

FILMFÖRDERUNGSANSTALT

- Bundesanstalt des öffentlichen Rechts -

Richtlinie für die Vergabe von Medialeistungen

Die Filmförderungsanstalt gewährt Förderung in Form von Werbezeiten für Kinofilme (Medialeistungen) nach § 136 des Filmförderungsgesetzes (FFG). Dabei handelt es sich um transparente Beihilfen i.S.v. Art. 5 Abs. 1 AGVO. Grundlage der Förderung ist Art. 54 der Allgemeinen Gruppenfreistellungsverordnung (EU) Nr. 651/2014 vom 17. Juni 2014 (EU-Abl. L 187/1 vom 26. Juni 2014) in der Fassung der Verordnung (EU) Nr. 2023/1315 der Kommission vom 23. Juni 2023 (EU-Abl. L 167/1 vom 30. Juni 2023) – nachfolgend AGVO.

§ 1 Medialeistungen der Fernsehveranstalter

(1) Die privaten Fernsehveranstalter stellen gemäß § 136 FFG Medialeistungen in Form von kostenlosen Werbeplätzen im Fernsehen zur Bewerbung deutscher Kinofilme zum Kinostart zur Verfügung. Gemäß dem Abkommen der FFA mit den öffentlich-rechtlichen Fernsehveranstaltern stellen diese ebenfalls Medialeistungen zu diesem Zweck sowie zum Einsatz im Hörfunk bei den einzelnen Landesrundfunkanstalten der ARD zur Verfügung.

(2) Die Medialeistungen können auch zur plattformneutralen Bewerbung der Videoerstveröffentlichung (Bildträger/TVOD/EST) eingesetzt werden. Dies setzt voraus, dass die Fernsehveranstalter ausdrücklich erklären, dass sie ihre Medialeistungen auch für diesen Zweck zur Verfügung stellen. Dabei können sie grundsätzlich höchstens 30 Prozent der Medialeistungen für die Bewerbung der Videoerstveröffentlichung zur Verfügung stellen. Die plattformneutrale Bewerbung setzt voraus, dass keine Hinweise auf einen konkreten Videoabrufdienst, über den der Film zugänglich ist oder sein wird, enthalten sind.

(3) Über die Vergabe der Medialeistungen entscheidet die von der FFA eingesetzte Förderkommission.

(4) Grundsätzlich sollen Medialeistungen nur Filmen gewährt werden, die bundesweit und in der Regel mit 25 Kopien gestartet werden. In begründeten Ausnahmefällen, insbesondere wenn das Marketingkonzept dies rechtfertigt, kann die Förderkommission von diesem Erfordernis absehen. Dies gilt besonders im Hinblick auf Medialeistungen bei öffentlich-rechtlichen Fernsehveranstaltern, sofern verstärkt eine lokale Mediakampagne beabsichtigt wird und sachgerecht erscheint.

(5) Die Medialeistungen der privaten Fernsehveranstalter werden nach folgenden Kategorien vergeben:

- Kategorie A: € 200.000,00
- Kategorie B: € 300.000,00
- Kategorie C: € 400.000,00.

Die interne Aufteilung des bewilligten Mediavolumens auf die einzelnen privaten Fernsehveranstalter wird den Förderempfängern von der FFA mitgeteilt.

(6) Die Medialeistungen der öffentlich-rechtlichen Fernsehveranstalter werden entsprechend den nachfolgenden Kategorien vergeben, wobei die interne Aufteilung auf ARD und ZDF den Förderempfängern von der FFA mitgeteilt wird.

- Kategorie A: € 100.000,00
- Kategorie B: € 200.000,00
- Kategorie C: € 300.000,00.

Die Medialeistungskategorien A und B sind mit denen der privaten Fernsehveranstalter kombinierbar.

Innerhalb der vorgenannten Kategorien kann ein beliebiger Teil der bei der ARD bewilligten Medialeistungen auch für Hörfunkwerbung bei den einzelnen Landesrundfunkanstalten der ARD verwendet werden.

Die Bewilligung von Medialeistungen der öffentlich-rechtlichen Fernsehveranstalter erfolgt unter der Bedingung, dass zum Buchungszeitpunkt noch ausreichend freie Werbezeit für die Buchung der Spots verfügbar ist.

(7) Die Fernsehveranstalter bzw. deren Vermarkter werden sich nach besten Kräften um eine kampagnenaffine Einbuchung der Spots durch entsprechend geschultes Personal bemühen. Die Einbuchung erfolgt mit vollem Schieberecht des jeweiligen Vermarkters in Absprache mit dem Verleih und den beauftragten Mediaagenturen, wobei im Falle der Ausübung des Schieberechts adäquate, kampagnenaffine Ersatzzeiten gewährt werden. Die Vermarkter werden dem jeweiligen Verleih eine entsprechende Buchungsliste übermitteln.

§ 2 Medialeistungen der Anbieter von Videoabrudiensten

(1) Die Anbieter von Videoabrudiensten stellen gemäß § 136 FFG Medialeistungen in Form von kostenloser Werbung zur Bewerbung deutscher Kinofilme zum Kinostart zur Verfügung.

(2) Die Medialeistungen können auch zur plattformneutralen Bewerbung der Videoerstveröffentlichung (Bildträger/TVOD/EST) eingesetzt werden. Dies setzt voraus, dass die Anbieter von Videoabrudiensten ausdrücklich erklären, dass sie ihre Medialeistungen auch für diesen Zweck zur Verfügung stellen. Dabei können sie grundsätzlich höchstens 30 Prozent der Medialeistungen für die Bewerbung der Videoerstauswertung zur Verfügung stellen.

(3) Über die Vergabe der Medialeistungen entscheidet die von der FFA eingesetzte Förderkommission.

(4) Grundsätzlich sollen Medialeistungen nur Filmen gewährt werden, die bundesweit und in der Regel mit 25 Kopien gestartet werden. In begründeten Ausnahmefällen, insbesondere wenn das Marketingkonzept dies rechtfertigt, kann die Förderkommission von diesem Erfordernis absehen.

(5) Medialeistungen können in den folgenden Kategorien bewilligt werden:

Kategorie A: € 100.000

Kategorie B: € 200.000

Kategorie C: € 300.000.

Die interne Aufteilung des bewilligten Mediavolumens auf die einzelnen Anbieter von Videoabrudiensten wird den Förderempfängern von der FFA mitgeteilt.

(6) Die Medialeistungen der Videoabrudienste sind mit denen der Fernsehveranstalter kombinierbar.

(7) Die Anbieter von Videoabrudiensten bzw. deren Vermarkter werden sich nach besten Kräften um eine kampagnenaffine Einbuchung der Spots sowie Schaltung der Werbung durch geschultes Personal bemühen. Die Vermarkter werden dem jeweiligen Verleih eine Buchungsliste übermitteln.

§ 3 Antragsberechtigung

(1) Für alle nach dem FFG förderungsfähigen Kinofilm-Projekte kann der Verleih einen Antrag auf Bewilligung von Medialeistungen nach § 1 und § 2 für die Bewerbung des Kinostarts stellen.

(2) Antragsberechtigt ist der jeweilige Verleih des Films, wenn es sich bei ihm um einen regelmäßig tätigen Verleih im Sinne von § 1 Abs. 2 der Richtlinie D.7 (Richtlinie für die Zuerkennung von Referenzabsatzmitteln für Verleihunternehmen) handelt. Der Antrag kann zusammen mit dem Antrag auf Verleihförderung oder unabhängig davon gestellt werden.

(3) Bei Antragstellung muss der Verleih erklären, ob Medialeistungen für die plattformneutrale Bewerbung der Videoerstveröffentlichung verwendet werden sollen. Bei Zuerkennung von Medialeistungen ist die Verwendung für diesen Zweck auf 30 Prozent begrenzt und kann nur erfolgen, wenn hierfür Mittel zur Verfügung stehen.

(4) Im Falle einer anteiligen Verwendung der Medialeistungen für die Bewerbung der Videoerstveröffentlichung ist der Antrag gegebenenfalls gemeinsam mit dem Unternehmen zu stellen, welches die hierfür erforderlichen Rechte hält.

(5) Im Antrag ist anzugeben, ob der Verleih ein Kleinstunternehmen, kleines oder mittleres Unternehmen (KMU) handelt¹.

(6) Einem Unternehmen, das einer Rückforderungsanordnung aufgrund eines früheren Beschlusses der Kommission zur Feststellung der Unzulässigkeit einer von demselben Mitgliedsstaat gewährten Beihilfe und ihrer Unvereinbarkeit mit dem Binnenmarkt nicht nachgekommen ist, darf keine Förderung nach dieser Richtlinie gewährt werden (Art. 1 Abs. 4 Buchst. a AGVO). Von der Förderung sind Unternehmen in Schwierigkeiten nach Art. 1 Abs. 4 Buchst. c AGVO ausgeschlossen. Unternehmen in Schwierigkeiten sind Unternehmen, auf das mindestens einer der Umstände nach Art. 2 Nr. 18. Buchst. a-e AGVO zutrifft.

(7) Förderungen dürfen nicht gewährt werden, sofern der/die Antragsteller/in von der Förderung nach § 48 FFG ausgeschlossen ist.

(8) Von der Förderung ausgeschlossen sind Unternehmen bzw. Sektoren in den Fällen des Art. 1 Abs. 2, 3 und 5 AGVO.

§ 4 Antragsunterlagen

(1) Dem Antrag auf Medialeistungen für die Bewerbung der Herausbringung des Films im Kino sind folgende Unterlagen beizufügen:

- Name des Unternehmens,
- Erklärung über Art und Höhe der beantragten Förderhilfe,
- Marketingkonzept,
- Ausführliche Beschreibung der geplanten -Kampagne (TV/VOD) mit Angabe des Beginns und des Abschlusses,
- Standort des Vorhabens,
- die Kosten des Vorhabens,
- Art der Beihilfe und Höhe der für das Vorhaben benötigten öffentlichen Finanzierung,
- Kalkulation der Verleihvorkosten sowie Finanzierungsplan,
- Verleihvertrag,
- Anzahl der Startkopien,
- Sichtungslink der Kinofassung-
- Erklärung, dass Sperrfristen gem. § 54 FFG eingehalten werden,

¹ Nach der Definition der Europäischen Kommission (Anhang 1 der Allgemeinen Gruppenfreistellungsverordnung (AGVO) 651/2014) zählt ein Unternehmen zu den KMU, wenn es nicht mehr als 249 Beschäftigte hat und einen Jahresumsatz von höchstens € 50 Millionen erwirtschaftet oder eine Jahresbilanzsumme von maximal € 43 Millionen aufweist. Bei einem Unternehmen, das Teil einer größeren Gruppe ist, müssen je nach Höhe der Beteiligung die Mitarbeiterzahl und der Umsatz bzw. die Bilanzsumme der Gruppe berücksichtigt werden.

- Angaben zu Hersteller/in, Regisseur/in, Autor/in und Schauspielern/innen,
- Angabe der erwarteten Besucherzahlen,
- ca. 15 Sekunden Spot oder eine ausführliche Beschreibung hiervon.

(2) Sollen die Medialeistungen auch für die plattformneutrale Bewerbung der Videoerstveröffentlichung eingesetzt werden, sind dem Antrag zudem folgende Unterlagen beizufügen:

- Gesamtmarketingplan;
- geplantes Datum der Videoerstveröffentlichung
- Kontaktdaten der Ansprechpartner bei dem beteiligten Programmanbieter /Agentur.

(3) Der Antrag soll digital über das von der FFA zur Verfügung gestellte Antragsportal gestellt werden.

(4) Alle Antragsunterlagen werden Eigentum der FFA.

§ 5 Antragsfrist

Der Antrag muss zu den von der FFA festgesetzten Einreichterminen und vor dem offiziellen Kinostart gestellt werden. Der Kinostart darf frühestens zwei Wochen nach dem von der FFA festgesetzten Entscheidungstermin erfolgen.

§ 6 Eigenanteil

(1) Der Eigenanteil muss mindestens 50 Prozent betragen. Für die Berechnung des Eigenanteils werden die Verleihvorkosten zugrunde gelegt. Sofern eine Verwendung der Medialeistungen für die Videoerstveröffentlichung erfolgt, werden die Kosten der Videoerstveröffentlichung ebenfalls einbezogen.

(2) Bei schwierigen Filmen im Sinne von § 11 Abs. 4 kann der Vorstand auf Antrag Ausnahmen von Absatz 1 zulassen. Die nach der AGVO zulässige Beihilfehöchstintensität wird hierbei stets eingehalten.

(3) Der Eigenanteil ist durch Barmittel zu erbringen.

§ 7 Einhaltung der Verleihsbesen- und Provisionshöchstsätze

Für die Verleih- und Vertriebsspesen gelten die Höchstsätze der §§ 26, 27, 28, 29, 30 der Richtlinie D.2.

§ 8 Einsatz einer angemessenen Anzahl von Filmkopien im ländlichen Raum

Um auf eine flächendeckende Versorgung mit qualitätsvollen Filmen hinzuwirken, ist beim Verleih eines Films, der die jeweils geltenden Voraussetzungen der §§ 41 bis 47 FFG erfüllt, eine angemessene Anzahl von Filmkopien in Orten oder räumlich selbstständigen Ortsteilen mit in der Regel bis zu 20.000 Einwohnern einzusetzen. Angemessen ist der Einsatz von 2 bis 5 Prozent der Filmkopien. Die FFA kann Ausnahmen hiervon zulassen.

§ 9 Barrierefreie Fassung

Von der Verpflichtung nach § 46 FFG zur Herstellung und Zugänglichmachung aller Endfassungen des Films in barrierefreier Fassung auf allen Verwertungsstufen im Inland, für welche der Verleih die Auswertungsrechte hat, kann die FFA eine Ausnahme zulassen, wenn die Gesamtwürdigung des Vorhabens dies rechtfertigt.

§ 10 Archivierungspflicht

Der Verleih des geförderten Films ist verpflichtet, der FFA die Einlagerung im Bundesarchiv gemäß § 49 FFG nachzuweisen. Die Kopien werden vom Bundesarchiv für Zwecke der Filmförderung im Sinne des FFG verwahrt. Sie können für filmwissenschaftliche und filmbildnerische Zwecke zur Verfügung gestellt werden.

§ 11 Berechnung von Beihilfeintensität und beihilfefähigen Kosten

(1) Beihilfefähig sind die Kosten des Vertriebs und der Promotion audiovisueller Werke (Art. 54 Abs. 5 Buchst. c AGVO). Für die Berechnung der Beihilfeintensität und der beihilfefähigen Kosten werden die Beträge vor Abzug von Steuern und sonstigen Abgaben herangezogen. Auf die beihilfefähigen Kosten oder Ausgaben erhobene, erstattungsfähige Mehrwertsteuer, wird jedoch bei der Ermittlung der Beihilfeintensität und der beihilfefähigen Kosten nicht berücksichtigt. Die beihilfefähigen Kosten sind durch schriftliche Unterlagen zu belegen, die klar, spezifisch und aktuell sein müssen (Art. 7 Abs. 1 AGVO).

(2) Nach dieser Richtlinie gewährte Förderungen können mit anderen staatlichen Beihilfen kumuliert werden, sofern diese Maßnahmen unterschiedliche bestimmbare beihilfefähige Kosten betreffen, sowie mit anderen staatlichen Beihilfen für dieselben, sich teilweise oder vollständig überschneidenden beihilfefähigen Kosten, sofern dadurch die höchste nach der AGVO für diese Beihilfen geltende Beihilfeintensität beziehungsweise der höchste nach der AGVO für diese Beihilfen geltende Beihilfebetrug nicht überschritten wird (Art. 8 Abs. 2 und 3 AGVO).

(3) Die Beihilfeintensität von Beihilfen für die Produktion audiovisueller Werke darf 50 % der beihilfefähigen Kosten nicht überschreiten (Art. 54 Abs. 6 AGVO). Die Beihilfeintensität von Vertriebsbeihilfen entspricht der Beihilfeintensität von Produktionsbeihilfen (Art. 54 Abs. 8 S.3 AGVO).

(4) Die von öffentlichen Fördereinrichtungen sowie den Länderförderern gewährten Förderhilfen dürfen insgesamt 50 Prozent der beihilfefähigen Kosten nicht übersteigen (Art. 54 Abs. 6 AGVO). Auf Antrag des Verleihs kann der Vorstand bei schwierigen Filmen – bei Vereinbarkeit mit den Regelungen der AGVO – abweichend hiervon eine Förderintensität von bis zu 100 Prozent zulassen (Art. 54 Abs. 7 Buchst. b AGVO i.V.m. dem vom Verleih zu erbringenden Eigenanteil).

Als schwierige Filme gelten

- Kurzfilme;
- Erst- und Zweitfilme von Regisseuren/innen;
- Dokumentarfilme;
- Werke mit geringen Produktionskosten;
- Filme, deren einzige Originalfassung in der Sprache eines Mitgliedstaats mit kleinem Staatsgebiet bzw. Territorien, geringer Bevölkerungszahl oder begrenztem Sprachraum gedreht wurde;
- Sonstige Filme, die nur eine geringe Marktakzeptanz erwarten lassen und deren Chancen auf wirtschaftliche Verwertung daher als begrenzt qualifiziert werden müssen, insbesondere wegen ihres experimentellen Charakters, wenn und sofern sie aufgrund ihres Inhalts, ihrer Machart, ihrer künstlerischen und/oder technischen Gestaltung oder ihres kulturellen Anspruchs in hohem Maße mit Risiken behaftet sind.

(5) Es wird darauf hingewiesen, dass Informationen über jede Einzelbeihilfe von über 100.000 EUR i.d.R. binnen sechs Monaten nach dem Tag der Gewährung der Beihilfe in der Beihilfentransparenzdatenbank der Europäischen Kommission unter <https://webgate.ec.europa.eu/competition/transparency> oder auf einer umfassenden nationalen oder regionalen Beihilfe-Website veröffentlicht werden (Art. 9 AGVO).

§ 12 Mitteilungspflicht

Der/Die Antragsteller/in ist verpflichtet, die FFA über sämtliche den Antrag betreffenden Änderungen zu informieren.

§ 13 Subventionserhebliche Tatsachen

Die nach dieser Richtlinie von den Antragstellenden anzugebenden Tatsachen und vorzulegenden Unterlagen sind subventionserheblich im Sinne von § 264 Strafgesetzbuch.

§ 14 Anwendbarkeit der Richtlinie

Diese Richtlinie tritt mit dem Tag der Genehmigung durch den Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien am 19.01.2026 in Kraft. Ihre Laufzeit ist bis zum Auslaufen der AGVO zuzüglich einer Anpassungsperiode von sechs Monaten, mithin bis zum 30. Juni 2027 befristet. Sollte die zeitliche Anwendung der AGVO ohne die Beihilferegelung betreffende relevante inhaltliche Veränderungen verlängert werden, verlängert sich die Laufzeit dieser Förderrichtlinie entsprechend, aber nicht über den 31. Dezember 2029 hinaus. Sollte die AGVO nicht verlängert und durch eine neue AGVO ersetzt werden, oder sollten relevante inhaltliche Veränderungen der derzeitigen AGVO vorgenommen werden, wird eine den dann geltenden Freistellungsbestimmungen entsprechende Nachfolge-Förderrichtlinie in Kraft gesetzt werden, die eine Geltungsdauer bis mindestens 31. Dezember 2029 hat.