

Die deutsche Filmförderung - eine einzigartige Medienförderung? Möglichkeiten und Grenzen ihrer Übertragbarkeit auf den Journalismus

Pauli, Barbara; Noster, Anja; Buschow, Christopher

Erstveröffentlichung / Primary Publication

Konferenzbeitrag / conference paper

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Pauli, B., Noster, A., & Buschow, C. (2024). Die deutsche Filmförderung - eine einzigartige Medienförderung? Möglichkeiten und Grenzen ihrer Übertragbarkeit auf den Journalismus. In U. Eisenbeis, M. Mezger, & L. Rinsdorf (Hrsg.), *Kreativwirtschaft und Creator Economy: Proceedings zur Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie der DGPK 2023 in Stuttgart* (S. 84-100). Stuttgart: Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e.V. <https://doi.org/10.21241/ssoar.95689>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more Information see:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Die deutsche Filmförderung – eine einzigartige Medienförderung? Möglichkeiten und Grenzen ihrer Übertragbarkeit auf den Journalismus

Barbara Pauli ¹, Anja Noster ¹ & Christopher Buschow ^{2, 3}

¹ Bauhaus-Universität Weimar

² Hamburg Media School

³ Technische Universität Hamburg

Zusammenfassung

Der Ruf nach staatlicher Förderung für privatwirtschaftlich organisierten Journalismus in Deutschland wird zunehmend lauter, um seinen Strukturwandel zu unterstützen und Lösungen für seine gegenwärtige Krisenphänomene zu eröffnen. Dabei bleibt die konkrete Ausgestaltung einer möglichen Journalismusförderung jedoch weiterhin unklar. Das unterscheidet den Journalismus vom Film, für den seit vielen Jahren auch in Deutschland eine etablierte Subventionslandschaft existiert. Vorangegangene Literatur hat vorgeschlagen, die deutsche Filmförderung als Vorbild für eine mögliche Journalismusförderung heranzuziehen. Der Beitrag prüft, ob und inwieweit eine solche Übertragung vielversprechend ist. Dazu wurden sechs bewusst ausgewählte Filmförderprogramme mittels einer primär induktiven, qualitativen Inhaltsanalyse von 36 Dokumenten (Förderrichtlinien und Sekundärliteratur) untersucht. Die Ergebnisse zeigen, dass Übertragungspotenziale und gewinnbringende Analogien vor allem im Bereich der Förderschwerpunkte, der Auswahlmechanismen, der Herkunft der Fördermittel sowie auf der Organisationsebene bestehen. Neben den Potenzialen betont die Studie auch Grenzen der Übertragbarkeit.

Keywords: Filmförderung; Journalismusförderung; staatliche Förderung; Subventionen; Dokumentenanalyse

Summary

The call for public funding to support the structural transformation and address the current crisis of commercially organized news media in Germany is becoming increasingly more significant. However, the specific design of a state-based journalism support remains unclear, setting journalism apart from the well-established subsidy system for film in Germany. Previous literature has suggested considering German film subsidies as a template for potential journalism funding. This article examines whether and to what extent such a transfer is promising by conducting a primary inductive, qualitative content analysis of six film funding schemes, analyzing 36 documents (funding guidelines and secondary literature). The findings reveal potential for transfer and valuable analogies, particularly in the areas of funding priorities, selection mechanisms, the funding sources and the organizational structures. Beyond the potential, the study also emphasizes limits of transferability.

Keywords: film funding; journalism funding; public funding; subsidies; document analysis

1 Ausgangssituation: Die Debatte um Journalismus- und Filmförderung in Deutschland

Qualitätsvoller Journalismus bildet einen zentralen Eckpfeiler jeder demokratischen Gesellschaft, obgleich er sich heute erheblichen Herausforderungen gegenüber sieht. Dazu zählen u.a. die konstant rückläufigen Auflagen gedruckter Zeitungen, eine zunehmende Erosion des traditionellen Leserzahlungen-Anzeigen-Geschäftsmodells, geringe nutzerseitige Zahlungsbereitschaft für digital-journalistische Produkte, die marktdominante Rolle von Plattformen, neuer Wettbewerb durch nicht-journalistische Informationsanbieter sowie Probleme bei der digitalen Transformation etablierter Medienorganisationen (Buschow & Wellbrock, 2020).

Um den Journalismus in seiner gegenwärtigen Umbruchsituation zu unterstützen und Auswege aus seinem krisenhaften Zustand zu entwickeln, werden die Rufe nach staatlicher Unterstützung zunehmend lauter (von Castell, 2022). Auf diese Forderungen reagieren u.a. die Strukturförderung der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) (Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 2022) sowie einige Innovationsförderprogramme für den Journalismus auf Länderebene (Buschow & Wellbrock, 2020). Einer von den Verlagen seit Jahren geforderten Zustellförderung erteilte der Bund jedoch Ende 2023 erneut eine Absage (Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2023). Die genaue Ausgestaltung einer möglichen Journalismusförderung durch die öffentliche Hand in Deutschland bleibt deshalb weiterhin unklar.

In der Literatur liegen einige Vorschläge zu einer Förderung des Journalismus vor (u.a. Buschow, 2022; Cornils et al., 2021). Auch wurde in der Vergangenheit der Impuls geäußert, die deutsche Filmförderung solle als Vorlage für eine mögliche Journalismusförderung herangezogen werden. So forderte der Medienforscher und -berater Leonard Novy: „Modalitäten für Gremien, Antragsverfahren etc. gilt es dafür [eine Journalismusförderung; Anm. der Verf.] zu entwickeln, als Vorbild aber bietet sich das bewährte Modell der Filmförderung an“ (Novy, 2013, S. 149). Andere gehen hingegen davon aus, dass es sich bei der deutschen Filmförderung um ein „einzigartiges System“ (Bomnüter & Schulze, 2019, S. 54) handle.

Die deutsche Filmförderung ist die finanzstärkste Medienförderung der Bundesrepublik mit rund 200 geförderten Filmen und einem Gesamtfördervolumen von rund 450 Mio. Euro pro Jahr (Berndt, 2022). Filmförderung hat einerseits zum Ziel, die ökonomischen Rahmenbedingungen für die deutsche Filmwirtschaft zu verbessern und dadurch ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen. Andererseits bildet die qualitative Stärkung des deutschen Films auch ein wichtiges kulturpolitisches Ziel (Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle, 2022). Vor diesem Hintergrund hat sich seit den 1950er Jahren ein differenziertes System von mittlerweile mehr als 25 Bundes-, Landes- und Nischenförderungen etabliert (Bundesverband Jugend und Film e.V., o.J.).

Abgesehen von den skizzierten Vorüberlegungen sind die Potenziale, die sich einer möglichen Journalismusförderung durch die Anwendung von Prinzipien der Filmförderung eröffnen würden, bislang nicht systematisch untersucht worden. Um diese Forschungslücke zu adressieren, untersuchen wir im vorliegenden Beitrag, ob und inwieweit sich Prinzipien der deutschen Filmförderung auf den Journalismus übertragen ließen. Die untersuchungsleitende Forschungsfrage unserer Studie lautet:

FF: Inwieweit ließen sich Prinzipien der deutschen Filmförderung auf den Journalismus als Journalismusförderung übertragen?

Um diese Fragestellung zu beantworten, betrachten wir die institutionellen Strukturen, Prozesse und Fördermodalitäten von sechs Förderprogrammen, die nach dem Prinzip möglichst großer Unterschiedlichkeit zueinander ausgewählt wurden. Auf Grundlage einer qualitativen Inhaltsanalyse von insgesamt 36 Dokumenten (Primärdokumente zu den untersuchten Förderprogrammen sowie Sekundärliteratur) arbeiten wir in einem vorrangig induktiven Analyseverfahren 16 Dimensionen heraus, die auf ihre Übertragbarkeit auf den Journalismus hin geprüft werden. Auf dieser Basis berichtet der Beitrag über Chancen und Grenzen der Übertragbarkeit von Fördersystemen des Films auf den Journalismus.

Im Folgenden wird zunächst skizziert, welche Filmförderprogramme für die Analyse ausgewählt und wie diese untersucht wurden. Im Zentrum des Beitrags steht dann die Diskussion von fünf konkreten Förderdimensionen, deren Adaption für den Journalismus vielversprechend sein könnte. Der Beitrag schließt mit einem kurzen Fazit.

2 Analyse von Filmförderprogrammen

Das deutsche Filmfördersystem verfügt nach Angaben des Bundesverbands Jugend und Film e.V. aktuell über 27 Förderprogramme (Bundesverband Jugend und Film e.V., o.J.). Aus dieser Grundgesamtheit wurde eine Stichprobe von sechs Förderprogrammen auf Basis vorab festgelegter Kriterien gezogen. Die zu untersuchenden Förderprogramme wurden nach dem Prinzip der Varianzmaximierung bestimmt, um möglichst zueinander unterschiedliche Programme einzubeziehen und auf diese Weise möglichst vielfältige Übertragungspotenziale für den Journalismus identifizieren zu können.

Kriterien, nach denen wir die Unterschiedlichkeit der Fälle bestimmt haben, waren die Organisationsebene (Bund oder Land), das Förderziel (wirtschaftlich und/oder kulturell), der Förderfokus (welche Art von Film wird gefördert), die Fördermittel (welche Form von Mitteln wird vergeben) und die Vergabeentscheidung (wird automatisch oder selektiv über die Fördermittelvergabe entschieden). Ausgehend von diesen Auswahlkriterien wurden die in Tabelle 1 dargestellten sechs Förderungen zur weiteren Untersuchung ausgewählt.

Tabelle 1: Untersuchte Förderprogramme

	Organisationsebene	Förderziel	Förderfokus	Fördermittel	Vergabeentscheidung
Filmförderungsgesetz (FFG)	Bund	Wirtschaftlich & Kulturell	Kinofilm in all seinen Phasen	Zuwendungen in Form von Zuschüssen	Selektiv
Kulturelle Filmförderung der BKM	Bund	Kulturell / Künstlerisch	künstlerische Kinofilme	Prämien in Form von Auszeichnungen	Selektiv
German Motion Picture Fund (GMPF)	Bund	Wirtschaftlich: Innovation	hochbudgetierte Kinofilme und Serien	Zuwendungen in Form von Zuschüssen	Automatisch
Deutscher Filmförderfonds (DFFF)	Bund	Wirtschaftlich	Finanzierung von deutschen und internationalen Kinofilmen	Zuwendungen in Form von Zuschüssen	Automatisch
Medienboard Berlin-Brandenburg (MBB)	Land	Wirtschaftlich: Regionaleffekt	Kino- und Fernsehfilme produziert in Berlin & Brandenburg	Darlehen	Selektiv
Der Besondere Kinderfilm (BKF)	Bund	Kulturell	Kinofilme für Kinder zwischen 6 und 12 Jahren	Zuwendungen	Selektiv

Quelle: Eigene Darstellung

Insgesamt wurden 36 Dokumente ausgewertet. Dafür wurde jedem Dokument ein spezifischer Zitiercode zugewiesen. Die Tabelle mit den Quellen und den ihnen jeweils zugewiesenen Zitiercodes ist im Anhang enthalten. Primärdokumente tragen das Kürzel „E1-XYZ“, Sekundärliteratur hat das Kürzel „E2-XYZ“. Als Primärdokumente, welche die zentrale Grundlage unserer Analyse bildeten, wurden elf Gesetzestexte, Förderrichtlinien und Merkblätter zu den sechs ausgewählten Förderprogrammen einbezogen. Ferner führte eine systematische Literaturrecherche auf Basis einschlägiger Schlagwörter in den Datenbanken adlr.link, EBSCOhost Communication & Mass Media Complete und Google Scholar zur Selektion von 21 deutsch- und englischsprachigen Texten mit Bezug zu den Förderprogrammen sowie zur deutschen Filmförderung im Allgemeinen. Ergänzt wurden diese Dokumente um persönliche E-Mail-Kommunikation mit vier Förderanstalten, sodass insgesamt 36 Dokumenten in die Auswertung mittels qualitativer Inhaltsanalyse eingingen.

Im Zentrum der Auswertung stand die Bildung eines Kategoriensystems, mit welchem die qualitative Inhaltsanalyse erfolgte (Gläser & Laudel, 2010; Kuckartz, 2014). Das Kategoriensystem wurde vorwiegend induktiv auf Grundlage des Datenmaterials erarbeitet. Aus der Analyse ergaben sich 16 Hauptkategorien mit insgesamt 1053 Codings (Tabelle 2).

Tabelle 2: Extrahierte Hauptkategorien mit Codings (Alphabetische Reihenfolge)

Hauptkategorie	Codings
Abwicklung der Förderung	140
Auskunftspflicht	4
Förderbewerbung	84
Förderfinanzierungsmittel	29
Fördergegenstand	78
Fördermittel	87
Förderprogramme	88
Förderungsempfänger	28
Fördervoraussetzungen	247
Förderziel	118
Internationale Ko-Förderung	16
Kombination von Förderungen	13
nicht-förderwürdige Inhalte	12
Organisationsebene	7
Vergabesysteme	94
Verstoß gegen Vorgaben	8
Σ	1053

Quelle: Eigene Darstellung

Der letzte Schritt der Analyse bestand darin, jede der 16 gebildeten Kategorien hinsichtlich ihrer Übertragbarkeit auf den Journalismus zu prüfen. Sofern eine solche als chancenreich gelten konnte, werden entsprechenden Potenziale im folgenden Kapitel diskutiert.

3 Übertragung: Was kann die Unterstützung des Journalismus von der Filmförderung lernen?

Im Folgenden werden von den identifizierten Kategorien diejenigen dargestellt, die mit Gewinn auf den Journalismus bezogen werden konnten. Sie umfassen institutionelle, organisatorische sowie prozessuale Aspekte der Filmförderung und sind anhand von Schlüsselfragen strukturiert, die regelmäßig in Diskussionen zur

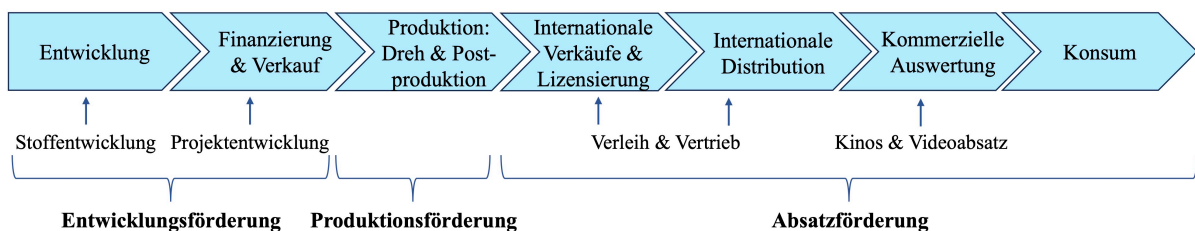
Förderung des Journalismus aufgeworfen werden. Grenzen der Übertragbarkeit ergeben sich insbesondere aufgrund der medienökonomischen Unterschiede zwischen den Mediengütern Film und Journalismus, u.a. weil erstere jeweils Unikate, letztere hingegen in der Regel serielle Produkte sind (Picard, 2005). Hinzu kommt die unterschiedlich hohe Bedeutung von Staatsferne und Inhaltsneutralität der Förderungen. Schließlich sind bei unseren Überlegungen zur Übertragbarkeit auf den Journalismus auch die Kritikpunkte am gegenwärtigen Modell der Filmförderung zu berücksichtigen.

3.1 Förderschwerpunkte: Was wird gefördert?

In der Diskussion um eine mögliche Journalismusförderung ist die Frage, was gefördert werden sollte, von besonderer Relevanz. Die aktuell diskutierten Vorschläge decken ein breites Spektrum ab, von der Absicherung bestehender Strukturen, beispielsweise durch die Unterstützung des Vertriebs von gedruckten Presseprodukten (z.B. Zustellförderung), über laufende Produktionsförderung für journalistische Anbieter bis hin zur Innovationsförderung, die explizit Transformationsprozesse in der Branche anstoßen will (u.a. Buschow, 2022).

Die deutsche Filmförderung zeigt, dass dies nicht notwendigerweise eine Entweder-oder-Entscheidung ist. Filmförderung ist darauf ausgerichtet, den (Kino-)Film in allen Phasen seiner Entstehung zu unterstützen (E1-1, S. 42, 60, 65): Entwicklung (der Idee, der vorläufigen Struktur des Films, des Drehbuchs), Finanzierung, Vorverkauf (Pre-Sales der Rechte in bestimmte Regionen), Produktion (Dreh und Postproduktion), Internationale Verkäufe und Lizenzierung, Internationale Distribution, Kommerzielle Auswertung sowie schließlich der Konsum (Wirtz, 2019). In jedem Schritt setzt Filmförderung an: durch Entwicklungsförderung, Produktionsförderung und Absatzförderung (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1: Förderschwerpunkte entlang der Wertschöpfungskette des Films



Quelle: Eigene Darstellung nach Wirtz (2019, S. 369)

Während eine Produktionsförderung für den Journalismus in der einschlägigen Literatur bereits umfassend diskutiert wird (Cornils et al., 2021), könnten Entwicklungs- und Absatzförderung interessante Potenziale auch für den Journalismus eröffnen.

Im Kontext des Films bildet die Projektentwicklung den ersten Schritt der Wertschöpfungskette, wobei insbesondere die Entwicklung der grundlegenden Idee, des sog. Treatments (die vorläufige Struktur des Films) und des Drehbuchs gefördert werden (E2-d1, S. 48). Analog dazu könnte eine journalismusbezogene Entwicklungsförderung den Aufwand für Rechercheanbahnungen und -vorbereitungen gesondert unterstützen (E1-2, S. 16; E2-d1, S. 49). Besonders nützlich könnte sich eine solche Form der Anschubförderung bei investigativen Projekten erweisen, deren (globale) Recherchen oftmals zeit- und kostenaufwendig sind und auch in Sackgassen führen können (Buschow & Suhr, 2022).

Die Absatzförderung unterstützt im Bereich des Films seine Kinoauswertung, den Verleih und Vertrieb sowie den Videoabsatz (E1-1, S. 65, S. 73; E1-2, S. 12, 18; E1-5, S. 8; E1-7, S. 1; E2-d12, S. 82). Im Printjournalismus könnte die Absatzförderung bei der Zeitungszustellung ansetzen, wobei jedoch oft Bedenken hinsichtlich der

Zukunftsorientierung einer solchen Förderung geäußert werden (Buschow, 2022). Entsprechend wären auch weitere Maßnahmen denkbar, etwa die Unterstützung kooperativer Journalismusplattformen (Wellbrock et al., 2023) oder die nutzerseitige Nachfrageförderung mittels „Media Vouchers“, also an Nutzerinnen und Nutzer ausgereichte Gutscheine für ein Zeitungsabonnement (Buschow & Wellbrock, 2024).

Insbesondere Fördergesellschaften auf Länderebene, etwa das Medienboard Berlin-Brandenburg (MBB), haben weitere, spezifische Maßnahmen entwickelt, u.a. die Förderung des filmischen Nachwuchses, Festivalpräsentationen sowie die gesonderte Unterstützung der Produktion von Video-on-Demand-, Fernsehfilmen und -serien. Insbesondere bei Dokumentarfilmen kann wie im Fall des MBB die Beihilfeintensität für die Produktion von 50% auf 100% erhöht werden (E1-5, S. 10). Analog dürfte auch im Bereich des Journalismus ein entsprechender Werkzeugkasten funktional sein, der eine Kombination mehrerer Instrumente und Förderfokussierungen erlaubt.

3.2 Organisationsebene: Wer fördert?

Aufgrund der föderalen Struktur der Bundesrepublik ist es umstritten, wer für eine mögliche Journalismusförderung verantwortlich sein sollte. Während Vorschläge, die den Bund als Träger einer Förderung adressieren, vor allem auf seine Kompetenz in der Wirtschaftsförderung verweisen, liegt die Gesetzgebungskompetenz im Bereich der Medienpolitik vorrangig bei den Bundesländern (Cornils et al., 2021, S. 66).

In der Filmförderung sind sowohl der Bund als auch die Länder tätig. Fünf der sechs in dieser Untersuchung betrachteten Förderungen sind Bundesförderungen, eine Förderung ist auf Landesebene angesiedelt. Bei Bundesförderungen können Anträge aus der gesamten Bundesrepublik gestellt werden (E1-1, S. 9), wodurch eine örtliche Flexibilität in der Antragstellung gegeben ist (E2-d6, S. 98f). Bei Landesförderungen ist wiederum der „Regionaleffekt“ ein zentrales Ziel, d.h. der Verbleib von Fördermitteln in der Region zur Stärkung der lokalen (Medien- und Kultur-)Wirtschaft. Das MBB beispielsweise setzt voraus, dass mindestens die Höhe der ausbezahlten Fördersumme wiederum in der Region verausgabt wird (E1-10, S. 1; E2-d10, S. 272). Filmförderung bildet demnach häufig auch ein industrie- und standortpolitisches Instrument der Wirtschaftsförderung, das u.a. Arbeitsplätze schaffen und Marketing für eine Region leisten soll (E2-d8, S. 192).

Ein vergleichbarer Ansatz wäre auch im Journalismus denkbar. Stark aufgestellte Landesförderungen zur Unterstützung des Journalismus in der Region könnten helfen, seine dortige Rolle in der Daseinsvorsorge, für gleichwertige Lebensverhältnisse und die Funktionstüchtigkeit einer lokalen Öffentlichkeit zu bewahren (Buschow, 2022). Neben diesen gesellschaftspolitischen Motiven, steht durch seine Kontroll- und Kritikfunktion auch ein Regionaleffekt für die Funktionstüchtigkeit der Wirtschaft zu erwarten. Die genauere Bestimmung dieses Regionaleffekts, z.B. durch die Verhinderung von Korruption, wäre eine wichtige Aufgabe der medienökonomischen Forschung.

Gleichwohl ist die Organisationsstruktur der deutschen Filmförderung nicht ohne Kritik geblieben, die es bei einer Übertragung auf den Journalismus zu reflektieren gilt. Zentrale Kritikpunkte sind die Komplexität und Inflexibilität dieses pfadabhängigen Systems (Marques-Marcalo, 2022) sowie die Gefahr, eine Art Fördertourismus anzustoßen. Da Einzelförderungen oftmals nicht genügen, müssen bei verschiedenen Programmen gleichzeitig Mittel beantragt werden. Damit verbunden ist ein großer Logistik- und Zeitaufwand (Berndt, 2022). In einem aktuellen Reformvorschlag der BKM sollen diese Probleme behoben werden, indem die Förderinstrumente von Bund und Ländern stärker miteinander verzahnt werden. Eine Journalismusförderung sollte analog zwischen Bund und Ländern konfiguriert werden. Auf Länderebene wären exakt definierte Regionen, für die einzelne Programme verantwortlich zeichnen, wichtig.

Nicht zuletzt wäre eine engere Kooperation zwischen Förderprogrammen angezeigt. Vorbild könnte die Förderung „Der Besondere Kinderfilm“ (BKF) sein, in welcher der öffentlich-rechtliche Rundfunk, die Filmwirtschaft, die Förderungen des Bundes und einiger Länder zusammenarbeiten (E1-11, S. 1). Es handelt sich um einen Zusammenschluss verschiedener Förderungen mit dem Ziel, den deutschen Kinderfilm qualitativ zu

stärken und ihm eine größere Präsenz zu verschaffen (ebd.). Der BKF vermittelt Filmschaffende an passende Förderprogramme weiter (E2-d13).

Ein vergleichbarer Zusammenschluss (regionaler) Förderer könnte auch für den Journalismus chancenreich sein. Denkbar wäre beispielsweise, dass sich bestehende föderale Einrichtungen wie das Media Lab Bayern, das Journalismus Lab in NRW usw. – nach dem Vorbild des BKF – in einer Dachinitiative zusammenfinden, um gemeinsame Förderziele zu verfolgen und den Aufwand für Antragstellende zu reduzieren. Hier könnten auch einschlägige Stiftungen, privatwirtschaftliche Stakeholder, Think Tanks, Vereine, Ausbildungsstätten etc. mit ihren Förderkonzepten hinzukommen. Erste Entwicklungen dieser Art sind im Journalismus aktuell in Form der Website medien-foerderung.de zu beobachten.

3.3 Fördermittel: Welche Form von Geldern?

Eine Kernfrage für die Konzeption einer möglichen Journalismusförderung durch die öffentliche Hand ist, welche Formen von Fördermitteln verausgabt werden. In der Filmförderung sind dahingehend drei Formen etabliert: Darlehen, Zuschüsse/Zuwendungen sowie Prämien für Auszeichnungen. Besonders interessant für den Journalismus könnte sich die Fördermittelauszahlung in Form einer Prämie durch eine Auszeichnung erweisen. Diese findet beispielsweise bei den Förderungen der BKM Verwendung (E1-2, S. 13, 16, 17, 19, 20; E2-d13, S. 293). Die Nominierung sowie die Verleihung des Deutschen Filmpreises durch die BKM ist mit einer Prämie in Form eines Zuschusses dotiert (E1-2, S. 13f.), die zweckgebunden für die Produktion neuer Filmvorhaben dient und also eine Anreizförderung darstellt (E1-2, S. 16; E2-e8, S. 298). Neben diesen Fördergeldern erhält der deutsche Film durch die im ZDF ausgestrahlte Preisverleihung Aufmerksamkeit (Deutsche Filmakademie, 2023).

Ein vergleichbarer Ansatz einer Referenzfilm- bzw. Anreizförderung könnte erstens diejenigen im Journalismus mit weiteren Mitteln ausstatten, die preiswürdige Qualität liefern und zweitens eine besondere Aufmerksamkeit für ausgezeichneten Journalismus schaffen. Staatsferne Auszeichnungen und Preise, von denen im Journalismus heute bereits zahlreiche existieren, würden einen belastbaren Indikator für die Vergabe von Förderungen darstellen (Wellbrock & Wolfram, 2021). Wie auch beim Film könnten hierbei nicht allein die erhaltenen Auszeichnungen, sondern auch bereits die Nominierungen berücksichtigt werden (E1-1, S. 50).

Während der Großteil der betrachteten Filmförderungen durch öffentliche Gelder getragen wird (E1-2, S. 5; E1-3, S. 4; E1-4, S. 11; E1-5, S. 3) ist für die Filmförderungsanstalt (FFA) nach dem Filmförderungsgesetz (FFG) eine andersartige Finanzierung vorgesehen. Die FFA wird „nicht aus Steuermitteln, sondern aus einer Sonderabgabe der Filmwirtschaft selbst finanziert“ (E2-d2, S. 3), d.h. aus der sogenannten Filmabgabe (E1-1, S. 78). Die unterschiedlichen Distributoren – Unternehmen, welche Filme verwerten (u.a. Kinos, Videoprogrammanbieter und Anbieter von Videoabrufdiensten, Fernsehveranstalter und Programmvermarkter) – zahlen einen festgelegten Betrag an die FFA (E1-1, S. 78). Der Vorteil einer sich aus der Branche selbst tragenden Förderung ist offensichtlich: Die Mittel kommen aus der Branche und werden in diese reinvestiert, um ihr wiederum zur Prosperität zu verhelfen.

Allerdings ist eine solche Finanzierung mit Herausforderungen verbunden. Bei der Filmabgabe handelt es sich um eine Sonderabgabe, für deren Zulässigkeit nach ständiger Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts strikte Kriterien gelten. So hat das FFG eine begrenzte Laufzeit und die Filmabgabe muss periodisch überprüft werden, woraus regelmäßige Novellierungen (Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 2021), teilweise aber auch juristische Auseinandersetzungen mit besagten Distributoren resultieren (Rath, 2013).

Eine Journalismusförderung aus Steuergeldern wird in der bisherigen Forschung teils kritisch gesehen, weil sie die Gefahr politischer Einflussnahme und einer Ressourcenabhängigkeit von der öffentlichen Hand schaffen könnte (Cornils et al., 2021), welche auch mit reduzierten Anreizen für Innovationen einhergehen kann. Eine Journalismusförderung, die analog zum FFG nicht aus öffentlichen Mitteln, sondern aus einer Branchenabgabe finanziert wird, könnte in der Gesellschaft wohlwollender aufgenommen werden. Vergleichbar des FFG wäre es denkbar, im Journalismus die Distributoren der Inhalte mit einer spezifischen Abgabe zu belegen. Eine ähnliche Vorgehensweise wird in Australien verfolgt, wo der News Media Bargaining Code digitale Plattformen wie Meta

oder Google zur Zahlung an Verlage verpflichtet – ein Modell, das mittlerweile auch in den USA diskutiert wird (Holder et al., 2023).

3.4 Vergabesysteme: Wie werden Fördermittel ausgereicht?

Für Überlegungen zu einer Journalismusförderung ist die Frage, wie die Fördermittel vergeben werden sollten, von großer Bedeutung. Auch dahingehend sind in der deutschen Filmförderung umfangreiche Erfahrungen vorhanden, die Impulse für den Journalismus versprechen.

Über die Bewilligung einer Förderung wird hier entweder automatisch oder selektiv entschieden (E2-e1, S. 293). Die automatische Vergabeentscheidung beruht ausschließlich auf der Antragstellung und deren Prüfung (E1-4, S. 10; E2-d2, S. 7): Ist der Antrag vollständig eingereicht und der Antragsteller förderberechtigt, wird dem Filmvorhaben automatisch die jeweilige Fördersumme zugesprochen (E2-d13, S. 300). Bei diesem Entscheidungsverfahren ist eine laufende Antragstellung möglich, weil keine Entscheidungsgremien tagen müssen, die an Fristen gebunden sind. Bei der selektiven Förderung hingegen sind konkrete Auswahlentscheidungen nötig (E1-1, S. 2; E1-2, S. 7; E1-5, S. 11; E1-11, S. 3). Diese werden in den meisten Fällen durch Förderkommissionen oder Jurys getroffen (E1-1, S. 21; E2-d2, S. 7; E1-2, S. 22; E1-11, S. 3). Die Entscheidungsgremien sollen in der Regel aus mehreren Personen bestehen, um verschiedenen Hintergründe zusammenzuführen und dadurch möglicherweise zu vielseitigeren Auswahlentscheidungen zu gelangen. Neben Diversität sind Expertise und Unabhängigkeit der Gremien entscheidend. Gleiche Prinzipien wären bei einer selektiven Journalismusförderung zu begrüßen, ergänzt um eine Staatsferne der Förderung und eine Neutralität hinsichtlich der geförderten Inhalte.

Hinsichtlich der Auswahlentscheidungen benennt die Filmförderung solche Inhalte, die nicht gefördert werden können. § 46 FFG schließt Filmvorhaben mit verfassungsfeindlichen oder gesetzwidrigen Inhalten, pornographischem oder gewaltverherrlichendem Schwerpunkt oder religionsfeindlichen Darstellungen sowie solche, die dem Gesamteindruck nach von geringer Qualität sind (E1-1, S. 35), von der Förderung aus. An diesem Paragraphen orientieren sich die verschiedenen Förderprogramme (E1-2, S. 5; E1-3, S. 8; E1-4, S. 5). Das MBB verweist im Rahmen der nicht-förderwürdigen Filmprojekte zudem auf § 131 „Gewaltdarstellung“ und § 184 StGB „Verbreitung pornographischer Inhalte“ (E1-5, S. 9).

Bei einer Förderung des Journalismus könnte der Pressekodex des deutschen Presserats herangezogen werden. Dieser legt – ähnlich wie der Paragraph 46 des FFG – Richtlinien für die journalistische Arbeit fest. Seine insgesamt 16 Paragraphen umfassen ethische Standards für die Pressearbeit, von der Achtung der Menschenwürde bis hin zur Unschuldsvermutung und Beachtung des Jugendschutzes (Deutscher Presserat, 2023). Der Pressekodex, zu dem sich die meisten deutschen Verlage bekennen, könnte als Orientierungsrahmen für die Definition bzw. Festlegung nicht-förderwürdiger Inhalte dienen.

3.5 Transparenz: Wie wird Förderung kommuniziert?

In der Filmförderung ist eine beidseitige Transparenz im Hinblick auf die Vergabe und den Erhalt von Fördermitteln vorgesehen. Die Auskunftspflicht hält die Fördergeber an, ihre Maßnahmen zu evaluieren und jährliche Berichte vorzulegen (E1-1, S. 90; E1-3, S. 24, E1-4, S. 12). Für die Geförderten wiederum ist durch die Hinweispflicht (E1-4, S. 6; E1-5, S. 12) vorgesehen, dass sie auf ihre erhaltene Förderung aufmerksam machen. Beim Film geschieht dies vorrangig im Vor- bzw. Abspann und auf den Werbeträgern (E1-5, S. 12). Eine vergleichbar hohe Transparenz wäre auch für eine Förderung im Journalismus wünschenswert: Sie ist in Zeiten von „Fake News“- und „Lügenpresse“-Vorwürfen von hoher Bedeutung und sollte vor allem in Zusammenhang mit erhaltenen Geldern – besonders wenn diese aus öffentlichen Mitteln stammen – als Bedingung für eine Förderung gestellt werden. Schon der Anschein, die öffentliche Hand könne Einfluss nehmen auf die Ausgestaltung von journalistischen Inhalten, muss vermieden werden. Dabei könnte sich die Branche z.B. an den Hinweisen und dem FAQ orientieren, die Der Spiegel für die private Förderung durch die Bill & Melinda Gates Foundation entworfen hat (Spiegel Backstage, 2020).

4 Fazit

Die diskutierten Förderdimensionen zeigen auf, dass das System der deutschen Filmförderung grundsätzliche Analogien für die Förderung des Journalismus bereithält. Für die Frage, wer welche Fördergegenstände mit welchen Verfahren und Mitteln fördert, kann die differenzierte und seit den 1950er Jahren etablierte Filmförderung in Deutschland wichtige Impulse liefern. Die empirische Analyse bestätigt, was Leonard Novy bereits vor mehr als zehn Jahren vermutete: Die umfangreichen Erfahrungen, die in der Vergangenheit mit Filmförderung in Deutschland gemacht wurden, eröffnen in ihrer Anwendung auf den Journalismus vielversprechende Potenziale.

Dabei sollten jedoch die Unterschiede zwischen den Mediengütern Film und Journalismus berücksichtigt werden. Grenzen der Übertragbarkeit ergeben sich insbesondere aus der notwendigen Unabhängigkeit des Journalismus vom Staat. Die Förderung des Journalismus erfordert eine uneingeschränkte Gewährleistung von Pressefreiheit. In diesem Zusammenhang haben die Formen der Finanzierung, die Definition von nicht-förderfähigen Inhalten sowie die Transparenz besondere Bedeutung.

Die Strukturen, Methoden und Prozesse der Filmförderung stellen in erster Linie eine aktive Förderung des Angebots dar. Die Übertragung wurde daher in erster Linie im Hinblick auf eine potenzielle Angebotsförderung im Journalismus vorgenommen. Denkbar ist jedoch auch eine Förderung der Nachfrage auf Seiten der Nutzung (Buschow & Wellbrock, 2024).

Die Filmförderung ist, wie in der Ergebnisdarstellung angerissen, nicht frei von Kritik. Insbesondere ihre teils komplexe Struktur, verbunden mit logistischen Herausforderungen und dem Zeitaufwand schaffen erhebliche Herausforderungen für die Empfänger von Filmförderung. Bei einer Übertragung auf den Journalismus wäre es entscheidend, diese Kritikpunkte bestmöglich zu adressieren, um eine funktionstüchtige Umsetzung zu gewährleisten.

Anmerkungen

Dieser Beitrag entstand im Rahmen des Verbundforschungsprojekts „Transformative Innovationsforschung für den Wissenschaftsjournalismus“, gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (Förderkennzeichen: 0150872A).

Literaturverzeichnis

Berndt, C. (2022). *Filmförderung in der Krise: „Es braucht ein größeres Nachdenken“*. Deutschlandradio. <https://www.deutschlandfunkkultur.de/filmfoerderung-roth-deutscher-film-100.html>

Bomnüter, U., & Schulze, A. (2019). Governance of the German Film Industry: A Multilevel Analysis of State Aid Policy. *International Journal of Arts Management*, 22(1), 54–72. <http://www.jstor.org/stable/45221738>

Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle. (2022). *Film & Technik: Filmförderung*. Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle. Online abrufbar unter: https://www.bafa.de/DE/Wirtschaft/Film_Technik/Filmfoerderung/filmfoerderung_node.html

Bundesverband Jugend und Film e.V. (o.J.). *Förderung-Datenbank: Filmförderung*. <https://www.jungefilmszene.de/foerderung/>

Buschow, C., & Wellbrock, C.-M. (2020). *Die Innovationslandschaft des Journalismus* [Gutachten]https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/NeueWebsite_0120/Zum_Nachlesen/Gutachten_Innovationslandschaft_Journalismus.pdf

Buschow, C. (2022). Innovationsförderung im Lokaljournalismus: Woran es bei bisherigen Programmen hapert und was es für nachhaltige Unterstützung braucht – Impulse aus der Debatte in Deutschland. In A. Kaltenbrunner, S. Luef, R. Lugschitz, M. Karmasin, & D. Kraus (Hrsg.), *Journalismus Report VII: Lokaljournalismus und Innovation* (S. 102-115). facul-tas.wuv.

Buschow, C., & Suhr, M. (2022). Business Ecosystems in Digital Journalism: Cross-border Collaborative Investigations as a Novel Organizational Form. In S. Baumann (Hrsg.), *Handbook on Digital Business Ecosystems: Strategies, Platforms, Technologies, Governance and Societal Challenges* (S. 292-306). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781839107191.00027>

Buschow, C., & Wellbrock, C.-M. (2024). Förderung der digitalen Transformation des Journalismus: Zur gescheiterten Bundespresseförderung sowie geeigneteren Wegen der öffentlichen Unterstützung von Innovationen im Journalismus. In S. Kretzschmar, D. Nölleke, & A. Sehl (Hrsg.), *Innovationen im Journalismus* (in Druck). Springer VS.

Cornils, M., Dogruel, L., Gessinger, K., & Schneiders, P. (2021). *Möglichkeiten Öffentlicher Förderung von Lokal- Und Regional-Journalismus bei Wahrung der Staatsferne: Gutachten im Auftrag der Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen* [Gutachten]. Mainzer Medieninstitut; Bündnis 90/Die Grünen. https://www.gruene-bundestag.de/fileadmin/media/gruenebundestag_de/themen_az/medien/pdf/210512-gutachten-journalismusfoerderung.pdf

Deutsche Filmakademie. (2023). *ZDF: Wir danken dem ZDF*. <https://www.deutscher-filmpreis.de/partnersponsoren/zdf/>

Deutscher Presserat. (2023). *Pressekodex: Ethische Standards für den Journalismus*. <https://www.presserat.de/pressekodex.html>

Frankfurter Allgemeine Zeitung (2023). *Zustellförderung kommt nicht*. FAZ.NET/epd. <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/bund-gibt-kein-geld-fuer-zustellfoerderung-19326688.html>

Gläser, J., & Laudel, G. (2010). *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse*. VS Verlag.

Holder, P., Mateen, H., Schiffrin, A., & Tabakovic, H. (2003). *Paying for News: What Google and Meta Owe US Publishers*. <https://policydialogue.org/publications/working-papers/paying-for-news-what-google-and-meta-owe-us-publishers-draft-working-paper/>

Kuckartz, U. (2014). *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung* (2. Aufl.). Beltz Juventa.

Marques-Marcalo, D. (2022). *Filmverleiher in Not: Schlechte Aussichten für deutsche Filme*. <https://www.ndr.de/kultur/film/Filmverleiher-in-Not-Schlechte-Aussichten-fuer-deutsche-Filme,filmverleiher100.html>

Novy, L. (2013). Stiftung Journalismus. Zur Konkretion neuer medienpolitischer Strategien. In L. Hachmeister & D. Anschlag (Hrsg.), *Rundfunkpolitik und Netzpolitik. Strukturwandel der Medienpolitik*, Köln: Halem, S. 140-149.

Picard, R. G. (2005). Unique Characteristics and Business Dynamics of Media Products. *Journal of Media Business Studies*, 2(2), 61–69. <https://doi.org/10.1080/16522354.2005.11073433>

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung. (2021). *Bundestag beschließt Filmförderungsgesetz-Novelle - Kulturstaatsministerin Grütters: „In Krisenzeiten Handlungsfähigkeit sichern“: Pressemitteilung 167*

[Pressemitteilung]. <https://www.bundesregierung.de/breg-de/service/archiv/bundestag-beschliesst-filmfoerderungsgesetz-novelle-kulturstaatsministerin-gruetters-in-krisezeiten>

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung. (2022). *Bund fördert Projekte zur strukturellen Stärkung des Journalismus – Förderung von zehn Projekten mit rund 2,3 Millionen Euro*. Pressemitteilung 250 [Pressemitteilung]. <https://www.bundesregierung.de/breg-de/bundesregierung/bundeskanzleramt/staatsministerin-fuer-kultur-und-medien/aktuelles/bund-foerdert-projekte-zur-strukturellen-staerkung-des-journalismus-foerderung-von-zehn-projekten-mit-rund-2-3-millionen-euro-2069936>

Rath, C. (2013). *Kino-Kette klagt gegen Filmförderung: Film als Ware oder Kultur*. <https://taz.de/Kino-Kette-klagt-gegen-Filmfoerderung/!5057581/>

Spiegel Backstage (2020). *Fragen und Antworten zur Förderung durch die Gates-Stiftung*. <https://www.spiegel.de/backstage/fragen-und-antworten-zur-foerderung-durch-die-bill-and-melinda-gates-stiftung-a-dac661f6-210a-4616-b2d2-88917210fed4>

Von Castell, F. (2022). *Wie man Journalismus und Misstrauen gleichzeitig fördert*. Übermedien. <https://uebermedien.de/75145/wie-man-journalismus-und-misstrauen-gleichzeitig-foerdert/>

Wellbrock, C.-M., & Wolfram, M. (2021). Effects of journalism awards as quality signals on demand. *Journalism*, 22(10), 2531-2547. <https://doi.org/10.1177/1464884919876223>

Wellbrock, C.-M., Lobigs, F., Erbrich, L., & Buschow, C. (2023). *Coopetition is King – Ökonomische Potentiale und medienpolitische Implikationen kooperativer Journalismusplattformen*. Whitepaper im Auftrag der Landesanstalt für Medien NRW. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-85903-4>

Wirtz, B. W. (2019). *Medien- und Internetmanagement*. Lehrbuch (10. Aufl.). Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-25224-3>

Materialkorpus der empirischen Untersuchung

Dokumente der Ebene 1

Gesetzestext

Zitationscode	Datum	Autoren / Förderung	Titel	Quelle
E1-1	22. 07. 2021	Filmförderungsanstalt (FFA)	Filmförderungsgesetz 2022 und ergänzende Vorschriften	Filmförderungsanstalt (FFA) (2022). <i>Filmförderungsgesetz 2022 und ergänzende Vorschriften</i> . Unter: Titel zum Download - Filmförderungsgesetz 2022 (6,8 MiB). [PDF]. Berlin. Online abrufbar unter: https://www.ffa.de/filmfoerderungsgesetz-2.html

Förderrichtlinien

Zitationscode	Datum	Autoren / Förderung	Titel	Quelle
E1-2	17.03.2017	Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) (Hrsg.)	Richtlinie für die kulturelle Filmförderung der BKM vom 17.03.2017	Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) (Hrsg.) (2017). <i>Richtlinie für die kulturelle Filmförderung der BKM vom 17.03.2017</i> . [PDF]. Bonn. Online abrufbar unter: https://www.bundesregierung.de/breg-de/bundesregierung/bundeskanzleramt/staatsministerin-fuer-kultur-und-medien/medien/filmfoerderung/richtlinien-der-filmfoerderung
E1-3	02. 2021	Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) (Hrsg.)	Deutscher Filmförderfonds (DFFF) Richtlinie der BKM	Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) (Hrsg.) (2021). <i>Deutscher Filmförderfonds (DFFF) - Richtlinie der BKM</i> . [PDF]. Bonn. Online abrufbar unter: https://dfff-ffa.de/index.php?richtlinien

E1-4	07. 01. 2022	Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) (Hrsg.)	German Motion Picture Fund (GMPF) – Richtlinie der BKM	Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) (Hrsg.) (2022). <i>German Motion Picture Fund (GMPF) – Richtlinie der BKM</i> . [PDF]. Bonn. Online abrufbar unter: https://www.bundesregierung.de/re-source/blob/974430/2004308/04597ab1e5de8df7c01b8f5e02bc3465/2022-02-10-richtlinie-filmfoerderung-gmpf-data.pdf?download=1
E1-5	01. 02. 2021	Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH	Medienboard Berlin Brandenburg – Förderrichtlinie	Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH (2021). <i>Förderrichtlinie. Gültig ab dem 01. Februar 2021</i> . [PDF]. Berlin. Online abrufbar unter: https://www.medienboard.de/fileadmin/user_upload/pdf/Richtlinien-Merkblaetter/MEDIENBOARD_Foerderrichtlinie_2021_neu2.pdf
E1-6	o.J.	Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH	Medienboard Berlin Brandenburg – Merkblatt Produktion von Filmen (Spiel- und Dokumentarfilm)	Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH (o.J.). <i>Merkblatt Produktion von Filmen (Spiel- und Dokumentarfilm)</i> . [PDF]. Berlin. Online abrufbar unter: https://www.medienboard.de/fileadmin/user_upload/pdf/Richtlinien-Merkblaetter/Merkblatt_PRODUKTION_FILME_Spiel-_und_Dokumentarfilm.pdf
E1-7	o.J.	Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH	Medienboard Berlin Brandenburg – Merkblatt Verleihförderung	Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH (o.J.). <i>Merkblatt Verleihförderung in Ergänzung der Förderrichtlinie</i> . [PDF]. Berlin. Online abrufbar unter: https://www.medienboard.de/fileadmin/user_upload/Merkblatt_VERLEIHFOERDERUNG.pdf
E1-8	o.J.	Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH	Medienboard Berlin Brandenburg – Merkblatt Stoffentwicklung (Spiel- und Dokumentarfilm)	Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH (o.J.). <i>Merkblatt Stoffentwicklung (Spiel- und Dokumentarfilm) in Ergänzung der Förderrichtlinie</i> . [PDF]. Berlin. Online abrufbar unter: https://www.medienboard.de/fileadmin/user_upload/Merkblatt_STOFFENTWICKLUNG.pdf

E1-9	o.J.	Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH	Medienboard Berlin Brandenburg – Merkblatt Projektentwicklung (Spiel- und Dokumentarfilm)	Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH (o.J.). <i>Merkblatt Projektentwicklung (Spiel- und Dokumentarfilm) in Ergänzung der Förderrichtlinie</i> . [PDF]. Berlin. Online abrufbar unter: https://www.medienboard.de/fileadmin/user_upload/pdf/Richtlinien-Merkblaetter/Merkblatt_PROJEKTENTWICKLUNG.pdf
E1-10	o.J.	Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH	Medienboard Berlin Brandenburg – Merkblatt Regionaleffekt	Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH (o.J.). <i>Merkblatt Regionaleffekt in Ergänzung der Förderrichtlinie</i> . [PDF]. Berlin. Online abrufbar unter: https://www.medienboard.de/fileadmin/user_upload/pdf/Richtlinien-Merkblaetter/Merkblatt_REGIONALEFFEKT.pdf
E1-11	o.J.	Der besondere Kinderfilm	Der Besondere Kinderfilm – Ausschreibung 2023/2024	Der besondere Kinderfilm – Eine Initiative des öffentlich-rechtlichen Fernsehens, der Filmwirtschaft, der Förderungen des Bundes und einiger Länder sowie der Politik. Durchführung: Förderverein Deutscher Kinderfilm e.V. (o.J.). <i>Ausschreibung 2023/2024</i> . [PDF]. Online abrufbar unter: https://der-besondere-kinderfilm.de/bewerbung/

Dokumente der Ebene 2 – Deutschsprachig

Deutschsprachig: Bücher / Buchkapitel

Zitationscode	Jahr	Autoren	Titel	Quelle
E2-d1	2022	Post, Fabian	Filmförderung	Post, F. (2022). <i>Filmförderung</i> . In: <i>Film-Herstellungsleitung</i> . (S. 47–52). Springer VS, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-38375-6_7

E2-d2	2022	Siebert, Markus	Gesetzliche Kulturförderung in der Filmwirtschaft	Siebert, M. (2022). <i>Gesetzliche Kulturförderung in der Filmwirtschaft</i> . (S. 1–13). In: Crückeberg, J., Heinicke, J., Kalbhenn, J., Landau-Donnelly, F., Lohbeck, K., Mohr, H. (Hrsg.), <i>Handbuch Kulturpolitik</i> . Springer VS, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-34381-1_92-1
E2-d3	2022	Brosda, Carsten	Nachhaltige Kulturpolitik als Politik der Vielen	Brosda, C. (2022). <i>Nachhaltige Kulturpolitik als Politik der Vielen</i> . In Franz Kröger, Henning Mohr, Norbert Sievers und Raf Weiß (Hrsg.), <i>Jahrbuch für Kulturpolitik 2021/22</i> . Bielefeld, Germany: transcript Verlag (18), S. 125 – 131
E2-d4	2021	Mai, Manfred	Filmwirtschaft und Filmförderung	Mai, M. (2021). <i>Filmwirtschaft und Filmförderung</i> . In: Geimer, A., Heinze, C., Winter, R. (Hrsg.), <i>Handbuch Filmsoziologie</i> . (S. 1391 – 1400). Springer VS, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-10729-1_76
E2-d5	2020	Murschetz, Paul Clemens	Staatliche Medienförderung	Murschetz, P.C. (2020). <i>Staatliche Medienförderung</i> . (S. 1465 – 1492). In: Krone, J., Pellegrini, T. (Hrsg.), <i>Handbuch Medienökonomie</i> . Springer VS, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-09560-4_71
E2-d6	2019	Kairies, Maria	Das Filmförderungsgesetz und seine Ansätze zur Steigerung der Eigenkapitalbasis deutscher Kinospielefilmproduzenten	Kairies, M. (2019). <i>Das Filmförderungsgesetz und seine Ansätze zur Steigerung der Eigenkapitalbasis deutscher Kinospielefilmproduzenten</i> . Schriftenreihe zu Medienrecht, Medienproduktion und Medienökonomie: Bd. 40. Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.
E2-d7	2019	Gutsche, Korian	Nachhaltigkeit in der Medienbranche	Gutsche, K. (2019). <i>Nachhaltigkeit in der Medienbranche</i> . In: Marco Englert und Anabel Ternès (Hrsg.), <i>Nachhaltiges Management</i> . Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, S. 625-650

E2-d8	2018	Beck, Klaus	Film: Kino und Video –Die publizistische Medien	Beck, K. (2018). <i>Die publizistischen Medien</i> . (S. 87–341). In: <i>Das Mediensystem Deutschlands. Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft</i> . Springer VS, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-11779-5_4
-------	------	-------------	--	--

Deutschsprachig: Journalartikel

Zitationscode	Jahr	Autoren	Titel	Quelle
E2-d9	2021	Seidel, Jasmine; Zerres, Thomas; Zerres, Christopher	Der Markt von Streamingdiensten in Deutschland. Abgrenzungsansatz und Analyse mit einem Fokus auf medienrechtliche Aspekte	Seidel, J., Zerres, T. & Zerres, C. (2021). <i>Der Markt von Streamingdiensten in Deutschland. Abgrenzungsansatz und Analyse mit einem Fokus auf medienrechtliche Aspekte</i> . Arbeitspapiere für Marketing und Management, No. 53, Hochschule Offenburg, Fakultät Medien, Offenburg, https://doi.org/10.48584/opus-4990
E2-d10	2019	Mossig, Ivo	Regionale Effekte der Filmförderung in Deutschland	Mossig, I. (2019). <i>Regionale Effekte der Filmförderung in Deutschland</i> . Standort 43, 270–277 (2019). https://doi.org/10.1007/s00548-019-00601-5
E2-d11	2019	Bald, Katja	Kino auf dem Land: Förderung der Filmkultur in strukturschwachen Regionen	Bald, K. (2019). <i>Kino auf dem Land. Förderung der Filmkultur in strukturschwachen Regionen</i> . Zeitschrift für Medienpädagogik 10/2019. DOI: https://doi.org/10.13141/zfm.2019-10.3173

Deutschsprachig: Dissertation

Zitationscode	Jahr	Autoren	Titel	Quelle
E2-d12	2021	Pereira, Julio	Filmförderungssysteme: Eine vergleichende Analyse zum deutschen und brasilianischen Recht	Pereira, J. (2021). <i>Filmförderungssysteme: Eine vergleichende Analyse zum deutschen und brasilianischen Recht</i> . Dissertation. Humboldt-Universität zu Berlin. Juristische Fakultät. Online abrufbar unter: https://d-nb.info/1254210369/34
E2-d13	2021	Schauf, Hannah	Filmförderung in Deutschland und UK Eine rechtsvergleichende Untersuchung der Filmförderungssysteme in Deutschland und in dem Vereinigten Königreich/England unter besonderer Berücksichtigung des gemeinsamen Faktors des EU-Beihilfenrechts	Schauf, H. (2021). <i>Filmförderung in Deutschland und UK. Eine rechtsvergleichende Untersuchung der Filmförderungssysteme in Deutschland und in dem Vereinigten Königreich/England unter besonderer Berücksichtigung des gemeinsamen Faktors des EU-Beihilfenrechts</i> . Dissertation. Johannes Gutenberg-Universität Mainz. 1st, New ed. Hg. V. Dieter Dörr. Frankfurt a.M. Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag der Wissenschaften. (Studien zum deutschen und europäischen Medienrecht, 67)

Deutschsprachig: Persönliche Kommunikation

Zitationscode	Datum	Autoren / Förderung	Quelle
E2-d14	2023-01-06	Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH	E-Mail-Austausch
E2-d15	2023-01-30	Ministerium für Wirtschaft und Energie des Landes Brandenburg zur Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH	E-Mail-Austausch
E2-d16	2023-02-14	Deutscher Filmförderfonds (DFFF) / German Motion Picture Fund (GMPF)	E-Mail-Austausch
E2-d17	2023-02-14	Kulturelle Filmförderung der BKM	E-Mail-Austausch

Dokumente der Ebene 2 – Englischsprachig

Englischsprachig: Bücher / Buchkapitel

Zitationscode	Datum	Autoren	Titel	Quelle
E2-e1	2018	Bomnüter, Udo	Public Film Funding Under a Federalist Paradigm: A Synoptic	Bomnüter, U. (2018). <i>Public Film Funding Under a Federalist Paradigm: A Synoptic Analysis of State Aid for Film in Germany</i> . In: Murschetz, P., Teichmann, R., Karmasin, M. (Hrsg.), <i>Handbook of State Aid for Film</i> . Cham: Springer International Publishing (Media Business and Innovation), S. 287 - 310

			Analysis of State Aid for Film in Germany	
E2-e2	2018	Murschetz, Paul Clemens; Teichmann, Roland	State Aid for Film: A Synoptic Overview of Current Issues	Murschetz, P-C & Teichmann, R. (2018). <i>State Aid for Film: A Synoptic Overview of Current Issues</i> . In: Murschetz, P., Teichmann, R., Karmasin, M. (Hrsg.), <i>Handbook of State Aid for Film</i> . Cham: Springer International Publishing (Media Business and Innovation), S. 23–36

Englischsprachig: Journalartikel

Zitationscode	Datum	Autoren	Titel	Quelle
E2-e3	2022	Bjørn von Rimscha, M.	How subsidies promote a uniform film supply.	Bjørn von Rimscha, M. (2022). <i>How subsidies promote a uniform film supply</i> . International Journal of Media & Cultural Politics, Volume 18, Issue 1, Mar 2022, (pp. 3 – 20). DOI: https://doi.org/10.1386/macp_00055_1 . ISSN: 1740-8296. E-ISSN: 2040-0918
E2-e4	2021	Mikos, Lothar	Berlin's Cosmopolitan Production Culture.	Mikos, L. (2021). <i>Berlin's Cosmopolitan Production Culture</i> . (pp. 79 – 95). Sider / Akademisk Kvarter / Academic Quarter, Nr. 22 (2021): Glocality and Cosmopolitanism in European Crime Narratives. DIO: https://doi.org/10.5278/ojs.academicquarter.vi22.6602 .
E2-e5	2021	Xin, Xiaorui; Mossig, Ivo	Governments and Formal Institutions Shaping the Networks of Co-Production in the Chinese and German Film Industries.	Xin, X. & Mossig, I. (2021). <i>Governments and Formal Institutions Shaping the Networks of Co-Production in the Chinese and German Film Industries</i> . In: Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie 112 (3), S. 220 – 238. DOI: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/tesg.12467

E2-e6	2020	Wiedemann, Thomas	Struggling for legitimate meaning: Agent-structure dynamics in German filmmaking.	Wiedemann, T. (2020). <i>Struggling for legitimate meaning: Agent-structure dynamics in German filmmaking</i> . In: International Journal of Media & Cultural Politics. 16. Jg. (3/ 2020), S. 291-308. DOI: https://doi.org/10.1386/macp_00030_1
E2-e7	2020	Mikos, Lothar	Berlin as location and production site for transnational TV drama	Mikos, L. (2020). <i>Berlin as location and production site for transnational TV drama</i> . In: Critical Studies in Television 15 (4), S. 373 – 392. DIO: https://doi.org/10.1177/1749602020948210
E2-e8	2019	Bomnüter, Udo; Schulze, Annett	Governance of the German Film Industry: A Multilevel Analysis of State Aid Policy.	Bomnüter, U., & Schulze, A. (2019). <i>Governance of the German Film Industry: A Multilevel Analysis of State Aid Policy</i> . In: International Journal of Arts Management 22 (1), S. 54-72. Online abrufbar unter: http://www.jstor.org/stable/45221738