



ALLIANZ DEUTSCHER PRODUZENTEN – FILM & FERNSEHEN e.V.
GERMAN PRODUCERS ALLIANCE

PRODUZENTENALLIANZ · Kronenstraße 3 · 10117 Berlin

An die
Staatskanzlei und das Ministerium für Kultur
des Landes Sachsen-Anhalt

Per E-Mail an:
stellungnahme.telemedienauftrag@stk.sachsen-anhalt.de

Alexander Thies
Vorsitzender des Gesamtvorstands

c/o neue film produktion GmbH
Kurfürstendamm 62
10707 Berlin

Tel: +49 (0)30 329 09-113
Fax: +49 (0)30 329 09-119

alexander.thies@produzentenallianz.de

Dr. Christoph E. Palmer
Vorsitzender der Geschäftsführung

Kronenstraße 3
10117 Berlin

Tel: +49 (0)30 206 70 88-0
Fax: +49 (0)30 206 70 88-44

christoph.palmer@produzentenallianz.de

Berlin, den 07.07.2017

Betr.: Online-Konsultation zur Erweiterung des Telemedienauftrags der öffentlich-rechtlichen Fernsehveranstalter

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Rahmen der Online-Konsultation zum „Telemedienauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks“ nehmen wir zum Vorschlag der Rundfunkreferent(inn)en wie folgt Stellung:

Die Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen e.V. („Produzentenallianz“) vertritt über 240 Produktionsunternehmen. Sie repräsentiert dabei mehr als vier Fünftel des Branchenumsatzes und ist damit mit Abstand der größte Verband, der Produktionsunternehmen audiovisueller Werke in Deutschland vertritt. Die geplante Erweiterung des Telemedienauftrags erfüllt die deutschen Film- und Fernsehproduzenten mit großer Sorge, denn sie greift in ein seit Jahrzehnten praktiziertes und funktionierendes Geschäftsmodell ein. Der Referentenentwurf berücksichtigt aus unserer Sicht ausschließlich die Interessen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter und in keinem einzigen Punkt die für ein vielfältiges und hochwertiges Angebot im Rundfunk und in anderen audiovisuellen Medien ebenso wichtige deutsche Produktionslandschaft. Im Einzelnen:

**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:

Commerzbank AG
IBAN: DE10 7004 0041 0214 0796 00
BIC: COBADEFFXXX

Steuer-Nummer: 127/620/58820

Amtsgericht Charlottenburg
VR 27800 B

I. Relevante Änderungsvorschläge im Referentenentwurf

Zusammengefasst sind folgende der geplanten Änderungen für die Produktionswirtschaft relevant:

1. Verweildauern

Der Referentenentwurf sieht vor, die 7-Tage-Frist in § 11d Abs. 2 Nr. 1 RStV zu streichen. Stattdessen sollen die künftigen Verweildauern nur noch in Telemedienkonzepten geregelt werden. Diese müssen zwar differenzierte Befristungen für die Verweildauern vorsehen und sich im Rahmen der anschließenden 3-Stufen-Tests mit den sog. „marktlichen Auswirkungen“ (vgl. § 11f Abs. 3 Satz 1 RStV) beschäftigen. Die Vergangenheit hat jedoch gezeigt, dass weder die Anstalten selbst, noch die von ihnen beauftragten Marktgutachter noch die Aufsichtsgremien den Auswirkungen auf den Produktionsmarkt als vorgelagertem Markt irgendeine Aufmerksamkeit geschenkt haben und dass die Telemedienkonzepte in aller Regel ohne irgendeine Änderung „durchgewinkt“ wurden.

Dazu kommt, dass nach der geplanten Neuregelung nur noch „wesentliche Änderungen“ der bisher schon verabschiedeten Telemedienkonzepte einen erneuten 3-Stufen-Test erfordern. Angesichts der bisherigen Aufsichtspraxis wird dies im Ergebnis dazu führen, dass die Rundfunkanstalten selbst entscheiden, wann die Grenze zur Wesentlichkeit überschritten ist.

Eine noch größere Verbreitung von in den Mediatheken eingestellten Inhalten wird dadurch ermöglicht, dass die Inhalte in Zukunft auch auf Drittplattformen (wie z.B.) Youtube unentgeltlich angeboten werden dürfen (§ 11d Abs. 4 Satz 2 des Referentenentwurfs). Dazu kommen ggf. weitere marktbeeinflussende Regelungen zugunsten der öffentlich-rechtlichen Sender, die Kooperationen mit Dritten (z.B. Plattformen) künftig vereinfachen.

Zusammengenommen vertieft die geplante Neuregelung ein ohnehin schon gravierendes Problem, in dem sie die - eine wirtschaftliche Auswertung audiovisueller Inhalte verhindernde - unentgeltliche Auswertung in öffentlich-rechtlichen Mediatheken und auf anderen Plattformen noch einmal deutlich erweitert.

2. Verbot für fiktionale Kaufproduktionen

Gemäß § 11d Abs. 5 Satz 2 RStV dürfen öffentlich-rechtliche Veranstalter angekaufte Spielfilme und TV-Serien, die keine Auftragsproduktionen sind, nicht auf Abruf anbieten. Dieses Totalverbot für fiktionale Kaufproduktionen soll nach den Vorstellungen des Referentenentwurfs, der wiederum auf einen Vorschlag von ARD und ZDF zurück geht, für europäische Produktionen auf 30 Tage nach jeder Ausstrahlung (in jedem öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramm) gelockert werden.

Die amtliche Begründung nannte bei Einführung des § 11d Abs. 5 Satz 2 RStV zwei Gründe für das derzeit noch geltende Verbot:

Zum einen sollen – als allgemeine Folge des Beihilfe-Kompromisses mit der EU-Kommission – öffentlich-rechtliche Angebote nicht in Konkurrenz zu kommerziellen Video-on-Demand-Angeboten treten. Zum anderen sollte vermieden werden, dass bei den Rundfunkanstalten hohe Rechtekosten für den Erwerb von Mediatheken-Rechten entstehen. Hintergrund war, dass Mediatheken-Rechte im internationalen Lizenzhandel übli-

cherweise gesondert abgegolten werden, zumindest wenn sie über ein sog. „catch-up“ (ca. 1-3 Tage) hinausgehen.

Beide Zielsetzungen sind nach wie vor von wesentlicher Bedeutung. Denn sie erlauben es, das Interesse der öffentlich-rechtlichen Sender nach erweiterter non-linearer Präsenz und mit den Notwendigkeiten funktionierender Medienmärkte zu verbinden. Nur durch diesen Interessenausgleich konnte die gesetzliche Regelung dem Beihilfekompromiss gerecht werden.

II. Ziele der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter

Landesrundfunkanstalten und ZDF verfolgen das Ziel, ihre Mediatheken-Angebote zu einem vollwertigen Komplettangebot neben ihren linearen Sendungen auszubauen. Zu diesem Zweck wurde das Angebot in der Menge erweitert, die Verweildauern bereits in den letzten Jahren verlängert und die Nutzerfreundlichkeit deutlich verbessert.

Das Angebot soll sich nach ihrer Vorstellung nicht nur an die Einwohner der Bundesrepublik Deutschland richten, sondern die Zuschauer zumindest europaweit erreichen. Das in anderen Staaten allgemein - auch von öffentlich-rechtlichen Sendern - akzeptierte Geoblocking wird von deutschen Rundfunkanstalten aus prinzipiellen Gründen abgelehnt. Sehr weit geht dabei auch der Sender ARTE, der einen, wenn auch kleinen Teil seiner Programme nicht nur in deutscher und französischer, sondern auch noch in englischer, italienischer und spanischer Sprache anbieten möchte. Damit fällt auch noch die (insofern marktregulierende) Sprachbarriere weg.

Um ihr Vorhaben des europaweiten unentgeltlichen Angebots von Inhalten zu erleichtern, bemühen sich die ARD und ZDF auf europäischer Ebene, die territoriale Auswertung von Film- und Fernsehproduktionen einzuschränken, indem sie für sendungsbegleitende Mediathekenangebote das Ursprungslandprinzip einführen wollen. Dies ist allerdings auf massiven Widerstand der gesamten europäischen Content-Industrie gestoßen¹. Dieser Kritik hat sich inzwischen auch fraktionsübergreifend ein großer Teil des Europäischen Parlaments angeschlossen und entsprechende Änderungsanträge formuliert. Aber auch wenn das Vorhaben nicht gelingen sollte, beweist es doch, dass die Rundfunkanstalten bereit waren, ihre Ziele vollständig ohne Rücksicht auf wirtschaftliche Auswirkungen in den audiovisuellen Medienmärkten Europas durchzusetzen.

Diese Politik des massiven Ausbaus des Mediathekenangebots ohne Rücksicht auf wirtschaftliche Folgewirkungen auf die vor- und nachgelagerten Medienmärkte zeigt sich auch in der Vertragspraxis:

- Wie wir aus Stichproben wissen, nutzen die Anstalten derzeit die gesamte ihnen zur Verfügung stehende Verweildauer eines Inhalts in der Regel maximal aus.
- Aus der Vertragspraxis ist bekannt, dass die Sender auch bei teilfinanzierten Produktionen keine abweichenden Vereinbarungen zugestehen, sondern immer häufiger auf Verweildauern entsprechend ihres aktuellen Telemedienkonzepts bestehen. Ihre Haltung hat sich in den letzten Monaten verfestigt.

¹ Siehe hierzu auch folgende Artikel: Seewald, Jörg (FAZ, 01.06.2017): *Die EU zerstört Europas Filmwirtschaft*, [Link: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/angriff-auf-die-kreativen-die-eu-zerstoert-europas-filmwirtschaft-15041281.html>, Stand: 07.07.2017]; Seewald, Jörg (FAZ, 07.06.2017): *Wer eine Lizenz kauft, kriegt 27 gratis dazu* [Link: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/eu-plan-zur-online-rechteverwertung-von-filmen-15049408.html>, Stand: 07.07.2017]; Rodek, Hanns-Georg (WELT, 16.06.2017): *Filme sind keine Schrauben*, [Link: https://www.welt.de/print/die_welt/kultur/article165595515/Filme-sind-keine-Schrauben.html, Stand: 07.07.2017]; Seewald, Jörg (FAZ, 20.06.2017): *Dann gibt es uns nicht mehr*, [Link: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/eu-gefahrdet-europas-filmproduzenten-15067890.html>, Stand: 07.07.2017].

Es besteht deshalb keinerlei Grund zu der Annahme, dass sich ein Interessenausgleich auf vertraglich-freiwilliger Basis einstellt.

III. Wirtschaftliche Folgen

1. Verringerung kommerzieller Auswertungschancen

Es bedarf wenig Phantasie sich vorzustellen, dass ein unentgeltliches Angebot grundsätzlich geeignet ist, Nutzer von parallelen entgeltlichen Angeboten abzuziehen. Kann man beispielsweise eine Produktion wie „Charité“ sowohl unentgeltlich in der Mediathek als auch entgeltlich auf iTunes abrufen, wird man sich im Zweifel für die unentgeltliche Rezeption entscheiden.

Diese Vermutung wird nach ersten Erhebungen der Produzentenallianz auch durch Zahlen bestätigt. So sanken in den letzten zwei Jahren die Erlöse bei hochwertigen Fernsehserien und Mehrteilern („High Ende Drama“) bei paralleler Mediathekennutzung um mehr als ein Drittel. Die Verringerung dürfte sogar noch stärker ausfallen, wären die hier relevanten Angebote nicht häufig Subscription-Angebote, deren Nutzer eher auf ihrer Plattform bleiben, weil die gestreamte Produktion vom Abo umfasst ist und damit bei Abrufen der Produktion für den Abonnenten keine Zusatzkosten entstehen. Aber auch bei Subscription-Angeboten wie Netflix, sind die Auswirkungen insoweit spürbar, als derartige Anbieter am Erwerb von Produktionen, die parallel auf einer unentgeltlichen Plattform laufen, deutlich weniger interessiert sind, weil diese anderweitig angebotenen Inhalte dann kein Motiv mehr sein können, das Abonnement (z.B. für Netflix) zu erwerben. Schon bei Verweildauern von mehr als 30 Tagen werden Pre-Sale-Verträge i.d.R. nicht mehr akzeptiert bzw. deutliche Preisminderungen seitens der Vertriebe in Ansatz gebracht. Da sowohl die Mediatheken-Angebote von ARD und ZDF in den letzten Jahren ihre Angebote nach Verweildauer, Attraktivität, Zugänglichkeit etc. verbessert haben, dürften die Umsatzeinbrüche eher noch steigen.

Die beschriebenen Umsatzeinbrüche spiegeln sich wieder in den Lizenzzahlungen und finanziellen Minimumgarantien (= Vorschüsse auf zu erwartende Erlöse) der Home Entertainment- bzw. Plattformanbieter. Denn ein Anbieter wie Maxdome wird für einen audiovisuellen Inhalt, der parallel in der Mediathek angeboten wird, deutlich weniger zu zahlen bereit sein als bei einem exklusiv auf seiner Plattform vermarkteten Inhalt. Eine Umfrage der Produzentenallianz bei ihren Mitgliedsunternehmen hat ergeben, dass die Lizenzerlöse je nach Genre und Verweildauer um bis zu 80% sinken, wenn und solange die Produktion unentgeltlich angeboten wird. Bei Verweildauern von mehr als einem Monat sind die Lizenznehmer oft gar mehr bereit, überhaupt noch eine Minimumgarantie zu zahlen.

2. Refinanzierbarkeit als Grundlage der Vielfalt audiovisueller Inhalte

Die Herstellungskosten können bei einer Auftragsproduktion entweder vollständig oder nur zum Teil vom Sender getragen werden. Im ersten Fall spricht man von vollfinanzierten, im zweiten von teilfinanzierten Produktionen. Bei teilfinanzierten Produktionen trägt das Produktionsunternehmen selbst einen Teil der Programminvestition. Diese Investition wird refinanziert, in dem die Produktion entgeltlich ausgewertet wird. Eine besonders wichtige Rolle spielt dabei die Auswertung im Home Entertainment. Zu diesem Markt gehören sowohl die Auswertung eines Programms auf DVD/Blu-ray, als auch auf entgeltlichen Plattformen, seien sie linear (Pay-TV) oder non-linear (VoD).

Bei Koproduktionen ist der Sender ebenfalls nur zum Teil an der Finanzierung beteiligt. Bei einer Kino-Koproduktion können etwa auch ein Filmverleih, ein Home-Entertainmentanbieter oder ein Weltvertrieb zur Finanzierung beitragen.

Sowohl bei Koproduktionen als auch bei teilfinanzierten Auftragsproduktionen sinkt die Bereitschaft der Finanzierungspartner, in das Programm nennenswert zu investieren, wenn die kommerziellen Auswertungschancen geringer werden in entsprechendem Umfang. Bleiben diese Investitionen aus oder verringern sie sich drastisch, dann können die derzeitigen Herstellungskosten insbesondere von hochwertigen fiktionalen und dokumentarischen Formaten nicht mehr finanziert werden. Es droht eine erhebliche Verarmung der audiovisuellen Vielfalt in Deutschland.

Denn obwohl Koproduktionen und teilfinanzierte Produktionen - je nach Genre - nur bis zu 14% des gesamten Herstellungsvolumens der unter Beteiligung von TV-Sendern hergestellten audiovisuellen deutschen Produktionen ausmachen, sind es doch gerade die teuren, hochwertigen Programme, die dazu gehören.

Betrachtet man beispielsweise die Serien, die allein in den letzten vier Jahren (2013-2016) die prestigeträchtigsten Preise gewonnen oder für sie nominiert oder internationale Aushängeschilder des deutschen Filmschaffens sind, so sind fast die Hälfte teilfinanziert bzw. koproduziert gewesen. Zur Illustration einige Beispiele:

Unser Mütter- unsere Väter, Weißensee, Charité, Der Tatortreiniger, Die Pfeiler der Macht, Das Adlon, Die Dasslers, Mitten in Deutschland - NSU, Tannbach - Schicksal eines Dorfes, Der Turm, Zeit der Helden, Aufschneider und viele weitere mehr.

Aus Sicht der deutschen Produktionswirtschaft besteht ein sehr großes gesellschaftliches Interesse, dass hochwertige und vielfältige TV-Programme ebenso wie Kinofilmproduktionen weiterhin hergestellt werden können. Angesichts der drohenden und zum Teil jetzt schon eingetretenen wirtschaftlichen Folgen des kontinuierlichen Ausbaus der öffentlich-rechtlichen Mediatheken besteht die Sorge einer deutlichen Verarmung des Programmangebots, wenn der Gesetzgeber nicht versucht, hier einen Interessenausgleich zu erreichen.

III. Lösungsansätze

1. Einzelvertragliche Ansätze

Wie oben bereits beschrieben, sind die Anstalten immer weniger bereit, den Produktionsunternehmen die Refinanzierungschancen zu belassen. Sie verkennen dabei zwar nicht die wirtschaftlichen Notwendigkeiten. Ihnen ist wohl bewusst, dass immer längere Verweildauern in den Mediatheken die kommerzielle Auswertung immer schwieriger machen und sie verstehen, dass ein europa- oder gar weltweit zugängliches Online-Angebot (teilweise sogar in mehreren Sprachfassungen) ohne Geolocation, die den Zugang von außerhalb Deutschlands beschränken würde, es praktisch unmöglich macht, ein Programm noch weltweit zu vertreiben. Sie fühlen sich jedoch durch die Vorgaben der Telemedienkonzepte und entsprechende Beschlüsse ihrer Gremien gezwungen, in den Vertragsverhandlungen auf maximalen Verweildauern zu bestehen.

2. Regelungen in kollektiven Abkommen bzw. in Selbstverpflichtungen

a) Regelung zu Verweildauern

Es gibt keine Regelungen zu Verweildauern von Auftragsproduktionen - weder in den ARD-Eckpunkten 2.0, noch in den ZDF-Rahmenbedingungen. Anders als z.B. die BBC waren die deutschen öffentlich-rechtlichen TV-Veranstalter nicht bereit, kollektiv-vertragliche Beschränkungen der Verweildauern zu akzeptieren.

Lediglich im Bereich „Kinofilm“ haben sich die Anstalten zu einer vertraglichen Begrenzung der Verweildauern in Mediatheken bewegen lassen. Diese ist allerdings nicht ausreichend und das Abkommen wurde deshalb von der Produzentenseite zu Ende 2016 gekündigt. Zumindest ist positiv festzuhalten, dass seitens der Sender wenigstens eine grundsätzliche Bereitschaft besteht, bei Kino-Koproduktionen über Verweildauern zu verhandeln.

b) Regelung zu Vergütungen

aa) Beteiligungsvergütung

Die ARD-Eckpunkte 2.0 und die ZDF-Rahmenbedingungen versprechen u.a. eine Erlösbeteiligung von 16 % an sämtlichen Bruttoerlösen abzüglich Synchronisationskosten. Dies gilt auch für die Auswertung auf VoD. Bei der VoD-Auswertung handelt es sich ausschließlich um die kommerzielle VoD-Auswertung, d.h., wenn die ARD-Landesrundfunkanstalt oder das ZDF eine Produktion an Netflix oder Amazon Prime verkauft, wird der Produzent an den Bruttoerlösen dieser Transaktion beteiligt.

Solange aber die Produktion unentgeltlich in der Mediathek angeboten wird, wird sie nicht an VoD-Anbieter lizenziert, so dass die Erlösbeteiligung für diese Zeitperiode ins Leere geht. An der Mediathekennutzung kann der Produzent nicht beteiligt werden, weil die unentgeltliche Nutzung natürlich keine Einnahmen generiert.

bb) Gewinnaufschlag

Die Mediathekennutzung stellt bei der ARD auch keine Kalkulationsposition dar. Die Landesrundfunkanstalten gehen davon aus, dass – unbeschadet der urheberrechtlichen Fragestellung – mit dem Senderecht auch das Mediathekenrecht mit erworben und mit abgegolten werden muss.

In den ZDF-Rahmenbedingungen ist hingegen ein sog. Gewinnaufschlag für vollfinanzierte Produktionen vereinbart. Die entsprechende Regelung in Ziff. 6 der Rahmenbedingungen lautet wie folgt:

„Bei der Nutzung einer Produktion in den eigenen oder mitveranstalteten Telemedienangeboten des ZDF, die einen ununterbrochenen Zeitraum von 30 Tagen überschreitet, wird der Gewinnaufschlag des jeweiligen Produktionsvertrages einmalig um bis zu 1 % erhöht. Der Gewinnaufschlag wird auf ein Produktionsvertragsvolumen von bis zu 1,5 Mio. Euro Nettofertigungskosten zuzügl. HU berechnet (Kappungsgrenze). Die Höhe dieser Vergütung wird individualvertraglich vereinbart und soll potentielle temporäre Einschränkungen bei der Vermarktung der Produktionen abgelten. Der Aufschlag kann auch mit Vertragsunterzeichnung vereinbart werden.“

Die Kappungsgrenze führt dazu, dass der Gewinnaufschlag von bis zu 1% der Herstellungskosten maximal 15.000,00 Euro beträgt. Dadurch fällt der Gewinnaufschlag bei Produktionen (z.B. bei Serien), die ein Vielfaches von 1,5 Mio. € kosten, im Verhältnis zu den Herstellungskosten deutlich geringer aus.

Der Gewinnaufschlag gilt nur für Produktionen, bei denen das ZDF die Herstellungskosten vollständig trägt. Ein marktgerechter Gewinnaufschlag bei teilfinanzierten Produktionen hätte auch nicht sinnvoll definiert werden können, weil die Investitionen der Produktionsunternehmen, die zum Teil bis zu 30% der Herstellungskosten ausmachen, auch nicht ansatzweise durch einen Aufschlag von (gekappten) 1% der Herstellungskosten ausgeglichen werden könnten.

3. Mögliche gesetzliche Regelungen

a) Beibehaltung des Verbots für fiktionale Kaufproduktionen

Das derzeitige Verbot in § 11d Abs. 5 Satz 2 RStV, „angekaufte Spielfilme und angekaufte Folgen von Fernsehproduktionen, die keine Auftragsproduktionen“ auf Abruf (unentgeltlich) anzubieten, sollte bestehen bleiben. Die in § 11d Abs. 5 Nr. 2 des Referentenentwurfs vorgesehene Ausnahme für europäische Produktionen für 30 Tage nach jeder Ausstrahlung sollte wieder gestrichen werden.

b) Erweiterung des Verbots

Es sollte klargestellt werden, dass sich das Verbot auch auf teilfinanzierte und Ko-Produktionen bezieht. Einzufügen in § 11d Abs. 5 Nr. 2 wäre deshalb ein weiterer Satz „Eine von der Landesrundfunkanstalt oder dem ZDF nur zum Teil finanzierte Produktion gilt als Kaufproduktion.“

Flexibler wäre möglicherweise eine Lösung, die den Grad der Teilfinanzierung und damit das Ausmaß der Refinanzierungsbedürfnisse der weiteren Programminvestoren graduell berücksichtigt. Da der Rundfunkgesetzgeber jedoch überfordert wäre, eine derartig differenzierte Regelung zu Verweildauern in Abhängigkeit vom Grad der Teilfinanzierung einer Produktion gesetzlich festzulegen, könnte der Gesetzgeber dies auch kollektiven Vereinbarungen überlassen.

Das Gleiche gilt für die hier vorgeschlagene Erweiterung um teilfinanzierte Dokumentationen. Auch hier stellt sich das gleiche Problem für die Refinanzierung wie bei fiktionalen Formaten, wenn es um längere Formate (ab 30 min) geht. Gleichzeitig wäre auch hier eine differenzierte Regelung nur im Rahmen eines entsprechenden Abkommens zu erreichen.

c) Gesetzgebungsvorschlag

§ 11d Abs. 5 Nr. 2 RStV könnte wie folgt formuliert werden:

Nicht zulässig in Telemedienangeboten ist das Angebot auf Abruf von Produktionen, an deren Finanzierung die Landesrundfunkanstalt oder das ZDF nicht oder nur zum Teil beteiligt sind. Von diesem Verbot kann für teilfinanzierte Produktionen nur im Rahmen von Abkommen abgewichen werden, die mit repräsentativen Vereinigungen von Filmherstellern abgeschlossen werden.

Mit diesem Vorschlag würde man sowohl die Sorge der Rundfunkreferenten entkräften, eine gesetzliche Regelung müsse sachnotwendig zu komplex werden und gleichzeitig der Zuversicht der Sendeanstalten Rechnung tragen, alle Punkte auf dem Verhandlungswege lösen zu können.

d) Begründung

Kaufproduktionen, Koproduktionen und teilfinanzierte Auftragsproduktionen haben gemeinsam, dass sie nicht vom *Total Buy-Out-Prinzip* beherrscht werden. D.h., nur ein Teil der Nutzungsrechte an einer Produktion wird vom Sender ausgewertet. Um dem Produzenten zu ermöglichen, die bei ihm verbliebenen Rechte auch effektiv

auszuwerten, muss die Verweildauer so gering wie möglich sein. Bei diesen Produktionen gibt es einen wachsenden nationalen und internationalen Markt für On-Demand-Rechte. Dieser Markt soll nach Sinn und Zweck der Beihilfe-Entscheidung der EU-Kommission nicht durch die beitragsbedingt große Nachfragemacht der Rundfunkanstalten verzerrt werden.

e) Weitere Ansätze für den Rundfunkgesetzgeber

Daneben könnten die Länder die Erwartung an die Rundfunkanstalten formulieren, dass die von den Erweiterungen von Verweildauern in den Mediatheken ausgehenden finanziellen Verluste der Produzenten in ausreichender Form finanziell ausgeglichen werden. Dies könnte entweder (a) als *zusätzlicher Bestandteil der 3-Stufen-Tests* eingeführt oder (b) in Form einer *Protokollerklärung* bekräftigt werden.

§11f Abs. 1 Satz 2 des Referentenentwurfs könnte insoweit wie folgt (Passage unterstrichen) ergänzt werden. „Unter Berücksichtigung der marktlichen Auswirkungen auf vor- und nachgelagerte Märkte sind angebotsabhängige differenzierte Befristungen für die Verweildauern vorzunehmen (...)“

Eine Protokollerklärung könnte wie folgt lauten und würde sich in der Praxis im Kern auf vollfinanzierte Produktionen beziehen, bei denen der § 11d Abs. 5 Nr. 2 des Referentenentwurfs nicht greifen würde:

Die Länder unterstützen auch weiterhin den konstruktiven Verhandlungsprozess zwischen dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk und den Film- und Fernsehproduktionsunternehmen sowie den Urhebern und Urheberinnen und Leistungsschutzberechtigten in Richtung ausgewogener Vertragsbedingungen. Im Rahmen der Neubestimmung des Telemedienauftrags mit diesem 21. Rundfunkänderungsstaatsvertrag erwarten die Länder von ARD und ZDF, dass die aus der unentgeltlichen Nutzung von Film- und Fernsehproduktionen in den Mediatheken resultierenden wirtschaftlichen Nachteile entweder durch entsprechend kürzere Verweildauern vermieden oder finanziell angemessen ausgeglichen werden, z.B. durch einen Gewinnaufschlag. Dabei gehen die Länder davon aus, dass zwischen teil- und vollfinanzierten Produktionen zu unterscheiden sein wird, da die wirtschaftlichen Nachteile bei Letzteren in der Regel deutlich größer sein werden. Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und das ZDF können die marktgerechte Höhe und Ausgestaltung des finanziellen Ausgleichs in Selbstverpflichtungen regeln, über deren Einhaltung die zuständigen Gremien regelmäßig informiert werden.

Wir würden uns freuen, wenn diese Vorschläge Berücksichtigung finden könnten und stehen für weitere Erläuterungen jederzeit gerne zur Verfügung.

Mit besten Grüßen



Alexander Thies
Vorsitzender des Gesamtvorstands



Dr. Christoph E. Palmer
Vorsitzender der Geschäftsführung