



PRODUZENTENALLIANZ · Kronenstraße 3 · 10117 Berlin

Per E-Mail an:

stellungnahme.jugendangebot@stk.sachsen-anhalt.de

Prof. Dr. Mathias Schwarz
Direktor für Internationales,
Service & Recht II
Leiter Sektionen Kino und Animation

c/o SKW Schwarz Rechtsanwälte
 Wittelsbacherplatz 1
 80333 München

Tel: +49 (0)89 286 40 129

Fax: +49 (0)89 280 94 32

mathias.schwarz@produzentenallianz.de

München, den 31. Juli 2015

**Stellungnahme im offenen Konsultationsverfahren
 der Sektionen Animation und Kino
 zum „Jugendangebot von ARD und ZDF“**

Sehr geehrte Dame und Herren,

die Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen e.V. bedankt sich für die Gelegenheit zur Stellungnahme im Konsultationsverfahren zum „Jugendangebot von ARD und ZDF“.

Die Produzentenallianz ist die in Deutschland führende Vertretung der Produzenten audio-visueller Inhalte. Sie vertritt insgesamt ca. 230 Unternehmen. In den Sektionen Animation- und Kinofilm zählen wir ca. 20 bzw. 60 Unternehmen zu unseren Mitgliedern, bei denen es sich teils um kleine und noch relativ junge Unternehmen, teils über die langjährigen Marktführer handelt.

Die Produzentenallianz befürwortet grundsätzlich das von ARD und ZDF zu realisierende Jugendangebot. Sie teilt die Einschätzung, dass es für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk mittel- und langfristig von erheblicher Bedeutung sein wird, auch jüngere Zuschauer bzw. Nutzer an das Angebot von ARD und ZDF heranzuführen.

1. Mit der weit gespannten Zielgruppe der 14 bis 29 Jährigen wird es allerdings eine besondere Herausforderung darstellen, tatsächlich für die ganze Breite dieser Zielgruppe attraktive Programme und sonstige Angebote kohärent bereit zu stellen. Hier sehen wir eine besondere Aufgabe darin, die jungen Zuschauer, die aus dem Angebot, das ihnen zunächst der KiKA macht, herauswachsen, sich dann auch in dem neuen „Jugendangebot“ wiederfinden und dort auch altersgerechte Angebote vorfinden.

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

Kronenstraße 3, 10117 Berlin
 Briener Straße 26, 80333 München

Info@produzentenallianz.de
 www.produzentenallianz.de

Vorsitzender des Gesamtvorstands:
 Alexander Thies

Stellvertretende Vorsitzende:
 Uli Aselmann, Dagmar Biller, Jan Bonath,
 Georg Hirschberg, Martin Wolff

Vorsitzender der Geschäftsführung:
 Dr. Christoph E. Palmer

Bankverbindung:

Donner & Reuschel AG
 IBAN: DE 52 2003 0300 0118 2432 00
 BIC: CHDBDE33XXX

Steuer-Nummer: 127/620/58820

Amtsgericht Charlottenburg
 VR 27800 B

Gleichzeitig sei bereits jetzt davor gewarnt, das Vorhandensein eines besonderen Jugendangebots von ARD und ZDF zum Anlass zu nehmen, entsprechende an die Jugend gerichtete Angebote aus dem Gemeinschaftsprogramm der ARD und aus dem Hauptprogramm des ZDF in dieses Jugendangebot zu verlagern. Diese Entwicklung hat nach unserer Beobachtung im Bereich des Kinderprogramms bereits teilweise stattgefunden, in dem entsprechende Sendungen aus den Hauptprogrammen von ARD und ZDF in den KiKA verlagert wurden. Dies stellt jedoch nach unserer Überzeugung eine Entwicklung dar, die die Erfüllung des Grundversorgungsauftrags, der gerade auch durch die Hauptprogramme gewährleistet wird, gefährden kann.

2. Bei der Darstellung der Inhalte des Jugendangebots (Ziff. 2.2.1 des Konzepts) vermissen wir die besondere Einbeziehung auch der Animationsprogramme. Gerade diese stellen in den internet-affinen jungen Bevölkerungsschichten eine besonders attraktive Programmform dar, wie sich etwa an dem großen Erfolg von Graphic Novels zeigt.

Wir regen deshalb an, auf Seite 7 des Konzepts in dem Absatz vor dem Tortendiagramm wie folgt zu ergänzen:

„... – das schließt explizit interaktive Formen und Games sowie Animationsformate in allen technischen Ausprägungen mit ein“.

Auf Seite 8 des Konzepts sollte gerade im Hinblick auf die Zielgruppe des Jugendangebots im dritten Absatz, der sich auf den Bereich der Fiktion bezieht, in Zeile 4 ausdrücklich ergänzt werden:

„Als fiktionalen Programme sind dabei auch Programme anzusehen, die in den unterschiedlichsten Techniken animiert hergestellt werden, z.B. als Flash, 2D, 3D oder auch als Graphic Novel“.

Ebenfalls auf Seite 8 des Konzeptes sollte in dem Kapitel zu Comedy-Satire ergänzt werden, dass auch hier auch animierte Programme oder Programmsequenzen in Umsetzung von Comedy-Satire Formaten ihren Platz finden sollen.

3. Die Produzentenallianz begrüßt es, dass in dem Jugendangebot auch interessante „Spielfilme, Fernsehfilme und andere Formate“ zum Einsatz kommen sollen. Wenn es dabei auf Seite 9 des Konzeptes heißt, dass das Jugendangebot „daher in der Lage sein [muss], derartige Produktionen nicht nur selbst zu produzieren, sondern als Fremdproduktionen auch ankaufen zu können“, so sind wir überzeugt, dass Letzteres nicht nur im Einzelfall möglich, sondern vielmehr der Regelfall sein sollte. Denn gerade die Kreativität des Marktes und die Vielfältigkeit der Konzepte, die von unterschiedlichen Produktionsunternehmen entwickelt werden können, bieten im besonderen Maße die Gewähr dafür, dass der in dem Konzept des Jugendangebots immer wieder betonte innovative Charakter dieses Angebots auch Wirklichkeit werden kann.

4. Wie schon beim Kinderprogramm des KiKA ist allerdings davor zu warnen, dass wegen der Knappheit der Mittel Fremdproduktionen irgendwo billig im Ausland erworben werden, nur um Programmplätze zu füllen. Das hätte zur Folge, dass gerade in den wichtigen Jahren der Prägung, in der sich die jüngere Zielgruppe des Jugendangebots und insbesondere die 14 bis 18 Jährigen befinden, eine Prägung mit deutschen und europäischen kulturellen Werten nicht stattfindet. Langfristig wäre dies gegenüber der Zielsetzung des Jugendangebots, diesen jungen Erwachsenen ein Angebot zu machen, das sie künftig auch als Zuschauer der von ARD und ZDF veranstalteten Hauptprogramme gewinnen möchte, kontraproduktiv.

Wir schlagen deshalb vor, auf Seite 9 im vorletzten Absatz die Formulierung wie folgt zu ergänzen:

„Die Beispiele zeigen, dass interessante, hochwertige Serien im Markt vorhanden sind. Gleiches gilt für Spielfilme, Fernsehfilme und andere Formate. Das Jugendangebot muss daher in der Lage sein, derartige Produktionen nicht nur selbst zu produzieren, sondern sie auch als Auftragsproduktionen an externe Produzenten vergeben oder als Fremdproduktionen ankaufen zu können. Dabei ist durch die Vergabe von Aufträgen an deutsche und europäische Produzenten und den Erwerb von Rechten an deutschen und europäischen Werken der Vermittlung kultureller Werte und Identitäten, für die das primäre Versorgungsgebiet des Jugendangebots kennzeichnend sind, besonderer Raum zu geben. Es müssen – nach Maßgabe der Verfügbarkeit und der Erwerbbarkeit der erforderlichen Rechte – ...“.

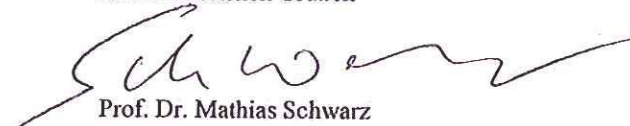
5. Das Gesamtbudget des Jugendangebots soll bis zum Ende der Gebührenperiode 2017 bis 2020 bei jährlich maximal EUR 45 Mio. liegen. Nimmt man die Aussagen des Konzeptes des Jugendangebots zu dem geplanten Angebot ernst, so erscheint die Gefahr, dass das Jahresbudget von maximal EUR 45 Mio. zu knapp bemessen sein könnte, groß. Wir regen deshalb an, dass spätestens nach Ablauf von zwei Jahren nach Start des Jugendangebots eine Evaluierung erfolgen sollte, die auch die ausreichende Finanzausstattung mit in den Blick nimmt.

6. Zum Entwurf des § 11 g des Rundfunkstaatsvertrages (neu) haben wir folgende Anmerkungen:

Nach Abs. 4 ist vorgesehen, dass die Verweildauer der Inhalt des Jugendangebots so zu bemessen ist, dass sie die Lebenswirklichkeit und die Interessen junger Menschen abbilden und die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der jeweils zur Zielgruppe gehörenden Generationen erfüllen. Hierzu ist darauf hinzuweisen, dass sich die hierdurch intendierte Verlängerung der Verweildauern nur rechtfertigen lässt, wenn die Urheber und Leistungsschutzberechtigten sowie die Hersteller der entsprechenden Programme für diese erweiterte Rechtenutzung auch eine angemessene Vergütung erhalten.

In dem in Abs. 6 vorgesehenen, von ARD und ZDF zu veröffentlichenden Bericht sollte als lit. e) Aussagen dazu aufgenommen werden, in welchem prozentuellen Umfang das Jugendangebot in Deutschland bzw. in Europa hergestellte Programme beinhaltet und in welchem Umfang und mit welchen Kostenanteilen jeweils Eigenproduktionen, Auftragsproduktionen und Kaufproduktionen in dem Angebot enthalten.

Mit freundlichen Grüßen


Prof. Dr. Mathias Schwarz
Dir. für Internat., Service & Recht II
Leiter Sektionen Kino und Animation