

Notwendigkeit und Zielsetzung einer Referenzabsatzförderung für deutsche Weltvertriebe

Deutsche Weltvertriebe spielen in der Filmwirtschaft eine entscheidende Rolle, indem sie privates Risikokapital in deutsche Filmproduktionen und deren internationale Vermarktung investieren und somit maßgeblich sowohl zu ihrer weltweiten Sichtbarkeit als auch zu ihrer Finanzierung beitragen. Jeder deutsche Weltvertrieb repräsentiert ein globales Netzwerk von unabhängigen Kino-Filmverleihern und Lizenzkäufern, das durch oft langjährige, persönliche Kontakte aufgebaut wurde.

In Anbetracht der sich ständig verändernden Marktgegebenheiten in der internationalen Kinobranche und der wachsenden Konkurrenz durch nationale und internationale Streaming-Plattformen stehen deutsche Weltvertriebe vor neuen Herausforderungen. Streaming-Plattformen sind sowohl Konkurrenten um die Aufmerksamkeit des weltweiten Kinopublikums als auch potenzielle Partner und Lizenznehmer für deutsche Filmprojekte. Daher erfordert jedes Filmprojekt eine individuelle Positionierung und eine maßgeschneiderte Strategie für die internationale Vermarktung.

In diesem zunehmend unübersichtlichen und risikoreichen Marktumfeld investieren Weltvertriebe aufgrund ihrer Expertise und ihrer etablierten Netzwerke oft schon in sehr frühen Phasen der Entwicklung in deutsche Filmprojekte, um deren Erfolg auf internationaler Ebene zu fördern.

Ein Referenzfördermodell belohnt diese Arbeit, indem es Weltvertrieben aufgrund ihrer Erfolge mit deutschen Filmen im Ausland die Möglichkeit bietet, Fördermittel zu generieren. Diese Mittel ermöglichen es den Weltvertrieben, weiterhin in die Akquise und Vermarktung neuer deutscher Filme für ein weltweites Publikum zu investieren. Eine nachhaltige Stärkung der deutschen Weltvertriebe kommt der gesamten deutschen Filmbranche in vielerlei Hinsicht zugute:

- 1. Stärkung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit des deutschen Films:**
Die Förderung unterstützt deutsche Weltvertriebe dabei, im globalen Wettbewerbsumfeld besser zu bestehen. Dies ist entscheidend, um deutschen Filmemachern den Zugang zu internationalen Märkten zu erleichtern und die Position Deutschlands als wichtigen Akteur in der Filmindustrie zu festigen.
- 2. Förderung von Vielfalt und kulturellem Austausch:**
Deutsche Filme repräsentieren kulturelle Vielfalt und künstlerische Innovation. Die Förderung von Weltvertrieben trägt dazu bei, diese Vielfalt auf internationaler Ebene zu verbreiten und den kulturellen Austausch zwischen Ländern zu fördern.
- 3. Internationale Vernetzung der deutschen Filmbranche:**
Weltvertriebe spielen eine Schlüsselrolle bei der Etablierung von internationalen Partnerschaften und Netzwerken in der Filmbranche. Die Förderung unterstützt den Aufbau und die Pflege solcher Beziehungen, was langfristig zu neuen Kooperationsmöglichkeiten führen kann.
- 4. Nachhaltige und langfristige Entwicklung:**
Langfristige Förderung von Weltvertrieben trägt zur Nachhaltigkeit der deutschen Filmindustrie bei, indem sie die kontinuierliche Entwicklung und Verbreitung hochwertiger deutscher Produktionen fördert, die auch für ein internationales Publikum konzipiert werden.

5. Risikoreduktion für Produzenten

Eine effektive Vertriebsunterstützung reduziert das Risiko für Filmproduzenten, indem sie ihnen Zugang zu internationalen Märkten und zusätzlichen, potenziellen Einnahmequellen bietet, was wiederum die Finanzierung neuer Filmprojekte erleichtert.

6. Steigerung der Filmexporteinnahmen

Eine erfolgreiche internationale Vermarktung führt zu höheren Einnahmen aus Filmexporten, was einen positiven wirtschaftlichen Effekt für die gesamte Filmindustrie und die deutsche Wirtschaft insgesamt hat.

Kurz zusammengefasst:

Die Förderung für deutsche Weltvertriebe ist notwendig, um ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit zu stärken und den Export deutscher Filme zu fördern. Sie unterstützt die Verbreitung kultureller Vielfalt und Innovation auf internationaler Ebene und trägt zur langfristigen Nachhaltigkeit und Entwicklung der deutschen Filmindustrie bei. Darüber hinaus hilft sie, Risiken für Filmproduzenten zu reduzieren und neue Partnerschaften sowie innovative Vermarktungsstrategien zu fördern.

Modell für eine Referenzabsatzförderung für deutsche Weltvertriebe bei German Films

Übersicht

- A. Budget für eine Referenzmittelförderung für deutsche Weltvertriebe
- B. Berechnung des Anspruchs deutscher Weltvertriebe auf Fördermittel
- C. Antragsstellung
- D. Verwendung der Referenzmittel
- E. Definitionen

A. Budget für eine Referenzmittelförderung für deutsche Weltvertriebe

Das Förderbudget soll bei German Films angesiedelt sein und beträgt 1 Mio.€ pro Jahr betragen (vergleichsweise liegt das Budget des CNC für französische Weltvertriebe aktuell bei 6,5 Mio.€ jährlich).

Die Weltvertriebsförderung startet zum 01.10.2025, weshalb für das erste Jahr anteilig das Förderbudget 250.000 € beträgt.

Die Kalkulation des Verwaltungsaufwandes bei German Films basiert auf den Erfahrungen des Verwaltungsaufwandes im Distribution Support. German Films schätzt den Aufwand einzelner Anträge der Weltvertriebsförderung als komplexer und zeitintensiver ein. Die kalkulierten Kosten in Höhe von ca. 22.000€/Jahr (TVöD E9a, 10 Wochenarbeitsstunden, inklusive Lohnneben- und Infrastrukturkosten, anteilig September bis Dezember für das Jahr 2025 mit 7.333€) wurden mit einem gesamtjährlichen Ansatz errechnet. Der Arbeitsaufwand zur Etablierung des Systems wird größer sein, ebenso wird bei einer Deadline pro Jahr eine sinnvolle und effektive Verteilung des Arbeitsaufwandes notwendig sein. Die entsprechenden Kosten werden nach dem ersten Jahr evaluiert und dann gegebenenfalls angepasst.

B. Berechnung des Anspruchs deutscher Weltvertriebe auf Fördermittel

Um antragsberechtigt zu sein muss ein Weltvertrieb

- ein in Deutschland ansässiger und steuerpflichtiger Weltvertrieb sein (vgl. §41, 1.1 des aktuellen FFG)
- als deutscher Weltvertrieb als vermittelnder Agent für Produzenten tätig sein, der in der kommerziellen Auswertung von Filmen spezialisiert ist, in dem er für den Film Marketingmaßnahmen ergreift und ihn an Filmverleiher und Einkäufer im Ausland lizenziert
- als Weltvertrieb vom Produzenten durch einen Weltvertriebsvertrag eingesetzt sein, der ihm das Recht gibt, den Film in mindestens 20 Länder (außerhalb von DACH) zu vertreiben

- Im Kalenderjahr vor der Antragstellung mindestens zwei neue majoritär (DE als größter Finanzierungspartner) deutsche Filme im Line-Up gehabt haben. Jeder Film darf nur einmal für die Qualifikation verwendet werden egal wie lange er im Line-Up behalten wird.

Erläuterung: Deutsche Weltvertriebe unterscheiden sich zum Teil stark in der Anzahl an Filmen, die insgesamt pro Jahr ins Line-Up aufgenommen werden. Ein spezialisierter Weltvertrieb wie z.B. Sola Media nimmt im Jahr insgesamt nur 4-6 neue Filme ins Line-Up auf. 2 von 6 neuen Filmen pro Jahr wären somit 33% aller Filme.

Die Förderung zielt darauf ab, dass Weltvertriebe höhere MGs und Herausbringungskosten in international attraktive Filme investieren können. Durch eine höhere Mindestanzahl an Filmen würde ein Fehlanreiz gesetzt werden, da Weltvertriebe verleitet wären, noch weitere deutsche Filme „einfach unter dem Radar mitzunehmen“ obwohl sie ihm eigentlich nicht das nötige internationale Potential eingeräumt hätten.

Bei aktuell ca. 15 Weltvertrieben bedeutet dies, dass mindestens 30 Filme pro Jahr einen internationalen Weltvertrieb bekommen, wobei einzelne Vertriebe ja durchaus auch noch mehr als 2 Filme aufnehmen werden.

Die Fördermittel sollen in Anlehnung an die frühere Sales Agent Förderung durch MEDIA durch eine Kombination von Basisförderung (die auch kleine, kulturell relevante Firmen miteinschließt) und Referenzförderung (die Erfolg belohnt) vergeben werden.

Förderrelevante Filme:

- Alle majoritär deutschen Filme mit Kinoauswertung in Deutschland und mindestens 2 Ländern (ausgenommen Österreich und Schweiz) im Ausland. Majoritär deutsch bedeutet, dass der größte Finanzierungsanteil aus Deutschland kommen muss (neue Definition von German Films, entsprechende BAFA muss vorliegen).

Basisförderung:

Jede antragsberechtigte Firma kann einmalig pro Kalenderjahr 5.000 € Fördermittel im ersten Jahr 2025 der Weltvertriebsförderung beantragen (10.000€ im zweiten Jahr 2026 der Weltvertriebsförderung), solange sie nachweisen kann, dass sie im vergangenen Kalenderjahr 2 majoritär deutsche Filme im Line-Up hatte. Hierbei können Filme nur maximal einmal gemeldet werden. Der Nachweis der Verwendung entspricht den Regeln der Verwendung der Referenzmittel.

Darüber hinaus kann jede antragsberechtigte Firma Referenzfördermittel beantragen.

Referenzmittelförderung:

Das als Referenzmittel für deutsche Weltvertriebe zur Verfügung stehende Gesamtbudget wird jährlich nach einem Punktesystem vergeben.

Punkte können durch wirtschaftlichen Erfolg (Verkaufsumsatz im Ausland), durch kulturellen Erfolg (Teilnahme an bedeutenden Filmfestivals sowie Gewinn bedeutender Filmpreise) sowie durch eine soziale Komponente (Erstlingsfilm, Diversität) erlangt werden.

Pro Film kann eine Firma maximal 1.000 Punkte erwerben.

Erfolgspunkte:

Pro 2.000€ Auslandsumsatz wird 1 Referenzpunkt erworben. Das bedeutet, dass bei 2 Mio.€ Auslandsumsatz die Maximalpunktzahl von 1.000 Punkten bereits erreicht ist und keine zusätzlichen Kultur- oder Sonderpunkte erreicht werden können.

Als Auslandsumsatz sind nur Umsätze außerhalb des deutschsprachigen Territoriums DACH zu werten.

Festivalpunkte:

Für den Gewinn des Academy Awards in den Kategorien "Bester internationaler Film" sowie "Bester Film" erhält ein majoritär deutscher Film automatisch die volle Punktzahl von 1.000 Punkten. Für eine Nominierung erhält ein majoritär deutscher Film 500 Punkte.

Für den Gewinn des Academy Awards in den Kategorien "Bester Dokumentarfilm" erhält ein majoritär deutscher Dokumentarfilm automatisch die 500 Punkte. Für eine Nominierung erhält ein majoritär deutscher Film 250 Punkte.

Ansonsten können pro Film maximal 300 Festivalpunkte erreicht werden.

Diese können über folgende Festivals in Anlehnung an die Festivalliste der Produktionsförderung erreicht werden:

- Diese Aufstellung befindet sich in Überarbeitung, um mit der Festivalliste des neuen FFG abgestimmt zu werden. -

Erläuterung zur Bepunktung: Den Vorschlägen für die Bepunktung liegen hauptsächlich Schätzungen zu Grunde, da die Umsatzzahlen der Weltvertriebe sehr vertraulich sind.

Dass die Punkte-Generierung bei 2 Mio.€ Auslandsumsatz gedeckelt wird, deckt sich mit der Einschätzung der Mitglieder des VDFF, dass dies ein seltenes Szenario für einen Film ist.

Fünf der Mitgliedsfirmen des VDFF (Beta Cinema, Films Boutique, Global Screen, Sola Media und The Match Factory) haben ihren Umsatz mit majoritär deutschen Filmen im Jahr 2019 anonymisiert offengelegt. Diese 5 Mitgliedsfirmen haben 2019 10,5 Mio.€ Auslandsumsatz generiert. Es liegen uns keine Zahlen zum Umsatz weiterer Vertriebsfirmen mit deutschen Filmen vor.

C. Antragsstellung

- Die Antragstellung erfolgt einmal pro Jahr. Im Jahr 2025 erfolgt sie bis 30. November. Ab 2026 erfolgt sie zum 31. Juni des jeweiligen Jahres.
- Die Umsatz- Festival- und Sonderpunkte können sich über mehrere, vorangegangene Jahre (bis 31. Dezember des vorangegangenen Kalenderjahres) angesammelt haben. Das heißt ein Weltvertrieb entscheidet selbst, wann der voraussichtliche Großteil der Punkte zusammengekommen ist und wann ein Antrag für den Film gestellt wird.
- Der Antrag muss spätestens 3 Jahre nach dem Jahr des ersten weltweiten Kinostarts oder der internationalen Festivalpremiere gestellt werden.
- Ein Weltvertrieb kann mit der Gesamtpunktzahl mehrerer deutscher Filme Referenzmittel beantragen. Sowohl die Zuerkennung als auch die Verwendung der Referenzmitteln soll für mehrere deutsche Filme erfolgen können. Ein Weltvertrieb kann über seinen Erfolg mit 3 Filmen aus den vorangegangenen Jahren eine gemeinsame Summe zugesprochen bekommen. Diese Summe kann er dann wiederum auch in mehrere deutsche Filme investieren.

D. Verwendung der Referenzmittel

Referenzmittel müssen bis 31. März des Folgejahres (bis 30. November für 2025 bzw. 30. Juni dann in den Folgejahren) der Antragsstellung in Minimum Garantien oder direkt abrechenbare und nachweisbare Vertriebsvorkosten für neue majoritär deutsche Filme investiert werden. Dabei dürfen die Referenzmittel maximal 50% der Mindestgarantie ausmachen.

Ein Weltvertrieb der 50.000€ Referenzmittel bekommen hat, muss mindestens 100.000€ in MGs oder Herausbringungskosten für deutsche Filme investieren.

Entsprechend der Regularien von German Films für Filmverleiher müssen die Referenzmittel nicht mit dem Lizenzgeber verrechnet werden.

E. Definitionen

Deutsche Weltvertriebe:

Firmen, die in Deutschland mit ihrer Haupt-Niederlassung ansässig sind und die als vermittelnder Agent für Produzenten tätig sind, indem sie auf die kommerzielle Auswertung von Filmen spezialisiert sind und die Rechte an majoritär deutschen Filmen erwerben, um für diese Marketingmaßnahmen zu ergreifen und sie an Filmverleiher und Einkäufer im Ausland zu lizenzieren.

Deutsche Filme:

Filme, deren Produktionsbudget majoritär deutsch finanziert ist (siehe BAFA)

Film:

Ein mindestens 79-minütiger Film (minimale Kinolänge).

Vertriebsvorkosten:

Fördermittel aus der Weltvertriebsförderung dürfen für folgende Vertriebsvorkosten für majoritär deutsche Filme verwendet werden:

- Reisekosten für Kreative & Talents zur PR-Unterstützung bei Festivalpremierern
- Dolmetscherkosten + Übersetzungskosten
- Marktvorfürungen und Vorfürungen für die internationale Presse oder Einkäufer im Vorfeld des jeweiligen Festivals
- Kosten für die Erstellung des Vorfühmaterials
- Transportkosten
- Premierenevent / Empfänge mit Gästeliste
- PR-Agentur
- Erstellung von Synchronfassungen entweder als Sprachfassung oder als Untertitelfassung
- Klassische Marketingkosten wie:
 - Presseheft
 - Übersetzung Presseheft
 - EPK

- Sozial Media Kampagnen
- Poster
- Flyer
- Newsletter / Kosten im Zusammenhang mit gezielten Mailings
- Trailer/Promo Erstellungs- oder Zugangsgebühren (auch Trailer/Promo Reduits)
- Druckkosten für Poster an Messeständen
- Werbekosten für Anzeigen in den internationalen Branchenblättern sowohl digital als auch in den physischen Ausgaben
- Grafiker kosten für die Erstellung von Werbeanzeigen

Minimum Garantien:

Minimum Garantien sind Garantiezahlungen bzw. Vorauszahlungen auf den Lizenzgeberanteil, die vom Weltvertrieb bezahlt werden, um die internationalen Vertriebsrechte eines deutschen Filmes zu erwerben. Diese Garantiezahlungen können von Produzenten für die Finanzierung der Filme verwendet werden.

Die Zahlung einer Minimum Garantie kann nur dann angerechnet werden, wenn sie in dem vom Produzenten und Weltvertrieb unterzeichneten Weltvertriebsvertrag vertraglich vereinbart ist.

Ein Vertrag zwischen Produzenten und Weltvertrieb wird nur dann als Weltvertriebsvertrag anerkannt, solange er dem Weltvertrieb einräumt den Film in mindestens 20 Ländern (außerhalb von DACH) zu vertreiben.

Die Definition für die Minimum Garantien ist auf Basis der Definition für Minimum Garantien bei der Creative Europe MEDIA Förderung formuliert. Es ist für die Filmwirtschaft in Deutschland sinnvoll, die Investition von deutschen Weltvertrieben in Minimum Garantien für deutsche Filme zu fördern, da diese dadurch höhere Garantien anbieten können, die wiederum Produzenten erlauben Filme mit höheren Budgets und höherem internationalem Potential zu finanzieren. Die Förderung hat so auch einen Einfluss darauf, dass zukünftig bessere Voraussetzungen dafür bestehen, dass international attraktive Filme in Deutschland finanziert werden, da diese höheren Minimum Garantien nur den Projekten zur Verfügung stehen, in denen ein Weltvertrieb auch ein gutes internationales Potential sieht. Der Weltvertrieb muss immer noch mindestens 50% der MG sowie seine eigene Firmenkapazität und Arbeitszeit in den Vertrieb investieren und muss seine Auswahl weiterhin nach wirtschaftlichen Gesichtspunkten treffen. Ihm wird durch die Förderung dabei allerdings ein höheres Risiko erlaubt.