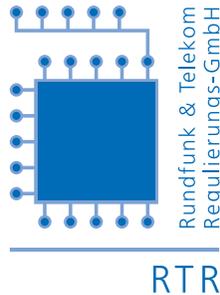


Fernsehförderung in Österreich

Studie I: Veränderung der Fernsehfilmproduktion seit 2004

Studie II: Angemessene Bedingungen zwischen Fernsehveranstaltern und -produzenten in Österreich



Fernsehförderung in Österreich

Studie I: Veränderung der Fernsehfilmproduktion
seit 2004

FH-Prof. Dr. Andreas Gebesmair

Studie II: Angemessene Bedingungen zwischen
Fernsehveranstaltern und -produzenten
in Österreich

Rechtsanwalt Prof. Dr. Oliver Castendyk

im Auftrag der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH)

**Schriftenreihe der
Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH**

Band 2/2014



Inhaltsverzeichnis

Vorwort	11
Studie I: Veränderung der Fernsehfilm- produktion seit 2004	
FH-Prof. Dr. Andreas Gebesmair	15
1 Einleitung	17
1.1 Ausgangslage	17
1.2 Methode	18
1.3 Stichprobe	21
1.4 Aufbau der Studie	23
2 Die Entwicklung der Fernsehlandschaft	27
2.1 Zum Beschaffungsmanagement in Fernsehsendern	27
2.1.1 Eigenproduktion	28
2.1.2 Auftragsproduktion	30
2.1.3 Koproduktion	30
2.1.4 Kaufproduktion (Lizenzwerb über einen Sende- lizenzvertrag)	32
2.2 Der österreichische Fernsehmarkt	33
2.2.1 Zur Entwicklung des Fernsehmarktes	33
2.2.2 Auftragsvolumen und Programmpolitik	35
2.3 Der deutsche Fernsehmarkt	47
2.3.1 Marktanteile	47
2.3.2 Vergabevolumen und Programmpolitik	48
3 Die Entwicklung der Förderlandschaft: Förderungen für Fernsehproduktionen	59
3.1 Der FERNSEHFONDS AUSTRIA	59
3.1.1 Ziel und Richtlinien des FERNSEHFONDS AUSTRIA	59
3.1.2 Zur Entwicklung der Fördertätigkeit des FERNSEHFONDS AUSTRIA	62
3.2 Länderförderungen und andere Förderungen	74

4	Die Entwicklung der Filmproduktionslandschaft	81
4.1	Allgemeiner Überblick über die Branche	81
4.2	Von der Auftragsproduktion zur unabhängigen Koproduktion	87
4.2.1	Diversifizierung	88
4.2.2	Autonomie	90
4.2.3	Risiko und Aufwand: Der lange Abschied vom Auftragsparadies?	92
4.3	Rechte und ihre Verwertung	95
4.3.1	Allgemein	95
4.3.2	Rechterückfall und weitere Auswertungszyklen der Sendelizenzen	98
4.3.3	Weltvertrieb	100
4.3.4	DVD- und Blue-ray-Verkauf	108
4.3.5	Online-Vertrieb	109
4.3.6	Weitere Rechte: Pay-TV, Kino und Musik	117
5	Zusammenfassung und Empfehlungen	121
6	Anhang	129
6.1	Literatur	129
6.1.1	Publikationen	129
6.1.2	Online-Quellen	132
6.2	Interviewpartner	133
6.3	Interview-Leitfaden	134
6.4	Kurzfragebogen	138
6.5	Abkürzungen	140
6.6	Verzeichnis der Tabellen	141

Studie II: Angemessene Bedingungen zwischen Fernsehveranstaltern und -produzenten in Österreich

Rechtsanwalt Prof. Dr. Oliver Castendyk _____ 143

Vorwort _____ 145

1 Einführung _____ 149

1.1 Einleitung und Gang der Untersuchung _____ 149

1.2 Der FERNSEHFONDS AUSTRIA _____ 150

1.2.1 Der FERNSEHFONDS AUSTRIA im europäischen Wettbewerb _____ 150

1.2.2 Größenordnung der Förderung durch den FERNSEHFONDS
AUSTRIA _____ 154

1.2.3 Förderhöchstbeträge _____ 155

1.2.4 Zuschuss statt erfolgsbedingt rückzahlbares Darlehen _____ 156

1.2.5 Intendantenmodell mit Beirat effizient verwaltet _____ 157

1.2.6 Regionaleffekt _____ 157

1.2.7 Einfluss von Fernsehveranstaltern _____ 158

1.2.8 Richtlinien des FERNSEHFONDS AUSTRIA _____ 159

1.3 Die Regulierung der Vertragsverhältnisse zwischen
Fernsehveranstaltern und Fernsehproduzenten _____ 160

1.3.1 Einleitung _____ 160

1.3.2 Die Fin-Syn-Rules als klassisches Beispiel _____ 161

1.3.3 Grundlegende Regulierungsoptionen aus staatlicher Sicht _____ 163

1.4 Zielvorstellungen der Fernsehfilmförderung in Österreich _____ 165

**2 Vertragskonstellationen zwischen
Fernsehveranstalter und Fernsehproduzent** _____ 169

2.1 Lizenzvertrag, Auftrags- und Koproduktion _____ 169

2.1.1 Der Lizenzvertrag _____ 170

2.1.2 Der Auftragsproduktionsvertrag _____ 171

2.1.3 Der Koproduktionsvertrag _____ 172

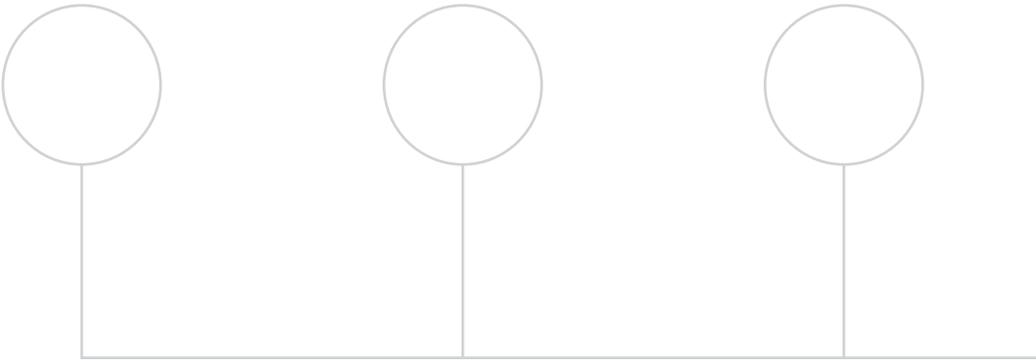
2.2 Kofinanzierungsvertrag (Verträge geförderter Produktionen) _____ 174

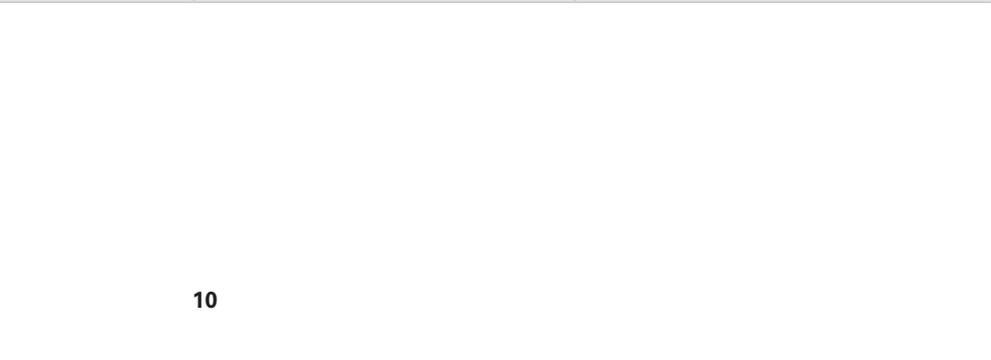
2.2.1 Einführung _____ 174

2.2.2	Hauptpflichten	175
2.2.3	Lizenzgegenstand	175
2.2.4	Produktionsdurchführung	175
2.2.5	Rechteeinräumung	176
2.2.6	Annexrechte	176
2.2.7	Lizenzgebiet Österreich	178
2.2.8	Lizenzzeit	182
2.2.9	Optionen	182
2.2.10	Lizenzpreis	183
2.2.11	Erlösbeteiligungen	183
2.2.12	Weitere Klauseln	183
2.3	Die ökonomische Perspektive der Kofinanzierung	184
2.3.1	Kofinanzierungsbeitrag/Lizenzgebühr	184
2.3.2	Aufteilung von Erlösansprüchen	184
2.3.3	Wirtschaftliche Faktoren der Preisbildung	185
2.3.3.1	Erlösorientierte Preisbestimmung	186
2.3.3.2	Kostenorientierte Preisbestimmung	187
2.3.3.3	Marktorientierte Preisebestimmung	187
2.3.3.4	Bewertung der Nutzungsrechte	188
3	Angemessene Konditionen	191
3.1	Einleitung	191
3.2	Die angemessene Vergütung	191
3.2.1	Der gerechte Preis	191
3.2.2	Gleiche Verhandlungsstärke	193
3.2.3	Angemessenheit im positiven Recht	193
3.3	Schlussfolgerung	195
4	Staatliche Teilregulierung von Vertrags- verhältnissen zwischen Produktionsfirmen und Fernsehveranstaltern	197
4.1	Einleitung	197
4.2	Die Quote zugunsten europäischer Werke	197

4.3	Die Quote zugunsten unabhängiger Produzenten europäischer Werke _____	198
4.4	Die französische Regelung _____	203
4.5	Das britische Modell _____	205
4.6	Die deutsche Regelung _____	207
4.7	Die österreichische Regelung _____	208
5	Beispiele für die Teilregulierung von Vertragsbedingungen zwischen Fernsehveranstaltern und Fernsehfilmproduzenten im Rahmen von Filmförderung _____	211
5.1	Europäische Union, Creative Europe Media Sub Program _____	211
5.2	Deutschland _____	211
5.2.1	Bundesebene _____	211
5.2.2	Länderebene – Kinofilm _____	212
5.2.3	Länderebene – Fernsehfilm _____	213
5.2.3.1	Nordmedia Fonds GmbH (Nordmedia) _____	214
5.2.3.2	Filmförderung der Hansestadt Hamburg (FFHH) _____	214
5.2.3.3	Mitteldeutsche Medienförderung (MDM) _____	215
5.2.3.4	Film- und Medienstiftung Nordrhein-Westfalen _____	215
5.2.3.5	FilmFernsehFonds Bayern (FFF Bayern) _____	215
5.2.3.6	Filmförderung Berlin-Brandenburg _____	217
5.2.3.7	Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg (MFG) _____	217
6	Angemessene Bedingungen zwischen Fernsehveranstaltern und Produzenten – Die Richtlinien des FERNSEHFONDS AUSTRIA _____	221
6.1	Einführung _____	221
6.2	Finanzielle Beteiligung des Fernsehveranstalters _____	222
6.3	Vertragliche Mindestbedingungen _____	222
6.3.1	Finanzierung _____	223
6.3.2	Senderverbundene Vertriebe _____	224
6.3.3	Lizenzzeit _____	226

6.3.4	Nutzungsrechte	227
6.3.5	Lizenzgebiet	227
6.3.6	Lizenz- und Koproduktionsanteil	228
6.3.7	Verwertungsgesellschaften	229
6.3.8	Nutzungsrechte für andere Fernsehveranstalter	230
6.3.9	Sonstige Nutzungsrechte	230
6.3.10	Klammerteilrechte	231
6.3.11	Optionen	233
6.3.12	Archivmaterial	235
6.3.13	Integraler Vertragsbestandteil	235
6.3.14	Programminvestoren	236
6.3.15	Vertriebskosten	237
6.3.16	Schlussfolgerung	237
7	Anhang	239
8	Literatur	269
	Impressum	277





Vorwort

FERNSEHFONDS AUSTRIA: „Major Player“ in der TV-Produktionsförderung

Der FERNSEHFONDS AUSTRIA, der jährlich 13,5 Mio. Euro an Förderungen für Fernsehfilme, Dokumentationen und TV-Serien zu vergeben hat, feiert heuer sein zehnjähriges Bestehen. Er ist ein wesentliches wirtschaftliches Instrument, um die Fernsehproduktion und die gesamte Filmwirtschaft in Österreich nicht nur aufrechtzuerhalten, sondern auch wachsen zu lassen. Dies war auch der Anlass, zwei Studien zur Lage der Filmwirtschaft in Österreich in Auftrag zu geben.

Im Frühjahr 2013 beauftragte der FERNSEHFONDS AUSTRIA das Österreichische Institut für Medienwirtschaft der Fachhochschule St. Pölten mit der Durchführung einer Evaluierung des FERNSEHFONDS AUSTRIA. Autor dieser ersten Studie war FH-Prof. Dr. Andreas Gebesmair, unter Mitarbeit von Mariella Strasshofer und Manuela Hummer. Unter dem Titel „Veränderung der Fernsehfilmproduktion seit 2004“ hat das Autorenteam 28 Vertreter von Fernsehproduktionsfirmen befragt. Die Gesamtherstellungskosten aller Projekte, die diese Firmen realisiert haben, beliefen sich auf 80 Mio. Euro. Dies bedeutet, dass die 28 befragten Unternehmen in den letzten zehn Jahren ca. 80 % der Gesamtförder-summe des FERNSEHFONDS AUSTRIA erhalten haben. Somit kann das Ergebnis auch als repräsentativ für alle Fördernehmer des FERNSEHFONDS AUSTRIA angesehen werden.

Folgende Fragen wurden gestellt:

Wie hat sich die Produktionslandschaft in der letzten Dekade verändert?
Welchen Nutzen konnten die Unternehmen aus den Förderungen ziehen?
Wie nachhaltig veränderte sich die Position der Produzenten und welche Hindernisse stehen der intendierten Stärkung der Branche entgegen?

Einen wesentlichen Punkt möchte ich hier aus der Studie von Dr. Gebesmair festhalten: Diese rechtliche Stärkung der Fernsehfilmproduzenten stellt einen Paradigmenwechsel in der österreichischen Filmwirtschaft dar, der unter dem Stichwort „Terms of Trade“ auch in anderen europäischen Ländern zu beobachten ist. Dieser Paradigmen-

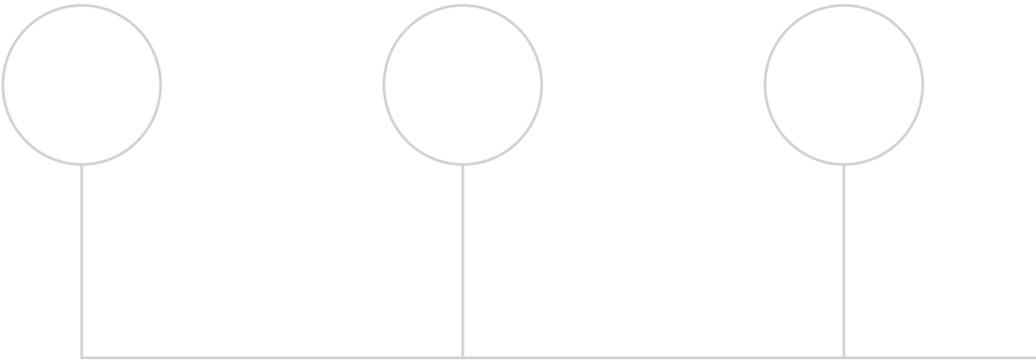
wechsel hat weitreichende Konsequenzen nicht nur für die Erlössituation, sondern auch für das Selbstverständnis, die Autonomie und die Geschäftspraktiken der Unternehmen.

Eine zweite, für den FERNSEHFONDS AUSTRIA ebenso relevante Studie hat Prof. Dr. Oliver Castendyk von der Hamburg Media School verfasst. Es ist dies eine zweite, aktualisierte und deutlich geänderte Fassung einer Studie mit dem Titel „Angemessene Bedingungen zwischen Fernsehveranstaltern und Fernsehproduzenten in Österreich“ aus dem Jahr 2005. Gleich in den ersten Sätzen dieser Studie schreibt Dr. Castendyk: „Die Geschichte des FERNSEHFONDS AUSTRIA ist eine Erfolgsgeschichte. Mit einem Fördervolumen mit 13,5 Mio. Euro pro Jahr ist er neben dem Centre National du Cinéma (CNC) in Frankreich der ‚Major Player‘ in der TV-Produktionsförderung weltweit. Damit ist es dem FERNSEHFONDS AUSTRIA auch gelungen, Österreich als wichtigen Filmproduktionsstandort für europäische TV-Koproduktionen zu etablieren. Diese Leistung ist umso eindrucksvoller als – auch im Vergleich mit anderen Förderinstitutionen Europas – dieses Fördervolumen mit einem kleinen, aber effektiven Team verwaltet wird.“

An dieser Stelle sei den Autoren und Mitarbeitern der beiden Studien sowie dem Team des FERNSEHFONDS AUSTRIA herzlich gedankt, ebenso aber auch der Österreichischen Bundesregierung und dem zuständigen Bundesminister Dr. Josef Ostermayer für ihre medienpolitische Begleitung dieser Erfolge!

Dr. Alfred Grinschgl

Geschäftsführer der RTR-GmbH, Fachbereich Medien





Studie I: Veränderung der Fernsehfilmproduktion seit 2004

FH-Prof. Dr. Andreas Gebesmair



1 Einleitung

1.1 Ausgangslage

Die Nachfrage nach audiovisuellen Produktionen ist zweifelsohne groß. Die Fernsehsender haben eine immer größere Zahl an Kanälen mit Content zu bespielen, dazu kommen neue Plattformen im Internet, die dem wachsenden Interesse an nicht zeitgebundenem Fernsehkonsum entgegenkommen. Gleichzeitig stagnieren die Budgets der Fernsehsender und die Konkurrenz um die knappen Aufträge unter den Filmproduzenten nimmt zu. Vor diesem Hintergrund kommt dem FERNSEHFONDS AUSTRIA eine besondere Rolle zu. Seit 2004 unterstützt er Produktionen für das Fernsehen mit Förderungen in der Höhe von bis zu 30 % der Gesamtherstellungskosten und bietet den Produzenten wie auch den Fernsehsendern damit die Möglichkeit, nur mehr schwer finanzierbare, qualitativ hochwertige Projekte zu realisieren. Der FERNSEHFONDS AUSTRIA wurde mit dem Ziel eingerichtet, die Leistungsfähigkeit der österreichischen Filmwirtschaft nachhaltig zu erhöhen und damit die Vielfalt des kulturellen Angebotes in Österreich zu gewährleisten. Dem bei der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) angesiedelten FERNSEHFONDS AUSTRIA standen anfangs Mittel in der Höhe von 7,5 Mio. Euro zur Verfügung. Seit 2010 ist der FERNSEHFONDS AUSTRIA jährlich mit 13,5 Mio. Euro dotiert.

Die Förderungen sind an eine Reihe von Bedingungen geknüpft (siehe dazu Kapitel 3.1), die vor allem das Ziel haben, die unabhängige Filmproduktion in Österreich zu stärken und die regionale Wertschöpfung in dieser Branche zu erhöhen. Ein besonderes Anliegen in diesem Zusammenhang ist zudem, Österreich als Filmstandort für Fernsehsender im Ausland attraktiv zu machen. Doch wurden diese Ziele auch erreicht? Mit der vorliegenden Studie werden die Entwicklungen in der österreichischen Fernsehfilmproduktion seit Bestehen des FERNSEHFONDS AUSTRIA einer eingehenderen Analyse unterzogen. Wie hat sich die Produktionslandschaft in der letzten Dekade verändert, welchen Nutzen konnten die Unternehmen aus den Förderungen ziehen, wie nachhaltig veränderte sich die Position der Produzenten und welche Hindernisse stehen der intendierten Stärkung der Branche entgegen? Die Ergebnisse der Sekundäranalyse verfügbarer Daten zur Filmwirtschaft und der qualitativen Befragung von über 40 Repräsentanten der Film- und Fern-

sehbranche bilden die Basis für eine differenzierte Bewertung der Effekte des FERNSEHFONDS AUSTRIA, der wohl zu einer der wichtigsten und auch international beachteten Fördereinrichtungen in der Filmbranche zählt.

Im Frühjahr 2013 beauftragte die Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) das Österreichische Institut für Medienwirtschaft (ÖIM) der Fachhochschule St. Pölten mit der Durchführung einer Evaluierung des FERNSEHFONDS AUSTRIA. Ein besonderes Augenmerk wurde dabei auf die Möglichkeiten, die sich aus der Zweitverwertung von Rechten ergeben, gerichtet. Bei den vom FERNSEHFONDS AUSTRIA mitfinanzierten Projekten verbleiben im Unterschied zu klassischen Auftragsproduktionen die Nebenrechte wie etwa jene zur Verwertung im Ausland oder für die Zurverfügungstellung auf Online-Plattformen bei den Produzenten. Zudem fallen die Senderechte für Fernsehfilme und Dokumentationen nach sieben Jahren (bei Serien nach zehn Jahren) an die Produktionsfirmen zurück. Diese rechtliche Stärkung der Fernsehfilmproduzenten stellt einen Paradigmenwechsel in der österreichischen Filmwirtschaft dar, der unter dem Stichwort „Terms of Trade“ auch in anderen europäischen Ländern zu beobachten ist.¹ Sie hat weitreichende Konsequenzen nicht nur für die Erlössituation, sondern auch für das Selbstverständnis, die Autonomie und die Geschäftspraktiken der Unternehmen. Diese Änderungen in all ihrer Vielschichtigkeit und Ambivalenz sollen im Folgenden dargestellt werden, wobei sowohl statistisches Material als auch individuelle Bewertungen aus den Interviews Berücksichtigung finden.

1.2 Methode

Eine valide Bewertung der Erlöse aus der Rechteverwertung ist nur auf der Basis einer standardisierten Erhebung über längere Zeiträume möglich. Da die Abrechnung von Einnahmen aus dem Verkauf der Nebenrechte über die Vertriebspartner oft verspätet und unregelmäßig erfolgt, sind bilanzjahrbezogene Erhebungen der Erlöse wenig aussagekräftig. Die Erfahrungen aus vorangegangenen und ähnlich gelagerten

¹ Castendyk und Keil 2005, S. 15 ff., Castendyk und Goldhammer 2012, S. 123 ff.

Studien² haben gezeigt, dass die standardisierte Erfassung von teilweise auch schon länger zurückliegenden Unternehmensdaten für die Produzenten, die ohnehin regelmäßig an die Statistik Austria und den Fachverband berichten, mit einem enormen Arbeitsaufwand verbunden ist. Die Bereitschaft, im Rahmen von schriftlichen Befragungen Auskunft zu erteilen, ist sehr gering. Aus diesem Grund haben wir von einer detaillierten standardisierten Erhebung der Erlöse abgesehen und einen anderen methodischen Zugang gewählt. Die Veränderungen in der Branche werden auf der Basis detaillierter Sekundäranalysen verfügbarer Statistiken und ausführlicher Gespräche und Interviews mit Vertretern der österreichischen Filmproduktionslandschaft nachgezeichnet.

Für die statistische Strukturanalyse standen vor allem die vom Österreichischen Filminstitut seit 2006 in den Filmwirtschaftsberichten veröffentlichten und zur Gänze online zugänglichen Daten des Fachverbandes der Film- und Musikindustrie (ehemals Fachverband der Audiovisions- und Filmindustrie), des ORF und der Statistik Austria zur Verfügung.³

Zusätzlich wurden noch andere Daten der Statistik Austria, diverse Veröffentlichungen der RTR-GmbH und Studien aus Deutschland berücksichtigt, zumal der deutsche Fernsehmarkt auch für österreichische Filmproduzenten an Bedeutung gewann. Die Studien aus Deutschland dienen auch zur Ergänzung in jenen Bereichen, in denen Daten für Österreich fehlen, wenngleich sich diese nicht immer 1 : 1 übertragen lassen (vgl. dazu die Literaturangaben in den jeweiligen Kapiteln).

Weiters führten wir Gespräche mit den Geschäftsführern von 28 österreichischen Filmproduktionsfirmen (siehe Anhang 6.2). Diesen lag ein umfassender Interview-Leitfaden zugrunde, der das Gespräch strukturierte und dadurch Vergleichbarkeit gewährleistete (siehe Anhang 6.3).

² Z.B. TRICONSULT 2004, Schröder 2008.

³ Vgl. www.filmwirtschaftsbericht.at. Zeitreihen liegen in der Regel für die Jahre seit 2004 vor, für manche Kennzahlen auch schon für die Jahre davor. Zum Zeitpunkt der Berichtslegung (Frühjahr 2014) stehen Daten bis 2012 (teilweise auch nur 2011) zur Verfügung. In den Tabellen zur Fördergeschichte des FERNSEHFONDS AUSTRIA konnten auch die Zahlen für 2013 berücksichtigt werden.

Grundsätzlich galt es aber, der Sichtweise der Produzenten möglichst viel Raum zu geben. Die Gespräche waren in drei große Themenblöcke gegliedert. Im ersten Teil wurden an konkreten Beispielen Fragen der Finanzierung von Fernsehproduktionen und der Rechteverwertung erörtert. Im zweiten Teil ging es allgemein um die Entwicklung der Unternehmen. Im dritten Teil wurde der FERNSEHFONDS AUSTRIA konkret einer eingehenden Bewertung unterzogen. Die Interviews wurden aufgezeichnet, vollständig transkribiert und mit der Analyse-Software MAXQDA anonymisiert ausgewertet. Zusätzlich wurden mit einem Kurzfragebogen Basisdaten der Firmen erhoben (siehe Anhang 6.4). Diese dienten vor allem als Anhaltspunkte für das Gespräch und werden im nächsten Abschnitt für die Beschreibung der Stichprobe herangezogen. Die Gespräche fanden (mit wenigen Ausnahmen) im Sommer 2013 statt.

Daneben führten wir Anfang 2014 noch Telefoninterviews mit acht Vertretern der wichtigsten Fernsehsender in Österreich und Deutschland durch. Diese hatten vor allem den Stellenwert geförderter Produktionen in der Gesamtauftragspolitik der Fernsehsender zum Gegenstand und dienten zur weiteren Kontextualisierung der verfügbaren Daten. Schließlich finden in den Bericht auch noch die Ergebnisse der Gespräche mit fünf Experten Eingang, die wir zu unterschiedlichen Themen der Fernsehfilmproduktion in Österreich befragten und die als externe Beobachter der Entwicklung der letzten Jahre wichtige Zusatzinformationen boten. Die Experteninterviews wie auch die Telefoninterviews mit den Fernsehleuten wurden teilweise aufgenommen, transkribiert und ebenso qualitativ ausgewertet.

In diesem Zusammenhang möchten wir uns bei allen Interviewpartnern sehr herzlich bedanken. Sie nahmen sich viel Zeit für die detaillierte Beschreibung ihrer Tätigkeit und zeigten große Offenheit in der Reflexion der Rahmenbedingungen, der Stärken und Schwächen der österreichischen Fernsehfilmproduktion. Ein besonderer Dank gebührt auch dem Team des FERNSEHFONDS AUSTRIA, das uns bei unserer Arbeit unterstützte und ein offenes Ohr für Detailfragen in Bezug auf Branche und Fördereinrichtung hatte.

1.3 Stichprobe

Die Stichprobe für unsere Untersuchung wurde aus der Gesamtzahl der von 2004 bis 2012 mindestens einmal vom FERNSEHFONDS AUSTRIA geförderten Firmen gezogen. Von diesen rund 90 Filmproduktionsunternehmen wurden 28 von uns befragt. Um der Vielfalt an unterschiedlichen Perspektiven und Ansprüchen in der Branche gerecht zu werden, wurden bewusst sowohl die „großen“ Produktionsfirmen, die einen großen Teil des Gesamtförderbudgets auf sich vereinen, als auch die „kleineren“, von denen nur wenige Projekte gefördert wurden bzw. die mit nur kleinen Finanzierungsbeträgen bedacht wurden, in die Stichprobe aufgenommen. Wichtig war uns auch, Firmen zu berücksichtigen, die in den letzten Jahren keine Förderungen vom FERNSEHFONDS AUSTRIA bezogen haben. Davon erhofften wir uns wichtige Einsichten über Eintrittsbarrieren am Fernsehproduktionsmarkt und etwaige Defizite in der Förderstruktur. Die von uns befragten 28 Unternehmen weisen im Kurzfragebogen für 2012 in allen Genres (Kino, Fernsehen und Werbung) einen Gesamtproduktionswert (d.i. der österreichische Anteil an den Gesamtherstellungskosten von Filmen) von rund 80 Mio. Euro aus (wobei drei Unternehmen keine Angaben machten). Das ist circa die Hälfte des vom Fachverband Film- und Musikindustrie für 2012 publizierten Betrags (vgl. Tabelle 18). Das heißt, dass mit unserer relativ kleinen Stichprobe ein großer Teil der Filmproduktion in Österreich erfasst ist. Die 28 Unternehmen empfangen zudem ca. 80 % der Gesamtfördersumme von 2004 bis 2012 und dürfen insofern auch als repräsentativ für die Fördernehmer des FERNSEHFONDS AUSTRIA gelten.

Tabelle 1: Beschreibung der Stichprobe (N = 28)

Kategorie	Ausprägung	Abs.	Rel.
Gesamtförderung durch den FERNSEHFONDS AUSTRIA 2004 bis 2013	bis 500.000 Euro	5	18 %
	500.000 bis 1 Mio. Euro	6	21 %
	1 Mio. Euro bis 5 Mio. Euro	10	36 %
	mehr als 5 Mio. Euro	7	25 %
Gründungsjahr	vor 1980	5	19 %
	1980 bis 1989	8	30 %
	1990 bis 1999	5	19 %
	seit 2000	9	33 %
Schwerpunkt der Produktion nach Genres	Dokumentationen	6	21 %
	Fiktional	6	21 %
	beides	16	57 %
Mitarbeiter im Betrieb 2012	weniger als 5	9	36 %
	5 bis 9	9	36 %
	10 und mehr	7	28 %
Umsatz 2012	unter 1 Mio. Euro	3	16 %
	1 bis 5 Mio. Euro	9	47 %
	5 bis 10 Mio. Euro	4	21 %
	mehr als 10 Mio. Euro	3	16 %
Mitgliedschaft bei	AAFP	7	25 %
	FILM AUSTRIA	9	29 %
	keine Mitgliedschaft	12	11 %

Quelle: Produzentenbefragung 2013

Anmerkung: Fehlende Angaben der Befragten sind nicht ausgewiesen. Die Prozentangaben sind gerundet und daher in Summe nicht immer exakt 100.

Tabelle 1 zeigt die Heterogenität der Firmen in unserer Stichprobe. Wie schon erwähnt, sollten sowohl große Fördernehmer als auch kleinere in der Stichprobe repräsentiert sein. Fünf Filmproduzenten in unserer Stichprobe erhielten vom FERNSEHFONDS AUSTRIA von 2004 bis 2013 weniger als 500.000 Euro, sechs bis zu einer Million, zehn zwischen ein und fünf Millionen und sieben mehr als fünf Millionen Euro. Rund die Hälfte der befragten Unternehmen wurde nach 1990 gegründet, fast ein Drittel erst nach 2000. Acht Firmen stammen aus den 1980er-Jahren, also aus der Dekade nach der Einrichtung der wichtigsten Filmförderungsinstitution, dem Österreichischen Filminstitut, in der eine große Zahl der heute noch aktiven Firmen gegründet wurde. Nur fünf der befragten Firmen begannen ihre Tätigkeit vor 1980.

Auch hinsichtlich der Ausrichtung auf Filmgenres kann die Stichprobe als ausgewogen gelten: Sechs der Unternehmen haben ihren Schwerpunkt im Dokumentations-Bereich, weitere sechs produzieren vorwiegend fiktionale Filme, der überwiegende Rest beides. Die Zahlen zu den Mitarbeitern im Betrieb zeigen die Verteilung nach der Unternehmensgröße, wobei die Mehrzahl der Firmen, wie man auch aus anderen Statistiken weiß (siehe dazu Kapitel 4.1), nur wenige Personen beschäftigt: Nur sieben der befragten Produzenten hatten 2012 mehr als zehn Mitarbeiter. Diese Verteilung zeigt sich auch, wenn man den Umsatz der Firmen betrachtet: Auch hier sind es nur sieben Betriebe, die 2012 einen Umsatz von mehr als 5 Mio. Euro angaben (wobei zu berücksichtigen ist, dass sieben Befragte diesbezüglich keine Angaben machten). Schließlich sind auch die beiden Produzentenverbände in der Stichprobe gleichermaßen repräsentiert. Sieben der befragten Unternehmen sind als Mitglieder der association of austrian filmproducers (AAFP) auf deren Website genannt, neun werden von der Vereinigung kreativer Filmproduzenten, der FILM AUSTRIA, genannt.⁴

1.4 Aufbau der Studie

Das empirische Material für diese Studie wurde auf zwei sehr unterschiedliche Arten gewonnen, die auch unterschiedlich interpretiert werden müssen. Während die Statistiken aus dem Filmwirtschaftsbericht und aus anderen quantitativen Erhebungen eine relativ genaue Darstellung der Größenordnungen in der Branche und deren Veränderung erlauben, sind die Ergebnisse aus den Gesprächen und Interviews nur bedingt verallgemeinerbar. Die Stärke dieser qualitativen Methoden liegt aber im Reichtum der unterschiedlichen Perspektiven, Interpretationen, Erklärungen und Bewertungen, die es bei der Betrachtung der Branche und der Fördermaßnahmen zu berücksichtigen gilt und die zu einem klaren Bild verdichtet werden. Dadurch erfahren die Statistiken erst eine gewisse Kontextualisierung und differenzierte Evaluierung – sie sind quasi das „Fleisch“ des abstrakten Zahlenskeletts. Aus diesem Grund entschieden wir uns auch, die Ergebnisse aus der Sekundäranalyse ver-

⁴ Vgl. www.austrian-film.com, www.filmaustria.com.

fugbarer Statistiken einerseits und aus den Gesprächen und Interviews andererseits nicht getrennt darzustellen, sondern Thema für Thema aufeinander zu beziehen und dadurch zu einer „dichten Beschreibung“ der Entwicklung zu kommen. Gleichwohl ist die intersubjektive Nachvollziehbarkeit der Argumentation durch Bezugnahme auf die Quellen gewährleistet. Zitate aus den Interviews sind durch Anführungszeichen und Kursivstellung ausgewiesen und wurden lediglich grammatikalisch verändert. Die Quellenangaben zu den Statistiken finden sich immer am Anschluss an die Tabellen.

Bei Evaluierungsgesprächen ist es üblich, den Gesprächspartnern Anonymität zuzusichern. Dies mindert zwar die Überprüfbarkeit, ist aber für eine offene Gesprächsgestaltung unumgänglich. Zudem ist für das Verständnis der Ergebnisse und Interpretationen in der Regel die Kenntnis des Unternehmens nicht notwendig, gelegentliche Hinweise auf den Typus des Unternehmens werden helfen, die Informationen aus den Gesprächen zu kontextualisieren.

Der vorliegende Bericht ist in drei Teile geteilt. Der erste Teil (Kapitel 2) ist der Fernsehlandschaft gewidmet. Im Zentrum steht dabei klarerweise der ORF als wichtigster Auftraggeber für die heimische Filmbranche. Daneben gewinnen aber auch die privaten Fernsehsender und der deutsche Fernsehmarkt an Bedeutung. Nach einem kurzen Überblick über das Beschaffungsmanagement in Fernsehunternehmen und die vier Typen von Vertragsverhältnissen zwischen Produzenten und Fernsehsendern (Kapitel 2.1) wird anhand der verfügbaren Daten die Entwicklung des Auftragsvolumens und der Beauftragungspraxis dargestellt und – unter Berücksichtigung der Produzentenperspektive – bewertet. Kapitel 2.2 ist dem österreichischen Fernsehmarkt gewidmet, Kapitel 2.3 dem ebenso relevanten deutschen.

In Kapitel 3 erfährt die Förderlandschaft eine detaillierte Betrachtung. Hier findet sich eine zusammenfassende Darstellung der Richtlinien des FERNSEHFONDS AUSTRIA und eine Bewertung seiner Fördertätigkeit (Kapitel 3.1). Ergänzt werden die Ausführungen um einen Überblick über weitere wichtige Fördereinrichtungen für Fernsehproduzenten in Österreich in Kapitel 3.2.

Schließlich wenden wir uns im dritten und letzten Teil des Berichts der eigentlichen Filmproduktionslandschaft zu. Diese hat sich seit Bestehen des FERNSEHFONDS AUSTRIA in mehrfacher Hinsicht verändert. Zum einen ist ganz klar der Wettbewerb in der Branche gestiegen (Kapitel 4.1). Eine genauere Betrachtung verdient auch die Diversifizierung und Stärkung der Autonomie, die mit der Verlagerung von der Auftragsproduktion zur mischfinanzierten, fondsgeförderten Koproduktion einhergingen (Kapitel 4.2). Kapitel 4.3 ist schließlich der Frage der Rechteverwertung und den Erlösen aus der Verwertung gewidmet. Die einzelnen Verwertungsmöglichkeiten werden hier detailliert beschrieben und wiederum aus der Perspektive der Produzenten bewertet.

Wie schon gesagt, wird der Sichtweise und den Erfahrungen der Produzenten in diesem Bericht sehr viel Platz eingeräumt. In jedem Kapitel finden sich zusammengefasst die Ergebnisse aus den Gesprächen mit den 28 Unternehmen. Diese sind jeweils mit Zwischenüberschriften („... aus der Perspektive der Produzenten“) gekennzeichnet. Selbstverständlich fanden auch die Ergebnisse der Gespräche mit den acht Fernsehveranstaltern und mit den fünf weiteren Experten Eingang in die Analysen. Da sie mengenmäßig deutlich geringer ausgefallen sind (und aufgrund der geringeren Fallzahl auch schwieriger zu anonymisieren sind), haben wir auf eigene Kapitel zu deren Sichtweise verzichtet. Im Laufe des Berichts finden sich aber immer wieder auch Hinweise auf die Interviews mit den Vertretern der großen Fernsehsender und den anderen Experten.



2 Die Entwicklung der Fernsehlandschaft

2.1 Zum Beschaffungsmanagement in Fernsehsendern

Fernsehsender sehen sich in Zeiten knapper Budgets vor ein grundsätzliches Dilemma gestellt: Durch den Kauf von internationaler Lizenzware lassen sich zwar die Kosten reduzieren, damit schwindet aber auch das eigenständige Senderprofil. Wenn man die Kosten für Fernsehlicenzen ins Verhältnis zu den Herstellungskosten setzt, wird deutlich, wie schwer die Entscheidung für eigenproduziertes Programm fällt: Für die mehrmalige Ausstrahlung eines internationalen Fernsehfilms zahlten deutsche Fernsehsender 2005 zwischen 200.000 und 350.000 Euro, eine einstündige Folge einer US-amerikanischen Serie war bereits ab 90.000 Euro zu haben.⁵ Im Vergleich dazu: Die Produktion einer Tatort-Folge kostet etwa 1,3 Millionen Euro, für aufwendigere internationale Fernsehproduktionen oder eine Serienstaffel werden mehrere Millionen Euro in Rechnung gestellt, selbst für einstündige Dokumentationen muss mit Kosten im sechsstelligen Bereich gerechnet werden.⁶ Noch deutlicher fällt der Vergleich für einen verhältnismäßig kleinen Fernsehmarkt wie Österreich aus. Da ein Großteil der Kosten für die US-amerikanischen Produktionen von den US-amerikanischen Sendern getragen wird und die Grenzkosten (d.h. die Kosten für jeden weiteren Einsatz) gering sind, orientieren sich die Preise für Lizenzen in erster Linie an der Größe und Kaufkraft des jeweiligen Fernsehmarkts.⁷ Zwar sind die Preise aufgrund des harten Wettbewerbs zwischen den deutschsprachigen Fernsehsendern in den letzten Jahren gestiegen, verglichen mit den Herstellungskosten von Fernsehproduktionen sind die Lizenzgebühren aber sehr gering. Für eine einstündige Folge einer Primetime-Serie wie z.B. „CSI Miami“ zahlt der ORF derzeit zwischen 15.000 und 20.000 Euro.⁸

⁵ Karstens und Schütte 2005, S. 205.

⁶ Vgl. Gläser 2010, S. 134 und die Angaben aus der im Rahmen dieser Evaluierung durchgeführten Produzentenbefragung.

⁷ Grant und Wood 2004, S. 129 ff., Wildman und Siwek 1988, S. 2 f.

⁸ Vortrag von Andrea Bogad-Radatz, Leiterin der ORF-Hauptabteilung „Film und Serien“, an der Fachhochschule St. Pölten am 17. Jänner 2014.

Nichtsdestotrotz riskieren die – öffentlich-rechtlichen wie privaten – Fernsehsender, durch die Dominanz lizenzierter Produktionen vor allem aus den USA ihr Alleinstellungsmerkmal bzw. ihre Markencharakteristik zu verlieren, weshalb sie sich immer wieder auch um eigene Produktionen bemühen. Zudem ist der ORF durch den öffentlich-rechtlichen Kernauftrag und die Programmgrundsätze⁹ zur Förderung der nationalen Identität und der kreativen Produktion im Lande verpflichtet. Bevor in den nächsten Abschnitten das Auftragsvolumen sowohl der österreichischen als auch der deutschen Fernsehsender einer eingehenderen Prüfung unterzogen wird, sollen hier die unterschiedlichen Varianten der Programmbeschaffung noch genauer betrachtet werden.

Im Wesentlichen lassen sich aus der Perspektive der Fernsehsender vier Arten der Produktion bzw. Beschaffung von Content – idealtypisch – abgrenzen.¹⁰ Zur Klassifizierung der einzelnen Produktions- bzw. Beschaffungstypen werden sowohl wirtschaftliche als auch rechtliche Kriterien herangezogen. Die vier Typen unterscheiden sich im Wesentlichen durch die Art der Finanzierung, die Art der Übertragung von Verwertungs- und Nutzungsrechten an der Filmproduktion, die Teilung des Risikos (Produktions-, Überschreitungs- und Verwertungsrisiko¹¹) und die strategische Bedeutung im Fernsehunternehmen.

2.1.1 Eigenproduktion¹²

Eigenproduktionen werden ausschließlich von den Fernsehsendern finanziert und mit eigenen sachlichen und personellen Mitteln hergestellt. Ebenfalls als Eigenproduktionen klassifiziert werden Produktionen, die von rechtlich eigenständigen Tochterunternehmen bereitgestellt

⁹ § 4 bzw. § 10 des ORF-Gesetzes.

¹⁰ Siehe dazu Karstens/Schütte 2005, 129 ff., Castendyk und Keil 2005, 57 ff., Gläser 2010, S. 411 ff., Keil und Eder 2010, S. 126 ff., Jacobs 2011, S. 69 ff.

¹¹ Unter den Begriff des „Produktionsrisikos“ werden alle Gefahren subsumiert, die im Laufe der Produktion auftreten können und zu einer Veränderung des Produkts, einer Verzögerung des Abschlusses oder gar zu einem Scheitern des Projekts führen können, sei es durch die Nichteinhaltung von Verträgen, äußere Umstände oder höhere Gewalt. Die dadurch entstehenden Mehrkosten werden auch als „Überschreitungsrisiko“ bezeichnet. Das „Verwertungsrisiko“ bezeichnet die Gefahr, dass die Einnahmen aus der Verwertung unter den Herstellungskosten bleiben.

¹² Manchmal wird der Begriff „Eigenproduktion“ auch in Abgrenzung zum Lizenzkauf für alle von Fernsehsendern selbst oder im Auftrag produzierten Fernsehprogramme verwendet.

werden, sofern diese zu 100 % im Besitz des Fernsehsenders sind und ausschließlich für diesen produzieren.¹³ Der Fernsehsender (bzw. die Tochter) trifft alle Entscheidungen selbst und trägt alleine das Risiko der Produktion und der Verwertung. Er ist Eigentümer des Films und besitzt somit alle Nutzungs- und Verwertungsrechte. Den Eigenproduktionen zugerechnet werden auch die sogenannten Gemeinschaftsproduktionen (auch Ko-Eigenproduktionen genannt) der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland, die zwar von mehreren Fernsehsendern gemeinschaftlich im Rahmen der ARD finanziert werden, aber von einer Rundfunkanstalt im Haus hergestellt werden.

Eigenproduktionen haben für Fernsehsender eine zentrale strategische Bedeutung.¹⁴ Sie dienen der Profil- und Markenbildung, dem Aufbau und Erhalt von Kernkompetenzen und helfen zudem Transaktionskosten zu vermeiden, das sind Kosten für die Suche von Vertragspartnern, die Kontrolle von Transaktionen und die Durchsetzung von Vertragsgegenständen, Kosten also, die im Falle des Bezugs eines Produkts am Markt anfallen. Aus diesen (ökonomischen) Gründen produzieren öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten Nachrichten- und Informationssendungen nach wie vor im Haus, sieht man einmal vom Legitimationsbedarf ab, der mit einer Auslagerung der Redaktionen einhergehen würde. Private Fernsehsender beziehen Informationssendungen wie z.B. Frühstücksfernsehen oder Magazine schon in hohem Maße von externen Auftragnehmern.¹⁵ Aus einer längeren historischen Perspektive betrachtet, nahm der Anteil der Eigenproduktionen am Gesamtsendevolumen aber auch bei den öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern deutlich ab. Die Fernsehsender sparen durch die Auslagerung (das „Outsourcing“) Fixkosten und werden so deutlich flexibler in ihrer Programmpolitik. Vor allem mit dem Aufkommen der wesentlich schlankeren privaten Fernsehsender im Deutschland der 1980er-Jahre änderte sich die Fernsehfilmproduktion massiv. In räumlicher Nähe zu den Fernsehsendern entstanden zahlreiche Filmproduktionsgesellschaften, die für unterschiedliche Auftraggeber zu produzieren begannen und dadurch auch enorme Spezialisierungsvorteile lukrierten.¹⁶

¹³ Castendyk und Goldhammer 2012, S. 56.

¹⁴ Heinrich 2002, S. 154 ff.

¹⁵ Vgl. Castendyk und Goldhammer 2012, S. 55 ff.

¹⁶ Vgl. Windeler/Sydow 2001.

2.1.2 Auftragsproduktion

Bei Auftragsproduktionen übernimmt ein rechtlich unabhängiges Produktionsunternehmen (an dem freilich der Auftraggeber oder ein anderer Fernsehsender beteiligt sein kann) die wirtschaftliche, organisatorische und künstlerische Verantwortung für die Produktion und damit auch das Produktions- und Überschreitungsrisiko. Finanziert wird die Produktion aber ausschließlich durch den Fernsehsender (oder auch von mehreren Fernsehsendern). In der Regel werden dabei die Produktionskosten, ein Gemeinkostenaufschlag, die sogenannten Handlungskosten (HU) in der Höhe von ca. 7 % und ein Gewinnaufschlag von bis zu 6,5 % abgegolten. Die Nutzungs- und Verwertungsrechte gehen zur Gänze an den Auftraggeber („Buy-Out“), der auch das Verwertungsrisiko trägt. Allenthalben ist der Produzent an den Erlösen beteiligt.

Dieses bis in die Gegenwart dominierende Standardmodell der Fernsehfilmproduktion hat für den Fernsehsender den Vorteil, dass durch die externe Beauftragung die Fixkosten reduziert werden und ein Teil des Risikos auf den Auftragnehmer abgewälzt werden kann. Gleichzeitig behält der Fernsehsender aber die Kontrolle über die inhaltliche Gestaltung des Produkts und kann durch die Verwertung des Films im Ausland, auf DVD oder über Video-on-Demand-Plattformen (VoD) zusätzliche Erlöse lukrieren. Da Fernsehsender auch selbst immer mehr Programmkanäle mit Content zu befüllen haben, haben sie zudem ein großes Interesse am Aufbau eines attraktiven Rechtstockes. Andererseits haben die Fernsehsender aufgrund der Budgetknappheit zunehmend Schwierigkeiten, größere Filmproduktionen alleine zu finanzieren, weshalb sie auf zusätzliche Finanzierungsquellen durch Koproduktionspartner, aber auch öffentliche Förderungen angewiesen sind.

2.1.3 Koproduktion

Koproduktionen im eigentlichen Sinn zeichnen sich durch die Tatsache aus, dass zwei oder mehrere Produzenten einen Film gemeinsam herstellen. Alle Partner tragen gemeinschaftlich zur Finanzierung bei, sie teilen die Verantwortung für die Produktion und so auch alle Risiken. Zwar kann einer der Partner federführend sein, letztlich erhalten aber alle Beteiligten die Nutzungs- und Verwertungsrechte, die Erlöse aus der Verwertung werden entsprechend den Finanzierungsanteilen auf die

Koproduktionspartner aufgeteilt. An dieser vor allem in der Kinofilmproduktion üblichen Form der Finanzierung und Risikoteilung sind häufig Partner aus unterschiedlichen Ländern beteiligt. Doch auch Fernsehsender beteiligen sich immer öfter an Produktionen als Koproduktionspartner. Dies bietet ihnen die Möglichkeit, die exklusiven Senderechte auch für größere, kostspieligere Projekte zu erlangen und gleichzeitig das Risiko klein zu halten. In der Regel erwerben die Fernsehsender mit einer vertraglich im Vorhinein festgelegten Lizenzgebühr das Recht, den Film im Sendegebiet sieben oder im Falle von Serien zehn Jahre exklusiv auszustrahlen. Zusätzlich sind sie auch mit einem Koproduktionsanteil direkt an der Produktion beteiligt und erhalten dadurch Verwertungsrechte bzw. Ansprüche auf Erlöse.

Exkurs: Echte und unechte Koproduktionen

Der Begriff „Koproduktion“ wird in der Film- und Fernsehwirtschaft recht ungenau für sehr unterschiedliche Vertragsformen verwendet. So findet er etwa Anwendung für Gemeinschaftsproduktionen von Fernsehsendern (Ko-Eigenproduktionen), für von mehreren Fernsehsendern finanzierten Auftragsproduktionen (Ko-Auftragsproduktionen) und für Produktionen, bei denen Fernsehsender zwar an den Erlösen beteiligt sind, aber außer der befristeten Sendelizenz im Sendegebiet keine weiteren Rechte erwerben. Diese verbleiben in diesen Fällen bei dem einzelnen oder bei den koproduzierenden Produktionsunternehmen. Diese Vertragsform, die typisch für vom FERNSEHFONDS AUSTRIA mitfinanzierte Projekte ist, gleicht im Grunde genommen einem vor der Produktion abgeschlossenen Sendelizenzvertrag (auch „Presale“ genannt), mit dem Unterschied, dass die Fernsehsender ein gewisses Mitspracherecht haben und eben auch Erlösansprüche erwerben können.¹⁷ Obwohl diese Beschaffungsform in der Branche häufig als „Koproduktion“ bezeichnet wird, soll im Folgenden analytisch zwischen Produktionen mit Senderfinanzierung bzw. Senderbeteiligung („unechte“ Koproduktionen) und den Koproduktionen im eigentlichen Sinne

¹⁷ Castendyk und Keil 2005, S. 61 ff.

unterschieden werden. Erstere bezeichnen Produktionen, an denen Fernsehsender mit einem Lizenzanteil und einem „Koproduktionsanteil“ beteiligt sind ohne Produzentenrechte zu erwerben, der Begriff „Koproduktionen“ hingegen wird nur für Produktionen verwendet, an denen ein oder mehrere in- oder ausländische Produktionspartner beteiligt sind. Für viele der vom FERNSEHFONDS AUSTRIA geförderten Projekte trifft allerdings beides zu: Sie werden oft von zwei Koproduktionspartnern gemeinschaftlich produziert UND von den Fernsehsendern mitfinanziert.

2.1.4 Kaufproduktion (Lizenzwerb über einen Sendelizenzvertrag)

Die am meisten verbreitete, weil günstigste Form der Beschaffung ist, wie schon eingangs erwähnt, der Kauf von Sendelizenzen. Sendelizenzen werden direkt von den Produzenten oder über Vertriebe und Rechtehändler, oft in ganzen Paketen erworben. In der Regel gelten die Lizenzen nur für ein bestimmtes Sendegebiet und für bestimmte Formen der Übertragung (terrestrisch, Kabel, Satellit). Zudem sind sie zeitlich beschränkt. Mit den Senderechten erwerben die Fernsehsender auch die sogenannten Annexrechte für die Synchronisierung, die Bearbeitung bzw. Kürzung und Archivierung wie auch die Klammerteilrechte für Programmankündigungen. Die Rechte für das Live-Streaming und die Catch-up-Rechte werden bei internationalen Produktionen nur selten abgetreten, bei Senderbeteiligungen an Produktionen sind sie aber üblich.

Ein Spezialfall des Lizenzerwerbs sind sogenannte „Presales“, bei denen die Lizenz vor Produktionsbeginn gekauft wird. Die Lizenzgebühr wird dadurch Teil der Finanzierung eines Projekts, die Verantwortung bleibt aber bei den Produzenten. Der Erwerb einer Sendelizenz durch einen Fernsehsender in der Form eines im Vorhinein abgeschlossenen Lizenzvertrags ist Bedingung für die Förderung eines Projekts durch den FERNSEHFONDS AUSTRIA (zu den Förderrichtlinien im Detail siehe Kapitel 3.1).

2.2 Der österreichische Fernsehmarkt

2.2.1 Zur Entwicklung des Fernsehmarktes

Die Öffnung des Fernsehmarkts in Österreich erfolgte im Vergleich zu den anderen europäischen Ländern sehr spät.¹⁸ Erst das Privatfernsehgesetz von 2001 schuf die Grundlagen für einen dualen Fernsehmarkt. Im Februar 2002 erteilte die neu eingerichtete Medienbehörde KommAustria der ATV Privatfernseh-GmbH als erstem privatem Fernsehsender eine bundesweite Lizenz für terrestrisches Fernsehen. Es folgte 2008 der Sender Puls 4, der aus dem Stadtsender Puls TV hervorging und zur deutschen ProSiebenSat.1-Gruppe gehört. Im Jahr darauf nahm ServusTV, ein Sender des Red Bull Media House, seinen Betrieb auf. Konkurrenz bekam der öffentlich-rechtliche Marktführer ORF aber bereits in den 1990er-Jahren. Die großen deutschen Privatsender konnten damals schon über Satellit und Kabel in Österreich empfangen werden. Mitte der 1990er-Jahre begannen sie zudem, eigene Werbefenster für Österreich einzurichten, die bis 2001 immerhin 4,4 % des österreichischen Gesamtwerbevolumens lukrierten.¹⁹

¹⁸ Siehe dazu und zum Folgenden Steinmaurer 2002, 2009.

¹⁹ Steinmaurer 2002, S. 40. Der ORF hatte 2001 noch einen Anteil von 18,7 %. Mittlerweile liegt der Anteil der privaten Fernsehsender am Gesamtbruttowerbewert bei 13,8 % des österreichischen Gesamtwerbevolumens und ist damit fast doppelt so hoch wie der des ORF (Media FOCUS Research 2014).

Tabelle 2: Gerundete Marktanteile der Fernsehprogramme in österreichischen Fernsehhaushalten von 1995 bis 2013 (in Prozent)

Sender	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
ORF 2	36	33	28	27	26	25	24	23	23	22	22
ORF eins	27	24	20	20	18	17	15	15	14	14	12
SAT 1	6	5	6	6	7	7	7	7	7	6	5
RTL	7	6	6	6	6	6	6	6	7	6	5
PRO 7	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
VOX	.	2	3	3	4	4	5	5	5	4	4
ZDF	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
ARD	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3
ATV/ATV+ ¹⁾	-	-	2	3	3	3	4	4	4	3	3
kabel eins	1	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3
PULS 4 ²⁾	-	-	-	-	-	1	2	3	3	3	4
RTL2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2
3sat	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2
ServusTV ³⁾	-	-	-	-	-	-	-	. ⁶⁾	1	1	2
Super RTL	.	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1
SIXX ⁴⁾	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
BAYERN	1	2	.	.	2	2	2	2	.	.	.
Andere ⁵⁾	8	7	14	16	11	12	14	13	17	21	22
TV gesamt	100	100	100	100							

Quelle: ORF; Arbeitsgemeinschaft Teletest (AGTT), zit. nach: Statistik Austria, Kulturstatistik, www.statistik.at; für 2013: <http://www.agtt.at>

Anmerkungen: Der Marktanteil drückt den prozentuellen Anteil der einzelnen TV-Kanäle an der gesamten Fernsehnutzungszeit aus. Erwachsene im Sinne des Teletests sind Personen ab dem Alter von 12 Jahren.

¹⁾ Ab 1. Juni 2003 terrestrischer Sendestart von ATV+.

²⁾ Sendestart am 28. Jänner 2008 (Jahresmarktanteil ab Sendestart berechnet).

³⁾ Sendestart am 1. Oktober 2009.

⁴⁾ Sendestart am 3. Juli 2012.

⁵⁾ Insbesondere Spartensender wie n-TV; BR alpha, Eurosport etc.

⁶⁾ Werte kleiner 1 werden nicht ausgewiesen.

Tabelle 2 zeigt die Entwicklung der Marktanteile seit Mitte der 1990er-Jahre. 1995 hatte der ORF mit seinen beiden Vollprogrammen ORF1 und ORF2 noch einen Marktanteil von 63 %, 2012 waren es nur mehr 36 %. Allerdings profitierten vom Rückgang nicht so sehr die deutschen Privatsender, deren Marktanteile über die Jahre hinweg relativ konstant blieben, sondern die Vielzahl an Nischenanbietern: Die deutlichsten

Zuwächse sind in der Kategorie „andere“ zu verzeichnen. Die österreichischen Privatsender ATV und Puls 4 stehen 2013 bei 3,4 % bzw. 3,5 % Marktanteil, ServusTV bei 1,5 %.²⁰

2.2.2 Auftragsvolumen und Programmpolitik

Die Programmpolitik allgemein

Wenden wir uns nun dem Vergabevolumen und der Programmpolitik der österreichischen Fernsehsender zu. Tabelle 3 gibt einen ersten Überblick über die Programmierungsstrategien der österreichischen Fernsehsender. Die Angaben beruhen auf den Ergebnissen der im Auftrag der RTR-GmbH viermal durchgeführten TV-Programmanalyse. Dabei werden die österreichischen Vollprogramme während einer Stichprobenwoche hinsichtlich Programmcharakteristik und Programmherkunft analysiert. Die Ergebnisse erlauben einen ersten Vergleich der Sender hinsichtlich ihres Produktionsvolumens, wobei den Kaufproduktionen (d.h. den über Sendelizenzvertrag erworbenen, vor allem internationalen Produkten) alle anderen, sei es im Haus, im Auftrag oder „echt“ und „unecht“ koproduzierten Programmbestandteile gegenübergestellt sind. Die Zahlen lassen die Bedeutung von Lizenzeinkäufen erkennen, wengleich sich die Fernsehsender stark unterscheiden.

Den größten Anteil an der Gesamtsendezeit des Fernsehsenders ORF eins haben Kaufproduktionen. 2006 wurden 51,3 % der Erstsendungen von den internationalen Lizenzmärkten bezogen. Rechnet man die kurzfristigen Wiederholungen (am folgenden Tag) dazu, waren es sogar 77,6 %. Allerdings sank dieser für einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk ungewöhnlich hohe Anteil von Kaufproduktionen bis 2011 kontinuierlich auf 37,4 % (Erstsendungen) bzw. 56 % (mit Wiederholungen). Im Gegenzug verdoppelte sich der Anteil an Eigen-, Auftrags- und Koproduktionen von 12,6 % auf 24,7 % bei den Erstsendungen. Deutlich anders stellt sich die Situation beim Sender ORF 2 dar, der immer schon stark auf eigen- bzw. auftrags- und koproduziertes Programm setzte. Mit um die 40 % bei den Erstsendungen und über 60 % der Gesamtsendezeit ist der Anteil von allen österreichischen Programmen mit Abstand am höchsten.

²⁰ Vgl. <http://www.agtt.at>.

Tabelle 3: Produktionsformen österreichischer Fernsehsender 2006, 2007, 2009 und 2011 (in Prozent der Gesamtsendezeit)

Produktionscharakteristik	ORF eins				ORF 2			
	2006	2007	2009	2011	2006	2007	2009	2011
Erstsendungen	63,9	64,9	68,7	62,1	54,5	52,9	54,7	56
Eigen-, Auftrags-, Koproduktionen	12,6	18,5	20,4	24,7	40,3	34,4	42,4	43
Kaufproduktionen	51,3	46,4	48,3	37,4	14,2	18,5	12,3	13
Kurzfristige Wiederholungen	29,5	28,5	24,4	30,5	26,2	28,5	26,5	25,4
Eigen-, Auftrags-, Koproduktionen	3,2	3,2	9,4	11,9	21,1	20,8	21,4	21,8
Kaufproduktionen	26,3	25,3	15	18,6	5,1	7,7	5,1	3,6
Programmtailer etc.	2,8	3,5	3,6	4,1	15,8	15,3	15,3	15,4
Werbung und Teleshopping	3,8	3,1	3,3	3,3	3,5	3,3	3,5	3,2
Gesamt	100							

Produktionscharakteristik	ATV				PULS 4		ServusTV	
	2006	2007	2009	2011	2009	2011		2011
Erstsendungen	48,9	45,7	42,8	34,2	45,9	40,2		32,2
Eigen-, Auftrags-, Koproduktionen	24,4	19,3	16,7	9,1	18,2	14,3		20,1
Kaufproduktionen	24,5	26,4	26,1	25,1	27,7	25,9		12,1
Kurzfristige Wiederholungen	13,3	16,9	23,8	28,3	29	35,2		48,3
Eigen-, Auftrags-, Koproduktionen	1,5	5,8	4,2	8,5	5,2	14,5		25,0
Kaufproduktionen	11,8	11,1	19,6	19,8	23,8	20,7		23,3
Programmtailer etc.	14,4	12,4	8,3	6,9	3,6	3,5		15,5
Werbung und Teleshopping	23,4	25,0	25,1	30,6	21,5	21,1		4,0
Gesamt	100	100	100	100	100	100		100

Quelle: Jens Wölke, TV-Programmanalyse 2006, 2007, 2009, 2011, RTR-GmbH, www.rtr.at

Private Sender zeichnen sich naturgemäß durch einen hohen Anteil an Werbung aus. Dieser liegt etwa bei ATV bei über einem Viertel der Sendezeit. Kaufproduktionen und eigen-, auftrags- oder koproduzierte Sendungen hielten sich anfänglich bei den Erstsendungen noch die Waage. 2011 waren allerdings nur noch 9,1 % (Erstsendungen) bzw. 17,6 % (mit Wiederholungen) der Sendezeit diesen Produkten gewidmet. Der Rest waren Kaufproduktionen (44,9 %), Werbung (30,6 %) und Programmtailer (6,9 %). Etwas besser sieht die Situation des Senders Puls 4 aus, für den 2011 14,3 % Eigen-, Auftrags-, Koproduktionen angegeben sind (28,7 % mit den Wiederholungen). Kaufproduktionen machen in

Summe 46,6 % aus, Programmtrailer 3,5 % und Werbung 21,1 %. ServusTV, das erstmals 2011 in der Analyse berücksichtigt wurde, unterscheidet sich von den anderen Programmen vor allem durch den hohen Anteil an Wiederholungen (48,3 %). Mit Anteilen der Eigen-, Auftrags-, Koproduktionen von 20,1 % bzw. 45,1 % am Gesamtprogramm ähnelt es aber mehr den öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern als den privaten.

Das Auftragsvolumen des ORF

Eine etwas detailliertere Darstellung des Auftragsvolumens der öffentlich-rechtlichen Programme bietet Tabelle 4. Der ORF veröffentlicht jährlich im Rahmen des Filmwirtschaftsberichts Zahlen zu allen in Auftrag gegebenen, koproduzierten bzw. mitfinanzierten Fernsehproduktionen.²¹ Die Zahlen beinhalten die Finanzierungsanteile des ORF an den Produktionen und die Ko-Beiträge Dritter, sofern sie über den ORF eingebracht wurden. Nicht enthalten sind also Lizenzkäufe von in- und ausländischen Produzenten, Teamanmietungen und natürlich alle im Haus produzierten Sendungen. Bei den Beträgen handelt es sich um Zusagen, nicht notwendigerweise um Auszahlungen im Berichtsjahr.

Das Auftragsvolumen des ORF betrug seit 2004 mit wenigen Ausnahmen zwischen 90 und fast 100 Mio. Euro. Dazu kommen noch 6 bis 8 Mio. Euro Finanzierungsbeiträge im Rahmen des Film/Fernseh-Abkommens für Kinofilme, die hier noch nicht berücksichtigt sind (siehe dazu Kapitel 3.2). Was an der Statistik zuerst einmal auffällt, ist die deutliche Zunahme des Auftragsvolumens mit der Einrichtung des FERNSEHFONDS AUSTRIA 2004 von nicht ganz 70 Mio. Euro auf fast 100 Mio. Euro. Seit damals blieben die Ausgaben konstant, was infolge der Inflation aber einer Reduktion um 18 % gleichkommt²². Und dies, obwohl die Gebühreneinnahmen im gleichen Zeitraum deutlich gestiegen sind (siehe dazu die Angaben am Ende der Tabelle 4). Der Anteil des Auftragsvolumens an den Gebühreneinnahmen lag nur einmal, 2004, über 20 %. Seither sank er kontinuierlich und lag 2012 wieder bei 16,3 %. Der Anteil am Gesamtumsatz liegt relativ konstant – infolge der sinkenden Werbeeinnahmen – bei ca. 10 %.

²¹ Siehe www.filmwirtschaftsbericht.at.

²² Vgl. Verbraucherpreisindex auf www.statistik.at.

Tabelle 4: Umsatz und Auftragsvolumen des ORF

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Gesamtvolumen in Mio. Euro	64,461	69,364	97,605	85,147	87,368	93,058
Film (und Serie bis 2003)	38,158	39,958	22,652	26,744	26,129	15,135
Serie	-	-	23,760	19,594	24,415	38,160
Show	17,888	20,541	33,934	28,329	26,820	30,421
Doku, Magazin, Sonst.	8,413	8,865	17,258	10,479,3	10,002	9,341
Film (und Serie bis 2003) in %	59	58	23	31	30	16
Serie in %	-	-	24	23	28	41
Show in %	28	30	35	33	31	33
Doku, Magazin, Sonst. in %	13	13	18	12	11	10
	100	100	100	100	100	100
Proj. mit Förderung (ORF-Beitrag)	-	-	-	8,285	9,962	5,574
Anteil am Gesamtvolumen in %	-	-	-	10	11	6
ORF Gesamtumsatz in Mio. Euro	826,3	837,3	876,5	882,8	897,1	918,2
davon Gebühren	388,7	402,3	444,5	450,8	462,8	472,7
Anteil Auftrag am Umsatz in %	7,8	8,3	11,1	9,6	9,7	10,1
Anteil Auftrag an Gebühren in %	16,6	17,2	22,0	18,9	18,9	19,7

	2008	2009	2010	2011	2012
Gesamtvolumen in Mio. Euro	92,258	83,600	93,747	99,428	96,979
Film (und Serie bis 2003)	19,705	14,163	23,346	13,244	17,639
Serie	29,895	30,370	27,247	34,357	30,354
Show	30,360	28,786	30,817	35,424	35,244
Doku, Magazin, Sonst.	12,297	10,280	12,335	16,402	13,740
Film (und Serie bis 2003) in %	21	17	25	13	18
Serie in %	32	36	29	35	31
Show in %	33	34	33	36	36
Doku, Magazin, Sonst. in %	13	12	13	16	14
	100	100	100	100	100
Proj. mit Förderung (ORF-Beitrag)	7,324	12,739	17,801	9,483	10,224
Anteil am Gesamtvolumen in %	8	15	19	10	11
ORF Gesamtumsatz in Mio. Euro	884,8	868,5	920,5	924,1	933,2
davon Gebühren	503,9	526,4	580,2	584,2	595,5
Anteil Auftrag am Umsatz in %	10,4	9,6	10,2	10,8	10,4
Anteil Auftrag an Gebühren in %	18,3	15,9	16,2	17,0	16,3

Quelle: ORF, zit. nach: Filmwirtschaftsberichte, Filminstitut, www.filmwirtschaftsbericht.at, kundendienst.orf.at und eigene Berechnungen

Anmerkung: Die Prozentangaben sind gerundet und daher in Summe nicht immer exakt 100.

Die Aufteilung des Budgets auf die unterschiedlichen Fernsehgenres fluktuiert stark. Das meiste Geld wird für Shows ausgegeben. Deren Anteil liegt konstant über 30 %. Fast ebenso groß ist der Anteil von Serien, der in den letzten Jahren deutlich auf Kosten des Fernsehfilms stieg. Wurden bis 2006 noch deutlich über 20 Mio. Euro jährlich für Fernsehfilme ausgegeben, so waren es 2011 und 2012 nur mehr 13 bzw. 17 Mio. Euro. Die Ausgaben für Dokumentationen, Magazine und dergleichen lagen in der letzten Dekade um die 10 Mio. Euro, in manchen Jahren allerdings auch deutlich darüber.

Zusätzlich zum Auftragsvolumen in den unterschiedlichen Genres wird vom ORF jener Betrag ausgewiesen, mit dem vom FERNSEHFONDS AUSTRIA (und zuweilen auch von anderen Förderstellen) geförderte Projekte vom ORF mitfinanziert wurden. Auch dieser Anteil fluktuiert stark, pendelte sich aber 2011 und 2012 wieder bei rund 10 % des Gesamtauftragsvolumens ein. Daran lässt sich ermesen, dass die klassische Auftragsproduktion nach wie vor von großer Bedeutung ist.

Der Wettbewerb um die stagnierenden Auftragsbudgets ist etwas gestiegen (siehe Tabelle 5). Teilten sich bis 2005 um die 80 verschiedene Produzenten den Kuchen, so waren es in den letzten Jahren immer um die 100. Leicht angestiegen ist auch die Konzentration. 2002 gingen 95 % des Auftragsvolumens an 35 Unternehmen (das sind 43 % aller Auftragnehmer). Die restlichen 5 % des Auftragsvolumens teilten sich 47 Unternehmen, insbesondere Produzenten von Dokumentationen. 2012 gingen 95 % des Auftragsvolumens an nur mehr 31 % der Produzenten, 69 % bekamen 5 % des Gesamtvolumens.

Tabelle 5: Verteilung des Auftragsvolumens des ORF auf die Auftragnehmer

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Anzahl der Auftragnehmer	82	70	79	84	95	98	100	97	104	115	97
95 % des Volumens gehen an	35	25	27	28	27	31	34	31	34	35	30
Anteil des Auftragsvolumens an der Gesamtzahl der Aufträge	43 %	36 %	34 %	33 %	28 %	32 %	34 %	32 %	33 %	30 %	31 %

Quelle: ORF, zit. nach: Filmwirtschaftsberichte, Filminstitut, www.filmwirtschaftsbericht.at, eigene Berechnungen

Noch deutlicher wird das Ausmaß der Konzentration, wenn man die einzelnen Genres getrennt betrachtet (siehe dazu die detaillierten Angaben zu den finanzierten Projekten des ORF in den Filmwirtschaftsberichten, www.filmwirtschaftsbericht.at).

2005 wurden vom ORF 38 (zum Teil mehrteilige) Fernsehfilme (3.245 Minuten) und acht Serien (3.717 Minuten) in Auftrag gegeben bzw. mitfinanziert. Diese Produktionen wurden von 20 verschiedenen Firmen hergestellt, nämlich Act Media, Allegro Film, Beo Film, Bonus Film, Cinevision, Cult Film, Dor Film, Epo Film, Gebhardt Productions, Kids TV, Graf Film, Lisa Film, Lotus Film, MR Film, Mungo Film, Neue Sentimental Film, Satel Film, Star Film, Team Film und Terra Film. Zwölf von diesen Projekten wurden von öffentlichen Stellen, insbesondere dem FERNSEHFONDS AUSTRIA, gefördert.

2012 wurden nur mehr 23 Fernsehfilme (1.980 Minuten) und zwölf Serien (3.564 Minuten) realisiert – mit in etwa dem gleichen Gesamtbudget von ca. 47 Mio. Euro. Die Aufträge teilten sich nun nur mehr 16 Firmen (Aichholzer Film, Beo Film, Berge 7 Film, Breitwandfilm, Dor Film, E&A Film, Epo Film, Gebhardt Productions, Graf Film, Interspot Film, Kids TV, Lisa Film, Mona Film, MR Film, Satel Film und Superfilm). Daran ist nochmals deutlich die Verschiebung zu weniger, dafür teureren Produktionen und Serien zu beobachten und damit auch die Verschärfung des Wettbewerbs um die stagnierenden Gesamtbudgets. Zu beachten ist auch der Anteil von Produktionen, die von der öffentlichen Hand gefördert wurden: Fast die Hälfte dieser Projekte (16) wurde vom FERNSEHFONDS AUSTRIA unterstützt. An diesen Zahlen ist abzulesen, dass die großen, gut dotierten Projekte zunehmend auf Förderungen angewiesen sind. D.h. aber auch, dass die Zahl der vom ORF alleine finanzierten und direkt bei den Produzenten in Auftrag gegebenen Projekte deutlich zurückgegangen ist.

Interessant ist die Gegenüberstellung der Details in Bezug auf die Produktion von Shows und Dokumentationen. Erstere machen, wie wir bereits gesehen haben, den größten Anteil am Auftragsvolumen aus, wurden aber 2012 von nur 13 (!) verschiedenen Produktionsunternehmen produziert (Ab Hof TV-Produktion, Chili TV, Degn Film, E&A Film, Gebhardt Productions, Hofpower TV, Interspot Film, Kids TV, Neuland Film, Superfilm, Talk TV, Ursin Ges.m.b.H und WDW Film). Im Vergleich dazu: Die 14.720 Doku- und Magazin-Minuten wurden von 77 Firmen

erstellt. D.h. ein relativ kleiner Kreis von Fiction- und Unterhaltungsproduzenten steht einer sehr großen Zahl von Dokumentarfilmern gegenüber, wenngleich natürlich einige Produktionsfirmen sowohl Fiction bzw. Unterhaltungsshow als auch Dokumentationen herstellen. Im Doku-Bereich sind auch die Finanzierungsbeiträge des ORF auf die Minute Programm gerechnet von über 1.000 Euro auf ca. 930 Euro gesunken, während sie für den Fernsehfilm und vor allem im Bereich Serien gestiegen sind.

Das Auftragsvolumen der Privaten

Die privaten Fernsehanbieter in Österreich haben bislang kaum Daten zum Auftragsvolumen veröffentlicht. Im Filmwirtschaftsbericht von 2008 finden sich Angaben zum Vergabevolumen des Senders ATV. Die Ausgaben betragen 10 Mio. Euro, wobei der Großteil (rund 7 Mio. Euro) für Dokumentationen (bzw. Doku-Soaps), der Rest für Shows ausgegeben wurde²³. In den Telefoninterviews, die Anfang 2014 mit den österreichischen Privatsendern durchgeführt wurden, war von Volumina zwischen 7 Mio. Euro und zweistelligen Millionenbeträgen die Rede. Dass die privaten Sender für die Fernsehfilmproduktion in Österreich eine (wenn auch im Vergleich zum ORF doch untergeordnete) Rolle spielen, zeigen die Statistiken des FERNSEHFONDS AUSTRIA (siehe Tabelle 6). Seit 2009 werden die Finanzierungsanteile der in- und ausländischen Fernsehsender und Weltvertriebe neben den Förderungen und Eigenanteilen ausgewiesen. Die privaten Fernsehsender in Österreich investierten zusammen 2013 3,1 Mio. Euro in vom FERNSEHFONDS AUSTRIA geförderte Projekte. Der Finanzierungsbeitrag ist gegenüber 2009 angestiegen. Den Hauptanteil trugen 2013 ServusTV mit rund 2 Mio. Euro und ATV mit ca. 700.000 Euro. Puls 4 war nur mit geringen Beträgen beteiligt. Die sehr ungleiche Beteiligung der privaten Fernsehsender ist dem Charakter ihrer Programme geschuldet. Während ATV mit seinen Doku-Soaps in den Förderbereich des FERNSEHFONDS AUSTRIA fällt, sind die von Puls 4 vorwiegend produzierten Casting- und Dating-Shows in den Richtlinien explizit von einer Förderung ausgeschlossen. Dokumentation, wie sie etwa ServusTV herstellt, werden ebenfalls vom FERNSEHFONDS AUSTRIA gefördert (zu den Richtlinien des FERNSEHFONDS AUSTRIA im Detail siehe Kapitel 3.1).

²³ Siehe www.filmwirtschaftsbericht.at.

Tabelle 6: Finanzierungsanteile bei vom FERNSEHFONDS AUSTRIA geförderten Projekten

	2009		2010		2011		2012		2013	
	in %	Mio. Euro								
ORF ¹⁾	14,0	10,9	16,8	15,2	11,5	8,4	11,4	10,8	21,0	15,8
Privat-TV (Ö)	1,7	1,3	0,8	0,7	2,1	1,5	2,9	2,8	4,1	3,1
Ausland ²⁾	40,4	31,4	43,8	39,6	46,5	33,9	39,7	37,7	32,9	24,7
Förderungen	25,6	19,9	27,2	24,6	27,7	20,2	30,0	28,5	32,0	24,0
Eigenanteil	15,8	12,3	9,7	8,8	9,5	6,9	13,0	12,4	7,0	5,3
Vertrieb	2,5	1,9	1,7	1,5	2,7	2,0	3,0	2,9	3,0	2,3
Gesamtkosten	100	77,8	100	90,3	100	73,0	100	95,0	100	75,0

Quelle: Kommunikationsbericht 2009 ff., www.rtr.at, eigene Berechnungen

Anmerkung: Die Tabelle zeigt die Gesamtkosten aller in einem Jahr vom FERNSEHFONDS AUSTRIA geförderten Projekte und die Herkunft der Finanzierungsanteile.

¹⁾ Die hier ausgewiesenen Finanzierungsanteile stimmen größenordnungsmäßig mit den Angaben des ORF (Tabelle 4 „Projekte mit Förderung“) überein.

²⁾ Vorwiegend Deutschland.

Die österreichische Fernsehlandschaft aus der Perspektive der Produzenten

Das Auftragspotenzial der Privatsender

Wie beurteilen nun die von uns befragten Produzenten selbst die Fernsehlandschaft? Dass der ORF der wichtigste Auftraggeber für die heimischen Produzenten ist, steht außer Zweifel. Gerade im fiktionalen Bereich kommt dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk eine große Bedeutung zu. Trotz einiger ehrgeiziger Projekte wie etwa die von Puls 4 gemeinsam mit Sat.1 finanzierten Fernsehfilme „Unter Umständen verliebt“ (2012) und „Die Frau in mir“ (2013) wird den privaten Sendern bei der Produktion von Fernsehfilmen nur eine untergeordnete Rolle beigegeben.

„Im gesamten deutschsprachigen Raum ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk der einzige verlässliche Partner für fiktionale Ware [...].“

„Bei einem Markt von acht Millionen Menschen glaube ich bei fiktionalen Projekten nicht an das Privatfernsehen in Österreich, das geht sich rechnerisch nicht aus. So sehr das die Politik gern hätte, es wird nie sein.“

„Im fiktionalen Sektor sehe ich wenig Chancen, das ist einfach zu teuer, das rentiert sich nicht. Das kriegst du nicht rein durch die Werbeerlöse.“

Selbst Firmen, die bereits für Privatsender produziert haben, sind in ihrer Bewertung des Marktes sehr zurückhaltend, da natürlich aufgrund des geringen Volumens der privaten Fernsehsender die für das Überleben der Produktionsbetriebe notwendige Kontinuität der Aufträge nicht gegeben ist.

Gleichzeitig eröffnen sich aber mit den Privatsendern neue Perspektiven im Bereich Dokumentationen. Viele Dokumentaristen, die mit dem ORF immer wieder Projekte realisiert haben und auch nach wie vor realisieren, sehen in ServusTV einen neuen wichtigen Partner, der auch die Abhängigkeit vom ORF gemindert hat. So bezeichnet etwa ein prominenter Doku-Produzent die Entwicklung des Fernsehmarktes durchaus als erfreulich, *„da mit ServusTV noch ein zusätzlicher potenzieller Partner für anspruchsvolle Dokumentationen dazugekommen ist“*. Das bestätigen andere Dokumentaristen:

„Servus ist jetzt auch ein Partner, mit dem wir Projekte machen. Das tut sehr gut, das ist schon eine gute Entwicklung.“

Etwas anders stellt sich die Situation im Bereich der Doku-Soaps (aktuell: „Wien – Tag & Nacht“/ATV) dar. Diese neueren, meist im internationalen Formathandel vertriebenen Dokumentationsformate werden von einigen wenigen darauf spezialisierten deutschen und österreichischen Firmen produziert. Für die klassischen Dokumentaristen bieten diese Fernsehformate nur wenig Anknüpfungspunkte.

Die Programmpolitik des ORF

Doch inwieweit kommt der ORF in den Augen der österreichischen Produzenten seiner Rolle als wichtigster Auftraggeber nach? Als eine der größten Veränderungen der letzten Jahre wird der Umstand betrachtet, dass der ORF immer häufiger auf die Zusatzfinanzierung durch Förderstellen wie auch von ausländischen Fernsehsendern angewiesen ist. Mit Ausnahme der Tatort-Produktionen und einigen sehr österreich-spezifischen Produktionen finanziert der ORF Fernsehfilme und Serien kaum noch alleine. Daraus entsteht auch für die Produzenten die Notwendigkeit, alternative Finanzierungsquellen zu akquirieren.

„Wenn Sie ein Buch abgegeben oder eine Idee haben, ist die erste Frage vom ORF: Wieviel Geld bringst du mit?“

„Die Sachen, die der ORF ohne Partner durchführt, sind sehr, sehr rar [...]. Darum ist der deutsche Markt einfach sehr wichtig.“

„Ich habe beim ORF zehnmahl mehr Chancen, wenn ich einen deutschen Produzenten oder einen deutschen Sender mitbringe.“

Damit einher geht natürlich auch, wie an den Statistiken des ORF schon zu erkennen war, der Wechsel von der klassischen Auftragsproduktion zur Koproduktion bzw. Mitfinanzierung. Abgesehen von der budgetmäßig nicht unbedeutenden Produktion von Shows und einigen zentralen Doku-Schienen, spielte die direkte Beauftragung von Produktionen mittlerweile eine deutlich geringere Rolle als noch vor zehn oder fünf-zehn Jahren.

„Noch vor zehn Jahren war der Auftragsfilm mit Abstand mein Hauptstandbein. Das hat sich geändert: Wir machen jetzt pro Jahr eine einzige Auftragsproduktion beim Fernsehen, die aber nach wie vor sehr wichtig ist.“

„Produktionen mit reinem Sendergeld, das war einmal vor zehn Jahren. Da hat sich der ORF mit dem ZDF zusammengesetzt, überlegt, was sie gemeinsam machen, und das voll finanziert. Das ist ja schon seit zehn Jahren nicht mehr der Fall.“

Zudem werden die Finanzierungsanteile an den Koproduktionen kleiner. Eine große, sehr erfolgreiche Produktionsfirma, die schon lange im Geschäft ist:

„In den letzten zwei Jahren mussten wir feststellen, dass sich der ORF bei Koproduktionen nur mehr bedingt beteiligt: Bei einem Fernsehspiel von 90 Minuten ist der üblicherweise nur mehr mit 200.000 Euro dabei. Nur bei Produktionen mit einem starken Österreichbezug kann man mit 500.000 Euro Sendergelder rechnen. Und darum ist das sehr wertvoll, wenn wir dann die Fernsehförderung in Anspruch nehmen können [...].“

In diesem Zusammenhang wurde im Laufe der Gespräche immer wieder auch Kritik an der Programmpolitik des ORF laut. Zum einen wird von manchen Produzenten die starke Orientierung an der Werbewirtschaft kritisiert:

„Die Werbewirtschaft hat einen unvergleichlich größeren Einfluss auf die Machart des Programms als alle anderen, [...] obwohl sie einen kleinen Anteil am Gesamtbudget hat.“

Zum anderen wird der hohe Stellenwert von Lizenzware beklagt – zumal diese am österreichischen Rezipientenmarkt nicht notwendigerweise erfolgreicher ist als die eigenen Produktionen:

„Der ORF kopiert die deutschen Privatprogramme, weil diese bei den Jungen der größte Konkurrent sind. Er setzt die gleichen Programme zur selben Zeit an. [...] Nur funktioniert es nicht. Aber Produktionen wie SOKO Donau, SOKO Kitzbühl, Schnell ermittelt und diese Dinge funktionieren super!“

Ein anderer Produzent ergänzt:

„[...] was erwarten sich die Leute von einem heimischen Sender? Dass sie Heimisches sehen. Der österreichische Humor ist ein anderer als der deutsche und darum möchte man auch so etwas haben.“

Insbesondere die Sendeplätze für Dokumentationen werden als nicht ausreichend erachtet:

„Der ORF hat im Hauptabendprogramm relativ wenig Sendeplätze für Dokumentationen: Da gibt es das Flaggschiff Universum am Dienstag. Der Sendeplatz am Donnerstag wurde aufgelöst und dafür

Freitagnacht um 22:30 ein ORF Universum History gemacht. [...] Da gibt es aber viel zu wenig Zuschauer [...]. Und dann gibt's noch den Dokfilm, Kreuz und Quer und die Matinee am Sonntag. Viel mehr gibt es eh nicht mehr.“

Inwieweit der ORF offen ist für neue Partner, wird in den Gesprächen sehr unterschiedlich bewertet. Dass es einigen Produzenten, die im Arthouse-Kino stark verankert sind, gelungen ist, in die Fernsehfilmproduktion einzusteigen, lässt sich nicht von der Hand weisen (siehe dazu Kapitel 4.1). Doch die Zahl der regelmäßig für den ORF produzierenden Firmen ist klein und einige Firmen in unserer Stichprobe bedauern, dass es ihnen trotz großer Erfolge am Kinomarkt bislang nicht gelungen ist, am Fernsehfilmmarkt Fuß zu fassen, gar nicht so sehr aus einem grundsätzlichen Desinteresse des ORF, sondern viel mehr aufgrund des hohen Aufwandes, der für die Stoffentwicklung und die Projektanbahnung mit den Fernsehsendern erforderlich ist:

„Wir hätten auch kein Problem damit, einen Fernsehfilm zu produzieren. Wir haben ja mit unseren Kinofilmen nachhaltig bewiesen, dass wir es können. Aber es ist anscheinend so, dass es beim ORF irgendwie eine gewisse Limitierung auf bestimmte Firmen gibt. Den Schlüssel haben wir bis jetzt noch nicht gefunden. Wir wissen nicht genau woran es liegt, weil es immer ein großes positives Echo und große Begeisterung von Seiten des ORF gab.“

Ähnliche Erfahrungen machten auch zwei andere Produktionsunternehmen, wengleich sie einräumten, dass sie sich nicht unbedingt mit voller Energie um Fernsehaufträge bemühten. Letztlich beruht der Erfolg am Fernsehmarkt auf dem *„richtigen Stoff zur richtigen Zeit am richtigen Platz mit den richtigen Menschen. Und wahnsinnig viel Glück“*. Und dafür müssen Produzenten eben auch sehr viel Energie aufwenden.

Medienpolitik

Gerade weil der ORF in einem kleinen Land wie Österreich nicht nur als Auftraggeber für die heimischen Produzenten, sondern auch in seiner demokratiepolitischen und identitätsstiftenden Funktion von eminenter Bedeutung ist, fordern die Produzenten in unseren Gesprächen immer wieder auch ein klares Bekenntnis der Politik zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk ein. Dazu gehört natürlich die wiederholt geäußerte Forderung,

dem ORF auch in Zukunft die entgangenen Gebühren zu refundieren und der Appell der Produzentenverbände und des Fachverbandes der Film- und Musikindustrie an die Bundesregierung, den ORF dazu zu verpflichten, 20 % seiner Gebühreneinnahmen in die unabhängige Filmproduktion zu investieren²⁴. Damit einher geht häufig auch Kritik an den hohen Personalkosten beim ORF:

„Wir wollen nun, dass der ORF 20 % der Gebühren für unabhängige österreichische Produktionen ausgeben soll. [...] Er tut das im Moment aber nicht. [...] Da braucht es die klare Vision, dass man den ORF in technischen Bereichen und im Personalbereich verkleinert, damit Geld für die Produktionen da ist.“

2.3 Der deutsche Fernsehmarkt

2.3.1 Marktanteile

Der deutsche Fernsehmarkt unterscheidet sich deutlich vom österreichischen.²⁵ Bereits seit Mitte der 1980er-Jahre offen für private Anbieter, entwickelt sich dieser schon in den 1990er-Jahren zu einem „doppelten Duopol“. Den beiden öffentlich-rechtlichen Anbietern ARD (mit den Dritten Programmen) und ZDF stehen zwei private Gruppen gegenüber, die neben den Vollprogrammen auch eine Reihe von digitalen Spartenkanälen betreiben: einerseits die dem Bertelsmann-Konzern zugehörige RTL-Gruppe mit den Programmen RTL, RTL II, VOX, Super RTL und einigen weiteren Spartensendern wie n-tv oder RTL Crime und andererseits die im Besitz der Investorengruppen Permira und KKR befindliche ProSiebenSat.1 Media AG mit den Programmen Sat.1, ProSieben, kabel eins und zahlreichen Spartenprogrammen. Tabelle 7 zeigt die Marktanteile der reichweitenstärksten Programme. Die beiden öffentlich-rechtlichen Programme kommen zusammen auf 24,9 % Marktanteil, die drei der RTL-Gruppe zuzurechnenden Programme auf

²⁴ Vgl. www.filmandmusicaustria.at/investition_in_die_zukunft.html.

²⁵ Siehe dazu Dreier 2009, Beck 2012.

21,1 % und Sat.1, ProSieben und kabel eins auf 17,9 %. Diese Verteilung ist, bei kleinen Verschiebungen in der Rangordnung der Programme, seit einigen Jahren relativ stabil. In der für die Werbewirtschaft wichtigen Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen dominieren allerdings mit deutlich über 50 % Marktanteil ganz klar die Privatsender. Die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender erreichen mit ihren Programmen vor allem das ältere Fernsehpublikum.

Tabelle 7: Marktanteile der stärksten Fernsehprogramme 2013 in deutschen Haushalten (Montag bis Sonntag) in %

Programme	alle Zuschauer	
	ab 3 Jahren	von 14 bis 49 Jahre
Öffentlich-rechtliche Programme		
ARD	12,1	6,6
ZDF	12,8	6,4
Zusammen	24,9	13,0
RTL-Gruppe		
RTL	11,3	14,5
VOX	5,6	7,6
RTL II	4,2	6,8
Zusammen	21,1	28,9
ProSiebenSat.1-Gruppe		
Sat.1	8,2	9,4
ProSieben	5,7	11,4
kabel eins	4,0	5,6
Zusammen	17,9	26,4

Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung, zit. nach: www.statista.de

2.3.2 Vergabevolumen und Programmpolitik

Dass deutsche Fernsehsender als Auftraggeber und Finanzierer von Fernsehproduktionen auch für die österreichische Filmbranche eine wichtige Rolle spielen, war schon an den Zahlen in Tabelle 6 zu erkennen. In den Jahren 2009 bis 2012 wurden über 40 % der Gesamtproduktionskosten aller vom FERNSEHFONDS AUSTRIA geförderten Projekte von deutschen Fernsehsendern getragen. Das entspricht einem Finanzierungsvolumen von 30 bis 40 Mio. Euro pro Jahr. 2013 ging der Beitrag zurück, betrug aber immerhin noch 24,7 Mio. Euro. Das ZDF trägt

dabei den Hauptanteil von etwas mehr als 17 Mio. Euro. Die Privatsender spielten 2013 eine untergeordnete Rolle, finanzierten in den Jahren davor allerdings auch immer wieder größere Projekte mit.²⁶ Zwar kommen diese Budgets vor allem den deutschen Koproduzenten zugute, die deutschen Fernsehsender gewannen aber mit dem FERNSEHFONDS AUSTRIA auch für die österreichischen Produzenten an Bedeutung.

Der Gesamtoutput der deutschen Fernsehsender ist natürlich um ein Vielfaches größer. Oliver Castendyk und Klaus Goldhammer haben in ihrer Produzentenstudie auf der Basis einer Programmanalyse einer Stichprobenwoche das Auftragsvolumen der vier Fernsehsendergruppen in Minuten hochgerechnet.²⁷ In Tabelle 8 werden die Auftragsproduktionen (inklusive Koproduktionen) den Eigenproduktionen gegenübergestellt. Was dabei vor allem auffällt, ist, dass die Privatsender deutlich mehr außer Haus produzieren als die öffentlich-rechtlichen. Das ProSiebenSat.1-Programm wird zu 86 % von Produzenten außer Haus produziert, jenes der RTL-Sender zu 57 %. Am wenigsten wird von den Dritten Programmen in Auftrag gegeben, nämlich nur 12 % aller selbstproduzierten Sendungen (Kaufproduktionen bleiben hier unberücksichtigt). Das Erste und das ZDF liegen dazwischen. Die deutlichen Unterschiede lassen sich aus der unterschiedlichen Profilen der Fernsehsender erklären. Während für die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender Informationsproduktionen wie Nachrichten und Magazine zum öffentlich-rechtlichen Kernauftrag und damit auch zum Senderprofil gehören, spielen diese für die privaten Marken eine untergeordnete Rolle. Diese werden deshalb häufig von externen Firmen bereitgestellt. Dies gilt natürlich auch für Unterhaltungsshow und Doku-Soaps, die in den privaten Programmen einen höheren Stellenwert haben.

²⁶ Siehe Kommunikationsbericht 2012, S. 84, www.rtr.at, und eigene Berechnungen.

²⁷ Castendyk und Goldhammer 2012, S. 55 ff. Siehe auch die Angaben in den Jahresberichten von ARD und ZDF, www.ard.de bzw. www.zdf-jahrbuch.de.

Tabelle 8: Gesamtoutput ohne Kaufsendungen deutscher Fernsehsender 2011 (Erstausstrahlung)

	Auftragsproduktion		Eigenproduktion		Gesamt	
	in Minuten	in %	in Minuten	in %	in Minuten	in %
ARD (Das Erste)	102.300	40,1	153.000	59,9	255.300	100,0
ZDF	106.100	34,7	200.000	65,3	306.100	100,0
Dritte Programme	149.100	12,2	1.068.500	87,8	1.217.600	100,0
ProSiebenSat.1 ¹⁾	236.700	85,9	39.000	14,1	275.700	100,0
RTL-Gruppe ²⁾	171.000	57,1	128.300	42,9	299.300	100,0
Gesamt	765.200	32,5	1.588.800	67,5	2.354.000	100,0

Quelle: Castendyk und Goldhammer 2012, S. 55

¹⁾ ohne sixx

²⁾ ohne Super RTL

Insofern kann auch vom Auftragsvolumen in Minuten nicht direkt auf die Produktionsbudgets geschlossen werden. Da die Herstellung von Nachrichtensendungen, Magazinen, Doku-Soaps oder Shows deutlich günstiger ist als die Produktion von Fernsehfilmen oder Serien, müssen die Gesamtbudgets der Privatsender für Auftragsproduktionen deutlich geringer angesetzt werden, als das Volumen in Minuten vermuten lässt. Genaue Angaben dazu werden in den verfügbaren Berichten der Unternehmen nicht veröffentlicht.

Einer Schätzung von Castendyk und Goldhammer²⁸ zufolge werden rund 62 % der Kosten für Auftragsproduktionen von den öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern getragen. Andere Quellen geben an, dass „drei Viertel aller Fernsehproduktionen in Deutschland für ARD und ZDF [entstehen]“.²⁹ Der ARD Degeto Film GmbH, eine 100%ige Tochter der ARD und zuständig für den Kauf bzw. die Produktion von Fernsehfilmen und Serien für die Programme der Landesrundfunkanstalten bzw. Das Erste, steht laut Angaben auf der Website ein Jahresbudget von rund 400 Mio. Euro zur Verfügung,³⁰ wobei etwas mehr als ein Drittel in der redaktionellen Eigenverantwortung der ARD Degeto liegt, der Hauptteil

²⁸ 2012, S. 56 f.

²⁹ Beck 2012, S. 188.

³⁰ Vgl. www.degeto.de.

allerdings ARD-Gemeinschaftsproduktionen zukommt. Im Gespräch mit dem ZDF-Justitiar Peter Weber ist von einem Auftragsvolumen in der Höhe von ca. 500 Mio. Euro die Rede. Von den Privatsendern werden keine Zahlen veröffentlicht.

In einem Langzeitvergleich der Produktionsleistung deutscher Fernsehsender zeichnen sich im Übrigen Tendenzen ab,³¹ wie wir sie zum Teil auch schon für Österreich diagnostiziert haben (vgl. Tabelle 9). Die Angaben beruhen auf Analysen von Programmstichproben, die vom deutschen FORMATT-Institut regelmäßig durchgeführt werden. Sie umfassen alle in Deutschland hergestellten Programmbestandteile mit Ausnahme von Nachrichten und tagesaktuellen Sendungen. Die Verteilung der Fernsehminuten auf die drei Hauptgenres fiktionales Fernsehen, Unterhaltung und Information ist über die Jahre hinweg relativ konstant. Innerhalb dieser Gruppen gibt es deutliche Verschiebungen: Die Produktion von Serien stieg bis 2005 an, ging dann aber wieder zurück. Die Anteile der anderen fiktionalen Programmangebote änderten sich kaum. Im Bereich der Fernsehunterhaltung fällt vor allem der Siegeszug der Doku-Soap auf, die innerhalb eines Jahrzehnts einen Anteil von 20 % erreichte – auf Kosten der Spiele- und Talkshows. Gesunken ist auch der Anteil an Magazinen, während Langformate wie Dokumentationen, Reportagen und Features an Bedeutung gewinnen.

³¹ Röper 2012.

Tabelle 9: Gesamtproduktion für deutsche Fernsehsender in Minuten nach Genres 2000 bis 2010 in %

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Fiktionales Fernsehen											
Fernsehfilm	3,8	3,4	3,9	3,7	3,6	3,7	3,6	3,1	3,3	3,6	3,6
Serie	12,1	13,9	16,7	17,4	16,9	19,8	19,5	19,3	16,6	17,5	17,2
Comedy	3,3	2,7	4,2	3,6	4,2	4,0	4,2	3,7	2,7	2,7	2,8
Sonstiges fiktional	0,2	0,3	0,1	0,1	0,1	0,5	0,5	0,6	0,8	0,8	0,7
Fiktionales gesamt	19,4	20,3	24,9	24,8	24,8	28,0	27,8	26,7	23,4	24,7	24,3
Unterhaltung											
Doku-Soap	2,2	3,6	0,9	4,4	8,7	9,1	12,0	14,8	16,3	18,0	20,1
Show/Musik	4,7	4,2	4,1	5,5	5,3	3,6	4,4	5,1	5,0	5,6	5,5
Spieleshow	16,3	17,3	8,7	5,2	3,8	3,5	4,1	2,9	3,0	2,6	2,2
Talkshow	18,1	16,2	17,5	15,4	13,9	15,5	10,8	9,1	9,1	9,7	8,2
Unterhaltung gesamt	41,2	41,4	31,1	30,5	31,6	31,7	31,4	31,9	33,4	36,0	35,9
Information											
Magazin	26,6	23,5	25,8	28,1	26,5	24,3	24,7	24,5	25,2	17,3	18,1
Langformat	7,1	9,7	11,0	10,5	10,4	9,7	9,3	11,1	9,9	13,1	13,7
sonst. Info	1,0	1,0	1,3	1,0	1,4	0,7	0,9	0,5	0,9	0,9	0,9
Info gesamt	34,7	34,2	38,1	39,6	38,3	34,6	34,9	36,1	36,0	31,2	32,7
Sonstiges	4,7	4,1	5,9	5,1	5,3	5,6	5,9	5,3	7,1	8,1	7,2
Gesamt	100,0										

Quelle: Röper 2012

Die deutsche Sendelandschaft aus der Perspektive der Produzenten

Erfolg am deutschen Fernsehmarkt und Netzwerke

Eine der stärksten Veränderungen in der österreichischen Fernsehfilmproduktion, die nicht zuletzt auch den Förderungen des FERNSEHFONDS AUSTRIA zu verdanken ist, ist der Erfolg, den österreichische Produzenten am deutschen Fernsehmarkt verzeichnen. Dass Produktionen mit österreichischen Fernsehsendern immer stärker auf die Kofinanzierung durch ausländische Fernsehsender angewiesen sind, wurde bereits im letzten Kapitel erörtert. Viele österreichische Produzenten machten aus dieser Not eine Tugend und bauten ihre Produktionspartnerschaften mit deutschen Sendern aus bzw. etablierten

neue. Vor allem die großen deutschen Sendergruppen, ARD, ZDF und die privaten Fernsehsender RTL und ProSiebenSat.1, spielen für die österreichischen Fernsehfilmproduzenten eine wichtige Rolle. Aber auch Fernsehstationen anderer Länder beteiligen sich zunehmend an der Finanzierung von in Österreich produzierten Fernsehfilmen und Dokumentationen. Wie sehr dabei die Förderungen des FERNSEHFONDS AUSTRIA die Türen geöffnet haben, wird in den Gesprächen immer wieder hervorgehoben.

„Die Firma lebt von Koproduktionen in erster Linie mit Deutschland für den Fernsehmarkt im Primetime-Sektor. D.h. also 90 Minuten Fernsehspiel, 20:15. Wenn die Stoffe es zulassen, dass man einen Teil der Geschichte in Österreich ansiedelt und österreichische Schauspieler und einen österreichischen Stab einsetzt, dann macht es Sinn, eine Koproduktion einzugehen. [...] Die Gespräche mit den Sendern sind durchwegs angenehm, weil wir ja in der günstigen Position sind, Geld mitbringen zu können. Wir verbessern damit das Gesamtbudget und damit auch die Rahmenbedingungen für den deutschen Koproduzenten.“

„Der RTR-Fonds gibt uns die Möglichkeit, international mitzuspielen, die wir sonst nicht hätten. Er ist da auch ein viel besserer Partner als zum Beispiel ein Sender, weil der Fonds keine eigenen Interessen hat.“

„Die RTR-Förderung ist ein Riesenplus. Sie macht uns international konkurrenzfähig.“

Allerdings muss auch darauf geachtet werden, dass die deutschen Fernsehsender entsprechend in Österreich investieren:

„Ich finde es nicht so super, wenn ein Projekt in Deutschland entwickelt worden ist, der Hauptauftraggeber in Deutschland ist und von dort aus abgewickelt wird und der Österreicher sozusagen nur das RTR-Geld einbringen darf.“

Eine wichtige Voraussetzung für Produktionen mit internationalen Partnern sind entsprechende Netzwerke. Messen spielen beim Aufbau und der Pflege dieser Netzwerke eine wichtige Rolle:

„Ich besuche so fünf bis sieben Messen pro Jahr. Dort sind die Hauptkontakte. Und natürlich kriegt man im Laufe der Zeit ein gewisses Netzwerk zusammen, und wenn man seriös arbeitet, wird man auch weiterempfohlen.“

Die Messen und Festivals in Cannes werden in diesem Zusammenhang häufig genannt, im Bereich des Dokumentarfilms aber auch kleinere wie das Jackson Hole Film Festival (Jackson Hole, WY), das Sunny Side of the Doc Festival (La Rochelle) oder das Wildscreen Festival (Bristol). Tragfähige Beziehungen zu Produzenten in anderen Ländern sind für den Erfolg auf den internationalen Fernsehmärkten unabdingbar. Sie garantieren nicht nur die reibungslose Abwicklung von großen Koproduktionen, sondern fungieren auch als Ideen- und Projektlieferanten.

„Der Vorteil ist, dass die Auslastung für die Firma besser ist, weil dann eben nicht nur Projekte realisiert werden, die man selber initiiert, sondern auch jene, die von einem Koproduktionspartner kommen. [...] Es schafft natürlich auch mehr Vielfalt, weil man gewisse Dinge selber gar nicht entwickeln würde.“

Nicht alle Produzenten sehen diese Entwicklung positiv. Vor allem Firmen, die auch die Vorzüge von Auftragsproduktionen des ORF kennen, verweisen auf den höheren Koordinationsaufwand, die gesteigerte Reisetätigkeit und die damit einhergehenden steigenden Kosten von internationalen Koproduktionen. Zudem muss auf mehr Bedürfnisse Rücksicht genommen werden – und viele Köche verderben eben manchmal den Brei, wie es ein Produzent im Interview ausdrückte, obwohl er sich selbst als Befürworter der Koproduktion bezeichnete.

„Cultural discount“

Damit sind auch schon die Grenzen von Koproduktionen benannt. Kulturelle Güter erfahren, so die kanadischen Medienökonominnen Colin Hoskins und Rolf Mirus, auf Märkten außerhalb der Zielregion einen sogenannten „cultural discount“, eine kulturelle Entwertung.³² Gerade Produktionen, die kulturelle Idiosynkrasien hervorstreichen und auf die

³² Hoskins und Mirus 1988; siehe dazu auch Gebesmair 2011.

Akzentuierung regionaler Identitäten abzielen, haben (zumindest in der Wahrnehmung der Programmchefs deutscher Fernsehsender) außerhalb des österreichischen Zielmarkts keine Chance. Vor allem die von uns befragten Vertreter privater Fernsehsender beklagen, dass die von den österreichischen Produzenten angebotenen Stoffe oft nicht in die Programme der Privaten passen würden. Die Produzenten seien „zu sehr fixiert auf Österreich und den ORF“, das „Erzähltempo, Look and Feel“ würden beim Publikum der privaten Fernsehsender nicht ankommen. Aus der Perspektive der Produzenten stellt sich diese Problematik als eine schwer zu überwindende Kluft zwischen divergierenden Ansprüchen dar:

„Wenn man Serien aufbaut, die quasi nationale Identität transportieren und satirisch wenden sollen, dann geht das bei Koproduktionen überhaupt nicht. Da gibt es dann eine deutsche, eine italienische oder eine französische Redaktion, die natürlich auch wollen, dass ihre Wünsche berücksichtigt werden. Da kommen dann halt diese berühmten Hybridgeschichten heraus.“

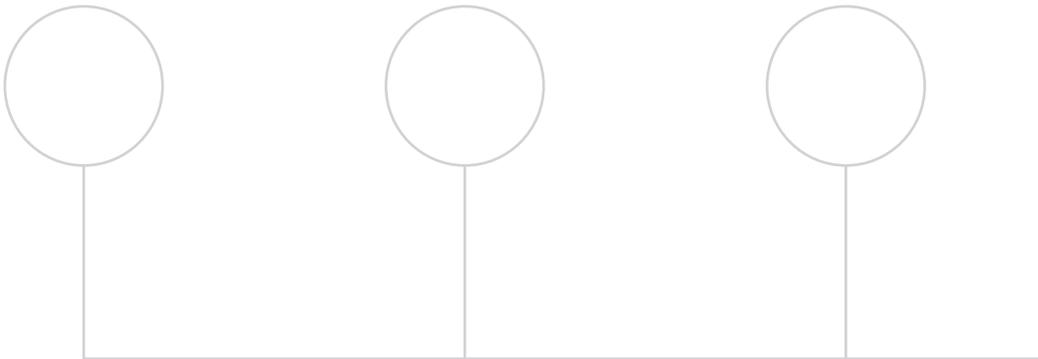
Dabei bedarf es nicht einmal besonderer Inhalte. Schon gegenüber österreichischen Schauspielerinnen bzw. Schauspielern und ihrer spezifischen Sprache werden in den Redaktionen deutscher Fernsehsender Vorbehalte geäußert. Der FERNSEHFONDS AUSTRIA trägt diesem Umstand Rechnung, indem er Produktionen, die sich durch eine besondere österreichische Identität bzw. einen herausragenden Beschäftigungseffekt im kreativ-technischen Stab auszeichnen, mit einem höheren Prozentsatz fördert (siehe zu den Richtlinien des FERNSEHFONDS AUSTRIA Kapitel 3.1).

Abschließend seien noch zwei weitere Aspekte, die Koproduktionen insbesondere für den deutschen Fernsehmarkt erschweren könnten, genannt. Zum einen wird der deutsche Fernsehproduktionsmarkt immer kompetitiver, da auch dort die Fernsehsender zu Einsparungen gezwungen sind und sehr viele Firmen um die schwindenden Aufträge konkurrieren. Zum anderen müssen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten auf eine gleichmäßige regionale Verteilung der Auftragsbudgets achten. Die hohen Finanzierungsanteile für österreichische Produktionen könnten da zu Unmut unter deutschen Produzenten führen. Dazu das folgende Zitat aus einem Interview mit den Vertretern der Fernsehsender:



„Wir sind verpflichtet, die Produktionsstandorte über Deutschland bzw. den deutschen Sprachraum zu verteilen. [...] Wir stehen auch permanent unter dem Verdacht, die Produktionen ungleich zu verteilen. Wir halten das aber gut aus, da wir das gut ausbalancieren.“

Auch im Gespräch mit der zweiten öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt wurde betont, dass es diesbezüglich noch keine offene Kritik am Sender gab.





3 Die Entwicklung der Förderlandschaft: Förderungen für Fernsehproduktionen

3.1 Der FERNSEHFONDS AUSTRIA

3.1.1 Ziel und Richtlinien des FERNSEHFONDS AUSTRIA

Förderungen für die Fernsehfilmproduktion gab es vor der Gründung des FERNSEHFONDS AUSTRIA kaum. Zwar wurden Dreharbeiten von den Bundesländern aus Gründen der Tourismusförderung allenthalben unterstützt (siehe dazu das Kapitel 3.2), die Notwendigkeit der Stärkung einer unabhängigen Produktionslandschaft wurde aber erst mit der Öffnung des österreichischen Fernsehmarkts für private Anbieter erkannt. Wie schon in der Einleitung erwähnt, wurde mit der Novelle des KommAustria-Gesetzes (KOG) vom 1. Jänner 2004 bei der RTR-GmbH der FERNSEHFONDS AUSTRIA (damals „Fernsehfilmförderungsfonds“) eingerichtet. Wie auf der Website des FERNSEHFONDS AUSTRIA nachzulesen ist, sollen die Förderungsmittel vor allem „zur Steigerung der Qualität der Fernsehproduktion und der Leistungsfähigkeit der österreichischen Filmwirtschaft beitragen, den Medienstandort Österreich stärken und eine vielfältige Kulturlandschaft gewährleisten“.³³

Antragsberechtigt sind unabhängige Fernsehfilmproduzenten mit einer Zweigniederlassung oder Betriebsstätte in Österreich und einer entsprechenden künstlerischen und filmwirtschaftlichen Qualifikation. Als nicht unabhängig gilt ein Antragsteller dann, wenn der Fernsehveranstalter, für den der antragsgegenständliche (d.h. der zu fördernde) Film produziert wird, direkt oder indirekt am Produktionsunternehmen beteiligt ist.³⁴ Diese Regelung lässt die Intention der Fördereinrichtung klar erkennen. Es geht vor allem darum, die Autonomie der Filmbranche gegenüber den Fernseh Anbietern zu stärken. Für Firmen, die in Abhän-

³³ Vgl. www.fernsehfonds.at.

³⁴ Zu den Beteiligungsgrenzen siehe die Richtlinien auf www.fernsehfonds.at.

gigkeit von Fernsehsendern stehen, werden Anreize geschaffen, für konkurrierende Veranstalter zu produzieren. Diese auf eine unabhängige und starke Produktionsbranche abzielende Grundintention wird durch eine Reihe komplexer und schon mehrmals angepasster Richtlinien unterstützt. Im Folgenden sind die wichtigsten Regelungen zusammengefasst und in Hinblick auf die dahinterliegende Intention knapp interpretiert:

- Gefördert wird die Herstellung von Filmen in den Bereichen Fernsehfilm, Fernsehserie und Fernsehdokumentation von einer Länge von mindestens 23 Minuten. Explizit ausgeschlossen sind u.a. Industrie-, Werbe- oder Imagefilme und, wie schon erwähnt, Fernsehshows, die als einzelne Produktionen in der Regel nicht weiterlizenzieren werden und daher auch den Produktionsfirmen keine weiteren Verwertungsmöglichkeiten bieten (es sei denn als eigenständiges Format). Zusätzlich zur Herstellungsförderung wird auch Unterstützung bei der Verwertung (Herstellung barrierefreier und fremdsprachiger Fassungen, Präsentation bei Festivals und Messen) gewährt.
- Grundsätzlich werden maximal 20 % der Gesamtherstellungskosten eines Projektes gefördert. Der Höchstbetrag der Herstellungsförderung macht im Einzelfall für Fernsehfilme 1 Mio. Euro, Fernsehserien 200.000 Euro (pro Folge) und Fernsehdokumentationen 200.000 Euro aus. Ein höherer Förderungsanteil (bis zu 30 % der Herstellungskosten) wird für Projekte gewährt, die sich durch einen besonders hohen Beitrag zur österreichischen Identität bzw. zur regionalen Wertschöpfung (Beschäftigungseffekt) auszeichnen, ein hohes Verwertungspotenzial haben oder sich durch innovative Herstellungs- bzw. Vermarktungsstrategien auszeichnen.
- Fernsehsender müssen zumindest mit 30 % an der Finanzierung beteiligt sein, wobei Projekte mit einer hohen Beteiligung eines oder mehrerer in- oder ausländischer Sender bevorzugt werden. Mindestens 50 % der Finanzierung durch den Fernsehsender müssen in Form von Lizenzzahlungen zur Abgeltung der Senderechte erfolgen („Lizenzanteil“). Mit den weiteren monetären und nicht-monetären Zuwendungen (dem sogenannten „Koproduktionsanteil“) erwirbt der Fernsehsender Erlösansprüche, nicht aber die Rechte eines Koproduktionspartners wie bei klassischen Koproduktionen.
- Der Förderungswerber, d.h. die Produktionsfirma, muss mit einem angemessenen Eigenanteil an der Finanzierung des Projekts beteiligt sein. Dieser kann Eigenmittel, Eigenleistungen, Rückstellungen aus

Kostenpositionen der Kalkulation (z.B. des Gewinnzuschlags oder des Gemeinkostenzuschlags HU) oder auch Erlöse aus der Übertragung von Verwertungsrechten (z.B. Lizenzanteile der Fernsehsender oder Mindestgarantien der Weltvertriebe) enthalten. Werden die Rechte einem Vertrieb übertragen, der mit dem mitfinanzierenden Fernsehsender verbunden ist, dann muss sichergestellt sein, dass der Eigenanteil des Produzenten (ohne Lizenzanteil) erstrangig vor der Abdeckung etwaiger Vorauszahlungen rückgeführt wird. Auch damit soll die Autonomie der Produzenten gewährleistet werden, die durch vertragliche Bindungen an die sendereigenen Vertriebe zuweilen um Erlösansprüche kamen.

- Jene Aufwendungen, die in Österreich umgesetzt werden, d.h. Kosten für die Produktion, die in Österreich anfallen und auch hier versteuert werden, sollen mindestens dem 1,5-Fachen des gewährten Förderungsbetrages entsprechen. Damit soll verhindert werden, dass die Förderungen ins Ausland fließen bzw. darüber hinaus Anreize geschaffen werden, zusätzliches Geld von Fernsehsendern aus dem Ausland nach Österreich zu bringen und damit zur regionalen Wertschöpfung beizutragen.
- Im Zentrum der Richtlinien stehen vor allem die Regelungen zum Rechtebehalt und Rechterückfall. Die wichtigste Maßnahme zur Stärkung der Produzenten ist die Sicherung der Verwertungsmöglichkeiten der Rechte an den Produktionen. Aus diesem Grund erwerben die Fernsehsender bei Projekten, die vom FERNSEHFONDS AUSTRIA gefördert werden, lediglich das Senderecht im jeweiligen Sendegebiet für die unverschlüsselte Ausstrahlung (Free-TV) und das Live-Streaming im Internet, und zwar für höchstens zehn Jahre bei Serien und sieben Jahre bei Fernsehfilmen bzw. -dokumentationen. Optionen auf den Erwerb von Rechten über den ersten Auswertungszyklus hinaus dürfen vertraglich nicht eingeräumt werden. Erst 36 Monate nach der Erstausstrahlung können die Rechte für einen weiteren Zyklus („Second Cycle“) vom Fernsehsender erworben werden.
- Alle anderen Rechte (mit Ausnahme der sogenannten Annexrechte etwa für die Herstellung von Programmankündigungen und des Catch-up-Rechts für das Online-Streaming während sieben Tagen nach Ausstrahlung) verbleiben beim Produzenten bzw. bei den Koproduktionspartnern, die diese entsprechend ihren Finanzierungsanteilen auswerten können. Explizit genannt sind die Senderechte außerhalb des Lizenzgebiets der beteiligten Fernsehsender, insbesondere aber auch die Nutzungsrechte für Pay-TV, Home

Video/DVD, Video-on-Demand, Near-Video-on-Demand, Internet TV (jedenfalls in Form des On-Demand-Dienstes und des Livestreamings in anderen Sprachfassungen), Ausschnitts- und Kinovorführrechte, wie auch Rechte für zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses noch unbekannt Nutzungsarten.

Bei der Analyse der Filmproduktionslandschaft in Kapitel 4 werden die einzelnen Verwertungsmöglichkeiten einer detaillierten Bewertung unterzogen. Zuvor soll noch auf die Entwicklung der Fördertätigkeit des Fonds ein Blick geworfen werden.

3.1.2 Zur Entwicklung der Fördertätigkeit des FERNSEHFONDS AUSTRIA

Tabelle 10 zeigt die Entwicklung des Fördervolumens des FERNSEHFONDS AUSTRIA in den unterschiedlichen Genres seit Beginn der Förderung 2004. Das Gesamtbudget lag anfänglich bei 7,5 Mio. Euro und wurde 2009 auf 13,5 Mio. Euro angehoben, wobei die Fördersummen entsprechend der Antragslage variieren. In gleicher Weise fluktuieren die relativen Anteile der drei Genres am Gesamtbudget. Über den gesamten Zeitraum lassen sich allerdings eine Verschiebung zur Serie und ein Rückgang im Bereich Dokumentation ausmachen. Diese Veränderungen sind aber nicht der Förderpolitik des FERNSEHFONDS AUSTRIA geschuldet, sondern spiegeln lediglich die bereits im letzten Kapitel ausgemachten Tendenzen der Fernsehprogrammierung wider.

Tabelle 10: Förderungen des FERNSEHFONDS AUSTRIA nach Genres
2004 bis 2013

	2004	2005	2006	2007	2008
Fernsehfilm	5.139.634	5.264.550	4.681.183	4.641.175	4.989.720
Serie	703.533	1.310.000	1.019.200	975.020	1.207.000
Dokumentation	1.371.351	872.538	1.564.829	1.393.892	1.216.063
Summe	7.214.518	7.447.088	7.265.212	7.010.087	7.412.783
Fernsehfilm in %	71,2	70,7	64,4	66,2	67,3
Serie in %	9,8	17,6	14,0	13,9	16,3
Dokumentation in %	19,0	11,7	21,5	19,9	16,4
Summe	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

	2009	2010	2011	2012	2013
Fernsehfilm	8.533.518	10.804.001	8.984.379	9.871.404	6.698.386
Serie	1.780.000	1.953.827	2.321.690	3.711.066	4.434.000
Dokumentation	1.181.850	1.224.695	927.315	2.189.618	2.015.600
Summe	11.495.368	13.982.523	12.233.384	15.772.088	13.147.986
Fernsehfilm in %	74,2	77,3	73,4	62,6	50,9
Serie in %	15,5	14,0	19,0	23,5	33,7
Dokumentation in %	10,3	8,8	7,6	13,9	15,3
Summe	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Quelle: FERNSEHFONDS AUSTRIA, Jahresberichte, Kommunikationsberichte, www.rtr.at

**Tabelle 11: Alle vom FERNSEHFONDS AUSTRIA 2004 bis 2013 geförder-
ten Produzenten**

	Summe	Projekte	Anteil	Kumu-	Durch-	Jahre
	in Euro		in %	liert in %	schnitt in Euro	
Satel Film GmbH	14.184.078,0	21	13,8	13,8	675.432,3	10
EPO - Filmproduktionsgesellschaft m.b.H.	10.184.718,0	30	9,9	23,7	339.490,6	10
MONA Film Produktion GmbH	8.643.686,0	22	8,4	32,1	392.894,8	6
MR-Film Kurt Mrkwicka Gesellschaft m.b.H.	8.433.748,0	17	8,2	40,2	496.102,8	10
DOR FILM Produktionsgesellschaft m.b.H.	6.520.399,0	20	6,3	46,6	326.020,0	9
Wega-Filmproduktionsgesellschaft m.b.H.	6.434.067,0	23	6,2	52,8	279.742,0	9
Graf Filmproduktion GmbH	6.300.000,0	19	6,1	58,9	331.578,9	9
Aichholzer Filmproduktion GmbH	3.862.534,0	9	3,8	62,7	429.170,4	6
Lotus-Film Gesellschaft m.b.H.	3.190.749,0	6	3,1	65,8	531.791,5	5
LISA Film Produktion GmbH	2.985.897,6	9	2,9	68,7	331.766,4	6
ALLEGRO Filmproduktionsgesellschaft m.b.H.	2.676.067,0	7	2,6	71,3	382.295,3	7
Sunset Austria GmbH	1.872.783,0	2	1,8	73,1	936.391,5	2
Interspot Film-Gesellschaft m.b.H.	1.686.775,0	18	1,6	74,7	93.709,7	8
FILM27 Multimedia Produktions GmbH	1.679.448,0	5	1,6	76,4	335.889,6	5
SK-Film- und Fernsehproduktionsgesellschaft m.b.H.	1.669.000,0	5	1,6	78,0	333.800,0	5
STAR FILM Gesellschaft m.b.H.	1.665.000,0	2	1,6	79,6	832.500,0	2
Eclipse Filmpartner Film- und Fernsehproduktion GmbH	1.530.000,0	4	1,5	81,1	382.500,0	4
Terra Internationale Filmproduktion GmbH	1.260.000,0	2	1,2	82,3	630.000,0	2
pre tv Gesellschaft für Film- und Videoproduktion m.b.H.	1.210.873,8	9	1,2	83,5	134.541,5	8
Mungo Film- und Fernsehproduktionsgesellschaft m.b.H.	1.135.000,0	2	1,1	84,6	567.500,0	2
Tellux Film GmbH	1.022.997,0	7	1,0	85,6	146.142,4	6
Siegfried Borutta (Pale.Blue.Productions)	828.483,0	4	0,8	86,4	207.120,8	2
ON-MEDIA TV- und Filmproduktion GmbH	821.753,0	18	0,8	87,2	45.652,9	6
MAKIDO Filmproduktion GmbH	722.024,0	4	0,7	87,9	180.506,0	2
FISCHER FILM GmbH	709.619,0	7	0,7	88,6	101.374,1	6
Nikolaus Geyrhalter Filmproduktion GmbH	638.675,0	15	0,6	89,2	42.578,3	7
Cult-Filmproduktionsgesellschaft m.b.H.	624.207,0	3	0,6	89,8	208.069,0	3
Metafilm GmbH	614.237,0	6	0,6	90,4	102.372,8	3
Adi Mayer's Filmbüro GmbH	550.550,0	2	0,5	90,9	275.275,0	2
PRISMA Film- und Fernsehproduktion GmbH	525.000,0	3	0,5	91,5	175.000,0	3
SUPERFILM Filmproduktions GmbH	524.000,0	2	0,5	92,0	262.000,0	2
Langbein & Partner Media GmbH & Co KG	517.143,0	11	0,5	92,5	47.013,0	8
"Breitwandfilm" Medienproduktion, Design und Verleih GesmbH	489.793,0	1	0,5	92,9	489.793,0	1
NAVIGATOR FILM PRODUCTION – Verein zur Förderung und Durchführung von Filmprojekten & Co KG	464.322,0	8	0,5	93,4	58.040,3	7
Couchkino GmbH	450.000,0	1	0,4	93,8	450.000,0	1
"Power of Earth" TV & Film Productions Gesm.b.H.	416.865,0	4	0,4	94,2	104.216,3	4

	Summe	Projekte	Anteil	Kumu-	Durch-	Jahre
	in Euro		in %	liert in %	schnitt in Euro	
Kurt Mayer	404.508,0	8	0,4	94,6	50.563,5	6
FWG-Foto-Werbegesellschaft m.b.H.	390.792,0	3	0,4	95,0	130.264,0	2
Berge 7 Filmproduktions GmbH	320.000,0	1	0,3	95,3	320.000,0	1
FRAMES filmproduktion GmbH	320.000,0	1	0,3	95,6	320.000,0	1
coop 99 filmproduktion G.m.b.H	301.222,0	4	0,3	95,9	75.305,5	4
MISCHIEF FILM – Verein zur Förderung des Dokumentarfilms KG	288.323,0	6	0,3	96,2	48.053,8	4
Cosmos Factory Filmproduktion GmbH	251.981,0	4	0,2	96,4	62.995,3	3
AMOUR FOU Filmproduktion GmbH	190.520,0	4	0,2	96,6	47.630,0	4
Felix Breisach Medienwerkstatt GmbH	180.721,0	5	0,2	96,8	36.144,2	5
E & A Public Relations Gesellschaft m.b.H.	180.000,0	1	0,2	97,0	180.000,0	1
DoRo Filmproduktionsgesellschaft mbH	178.403,0	1	0,2	97,2	178.403,0	1
tv and more.net TV und Internetproduktionsgesellschaft m.b.H.	175.264,0	1	0,2	97,3	175.264,0	1
LAUFBILDGESELLSCHAFT mbH – Film & Videoproduktion	132.444,0	4	0,1	97,5	33.111,0	4
RAN - Film - TV - Filmproduktion Alfred Ninaus	131.085,0	2	0,1	97,6	65.542,5	2
MABON FILM GmbH	121.000,0	3	0,1	97,7	40.333,3	2
Tresor TV Produktions GmbH	120.657,0	2	0,1	97,8	60.328,5	2
TALK TV Produktionsgesellschaft m.b.H.	120.000,0	1	0,1	97,9	120.000,0	1
Golden Girls Filmproduktion & Filmservices GmbH	120.000,0	2	0,1	98,0	60.000,0	2
HANN Filmproduktionsgesellschaft m.b.H.	116.974,0	4	0,1	98,2	29.243,5	4
Petrus van der Let	107.106,0	5	0,1	98,3	21.421,2	4
Thomas RilK (Filmproduktion)	101.600,0	3	0,1	98,4	33.866,7	3
PAMMER FILM e.U.	97.753,0	6	0,1	98,5	16.292,2	5
Vincent Lucassen	97.439,0	3	0,1	98,6	32.479,7	3
Neue Sentimental Film Austria AG	86.279,0	2	0,1	98,6	43.139,5	2
EuroArts Music International GmbH	85.000,0	1	0,1	98,7	85.000,0	1
COMTEL Fernseh- und Filmproduktions Ges.m.b.H.	73.533,0	1	0,1	98,8	73.533,0	1
Telemotion Werbeges.m.b.H.& Co KG	66.000,0	1	0,1	98,9	66.000,0	1
Filmbäckerei Fasolt-Baker KEG	64.000,0	1	0,1	98,9	64.000,0	1
Alternative Productions GmbH	63.520,0	2	0,1	99,0	31.760,0	1
A 1 plus Film- und TV-Filmproduktions Gesellschaft m.b.H.	63.000,0	1	0,1	99,0	63.000,0	1
VERMEER-FILM e.U.	58.954,0	2	0,1	99,1	29.477,0	2
CINE MERCURY Film-Fernsehproduktion Ges.m.b.H.	58.000,0	1	0,1	99,1	58.000,0	1
Kubefilm GmbH	55.000,0	1	0,1	99,2	55.000,0	1
Lhotsky Film Gesellschaft m.b.H. & Co KG	55.000,0	3	0,1	99,2	18.333,3	3
WAILAND FILMPRODUKTION KEG	52.160,0	2	0,1	99,3	26.080,0	2
PLAESION Film + Vision e.U.	52.000,0	1	0,1	99,3	52.000,0	1
Pröll Film Produktion GmbH	50.000,0	1	0,0	99,4	50.000,0	1
Barbara Weissenbeck	48.655,0	3	0,0	99,4	16.218,3	3
Knut Ogris	47.103,0	1	0,0	99,5	47.103,0	1

	Summe	Projekte	Anteil	Kumu-	Durch-	Jahre
	in Euro		in %	liert in %	schnitt in Euro	
Walter Wehmayer	46.031,0	3	0,0	99,5	15.343,7	3
Verein Gamsfilm - Film- und Musikproduktion- & CO KEG	43.000,0	1	0,0	99,6	43.000,0	1
Thomas Strasser	41.970,0	1	0,0	99,6	41.970,0	1
Blackbox Film & Medienproduktion GmbH	40.000,0	1	0,0	99,6	40.000,0	1
Gernot Stadler	39.900,0	1	0,0	99,7	39.900,0	1
MOBILEFILM PRODUKTION KUSTURICA UND TESTOR OEG	37.500,0	2	0,0	99,7	18.750,0	2
Heinz Zeggli Gesellschaft m.b.H.	36.000,0	1	0,0	99,8	36.000,0	1
Karin Kaufmann	34.651,0	2	0,0	99,8	17.325,5	1
Seven Film- und Postproduction GmbH	30.000,0	1	0,0	99,8	30.000,0	1
Degn Film Fernseh-, Film- u. Videoproduktionsgesellschaft m.b.H.& Co KG	26.681,0	1	0,0	99,9	26.681,0	1
FilmForm Köln GmbH	25.000,0	1	0,0	99,9	25.000,0	1
DI Helmut Potutschniq	24.781,0	2	0,0	99,9	12.390,5	2
Bonus Film GesmbH	24.372,0	1	0,0	99,9	24.372,0	1
Cinevision TV & Videoproduktion Gesellschaft m.b.H. & Co KG	19.993,0	1	0,0	100,0	19.993,0	1
MARKAND Media GmbH	18.972,0	1	0,0	100,0	18.972,0	1
SINE LEGE FILM & Medien Produktion OG	11.700,0	1	0,0	100,0	11.700,0	1
prospera Medienproduktion gmbH	10.000,0	1	0,0	100,0	10.000,0	1

Quelle: FERNSEHFONDS AUSTRIA, eigene Berechnungen

Ein Blick auf die Liste aller zwischen 2004 und 2013 geförderten Produzenten (Tabelle 11) zeigt, dass auch hier, wie schon beim Auftragsvolumen des ORF zu beobachten war, eine kleine Zahl von Produktionsunternehmen einen relativ hohen Anteil am Gesamtfördervolumen erhält. Die vier größten Fördernehmer beanspruchten 40 % des Budgets, die Top 10 nicht ganz 70 %, der Rest verteilt sich auf weitere 82 Unternehmen. Naturgemäß wurden jene Produzenten, die einen hohen Anteil am Gesamtbudget halten, auch über den gesamten Zeitraum hinweg regelmäßig mit Förderungen bedacht (letzte Spalte). Doch auch Unternehmen, die vor allem im Dokumentarfilmbereich tätig sind und daher geringere Fördermittel beantragen, kamen wiederholt in den Genuss von Förderungen. Insgesamt zeigt eine genauere Betrachtung der Fördergeschichte, dass dieses Förderinstrument sich durch ein hohes Maß an Durchlässigkeit für eine Vielzahl von großen und kleinen Unternehmen auszeichnet. Dies lässt sich an verschiedenen Kennzahlen ablesen.

Tabelle 12 etwa zeigt, dass nur eine geringe Zahl von Produktionsunternehmen über den gesamten Zeitraum Förderungen bekam. Lediglich drei Unternehmen wurden in allen zehn Jahren gefördert, 33 Produzenten nur einmal. Die Mehrzahl wurde in weniger als drei Jahren gefördert.

Tabelle 12: Wiederholte Förderung in den zehn Jahren seit der Gründung des FERNSEHFONDS AUSTRIA

Gefördert in	Anzahl der Produzenten
nur einem Jahr	33
2 Jahren	18
3 Jahren	9
4 Jahren	8
5 Jahren	5
6 Jahren	7
7 Jahren	3
8 Jahren	3
9 Jahren	3
allen 10 Jahren	3

Quelle: FERNSEHFONDS AUSTRIA, eigene Berechnung

Tabelle 13: Verteilung der Förderung auf die geförderten Unternehmen 2004 bis 2013

	2004	2005	2006	2007	2008
Anzahl der geförderten Unternehmen	30	25	28	27	28
95 % der Förderungen gehen an	19	16	17	15	15
Anteil an der Gesamtzahl der Unternehmen	63 %	64 %	61 %	56 %	54 %
Anzahl der zuvor nicht geförderten Unternehmen	30	11	6	9	11

	2009	2010	2011	2012	2013
Anzahl der geförderten Unternehmen	36	34	27	33	29
95 % der Förderungen gehen an	20	17	15	20	16
Anteil an der Gesamtzahl der Unternehmen	56 %	50 %	56 %	61 %	55 %
Anzahl der zuvor nicht geförderten Unternehmen	9	7	3	5	2

Quelle: FERNSEHFONDS AUSTRIA

Tabelle 14: Gesamtherstellungskosten, Herstellungskosten in Österreich, Summe der Förderungen (in Mio. Euro) 2004 bis 2013

	2004	2005	2006	2007	2008
Herstellungskosten gesamt	-	48,0	49,0	50,0	54,5
Herstellungskosten in Österreich	29,3	24,0	21,0	24,5	26,0
Summe der Förderungen	7,2	7,5	7,3	7,0	7,4
Multiplikator	4,1	3,2	2,9	3,5	3,5

	2009	2010	2011	2012	2013
Herstellungskosten gesamt	77,8	90,3	73,0	95,0	75,0
Herstellungskosten in Österreich	38,8	46,3	35,3	43,0	39,9
Summe der Förderungen	11,5	13,9	12,2	15,8	13,2
Multiplikator	3,4	3,3	2,9	2,7	3,0

Quelle: FERNSEHFONDS AUSTRIA, Jahresberichte, Kommunikationsberichte, www.rtr.at

Im direkten Vergleich mit der Vergabepolitik des ORF zeigt sich, dass die Verteilung der Förderungen über die Fördernehmer gleichmäßiger ist als bei der Beauftragung mit Projekten durch den ORF (vgl. dazu Tabelle 5 mit Tabelle 13). Zum Vergleich der Konzentration wurde jenes (leider nicht sehr anschauliche) Maß herangezogen, das sich im Filmwirtschaftsbericht zur Bewertung der Mittelverteilung des ORF Verwendung findet.³⁵ Es weist die Anzahl der Firmen aus, die 95 % der vergebenen Mittel auf sich vereinen. Zwar ist die Zahl der vom ORF mit hohen Produktionsbudgets bedachten Firmen deutlich größer als die Zahl der Firmen, die vom FERNSEHFONDS AUSTRIA mit hohen Beträgen gefördert wurden, der relative Anteil der Firmen, die 95 % des Gesamtbudgets des FERNSEHFONDS AUSTRIA konsumierten, ist aber deutlich kleiner. Während sich in dieser „Klasse“ beim ORF etwas über 30 % der Unternehmen befinden, sind es beim FERNSEHFONDS AUSTRIA zwischen 50 und 60 %. Die Förderrichtlinien gewährleisteten offensichtlich eine gleichmäßigere Verteilung der Budgets auf die Fördernehmer, als dies bei der Vergabe von Produktionsbudgets durch den ORF der Fall ist.

Ein weiteres Indiz für die Durchlässigkeit des Förderinstruments ist die Zahl der in jedem Jahr neu hinzugetretenen Produktionsunternehmen, die in der letzten Zeile der Tabelle 13 ausgewiesen werden. Die Zahl der neuen, bislang nicht geförderten Unternehmen nimmt naturgemäß ab, grundsätzlich kamen aber bislang in jedem Jahr immer auch neue Firmen zum Zug.

Tabelle 14 zeigt schließlich noch das Verhältnis der Förderungen zu den Gesamtherstellungskosten und den in Österreich ausgegebenen Produktionsbudgets (auf der Basis der dem FERNSEHFONDS AUSTRIA vorgelegten Kalkulationen). Wie zuvor ausgeführt, müssen die vom FERNSEHFONDS AUSTRIA unterstützten Projekte das 1,5-Fache der Förderung in Österreich für die Herstellung ausgeben. Tatsächlich lag der Multiplikator im ersten Jahr sogar bei 4, pendelte sich dann aber in den Jahren danach bei rund 3 ein.

³⁵ Vgl. www.filmwirtschaftsbericht.at.

Der FERNSEHFONDS AUSTRIA aus der Perspektive der Produzenten

Berechenbarkeit und Durchlässigkeit

Was den FERNSEHFONDS AUSTRIA in den Augen der Produzenten gegenüber vielen anderen Förderinstrumenten auszeichnet, ist das hohe Maß an Berechenbarkeit. Da es klare Richtlinien gibt und die Entscheidung über die Förderung nicht von einer Jury, sondern letztlich vom Geschäftsführer unter Einbeziehung eines Fachbeirates und nach transparenten Regeln getroffen wird, lässt sich der Erfolg eines Ansuchens relativ gut antizipieren. Die explizite Ausrichtung des FERNSEHFONDS AUSTRIA an überprüfbaren Kriterien und nicht an ästhetischen Wertungen wird von allen Befragten als klarer Vorzug dieser Fördereinrichtung betrachtet. Der breite Konsens überrascht insofern, als wir in unsere Stichprobe bewusst auch Unternehmen aufgenommen haben, die stark im Arthouse-Kino bzw. im anspruchsvollen Dokumentarfilm verankert sind und deshalb Schwierigkeiten haben, am Fernsehmarkt zu reüssieren. Aus den schlechten Erfahrungen mit Jury-Entscheidungen folgt ein einhelliges Bekenntnis zu transparenten Entscheidungsverfahren – auch wenn die Kriterien für den einen oder anderen Produzenten nicht immer von Vorteil sind.

„Der Fernsehfonds zeichnet sich in einem hohen Ausmaß durch Berechenbarkeit aus. Es ist klar, welche Kriterien es braucht, um tatsächlich die Förderungen zu bekommen.“

„Wenn [...] ich alle Richtlinien erfüllt habe, dann bekomme ich das Geld – ohne Ansehen der Person und der Firma.“

„Wir schätzen die Planungssicherheit. Es ist furchtbar, wenn man an Projekten lange Zeit arbeitet und dann gibt es eine zufällige Juryentscheidung unter einer zufälligen Juryzusammensetzung, die dann das Projekt, woran man zweieinhalb Jahre gearbeitet hat, nicht mehr so interessant findet.“

„Niemand kann sich anmaßen, über ein Produkt ein Urteil zu sprechen, das er nur vom Papier her kennt. Manche Förderungen sind reinste Lotterie. Du kannst das beste Projekt haben, das alle Parameter erfüllt, und trotzdem diskutieren dann sechs Leute, ob sie das fördern oder nicht.“

„Ich finde es gut, dass es eine Geschäftsführerentscheidung ist und es einen Beirat gibt. Ich halte diese Jurysysteme mittlerweile für anachronistisch.“

Die gut operationalisierbaren Richtlinien und der im Wesentlichen transparente Entscheidungsprozess sorgen, wie auch die Analyse der Antragstellungen gezeigt hat, für ein hohes Maß an Durchlässigkeit.

„Es ist eine Wirtschaftsförderung und keine inhaltliche Förderung, daher haben alle eigentlich ähnliche Chancen.“

„Wenn ich mir so anschau, wer Fördergelder bekommt, fällt mir auf, dass immer wieder neue Produktionsfirmen dabei sind. Wenn man eine saubere Einreichung macht und ein ernstzunehmendes Projekt hat, kriege ich eine Förderung. Es zählen da nicht alte Seilschaften.“

Zur Frage der inhaltlichen Bewertung

Nichtsdestotrotz meinen einige Produzenten, dass inhaltliche Fragen nicht ganz außer Acht gelassen werden sollen. Der Erfolg am Markt, d.h. die Nachfrage durch die Fernsehsender, sollte nicht das einzige Kriterium für die Förderung sein. Fernsehfilmproduktionen tragen in gewisser Weise ja auch zur kulturellen Vielfalt und Identität eines Landes bei und bedürfen daher der Unterstützung von öffentlicher Seite.

„[...] es gibt Produktionen, die anders gestrickt sind [als die großen kommerziellen Fernsehfilmproduktionen; Anm. der Verfasser]. Wenn man eine gewisse Vielfalt und Qualität erhalten, wenn man zur Identitätsbildung beitragen will, dürfen wir nicht nur fördern, was garantiert auf anderen Märkten auch funktioniert. [...] Wollen wir uns auch Filme leisten, die etwas erzählen aus diesem Land, oder solle es nur noch um die Erträge gehen?“

So wichtig dieser Standpunkt auch sein mag, durch die Berücksichtigung kultureller Kriterien tritt natürlich ein gewisses Maß an Willkür in die Bewertung der Projekte. Dieses grundsätzliche Dilemma blieb auch in den Gesprächen nicht unerwähnt.

„Manche Produkte haben es schwerer, die Kriterien zu erfüllen, obwohl diese der Förderung eher bedürfen. Ich habe aber kein Rezept, wie man dieses Problem ändern kann.“

Die Skepsis gegenüber weichen, weniger operationalisierbaren und überprüfbareren Bewertungskriterien bleibt. Aus diesem Grund wird auch der Ermessensspielraum bei der Vergabe der Förderung, wie er in den

Richtlinien des FERNSEHFONDS AUSTRIA für bestimmte Produktionen vorgesehen ist (siehe Kapitel 3.1.1), zuweilen kritisch gesehen. Zwar werden vier Kriterien (kulturelle Identität, Beschäftigungseffekt im technisch-kreativen Bereich, hohes Maß an Verwertung, Innovationen im Bereich Herstellung und Vertrieb) für einen erhöhten Förderungsanteil (bis zu 30 %) genannt, die aber einigen Befragten im Gegensatz zu den anderen äußerst transparenten und objektiven Entscheidungsrichtlinien nicht ausreichend operationalisiert erscheinen. Dadurch tritt wiederum ein gewisses Maß an Unsicherheit in den Beantragungsprozess. Zudem besteht die Gefahr, dass Fördernehmer in Antizipation möglicher Kürzungen höhere Förderanteile in die Kalkulation aufnehmen als vom Projekt her gerechtfertigt und notwendig.

Dialog mit der Branche und Abwicklung

Als weiterer Vorzug des FERNSEHFONDS AUSTRIA wird auch der Dialog mit den Branchenvertretern genannt. Die Richtlinien werden im Austausch mit der Industrie weiterentwickelt und an die veränderten Bedingungen adaptiert.

„Der Geschäftsführer und seine Mitarbeiter sind im ständigen Kontakt mit der Branche und mit den Verbänden.“

So ist gewährleistet, dass die Realität der Produzenten Eingang in die Weiterentwicklung der Förderinstrumente findet. Insgesamt wird in den Gesprächen von allen Seiten die hohe Kompetenz der Mitarbeiter des FERNSEHFONDS AUSTRIA hervorgehoben. So meinte etwa der Vertreter eines Fernsehsenders, dass die Gespräche *„immer vom Willen geprägt [sind], sich mit dem Thema auseinanderzusetzen. Man hat das Gefühl, die nehmen die Probleme ernst.“*

Auch was die Antragsstellung, die Bearbeitung der Förderanträge und die Abwicklung der Förderung anlangt, fallen die Urteile grundsätzlich positiv aus, obwohl die Erfahrungen hier etwas divergieren. Der Aufwand der Beantragung wird als hoch eingestuft, dem Ausmaß der Förderungen aber angemessen.

„Die Beantragung bindet ganz schön viel Zeit und Energie. Das ist für ein kleines Unternehmen nicht ganz einfach. Aber dem steht ja auch etwas gegenüber. Ich könnte jetzt nicht sagen, dass irgendeines dieser Formulare und irgendeine Beilage unnötig wäre.“

Was allenthalben eingefordert wird, ist mehr Flexibilität und Kommunikation in der Einreichphase. Zwar bestand auch bisher schon die Möglichkeit, Teile des Antrags zu einem späteren Zeitpunkt nachzureichen und Finanzierungsmodelle bzw. Verträge vorweg prüfen zu lassen, diese Angebote werden aber offensichtlich von den Antragstellern unterschiedlich wahrgenommen. In diesem Zusammenhang werden von einem Produzenten individuelle Vor- bzw. Feedbackgespräche angeregt.

Gleichermaßen unterschiedlich fällt auch die Bewertung der Geschwindigkeit der Abwicklung aus, die von einigen als „zügig“, „effizient“ und „positiv“ bezeichnet wird, von anderen wiederum als zu langsam erlebt wird. Insbesondere bei der Auszahlung der Raten wünschen sich einige der Befragten etwas mehr Flexibilität, zumal die Zwischenfinanzierung über Kredite in Österreich kaum möglich ist.

„Das größte Problem, das wir im Moment haben, ist, dass [...] eine Zahlung erst dann gemacht wird, wenn wirklich alles nach Punkt und Komma passt. Irgendwo ist das auch nachzuvollziehen, aber dennoch wünschen wir uns mehr Flexibilität: So könnte man etwa Raten unter dem Vorbehalt auszahlen, dass noch Änderungen gemacht werden. Sonst wird das Geld zurückgefordert.“

Ein weiteres Problem, das in diesem Zusammenhang erwähnt wurde, war die frühe Ausschöpfung des Förderbudgets im Förderjahr 2013. Da die Zahl der Anträge bei den beiden ersten Einreichterminen sehr hoch war, wurde bereits in der ersten Jahreshälfte der Großteil des Budgets vergeben. Dies liegt wohl auch an den in der Branche üblichen Planungs- und Produktionszyklen: Da die Fernsehsender in der Regel im Herbst die Produktionen des folgenden Jahres planen, gelangen zum ersten Termin im Kalenderjahr die meisten Projekte zur Einreichung. Eine Verteilung des Förderbudgets auf die vier Einreichtermine wäre daher kontraproduktiv und gegen den Geist der Förderung. Dadurch kann allerdings die Situation entstehen, dass Projekte, die erst in der zweiten Jahreshälfte eingereicht werden, nicht mehr gefördert werden können. Eine Lösung ist hier nur durch eine höhere Dotierung des FERNSEHFONDS AUSTRIA herbeizuführen, die angesichts der steigenden Zahl von Anträgen angezeigt scheint.

3.2 Länderförderungen und andere Förderungen

Wie Tabelle 15 zeigt, haben auch die in den Bundesländern angesiedelten Förderstellen Fernsehproduktionen teilweise mit beachtlichen Beträgen unterstützt. Seit Bestehen des FERNSEHFONDS AUSTRIA standen jährlich aus den Länderförderungen zusätzlich rund 5 Mio. Euro für die Fernsehfilmproduktion zur Verfügung. Leider sind die Daten für weiter zurückliegende Jahre lückenhaft. Für einige Länder wie z.B. Oberösterreich oder Salzburg werden aber auch aus den Jahren vor 2004 bereits beträchtliche Fördersummen für Fernsehproduktionen berichtet.³⁶ Die Entwicklungen seither und die Verteilung auf die Genres sind von Land zu Land sehr unterschiedlich. In den meisten Ländern variieren die Förderbeträge zudem von einem Jahr auf das andere sehr stark. Eine Tendenz hin zur Förderung von Serienproduktion, wie beim FERNSEHFONDS AUSTRIA zu beobachten, lässt sich eigentlich nur in Niederösterreich ausmachen. Eine besondere Rolle bei der Förderung von Fernsehproduktionen kommt insbesondere dem Filmfonds Wien und dem Land Niederösterreich zu. Das Land Oberösterreich, zu Beginn des Beobachtungszeitraums noch mit großen Beträgen einer der wichtigsten regionalen Förderer, hat seine Förderungen für Fernsehproduktionen deutlich verringert. CINESTYRIA liegt nach einem Hoch in den Jahren 2008 und 2009 wieder im sechsstelligen Mittelfeld, wo sich auch Salzburg und – etwas darunter – Tirol befinden.

³⁶ Vgl. Dachverband der Filmschaffenden et al. 2013.

Tabelle 15: Landesförderungen für die Fernsehfilmproduktion

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Filmfonds Wien								
Dokumentation		448.666	308.938	580.118	480.489	623.834	451.500	518.840
Fernsehfilm		1.035.760	515.000	126.888	780.000	555.000	1.385.162	903.000
Serie			360.000	250.000		300.000	491.400	450.000
Gesamt	1.565.605	1.484.426	1.183.938	957.006	1.260.489	1.478.834	2.328.062	1.871.840
Niederösterreichische Landesregierung								
Dokumentation	257.000	296.273	611.933	546.897	435.000	408.000	407.000	328.375
Fernsehfilm	562.500	229.512	132.500	75.000	120.000	150.000	690.000	275.000
Serie		300.000	90.000	180.000	150.000	310.000	362.000	525.000
Gesamt	819.500	825.785	834.433	801.897	705.000	868.000	1.459.000	1.128.375
CINESTYRIA								
Dokumentation		170.000	100.000	184.956	160.000	143.524	162.000	218.000
Fernsehfilm		350.000	335.000	700.000	660.000	400.000	430.000	475.000
Serie		198.000	238.000		160.000	752.500		
Gesamt	574.500	718.000	673.000	884.956	980.000	1.296.024	592.000	693.000
Cine Art Steiermark								
Dokumentation						182.155	113.700	72.000
Fernsehfilm						30.000	20.000	
Serie								
Gesamt						212.155	133.700	72.000
Land Oberösterreich – Direktion Kultur								
Dokumentation		13.500	5.000	20.500	15.000	5.000	84.000	94.000
Fernsehfilm							50.000	50.000
Serie								
Gesamt		13.500	5.000	20.500	15.000	5.000	134.000	144.000
Land Oberösterreich – Abteilung Wirtschaft								
Dokumentation		50.000		4.750	85.000	60.000	9.000	28.000
Fernsehfilm	110.000	190.500	205.000		50.000	66.400		
Serie	1.255.270	375.000	637.500	175.235	477.350	406.500	270.000	526.000
Gesamt	1.365.270	615.500	842.500	179.985	612.350	532.900	279.000	554.000

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Land Salzburg – Kulturabteilung								
Dokumentation								30.000
Land Salzburg – Abteilung Wirtschaft, Forschung und Tourismus								
Dokumentation					30.000	69.600	27.500	10.000
Fernsehfilm					275.000	145.000	100.000	350.000
Serie					220.000		80.000	80.000
Gesamt	569.776	607.750	650.000	650.000	525.000	214.600	207.500	440.000
CINE TIROL								
Dokumentation	6.000	46.685	10.000	5.000		76.000	5.000	15.000
Fernsehfilm	270.000	547.500	335.000	305.000	240.000	220.000	190.000	70.000
Serie	120.000	240.000	70.000		140.000	70.000		70.000
Gesamt	396.000	834.185	415.000	310.000	380.000	366.000	195.000	155.000
Land Tirol – Kulturabteilung								
Dokumentation			7.000	19.000	15.000	8.000	99.200	36.300
Land Kärnten – Kulturabteilung								
Dokumentation	1.300		2.000			14.200	16.500	22.100
Fernsehfilm							50.000	75.000
Gesamt	1.300	0	2.000	0	0	14.200	66.500	97.100
Burgenland – Abt. 7 Kultur, Wissenschaft und Archiv								
Dokumentation					12.000			15.000
Land Vorarlberg – Kultur								
Dokumentation							1.500	5.000
Fernsehfilm						4.500	2.000	
Gesamt						4.500	3.500	5.000
Summe	5.291.951	5.099.146	4.612.871	3.823.344	4.504.839	5.000.213	5.497.462	5.241.615

Quelle: Dachverband der österreichischen Filmschaffenden et. al (2013), eigene Berechnungen

Der Vollständigkeit halber seien hier noch zwei weitere Förderungen erwähnt, die zwar nicht der unabhängigen Fernsehfilmproduktion zugute kommen, dennoch für die Fernsehlandschaft von Relevanz sind.³⁷

Mit dem regelmäßig erneuerten Film/Fernseh-Abkommen verpflichtet sich der ORF seit 1981, österreichische Kinofilme mitzufinanzieren. Die Entscheidungen über die Mittelvergabe werden von einer gemeinsamen Kommission des Film/Fernseh-Abkommens getroffen, die mit Vertretern des ORF und des Österreichischen Filminstituts besetzt ist, wobei lediglich Projekte in Erwägung gezogen werden, die bereits eine Förderzusage des Österreichischen Filminstituts oder einer anderen österreichischen Filmförderstelle vorweisen können. Die Mittel sind über die Jahre sukzessive angehoben worden. Im jüngsten Abkommen von 2011 wurde eine Unterstützung von jährlich 8 Mio. Euro bis 2013 vereinbart.

Während mit dem Film/Fernseh-Abkommen der ORF einen Beitrag zur Finanzierung von Filmproduktionen leistet, stellt der Privatrundfunkfonds privaten Rundfunkveranstaltern jährlich 15 Mio. Euro für die Erbringung eines hochwertigen und vielfältigen Programmangebots zur Verfügung. Zwischen 60 und 70 % dieser Mittel kommen Fernsehsendern zugute, die u.a. um Förderung für qualitätsvolle Programme ansuchen können. Diese Programme müssen einen Beitrag zur regionalen und lokalen Identität leisten und den Pluralismus in der österreichischen Medienlandschaft fördern. Da vor allem Eigenproduktionen im engeren Sinne (also Produktionen, die tatsächlich im Haus hergestellt werden) gefördert werden, profitieren die unabhängigen Fernsehproduzenten davon kaum.

³⁷ Siehe dazu Ungerböck 2002, S. 74 f., Resch 2008, S. 197 ff., www.filminstitut.at, www.rtr.at.

Die Förderlandschaft insgesamt aus der Perspektive der Produzenten

Viele der vom FERNSEHFONDS AUSTRIA geförderten Projekte werden zusätzlich auch von den Förderstellen der Bundesländer unterstützt, die sich zum einen durch Dreharbeiten im Land einen Werbeeffect für den Tourismus, zum anderen eine gewisse Wertschöpfung erhoffen. Die Finanzierungsanteile sind in der Regel im einstelligen Prozentbereich, also deutlich kleiner als die Anteile des FERNSEHFONDS AUSTRIA, und variieren von Projekt zu Projekt. In Summe sind aber die Förderungen nicht zu vernachlässigen. Dem FERNSEHFONDS AUSTRIA kommt offensichtlich in diesem Zusammenhang eine gewisse Leit- und Vorbildfunktion zu. So meinte etwa einer der befragten Produzenten, dass sich „*die anderen regionalen Förderstellen immer mehr am Fernsehfonds orientieren*“ würden.

Allerdings wird auch zuweilen die mangelnde Abstimmung der unterschiedlichen Förderungen, Einreichtermine und Prozedere aufeinander beklagt. Als relativ gut verzahnt gelten der FERNSEHFONDS AUSTRIA und der Filmfonds Wien, der größte unter den regionalen Fonds. Andere Förderstellen haben aber gänzlich andere Richtlinien und, was noch schwerer wiegt, unterschiedliche Modalitäten der Einreichung. Vor allem die Vorgaben für die Kalkulation divergieren teilweise stark und führen zu einem deutlichen Mehraufwand, sobald unterschiedliche Fördereinrichtungen beteiligt sind. Abhilfe würde hier eine Harmonisierung der Systeme verschaffen.

Zu hinterfragen ist auch ganz grundsätzlich im Zeitalter der Konvergenz, d.h. dem Zusammenwachsen unterschiedlicher Medien- und Verbreitungstechnologien, die starke Trennung von Film- und Fernsehförderung. Da Content immer öfter simultan oder konsekutiv über verschiedenste Vertriebskanäle verwertet wird,³⁸ stellt sich die Frage, ob die entlang von Verwertungszusammenhängen organisierten Förderinstrumente noch der Realität der Filmvermarktung entsprechen:

³⁸ Karmasin und Winter 2006.

„Ich denke, dass es im Bereich der Filmförderung einen ganz klaren Schritt weg von der traditionellen Verleihförderung geben muss. Insgesamt brauchen alle Einrichtungen, die sich mit der Produktion und der Vermarktung von Filmen beschäftigen, ein neues Konzept des Vertriebs. Die Vertriebswege haben sich rasant verändert und werden sich noch weiter ändern. Dieses völlige Auseinanderhalten z.B. von Kino-Projekten und Fernseh-Projekten ist nicht mehr zeitgemäß. [...] Unsere Modelle stammen noch aus einer Zeit, als 70 % der Österreicherinnen und Österreicher bei einer Ausstrahlung im ORF vor dem Fernseher gesessen sind. Mittlerweile sitzen da 5 %, aber wenn der Film gut ist, wird der auch irgendwo anders noch angeschaut. Das Förderwesen muss sich auf diese neue Situation einstellen.“



4 Die Entwicklung der Filmproduktionslandschaft

4.1 Allgemeiner Überblick über die Branche

Daten zur Filmwirtschaft in Österreich werden sowohl von der Statistik Austria als auch vom Fachverband der Film- und Musikindustrie in der Wirtschaftskammer Österreich erhoben. Leider weichen die Zahlen aufgrund der unterschiedlichen Klassifikationen und Erhebungsformen voneinander ab. Ein Vergleich über einen längeren Zeitraum ist aufgrund der unterschiedlichen Erhebungsphasen nur eingeschränkt möglich. Tabelle 16 zeigt die Entwicklung der Branche von 2008 bis 2011³⁹ anhand von Daten der Leistungs- und Strukturstatistik der Statistik Austria. Die Angaben beruhen auf einer sogenannten Konzentrationsstichprobe, die ab einem gewissen Schwellenwert alle größeren Unternehmen einer Branche erfasst. Die Werte werden unter Zuhilfenahme von Verwaltungsdaten (z.B. Sozialversicherungs- und Umsatzsteuerdaten) auf die gesamte Branche hochgerechnet.

In der Filmproduktionsbranche im engeren Sinne⁴⁰ waren laut Statistik Austria 2011 1.863 Unternehmen tätig, wobei die Mehrzahl der Firmen Kino- und Fernsehfilmproduktion als Haupttätigkeit angibt. Die Anzahl der Unternehmen ist in den Jahren seit 2008 leicht gestiegen. Wie sich die Zahl der Unternehmen in den Jahren und Jahrzehnten davor entwickelt hat, lässt sich aufgrund der lückenhaften Zeitreihen und unterschiedlichen Erhebungsformen nicht exakt angeben. Am zuverlässigsten sind diesbezüglich wohl die Angaben aus der Arbeitsstättenzählung 2001 der Statistik Austria.⁴¹ Diese weist für die Klasse „Film- und Videoherstellung“ (in der alten Klassifikation noch inklusive Postproduktion) 1.086 Unternehmen aus, 942 für die Kino- und Fernsehfilm-

³⁹ Jüngere Daten stehen im Filmwirtschaftsbericht leider nicht zur Verfügung.

⁴⁰ In der seit 2008 gültigen Klassifikation wird die Postproduktion (J59.12) separat ausgewiesen. Die Unterklasse J59.11 umfasst die Herstellung von Kino- und Fernsehfilmen, von Werbefilmen und Wirtschaftsfilmen.

⁴¹ Vgl. www.statistik.at.

herstellung, den Rest für Werbung bzw. Wirtschaftsfilm. Danach hat sich innerhalb einer Dekade die Zahl der Unternehmen verdoppelt. Dieser Befund wird auch von den Statistiken des Fachverbandes unterstützt, der seit der Liberalisierung der Gewerbeordnung Mitte der 1990er-Jahre einen deutlichen Anstieg der Gewerbeberechtigungen verzeichnet,⁴² wobei die Mehrzahl der Unternehmen Ein-Personen-Unternehmen (EPU) sind, d.h. über keine Angestellten verfügt – 2012 bereits 93 %.⁴³

Tabelle 16: Anzahl der Unternehmen in der Filmproduktionsbranche 2008 bis 2011

	2008	2009	2010	2011
Kino- und Fernsehfilmherstellung	1.389	1.459	1.467	1.529
Werbefilmherstellung	138	136	153	145
Wirtschaftsfilmherstellung	110	112	112	107
Nachbearbeitung	77	73	79	82
Filmproduktion gesamt	1.714	1.780	1.811	1.863

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik, zitiert nach: www.filmwirtschaftsbericht.at, eigene Berechnungen

Diese Entwicklung spiegelt sich auch in den Statistiken zur Beschäftigung wider. Auch hier dienen in Ermangelung zuverlässiger Zeitreihen wiederum die Angaben aus der Arbeitsstättenzählung 2001 als Referenz.⁴⁴ Diese weist für die gesamte Film- und Videoherstellung (inklusive Werbefilm, Wirtschaftsfilm und Nachbearbeitung) 2.089 unselbständig und 1.021 selbständig Beschäftigte aus. Verglichen mit den Zahlen der aktuellen Leistungs- und Strukturstatistiken (Tabelle 17) zeigt sich, dass die Zahl der unselbständig Beschäftigten nur geringfügig angestiegen ist (auf 2.444)⁴⁵, während die Zahl der Selbständigen um rund 80 % stieg. In Summe sind 2011 in der österreichischen Filmproduktion 4.245 Personen beschäftigt, 3.498 davon in der Kino- und Fernsehfilmherstellung, der Rest in der Herstellung von Werbe- bzw. Wirtschaftsfilmen und der Nachbearbeitung.

⁴² Vgl. www.filmwirtschaftsbericht.at.

⁴³ In der Arbeitsstättenzählung 2001 wird ein Anteil an EPU von 60 % ausgewiesen.

⁴⁴ Vgl. www.statistik.at.

⁴⁵ Unveröffentlichte Daten des Fachverbandes bestätigen diesen Befund.

Tabelle 17: Beschäftigte Filmproduktionsbranche 2008 bis 2011

	2008		2009		2010		2011	
	unselbst.	selbst.	unselbst.	selbst.	unselbst.	selbst.	unselbst.	selbst.
Kino- und Fernsehfilmherstellung	1.716	1.309	1.745	1.397	1.909	1.398	2.016	1.482
Werbefilmherstellung	222	116	206	114	216	134	210	133
Wirtschaftsfilmherstellung	156	103	135	105	119	109	124	106
Nachbearbeitung	72	67	90	63	91	72	94	80
Filmproduktion gesamt	2.166	1.595	2.176	1.679	2.335	1.713	2.444	1.801

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik, zitiert nach: www.filmwirtschaftsbericht.at, eigene Berechnungen

Tabelle 18a: Produktionswert der österreichischen Filmherstellung 2002 bis 2012 nach Art der Produktion, in Euro

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Filmproduktion	in Euro					
Kinofilme	14.891.641	20.910.785	18.525.154	25.075.121	23.223.932	17.327.220
Fernsehfilme	82.284.742	74.983.973	79.337.854	98.149.897	80.925.749	83.318.614
Wirtschaftsfilm	13.350.106	7.583.230	5.807.317	5.462.811	5.177.735	7.144.978
Werbefilme	32.499.718	33.266.984	36.015.514	30.248.963	32.659.024	23.652.557
Sonstige Filme			5.408.326	6.612.465	6.517.953	3.085.225
Gesamt	143.026.207	136.744.972	145.094.165	165.549.257	148.504.393	134.528.594

	2008	2009	2010	2011	2012
Filmproduktion	in Euro				
Kinofilme	40.597.268	27.226.357	35.262.566	35.241.131	29.300.000
Fernsehfilme	95.696.777	97.266.887	99.470.874	110.228.361	102.300.000
Wirtschaftsfilm	8.366.316	7.171.902	7.347.751	5.982.099	n.v.
Werbefilme	22.522.500	21.728.541	20.163.983	14.366.414	n.v.
Sonstige Filme	7.735.000	7.124.110	6.165.514	11.328.000	n.v.
Gesamt	174.917.861	160.517.797	168.410.688	177.146.005	165.200.000

Quelle: Fachverband der Film- und Musikindustrie; bis 2011 vom Fachverband zur Verfügung gestellt, Zahlen für 2012 nach: www.filmwirtschaftsbericht.at, eigene Berechnungen

Anmerkung: Die Zahlen vom Fachverband weichen teilweise von den im Filmwirtschaftsbericht veröffentlichten ab. Die Prozentzahlen sind gerundet und daher in Summe nicht immer 100.

Tabelle 18b: Produktionswert der österreichischen Filmherstellung
2002 bis 2012 nach Art der Produktion, in %

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Filmproduktion	in %					
Kinofilme	10,4	15,3	12,8	15,1	15,6	12,9
Fernsehfilm	57,5	54,8	54,7	59,3	54,5	61,9
Wirtschaftsfilm	9,3	5,5	4,0	3,3	3,5	5,3
Werbefilm	22,7	24,3	24,8	18,3	22,0	17,6
Sonstige Filme	0,0	0,0	3,7	4,0	4,4	2,3
Gesamt	100	100	100	100	100	100

		2008	2009	2010	2011	2012
Filmproduktion		in %				
Kinofilme		23,2	17,0	20,9	19,9	17,7
Fernsehfilm		54,7	60,6	59,1	62,2	61,9
Wirtschaftsfilm		4,8	4,5	4,4	3,4	n.v.
Werbefilm		12,9	13,5	12,0	8,1	n.v.
Sonstige Filme		4,4	4,4	3,7	6,4	n.v.
Gesamt		100	100	100	100	100

Quelle: Fachverband der Film- und Musikindustrie; bis 2011 vom Fachverband zur Verfügung gestellt, Zahlen für 2012 nach: www.filmwirtschaftsbericht.at, eigene Berechnungen

Anmerkung: Die Zahlen vom Fachverband weichen teilweise von den im Filmwirtschaftsbericht veröffentlichten ab. Die Prozentzahlen sind gerundet und daher in Summe nicht immer 100.

Die Angaben zur Zahl der Unternehmen und zur Beschäftigung in der Branche lassen sich nicht getrennt für den Fernsehproduktionsbereich angeben, da viele Firmen und ihre Beschäftigten sowohl für das Kino als auch für das Fernsehen und darüber hinaus noch Werbung und Wirtschaftsfilm produzieren. Eine differenziertere Betrachtung des Leistungsvolumens der Branche erlauben die Statistiken des Fachverbandes Film- und Musikindustrie zum Produktionswert der in Österreich hergestellten Filme (nicht berücksichtigt sind darin Teamvermietungen, also die Beistellung von Personal für die Produktionen anderer). In Tabelle 18 sind für die Jahre 2002 bis 2012 die österreichischen Anteile an den Gesamtherstellungskosten aller im jeweiligen Jahr fertiggestellter Filme angegeben.

Seit 2002 ist der gesamte Produktionswert um 14 % von 143 Mio. Euro auf 165 Mio. Euro angestiegen. Allerdings fluktuieren die Werte relativ stark und in einer längerfristigen Perspektive ist für das neue Jahrtausend wertmäßig eher von einer Stagnation der Produktion zu reden. (Für 1998 berichtete der Fachverband bereits ebenso einen Wert von 164 Mio. Euro.) Der Anteil der Fernsehproduktion liegt relativ konstant um die 60 % der Gesamtproduktion (meistens etwas darunter). Auch die Aufteilung auf die Fernsehgenres (in Tabelle 18 nicht dargestellt) ist relativ gleichbleibend. Wenn man die Zahlen zur Fernsehproduktion mit denen des Auftragsvolumens des ORF vergleicht (siehe Tabelle 4), wird klar, dass der Großteil der Herstellung nach wie vor aus den Produktionsbudgets des ORF finanziert wird. Den Produktionswerten von etwas mehr als 100 Mio. Euro in den Jahren 2011 und 2012 stehen Vergabevolumina von etwas weniger als 100 Mio. Euro des ORF gegenüber.

Alles in allem entsteht in der Analyse der Branchendaten der Eindruck steigender Konkurrenz am Filmproduktionsmarkt: Die Produktionsbudgets stagnieren, während die Zahl der Mitbewerber steigt. Ob sich dies auch in sinkenden Minutenpreisen niederschlägt, lässt sich anhand der uns vorliegenden Daten nicht klar belegen. In der für den FERNSEHFONDS AUSTRIA 2008 durchgeführten Untersuchung von Schröder werden für den Untersuchungszeitraum 2001 bis 2006 sinkende Kosten pro Minute im Bereich Dokumentation und allerdings steigende Kosten für Fernsehfilme berichtet, wenngleich die Werte von Berichtsjahr zu Berichtsjahr stark variieren.⁴⁶ In der aktuellen Studie von Castendyk und Goldhammer geben 72 % der befragten Produzenten an, dass die Minutenpreise seit 2006 gesunken sind.⁴⁷ Besonders drastisch ist offensichtlich der Non-Fiction-Bereich von den Einsparungen betroffen: *„Nicht nur haben Sender ihr Programmportfolio auf günstiger zu produzierende Formate umgestellt, sondern innerhalb dieser Genres, wie etwa dem Bereich ‚Factual Entertainment‘, den Produzenten deutliche Effizienzsteigerungen abgefordert.“*⁴⁸ Aber auch im fiktionalen

⁴⁶ Schröder 2008, S. 17.

⁴⁷ Castendyk und Goldhammer 2012, S. 98.

⁴⁸ Ebendort.

Bereich stagnieren die Budgets der Fernsehsender für Produktionen. 2012 kostete eine Tatort-Folge um die 1,3 Mio. Euro, 2004 standen für eine Folge der beliebten Serie der öffentlich-rechtlichen Sender noch 1,4 Mio. zur Verfügung.⁴⁹ Selbst klassische Auftragsproduktionen sind nun nicht mehr ausfinanziert, die Produzenten müssen teilweise beträchtliche Eigenmittel einbringen.

Die Entwicklung der Branche im Allgemeinen aus der Perspektive der Produzenten

Die Einschätzung, dass der Wettbewerb insgesamt stärker wurde, wird von vielen Produzenten in unserer Stichprobe geteilt. Ein prominenter Dokumentarist meint etwa, *„dass die Zahl der produzierten Filme und die Zahl der agierenden Player in dem kleinen Land Österreich ständig wächst und der Markt daher übervoll ist.“* Das sei ein großes Problem. Nicht anders wird aber der Wettbewerb im fiktionalen Bereich erlebt:

„Mein Job hat sich in den letzten fünf, sechs Jahren verschärft. Ein Drittel meiner Arbeitszeit verwende ich darauf, für unsere Interessen zu kämpfen. [...] Die ganze Szene ist viel rauer geworden, es wird um den Kuchen, den es zu verteilen gilt, viel mehr gekämpft. Darauf muss man sich einstellen, wenn man in diesem Markt bestehen bleiben will.“

Der Wettbewerb verschärfte sich auch noch einmal durch die Einbrüche am Werbefilmmarkt infolge der Finanzkrise, zumal einige Werbefilmer begonnen haben, Kinofilme zu drehen. Insofern wird das Wachstumspotenzial für Unternehmen in Österreich als eher gering eingestuft.

„Es gibt in Österreich für eine private Firma absolute Grenzen, außer Sie sind Teil eines [multinationalen; der Verf.] Konzerns. Als unabhängiger Produzent kann man eine wirkliche Größe kaum erlangen. [...] Verglichen mit den Deutschen sind wir immer noch ein kleiner Partner.“

So einer der größten österreichischen Produzenten.

⁴⁹ Castendyk und Goldhammer 2012, S. 99.

4.2 Von der Auftragsproduktion zur unabhängigen Koproduktion

Wie schon in Kapitel 2.2.2 ausgeführt, ist die Zahl der reinen Auftragsproduktionen in Österreich insbesondere im fiktionalen Bereich deutlich zurückgegangen. Auch in der Studie von Schröder⁵⁰ ist in der Periode von 2001 bis 2006 ein deutlicher Rückgang der Auftragsproduktionen auszumachen, wenngleich in der Stichprobe wahrscheinlich Unternehmen, die in einem engen Verhältnis zum ORF stehen und kontinuierlich mit Auftragsarbeiten betraut werden, stark unterrepräsentiert sind. Aktuelle Statistiken für Deutschland weisen nach wie vor einen hohen Anteil an Auftragsproduktionen aus: 79 % der Produktionen in der repräsentativen Stichprobe der Studie waren Auftragsproduktionen, 19 % Koproduktionen und 2 % Eigenproduktionen der Produktionsunternehmen.⁵¹ Allerdings sind auch Auftragsproduktionen immer seltener voll ausfinanziert.

Der FERNSEHFONDS AUSTRIA hat die Entwicklung in Österreich von der Auftragsproduktion hin zur unabhängigen Koproduktion wesentlich mitgestaltet. Einerseits ermöglichte er den Fernsehsendern auch mit schwindenden Produktionsbudgets die Realisierung von großen Filmprojekten, andererseits trug er klar zur Stärkung der Produktionsbranche bei. Im Kapitel 2.3.2 wurde bereits die Internationalisierung der Produktionsunternehmen hervorgehoben: Immer mehr Produktionen für das Fernsehen werden in Kooperation mit deutschen Unternehmen hergestellt, die internationalen Netzwerke gewinnen an Bedeutung und machen die österreichischen Firmen auch auf den Auslandsmärkten wettbewerbsfähig. Hier sollen zwei weitere Aspekte herausgearbeitet werden: erstens die Diversifizierung der Unternehmen und zweitens die wachsende Autonomie gegenüber den Fernsehsendern, insbesondere dem ORF. Im Anschluss daran finden die mit dieser Entwicklung verbundenen Risiken Erwähnung. Denn der Wechsel von der Auftrags- zur Koproduktion eröffnet nicht nur neue Chancen, sondern bringt auch neue Belastungen.

⁵⁰ Schröder 2008, S. 16.

⁵¹ Castendyk und Goldhammer 2012, S. 117 f.

4.2.1 Diversifizierung

Zum Verständnis der Entwicklungen in der letzten Dekade bedarf es eines Blicks zurück in die Geschichte der Filmproduktion in Österreich. Die Anfänge einer eigenständigen Fernsehfilmproduktion datieren in den späten 1960er-Jahren.⁵² Mit der Rundfunkreform von 1967/68 wurde der ORF auf eine solide wirtschaftliche Grundlage gestellt, die ihm die Vergabe von Produktionsaufträgen erlaubte. 1968 wurden erstmals sechs Langfilme und weitere 29 Kurzfilme für den ORF produziert. Die Zahl stieg in den Jahren danach sprunghaft an und erreichte in den 1980er-Jahren ein Auftragsvolumen von um die 140 Filme pro Jahr und ein jährliches Budget von über 300 Mio. ATS (ca. 22 Mio. Euro). Gleichzeitig erfuhr das österreichische Kino einen dramatischen Einbruch:⁵³ Die Besucherzahlen gingen in den Jahren 1962 bis 1980 von 90,8 Mio. auf 17 Mio. zurück, damit schrumpfte auch die heimische Produktion. Während am Anfang der 1960er-Jahre jährlich noch bis zu 20 abendfüllende Kinofilme hergestellt wurden, waren es 1980 gerade einmal sieben. Erst mit der Einrichtung des Österreichischen Filmförderungsfonds, der 1981 seine Fördertätigkeit aufnahm und später in Österreichisches Filminstitut unbenannt wurde, erholte sich die Produktion im Lande wieder. Der Produktionswert der in Österreich hergestellten Filme verdoppelt sich innerhalb von zehn Jahren von rund 500 Mio. ATS (36 Mio. Euro) Anfang der 1980er-Jahre auf über 1.000 Mio. ATS (72 Mio. Euro) Anfang der 1990er-Jahre. Viele der heute noch tätigen Produktionsfirmen wurden in den beiden Jahrzehnten seit Einrichtung dieses Fonds gegründet. Damit etablierte sich aber auch eine bis zur Jahrtausendwende wenig durchlässige Zweiteilung der Filmbranche: Zur kleinen Zahl von Produzenten, die schon in den Jahren davor für den ORF arbeitete, gesellte sich eine Handvoll Firmen, die vor allem auf den fiktionalen und non-fiktionalen Kinofilm fokussierte. Firmen wie EPO Film, MR-Film, Interspot, Satel und Mungo wurden in den 1960er- bzw. 70er-Jahren gegründet (EPO sogar schon 1954) und konnten in den Jahrzehnten enge Geschäftsbeziehungen zum ORF aufbauen. Die etwas jüngere Generation von Produktionsfirmen wie z.B.

⁵² Vgl. Resch 2008, S. 204 ff.

⁵³ Vgl. Resch 2008, S. 147 ff.

Dor, Wega, Allegro, Terra, Aichholzer, Lotus und Prisma begannen in den 1980ern Filme zu produzieren – allerdings vorwiegend für das Kino. Zwar reüssierten viele Fernsehregisseure wie etwa Xaver Schwarzenberger, Peter Hajek und Reinhard Schwabenitzky auch im Kino, die Firmen selbst hatten aber einen klaren Fokus in einem der beiden Märkte. Erst seit der Jahrtausendwende scheint diese Teilung brüchig geworden zu sein. Fast alle der von uns befragten Unternehmen, darunter viele, die in den 1980er-Jahren groß wurden, produzieren mittlerweile sowohl für das Fernsehen als auch für das Kino. Dem FERNSEHFONDS AUSTRIA kam dabei, wie in den Gesprächen zum Ausdruck gebracht wurde, eine wichtige Katalysatorfunktion zu.

Diversifizierung aus der Perspektive der Produzenten

Dass die Förderungen des FERNSEHFONDS AUSTRIA die Chance bieten, ein zweites Standbein zu etablieren, wird von vielen Befragten unterstrichen. Vor allem Unternehmen, die zuvor vorwiegend für das Kino produzierten, sahen darin eine Möglichkeit, das Unternehmen auf eine solidere Basis zu stellen. Firmen, die es schwer hatten, zu Produktionsaufträgen der öffentlich-rechtlichen wie privaten Fernsehsender zu gelangen, bauten mit Hilfe der Förderung neue Geschäftsbeziehungen zu den Fernsehsendern auf.

„Zuerst war bei uns der Fokus viel mehr noch auf Kinofilm, obwohl wir das Fernsehen immer auch im Auge hatten. Allmählich ist uns irgendwie klarer geworden, dass die Produktionen für das Fernsehen das wesentlichste Kapital sind. Wir haben dann schon zum Teil mehr Projekte für das Fernsehen als für das Kino entwickelt.“

„Der ganze Kinobereich ist eigentlich viel schwieriger und kompetitiver geworden. Deshalb kamen wir zur Überzeugung, dass wir definitiv ein starkes Standbein im Fernsehen brauchen. An dem haben wir jetzt lange gearbeitet und das scheint jetzt langsam auch aufzugehen: Wir machen regelmäßig etwas für das Fernsehen und daneben diese Arthouse-Sachen, die die Firma traditionell macht.“

Dies trifft auch auf einige Dokumentarfilmer zu, die in der Finanzierung durch Fonds ein Potenzial der unternehmerischen Neuausrichtung erkannten:

„[Für das Fernsehen; der Verf.] arbeiteten wir ab dem Moment, als es die Möglichkeit gab, mit dem FERNSEHFONDS AUSTRIA mitzufinanzieren. Das war für uns ein großer Diversifizierungsschritt, der auch Wachstum ermöglicht hat, denn bis zu dem Zeitpunkt haben wir eigentlich ausschließlich mit Kinotöpfen gearbeitet und nur vereinzelt mit Fernsehtöpfen. [...] Ganz am Anfang gab es zweimal reine Auftragsproduktionen. Die alleine hätten aber nicht das entscheidende Wachstumsmoment mit sich gebracht. So eine Auftragsdokumentation ist ja in erster Linie eine Beschäftigung dessen, der halt gerade da ist. Die Möglichkeit auszubauen, entsteht erst mit größeren Koproduktionen.“

Diese Diversifizierung erfordert allerdings eine andere inhaltliche Ausrichtung. Die Fernsehproduktion orientiert sich ganz klar und viel stärker als das Kino am Massengeschmack. Größere Firmen können – nicht zuletzt auch durch eine starke interne Differenzierung – diesen Spagat zwischen Arthouse und Massenware leichter bewältigen als kleine Produktionseinheiten, die oft sehr stark auf ein Genre spezialisiert sind.

Interessanterweise lässt sich aber auch eine entgegengesetzte Diversifizierung beobachten: vom Fernsehen zum Kino. Die steigende Konkurrenz am Fernsehfilmmarkt veranlasst Firmen, deren Geschäftsbasis vor allem in der Produktion für Fernsehsender liegt, auch in die Kinofilmproduktion einzusteigen.

„Wir machen bewusst jetzt im nächsten Jahr auch den Weg in Richtung Kino [...] mit dem Ziel, uns ein zweites Standbein aufzubauen.“

4.2.2 Autonomie

Autonomie aus der Perspektive der Produzenten

Ein weiterer unmittelbarer Effekt des FERNSEHFONDS AUSTRIA ist die gestiegene Autonomie der Produzenten in der Entwicklung und Realisierung ihrer Projekte. Während bei Auftragsproduktionen viele Entscheidungen in den Redaktionen der Sender getroffen werden, eröffnen geförderte Produktionen neue Gestaltungsspielräume.

„Dabei [bei Auftragsproduktionen; der Verf.] ist in der Regel das Drehbuch vorgegeben, der Regisseur vorgegeben, es geht so weit, dass sich die Sender die Komponisten und die Darsteller wünschen. So gesehen wurde der Produzent in den letzten Jahren natürlich massiv aufgewertet.“

Und ein anderer langjähriger Auftragnehmer des ORF:

„Es ist, als wäre man Angestellter beim Sender. Nur eben ohne Sozialleistungen.“

Die Produzenten konnten nun Fernsehprojekte entwickeln, die ihren Ansprüchen genügten. Gerade Firmen, die stark im Kinobereich verankert sind, kam diese Autonomie in der Gestaltung entgegen.

„Wir kommen halt sehr stark aus der Eigenentwicklung. Die Selbstständigkeit und die Qualität eines Produktes sind uns sehr wichtig. [...] Da geht es jetzt nicht nur um die Rechtsfrage und die Frage der Verwertung, sondern vielmehr um Autonomie. [...] Wir genießen das sehr, dass wir an der Qualität eines Produktes arbeiten können, wie wir das wollen. Wenn da mehrere Redaktionen mitreden, entstehen Dynamiken, die nicht immer förderlich sind.“

Wichtig ist dabei eine Art Alleinstellungsmerkmal der Projekte zu etablieren, wobei eine – obgleich kostspielige – Strategie ist, durch Literaturverfilmungen diese Unverwechselbarkeit zu erlangen. In der Regel vertrauen die Produzenten aber auf die Handschrift der Regisseure.

„Letztlich ist es die individuelle Gestaltung [der Produkte; der Verf.], die uns auch sehr viel positive Rückmeldung bringt.“

Von Vorteil ist dabei natürlich auch der höhere budgetäre Handlungsspielraum. Während Auftragsarbeiten meistens knapp kalkuliert sind und kaum Flexibilität in der Produktion zulassen, werden bei Projekten, die mit Förderungen und Koproduzenten finanziert sind, Überschreitungen der Budgets zugunsten qualitativer Verbesserungen eher in Kauf genommen.

„Bei Auftragsproduktionen würden wir Mehrkosten nicht in Kauf nehmen. Bei eigenen Produktionen gibt es eine ganz andere Bindung zum Projekt, auch was die Vermarktung und Präsentation anlangt. Das sind dann Kosten, die der Produzent dann auch übernimmt. Damit werde ich ja auch in Verbindung gebracht.“

Letztlich gibt es zur neu gewonnenen Autonomie keine Alternativen. Der starke Wettbewerb zwingt die Filmemacher, permanent Projekte zu entwickeln. Nur jene Produzenten, die kontinuierlich in die Entwicklung investieren, haben eine Chance, langfristig am Fernsehmarkt zu reüssieren.

„Das Wichtigste ist einfach: Stoffe entwickeln, entwickeln, entwickeln.“
„Wir investieren nun noch mehr in die Projektentwicklung, denn das ist ja eigentlich unser Kapital.“
„Ich habe in der Schublade 20 Projekte liegen, die verfilmungsreif sind, mit fertigem Drehbuch. Die müssen nur mehr redaktionell besprochen werden.“

Der Kontakt zu den Redaktionen ist dabei nach wie vor wichtig. Projekte werden zwar autonom entwickelt, aber laufend mit den Redakteuren abgestimmt und besprochen.

4.2.3 Risiko und Aufwand: Der lange Abschied vom Auftragsparadies?

Die Schattenseiten der neu gewonnenen Autonomie aus der Perspektive der Produzenten

Entwicklungs- und Finanzierungsrisiko

Die Bewertung der neu gewonnenen Autonomie in der Produktion fällt durchaus ambivalent aus. Sosehr die Finanzierung über Förderungen und Koproduzenten neue Spielräume in der Entwicklung und Herstellung eröffnen, die Risiken und der Koordinierungsaufwand werden bei Auftragsarbeiten doch deutlich geringer eingeschätzt. In den Gesprächen war zuweilen auch ein fast nostalgischer Wunsch nach der Sicherheit und Stabilität regelmäßiger Aufträge durch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu vernehmen. Zumindest deren Vorzüge blieben nicht

unerwähnt: Man muss sich nicht um viel kümmern und *„kann sich auf die Produktion konzentrieren“*, das *„Risiko ist minimiert“*, wenn es einigermaßen realistisch kalkuliert ist, bleiben dem Unternehmen der vereinbarte *„Gewinnzuschlag und die HU“*, die Verwertung erfolgt durch den Sender und *„wenn man sich bewährt, ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass man wieder einen Auftrag kriegt“*. Selbst um die *„kreative Freiheit“* ist es nicht so schlecht bestellt, sofern man eine gewisse Reputation genießt. *„Ich liebe Auftragsproduktionen“*, teilte uns ein Doku-Produzent unmissverständlich mit, und ein anderer: *„Sie sind ein angenehmes und schönes Geschäft“*, nicht ohne zu ergänzen, dass es sie immer seltener gibt.

Die Schattenseiten der neuen Finanzierungsmodelle dürfen deshalb in einer Gesamtbewertung der Entwicklung der Fernfilmsehproduktion nicht unerwähnt bleiben. Was vor allem einmal steigt, ist das Entwicklungsrisiko. Bis zur Präsentationsreife eines Projekts vergehen oft ein, zwei Jahre, die Kosten für die Entwicklung sind nicht unbeträchtlich.

„Und dann ist man mit Redaktionen konfrontiert, die auf der Basis der Tagesverfassung eine Entscheidung treffen, das Projekt nicht so attraktiv finden oder vielleicht eine andere Ausrichtung haben möchten.“

Der Geschmack der Redaktionen ist nicht immer leicht zu antizipieren, vor allem wenn es personelle Veränderungen gab. Zudem steigen die Anforderungen an das Konzept. Ein einfaches Treatment reicht nicht mehr aus.

„Der Druck wächst enorm: Projektkonzepte müssen nun in Super-Design vorgelegt werden und viele Seiten umfassen, mit genauen Beschreibungen.“

Dazu kommt das Risiko, dass die Finanzierung in der geplanten Form nicht zustande kommt. Je mehr Finanzierungspartner beteiligt sind, desto schwieriger wird es, alle Verträge vor Produktionsbeginn unter Dach und Fach zu haben. Viele Produktionen werden aufgrund der festgesetzten Sendetermine und der dichten, mit den Schauspielern abgestimmten Produktionspläne (und gerade im Dokumentarbereich wegen der Aktualität der Themen) auf der Basis von Absichtserklärungen (LOI)

begonnen, die zwar bindend sind, aber natürlich nicht den rechtlichen Status von Verträgen haben. Manchmal kommt es auch vor, dass Finanzierungen oder Förderungen ausfallen.

„Ich muss dann zwar irgendwie inhaltlich das erreichen, was ich versprochen habe, aber mit etwas anderen Mitteln, wenn ich nicht das gesamte Geld zusammen bekomme. D.h. es kommt [bei Koproduktionen; der Verf.] zum Produktionsrisiko noch ein Finanzierungsrisiko dazu.“

Administrativer Aufwand

Damit ist ein weiterer Aspekt angesprochen: der höhere administrative Aufwand. Wenn mehrere Partner beteiligt sind, müssen entsprechende Verträge aufgesetzt, verhandelt und aufeinander abgestimmt werden. Die Verhandlungen über Vertragsdetails ziehen sich gerade bei Projekten, die vom FERNSEHFONDS AUSTRIA mitfinanziert werden, hin. Wird der Film auch noch von anderen (zuweilen ausländischen) Förderstellen mit zum Teil widersprechenden Richtlinien unterstützt, kann die Vertragsgestaltung zu einer Herausforderung werden, der kleine Firmen personell fast nicht mehr gewachsen sind.

„Bei einer Koproduktion habe ich drinnen einen Vertrag mit dem ORF, mit dem ZDF, dann habe ich einen Vertrag mit dem FERNSEHFONDS AUSTRIA, einen mit dem Filmfonds Wien, dazu kommt dann noch, ich weiß nicht, ein Vertrag mit Niederösterreich oder mit der Steiermark oder was immer. Dann habe ich noch einen Vertrag mit einer zweiten Produktionsfirma, mit einer deutschen Förderung oder anderen Förderungen, einer ungarischen, tschechischen. Dann kann es sein, dass man einen Weltvertriebsvertrag dazu basteln muss. Also das ist eine Vielfalt von Vertragswerken, die alle den entsprechenden Regelungen entsprechen müssen. Das macht die Administration kompliziert.“

Schließlich kommen noch Berichtspflichten und Abrechnungen dazu – alles administrative Tätigkeiten, die bei einer einfachen Auftragsproduktion wegfallen. Nichtsdestotrotz überwiegen für die meisten der von uns befragten Produzenten die Vorteile einer flexibleren Finanzierung. Sie eröffnet Handlungsspielräume – und die Administration der Verträge gehört eben auch zur Kernkompetenz einer Produktionsfirma. Als erstre-

benswert gilt vielen ein Mix von Auftragsproduktion, Koproduktion und breiter Finanzierung über Sender und Förderanstalten. Oder wie es ein Produzent im Gespräch zum Ausdruck brachte:

„Sicher interessieren uns auch Auftragsproduktionen, aber es ist jetzt nicht ein Entweder-oder, sondern ein Sowohl-als-auch.“

4.3 Rechte und ihre Verwertung

4.3.1 Allgemein

Wie bereits in der Einleitung und in Kapitel 3.1.1 erwähnt wurde, sind die Regelungen zur Vertragsgestaltung hinsichtlich der Rechte das wichtigste Instrument zur Stärkung der Produktionsunternehmen. Die Fernsehsender erhalten bei fondsgeförderten Projekten lediglich die Free-TV- Senderechte im Sendegebiet für sieben (bei Fernsehfilmen und Dokumentationen) bzw. zehn Jahre (bei Serien). Alle anderen Rechte bleiben beim Produzenten bzw. bei den Koproduzenten, sofern es sich um eine „echte“ Koproduktion handelt. Explizit erwähnt sind in den Richtlinien die Senderechte außerhalb des Lizenzgebiets der beteiligten Fernsehsender, die Nutzungsrechte für Pay-TV, Home Video/DVD, Video-on-Demand, Near-Video-on-Demand, Internet TV (jedenfalls in Form des On-Demand-Dienstes und des Livestreamings in anderen Sprachfassungen), Ausschnitts- und Kinovorführrechte, wie auch Rechte für zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses noch unbekanntere Nutzungsarten.

Doch wie bewerten die Produzenten diese Regelungen? Inwieweit werden sie der Realität der Filmproduktion in Österreich gerecht? Welche Konsequenzen entstehen daraus für die Geschäftsbeziehungen zu den Fernsehsendern und lassen sich mit den genannten Rechten relevante Erlöse erzielen?

Leider lassen sich die Einkünfte aus der Verwertung von Rechten in Ermangelung geeigneter Daten kaum seriös bewerten. Aufgrund der langen und unterschiedlichen Abrechnungszeiträume ist eine standardisierte und repräsentative Erhebung der Erlöse (vor allem für die Befragten) mit großem Aufwand verbunden, weshalb im Rahmen dieser Evaluierung davon Abstand genommen wurde. Nichtsdestotrotz soll im

Folgendes der Versuch unternommen werden, die einzelnen Rechte einer eingehenden Analyse zu unterziehen. Der Schwerpunkt liegt dabei weniger auf der ökonomischen Bewertung als vielmehr auf den strukturellen Rahmenbedingungen, die eine sinnvolle Verwertung ermöglichen, befördern, aber auch behindern. Daraus ergeben sich Konsequenzen für die Evaluierung einiger Richtlinienetails.

Der Rechtebehalt allgemein aus der Perspektive der Produzenten

Stärkung der Verhandlungsposition

Grundsätzlich begrüßen die Produzenten natürlich die Möglichkeiten, die sich durch fondsfinanzierte Produktionen bzw. Koproduktionen ergeben. Im Unterschied zu den Auftragsproduktionen, bei denen die Produktionsunternehmen allenthalben an den Verwertungserlösen beteiligt sind, verfügen die Produzenten nun selbständig über die Weiterverwertung ihrer Produkte. Diese schätzen, wie im letzten Kapitel ausgeführt, den Gestaltungsspielraum bezüglich ihrer Produkte, und dazu gehört nun einmal auch, dass sie autonom über deren Weiterverwertung bestimmen können. Ein Produzent meinte im Gespräch sogar, dass er am liebsten seine Projekte zu 100 % selbst finanzieren möchte, um dadurch vollständige Autonomie in der Produktion und Verwertung zu erlangen.

Der FERNSEHFONDS AUSTRIA hat in dieser Hinsicht, und das bescheinigen auch die von uns befragten Vertreter der Fernsehsender, vor allem einmal die Verhandlungsposition der Produzenten gegenüber den Fernsehsendern gestärkt.

„Mit dem FERNSEHFONDS AUSTRIA lassen sich [...] gewisse Dinge durchsetzen, die der Produzent alleine gar nicht durchsetzen könnte.“

Dem FERNSEHFONDS AUSTRIA und seinen Repräsentanten in der RTR-GmbH kommt dabei die Funktion einer Art „Kollektivvertragsverhandler“ zu.

„Für uns war es sehr gut, dass da quasi ein Dritter hergekommen ist und Partei für die Produzenten ergriffen hat. Da hat sich auch viel getan. Den Rechterückfall nach sieben Jahren z.B. hätte es nie gegeben, wenn nicht die RTR-GmbH gesagt hätte, das muss so sein.“

Diese Rolle spielt der FERNSEHFONDS AUSTRIA nach wie vor, da die Fernsehsender naturgemäß versuchen, die Regeln zu ihren Gunsten auszuliegen. Dies hat wiederholt zu einer Verschärfung der Richtlinien geführt, auf die weiter unten noch im Detail einzugehen sein wird.

„[...] die Sender haben ja teilweise versucht, die wirtschaftliche Verantwortung auf die Produzenten zu schieben. [...] Zuweilen wurden die Projekte wie Auftragsproduktionen behandelt [obwohl sie vom FERNSEHFONDS AUSTRIA gefördert wurden]. [...] Schön langsam kommen wir dorthin, dass die [Sender; der Verf.] sehen, aha, das ist ein System, das wir nur dann nutzen können, wenn wir die Produzenten als Partner [behandeln].“

Daraus ergibt sich aber im Umkehrschluss auch eine gewisse Verpflichtung der Produzenten zur Verwertung bzw. die Forderung, nur solche Projekte zur Förderung durch den FERNSEHFONDS AUSTRIA zuzulassen, die eine gewisse Chance auf Verwertungserlöse haben, was gerade bei einigen sehr stark auf die Fernsehsender zugeschnittenen Formaten nicht unbedingt Fall ist. Doch wie schätzen die befragten Produzenten grundsätzlich das Erlöspotenzial ein?

Einnahmen aus der Lizenzierung

Bezüglich der Einnahmen aus dem Rechteverkauf scheint es große Differenzen zwischen den Unternehmen bzw. Projekten zu geben (zu den Details siehe unten). Einige geben an, dass sie mit der Weiterverwertung zumindest den Eigenanteil, wenn nicht sogar mehr, refinanzieren können. Gleichzeitig wird eingeräumt, dass sie vom Rechtestock und den Verwertungserlösen – im Gegensatz zu den großen Hollywoodstudios – *„nicht davon leben könnten“*. *„Wir sind eine Produktionsfirma, wir müssen aus der Produktion leben.“* Für manche Unternehmen stellt sich sogar die Frage, ob sich der Aufwand der Vertragsgestaltung angesichts der bescheidenen Erlöse lohnt.

„Ohne RTR-GmbH hätten wir natürlich deutlich weniger an der Rechteverwertung partizipiert. Noch ist das allerdings Theorie, noch ist kein einziger Cent zurückgeflossen. Manchmal denke ich mir, dass da unglaublich viel Arbeit in Szenarien fließt, die aus meiner Erfahrung höchst selten eintreten.“

Vor allem was die Eigenkapitalausstattung anlangt, spielen die (noch recht bescheidenen) Rechtepakete mit wenigen Ausnahmen eine untergeordnete Rolle. Sie erleichtern allenfalls die Zwischenfinanzierung mit Bankkrediten. Daran knüpfen auch Sorgen der kleineren arthouseorientierten Produzenten, dass sich die Entscheidungen des FERNSEHFONDS AUSTRIA in Zukunft vielleicht zu sehr an der Kapitalisierungsfrage orientieren könnten – auf Kosten der Vielfalt und Qualität der Produktionen.

4.3.2 Rechterückfall und weitere Auswertungszyklen der Sendelizenzen

Betrachten wir die einzelnen Rechte nun im Detail. Gemäß den Richtlinien dürfen mitfinanzierende Fernsehsender Sendelizenzen nur für einen Zeitraum von sieben bzw. zehn Jahren erwerben. Optionen auf den Erwerb von Rechten über den ersten Auswertungszyklus hinaus dürfen nun vertraglich nicht mehr eingeräumt werden. Erst 36 Monate nach der Erstaussstrahlung können die Fernsehsender mit den Produzenten über weitere Auswertungszyklen („Second Cycle“) Verträge abschließen. Diese Richtlinie wurde verschärft, um die Verhandlungsposition der Produzenten gegenüber den Fernsehsendern bezüglich einer weiteren Auswertung im Sendegebiet zu stärken.

„Second-Cycle“-Lizenzen aus der Perspektive der Produzenten

Das Potenzial der Zweitverwertung nach Ablauf der Lizenzperiode hängt natürlich stark vom Produkt ab. Fernsehfilme, Serien und Dokumentationen ohne Zeitbezug verlieren nicht an Attraktivität. Und selbst Filme mit zeithistorischen Inhalten werden gerne von den Fernsehsendern zu den Jahrestagen wiederholt.

„Im Prinzip sind alle unsere Filme, die wir jetzt in letzter Zeit gemacht haben, relativ zeitlos. D.h. die Chance auf Zweitverwertung ist auf jeden Fall da. Insofern ist die Regelung natürlich sinnvoll. [...] Und wenn dann Jubiläen kommen, wird das auch in Zukunft interessant sein.“

Grundsätzlich sind die Fernsehsender natürlich, da sie immer mehr Programme zu befüllen haben, an Rechtepaketen, über die sie längere Zeit verfügen können, interessiert. Gleichzeitig nimmt die Bereitschaft, dafür große Summen auszugeben, ab. Einige Fernsehsender vor allem in Deutschland gehen offensichtlich deshalb auch wieder dazu über, Projekte im Auftrag produzieren zu lassen.

„Bei Produkten, die repertoirefähig sind, sprich: oft wiederholt werden können, sind sie [die deutschen Sendeanstalten; der Verf.] einfach nicht mehr bereit, auf die Rechte zu verzichten. [...] Die haben nun gesagt, nein, wir möchten die Rechte lieber für ganz und immer haben, und gehen deshalb auf die Auftragsproduktion.“

Insofern wird von den Produzenten die Verschärfung der Richtlinien bezüglich der Einräumung von Optionen zum Wiederkauf der Lizenzen durch die Fernsehsender mittlerweile eher kritisch gesehen – und dies, obwohl die Änderung auf Anregung der Produzenten vorgenommen wurde, da die Zweitlizenzen von den Fernsehsendern als Finanzierungsbeitrag gewertet wurden und die Fernsehsender dadurch Kosten einsparen konnten.

„Natürlich ist es wichtig, dass die Zweitlizenz nicht Teil der Finanzierung sein darf. Aber dass der Sender ein Jahr, nachdem du es fertiggestellt hast, auch die zweite Rechteperiode erwerben darf, wäre eigentlich super für mich, dann kriege ich mehr Geld. Dass ich dieses Recht erst nach drei Jahren ausüben kann, ist ein großer Nachteil. Das schädigt mich und nicht die Fernsehstation.“

Die Frage, inwieweit hier die Richtlinien gelockert werden sollen, gilt es zu klären. Eine frühere Einräumung der Zweitlizenzen soll nur dann möglich sein, so einige Produzenten im Gespräch, wenn sich die Fernsehsender mit entsprechend hohen Finanzierungsbeiträgen an der Produktion beteiligen.

4.3.3 Weltvertrieb

Die Produzenten von aus Fonds geförderten Produktionen behalten das Recht, Lizenzen außerhalb des Lizenzgebiets der beteiligten Fernsehsender zu verwerten. Dieses hier unter dem Begriff „Weltvertrieb“ subsumierte Recht ist unter allen Nebenrechten wohl das einträglichste. Dass es bei den vom FERNSEHFONDS AUSTRIA geförderten Projekten eine Rolle spielt, lässt sich an den Angaben zu den Finanzierungsbeiträgen der Vertriebe ablesen (vgl. Tabelle 6). Diese lagen in den letzten Jahren zwischen 1,7 und 3 %, was einem Volumen von 1,5 bis fast 3 Mio. Euro entspricht. Dabei handelt es sich um sogenannte Mindestgarantien, die Weltvertriebe in Erwartung von Verwertungserlösen im Ausland bereits bei Vertragsabschluss geben. Bei Kinoproduktionen ist es üblich, dass nach Abzug der Verleihgarantien die Erlöse an die Produzenten zurückfließen und entsprechend den Finanzierungsbeiträgen auf die Koproduzenten bzw. Fördergeber aufgeteilt werden.⁵⁴ Die Richtlinien des FERNSEHFONDS AUSTRIA sehen allerdings nach einer Änderung nun vor, dass an der Finanzierung beteiligte Fernsehsender oder die mit ihnen verbundenen Unternehmen die Vorauszahlungen erst refinanzieren können, nachdem *„der Eigenanteil des Produzenten (ohne Lizenzanteil) erstrangig (...) rückgeführt wird“*.⁵⁵ Auch diese Richtlinienänderung zielte auf die Stärkung der Verhandlungsposition der Produzenten ab, wird aber mittlerweile sehr ambivalent bewertet. Bevor wir uns diesem Problem zuwenden, sollen das Potenzial der weltweiten Verwertung von Fernsehproduktionen und die strukturellen Rahmenbedingungen aus der Perspektive der Produzenten einer Bewertung unterzogen werden.

⁵⁴ Vgl. Keil und Eder 2010, Jacobs 2011.

⁵⁵ Vgl. www.rtr.at/Fernsehfonds.

Die kulturellen Rahmenbedingungen der internationalen Vermarktung aus der Perspektive der Produzenten

Erfolg auf den Auslandsmärkten

Bereits bei der Diskussion des deutschen Fernsehmarktes und der deutschen Fernsehsender als potenzielle Auftraggeber für österreichische Produzenten in Kapitel 2.3.2 wurde auf den Umstand verwiesen, dass kulturelle Güter jenseits ihres Ursprungsmarktes aufgrund der kulturellen Distanz eine Entwertung erfahren. Dieses als „cultural discount“ bekannte Phänomen trifft besonders Produzenten in kleinen Ländern. Da ihnen im Vergleich zu großen Ländern der große Binnenmarkt fehlt, fällt es ihnen besonders schwer, massenattraktive und international verwertbare Produktionen zu finanzieren.⁵⁶

Nichtsdestotrotz berichten die von uns interviewten Produzenten von zum Teil beachtlichen Erfolgen der Produktionen auf den Auslandsmärkten. Mindestgarantien bzw. Einnahmen im fünfstelligen Bereich, bei größeren Produktionen sogar im sechsstelligen Bereich (von „10 bis 15 % der Herstellungskosten“ war in den Gesprächen die Rede) sind offensichtlich auch für österreichische Produzenten lukrierbar. Im nicht-deutschsprachigen Raum kommt Italien, Frankreich und Spanien aufgrund der Größe der Märkte eine besondere Bedeutung zu – und das trotz spürbarer Auswirkungen der Finanzkrise. Paradoxiere Weise führen gerade die Sparmaßnahmen in den Ländern wie Italien und Spanien dazu, dass vermehrt Lizenzware, die ja deutlich günstiger ist als Eigenproduktionen, nachgefragt wird. Dies könnte österreichischen Firmen, die auch bislang schon mit einzelnen Formaten in diesen Märkten reüssierten, zugutekommen. Dem Vertrieb in Frankreich stehen hingegen die Rechte für den deutsch-französischen Spartenkanal ARTE im Weg, die sich die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender in Deutschland manchmal miteinräumen lassen. Ansonsten ist der französische Markt für die österreichischen Produzenten aber offensichtlich sehr attraktiv.

⁵⁶ Hoskins und Mirus 1988, Wildman und Siwek 1988, Gebesmair 2011.

Die englischsprachigen Märkte gelten eher als abgeschottet.

„Auch wenn ich es hier in Englisch drehe: In einen englischsprachigen Markt komme ich nicht hinein. Die haben ihre Märkte zuge-macht.“

Wenngleich diese Einschätzung zu relativieren ist. Einer der jüngeren unter den von uns interviewten Unternehmern berichtet vom Interesse an den Produktionen in den USA und in Australien.

„Wir sind jetzt in ein paar Ländern die ersten Deutschsprachigen, die Komödie verkaufen.“

Aber auch kleinere Märkte, wie die skandinavischen und baltischen Länder, und asiatische wie China, Japan, Südkorea oder Vietnam werden von den Befragten in den Gesprächen genannt.

„Wir haben diese Serie in über 25 Länder verkauft [...] Also von Italien angefangen über Belgien, Frankreich, Südafrika, Baltischen Ländern, Kanada etc.“

Dokumentationen

Was sind nun die Voraussetzungen für den internationalen Erfolg? Zuerst einmal liegt es an den Stoffen und der Machart der Produkte. Je stärker der regionale Bezug, desto schwieriger lässt sich das Produkt international verkaufen.

„Der ORF hat gerne Themen mit Österreichbezug. Das bringt zwar dem ORF Einschaltquoten, macht aber die internationale Verwertung sehr schwierig.“

Das gilt sowohl für den Fiction-Bereich als auch für Dokumentationen. Themen von allgemeinem und überregionalem Interesse lassen sich gut im Ausland verwerfen. Das ist der Grund, warum insbesondere Naturdokumentationen, aber auch Wissenschaftsdokumentationen und Dokumentationen mit welthistorischen Themen auf den Fernsehmessen stark nachgefragt sind. Die „Universum“-Produktionen des ORF mögen hier als Beispiel dienen.

Dokumentationen haben noch einen weiteren Vorzug. Sie kommen in der Regel mit Kommentaren aus dem Off aus, und die lassen sich leicht in eine andere Sprache übertragen. Probleme mit der Verwertbarkeit entstehen erst, wenn Experten zu Wort kommen. Hier scheint es angezeigt, in Hinblick auf einen internationalen Vertrieb schon in der Planung auch Protagonisten aus anderen Ländern vorzusehen. Was darüber hinaus Dokumentationen gegenüber Spielfilmen für den internationalen Vertrieb auszeichnet, ist die Tatsache, dass relativ leicht Fassungen hergestellt werden können, die an die Sendeplätze der Fernsehsender und die Rezeptionsgewohnheiten in den Ländern angepasst sind.

Letztlich kommt es aber doch sehr auf die Machart der Dokumentation an. Selbst bei Produktionen mit einem starken regionalen Bezug bestehen Chancen auf eine internationale Verwertung, wenn sie sich durch ein spezifisches Storytelling oder einen besonderen Stil auszeichnen.

„Überall dort, wo eine spezielle Handschrift reinkommt [...], wird es natürlich schon interessant. Weil da geht es nicht nur darum, den speziellen Gegenstand zu dokumentieren, sondern um eine allgemeine Geschichte mit einem eigenen Charakter und eben einer eigenen Handschrift. Das lässt sich schon vertreiben.“

Fiktionale Produktionen

Fiktionale Produktionen haben es insofern auf den Weltmärkten schwieriger, als in ihnen das Regionale nicht nur in der Stoffwahl zum Ausdruck kommen kann, sondern auch in der Besetzung der Rollen und klarerweise in der Sprache. Viele Produkte für die österreichischen und deutschen Fernsehsender sind sehr stark auf das Fernsehpublikum in diesen Ländern zugeschnitten. Drehorte in den Herstellungsländern, Schauspieler von nur regionaler Bekanntheit und die Notwendigkeit der Synchronisation stehen oft einem internationalen Vertrieb im Wege. In diesem Zusammenhang wird mehrmals auf die Bedeutung der Verwertungsförderung durch den FERNSEHFONDS AUSTRIA hingewiesen, mit der u.a. ein Teil der Synchronisationskosten abgedeckt werden kann. Folgende Anekdote macht das sehr anschaulich:

„In Russland haben die oft nur einen Sprecher bei der Synchronisation. Der liest alle Stimmen nur monoton herunter. Wenn wir die Filme synchronisiert bringen, haben die natürlich größeres Interesse. [...] Dasselbe ist mit Spanien. Wenn wir spanisch synchronisieren, dann haben wir den spanischen Markt und unter Umständen auch noch Südamerika.“

Doch auch für den Spielfilm gilt das, was schon gegen eine allzu defensive Haltung bei der Vermarktung von Dokumentation gesagt wurde: Lokale Stories, die in lokalen urbanen Settings, mit lokalen Schauspielern und sogar in Dialektsprache aufgenommen wurden, können international reüssieren, wie manche international sehr erfolgreichen österreichischen Krimiserien bezeugen.

„Wenn das [eine Serie des Produzenten; der Verf.] so auf Englisch gemacht worden wäre, würde keiner sagen, das ist jetzt typisch österreichisch. Das ist mehr, das funktioniert international eigentlich gut, das verstehen die Leute in anderen Ländern fast gleich gut. [...] Naja, kulturelle Unterschiede haben ja alle, also das fällt mal [als Argument; der Verf.] irgendwie sofort weg für mich. Egal wer was macht, jeder hat sofort mit allen anderen kulturelle Unterschiede. Das ist im besten Fall nur eine Ausrede.“

Und ein anderer Produzent:

„Wenn man ein sehr österreichisches Produkt macht, dann ist das im Ausland oft schwieriger zu verkaufen. Wobei, unter Umständen, wenn es sehr authentisch ist, dann geht es schon wieder.“

Dass sich Krimiserien und Serien generell gut verkaufen, hat aber auch noch einen anderen Grund:

„Die Sender suchen große Strecken, das ist das Fernsehgeschäft. Am besten wöchentlich, da muss ich aber mit 52 Folgen anfangen können. D.h. man kommt zu einem Vertrieb sowieso nur, wenn man mindestens zwei Staffeln vorweisen kann.“

Große international agierende Vertriebsfirmen (sogenannte Weltvertriebe) handeln in der Regel ganze Pakete. Die beinhalten wohl auch einzelne Fernsehfilme, bevorzugt gekauft werden aber Serien, mit denen die Sendeplätze für ein halbes Jahr (oder eben eine „Season“) programmiert werden können.

„Unsere Hauptschwierigkeit ist, dass wir viel zu kleine Mengen produzieren. Normal geht man mit 150 bis 200 Episoden von einer Serie in die Verwertung. Da haben dann die Sender ein halbes Jahr oder ein Jahr lang etwas, das sie rauf und runter senden können. Sie müssen sich um den Programmplatz dann nicht mehr kümmern.“

Das bestätigte uns auch einer der von uns befragten Experten:

„Ein Einzelprodukt zu verschern ist ein zähes Geschäft, ein dokumentarisches sowieso. Die erlösbaren Summen sind so gering, dass der Aufwand der Anbahnung oft nicht lohnt. [...] Aber alles, was sich sozusagen zur Aggregation eignet, um dann im Paket weiter verhandelt zu werden, macht auf Dauer Sinn, auch in mehreren Auswertungszyklen.“

Die strukturellen Rahmenbedingung der internationalen Vermarktung aus der Perspektive der Produzenten

Die Rolle der Weltvertriebe

Wie schon im letzten Abschnitt angedeutet, erfolgt die internationale Vermarktung häufig über sogenannte Weltvertriebe. Im fiktionalen Bereich haben sich im Umfeld der großen Medienkonzerne einige wenige Player etabliert, die das Lizenzgeschäft dominieren. In Deutschland sind das vor allem: die Firma Global Screen, eine Tochter der Bavaria Film und Telepool mit Sitz in München, die vor allem die Produktionen der Bavaria-Eigentümer WDR, SWR und MDR, aber auch anderer deutscher Fernsehsender (vor allem öffentlich-rechtlicher) vertreibt; die Beta Film, die aus der Kirch-Gruppe hervorging und nun in Besitz des slowakisch-deutschen Filmproduzenten und Rechthändlers Jan Mojto ist; und die zur ProSiebenSat.1 Media Group gehörende Red Arrow International.

„Diese drei sind imstande Pakete zu schnüren, die so relevant sind, dass sie weltweit verkauft werden.“

„Die [die großen Vertriebsfirmen; der Verf.] sind natürlich auf sämtlichen Messen in Cannes vertreten, haben dort ihre Stände und verkaufen ganze Pakete. [...] Ein kleiner Vertrieb kann heute nur in einem Special-Interest-Bereich existieren. Es ist einfach wichtig, einen starken Verkauf zu haben.“

Die Vertriebsfirma des ORF, die ORF Enterprise, spielt in den Augen der Produzenten im Vergleich dazu eine untergeordnete Rolle. Eine Ausnahme bilden allerdings die Universum-Dokumentationen, die sehr erfolgreich im Ausland vermarktet werden. Gerade im Doku-Bereich gibt es auch Alternativen zu den großen senderverbunden Vertrieben. Die in Wien ansässige Firma outlook filmsales etwa wird von mehreren Dokumentaristen als verlässlicher und sehr professioneller Partner für den Weltvertrieb genannt. Im fiktionalen Bereich kommen die Produzenten um die drei großen deutschen Weltvertriebe kaum herum. Zwar erzählten einige der von uns befragten Filmemacher, dass sie zumindest mit Nischenprodukten schon versucht haben, die Sender direkt anzusprechen. Doch für die Pflege der internationalen Kontakte und die Präsenz auf den Filmfestivals wie auch für die Administration und Kontrolle der Abrechnungen fehlen in der Regel die personellen Ressourcen. Die kleinen, selten mehr als zehn Mitarbeiter umfassenden Unternehmen sind hier auf professionelle Kooperationspartner angewiesen.

„Wir können nicht auf die Messen gehen, wir können nicht zu den Festivals gehen, wir können keine Screenings machen, wir können uns kein Büro leisten, das sich darum kümmert. Deswegen gehen wir frohen Mutes und gerne, wenn sich einer interessiert, zu einem Weltvertrieb.“

Das übliche Geschäftsmodell bei größeren Produktionen ist, wie schon ausgeführt, dass der Weltvertrieb eine Mindestgarantie im Vorhinein bezahlt und die Produktionsfirmen nach Abzug der Garantie an den Erlösen beteiligt sind. Aus steuerlichen Gründen werden die Verwertungsterritorien manchmal zwischen den Koproduktionspartnern aufgeteilt, in der Regel werden aber die Erlöse einfach im Verhältnis der eingebrachten Finanzierungsanteile aufgeteilt. Die größeren Vertriebe beschränken sich dabei nicht nur auf die Verwertung der Senderechte,

sondern vermarkten gleichzeitig die DVD-, Online- und manchmal auch Kinorechte. Die Bewertung dieser Vertrags- und vor allem der Abrechnungspraxis fällt in den Interviews recht unterschiedlich aus.

„Der Weltvertrieb hat eine größere Minimumgarantie gegeben und so um die 100.000 Euro eingenommen. Damit ist einmal die Garantie abgedeckt. Im Laufe dieses oder des nächsten Jahres werden da wirklich Erlöse zu uns kommen.“

„Üblicherweise ist es so, dass der Weltvertrieb eine Minimumgarantie zahlt. Manchmal ist es auch nur ein reiner Anteilsdeal. Der Vertrieb behält sich halt einen bestimmten Teil. Und dann ist es halt eine Frage der Abrechnung, die mal besser, mal weniger gut funktioniert. Mit unserem Vertrieb funktioniert das schon.“

Deutlich schlechtere Erfahrung machte ein anderer Produzent, der schon lange im Geschäft ist:

„Die Weltvertriebe machen es sich leicht. Die zahlen eine Minimumgarantie, das ist im Endeffekt ein Buy-Out. Und ich kenne keinen Produzenten, der nachher noch ein Geld gesehen hat.“

Dass diese Geschäftspraktik verbreitet ist, wird von einem anderen bestätigt:

„Es gibt leider Verleihe und Länder, wo die Folgeabrechnung nicht mehr wirklich auftaucht, ja, das muss man auch dazu sagen. Also diese Situation ist doch leicht unbefriedigend.“

Verträge mit senderverbundenen Weltvertrieben

In Zusammenhang mit den vom FERNSEHFONDS AUSTRIA geförderten Projekten trat im Laufe der Zeit noch ein weiteres Problem auf. Die Fernsehsender brachten zunehmend relativ hohe Mindestgarantien ihrer verbundenen Weltvertriebe in die Finanzierung der Produktionen ein und reduzierten gleichzeitig ihre sonstigen Finanzierungsanteile. Dies hatte zur Folge, dass die Filme zwar ausreichend finanziert waren, die Produzenten aber kaum Erlöse aus der Verwertung lukrierten, da die Vertriebe ihre Mindestgarantie im ersten Rang rückführen konnten. Dies widersprach dem Geist der Förderung, die ja auf den Verbleib der Verwertungsrechte und damit auf dem Verbleib der Erlöse beim

Produzenten abzielte. Aus diesem Grund wurden die Richtlinien des FERNSEHFONDS AUSTRIA in Bezug auf die Verträge mit den senderverbundenen Weltvertrieben zugunsten der Produzenten verändert. Diese können nun ihren Eigenanteil erstrangig noch vor der Abdeckung von Vorauszahlungen (d.h. der Minimumgarantien) aus den Verkaufserlösen rückführen. Allerdings führte dies dazu, dass Fernsehsender bei manchen Projekten eine entsprechende Finanzierung überhaupt verweigerten. Auch in den Gesprächen mit den Fernsehsendern wurde mehrmals betont, dass diese Vertragsbedingungen angesichts der hohen Finanzierungsbeiträge der Fernsehsender nicht akzeptabel sind. Besonders betroffen sind Doku-Produzenten, die zum Teil auf die senderverbundenen Weltvertriebe angewiesen sind, aber auch die Produzenten von Serien oder Sequels, die noch unter den alten Regeln begonnen wurden. In den Gesprächen wurde mehrmals der Wunsch geäußert, die Richtlinien des FERNSEHFONDS AUSTRIA diesbezüglich zu lockern. So sollten die senderverbundenen Weltvertriebe zumindest gleichrangig an den Erlösen beteiligt sein. Dafür könnte im Gegenzug der Lizenzanteil der Fernsehsender als Eigenanteil bei der Rückführung berücksichtigt werden.

4.3.4 DVD- und Blue-ray-Verkauf

Seit einigen Jahren liegen auch für Österreich verlässliche Zahlen zum Verkauf von DVDs und Blue-rays vor. Die Umsätze lagen 2010 bei 186 Mio. Euro. Mehr als 29 Mio. Euro entfallen davon auf die Verkäufe von Blue-rays. Während die Umsätze mit DVDs deutlich fallen, verzeichnen jene für Blue-rays Zuwächse im zweistelligen Bereich. In Summe stagnieren die Einnahmen aber: 2012 lag der Gesamtumsatz von 188 Mio. Euro nur geringfügig über dem von 2010.⁵⁷ Welchen Anteil Produktionen aus Österreich haben, lässt sich aus den Statistiken nicht entnehmen. Vermutlich liegen sie nicht wesentlich über jenen 3 bis 4 %, die für den Kinomarkt in den letzten Jahren ausgewiesen werden.⁵⁸ Österreichische

⁵⁷ Vgl. www.fimwirtschaftsbericht.at.

⁵⁸ Im Filmwirtschaftsbericht 2007 ist angegeben, dass die DVD-Edition „Der Österreichische Film“ laut dem Vertrieb Hoanzl einen Anteil von 6 % hat. Allerdings wird nicht erläutert, worauf sich dieser Anteil bezieht.

Fernsehfilm, -serien und -dokumentation machen wahrscheinlich nochmals deutlich weniger aus. Anzunehmen ist, dass die Erlöse für österreichische Fernsehproduktionen im einstelligen Millionenbereich liegen und wohl vor allem für schon ältere Produktionen, „Klassiker“ des österreichischen Fernsehens, lukriert werden.

Herstellung und Verkauf von DVDs aus der Perspektive der Produzenten

Auch in der Einschätzung des Home-Video-Marktes gehen die Meinungen auseinander. Während die einen das Potenzial für den Fernsehfilm sehr gering einschätzen, berichten andere Verkäufe zwischen 5.000 und 10.000 Stück, für besondere Produktionen sogar mehrere 10.000 Stück, wenngleich alle meinen, dass das Geschäft rückläufig sei. Teilweise wurden die DVDs von den Fernsehsendern unmittelbar im Anschluss zur Erstausstrahlung beworben, was den Verkauf stark ankurbelte. Als Partner genannt werden die zur Bavaria gehörende Firma EuroVideo (Bavaria), der Videovertrieb Universum der RTL-Gruppe und Edel. In Österreich ist der mit Abstand wichtigste Vertrieb Hoanzl, vor allem mit seiner Edition „Der Österreichische Film“. Die Konditionen werden im Vergleich mit den deutschen Partnern als schlecht eingestuft.

Wie wenig letztlich für die Produzenten übrig bleibt, zeigt das Beispiel, das ein Doku-Produzent im Gespräch vorgerechnet hat (in diesem Fall allerdings für einen Kinofilm):

„Von einem unserer erfolgreichsten Kinofilme mit ca. 50.000 Zuschauern in Österreich wurden 8.000 DVDs zu 10 Euro das Stück verkauft und 500 als Promotion hergegeben. Von diesen 80.000 [Euro] kommen 8.500 zu uns. 8.000 hatten wir schon in der Finanzierung drin, bleiben 500 Euro. Finde ich jetzt nicht wirklich sexy, muss ich sagen.“

4.3.5 Online-Vertrieb

Das Internet führt zweifelsohne derzeit zur größten Umwälzung der Audiovisionsindustrie seit der Erfindung des Phonographen und des Cinematographen am Ende des 19. Jahrhunderts. Die permanente Verfügbarkeit von audiovisuellen Angeboten verändert nicht nur das Nutzungsverhalten der Rezipienten radikal, sondern eröffnet auch neue Vertriebsmöglichkeiten und Geschäftsmodelle. Zwar leidet die Industrie

(insbesondere die Musikindustrie) nach wie vor unter illegalem File-Sharing und Downloadangeboten, mit iTunes und Netflix sind aber Plattformen entstanden, die das Potenzial des digitalen Vertriebs von Musik und Filmen erahnen lassen. Die Frage, inwieweit auch Film- und insbesondere Fernsehfilmproduzenten davon profitieren können, wird uns weiter unten noch beschäftigen. Zuvor gilt es zu klären, was unter Online-Angeboten überhaupt zu verstehen ist, wie diese von anderen Verwertungsformen abgegrenzt werden können und welche Angebotsformen unterschieden werden können.

Der etwas unscharfe Begriff des Online-Vertriebs meint hier vor allem einmal alle Video-on-Demand-Dienste (im Deutschen auch „Abrufdienste“ oder in der EU-Diktion „audiovisuelle Mediendienste auf Abruf“ genannt). VoD zeichnet sich vor allem durch die Tatsache aus, dass die Nutzer selbst wählen können, wann und wo⁵⁹ sie das Angebot nutzen wollen. Es ist „Mitgliedern der Öffentlichkeit von Orten und Zeiten ihrer Wahl zugänglich“.⁶⁰ In der Medienwirtschaft hat sich für diese Angebote der Begriff des non-linearen Fernsehens durchgesetzt, wenngleich dieser am Wesentlichen vorbeigeht. Viel bezeichnender sind die Eigenschaften der Interaktivität und der Nicht-Gleichzeitigkeit, also die Möglichkeit interaktiv den zeitlichen Ablauf zu bestimmen und deshalb nicht gleichzeitig mit allen anderen Rezipienten das Angebot nutzen zu müssen.

Welche Übertragungstechnologien und Endgeräte dabei zum Einsatz kommen, ist unerheblich. Tatsächlich können On-Demand-Angebote (manchmal sogar von ein und demselben Anbieter) direkt über das Internet auf einem Webbrowser (z.B. iTunes), über Spielkonsolen (z.B. Xbox Video), Set-Top-Boxen (z.B. Apple TV) und auf internetfähigen Smart-TV-Geräten (z.B. Maxdome, Lovefilm, Mubi), auf Smartphones und Tablets, aber auch über geschlossene Kabel-TV-Netze (z.B. unity-

⁵⁹ Die Ortsunabhängigkeit trifft natürlich auch auf das Fernsehen zu, nicht aber z.B. auf das Kino.

⁶⁰ Vgl. Walter 2008, 370, für die Definition im Urheberrecht. Für die Einordnung im Rahmen der europäischen AVMD-Richtlinie vgl. Blázquez 2013.

media, A1) auf den entsprechenden Fernsehgeräten abgerufen werden. Insofern ist der Begriff „online“ hier sehr weit gefasst. Er beinhaltet alle rückkanalfähigen, drahtgebunden und drahtlosen Übertragungsformen, sei es jetzt IP-basiert oder auf der Basis anderer digitaler Übertragungsstandards.

Klar abzugrenzen gilt es die VoD-Dienste vom Pay-TV und den Near-Video-on-Demand-Angeboten (NVoD). In beiden Fällen handelt sich um zwar verschlüsseltes, aber dennoch lineares, d.h. zeitlich nicht frei wählbares Fernsehen, wobei im Falle der Near-Video-On-Demand-Dienste derselbe Spielfilm in kurzen Intervallen hintereinander oder zeitversetzt auf mehreren Kanälen zu sehen ist. Da sowohl für Pay-TV- bzw. NVoD-Dienste als auch für VoD-Angebote in der Regel Entgelte zu zahlen sind, wird im Alltag nicht immer deutlich zwischen Video-on-Demand und Pay-TV unterschieden. Diese Ungenauigkeit wird auch dadurch befördert, dass viele Kabel-TV-Anbieter sowohl den Zugriff auf Pay-TV-Sender als auch auf digitale Videotheken (also VoD-Angebote im eigentlichen Sinne) erlauben. So bietet A1 in Österreich nicht nur die Programme des Pay-TV-Senders Sky an, sondern verfügt auch über eine eigene Videothek, aus der gegen Bezahlung per Streaming Spielfilme, Serien und Dokumentationen abgerufen werden können.⁶¹

Tabelle 19 zeigt einen Überblick über unterschiedliche Erlösmodelle bei VoD-Diensten. Diese unterscheiden sich vor allem hinsichtlich der Bezugsform (Stream oder Download), der Bezahlfom (Einmalzahlung, Abonnement, kostenlos mit oder ohne Werbung) und das Ausmaß der Nutzungsrechte.

Vor allem die letzte der hier aufgeführten Nutzungs- und Bezahlfom scheint derzeit besonders beliebt zu sein:⁶² der Erwerb eines Nutzungsrechts für eine beschränkte Dauer, in der Regel 24 oder 48 Stunden, sei es als Stream oder als Download – also das klassische Pay-per-view-

⁶¹ Die Sache wird noch verwirrender, wenn man bedenkt, dass A1 kein Kabel-TV-Anbieter im alten technischen Sinne ist, sondern sein Programm verschlüsselt über das Internet verbreitet. Man spricht in diesem Zusammenhang von IPTV.

⁶² Vgl. Martens und Herfert 2013, S. 103.



Prinzip, hier Transactional Video-on-Demand (T-VoD) genannt. Aber auch der Kauf und Download von speicherbaren Files (Electronic Sell Through) erfreut sich einer gewissen Beliebtheit. Abonnements (S-VoD) spielen eher noch eine untergeordnete Rolle. Zusammen wurde mit diesen Diensten 2012 in Deutschland ein Umsatz in der Höhe von 124 Mio. Euro erwirtschaftet.⁶³ Dies sind zwar nach wie vor nur 7,2 % des Gesamtumsatzes am Home-Video-Markt, die Tendenz ist aber klar steigend: In nur drei Jahren hat sich der Umsatz versechsfacht. Anzunehmen ist, dass mit dem Anstieg der Umsätze am VoD-Markt der DVD- und Blue-ray-Verkauf sinken wird.⁶⁴

⁶³ Martens und Herfert 2013, S. 103 f.

⁶⁴ Siehe auch Woldt 2013.

Tabelle 19: Erlösmodelle bei Video-on-Demand-Diensten

	Kurzbeschreibung	Bezugsform	Bezahlform	Ausmaß der Nutzungsrechte	Anbieter
Free VoD	Frei abrufbare Inhalte, die in der Regel (nur) der Kundenbindung sowie der Gewöhnung der Zuschauer an VoD als Dienst dienen	Stream	kostenlos	Leihen, Nutzungszahl und Dauer je nach Anbieter	Maxdome, Videoload
EST (DTB) Electronic Sell Through (Download to Burn)	Elektronischer Erwerb eines Films mit anschließender Möglichkeit zum Download und zur uneingeschränkten Nutzung inklusive DVD-Brennen	Download	Einmalzahlung pro Filmerwerb	Kaufen, sämtliche Nutzungsrechte einschließlich DVD-Brennen	Videoload, MediaMarkt
EST (DTO) Electronic Sell Through (Download to Own)	Elektronischer Erwerb eines Films mit anschließender Möglichkeit zum Download und zur uneingeschränkten Nutzung exklusive DVD-Brennen	Download	Einmalzahlung pro Filmerwerb	Kaufen, sämtliche Nutzungsrechte ausschließlich DVD-Brennen	iTunes Store, Videoload, Maxdome, MediaMarkt
EST (DTR) Electronic Sell Through (Download to Rent)	Elektronischer Erwerb eines Films mit anschließender Möglichkeit zum Download und zur uneingeschränkten Nutzung für einen begrenzten Zeitraum	Download	Einmalzahlung pro Filmerwerb	Kaufen, unbegrenzte Nutzungsrechte für eine begrenzte Dauer	iTunes Store
A-VoD Ad-supported Video-on-Demand	Werbefinanzierung. Einbindung von Pre-, Mid-, Postroll- oder Player-Werbung zur Finanzierung	Stream	kostenlos mit Werbung	Leihen, Nutzungszahl und Dauer je nach Anbieter	MSN Movies
S-VoD Subscription Video-on-Demand	Auswahl aus einem umfangreichen Produktkatalog zu einem monatlichen Paketpreis	Stream oder Download	monatliche Grundgebühr	Leihen oder Kaufen, Nutzungszahl und Dauer je nach Anbieter und Tarif	Lovefilm, Maxdome
T-VoD Transactional Video-on-Demand	Nutzer erwirbt für i. d. R. 24 oder 48 Stunden das Recht, den Film ein- oder mehrmals anzuschauen.	Stream oder Download	Pay-per-view	Leihen, ein- oder mehrmalige Nutzung innerhalb eines Zeitfensters (24 h oder 48 h)	Videoload, Maxdome, iTunes Store, Lovefilm

Quelle: thebrainbehind GmbH, zit. nach: Martens und Herfert (2013), S. 103.

Für Österreich gibt es leider keine entsprechenden Daten. In der Mavise-Datenbank der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle⁶⁵ sind für Österreich immerhin derzeit 275 Einträge von audiovisuellen Abrufdiensten verzeichnet. Bei der Mehrzahl dieser Dienste handelt es sich um Catch-up-TV-Dienste der österreichischen Fernsehsender. Zudem werden viele der in der Datenbank angeführten Dienste von internationalen Unternehmen angeboten.⁶⁶ Von den österreichischen Unternehmen, die Video-on-Demand anbieten, gilt es vor allem die Telekom Austria (mit ihrer A1 Videothek), den Filmladen Filmverleih und Flimmit zu nennen. Daneben spielen natürlich die internationalen Anbieter wie iTunes Store, Mubi, Videocity und seit Kurzem auch Maxdome eine Rolle.⁶⁷ Überträgt man die Zahlen von Deutschland auf Österreich (mit Faktor 10 : 1), ist von einem Umsatz von über 10 Mio. Euro auszugehen. Möglicherweise ist dieser aber auch geringer, da zum einen die Zahl der großen, professionellen und kommerziellen Anbieter in Österreich doch nach wie vor relativ klein ist, und zum anderen die Österreicher im Vergleich zu den Deutschen verhältnismäßig viele DVDs und Blue-rays kaufen.⁶⁸ Dies deutet auf eine etwas verzögerte Entwicklung des Marktes hin.

Video-on-Demand und Online-Vertrieb aus der Perspektive der Produzenten

Erträge aus dem Online-Vertrieb

Dass der Online-Vertrieb in Zukunft eine große Rolle spielen wird, darüber besteht unter den von uns Befragten (Produzenten, Fernsehsender und Experten) Konsens. Welche Geschäftsmodelle sich durchsetzen werden und wer davon vor allem profitieren wird, ist aber mehr als unklar.

⁶⁵ Vgl. mavise.obs.coe.int/.

⁶⁶ Zur Abgrenzung der Dienste in der MAVISE-Datenbank siehe Europäische Audiovisuelle Informationsstelle 2013.

⁶⁷ Vgl. www.was-ist-vod.de/vod-anbieter.

⁶⁸ Vgl. www.filmwirtschaftsbericht.at.

„Ich glaube, in Zukunft wirst du digitalen Content nur mehr in der Cloud bekommen. Die Frage, die sich dann stellt: Auf welchen Plattformen wirst du am ehesten gefunden. D.h. die großen Aggregatoren werden sich durchsetzen, die werden alle schlucken, was ein bisschen kleiner ist als sie selber. Das Geschäftsmodell, das dahinter steht, ist aber nicht der Einzelverkauf von Content, sondern die Wertarchitektur des Portals selbst. Das geht ganz klar zu Lasten der Content-Erzeuger, also der Produzenten. Ich habe nichts davon, wenn ich meinen Film zu iTunes gebe und iTunes wird durch meinen Film als Portal werthaltiger, ich bekomme trotzdem nur ein paar Euro. Da wird man sehr stark nachdenken müssen, mit welchen Modellen man daraus Erlöse in einer angemessenen Höhe erzielen kann.“

Die Erträge, von denen die Produzenten in unserer Stichprobe berichten, sind ernüchternd. Einige bieten Teile ihres Katalogs schon auf iTunes an, aber selbst mit den erfolgreichen Kinofilmen sind nicht mehr als ein paar hundert Euro im Jahr zu lukrieren.

„Wir sind ja ohnehin so ziemlich die Ersten auf iTunes. Entschuldigung, da können Sie ja nicht einmal die Leute im Betrieb zum Mittagessen einladen um das, was sie da kriegen. Vergessen Sie es.“
„Ich habe neulich wieder die Video-on-Demand-Abrechnung von einem unserer besten Filme gesehen, und zwar Deutschland, Österreich und Schweiz. Das ist sowas von lächerlich, darauf kann man dann auch schon verzichten.“

Trotz der geringen Erträge, die Online-Angebote derzeit abwerfen, sind die Fernsehsender wenig gewillt, die Rechte den Produzenten zu überlassen. Alle rechnen damit, dass die Nachfrage nach diesen Angeboten in den nächsten Jahren stark ansteigen wird. Zudem dienen die sender-eigenen Mediatheken heute schon teilweise über die 7-Tage-Streaming-Möglichkeit („catch-up“) hinaus der Kundenbindung. Im Gespräch mit einem deutschen Fernsehsender wurde das folgendermaßen ausgedrückt:

„Es gibt einen Kernbereich von Nutzungsformen, die für uns sakrosankt sind. Dazu gehört die Onlinenutzung. D.h. wir müssen Senderechte und Onlinerechte nutzen können und brauchen in diesem Bereich die Rechte exklusiv. Vor allem wenn wir mit großen Finanzierungsanteilen dabei sind. [...] Wir brauchen die Rechte für die Mediathek.“

Und ein anderer Sendervertreter sekundiert:

„Neben dem linearen Markt brauchen wir VoD-Rechte. Da geht es weniger um die Erlöse, sondern darum, überall präsent zu sein, dass die Ware überall und jederzeit erreichbar ist für die Kunden. Dort, wo die Fragmentierung am stärksten ist, beim Spielfilm und bei Serien, brauchen wir das.“

Aus diesem Grund gestalten sich die Verhandlungen über die VoD-Rechte mit den Sendern derzeit äußerst kompliziert.

Plattformen und „Broker“

Für die Produzenten stellt sich natürlich darüber hinaus die Frage, welche Plattformen am geeignetsten sind für ihre Produkte. Auf den großen Portalen wie iTunes werden die Nischenprodukte kaum wahrgenommen. Kleine regionale Anbieter wie zum Beispiel das österreichische Filmportal Flimmit sind möglicherweise zu klein und zu wenig bekannt. Globale Anbieter für Nischen wie Dokumentationen gibt es noch zu wenige. Dazu kommen einige rechtliche Probleme, wie etwa die langen Auswertungssperren für Fernsehproduktionen. Unklar ist auch, ob das Online-Angebot nicht die weiteren Auswertungszyklen kannibalisiert.

Insgesamt lässt sich bei den Produzenten momentan noch große Skepsis und eine abwartende Haltung ausmachen. In diesem Bereich sei noch viel zu lernen, die Investitionen seien im Verhältnis zu den Erlösen noch zu hoch und die Geschäftsmodelle zu unausgereift. Relativ klar ist allen Beteiligten, dass es hier professioneller „Broker“ bedarf, die den Überblick über den Markt haben, die richtigen Portale auswählen, die Verträge aushandeln und sich um die technische Aufbereitung der Filme

kümmern. Einige setzen diesbezüglich auf die Kompetenz der Fernsehsender bzw. deren Vertriebe, auf die Gefahr hin, dass dadurch auch wieder große Abhängigkeiten entstehen.⁶⁹ In Österreich bietet sich derzeit der DVD-Vertrieb Hoanzl für diese Rollen an.

So sinnvoll es für die Produzenten derzeit erscheinen mag, noch eine Zeit lang zuzuwarten, um den Markt zu beobachten, die Entscheidung für eine legale Plattform sollte angesichts der Konkurrenz durch illegale Angebote nicht allzu lange aufgeschoben werden.

„Wir wissen, dass unsere Projekte auch unabhängig davon, ob wir aktiv sind oder nicht, bereits auf YouTube abrufbar sind. Eine unserer Produktionen wurde 8.000 Mal angeklickt. Da sind wir natürlich rechtlich dagegen vorgegangen.“

„Wenn eine Serie wirklich funktioniert, ist sie nach zwei Jahren von den Piraten aufgefressen. Da bleibt nichts mehr übrig und damit ist die Verwertung in Wahrheit gekillt. Würde man es gleich verwerten und würden sich die Erlöse Sender und Produzenten teilen, hätten alle was davon. Sender sind da aber irgendwie nicht ganz in der jetzigen Zeit und wollen das einmal verhindern. Viel vernünftiger wäre es, wenn man an das 7-days-catch-up direkt mit einer Bezahlverwertung anschließt.“

4.3.6 Weitere Rechte: Pay-TV, Kino und Musik

Weitere Rechte aus der Perspektive der Produzenten

Abschließend seien noch der Vollständigkeit halber drei weitere Verwertungsmöglichkeiten, die in den Gesprächen mit den Produzenten allenthalben berührt wurden, erwähnt. Pay-TV, also Verwertung in linearem Bezahl-Fernsehen, spielt kaum eine Rolle. Tatsächlich gab es vereinzelt Überlegungen, noch vor der Free-TV-Verwertung ganz besondere

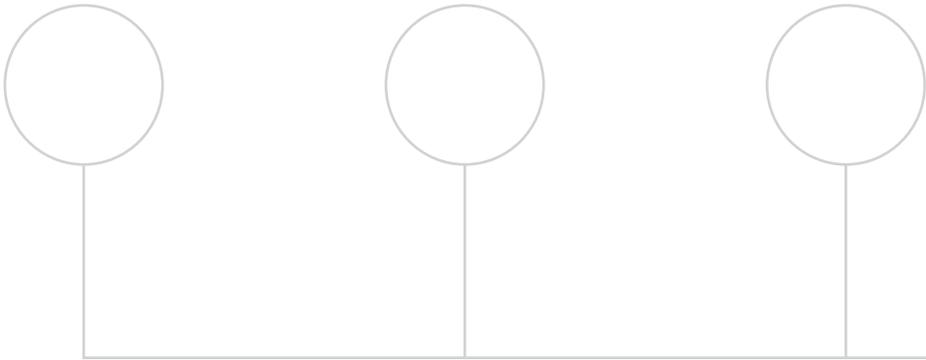
⁶⁹ Wie zu Redaktionsschluss bekannt wurde, beteiligt sich der ORF nun an der Plattform Flimmit (Bericht vom 4.7.2014 auf www.horizont.at). Damit sind die Weichen für eine professionelle Online-Verwertung in Österreich gestellt.



Produkte auf Pay-TV-Kanälen auszustrahlen. Das Ertragspotenzial ist aber zu gering und die Gefahr des Quotenverlusts im Free-TV zu groß, weshalb das auch nicht weiterverfolgt wurde. Nach Ablauf der sieben bzw. zehn Jahre Lizenzzeit macht eine Verwertung im Pay-TV natürlich keinen Sinn mehr.

Interessant war zu hören, dass der Kinoverleih für Fernsehproduktionen zuweilen von Relevanz ist. Vor allem bei Dokumentation ist die Grenze zwischen Kino und Fernsehen fließend, aber auch Fernsehspielfilme migrierten zuweilen in das Kino. Das Interesse der Verleiher für die Produktionen wird in der Regel durch Präsentationen bei Festivals geweckt.

Ein Thema in den Verhandlungen zwischen Produzenten und Fernsehsender sind schließlich auch manchmal die Musikrechte. Zumindest einer der von uns interviewten Produzenten gab an, einen Musikverlag zu besitzen. Dadurch entstand etwa ein Interessenskonflikt mit dem ORF, der ebenso Musikverlagsrechte beansprucht.





5 Zusammenfassung und Empfehlungen

Der FERNSEHFONDS AUSTRIA wurde in den zehn Jahren seines Bestehens zu einem der wichtigsten Instrumente der Filmförderung in Österreich. Mit seinem Fokus auf alternative Finanzierungs- und Verwertungsformen von Fernsehfilmen beschränkt er nicht nur neue Wege der Filmförderung, sondern zielte auch explizit auf eine nachhaltige Stärkung der Produzenten gegenüber den Fernsehsendern ab. Doch wie hat sich die Produktionslandschaft seither verändert? Und welchen Beitrag leistete dabei der FERNSEHFONDS AUSTRIA? In der vorliegenden Studie wurden dieses Förderinstrument und seine intendierten wie auch unintendierten Effekte anhand verfügbarer Statistiken und mittels ausführlicher Interviews mit über 40 Repräsentanten der Branche einer Bewertung unterzogen. Im Folgenden findet sich eine Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse.

Als einer der größten Vorzüge des FERNSEHFONDS AUSTRIA wird seine **Berechenbarkeit** betrachtet. Selbst Produzenten, die kaum vom FERNSEHFONDS AUSTRIA profitierten, loben die klaren Richtlinien und die Transparenz der Entscheidungen. Hierin zeichnet sich der FERNSEHFONDS AUSTRIA gegenüber anderen Einrichtungen aus, in denen Jürs nach ästhetischen Gesichtspunkten entscheiden. Damit verbunden ist ein hohes Maß an **Durchlässigkeit**. Grundsätzlich haben auch wenig etablierte Firmen eine Chance, in den Genuss einer Förderung zu kommen. Dies wird durch die Förderstatistik bestätigt. Zwar gingen fast 70 % des Förderbudgets von 2004 bis 2012 an nur zehn Firmen, doch finden sich jedes Jahr wieder neue Namen unter den geförderten Unternehmen. Zudem ist die Konzentration auf einige wenige Produzenten geringer ausgeprägt als bei der Auftragsvergabe durch den ORF.

Positiv hervorgehoben werden auch die gute **Gesprächsbasis** mit den Mitarbeitern des FERNSEHFONDS AUSTRIA und deren hohe **Kompetenz** in Sachfragen. Dadurch sind die professionelle Abwicklung der Projekte und die branchengerechte Weiterentwicklung der Richtlinien gewährleistet. Lediglich die mangelnde Flexibilität in der Einreichphase und Verzögerungen bei der Auszahlung werden zuweilen kritisiert.

Wenden wir uns nun den unmittelbaren Effekten der Förderungen des FERNSEHFONDS AUSTRIA zu. Diese ermöglichen zweifelsohne den

Fernsehsendern die **Produktion von hochwertigen Filmen**, die aufgrund der knappen Produktionsbudgets nicht (mehr) finanzierbar wären. Viele Projekte wären ohne Zusatzfinanzierung durch den FERNSEHFONDS AUSTRIA nicht realisiert worden. Die unmittelbare Auswirkung auf die Produktion lässt sich nicht nur am Anstieg des ORF-Auftragsvolumens mit der Einrichtung des FERNSEHFONDS AUSTRIA ablesen, sondern auch am zunehmenden Engagement der privaten Fernsehsender. Vor allem im Doku-Bereich gewinnen die privaten Fernsehsender als Auftraggeber an Bedeutung. Deutlich verbessert haben sich mit dem FERNSEHFONDS AUSTRIA die **Chancen** der österreichischen Produzenten am internationalen und insbesondere am **deutschen Fernsehproduktionsmarkt**. Bis zu 46 % der Finanzierung von aus Fonds geförderten Projekten kamen in den letzten Jahren aus dem Ausland, österreichische Unternehmen gewannen als Koproduktionspartner von Fernsehfilmen für den deutschen Markt an Bedeutung, wenngleich hier kulturelle Unterschiede zuweilen ein Hindernis darstellen. Die Produzenten sind hier mit einem Trade-off bzw. Zielkonflikt zwischen der Schaffung regionaler Identifikationsangebote für den heimischen Markt und der Ausdehnung der Aktivitäten auf den deutschen Markt konfrontiert.

Die zwei vielleicht unmittelbarsten Folgen und Erfolge des FERNSEHFONDS AUSTRIA sind die **Diversifizierung der Unternehmen** und die **gestiegene Autonomie in der Entwicklung und Produktion** von Projekten. Während bis in die 1990er-Jahre nur wenige Firmen sowohl in der Kino- als auch in der Fernsehfilmproduktion tätig waren, setzt nach der Jahrtausendwende ein Prozess der Erweiterung der Geschäftsfelder ein. Vor allem Produzenten, die auf Kinoproduktionen fokussiert waren, ermöglichte der FERNSEHFONDS AUSTRIA den Aufbau eines zweiten Standbeins in der Fernsehproduktion. Damit erhöhte sich die wirtschaftliche Stabilität der Unternehmen. Ebenso positiv wird auch die Entwicklung zu mehr kreativer und wirtschaftlicher Autonomie bewertet. Während bei klassischen Auftragsproduktionen der Handlungsspielraum für die Produzenten relativ gering ist, eröffnen sich mit aus Fonds finanzierten Projekten neue Möglichkeiten der autonomen Entwicklung und Produktion.

Weniger klar zu bewerten sind die **Auswirkungen des Rechtebehalts bzw. des Rechterückfalls**. Bei Projekten, die vom FERNSEHFONDS AUSTRIA mitfinanziert werden, erwerben die Fernsehsender nur die Free-TV-Senderechte im Sendegebiet, und zwar befristet auf sieben bzw. zehn

Jahre. Doch welchen Nutzen ziehen die Produzenten aus den bei ihnen verbliebenen Rechten? Grundsätzlich begrüßen natürlich die Produktionsunternehmen die Regelungen, da sie die Verhandlungsposition gegenüber den Fernsehsendern stärken und zusätzliche Erlösmöglichkeiten eröffnen. Das Potenzial wird aber recht unterschiedlich bewertet. Die **Einnahmen** aus dem Weltvertrieb bewegen sich bei größeren Produktionen durchaus im sechsstelligen Bereich. Häufig werden sie in Form einer Mindestgarantie von den Vertriebsfirmen bereits im Vorhinein bezahlt. Die Abrechnung der über die Garantie hinausgehenden Erlöse ist aber bescheiden, sofern sie überhaupt erfolgt. Gering sind auch die Einnahmen aus dem Verkauf von DVDs, jene aus der Verwertung auf Video-on-Demand-Plattformen gelten derzeit als vernachlässigbar.

Zur Erklärung des beschränkten Verwertungspotenzials der Nebenrechte werden sowohl kulturelle als auch strukturelle Gründe genannt. So haben es etwa Produktionen mit starker regionaler Ausrichtung infolge der **kulturellen Unterschiede** auf den internationalen Märkten schwer. Gut international verwertbar sind Natur- und Wissenschaftsdokumentationen, im fiktionalen Bereich vor allem **Serien**, die von den Fernsehsendern zur Befüllung fixer Sendeplätze in hohem Maße nachgefragt werden. In struktureller Hinsicht wird auf die Notwendigkeit von **professionellen Mittlern** verwiesen. Da die Produktionsfirmen weder über die Ressourcen noch über die nötigen Netzwerke zur professionellen Verwertung verfügen, sind sie auf internationale Vertriebsfirmen bzw. nationale Agenturen angewiesen. Dies trifft vor allem auf den Weltvertrieb zu, der abgesehen von einigen Nischenanbietern (z.B. im Doku-Bereich) von großen, meist senderverbundenen Vertriebsorganisationen übernommen wird. Aber auch die Online-Verwertung erfordert hohe technische und organisatorische Aufwendungen, die kleinere Produzenten nicht leisten können und daher delegieren. Dadurch entstehen natürlich wiederum **Abhängigkeiten** von einigen wenigen dominanten Playern. Zudem sind die Fernsehsender immer weniger gewillt, die Rechte (insbesondere für die Zurverfügungstellung im Internet) den Produzenten zu überlassen und auf Erlöse aus der Verwertung zu verzichten. Hier zeigen sich deutlich Grenzen in der Realisierung der vom FERNSEHFONDS AUSTRIA intendierten Stärkung der Produzenten.

Auf zwei weitere unintendierte bzw. nicht antizipierte Folgen der Förderungen sei hier abschließend noch hingewiesen. So hat die Einrichtung des FERNSEHFONDS AUSTRIA sicherlich zu einem weiteren **Anstieg des Wettbewerbs** am Filmproduktionsmarkt geführt. Die Zahl der Unternehmen (vor allem der sogenannten Ein-Personen-Unternehmen) ist in den Jahren seit der Jahrtausendwende deutlich gestiegen. Der FERNSEHFONDS AUSTRIA eröffnete, wie schon erwähnt, auch jungen Unternehmen bzw. Unternehmen aus anderen Genres die Chance, in die Fernsehfilmproduktion einzusteigen. Diese grundsätzlich positive Entwicklung wird von manchen allerdings als Zunahme der Konkurrenz erlebt. Gleichzeitig steigt das Risiko vor allem in der Entwicklung und Finanzierung der Projekte. Im Unterschied zu den relativ risikolosen Auftragsproduktionen tragen die Unternehmen nun verstärkt die Verantwortung für die Entwicklung der Stoffe und die Finanzierung, die zuweilen schwer zu administrieren ist.

Aus der Untersuchung der Förderrichtlinien und der Effekte des FERNSEHFONDS AUSTRIA auf die Fernsehfilmproduktion ergeben sich einige Empfehlungen:

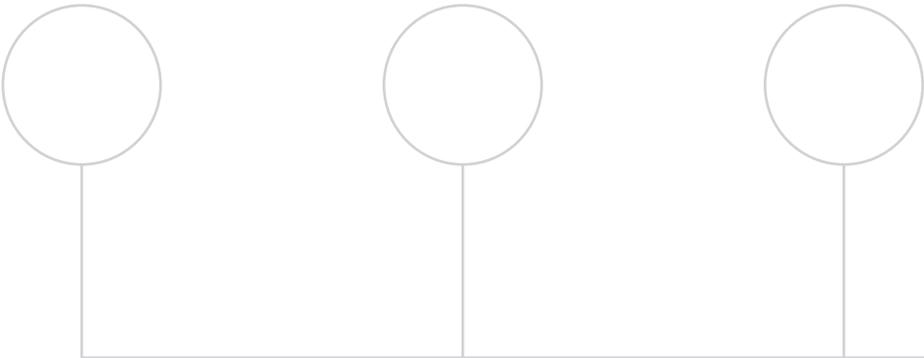
- **Gesamtbudget anpassen.** 2013 überstieg die Zahl der Einreichungen deutlich die Möglichkeiten der Förderung durch den FERNSEHFONDS AUSTRIA. Das Budget war bereits im Sommer fast zur Gänze ausgeschöpft. Dies darf als Zeichen der Wichtigkeit und des Erfolgs dieses Finanzierungsinstruments gewertet werden. Die Nachhaltigkeit der Förderungen ist aber nur gewährleistet, wenn das Budget kontinuierlich erhöht und an die steigende Nachfrage angepasst wird.
- **Verwertungspotenzial prüfen.** Der FERNSEHFONDS AUSTRIA zielt auf die Stärkung der Produzenten qua Verwertung der Nebenrechte ab. Dieses zentrale Ziel könnte bei der Bewertung der Förderwürdigkeit von Projekten stärker Berücksichtigung finden. Das Hauptaugenmerk sollte dabei weniger auf dem Erlöspotenzial liegen, sondern vielmehr auf der grundsätzlichen Verwertbarkeit jenseits der Erstauswertung durch den mitfinanzierenden Sender (sei es durch weitere Zyklen, den Vertrieb im Ausland, Online-Verwertungen, Festivalteilnahmen etc.). Produktionen, die stark an einzelne Sender gebunden sind und deren Verwertungspotenzial durch die Erstausstrahlung im Wesentlichen erschöpft ist, liegen unserer Meinung nach außerhalb des Fokus des FERNSEHFONDS AUSTRIA.

- **Kriterien für die Erhöhung des Förderungsanteils spezifizieren.** In Absatz 2 in Punkt 4.1 der Richtlinien ist eine Erhöhung der Förderung auf bis zu 30 % des Produktionsbudgets unter bestimmten Bedingungen vorgesehen. Zwar ist die flexible Festlegung der Förderhöhe ein wichtiges Instrument der Steuerung, die vier angegebenen Kriterien „kulturelle Identität“, „Beschäftigungseffekt im kreativ-technischen Stab“, „Verwertung und Verbreitung in hohem Maße“ und „innovative Strategien in Herstellung und Vermarktung“ erscheinen aber nicht ausreichend operationalisiert. Ein Katalog von Best-Practice-Beispielen könnte hier für mehr Transparenz in der Vergabe der Förderungen sorgen.
- **Public Value der Produktionen berücksichtigen.** Fernsehproduktionen schaffen nicht nur durch kulturelle Identität einen öffentlichen Mehrwert, sondern auch durch gesellschaftspolitisch wichtige Diskussionen, die Sichtbarmachung von Diversität, das Aushandeln von Werten, ästhetische Innovationen und anderes mehr. Dieser als Public Value in der Medienwirtschaft diskutierte Zusatznutzen von Medienangeboten könnte umfassender in der Festlegung der Förderhöhe Berücksichtigung finden. Doch auch hier gilt es größtmögliche Transparenz durch eine präzise Operationalisierung der Kriterien zu schaffen.
- **Zusätzliche Anreize schaffen für innovative Finanzierungs- und Verwertungsstrategien.** Die Produzenten vertrauen in der Finanzierung und Verwertung ihrer Produkte in hohem Maße etablierten Partnern. Obgleich diese natürlich eine wichtige Funktion erfüllen, sollten die Unternehmen motiviert werden, innovative Finanzierungs- und Verwertungsstrategien, die sich vor allem aus der zunehmenden Konvergenz der Medien ergeben, zu erproben. Crowdfunding, transmediale Erzählformen, crossmediale Vermarktung wie auch partizipative Elemente in Produktion und Rezeption könnten die traditionellen Instrumente und Kanäle erweitern. Zusätzliche Anreize würden etwa Preise oder Auszeichnungen schaffen.
- **Richtlinien zum Rechterückfall und Rechteverbleib teilweise lockern.** Die Richtlinien zum Erwerb von weiteren Nutzungsphasen durch den Fernsehsender (Absatz 12), zum Vertrieb durch senderverbundene Weltvertriebe (Absatz 3) und zu den On-Demand-Diensten im Allgemeinen (Absatz 10) in Kapitel 3.10 stoßen bei den Fernsehsendern tendenziell auf Ablehnung und haben die Verhandlungen zwischen Produzenten und Fernsehsendern zuweilen schwer belastet, teilweise Projekte auch verunmöglicht. Hier scheinen Lockerungen angezeigt.



So wäre es möglicherweise sinnvoll, die Frist bis zum Erwerb einer weiteren Nutzungsphase zu verkürzen, senderverbundene Vertriebe gleichrangig an den Erlösen aus dem Weltvertrieb zu beteiligen und On-Demand-Rechte zu teilen oder befristet zu vergeben. Im Gegenzug müssten die Beteiligungen der Produzenten an den Erlösen erhöht werden.

- **Angaben der Produzenten zur Verwertung und den Verwertungserlösen dokumentieren.** Die Verwertung der Produktionen erfolgt über einen relativ langen Zeitraum. Zahlen zu den Erlösen lassen sich sinnvoll nur projektbezogen erfassen. Diese Daten sollten eingeholt, aufgearbeitet und regelmäßig veröffentlicht werden. Sie dienen der Versachlichung der Diskussionen um Verwertungsstrategien.
- **Einreichmodalitäten unterschiedlicher Förderstellen harmonisieren.** Filmproduktionen werden oft von mehreren Förderstellen unterstützt. Fristen und Einreichmodalitäten der Stellen weichen aber teilweise stark voneinander ab. Die Harmonisierung der Förderinstrumente würde hier große Erleichterung bringen.





6 Anhang

6.1 Literatur

6.1.1 Publikationen

ALM (2013): Jahrbuch 2012/2013: Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in Deutschland. Berlin: VISTAS.

Beck, Klaus (2012): Das Mediensystem Deutschlands, Strukturen, Märkte, Regulierung. Wiesbaden: Springer VS.

Blázquez, Francisco Javier Cabrera (2013): „Abrufdienste: Zur Fernsehähnlichkeit erschaffen?“ In: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (Hrsg.): Was ist ein Abrufdienst? Iris plus, S. 7–28.

Castendyk, Oliver und Klaus Goldhammer (2012): Produzentenstudie 2012. Daten zur Film- und Fernsehbranche in Deutschland 2011/2012. Berlin: Vistas Verlag GmbH.

Castendyk, Oliver und Klaus Keil (2005): Angemessene Bedingungen zwischen Fernsehveranstaltern und -produzenten in Österreich. Ein Beitrag zur Revision der RTR-Förderrichtlinie. Wien: Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH.

Dachverband der österreichischen Filmschaffenden, Diagonale – Festival des österreichischen Films, dok.at – Interessensgemeinschaft Österreichischer Dokumentarfilm, Österreichischer Regieverband (ADA), sixpackfilm (2013): 10 Jahre Filmförderung: Zahlen-Fakten-Daten. o. O.

Dreier, Hardy (2009): „Deutschland“. In: Hans-Bredow-Institut für Medienforschung (Hrsg.): Internationales Handbuch Medien. Baden-Baden: Nomos, S. 257–272.

Dress, Peter (2002): Vor Drehbeginn. Effektive Planung von Film- und Fernsehproduktionen. 1. Auflage. Bergisch Gladbach: Verlagsgruppe Lübbe GmbH & Co. KG.

- Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (2013): „Audiovisuelle Abrufdienste in Europa“. In: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (Hrsg.): Was ist ein Abrufdienst? Iris plus, S. 39–42.
- Gebesmair, Andreas (2011): „Die kulturellen Konsequenzen der Globalisierung. Eine produktionsbezogene Perspektive in Lebensstilforschung“. In: Rössel, Jörg und Gunnar Otte (Hrsg.): Lebensstilforschung. Sonderheft 51 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Wiesbaden: VS Verlag, S. 169–95.
- Gläser, Martin (2010): Medienmanagement. München: Vahlen.
- Grant, Peter S. und Chris Wood (2004): Blockbusters and trade wars: popular culture in a globalized world. Vancouver: Douglas & McIntyre.
- Heinrich, Jürgen (2002): Medienökonomie. Band 2: Hörfunk und Fernsehen. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hoskins, Colin und Rolf Mirus (1988): „Reasons for the US dominance of the international trade in television programmes“. Media, Culture and Society 10, S. 499–515.
- Jacobs, Olaf (2011): Finanzierung von Film- und Fernsehproduktionen. Strategien zur erfolgreichen Mittelbeschaffung. Berlin: Erich Schmidt Verlag GmbH & Co.
- Karmasin, Matthias und Carsten Winter (Hrsg.) (2006): Konvergenzmanagement und Medienwirtschaft. München: Fink.
- Karstens, Eric und Jörg Schütte (2005): Praxishandbuch Fernsehen: Wie TV-Sender arbeiten. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Keil, Klaus und Dieter Eder (2010): Finanzierung von Film- und Fernsehwerken. Berlin: Vistas Verlag GmbH.
- Martens, Dirk und Jan Herfert (2013): „Der Markt für Video-on-Demand in Deutschland“. Media Perspektiven 2/2013, S. 101–114.
- Media FOCUS Research (2014): Buch der Werbung. Wien: Media FOCUS Research.

- Resch, Andreas (2008): Das Geschäft mit Wort und Bild. Wirtschaftsgeschichte der Massenmedien und der Werbebranche in Wien. Wien; Berlin; Münster: Lit.
- Röper, Horst (2012): „Fernseh- und Filmproduktion 2009 und 2010“. Media Perspektiven 9/2012, S. 445–459.
- Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (Hrsg.) (div. Jahrgänge): Kommunikationsberichte, Wien.
- Schröder, Hermann-Dieter (2008): Wirkungen des Fernsehfonds Austria. Ergebnisse einer Befragung der Fernsehproduzenten. Forschungsbericht im Auftrag des Fernsehfonds Austria. Wien: Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH.
- Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e. V. (2013): Filmstatistisches Jahrbuch 2013. Baden-Baden: Nomos.
- Steinmaurer, Thomas (2002): „Österreichs Mediensystem. Ein Überblick“. In: ders. (Hrsg.): Konzentriert und verflochten. Österreichs Mediensystem im Überblick. Innsbruck, Wien: StudienVerlag, S. 11–66.
- Steinmaurer, Thomas (2009): „Österreich“. In: Hans-Bredow-Institut für Medienforschung (Hrsg.): Internationales Handbuch Medien. Baden-Baden: Nomos, S. 504–517.
- Triconsult – Wirtschaftsanalytische Forschungs Ges.m.b.H. (2004): Österreichischer Filmbericht. Die Österreichische Filmwirtschaft 2001–2003. Wien: Forschungsbericht.
- Ungerböck, Andreas (2002): „Film und Kino. Eine Nahaufnahme“. In: Steinmaurer, Thomas (Hrsg.): Konzentriert und verflochten. Österreichs Mediensystem im Überblick. Innsbruck, Wien: StudienVerlag, S. 71–101.
- Walter, Michel M. (2008): Österreichisches Urheberrecht. Handbuch.
1. Teil: Materielles Urheberrecht, Leistungsschutzrecht, Urhebervertragsrecht. Wien: Medien und Recht.

Wildman, Steven S. und Stephen E. Siwek. (1988): International trade in films and television programs. Cambridge, Massachusetts: Ballinger.

Windeler, Arnold und Jörg Sydow (2001): „Project Networks and Changing Industry Practices - Collaborative Content Production in the German Television Industry“. Organization Studies 22(6),1035–60.

Woldt, Runar (2013): „Fernsehen ‚auf Abruf‘ - von der Nische in den Mainstream?“ Media Perspektiven 2/2013, S. 115–25.

6.1.2 Online-Quellen

www.ard.de, ARD, letzter Zugriff: 7.2.2014

www.austrian-film.com, association of austrian filmproducers (AAFP), letzter Zugriff: 6.2.2014

www.agtt.at, Arbeitsgemeinschaft Teletest, letzter Zugriff: 25.5.2014

www.degeto.de, degeto, letzter Zugriff: 7.2.2014

www.die-medienanstalten.de, ALM, letzter Zugriff: 7.2.2014

www.filmaustria.com, FILM AUSTRIA, Vereinigung kreativer Filmproduzenten, letzter Zugriff: 6.2.2014

www.filmwirtschaftsbericht.at, Österreichisches Filminstitut, letzter Zugriff: 6.2.2014

<http://mavise.obs.coe.int>, MAVISE-Datenbank der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle, letzter Zugriff: 27.2.2014

www.rtr.at, RTR-GmbH, letzter Zugriff: 7.2.2014

www.statistik.at, Statistik Austria, letzter Zugriff: 7.2.2014

www.was-ist-vod.de/vod-anbieter, FAM Gesellschaft zur Förderung audiovisueller Medien mbH, letzter Zugriff: 27.4.2014

www.zdf-jahrbuch.de, ZDF, letzter Zugriff: 7.2.2014

6.2 Interviewpartner

Filmproduktion

Josef Aichholzer (Aichholzer Filmproduktion GmbH)
Heinrich Ambrosch und Sonja Hofmann (Satel Film GmbH)
Norbert Blecha (Terra Internationale Filmproduktion GmbH)
Michael Cencig (Metafilm GmbH)
Burkhard Ernst (Cult Movies GmbH)
Klaus Graf (Graf Filmproduktion GmbH)
Helmut Grasser (ALLEGRO Filmproduktionsgesellschaft mbH)
Peter Hajek (Mungo Film- und Fernsehproduktionsgesellschaft m.b.H.)
Paul Harather ("Breitwandfilm" Medienproduktion, Design und Verleih GesmbH)
Veit Heiduschka (Wega-Filmproduktionsgesellschaft m.b.H.)
Andreas Kamm (MR-Film Kurt Mrkwicka Gesellschaft m.b.H.)
Michael Kitzberger und Markus Glaser (Nikolaus Geyrhalter Filmproduktion GmbH)
Kurt Langbein (Langbein & Partner Media GmbH & Co KG)
Golli Marboe (MAKIDO Filmproduktion GmbH)
Heinrich Mayer (Interspot Film-Gesellschaft m.b.H.)
Kurt Mayer (Kurt Mayer Film)
Dieter Pochlatko (EPO - Filmproduktionsgesellschaft m.b.H.)
Gerald Podgornig (MONA Film Produktion GmbH)
Susanne Porsche (Sunset Austria GmbH)
Wolfgang Rest (FILM27 Multimedia Produktions GmbH)
Thomas Rilk (Thomas Rilk Filmproduktion)
Viktoria Salcher (PRISMA Film- und Fernsehproduktion GmbH)
Markus Schwabenitzky (STAR FILM Gesellschaft m.b.H.)
Kurt Stocker (DOR FILM Produktionsgesellschaft m.b.H.)
Petrus van der Let (Petrus van der Let)
Bruno Wagner (coop 99 filmproduktion G.m.b.H.)
Peter Wirthensohn (Lotus-Film Gesellschaft m.b.H.)
Nikolaus Wisiak (pre tv Gesellschaft für Film- und Videoproduktion m.b.H.)

Fernsehveranstalter

Bernhard Albrecht (Puls 4)
Martin Blank und Max von Sydow (ServusTV)
Stefan Gärtner (ProSiebenSat.1 TV)
Erich Gimpl (ATV)
Jörg Graf (RTL Television)
Kirsten Frehse, Sascha Schwingl (Degeto)
Peter Weber, Elke Grötz, Cornelia Emrich (ZDF)
Roland Weissmann (ORF)

Weitere Experten

Robert Buchschwendter (witcraft)
Andreas Hruza (Fachhochschule des BFI Wiens, Film-, TV- und Medienproduktion)
Brita Kettner (Fachhochschule St. Pölten, Medienmanagement)
Rosa von Süß (Fachhochschule St. Pölten, c-tv)
Werner Müller (Fachverband der Film- und Musikindustrie)

6.3 Interview-Leitfaden

Einleitung

Das Österreichische Institut für Medienwirtschaft der Fachhochschule St. Pölten führt im Auftrag des FERNSEHFONDS AUSTRIA eine Evaluierung der Fördermaßnahmen durch. Im Zentrum der Evaluierung stehen vor allem die Fragen, inwieweit die Fördermaßnahmen a) zur nachhaltigen Stärkung der Filmproduzenten und b) zur Beschäftigung und Wertschöpfung in Österreich beitragen. Von besonderem Interesse ist dabei die Frage der Zweit- bzw. Nebenrechteverwertung.

Das Interview besteht aus zwei Teilen:

Im ersten Teil bitten wir Sie in standardisierter Form um ein paar Angaben zu Ihrer Firma und der Produktion 2012. Der zweite Teil soll die Form eines offenen Gesprächs zu den wichtigsten Evaluierungsthemen haben. Für beide Teile zusammen brauchen wir in etwa eine Stunde.

Die Informationen werden streng vertraulich behandelt. Die Auswertung erfolgt anonymisiert. Die Ergebnisse werden nur in aggregierter Form und nicht firmenbezogen veröffentlicht.

Beginnen wir mit dem Kurzfragebogen (siehe Kurzfragebogen).

Das Gespräch wird drei große Themenblöcke umfassen. Im ersten Teil wollen wir Fragen der Finanzierung und der Rechteverwertung diskutieren. Im zweiten Teil wird es allgemein um die um die Entwicklung Ihres Unternehmens gehen. Erst im dritten Teil möchten wir konkret auf den FERNSEHFONDS AUSTRIA zu sprechen kommen. Wir müssen uns aber nicht streng an ein Frageprogramm halten, sondern können sehr frei über alle Belange der Fernsehfilmproduktion reden. Sie können auch gerne Dinge thematisieren, die Ihnen selbst wichtig sind.

Finanzierung und Rechteverwertung

Einstiegsfrage: Können Sie uns bitte an einem **konkreten Beispiel** (Beispiel vorbereiten) kurz erläutern, wie Sie ein Projekt für das Fernsehen lancieren. Wenn Sie an Ihre **letzte größere Fernsehfilmproduktion** denken: Von wem ging die Idee aus, wie kamen Sie mit dem Sender ins Gespräch und wie liefen die Verhandlungen?

Blieben wir bei dem Projekt: Wie wurde das Projekt finanziert? Stichworte: TV-Sender Lizenzanteil, Ko-Produktionsanteil, Ausländische TV-Sender, Förderungen, Eigenmittel (Barmittel, Darlehen, Rückstellungen, etc.); **Anteile in Prozent erfragen!**

Welche Vor- und Nachteile sind mit dieser Form der Finanzierung verbunden? Stichworte: Produktionsrisiko, Verwertungsrisiko, Abhängigkeit in organisatorischer und künstlerischer Hinsicht, Nutzungsrechte

Welche Formen des Rechtebehalts bzw. des Rechterückfalls wurden vereinbart? Stichworte: Zweitverwertung im Inland bzw. im Land der Lizenzierung (Second Cycle), ausländische Senderechte, Pay-TV-Rechte, Homevideo/DVD/Blue-ray und Online-Rechte)

Haben Sie die Möglichkeit der Zweit- und Nebenrechteverwertung genutzt und welche Erlöse lassen sich damit erzielen? **Alle Formen der Zweit- und Nebenrechteverwertung durchgehen! Größenordnungen der Erlöse erfragen!**

- Zweitverwertung im Inland bzw. im Land der Lizenzierung (Second Cycle)
- ausländische Senderechte
- Pay-TV-Rechte
- Homevideo/DVD/Blue-ray
- Online-Rechte

Welche Unterstützung bzw. welche Hindernisse gibt es bei der Verwertung der Zweit- und Nebenrechte? Stichwort: Vertriebspartner (Weltvertriebe, Filmladen, Hoanzl, Flimmit etc.), Märkte (kulturelle Unterschiede), Vertriebsstrukturen, Verwertungsförderung

Gibt es auch andere Formen der Finanzierung als die hier beschriebene? Stichworte: Auftragsproduktion vs. Ko-Produktion

Wenn ja, welche Vor- und Nachteile sind mit dieser Form der Finanzierung verbunden? Stichworte: Produktionsrisiko, Verwertungsrisiko, Abhängigkeit in organisatorischer und künstlerischer Hinsicht, Nutzungsrechte

Unternehmensentwicklung

Einstiegsfrage: Wir möchten nun ganz allgemein auf Veränderungen in Ihrem Unternehmen in den letzten zehn Jahren zu sprechen kommen. Wie hat sich die **Situation Ihres Unternehmens** in den letzten Jahren verändert und was sind die **Gründe für die Entwicklung**? Beginnen wir mal mit den Umsätzen. Diese sind gestiegen/gefallen (siehe Kurzfragebogen)?

Und wie schaut es mit der Abhängigkeit vom ORF aus? Hat sich die vermindert? Stichwort: ORF als nach wie vor wichtigster Nachfrager (ca. 100 Millionen Euro Auftragsvolumen 2011).

Ist für Sie der Auslandsmarkt attraktiver geworden? Stichwort: Ko-Produktionen

Haben sich die Unternehmensdaten wie etwa die Eigenkapitalquote verbessert oder verschlechtert und worauf ist das zurückzuführen? Stichwort: Rechteverwertung, Library

Und schließlich: Wie hat sich die Beschäftigung verändert? Stichworte: Ausmaß, Verhältnis fix Angestellte zu Freien, Verträge, Qualifikation

Was sind die Gründe für diese Entwicklung? Stichworte: Nachfrage des ORF, Nachfrage der privaten Fernsehstationen (ServusTV, ATV, Puls4), Filmförderung, Attraktivität des österreichischen Films

Welchen Anteil hat an diesen Entwicklungen der FERNSEHFONDS AUSTRIA?

FERNSEHFONDS AUSTRIA

Einstiegsfrage: Zum Schluss möchten wir nun noch ganz allgemein auf den FERNSEHFONDS AUSTRIA zu sprechen kommen. Was zeichnet den **FERNSEHFONDS AUSTRIA** gegenüber anderen Förderstellen aus und welche Rolle spielt er für die österreichische Filmlandschaft? Stichwort: Stärkung der Produzenten, Beschäftigung, Medienstandort Österreich, Qualität der Produktion

Wie bewerten Sie die Richtlinien des FERNSEHFONDS AUSTRIA? Was fehlt, was gehört verbessert? Stichworte: Mindestbeteiligung der TV-Sender, Schwerpunkt Ko-Finanzierung aus dem Ausland, Eigenanteil, Rechterückfall und Rechtebehalt, Verwertungsförderung

Wie bewerten Sie die Transparenz der Förderentscheidungen und die Abwicklung der Förderung? Stichwort: Aufwand der Beantragung, Förderautomatismus („immer die gleichen“), Nachvollziehbarkeit der Entscheidungen

Abschluss

Was halten Sie momentan für die dringlichsten Aufgaben der Filmpolitik in Österreich? (Wunsch an die neue Bundesregierung/Politik)

6.4 Kurzfragebogen

Interviewer: _____ Datum: _____

Name des Unternehmens: _____

Rechtsform: _____ Gründungsdatum: _____

Wir bitten um möglichst präzise Schätzungen. Die folgenden Angaben beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2012. Alle Angaben werden anonymisiert ausgewertet.

Produktionsvolumen: 2012 abgeschlossene Projekte

	Anzahl	Gesamtumfang in Minuten	Gesamther- stellungs- kosten in €	Davon in Ö ausgegeben in €
Kinospielfilm				
Kinodokumentation				
Fernsehfilm				
Fernsehserie (Staffel)				
Fernsehshow/Unterhaltung				
Fernsehdokumentation				
Werbe-, Imagefilm etc.				

Beschäftigung 2012

Anzahl der MitarbeiterInnen des Betriebs ohne Projekte in Vollzeitäquivalenten

	Anzahl
Unselbständig Beschäftigte	
Freie MitarbeiterInnen	

Die Zahl der MitarbeiterInnen des Betriebs ist seit 2004 (seit Gründung, wenn Firma nach 2004 gegr.)

gestiegen gleichgeblieben gesunken

Anzahl der ProjektmitarbeiterInnen (in Österreich)

	Anzahl
Angestellt	
Selbständig (ab 5 Tage)	

Die Zahl der Projektmitarb. des Betriebs ist seit 2004 (seit Gründung, wenn Firma nach 2004 gegr.)

gestiegen gleichgeblieben gesunken

Bilanz 2012

	in Mio. Euro
Gesamtumsatz/Summe der Erlöse 2012	

Der Gesamtumsatz ist seit 2004 (seit Gründung, wenn Firma nach 2004 gegr.)

gestiegen gleichgeblieben gesunken

Vielen Dank!

6.5 Abkürzungen

Abkürzung	Erläuterung
AAFP	association of austrian filmproducers
ALM	Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten
AVMD	Audiovisuelle Mediendienste
A-VoD	Ad-supported Video-on-Demand
DTB	Download to Burn
DTO	Download to Own
DTR	Download to Rent
EPU	Ein-Personen-Unternehmen
EST	Electronic Sell Through
FFAT	FERNSEHFONDS AUSTRIA
HU	Handlungsunkosten
LOI	Letter of intent
NVoD	Near-Video-on-Demand
n.v.	nicht verfügbar
ÖIM	Österreichisches Institut für Medienwirtschaft der Fachhochschule St. Pölten
ORF	Österreichischer Rundfunk
RTR-GmbH	Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH
S-VoD	Subscription Video-on-Demand
T-VoD	Transactional Video-on-Demand
Verf.	Verfasser
VoD	Video on Demand

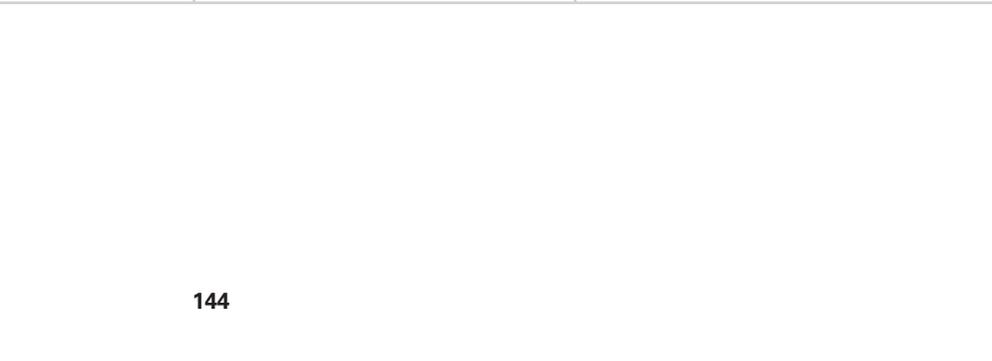
6.6 Verzeichnis der Tabellen

Tabelle 1:	Beschreibung der Stichprobe (N = 28)	22
Tabelle 2:	Gerundete Marktanteile der Fernsehprogramme in österreichischen Fernsehhaushalten von 1995 bis 2013 (in Prozent)	34
Tabelle 3:	Produktionsformen österreichischer Fernsehsender 2006, 2007, 2009 und 2011 (in Prozent der Gesamtsendezeit)	36
Tabelle 4:	Umsatz und Auftragsvolumen des ORF	38
Tabelle 5:	Verteilung des Auftragsvolumens des ORF auf die Auftragnehmer	39
Tabelle 6:	Finanzierungsanteile bei vom FERNSEHFONDS AUSTRIA geförderten Projekten	42
Tabelle 7:	Marktanteile der stärksten Fernsehprogramme 2013 in deutschen Haushalten (Montag bis Sonntag) in %	48
Tabelle 8:	Gesamtoutput ohne Kaufsendungen deutscher Fernsehsender 2011 (Erstausstrahlung)	50
Tabelle 9:	Gesamtproduktion für deutsche Fernsehsender in Minuten nach Genres 2000 bis 2010 in %	52
Tabelle 10:	Förderungen des FERNSEHFONDS AUSTRIA nach Genres 2004 bis 2013	63
Tabelle 11:	Alle vom FERNSEHFONDS AUSTRIA 2004 bis 2013 geförderten Produzenten	64
Tabelle 12:	Wiederholte Förderung in den zehn Jahren seit der Gründung des FERNSEHFONDS AUSTRIA	67
Tabelle 13:	Verteilung der Förderung auf die geförderten Unternehmen 2004 bis 2013	68
Tabelle 14:	Gesamtherstellungskosten, Herstellungskosten in Österreich, Summe der Förderungen (in Mio. Euro) 2004 bis 2013	68
Tabelle 15:	Landesförderungen für die Fernsehfilmproduktion	75
Tabelle 16:	Anzahl der Unternehmen in der Filmproduktionsbranche 2008 bis 2011	82
Tabelle 17:	Beschäftigte Filmproduktionsbranche 2008 bis 2011	83
Tabelle 18a:	Produktionswert der österreichischen Filmherstellung 2002 bis 2012 nach Art der Produktion, in Euro	83
Tabelle 18b:	Produktionswert der österreichischen Filmherstellung 2002 bis 2012 nach Art der Produktion, in %	84
Tabelle 19:	Erlösmodelle bei Video-on-Demand-Diensten	113



Studie II: Angemessene Bedingungen zwischen Fernsehveranstaltern und -produzenten in Österreich

Rechtsanwalt Prof. Dr. Oliver Castendyk



Vorwort zur 2. Auflage

Die Geschichte des FERNSEHFONDS AUSTRIA ist eine Erfolgsgeschichte. Mit einem Fördervolumen von 13,5 Mio. Euro pro Jahr ist er neben dem Centre National du Cinéma (CNC) in Frankreich der „Major Player“ in der TV-Produktionsförderung weltweit. Damit ist es dem FERNSEHFONDS AUSTRIA auch gelungen, Österreich als wichtigen Filmproduktionsstandort für europäische TV-Koproduktionen zu etablieren. Diese Leistung ist umso eindrucksvoller als – auch im Vergleich mit anderen Förderinstitutionen Europas – dieses Fördervolumen mit einem kleinen, aber effektiven Team verwaltet wird.

Ebenso führend ist der FERNSEHFONDS AUSTRIA bei der transparenten Regulierung der Fördervergabe durch Förderrichtlinien. In ihrer Differenziertheit sind sie nur vergleichbar mit den Richtlinien des CNC und der Filmförderungsanstalt (FFA).

Ein Kernstück dieser Richtlinien sind die Punkte 3.9 und 3.10 zu den „Terms of Trade“ zwischen Fernsehsender und Produzent. Darin werden zugunsten des Filmherstellers vertragliche Mindeststandards definiert, wie z.B. eine maximale Lizenzzeit, nach der die Rechte vom Fernsehsender an das Produktionsunternehmen zurückfallen müssen.

2004 wurde das Erich Pommer Institut (EPI) beauftragt, den FERNSEHFONDS AUSTRIA bei der Ausarbeitung dieses Kernstücks der Richtlinie zu unterstützen. Das Ergebnis war eine Studie zu möglichen „angemessenen Vertragsbedingungen zwischen Fernsehveranstaltern und -produzenten“. Die Studie aus dem Jahr 2004 beleuchtete die audiovisuelle Produktion in Österreich, bisher dort und in anderen Staaten übliche Vertragskonstellationen, mögliche Maßstäbe und tatsächliche Beispiele für die Regulierung der „Terms of Trade“ und endete mit einem konkreten Regulierungsvorschlag, der vom FERNSEHFONDS AUSTRIA weitgehend übernommen wurde.

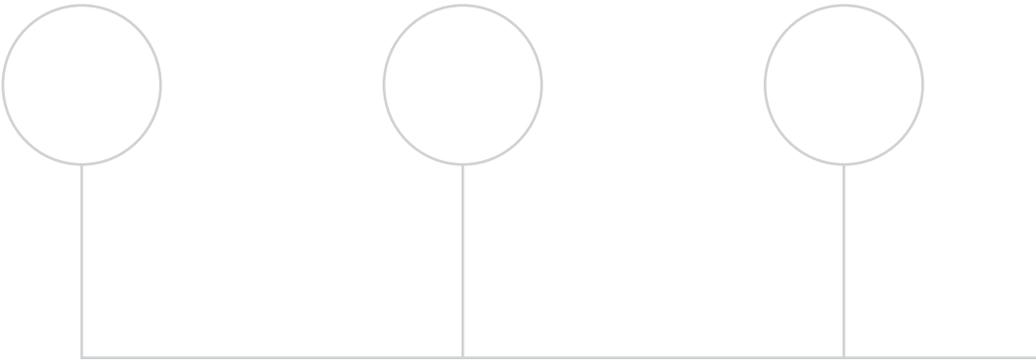
Auf vielfachen Wunsch aus der Branche wird hiermit nunmehr eine zweite Auflage dieser – in der ersten Auflage längst vergriffenen – Studie vorgelegt. Nach zehn Jahren erfolgreicher Praxis war jedoch eine grundlegende Verortung und Begründung einer „Terms-of-Trade“-Regulierung nicht mehr erforderlich. Die Förderrichtlinien haben sich bewährt und

sind allseits akzeptiert – grundsätzlich auch von den Fernsehveranstaltern. Aus diesem Grund liegt der Fokus der zweiten Auflage nicht mehr auf dem „Ob-überhaupt“, sondern auf dem „Wie-genau“ der Einordnung und Auslegung der zentralen Richtlinien-Bestimmungen.

Um diese Arbeit leisten zu können, braucht man die Hilfe von klugen und erfahrenen Praktikern, denen ich an dieser Stelle sehr herzlich danken möchte. Besonders herausgehoben sei an dieser Stelle Herr Dr. Christian Haider, der Justiziar des FERNSEHFONDS AUSTRIA, ohne dessen differenzierten und pragmatischen Input diese 2. Auflage nicht hätte entstehen können. Ausdrücklich danken möchte ich aber auch Frau Dr. Margarete Moser, Teamleiterin des FERNSEHFONDS AUSTRIA, meinem Rechtsanwaltskollegen Prof. Dr. Thomas Wallentin, Herrn Mag. Severin Moritzer, damals beim Filmfonds Wien, den Herrn Dr. Erich Feichtenschlager und Dr. Roland Weissmann vom ORF sowie last but not least Herrn Prof. Dr. Grinschgl für instruktive Gespräche und Hintergrundinformationen.

Berlin, 22. Juni 2014

Rechtsanwalt Prof. Dr. Oliver Castendyk





1 Einführung

1.1 Einleitung und Gang der Untersuchung

Die Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) hatte im Jahre 2005 das Erich Pommer Institut beauftragt, sie bei der Novellierung der Richtlinien für die Fördervergabe zu unterstützen. Der Schwerpunkt der Untersuchung lag auf der Beurteilung der Angemessenheit der Vereinbarungen zwischen antragstellendem Fernsehproduzenten und dem kofinanzierenden Fernsehveranstalter. Im Zusammenhang einer grundlegenden Analyse der Vertragsbedingungen, der branchenüblichen Klauseln, der wirtschaftlichen Hintergründe und der branchenüblichen Kriterien für die Angemessenheit von Leistung und Gegenleistung sollte – differenziert nach Fernsehfilmen, Serien und Dokumentationen – ein Vorschlag für angemessene Mindestbedingungen zugunsten der Förderwerber des FERNSEHFONDS AUSTRIA ermittelt werden. Besonders zu berücksichtigen war die Frage der Angemessenheit von Lizenzanteilen.

Inzwischen sind die Richtlinien erprobt. Sie sind seit vielen Jahren in Gebrauch, wurden bereits mehrfach verfeinert und bei der EU-Kommission erfolgreich notifiziert. Aus diesem Grunde erschien es nicht mehr ratsam, die inzwischen vergriffene, aber immer noch nachgefragte erste Auflage der Studie in einer Neubearbeiteten Form nochmals herauszugeben. Viele der damaligen empirischen Ergebnisse sind inzwischen überholt, viele der grundlegenden Fragen zur Angemessenheit stellen sich nach Etablierung der Richtlinie nicht mehr. Stattdessen konzentriert sich die 2. Auflage auf die Aspekte, die aus der Sicht des Praktikers von besonderem Interesse sind. Dazu gehört zunächst der neu aufgenommene Vergleich des FERNSEHFONDS AUSTRIA mit anderen Fernsehproduktionsförderinstitutionen in Europa (vgl. Kapitel 1.2) und eine kurze Einführung in die Möglichkeiten, vertragliche Bedingungen zwischen Fernsehveranstaltern und Produzenten staatlich zu regulieren (vgl. Kapitel 1.3). Am Ende des Einführungskapitels (vgl. Kapitel 1.4) wird analysiert, welche gesetzgeberischen Ziele das KommAustria-Gesetz (KOG) bei der Regulierung des FERNSEHFONDS AUSTRIA anstrebt.

Zum besseren Verständnis des vertraglichen Hintergrunds werden im 2. Kapitel zunächst die verschiedenen Vertragskonstellationen zwischen Fernsehveranstalter und Fernsehproduzenten dargestellt. Am Beispiel eines typischen Vertragsmusters eines österreichischen Fernsehveranstalters werden die für die Angemessenheit relevanten Kriterien herausgearbeitet.

Im 3. Kapitel wird in deutlich gekürzter Form auf die Frage eingegangen, nach welchen Kriterien „Angemessenheit“ von Verträgen beurteilt werden kann. In den Kapiteln 4 und 5 wird dargestellt, welche normativen Vorgaben für die Vertragsbeziehungen zwischen Fernsehproduzenten und -veranstaltern in anderen Staaten Europas bestehen, mit Hilfe derer die unabhängigen Produzenten gefördert werden. Dadurch lassen sich die Richtlinien des FERNSEHFONDS AUSTRIA in den Kontext vergleichbarer Regelungen stellen.

Das 6. Kapitel enthält den neu erstellten Hauptteil der 2. Auflage: eine Kommentierung der Förderrichtlinie. Im 7. Kapitel, dem Anhang, sind die Richtlinien des FERNSEHFONDS AUSTRIA auf dem aktuellen Stand enthalten.

1.2 Der FERNSEHFONDS AUSTRIA

1.2.1 Der FERNSEHFONDS AUSTRIA im europäischen Wettbewerb

Mit der Novelle zum KommAustria-Gesetz (KOG) schuf Österreich zum 01.01.2004 erstmals eine bundesweite Fernsehfilmförderung. Dem damals so genannten Fernsehfilmförderungsfonds, heute FERNSEHFONDS AUSTRIA, standen nach § 9f Abs. 1 KOG¹ 7,5 Mio. Euro im Jahr zur Verfügung. Zum 30.06.2009 wurden die Fördermittel durch das Budgetbegleitgesetz² auf 13,5 Mio. Euro fast verdoppelt. Das Geld für die Zuschüsse stammt aus Rundfunkgebühren, die dem Bundesbudget zufließen.

¹ Das KOG wurde mehrfach geändert. § 9f Abs. 1 KOG ist in der aktuellen Version § 26 Abs. 1 KOG.

² BGBl. Nr. 52/2009. Die Europäische Kommission genehmigte die Förderung mit Entscheidung Nr. 168/2009 (K-2009-5930).

Die administrative Durchführung der Förderung obliegt einer nicht gewinnorientierten Gesellschaft, der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH).

Die Mittel des FERNSEHFONDS AUSTRIA dürfen zur Förderung der Herstellung und Verwertung von Fernsehproduktionen verwendet werden. Die Förderung besteht aus nicht rückzahlbaren Zuschüssen. Gefördert werden sollen von Rundfunkveranstaltern unabhängige Produzenten. Der Begriff des „unabhängigen Produzenten“ wird nach den Vorgaben der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMDR) definiert. Die Förderung darf grundsätzlich nicht mehr als 20 %, in Ausnahmefällen bis zu 30 % der Herstellungskosten abdecken.

Der FERNSEHFONDS AUSTRIA ist nach § 27 KOG³ verpflichtet, Richtlinien über die Fördervergabe zu erlassen. Darin soll bestimmt werden, unter welchen Voraussetzungen ein Produzent als von Rundfunkveranstaltern unabhängig anzusehen ist. Darin sind Bedingungen für die Gewährung von Förderungen festzulegen, z.B. Pflichten des Förderungsempfängers, die mögliche Verwendung der Förderung, die maximale Förderungshöhe (jeweils differenziert nach Förderkategorien), der erforderliche Eigenanteil, Zeitpunkt und Form der Auszahlung. Die vom FERNSEHFONDS AUSTRIA erstellten Richtlinien wurden 2005, 2007 und 2012 bei der Europäischen Kommission in der jeweils reformierten Fassung notifiziert und anschließend genehmigt.⁴

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, die audiovisuelle Wirtschaft eines Landes zu fördern. Man kann z.B. den Schwerpunkt auf die Förderung von Fernsehveranstaltern legen, indem man viele Rundfunkzulassungen erteilt, das Kabelnetz ausbaut und gleichzeitig dafür sorgt, dass selbst kleine regionale Fernsehveranstalter noch wirtschaftlich überleben können. Diese Politikoption wurde ab Mitte der 1980er-Jahre in Deutschland gewählt. In Frankreich hat man hingegen in der Zeit zwischen 1980 und 2000 weniger Fernsehveranstalter zugelassen, weniger Fernsehkabel verlegt und nur wenige (damals wichtige) terrestrische Frequenzen

³ In der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I Nr 84/2013.

⁴ Vgl. EU KOM K 2011 – 9955.

vergeben. Stattdessen wurde die Vielfalt der Produktionswirtschaft gefördert. Dies geschah, indem man den wenigen i.d.R. großen Fernsehveranstaltern wie TF1 oder Canal Plus strenge Quoten zugunsten einzelner unabhängiger Produzenten zumutete.

Österreich blieb in den 1980er- und 1990er-Jahren rundfunkpolitisch passiv in beide Richtungen. Weder wurde ein dynamischer privater Fernsehveranstalter-Markt neben dem ORF ermöglicht, noch wurde – wie etwa in Großbritannien – der Produktionsmarkt gefördert, z.B. indem man den ORF gezwungen hätte, auf Eigenproduktionen zu verzichten und stattdessen alle Aufträge an unabhängige Produktionsunternehmen zu vergeben. Es gab nicht einmal eine wahrnehmbare Fernsehproduktionsförderung. Erst um die Jahrtausendwende änderte die Republik Österreich ihre Strategie und schaffte ein Privatrundfunkgesetz, eine funktionierende Rundfunkaufsicht und eine Fernsehfilmförderung, die einen internationalen Vergleich nicht scheuen muss. Alle diese Maßnahmen haben zu einer erheblichen Dynamisierung der audiovisuellen Branche beigetragen. Diese Entwicklungen haben gleichzeitig die kulturelle Pluralität vergrößert.

Neben der Stärkung der heimischen Fernsehproduktionswirtschaft geht es den meisten Filmförderungen auch darum, Produktionsvorhaben ins Land zu holen. Denn viele hochbudgetierte Kinoproduktionen und Fernsehproduktionen (z.B. Mehrteiler) können an unterschiedlichen Orten gedreht und endgefertigt werden. Im Hollywood-Jargon nennt man sie deshalb „runaway productions“.⁵ Es existiert ein intensiver internationaler Wettbewerb⁶ zwischen Staaten bzw. Regionen mit dem Ziel, dass die Filmproduktionen jeweils bei ihnen hergestellt werden. Durch die Herstellung profitieren Staaten bzw. Regionen, indem sie Einnahmen für dort ansässige (und dort versteuerte) Filmschaffende und filmnahe Dienstleister (z.B. Kamera- und Lichtverleih), aber auch für Unternehmen aus weiteren Sektoren wie dem Gastgewerbe oder der

⁵ Ulrich/Simmens, Motion Picture Production: To run or stay – made in the USA, *Loyola Entertainment Law Review* 2001, S. 375 ff.

⁶ Vgl. Entwurfsfassung „Mitteilung der Europäischen Kommission über staatliche Beihilfen für Filme und andere audiovisuelle Werke – Stand Juni 2013“, S. 11; Goldsmith/Regan 2005, S. 8 ff.

Autovermietung generieren. Das Verhältnis von Förderbetrag und Einnahmen aus der Produktion liegt durchschnittlich bei 1 : 2,5.⁷ Die Erkenntnis dieses Verhältnisses von Förderung und Staatseinnahmen hat dazu geführt, dass viele Staaten in der Welt⁸ Fördersysteme entwickelt haben, die ein Incentive beinhalten, an den jeweiligen Standorten zu produzieren.

Die Standortentscheidung eines Produktionsunternehmens wird durch unterschiedliche Kriterien beeinflusst: Dazu gehört die Eignung von bestimmten Locations, die Verfügbarkeit von Schauspielern und erfahrenen Film-Crews und nicht zuletzt die jeweiligen nationalen und regionalen Fördermöglichkeiten.⁹

Fernsehproduktionsförderung gibt es in mehreren Mitgliedstaaten der EU.¹⁰ Dabei gibt es zwei Hauptvarianten: „automatische“ und „selektive“ Förderungen. Bei „automatischen“ Förderungen wird jedem Förderung gewährt, der bestimmte Kriterien erfüllt, z.B. die Produktion hat über 100.000 Zuschauer im Kino erreicht oder die Produktion wird in dem jeweiligen Staat bzw. der jeweiligen Region hergestellt. Bei der „selektiven“ Förderung entscheidet ein Gremium oder ein Intendant nach bestimmten Kriterien über das „Ob“ und das „Wie-hoch“ der Förderung. Aufgrund ihrer finanziellen Ausstattung von größerer Bedeutung sind die Förderungen in Frankreich und Deutschland. Die Fördermöglichkeiten für Fernsehproduktionen in Österreich sind gut und können der Konkurrenz standhalten. Die spanischen Regionalförderer, insbesondere aus Katalonien, haben nach der Bankenkrise erheblich an

⁷ von Reden-Lütcken, Die deutsche Filmproduktionsmarkt im globalen Wettbewerb, 2006, S. 35 ff.; generell zum internationalen Wettbewerb von Standorten: Goldsmith/Regan, The Film Studio, S. 41 ff.

⁸ In Europa: Frankreich, Großbritannien, Deutschland, Irland, Ungarn, Tschechien, Luxemburg, Spanien und Italien; außerhalb Europas u.a. einzelne Bundesstaaten der USA, Kanada, Australien, Neuseeland, Brasilien, Venezuela, Südafrika.

⁸ Goldsmith/Regan, The Film Studio, S. 15 f.

¹⁰ Für eine Übersicht siehe <http://korda.obs.coe.int/korda.php/home/results>.

Mitteln und damit an Bedeutung verloren. Ähnliches gilt zunächst auch für Großbritannien nach Reduzierung und Zusammenlegung von Filmförderinstitutionen. Allerdings existiert seit Beginn 2013 eine sehr attraktive automatische Filmförderung auch für den Fernsehbereich.

Die größte Konkurrenz Österreichs als Standort für deutschsprachige Fernsehproduktionen sind die Fernsehförderungen der deutschen Bundesländer, Südtirols und der Schweiz. Bei internationalen, in der Regel in englischer Sprache gedrehten Produktionen konkurriert Österreich hingegen in Europa vor allem mit steuerbasierten Förderungen in Großbritannien, Irland und Ungarn und erst in zweiter Linie mit den regionalen Förderungen aus den deutschsprachigen Gebieten Europas.

1.2.2 Größenordnung der Förderung durch den FERNSEHFONDS AUSTRIA

Mit 13,5 Mio. Euro pro Jahr ist der FERNSEHFONDS AUSTRIA der „Major Player“ in der deutschsprachigen Fernsehförderlandschaft. Die regionalen Filmförderer aus Deutschland geben jeweils für sich genommen nicht einmal halb so viel für Fernsehproduktionsförderung aus. So vergibt das Medienboard Berlin-Brandenburg Fernsehförderung in der Größenordnung von jährlich 5 Mio. Euro, die Film- und Medienstiftung NRW unterstützt Fernsehproduktionen jährlich mit durchschnittlich 5 Mio. Euro, Nordmedia stehen im Jahr rund 6,5 Mio. Euro für Fernsehförderung zur Verfügung¹¹. Die größte schweizerische Förderung, die des Bundesamtes für Kultur (BAK), liegt bei rund 2 Mio. Euro im Jahr. Der Regionalförderung in Südtirol stehen jährlich nur 690.000 Euro zur Verfügung.

Die Finanzierung des FERNSEHFONDS AUSTRIA basiert mit der gesetzlichen Festlegung auf einer verlässlichen Grundlage. Dies erleichtert die Berechenbarkeit, die für Fördernehmer von extrem hoher Bedeutung ist. Denn Filmprojekte werden häufig über viele Jahre geplant. Wenn ein Finanzierungsbaustein wegbriecht, droht stets das Scheitern des gesamten Projekts.

¹¹ Die für TV-Förderung zur Verfügung stehenden Förderbeträge sind in den letzten Jahren – auch wegen der Konkurrenz aus Österreich, Schweiz und Südtirol – deutlich gestiegen.

1.2.3 Förderhöchstbeträge

Die Höchstbeträge von einer Million Euro pro Fernsehfilm und 200.000 Euro pro Folge einer Fernsehserie liegen im Vergleich zu den absoluten Höchstbeträgen anderer Förderinstitutionen im Fernsbereich am oberen Ende.¹² Die anteilige Begrenzung auf maximal 20 %, in Ausnahmefällen auch 30 % der Herstellungskosten der Produktion, entspricht dem Standard, der auch für (regionale) Förderungen in Deutschland, der Schweiz und Südtirol bei der Fernsehförderung üblich ist.

In der folgenden Tabelle sind die oben genannten Parameter nochmals in einer Übersicht aufgeführt.

¹² Höher liegt nur die BLS (Südtirol) mit 1,5 Mio. Euro pro Projekt; diese Höchstgrenze gemäß Richtlinie ist jedoch theoretisch, weil die von der BLS faktisch gewährten Fördersummen i.d.R. unter 100.000 Euro liegen.

Tabelle 1: Förderhöchstbeträge verschiedener Institutionen im deutschsprachigen Raum

	FERNSEHFONDS AUSTRIA	FFF Bayern	Film- und Medienstiftung NRW	Nordmedia	Medienboard Berlin-Brandenburg	Südtirol BLS	BAK Bundesamt für Kultur
TV-Förder-Aufkommen	13,5 Mio. Euro	3,4 Mio. Euro	5,4 Mio. Euro	6,5 Mio. Euro	5,05 Mio. Euro	690.000 Euro	2,5 Mio. CHF (2 Mio. Euro)
Höchstgrenzen in %	20 % (30 % in Ausnahmefällen)	30 % (Fernsehfilm)	30 % (50 % in Ausnahmefällen)	50 % (80 % in Ausnahmefällen)	30 %	50 % (80 % in Ausnahmefällen)	Förderung darf den Anteil des Fernsehsenders an der Finanzierung nicht übersteigen
Höchstgrenzen absolut	1 Mio. Euro (Fernsehfilm) 200.00 Euro (Serienfolge) 200.000 Euro (Dokumentation)	530.000 Euro (Fernsehfilm)	keine Höchstgrenze (höchste Förderung 2011: 1,1 Mio. Euro)	500.000 Euro	keine Höchstgrenze	1,5 Mio. Euro	450.000 CHF (364.697 Euro)

1.2.4 Zuschuss statt erfolgsbedingt rückzahlbares Darlehen

Auch bei der Förderstruktur bietet der FERNSEHFONDS AUSTRIA für den Antragsteller Vorteile gegenüber vielen anderen regionalen Filmförderungen:

Der FERNSEHFONDS AUSTRIA zahlt einen Zuschuss, deutsche Länderförderinstitutionen hingegen ein erfolgsbedingt rückzahlbares Darlehen. Dies führt nicht nur dazu, dass der Filmhersteller im Erfolgsfall das Förderdarlehen zurückerstatten muss, sondern auch dazu, dass er bis zu zehn Jahre jährlich über seine Einnahmen Rechnung legen muss. Dazu kommt: Es muss ein Darlehensvertrag geschlossen werden. Dieser beinhaltet Sicherungsabtretungen. Die Erlösabrechnungen müssen von einem Wirtschaftsprüfer geprüft werden. Beide Seiten – Produzent und

Förderinstitution – haben einen deutlich größeren Verwaltungsaufwand. Angesichts der Tatsache, dass der Aufwand ca. 3 % der Fördersumme umfasst und gleichzeitig im Durchschnitt der deutschen Länderförderer nur rund 5 % der Förderdarlehen jemals komplett zurückgeführt werden, erscheint die Lösung des FERNSEHFONDS AUSTRIA, die Förderung als Zuschuss auszugeben, durchaus nachvollziehbar.

1.2.5 Intendantenmodell mit Beirat effizient verwaltet

Auch die Struktur des so genannten „Intendantenmodells“ mit vorheriger Beratung durch einen Fachbeirat hat Vorteile. Im Rahmen einer grundsätzlich selektiven Förderungsstruktur werden auf diese Weise die Beratung aus der Praxis mit einer klaren Verantwortlichkeit eines (nicht in der Branche tätigen und niemandem verpflichteten) Intendanten kombiniert.¹³

Die Sitzungen des Fachbeirats des FERNSEHFONDS AUSTRIA finden viermal jährlich statt, sodass Förderungswerber auf die Förderentscheidung nicht allzu lange warten müssen. Lediglich automatische Fördersysteme (siehe oben) können noch einfachere und berechenbarere Systeme bieten.

Der FERNSEHFONDS AUSTRIA wird angesichts des hohen Förderaufkommens mit einem kleinen Team von Fachleuten nach dem Prinzip des „lean managements“ mit flacher Hierarchie und deshalb im internationalen Vergleich effizient geführt.

1.2.6 Regionaleffekt

Die Regionaleffekte deutscher Länderförderinstitutionen liegen zwischen 120 und 450 % im Jahresdurchschnitt. Der durchschnittliche Effekt des FERNSEHFONDS AUSTRIA liegt über 300 %, d.h. dass im Durchschnitt über alle Projekte gerechnet mehr als das 3-Fache der gesamten Förderung in Österreich ausgeben wird.

¹³ Vgl. zum Modellvergleich: Castendyk/Wickleder, Intendanten- vs. Gremienmodell, Promedia 4/2004, S. 44 f.

1.2.7 Einfluss von Fernsehveranstaltern

Mit dem Ziel, neben staatlichen auch „private“ Mittel für die Förderung zu akquirieren, wurden in Deutschland seit 1991 Förderinstitutionen geschaffen, an denen das jeweilige Bundesland nur noch als einer von mehreren Gesellschaftern beteiligt war. Den Anfang machte die Filmstiftung Nordrhein-Westfalen¹⁴, an der das Land NRW, der WDR, das ZDF und seit einigen Jahren auch RTL beteiligt sind. Der Landesgesetzgeber nutzte damals die gesetzliche Möglichkeit, den auf die Landesmedienanstalt entfallenden Anteil von damals 2 % der Rundfunkgebühr auf die Hälfte zu kürzen und den verbleibenden Betrag mit einer Zweckbestimmung zu versehen: Der WDR wurde in § 47 2. Satz WDR-Gesetz verpflichtet, diesen Betrag (damalige Größenordnung ca. 15 Mio. Euro) für die Film- und Hörspielförderung zu verwenden und an die Filmstiftung Nordrhein-Westfalen GmbH weiterzureichen. Gleichzeitig konnte der WDR im Rahmen des Gesellschaftsvertrages der Filmstiftung sicherstellen, dass diese Mittel nur im Rahmen der Aufgaben des WDR verwendet werden, sodass sie fast ausschließlich für WDR-Projekte zur Verfügung standen. Damit waren die Interessen des WDR von Anfang an gewahrt.

Neben dem Modell aus NRW entstand das bayerische, bei dem die Fernsehveranstalter freiwillig als Geldgeber der Länderförderung als Gesellschafter und Zahler der Förder-GmbH beitraten. Mittelbindungen gibt es nicht, auf eine gewisse Parität bei der Vergabe der Mittel an Projekte der verschiedenen Fernsehveranstalter wird jedoch geachtet.

Die deutschen Länderförderer sind entweder nach dem einen oder dem anderen Modell konstruiert. In beiden Varianten sind die Fernsehveranstalter Gesellschafter und haben erheblichen Einfluss auf die Richtlinien der Förderinstitution, die Auswahl der Gremienmitglieder und des Geschäftsführers.

¹⁴ Heute „Film- und Medienstiftung NRW“.

Beim FERNSEHFONDS AUSTRIA gibt es hingegen keinen Einfluss der Fernsehveranstalter,¹⁵ obwohl die Mittel ebenfalls aus der Rundfunkabgabe stammen. ORF, ATV etc. sind nicht an der Förderinstitution beteiligt. Im Fachbeirat sitzen keine Angestellten österreichischer Fernsehveranstalter. Die RTR-GmbH ist als Aufsichtsbehörde für den Rundfunk daran gewöhnt, Konflikte mit Fernsehveranstaltern auszuhalten. Darin zeigt sich ein zentraler Unterschied zu dem eher korporatistischen, auf Ausgleich der Interessen zwischen Fernsehveranstaltern und Produzenten bedachten Modell der deutschen Länderförderer.

1.2.8 Richtlinien des FERNSEHFONDS AUSTRIA

Der FERNSEHFONDS AUSTRIA hat Förderrichtlinien erlassen, die verschiedene Aspekte der Förderung wie z.B. die Förderungshöhe, den erforderlichen Eigenanteil, Zeitpunkt und Form der Auszahlung und viele weitere Punkte regelt. Im internationalen Vergleich fällt auf, dass die Förderrichtlinie des FERNSEHFONDS AUSTRIA detaillierter und präziser die Auszahlungsbedingungen regelt als andere Förderinstitutionen. Dies hat für den Fördernehmer den Vorteil der Berechenbarkeit, führt aber auch zu einem geringeren Ermessenspielraum für den FERNSEHFONDS AUSTRIA.

Eine weitere Besonderheit der Förderrichtlinie des FERNSEHFONDS AUSTRIA ist die Tatsache, dass sie das gesetzgeberische Ziel, die österreichische Produktionswirtschaft zu fördern, auch in der Förderrichtlinie mit Vorgaben für vertragliche Mindeststandards zugunsten der Produzenten umsetzt. In Deutschland verlangen dagegen nur wenige Länderfilmförderer produzentenfreundliche „Terms of Trade“¹⁶. Überdies sind die in deren Richtlinien geforderten Richtlinien oft nur Leitlinien, die der Förderung einen großen Spielraum lassen.¹⁷

¹⁵ Der in Deutschland von Produzentenseite immer wieder kritisiert wird, vgl. zum Beispiel <http://www.produzentenallianz.de/die-produzentenallianz/positionen/inhaltepositionen/wir-kaempfen-fuer-aehnliche-ziele-aber-mit-anderen-mitteln-zum-vorschlag-der-regionalen-und-kleinen-produzentenverbaende-fuer-einen-verhaltenskodex-fuer-die-vergabe-von-auftragsproduktionen-durch-oeffentlich-rechtliche-tv-sender-in-deutschland.html>.

¹⁶ Zum Begriff der „Terms of Trade“ siehe nachfolgendes Kapitel 1.3.

¹⁷ Statt vieler: FFF Bayern http://www.fff-bayern.de/fileadmin/user_upload/downloads/Leitlinie-TVFoerderung.pdf.

1.3 Die Regulierung der Vertragsverhältnisse zwischen Fernsehveranstaltern und Fernsehproduzenten

1.3.1 Einleitung

Das Verhältnis von Fernsehveranstalter und Fernsehproduzent, von Auftraggeber und Auftragnehmer wird gern als „in einem Boot sitzend“ beschrieben.¹⁸ Gerade Vertreter großer Fernsehveranstalter betonen diese Tatsache, wenn sie in Podiumsdiskussionen den Status quo ihrer Geschäftsbeziehung zur Produzentenschaft verteidigen. Richtig daran ist: Beide haben ein gemeinsames Ziel: erfolgreiche Produktionen für die Fernsehzuseher. Beide Seiten sind aufeinander angewiesen und auch voneinander abhängig; geht es einem Teil ökonomisch nicht gut, spürt dies der andere. Andererseits verfolgen sie unterschiedliche Interessen. Die Fernsehveranstalter fordern mehr Leistung für weniger Geld, die Produzenten beklagen, dass ihre Leistung nicht angemessen bezahlt wird, insbesondere dass sie bei den von den Fernsehveranstaltern diktierten „Terms of Trade“¹⁹, bei Vergütung und Rechteaufteilung, grundsätzlich benachteiligt werden.

Fest steht jedenfalls, dass im deutschsprachigen Raum der in ihrer Mehrheit kleinen und mittelständischen Produktionsindustrie mit den Fernsehveranstaltern marktmächtige Unternehmen gegenüberstehen. Dies gilt sowohl für Österreich als auch für Deutschland und die Schweiz.²⁰ In Deutschland handelt es sich zwar um viele Fernsehveranstalter, diese sind jedoch zum größten Teil vier Unternehmensgruppen (ARD, ZDF, RTL-Gruppe, ProSiebenSat.1 Media AG) zuzuordnen. Es ist daher wenig verwunderlich, dass die Fernsehveranstalter in aller Regel ihre Vertragskonditionen durchsetzen können.

¹⁸ Z.B. Struve auf der 1. Konferenz von film20, Dokumentation 2001, S. 85.

¹⁹ Erstmals von Wolf Bauer, Geschäftsführer der UFA Film- und TV-Produktion und Freemantle Media, 1999 anlässlich der Babelsberg Konferenz in diesem Zusammenhang verwendet.

²⁰ Vgl. für Österreich Langl/Strassl/Zoppel, S. 130; für Deutschland DIW-Studie, 2001, S. 19 ff.

Bei der Debatte um die „Terms of Trade“ geht es um die seit vielen Jahren etablierten Eckpunkte der Vertragsverhältnisse zwischen Fernsehveranstaltern und -produzenten. Nach Ansicht der Produzenten sind sie überholt. Bisher finanzierten die Fernsehveranstalter i.d.R. ihre Auftragsproduktionen zu 100 % und erwarben damit alle Lizenzrechte. Da aber seit den Anfangszeiten des Fernsehens die Leistungsanforderungen an die Produzenten, u.a. bei der personell und finanziell aufwendigen Stoffentwicklung, beim Vorhalten von kreativen Spitzenkräften wie Dramaturgen, Creative Producer oder der immer komplexeren Organisation einer Produktion erheblich gewachsen seien, finanzierten die Fernsehveranstalter – so die Produzenten – nur noch ca. 90 % der tatsächlichen Nettofertigungskosten.²¹

Aufgrund der in der Regel schwächeren Position der Produzenten gegenüber den Fernsehveranstaltern wurde in verschiedenen Staaten die Notwendigkeit gesehen, Fernsehproduzenten zu fördern und dabei auch ihre Position gegenüber ihren Abnehmern zu stärken.

1.3.2 Die Fin-Syn-Rules als klassisches Beispiel

Die produzentenfreundlichste staatliche Regulierung des Verhältnisses von Fernsehveranstaltern und Fernsehproduzenten in der westlichen Welt sind die so genannten „Fin-Syn-Rules“ in den USA.²² Sie basieren auf der ältesten Methode, Produzenten im Verhältnis zu den Fernsehveranstaltern zu stärken: Die Fernsehveranstalter werden gesetzlich gezwungen, große Teile ihres Programms von unabhängigen Produktionsfirmen zu erwerben und dürfen außerdem nur einen Teil der Rechte erwerben.

Die „Financial Interest and Syndication Rules“ wurden 1970 von der obersten Rundfunkregulierungsbehörde der USA, der Federal Communication Commission (FCC), erlassen. Die Regelung verfolgte das Ziel, die Übermacht der „Big Three“, der großen Networks CBS, ABC und

²¹ Vgl. Bauer, in einem Interview mit promedia, 6/02, S. 32 ff.

²² Vgl. dazu: Auletta, Three blind Mice, S. 67 f; Covington, Communication and the law 6/1994, S. 189 ff; Einstein, M., Media Diversity: Economics, Ownership and the FCC; kritisch zur Fin-Syn-Rule: Rosencranz, Federal Communications Law Journal, 12/1990, S. 34; Müller, epd medien, 31/2000, 8 f.

NBC, zu begrenzen und die Verhandlungsmacht der unabhängigen Fernsehproduzenten zu stärken. Damit wiederum sollte größere Programmvielfalt im Fernsehen erreicht werden:

Die „Fin-Syn-Rules“ hatten zunächst zwei wesentliche Elemente: Zum einen verboten sie den großen Networks die „Syndication“, also den Verkauf von Programmrechten im Inland, und sie beschränkte den Weltvertrieb auf Rechte an Eigenproduktionen. In den „Consent Decrees“ des US-Justizministeriums²³ wurden die „Fin-Syn-Rules“ 1977 nochmals durch eine Quotenregelung verschärft. Die Networks durften nur noch einen kleinen Teil ihrer Hauptsendezeit ohne Nachrichten (drei Stunden pro Woche)²⁴ mit eigenproduzierten Produktionen bestücken. Darüber hinaus mussten die von den unabhängigen Produzenten lizenzierten Senderechte nach vier Jahren an die Produktionsfirma zurückfallen.

Zusammengefasst bestanden die „Fin-Syn-Rules“ demnach aus einer Quotenregelung zugunsten von unabhängigen Produktionen, einer Rechterückfallregelung und einem Vertriebsverbot. Die Folge der Quotenregelung war, dass die Fernsehveranstalter wesentliche Teile ihres Programms bei unabhängigen Produktionsfirmen kaufen mussten. Resultat der Rechterückfallregelung und des Vertriebsverbots war, dass der Zweitverwertungsmarkt gestärkt wurde, aber auch dass die Fernsehveranstalter die Finanzierung von ca. 90 % auf ca. 70 bis 80 % der Produktionskosten reduzierten.

1991 wurden die „Fin-Syn-Rules“ stark aufgeweicht, als den Fernsehveranstaltern eine Quote von immerhin 40 % Eigenproduktion gestattet wurde und das Vertriebsverbot aufgehoben wurde. Auslöser war der Wunsch von Fox Television nach Revision der „Fin-Syn-Rules“.²⁵ Grund

²³ Mit denen mehrere Kartellverfahren gegen die „Big Three“ aus den 1960er-Jahren im Wege einer Vergleichsvereinbarung abgeschlossen wurden.

²⁴ Zunächst, ab 1977, durften die Fernsehveranstalter, mit Ausnahme von Nachrichtenformaten, gar keine Programme selbst produzieren, ab der Season 1985/86 drei Stunden, ab 1988/89 fünf Stunden pro Woche, vgl. Auletta, a.a.O., S. 198.

²⁵ Fox Television konnte unter den bis dahin geltenden Regeln aufgrund der Verflechtung mit Paramount Pictures keinen „Full Network Status“ erreichen. Es erreichte eine befristete Befreiung von den „Fin-Syn-Rules“, die ABC, NBC und CBS selbstverständlich nicht akzeptierten.

aber war die Tatsache, dass der Marktanteil der großen drei von ca. 90 % Anfang der 1980er-Jahre auf unter 65 % Anfang der 1990er-Jahre und damit das Nachfragemonopol entsprechend geschrumpft war. Fox wurde das vierte „Network“ und große Filmproduktions- und Vertriebsunternehmen kauften die Fernsehveranstalter auf. Disney erwarb die Mehrheit an ABC und Viacom erwarb das CBS-Network. Die Major Companies brauchten den Schutz einer Regulierung nicht mehr. Im Gegenteil, sie störte bei der Bildung vertikal integrierter großer Medienkonzerne. Was noch von den „Fin-Syn-Rules“ übrig blieb, wurde von den Gerichten in den Jahren bis 1995 für ungültig erklärt.²⁶ Im Telecommunications Act von 1996 gab es keine „Fin-Syn-Rules“ mehr. Die Folgen sind unübersehbar: Seit den 1990er-Jahren ist die Zahl unabhängiger Produktionen im US-amerikanischen Fernsehen zurückgegangen²⁷. Der Kreis ist geschlossen: Ende der 1960er-Jahre gingen nur noch wenige unabhängige Produktionen in den großen Networks auf Sendung,²⁸ nun könnte es bald wieder so sein – nur mit dem Unterschied, dass es sich nicht mehr um Eigenproduktionen von Fernsehveranstaltern handelt, sondern um solche konzerneigener Produktionsfirmen.

1.3.3 Grundlegende Regulierungsoptionen aus staatlicher Sicht

Aufgrund der in der Regel schwächeren Position der Produzenten gegenüber den Fernsehveranstaltern wurde auch in anderen Staaten die Notwendigkeit gesehen, ihre Position gegenüber ihren Abnehmern zu stärken. Um die Fernsehveranstalter dazu zu zwingen, einen Teil ihrer Programme extern zu erwerben anstatt sie selbst herzustellen, wurden oft Quotenregelungen zugunsten senderunabhängiger Produktions-

²⁶ Müller, a.a.O., S. 9.

²⁷ FCC: „In 1990, the major broadcast networks – ABC, CBS, NBC and Fox – fully or partially owned just 12,5 % of the new series they aired. By 2000, it was 56,3 %. Just two years later, it had surged to 77,5 percent. The independent producers like MTM, Cannell, Polygram, Orion, New World, Reeves, Rysher, ITC, and Republic who created many of the hit shows in 1970 and 1980 went out of business or were bought out by their bigger competitors“, <http://www.museum.tv/archives/etv/l/html/independentp/independentp.htm> (Stand: 05.10.2004).

²⁸ Ca. 5 %, vgl. Covington, a.a.O., S. 191.

unternehmen festgelegt. Um die Vertragsbedingungen zwischen Fernsehveranstaltern und unabhängigen Produzenten zugunsten der letzteren fair zu gestalten, gab es in der Vergangenheit unterschiedliche Modelle:

a) Gesetzlich vorgegebene Mindestbedingungen:

Beispiel für staatlich vorgeschriebene Mindestvertragsbedingungen sind die OFCOM „Terms of Trade“ zugunsten des Produzenten in Großbritannien, die ähnlich strukturiert, aber detaillierter sind als die „Fin-Syn-Rules“ in den USA von 1970 bis 1990.

b) Quotenregelungen in Kombination mit Mindestbedingungen:

Eine solche Quotenregelung findet sich in Frankreich. Sie verlangt, dass ein Fernsehveranstalter für einen bestimmten Anteil seiner Programmausgaben (20 bis 80 % – je nach Genre) nur Produktionen von unabhängigen Unternehmen erwirbt, bei denen er nur Sende-rechte für eine begrenzte Lizenzzeit kauft.

c) Installierung eines Verhandlungsmechanismus:

In Deutschland haben die Bundesländer in einer Protokollerklärung zum 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag zu Verhandlungen zwischen öffentlich-rechtlichen Fernsehveranstaltern und Produzenten geführt. Mit der Formulierung „dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk im Bereich Film- und Fernsehproduktionen Unternehmen [...] ausgewogene Vertragsbedingungen und eine faire Aufteilung der Verwertungsrechte gewähren soll“, wurde jedoch kein Ergebnis der Verhandlungen festgelegt. Dies hat zu den Eckpunktevereinbarungen zwischen dem größten deutschen Produzentenverband „Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen“ und der ARD bzw. dem ZDF geführt.²⁹

²⁹ <http://www.produzentenallianz.de/die-produzentenallianz/ergebnisse/inhalte-ergebnisse/terms-of-trade-eckpunkte-fuer-die-vertragliche-zusammenarbeit-zwischen-den-mitgliedern-der-allianz-deutscher-produzenten-film-fernsehen-ev-und-den-ard-landesrundfunkanstalten.html>.

d) „Terms-of-Trade“-Regelungen in Filmförderbedingungen

Die vierte Variante ist die Regulierung von Vertragsbedingungen in Förderrichtlinien. In Deutschland findet sich diese Variante sowohl beim Kinofilm als auch bei der Förderung von Fernsehproduktionen, in Österreich in Punkt 3.10 der Richtlinie des FERNSEHFONDS AUSTRIA.

1.4 Zielvorstellungen der Fernsehfilmförderung in Österreich

Ziel des FERNSEHFONDS AUSTRIA ist neben der generellen Stärkung des Medienstandorts Österreich auch die Besserstellung der österreichischen Filmproduzenten. Dies beinhaltet nicht nur, dass Anreize für ausländische Geldgeber, insbesondere Produktionsunternehmen, geschaffen werden, gemeinsam mit österreichischen Produktionsunternehmen in Österreich Fernsehfilme zu produzieren, sondern auch dass die Produzenten gegenüber den Fernsehveranstaltern gestärkt werden.³⁰

Der österreichische Ansatz der Regulierung zugunsten der heimischen Fernsehproduktionswirtschaft besteht damit aus einer gut ausgestatteten Fernsehfilmförderung, gekoppelt mit angemessenen Mindestbedingungen. Dieser Ansatz war von Beginn an vorhanden und wurde im Laufe der Zeit lediglich verfeinert. Bereits die Erläuternden Bemerkungen zum KommAustria-Gesetz (KOG) von 2004 gingen auf die Regulierung von Mindestbedingungen zugunsten der Fernsehproduzenten ein.

„Als Richtschnur für die Höchstlizenzdauer können im Einklang mit europäischen Förderregelungen 7 Jahre ab Fertigstellung des Films herangezogen werden oder der Verbleib etwa der Pay-TV-Rechte beim Produzenten. Soweit in § 9 g Abs. 3³¹ von einem ‚Eigenanteil‘ gesprochen wird, stellt dies keine Bedingung für einen bestimmten Prozentsatz an Eigenmitteln dar, sondern ist auch der Nachweis von Erlösen aus dem (Vor)Verkauf von (Neben-)Rechten, die vor

³⁰ Vgl. Kommunikationsbericht 2010, RTR-GmbH, Wien 2011, S. 13.

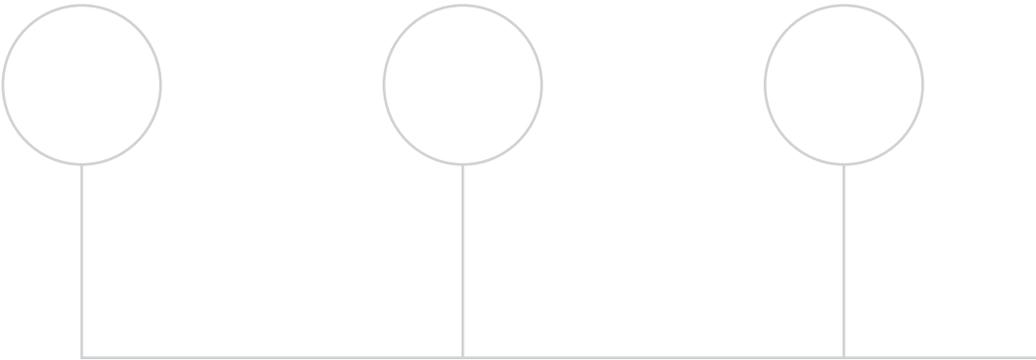
³¹ In der aktuellen Fassung § 27 Abs. 3 KOG.

*Abschluss des Projekts zur Finanzierung der Projektkosten verkauft werden, geeignet. Soweit an der Projektfinanzierung unmittelbar beteiligte Fernsehveranstalter Rechte erwerben, ist für diese Rechte ein angemessener Lizenzanteil auszuweisen und dem Eigenanteil anzurechnen.*³²

Heute verweist der Gesetzgeber in § 27 Abs. 2 Satz 2 KOG gleichzeitig auf die Erwägungsgründe zur AVMDR und eröffnet damit die Möglichkeit, den Begriff des unabhängigen Produzenten auch in Abhängigkeit davon zu definieren, dass dem Produzenten die sekundären Verwertungsrechte verbleiben.³³

³² Materialien zur Regierungsvorlage, 59 der Beilagen XXII, GP-Regierungsvorlage-Materialien, S. 222.

³³ Siehe Kapitel 6.3.9





2 Vertragskonstellationen zwischen Fernsehveranstalter und Fernsehproduzent

2.1 Lizenzvertrag, Auftrags- und Koproduktion

Beteiligt sich ein Fernsehveranstalter finanziell an einer Filmproduktion, stehen ihm unterschiedliche Möglichkeiten offen:

- der Erwerb einer Sendelizenz,
- eine Auftragsproduktion oder
- eine Koproduktion.³⁴

Sie werden nach verschiedenen Kriterien voneinander abgegrenzt:³⁵ Nach der Rechtsprechung des OGH ist Filmhersteller, wer im Rahmen seines Unternehmens die für das Zustandekommen des Filmwerks erforderlichen wirtschaftlichen und organisatorischen Leistungen erbringt. Auf den reinen Geldgeber trifft das nicht zu.³⁶ Die beiden wichtigsten Kriterien, um zu entscheiden, wer Filmhersteller ist, sind das wirtschaftliche Risiko und die Organisation der Produktion. Beim wirtschaftlichen Risiko wird unterschieden:

- Wer trägt das Herstellungs- bzw. Überschreitungsrisiko (die Produktion kostet mehr als geplant)?
- Wer trägt das Verwertungsrisiko (die Produktion spielt die investierten Kosten nicht ein)?
- Wer trägt das Finanzierungsrisiko (die Produktion kommt mangels ausreichender Finanzierung nicht zustande, die bis dahin gemachten Investitionen in die Entwicklung des Projekts waren umsonst)?

³⁴ Für jeden dieser Vertragstypen gibt es branchenübliche Usancen und unterschiedliche Angemessenheiten beim Verhältnis von Leistung und Gegenleistung. Damit hängt die Beurteilung der Angemessenheit der Vertragsbedingungen sowie der sonstigen gegenseitigen Rechte und Pflichten auch davon ab, welchem Vertragstypus man einen Vertrag zuordnet.

³⁵ Vgl. Richtlinien von Media Plus Ziff. 2.2; für eine detaillierte Abgrenzung vgl. Homann, S. 128 ff.; Loewenheim/Castendyk, Kapitel 75, Rn. 114 ff.

³⁶ Harald Karl, Filmurheberrecht, 2005, S. 111.

Bei der Organisation der Produktion geht es zum einen um die Entwicklung des Filmprojekts. D.h. die Frage lautet: Wer stellt das so genannte „Package“ (z.B. Drehbuch, Hauptdarsteller/Regie, Finanzierung) zusammen? Noch wichtiger ist aber die Frage: Wer organisiert die Produktion? – Dafür sind folgende Fragen relevant:

- Wer organisiert die Produktion (von der Vorbereitung der Dreharbeiten bis zur Postproduktion)?
- Wem steht das Eigentum am Filmmaterial zu?
- In wessen Namen und auf wessen Rechnung werden die Verträge abgeschlossen?

Bei einer Sendelizenz und der echten Auftragsproduktion trägt der Lizenznehmer bzw. Auftraggeber keinerlei Produktionsrisiko und ist an der Produktion organisatorisch nicht beteiligt. Bei einer echten Koproduktion teilen sich die Koproduktionspartner Produktions- und Verwertungsrisiken. Die Organisation kann intern auf einen so genannten „durchführenden Produzenten“ beschränkt werden.

2.1.1 Der Lizenzvertrag

Der Lizenzvertrag ist eine Sonderform des Kauf- oder Pachtvertrages. Bei einem Sendelizenzvertrag wird – grob vereinfacht – ein fertiges Produkt erworben. In der Regel kauft ein Fernsehveranstalter als Lizenznehmer Senderechte an einem fertigen Film.

Ist der Film noch nicht produziert, spricht man von einem Pre-Sale-Lizenzvertrag. Typischerweise organisiert der Fernsehveranstalter als Lizenznehmer weder die Filmproduktion, noch beteiligt er sich am Überschreitungsrisiko. Am Verwertungsrisiko sind alle Rechteinhaber beteiligt. In der Regel ist eine Produktion, an der ein Fernsehveranstalter nur als Pre-Sale-Lizenznehmer beteiligt ist, durch mehrere Quellen finanziert. Damit auch die anderen Investoren einschließlich des Filmproduzenten ihre Investitionen zurückführen können, werden dem Fernsehveranstalter lediglich begrenzte Nutzungsrechte eingeräumt, etwa Senderechte für einen bestimmten Zeitraum und eine limitierte Zahl von Ausstrahlungen.

2.1.2 Der Auftragsproduktionsvertrag

Bei einer Auftragsproduktion wird die Durchführung der Herstellung des Films auf einen anderen übertragen. Es handelt sich um eine Sonderform des Werkvertrages.³⁷

Im Gegensatz dazu steht die Eigenproduktion, bei der der Fernsehveranstalter die Produktion mit eigenem Personal (angestellte oder freie Mitarbeiter) durchführt.

Bei der Auftragsproduktion wird zwischen echter und unechter Auftragsproduktion unterschieden.

Bei einer echten Auftragsproduktion ist der beauftragte Produzent (der so genannte „Auftragsproduzent“) Filmhersteller i.S.d. § 38 Abs.1 Satz 1 UrhG. Bei einer unechten Auftragsproduktion wird der Auftraggeber Filmhersteller.³⁸ Voraussetzung für das Vorliegen einer echten Auftragsproduktion ist, dass der Auftragnehmer die Filmherstellung als selbstständiger Unternehmer in eigener Verantwortung durchführt.³⁹ Der Filmhersteller besorgt das für die Filmherstellung erforderliche Kapital, organisiert und überwacht die Herstellung, wird Eigentümer des Negativs und schließt im eigenen Namen und auf eigene Rechnung Verträge mit den Mitwirkenden und Finanzierungspartnern ab.⁴⁰

Bei einer unechten Auftragsproduktion wird die Filmherstellung in Abhängigkeit vom Auftraggeber durchgeführt. Alle wesentlichen Maßnahmen in der Filmproduktion werden durch den Auftraggeber be-

³⁷ Vgl. Schwarz in: von Hartlieb/Schwarz, 84. Kapitel, Rn. 1; Kreile, ZUM 1991, 386, 387; Schuhmacher, S. 52 ff.; Henning-Bodewig, 389, S. 414 ff.; zu den praktischen Aspekten der ausgelagerten Auftragsproduktion durch Sendeunternehmen vgl. Kresse, ZUM 1994, S. 385 ff.

³⁸ Vgl. Schwarz in: von Hartlieb/Schwarz, 84. Kapitel, Rn. 1; Kreile, ZUM 1991, 386, 387; BFH NJW 1996, 1013, 1014; FG Hamburg BB 1990, 1240, 1241.

³⁹ Vgl. für Fragen der Filmförderung die Definition des Filmherstellers in § 15 Abs. 2 FFG; dazu Reupert, S. 75.

⁴⁰ BGH UFITA 55 (1970), 313, 320 – Triumph des Willens; zur Filmherstellereigenschaft des Veranstalters eines gefilmten Ereignisses OLG München ZUM-RD 1997, 290, 293 – Box-Classics.

stimmt. Die Nutzungsrechte der Mitwirkenden erwirbt der unechte Auftragsproduzent entweder im Namen des Auftraggebers oder im eigenen Namen, jedenfalls aber auf Rechnung des Auftraggebers.⁴¹ Das Eigentum an dem Filmnegativ steht originär dem Auftraggeber zu. Man spricht bildhaft vom Produzenten als „verlängerter Werkbank“ des Auftraggebers.⁴² Unechte Auftragsproduktionen kommen in der Praxis u.a. in der Industrie- und Werbefilmproduktion vor.

Abzugrenzen ist der Auftragsproduktionsvertrag auch vom Lizenz- und Koproduktionsvertrag. Entscheidend für die Abgrenzung zum Lizenzvertrag ist die Einordnung des echten Auftragsproduktionsvertrags als Werkvertrag und die des Lizenzvertrags als Kauf- oder Pachtvertrag. Lässt sich der Fernsehveranstalter redaktionelle, künstlerische oder organisatorische Weisungsrechte und Abnahmerechte einräumen oder wirkt der Besteller bei der Werkherstellung mit, wie etwa durch so genannte Beistellungen (d.h. Naturalleistungen des Fernsehveranstalters), spricht dies für einen Werkvertrag und damit für ein Auftragsproduktionsverhältnis und gegen einen Lizenzvertrag in Form eines Pre-Sale-Vertrages.⁴³ Auf die Bezeichnung des Vertrages als Lizenz- oder Auftragsproduktion kommt es nicht an.

2.1.3 Der Koproduktionsvertrag

Eine Koproduktion liegt vor, wenn zwei oder mehr Partner ein Filmwerk gemeinsam herstellen.⁴⁴ Dabei ist zwischen echter und unechter⁴⁵ Koproduktion zu unterscheiden.

⁴¹ Schreiben des BMF vom 23.02.2001 zur ertragssteuerrechtlichen Behandlung von Film- und Fernsehfonds (so genannter Medienerlass), Rz. 8; enger: Umbeck, 9; OLG München ZUM-RD 1997, 290, 293 – Box-Classics.

⁴² Kreile, ZUM 1991, 386, 287.

⁴³ Vgl. auch Hertin in: Schütze/Weipert, Münchener Vertragshandbuch, IX. 43, Rn. 1 und Götz von Olenhusen, 912 – jeweils ohne Berücksichtigung der Pre-Sale-Variante.

⁴⁴ Ausführlich zur Gemeinschaftsproduktion Loewenheim/Schwarz/Reber, Kapitel 42, Rn. 23 ff. m.w.N.; Schwarz in: von Hartlieb/Schwarz, 95. Kapitel; Friccius, ZUM 1991, 392, 393 sowie Hertin in: Fromm/Nordemann, § 94 Rn. 6; Schwarz, ZUM 1991, 381 ff.; Schrickler/Katzenberger, vor §§ 88 ff. Rn. 36; von Gamm, § 94 Rn. 3 m.w.N.

⁴⁵ In Österreich werden unechte Koproduktionen auch als „passive“ Koproduktionen bezeichnet.

Eine echte Koproduktion liegt vor, wenn die Koproduktionspartner im Rahmen einer Gesellschaft bürgerlichen Rechts bzw. einer Erwerbsgesellschaft oder einer Handelsgesellschaft⁴⁶ handeln.⁴⁷ Die Vertragspartner treffen die wesentlichen organisatorischen, wirtschaftlichen, künstlerischen und rechtlichen Entscheidungen gemeinsam.⁴⁸ Jeder Vertragspartner wirkt – vorbehaltlich abweichender Vereinbarungen über die so genannte „Federführung“ – an der organisatorischen Leitung mit und hat das wirtschaftliche Risiko der Filmherstellung zu tragen. Die erworbenen Nutzungs- und Leistungsschutzrechte am Film stehen nach § 38 Abs. 1 UrhG den Vertragspartnern gemeinschaftlich zu.⁴⁹

Eine unechte Koproduktion ist gegeben, wenn ein Partner das wirtschaftliche Risiko allein trägt und die organisatorische Leistung sowie den Abschluss der Verträge im eigenen Namen und auf eigene Rechnung übernimmt. Der kofinanzierende Partner trägt nur einen Teil des Verwertungsrisikos. Er leistet lediglich einen Finanzierungsbeitrag und erhält dafür einen vertraglich bestimmten Anteil der Verwertungsrechte.

Im Gegensatz zu einem Pre-Sale-Lizenzvertrag werden ihm allerdings Mitbestimmungsrechte eingeräumt, die weiter gehen als die eines einfachen Lizenznehmers.⁵⁰ Eine nicht vollfinanzierte Auftragsproduktion,

⁴⁶ Die GbR kommt nur bei Produktionen mit geringem Budget und geringem vertraglichen und organisatorischen Aufwand in Betracht, bei denen ein in kaufmännischer Weise eingerichteter Gewerbebetrieb nicht erforderlich ist (vgl. § 1 Abs. 2 dHGB), so auch Loewenheim/Schwarz/Reber, Kapitel 42, Rn. 23, Fn. 74.

⁴⁷ Nach Herstellung des Films kann die Koproduktionsgesellschaft aufgelöst und die erworbenen Rechte im Wege der Auseinandersetzung in das Eigentum einer Bruchteilsgemeinschaft überführt werden.

⁴⁸ Typische Klausel in einem Fernsehkoproduktionsvertrag lautet: „Alle im Zuge der Produktionsvorbereitung und -durchführung zu treffenden Entscheidungen insbesondere zu weiteren Besetzungen, zur Wahl des Drehorts, Veränderungen des Drehplans, des Budgets oder sonstige künstlerisch oder wirtschaftlich relevante Entscheidungen sind durch die Koproduktionspartner gemeinsam zu treffen.“

⁴⁹ Zur Abgrenzung von Bruchteilsgemeinschaft und Gesamthand vgl. MüKo/Schmidt, § 741 Rn. 6 ff.; zur Innengesellschaft vgl. MüKo/Ulmer, § 705 Rn. 229 ff.; zur Haftungsbeschränkung bei der GbR vgl. BGH DStR 1999, 1704; BGHZ 134, 224; OLG Jena NJW-RR 1998, 1493; Ulmer, ZIP 1999, 509.

⁵⁰ Zur Kofinanzierung vgl. Friccius, ZUM 1991, 392, 393 f.

die von dritter Seite (z.B. einer Förderinstitution) kofinanziert wird, ist deshalb eher eine Variante der unechten Koproduktion als der echten Koproduktion.

2.2 Kofinanzierungsvertrag (Verträge geförderter Produktionen)

Bei geförderten Projekten handelt es sich um unechte Koproduktionen, die besser als Kofinanzierung bezeichnet werden oder als Lizenzverträge mit begrenzten Mitbestimmungsrechten (vgl. Kapitel 2.1.3). Außer der verwendeten Bezeichnung „Koproduktionsvertrag“ sprechen keine Umstände für eine echte Koproduktion.

Der Produzent trifft die wesentlichen organisatorischen, technischen, wirtschaftlichen, finanziellen und rechtlichen Entscheidungen.⁵¹ Er trägt das Überschreitungsrisiko sowie das Finanzierungsrisiko.

Bei künstlerischen Entscheidungen gibt es lediglich Mitbestimmungs- oder Vetorechte des Fernsehveranstalters.

Die Bestimmungen zur Abnahme und zu den Lieferungspflichten entsprechen jener von Auftragsproduktionen.

2.2.1 Einführung

Im Folgenden soll erläutert werden, welche Rechte und Ansprüche ein Fernsehveranstalter mit einem solchen Vertrag erwirbt, ohne darauf einzugehen, ob diese angemessen sind.

⁵¹ Vgl. Castendyk in Loewenheim, Handbuch des Urheberrechts, 2. Aufl., § 75 Sende-
verträge, Rn. 117.

2.2.2 Hauptpflichten

Hauptpflichten des Produzenten sind die Herstellung der Produktion, die Übertragung der Nutzungsrechte und die Verschaffung des Eigentums am Material. Hauptpflicht des Fernsehveranstalters ist die Zahlung des Kofinanzierungsanteils. Bei der Vergabe von Pay-TV-Rechten wird teilweise auch eine Erlösbeteiligung vereinbart.⁵²

2.2.3 Lizenzgegenstand

Der Vertragsgegenstand wird genau bezeichnet. Dazu zählen Filmtitel, Regisseur und Drehbuchautor. Daneben wird die Mindestlänge, Episodenzahl und der Fertigstellungstermin festgelegt.

Der Wert des Films wird auch durch weitere Angaben zur Beschaffenheit definiert, so z.B. durch die geplanten Gesamtherstellungskosten („Budget“). Deshalb sollten auch diese Angaben in die Beschreibung des Vertragsgegenstands aufgenommen und vom Lizenzgeber vertraglich bestimmt oder sogar garantiert werden.

2.2.4 Produktionsdurchführung

Der Produzent trägt die künstlerische, organisatorische und finanzielle Verantwortung. Überschreitungs- und Finanzierungsrisiken werden ihm zugeordnet.

Ein Fernsehveranstalter sichert sich gegen Änderungen beim Drehbuch, der Hauptdarsteller und wichtigen kreativen Mitwirkenden ab. Nachträgliche Änderungen müssen von ihm genehmigt werden. Wenn der Fernsehveranstalter die damit verbundenen Mehrkosten übernimmt, ist der Produzent verpflichtet, Änderungswünschen des Fernsehveranstalters nachzukommen. Diese Bestimmung ist ein klassisches Element eines Auftragsproduktionsvertrages.

⁵² Vgl. Schwarz in: von Hartlieb/Schwarz, 257. Kapitel Rn. 1 und 258. Kap Rn. 6.

2.2.5 Rechteeinräumung

Je nach Größe des Finanzierungsanteils werden exklusive Senderechte für die Auswertung im frei empfangbaren Fernsehen (Free-TV) oder im Bezahlfernsehen (Pay-TV) z.T. beschränkt auf eine begrenzte Lizenzzeit, ein begrenztes Lizenzgebiet und eine bestimmte Zahl von Ausstrahlungen erworben.⁵³

Das Senderecht umfasst alle Sendeverfahren in jeder denkbaren technischen Übertragungsart (Satellit, terrestrische Ausstrahlung und Kabelausstrahlung). Die ebenfalls neben den Übertragungsarten genannten Verfahren IP-TV, IP-Audio, Web-TV zeigen deutlich, dass dies nur linearen Rundfunk betrifft.

Zur Absicherung der Exklusivität des Fernsehveranstalters im Lizenzgebiet gibt es spezielle Regelungen für die Auswertung im Pay-TV, wenn der Fernsehveranstalter diese Rechte nicht erwirbt.

Bei der Übertragung „unbekannter Nutzungsarten in dem vorgenannten Zusammenhang“ sind nur jene Nutzungsarten gemeint, die im Kontext des Free-TV-Senderechts stehen. Nicht umfasst sind jene Nutzungsarten, die nicht nur technisch neu sind, sondern auch einen neuen Markt erschließen und damit auch wirtschaftlich neu sind.

2.2.6 Annexrechte

Annexrechte zum Senderecht sind Rechte, die gebraucht werden, um das Senderecht wirtschaftlich sinnvoll nutzen zu können. Dazu gehören:

- a) Synchronisationsrechte: das Recht zur Herstellung von deutschen Synchronfassungen bzw. Nachsynchronisation;
- b) Bearbeitungsrechte, d.h. das Recht, Kürzungen aus Gründen des Jugendschutzes etc. vorzunehmen;

⁵³ Davon geht auch Hertin in: Schütze/Weipert, Münchener Vertragshandbuch, IX.43 Rn. 7 – Fernsendlizenzvertrag – aus. Die Richtlinien des FERNSEHFONDS AUSTRIA schränken den Rechteerwerb des Fernsehveranstalters ein (siehe Kapitel 6).

- c) Ausschnittsrechte („Klammerteilrechte“): das Recht, zur Bewerbung des Programms und des Fernsehveranstalters sowie zur Verwendung in Nachrichtensendungen und ähnlichen Ausschnitte der Produktion im Ausmaß von max. fünf Minuten zu senden;
- d) ein begrenztes Vervielfältigungs- und Archivierungsrecht.

Die Bearbeitungsrechte sollten so konkret wie möglich formuliert sein. So kann der Fernsehveranstalter das Recht erhalten, das Filmwerk zu kürzen, zu verlängern, zu teilen, durch Werbung zu unterbrechen⁵⁴, das Fernsehbild mit einem Fernsehveranstalterlogo zu versehen⁵⁵, die Laufzeit zur optimalen Einfügung in das Programmschema anzupassen⁵⁶, Titel neu festzusetzen oder zu übersetzen, neue Musik einzufügen bzw. die Musik oder Teile davon⁵⁷ auszutauschen. Die zulässige Bearbeitung findet ihre Grenze im Urheberpersönlichkeitsrecht der am Filmwerk beteiligten Urheber.⁵⁸

Ausschnittsrechte (Klammerteilrechte) werden dem Fernsehveranstalter nichtexklusiv für Ausschnitte von insgesamt fünf Minuten Länge übertragen. Dem Fernsehveranstalter ist in aller Regel eine Klammerteilnutzung für die redaktionelle Bewerbung des Programms, für allgemeine Crosspromotion, die Bewerbung des Fernsehveranstalters („station promotion“) und für die Verwendung in non-fiktionalen Programmen (z.B. Schauspielerportraits, Nachrufe etc.) gestattet. Damit sind die Hauptzwecke abgedeckt.

⁵⁴ Zur Verletzung des Urheberpersönlichkeitsrechts des Filmregisseurs durch Werbeunterbrechungen vgl. Peifer, S. 218 ff.; Schricker/Dietz, § 93 Rn. 21 und Hertin in: Fromm/Nordemann, § 93 Rn. 6 halten Werbeunterbrechungen bei „ambitionierten künstlerischen Filmen“ für gröblich entstellend.

⁵⁵ Vgl. Tribunal de grande Instance Paris GRUR Int. 1989, 936 – Logo La Cinq.

⁵⁶ Zur Entstellung eines Fernsehfilms durch Kürzung LG Berlin ZUM 1997, 758.

⁵⁷ Vgl. dazu OLG München ZUM 1992, 307, 312 – C. Colombo; OLG Hamburg GRUR 1997, 822, 825 – Edgar Wallace-Filme.

⁵⁸ Vgl. Schwarz in: von Hartlieb/Schwarz, 84. Kapitel Rn. 6; Lütje in: Möhring/Nicolini, § 88 Rn. 61.

Zu den „typischen“ Annexrechten, die immer zusammen mit Free-TV-Senderechten vergeben werden, gehören auch die Catch-up-TV-Rechte. Sie beinhalten das Recht, die Produktion kostenlos für z.B. sieben Tage nach der Erstausstrahlung und nach jeder weiteren Ausstrahlung öffentlich zugänglich zu machen. Das Recht wird meist durch die Verpflichtung des Fernsehveranstalters zum Geo-Blocking eingeschränkt. Dadurch soll der Auslandsvertrieb der Produktion ermöglicht werden. Das Catch-up-TV-Recht darf oft nur im Streaming-Verfahren genutzt werden.

2.2.7 Lizenzgebiet Österreich

Zum Lizenzgebiet Österreich gehören auch nicht ausschließliche Rechte für Südtirol. Es ist einem italienischen Fernsehveranstalter als Lizenznehmer des Produzenten erlaubt, die Produktion von Südtirol aus zu senden.⁵⁹

Für Satellitensenderechte gilt das „Sendelandprinzip“ (Art. 1 Abs. 2 b der Kabel- und Satellitenrichtlinie)⁶⁰. Es fingiert, dass ein Senderecht nur für jenen Staat erworben werden muss, von dem das Sendesignal ausgeht. Auch wenn z.B. der ORF intendiert nach Deutschland einstrahlen würde, bräuchte er keine Senderechte für das deutsche Territorium. Aber auch ein deutscher Fernsehveranstalter müsste keine österreichischen Senderechte erwerben, wenn das Satellitensendesignal von der Bundesrepublik Deutschland ausgeht.

⁵⁹ Ob nach – gemäß dem Schutzlandsprinzip anzuwendenden – italienischem Recht zwischen Italien und Südtirol differenziert werden kann, mag man bezweifeln. In der Regel können Senderechte, anders als z.B. Filmtheaterrechte, die man auf ein Kino beziehen könnte, nur beschränkt auf das Gebiet einer Urheberrechtsordnung vergeben werden.

⁶⁰ Richtlinie 93/83/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter urheber- und leistungsschutzrechtlicher Vorschriften betreffend Satellitenrundfunk und Kabelweiterverbreitung vom 27.09.1993 ABl. Nr. L 248/15, umgesetzt in österreichisches Recht mit §§ 17 a und b öUrhG und in deutsches Recht mit §§ 20 a und b UrhG. Das Sendelandprinzip gilt zwar explizit nur für Satellitensendungen und wird teilweise auch auf terrestrische Ausstrahlungen angewendet (vgl. für Österreich OLG Graz GRUR Int. 1991, 386 – Tele Uno I und öst. OGH GRUR Int 1991, 920 – Tele Uno II).

Südtirol-Rechte sind deshalb nur erforderlich, wenn und solange eine Sendestation des ORF in Südtirol steht oder terrestrisch intendiert nach Südtirol eingestrahlt wird. Dies gilt jedenfalls dann, wenn man für den Bereich der terrestrischen Ausstrahlung an der Empfangslandtheorie festhält, wie es der österreichische OGH zumindest noch in der Tele-Uno II Entscheidung 1991 für die terrestrische Ausstrahlung getan hat.⁶¹

Für die Kabelweiterwendung des Satellitensignals innerhalb der EU ist der Erwerb der Lizenzrechte ebenfalls nicht notwendig. Die Kabelbetreiber erwerben die Rechte von Verwertungsgesellschaften bzw. Fernsehveranstaltern. Verbotsrechte der Fernsehveranstalter ergeben sich schon aus dem vertraglichen Senderecht. Die Formulierung „die integrale Weiterwendung über Kabel dagegen innerhalb der Sendeländer und des gesamten Empfangsgebietes der Sendung durch Fernseh Rundfunk“ ist daher eigentlich nicht erforderlich. Die Einräumung von Weiterenderechten im Empfangsgebiet kann jedoch den Zweck haben, sich Erlösansprüche aus der integralen Kabelweiterwendung im Ausland zu sichern, soweit dies rechtlich zulässig ist.

Einstrahlungsschutzklauseln verstärken die Exklusivität der Senderechte innerhalb des Sendegebiets.⁶² Der Lizenzgeber verpflichtet sich, intendierte Ausstrahlungen des Programms aus einem anderen Sendeland nicht zuzulassen. Dies ist notwendig, da die Exklusivität des Senderechts für ein Lizenzgebiet nicht verhindern kann, dass das Programm von einem anderen Sendeland aus gesendet und im Lizenzgebiet empfangbar wird (vgl. oben „Sendelandprinzip“). Nach Einfüh-

⁶¹ Öst. OGH GRUR Int. 1991, 920, „Der erkennende Senat schließt sich der Ansicht von Dillenz, Katzenberger, Schrickler und M. Walter an, dass das Erwerben der Sendebewilligung im Ausstrahlungsland nicht ausreicht, wenn das Sendeunternehmen die geschützten Werke in Hörfunk- oder Fernsehsendungen gezielt in andere Länder ausstrahlt.“

⁶² Zur Erstreckung einer Lizenz auf die neuen Bundesländer, zum „Overspill“ und zum Sendelandsprinzip vor Inkrafttreten der Kabel- und Satellitenrichtlinie (Richtlinie 93/83/EWG des Rates vom 27.09.1993 zur Koordinierung bestimmter urheber- und leistungsschutzrechtlicher Vorschriften betreffend Satellitenrundfunk und Kabelweiterverbreitung, ABI. L 248 vom 16.10.1993, S. 15) vgl. OLG Frankfurt ZUM 1997, 654 ff; öst. OGH GRUR Int. 1991, 920, 922 – Tele Uno II; OLG München ZUM 1995, 328, 330 – Tele-UNO.

Die Sicherung des Sendelandprinzips durch die Kabel- und Satellitenrichtlinie war ein dinglich abgesicherter Einstrahlungsschutz für Sendungen aus der europäischen Union nicht mehr möglich. Eine dingliche Absicherung erfolgt heute nur noch durch Einräumung exklusiver Rechte an Sprachfassungen. Ein deutscher Fernsehveranstalter erhält nur das Recht, den Film in der deutschen Sprachfassung auszustrahlen, der britische Fernsehveranstalter nur das Recht, denselben Film in der englischen Fassung auszuwerten usw.

Der Konflikt in den deutschsprachigen Gebieten zwischen deutschsprachigen Fernsehveranstaltern, z.B. ZDF und ORF, ist damit nur vertraglich „inter partes“ lösbar. Sind mehrere deutschsprachige Fernsehveranstalter an der Koproduktion als Partner beteiligt, werden die Exklusivitätsinteressen typischerweise wie folgt abgegrenzt: Die exklusiven terrestrischen Fernsehnutzungsrechte und die nicht-exklusiven Kabelrechte für die Lizenzgebiete Österreich und Schweiz verbleiben beim Produzenten (der sie an den ORF gibt), wobei diese Rechte für Österreich und die Schweiz frühestens zeitgleich mit der Erstausstrahlung genutzt werden dürfen.

Der Produzent darf die Produktion vor Erstausstrahlung durch den österreichischen Fernsehveranstalter nicht an Dritte außerhalb der Republik Österreich zur Fernsehnutzung weitergeben, wenn die Ausstrahlung durch Dritte mindestens Teile der Republik Österreich (inkl. Südtirol) berührt und diese Verbreitung erkennbar auf intendierten Empfang in Österreich (inkl. Südtirol) erfolgt. Damit beharrt der österreichische Fernsehveranstalter nicht auf einer Exklusivität und einer Erstausstrahlung in Österreich, sondern akzeptiert, dass eine aus Deutschland maßgeblich mitfinanzierte Produktion zum gleichen Zeitpunkt erstausgestrahlt werden darf, obwohl der deutsche Fernsehveranstalter auch in Österreich empfangen werden kann.

Das ZDF⁶³ verlangt bei Kofinanzierungen z.B. vom österreichischen Fernsehveranstalter eine kodierte Ausstrahlung, d.h. nur freigeschaltet für Rundfunkteilnehmer in Österreich. D.h. dass der österreichische Fern-

⁶³ Andere Fernsehveranstalter wie z.B. ARTE G.E.I.E. Strasbourg, BR, MDR, NDR, SWR, WDR, RAI und SRF (SF) verlangen hingegen keine Kodierung.

sehveranstalter für die fragliche Produktion nur das Recht erhält, verschlüsselt über Satellit auszustrahlen. Nicht ausreichend aus Sicht des deutschen Fernsehveranstalters wäre es, dem österreichischen Fernsehveranstalter nichtexklusive Rechte für die unkodierte Satellitenausstrahlung in Österreich zu überlassen. Damit wäre der österreichische Fernsehveranstalter in der Lage, nach Deutschland einzustrahlen, und umgekehrt braucht der deutsche Fernsehveranstalter ohnehin keine nichtexklusiven Satellitenrechte für Österreich, um von Deutschland aus nach Österreich einstrahlen zu dürfen, da Sendeland in der Regel nur Deutschland ist.

Aus Sicht eines österreichischen Fernsehveranstalters ist die von manchen deutschen Fernsehveranstaltern gewünschte Kodierung des ORF-Programms unbefriedigend. Dies gilt insbesondere dann, wenn der Anteil des österreichischen Fernsehveranstalters an der Finanzierung in vergleichbaren Dimensionen liegt wie der des deutschen Partners. Die von einem deutschen öffentlich-rechtlichen Fernsehveranstalter zu befürchtenden Einbußen an Zusehern dürften oft im kaum noch messbaren Bereich liegen; dennoch wird vom deutschen Fernsehveranstalter die Verschlüsselung eines kompletten Fernsehprogramms verlangt. Hier sollten mittelfristig Kompromissvarianten gesucht werden: So könnte sich der österreichische Fernsehveranstalter verpflichten, die Produktion nur im ersten Lizenzjahr kodiert auszustrahlen.

Ob die Verschlüsselung der Ausstrahlung eines ORF-Programms noch lange die beabsichtigte Wirkung entfalten kann, muss ohnehin bezweifelt werden. Denn das Verbot, ORF-Decoder bzw. Smartcards nach Deutschland zu exportieren, verstößt nach der neuesten Rechtsprechung des EuGH gegen die Grundfreiheiten (Warenverkehrs- und Dienstleistungsfreiheit).⁶⁴

⁶⁴ EuGH Urteil vom 04.10.2011 – C-403/08 – „Karen Murphy“.

2.2.8 Lizenzzeit

In Sendelizenzverträgen, mit denen nur Senderechte übertragen werden, wird üblicherweise eine begrenzte Lizenzzeit festgelegt. Bei Koproduktionsverträgen ohne Beteiligung einer Förderung liegen die Lizenzzeiten zwischen sieben und fünfzehn Jahren. Bei Beteiligung einer Förderung liegen sie in Deutschland, der Schweiz und Österreich typischerweise zwischen fünf und sieben Jahren bei Fernsehfilmen.

2.2.9 Optionen

Ein Lizenznehmer bzw. Auftraggeber hat i.d.R. Interesse an der Einräumung von Optionsrechten. Denkbar ist eine Option auf Verlängerung der Lizenzzeit, auf weitere Folgen der Serie, auf so genannte „Spin-offs“, „Sequels“ oder „Prequels“ einer Produktion. Eine Option kann als „feste“ Option ausgestaltet werden. Sie kann in diesem Fall für einen bestimmten vertraglich definierten Lizenzpreis einseitig vom Lizenznehmer innerhalb eines bestimmten Optionszeitraums ausgeübt werden.

„Weiche“ Optionsrechte bieten hingegen

- a) eine „First-Negotiation“-Klausel, d. h. die Verpflichtung des Lizenzgebers, dem Lizenznehmer die fraglichen Senderechte zuerst anzubieten, teilweise verbunden mit der Verpflichtung, Dritten diese Rechte nicht zu – aus Sicht des Lizenznehmers – günstigeren Bedingungen anzubieten;
- b) eine „Last-Refusal“-Klausel, d.h. die Verpflichtung des Lizenzgebers, dem Lizenznehmer die Rechte vor Verkauf einem Dritten anzubieten und dem Lizenznehmer die Möglichkeit eines besseren Angebots zu geben, und
- c) eine „Last-Matching-Right“-Klausel, d.h. das Recht des Lizenznehmers, zu Bedingungen, die vom Lizenzgeber mit einem Dritten schon ausgehandelt worden sind, im Wege eines Vorkaufsrechts abzuschließen. Das Vorkaufsrecht oder die festgelegte Option können zusätzlich durch eine entsprechende Abtretung der Rechte im Voraus dinglich gesichert werden.

2.2.10 Lizenzpreis

Der Lizenzpreis für Senderechte im Free-TV ist üblicherweise ein fester Betrag. Eine Beteiligung des Lizenzgebers an Werbeerlösen oder gar an Rundfunkgebühren ist praktisch unbekannt. Der Festpreis ist meist betragsmäßig definiert, bei internationalen Pre-Sales auch als Prozentsatz eines Produktionsbudgets.

Lizenzpreise können flexibilisiert werden, indem man erfolgsabhängige Komponenten einbaut. Bei Kinoproduktionen gibt es so genannte „Escalators“. Danach erhöht sich der Lizenzpreis um bestimmte Beträge, wenn der Film im Kino im Lizenzgebiet bestimmte Zuschauerzahlen erreicht. Außerdem finden sich gelegentlich auch an die im Fernsehen erreichten Zuschauerzahlen gebundene Bonuszahlungen.

Die Zahlungsbedingungen bzw. Fälligkeitsregelungen beeinflussen den Barwert der Lizenz und die Sicherheit des Lizenznehmers, wenn er vor Nachweis der Rechte und Lieferung des Materials zahlt. Üblich ist, schon bei Vertragsschluss einen Teil der Lizenzsumme zu zahlen, teilweise allerdings nur gegen gleichzeitige Stellung einer Bankgarantie des Lizenzgebers zur Sicherung der Rückforderungsansprüche des Lizenznehmers für den Fall, dass die Produktion nicht geliefert wird oder die Rechte nicht übertragen werden.

2.2.11 Erlösbeteiligungen

Kofinanzierende Fernsehveranstalter lassen sich in der Regel Erlösbeteiligungsansprüche abtreten. Nach Abdeckung des Eigenanteils des Fernsehfilmproduzenten werden die Nettoerlösansprüche nach einem vertraglich definierten Schlüssel, der sich u.a. aus dem Verhältnis von Lizenz- und Koproduktionsanteil ergibt, aufgeteilt. Der Nettoerlös ist ebenso vertraglich definiert wie die Abrechnungsverpflichtungen. Sie entsprechen dem in deutschsprachigen Gebieten üblichen Standard.

2.2.12 Weitere Klauseln

Die weiteren Klauseln zu Materiallieferung, Nennungsverpflichtungen, Rechtsgarantie, zum Verbot des Product-Placements und der Werbung, zur Pressearbeit und die salvatorischen Klauseln werden nicht näher erläutert, da sie für die Betrachtungen zur Angemessenheit von Leistung und Gegenleistung nicht relevant sind.

2.3 Die ökonomische Perspektive der Kofinanzierung

Eine Kofinanzierung durch ein Sendeunternehmen besteht im Kern aus einem Leistungsaustausch: Der Fernsehveranstalter gibt Geld und erhält dafür Rechte an einer Produktion, Erlösansprüche und gewisse Mitbestimmungsrechte (z.B. Abnahme des Drehbuchs). Die Frage, ob Leistung und Gegenleistung in einem angemessenen Verhältnis zueinander stehen, hängt im Wesentlichen von vier Parametern ab: der Vergütung des Fernsehveranstalters, der Aufteilung von Erlösansprüchen zwischen Fernsehveranstalter und Produzent, dem Umfang und Zuschnitt der übertragenen Rechte sowie dem Wert der Produktion.

2.3.1 Kofinanzierungsbeitrag/Lizenzgebühr

Neben der absoluten Höhe des Kofinanzierungsbeitrags sind die vereinbarten Zahlungsraten relevant. Ist eine Vergütung erst zu einem späten Zeitpunkt zu zahlen, verringert sich ihr Barwert und es entstehen Zwischenfinanzierungskosten. Außerdem relevant sind die Kosten für die von vielen Fernsehveranstaltern verlangte Bankgarantie zur Sicherung möglicher Rückzahlungsansprüche des Fernsehveranstalters.

2.3.2 Aufteilung von Erlösansprüchen

Erlösansprüche stammen aus der Verwertung der Produktion außerhalb des Lizenzgebietes der an der Finanzierung beteiligten Fernsehveranstalter bzw. aus der Verwertung der beim Produzenten verbliebenen Rechte im Lizenzgebiet des an der Finanzierung beteiligten Fernsehveranstalters. Diese Erlöse werden in der Regel von Vertriebsfirmen generiert, die die Nutzungsrechte weltweit vertreiben. Nach Abzug ihrer Kosten und ihres eigenen Gewinnanteils wird der Erlös an die Produzenten und die kofinanzierenden Fernsehveranstalter ausgeschüttet. Produzenten und Fernsehveranstalter verabreden in ihren Verträgen eine bestimmte Aufteilung dieser Erlöse.

Die Aufteilung der Erlöse hängt von der Höhe des Koproduktions- und Lizenzanteils ab. Der Anteil der Investition bestimmt den Anteil am Gewinn. Ist ein Investor zur Hälfte an der Finanzierung eines Projekts beteiligt, soll er auch die Hälfte der daraus erwachsenden Gewinne erhalten.

Ein kofinanzierender Fernsehveranstalter ist aber nicht nur Investor, sondern auch unmittelbarer Nutznießer. Er erhält neben den Erlösansprüchen auch Senderechte für sein Investment (z.B. Free-TV-Senderechte für Österreich). Deshalb muss sein Investment zweigeteilt werden: eine Hälfte ist der „Koproduktionsanteil“ und damit das tatsächliche Investment, der andere Teil ist der „Lizenzanteil“ und damit die Lizenzgebühr, die der Fernsehveranstalter für die Nutzungsrechte zahlt.

Aus dem prozentuellen Verhältnis des Koproduktionsanteils zu den Gesamtherstellungskosten ergibt sich die Erlösbeteiligung des kofinanzierenden Fernsehveranstalters. Beteiligt sich ein Sendeunternehmen an einer Produktion mit einem Finanzierungsbetrag, der 50 % der Gesamtherstellungskosten entspricht, so machen der Koproduktions- und Lizenzanteil jeweils die Hälfte dieser 50%-Beteiligung aus. Der Koproduktionsanteil beträgt dann 25 % im Verhältnis zu den Gesamtherstellungskosten. In dieser Höhe ist der Fernsehveranstalter an den Nettoerlösen des Vertriebs beteiligt.

2.3.3 Wirtschaftliche Faktoren der Preisbildung

Die Hauptleistung des Fernsehfilmproduzenten besteht in der Übertragung der vertraglich vereinbarten Nutzungsrechte an das Sendeunternehmen. Der Wert der Produzentenleistung hängt also vom Umfang, Zuschnitt und Wert der eingeräumten Rechte ab. Es gibt drei Grundansätze für die Preisbestimmung: den erlös-, den kosten- und den marktwerorientierten Ansatz.⁶⁵

⁶⁵ Schumann/Hess, S. 44; weitere Ansätze, wie Preisdifferenzierung nach der Zahlungsbereitschaft bestimmter Kundengruppen (ebd. S. 51), sind hier nicht relevant und werden deshalb nicht näher untersucht.

2.3.3.1 Erlösorientierte Preisbestimmung

Erlösquellen von Fernsehunternehmen sind:

- Verkauf der Inhalte an Rezipienten (z.B. Pay-per-View),
- Verkauf von Werbeleistung an die werbetreibende Industrie (z.B. Free-TV),
- Weiterverkauf von Rechten (z.B. an Kabelnetzbetreiber, an andere Fernsehveranstalter, an Merchandising- oder Videolizenznehmer).⁶⁶

Bei einem Privatfernsehveranstalter kann der ökonomische Wert eines Programms relativ leicht bestimmt werden. Lässt sich der Film z.B. über sieben Jahre dreimal im Hauptabend, zweimal am Nachmittag und einmal im Nachtprogramm einsetzen, lässt sich kalkulieren, wie viel der erwarteten Werbeeinnahmen auf ihn bzw. auf den entsprechenden Programmplatz⁶⁷ entfallen. Abzüglich eines Overhead- und Finanzierungsanteils ergibt sich daraus der Wert des Free-TV-Rechts (mit den notwendigen Annexrechten).

Bei einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt ist die Rechnung schwieriger, wenn sie mit einer Filmproduktion keine Erlöse generiert. Dies ist der Fall, wenn der Fernsehveranstalter sich überwiegend aus Rundfunkgebühren finanziert. Diese werden unabhängig vom Erfolg der Programme beim Zuschauer festgesetzt.⁶⁸ Bei Rundfunkgebühren besteht das weitere Problem, dass sie für die Veranstaltung von Rundfunk insgesamt⁶⁹ oder für die Gesamtveranstaltung aller Fernseh- und Hörfunkprogramme des ORF in Österreich⁷⁰ eingehoben werden. Es ist nicht möglich, diese Beträge einzelnen Programmen zuzuordnen.

⁶⁶ Ebd. S. 45.

⁶⁷ Bei der Berechnung wird i.d.R. nicht der mit dem konkreten Film zu erwartende Werbeumsatz, sondern das Einnahmepotenzial des Sendeplatzes („Slot“) zugrunde gelegt.

⁶⁸ Vgl. dazu und zur Bewertung sog. meritorischer Güter Beck, S. 233 f., S. 12 f.

⁶⁹ So die rechtliche Beurteilung in Deutschland, vgl. Fechner, Rn. 643; Castendyk in: Hartlieb/Schwarz, 240. Kapitel Rn. 12 ff., 16 sowie 247. Kapitel, Rn. 6.

⁷⁰ § 31 ORF-Gesetz; Holubek/Trainer/Weiner, 38 f.

2.3.3.2 Kostenorientierte Preisbestimmung

Die kostenorientierte Preisbestimmung ist bei Auftrags- und Koproduktionen derzeit noch die zentrale Perspektive im deutschsprachigen Fernsehmarkt. Sie stammt aus einer Zeit des öffentlich-rechtlichen Monopols und hatte damals keine Alternative, da die Erlösperspektive für die öffentlich-rechtlichen Fernsehveranstalter zumindest damals völlig ausgeschlossen war.

Die Ermittlung der tatsächlich zu erwartenden Herstellungskosten erfolgt im Rahmen der Budget- bzw. Kalkulationsverhandlung mit dem Fernsehveranstalter. Zwischen Fernsehveranstaltern und Fernsehfilmproduzenten ist umstritten, ob und inwieweit die internen Kosten des Produzenten durch die Handlungskostenpauschale (auch Handlungsunkosten oder „HU“) des Produzenten abgedeckt werden.⁷¹ Darüber hinaus sind Kalkulationsbestandteile, wie etwa die Überschreitungsreserve oder die Ansetzung eines Honorars für den Herstellungsleiter der Produktion, umstritten.⁷² Der Produzent erhält einen bestimmten, budget- und damit kostenabhängigen Gewinnzuschlag. Die kostenorientierte Preisbestimmung beantwortet zwei Fragen: die nach den tatsächlichen Kosten der Produktion und die nach der Höhe des kalkulierten Gewinnanspruchs.

2.3.3.3 Marktorientierte Preisebestimmung

Die dritte Möglichkeit, zu angemessenen Vergütungen zu gelangen, ist der klassische Preismechanismus, der sich entwickelt, wenn mehrere Nachfrager um ein Produkt konkurrieren und sich ein Marktpreis entwickelt.

Dieser setzt allerdings voraus, dass ein funktionierender Markt existiert. Ein Zweitverwertungsmarkt für beim Fernsehfilmproduzenten verbliebene Rechte ist bisher nur in Ansätzen vorhanden.⁷³

⁷¹ Interview Helmut Hartung mit Wolf Bauer, Vors. der Geschäftsführung der UFA, in: ProMedia 09/2004, S. 37 ff.

⁷² Dies ist ein Ergebnis der telefonischen Umfrage unter österreichischen Produzenten.

⁷³ Zur Notwendigkeit eines Zweitverwertungsmarkts vgl. Kreile ZUM 2000, S. 364 ff.

2.3.3.4 Bewertung der Nutzungsrechte

Das wirtschaftlich mit Abstand wertvollste Nutzungsrecht ist bei Fernsehproduktionen das Senderecht. Zu unterscheiden sind Free- und Pay-TV-Senderechte. Aufgrund seiner größeren ökonomischen Bedeutung beschränken wir uns an dieser Stelle auf die Free-TV-Nutzung.

Der Wert des Free-TV-Senderechts hängt von folgenden Faktoren ab: Lizenzzeit, Lizenzgebiet, Drehbuch, Regie, Genre, Bekanntheit und Beliebtheit der Hauptdarsteller im jeweiligen Lizenzgebiet, „Production Value“ (Größenordnung der Herstellungskosten), Verwertbarkeit in der Primetime und weiteren weniger bedeutsamen Faktoren.

Bei der Lizenzzeit unterscheidet man die Erstlizenz („First Cycle“) und die Zweitlizenz („Second Cycle“). Ist ein Fernsehveranstalter Lizenznehmer der Erstlizenz, wird er in der Regel auch beim „Second Cycle“ Lizenznehmer sein. Die Erstlizenz muss die Investitionen decken, da die Erträge aus der Zweitlizenz, wenn überhaupt, gering sind und spät kommen.

Für die Verwertung österreichischer Produktionen sind die folgenden drei wirtschaftlich zusammenhängenden Lizenzgebiete am wichtigsten:

- a) das intendierte Sendegebiet des ORF (Österreich und Südtirol),
- b) das intendierte Sendegebiet eines deutschen Fernsehveranstalters bzw. deutschsprachige Gebiete mit Ausnahme Österreichs,
- c) „Rest of the World“ (ROW).⁷⁴

Handelt es sich um eine Produktion, die allein für das österreichische Publikum bestimmt ist, machen die Rechte für dieses Territorium den zentralen Wert der Produktion aus. Erwirbt ein Unternehmen die Auslandsrechte (einschließlich des Lizenzgebiets Deutschland), so wird es in der Regel keine oder nur eine geringe Minimumgarantie zahlen.

⁷⁴ Bei US-amerikanischen Produktionen umfasst der Begriff „domestic“ die Lizenzgebiete USA und Kanada und „rest of the world“ alle übrigen Staaten.

Handelt es sich um eine Produktion, die auf den gesamten deutschsprachigen Markt ausgerichtet ist, stehen die Free-TV-Rechte für die deutschsprachigen Lizenzgebiete nebeneinander. Die Wertigkeit der Lizenzgebiete hängt von zwei Umständen ab:

- a) Orientierung und Verwertbarkeit auf ein deutsches oder eher österreichisches Fernsehpublikum; allgemeine Aussagen über die Relation der Rechte für Deutschland und für Österreich einer deutschsprachigen Produktion sind nicht möglich. Insoweit sind Koproduktionen nicht mit US-amerikanischen Produktionen vergleichbar, bei denen es durchaus ein marktübliches Verhältnis der Lizenzpreise für das deutsche und das österreichische Lizenzgebiet (1 : 8 bzw. 1 : 10) gibt.
- b) Die Beträge, die ein Fernsehveranstalter für eine Anschlusslizenz zahlt, sind unterschiedlich. Die Schwankungsbreite ist groß. Es ist für Förderinstitutionen daher problematisch, sich an branchenüblichen Preisen einzelner Rechte zu orientieren, um die Angemessenheit von Vertragsbedingungen zu prüfen. Die Spannbreiten sind zu groß, die Faktoren zu vielfältig und zu wenig verallgemeinerbar. Mit Sicherheit lässt sich sagen, dass die Werte der Nebenrechte und Zweitverwertungsrechte traditionell gering sind.



3 Angemessene Konditionen

3.1 Einleitung

Die zentrale Fragestellung des Gutachtens von 2005 war die Bewertung der Angemessenheit der zwischen Fernsehveranstalter und Fernsehproduzent vereinbarten Vertragskonditionen. Dieser Teil der Studie wird nur in deutlich gekürzter Form in der zweiten Auflage belassen.

3.2 Die angemessene Vergütung

3.2.1 Der gerechte Preis

Die Ausgangsfrage war, ob es juristisch haltbare Kriterien für einen fairen Leistungsaustausch zwischen Auftragsproduzent und Fernsehveranstalter geben könnte oder ob es Anhaltspunkte dafür gibt, dass das Oligopol auf Nachfrageseite zu Missbräuchen (z.B. durch unangemessene Vertragskonditionen) geführt hat. Dies setzt voraus, dass man Konzepte für angemessene Vertragskonditionen besitzt.

Die These, dass jede Sache oder Leistung einen angemessenen Preis habe, wurde im Abendland erstmals von Aristoteles aufgestellt. Dem entspricht eine noch heute auch unter Juristen verbreitete Vorstellung, dass es evident ungerechte Verträge gebe.⁷⁵ Aristoteles unterscheidet im 5. Buch seiner Nikomachischen Ethik zwischen austeilender Gerechtigkeit, die bei der Verteilung von „öffentlichen Anerkennungen, Geld und sonstigen Werten“ wirksam werden soll, und der ausgleichenden, „welche dafür sorgt, dass die vertraglichen Beziehungen von Mensch zu Mensch rechtens sind“.⁷⁶ Daneben hat Aristoteles auch in weiterer

⁷⁵ Radbruch, S. 25; Engisch, Auf der Suche nach Gerechtigkeit, Bydliniski, Privatrecht und objektive Grundlagen des verpflichtenden Rechtsgeschäfts, 1967; Luhmann, S. 226; Larenz, Richtiges Recht, S. 65 ff.; ders., Geschäftsgrundlage und Vertragserfüllung, S. 160 f.

⁷⁶ Aristoteles, Nikomachische Ethik, Buch V, 1130 b.

Hinsicht das Denken über materielle Vertragsgerechtigkeit grundlegend beeinflusst. Am Beispiel des Schuhs erläutert er, dass es nur auf den Gebrauchswert einer Sache ankommen könne. Ein Händler, dem es um den Tauschwert ginge, verstoße gegen die natürliche Ordnung, weil ein Schuh nun einmal nicht zum Tausch, sondern zum Gebrauch gemacht sei.⁷⁷ Damit eng zusammen hängt auch eine dritte, lange Zeit sehr einflussreiche Vorstellung über Geld und Angemessenheit: die Vorstellung, dass jede Art von Zins unrechtmäßig ist.⁷⁸ Die aristotelische Idee, wonach Lebewesen oder Pflanzen, aber nicht Geld Früchte tragen dürfen, übernimmt Thomas von Aquin zur Rechtfertigung des Wucherverbotes nach kanonischem Recht.⁷⁹ Da das Zinsverbot bei Abzahlungskäufen durch kaufvertragliche Gestaltung umgangen werden konnte, musste überprüft werden, ob der vereinbarte Kaufpreis nur Gegenleistung für den Gebrauchswert der Kaufsache oder ein verdecktes Zahlungsziel war. Den erforderlichen Vergleichsmaßstab bot der gerechte Kaufpreis, das „iustum pretium“.

Diese überkommenen Vorstellungen beeinflussen, teilweise in modernem Gewand⁸⁰, bis heute die Vorstellungen von Vertragsgerechtigkeit. Es würde zu weit führen, sich an dieser Stelle ausführlich mit den vielen Theorien der Vertragsgerechtigkeit und Angemessenheit zu befassen. Ebenso wenig ist hier der Ort, auf die Geschichte staatlicher Preiskontrolle, festgesetzter Preise oder des Wucherverbotes einzugehen.⁸¹ Es reicht zusammenfassend festzuhalten, dass diese Theorien niemals geeignet waren, konkrete Vorgaben für angemessene Vergütungen zu liefern. Dazu war ihr Abstraktionsgrad zu hoch. Sie waren lediglich die Basis für „Theorien mittlerer Reichweite“⁸², die, wie z.B. die Lehre vom

⁷⁷ Aristoteles, Politik, Buch I, Kapitel 9, 1257a: „Jedes Stück Besitz lässt zwei Arten des Gebrauchs zu ... ich meine z.B., dass man einen Schuh trägt oder ihn zum Tausch verwendet; beides sind Möglichkeiten den Schuh zu gebrauchen; denn wer einem anderen, der einen Schuh benötigt, diesen im Tausch gegen Geld oder Nahrung gibt, gebraucht den Schuh als Schuh, aber nicht um der ihm eigenen Verwendung; denn Schuhe sind ursprünglich nicht zum Zweck des Tausches hergestellt worden.“

⁷⁸ Aristoteles, Politik, Buch I, Kapitel 10, 1258b: „Zins ist aber Geld gezeugt von Geld. Daher meistens [...] wider die Natur.“

⁷⁹ Vgl. Oechsler, S. 106.

⁸⁰ Vgl. die eher rechtssoziologischen Theorien von der „Reziprozität“, vgl. Röhl, in: Kaulbach/Krawietz, FS Schelsky, S. 435 ff, 446; Köndgen, S. 233 ff.

⁸¹ Vgl. Lehmann, 1921, S. 2 ff.

⁸² Luhmann, Das Recht der Gesellschaft, S. 112.

Wegfall der Geschäftsgrundlage, dem Richter die Möglichkeit boten, Verträge anzupassen, und zwar nach billigem Ermessen im Einzelfall. Gesetzliche Preisbestimmungen sind deshalb in marktwirtschaftlichen Systemen die Ausnahme geblieben.

3.2.2 Gleiche Verhandlungsstärke

Der zweite, inzwischen weitaus einflussreichere Theoriestrang mit Bezug auf die Vertragsgerechtigkeit basiert auf dem verfassungsrechtlich geschützten Recht auf allgemeine Handlungsfreiheit im Kontext der Privatautonomie.⁸³ Dieses Prinzip verbietet einerseits den unverhältnismäßigen Eingriff in die Vertragsfreiheit – auch in die des Fernsehveranstalters und Filmproduzenten –, gebietet andererseits jedoch Normen, die die am Vertragsschluss beteiligten Parteien vor Zwang oder Druck durch überlegene Verhandlungsmacht schützen. Aber auch diese Theorien bilden nur die Grundlage für Normenkomplexe, die eine Vertragspartei gegen Zwang, Betrug, überlegene Marktmacht, Abhängigkeit und ähnliche Disparitäten schützen. Sie ermöglichen es dem Richter, Verträge für nichtig oder Forderungen für nicht vollstreckbar zu erklären, bieten aber keinen positiven Maßstab für eine angemessene Leistung im Einzelfall.

3.2.3 Angemessenheit im positiven Recht

Typisch ist der so genannte „Wucherparagraf“ im bundesdeutschen Recht (§ 138 BGB)⁸⁴. Danach ist ein Rechtsgeschäft nichtig, wenn jemand unter Ausbeutung einer Zwangslage, der Unerfahrenheit, erheblicher Willensschwäche oder aus ähnlichen Gründen sich Vermögensvorteile versprechen lässt, die in einem auffälligen Missverhältnis zu seiner Leistung stehen. In dieser relativ selten angewandten Vorschrift⁸⁵ sind beide oben dargestellten Theoriestränge vereint: die Vorstellung von einer materialen Angemessenheit bzw. eines objektiven „Missverhältnisses“ und von der Zwangslage als dem Gegenteil einer freien, privat-autonomen Entscheidung.

⁸³ Vgl. Bydlinski, a.a.O., S. 34 ff.; Larenz/Wolf, Allgemeiner Teil des BGB, § 34, Rn. 23 ff, 38 ff; Zippelius, Rechtsphilosophie, 1989, S. 218; Riesenhuber, Europäisches Vertragsrecht, 2. Aufl. 2006, §§ 6, 7, 11 und 12.

⁸⁴ Vgl. § 879 ABGB.

⁸⁵ Palandt/Heinrichs, 60. Aufl., § 138, Rn. 65.

Die Rechtsprechung hält ein Missverhältnis für auffällig i.S.d. § 138 Abs. 2 BGB, wenn die vom Schuldner zu erbringende Leistung um 100 % oder mehr über dem Marktpreis liegt. Damit setzt auch die Angemessenheit im Wuchertatbestand einen Marktmechanismus voraus.

Ein Beispiel sind die Regeln zu den Allgemeinen Geschäftsbedingungen im deutschen BGB: Sie ermöglichen keine Kontrolle der Angemessenheit der vertraglich vereinbarten Hauptpflichten, sondern betreffen nur das „Kleingedruckte“. Grund für den Verzicht auf Inhaltskontrolle ist das Fehlen rechtlicher Kontrollmaßstäbe für Hauptpflichten; sie werden dem Marktmechanismus überlassen.⁸⁶

Ähnliches gilt auch für den Anspruch des Urhebers und ausübenden Künstlers auf angemessene Vergütung nach § 32 dUrhG. Ist die Vergütung nicht angemessen, hat die benachteiligte Partei Anspruch auf Vertragsanpassung. Ausgangspunkt der 2002 in Kraft getretenen Reform des deutschen Urhebervertragsrechts war die Prämisse des Gesetzgebers, zwischen den Urhebern und Verwertern bestehe ein wirtschaftliches Ungleichgewicht, das die Gefahr einseitig begünstigender Verträge hervorrufe.⁸⁷

Auch hier ist die angemessene Vergütung an branchenüblichen Honoraren orientiert. Im konkreten Einzelfall ist zu prüfen, ob die Vergütung für die Rechtseinräumung branchenüblich ist, und – wenn dies bejaht wird – ob diese Branchenübung generell und im konkreten Einzelfall „redlich“ ist. Daneben werden weitere Kriterien genannt: Marktverhältnisse, bisher getätigte Investitionen, Risikotragung, Kosten und Einnahmen. Quersubventionierungen und Mischkalkulationen seien zulässig. Die Redlichkeit müsse, so der Gesetzgeber, die Interessenlage von Urhebern und Verwertern gleichermaßen berücksichtigen.⁸⁸

⁸⁶ Vgl. z.B. Wolf/Horn/Lindacher, AGB-Gesetz, 4. Aufl. 1999, § 8, Rn. 13.

⁸⁷ BT-Drucksache 14/6433, S. 7.

⁸⁸ Ebd., S. 18.

Der Gesetzgeber ging von einem strukturellen Ungleichgewicht zwischen Urhebern und Verwertern aus. Zeigt sich, dass die Vergütungen oder Konditionen auch bei in etwa gleich marktstarken Parteien branchenüblich sind, sind sie im Zweifel redlich. Aus diesem Grund sieht der deutsche Gesetzgeber bei Tarifverträgen und kollektiven Vereinbarungen keinen Anspruch auf angemessene Vergütung vor. Weil beide Seiten bei der Verhandlung der Konditionen „gleich marktstark“ sind, gilt das Ergebnis als angemessen.

3.3 Schlussfolgerung

Das Fazit dieses Kapitels lautet kurz gefasst: Da eine Preisfestlegung durch den Gesetzgeber nicht in Betracht kommt, bleibt nur der Weg, die Verhandlungsmacht des Produzenten als der schwächeren Vertragspartei zu stärken. Dies geschieht dadurch, dass ihm bestimmte Rechte verbleiben müssen, über die nach Auftragserteilung erneut verhandelt werden kann. Gesetzliche Preisfestlegung war auch in der Vergangenheit in der Regel nur in Zeiten des Krieges und besonderer Not üblich und sinnvoll.⁸⁹ Ebenso sind Mindesthonorare für Film- und Fernsehproduzenten in Europa die Ausnahme.⁹⁰ Es wundert deshalb nicht, dass Gesetz- oder Richtliniengeber in anderen europäischen Staaten darauf verzichtet haben, „angemessene Lizenzpreise“ gesetzlich zu definieren. Stattdessen vertrauen vergleichbare gesetzliche Regelungen in Europa ähnlich Punkt 3.10 der Richtlinie des FERNSEHFONDS AUSTRIA auf eine Beschränkung der Nebenrechte.⁹¹

⁸⁹ Vgl. Hübner, in: FS Steindorff, 1990, S. 589 ff., 592 f.

⁹⁰ System von Mindestpreisen bei der britischen Regulierung der Verträge zwischen Sendeunternehmen und Fernsehproduzenten; allerdings liegen die Preise am unteren Ende des Branchenüblichen und bilden daher eher selten eine wirksame Schranke.

⁹¹ Siehe Kapitel 6.3.



4 Staatliche Teilregulierung von Vertragsverhältnissen zwischen Produktionsfirmen und Fernsehveranstaltern

4.1 Einleitung

Vertragsverhältnisse zwischen Fernsehveranstaltern und Fernsehproduzenten sind in einer Reihe von europäischen Staaten staatlicher Regulierung unterworfen. Ausgangspunkt ist die Richtlinie zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste⁹² (abgekürzt AVMDR). Die AVMDR novelliert die vorausgegangenen Richtlinien 89/552/EWG vom 17.10.1989 sowie 97/96/EG vom 30.06.1997 (so genannte „Richtlinie Fernsehen ohne Grenzen“). Die AVMDR regelt in Art. 16 die EU-weite Harmonisierung der Verbreitung europäischer Werke in Form von Quotenregelungen.

4.2 Die Quote zugunsten europäischer Werke

Ein Teil der Richtlinie betrifft die Quote zugunsten europäischer Werke. Sie ist entweder als Programmquote oder als Investitionsquote möglich. Gemäß Art. 16 Abs. 1 AVMDR müssen die Mitgliedstaaten im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln dafür Sorge tragen, dass die Fernsehveranstalter den Hauptanteil ihrer Sendezeit, die nicht auf Nachrichten, Sportberichte, Spielshows, Werbeleistungen, Videotextleistungen und Teleshopping entfällt, der Sendung von europäischen Werken vorbehalten.

⁹² Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 03.10.1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität, ABl. L 298/23 vom 17.10.1989, geändert durch Richtlinie 97/36/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 30.06.1997, ABl. L 202/60 vom 30.07.1997.

Diese Quotenregelung war auch schon in den Vorgängerrichtlinien enthalten. Sie galt jedoch nur für Fernsehveranstalter in der EU. Neu hinzugekommen ist, dass auch Abrufdienste (wie z.B. Maxdome oder iTunes) europäische audiovisuelle Werke fördern müssen, da diese laut Erwägungsgrund Nr. 69 das Potenzial haben, Fernsehprogramme teilweise zu ersetzen. Entsprechend wurden auch nichtlinear gestaltete Video-on-Demand(VoD)- sowie Internetdienste zu einer Förderung europäischer Werke verpflichtet (Art. 13 AVMDR).

Ziel der Quote zugunsten europäischer Werke ist es, in Europa die kulturelle Vielfalt zu bewahren und die Produktionswirtschaft in Europa zu stärken.⁹³ Ein zu großes Übergewicht der US-amerikanischen Filmindustrie sollte verhindert, Handelsbilanzdefizite abgebaut werden⁹⁴. Das Ziel der kulturellen Vielfalt könne nur in einem Fernsehinnenmarkt erreicht werden, der groß und aufnahmebereit genug ist, um für Fernsehproduktionen die Amortisierung der Investitionen zu ermöglichen.

4.3 Die Quote zugunsten unabhängiger Produzenten europäischer Werke

Primäres oder sekundäres Gemeinschaftsrecht, das unmittelbar die Vertragsverhältnisse zwischen Fernsehveranstaltern und Fernsehfilmproduzenten regelt, existiert nicht. Die Quotenregelung zugunsten unabhängiger Produzenten kann jedoch Auswirkungen auf das „Ob“ und das „Wie“ der Produktions- bzw. Lizenzverträge von Fernsehveranstaltern haben. Um dies zu erklären, muss man etwas weiter ausholen. Art. 17 Abs. 1 AVMDR lautet auszugsweise (Kürzungen stammen vom Autor):

„Die Mitgliedstaaten tragen im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln dafür Sorge, dass Fernsehveranstalter mindestens 10 v.H. ihrer Sendezeit [...] oder alternativ nach Wahl des Mitgliedstaats mindestens 10 v.H. ihrer Haushaltsmittel für die

⁹³ Vgl. Erwägungsgrund Nr. 7 AVMDR.

⁹⁴ Vgl. zur Entstehungsgeschichte dazu Hartstein/Ring/Kreile/Dörr/Stettner, RStV, Bd. I, 2009, § 6 Rn. 1 und 7.

*Programmgestaltung der Sendung europäischer Werke von Herstellern vorbehalten, die von den Fernsehveranstaltern unabhängig sind. Dieser Anteil soll [...] schrittweise [...] erreicht werden; dazu muss ein angemessener Anteil neueren Werken vorbehalten bleiben, d.h. Werken, die innerhalb eines Zeitraums von fünf Jahren nach ihrer Herstellung ausgestrahlt werden.*⁹⁵

Hinter Art. 17 AVMDR stehen sowohl kultur- als auch wirtschaftspolitische Ziele. Aus kulturpolitischer Sicht soll die Unterstützung unabhängiger Produzenten den Pluralismus in der Produktion⁹⁶ und die sprachliche Vielfalt in der Gemeinschaft sichern⁹⁷. Aus wirtschaftspolitischer Sicht soll diese Quotenregelung der Unterstützung von kleinen und mittleren Unternehmen (KMUs) dienen⁹⁸ sowie Monopol- und Oligopolstellungen im Medienbereich verhindern⁹⁹.

In Erwägungsgrund Nr. 68 der AVMDR heißt es: „Durch die Zusage, im Rahmen des praktisch Durchführbaren einen bestimmten Anteil der Sendezeit für unabhängige, außerhalb der Fernsehveranstalter hergestellte Produktionen vorzusehen, werden neue Quellen für Fernsehproduktionen gefördert, insbesondere von kleinen und mittleren Unternehmen“. Die Quote zugunsten unabhängiger Produzenten soll außerdem Wettbewerbsbeschränkungen und -verzerrungen vermeiden. Sie ist notwendig, um Konzentrationstendenzen zu Lasten unabhängiger Produktionsfirmen entgegenzuwirken, die insbesondere auf das Bestreben marktbeherrschender Sendeanstalten zurückgehen, auch auf dem Produktionsmarkt eine marktbeherrschende Stellung zu etablieren und im Zuge dessen von ihnen abhängige Produktionsfirmen bei Auftragsvergabe oder Lizenzpreisen zu bevorzugen.¹⁰⁰

⁹⁵ Art. 17 AVMDR.

⁹⁶ Erwägungsgrund Nr. 24 zur RL 89/552/EWG.

⁹⁷ Erwägungsgrund Nr. 31 zur RL 97/36/EG; ob die Quotierung oder die Verbesserung der Position unabhängiger Produktionsfirmen tatsächlich zu mehr Programmvierfalt führt, ist eine bisher empirisch noch ungeprüfte Hypothese.

⁹⁸ Erwägungsgrund Nr. 24 zur RL 89/552/EWG.

⁹⁹ Erwägungsgrund Nr. 16 zur RL 89/552/EWG.

¹⁰⁰ Kröber, in: Hahn/Vesting, RStV, 2. Aufl. 2008, § 6 Rn. 30 f. m. w. N.

Ob und inwieweit die Republik Österreich die Quotenvorgaben der AVMDR früher erfüllt hatte, konnte in den 1990er-Jahren noch an den Quotenberichten der EU-Kommission abgelesen werden. Heutzutage werden die Berichte nicht mehr nach Mitgliedstaaten und einzelnen Fernsehveranstaltern aufgeschlüsselt, sodass nicht mehr nachgeprüft werden kann, ob einzelne Fernsehveranstalter die Quotenvorgaben einhalten.¹⁰¹

Für die Quotierung zugunsten unabhängiger Produzenten lässt die Richtlinie zwei Möglichkeiten zu. Entweder müssen die Fernsehveranstalter mindestens 10 % der relevanten Sendezeit für die Sendung von Werken unabhängiger Produzenten vorsehen, oder sie müssen mindestens 10 % der Haushaltsmittel für die Programmgestaltung der Sendung dieser Werke vorbehalten.

Die AVMDR hat den Begriff des „unabhängigen Produzenten“ nicht gesetzlich definiert und diese Aufgabe den Mitgliedstaaten überlassen. Einzige Vorgabe ist der Erwägungsgrund Nr. 31 zur Revision der AVMDR im Jahre 1997 (RL 97/36/EG), der den Mitgliedstaaten Kriterien nennt, die bei der Definition des unabhängigen Herstellers zu berücksichtigen sind:

- a) Eigentum an der Produktionsgesellschaft,
- b) Umfang der ein und demselben Fernsehveranstalter gelieferten Programme und
- c) Eigentum an Zweitverwertungsrechten.

Die Mitgliedstaaten können sich für eines dieser Kriterien entscheiden, sie können diese auch kumulieren.

ad a) Eigentum an der Produktionsgesellschaft:

Das erste und wohl auch wichtigste Kriterium ist gesellschaftsrechtlicher Natur. Klärungsbedürftig ist, ab wann eine Produktionsgesellschaft im Eigentum eines Fernsehveranstalters steht. Die Kommission geht in

¹⁰¹ Vgl. den aktuellen Bericht der Kommission zur Anwendung der Quotenregelungen aus dem Jahr 2010: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0450:FIN:EN:PDF>.

ihren Leitlinien davon aus, dass ein Produzent aufgrund der Eigentumsverhältnisse dann als unabhängig gilt, wenn die Kapitalbeteiligung eines Fernsehveranstalters an einem Produzenten 25 % bzw. bei mehreren Veranstaltern 50 % nicht übersteigt.¹⁰²

Unterschiedlich wird in Europa beurteilt, ob Unabhängigkeit nur vorliegt, wenn die Produktionsgesellschaft keinem Fernsehveranstalter gehört (absolute Unabhängigkeit), oder ob es ausreicht, wenn der jeweils vertragsschließende Produzent keine gesellschaftsrechtliche Verbindung zum Fernsehvertragspartner hat (relative Unabhängigkeit). Nach der letztgenannten Auffassung wäre beispielsweise die Bavaria Film in München ein unabhängiger Hersteller, wenn sie vom ORF, nicht hingegen, wenn sie vom WDR mit der Herstellung einer „Tatort“-Folge beauftragt würde. Für die engere absolute Auffassung spricht der Wortlaut des Art. 17, wonach die Quotenregelung zugunsten jener Hersteller gilt, die „von den Fernsehveranstaltern unabhängig sind“. Die Verwendung des Plurals für die Fernsehveranstalter impliziert das Verständnis, dass die Produzenten unabhängig von allen Fernsehveranstaltern sein müssen. Außerdem sollen mit den Quotenregelungen KMUs unterstützt und der Medienkonzentration entgegengewirkt werden. Andere sehen das Ziel der Richtlinie darin, dass Fernsehveranstalter ihre Sendungen nicht nur von eigenen Tochterfirmen produzieren lassen.¹⁰³ Ob die Produktionsfirma einem anderen Fernsehveranstalter gehört, ist dafür unerheblich. Außerdem verhindert eine enge Auslegung i.S.d. absoluten Unabhängigkeit die Entstehung von international wettbewerbsfähigen Strukturen¹⁰⁴, die ohne eine gewisse vertikale Konzentration nicht möglich sind.

¹⁰² Vgl. Möwes in: EMR-Dialog, S. 18. Später hat sich die Kommission allerdings unverbindlicher ausgedrückt („nicht zu viele Kapitalanteile“); vgl. Leitlinien der Kommission vom 11.06.1999, S. 5.

¹⁰³ Vgl. hierzu die Rechtslage in Großbritannien.

¹⁰⁴ Dies ist ein weiteres zentrales Anliegen der Europäischen Union, vgl. z.B. den Vorschlag der EU-Kommission für eine Empfehlung zum Filmerbe und zur Wettbewerbsfähigkeit der einschlägigen Industriezweige, http://europa.eu.int/eur-lex/de/com/pdf/2004/com2004_0171de01.pdf (21.09.2004).

ad b) Umfang der ein und demselben Fernsehveranstalter gelieferten Programme:

Das zweite Kriterium legt den Schwerpunkt auf die faktische Abhängigkeit des Produzenten. Wer ausschließlich oder weit überwiegend für einen Auftraggeber produziert, ist von diesem i.d.R. abhängig. Die Mitgliedstaaten, die dieses Kriterium umgesetzt haben, haben einen eher hohen Prozentsatz in einem bestimmten Zeitraum als Grenzwert festgelegt. So ist beispielsweise in Finnland ein Hersteller nicht mehr unabhängig, wenn er über 90 % seiner Produktion im Zeitraum von drei Jahren an den gleichen Fernsehveranstalter liefert¹⁰⁵, in Frankreich bei über 80 %¹⁰⁶. Dieses Kriterium ist in Staaten mit Vorsicht anzuwenden, in denen es praktisch nur einen wesentlichen Nachfrager von Fernsehproduzentenleistungen gibt. Setzt man den Prozentsatz zu niedrig an, besteht die Gefahr, dass sich die Regelung selbst ad absurdum führt, weil am Ende kaum ein Fernsehproduzent in diesem Mitgliedstaat noch unabhängig ist. Damit wäre der Fernsehveranstalter gezwungen, Produktionen bei ausländischen Produktionsfirmen in Auftrag zu geben – ein Ergebnis, das von der AVMDR sicherlich nicht angestrebt wird.

ad c) Eigentum an Zweitverwertungsrechten:

Das dritte und letzte im o.g. Erwägungsgrund genannte Kriterium grenzt unabhängige von abhängigen Produzenten anhand der Frage ab, wer Inhaber von Zweitverwertungsrechten an der Produktion ist. Je mehr „Secondary Rights“ an den auftraggebenden Fernsehveranstalter abgetreten werden, so die Logik dieses Kriteriums, desto eher ist der Produzent faktisch vom Auftraggeber abhängig. Verbleiben dagegen die Zweitverwertungsrechte beim Produzenten, kann dieser als unabhängig angesehen werden. Während das erste und zweite Kriterium für die Unabhängigkeit eines Produzenten das „Ob“ beeinflussen, als die Frage,

¹⁰⁵ Gesetz vom 09.10.1998 (Laki televisio- ja radiotoiminnasta), Section 2 No. 7.

¹⁰⁶ Art. 11 Abs. 2 Nr. 5 des Décret n° 2001-609, Art. 12 Abs. 2 Nr. 5 des Décret n° 2001-1333.

ob bzw. mit wem der Fernsehveranstalter kontrahiert, hat das dritte Kriterium einen unmittelbaren Einfluss auf die Vertragsverhältnisse zwischen den beiden Seiten im Fernsehproduktionsgeschäft. Es bietet die europarechtliche Basis für eine Regulierung von Vertragskonditionen. Diese Regulierung kann entweder unmittelbar an einer Quotierung anknüpfen oder direkte Vorgaben für die Fernsehveranstalter enthalten, die, über die Einhaltung von Quoten hinausgehend, jeden Vertrag mit einem Fernsehfilmproduzenten betreffen.

Das Kriterium des Eigentums an Zweitverwertungsrechten ist jedoch bisher auf keine große Gegenliebe bei den Mitgliedstaaten gestoßen. Soweit ersichtlich wurde es lediglich von Frankreich aufgegriffen. Seit Art. 11 des Décret n° 2001-609 gilt ein Werk in Frankreich als unabhängig, wenn die Ausstrahlungsrechte vom Fernsehveranstalter grundsätzlich nur für eine einzelne Ausstrahlung erworben wurden. Daneben verwendet Frankreich aber auch die Kriterien „Eigentum an der Produktionsgesellschaft“ (< 15 %) und „Umfang der ein und demselben Fernsehveranstalter gelieferten Programme“ (< 80 % in drei Jahren).¹⁰⁷

4.4 Die französische Regelung

Ähnlich wie Spielfilmproduzenten werden Fernsehfilmproduzenten durch gesetzliche Quotenregelungen begünstigt. Rechtsgrundlage sind Rechtsverordnungen sowohl für die Fernsehveranstalter mit einer Sendelizenz für terrestrische Ausstrahlungen¹⁰⁸ als auch für Fernsehveranstalter, die nur über Kabel und Satellit empfangbar sind¹⁰⁹. Danach müssen die Fernsehunternehmen 16 % ihres Jahresumsatzes in franzö-

¹⁰⁷ Art. 11 Abs. 2 Nr. 5 des Décret n° 2001-609, Art. 12 Abs. 2 Nr. 5 des Décret n° 2001-1333.

¹⁰⁸ Décret n° 2001-609 du 09 juillet 2001 pris pour l'application du 3° de l'article 27 et de l'article 71 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et relatif à la contribution des éditeurs de services de télévision diffusés en clair par voie hertzienne terrestre en mode analogique au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles.

¹⁰⁹ Décret n° 2001-1333 du 28 décembre 2001 sur la diffusion des services autres que radiophoniques par voie hertzienne terrestre en mode numérique.

sichsprachige Werke stecken.¹¹⁰ Werke sind nach der AVMDR definiert als Produktionen, die nicht Nachrichten, Sportberichte, Spielshows, Werbung, Videotext oder Teleshopping sind.¹¹¹

Zwei Drittel davon, also etwas mehr als 10 % des Jahresumsatzes¹¹², müssen für französischsprachige Filme von unabhängigen Produzenten ausgegeben werden. Die gesetzliche Definition der unabhängigen Produktion enthält neben den bereits erwähnten gesellschaftsrechtlichen Kriterien weitere Elemente, die den Inhalt der Verträge zwischen den unabhängigen Fernsehproduktionsfirmen und den Sendeunternehmen betreffen. Gemäß Art. 11 Abs. 1 Nr. 1 des Décret n° 2001-609 vom 09.07.2001 gilt eine Produktion nur dann als unabhängig, wenn der Fernsehveranstalter im Vertrag mit dem Fernsehfilmproduzenten lediglich das Recht erhält, die Produktion einmal innerhalb von 18 Monaten auszustrahlen. Darüber hinaus ist eine Option auf zwei weitere Ausstrahlungen¹¹³ in einer Lizenzzeit von zwei weiteren Jahren möglich. Die staatliche Aufsicht durch das Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) ist streng, Umgehungen sind kaum noch möglich. Frühere Schlupflöcher, wie etwa die Gründung einer Vertriebs- oder Einkaufsgesellschaft, für die die engen Lizenzbedingungen der Sendeunternehmen nicht gelten, sind durch die Novellierung der Regelung im Jahre 2001 geschlossen worden.¹¹⁴

Der Prozentsatz von 10,66 % (= zwei Drittel von 16 %) für unabhängige Produktionen wurde vom Gesetzgeber so hoch angesetzt, dass er fast die gesamten Ausgaben für die Genres „Fernsehfilm“, „Serie“ und „Dokumentationen“ umfasst, da die Genres „Magazinsendung“ und „Talkshow“ häufig als Eigenproduktion hergestellt werden. Auch wenn die Fernsehveranstalter durch diese Regelungstechnik nicht gezwungen werden, sämtlichen Produktionen diese produzentenfreundlichen Lizenzbedingungen zugrunde zu legen, führt diese Quotenregelung faktisch zum selben Ergebnis. Im Hinblick auf gesetzliche Regelungen der

¹¹⁰ Vgl. Art. 8 Abs. 1 des Décret n° 2001-609, Art. 9 Abs. 1 des Décret n° 2001-1333.

¹¹¹ Art. 17 AVMDR.

¹¹² Dies geht weit über die von Art. 5 der AVMDR geforderten 10 % des Programm-Etats hinaus.

¹¹³ Bei Animationsfilmen sind drei weitere Ausstrahlungen möglich.

¹¹⁴ Vgl. Art. 11 Abs. 1 Nr. 5 des Décret n° 2001-609.

Vertragsbedingungen zwischen Sendeunternehmen und Fernsehproduzenten lässt sich die Lage in Frankreich demnach kurz wie folgt zusammenfassen: Für die Mehrheit der Verträge gilt eine Lizenzzeit von dreieinhalb Jahren und eine Begrenzung auf drei Ausstrahlungen in dieser Zeit. Dies gilt unabhängig davon, ob es sich um vollständig vom Fernsehveranstalter finanzierte Auftragsproduktionen oder teilweise fremd- oder förderfinanzierte Produktionen handelt.

4.5 Das britische Modell

Wie die meisten anderen Mitgliedstaaten der europäischen Union hat auch Großbritannien die Quotenregelung des Art. 17 AVMDR umgesetzt. Deren Vorbild war die noch unter der Thatcher-Regierung eingeführte „Producer’s-Choice“-Regelung für die BBC, mit der die BBC gezwungen wurde, 25 % ihrer Programme nicht mehr selbst zu produzieren.¹¹⁵

Das in Europa neben dem französischen derzeit produzentenfreundlichste Regulierungsmodell stammt aus Großbritannien. Im Kern beinhaltet es eine staatliche Festlegung von vertraglichen Mindestbedingungen in den Verträgen zwischen Fernsehveranstaltern und Fernsehproduzenten. Warum mischte sich der im Medienbereich bis dahin so liberale Gesetzgeber in das bisher von Vertragsfreiheit gekennzeichnete Verhältnis zwischen den beiden Parteien im Fernsehgeschäft ein? – Regierung und Parlament wollten einen vielfältigen Produzentenmarkt stabilisieren und das reichhaltige Angebot im britischen Fernsehen verbessern. Nach dem Weißbuch der britischen Regierung aus dem Jahr 2000 sollte Großbritannien in Zukunft „Heimat des dynamischsten und wettbewerbsintensivsten Kommunikations- und Medienmarkts der Welt werden“.¹¹⁶

Rechtliche Basis der im nächsten Abschnitt noch näher beschriebenen Regulierung der „Terms of Trade“ zwischen Fernsehveranstaltern und Fernsehproduzenten ist § 285 des britischen Communication Act (CA). Danach müssen Inhaber einer nationalen terrestrischen Fernsehlizenz

¹¹⁵ Vgl. Sec. 16 (2) (h), 25 (2) (f), 168 (1) des Broadcasting Act 1990.

¹¹⁶ Communications White Paper, § 1.2.1.

einen „Code of Practice“ aufstellen, der vom Office of Communications (Ofcom) zu genehmigen ist. Der „Code of Practice“ bildet wiederum die Grundlage für die Auftragsproduktionsverträge zwischen Fernsehveranstalter und Produzenten. In § 285 Abs. 3 des CA sind sieben Bedingungen aufgeführt, die der „Code of Practice“ beachten muss; u.a. muss er Regeln über Lizenzzeiten, Mindestpreise und die Exklusivität der Rechte beinhalten.

BBC, Channel 4 und Channel 5 haben bereits Anfang 2004 einen „Code of Practice“ mit der Producers Alliance for Cinema and Television Ltd (Pact), dem Verband der britischen Produktionsunternehmen, vereinbart. ITV folgte 2005. Da sich die anderen Codes nur geringfügig von diesem Standard unterscheiden, sollen die „Codes of Practice“ der BBC hier beispielhaft für alle anderen dargestellt werden.

Die „Terms of Trade“ unterscheiden zwischen Erst- und Zweitverwertungsrechten. Dem Fernsehveranstalter ist nur erlaubt, Erstverwertungsrechte zu erwerben, so genannte „Primary Rights“. Letztere umfassen folgende Nutzungsrechte:

- a) Free-TV-Senderechte;
- b) Lizenzzeit: fünf Jahre ab Lieferung und Abnahme des Sendebandes;
- c) Lizenzgebiet: UK;
- d) Ausstrahlungen: begrenzt auf durchschnittlich drei Ausstrahlungen auf bestimmten BBC-Sendern;¹¹⁷
- e) Abtretung der Rechte: nur innerhalb der BBC-Senderfamilie gestattet;
- f) begrenzte Internetrechte: 7-Day-Catch-Up (inzwischen teilweise verlängert auf bis zu 30 Tage) und Live Streaming/Simulcasting;
- g) Annexrechte: u.a. Ausschnittsrechte zur Programmankündigung im Fernsehen und im Internet, Archivierung;

¹¹⁷ Die Regelung zur Begrenzung der Ausstrahlungen ist zu komplex, um sie an dieser Stelle im Detail darstellen zu können. Sie reicht von der Kombination „eine Ausstrahlung auf BBC 1 und zwei Ausstrahlungen auf BBC 2“ bis zu „neun Ausstrahlungen auf BBC 3 und unbegrenzten Ausstrahlungen auf BBC 4“, letztere Fernsehveranstalter mit einer sehr viel geringeren Reichweite, vgl. Ziff. 15.1.1. der „BBC’s General Terms for the Production of Television Programmes by Independent Producers“.

- h) Option auf Verlängerung der Rechte um zwei Jahre für eine weitere angemessene Vergütung;
- i) Nettoerlösbeteiligung in Höhe von 15 bis 25 % an Erlösen aus den sonstigen, nicht an die BBC lizenzierten Nutzungsrechten;
- j) Auswertungssperre für bestimmte nicht lizenzierte Nutzungsrechte (z.B. Pay-TV) für die Dauer der Lizenzzeit im Lizenzgebiet.

Um es kurz zusammenzufassen: Sämtliche Fernsehveranstalter mit einer Lizenz zur terrestrischen Ausstrahlung in Großbritannien dürfen als Erstlizenz nur auf den eigenen Fernsehveranstalter bzw. die eigene Fernsehveranstalterfamilie auswertbare Free-TV-Senderechte für fünf Jahre und drei Ausstrahlungen oder für fünf Ausstrahlungen in sieben Jahren erwerben, wenn die Option ausgeübt wird.

Dieses Modell hat das auch in Großbritannien bisher übliche System der vollfinanzierten Auftragsproduktion („Cost plus Model“) abgelöst, bei der ein Fernsehveranstalter die gesamten Produktionskosten plus einer „Production Fee“ in Höhe von ca. 10 % übernommen hat, sich dafür im Gegenzug jedoch auch sämtliche Rechte hat einräumen lassen. Kalkulationsverhandlungen gehören bei der BBC der Vergangenheit an.

4.6 Die deutsche Regelung

Die Bundesrepublik Deutschland hat die bereits beschriebenen Quotenregelungen der AVMDR zugunsten der unabhängigen Produzenten nur unvollständig umgesetzt. Die entsprechende Vorschrift im Rundfunkstaatsvertrag (§ 6 Abs. 2 RStV) lautet:

„Fernsehvollprogramme sollen einen wesentlichen Anteil an Eigenproduktionen sowie Auftrags- und Gemeinschaftsproduktionen aus dem deutschsprachigen Raum enthalten. Das Gleiche gilt für Fernsehspartenprogramme, soweit dies nach ihren inhaltlichen Schwerpunkten möglich ist.“

Die klare 10%-Regelung findet sich hier nur in Anklängen wieder. Die Vorschrift bleibt, am Wortlaut gemessen, hinter dem Anspruch der Richtlinie auf Förderung einer unabhängigen Produzentenlandschaft und damit der Erschließung neuer Quellen für Fernsehproduktionen zurück. Allerdings ist man sich einig, dass die Regelung richtlinienkonform aus-

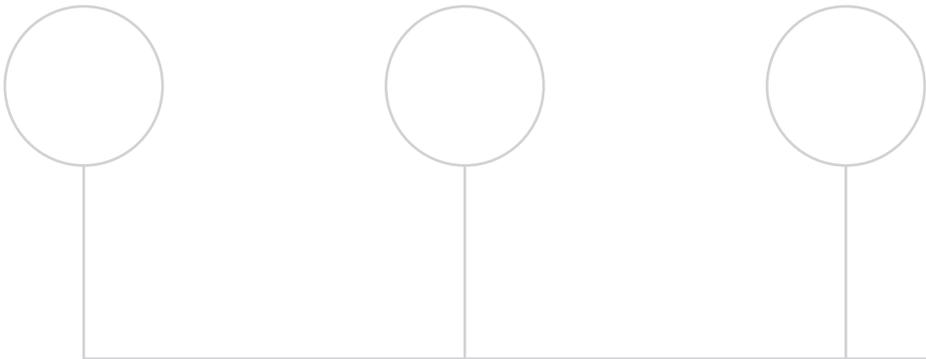
zulegen ist. Auch ohne gesetzlichen Zwang haben in den letzten 40 Jahren ökonomische Motive dazu geführt, dass auch die ARD-Fernseherveranstalter inzwischen fiktionale Produktionen kaum noch und Unterhaltungssendungen immer seltener in Eigenproduktion herstellen.¹¹⁸

4.7 Die österreichische Regelung

Der österreichische Gesetzgeber hat Art. 16 und Art. 17 AVMDR in der deutschsprachigen Fassung nahezu wortgleich übernommen – für den ORF in § 11 Abs. 2 ORF-G und für private Fernsehveranstalter in § 51 AMD-G.

Wie der ORF den Begriff des unabhängigen Produzenten bisher versteht, ist nicht bekannt. Die RTR-GmbH hat den Begriff nicht im Rahmen ihrer regulierenden, sondern im Rahmen ihrer Förderungstätigkeit in den Richtlinien über die Gewährung von Mitteln aus dem FERNSEHFONDS AUSTRIA in Punkt 3.1. gesellschaftsrechtlich definiert.

¹¹⁸ DIW Studie, a.a.O., S. 134; Produzentenstudie.





5 Beispiele für die Teilregulierung von Vertragsbedingungen zwischen Fernsehveranstaltern und Fernsehfilmproduzenten im Rahmen von Filmförderung

5.1 Europäische Union, Creative Europe Media Sub Program

Fernsehförderung im Rahmen des Media Programms wird nur gewährt, wenn im Sendelizenzvertrag mit dem Fernsehveranstalter eine Lizenzzeit von maximal sieben Jahren festgelegt ist. Handelt es sich hingegen um eine Koproduktion des Fernsehveranstalters, liegt die Obergrenze bei zehn Jahren. Allerdings muss in diesem Fall zwischen Lizenz- und Koproduktionsanteil differenziert werden. Eine Koproduktion liegt nach den Richtlinien der Förderung nur vor, wenn der Fernsehveranstalter ein signifikantes eigenes Produktionsrisiko übernimmt und die Produktion mit organisiert.¹¹⁹

5.2 Deutschland

In der Bundesrepublik Deutschland gibt es wenige gesetzlich normierte Grenzen für die Vertragsverhältnisse zwischen Produzenten und Sendunternehmen.

5.2.1 Bundesebene

Auf Bundesebene finden sie sich nur im Zusammenhang mit der Förderung von Kinofilmen, geregelt im Filmförderungsgesetz (FFG). Eine der Voraussetzungen, um Projekt- oder Referenzförderung der Filmförderungsanstalt (FFA) zu erhalten, ist gemäß § 25 Abs. 4 Nr. 5 FFG

¹¹⁹ http://ec.europa.eu/culture/calls/media/s2413/guidelines_en.pdf, S. 7.

der Nachweis, dass in dem Auswertungsvertrag mit einem Fernsehveranstalter ein Rückfall der Fernsehnutzungsrechte an den Produzenten spätestens nach fünf Jahren vereinbart ist. Im Einzelfall kann im Auswertungsvertrag auch eine Frist von bis zu sieben Jahren vereinbart werden, insbesondere wenn das Fernsehunternehmen eine überdurchschnittlich hohe Beteiligung zur Finanzierung des Films beigetragen hat. In den Richtlinien der FFA wird der Begriff der „überdurchschnittlich hohen Beteiligung“ allerdings so streng definiert, dass der Anwendungsbereich dieser Ausnahmebestimmung auf wenige Fälle beschränkt bleiben dürfte.

Die kofinanzierenden Fernsehveranstalter lassen sich in der Regel eine Option auf die Verlängerung der Lizenzzeit um weitere fünf, sieben oder sogar zehn Jahre einräumen. Bei Ausübung der Option fällt eine weitere Lizenzgebühr an, die im Durchschnitt etwa 5 bis 10 % der ursprünglich für die Erstlizenz gezahlten Lizenzgebühr entspricht.

Im 9. Film/Fernsehabkommen¹²⁰ zwischen ARD-F Fernsehveranstaltern, dem ZDF und den Produzentenverbänden (2010) ist die Erstlizenz für die Free-TV-Rechte ebenfalls auf fünf Jahre begrenzt. Für die Aufteilung des gesamten Kofinanzierungsbeitrags in einen Lizenz- und Koproduktionsanteil schreibt Ziff. VII des Abkommens vor, dass der Lizenzanteil über 200.000,- Euro und über 50 % des Koproduktionsanteils liegen muss.

5.2.2 Länderebene – Kinofilm

Die Länderförderung von Kinospielefilmen regelt selten „Terms of Trade“ zwischen Produzent und Fernsehveranstalter bzw. Verleiher, wie dies die FFA in Gesetz, Richtlinien und Abkommen festschreibt. Allerdings hat sich der Standard des FFG dennoch durchgesetzt. Dies resultiert daraus, dass ein Großteil der Kinofilmproduzenten in Deutschland entweder FFA-Projektförderung beantragt oder – wenn der Film erfolgreich wird – von den Referenzmitteln der FFA profitieren möchte. FFA-Mittel stehen aber nur zur Verfügung, wenn man die Vorgaben des FFG und der FFA-Richtlinien einhält.

¹²⁰ http://www.ffa.de/downloads/ffg_regelsammlung/verordnungen/Vereinbarung.

Aus Sicht der Fernsehveranstalter ist die fünfjährige Erstlizenz besonders einschneidend, wenn die Option auf die Zweitlizenz („Second Cycle“) – wie in Großbritannien und Frankreich – ebenfalls begrenzt ist. Dies ist bisher jedoch nicht der Fall. In § 6 Abs. 3 der Richtlinie über die Referenzförderung ist lediglich vorgeschrieben, dass die Lizenzdauern angemessen sein müssen und die dafür gezahlten Lizenzgebühren nicht für die Finanzierung des Films verwendet werden dürfen.

5.2.3 Länderebene – Fernsehfilm

Im Bereich der Fernsehproduktionsförderung der Länderförderer¹²¹ existieren zum Teil Leitlinien für die Vertragsverhältnisse mit den Fernsehveranstaltern. Einigkeit besteht darüber, dass beim Fernsehproduzenten werthaltige Rechte verbleiben müssen, damit er zumindest die Chance hat, seinen Eigenanteil¹²² zurückzuerzielen und das Förderdarlehen zurückzuführen. Die Förderer werden von ihren eigenen Aufsichtsgremien und den zuständigen Landesrechnungshöfen zumindest auch daran gemessen, wie hoch die Rückführungsquote der ausgereichten Darlehen ist.

Will man die vielfältige Praxis der deutschen Länderförderer zusammenfassen, lassen sich grundsätzlich drei Varianten unterscheiden:

- a) keine Regelung der Vertragsverhältnisse,
- b) Regelung durch eine unverbindliche Generalklausel,
- c) Regelung durch eine Leitlinie.

¹²¹ Filmförderung auf Bundesebene (FFA, kulturelle Filmförderung des Bundes, z.B. Deutscher Filmpreis) gibt es nur für Kino-Spielfilme. Da die Länderförderer durchweg als GmbHs strukturiert sind und nicht – wie die FFA – als Anstalt des öffentlichen Rechts, unterliegt die Förderpraxis geringeren gesetzlichen Anforderungen.

¹²² Das eigene Investment des Produzenten, welches bei den meisten Länderförderern mindestens 5 % des Budgets betragen muss, teilweise allerdings auch durch Rückstellungen eigener Leistungen bzw. eigener Forderungen (z.B. auf die Producer's Fee) erbracht werden kann, vgl. z.B. Ziff. 3.5 der Richtlinien des Bayerischen FilmFernsehFonds, Ziff. 2.3.5 der Vergaberichtlinie des Medienboards Berlin-Brandenburg, Ziff. 4.1.6 der Nordmedia Richtlinien, Ziff. 3.1.4 der Richtlinien der FilmFörderung Hamburg, Ziff. 3.1.2 der Richtlinie der Filmstiftung NRW, Ziff. 4.1.5 der Richtlinien der MDM.

Da es bei keiner der Varianten verbindliche Vorgaben gibt, werden auch die internen Regelungen flexibel gehandhabt. Beispielhaft seien einige Länderförderer herausgegriffen.

5.2.3.1 Nordmedia Fonds GmbH (Nordmedia)

Die Richtlinie zur kulturwirtschaftlichen Film- und Medienförderung der Nordmedia¹²³ fordert „ausgewogene Vertragsbedingungen und eine faire Rechtaufteilung“ (vgl. Ziff. 4.1.4 am Ende). Lizenzzeitgrenzen oder andere konkrete Beschränkungen des Rechteerwerbs des Sendeunternehmens finden sich nicht.

Eine Erfahrungsregel für die Aufteilung in Lizenz- und Koproduktionsanteil hat sich noch nicht herausgebildet. Stattdessen wird zwischen Fördermittel und Kofinanzierungsmittel (beim NDR „Aufstockungsmittel“ genannt) unterschieden. Werden auch letztere Mittel eingesetzt, werden mit dem Fernsehveranstalter Rechte entsprechend seiner Beteiligung ausgehandelt. Je höher die Fernsehveranstalterbeteiligung ist, desto mehr Rechte erhält der Fernsehveranstalter. Beispiel: 50 % der Finanzierung aus Fördermitteln plus 40 oder 45 % fernsehveranstaltergebundene „Aufstockungsmittel“ bedeuten 90- bis 95%ige Finanzierung. In diesem Falle erhält der NDR i.d.R. alle deutschen Rechte zeitlich unbegrenzt, der Produzent erhält die Auslandsrechte und kann sonstige Nebenrechte erhalten.

5.2.3.2 Filmförderung der Hansestadt Hamburg (FFHH)

Ähnlich allgemein gehalten sind die Förderrichtlinien in Hamburg. Dort heißt es:

„3.4.3. Produktionen mit kulturellem Schwerpunkt, die vorrangig zur Auswertung im Fernsehen geeignet sind, können nach den Regelungen gemäß 3.3. und ohne Einhaltung einer Fernsehsperrfrist gefördert werden, wenn ein erheblicher Anteil an den Herstellungskosten durch den Fernsehveranstalter aufgebracht wird und erhebliche Rechte nach einer vereinbarten Anzahl von Ausstrahlungen bei der Herstellerin/ dem Hersteller verbleiben.“

¹²³ Siehe www.nordmedia.de.

5.2.3.3 Mitteldeutsche Medienförderung (MDM)

Etwas konkreter ist die MDM in ihrer Generalklausel. Dort heißt es in der Richtlinie unter Punkt 4.2.2.:

„Bei Fernsehproduktionen sollen die zum Empfang im Inland übertragenen Fernsehnutzungsrechte auf einen angemessenen Zeitraum begrenzt werden. Alle übrigen inländischen und alle ausländischen Verwertungsrechte sollen in der Regel beim Antragsteller verbleiben.“

Damit ist zumindest der wesentliche Grundsatz festgehalten, dass der kofinanzierende Fernsehveranstalter nur – zeitlich und räumlich auf Deutschland begrenzte – Fernsehveranstalterrechte erhalten sollte.

5.2.3.4 Film- und Medienstiftung Nordrhein-Westfalen

Die Förderrichtlinie der Film- und Medienstiftung greift in die Vertragsverhältnisse zwischen Fernsehveranstalter und Fernsehproduzenten nur in einem Punkt ein: Liegt die Beteiligung des Fernsehveranstalters zwischen 55 und 65 % der Herstellungskosten, soll die erste Lizenzzeit („First Cycle“) sieben Jahre betragen.

Für die Aufteilung des gesamten Kofinanzierungsbeitrags in einen Lizenz- und Koproduktionsanteil gilt bei der Filmstiftung außerdem der Grundsatz der hälftigen Teilung. Auch diese 50:50-Regel wird jedoch in der Praxis flexibel gehandhabt, abhängig insbesondere von der Höhe des Koproduktionsanteils.

5.2.3.5 FilmFernsehFonds Bayern (FFF Bayern)

Die detaillierteste Regelung findet sich im Freistaat Bayern. Der FFF Bayern hat eine „Leitlinie TV-Förderung“ verabschiedet, mit der versucht wird, einen fairen Interessenausgleich zwischen dem Filmproduzenten und der Filmförderung einerseits und des Fernsehveranstalters andererseits am Recouplement ihres Investments zu finden. Die Leitlinie wurde unter Beteiligung der Gesellschafter des FFF Bayern ausgehandelt, also u.a. des Bayerischen Rundfunks, der ProSieben Television, der RTL und des ZDF.

Laufzeit der ersten Nutzungsphase: Sie soll sich jeweils nach der finanziellen Beteiligung des Fernsehveranstalters an den Herstellungskosten richten. Liegt die Fernsehveranstalterbeteiligung zwischen 55 und 65 % der Herstellungskosten, ist im Regelfall ein „First Cycle“ von sieben Jahren zu vereinbaren. Ein Fernsehveranstalter mit einer 60%igen Beteiligung am Budget würde eine Erstlizenz von sieben Jahren erhalten.

Lizenzgebiet: In der Regel soll das Lizenzgebiet nur die so genannten deutschsprachigen Gebiete umfassen. Ausgenommen sind Produktionen, deren Verwertungspotenzial nahezu ausschließlich in diesen Gebieten liegt. Hier dürfen die Rechte nur für das Lizenzgebiet Deutschland vergeben werden, um dem Produzenten und der Förderung noch eine Möglichkeit zu geben, auch aus der Verwertung der ausländischen Rechte ihre Investition zurückzuführen.

Unterlizenzierung: Um zu verhindern, dass die Rechte zu sehr genutzt werden, darf eine Unterlizenzierung nur innerhalb der Fernsehveranstalterfamilie vorgenommen werden.

Option auf zweite Nutzungsphase: Fernsehveranstalter und Produktionsfirma dürfen Optionen auf eine Anschlusslizenz vereinbaren – entweder in Form eines Vorkaufsrechts oder einer „First-Refusal“-Option oder als Festoption. In letzterem Fall soll der Betrag für die Zweitlizenz wenigstens 15 bis 30 % der Finanzierungsbeteiligung des Fernsehveranstalters betragen. Sie darf nicht Finanzierungsbestandteil sein, sondern muss Teil des Erlösrückflusses sein, aus dem der Produzent seinen Eigenanteil zurückführt.

Koproduktionsbeteiligung des Fernsehveranstalters: Wenn eine Koproduktionsbeteiligung des Fernsehveranstalters an den Erlösen des Filmes vereinbart wird, sollte sie der Fernsehveranstalterbeteiligung an den Herstellungskosten des Filmes entsprechen. Eine Differenzierung der Fernsehveranstalterbeteiligung in einen Koproduktions- und Lizenzanteil sieht die Leitlinie nicht vor.

Auslandsverwertung: Die Leitlinie regelt schließlich auch das Vertragsverhältnis zum Weltvertrieb, der nicht notwendigerweise mit einem Fernsehveranstalter gesellschaftsrechtlich verbunden sein muss. Danach soll die Vertriebsprovision im Regelfall 25 % der vom Vertrieb erwirtschafteten Erlöse nicht übersteigen. Zusätzlich anrechenbare Vertriebs-

vorkosten sollen grundsätzlich auf 10 % der Erlöse limitiert sein und im Einzelnen aufgeführt werden. Ausnahmen gelten bei überdurchschnittlich hohen Minimumgarantien.

Die bayerische Leitlinie ist insgesamt die günstigste Regelung für Fernsehproduzenten in Deutschland – auch wenn sie bei der Koproduktionsbeteiligung auf eine Differenzierung zwischen Lizenz- und Koproduktionsanteil verzichtet. In der Praxis sind die Unterschiede zu den anderen Förderinstitutionen jedoch weniger groß, als es den Anschein hat.

5.2.3.6 Filmförderung Berlin-Brandenburg

In jüngerer Zeit hat auch das Medienboard Berlin-Brandenburg ein Merkblatt geschaffen, welches in vergleichbarer Detailtiefe wie die Leitlinie des FFF Bayern die „Terms of Trade“ zwischen den Produzenten und den kofinanzierenden Fernsehveranstaltern regelt. Dazu gehört eine siebenjährige Lizenzzeit und eine Beschränkung auf das deutschsprachige Europa als Lizenzgebiet, wenn der Fernsehveranstalter nicht mehr als 65 % der Herstellungskosten des geförderten Projekts trägt. Optionen für Anschlusslizenzen sind erlaubt, sollen aber mindestens 20 % der Erstlizenz ausmachen. Weltvertriebserlöse werden mit Blick auf Vertriebsprovision und anrechenbare Kosten ähnlich gedeckelt wie beim FFF Bayern. Eine Erlösbeteiligung des Fernsehveranstalters darf erst einsetzen, wenn der Produzent seinen Eigenanteil zurückführen konnte.

5.2.3.7 Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg (MFG)

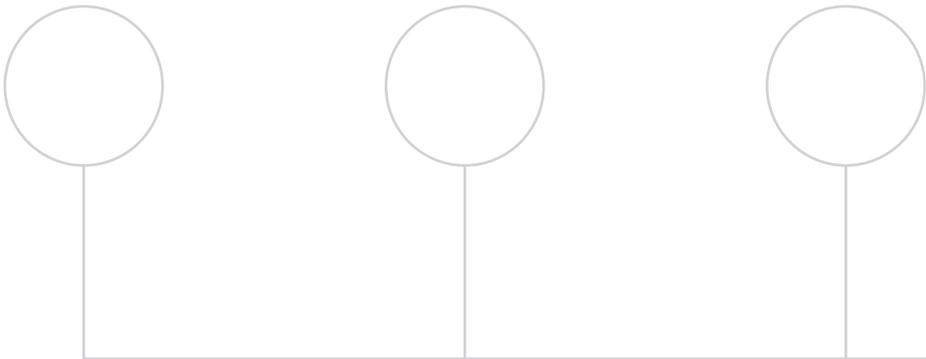
Bei der MFG heißt es in Ziff. 4.4.1. der Förderrichtlinien:

„Ein wesentlicher Teil werthaltiger Verwertungsrechte soll beim Produzenten verbleiben.“

In einer Fußnote wird auf die Eckpunkte-Vereinbarungen der Produzentenallianz mit ARD und ZDF verwiesen, von denen nicht zum Nachteil des Produzenten abgewichen werden dürfe. Dies ist allerdings nicht ausreichend, weil die Eckpunkte-Vereinbarungen für vollfinanzierte Auftragsproduktionen und nicht für lediglich vom Fernsehveranstalter teilfinanzierte Produktionen gedacht sind. Die Eckpunkte sehen deshalb für den Normalfall auch keine Rechteteilung vor, sondern lediglich 30- bis



50%ige Erlösansprüche an den Nebenrechten einer Produktion. Detailliert sind die Richtlinien nur in Bezug auf Vertriebsverträge, bei der die gleiche Deckelung (25 % Vertriebsprovision, max. 10 % der Vertriebs Erlöse für Vorkosten) wie in Bayern und Berlin-Brandenburg vorgeschrieben ist.





6 Angemessene Bedingungen zwischen Fernsehveranstaltern und Produzenten – Die Richtlinien des FERNSEHFONDS AUSTRIA

6.1 Einführung

In dieser 2. Auflage liegt der Schwerpunkt auf der praktischen Handhabung der Richtlinien des FERNSEHFONDS AUSTRIA. Es geht nicht mehr wie bei der ersten Auflage nur darum, Grundlagen für angemessene Bedingungen für Fernsehproduzenten zu erarbeiten, sondern die seit 2005 bestehenden und seitdem immer wieder verfeinerten Regelungen der Richtlinien richtig zu verstehen und anzuwenden. Aus diesem Grunde erfolgt nur eine Darstellung der Regulierung der Verhältnisse zwischen Fernsehveranstalter und Fernsehproduzent.

Im Vergleich zu anderen Förderinstitutionen in Europa hat der FERNSEHFONDS AUSTRIA die ausführlichste „Terms-of-Trade“-Regelung zugunsten der Produzenten. Den „Vereinbarungen mit den Fernsehveranstaltern“ sind in den Richtlinien 15 Einzelregelungen gewidmet. Sie reichen von Beschränkungen der Lizenzzeit, des Lizenzgebiets und der Rechte, die ein Fernsehveranstalter erwerben darf, bis hin zu Vorgaben für angemessene Erlösansprüche der Produzenten, wenn der Fernsehveranstalter oder eine Fernsehveranstaltertochter den Auslandsvertrieb der geförderten Produktion übernimmt.

Fasst man die Regelungen zusammen, orientieren sie sich an einem Prinzip, das auch in Großbritannien gilt – dort allerdings generell und nicht nur für geförderte Fernsehproduktionen. Der Fernsehveranstalter erhält nur „Primary Rights“: Senderechte plus üblicher Annexrechte (z.B. Ausschnittsrechte zur Programmankündigung etc.). Der Umfang der „Primary Rights“ ist im Einzelfall zu regeln, insbesondere zeitlich, räumlich und nach Anzahl der Ausstrahlungen zu begrenzen. Alle „Secondary Rights“ (d.h. alle Rechte, die der beteiligte Fernsehveranstalter nicht selbst nutzt: Auslandssenderechte, Online, DVD, Merchandising etc.) sollen beim Produzenten verbleiben. An den Verwertungen der

„Secondary Rights“ kann der Fernsehveranstalter angemessen beteiligt werden. Die Leitlinien deutscher Länderförderer gehen in ähnliche Richtung, sind jedoch weniger detailliert.

6.2 Finanzielle Beteiligung des Fernsehveranstalters

Eine wesentliche Eingangsvoraussetzung für die Förderung durch den FERNSEHFONDS AUSTRIA ist, dass sich Fernsehveranstalter an der Finanzierung beteiligen:

„3.5 Ein Projekt ist nur dann förderungswürdig, wenn sich ein oder mehrere Fernsehveranstalter an der Finanzierung des Projekts mit mindestens 30 % an den Gesamtherstellungskosten beteiligen. Im Übrigen können Projekte mit einer hohen Beteiligung eines oder mehrerer Fernsehveranstalter bevorzugt werden.“

Außerdem soll ein Mindestmaß an finanziellem Engagement eines oder mehrerer Fernsehveranstalter sichergestellt werden. Da der maximale Förderanteil des FERNSEHFONDS AUSTRIA bei 30 % der Gesamtherstellungskosten liegt und gleichzeitig Fernsehveranstalter neben Vertriebsunternehmen i.d.R. die Hauptfinanciers von Fernsehkoproduktionen sein werden, wird ein gewichtiger Beitrag der Fernsehveranstalter allein dadurch wahrscheinlich gemacht, dass eine weitgehende Förderfinanzierung nicht möglich ist. Dies ist z.B. in Deutschland, wo Kinofilmproduktionen bis zu 80 % gefördert werden (können), nicht der Fall.

6.3 Vertragliche Mindestbedingungen

Die zentrale Vorschrift der Richtlinien zwischen Fernsehveranstalter und Produzent bei vom FERNSEHFONDS AUSTRIA geförderten Produktionen ist Punkt 3.10 „Vereinbarungen mit Fernsehveranstaltern“. Diese soll im Folgenden Absatz für Absatz besprochen werden.

6.3.1 Finanzierung

„3.10 (1) An der Finanzierung der Gesamtherstellungskosten beteiligte Fernsehveranstalter oder mit ihnen verbundene Unternehmen dürfen nur

- *zeitlich auf höchstens zehn Jahre bei Fernsehserien und sieben Jahre bei Fernsehfilmen, und -dokumentationen befristete,*
- *räumlich auf das intendierte Sendegebiet des jeweiligen Fernsehveranstalters und*
- *inhaltlich bzw. sachlich auf Free-TV sowie Live-Streaming (im Rahmen der integralen Weiterverbreitung seines Programms im Internet) beschränkte Rechte erwerben. Sind an der Finanzierung der Gesamtherstellungskosten Fernsehveranstalter beteiligt, die im Bereich Pay-TV tätig sind, dürfen von diesen entsprechende Pay-TV-Rechte zu branchen- und marktüblichen Konditionen erworben werden.“*

Fernsehveranstalter, die bei internationalen Koproduktionen mit dem Koproduktionspartner des Förderungswerbers an der Finanzierung eines Projekts beteiligt sind und außerhalb des deutschsprachigen Raums ausstrahlen, dürfen unter bestimmten Voraussetzungen mehr Nutzungsrechte erwerben als die Fernsehveranstalter aus dem deutschsprachigen Raum.

„3.10 (2) Die Voraussetzungen des Abs. 1, Abs. 10, Abs. 11, und Abs. 12 müssen im Zusammenhang mit Fernsehveranstaltern im nicht deutschsprachigen Raum, die bei internationalen Koproduktionen durch einen Vertrag mit dem Koproduktionspartner des Förderungswerbers an der Finanzierung der Gesamtherstellungskosten eines Projekts beteiligt sind, dann nicht erfüllt werden, wenn aufgrund des Koproduktionsvertrages das entsprechende nicht deutschsprachige Lizenzgebiet, z.B. aufgrund einer Abgrenzung von Auswertungsgebieten bzw. -bereichen, für den Antragsteller [scil. Förderungswerber] nicht von Relevanz ist.“

Darunter fällt insbesondere folgende Fallkonstellation: Im Koproduktionsvertrag werden die Lizenzgebiete zwischen den Koproduzenten exklusiv aufgeteilt. Nutzungsrechte und Erlösansprüche können nur aus diesem Exklusivgebiet kommen. In diesem Fall käme eine Verbesserung der Position des ausländischen Koproduzenten dem österreichischen

Koproduzenten nicht zugute. Nur wenn der österreichische Produzent an den Erlösen seines ausländischen Partners beteiligt wäre, könnten ihm „Terms-of-Trade“-Mindestregeln nützen, die diese Ansprüche absichern. Dies ist bei Aufteilung in exklusive Auswertungsgebiete nicht gegeben. Da es nicht die Aufgabe des FERNSEHFONDS AUSTRIA sein kann, Produzenten aus anderen Staaten zu unterstützen, erfolgt diese Klarstellung. Umso interessanter ist die Tatsache, dass die Vorgaben der Punkt 3.10 Abs. 3 bis 9 und 13 bis 16 auch für diese Fallgestaltung gelten.

Die Regulierung von Vertragsbedingungen ist auch deshalb eine komplexe Aufgabe, weil es viele Gestaltungsmöglichkeiten gibt, die das gleiche – zum Teil aber regulatorisch nicht erwünschte – Ziel erreichen. Ein Beispiel dafür sind Beteiligungen von Vertriebstöchtern der Fernsehveranstalter an der Finanzierung eines geförderten Fernsehprojekts. Betrachten wir zur Illustration ein sehr vereinfachtes Fallbeispiel:

Die Gesamtherstellungskosten eines Fernsehfilms betragen 2 Mio. Euro.

1 Mio. Euro trägt der Fernsehveranstalter. Dieser Betrag teilt sich in 0,5 Mio. Euro Koproduktionsanteil und 0,5 Mio. Euro Lizenzanteil. Das ist jener Anteil, der für die Einräumung der Rechte bezahlt wird. 0,5 Mio. Euro trägt der Produzent, 0,5 Mio. Euro tragen ein oder mehrere Förderinstitutionen, u.a. der FERNSEHFONDS AUSTRIA. Der Fernsehveranstalter erhält Senderechte für sein Sendegebiet. Die weiteren Rechte erhält der Produzent, der sie in einen Vertrieb gibt. Der Vertrieb setzt im Laufe der Folgejahre brutto 0,5 Mio. Euro um.

Von den Nettoerlösen des Vertriebs, die 0,4 Mio. Euro betragen, erhält der Fernsehveranstalter ein Viertel (das entspricht dem Anteil des Koproduktionsanteils des Fernsehveranstalters zu genannten Gesamtherstellungskosten), der Produzent den restlichen Betrag.

6.3.2 Senderverbundene Vertriebe

Wenn der Fernsehveranstalter seine Vertriebstochter mit ins Boot holt und – um das Beispiel fortzuführen – diese eine Hälfte des Fernsehveranstalterbeitrags übernimmt, werden diese von der Vertriebstochter gezahlten 0,5 Mio. Euro zu einer so genannten „Minimumgarantie“, also ein mit zukünftigen Einnahmen zu verrechnender Vorschuss. Die Umschichtung der Hälfte der Fernsehveranstalterfinanzierung in eine

Minimumgarantie eines senderverbundenen Vertriebs hat die Folge, dass die ersten 0,5 Mio. Euro an Vertriebs Erlösen zur Rückdeckung der Minimumgarantie dienen. Im Beispielsfall würde der Produzent komplett leer ausgehen. Denn die 0,4 Mio. Euro an Nettoerlösen wären nicht einmal ausreichend, um die Minimumgarantie von 0,5 Mio. Euro zurückzuerstatten. Aus Sicht des Fernsehveranstalters ist es deshalb ökonomisch rational, eine Fernsehveranstaltertochter als Vertrieb zu nutzen und sie an der Finanzierung mit ihrem eigenen Finanzierungsbeitrag zu beteiligen. Aus Sicht der Förderung ist es hingegen misslich, weil das Ziel, dem Produzenten die Früchte aus den „Secondary Rights“ zu lassen, im Ergebnis ausgehöhlt wird.

Der FERNSEHFONDS AUSTRIA hat deshalb in seinen Richtlinien eine Vorschrift aufgenommen, die dem Produzenten einen bestimmten Anteil an den Nettoerlösen garantiert (im Kinofilmsektor nennt man dies gern einen „Korridor“): Danach muss der Anteil des Produzenten an den Nettoerlösen des Vertriebs mindestens so hoch sein wie das Verhältnis der Fördersumme zu den Gesamtherstellungskosten. In unserem Beispielsfall tragen Produzent und Förderung die Hälfte der Herstellungskosten und müssten deshalb gemäß Punkt 3.10 Abs. 12 der Förderrichtlinie einen Korridor von 25 % der Vertriebsnettoerlöse erhalten, weil die Fördersumme 25 % der Gesamtherstellungskosten ausmacht. Die Fördersumme des FERNSEHFONDS AUSTRIA darf maximal 30 % der Gesamtherstellungskosten betragen. Der Korridor kann also nicht mehr als 30 % betragen.

„3.10 (3) Zum Zwecke des Vertriebs dürfen ausnahmsweise auch an einen an der Finanzierung beteiligten Fernsehveranstalter oder an verbundene Unternehmen (iSd § 228 UG) entsprechende Rechte eingeräumt werden, wenn die Bedingungen des Vertriebsmandats den branchenüblichen Gepflogenheiten des jeweiligen Marktes entsprechen und wenn sichergestellt ist, dass der Eigenanteil des Produzenten erstrangig vor der Abdeckung etwaiger Vorauszahlungen rückgeführt wird und zweitrangig zumindest ein Anteil im Verhältnis von beantragter Fördersumme zu den Gesamtherstellungskosten eingeräumt und nicht zur Abdeckung etwaiger Vorauszahlungen herangezogen wird. Eine Kündigungsmöglichkeit muss vorgesehen werden.“

Die Fernsehveranstalter könnten einwenden, dass die Vertriebstöchter, mit derartigen „Korridoren“ belastet, in Zukunft möglicherweise geringere Minimumgarantien zahlen werden. Dies ist in der Tat nicht auszuschließen, da ein „Korridor“ in einer Größe von 20 bis 30 % der Nettoerlöse des Vertriebs durchaus das Risiko des Vertriebs vergrößert, die Minimumgarantie nicht zurückzuerzielen. Um diese Differenz auszugleichen, müsste der Fernsehveranstalter seine Beteiligung erhöhen. Seine Beteiligung an den Nettoerlösen des Vertriebs würde entsprechend wachsen. Aber anders als die Minimumgarantie wäre die Beteiligung nicht vorrangig zurückzuführen. Im Ergebnis wird dem Fernsehveranstalter das Incentive genommen, innerhalb des Fernsehveranstalterkonzerns Beteiligungen an Koproduktionen vom Fernsehveranstalter zur Vertriebstochter zu verlagern.

6.3.3 Lizenzzeit

Lizenzzeiten beginnen in der Regel bei Verfügbarkeit, d.h. wenn die Produktion geliefert, abgenommen und die entsprechenden Nutzungsrechte eingeräumt sind. Der Lizenzzeitbeginn kann auch an die erste Ausstrahlung der Produktion geknüpft werden. Dies hat für den Produzenten den Nachteil, dass die Lizenzzeit beliebig nach hinten verlängert werden könnte und es kaum noch Planbarkeit bei den Anschlusslizenzen gibt. Deswegen ist Abs. 4 ein Kompromiss zwischen Lizenzbeginn bei Verfügbarkeit und bei Erstausstrahlung.

„3.10 (4) Die Lizenzzeit gemäß Abs. 1 muss spätestens 12 Monate nach Endabnahme der gesamten Produktion zu laufen beginnen. Dieser Laufzeitbeginn gilt auch für die Senderechte der in Abs. 9 genannten Fernsehveranstalter. Im Falle einer Auswertungssperre verschiebt sich der Beginn der Lizenzzeit um die Dauer dieser Sperre.“

Die Reduzierung auf zwölf Monate für den Beginn der Lizenzzeit ist auch praxisnah, denn in der Regel wird eine Fernsehproduktion innerhalb dieses Zeitraums erstmalig ausgewertet. Unter Auswertungssperren verstehen die Richtlinien jenen Fall, bei dem zwei Fernsehveranstalter an der Finanzierung beteiligt sind und einer ein exklusives weltweites Erstausstrahlungsrecht erhält. In diesem Fall beginnt für den gesperrten Fernsehveranstalter die Lizenzzeit später zu laufen. Zu den primären Nutzungsrechten, die ein frei empfangbarer Fernsehveranstalter braucht, gehören die Free-TV-Senderechte.

6.3.4 Nutzungsrechte

„3.10 (5) Die Free-TV-Rechte dürfen nur die Verbreitungsarten terrestrische, Kabel- und Satellitenausstrahlung umfassen. Die integrale Weiterverbreitung des Programms im Internet als Livestream ist zulässig.“

Die Aufzählung der Verbreitungsarten einschließlich des Livestreamings macht deutlich, dass es bei den Free-TV-Rechten immer um klassisches lineares Fernsehen gehen muss, nicht um On-Demand-Angebote, wie etwa in Mediatheken der Fernsehveranstalter.

6.3.5 Lizenzgebiet

Die Beschränkung öffentlich-rechtlicher Fernsehveranstalter auf das gesetzlich bestimmte „Versorgungsgebiet“ sichert das Prinzip, wonach die an der Finanzierung beteiligten Fernsehveranstalter nur die Rechte erwerben sollen, die sie für ihre Ausstrahlung im eigenen Sendegebiet benötigen. In Punkt 3.10 (1) wird dieses Gebiet „intendiertes Sendegebiet“ genannt.

„3.10 (6) Bei öffentlich-rechtlichen Fernsehveranstaltern darf das Sendegebiet nur jenem Gebiet entsprechen, das sich aus dem gesetzlichen Versorgungsauftrag ergibt. Ein Fernsehveranstalter darf allerdings im Auftrag eines anderen Fernsehveranstalters Senderechte erwerben.“

Der beteiligte Fernsehveranstalter könnte auf den Gedanken kommen, neben seinem Sendegebiet, z.B. Österreich und Südtirol, weitere Lizenzgebiete für seinen Lizenzanteil zu erwerben. Damit würde eigentlich das oben genannte Prinzip durchbrochen. Deswegen ist die Ausnahme eng auszulegen: Der Auftrag des anderen Fernsehveranstalters muss schriftlich vorliegen und dem FERNSEHFONDS AUSTRIA nachgewiesen werden. Wie in Punkt 3.10 (9) klargestellt wird, dürfen diese Nutzungsrechte aber nur für Rechte für mit dem kofinanzierenden Fernsehveranstalter in Kooperation stehende Fernsehveranstalter, wie z.B. 3sat oder ARTE, erworben werden.

6.3.6 Lizenz- und Koproduktionsanteil

Zur Angemessenheit von Koproduktions- und Lizenzanteil wurde bereits Stellung genommen. Im ursprünglichen Gutachten von 2005 war die Angemessenheit der Koproduktions- und Lizenzanteile und die daraus resultierende Aufteilung von Nettovertriebserlösen eine zentrale Fragestellung. Im Anschluss an entsprechende deutsche Regelungen im Film/Fernsehabkommen zwischen Produzenten und ARD/ZDF und einigen Länderförderinstitutionen hatte sich das Gutachten für einen Lizenzanteil von mindestens 50 % des gesamten Betrags der Kofinanzierung des Fernsehveranstalters ausgesprochen. Damit sollte verhindert werden, dass die Ansprüche des Produzenten aus den „Secondary Rights“ durch hohe Koproduktionsanteile des Fernsehveranstalters reduziert würden.

Die Erfahrungen des FERNSEHFONDS AUSTRIA haben gezeigt, dass eine zwingende Vorgabe eines Lizenzanteils von mindestens 50 % des Fernsehveranstalterfinanzierungsanteils zu unflexibel war und auf Besonderheiten z.B. des Dokumentarfilms zu wenig Rücksicht nehmen konnte. Deshalb hat sich der FERNSEHFONDS AUSTRIA für eine Flexibilisierung im Sinne eines Regel-Ausnahme-Verhältnisses entschieden.

„3.10 (7) Im Vertrag mit einem an der Finanzierung beteiligten Fernsehveranstalter ist ein angemessener Lizenzanteil auszuweisen. Der Lizenzanteil gilt jedenfalls als angemessen, wenn er 50 % des durch den Fernsehveranstalter zu leistenden Gesamtbetrages beträgt. Ist der Lizenzanteil niedriger, ist dem FERNSEHFONDS AUSTRIA gegenüber darzulegen, warum der vereinbarte Lizenzanteil nach Ansicht des Förderungswerbers bzw. des Fernsehveranstalters als angemessen erachtet wird. Ein solcher niedrigerer Lizenzanteil kann vom FERNSEHFONDS AUSTRIA insbesondere bei Dokumentationen und in weiteren Ausnahmefällen akzeptiert werden. Erlösbeteiligungsansprüche des Fernsehveranstalters sollen sich nach dem Verhältnis des Produktionskostenanteils (= zu leistender Gesamtbetrag abzüglich Lizenzanteil) zu den anerkannten Gesamtherstellungskosten richten. Eine Erlösbeteiligung des Fernsehveranstalters darf erst einsetzen, wenn der Förderungswerber seinen Eigenanteil vollständig zurückgeführt hat.“

Die vorrangige Rückführung des Eigenanteils des Produzenten entspricht den üblichen Regelungen in anderen Mitgliedstaaten.

In typischen Auftragsproduktionsverträgen lassen sich Fernsehveranstalter gerne einen Teil der von Verwertungsgesellschaften generierten Erlöse abtreten. Dies ist nach Punkt 10 (8) der Förderrichtlinien nicht zulässig. Eine solche Abtretung von Vergütungsansprüchen ist weder zulässig zugunsten eines österreichischen Fernsehveranstalters noch zugunsten eines ausländischen Fernsehveranstalters.

6.3.7 Verwertungsgesellschaften

„3.10 (8) Ist der Förderungswerber Mitglied in einer Verwertungsgesellschaft, ist dafür Sorge zu tragen, dass die Verwertungsgesellschaft die ihr übertragenen Rechte uneingeschränkt wahrnehmen kann und die daraus erwachsenden Erlöse (minus dem Anteil der Verwertungsgesellschaften) zur Gänze dem Förderungswerber zufließen.“

Zulässig ist eine solche Abtretung von Vergütungsansprüchen zugunsten eines ausländischen Fernsehveranstalters, wenn sie nur die Ansprüche des ausländischen Koproduzenten mindert. Denn es ist nicht Aufgabe des FERNSEHFONDS AUSTRIA, ausländische Fernsehproduzenten zu schützen.

Die Formulierung in der Richtlinie ist umfassend; sie betrifft nicht nur den Fall der Abtretung, sondern beispielsweise auch die Verpflichtung des Produktionsunternehmens, urheberrechtliche Vergütungsansprüche in eine bestimmte Verwertungsgesellschaft einzubringen.¹²⁴

¹²⁴ Bis 2013 wurde von deutschen TV-Sendern regelmäßig folgende oder inhaltlich ähnliche Klausel in Auftragsproduktionsverträgen verwendet: „Unbeschadet der Rechtsfrage, ob die für die Auftragsproduktion entstehenden Leistungsschutzrechte nach § 94 UrhG von der Sendeanstalt oder vom Vertragspartner erworben werden, ist der Vertragspartner berechtigt und verpflichtet, die Vergütungsansprüche im eigenen Namen gelten zu machen. Der Vertragspartner wird die VFF mit der Wahrnehmung dieses Vergütungsanspruchs beauftragen. Die sich ergebenden Erlöse stehen dem Vertragspartner entsprechend dem Verteilungsplan der VFF zu.“ Diese Klausel verstößt gegen deutsches AGB-Recht, vgl. OLG Dresden ZUM-RD 2013, 245 (rechtskräftig).

6.3.8 Nutzungsrechte für andere Fernsehveranstalter

Die nachfolgende Regelung begrenzt die Möglichkeit für an der Finanzierung beteiligte Fernsehveranstalter, Nutzungsrechte für andere Fernsehveranstalter zu erwerben:

„3.10 (9) Der an der Finanzierung beteiligte Fernsehveranstalter darf auch Rechte für mit ihm in Kooperation stehende Fernsehveranstalter, wie z.B. 3sat oder ARTE, erwerben.“

In Kooperation stehen auch Fernsehveranstalter der eigenen Senderfamilie, z.B. der ProSiebenSat.1-Gruppe.

Das Prinzip von Punkt 3.10 (10) der Förderrichtlinie, wonach die „Secondary Rights“ den Produzenten verbleiben müssen, wird im nachfolgenden Absatz vervollständigt.

6.3.9 Sonstige Nutzungsrechte

„3.10 (10) Die sonstigen Nutzungsrechte, insbesondere für Pay-TV, Home Video/DVD, Video-on-Demand, Near-Video-on-Demand, Internet TV (jedenfalls in Form des On-Demand-Dienstes und des Livestreamings in anderen Sprachfassungen), Ausschnitts- und Kinovorführrechte, Rechte für zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses noch unbekanntes Nutzungsarten, müssen dem Förderungswerber – unbeschadet allfälliger Erlösbeteiligungsansprüche des Fernsehveranstalters – zur freien Verfügung stehen.

Dies gilt nicht für typische Annexrechte des Senderechts (z.B. Ausschnittsrechte zur Programmankündigung, Archivierungsrecht, Recht zur Bearbeitung unter Wahrung der Urheberpersönlichkeitsrechte).

Einschränkungen in Bezug auf die sonstigen Nutzungsrechte zur Wahrung der Exklusivität des Fernsehveranstalters in seinem Lizenzgebiet sind zulässig. Ein an der Finanzierung beteiligter Free-TV-Fernsehveranstalter darf beispielsweise Pay-TV-Rechte für das Territorium seines intendierten Sendegebiets gemeinsam mit dem Förderungswerber halten und auswerten, maximal aber für die Dauer der Rechteeinräumung gem. Abs. 1.

Eine kostenlose „Zur-Verfügung-Stellung auf Abruf“ im Streaming-Verfahren für den Zeitraum von sieben Tagen nach der Free-TV-Ausstrahlung (sog. „Catch-Up-TV Right“) ist zulässig.

Darüber hinaus ist die Übertragung von nicht-exklusiven und nicht-kommerziellen Nutzungsrechten insbesondere für den Gebrauch bei Festivals und Messen zulässig.“

Das oben genannte Prinzip gilt auch für Nutzungsarten, die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses zwischen Produzent und kofinanzierendem Fernsehveranstalter noch unbekannt waren. Dieser Teil der Vorschrift wird allerdings selten relevant sein, weil selbst die an den Fernsehveranstalter übertragbaren Nutzungsrechte zeitlich auf sieben oder zehn Jahre beschränkt sind.

Einschränkungen zugunsten der Exklusivität des Fernsehveranstalters dürfen sich nur auf seine ihm abgetretenen Senderechte und Annexrechte beziehen. Pay-TV-Rechte stellen insofern einen Sonderfall dar. Denn sie gehören grundsätzlich nicht zu den „Primary Rights“ des mitfinanzierenden Fernsehveranstalters. Deswegen erlaubt hier die Richtlinie ausnahmsweise eine gemeinsame Rechthehaltung.

Das inzwischen weltweit etablierte „Catch-Up“-Recht, das den Fernsehveranstaltern erlaubt, Sendungen nach der Ausstrahlung für sieben Tage unentgeltlich „on demand“ zur Verfügung zu stellen, ist ein Annexrecht zum Senderecht. Es darf deshalb vom Fernsehveranstalter erworben werden. Es ist allerdings auf das Streaming-Verfahren beschränkt. Um den Vertrieb ins Ausland oder die Koproduktion mit ausländischen Fernsehveranstaltern nicht zu gefährden, sollten „Geo-location“-Sperrern genutzt werden, die einen Abruf der Sendung außerhalb des jeweiligen Lizenzgebiets technisch unmöglich machen.

6.3.10 Klammerteilrechte

Eine gerade bei Dokumentationen wichtige Einkommensquelle des Produzenten sind die Ausschnittsrechte, auch Klammerteilrechte genannt. Das Interesse des Fernsehveranstalters besteht darin, Ausschnitte aus der geförderten Produktion zumindest im eigenen Senderverbund unentgeltlich für andere Produktionen nutzen zu können und am Verkauf von Klammerteilen zu profitieren. Die Richtlinien finden einen Kompro-

miss zwischen beiden Interessen. Basis des Kompromisses ist, dass diese Rechte vom Fernsehveranstalter nur nicht-exklusiv erworben werden dürfen. Dies hat zur Folge, dass der Produzent die Rechte neben dem Fernsehveranstalter an Dritte lizenzieren darf.

„3.10 (11) Der Erwerb nicht-exklusiver Ausschnittsrechte innerhalb der Lizenzzeit für eigene Produktionen bzw. Produktionen der im Abs. 9 genannten Sender durch einen an der Finanzierung beteiligten Fernsehveranstalter ist auf die Befugnis zu beschränken, Ausschnitte aus der jeweiligen Produktion in einer Länge von maximal fünf Minuten

- zur Ankündigung der vertragsgegenständlichen Ausstrahlung(en) (Programmorschau) oder
- sonstigen Programmpromotion oder Cross-Promotion
- öffentlich zugänglich zu machen.
- Eingeschlossen ist die Befugnis, in branchenüblicher Weise die vertragsgegenständliche Ausstrahlung in anderen Medien zu bewerben, z.B. in Programmführern, Druckschriften und auf Websites.
- Darüber hinaus ist der Erwerb nicht-exklusiver und zeitlich und territorial unbeschränkter Ausschnittsrechte für Eigenproduktionen und für Produktionen der im Abs. 9 genannten Sender durch einen an der Finanzierung beteiligten Fernsehveranstalter beschränkt auf die Sendedauer von maximal fünf Minuten
- für Sendungen (Nachrichten und dergleichen) aus aktuellem Anlass (z.B. Nachruf) sowie
- für die Nutzung im dokumentarischen Bereich insbesondere für Portraits von Schauspielern, Regisseuren, Herstellern

zulässig.

Im Zusammenhang mit Dokumentationen sind sachlich darüber hinausgehende und zeitlich und territorial unbeschränkte Nutzungen von Ausschnitten möglich (z.B. Nutzung in anderen Produktionen), wenn ein Fernsehveranstalter am Projekt mit mehr als 30 % an der Projektfinanzierung beteiligt ist.

Ansonsten sind darüber hinausgehende Nutzungen von Ausschnittsrechten durch den beteiligten Fernsehsender nur gegen eine Pauschalvergütung pro genutzter Sekunde abzugelten.

Für den Fernsehveranstalter besteht allerdings die Möglichkeit, eine Option auf den Erwerb von nicht-exklusiven Ausschnittsrechten für die vereinbarte Lizenzzeit und das vereinbarte Lizenzgebiet bzw. zur Auswertung in der Senderfamilie zu erwerben. Diese Option darf erst nach Endabnahme ausgeübt werden und es muss ein eigener Lizenzpreis bestimmt sein.“

6.3.11 Optionen

Mitfinanzierende Fernsehveranstalter hatten in den letzten Jahren häufig die von den Richtlinien vorgesehene Rechteteilung durch Optionsregelungen ergänzt. In den Optionen wurde vereinbart, dass der Fernsehveranstalter „Secondary Rights“ in teils großem Umfang erwerben konnte. Diese Optionen konnten zum Teil schon ausgeübt werden, wenn die Produktion an den Fernsehveranstalter geliefert wurde, und kamen damit einer letzten Zahlungsrate gleich. Sie wurden damit faktisch zu einem Teil der (Ko-)Finanzierung des Fernsehveranstalters.

Das Risiko bei Call-Optionen, dass der Fernsehveranstalter von seiner Option keinen Gebrauch macht und dem Produzenten ein Teil seiner Finanzierung wegbrechen konnte, wurde durch (parallel eingeräumte) Put-Optionen aufgefangen, die es dem Produzenten ermöglichten, seinerseits die Option zu ziehen und damit die für die optionierten Rechte vereinbarte Vergütung zu erhalten.

In dieser Kombination von Call- und Put-Optionen, die sehr nah am Produktionszeitpunkt ausgeübt werden konnten, drohte das Prinzip der Rechteteilung in „Primary Rights“ für den Fernsehveranstalter und „Secondary Rights“ für den Produzenten zu durchbrechen. Einem Fernsehveranstalter war es theoretisch möglich, einen Teil seines Finanzierungsbeitrags für Optionen auf weitere Rechte zu allokalieren und über – durch die Call- und Put-Konstruktion abgesicherte – Optionen mehr Rechte bzw. Lizenzzeitverlängerungen zu erwerben, als das Prinzip der Rechteteilung vorsah.

In der Vergangenheit versuchte der FERNSEHFONDS AUSTRIA, wie auch einige deutsche Förderinstitutionen, das Problem über die Verpflichtung zu lösen, die Option erst zu einem sehr späten Zeitpunkt, z.B. nach Erstausstrahlung, zu erlauben. Man war der Ansicht, dass eine derartig spät ausgeübte Option niemals Finanzierungsbestandteil sein könnte,

schon weil die Ausübung – bei der Call-Option – durch den Fernsehveranstalter zu einem solchen Zeitpunkt nicht mehr sicher sei. Durch die Put-Option wurde dem Produzenten dieses Risiko jedoch genommen und lediglich der Zeitpunkt der Zahlung noch weiter nach hinten geschoben. Die Regelung, die eigentlich zum Schutz des Produzenten gedacht war, drohte damit in bestimmten Fällen nur noch zu einem Liquiditätsnachteil durch eine längere Vorfinanzierung zu werden. Aus diesem Grunde haben sich die österreichischen Produzenten dafür ausgesprochen, Call- und Put-Optionen gänzlich auszuschließen, oder wenigstens für den Bereich der „Secondary Rights“. Diesem Vorschlag ist der FERNSEHFONDS AUSTRIA weitgehend gefolgt. Damit sind die Möglichkeiten, Optionen schon „einzupreisen“ und zur Finanzierung zu nutzen – zum Vor- und Nachteil beider Seiten – nur noch sehr gering.

„3.10 (12) Die Einräumung von Optionen auf den Erwerb von Rechten die über den in Abs. 1. definierten Rahmen hinausgehen ist unzulässig. Das gilt sowohl für Optionen die der Fernsehveranstalter dem Produzenten einräumt (Put-Option) als auch für Optionen die der Produzent dem Fernsehveranstalter (Call-Option) einräumt sowie jede andere Art der Optionseinräumung. Davon erfasst sind auch Optionen, die verbundenen Unternehmen (i.S.d. § 228 Abs. 3 UG) oder von solchen Unternehmen eingeräumt werden Der Erwerb von weiteren Nutzungsphasen von Free-TV-Rechten darf frühestens 36 Monate nach Erstausstrahlung erfolgen.

Die als Gegenleistung für die Einräumung von Free-TV Rechten für eine zweite Nutzungsphase vereinbarte Vergütung muss marktüblich sein. Die vereinbarte Vergütung gilt jedenfalls als marktüblich, wenn sie 10 % des ursprünglich vereinbarten durch den Fernsehveranstalter zu leistenden Gesamtbetrages beträgt. Die vereinbarte Vergütung für die Einräumung von Rechten für weitere Nutzungsphasen darf nicht Bestandteil der Grundfinanzierung des Projekts sein.

Wird das Recht für eine zweite Nutzungsphase von Free-TV Rechten erworben, darf diese bei Fernsehfilmen und -dokumentationen nicht länger als fünf Jahre und bei Fernsehserien nicht länger als sieben Jahre dauern.“

Damit sind Optionen jeglicher Art auf Nebenrechte ausgeschlossen; eine Verlängerung der Hauptrechte ist erst möglich, wenn es sehr wahrscheinlich ist, dass die daraus resultierenden Lizenzerlöse nicht mehr versteckte Finanzierungsanteile sein können. Zudem werden die Optionen auf eine maximale Frist von fünf bzw. sieben Jahren begrenzt.

Besonders im dokumentarischen Bereich wird häufig Archivmaterial verwendet. Der Fernsehveranstalter hilft dem Zustandekommen der Produktion, indem er Archivmaterial, an dem er die Rechte besitzt, unentgeltlich zur Verfügung stellt. Stellt er das Archivmaterial jedoch nur räumlich und zeitlich begrenzt zur Verfügung, kann die gesamte Produktion nicht mehr frei ausgewertet werden. Um dem Produzenten schon bei Vertragsschluss Klarheit darüber zu verschaffen, ob und wie er gegebenenfalls weitere Rechte an dem Archivmaterial, z.B. für die Auslandsverwertung der geförderten Produktion, nacherwerben kann, sieht die Richtlinie eine entsprechende Regelung vor.

6.3.12 Archivmaterial

„3.10 (13) Sofern ein an der Finanzierung beteiligter Fernsehveranstalter in die Produktion Archivmaterial einbringt und Rechte an diesem Archivmaterial nur zur Nutzung und Verwertung in seinem Sendegebiet einräumt, muss klargestellt sein, unter welchen Bedingungen und zu welchem Lizenzpreis der Produzent Rechte erwerben kann, die dieser für die darüber hinausgehende Nutzung bzw. Verwertung der Produktion benötigt.“

6.3.13 Integraler Vertragsbestandteil

Um die Geltung der Richtlinien im weiteren Vertragsablauf sicherzustellen, fordert sie in Abs. 14, dass sie in der jeweils zu Vertragsschluss geltenden Fassung integraler Vertragsbestandteil werden. Es empfiehlt sich deshalb, die jeweils geltenden Richtlinien als Anlage dem Vertrag beizufügen.

„3.10 (14) In die Vereinbarung zwischen Förderungswerber und Fernsehveranstalter ist folgender Satz aufzunehmen: „Der Produzent beabsichtigt Mittel aus dem FERNSEHFONDS AUSTRIA in Anspruch zu nehmen; die Richtlinien des FERNSEHFONDS AUSTRIA in der zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses geltenden Fassung (abrufbar unter www.rtr.at) sind integraler Bestandteil dieses Vertrages.“

Die Möglichkeit der Durchsetzung der Richtlinie gegen den Willen der Parteien ist dennoch begrenzt. Nach wie vor sind so genannten „Side-Letters“ nicht ausgeschlossen, wonach Parteien nach Vertragsschluss bestimmte – möglicherweise nicht richtlinienkonforme – Vereinbarungen treffen.

6.3.14 Programminvestoren

Programminvestoren können an die Stelle von Fernsehveranstaltern treten (z.B. private Filmfonds oder fernsehveranstalterunabhängige Vertriebsunternehmen). Da sich die Regelungen von Punkt 3.10 der Richtlinie an Fernsehveranstalter und mit ihnen verbundene Unternehmen richten, war es notwendig, die in Punkt 3.10 der Richtlinie vorgesehene Rechtereilung auch gegenüber diesen Dritten sicherzustellen. Andernfalls wären Umgehungen möglich.

„3.10 (15) An Stelle des oder der Fernsehveranstalter können auch nicht-öffentliche Programminvestoren treten, die in Erwartung auf noch zu tätige Verkäufe an Fernsehveranstalter in Vorleistung treten. Der Förderungswerber hat dem FERNSEHFONDS AUSTRIA gegenüber sicherzustellen, dass diese Programminvestoren Verträge mit Fernsehveranstaltern unter Berücksichtigung der vorangehenden Abs. 1 bis 14 abschließen.

Das betrifft aber nur die Verträge zu jenen Geschäften, die bis zur Fertigstellung des Projekts angebahnt wurden und die der Finanzierung der Gesamtherstellungskosten des Projekts dienen. Diese Verträge mit Fernsehveranstaltern sind dem FERNSEHFONDS AUSTRIA mit dem Endkostenstand zu übermitteln.

Für die 30%ige Mindestbeteiligung (Pkt. 3.5) zählen auch die Beteiligungen von unabhängigen bzw. nicht senderverbundenen Programminvestoren, wenn sie innerhalb einer angemessenen Frist richtlinienkonforme Vertragsabschlüsse mit Fernsehveranstaltern nachweisen.“

6.3.15 Vertriebskosten

Die letzte Regelung von „Terms of Trade“ zugunsten des Fernsehproduzenten findet sich in Punkt 3.11 der Richtlinie. Sie legt – als Soll-Regelung, die begründete Ausnahmen im Einzelfall zulässt – maximale Vertriebsprovisionen und Vertriebsvorkostenabzüge fest.

„3.11 (2) Bei Vertriebsverträgen soll die Vertriebsprovision 25 % und die Laufzeit 10 Jahre nicht übersteigen. Die Vertriebskosten sollen 15 % der Vertriebsumsätze nicht übersteigen. Davon sind auch Vertriebsverträge mit an der Finanzierung beteiligten Fernsehveranstaltern oder verbundenen Unternehmen erfasst. [...]“

Die Begrenzung der Vertriebsprovision auf 25 % und der Vertriebskosten auf 15 % entspricht weitgehend den Maßgaben in den Leitlinien der deutschen Länderförderinstitutionen.

6.3.16 Schlussfolgerung

Zieht man ein Resümee zur Regulierung der Vertragsbedingungen zwischen Filmproduzent und Fernsehveranstalter in der Richtlinie des FERNSEHFONDS AUSTRIA, so lässt sich festhalten, dass es keine andere Förderung in Europa gibt, die ihre Aufgabe, dem Produzent einen Mindestbestand an Rechten und Erlösansprüchen zu sichern, so ernst nimmt wie diese.



7 Anhang

FFRIL0001-0002/2011

Richtlinien über die Gewährung von Mitteln aus dem FERNSEHFONDS AUSTRIA

Gemäß § 23 Abs. 1 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr 32/2001 idF BGBl. I Nr. 50/2010 hat die Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) folgende Richtlinien für die Gewährung von Mitteln aus dem FERNSEHFONDS AUSTRIA gemäß §§ 26 bis 28 KOG erstellt und bekannt gemacht.

Im Richtlinien text wird „FERNSEHFONDS AUSTRIA“ verwendet, soweit Rechte und Verbindlichkeiten betroffen sind, ist die RTR-GmbH gemeint.

I. Gegenstand der Förderung bzw. Mittelvergabe

1.1

Dem FERNSEHFONDS AUSTRIA stehen jährlich 13,5 Mio. Euro zur Förderung der Herstellung und der Verwertung von Kulturgütern mit österreichischer Prägung in der Form von Fernsehfilmen (einschließlich Fernsehserien, -reihen und -dokumentationen), nach Maßgabe der §§ 26 bis 28 KOG sowie der vorliegenden Richtlinien zur Verfügung.

Die Förderung zur Herstellung kann nur für Produktionen gewährt werden, die nach überprüfbaren nationalen Kriterien einen kulturellen Inhalt haben. Mindestens drei der folgenden Kriterien müssen erfüllt sein, damit gewährleistet ist, dass die Förderung einem kulturellen Produkt zugute kommt:

- die Produktion basiert auf einem österreichischen oder europäischen Thema oder Stoff,
- die Produktion spielt in Österreich oder im EWR,
- die Produktion handelt von für Österreich oder Europa relevanten Themen,
- die Produktion spiegelt die vielfältige österreichische oder europäische Kultur oder Kreativität wider,
- die Produktion dient der Erhaltung des allgemeinen kulturellen Erbes,
- Verwendung österreichischer oder europäischer Motive oder Drehorte,
- Mitwirken von Hauptdarstellern oder schöpferischen Filmschaffenden in verantwortlicher Position aus Österreich oder dem EWR.

1.2

Die Förderungen sollen zur Steigerung der Qualität der Fernsehproduktion und der nachhaltigen Leistungsfähigkeit der österreichischen Filmwirtschaft beitragen und für eine vielfältige Kulturlandschaft Gewähr bieten. Darüber hinaus soll die Förderung zur Stärkung des audiovisuellen Sektors in Europa beitragen. In diesem Sinne stehen die Fördermaßnahmen des FERNSEHFONDS AUSTRIA unter dem Gesichtspunkt, dass ein möglichst großes Publikum, im Interesse der herstellenden Produzenten, die geförderten Produktionen empfangen können. Dazu zählt auch die unverschlüsselte und/oder nicht durch technische Maßnahmen blockierte Verbreitung der geförderten Sendungen.

1.3

Die Vergabe von Förderungen erfolgt nur im Rahmen der vom Bund zur Verfügung gestellten Mittel. Auf die Gewährung von Förderungen aus dem FERNSEHFONDS AUSTRIA besteht kein Rechtsanspruch.

II. Förderbare Kosten

2.1

(1) Förderbare Kosten im Sinne dieser Richtlinien sind die Gesamtherstellungskosten exklusive Umsatzsteuer (abzugsfähige Vorsteuer). Die Gesamtherstellungskosten setzen sich aus den Netto-Fertigungskosten, den kalkulatorischen Fertigungsgemeinkosten (HU) und dem kalkulierten Produzentenhonorar zusammen.

(2) Anerkannt werden Kosten, die mit den lohn-, sozial- und arbeitsrechtlichen Bestimmungen, insbesondere den Kollektivverträgen, und sonstigen branchenüblichen Vereinbarungen oder Richtlinien übereinstimmen. Kosten sind nach den Grundsätzen der Sparsamkeit, Zweckmäßigkeit und Wirtschaftlichkeit zu kalkulieren.

(3) Fertigungsgemeinkosten (HU) werden in Höhe von max. 7,5 % der Netto-Fertigungskosten anerkannt. Ein Produzentenhonorar wird in Höhe von max. 7,5 % der Gesamtfertigungskosten anerkannt.

(4) Es wird keine Überschreitungsreserve (Ausnahme bei Abschluss eines Completion Bond) akzeptiert. Finanzierungskosten werden in der Kalkulation in angemessener Höhe unter der Position „Allgemeine Kosten“ anerkannt.

(5) Die Höhe der Eigenleistungen ist unter Bedachtnahme auf den Umfang und die Art des zu fördernden Vorhabens zu beurteilen.

(6) Die Kosten für den Erhalt einer *International Standard Audiovisual Number* (ISAN) können kalkuliert werden.

III. Persönliche und sachliche Voraussetzungen (Qualifikationen) für die Gewährung von Mitteln

Unabhängigkeit

3.1

(1) Antragsberechtigt im Sinne dieser Richtlinien sind unabhängige Fernsehfilmproduzenten.

(2) Ein Produzent gilt insbesondere dann nicht als unabhängig und ist daher nicht antragsberechtigt, wenn eine Mehrheitsbeteiligung eines Fernsehveranstalters, der an der Finanzierung des antragsgegenständlichen Projekts beteiligt ist, am Antrag stellenden Produktionsunternehmen vorliegt. Eine Mehrheitsbeteiligung liegt jedenfalls dann vor, wenn ein einzelner Fernsehveranstalter (über direkte oder indirekte Beteiligungen) mehr als 25 % der Anteile oder Stimmrechte hält oder wenn zwei oder mehrere Fernsehveranstalter zusammen mehr als 50 % der Anteile oder Stimmrechte halten. Einer direkten Beteiligung von mehr als 25 % bzw. 50 % ist es gleichgestellt, wenn eine oder mehrere mittelbare (= indirekte) Beteiligungen bestehen und die Beteiligung auf jeder Stufe mehr als 25 % bzw. 50 % erreicht. Die Beteiligungsgrenzen sind für jede Stufe (in beliebig fortsetzbarer Weise) zu prüfen.

(3) Nicht antragsberechtigt sind jedenfalls öffentlich-rechtliche und private Rundfunkveranstalter.

Fachliche Qualifikation

3.2

Als Förderungswerber kommen fachlich, das heißt künstlerisch und filmwirtschaftlich ausreichend qualifizierte und erfahrene natürliche oder juristische Personen mit einer Zweigniederlassung oder Betriebsstätte in Österreich in Betracht, und zwar unabhängig von deren Wohnsitz bzw. Firmenstandort, solange dieser innerhalb des Europäischen Wirtschaftsraumes (EWR) liegt und solange gewährleistet ist, dass der Förderungswerber nachhaltig Kulturgüter mit österreichischer Prägung herstellt.

Ein Förderungswerber gilt grundsätzlich als qualifiziert, wenn er in den letzten drei Jahren eine künstlerisch und wirtschaftlich vergleichbare Produktion mit österreichischer Prägung hergestellt hat. Die fachlichen Voraussetzungen des Förderungswerbers sind unter Bedachtnahme auf den Umfang und die Art des zu fördernden Vorhabens zu beurteilen.

Eigenanteil

3.3

(1) Die Förderung setzt weiters voraus, dass der Förderungswerber durch einen angemessenen Eigenanteil an der Finanzierung der Gesamtherstellungskosten beteiligt ist. Der Umfang des Vorhabens und die Möglichkeiten des Förderungswerbers sind zu berücksichtigen.

(2) Der Eigenanteil kann Rückstellungen aus Kostenpositionen der Kalkulation enthalten. Er kann durch Eigenmittel des Förderungswerbers oder durch Erlöse aus der Übertragung von Verwertungsrechten finanziert werden, soweit die daraus erfließenden Mittel (i.e. Lizenzanteile) zur Herstellung des Vorhabens zur Verfügung stehen und die Übertragung eine angemessene Verwertung gewährleistet. Eigenmitteln gleichgestellt sind Fremdmittel, wenn diese dem Förderungswerber als Darlehen überlassen werden (zum Beispiel Bankkredite), soweit es sich nicht um öffentliche Förderungsmittel handelt.

Im Rahmen des Eigenanteiles sind Eigenleistungen des Förderungswerbers Eigenmitteln gleichgestellt, soweit diese mit dem marktüblichen Leistungsentgelt bewertet werden und mit der Entstehung des Filmes unmittelbar verbunden sind. Im Falle der Rückstellung werden Eigenleistungen mit hundert Prozent bewertet.

Kostenansätze für natürliche oder juristische Personen, die mit dem Förderungswerber, einem Mithersteller, einem Gesellschafter oder dem Geschäftsführer eines als juristische Person auftretenden (Mit-)Herstellers identisch sind oder mit diesem in einem wirtschaftlichen Naheverhältnis stehen, sind als interne Leistungsverrechnung zu den jeweils marktüblichen Preisen besonders kenntlich zu machen und können in den Eigenanteil rückgestellt werden.

3.4

Fernsehvorhaben, die nach diesen Richtlinien gefördert werden, müssen eine nach den Kriterien von Qualität und Wirtschaftlichkeit förderungswürdige Produktion erwarten lassen und ohne die Gewährung der Förderung undurchführbar oder nur in unzureichendem Umfang durchführbar sein.

3.5

Ein Projekt ist nur dann förderungswürdig, wenn sich ein oder mehrere Fernsehveranstalter an der Finanzierung des Projekts mit mindestens 30 % an den Gesamtherstellungskosten beteiligen. Im Übrigen können Projekte mit einer hohen Beteiligung eines oder mehrerer Fernsehveranstalter bevorzugt werden.

Maximale Anzahl an Einreichungen

3.6

Pro Projekt kann maximal dreimal ein Antrag auf Gewährung einer Förderung der Herstellung gestellt werden.

Nicht förderbare Produktionen

3.7

Projekte, die zum Zeitpunkt des Einlanges des Antrages zu Förderung der Herstellung bereits fertig gestellt sind, können nicht gefördert werden.

3.8

Nicht gefördert werden

- Vorhaben, die eine Produktion erwarten lassen, die gegen die Bundesverfassung oder andere österreichische Gesetze sowie europarechtliche Bestimmungen verstößt,
- Auftragsproduktionen,
- Industrie-, Werbe- oder Imagefilme sowie
- Show- und ähnliche Programme,
- reine Theater-, Opern- oder Konzertaufnahmen.

Mindestlänge

3.9

Gefördert werden programmfüllende Fernsehproduktionen mit einer Länge von mindestens 23 Minuten. Bei Animationsserien kann die Länge der einzelnen Folgen zusammengezählt werden.

Vereinbarungen mit Fernsehveranstaltern

3.10

(1) An der Finanzierung der Gesamtherstellungskosten beteiligte Fernsehveranstalter oder mit ihnen verbundene Unternehmen dürfen nur

- zeitlich auf höchstens zehn Jahre bei Fernsehserien und sieben Jahre bei Fernsehfilmen, und -dokumentationen befristete,
- räumlich auf das intendierte Sendegebiet des jeweiligen Fernsehveranstalters und
- inhaltlich bzw. sachlich auf Free-TV sowie Live-Streaming (im Rahmen der integralen Weiterverbreitung seines Programms im Internet) beschränkte Rechte erwerben. Sind an der Finanzierung der Gesamtherstellungskosten Fernsehveranstalter beteiligt, die im Bereich Pay-TV tätig sind, dürfen von diesen entsprechende Pay-TV-Rechte zu branchen- und marktüblichen Konditionen erworben werden.

(2) Die Voraussetzungen des Abs. 1, Abs. 10, Abs. 11, und Abs. 12 müssen im Zusammenhang mit Fernsehveranstaltern im nicht deutschsprachigen Raum, die bei internationalen Koproduktionen durch einen Vertrag mit dem Koproduktionspartner des Förderungswerbers an der Finanzierung der Gesamtherstellungskosten eines Projekts beteiligt sind, dann nicht erfüllt werden, wenn aufgrund des Koproduktionsvertrages das entsprechende nicht deutschsprachige Lizenzgebiet, z.B. aufgrund einer Abgrenzung von Auswertungsgebieten bzw. -bereichen, für den Antragsteller nicht von Relevanz ist.

(3) Zum Zwecke des Vertriebs dürfen ausnahmsweise auch an einen an der Finanzierung beteiligten Fernsehveranstalter oder an verbundene Unternehmen (iSd § 228 UG) entsprechende Rechte eingeräumt werden, wenn die Bedingungen der Vertriebsverträge den branchenüblichen Gepflogenheiten des jeweiligen Marktes entsprechen und wenn sichergestellt ist, dass der Eigenanteil des Produzenten (ohne Lizenzanteil) erstrangig vor der Abdeckung etwaiger Vorauszahlungen rückgeführt

wird und zweitrangig zumindest ein Anteil (Korridor) im Verhältnis der beim FERNSEHFONDS AUSTRIA beantragten Fördersumme zu den Gesamtherstellungskosten eingeräumt wird. Nach Rückführung etwaiger Vorauszahlungen im zweiten Rang erfolgt im dritten Rang eine Erlösverteilung im Verhältnis der Finanzierungsbeiträge. Eine Kündigungsmöglichkeit muss vorgesehen werden.

(4) Die Lizenzzeit gemäß Abs. 1 muss spätestens 12 Monate nach Endabnahme der gesamten Produktion zu laufen beginnen. Dieser Laufzeitbeginn gilt auch für die Senderechte der in Abs. 9 genannten Fernsehveranstalter. Im Falle einer Auswertungssperre verschiebt sich der Beginn der Lizenzzeit um die Dauer dieser Sperre.

(5) Die Free-TV-Rechte dürfen nur die Verbreitungsarten terrestrische, Kabel- und Satellitenausstrahlung umfassen. Die integrale Weiterverbreitung des Programms im Internet als Livestream ist zulässig.

(6) Bei öffentlich-rechtlichen Fernsehveranstaltern darf das Sendegebiet nur jenem Gebiet entsprechen, das sich aus dem gesetzlichen Versorgungsauftrag ergibt. Ein Fernsehveranstalter darf allerdings im Auftrag eines anderen Fernsehveranstalters Senderechte erwerben.

(7) Im Vertrag mit einem an der Finanzierung beteiligten Fernsehveranstalter ist ein angemessener Lizenzanteil auszuweisen. Der Lizenzanteil gilt jedenfalls als angemessen, wenn er 50 % des durch den Fernsehveranstalter zu leistenden Gesamtbetrages beträgt. Ist der Lizenzanteil niedriger, ist dem FERNSEHFONDS AUSTRIA gegenüber darzulegen, warum der vereinbarte Lizenzanteil nach Ansicht des Förderungswerbers bzw. des Fernsehveranstalters als angemessen erachtet wird. Ein solcher niedrigerer Lizenzanteil kann vom FERNSEHFONDS AUSTRIA insbesondere bei Dokumentationen und in weiteren Ausnahmefällen akzeptiert werden. Erlösbeteiligungsansprüche des Fernsehveranstalters sollen sich nach dem Verhältnis des Produktionskostenanteils (= zu leistender Gesamtbetrag abzüglich Lizenzanteil) zu den anerkannten Gesamtherstellungskosten richten. Eine Erlösbeteiligung des Fernsehveranstalters darf erst einsetzen, wenn der Förderungswerber seinen Eigenanteil vollständig zurückgeführt hat.

(8) Ist der Förderungswerber Mitglied in einer Verwertungsgesellschaft, ist dafür Sorge zu tragen, dass die Verwertungsgesellschaft die ihr über-

tragenen Rechte uneingeschränkt wahrnehmen kann und die daraus erwachsenden Erlöse (minus dem Anteil der Verwertungsgesellschaften) zur Gänze dem Förderungswerber zufließen.

(9) Der an der Finanzierung beteiligte Fernsehveranstalter darf auch Rechte für mit ihm in Kooperation stehende Sender, wie z.B. 3sat oder ARTE erwerben.

(10) Die sonstigen Nutzungsrechte, insbesondere für Pay-TV, Home Video/DVD, Video-on-Demand, Near-Video-on-Demand, Internet TV (jedenfalls in Form des On-Demand-Dienstes und des Livestreamings in anderen Sprachfassungen), Ausschnitts- und Kinovorführrechte, Rechte für zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses noch unbekanntes Nutzungsarten, müssen dem Förderungswerber – unbeschadet allfälliger Erlösbeteiligungsansprüche des Fernsehveranstalters – zur freien Verfügung stehen.

Dies gilt nicht für typische Annexrechte des Senderechts (z.B. Ausschnittsrechte zur Programmankündigung, Archivierungsrecht, Recht zur Bearbeitung unter Wahrung der Urheberpersönlichkeitsrechte).

Einschränkungen in Bezug auf die sonstigen Nutzungsrechte zur Wahrung der Exklusivität des Fernsehveranstalters in seinem Lizenzgebiet sind zulässig. Ein an der Finanzierung beteiligter Free-TV-Fernsehveranstalter darf beispielsweise Pay-TV-Rechte für das Territorium seines intendierten Sendegebiets gemeinsam mit dem Förderungswerber halten und auswerten, maximal aber für die Dauer der Rechteeräumung gem. Abs. 1.

Eine kostenlose „Zur-Verfügung-Stellung auf Abruf“ im Streaming-Verfahren für den Zeitraum von sieben Tagen nach der Free-TV-Ausstrahlung (sog. „Catch-Up-TV Right“) ist zulässig.

Darüber hinaus ist die Übertragung von nicht-exklusiven und nicht-kommerziellen Nutzungsrechten insbesondere für den Gebrauch bei Festivals und Messen zulässig.

(11) Der Erwerb nicht-exklusiver Ausschnittsrechte innerhalb der Lizenzzeit für eigene Produktionen bzw. Produktionen der im Abs. 9 genannten Sender durch einen an der Finanzierung beteiligten Fernsehveranstalter

ist auf die Befugnis zu beschränken, Ausschnitte aus der jeweiligen Produktion in einer Länge von maximal fünf Minuten

- zur Ankündigung der vertragsgegenständlichen Ausstrahlung(en) (Programmorschau) oder
- sonstigen Programmpromotion oder Cross-Promotion öffentlich zugänglich zu machen.

Eingeschlossen ist die Befugnis, in branchenüblicher Weise die vertragsgegenständliche Ausstrahlung in anderen Medien zu bewerben, z.B. in Programmführern, Druckschriften und auf Websites.

Darüber hinaus ist der Erwerb nicht-exklusiver und zeitlich und territorial unbeschränkter Ausschnittsrechte für Eigenproduktionen und für Produktionen der im Abs. 9 genannten Sender durch einen an der Finanzierung beteiligten Fernsehveranstalter beschränkt auf die Sendedauer von maximal fünf Minuten

- für Sendungen (Nachrichten und dergleichen) aus aktuellem Anlass (z.B. Nachruf) sowie
- für die Nutzung im dokumentarischen Bereich insbesondere für Portraits von Schauspielern, Regisseuren, Herstellern zulässig.

Im Zusammenhang mit Dokumentationen sind sachlich darüber hinaus gehende und zeitlich und territorial unbeschränkte Nutzungen von Ausschnitten möglich (z.B. Nutzung in anderen Produktionen), wenn ein Fernsehveranstalter am Projekt mit mehr als 30 % an der Projektfinanzierung beteiligt ist.

Ansonsten sind darüber hinausgehende Nutzungen von Ausschnittsrechten durch den beteiligten Fernsehsender nur gegen eine Pauschalvergütung pro genutzter Sekunde abzugelten.

Für den Fernsehveranstalter besteht allerdings die Möglichkeit, eine Option auf den Erwerb von nicht-exklusiven Ausschnittsrechten für die vereinbarte Lizenzzeit und das vereinbarte Lizenzgebiet bzw. zur Auswertung in der Senderfamilie zu erwerben. Diese Option darf erst nach Endabnahme ausgeübt werden und es muss ein eigener Lizenzpreis bestimmt sein.

(12) Die Einräumung von Optionen auf den Erwerb von Rechten die über den in Abs. 1. definierten Rahmen hinausgehen ist unzulässig. Das gilt sowohl für Optionen, die der Fernsehveranstalter dem Produzenten einräumt (Put-Option), als auch für Optionen die der Produzent dem Fernsehveranstalter (Call-Option) einräumt, sowie für jede andere Art der Optionseinräumung. Davon erfasst sind auch Optionen, die verbundenen Unternehmen (iSd § 228 Abs. 3 UG) oder von solchen Unternehmen eingeräumt werden.

Der Erwerb von weiteren Nutzungsphasen von Free-TV Rechten darf frühestens 36 Monate nach Erstausstrahlung erfolgen.

Die als Gegenleistung für die Einräumung von Free-TV Rechten für eine zweite Nutzungsphase vereinbarte Vergütung muss marktüblich sein. Die vereinbarte Vergütung gilt jedenfalls als marktüblich, wenn sie 10 % des ursprünglich vereinbarten durch den Fernsehveranstalter zu leistenden Gesamtbetrages beträgt. Die vereinbarte Vergütung für die Einräumung von Rechten für weitere Nutzungsphasen darf nicht Bestandteil der Grundfinanzierung des Projekts sein.

Wird das Recht für eine zweite Nutzungsphase von Free-TV Rechten erworben, darf diese bei Fernsehfilmen und -dokumentationen nicht länger als fünf Jahre und bei Fernsehserien nicht länger als sieben Jahre dauern.

(13) Sofern ein an der Finanzierung beteiligter Fernsehveranstalter in die Produktion Archivmaterial einbringt und Rechte an diesem Archivmaterial nur zur Nutzung und Verwertung in seinem Sendegebiet einräumt, muss klargestellt sein, unter welchen Bedingungen und zu welchem Lizenzpreis der Produzent Rechte erwerben kann, die dieser für die darüber hinausgehende Nutzung bzw. Verwertung der Produktion benötigt.

(14) In allen Vereinbarungen zwischen Förderungswerber und Fernsehveranstalter ist folgender Satz aufzunehmen: „Der Produzent beabsichtigt Mittel aus dem FERNSEHFONDS AUSTRIA in Anspruch zu nehmen; die Richtlinien des FERNSEHFONDS AUSTRIA in der zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses geltenden Fassung (abrufbar unter www.rtr.at) sind integraler Bestandteil dieses Vertrages und gehen allfälligen widersprechenden Vereinbarungen vor“.

(15) An Stelle des oder der Fernsehveranstalter können auch nicht-öffentliche Programminvestoren treten, die in Erwartung auf noch zu tätige Verkäufe an Fernsehveranstalter in Vorleistung treten. Der Förderer hat dem FERNSEHFONDS AUSTRIA gegenüber sicherzustellen, dass diese Programminvestoren Verträge mit Fernsehveranstaltern unter Berücksichtigung der vorangehenden Abs. 1 bis 14 abschließen.

Das betrifft aber nur die Verträge zu jenen Geschäften, die bis zur Fertigstellung des Projekts angebahnt wurden und die der Finanzierung der Gesamtherstellungskosten des Projekts dienen. Diese Verträge mit Fernsehveranstaltern sind dem FERNSEHFONDS AUSTRIA mit dem Endkostenstand zu übermitteln.

Für die 30 %-ige Mindestbeteiligung (Pkt. 3.5) zählen auch die Beteiligungen von unabhängigen bzw. nicht senderverbundenen Programminvestoren, wenn sie innerhalb einer angemessenen Frist richtlinienkonforme Vertragsabschlüsse mit Fernsehveranstaltern nachweisen.

(16) Neben den oben angeführten Punkten können alle weiteren Vereinbarungen mit den an der Finanzierung beteiligten Fernsehveranstaltern unter dem Aspekt der Förderungswürdigkeit eines Projekts bewertet werden.

IV. Sonstige Verwertung

3.11

(1) Projekte mit dem Potenzial weiterer Verwertungen können bevorzugt werden, dazu zählen auch jene Projekte die bereits beim Antrag auf Herstellungsförderung ein Konzept über die Herstellung einer barrierefreien Fassung i.S. Pkt. 4.1. der Richtlinien vorsehen.

(2) Bei Vertriebsverträgen soll die Vertriebsprovision 25 % und die Laufzeit 10 Jahre nicht übersteigen. Pauschalierte Vertriebskosten sollen 15 % der Vertriebsumsätze nicht übersteigen. Davon sind auch Vertriebsverträge mit an der Finanzierung beteiligten Fernsehveranstaltern oder verbundenen Unternehmen erfasst. Eine darüber hinausgehende Beteiligung des Vertriebes an den Erlösen ist ausgeschlossen.

V. Vereinbarungen mit Koproduktionspartnern

3.12

(1) Fernsehveranstalter sind keine Koproduzenten im Sinne dieser Richtlinien. Die Beteiligung der Koproduzenten soll sich aus finanziellen, künstlerischen und technischen Beiträgen zusammensetzen. Der künstlerische und technische Beitrag jedes Koproduzenten soll grundsätzlich seinem finanziellen Beitrag entsprechen.

(2) Die Mindestbeteiligung eines Minderheitsproduzenten, der zugleich Förderungswerber ist, soll an den Gesamtherstellungskosten der Produktion 20 % betragen.

(3) Der Förderungswerber ist an den Einnahmen aus allen Verwertungsarten zumindest im Verhältnis seines Finanzierungsanteils zu beteiligen. Im Falle der Abgrenzung von Auswertungsgebieten und -bereichen sind die Marktgröße und der Wert zu berücksichtigen.

(4) Die Auswahl bzw. Bestellung eines Weltvertriebs hat einvernehmlich zu erfolgen.

VI. Ausmaß und Art der Förderung

Relative Höhe und Aufwendungen in Österreich

4.1

(1) Die Herstellung von Produktionen kann unter Beachtung der Regelung des Punktes 5.5 dieser Richtlinien mit bis zu 20 % der angemessenen Gesamtherstellungskosten durch nicht rückzahlbare Zuschüsse aus dem FERNSEHFONDS AUSTRIA gefördert werden.

(2) Abweichend vom vorstehenden Absatz kann die Höhe der Förderung in Ausnahmefällen auf höchstens 30 % des Produktionsbudgets angehoben werden, wenn die Zielsetzungen der Förderung in besonderem Maße erfüllt werden. Das ist beispielsweise dann der Fall, wenn

- sich das beantragte Projekt durch besondere österreichische kulturelle Identität auszeichnet,
- ein herausragender und qualifizierter Beschäftigungseffekt im kreativ-technischen Stab vorliegt,

- eine nationale und internationale Verwertung und Verbreitung in hohem Maße gesichert ist,
- oder sich das Projekt durch innovative Strategien im Bereich der Herstellung und/oder Vermarktung auszeichnet.

Die ausnahmsweise Förderung über 20 % hinaus ist dann angezeigt, wenn die genannten Kriterien in einem Ausmaß erfüllt sind, das sich klar vom durchschnittlichen Standard geförderter Vorhaben abhebt und jedenfalls mehr als ein Kriterium erfüllt wird. Der Förderungswerber hat, soweit möglich, mit verbindlichen Zusagen die Erfüllung der Voraussetzungen nachzuweisen.

(3) Die Aufwendungen, die in Österreich umgesetzt werden, sollen mindestens dem 1,5-fachen des gewährten Förderungsbetrages entsprechen und dürfen den Förderungsbetrag nicht unterschreiten. 20% der Herstellungskosten können jedenfalls in anderen Mitgliedstaaten des Europäischen Wirtschaftsraumes ausgegeben werden.

Wird dieser Anteil an geplanten Aufwendungen in Österreich nicht erreicht, verringert sich die Höhe der Fördersumme nachträglich im selben Verhältnis, wie sich die tatsächlich in Österreich umgesetzten Aufwendungen zu den geplanten Aufwendungen in Österreich verhalten. In Ausnahmefällen kann der FERNSEHFONDS AUSTRIA von einer Kürzung absehen, wenn die Unterschreitung der geplanten Aufwendungen in Österreich nicht mehr als 10 % beträgt.

(4) Im Rahmen der Förderentscheidung ist auf Anträge, die einen hohen Anteil an in Österreich umgesetzten Aufwendungen aufweisen, besonders Bedacht zu nehmen. Hierbei ist auch das Verhältnis der gesamten geplanten österreichischen Finanzierung zu den geplanten Aufwendungen in Österreich zu berücksichtigen.

Ebenso können Projekte bevorzugt werden, deren Aufwendungen in Österreich sich in einem höheren Maß aus folgenden Kostenpositionen zusammensetzen: Schauspieler bzw. Darsteller, Regie, Drehbuch, Komposition, Architektur/Ausstattung, Kostüm, Requisite, Maskenbildner, Kamera, Schnitt, Ton, Motiv etc.

VII. Verwertungsförderung

4.2

(1) Zusätzlich zu den Gesamtherstellungskosten gemäß Punkt 4.1 können folgende Maßnahmen gefördert werden:

- Die Herstellung einer Fassung für hör- oder sehbehinderte Menschen mit 80 % der tatsächlich angefallenen und nachgewiesenen Kosten bzw. maximal 10.000 Euro,
- die Herstellung fremdsprachiger Fassungen mit 50 % der tatsächlich angefallenen und nachgewiesenen Kosten bzw. maximal 30.000 Euro und
- die Präsentation der Produktion bei internationalen Filmfestivals, Filmfestivals und Wettbewerben mit 50 % der tatsächlich angefallenen und nachgewiesenen Kosten bzw. maximal 30.000 Euro.

(2) Ein Antrag auf Verwertungsförderung ist nur im Rahmen der verfügbaren Mittel und bei aufrechter Förderungszusage für eine Herstellungsförderung möglich. Erlischt nachträglich die bereits gewährte Förderungszusage, so gilt dies auch für die Verwertungsförderung.

(3) Wird die Förderung der Herstellung einer fremdsprachigen Fassung beantragt, so ist ein entsprechendes Kaufinteresse nachzuweisen.

(4) Wird die Förderung der Präsentation des schon geförderten Projektes auf Filmfestivals oder ähnlichem beantragt, muss dies mit entsprechenden Unterlagen belegt werden. Gefördert wird nur der Besuch von Veranstaltungen gemäß der Festivalliste des FERNSEHFONDS AUSTRIA.

4.3

Insgesamt darf der mit Förderungsmitteln anderer Förderinstitutionen oder Gebietskörperschaften geförderte Anteil der Gesamtkosten der Verwertungsmaßnahme nur bei der Förderung der Herstellung einer Fassung für hör- oder sehbehinderte Menschen 50 % überschreiten.

VIII. Allgemeine Bestimmungen

Absolute Höhe

4.4

(1) Der Höchstbetrag der Herstellungsförderung beträgt im Einzelfall für

- Fernsehfilme 1.000.000 Euro,
- Fernsehserien 200.000 Euro (pro Folge) und
- Fernsehdokumentationen 200.000 Euro,

wobei in begründeten Ausnahmefällen auch Beträge in anderer Höhe vergeben werden können.

(2) Bei mehrteiligen Produktionen kann der Höchstbetrag pro Teil gewährt werden. Mehrteilige Produktionen können degressiv gefördert werden.

Aufteilung der Förderbudgets

4.5

(1) Der FERNSEHFONDS AUSTRIA kann eine prozentuelle Aufteilung des Förderbudgets auf die Bereiche Fernsehfilme, -serien und -dokumentationen vornehmen, wobei diese jeweils am Beginn des Förderjahres in geeigneter Weise zu veröffentlichen ist. Sollten sich während des Förderjahres Umstände ergeben, die erwarten lassen, dass die Ausschöpfung des Budgets in einem dieser Bereiche nicht erfolgen wird, so kann der FERNSEHFONDS AUSTRIA die Prozentsätze der Aufteilung anpassen.

(2) Jährlich können 3 % der dem FERNSEHFONDS AUSTRIA zur Verfügung stehenden Mittel für die Verwertungsförderung gemäß Punkt 4.2 reserviert werden.

Ausländischer Finanzierungsanteil

4.6

Im Hinblick auf den gesetzlichen Auftrag, den Medienstandort Österreich zu stärken, ist auf die Förderung von solchen Produktionen mit hohem ausländischen Finanzierungsanteil besonders Bedacht zu nehmen, die die Aufwendungen in Österreich auch mitfinanzieren.

IX. Verfahren

Antragstermine

5.1

(1) Anträge auf Gewährung von Förderungen aus dem FERNSEHFONDS AUSTRIA können zu den vom FERNSEHFONDS AUSTRIA bekannt gegebenen Antragsterminen eingebracht werden.

(2) Der Antrag auf Gewährung einer Verwertungsförderung gemäß Punkt 4.2 kann jederzeit eingebracht werden. Spätestens 24 Monate nach dem bekanntgegebenen Fertigstellungstermin des Projekts muss jedoch der Antrag auf Verwertungsförderung beim FERNSEHFONDS AUSTRIA eingelangt sein.

(3) Anträge auf Förderungen aus dem FERNSEHFONDS AUSTRIA sind über das von der RTR-GmbH entwickelte und auf der Website <https://www.rtr.at>. Zugänglich gemachte Online Portal („das Online Portal“) einzubringen. Die Konditionen zur Nutzung des Online Portals sind in den Nutzungsbedingungen, die auf der Website der RTR-GmbH unter www.fernsehfonds.at abruf- und ausdrückbar sind, festgelegt.

(4) Der Förderungswerber hat den Antrag mittels der im Online-Portal zur Verfügung gestellten Formulare nach Maßgabe der Nutzungsbedingungen zu erstellen, sämtliche erforderliche Angaben auszufüllen und Erklärungen abzugeben. Der vollständig ausgefüllte Antrag ist von einem für den Förderungswerber Zeichnungsberechtigten mit einer qualifizierten elektronischen Signatur gemäß § 2 Z 3a SigG zu versehen. Der Förderungswerber hat den so unterzeichneten Antrag über das Online-Portal einzureichen.

(5) Gleichzeitig mit dem Antrag sind die für den Antrag erforderlichen Unterlagen als elektronische Kopie im Online Formular anzuschließen.

(6) Für den Fall, dass dem Förderungswerber, aus welchem Grund auch immer, keine Fördermittel zuerkannt oder einmal gewährte Fördermittel widerrufen werden, bleiben die Antragsunterlagen in der Verfügungsgewalt der RTR-GmbH. Die RTR-GmbH wird die Antragsunterlagen höchstens bis zur Beendigung der Vertragsbeziehung zum Förderungswerber oder bis zum Ablauf der für die RTR-GmbH geltenden gesetz-

lichen Aufbewahrungsfristen, sowie darüber hinaus bis zur Beendigung von allfälligen Rechtsstreitigkeiten, bei denen die Daten als Beweis benötigt werden, aufbewahren.

(7) Der Antrag gilt nur dann als rechtzeitig eingebracht, wenn er spätestens zum Antragstermin über das Online-Portal und mit qualifizierter elektronischer Signatur eingebracht wurde.

Antragsunterlagen

5.2

(1) Die in den Antragsformularen geforderten Unterlagen, insbesondere die stoffbeschreibenden Angaben, sind vorzugsweise in deutscher Sprache beizufügen. Art und Umfang der Antragsunterlagen haben dem vom FERNSEHFONDS AUSTRIA veröffentlichten Merkblatt zu entsprechen. Alle Antragsunterlagen werden Eigentum des FERNSEHFONDS AUSTRIA.

(2) Zu den Antragsunterlagen gehören insbesondere:

- Angaben zum Förderungswerber,
- Angaben zum allfälligen Koproduktionspartner samt aktuellem Firmenbuchauszug und Koproduktionsvertrag, Vorvertrag oder Absichtserklärung, der bzw. die insbesondere die künstlerische, technische und finanzielle Beteiligung der einzelnen Produktionspartner sowie die Aufteilung der Verwertungsrechte gemäß Pkt. 3.12 regelt,
- Stoffbeschreibung bzw. Drehbuch,
- (zumindest bedingte) Finanzierungszusage(n),
- Kalkulation der Gesamtherstellungskosten (Kalkulationssummenblatt) inkl. ausgewiesenem Anteil der in Österreich umzusetzenden Aufwendungen,
- den Fernsehveranstaltern vorgelegte Kalkulationen,
- Verwertungsplan,
- Finanzierungsplan, in dem der Eigenanteil des Förderungswerbers ausgewiesen ist,
- (vorläufige) Stab- und Besetzungsliste,
- Terminplan und Drehplan.

Bei Beantragung einer Verwertungsförderung gemäß Punkt 4.2 ist zusätzlich eine Kalkulation der für die geplante/n Maßnahme/n kalkulierten Kosten und ein Finanzierungsplan beizubringen.

(3) Zum Zeitpunkt der Antragstellung sollte der Anteil der Finanzierung, der von dritter Seite erbracht wird, bereits durch verbindliche Zusagen nachgewiesen werden können. Das Vorliegen derartiger Zusagen kann unter dem Aspekt der Förderungswürdigkeit eines Projekts bewertet werden. Die an der Projektfinanzierung unmittelbar beteiligten Fernsehveranstalter haben in den Finanzierungszusagen den Umfang der erworbenen bzw. zu erwerbenden Rechte darzulegen (zeitlich, territorial und sachlich) und einen angemessenen, dem Eigenanteil des Förderungswerbers anzurechnenden Lizenzanteil auszuweisen. Dabei sind auch Rechteumfang und Lizenzanteil eines über den Fernsehveranstalter beteiligten weiteren Fernsehveranstalters genau darzulegen.

Aufwendungen in Österreich

5.3

Löhne, Gehälter, Gagen und Honorare werden als Aufwendungen in Österreich anerkannt, wenn und nur in dem Umfang, wie sie in Österreich der Steuerpflicht unterliegen. Die bei der Produktion Beschäftigten sind in einer Stab-/Besetzungsliste unter Angabe des steuerlich relevanten Wohn-/Geschäftssitzes anzugeben.

Leistungen von Unternehmen werden nur dann als Aufwendungen in Österreich anerkannt, wenn

- das Unternehmen nachweislich seinen Geschäftssitz oder eine Zweigniederlassung oder Betriebsstätte in Österreich hat und im Firmenbuch eingetragen ist bzw. eine Gewerbeanmeldung vorliegt und
- die in Rechnung gestellte Leistung tatsächlich vollständig in Österreich erstellt und erbracht oder das verwendete Material tatsächlich vollständig in Österreich bezogen wurde. Für mobile filmtechnische Ausrüstung gilt, dass diese aus Österreich bezogen / gekauft / geleast / gemietet werden muss.

Gleichartigkeit der Unterlagen und Austausch von Informationen

5.4

Allen Personen, Unternehmen oder Förderungsinstitutionen, die an der Finanzierung beteiligt sind, sind die gleichen projektbezogenen Produktionsdaten und Informationen vorzulegen. Der Antragsteller hat bei Einbringung des Antrages die Erklärung abzugeben, dass zur Über-

prüfung seiner Antragsunterlagen projektbeschreibende und personenbezogene Daten insbesondere mit den Förderungsinstitutionen und Fernsehveranstaltern des In- und Auslandes, mit denen der FERNSEHFONDS AUSTRIA zusammenarbeitet, ausgetauscht werden können.

Kumulierung von Förderungsmitteln

5.5

Förderungsmittel nach dieser Richtlinie können mit Förderungsmitteln anderer Förderinstitutionen oder Gebietskörperschaften kumuliert werden. Eine Förderung nach diesen Richtlinien ist ausgeschlossen, soweit das gegenständliche Vorhaben bereits von anderer Seite aus österreichischen Bundesmitteln gefördert wird (Mehrfachförderung). Insgesamt darf der mit öffentlichen Mitteln geförderte Anteil an den Gesamtherstellungskosten 50 % nicht überschreiten, wobei schwierige Produktionen, die mit knappen Mitteln erstellt werden, bis zu 80 % gefördert werden dürfen. Mittel, die unmittelbar aus EU-Programmen wie MEDIA stammen, sind in der Berechnung des Höchstbetrages von Förderungen nicht zu berücksichtigen.

Eine Produktion ist beispielsweise dann schwierig, wenn sie nur eine geringe Marktakzeptanz erwarten lässt und ihre Chancen auf wirtschaftliche Verwertung daher als begrenzt qualifiziert werden müssen, insbesondere wegen ihres experimentellen Charakters, weil sie aufgrund ihres Inhalts, ihrer Machart, ihrer künstlerischen und/oder technischen Gestaltung oder ihres kulturellen Anspruchs in hohem Maße mit Risiken behaftet ist.

Förderentscheidungen

5.6

(1) Der FERNSEHFONDS AUSTRIA hat über vollständig eingebrachte Anträge auf Herstellungsförderung grundsätzlich innerhalb von zwei Monaten nach einem Antragstermin zu entscheiden. Dem zur Beratung eingerichteten Fachbeirat obliegt es, eine Stellungnahme zu den eingereichten Anträgen im Hinblick auf deren Förderungswürdigkeit abzugeben.

(2) Entscheidungen über eine Verwertungsförderung werden nach vollständigem Einlangen der relevanten Unterlagen getroffen.

(3) Der Förderungswerber ist von der Förderentscheidung unverzüglich schriftlich zu benachrichtigen. Im Falle einer Ablehnung, die schriftlich und unter Anführung der für die Entscheidung maßgeblichen Gründe zu erfolgen hat, ist der Antragsteller rechtzeitig zu benachrichtigen, sodass das Vorhaben, sofern es nicht generell den gesetzlichen Bestimmungen oder den vorliegenden Richtlinien widerspricht, bei einem weiteren Antragstermin neuerlich zur Beurteilung vorgelegt werden kann.

Mitteilung der Förderentscheidung

5.7

Im Falle einer positiven Förderentscheidung erhält der Förderungsempfänger eine Mitteilung über die Höhe der vorgesehenen Förderungsmittel und alle mit der Förderungszusage verbundenen Auflagen und Bedingungen einschließlich der mit der Gewährung der Förderung verbundenen Verpflichtungen in Form eines Förderungsvertrages. Der Förderungsvertrag ist vom Förderungswerber binnen sechs Wochen firmenmäßig gezeichnet zurückzusenden. Der Antrag kann für verfallen erklärt werden, wenn der unterzeichnete Vertrag nicht innerhalb der Frist beim FERNSEHFONDS AUSTRIA einlangt.

Beginn der Durchführung eines Projekts vor In-Kraft-Treten des Förderungsvertrags

5.8

Wird mit der Durchführung des zu fördernden Vorhabens vor In-Kraft-Treten des Förderungsvertrags begonnen, so erfolgt dies auf alleiniges Risiko des Förderungswerbers. Dem FERNSEHFONDS AUSTRIA erwächst dadurch keine wie auch immer geartete Verpflichtung.

Verwendung der Förderungsmittel

5.9

Die Förderungsmittel dürfen nur zur Deckung der durch das jeweilige geförderte Vorhaben verursachten Kosten verwendet werden. Es ist auf eine widmungsgemäße, sparsame, zweckmäßige und wirtschaftliche Verwendung der Mittel zu achten.

Befristete Förderungszusage

5.10

Der FERNSEHFONDS AUSTRIA kann aufgrund der Antragsunterlagen eine zeitlich befristete Förderungszusage geben. Sind innerhalb der Frist, die im Regelfall sechs Monate beträgt, die Bedingungen und Auflagen der Förderungszusage nicht nachweislich erfüllt oder sind die Voraussetzungen, unter denen die Förderungszusage erteilt worden ist, nicht oder nicht mehr gegeben, so erlischt die Förderungszusage.

X. Auszahlungsmodus

6.1

Der Förderungswerber und ein allenfalls majoritär beteiligter Koproduzent haben schriftlich zu erklären, das geplante Vorhaben bis zu einem bestimmten Zeitpunkt tatsächlich fertigzustellen (Fertigstellungs-garantie). Der FERNSEHFONDS AUSTRIA behält sich vor, im Förderungsvertrag den Abschluss einer Fertigstellungsversicherung (Completion Bond) oder die Zurverfügungstellung von anderen Sicherheiten (z.B. Bankgarantie) zu vereinbaren.

Nachweis der Gesamtfinanzierung

6.2

Die Auszahlung zuerkannter Förderungsmittel setzt voraus, dass die Gesamtfinanzierung des Vorhabens nachgewiesen ist.

Auszahlung von Teilbeträgen der Herstellungsförderung

6.3

Vor In-Kraft-Treten des Förderungsvertrages hat der Förderungswerber dem FERNSEHFONDS AUSTRIA die endgültige Detailkalkulation und das endgültige Kalkulationssummenblatt zu übermitteln. Abweichungen zur der Förderentscheidung zugrunde gelegten (also ursprünglich einge-reichten oder nachgereichten) Kalkulation sind zu begründen und bedürfen einer Genehmigung durch den FERNSEHFONDS AUSTRIA.

6.4

(1) Zuerkannte Förderungsmittel werden in der Regel in drei Teilbeträgen ausgezahlt:

- 3/6 nach In-Kraft-Treten des Förderungsvertrags,
- 2/6 nach Drehbeginn und nach Vorlage
 - eines Dreh- und Terminplans,
 - der endgültigen Stab- und Besetzungsliste mit Wohn- und Steuersitz,
 - der letzten Drehbuchfassung,
 - und regelmäßiger Übermittlung von Tagesdispositionen und -berichten bzw. den jeweiligen Entsprechungen bei Dokumentationen,
- 1/6 binnen sechs Monaten nach Fertigstellung des Projekts und nach Vorlage
 - der Abnahmebestätigung(en) des(r) mitfinanzierenden; Fernsehveranstalter(s),
 - einer Liste der tatsächlichen Finanzierungspartner,
 - eines datierten Endkostenstandes der Gesamtherstellungskosten des Projekts mit ausgewiesenen Aufwendungen in Österreich (falls Koproduzenten beteiligt sind, firmenmäßig von allen gegengezeichnet),
 - der Einzelbuchungsnachweise mit gekennzeichneten Aufwendungen in Österreich,
 - der Saldenlisten der Produktionskonten,
 - der Kennzeichnungen der Eigenleistungen in den Kostenpositionen,
 - des Nachweises über die Erfüllung der Nennungsverpflichtung,
 - des konkretisierten Verwertungsplans,
 - von Angaben bereits erfolgter Sendetermine und Übermittlung der Quoten,
 - einer Foto-CD von digitalen Pressefotos unter Angabe des Rechteinhabers,
 - von Pressemappen und
 - zweier DVDs des fertig gestellten Projekts.

(2) Hinsichtlich des Zeitpunktes der Auszahlung einzelner Teilbeträge können auch abweichende vertragliche Vereinbarungen getroffen werden.

Auszahlung der Verwertungsförderung

6.5

(1) Die Auszahlung der Verwertungsförderung erfolgt erst nach Nachweis der angefallenen Kosten.

(2) Dem Abruf der Verwertungsförderung sind Rechnungen der angefallenen Kosten beizulegen. Die angefallenen Kosten dürfen nicht schon in den Herstellungskosten enthalten sein. Eingereicht werden können Außenkosten sowie nachgewiesene Eigenleistungen.

Absolute Verfallsfrist

6.6

Unbeschadet der sonstigen Bestimmungen dieser Richtlinien sind Zahlungen und Ansprüche des Förderungsempfängers verfallen, welche nicht binnen drei Jahren ab Rechtswirksamkeit des Förderungsvertrages unter Erfüllung der Auszahlungsbedingungen abgerufen werden und können weder gerichtlich noch außergerichtlich oder im Wege der Gegenverrechnung geltend gemacht werden.

Verpfändungs- und Abtretungsverbot

6.7

Der Förderungsempfänger kann über zugesagte Mittel weder durch Abtretung, Anweisung oder Verpfändung noch auf eine andere Weise verfügen.

Erschöpfung der Förderungsmittel

6.8

Im Falle der Erschöpfung der für die Vergabe von Förderungen vorgesehenen Mittel kann im betreffenden Kalenderjahr keine weitere Förderung vergeben werden. Dem Förderungswerber steht es im darauffolgenden Jahr frei, einen neuerlichen Antrag auf Vergabe einer Förderung zu stellen. In diesem Fall ist eine Antragsstellung auch dann möglich, wenn das Projekt zum Antragszeitpunkt bereits fertiggestellt ist.

XI. Berichtslegung (Kontrollrechte), Abrechnung, Endüberprüfung

Abnahmebestätigung und Endkostenstand

7.1

(1) Die Förderungsmittel sind mit der Sorgfalt und den Grundsätzen eines ordentlichen Unternehmers zu verwalten. Der Förderungsempfänger hat zum Nachweis der widmungsgemäßen Verwendung gesonderte, sich auf alle Einnahmen und Ausgaben des Vorhabens erstreckende Aufzeichnungen zu führen. Für den Nachweis der widmungsgemäßen Verwendung der Förderungsmittel ist dem FERNSEHFONDS AUSTRIA nach Fertigstellung und jedenfalls vor Inanspruchnahme (Abruf) der letzten Teilzahlung der Förderungsmittel eine Abnahmebestätigung der mitfinanzierenden Fernsehveranstalter vorzulegen.

(2) Sollte die zweite und dritte Teilzahlung nicht binnen sechs Monaten ab dem bekannt gegebenen Fertigstellungstermin abgerufen, kann vom FERNSEHFONDS AUSTRIA eine Nachfrist von maximal 6 Monaten gesetzt werden. Binnen dieser Frist muss der Endkostenstand des Projekts (falls Koproduzenten beteiligt sind, firmenmäßig von allen gegengezeichnet) in einer übersichtlichen, aussagekräftigen und zum Zwecke der Überprüfung hinreichend detaillierten Form vorgelegt werden. Andernfalls verfällt der Anspruch auf Auszahlung der offenen Teilzahlung(en) endgültig.

(3) Gerät der Förderungsempfänger mit der Übermittlung des Endkostenstandes in Verzug, bleibt der Förderungsempfänger solange vom Antragsverfahren ausgeschlossen und erhält keine Förderzusage für weitere Projekte, bis ein entsprechender Endkostenstand vorgelegt wird.

Bucheinsicht und Vor-Ort-Prüfungen

7.2

Der FERNSEHFONDS AUSTRIA behält sich vor die Durchführung des Vorhabens, die widmungsgemäße Verwendung der Förderung, den Endkostenstand anhand von Originalbelegen, Kontoauszügen, Aufzeichnungen über bewertete Eigenleistungen, Originalverträgen etc. zu überprüfen oder einen Dritten damit zu beauftragen. Der Förderungs-

empfänger verpflichtet sich, dem FERNSEHFONDS AUSTRIA bzw. dem beauftragten Dritten Originalunterlagen zur Verfügung zu stellen, Einsicht in die diesbezüglichen Schriften, Verträge, Geschäftsbücher und Belege zu gestatten und die erforderlichen Auskünfte zu erteilen. Die Originalunterlagen werden dem Förderungsempfänger nach der Prüfung retourniert. In der Regel wird die Besichtigung an Ort und Stelle vorgenommen und ist vom Förderungsempfänger zu gestatten

Anzeige- und Informationspflichten

7.3

(1) Der Förderungsempfänger hat das Vorhaben gemäß dem vereinbarten Terminplan durchzuführen und alle Ereignisse, welche die Durchführung des geförderten Vorhabens verzögern oder unmöglich machen bzw. eine Abänderung gegenüber dem vereinbarten Förderungszweck, den Auflagen oder Bedingungen bedeuten würden, dem FERNSEHFONDS AUSTRIA unverzüglich schriftlich anzuzeigen.

(2) Dem FERNSEHFONDS AUSTRIA sind auf Anfrage jederzeit Informationen über den Verlauf des Projektes zu erteilen. Der Förderungsvertrag kann je nach Dauer des geförderten Projektes oder Höhe der Förderung die Vorlage eines Berichtes durch den Förderungswerber in regelmäßigen Abständen vorsehen.

(3) Bei mehrjährigen Vorhaben ist über den Projektverlauf ein jährlicher Bericht, jeweils im ersten Quartal des Kalenderjahres, vorzulegen.

XII. Einstellung und Rückforderung der Förderung

8.1

(1) Der Förderungsempfänger ist verpflichtet, eine bereits gewährte Förderung über schriftliche Aufforderung des FERNSEHFONDS AUSTRIA ganz oder teilweise binnen 14 Tagen zurückzahlen, wobei gleichzeitig die Zusicherung einer Förderung, soweit diese noch nicht ausbezahlt wurde, erlischt, wenn

- der Antragsteller wesentliche Umstände unrichtig oder unvollständig dargestellt hat,
- eine im Gesetz, den Richtlinien oder dem Fördervertrag enthaltene allgemeine oder besondere Förderungsvoraussetzung nicht erfüllt worden ist,

- vorgesehene Berichte nicht erstattet oder Nachweise nicht erbracht oder erforderliche Auskünfte nicht erteilt worden sind, sofern in diesen Fällen eine schriftliche, entsprechend befristete und den ausdrücklichen Hinweis auf die Rechtsfolge der Nichtbefolgung enthaltende Aufforderung erfolglos geblieben ist,
- die unverzügliche Meldung von Ereignissen, welche die Durchführung des geförderten Vorhabens verzögern oder unmöglich machen oder deren Abänderung erfordern würde, unterblieben ist,
- über das Vermögen des Förderungsempfängers vor ordnungsgemäßigem Abschluss des geförderten Vorhabens und vor Vorlage des Endkostenstandes ein Konkurs- oder Ausgleichsverfahren eröffnet oder die Eröffnung eines Konkurses mangels kostendeckenden Vermögens abgelehnt wird und dadurch insbesondere der Förderungszweck nicht erreichbar oder gesichert erscheint,
- der Förderungsempfänger vorgesehene Kontrollmaßnahmen be- oder verhindert,
- die Förderungsmittel ganz oder teilweise widmungswidrig verwendet worden sind,
- das Vorhaben nicht oder nicht rechtzeitig durchgeführt werden kann oder durchgeführt worden ist,
- das Zessionsverbot nicht eingehalten wurde.

(2) Der Förderungsvertrag kann für den Fall der Rückforderung von gewährten Förderungsmitteln Zinsen im Ausmaß von dreieinhalb Prozentpunkten über dem von der Europäischen Zentralbank für ihre Hauptrefinanzierungsgeschäfte zugrundegelegten und am ersten Kalendertag des Fälligkeitsmonats geltenden Zinssatz, der im Amtsblatt der Europäischen Union, Reihe C, veröffentlicht wird, vorsehen.

XIII. Vertragsmodalitäten

9.1

(1) Der Förderungsvertrag sowie Ergänzungen dazu bedürfen der Schriftform und regeln die Rechte und Pflichten der Vertragspartner.

(2) Als Grundlage der durch den Förderungsvertrag normierten gegenseitigen Rechte und Pflichten der Vertragspartner dienen das vom Förderungsempfänger vorgelegte Drehbuch bzw. die Stoffbeschreibung, die anerkannten Gesamtherstellungskosten, der Finanzierungsplan, die

Stab- und Darstellerliste, der Terminplan der Herstellung, die Koproduktionsverträge, die Verträge mit den Fernsehveranstaltern, die Verträge mit sonstigen Förderinstitutionen und mit sonstigen Finanzgebern. Alle derartigen Unterlagen bzw. Dokumente sind integrierende Bestandteile des Förderungsvertrags.

9.2

Die entsprechenden Bestimmungen des KommAustria-Gesetzes und der Förderungsrichtlinien sind integrierende Bestandteile des Förderungsvertrages.

9.3

(1) Der Förderungsempfänger verpflichtet sich, im Rahmen seiner Öffentlichkeitsarbeit, sowie auf allen werbemäßigen Ankündigungen und sonstigen Darstellungen der Produktion sowie weiters im Vorspann oder im Abspann von nach diesen Richtlinien geförderten Produktionen auf die Förderung durch den FERNSEHFONDS AUSTRIA hinzuweisen, und zwar unter Verwendung eines vom FERNSEHFONDS AUSTRIA bereitgestellten Logos und unter Berücksichtigung der Richtlinien zur Verwendung des FERNSEHFONDS AUSTRIA Logos. Die Verwendung des Logos des FERNSEHFONDS AUSTRIA ist in jedem Fall im voraus mit dem FERNSEHFONDS AUSTRIA abzustimmen.

(2) Der Förderungsempfänger verpflichtet sich, über einen Zeitraum von 36 Monaten ab Erstausstrahlung unaufgefordert und mindestens einmal jährlich zum Jahresende über alle Verwertungsschritte, Ausstrahlungen (soweit bekannt) und Erträge aus Verwertungen des Projekts schriftlich zu berichten.

(3) Weiters hat der Förderungsempfänger dem FERNSEHFONDS AUSTRIA zwei DVDs des geförderten Projektes sowie Pressematerial für Archivierungszwecke kostenlos zur Verfügung zu stellen und für Präsentationen im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des FERNSEHFONDS AUSTRIA unentgeltlich entsprechende Bearbeitungs-, Vervielfältigungs- und Aufführungsrechte bzw. sonstige nicht-kommerzielle Nutzungsrechte an der geförderten Produktion einzuräumen und nach Möglichkeit dem FERNSEHFONDS AUSTRIA solche Kopien zur Verfügung zu stellen, wie sie zum Zwecke der Sendung hergestellt wurden.

9.4

Der zu erstellende Jahresbericht des FERNSEHFONDS AUSTRIA hat auch Daten über die Entwicklung im Bereich der Fernsehfilmproduktion zu enthalten. Der Förderungsempfänger ist daher verpflichtet, dem FERNSEHFONDS AUSTRIA die für diese Berichtslegung erforderlichen Auskünfte zu erteilen und Unterlagen vorzulegen.

XIV. Schlussbestimmungen und In-Kraft-Treten

10.1

Die Richtlinien treten mit 23.06.2014 in Kraft und bleiben längstens bis 31.12.2015 in Geltung. Bei allen bis zum 22.06.2014 geförderten Projekten kommen die Richtlinien in der Fassung FFRIL0001-0002/2011 zur Anwendung.

10.2

Der FERNSEHFONDS AUSTRIA überprüft diese Richtlinien spätestens zwei Jahre nach deren In-Kraft-Treten und passt sie gegebenenfalls den Erfahrungen und Erfordernissen der Fondsverwaltung im Sinne der Ziele des FERNSEHFONDS AUSTRIA an.

10.3

Die in den Richtlinien verwendeten Überschriften dienen ausschließlich der besseren Übersicht. Sie können nicht zur Auslegung der Richtlinien herangezogen werden. Es kommt ihnen kein rechtlicher Inhalt zu.

Wien, am 23.06.2014

Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH

*Prof. Dr. Alfred Grinschgl
Geschäftsführer Fachbereich Medien*



8 Literatur

Aristoteles, Nikomachische Ethik, Buch V, Stuttgart 1997.

Aristoteles, Politik, Buch I, Stuttgart 1993.

Auletta, Ken, Three blind mice. How the networks lost their way, New York 1991.

Beck, Hanno, Medienökonomie. Print, Fernsehen und Multimedia, Berlin 2002.

Bretschneider, Rudolf, Mediennutzung in Österreich – Status quo und Perspektiven, <http://www.bka.gv.at/2004/7/13/referatbretschneider.pdf> (17.09.2004).

Bunte, Hermann-Josef, Kartellrecht, München 2003.

Bydlinski, Franz, Privatrecht und objektive Grundlagen des verpflichtenden Rechtsgeschäfts, 1967.

Castendyk, Oliver, Anmerkung zu LG München I vom 10.03.1999, in: MMR 2000, S. 294.

Covington, William G., The Financial Interest and Syndication Rule in retrospect: history and analysis, in: Communication and the law 6/1994, S. 189.

Department of Trade and Department of Culture, Media and Sport, A New Future for Communications (Communications White Paper) 2000, <http://www.communicationswhitepaper.gov.uk/pdf/index.htm> (17.09.2004).

Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, DIW (Hrsg.), Studie zur Entwicklung der Medien- und IT-Wirtschaft, Berlin 2001.

Einstein, Mara, Media Diversity: Economics, Ownership and the FCC, 2001.

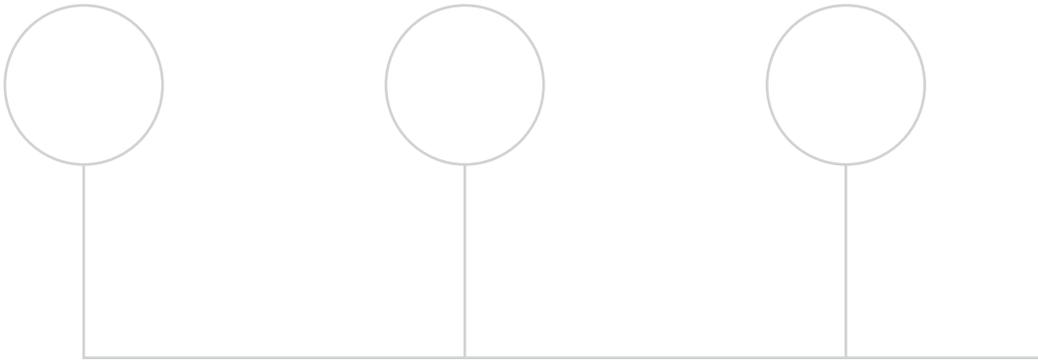
- EMR-Dialog, Die Revision der EG-AVMDR, Saarbrücken 1994.
- Engel, Christoph/Seelmann-Eggebert, Sebastian, Kommunikation und Medien, in: Dausen, Manfred A.: Handbuch des EU-Wirtschaftsrechts, Band 1, E.V, München 2000, R 119 ff.
- Engisch, Karl, Auf der Suche nach Gerechtigkeit, München 1971.
- Fechner, Frank, Medienrecht, 2. Aufl., Tübingen 2001.
- Fidler, Harald, 58 Millionen in die Werbefenster: RTL-Vermarkter legt deutlich zu, in: Der Standard, 28.07.2004.
- film20 (Hrsg.), 1. film20 Konferenz, Dokumentation, Berlin 2001.
- Friccius, Enno, Aktuelle Probleme bei der Vertragsgestaltung bei der Produktion von Filmen und Fernsehen, in: ZUM 1991, S. 392.
- Frohne, Ronald, Die Quotenregelungen im nationalen und im europäischen Recht, in: ZUM 1989, S. 390 ff.
- Fromm, Friedrich Karl/Nordemann, Wilhelm, Urheberrecht, Kommentar zum UrhG, 9. Aufl., Stuttgart 1998.
- Gamm, Otto-Friedrich von, Urheberrechtsgesetz, München 1968.
- Goetz von Olenhusen, Albrecht, Film und Fernsehen. Arbeitsrecht, Tarifrecht, Vertragsrecht in Deutschland, Österreich und der Schweiz, Baden-Baden 2001.
- Goldsmith, Ben und Tom O'Regan, The Film Studio – Film Production in the Global Economy, Lanham/New York/Oxford 2005.
- Hartlieb, Holger von/Schwarz, Mathias, Handbuch des Film-, Fernseh- und Videorechts, 4. Aufl., München 2004.
- Henning-Bodewig, Frauke, Urhebervertragrecht auf dem Gebiet der Filmherstellung und -verwertung, in: Urhebervertragrecht (Festschrift für Schricker), München 1995, S. 389.

- Hollstein, Kristina, *Filmwirtschaft und Filmförderung in Deutschland und Frankreich*, Berlin 1996.
- Holubek, Michael/Traimer, Matthias/Weiner, Michael, *Grundzüge des Rechts der Massenmedien*, Wien 2000.
- Homann, Hans-Jürgen, *Praxishandbuch Filmrecht*, Berlin 2001.
- Hübner, Ulrich, *Der gerechte Preis: Preisfreiheit und rechtliche Instrumente der Preiskontrolle in der sozialen Marktwirtschaft*, in: Jürgen F. Baur u.a. (Hrsg.), *Festschrift für Ernst Steindorff zum 70. Geburtstag*, Berlin 1990, S. 589 ff.
- Hucko, Elmar, *Das neue Urhebervertragsrecht*, Halle 2002.
- Kaulbach, Friedrich/Krawietz, Werner (Hrsg.), *Recht und Gesellschaft. Festschrift für Helmut Schelsky zum 65. Geburtstag*, Berlin 1978.
- Köndgen, Johannes, *Selbstbindung ohne Vertrag*, Tübingen 1981.
- Kreile, Johannes, *Aktuelle Probleme der Vertragsgestaltung bei der Produktion von Film- und Fernsehfilmen – „Auftragsproduktion“*, in: ZUM 1991, S. 386.
- Kreile, Johannes, *Der Zweitverwertungsmarkt – Ein Weg zur Stärkung der Unabhängigkeit der Produzenten*, in: ZUM 2000, S. 364 ff.
- Kreile, Johannes/Bräunig, Alexander, *Die Umsetzung der Quotenregelung der AVMD-Richtlinie durch § 6 RStV im europäischen Vergleich*, ZUM 2011, S. 529 ff.
- Kresse, Hermann, *Outsourcing im Privatfernsehen – am Beispiel des RTL Dienstleistungskonzepts*, in: ZUM 1994, S. 385.
- Lange/Westcott, *Public Funding for Film and Audiovisual Works in Europe – a Comparative Approach*, European Audiovisual Observatory, 2004.
- Langl, Barbara/Straßl, Karl-Gerhard/Zoppel, Christina, *Film made in Austria*, Innsbruck 2003.

- Larenz, Karl, *Geschäftsgrundlage und Vertragserfüllung*, 3. Aufl., München 1963.
- Larenz, Karl, *Richtiges Recht*, München 1979.
- Larenz, Karl/Wolf, Manfred, *Allgemeiner Teil des Bürgerlichen Rechts*, 9. Auflage, München 2004.
- Lehmann, Manfred, *Der Begriff des angemessenen Preises*, Marburg 1921.
- Loewenheim, Ulrich, *Handbuch des Urheberrechts*, 2. Aufl., München 2010.
- Luhmann, Niklas, *Das Recht der Gesellschaft*, Frankfurt 1993.
- Martin-Peréz de Nanclares, José, *Die EG-AVMDR. Rechtsgrundlagen, Kommentierung und Umsetzung in das Recht der EU-Mitgliedstaaten sowie Österreich und Schweiz*, Frankfurt a. M. 1995.
- Media Perspektiven (Hrsg.), *Basisdaten 2003*, Frankfurt/Main 2003.
- Möhring, Philipp/Nicolini, Käte, *UrhG*, 2. Aufl., München 2000.
- Möwes, Bernd, *Einführung in die Quotenregelung*, in: *EMR Dialog: Die Revision der EG-AVMDR*, Saarbrücken 1994, S. 12 ff.
- Müller, Horst, *Modell von gestern*, in: *epd medien*, 31/2000, S. 8 f.
- Münchener Kommentar zum Bürgerlichen Gesetzbuch, 4. Aufl., München 2004.
- Oechsler, Jürgen, *Gerechtigkeit im modernen Austauschvertrag*, Tübingen 1997.
- ORF (Hrsg.), *Das Geschäftsjahr 2003*, Wien 2004.
- ORF (Hrsg.), *Der ORF im Wettbewerb. Daten, Fakten und Zusammenhänge zur Finanzierung des ORF*, Wien 2001.

- ORF (Hrsg.), ORF-Bilanz 2003, Wien 2004, <http://kundendienst.orf.at/fakten/gremien/bilanz2003.html> (21.09.04).
- Peifer, Karl-Nikolaus, Werbeunterbrechungen in Spielfilmen, Baden-Baden 1994.
- Radbruch, Gustav, Vorschule der Rechtsphilosophie, Heidelberg 1948.
- Reupert, Christine, Der Film im Urheberrecht, Baden-Baden 1995.
- Riesenhuber, Karl, Europäisches Vertragsrecht, 2. Aufl. Berlin 2006.
- Röper, Horst, Zur Lage mittelständischer Fernsehproduzenten in Deutschland, Expertise des Formatt-Instituts im Auftrag der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen für die DLM, Dortmund 2000.
- Rosencranz, Suzanne, The questionable validity of the Network Syndication and Financial Interest Rules in the present media environment, in: Federal Communications Law Journal 12/1990, S. 34.
- Roßnagel, Alexander/Sosalla, Werner/Kleist, Thomas, Der Zugang zur digitalen Satellitenverbreitung – Gutachten, http://www.emr-sb.de/news/EMR_Gutachten_Satellit_GSDZ-DLM.pdf (17.09.2004).
- Schricker, Gerhard, Urheberrecht Kommentar, 2. Aufl., München 1999.
- Schuhmacher, Elmar, Rechtsfragen der externen Programmbeschaffung und ihre aktuellen Gestaltungsformen, München 1997.
- Schumann, Matthias/Hess, Thomas, Grundfragen der Medienwirtschaft, Berlin 2000.
- Schütze, Rolf/Weipert, Lutz, Münchener Vertragshandbuch Band 3 Hlb. 1, 4. Aufl., München 1998.
- Schwarz, Mathias, Aktuelle Probleme bei der Vertragsgestaltung bei der Produktion von Filmen und Fernsehen, in: ZUM 1991, S. 381.

- Singer, Reinhard, Selbstbestimmung und Verkehrsschutz im Recht der Willenserklärungen, München 1995.
- Steinmaurer, Thomas, Das Mediensystem Österreichs, in: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.), Internationales Handbuch Medien 2004/2005, Baden-Baden 2004, S. 505.
- Ulrich, Pamela und Thomas Simmens, Motion Picture Production: To run or stay – made in the USA, Loyola Entertainment Law Review 2001, S. 375 ff.
- Trappel, Josef, Fernsehen in Österreich und in der Schweiz; Wenig Licht im deutschen Marktschatten, in: Media Perspektiven 6/2001, S. 306.
- TRI CONSULT, Wirtschaftsanalytische Forschung, Österreichischer Filmbericht – Die österreichische Filmbranche 2001–2003, 2004.
- Ulmer, Peter, Wege zum Ausschluss der persönlichen Gesellschafterhaftung bei der Gesellschaft bürgerlichen Rechts, in: ZIP 1999, S. 509.
- Umbeck, Elke, Rechtsübertragungsklauseln bei der Filmauftrags- und Koproduktion öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten, München 2000.
- Vick, Douglas W./Doyle, Gillian, Über die „konvergierte Regulierung“ zum deregulierten Medienmarkt?, in: Media Perspektiven 2004, S. 38.
- von Reden-Lütcken, Die deutsche Filmproduktionsmarkt im globalen Wettbewerb, Berlin 2006.
- Zippelius, Reinhold, Rechtsphilosophie, München 1982.



Impressum

Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH

Band 2/2014: Fernsehförderung in Österreich

Studie I: Veränderung der Fernsehfilmproduktion seit 2004

FH-Prof. Dr. Andreas Gebesmair, Österreichisches Institut für
Medienwirtschaft (ÖIM) der Fachhochschule St. Pölten
Mitarbeit: Mariella Strasshofer, MA (FH), Manuela Hummer, BA (FH)

Studie II: Angemessene Bedingungen zwischen Fernsehveranstaltern
und -produzenten in Österreich
Ein Beitrag zu den Förderrichtlinien des FERNSEHFONDS AUSTRIA

Zweite, grundlegend neu bearbeitete Auflage der Studie

Rechtsanwalt Prof. Dr. Oliver Castendyk, Hamburg Media School
Mitarbeit: Dr. Christian Haider, FERNSEHFONDS AUSTRIA, Wien

Im Auftrag der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH)

Medieninhaber (Verleger), Herausgeber und Redaktion:

Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH)

A-1060 Wien, Mariahilfer Straße 77-79, E-Mail: rtr@rtr.at; Internet: www.rtr.at

Für den Inhalt verantwortlich: Dr. Alfred Grinschgl (Geschäftsführer Medien),
Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH

Grafische Konzeption: Bulgarini Werbeagentur, A-3053 Laaben, Gföhl 8

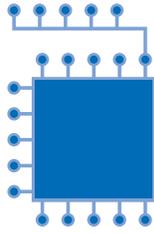
Verlags- und Herstellungsort: Wien

Einzelverkaufspreis: EUR 10,-

Obwohl aus Gründen der besseren Lesbarkeit im Bericht zur Bezeichnung von
Personen die maskuline Form gewählt wurde, beziehen sich die Angaben selbst-
verständlich auf Angehörige beider Geschlechter.

© Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, August 2014





Rundfunk & Telekom
Regulierungs-GmbH

RTR