Projekte, Herr Link hat es vorhin klargemacht und ich würde ihm in vielem zustimmen, nur nicht in dem Punkt, dass er die erste Adresse ist in Unterföhring. Also ich glaube, das ist nicht ganz so. Wir suchen doch danach, wie wir die Zuschauerinnen und Zuschauer in dieser Gemengelage, wo ich jeden Tag alles schauen kann, international, wirklich bannen können, wie wir im Crime-, aber auch im Non-Crime-Format es schaffen, horizontal zu erzählen über eine Woche hinweg oder über zwei oder drei. Das ist wahnsinnig schwierig. Die Talente, die liegen nicht einfach so da, weder bei Ihnen noch bei uns. Und da, glaube ich, müssen wir gemeinsam strategische Allianzen jenseits der einzelnen Projekte schaffen. Das würde, glaube ich, mein Arbeitsleben freudiger machen.

Ulrich Höcherl: Nun produzieren die allermeisten ja sowohl fürs Kino als auch fürs Fernsehen. Es gibt auch neue Auftraggeber, die vielleicht den Markt ja zumindest erweitern, also was die Auftragsangebote betrifft, die auch von vielen Produzenten wahrgenommen werden. Ist es denn dann so, ich weiß nicht, die Produzenten, die hier sitzen, müssen ja mit der Situation, wie sie jetzt ist, zurechtkommen. Unser Thema heißt ja: Wie finanzieren die das? Und was sind dann die Lösungen, die vorläufigen Lösungen, die Produzenten einschlagen? Also wird dann weniger fürs Kino produziert oder versucht man andere Aufträge oder andere Stoffe zu entwickeln, weil dort vielleicht ein Sender in die Entwicklung mit eingestiegen ist oder weil die Entwicklung mit bezahlt wird, wenn man es für einen Streaming-Anbieter macht und man also praktisch das dann schlüsselfertig abliefert, was man da sich erdacht hat? Was sind ihre Strategien?

Janine Jackowski: Na, bei uns ist es tatsächlich so, wir drehen gerade im Moment unsere erste Serie für Netflix. Das ist eine sehr gute Zusammenarbeit. Und ansonsten machen wir Kinofilme. Und unsere Kinofilme, da reden wir von einem Debütprojekt bis hin zu unserer ersten Studiozusammenarbeit jetzt mit der Sony. Das heißt, man muss sich da jedes Projekt sehr genau anschauen, was für Bedürfnisse hat das Projekt, was für Bedürfnisse hat der Kreative, und da zu versuchen, so flexibel wie möglich zu sein und die idealen Rahmenbedingungen zu schaffen. Und es ist aber tatsächlich so, dass wir, gerade Komplizen Film, wir laufen gerade im Moment Gefahr, in so ein Hamsterrad reinzukommen. Das heißt, wir machen mehr Projekte, das heißt, wir brauchen auch gutes Personal, um diese Projekte stemmen zu können, das heißt, unsere Kosten steigen, das heißt, wir müssen ein gewisses Turnover mittlerweile erbringen. Und das heißt, bis jetzt war es immer so, wir wollen kein Projekt machen, weil wir

es machen müssen. Und wir merken aber gerade, wir kommen da an unsere Grenzen. Und deswegen ist dieses Thema für uns natürlich auch gerade im Moment so wichtig. Thomas und ich haben uns vor kurzem getroffen und du hattest erzählt von einem sehr erfolgreichen britischen Drehbuchautor. Und diese Zahl, die wir da diskutiert haben, verfolgt mich seitdem. Und zwar ist das ein sehr renommierter Autor, der in seiner Karriere sehr, sehr viele Drehbücher geschrieben hat. Und ich glaube, es waren ...

Thomas Kufus: Das kann ich ganz gut konkretisieren. Also es gibt ein Projekt, Rechte an einem Buch, die ich gekauft habe, und wo wir jetzt einen Spielfilm verwirklichen wollen. Und der Autor ist ein wirklich bekannter englischer Autor, Oscar-Preisträger: Christopher Hampton. Mit dem habe ich eine Recherchereise nach Petersburg gemacht, und der sagte mir in einem Nebensatz, dass er 48 Drehbücher in seinem Leben geschrieben hat. Er hat auch noch viel Theater und ähnliche Arbeiten, Romane geschrieben. Aber 48 Filmdrehbücher. Davon sind ganze 17 verwirklicht worden. Und da habe ich mich damals ... das ist mir nicht mehr aus dem Kopf gegangen. Was ist das für eine andere Filmindustrie, wo auch bestimmte Stoffe, wenn sie dann einfach nicht so werden, wie sie sein sollten oder wie man dachte, dass sie sein müssten, einfach nicht umgesetzt werden, entweder nicht werden können oder manchmal vielleicht auch nicht umgesetzt werden. Das ist ja eine Entscheidung des Produzenten. Und ich denke, dass wir hier für uns, die wir wirklich eine andere Kultur haben, wir müssen sozusagen in die Möglichkeit versetzt werden als Produzenten zu sagen, parallel entwickeln wir mehrere Stoffe, egal jetzt ob Spiel- oder Dokumentarfilm, und wir müssen die Möglichkeit haben, wie es jeder ich sage mal wirtschaftlich arbeitende Konzern hat, wir sind ja keine Konzerne, oder jeder Produzent und somit Unternehmer, wir müssen sagen: Drei von den fünf Dingen, die wir angefangen haben, sind nicht so, wie wir das gedacht haben, die lassen wir, die müssen wir ruhen lassen. Die anderen beiden, da gehen wir rein, da versuchen wir in die Produktion zu gehen, in die Verwirklichung, in die Umsetzung zugehen. Diese Möglichkeit muss da sein. Die wird uns aber durch die Rahmenbedingungen, die wir hier in Deutschland haben, mehr oder weniger ... wird uns sehr schwierig gemacht, sagen wir es mal so.

Kirsten Niehuus: Darf ich dazu was sagen, weil dieses Projekt kenne ich auch. Wir haben das gerade mit 75.000 Euro gefördert, und zwar auch um ein Zeichen zu setzen, dass wir es durchaus begrüßen, wenn Projekte mit einer Erfolgsaussicht, mehr kann man zu diesem Zeitpunkt überhaupt nicht sagen, realisiert werden. Und da renommierte Drehbuchautoren gerade in jetzigen Zeiten, damit meine ich auch wieder die zusätzlichen Verwerter, schwer zu finden sind, teuer geworden sind, da hat sich plötzlich auch was umgekehrt, jedenfalls in Teilen des Marktes, finden wir als Förderung, dass man den entsprechenden Finanzierungsförderservice leisten muss. So. Wenn wir dieses Beispiel mal zu Ende denken: Angenommen, der superduper Oscar-Preisträger Christopher Hampton liefert ein Buch ab, von dem du sagst: Nee danke, oder irgendwann sagt man: Schostakowitsch, wen interessiert das eigentlich? Oder andere Komponisten, was soll das? Wir lassen das. Was passiert dann? Gar nichts. Es passiert überhaupt nichts, außer dass wir ein Projekt gefördert haben, was nicht realisiert wird. Also ich würde wirklich gerne an den Punkt kommen, wo ihr vielleicht

noch mal erklärt, zumindest förderseitig, und nur dafür kann ich im Moment sprechen: Wir haben alle Förderungen, haben alles ausprobiert, Paketförderung, weil das mal eine Zeit lang ja total hipp war. Als Dieter Kosslick mit der Berlinale angefangen hat, da war Paketförderung und der Creative Producer irgendwie Hot Shit. Also jede Förderung bietet mittlerweile Paketförderung an. Man kann es einzeln haben, man kann es gestückelt haben. Und 1 zu 17 ist noch eine echt gute Quote, wenn ich mir angucke, wie die bei uns aussieht. Also insofern bin ich so ein wenig verwirrt bei der Forderung, die Produzenten müssten, und das kann ich ja im Moment nur auf mich beziehen, also nicht auf mich persönlich, aber als Vertreterin einer Förderung, müssten in die Lage versetzt werden, auch mal einen Stoff oder auch von fünfen vieren nicht zu machen. Das ist doch gang und gäbe.

Janine Jackowski: Ja, natürlich ist das gang und gäbe, aber ich glaube, noch nicht in dem ...

Kirsten Niehuus: Mit Bezahlung. Keiner muss es zurückzahlen, wenn ein Projekt nicht gemacht wird. Das noch mal vielleicht auch für die, die ...

Zwischenruf aus dem Publikum: Was verdient der Produzent daran?

Kirsten Niehuus: Seine Producers Fee.

Martin Moszkowicz: Ich wollte vielleicht kurz noch eine Sache sagen, bevor wir uns jetzt hier in die Diskussion über einzelne Förderungsarten oder so verlieren. Ich wollte ganz kurz noch ein paar Sachen sagen vielleicht zu der grundsätzlichen Marktsituation und auch zu Netflix, weil heute ja da oft drüber gesprochen worden ist. Prinzipiell ist es doch etwas extrem Wünschenswertes, wenn ein internationaler großer Konzern in die Branche gekommen ist, mit viel Geld ausgestattet ist und sich jetzt vorgenommen hat, in den nächsten Jahren einige Milliarden, 20 Milliarden Dollar in den Produktionsmarkt, wenn man so will, zu investieren. Das ist doch was Großartiges erst mal. Das müssen wir doch alle sagen, das ist doch perfekt. Deshalb würde ich sehr, sehr dafür plädieren, dass wir ein bisschen Sachlichkeit in der Diskussion haben. Es ist kein Kampf der Systeme. Es geht nicht um einen Kampf zwischen Kino und Netflix oder Streamern. Das ist einfach eine zusätzliche Verwertungsmöglichkeit, die den Kuchen vergrößert. Und darum geht es doch im Endeffekt. Es geht doch darum, dass die Produzenten in die Lage versetzt werden, dass ihre Kapitalbasis sich verbessert, dass sie in der Lage sind, Projekte, die sie unter Umständen aus verschiedenen Gründen nicht machen wollen, dass sie die nicht machen müssen. Das ist doch genau der Punkt. Das geht aber nur, wenn sie genügend Geld haben, um das zu überleben. Weil heute viele mittelständische oder kleinere Produktionsunternehmen nicht in der Lage sind, Sachen zu entwickeln, auch mit Förderungen; sie zu entwickeln, weil ganz zahlt es die Förderung ja nie, sondern man muss ja auch immer etwas selber dazugeben, und die dann eben nicht realisiert werden, dann haben die einfach ein wirtschaftliches Problem. Und das geht nur mit einer besseren Kapitalausstattung. Und deshalb ist alles, was den Kuchen größer macht, zunächst mal besser. Das ändert ja nichts daran, dass die Verhandlungen mit solchen Firmen extrem kompliziert sind. Das sind sie aber auch mit Verleihunternehmen oder mit amerikanischen Studios, wenn man international arbeitet ... oder mit Weltvertrieben. Wen immer man da nimmt, jeder

möchte gerne immer den größten Teil an Rechten haben. Ich glaube nicht, dass das regulatorisch lösbar ist. Ich glaube, dass es darum geht, dass man als Produzent dann die beste Leverage hat. Und da bin ich nicht ganz Dieters Meinung von vorhin. Große amerikanische oder internationale Konzerne, Milliardenkonzerne haben vor einer Sache wirklich Respekt, und das ist die gute Idee oder es ist die Leistung, die jemand sozusagen zum Tisch bringt. Und wenn man als Produzent in der Lage ist, ein Produkt zu entwickeln oder eine Idee zu haben, die die unbedingt haben wollen, hat man allen Leverage der Welt. Das gilt im Übrigen auch bei den Verhandlungen der Produzenten mit deutschen Verleihunternehmen. Wir sind eines davon. Wenn ich etwas möchte, was drei andere meiner Konkurrenten auch wollen, dann ist der Produzent in der besten Lage, seine Konditionen da durchzusetzen. Wenn er das nicht hat, ist es natürlich schwieriger. Das ist doch ganz klar. Für uns ist Netflix heute ... Wir, also Constantin Film, machen mit Netflix heutzutage mehr Umsatz im letzten Jahr wie mit allen deutschen Sendern zusammen.

Ulrich Höcherl: Frau Hempel, bei der Gelegenheit, also Sie können auch sofort direkt antworten, aber ist es so, dass diese neuen Angebote, die in den Markt drängen, die kreatives Talent auch holen im deutschen Markt, ist das auch für einen Sender wie den ihren Ansporn, andere, mehr oder ambitionierte Projekte zu wagen?

Heike Hempel: Also klar, grundsätzlich ja. Ich teile auch den Punkt, es ist eine Erweiterung des Marktes, auch aus Sendersicht kann man das erst mal, glaube ich, grundsätzlich so sagen. Und ja, es dynamisiert den Markt und es hält uns lebendig und zwingt uns auf dem Lerchenberg, wie die ARD auch, dranzubleiben an den Themen, unter anderem an dem Thema, wie erzählen wir Serien für die Unter-50-Jährigen, sowohl für ZDFNeo als auch im Bereich der Miniserien im Hauptprogramm. Und das ist super. Wir verstärken uns in diesem Bereich und bauen auf ein großes Spektrum auf, das wir auf dem Lerchenberg bereits haben. Von Funk über Neo bis zum Hauptprogramm. Wir sprechen alle Altersklassen und Zielgruppen an. Und ja: ich schaue auch gerne Sex Education, und ich finde, dass da zum Teil wirklich qualitativ hochwertige Dinge zu sehen sind. Das Label Neo Originals ... Gut, ich habe bei den Medientagen schon diesen Witz gemacht in München: Das ZDF zeigt Originals seit 1963. Ja – so ist das. Und jetzt kommen wir aber zu dem Punkt der Idee und der Talente, weil darum kreisen wir ja hier auch. Und dann frage ich doch mal: Wo kommen diese Talente her? Die werden ja in den Debütredaktionen der ARD, im Kleinen Fernsehspiel im ZDF mit ausgebildet. Die werden an Filmhochschulen ausgebildet etc. Ich kenne aber keine Netflixbeteiligung an Nachwuchsförderung. Das heißt, wir haben einen, Markt der erweitert ist, aber wir haben eigentlich, wenn man mal ehrlich ist, auch Player, die sich nicht an dieser Art der Talentförderung beteiligen, sondern im Gegenteil die Talente, die wir fördern, einfach wegkaufen, und zwar exklusiv! Sie binden Bora Dagtekin (Constantin), und Netflix bindet die Dark-Betreiber, und wir überlegen uns auf dem Lerchenberg auch, Mensch, oh, wir sind auch schon aufgewacht, wen können wir jetzt mal binden? Wir arbeiten mit Annette Hess, mit der Ufa zusammen oder mit Natalie Scharf u. a.. Also das ist schon klar. Nur, was bedeutet das denn im Umkehrschluss? Das bedeutet doch eigentlich, dass wir, das heißt, Sie Produzentinnen und Produzenten und wir als öffentlich-rechtliche Sender, wenn Sie

ein Interesse daran haben, dass wir morgen noch genauso stark sind, eine sehr viel stärkere Allianz bilden können und vielleicht auch müssen. Denn Netflix hat bestimmte Märkte einfach plattgemacht. Und das geht hier nicht in Deutschland, weil wir einen sehr starken Fernsehmarkt haben. Ich sage das es einfach mal neutral. Der ist sehr stark, der ist dank ihrer Arbeit qualitativ hochwertig. Das heißt, da kann man aufbauen. Und es ist nicht nur die Frage, wie Netflix uns beflügelt, sondern Netflix muss in Deutschland, das würde ich zumindest mit einem gewissen Selbstbewusstsein auch im Hinblick auf das letzte Kino- und auch Fernsehjahr vor allem sagen, muss sich auch sozusagen unseren Qualitätsmaßstäben nicht anpassen, aber beflügeln lassen. Vice versa.

Janine Jackowski: Ich finde es total erstaunlich, dass wir irgendwie immer wieder offensichtlich zu Netflix kommen. Es sind so viele Leute im Raum, auch Vertreter von anderen Sendern. Also die Welt hat sich sicherlich erweitert mit Netflix, aber so ist ja die Thematik, wie macht man das als Produzent, die ist ja jetzt nicht einfach gelöst. Alle sprechen vom Golden Age. Frau Grütters hat ja gesagt, dass sie noch im ersten Halbjahr zu einem runden Tisch einladen möchte. Vielleicht ist das ja auch noch mal ein Thema, was wir noch mal besprechen sollten, was denn eure Wünsche sind … also außer Development ...

Ulrich Höcherl: Wir waren ausgegangen vom Thema der Rahmenbedingungen, die sich ja nun nicht geändert haben. Und bei diesen Rahmenbedingungen würde ich noch einen Moment bleiben, weil vielleicht durch dieses Angebot oder diese Hoffnung auf mehr Solidarität zwischen Sendern und Produzenten, vielleicht lässt sich ja dann auch über die Rahmenbedingungen ein bisschen stärker sprechen.

Janine Jackowski: Die Sender sind doch zum Teil solidarisch mit Netflix. Es gibt doch ... Ich finde das total irre, weil es gibt so viele ...

Ulrich Höcherl: Solidarisch mit Netflix? Das heißt, Solidarität zwischen den Sendern und den Produzenten?

Janine Jackowski: Ja, ich weiß. Aber das Ganze wird immer so ... Wir müssen solidarisch gegen Dritte sein. Und ich finde, das ist irgendeine komische Perspektive, weil wir ja überhaupt feststellen, dass es mittlerweile so viele neue Allianzen gibt. Ob das nun Sky und Degeto oder ZDFneo und Netflix sind. Also da muss es eine weltweite Solidarität geben.

Ulrich Höcherl: Es geht hier, glaube ich, nicht um Solidarität gegen Netflix, sondern es geht hier darum, wie ein Markt sich vielleicht verändert dadurch, dass sich das Angebot erhöht oder das Angebot wächst. Und das könnte auch Auswirkungen haben auf die Rahmenbedingungen, mit denen die bestehenden Parteien miteinander operieren derzeit. Das ist das, wo ich gerne hin würde wollen. Und das könnte dann entweder die Rahmenbedingungen der Produzenten mit den Sendern verändern, es könnte auch die Rahmenbedingungen mit den Förderern verändern, weil man sagt, man versucht dort etwas ... Ich weiß nicht, hat Netflix wirklich so ein tolles Angebot? Also es ist schön zu produzieren und man kriegt auch vielleicht noch mehr HUs oder einen gewissen Anteil. Aber wie steht es dann um die Rechte?

Janine Jackowski: Na ja, ich meine, das ist auch so ein bisschen das, worauf ich hinauswollte. Es gibt jetzt irgendwie neben Netflix natürlich auch Amazon, es gibt Google, es gibt Sky, es gibt ganz viele.

Grundsätzlich kann man aber ja noch immer sagen wir reden irgendwie über Streaming oder Fernsehen und das andere sind die Kinoproduktionen. Und uns geht es ja gerade darum, die Rahmenbedingungen für die Kinoproduktionen zu verbessern, weil die tatsächlich im Vergleich zu TV-Auftragsproduktionen und im Vergleich zu Streaming-Diensten einfach schlechter sind. Und wenn wir die besten Talente fürs Kino, weil wir alle das Kino lieben, haben möchten, dann müssen wir etwas daran verändern. Noch mal HU und Producers Fee, weil wir dieses Geld dann wiederum auch an die Talente zum Teil weitergeben und in die Entwicklung stecken können. Aber auch natürlich im Recoupment, damit sich das auch lohnt und damit auch da irgendwie ... also weil die Talente bei uns Produzenten im Recoupment angedockt sind, und da muss sich auch etwas verändern. Aber noch mal: Ich bin jetzt auch so ein bisschen erstaunt, weil alle immer nur über Netflix reden. Jeder, der zu Netflix geht und sagt: Hey, das bieten wir euch an als Originals, der weiß, worauf er sich einlässt, was die Rechtesituation anbelangt. Und jeder, der sagt: Nee, das ist ein Stoff ... Also man entwickelt ja mittlerweile auch relativ zielgerichtet. Man sagt, okay, das ist eine Serie, die wir für den Anbieter oder den Anbieter irgendwie entwickeln, zum Teil ja auch sehr, sehr früh. Und sicherlich irgendwie muss man da über die Rahmenbedingungen sprechen ... das ist natürlich auch ein Lernprozess für uns. Aber wir wussten natürlich schon auch sehr genau, über was wir sprechen, bevor wir mit Netflix angefangen haben zu sprechen.

Martin Moszkowicz: Vielleicht können wir uns ja darauf einigen, dass die klassische Auftragsproduktion, also das, wo sozusagen für einen Festpreis der Produzent das beste Geschäft dann macht, wenn er das Produkt möglichst preisgünstig herstellt, egal ob für Netflix oder für einen öffentlich-rechtlichen oder privaten Sender, dass das nicht unbedingt was ist, was erstrebenswert ist, weil es zum einen natürlich nicht die Potenziale der Produzenten hebelt, die daran interessiert sein müssten, an dem Produkt, was sie mit geschaffen haben oder erschaffen haben, beteiligt zu sein, sondern weil es auch dem Sender im Endeffekt oder dem Auswerter nicht unbedingt das bestmögliche Produkt gibt, weil es halt aber von vornherein eigentlich nur darauf aus ist, dass man eben so wenig Geld wie möglich ausgibt, weil dann verdient man mehr daran. Und das kann es doch nicht sein. Also ich meine, insofern können wir uns doch vielleicht darauf einigen, dass wir sagen: Grundvoraussetzung für die Finanzierung von all dem, für die Finanzierung von Entwicklung, für die Möglichkeiten, auch mal experimentelle Sachen zu machen, ist doch zunächst mal eine vernünftige Kapitalausstattung. Und die kann man nur haben, wenn man entsprechende Rechte behält. Und das muss man halt durchsetzen. Und das geht auch mit Netflix übrigens natürlich. Das ist nicht so, dass irgendwo in Stein gemeißelt steht, wenn wir was machen, wir, Netflix, dann ist das immer so. Genauso wenig wie das auch übrigens bei den öffentlich-rechtlichen Sendern der Fall ist. Da gibt es solche und solche Auswertungsverträge und Kooperationsmöglichkeiten. Und ich finde, wir als Produzenten müssen uns dahingehend solidarisch zusammentun und sagen, wir produzieren halt nur für Auftraggeber, die uns in die Lage versetzen, entsprechende Rechte zu generieren. Das ist doch das Allerwichtigste bei der ganzen Sache, weil mit dem Geld kann man dann alles andere machen, Projektentwicklungen, Ausreißer, spezielle Sachen, Experimentalprogramme usw.

Janine Jackowski: Das spricht mir quasi aus dem Herzen, denn es geht tatsächlich darum, auch noch mal die Frage, was ist die beste Entwicklungsförderung? Das ist die Kapitalisierung der Produzenten. Und zwar durch HU Producers Fee und durch Recoupment und durch den Rechterückhalt natürlich.

Ulrich Höcherl: Herr Kufus, gerade ...

Thomas Kufus: Ich bin natürlich auf der gleichen Linie, ist ja klar. Ich würde gerne noch einen Schritt weiter gehen in die nächsten Jahre. Also wir sprechen gerade von neuen Allianzen, die sich ergeben haben und ergeben. Und ich glaube, wir alle können uns nicht vorstellen, wie diese Allianzen alle in drei oder fünf Jahren aussehen und wer dann zum Beispiel welche Talents alle an sich bindet und wie viele es dann überhaupt noch auf dem freien Markt gibt. Also ich glaube, wir müssen wirklich, wie Martin sagt, als Produzentenschaft ganz, ganz stark zusammenhalten. Und um Frau Grütters heute Morgen noch mal zu zitieren: Wir sitzen alle in einem Boot. Und diese ganzen verschiedenen Allianzen und Anbieter, die brauchen ja auch wirklich nach wie vor diesen Content. Der Content kommt über die Produktionsfirmen. Der kommt jetzt nicht immer persönlich von uns. Manchmal, aber bei weitem nicht immer. Sondern von Autoren, Regisseuren usw. Wir müssen sozusagen in die Lage versetzt werden, dass wir diesen Content noch besser generieren können und natürlich auch besser mit Rechten am Ende weiter generieren können, also auch wirtschaftlich generieren können. Das ist das Entscheidende. Und eine Schlüsselentscheidung wird wahr-

Thomas Kufus und Kirsten Niehuus

scheinlich sein, wie das FFG, was in zwei Jahren wieder erneuert wird oder novelliert wird, wie da diese Rahmenbedingungen für die Produzentenschaft verändert wird. Das ist das Entscheidende. Und ich finde, das müssen wirklich Leute sein, ...
... vielleicht kann man diesmal die Runde, die sozusagen an den Tisch kommen für das FFG, für die Novellierung, und am Ende die Personen, die es dann wirklich entscheiden, vielleicht muss man die auch erweitern mit Leuten, die wirklich mitten im Geschäft sind, die wirklich sagen, wo es wehtut und wo man wirklich Veränderungen machen muss, damit wir weiterkommen… Und der Kinofilm soll nach wie vor gerne an erster Stelle sein. Aber es muss Möglichkeiten geben, dass mit den verschiedenen Allianzen, mit den verschiedenen Anbietern neue Ideen entstehen können, die auch das FFG zulässt. Das ist entscheidend meiner Ansicht nach.

Ulrich Höcherl: Die Nachfrage wird ja eher noch zunehmen, sage ich jetzt mal, möglicherweise zumindest auf die absehbaren nächsten drei bis fünf Jahre. Es kommen ja andere Player dazu, ob das die Telekom ist, ob es das autonome Autofahren ist, wo man vielleicht auch unterhalten werden möchte. Alles das wird dazukommen. Und in funktionierenden Märkten ist ja der Inhalt oder die Idee das Kostbare. Und letztendlich müsste das ja dann doch auch für die Produzenten sprechen. Die Frage ist also, weil wir uns da in dieser Situation noch nicht befinden: Das FFG ist angesprochen, sind das die ersten oder wo sehen Sie jeweils die ersten Stellschrauben, um das zu verbessern? Ich weiß nicht, ob Filme über 6 Millionen auch wirklich finanziert werden können, ohne dass man die Eigenmittel mit Mühe nur auftreiben kann? Also fängt das wirklich an mit der Novellierung des FFG?

Kirsten Niehuus: Ich hoffe, dass das schon bei den Richtlinien jetzt anfängt, die wir demnächst diskutieren werden. Aber dann ist natürlich der nächste Schritt tatsächlich aus meiner Sicht das FFG und der Runde Tisch und im Endeffekt auch der Think Tank, der jetzt angeschoben wird, wo sich Verleiher, Kinos, Produzenten noch mal zusammensetzen, um die Rahmenbedingungen neu zu diskutieren. Weil das ist das, was ich gerade toll finde tatsächlich, dass jeder noch mal oder jede Fraktion quasi die Bedürfnisse auf den Tisch legt und sagt: Hey, lasst uns da doch mal wirklich mit einem klaren Blick draufschauen und lasst uns jenseits der Verteilungskämpfe mal schauen, was ist denn am besten für das deutsche Kino. Und das ist das, was ich hoffe wirklich, dass diese Frage im Zentrum stehen wird. Aber Stefan wollte ...

Ulrich Höcherl: Wir haben ganz wenige Minuten Zeit, deswegen gerne auch aus dem Publikum.

Stefan Arndt aus dem Publikum: Ich würde es noch mal ein bisschen zurückbrechen. Seit zehn Jahren diskutieren wir alles Mögliche. Wir haben immer behauptet, also wir Produzenten haben immer behauptet: Content is King. Jetzt sind wir in der Situation Content is King, es sind unglaublich viele Leute da, die im Prinzip Inhalte brauchen. Wir haben jetzt bewiesen, Inhalte sind wichtiger als Glasfaserkabel. Wir haben alles ... wir haben Ministerien dazu gekriegt, unsere Branche zu untersuchen, die rausbekommen haben, dass unsere Filmbranche größer ist als Landwirtschaft und Forsten. Ich habe irgendwo mal gelesen, dass, glaube ich, 6 Milliarden Euro aus dem EU-Haushalt jedes Jahr in dieses Ding fließen, um Landwirtschaft und Forsten voranzubringen. Und ich bin ja auch dankbar für die

300 Millionen. Aber wir müssen jetzt mal ganz klar sehen, dass wir grade dabei sind ... kurz davorstehen, vollkommen abgehängt zu werden, weil wir werden uns neu erfinden müssen. Wenn wir jetzt gerade speziell auch über mein Lieblingsthema Kino sprechen, wird es so sein: Es wird einen dramatischen Einbruch geben der Kinoproduktionen über die nächsten zwei, drei, vier Jahre. Weil ich kann ihnen berichten, man kann den Overhead, den es braucht, um die Sachen zu entwickeln und um die Fristen zu überbrücken, bis irgendwelche gnädigen Herrschaften irgendetwas lesen usw. usf., man kann es nicht mehr erwirtschaften mit Kinofilmen. Das hängt ganz wesentlich damit zusammen, dass wir einfach in Wirklichkeit nicht innovativ genug sind. Ich vergleiche das immer wieder, wie wird mit uns umgegangen und wie wird zum Beispiel mit der Automobilindustrie umgegangen. Dieselbe Untersuchung mit Landwirtschaft und Forsten hat ergeben, dass jeder Euro, der in die Filmindustrie investiert wird, um das Zweieinhalbfache besser investiert ist als jeder Euro, der in die Autoindustrie investiert wird. Und guckt mal, wie die Autoindustrie mit uns Steuerzahlern umgeht, wenn die mal ein Problem haben wie dieses kleine Abgasteilchen, was sie da gebaut haben. Also ich glaube, wir müssen wirklich gucken, dass wir da vorankommen. Und das Dumme ist halt, dass eben das, was die letzten 20 Jahre immer nur diskutiert wurde, aber letztendlich nicht umgesetzt wurde, dass die Kapitalisierung der Produzenten aus dem Kinobereich einfach nicht ausreicht, weil dann sind wir irgendwann alle bei der reinen Fernsehproduktion. Und ihr glaubt doch selber nicht, dass es mit den Serien ewig so weitergeht. Das ist doch jetzt schon gesättigt. Das geht dann vielleicht noch zwei, drei Jahre weiter, und dann müsste was Neues kommen. Und das Neue müssten wir jetzt erfinden. Deswegen muss es ganz schnell gehen. Wir können nicht aufs übernächste FSG warten.

Ulrich Höcherl: Das lässt uns angesichts der Zeit natürlich ein bisschen ratlos auf dem Podium zurück. Wie wir das jetzt noch in eine kurze Runde bringen? Wir haben tatsächlich wenig Zeit, weil wir, glaube ich, in fünf Minuten drüben sein müssen. Diese Ansicht hat sich noch verschärft vielleicht ein bisschen, aber letztendlich heißt das, ist unser Fazit, zumindest was den Kinofilm betrifft: Wie finanzieren Produzentinnen das? Gar nicht?

Janine Jackowski: Na ja, also es wird einfach jedes Jahr schwieriger, da die entsprechenden Mittel aufzubringen. Und es ist natürlich im Moment eine Mischkalkulation aus HU, Producers Fee, also was wir aus den Produktionen verdienen, und auch Erlösen natürlich irgendwie. Und natürlich hatten wir in den letzten Jahren das Glück, dass wir Filme produziert haben, wo es Erlöse gab. Natürlich nicht in dem Maße, wie es unserer Ansicht nach hätte sein sollen. Aber es gab sie, ja.

Ulrich Höcherl: Was wird aus dem großen Kinofilm im ZDF?

Heike Hempel: Was wird aus dem großen Kinofilm im ZDF? Den senden wir dann um 20:15 Uhr. Ja, absolut. Wir haben ja zum Beispiel Nebel im August, ein relativ kleiner Film, den haben wir letztens ausgestrahlt, der im Kino gar nicht besonders gut funktioniert hat. Der hat bei uns über 3 Million Zuschauer bekommen. Das ist super. Also dafür auch ein Schaufenster zu bieten, das werden wir weiter machen. Mein Fazit wäre auch, wenn man auf den internationalen Markt schaut, Kino und Fernsehen eben nicht getrennt zu

betrachten, sondern das hat eine große Wechselwirkung, was das Produzieren angeht, was die Kreativen angeht. Und dadurch entsteht auch sozusagen eine ganz neue Qualität. Das finde ich super. Was mich ein bisschen traurig macht, ist die Sache mit den Auftragsproduktionen. Weil das macht ja 80 Prozent unseres Gesamtvolumens aus. Vorhin war die Rede von Butter-und-Brot-Geschäft. Das mag ich gar nicht. Weil dass wir übermorgen sie als Produzenten für uns Filme, Serien, Reihen herstellen... da haben wir ein wahnsinniges Volumen, was wir pro Jahr beauftragen. Und das funktioniert ja nicht einfach so, das wissen Sie auch. Wenn Sie eine Reihe für uns machen, dann müssen sie sich darum kümmern, wer ist der Head-Autor und wie kriegen wir das gemeinsam hin, dass der bleibt etc. An all diesen Stellen geht es um Qualitätssicherung. Das findet nicht nur im Kino und in der High-End-Serie statt, sondern das findet sozusagen in unserem gesamten Programm statt. Und da legen wir auch Wert drauf.

Ulrich Höcherl: Thomas Kufus, auch noch letzte Worte?

Thomas Kufus: Nein, keine letzten Worte, sondern ich glaube, ich habe gerade mit meinem letzten Beitrag ziemlich klar und deutlich gesagt, wo der Schuh meiner Ansicht nach drückt und wo wir ganz dringend die Herausforderungen dieses Jahres, dieses kommenden Jahres und der nächsten Jahre in Angriff nehmen müssen.

Janine Jackowski: Kirsten, wir haben uns mühsam wieder zum Thema zurückgerobbt.

Kirsten Niehuus: Ja, das war toll, dass wir es mal geschafft haben, mal drei Minuten nicht Netflix zu sagen, fand ich, war eine enorme Leistung, überall im Publikum und so. Also ich kann nur sagen, vielleicht ist das ja auch ein bisschen eine Alterserscheinung, Stefan, auch wenn du ein bisschen jünger bist als ich, aber wir haben natürlich alle schon mal lange diese FFG-Diskussion mitgemacht. Und ehrlich gesagt finde ich das total interessant noch mal, wenn wir die neu denken würden und nicht nur irgendwo rumschrauben. Und ich glaube, auch unter der Perspektive, und damit will ich das Kino in gar keinem Fall schmälern, weil ich glaube, wenn etwas groß genug ist fürs Kino, dann kommt es auch dahin, das hat ja auch Roma gezeigt, und ich glaube, auch da sind Veränderungen bei den neuen Partnern, ich weiß, Martin, ich nutze nicht deine Zeit komplett, aber dass man eben bei Qualität nicht denken soll: Kino, Fernsehen, Streamer. Ich glaube, die Zeiten sind echt vorbei.

Ulrich Höcherl: Ja, aber können wir dieses Panel irgendwie versöhnlich ausklingen lassen? Weil irgendwie die Bewegtbildproduktion, die boomt doch theoretisch. Man muss nur etwas daraus machen.

Martin Moszkowicz: Also wie gesagt, mein Boss ist der Zuschauer. Und wenn man sich darauf konzentriert ...

Zwischenruf aus dem Publikum: Einer nur?

Martin Moszkowicz: Einer nur, ja, immerhin ein Zuschauer. Nein, mein Boss, und das ist die Klammer zu Sixt, mein Boss ist der Kunde: Mein Boss ist der Zuschauer. Und als solches glaube ich auch, dass, wenn man das ins Zentrum von dem stellt, was man macht, dass es dann durchaus möglich ist, dass man weiterhin Kinofilme macht und dass man auch genug Geld ...

Bei uns Constantin Film, wir machen 60 Prozent von unserem Umsatz und unserem Gewinn mit Kinofilmen, obwohl wir auch für alle anderen arbeiten, für Streamer und für Sender usw. Also 60 Prozent von dem, was die Firma umsetzt und verdient, macht sie mit Kinoproduktionen. Ich glaube, eine Sache ist extrem deutlich geworden hier: Wenn es ans nächste FFG geht, geht das nur mit einer kompletten Neuausrichtung. So, wie wir das bisher laufen haben lassen in den letzten 20 Jahren oder 10 Jahren, ist es auf jeden Fall kein Zukunftsmodell. Das muss komplett von vorne bis hinten umgearbeitet werden.

Ulrich Höcherl: Wunderbar, vielen Dank. Und mit diesem Signal schließen wir die Runde.

Gabriele Walther und Georgia Tornow

DIE PRODUZENTENALLIANZ DANKT
sehr herzlich ihren Sponsoren und Unterstützern!

SIXT mov(i)es

adag PAYROLL SERVICES GMBH

LUFTHANSA GROUP

PLASTIC FREE WORLD

B2B TRIP

Für den Produzentenallianz-Empfang zur 69. Berlinale

COMMERZBANK

Für das Sponsoren-Management

PRODUZENTEN
SERVICES

IMPRESSIONEN

aus dem anschließenden Produzentenallianz-Empfang zur 69. Berlinale im Haus der Commerzbank Berlin

IMPRESSIONEN

aus dem anschließenden Produzentenallianz-Empfang zur 69. Berlinale im Haus der Commerzbank Berlin

IMPRESSIONEN

aus dem anschließenden Produzentenallianz-Empfang zur 69. Berlinale im Haus der Commerzbank Berlin

COMMERZBANK

IMPRESSIONEN

aus dem anschließenden Produzentenallianz-Empfang zur 69. Berlinale im Haus der Commerzbank Berlin

Peter Weber

PRODUZENTENALLIANZ
FILM UND FERNSEHEN

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

DOKUMENTATION
DEUTSCHER PRODUZENTENTAG 2019

Herausgeber:
Dr. Christoph E. Palmer

Redaktion:
Andrea Schneider

Layout und Satz:
Sebastian Lambeck

Layoutentwicklung:
Goldjung – Agentur für Kommunikation

Fotos:
Klara Yoon | Agentur Offenblende

*Die Rede der Kulturstaatsministerin im Wortlaut basiert auf der Veröffentlichung auf www.bundesregierung.de

Stand:
Mai 2019

ISBN
978-3-9816027-9-1

Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen e.V.
Dokumentation des Deutschen Produzententags vom 7. Februar 2019 in Berlin

ISBN 978-3-9816027-9-1