Die Strategie der Film- und TV-Produzenten in der digitalen Welt

Dr. Christoph E. Palmer
ist seit 2005 selbständiger Unternehmensberater. Seit 2008 ist er auch Vorsitzender der Geschäftsführung der Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen e.V. (Produzentenallianz) in Berlin und München. In dieser Funktion besteht seit 2009 Mitgliedschaft im Verwaltungsrat der Filmförderungsanstalt des Bundes (FFA) in Berlin. 1996-2008 war er Aufsichtsratsvorsitzender der Filmakademie Baden-Württemberg, 1998-2004 Aufsichtsratsvorsitzender der Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg.
Sein Hintergrund: Geistes- und sozialwissenschaftliches Studium an der Universität Tübingen. 1992 Promotion. 1994-96 Professor für Politikwissenschaft an der Polizeihochschule Villingen-Schwenningen. 1996-98 Staatssekretär für Wissenschaft Baden-Württemberg. 1998-2004 Staats- und Europaminister Baden-Württemberg.

Foto: Lorenz Steinert

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

Schlüsselbegriffe: Produktionsbudget | Transparenz | Kostendruck | Filmförderungsgesetz

Medienwirtschaft: *Herr Dr. Palmer, wie geht es den deutschen Film- und Fernsehproduzenten?*

Dr. Christoph E. Palmer: Das Produzieren ist in den vergangenen Jahren nicht einfacher geworden. Der Kostendruck ist immens, in immer weniger Drehtagen soll immer perfekter produziert werden. Die Zahl der Marktteilnehmer wächst, die Auftraggeber sind aus unterschiedlichen Gründen auch finanziell beengt. Die große deutsche Produzentenstudie von 2012 hat relativ geringe Renditen der Produktionswirtschaft nachgewiesen. Insbesondere die schwache Eigenkapitalausstattung der Betriebe verhindert langfristige Planungen und ruhiges Entwickeln von Stoffen und Themen.

Medienwirtschaft: *Die Werbefilmbranche und die Produzentenallianz – ein heikles Thema: Wie ist der aktuelle Stand?*

Dr. Christoph E. Palmer: Seit einigen Jahren arbeiten die Kollegen der Werbefilmbranche engagiert und vertrauensvoll in der Allianz Deutscher Produzenten als eigene Sektion mit. Klar, vom Geschäftsmodell und der Interessenlage her gibt es Spezifika dieses Genres. Aber auch Werbefilmer produzieren Inhalte des bewegten Bildes, sie sind für unseren Verband eine Bereicherung und die Sektion verzeichnet einen beachtlichen Mitgliederzuwachs.

Medienwirtschaft: *Ebenso heikel ist das Thema öffentlich-rechtlicher Rundfunk. Die Produzentenallianz fordert hier seit langem mehr Geld für Auftragsproduktionen. Unlängst wurde die Idee in den Raum gestellt, einen bestimmten Anteil künftiger Gebührenerhöhungen zweckgebunden für deutsche Fernsehproduktionen zu verwenden. Überdies wird gefordert, dass mindestens 70 Prozent der Produktionsetats der deutschen Fernsehsender an Produktionsfirmen vergeben werden sollen. Mit Verlaub, das klingt fast schon wie die berühmte verpflichtende „Deutschquote"! Wollen Sie wirklich solche dirigistischen Wege beschreiten und staatlicherseits in die Ausgabenhoheit von ARD und ZDF, indirekt auch in die der Privaten, eingreifen?*

https://doi.org/10.15358/1613-0669-2013-3-8 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Dr. Christoph E. Palmer: Quoten sind immer die „Ultima ratio", das ist völlig klar. Im europäischen und nationalen Rundfunkrecht sind sie im Übrigen aber bereits vorgesehen. Andere europäische Länder wenden sie intensiver an als Deutschland. Die Produzenten werden die Möglichkeit, zu verbindlichen und härteren Quoten zu gelangen, sicher nicht beerdigen, sondern in der weiteren Diskussion um Produktionsvolumina im Auge behalten.

Medienwirtschaft: *Ein Rückblick: Hier darf ein bestimmtes Reizwort nicht fehlen: „Germany's Gold". Welche Schlüsse zieht die Produzentenallianz aus diesem Vorgang?*

Dr. Christoph E. Palmer: Die Produzentenallianz war und ist als Verband nicht an „Germany´s Gold" beteiligt. Wohl aber einzelne unserer Mitgliedsfirmen, sowohl kleinere wie größere. Das Aus für diese Plattform ist eine Enttäuschung, weil VoD-Angebote als zusätzlicher Vertriebsweg für die Produzenten immer wichtiger werden. „Germany's Gold" hätte geholfen, besonders aus nicht mehr genutzten, brachliegenden Produktionen eine Wertschöpfung zu ermöglichen. Dafür müssen jetzt andere Wege gefunden werden.

Medienwirtschaft: *Ein drängendes Problem ist die Frage, wie man den Kreativen in der digitalen Welt einen wirksamen Urheberschutz und faire Verhältnisse angedeihen lassen kann. Erst kürzlich hat die Produzentenallianz mit ver.di und dem Bundesverband der Film- und Fernsehschauspieler e.V. (BFFS) einen Tarifvertrag über die Erlösbeteiligung an Kinofilmen abgeschlossen. War das ein Durchbruch für die Filmurheber und die ausübenden Künstler? Sind Sie mit den Verhandlungsergebnissen zufrieden?*

Dr. Christoph E. Palmer: Wir sind damit in einen langwierigen, aber fairen Verhandlungsprozess dem Auftrag des Gesetzgebers nachgekommen, Erlösbeteiligungen im Erfolgsfall von Kinofilmen zu bezahlen. Der Kostendruck, der auf der Produktionswirtschaft lastet, wird dadurch nicht geringer, aber es war aufs Ganze gesehen ein noch vertretbarer Kompromiss.

Medienwirtschaft: *Die Produzentenallianz beklagt seit langem eine mangelnde Transparenz über die Auftragsproduktionsbudgets im Fernsehen in Deutschland. Die aktuelle Produzentenstudie 2012, von der Filmförderungsanstalt, von verschiedenen Medienanstalten und Forschungseinrichtungen (u. a. Hamburg Media School) beauftragt und gefördert, bringt hier viel Licht ins Dunkel. Sind die Bemühungen diesbezüglich ausreichend?*

Dr. Christoph E. Palmer: Die Produzentenstudie hat sozusagen „erste Schneisen in das Dickicht geschlagen". NDR und WDR publizieren mittlerweile auch erste Zahlen des Auftragsproduktionsbudgets ihrer Sender. Mitte September haben wir mit der ARD Leitlinien unter anderem über die verbesserte Programmfinanzierungstransparenz vereinbart.

Medienwirtschaft: *In der digitalen Welt spielen mächtige Player, die nicht aus der klassischen Medienbranche stammen, eine immer wichtigere Rolle. Einer davon ist natürlich Google – ein Dauerthema. Wie steht die Produzentenallianz zu den Aktivitäten von Google?*

Dr. Christoph E. Palmer: Die Produzenten sind Inhalte-Schöpfer. Wir arbeiten für ganz unterschiedliche Auftraggeber. Für uns ist Google zunächst einmal als solcher relevant und als Programmeinkäufer. Jeder neue Marktteilnehmer ist uns willkommen und sorgt für Auftragsvolumen und Pluralität. Wir befinden uns gegenüber Google also in einer grundsätzlich anderen Position als etwa die Fernsehsender.

Medienwirtschaft: *Bei den Beratungen über die Gesetzesnovelle zum Filmförderungsgesetz (FFG) spielt die Verkürzung der Sperrfristen, die Heranziehung der Telekommunikations- und Kabelanbieter zur FFA-Angabe sowie die geplante Veränderung der Referenzpunktevergabe eine wichtige Rolle. Welche Positionen vertritt die Produzentenallianz?*

Dr. Christoph E. Palmer: Der Trend – auch international – geht zur Verkürzung der Sperrfristen. Die Heranziehung der Telekommunikationsunternehmen war für uns ein wichtiges Anliegen, die Veränderung der Referenzpunktevergabe wurde in der Anhörung des Bundestages auch auf unser Betreiben gegenüber dem Regierungsentwurf noch etwas modifiziert. Klar ist dieses neue FFG ein auf zweieinhalb Jahre befristetes Übergangsgesetz, das auch im Laufe der anstehenden Bundesverfassungsgerichtsentscheidung gleich zu Beginn der kommenden Legislaturperiode komplett auf den Prüfstand muss.

Medienwirtschaft: *Die Produzentenallianz wird immer wieder als klassische Interessenvertretung einer bestimmten Berufsgruppe verstanden. Wird diese Positionierung Ihrem Selbstverständnis gerecht? Welche Funktionen sehen Sie darüber hinaus als wichtige Aufgabenstellung an?*

Dr. Christoph E. Palmer: Die Aufgabe des Produzenten von Filmen ist in der Filmherstellung von entscheidender Bedeutung. Er ist Inspirator und Initiator des Projektes und eben nicht „nur" Finanzier und Organisator. Der Produzent als kreativer Wertschöpfer muss in Deutschland stärker ins Bewusstsein gelangen.

Das Interview führten Prof. Dr. Martin Gläser und Prof. Dr. Insa Sjurts.

https://doi.org/10.15358/1613-0669-2013-3-8 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY