

SITUATION DES ANIMATIONSFILMS IM DEUTSCHEN FERNSEHEN 2010 BIS 2015

IM AUFTRAG DER AG ANIMATIONSFILM

Autoren: Jörg Langer und Heiko Hilker

Veröffentlichung 25. April 2018

STAATSMINISTERIUM
FÜR WISSENSCHAFT
UND KUNST



Freistaat
SACHSEN



VORWORT

Animationen erfreuen sich außerordentlich großer Beliebtheit. Dabei ist es gleich, ob sie uns als Kinofilm, als Kurzfilm oder als Serie begegnen. Die Ersten Erfahrungen mit dem Medium Film, egal ob im Fernsehen, im Internet oder im Kino, machen Kinder mit Animationsfilmproduktionen. Qualität, Inhalt und kulturelle Herkunft dieser Produktionen prägen und beeinflussen die Entwicklung der jüngsten Generation. Oft sogar über mehrere Generationen hinweg. Was die hohe Repertoirefähigkeit von Animationsfilmen belegt und einen wichtigen Anreiz für Fernsehsender bedeutet, sich an der Herstellung solcher Produktionen zu beteiligen. Müssen die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Animationsfilmproduzenten daher nicht außerordentlich zufriedenstellend sein?

Unsere Studie geht dieser Frage und auch vielen weiteren nach: Wie groß ist der Anteil an Neuproduktionen deutscher Herkunft im deutschen TV? Werden Animationsfilmproduktionen mit Inhalten aus unserem Kulturkreis und an unsere Lebensrealität anknüpfend in der nachgefragten Anzahl produziert? In welchem Maße berücksichtigen die deutschen TV-Veranstalter die tatsächlichen Bedürfnisse ihrer Zuschauer, und inwieweit berücksichtigen sie dabei die gesetzlichen Vorgaben?

Der Blick auf Zuschauerinteressen ist die eine Seite der Medaille. Ohne den Ergebnissen unserer Studie vorgreifen zu wollen, sei bereits an dieser Stelle angemerkt, dass das geringe Angebot deutscher Animationsfilmproduktionen im hiesigen Fernsehen auch unmittelbare strukturelle Auswirkungen auf die Szene der Trickfilmschaffenden selbst hat. Für die Einkommenssituation deutscher Animationsfilmemacher und -produzenten sind Produktionen für das Fernsehen, insbesondere serielle Formate, das wirtschaftliche Standbein schlechthin. Sinkt das Auftrags- bzw. Koproduktionsvolumen weiter, verringern sich dauerhafte Beschäftigungsmöglichkeiten von Absolventen und Etablierten, fehlt Wirtschaftskraft auch im Kinosektor, gehen Bemühungen von Förderungen ins Leere oder entbehren zumindest der Nachhaltigkeit. So beklagen wir letztendlich einen Mangel an flächendeckender Professionalität. Und es fehlt darüber hinaus eine starke deutsche Klangfarbe im internationalen Vergleich.

Die Studie der AG Animationsfilm bleibt nicht beim Blick auf den Status quo stehen, sondern geht vielmehr darüber hinaus, indem der Zusammenhang von wirtschaftlichen und kulturellen Interessen der Sender und der wirtschaftlichen und sozialen Situation der Freelancer und Produzenten aufgezeigt wird.

Ralf Kukula

Vorstandsvorsitzender AG Animationsfilm

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT	2
INHALTSVERZEICHNIS	3
ANIMATIONSANTEIL AM PROGRAMM VERSCHIEDENER DEUTSCHER FERNSEHSENDER	4
PROGRAMMUNTERSUCHUNGEN DES IFEM	4
UNTERSUCHUNG DES ANIMATIONSANTEILS EINER AUSGEWÄHLTEN PROGRAMMWOCHEN	6
DEUTSCHER ANTEIL	8
HERKUNFTSBETRACHTUNG DER PRODUKTIONEN	10
WEITERE SENDUNGSDETAILS	11
SENDERBETRACHTUNG	12
SENDERBETRACHTUNG KINDER-SPARTENKANÄLE	13
PROGRAMMZIELE UND PUBLIKUMSINTERESSEN	15
PRÄFERENZEN DER ZUSCHAUER	15
SCHWERPUNKTSETZUNG DER SENDER	17
EFFIZIENZ DER ZUSCHAUERERREICHUNG	19
PILOTPROJEKT ANIMATIONSFILM IN DER PRIMETIME	20
ANIMATION IN ANDEREN EUROPÄISCHEN LÄNDERN	21
KINOMARKT	21
FERNSEHEN IN EUROPA	23
VERGLEICH ANIMATIONSPRODUKTIONS- VOLUMEN/BEDINGUNGEN	27
KINO	27
FERNSEHEN	28
ROLLE DER EUROPÄISCHEN TAX-CREDIT-SYSTEME	30
DIE LAGE DER BRANCHE	30
SITUATION DER PRODUKTIONSUNTERNEHMEN	30
SITUATION DER FILMSCHAFFENDEN	31
PERSPEKTIVEN	32
WESENTLICHE FESTSTELLUNGEN	33
ANHANG, GESETZLICHE GRUNDLAGEN	35
IMPRESSUM	37

ANIMATIONSANTEIL AM PROGRAMM VERSCHIEDENER DEUTSCHER FERNSEHSENDER

Der Anteil von bestimmten Programminhalten (auch Animationsprogramme) verschiedener deutscher Fernsehsender wird von unterschiedlichen Institutionen ermittelt und in diversen Publikationen dargestellt. So analysiert das Institut für empirische Medienforschung (IFEM) in Köln z. B. kontinuierlich den Inhalt deutscher Fernsehprogramme. Die Ergebnisse werden jährlich in der Zeitschrift *Media Perspektiven* des ARD – Tochterunternehmens ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH veröffentlicht.

Die vom IFEM erstellte Programmanalyse 2016 »... schreibt die Angebotsentwicklung der fünf größten Fernsehsender Deutschlands fort und vergleicht die aktuelle Angebotsituation anhand der Sparten-, Formen- und Inhaltsprofile auf der Basis einer Vollerhebung des Gesamtjahres«.¹ Das IFEM untersucht allerdings in seinen Programmanalysen nur die größten Vollprogrammsender. Die Programme der für den Animationsfilm wichtigen Spartenkanäle wie KiKA, Super RTL etc. werden dort nicht untersucht. Ebenso werden in den Untersuchungen des IFEM keine Angaben z. B. zu Herkunft, Produktionscharakter und Altersgrenze der einzelnen Programminhalte gemacht.

PROGRAMMUNTERSUCHUNGEN DES IFEM

Das IFEM verwendet, betrachtet man die Programmanalysen der Jahre 2011 bis 2016, unterschiedliche Kategorisierungen. In einer Betrachtung nach »Inhaltsprofilen« verwendet es die Kategorie »Fiction-Animation«.

Folgende prozentuale Anteile dieses Inhaltsprofils werden für die untersuchten Sender ausgegeben:

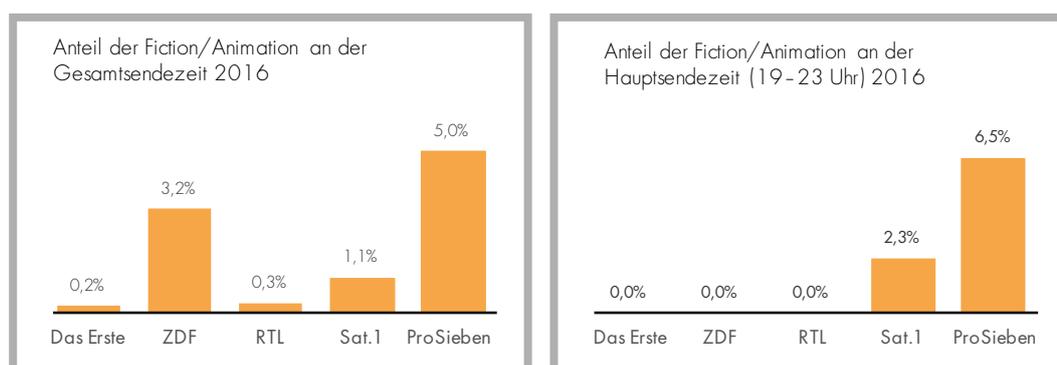


ABBILDUNG 1
Anteil der Programmsparte Fiction/Animation an der gesamt- bzw. Hauptsendezeit ausgewählter Sender im Jahr 2016, IFEM Programmstudie 2016

Von täglich 1.440 Gesamtsendeminuten im Untersuchungszeitraum liefen im Ersten im Durchschnitt täglich 3 Minuten Fiction/Animation, im ZDF 46 Minuten, auf RTL 9 Minuten, auf Sat.1 16 Minuten und auf ProSieben 73 Minuten. Nachfolgend ist diese Verteilung im prozentualen Anteil zur Bezugssendezeit dargestellt.

¹ Krüger, Udo Michael: Profile deutscher Fernsehprogramme – Angebotsentwicklung zur Gesamt- und Hauptsendezeit, IFEM Institut für empirische Medienforschung Köln, *Media Perspektiven* 4/2017, S. 186.

Im Vergleich zum Jahr 2011 sank der Animationsanteil Fiction/Animation an der Gesamtsendezeit beim Ersten Programm der ARD von 2011 bis 2016 von 1,5% auf 0,2% ab. Bei ZDF, Sat.1 und ProSieben stieg dieser geringfügig an. Siehe Abbildung 2.

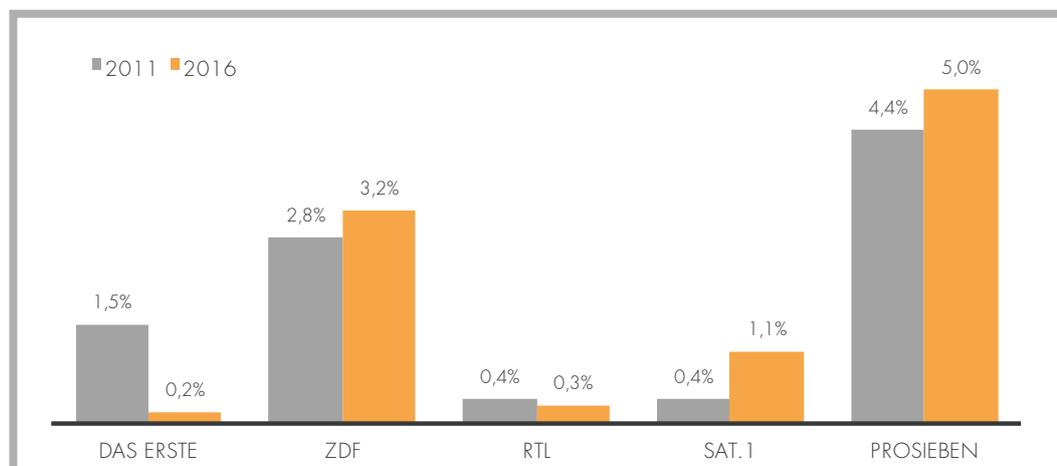


ABBILDUNG 2
Anteil der Programmsparte Fiction/Animation an der Gesamtsendezeit ausgewählter Sender im Vergleich 2016 zu 2011, IFEM-Programmstudien 2012 und 2016

Mit durchschnittlichem Anteil von täglich drei Minuten (0,2% der Sendefläche) in der Gesamtsendezeit des Jahres 2016 war der Anteil von Fiction/Animation im **Ersten** Programm der **ARD** am niedrigsten, gleichzusetzen mit dem Anteil der Sparte Wetterbericht. Im Untersuchungszeitraum wurden keine Animationsprogramme in der Hauptsendezeit ausgestrahlt.

Der Sport nahm ca. das 43-fache der Sendefläche der Animation ein, Fiction/Spannung ca. das 57-fache, Politik/Wirtschaft ca. das 84-fache und Fiction/Unterhaltung ca. das 118-fache. Siehe Abbildung 3.

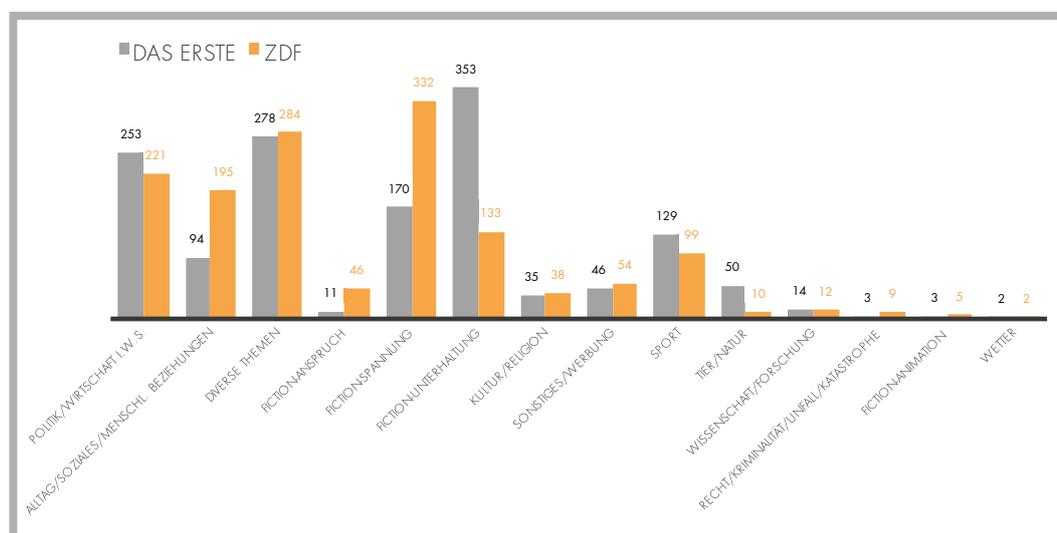


ABBILDUNG 3
Durchschnittliche tägliche Gesamtsendezeit verschiedener Programmsparte 2016 im Ersten Programm und im ZDF in Minuten (IFEM-Programmbericht)

Beim **ZDF** war der durchschnittliche Anteil von Fiction/Animation bezogen auf die gesamte Sendezeit mit durchschnittlich 46 Minuten und damit 3,2% der Sendezeit deutlich höher als im **Ersten**. Der Sport nahm hier etwa das Doppelte der Sendezeit von Fiction/Animation ein, Fiction/Unterhaltung etwa das 3-fache, Politik/Wirtschaft etwa das 5-fache und Fiction/Spannung etwa das 7-fache. Im Vergleich zum Anteil an der Gesamtsendezeit stieg der Animationsanteil im ZDF von 2011 bis 2016 leicht von 2,8% auf 3,2%.

Unter den privaten Sendern war der Anteil von Fiction/Animation bei **RTL** mit täglich durchschnittlichen neun Minuten bzw. 0,3% der Sendezeit am geringsten und dabei ähnlich gering wie im Ersten. Außer der Werbung (288 Minuten täglich) nahmen die Sparten Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe mit täglich 380 Minuten, Alltag/Soziales/Menschliche Beziehungen mit 151 Minuten und Fiction/Unterhaltung mit 140 Minuten die größten Sendezeiten ein. Der Animationsanteil an der Gesamtsendezeit bei RTL hat sich von 2011 (0,4%) bis 2016 (0,3%) kaum verändert. *Siehe Abbildung 4.*

Der Animationsanteil beim Sender **Sat.1** lag mit 16 Minuten täglich etwas höher und damit auf gleichem Niveau wie das Sportprogramm. Hier nahmen die Sparten Recht/Kriminalität/Unfall/Katastrophe mit täglich 496 Minuten, Fiction Spannung mit 206 Minuten und Alltag/Soziales/Menschliche Beziehungen mit 125 Minuten die größten Sendezeiten ein. Im Vergleich zum Anteil an der Gesamtsendezeit ist der Animationsanteil auf Sat.1 von 2011 bis 2016 leicht von 0,4% auf 1,1% gestiegen. *Siehe Abbildung 4.*

ProSieben war der Sender mit dem vergleichsweise höchsten Animationsanteil mit durchschnittlich 73 Minuten (5,0%) täglicher Sendezeit. Allerdings nahmen auch hier zwei andere Sparten bedeutend mehr Sendezeit ein. Fiction/Unterhaltung wurde mit 698 Minuten und Fiction/Spannung mit 192 Minuten gemessen. Im Vergleich zum Anteil an der Gesamtsendezeit ist der Animationsanteil bei ProSieben von 2011 bis 2016 leicht von 4,4% auf 5,0% gestiegen. *Siehe Abbildung 4.*

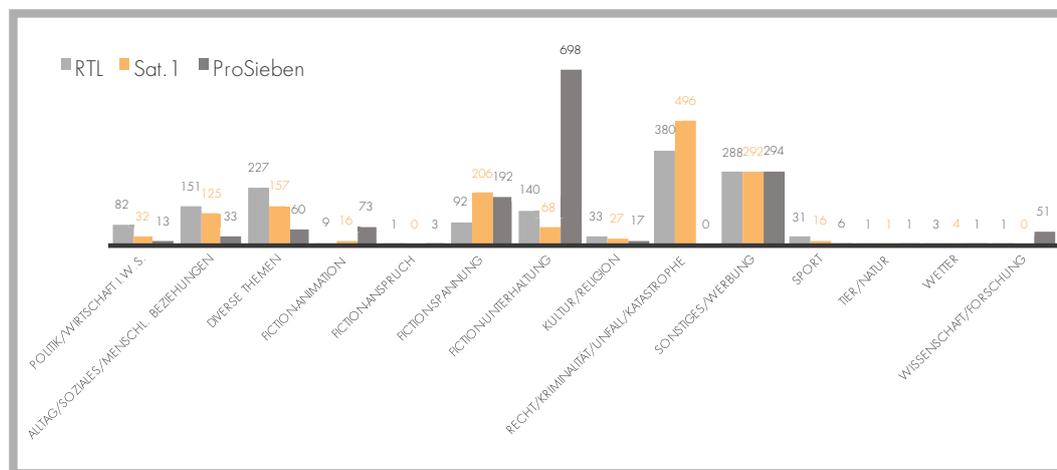


ABBILDUNG 4
Durchschnittliche tägliche Gesamtsendezeit verschiedener Programmsparten 2016 bei RTL, Sat.1 und ProSieben in Minuten (IFEM-Programmbericht)

UNTERSUCHUNG DES ANIMATIONSANTEILS EINER AUSGEWÄHLTEN PROGRAMMWOCHES

In Ergänzung zu den oben beschriebenen Programmanalysen des IFEM sollte durch einen stichprobenartigen Einblick in die ausgestrahlten Animationsprogramme deutscher Fernsehsender deren Herkunft, Adressierung und andere Parameter untersucht werden. Die Betrachtung wurde auf die Dritten Programme der ARD und die Sparten-sender ausgeweitet, die einen nicht unerheblichen Teil ihres Programms mit Animationsprogrammen bestreiten. Dies waren die Kindersender KiKA, Super RTL, Disney Channel und Nickelodeon.

Als Stichprobe wurde die 20. Kalenderwoche vom 15. Mai 2017 bis 21. Mai 2017 ausgewählt. Es handelt sich dabei um eine Woche im charakteristischen Normalprogramm ohne Feiertage. Untersucht wurde das gesamte Tagesprogramm der Sender ARD, ZDF, Sat.1, RTL, ProSieben, VOX, RTL II, die 3. Programme der ARD BR, HR, MDR, NDR, RBB, SWR, WDR, 3sat, ARTE sowie KiKA, Super RTL, Disney Channel und Nickelodeon.

Im Vergleich zur oben zitierten Programmuntersuchung des IFEM ergeben sich geringfügige Differenzen, die mit dem größeren Querschnitt (4 Programmwochen) des IFEM und einem Versatz von einem Jahr zu begründen sind. Die Tendenzen stimmen allerdings überein.

In der untersuchten Woche wurden durch die beobachteten Sender insgesamt **704 Animationsfilme bzw. Folgen von Animationsserien in einer Länge von 333 Programmstunden gezeigt**. Dies entspricht **9,2% der gesamten Programmflächen** der untersuchten Sender. Berücksichtigen muss man allerdings dabei, dass es einen sehr großen Unterschied zwischen den Vollprogrammsendern und den Spartenkanälen/Kinderkanälen gibt. **Der Animationsanteil bei den Vollprogrammsendern lag bei 0,5% und bei den Spartenkanälen/Kinderkanälen bei 55%.**

263 der 704 Sendungen waren europäische Produktionen inkl. Produktionen mit europäischer Beteiligung, welche 32% der Sendefläche für Animation einnahmen.

Dominierend waren die Produktionen aus dem nichteuropäischen Ausland, vor allem aus den USA. Die anliegende Grafik zeigt die eindeutigen Unterschiede anhand der erfassten Produktionsanzahl. 77 Produktionen mit deutscher Beteiligung wurden gezählt und 186 Produktionen mit europäischer Beteiligung. Dagegen stehen 445 Produktionen mit außereuropäischer Beteiligung, darunter 433 mit amerikanischer. Siehe Abbildung 5.

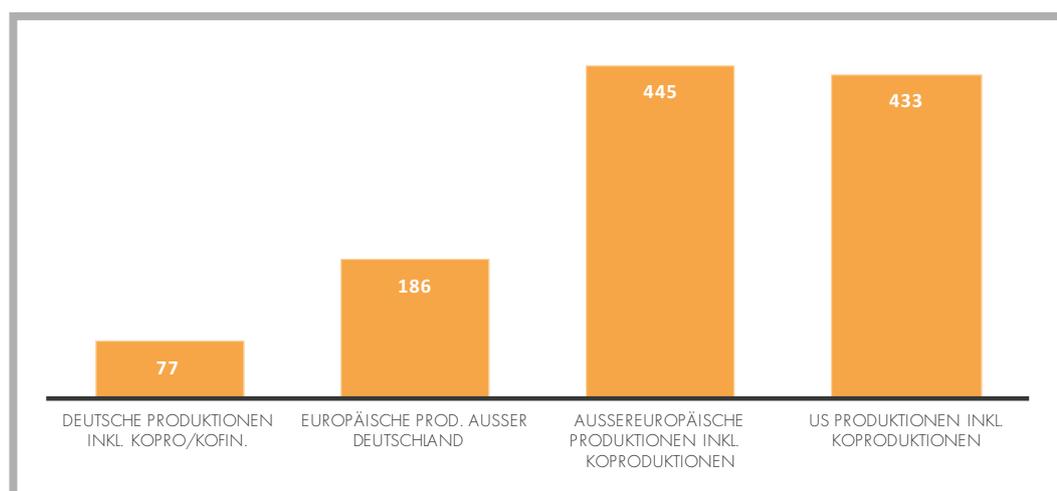


ABBILDUNG 5
Herkunft der in der Programmwoche ausgestrahlten Animationsproduktionen insgesamt

DEUTSCHER ANTEIL

Ein wichtiger Aspekt für den Auftraggeber war die Analyse des Programms im Hinblick auf nachhaltige Auswirkungen auf die deutsche Animationsbranche.

Deshalb wurden die ausgestrahlten Programme nach Herkunftsländern und folgenden Herstellungsarten unterteilt:

- deutsche Produktionen ohne ausländische Beteiligung
- internationale Koproduktion mit majoritärer deutscher Beteiligung
- internationale Koproduktion mit minoritärer deutscher Beteiligung
- internationale Kofinanzierungen

Es ist davon auszugehen, dass strukturelle Effekte für die deutsche Animationsindustrie nur durch die Ersten beiden Herstellungsarten, die rein deutschen Produktionen und die Koproduktionen mit majoritärer deutscher Beteiligung ausgelöst werden, da bei diesen beiden Formen die deutschen Produktionsfirmen in der Regel die Federführung der Produktionen innehaben, ein großer Teil der Produktion in Deutschland stattfindet und ein großer Teil der Gewinne und Handlungskosten in Deutschland verbleibt.

Bei den minoritären Koproduktionen bringen deutsche Produktionsfirmen in der Regel nur deutsche Finanzierungsanteile in die Produktionen ein und erhalten dafür Teile der Handlungskosten und Gewinne. Nur ein sehr geringer Teil der Herstellung findet i. d. R. in Deutschland statt. Bei der Gruppe der Kofinanzierungen handelt es sich zum Großteil um Produktionen, an denen deutsche Fernsehsender bzw. deren Vertriebs-Tochterunternehmen beteiligt waren, die ausschließlich in die Herstellung der Programme »investierten« und die Ausstrahlungslizenzen evtl. Gewinnanteile erwarben. Bei diesen beiden Herstellungsarten werden keine Effekte innerhalb der deutschen Animationsindustrie ausgelöst.

29 der ausgestrahlten Sendungen waren rein deutscher Provenienz, 20 Sendungen waren Koproduktionen mit majoritärer deutscher Beteiligung, 17 Sendungen waren Koproduktionen mit minoritärer deutscher Beteiligung und 11 Sendungen waren deutsche Kofinanzierungen. Daraus resultieren die 77 der 704 im Untersuchungszeitraum ausgestrahlten Produktionen mit deutscher Beteiligung.

Ein Effekt für die deutsche Animationsindustrie bestand allerdings nur bei 49 Sendungen und somit bei gerade mal 7% der 704 ausgestrahlten Produktionen. Dies soll nachfolgend für einzelne Sender separat dargestellt werden.

Betrachtet man die bespielte Sendefläche, ergibt sich folgendes Bild. 542 Sendeminuten lassen sich auf rein deutsche Produktionen anrechnen (2,7%), 489 Sendeminuten auf Koproduktionen mit majoritärer deutscher Beteiligung (2,5%), 377 Minuten auf Koproduktionen mit minoritärer deutscher Beteiligung (1,9%) und 272 Minuten auf deutsche Kofinanzierungen (1,4%). Diese Betrachtung ist nicht unwichtig, da die Längen der Programme besonders wichtig für die positiven strukturellen **Effekte in der deutschen Animationswirtschaft** sind, die aufgrund der Sendeflächenbetrachtung sogar nur bei **5,2%** lagen.

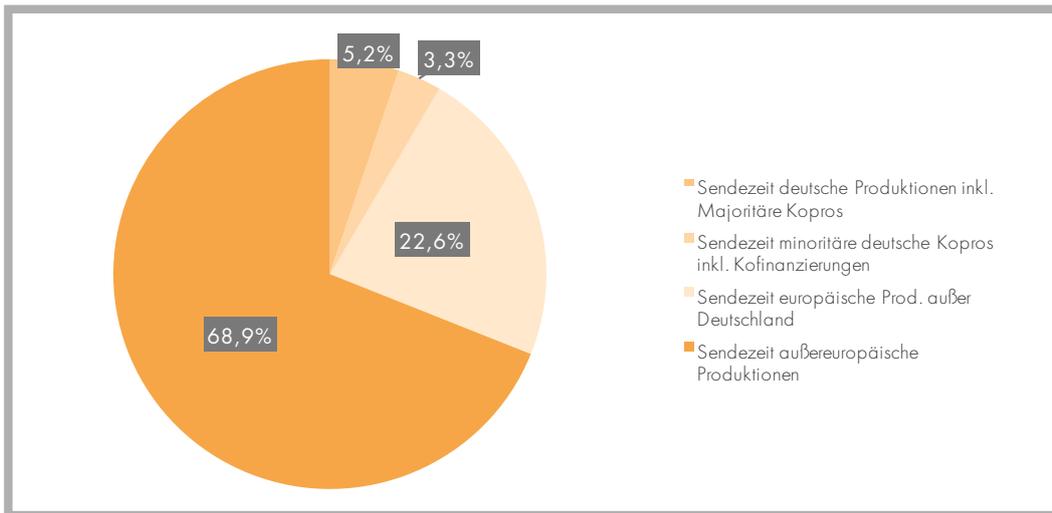


ABBILDUNG 6
Sendezeit von Animations-
sendungen nach
Produktionsart/Herkunft in
Prozent

Das bedeutet aber auch: 91,5% der Sendeminuten werden im Ausland eingekauft und sind fern jeglicher Effekterzeugung in Deutschland.

Zuvor soll ein vertiefender Blick noch den 77 Produktionen mit deutscher Beteiligung gelten, um herauszufinden, wie sich diese insgesamt nach Produktionsformen darstellten. Unterteilt wurden diese wie oben wieder in:

- Produktionen rein deutscher Herkunft
- Koproduktionen mit majoritärer deutscher Beteiligung
- Koproduktionen mit minoritärer deutscher Beteiligung
- deutschen Kofinanzierungen

Die Verteilung stellte sich wie folgt dar, siehe *Abbildung 7*.

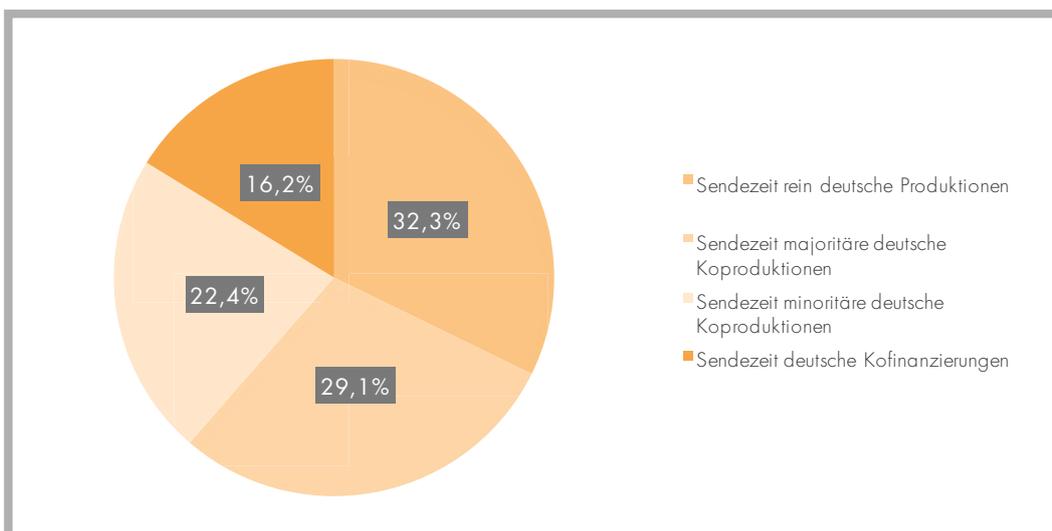


ABBILDUNG 7
Die 77 Produktionen mit
deutscher Beteiligung nach
Kategorien

Echte strukturelle Effekte für deutsche Animationsproduzenten ergeben sich in der Regel hauptsächlich bei den rein deutschen Produktionen und den Koproduktionen mit majoritärer deutscher Beteiligung. Ausnahme bilden Produktionen deutscher Firmen, die den Großteil der Animationen im Ausland fertigen.

Dies bedeutet, dass lediglich 61,4% der 77 Produktionen mit deutscher Beteiligung auch strukturelle Effekte in Deutschland hinterließen. 38,6% der Produktionen operierten zwar mit deutschen Finanzmitteln bzw. mit Unterstützung deutscher Sender und

Produktionsfirmen, ließen aber keine echten Effekte in Deutschland zurück, denn bei Produktionen mit minoritärer deutscher Beteiligung und Kofinanzierungenergeben sich in der Regel keine strukturellen, sondern nur kurzfristige finanzielle Effekte für die deutsche Produktionslandschaft.

HERKUNFTSBETRACHTUNG DER PRODUKTIONEN

Die offiziellen Statistiken von Filmförderungsanstalt (FFA) und European Broadcasting Union (EBU) nennen darüber hinaus auch als Kennzeichen die Anzahl der Sendungen mit nationaler bzw. EU-Beteiligung, worunter sie i. d. R. die oben genannten Kategorien

- reine nationale Produktionen ohne ausländische Beteiligung
- internationale Koproduktion mit majoritärer nationaler Beteiligung
- internationale Koproduktion mit minoritärer nationaler Beteiligung
- internationale Kofinanzierungsgruppen

Demzufolge wurden in der ausgewählten Programmwoche 77 Produktionen mit **deutscher Beteiligung (10,9%)** und 263 Produktionen mit **europäischer Beteiligung (37,4%)**, inkl. Filme mit deutscher Beteiligung, ausgestrahlt. 441 Produktionen **entstanden außerhalb Europas und damit 62,6%** der Programme.

Bezogen auf die jeweiligen Sendeminuten wurden in der ausgewählten Programmwoche 1.680 Minuten an Produktionen mit deutscher Beteiligung (8,2%) und 6.383 Minuten an Produktionen mit europäischer Beteiligung (32%) ausgestrahlt. 13.656 Minuten ließen sich Produktionen außerhalb Europas (68%) zuordnen.

Dies bedeutet, dass die Herkunftsbetrachtung auf die Sendezeiten bezogen ein für deutsche und europäische Produktionen negatives Ergebnis zeichnet. Siehe Abbildung 8.

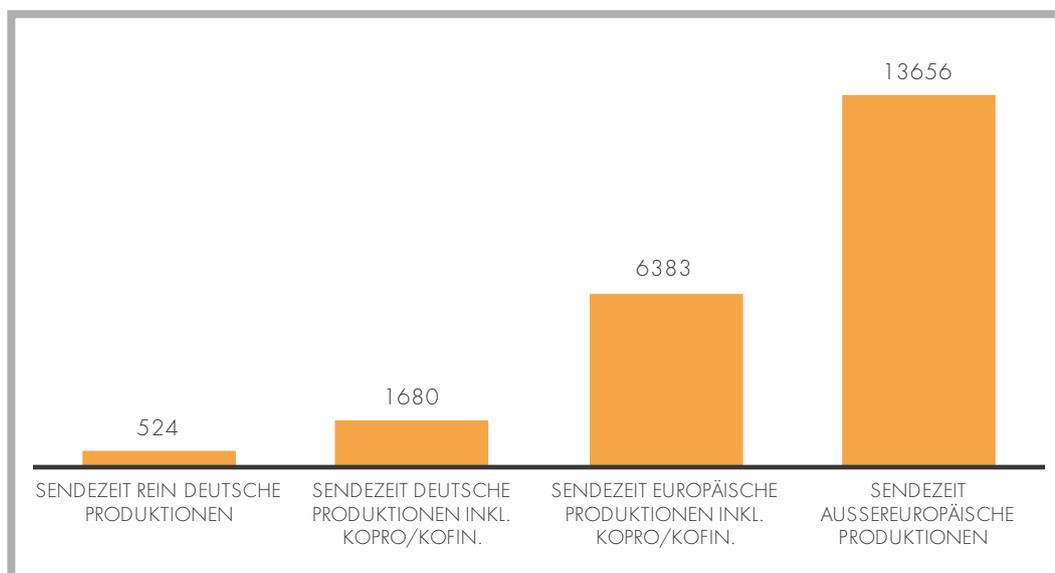


ABBILDUNG 8
Sendezeit von Animations-
sendungen nach
Produktionsart/Herkunft in
Minuten

Grund dafür ist die offensichtlich kürzere Spieldauer deutscher und europäischer Produktionen bzw. der Fakt, dass einige Sender auch amerikanische Animations-Kinofilme zeigten.

Diese Betrachtung ist insofern wichtig, da neben der Anzahl der Produktionen auch deren Produktionsvolumen, welches wiederum entscheidend von der jeweiligen Sendelänge abhängt, entscheidend für die entstehenden strukturellen Effekte in der Animationsindustrie ist. Im folgenden Kapitel wird diese Betrachtung ebenfalls auf die einzelnen Sender bezogen.

Interessant ist die Analyse des europäischen Anteils der gezeigten Animationsproduktionen, vor allem im Hinblick auf die im Kapitel »Gesetzliche Grundlagen« zitierten Vorgaben der EU-Richtlinie 2007/65/EG und des Rundfunkstaatsvertrages, Artikel 6, nach denen der Hauptteil der Sendezeit europäischen Produktionen vorbehalten sein soll.

Bei den untersuchten Sendern, die Animationen ausstrahlten, stellte sich dies wie folgt dar, siehe *Abbildung 9*.

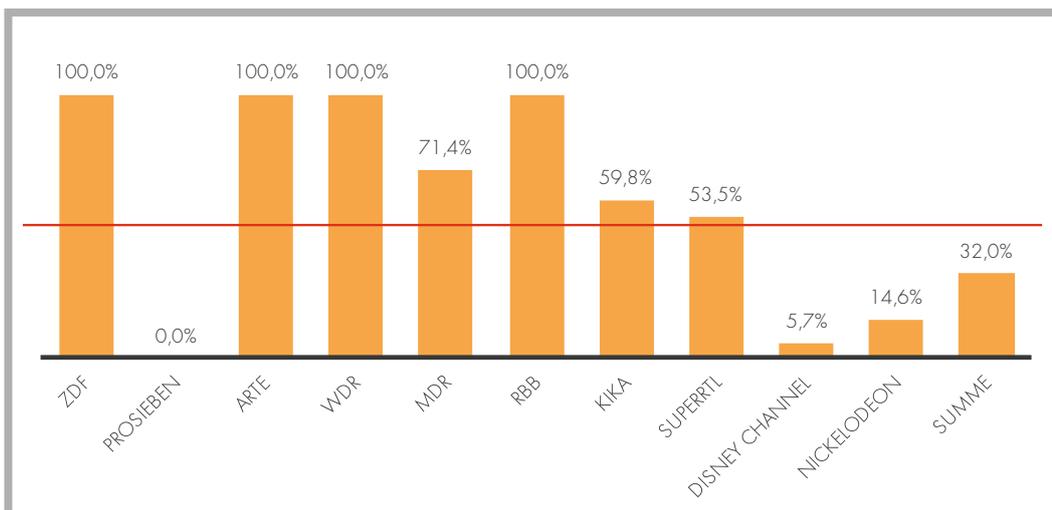


ABBILDUNG 9
Anteil europäischer Animationsproduktionen am Programm diverser Sender in Prozent

Bei den öffentlich-rechtlichen Sendern liegt der Anteil europäischer Produktionen immer über 50%, was aber auch mit der relativ geringen Anzahl der insgesamt ausgestrahlten Produktionen zu erklären ist. Der für die oben bereits begonnene Betrachtung relevante KiKA liegt bei knapp 60%. Super RTL übersteigt die 50%-Marke ebenfalls. Disney Channel und Nickelodeon liegen weit unter 50%. Da bei diesen Sendern die Animationen den Hauptteil der Sendungen ausmachen, wird bezweifelt, ob diese Sender den europäischen Anteil generell erreichen würden.

WEITERE SENDUNGSDETAILS

In der gewählten Programmwoche bestanden die gesendeten Animationsprogramme fast ausschließlich aus Folgen von Animationsserien. Die Spartensender unterhalten partiell am Freitag- bzw. Samstagabend zur Primetime Sendeplätze, auf denen Animationsfilme in Kinolänge gezeigt werden.

Der Anteil von 3D-Animationsprogrammen lag bei knapp über der Hälfte der ausgestrahlten Programme (51 %).

60% der gesendeten Animationsprogramme hatten eine Altersempfehlung für Vorschulkinder (unter sechs Jahren), 40% für Schulkinder (ab sechs Jahren).

Lediglich die Sender ProSieben und ARTE zeigten Animationsprogramme, die für ältere Kinder und Erwachsene geeignet waren. Dabei handelt es sich um die Animationsserie »Die Simpsons«, die regelmäßig von ProSieben gezeigt wird, und die Animationsformate »Mit offenen Karten« und »Carambolage«, die von ARTE ausgestrahlt wurden.

SENDERBETRACHTUNG

Im **Ersten** Programm der ARD wurden in der untersuchten Woche keine Animationsfilme gezeigt.

Im **ZDF** liefen in der Woche sechs Animationsfilme mit einer Gesamtsendezeit von 225 Minuten. Die Animationsprogramme nahmen damit in dieser Woche 2,2% der Sende­fläche ein. Diese liefen allerdings ausschließlich am Wochenende im Tagesprogramm und richteten sich nur an die Zielgruppe der Schulkinder. **Von den sechs gezeigten Produktionen waren drei rein deutsche Produktionen und eine Koproduktion mit majoritärer deutscher Beteiligung.** Zwei weitere waren europäische Produktionen ohne deutsche Beteiligung. Der europäische Anteil lag somit bei 100%.

80% der Produktionen waren deutsche Produktionen, die vermutlich einen hohen strukturellen Effekt auslösten.

ProSieben zeigte insgesamt 13 Animationsfilme. Den Großteil der gesendeten 520 Minuten nahm hier die US-Serie »Die Simpsons« ein. Der Animationsanteil am Gesamtprogramm der Woche lag bei 5,2%. Keine der gezeigten Produktionen stammte aus Deutschland bzw. Europa.

ARTE sendete zwei Animationsproduktionen bzw. Produktionen mit Animationsanteil. Dies waren die französischen Produktionen »Mit offenen Karten« und »Carambolage«. Animationen nahmen damit nur rund 0,3% der Sende­fläche ein. Keine der Produktionen wurde in Deutschland hergestellt, allerdings handelte es sich dabei um europäische Produktionen, womit der europäische Anteil bei 100% lag.

RTL, Sat.1, kabel eins, RTL II, VOX und 3sat zeigten in der untersuchten Woche keine Animationen.

In den 3. Programmen der ARD waren es lediglich der MDR, der RBB und der WDR, die Animationsproduktionen bzw. Produktionen mit Animationsanteil zeigten.

Dabei handelte es sich bei **MDR und RBB** ausschließlich um die Sendung »Unser Sandmännchen«, welche im MDR täglich und im RBB am Samstag und Sonntag lief. Die jeweils vierminütigen Episoden waren teils deutscher Herkunft, teils ausländische Ankäufe, teils Koproduktionen. Im MDR lag damit der Animationsanteil bei 0,3%, im RBB bei 0,1%. Bei beiden Sendern lag der Anteil der Animationen rein deutscher Herkunft bei über 50%. Ein Großteil der Produktionen waren Produktionen mit europäischer Beteiligung.

Beim **WDR** wurde nur eine Sendung mit Animation ausgestrahlt. Dies war die »Sendung mit der Maus«. Hier wurde ein siebenminütiger Animationsfilm aus deutscher Herstellung gezeigt und eine Episode von »Shaun das Schaf«, einer britischen Produktion mit dem WDR als Koproduzenten. Die komplette Herstellung von »Shaun das Schaf« erfolgte aber außerhalb Deutschlands, ohne relevanten Deutschlandeffekt. Der europäische Anteil der Animationsprogramme lag bei 100%.

BR, HR, SR, NDR und SWR zeigten in der untersuchten Woche keine Animationen. In Bezug auf das Programm des SWR erscheint dies paradox, gilt doch Baden-Württemberg als ausgewiesener Animationsstandort mit einer großen Zahl dort ansässiger Produktionsunternehmen und Fachleute sowie dem Ausbildungsstandort Filmakademie Ludwigsburg mit Animationsschwerpunkt. Außerdem sind einige Produktionen bekannt, die der SWR unterstützt und mit angestoßen hat, wie z. B. »Ich kenne ein Tier« oder »Meine Schmusedecke«.

SENDERBETRACHTUNG KINDER-SPARTENKANÄLE

Im nächsten Abschnitt folgt eine Betrachtung der auf Kinderprogramm spezialisierten Spartenkanäle KiKA, Super RTL, Disney Channel und Nickelodeon.

Der **KiKA** sendete in der betrachteten Programmwoche 152 Animationsproduktionen mit einer Sendelänge von insgesamt 3.479 Minuten, die 55,2% der Sendefläche des KiKA ausmachten. 9,9% der Sendungen waren rein deutsche Produktionen, 11,8% der Produktionen waren Koproduktionen mit majoritärer deutscher Beteiligung und 6,6% Koproduktionen mit minoritärer deutscher Beteiligung. Hinzu kamen 7,2% Kofinanzierungen.

67,1% der Sendungen waren europäische Produktionen inkl. Produktionen mit europäischer Beteiligung. 32,9% waren außereuropäische Produktionen.

Bei der Betrachtung der Anteile deutscher Beteiligungen in Bezug auf die gefüllte Sendezeit lagen die Anteile etwas anders.

6,8% der Produktionen waren dabei ausschließlich deutscher Herkunft, 12,5% waren Koproduktionen mit majoritärer deutscher Beteiligung, 4,8% Koproduktionen mit minoritärer deutscher Beteiligung und 7,6% Produktionen waren Kofinanzierungen. Zwar lag der europäische Anteil hier auch bei ca. 59,8%, doch der Anteil der Produktionen, die einen **Struktureffekt in Deutschland hinterlassen, ist mit 19,3%** dennoch niedrig.

Die Animationssendungen dieser Programmwoche waren allesamt Reihen und Serien. Der Anteil der Produktionen in 3D-Animation lag bei 51%. Zu 60% waren die Sendungen an Klein- und Vorschulkinder gerichtet, der Rest an Schulkinder.

Super RTL wies den größten Animationsanteil auf. Es wurden in der ausgewählten Programmwoche 197 Animationsproduktionen mit einer Sendelänge von insgesamt 5.685 Minuten (56,4% der Sendefläche) ausgestrahlt.

2,5% der Sendungen bei Super RTL waren rein deutsche Produktionen. Es handelte sich dabei um die Serie »Benjamin Blümchen«. Es gab keine weiteren Produktionen mit deutscher Beteiligung. **53,3% der Sendungen waren europäische Produktionen** inkl. Produktionen mit europäischer Beteiligung. 46,3% waren außereuropäische Produktionen.

Bezieht man die Betrachtung nun auf die bespielte Sendefläche, muss man feststellen, dass der deutsche Anteil mit 2,5% vergleichbar niedrig lag. Für einen unverkennbar deutschen Sender der RTL-Senderfamilie sogar extrem niedrig.

Es wurden bei Super RTL ebenfalls fast nur Serien und Reihen gesendet. Der Anteil der 3D-Produktionen lag bei 51%. Zu 69% waren die Sendungen an Schulkinder gerichtet, der Rest an Klein- und Vorschulkinder.

Disney Channel sendete 153 Animationsproduktionen mit einer Sendelänge von insgesamt 5.478 Minuten, was etwa 65,2% der Sendefläche ausmachte.

Als Sender der amerikanischen Mutterfirma wurden hier fast ausschließlich nichteuropäische Serien ausgestrahlt. Es gab keine rein deutschen Produktionen und nur **4,6% Produktionen mit deutscher Beteiligung**. Dabei handelte es sich um die französische Serie SUPER 4, welche in Deutschland koproduziert wurde (minoritäre Koproduktion). Der europäische Anteil der Animationsproduktionen beim Disney Channel lag bei 7,8%. 92,2% waren demzufolge außereuropäische Produktionen. Die Sendefläche betrachtet, lag der außereuropäische Anteil sogar bei 96%. Alle dieser nichteuropäischen Produktionen hatten eine US-amerikanische Beteiligung.

Die Animationssendungen bestanden fast ausschließlich aus Serien. Der Anteil der 3D-Produktionen lag bei 27%. Zu 64% waren die Sendungen an Schulkinder gerichtet, der Rest an Klein- und Vorschulkinder.

Nickelodeon sendete 172 Animationsproduktionen mit einer Sendelänge von insgesamt 4.495 Minuten, was etwa 44,7% der Sendefläche ausmachte.

Nickelodeon ist ebenfalls ein Sender einer amerikanischen Mutterfirma, und somit wurden fast ausschließlich nichteuropäische Serien ausgestrahlt. Es gab keine deutschen Produktionen, noch nicht einmal Produktionen mit deutscher Beteiligung. Lediglich 24 Sendungen waren **Produktionen mit europäischer Beteiligung (14%)**. 86% der Produktionen waren außereuropäischer Herkunft, fast alle mit US-Beteiligung.

Die Sendungen waren allesamt ausschließlich Serien. Der Anteil der 3D-Produktionen lag bei 51%. Zu 60% waren die Sendungen an Klein- und Vorschulkinder gerichtet, der Rest an Schulkinder.

Die anliegende Grafik verdeutlicht noch einmal die Herkunft der Sendungen bei den verschiedenen Kindersendern in der untersuchten Woche.

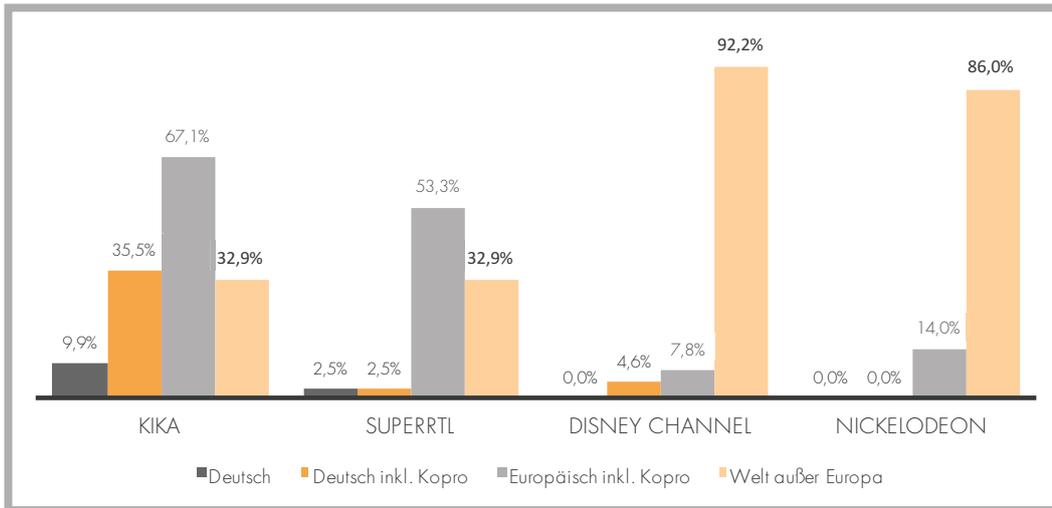


ABBILDUNG 10
Herkunft der Sendungen
verschiedener deutscher
Kindersender in der
ausgewählten
Programmwoche

PROGRAMMZIELE UND PUBLIKUMSINTERESSEN

PRÄFERENZEN DER ZUSCHAUER

Eine Analyse der Fernsehnutzung der 3- bis 13-Jährigen durch Sabine Feierabend und Annett Kahl mit dem Titel »Was Kinder sehen« für die Media Perspektiven zeigt, dass die lineare Fernsehnutzung dieser Zuschauergruppe seit 2010 kontinuierlich gesunken ist. Waren es 2010 93 Minuten durchschnittlicher täglicher TV-Konsum, sind es 2016 nur noch durchschnittlich 79 Minuten. In der Gruppe der 10- bis 13-jährigen ist der Rückgang noch deutlicher, von 107 Minuten durchschnittlichem täglichen TV-Konsum 2010 auf 85 Minuten täglichen TV-Konsum 2016.²

Unter den vier Kinderprogramm-Sendern im frei empfindlichen Fernsehen führte im Jahr 2016 Super RTL mit einem Marktanteil von 18,2% vor dem KiKA mit 15,4% Marktanteil, dem Disney Channel mit 8,2% Marktanteil und Nickelodeon mit 7,3% Marktanteil.³

KiKA bleibt mit 26,6% Marktführer bei den Vorschulkindern (3–5 Jahre), verlor allerdings 3,2% im Vergleich zum Vorjahr.⁴

Bei den Schulkindern (6–7 Jahre und 8–9 Jahre) entwickelte sich das Sehverhalten uneinheitlich.

Der **KiKA** verlor bei den 6- bis 7-Jährigen leicht und lag 2016 bei 21,8%, bei den 8- bis 9-Jährigen gewann er leicht und lag 2016 bei 14,6%.

Super RTL gewann bei den 6- bis 7-Jährigen 2% dazu und lag 2016 bei 26,3%. Bei den 8- bis 9-Jährigen verlor Super RTL 3% und lag 2016 bei 20,3%.

Beim **Disney Channel** gab es nur sehr kleine Veränderungen. Er kam im Jahr 2016 auf 7,4% bei den 6- bis 7-Jährigen und auf 10,8% bei den 8- bis 9-Jährigen.

² Vgl. Sabine Feierabend und Annett Kahl: Was Kinder sehen – eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-Jähriger 2016, Media Perspektiven 04/2017, S2016.

³ Vgl. Sabine Feierabend und Annett Kahl: Was Kinder sehen – eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-Jähriger 2016, Media Perspektiven 04/2017, S2016.

⁴ Vgl. Sabine Feierabend und Annett Kahl: Was Kinder sehen – eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-Jähriger 2016, Media Perspektiven 04/2017, S2016.

Nickelodeon legte bei den 6- bis 7-Jährigen leicht auf 6,9% zu, bei den 8- bis 9-Jährigen war ein Rückgang auf 9,8% zu verzeichnen.⁵

Es zeigten sich deutliche Geschlechterunterschiede. Bei den Jungen lag Super RTL mit 21,4% deutlich vor dem KiKA mit 12,7% und Nickelodeon mit 8,4%. Die Mädchen schauten lieber KiKA (18,2%), dann Super RTL (14,8%) und dann Disney Channel (10,5%).⁶

Bei den älteren Kindern legte der KiKA leicht zu und hatte im Jahr 2016 Marktanteile von 9,5% bei den 10- bis 11-Jährigen und 4,7% bei den 12- bis 13-Jährigen. Super RTL legte etwas mehr zu und kam auf 16,2% Marktanteil bei den 10- bis 11-Jährigen und 7% bei den 12- bis 13-Jährigen. Disney Channel legte in diesen Zuschauergruppen ebenfalls leicht zu.⁷

Generell waren es im Jahre 2016 aber Fußballübertragungen der ARD, die für die meisten Kinder unter 13 Jahren relevant waren. Das WM-Vorrundenspiel Deutschland gegen Nordirland sahen 2,55 Millionen Kinder unter 12 Jahren, das Achtelfinalspiel Deutschland gegen Slowakei sahen 2,19 Millionen.⁸

Außerhalb der Fußball-EM rangiert in der Hitliste der 3- bis 13-Jährigen das Finale der Handball-EM mit 930.000 Zuschauern vor dem RTL-Weihnachtsspecial »Die Eiskönigin – Party-Fieber« mit 790.000 Zuschauern und der Januar-Staffel von »Wickie und die starken Männer« mit 730.000 bis 780.000 Zuschauern.⁹

Bei den Jungen steht das Finalspiel der Handball-WM vor dem DFB-Pokalspiel Bayern München gegen Borussia Dortmund an der Spitze. In der Top Ten finden sich die Animationsserien »Dragons – Auf zu neuen Ufern« und »Angelo!« von Super RTL sowie »Wickie und die starken Männer« von KiKA.¹⁰

Bei den Mädchen finden sich ausschließlich Animationsproduktionen bzw. Produktionen mit hohem Animationsanteil unter den Top Ten. »Mia and me« sowie »Wickie und die starken Männer« führen diese an. Es finden sich weiterhin das RTL-Weihnachtsspecial »Die Eiskönigin – Party-Fieber« und eine Folge der Serie »Yakari« darin.¹¹

Die Untersuchung stellte weiterhin fest, dass sich die Erosion der linearen Fernsehnutzung bei Kindern weiter fortsetzte, die Tagesreichweite erstmals auf unter 50% abrutschte und die Sehdauer mit 79 Minuten täglich einen Tiefpunkt erreichte. Die Verweildauer ging ebenfalls auf 150 Minuten zurück.¹²

⁵ Vgl. Sabine Feierabend und Annett Kahl: Was Kinder sehen – eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-Jähriger 2016, Media Perspektiven 04/2017, S2016.

⁶ Vgl. Sabine Feierabend und Annett Kahl: Was Kinder sehen – eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-Jähriger 2016, Media Perspektiven 04/2017, S2016.

⁷ Vgl. Sabine Feierabend und Annett Kahl: Was Kinder sehen – eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-Jähriger 2016, Media Perspektiven 04/2017, S2016.

⁸ Vgl. Sabine Feierabend und Annett Kahl: Was Kinder sehen – eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-Jähriger 2016, Media Perspektiven 04/2017, S2016.

⁹ Vgl. Sabine Feierabend und Annett Kahl: Was Kinder sehen – eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-Jähriger 2016, Media Perspektiven 04/2017, S2016.

¹⁰ Vgl. Sabine Feierabend und Annett Kahl: Was Kinder sehen – eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-Jähriger 2016, Media Perspektiven 04/2017, S2016.

¹¹ Vgl. Sabine Feierabend und Annett Kahl: Was Kinder sehen – eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-Jähriger 2016, Media Perspektiven 04/2017, S2016.

¹² Vgl. Sabine Feierabend und Annett Kahl: Was Kinder sehen – eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-Jähriger 2016, Media Perspektiven 04/2017, S2016.

Die vier Sender zeigen eine unterschiedliche Schwerpunktsetzung bezüglich der Altersgruppen ihrer Zuschauer. Einerseits sind die Anteile bei den 6- bis 9-Jährigen ähnlich (45 bis 51 %). Andererseits setzen KiKA und Super RTL mit 35 % beim KiKA und 25 % bei Super RTL mehr auf die Vorschulkinder (3 bis 5 Jahre). Bei Disney Channel (37 %) und Nickelodeon (45 %) liegt der Anteil der 10- bis 13-Jährigen Seherinnen und Seher höher.¹³

Eine etwas ältere aber detailliertere Programmuntersuchung mit dem Titel »Sport im deutschen Fernsehen 2011 – Programmprofile zwischen Markt und öffentlichem Interesse« von Angela Rühle für die Zeitschrift Media Perspektiven aus dem Jahr 2012 untersucht die programmlichen Prioritäten der gesamten Fernsehzuschauer.

Diese Untersuchung stellt unter anderem dar, dass im Jahr 2011 71 % der Zuschauer von Sportsendungen im ERSTEN und 72 % im ZDF über 50 Jahre alt waren. Die 14- bis 29-Jährigen hatten einen Anteil an den Sportzuschauern im ERSTEN von 6,3 % und im ZDF von 5,7 %.

Weiterhin kommt die Analyse zu dem Schluss, dass die Zuschauer bestimmte Sendungen wie deutsche Kino- und Fernsehfilme, Dokumentationen, Unterhaltungsshow, Ratgeber- und Wissenschaftssendungen lieber sehen als Sportsendungen.

Die Gruppe der jungen Zuschauer, der 14- bis 29-Jährigen, sieht darüber hinaus Zeichentrickfilme und -serien ebenso gern wie Sportsendungen, aber lieber als Soaps und Talkshows. Daraus lässt sich schließen, dass die Programmgestaltung der öffentlich-rechtlichen Anstalten in diesem Zusammenhang nicht auf Vielfalt und im Besonderen auf eine relevante Interessentengruppe Wert legt, welche ob des Alters einiges Potenzial für die Anstalten innehat, sondern eher die zahlenmäßig großen Zuschauergruppen im Programmfokus stehen.

SCHWERPUNKTSETZUNG DER SENDER

Wie agieren nun die öffentlich-rechtlichen Sender in ihrer Beauftragung und Programmgestaltung? Ist die Ausrichtung des Gesamtprogramms tatsächlich eine Ausrichtung auf Intensivseher?

»Die Sender zielen darauf ab, die Intensivseher an das Programm zu binden. Intensivseher sind jene 33 Prozent der Zuschauer, die 80 Prozent des Fernsehkonsums ausmachen. Sie schauen bis zu acht Stunden täglich fern.«¹⁴

Die Analysen einzelner Programmwochen bestätigen dies. Die prominente Programmierung von Livesportereignissen, Krimis, Fernsehspielen und Talkshows belegt das. Dazu ein Beispiel einer stichprobenartig analysierten Programmwoche des ERSTEN Programms der ARD im April 2016. Es wurden hier Tatorte, Talkshows, Dokumentationen und Dokumentarfilme sowie die Soap »In aller Freundschaft« in der Zuschauererreichung verglichen.

¹³ Vgl. Sabine Feierabend und Annett Kahl: Was Kinder sehen – eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-Jähriger 2016, Media Perspektiven 04/2017, S2016.

¹⁴ Malte Welding: »Stirbt das Land vor Langeweile?«, Frankfurter Rundschau, 22.03.2012.

Die Talkshows und die Soap hatten in der Altersgruppe der Vielseher über 65 Jahre den größten Anteil, ebenso in der sozialen Gruppe der »früher Berufstätigen/ohne Beruf«. Siehe Abbildung 11.

Kleinere soziale Gruppen wie die der Arbeiter und Angestellten hatten höhere Anteile an bspw. Dokumentarfilmen, Tatorten und Dokumentationen. Da diese Gruppen aber im Vergleich zur oben genannten Gruppe der »früher Berufstätigen/ohne Beruf« viel kleiner sind, wird in der Programmierung der größeren Gruppe der Vorzug gegeben und diese Sendungen in der Pre-Primetime bzw. in der Primetime programmiert. Siehe Abbildung 12.

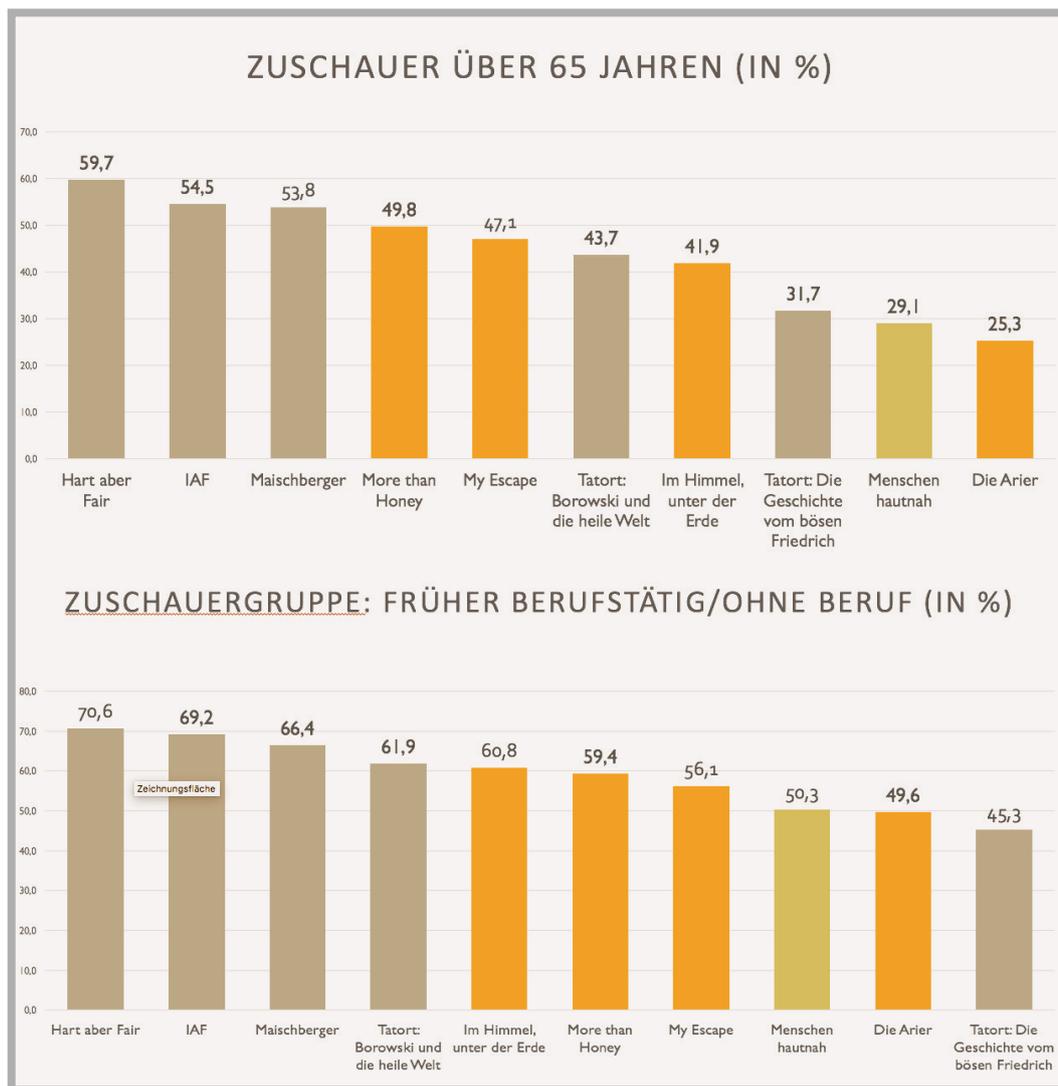


ABBILDUNG 11
 Marktanteile ausgewählter Sendungen nach Zuschauerprofil – Alter und Berufsgruppe – der 15. KW 2016

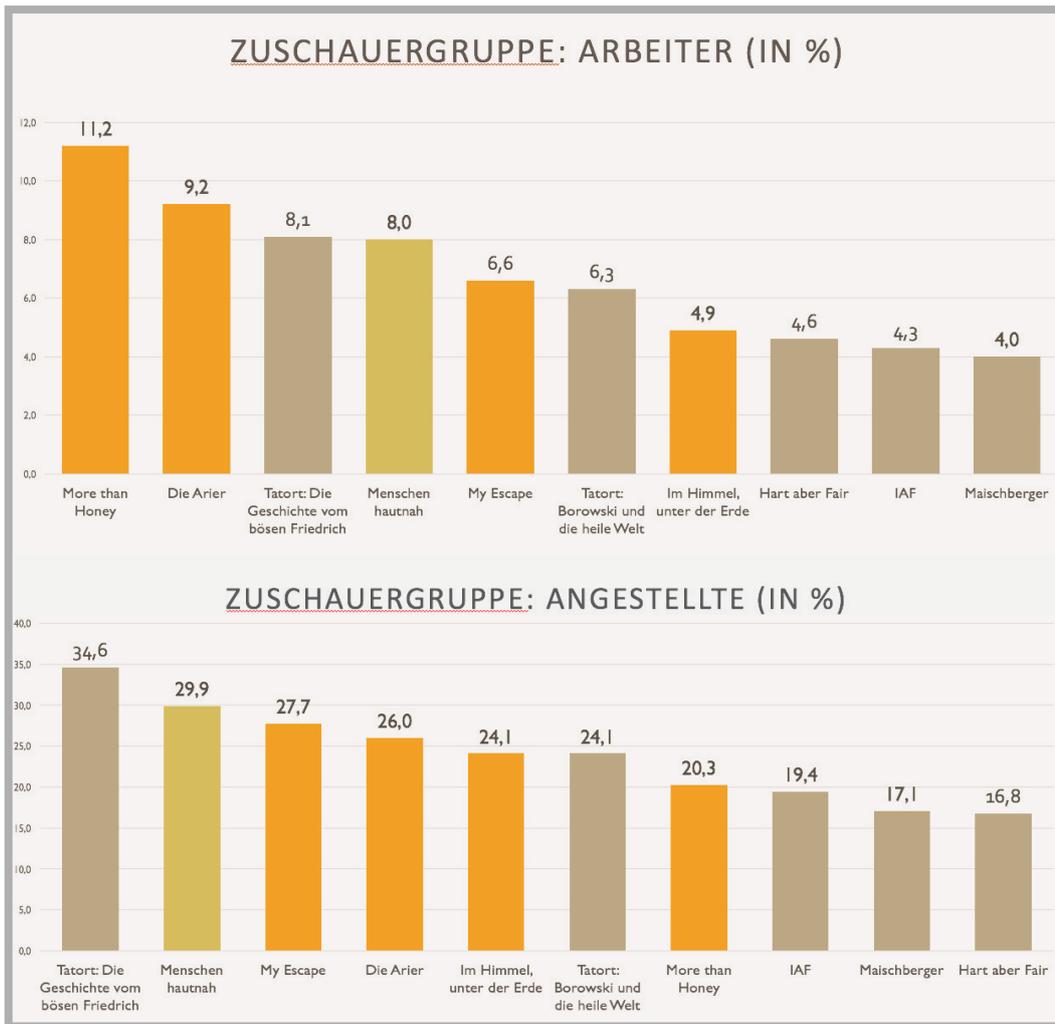


ABBILDUNG 12
 Marktanteile ausgewählter Sendungen nach Zuschauerprofil - Berufsgruppe - der 15. KW 2016

EFFIZIENZ DER ZUSCHAUERERREICHUNG

Dabei wäre auch die bereits angesprochene langfristige Nutzbar- bzw. Wiederholbarkeit bestimmter Programme wie Dokumentationen, Reportagen, Dokumentarfilme sowie Fernsehspiele gegenüber Sportsendungen, Talkshows und Spielfilmen zu betrachten, ebenso das Effizienzverhältnis von eingesetzten Senderinvestitionen und den insgesamt erreichten Zuschauern inkl. der Wiederholungen. Siehe Abbildung 13.

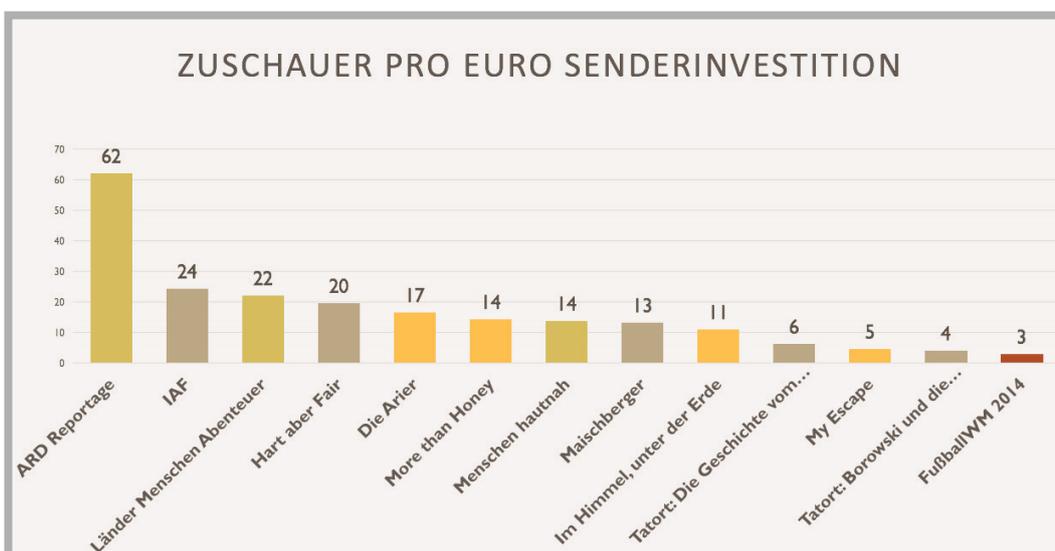


ABBILDUNG 13
 Zuschauer pro Euro Senderinvestition ausgewählter Sendungen der 15. KW 2016

Die Betrachtung ergibt, dass Reportagen, Dokumentationen, aber auch die Soap und Talkshows weit besser abschneiden als Fußballübertragungen.

In den letzten Jahren hat die ARD immer wieder darüber diskutiert, wie man mehr jüngere Zuschauerinnen und Zuschauer erreichen kann. Oftmals wurde behauptet, dass vor allem die Sportsendungen von Jüngeren stärker genutzt werden. Allerdings hatte Angela Rühle in ihrer Programmuntersuchung »Sport im deutschen Fernsehen 2011 - Programmprofile zwischen Markt und öffentlichem Interesse« festgestellt, dass 52% der Gruppe der jungen Zuschauerinnen und Zuschauer im Alter von 14 bis 29 Jahren Zeichentrickfilme und animierte -Serien ebenso gern wie Sportsendungen sieht. Bei den Älteren nimmt das Interesse an Animation ab, ist aber noch signifikant vorhanden und liegt bei 16%. Wenn die ARD also jüngere Zuschauerinnen und Zuschauer erreichen will, dann sollte sie dafür auch Animationsangebote nutzen und somit Animation für junge Erwachsene anbieten. Allerdings müsste die ARD auch aus dem Vielfaltsgebot sowie aus dem kulturellen Auftrag aus dem Rundfunkstaatsvertrag auch Animation für Erwachsene bieten.

Dieser Vielfalt sollte die ARD auch im Bereich des Vorabends bzw. der Primetime gerecht werden. Ein großer Teil der Sendeplätze in der Primetime des ERSTEN wird über die Degeto bestückt. Somit wäre es am einfachsten, wenn die Degeto den Auftrag erhält, wöchentlich ein oder mehrere Sendeplätze statt mit Krimis mit Animationsfilmen zu bespielen.

PILOTPROJEKT ANIMATIONSFILM IN DER PRIMETIME

»Die ARD Degeto ist ein 100%iges Tochterunternehmen der ARD. Ihre Gesellschafter sind die neun Landesrundfunkanstalten bzw. deren Werbetöchter. Die ARD Degeto erwirbt fiktionale Programme für das ARD-Gemeinschaftsprogramm Das Erste, die Dritten Programme der Landesrundfunkanstalten 3sat, ARTE sowie für ONE und die weiteren ARD-Spartenkanäle. Die Programmbeschaffung erfolgt durch Auftrags- und Koproduktionen sowie Lizenzkäufe von Spiel- bzw. Fernsehfilmen und Serien in redaktioneller Verantwortung.«¹⁵ Das sagte die Degeto in in ihrer Firmenpräsentation. Darin heißt es weiter, dass die Degeto 2016 im Jahr 2016 780.761 Minuten für 10.378 Sendeplätze an die verschiedenen Anstalten lieferte.

An anderer Stelle wirbt die Degeto damit, dass 77% aller Filme im ERSTEN Programm mit Degeto-Beteiligung produziert würden. In redaktioneller Eigenverantwortung der Degeto werden eine ganze Anzahl von Sendeplätzen im Vorabend- bzw. Hauptabendprogramm des ERSTEN bestückt.

¹⁵ <http://www.degeto.de/ueber-uns/>

Dazu gehören:

- Endlich Freitag im ERSTEN 20:45
- Der Donnerstags-Krimi 20:15
- Samstag 20:15
- Fernseh-Event 20:15
- Sonn- und Feiertag 21:45
- SommerKino im ERSTEN
- KinoFestival im ERSTEN
- FilmMittwoch im ERSTEN
- PremierenKino im ERSTEN – dienstags um 22:45
- hinzu kommen jährlich ca. 1.100 halbstündige Produktionen für die Vorabend-Sendezeit von 18 Uhr bis 20 Uhr

Laut Produzentenbericht der ARD vergab die Degeto 2015 Aufträge in Höhe von 326,2 Mio. Euro. Der Großteil, nämlich 56,6% davon, flossen in Spielfilme, 21,8% in Serien im Vorabendprogramm, 15,4% in sogenanntes Familienprogramm und 6,2% in weitere Fernsehfilme bzw. Serien. Lediglich 0,3% wurden für Animationsproduktionen aufgewendet. *Siehe Abbildung 14.*

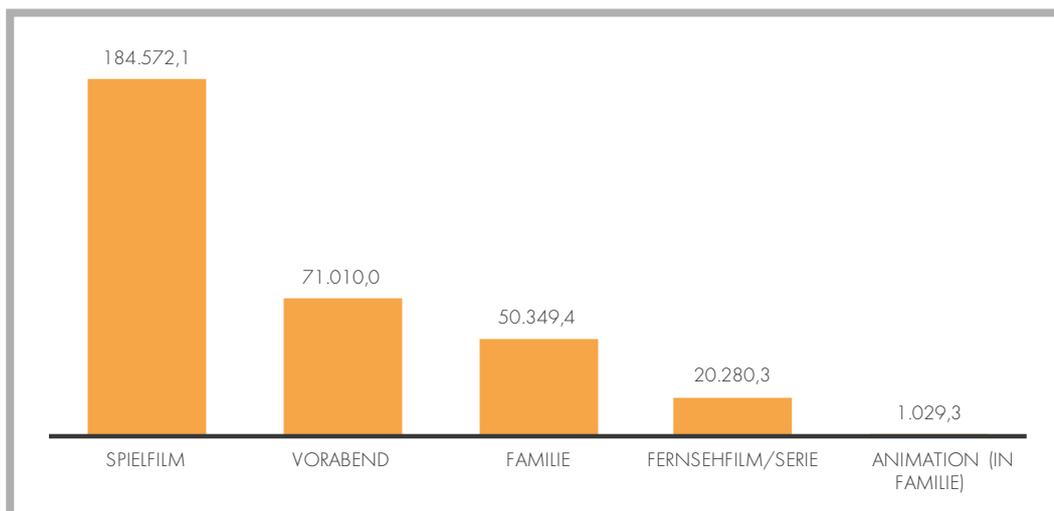


ABBILDUNG 14
Auftragsvergabe der Degeto 2015 in Tsd. Euro.

Dies zeigt noch einmal, dass die Degeto sowohl über die Sendeplätze wie auch das finanzielle Volumen verfügt, um einzelne Sendeplätze am Vorabend sowie in der Primetime mit Animation zu bestücken. Dazu müsste sie von den Intendantinnen und Intendanten einen entsprechenden Auftrag erhalten. Zudem dürfte es für diese Sendeplätze – wie zumeist üblich – keine Marktanteilsvorgaben geben. Somit würde die ARD die Vielfalt im ERSTEN erweitern. Da Animation repertoirefähig ist, bestünde zudem die Möglichkeit, diese Produktionen auch in den Dritten Programmen zu senden.

ANIMATION IN ANDEREN EUROPÄISCHEN LÄNDERN

Nach der Betrachtung der Situation in Deutschland lohnt sich der Blick über die Grenzen. Wie stellt sich in anderen europäischen Ländern die Situation dar?

In ihren 2015 veröffentlichten Studien »Focus on Animation« und »Mapping the Animation Industry in Europe« untersuchte das European Audiovisual Observatory des Europarats (EAO) unter anderem Herstellungsvolumen, Vertrieb und Verbreitung von europäischen Animationsproduktionen.¹⁶ Nachfolgend werden die Ergebnisse dargestellt. Dabei soll entsprechend der Systematik des EAO nach Kinomarkt und Fernsehmarkt unterschieden werden. Die Untersuchungen beziehen sich auf die Jahre 2010 bis 2014.

KINOMARKT

2014 starteten 188 Animationsfilme in Europa, 107 davon wurden in der EU produziert. 14,7% der Kinotickets in Europa wurden für Animationsfilme verkauft. Trotz des hohen Anteils europäischer Animationsproduktionen an den Kinostarts (57%) erreichte der europäische Animationsfilm dennoch nur einen Marktanteil von etwa 20%, da die größten 44 US-Produktionen des Jahres 71,6% der Eintritte auf sich vereinten.

Unter Europas Top 20 der internationalen Animationsfilme war kein Film mit deutscher Beteiligung. Unter den Top-20-Filmen ohne US-Beteiligung rangierten »Die Konferenz der Tiere« auf Platz 11 und »Tarzan« auf Platz 12.

Durchschnittlich 50 Animationskinofilme wurden pro Jahr in Europa hergestellt. Frankreich, Spanien und Großbritannien waren die Hauptproduzenten. Aus diesen drei Ländern kamen allein 40% der gesamten Animationsfilmproduktion. Im Vergleich der Produktionsvolumina aller europäischer Länder (2010–2014) befindet sich Deutschland hier auf Platz 5. Siehe Abbildung 15.

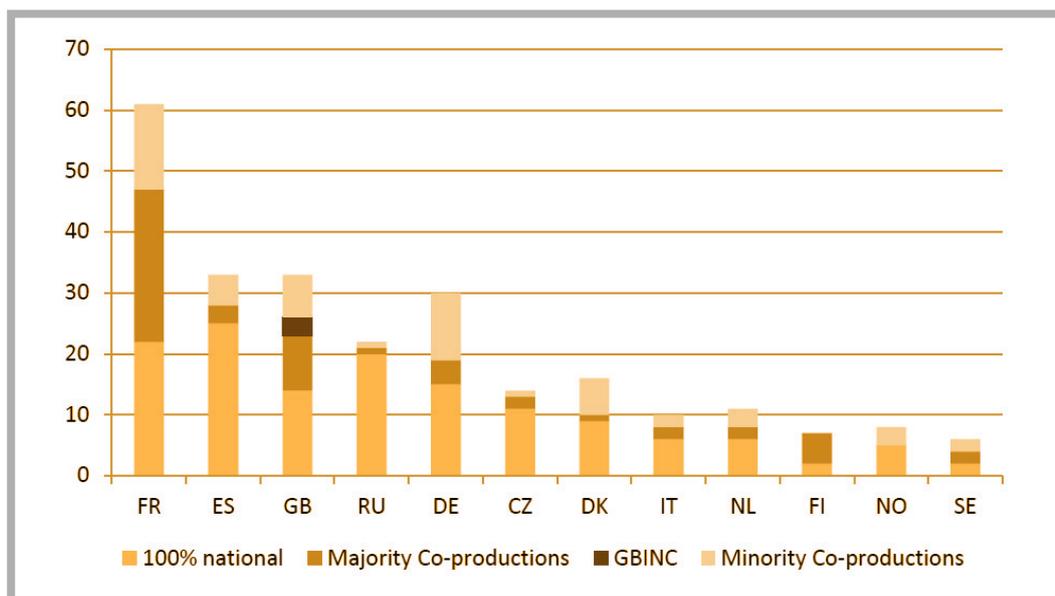


ABBILDUNG 15
Europäische Länder nach Produktionsvolumen von Animationsfilmen 2010 bis 2014

¹⁶ Vgl. Jiménez Pumarez, M.; Simone, P.; Kevin, D.; Ene, L.; Talavera, J.: Mapping the Animation Industry in Europe, European Audiovisual Observatory of the Council of Europe, 2015, S. 8.

Es fällt auf, dass Frankreich neben einem sehr hohen Anteil zu ausschließlich national produzierten Animationsfilmen einen sehr hohen Anteil von Filmen als Mehrheits-Ko-produzent herstellte. Ähnliches gilt für Großbritannien. In Spanien dominierten die ausschließlich nationalen Produktionen. Bei den deutschen Produktionen war der Anteil minoritärer Produktionen hingegen relativ hoch. Bei der Betrachtung durchschnittlicher Produktionsvolumina pro Film findet Deutschland nicht einmal einen Platz in den Top Ten mit Durchschnittsbudgets unter 1 Mio. Euro. Hier liegt Deutschland deutlich hinter Ländern wie z. B. Dänemark, Polen, Griechenland und Bulgarien.

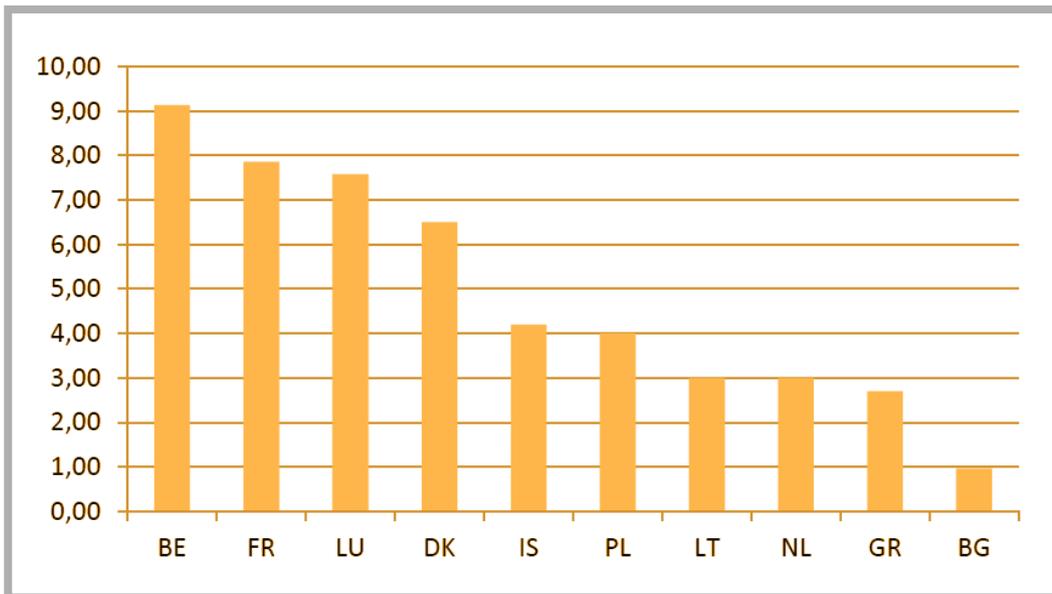


ABBILDUNG 16
Europäische Länder nach durchschnittlichem Produktionsbudget von Animationsfilmen 2010 bis 2014

FERNSEHEN IN EUROPA

Von 301 Kinderkanälen in Europa sind 217 von US-Konzerngesellschaften gegründet. Von den 84 anderen Kanälen sind 20 öffentlich-rechtliche und 64 private Sender. Von den 18 größten europäischen Kinderkanälen spielten 2013 lediglich zwei deutsche Filme ab: Junior und Your Family Entertainment (Fix & Foxi). Auf den erfassten Gesamteuropäischen Kinderkanälen fanden praktisch keine deutschen Animationsproduktionen statt (lediglich auf BOOMERANG).

Die Studie der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle des Europarates »European fiction works on TV channels« hat außerdem im Jahr 2015 die Entwicklungen der Programmierungen der TV-Sparte Fiktion in TV-Kanälen europaweit untersucht.

Europaweit wurde ein durchschnittlicher Anteil von 17% nationaler, 31% europäischer und 7% internationaler Koproduktionen festgestellt. 62% der Programme waren außer-europäischen Ursprungs.¹⁷

Ein großer Unterschied zwischen den privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten wird weiterhin deutlich. So hatten die öffentlich-rechtlichen Anstalten mit 27% nationaler Produktionen und insgesamt 53% sowie 8% internationalen Koproduktionen einen sehr viel höheren europäischen Anteil als die privaten Sender mit 12% nationalen, 21% europäischen und 6% internationalen Koproduktionen. Siehe *Abbildung 17*.

¹⁷ Vgl. Deirdre Kevin, Laura Ene: European fiction works on TV channels, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle des Europarates, 2015, S. 8.

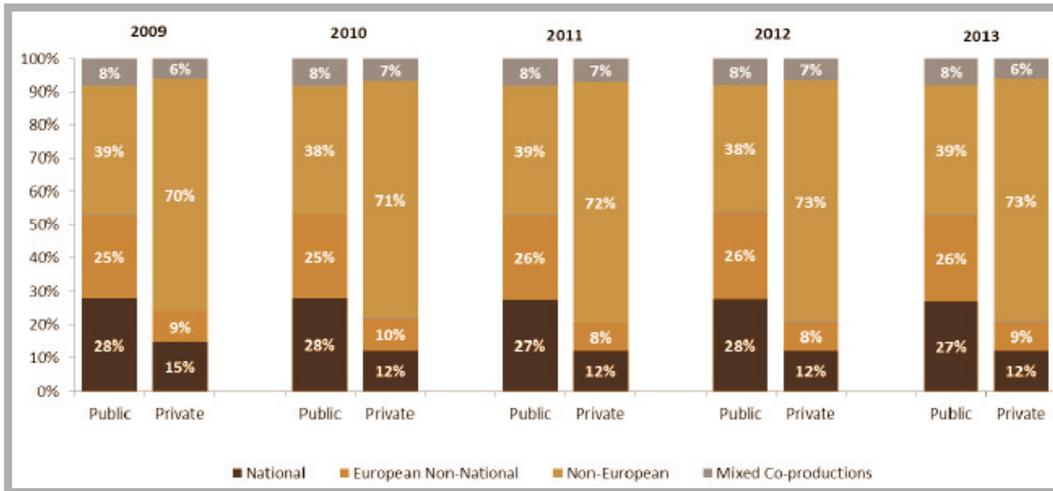


ABBILDUNG 17
Produktionen nach Form bzw. Ursprung, 2009 bis 2013 in Prozent für private und öffentlich-rechtliche Sender

Im Vergleich der Fiction-Genres kann man beim Animationsfilm einen Anteil nationaler Produktionen von 20%, einen europäischer Produktionen von 38% und einen Anteil internationaler Koproduktionen von 10% feststellen. Siehe Abbildung 18.

Erklärung zur Abbildung 18: Das Genre Animation enthält ausschließlich Animationsserien. Animations-Kinofilme sind der Kategorie Kinofilm (Feature Film) zugeordnet.

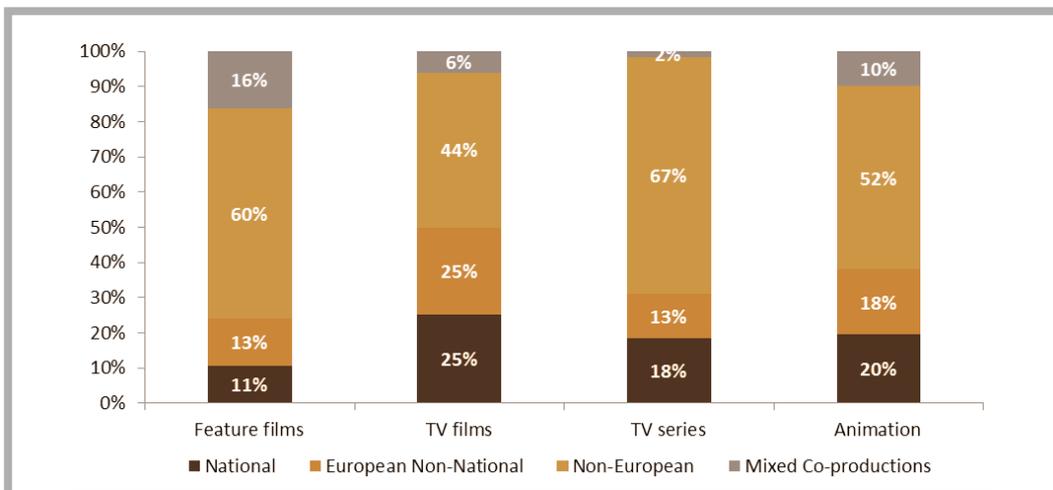


ABBILDUNG 18
Produktionen nach Form bzw. Ursprung in verschiedenen Subgenres in Prozent

Abbildung 19 zeigt die zeitliche Entwicklung des Produktionsursprungs bei den Animationsserien. Es wird deutlich, dass der Anteil nationaler Produktionen leicht gestiegen ist, während der Anteil außereuropäischer Produktionen leichtfiel.

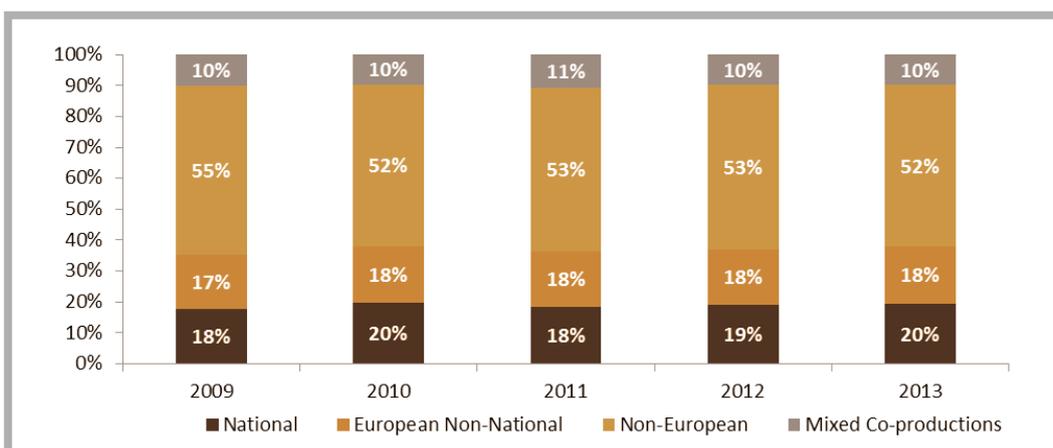


ABBILDUNG 19
Produktionen nach Form bzw. Ursprung, 2009 bis 2013 in Prozent

Die Studie »Mapping the Animation Industry in Europe« kommt u. a. zu folgenden Schlüsselerkenntnissen:

- Auf dem schon globalisierten Markt werden die asiatischen Player von Sub-Auftragnehmern zu Koproduzenten. Dies ist eine große Chance für europäische Produzenten.
- Vorabfinanzierung durch Sender ist sehr schwierig, viele Kindersender haben keine relevanten Investitionsmittel zur Verfügung.
- Animation ist bereits das Genre mit der breitesten Zirkulation in Europa, dennoch werden Vorabverkäufe bzw. Verkäufe immer wichtiger, um die gesunkenen nationalen Budgets zu kompensieren.
- Internet wird immer wichtiger, besonders VOD-Plattformen, die im Entstehen sind.
- Der Aufbau von starken »brands« wird immer wichtiger.
- Animation hat viele Möglichkeiten zur Erweiterung auf Teens und Erwachsene.
- Förderung bleibt notwendig, allen voran Verantwortung öffentliche Förderung und die »Förderung« seitens der öffentlich-rechtlichen Sender.

Die ebenfalls vom EAO publizierte Studie »Focus on Animation« analysiert die durchschnittlichen Produktionsbudgets europäischer Animationskinofilme und Animationsserien.

Deutschland hatte in dieser Zeit neben Belgien die größten Budgets für Kinofilme, allerdings wurden in Deutschland auch deutlich weniger Filme hergestellt als in Frankreich, Spanien und Großbritannien. Offensichtlich wurden hier aber auch Koproduktionen gezählt. Siehe *Abbildung 20*.

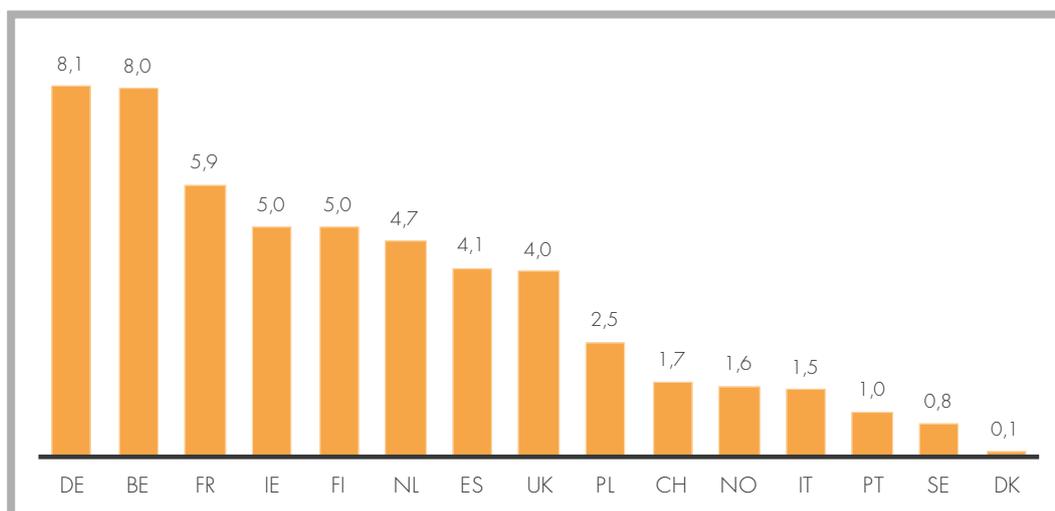


ABBILDUNG 20
Durchschnittsbudget
Animationskinofilme
2011–2013 nach Land
in Mio. Euro

Die Situation der Durchschnittsbudgets bei TV-Serien unterscheidet sich deutlich. Deutschland liegt hier hinter Portugal, der Schweiz, Großbritannien, Frankreich, Irland, Dänemark und Spanien.

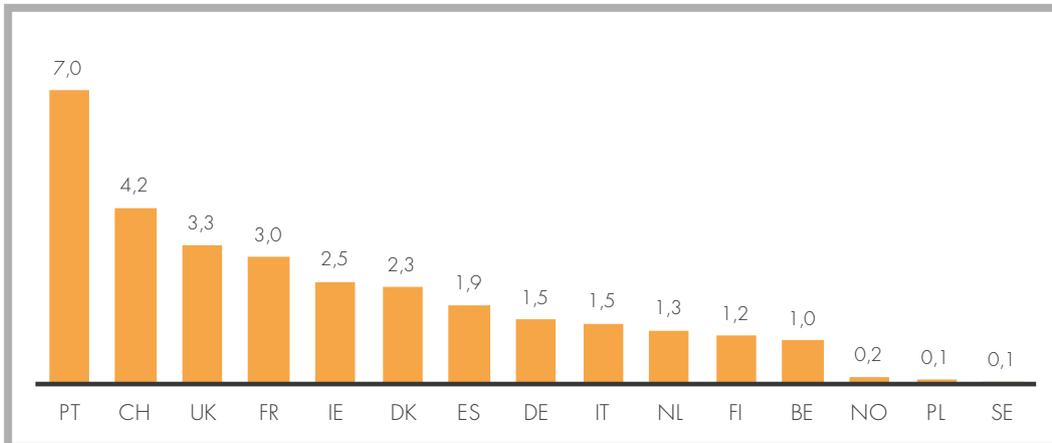


ABBILDUNG 21
Durchschnittsbudget
Animationsserien
2011–2013 nach Land in
Mio. Euro

Die Studie der EAO stellt ebenfalls die Zahl der bei europäischen Animationsproduktionen beschäftigten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die Jahre 2011 bis 2013 dar. **Dabei wird deutlich, dass deutsche Animationsproduktionen 2013 nach Großbritannien die meisten Beschäftigten hatten.** Im Vergleich zu 2011 ergab sich in Deutschland ein deutlicher Zuwachs von 37%. Siehe Abbildung 22.

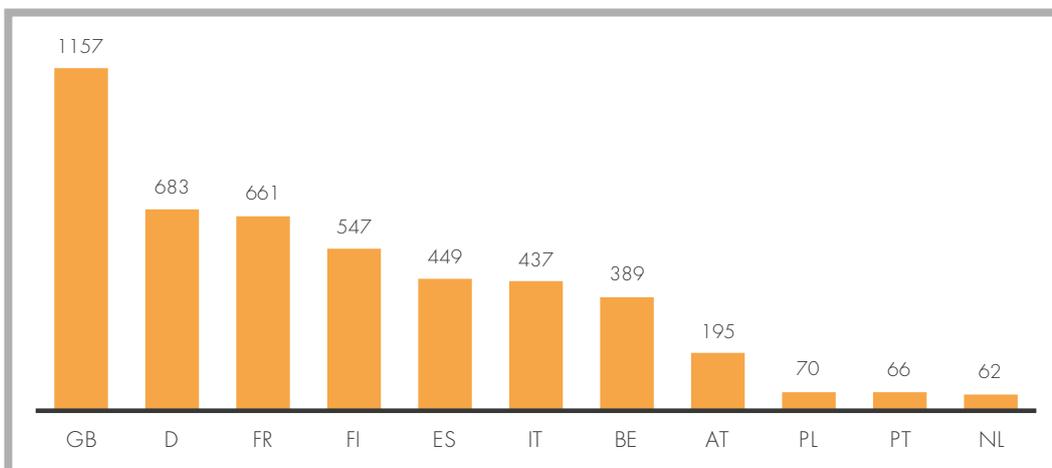


ABBILDUNG 22
Anzahl der Beschäftigten
europäischer Animations-
produzenten 2013 nach
Land

VERGLEICH ANIMATIONSPRODUKTIONSVOLUMEN/ BEDINGUNGEN

Nach der Darstellung der Situation außerhalb Deutschlands im weiteren Sinne lohnt nun ein direkter Vergleich der Situation der deutschen Animationsproduktion mit der in anderen Ländern.

Unser Nachbar Frankreich gilt als eines der potentesten Film- und Fernsehproduktionsländer Europas, daneben zählen die Länder Spanien und selbstverständlich Großbritannien zu den Ländern mit hohem Produktionsvolumen.

KINO

Zunächst sei die Anzahl der hergestellten Animationsproduktionen der Jahre 2010 bis 2014 betrachtet. Diese schließt nationale Produktionen und Koproduktionen ein.

Insgesamt kann man für alle Länder die Tendenz beobachten, dass die Anzahl der Produktionen von 2010 auf 2011 anstieg und danach wieder fiel.

Frankreich war das Land, welches mit durchschnittlich neun Produktionen pro Jahr die meisten Produktionen vorweisen konnte, gefolgt von Großbritannien (5) und Spanien (5), dahinter Deutschland (4). *Siehe Abbildung 23.* Eine genauere Aufschlüsselung nach nationaler Produktion und Koproduktion stellte das EAO nicht zur Verfügung.

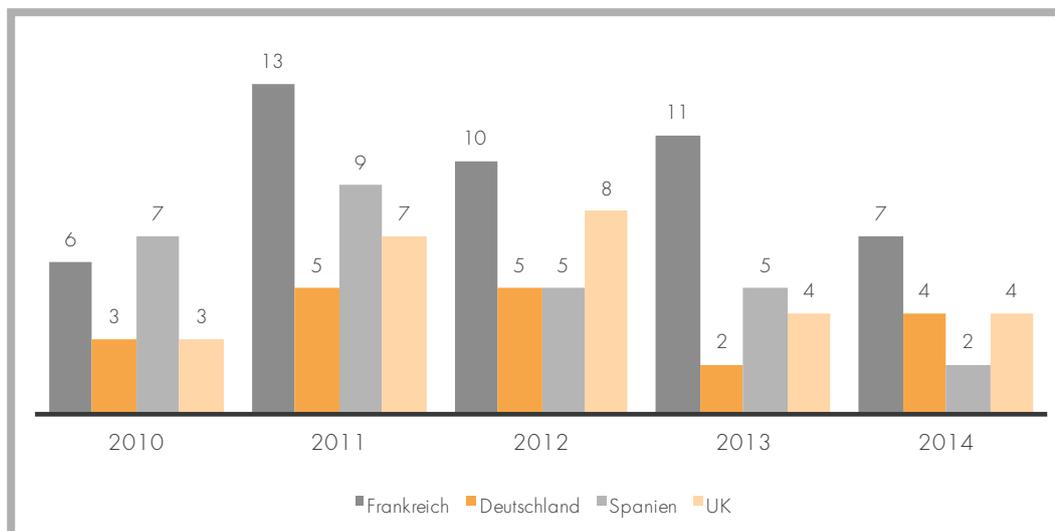


ABBILDUNG 23
Anzahl der Animationsproduktionen mit Kinostart 2010 bis 2014, Quelle EAO 2015

In einer weiteren Statistik betrachtete das EAO die durchschnittlichen Produktionsbudgets. Diese lagen in den Jahren 2010 bis 2014 in Deutschland und Belgien mit ca. 8 Mio. Euro pro Film am höchsten, es folgten Frankreich mit ca. 6 Mio. Euro und Spanien und Großbritannien mit ca. 4 Mio. Euro. Erklärbar ist dies damit, dass die deutschen und belgischen Produktionen dieser Jahre zum großen Teil aus internationalen Koproduktionen wie z. B. »The Pirates! Band of Misfits« bestanden.

Die Studie des EAO bemerkt weiter, dass das CNC in **Frankreich** im Jahr 2014 ca. **46 Mio. Euro Förderung für Animationsfilme** zur Verfügung stellte. 77% der Animationsproduktionen profitierten darüber hinaus von dem System der französischen Tax Credits, welches 2013 ein Volumen von ca. 60,5 Mio. Euro hatte.

FERNSEHEN

In Frankreich gab es im Jahr 2013 auch die meisten Kindersender, in denen der Animationsfilm traditionell eine starke Rolle spielt. Deutschland rangierte auch hier hinter den Ländern Großbritannien und Spanien.

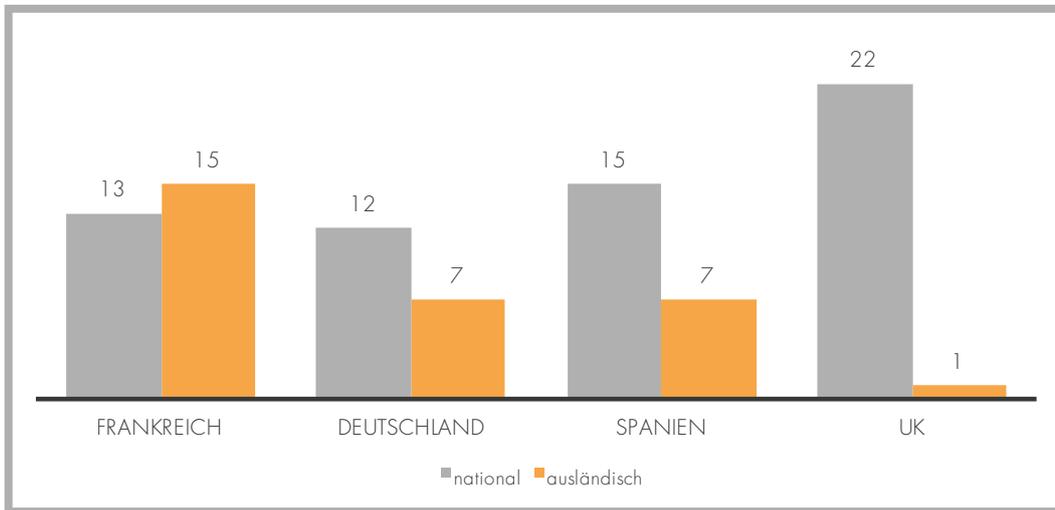


ABBILDUNG 24
Kindersender nach
Kategorie in ausgewählten
europäischen Ländern
2013

Die Studie des EAO stellt fest, dass Frankreich das Land mit der höchsten Anzahl an produzierten Animationsstunden für das Fernsehen in Europa war. 2015 waren dies 285 Stunden mit einem Produktionsvolumen von 180,8 Mio. Euro.

In Großbritannien stieg das Produktionsvolumen von 40 Mio. Euro auf 100 Mio. Euro an. Grund für diesen extremen Anstieg war die Einführung eines Animation Tax Relief Funds im Jahr 2013.

Im Vergleich dazu konstatierte die Studie durchschnittlich 50 produzierte Animationsstunden pro Jahr in Deutschland auf Basis der Jahre 2008/2009.

In Frankreich ist eine außergewöhnlich positive Situation und Entwicklung zu beobachten. Dort haben Sender und Animationsverbände gemeinsam Mindesthöhen festgelegt, zu denen sich Sender an französischen Animationsproduktionen beteiligen müssen. 2014 investierten französische Sender demzufolge 47 Mio. Euro in einheimische Animationsproduktionen, vornehmlich in Fernsehproduktionen.

Dies spiegelt sich in der nachfolgenden Grafik wider, welche die durch das EAO ermittelten durchschnittlichen Minutenkosten für Fernsehanimationsproduktionen darstellt.

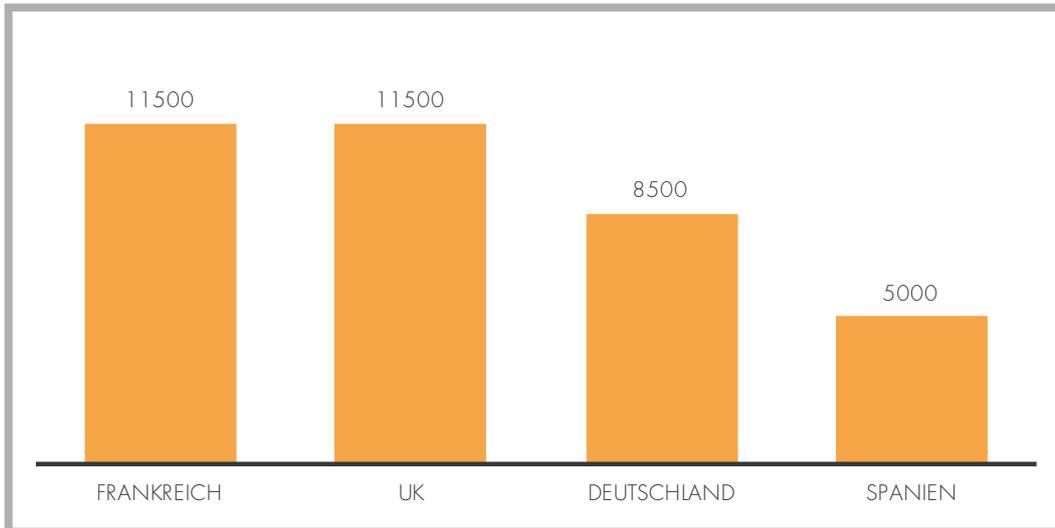


ABBILDUNG 25
Durchschnittliche
Minutenpreise für
TV-Animation,
Quelle EAO 2015

Zur besseren Einordnung seien an dieser Stelle ebenfalls die durchschnittlichen Höhen der Budgets für europäische Animationsserien genannt. In Großbritannien und Frankreich lagen die Budgets 2013 bei durchschnittlich 3,2 Mio. Euro bzw. 3 Mio. Euro, in Spanien bei 1,9 Mio. Euro und in Deutschland bei 1,5 Mio. Euro.

Ein entscheidender Marker für die Leistungsfähigkeit der jeweiligen nationalen Animationsindustrie sind die Anteile nationaler Produktionen an den von den jeweiligen Fernsehsendern der Länder ausgestrahlten Sendungen. Aus der Abbildung 26 wird ersichtlich, dass 2013 in deutschen Fernsehsendern der geringste Anteil nationaler Produktionen gezeigt wurde.

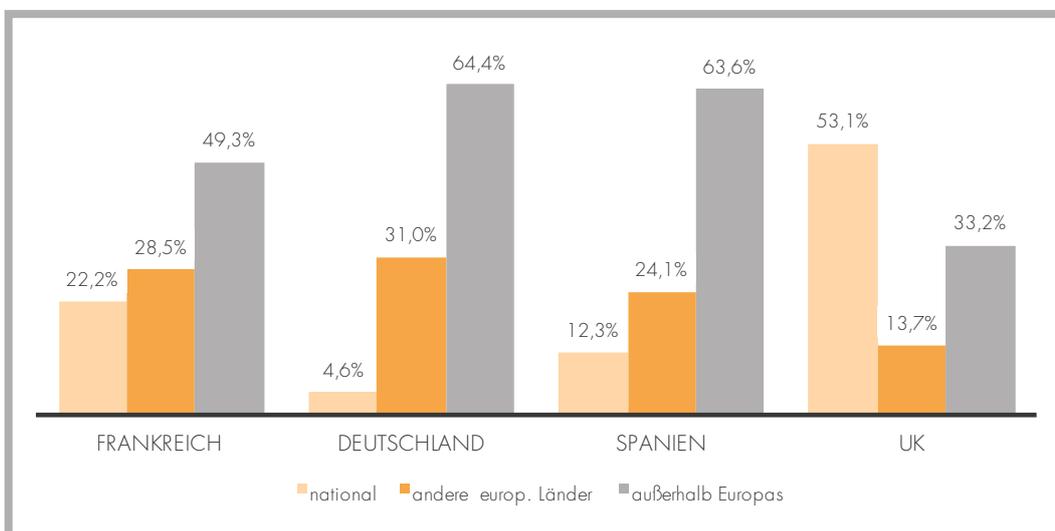


ABBILDUNG 26
Herkunft der in den
Fernsehanstalten
ausgestrahlten
Animationsproduktionen
ausgewählter Länder 2013,
Quelle EAO 2015

ROLLE DER EUROPÄISCHEN TAX-CREDIT-SYSTEME

Die oben zitierte Studie »Mapping the Animation Industry in Europe« zitiert ihrerseits eine Untersuchung über die Auswirkungen von sogenannten »fiscal incentive schemes« für die Film- und Fernsehproduktion.

Dieser Studie zufolge wurde in Großbritannien ein regelrechter Animationsboom ausgelöst. In London nahmen die Animationsproduktionen um 800% zu. Hier wurden die Produktionen wieder mehrheitlich in Großbritannien durchgeführt. Die Beschäftigung wurde von Asien und Amerika zurückverlagert. Gleiches berichteten französische Produzenten. Das CNC gibt einen Anstieg der Beschäftigung von 38% im Filmsektor und 27% im TV-Sektor für die Periode 2004 bis 2013 an.

Weiterhin wurden durch die Tax-Credit-Systeme, die dadurch ansteigende Anzahl von Produktionen und die damit verbundene höhere Beschäftigung im Land die Professionalisierung der Film- und Fernsehschaffenden vorangetrieben. Diese entwickelten sich von Service-Providern zu konzeptionell eigenständig arbeitenden Produzenten und Entwicklern.

DIE LAGE DER BRANCHE

SITUATION DER PRODUKTIONSUNTERNEHMEN

Zur umfassenden Betrachtung der Situation des Animationsfilms gehört nicht nur der Blick auf Sendeplätze, Herstellungsgrößen und Produktionsvolumina. Die Situation der Hersteller und der Beschäftigten soll nachfolgend in Kürze dargestellt werden. Diese Darstellung ist lediglich eine Zusammenfassung der im Jahr 2015 von der AG Animationsfilm veröffentlichten »Branchenumfrage zur Situation des Animationsfilmschaffens in Deutschland«.

Befragt wurden 432 Personen, die in der Animationsbranche tätig waren. Davon bezeichneten sich 71 als Produzenten und 344 als andere Filmschaffende. Die Situation der Produktionsunternehmen stellt sich so dar, dass 68% der befragten Produzenten einen Bruttojahresumsatz von unter 500.000 Euro angaben. Siehe Abbildung 27.

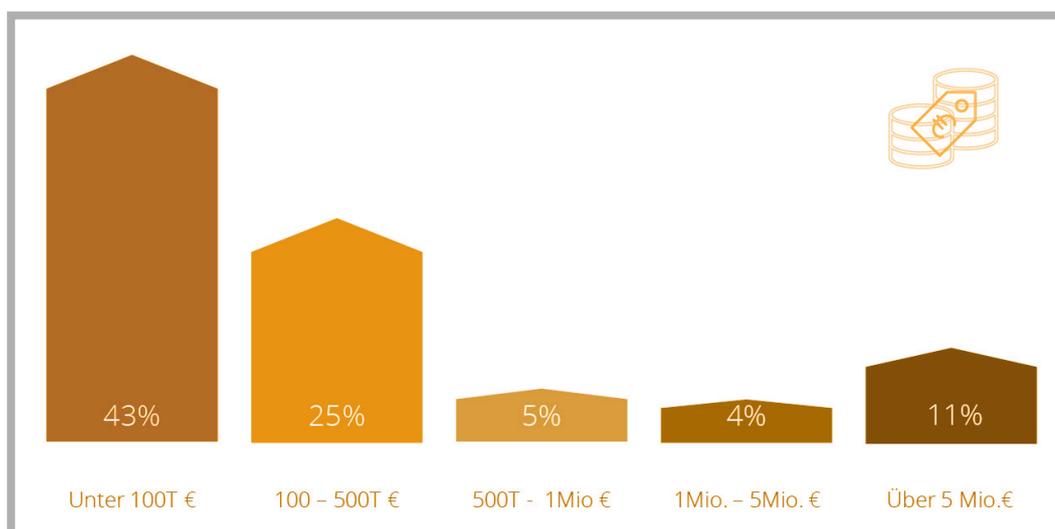


ABBILDUNG 27
Bruttojahresumsatz der
Produktionsunternehmen
2014

Dramatisch stellt sich die Erlössituation der Unternehmen dar. 52% der Produktionsunternehmen schlossen ihre Projekte 2012 bis 2014 mit Verlust ab, 14% erreichten nur eine Kostendeckung und gerade einmal 24% konnten Gewinne erzielen. Siehe *Abbildung 28*. Gewinne wurden dabei hauptsächlich in Bayern und Hamburg erwirtschaftet.

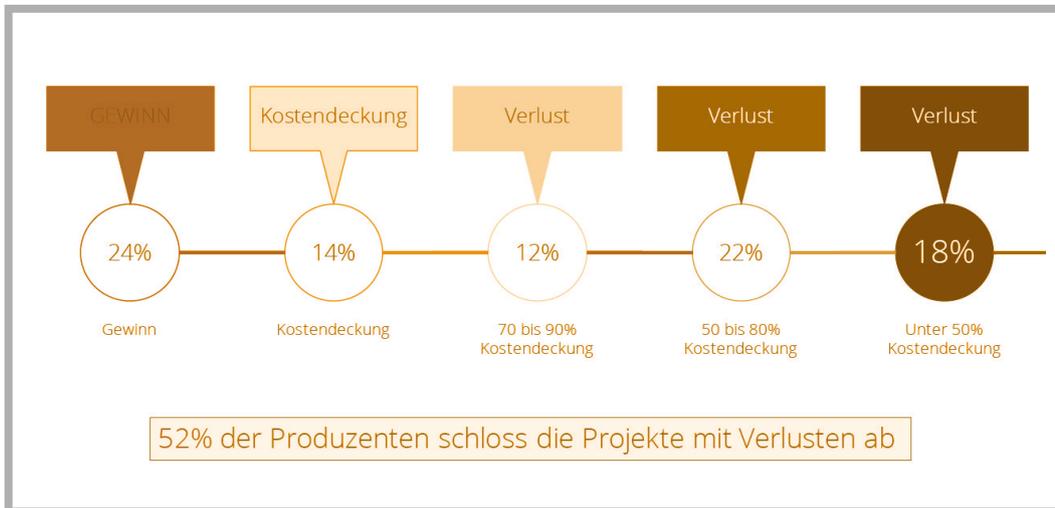


ABBILDUNG 28
Darstellung der
Kostendeckungsniveaus

Die Produzenten berichteten von enormem Akquisitionsdruck. Vor allem die Arbeit mit deutschen Fernsehsendern werde immer schwieriger. So konnte über die Hälfte der Produzenten in den letzten drei Jahren (2012 bis 2014) keine Projekte mit deutschen Fernsehsendern mehr realisieren. 44% der Produzenten boten diesen demzufolge keine Projekte mehr an.

Filmförderung nutzten regelmäßig 43% der Befragten, vor allem in Mitteldeutschland und Niedersachsen. Allerdings werden die Regionaleffekte der Länderförderer von 61% der Befragten als hinderlich empfunden, da diese eine bundesweite Mobilität von Spezialisten voraussetzte welche so nicht realistisch sei.

Eine Alternative für die Produktionsunternehmen waren internationale Koproduktionen. 55% der Unternehmen waren in diese involviert, 18% alleinig als Dienstleister.

SITUATION DER FILMSCHAFFENDEN

Über die Hälfte der Filmschaffenden (63%) waren selbstständig bzw. freiberuflich tätig.

Der Großteil der Befragten war hauptsächlich für Kinoproduktionen tätig. 45% der Befragten war regelmäßig für Auftragnehmer im Ausland tätig, dabei hauptsächlich für Auftraggeber aus den USA, Großbritannien, der Schweiz und Frankreich.

Mehr als ein Drittel (38%) der Befragten musste mit einem Minimaleinkommen unter 16.500 Euro jährlich auskommen. 31% der Befragten gaben an, von ihrer Tätigkeit nicht den Lebensunterhalt bestreiten zu können. Siehe *Abbildung 28*. Frauen waren dabei deutlich schlechter gestellt. Dort lagen sogar 57% in der untersten Einkommensklasse (unter 16.500 Euro). In der höchsten Einkommensklasse über 50.000 Euro fanden sich dagegen lediglich 5% der Frauen wieder.

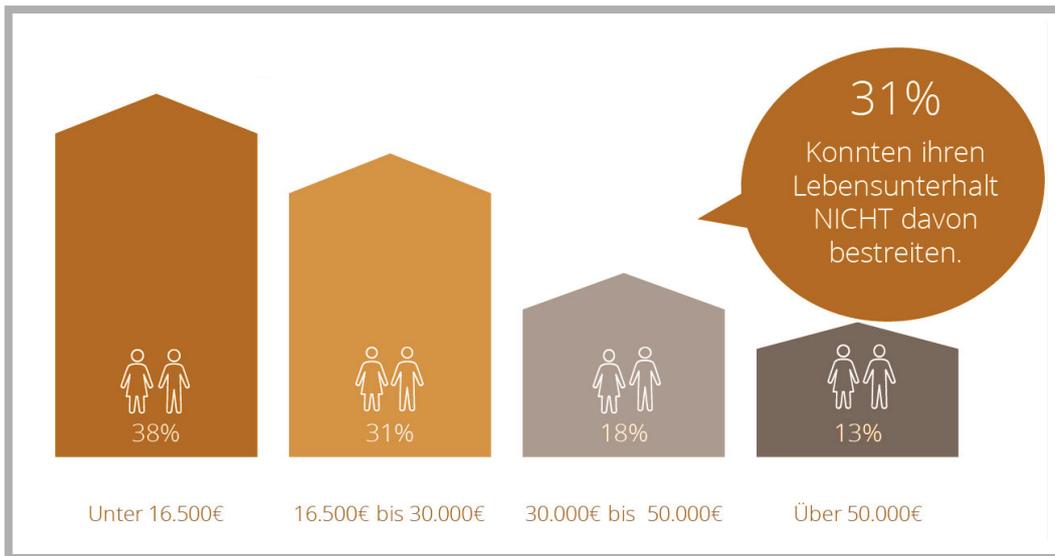


ABBILDUNG 29
 Bruttojahreseinkommen der Befragten nach Einkommensklassen

Der Großteil der Befragten gab Bruttostundenhonorare von 10 bis 30 Euro an. Nur 25% der Befragten waren mit ihrem Einkommen zufrieden.

Im Bereich der Altersvorsorge stellt sich die Situation besonders dramatisch dar. 42% der Befragten gaben an, über KEINE Altersvorsorge zu verfügen. Von denjenigen, die Altersvorsorge betrieben, gingen 48% von einer späteren Altersrente unter 950 Euro aus. 36% hatten keine Vorstellung von ihrer zukünftigen Rente.

PERSPEKTIVEN

Der Blick in die Zukunft gestaltete sich für den Großteil der Befragten nicht positiv. Es sahen 23% gute und sehr gute Arbeitsperspektiven. Nur 20% sahen eine gute bzw. sehr gute finanzielle Perspektive, während 45% diese eher negativ oder sehr negativ einschätzten.

68% der Befragten gaben an, sich Gedanken über einen Branchenausstieg gemacht zu haben. Die Gründe für die negative Perspektiveinschätzung sind in *Abbildung 30* dargestellt.

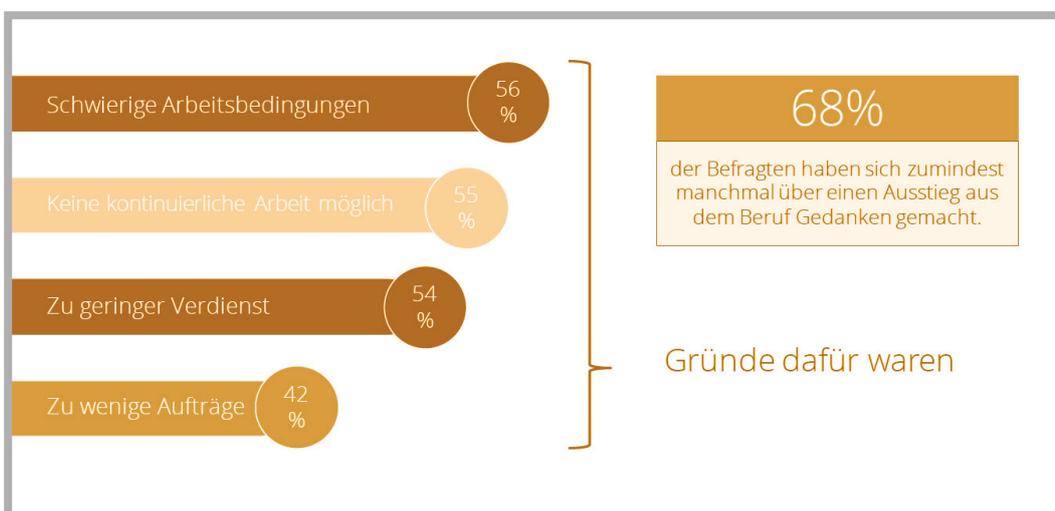


ABBILDUNG 30
 Gründe für die negative Perspektiveinschätzung der Befragten

WESENTLICHE FESTSTELLUNGEN

Im Vergleich mit anderen europäischen Ländern ist festzustellen, dass im deutschen Fernsehen wie auch im deutschen Kino deutsche bzw. europäische Animation zumeist nur für die Zielgruppe der Kinder angeboten wird. Animation für Jugendliche, junge Erwachsene bzw. Erwachsene ist – bis auf Kurzfilmfestivals, die seltenen Kurzfilmnächte bzw. Kurzfilmmagazine in einzelnen Sendern¹⁸ – nicht mehr als eine Randnotiz. Animation für Jugendliche und Erwachsene Animation für Jugendliche und Erwachsene wird außer auf ProSieben in keinem Vollprogramm kontinuierlich angeboten. Die Sender, die Animationen für diese Zielgruppe bieten, setzen vor allem auf außereuropäische Anbieter.

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben nach Gründung des KiKA Kinder- und Jugendprogramme und deren Hauptbestandteil – Animationsfilme und Serien – kontinuierlich aus ihren Hauptprogrammen entfernt.

Senderseitig werden hauptsächlich Serien programmiert. Dabei bilden ausländische bzw. außereuropäische Produktionen den Hauptteil. Trotz eines durchaus bestehenden Interesses an Animationsproduktionen für Erwachsene geben die Sender dieser Form keinen Raum.

Die Sender programmieren im Wesentlichen für die größte Zuschauergruppe, die der »vormals Berufstätigen und Zuschauer ohne Beruf«. Deren Geschmack wird bedient, andere Formen und Formate werden nicht oder nur weit außerhalb der Primetime gezeigt.

Signifikante Effekte für die deutsche Animationsbranche in Form von Beschäftigung, Infrastrukturentwicklung etc. entstehen nur bei deutschen Produktionen ohne ausländische Beteiligung bzw. internationalen Koproduktionen mit majoritärer deutscher Beteiligung.

Bezogen auf die Gesamtheit der untersuchten Sender ergaben sich diese Brancheneffekte bei lediglich 5,2% der Produktionen, bezogen auf die ausgefüllte Sendefläche.

91,5% der in Deutschland ausgestrahlten Animationssendungen stammten aus dem Ausland.

Lediglich KiKA und Super RTL zeigten einen überwiegenden Anteil europäischer Produktionen.

Der Anteil relevanter Produktionen mit Effekten in Deutschland lag beim KiKA bei 19,3%, bei Super RTL bei 2,5%. Bei den anderen Kindersendern, Disney Channel und Nickelodeon, wurden ausschließlich ausländische Animationsproduktionen gezeigt, die in ihrer Herstellung keine Effekte in Deutschland generierten.

Im europäischen Vergleich sind in der deutschen Animationsindustrie viele Menschen tätig, es werden dennoch viel weniger Kinofilme und Animationsserien hergestellt. In Zahlen ausgedrückt wurden in Deutschland 2010 bis 2014 19 Animationsfilme hergestellt. Deutschland liegt damit hinter Frankreich (47), Spanien (28), Schweden (25)

¹⁸ MDR: Unicato, ...

Großbritannien (23) und Russland (21). Die Anzahl der Beschäftigten in der Branche ist in Deutschland mit 683 (Stand 2013) hinter Großbritannien (1.157) am zweithöchsten.

Von den Produktionen mit deutscher Beteiligung nehmen internationale Koproduktionen und Kofinanzierungen einen großen Raum ein (67,7%). Die Mehrheit dieser sind wiederum minoritäre Koproduktionen und Kofinanzierungen (38,6% der deutschen Beteiligungen).

Rechnet man dazu den hohen Anteil an Dienstleistungsproduktionen, die in Deutschland stattfinden, ist festzustellen, dass hierbei zwar Beschäftigung und Erlös erzielt werden, strukturelle Weiterentwicklungen und langfristige Bestandssicherung aber zu kurz kommen. Man lebt sozusagen von der Hand in den Mund.

In Ländern wie Frankreich, Großbritannien und Spanien sind die Verhältnisse umgekehrt. Durch verstärkte Investitionen von Fernsehsendern und Filmförderern (Frankreich) oder Steuervergünstigungsmodellen (Großbritannien) wurden hier enorme strukturelle Effekte ausgelöst, die, wie am Beispiel Großbritanniens deutlich gemacht wurde, zu einer mehr als Verdopplung der Produktionen und zu einer Rückholung ausgelagerter Dienstleistungsproduktionen aus z. B. Asien führten.

Die Situation deutscher Hersteller wie Filmschaffender ist gleichermaßen schlecht. Nur ein Viertel der Hersteller erwirtschaftete Gewinn, ein Drittel der Filmschaffenden findet keine vollständige Existenzgrundlage in der Branche. Besonders prekär ist die Altersvorsorgesituation. 42% der Filmschaffenden verfügt über keine derartige, und bei all denen mit Altersvorsorge wird diese sehr gering ausfallen.

Für die deutschen Produzenten an Animationsfilmen und deren Angestellten ist festzustellen, dass für viele von ihnen die sozialen Standards gering sind. Für viele von ihnen kann man die Beschäftigungssituation als prekär einschätzen.

Viele Produzenten haben auch ein Problem, die von den Filmförderern eingeforderten Regionaleffekte zu erbringen. Aufgrund der zu geringen Auftragslage fehlt vor Ort zumeist das qualifizierte Personal, sodass hier zum Teil Auftragsreisetourismus ohne nachhaltige Effekte und mit zusätzlichen Kosten entsteht. Somit werden Mittel, die auch zur Bildung von Eigenkapital, zur Stärkung der Firmen sowie der Selbstständigen und somit zur Entwicklung neuer Projekte genutzt werden könnten, durch den Auftragsreisetourismus der Branche entzogen.

Um sich aus dieser Situation zu befreien, braucht die Animationsfilmbranche:

- eine kontinuierliche und wachsende Auftragslage,
- eine größere programmliche Vielfalt innerhalb der Programme betreffs Herkunft und Genre, also mehr Sendeplätze,
- eine angemessene Vergütung durch die Sender sowie eine faire Aufteilung der Verwertungsrechte,
- soziale Standards in der Beschäftigung.

Gefordert ist also eine Medienpolitik, die aktiv die Rahmenbedingungen verbessert.

ANHANG:

GESETZLICHE GRUNDLAGEN

Der Rundfunk in Deutschland ist stark reguliert. Von der deutschen und europäischen Gesetzgebung werden u. a. Vorgaben zur Ausgewogenheit des Programms, zum Anteil deutscher bzw. europäischer Sendungen im Programm, zur Beauftragung unabhängiger Produzenten und zur Rolle der Filmförderer gemacht. Nachfolgend sind einige der wichtigsten gesetzlichen Regelungen zitiert.

Der Artikel 5 des Grundgesetzes definiert eine grundsätzliche Freiheit der Berichterstattung:

»(1) Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die **Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film** werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.«¹⁹

Auf Basis dieses Artikels begründen die Rundfunkanstalten in Deutschland nicht nur die Freiheit der Berichterstattung, sondern eine relative Freiheit in der Programmgestaltung. Diese wird jedoch durch eine Reihe von anderen gesetzlichen Regelungen eingeschränkt.

Artikel 6 des Rundfunkstaatsvertrages besagt, dass Fernsehveranstalter den Hauptteil ihrer Sendezeit europäischen Werken, also Produktionen aus dem deutschsprachigen sowie europäischen Raum, vorbehalten sollen. Dies gelte auch für Spartensender:

»(2) Zur Darstellung der Vielfalt im deutschsprachigen und europäischen Raum und zur Förderung von europäischen Film- und Fernsehproduktionen sollen die Fernsehveranstalter **den Hauptteil** ihrer insgesamt für Spielfilme, Fernsehspiele, Serien, Dokumentarsendungen und vergleichbare Produktionen vorgesehenen Sendezeit europäischen Werken entsprechend dem europäischen Recht vorbehalten.«

»(3) Fernsehvollprogramme sollen einen wesentlichen Anteil an Eigenproduktionen sowie Auftrags- und Gemeinschaftsproduktionen aus dem deutschsprachigen und europäischen Raum enthalten. Das Gleiche gilt für Fernsehspartenprogramme, soweit dies nach ihren inhaltlichen Schwerpunkten möglich ist.«²⁰

Weiterhin heißt es im Rundfunkstaatsvertrag, dass die Sender berechtigt sind, sich, ohne unmittelbare Gegenleistung zu verlangen, an Filmförderungen zu beteiligen:

»(4) Im Rahmen seines Programmauftrages und unter Berücksichtigung der Grundsätze von Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk zur qualitativen und quantitativen Sicherung seiner Programmbeschaffung berechtigt, sich **an Filmförderungen zu beteiligen, ohne dass unmittelbar eine Gegenleistung erfolgen muss**. Weitere landesrechtliche Regelungen bleiben unberührt.«²¹

¹⁹ Grundgesetz, Artikel 5, Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, <http://www.gesetze-im-internet.de>.

²⁰ Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien vom 31.08.1991, 19. RSIV 2015, http://www.ard.de/download/538848/Staatsvertrag_fuer_Rundfunk_und_Telemedien_in_der_Fassung_des_19_Aenderungsstaatsvertrags_vom_3_bis_7_12_2015.pdf, S. 12.

²¹ Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien vom 31.08.1991, 19. RSIV 2015, http://www.ard.de/download/538848/Staatsvertrag_fuer_Rundfunk_und_Telemedien_in_der_Fassung_des_19_Aenderungsstaatsvertrags_vom_3_bis_7_12_2015.pdf, S. 1.

In einer Protokollerklärung der Länder zu § 6 des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrages werden ausgewogene Vertragsbedingungen und eine faire Aufteilung der Verwertungsrechte gefordert:

»Die Länder bekräftigen ihre Auffassung, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk im Bereich Film- und Fernsehproduktionen Unternehmen sowie Urhebern und Leistungsberechtigten ausgewogene Vertragsbedingungen und eine faire Aufteilung der Verwertungsrechte gewähren soll. Sie fordern die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten auf, dazu in ihren Selbstverpflichtungen nähere Aussagen zu treffen.«²²

Ebenso fordern die Länder, hier in einer Protokollnotiz zum 19. Rundfunkänderungsstaatsvertrag, dass die von den Sendern bei der KEF angemeldeten Mittel auch wie angemeldet verwendet werden und dabei unabhängige Produzenten berücksichtigt werden sollen:

»Die Länder erwarten von ARD, ZDF und Deutschlandradio, dass sie die von ihnen **bei der KEF angemeldeten und von der KEF anerkannten Mittel für die Kategorie Programmaufwand auch für diesen Zweck einsetzen**, wobei auch gesellschaftsrechtlich von den Anstalten **unabhängige Produzenten angemessen berücksichtigt** werden sollen. Sie gehen davon aus, dass die zuständigen Gremien der Rundfunkanstalten, die Mittelplanung und -verwendung insoweit besonders beobachten.«²³

Bestimmungen über ein Mindestmaß der Ausstrahlung europäischer Werke finden sich ebenfalls in der EU-Richtlinie 2007/65/EG:

»Die Mitgliedsstaaten tragen im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln dafür Sorge, dass Fernsehveranstalter den Hauptteil ihrer Sendezeit, die nicht aus Nachrichten, Sportberichten, Spielshows oder Werbe- und Teletextleistungen besteht, der Sendung von **europäischen Werken** im Sinne des Artikels 6 vorbehalten.«²⁴

»Die Mitgliedsstaaten tragen im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln dafür Sorge, dass Fernsehveranstalter **mindestens 10 v. H. ihrer Sendezeit**, die nicht aus Nachrichten, Sportberichten, Spielshows **oder** Werbe- und Teletextleistungen besteht, oder alternativ nach Wahl des Mitgliedsstaats **mindestens 10 v. H. ihrer Haushaltsmittel für die Programmgestaltung der Sendung** europäischer Werke von Herstellern vorbehalten, die von den Fernsehveranstaltern **unabhängig** sind.«²⁵

Derzeit ist in Deutschland allerdings nicht bekannt, ob und wie die Vorgaben der oben genannten EU-Richtlinie überprüft und somit eingehalten werden. Ganz anders in Frankreich. Dort »müssen die Fernsehveranstalter 16% ihres Jahresbruttoumsatzes in französischsprachige Werke stecken. Zwei Drittel davon, also etwas mehr als 10% des Jahresumsatzes, müssen für französischsprachige Filme von unabhängigen europäischen Produzenten ausgegeben werden.«²⁶

²² Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien vom 31.08.1991, 12. RSIV. 2015, https://recht.nrw.de/lmi/owa/br_show_anlage?p_id=9245, S. 12.

²³ Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien vom 31.08.1991, 19. RSIV 2015, https://www.rlp.de/fileadmin/rlp-stk/pdf-Dateien/Medienpolitik/19__Staatsvertrag_zur_Aenderung_rundfunkrechtlicher_Staatsvertraege.pdf, S. 26.

²⁴ Richtlinie 2007/65/EG (89/552/EWG) des Europäischen Parlaments und Rates über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie), Artikel 4.

²⁵ Richtlinie 2007/65/EG (89/552/EWG) des Europäischen Parlaments und Rates über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie), Artikel 5.

²⁶ Oliver Castendyk, Juliane Müller: Kino- und Fernsehproduktionen für Kinder und Jugendliche in Deutschland, S. 16.

IMPRESSUM

AG Animationsfilm e. V.
Funkenburgstraße 16
04105 Leipzig

Tel: +49 151 15063053,
info@ag-animationsfilm.de,
www.ag-animationsfilm.de

Projektleitung:
Annegret Richter (AG Animationsfilm)

Studie und Text:
Jörg Langer (LANGER MEDIA research & consulting) und
Heiko Hilker (DIMBB)

Layout und Satz:
Alice Gläser für ClaraPark.de

© Soweit nicht anders vermerkt, stehen die Texte und Abbildungen der vorliegenden Studie »Situation des Animationsfilms im Deutschen Fernsehen 2010 bis 2015« unter der Creative-Commons-Lizenz Namensnennung (BY) www.creativecommons.org/licenses/by/3.0/de/