

Produktionsarten

Produktionsarten und Programmankauf

Die Programminhalte, die im Fernsehen zu sehen sind, basieren auf unterschiedlichen Produktionsquellen (siehe Schema). Die Mehrzahl der Fernsehsendungen wird von den TV-Sendern selbst produziert oder in deren Auftrag hergestellt. Hierbei unterscheidet man im Wesentlichen drei verschiedene Produktionsarten:

Eigenproduktion

Als Eigenproduktion wird jenes Programm bezeichnet, das von einem Fernsehsender mit sendereigenen Produktionsmitteln (Technik und Personal) hergestellt und finanziert wird. Produktionen durch hundertprozentige Produktionstöchter der Sender werden ebenfalls als Eigenproduktionen gewertet. Vor allem in den Programmsparten Nachrichten, Sport und Magazinsendungen produzieren die Fernsehsender weitestgehend selbst. Die Eigenproduktion ist eine vergleichsweise kostenintensive, mit hohen Fixkosten verbundene Programmbeschaffungsform. Den verhältnismäßig hohen Kosten stehen jedoch große Einflussmöglichkeiten hinsichtlich der inhaltlichen und visuellen Gestaltung der Sendung durch den verantwortlichen Redakteur entgegen. Ein weiterer Vorteil ist, dass der Sender sämtliche Rechte an der produzierten Sendung hält und mit Auswertungsrechten und Merchandising zusätzliche Einnahmequellen hat. Eigenproduktionen spielen für die Identität eines Senders eine große Rolle. Wegen der hohen Bedeutung für das Senderprofil sind daher z. B. Nachrichtensendungen in der Regel Eigenproduktionen.

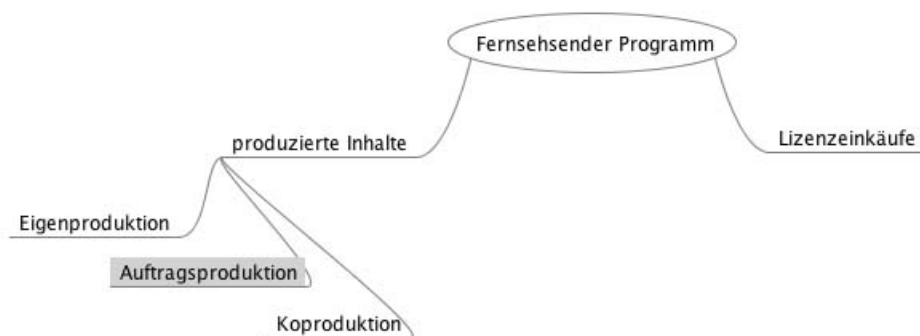
Auftragsproduktion

Eine Auftragsproduktion wird von einer externen Produktionsfirma im Auftrag eines Fernsehsenders realisiert. Gewöhnlich bestimmt der Auftraggeber das Thema der Produktion und übernimmt die vollen Herstellungskosten. Im Gegensatz zu einer angekauften Produktion hält der Fernsehsender die ständigen Auswertungs- und Nutzungsrechte an dieser Produktion. Vor allem fiktionale Formate, wie Fernsehfilme und Serien, aber auch Game- und Musikshows oder Dokumentationen werden häufig von Fremdfirmen im Auftrag der Fernsehsender produziert. Man unterscheidet außerdem zwischen echten und unechten Auftragsproduktionen. Bei einer echten Auftragsproduktion stimmen sich Fernsehsender und Produzent in der Regel über die für die Erstellung des Werkes erforderlichen Tätigkeiten ab. Der Auftragsproduzent hält die für das Filmwerk erforderlichen Nutzungs- und Leistungsschutzrechte als selbständiger Unternehmer. Mit Ablieferung des fertigen Werkes werden die Nutzungsrechte für die entsprechenden Nutzungsarten auf den Fernsehsender übertragen.

Bei der unechten Auftragsproduktion wird der Auftragnehmer nicht zur Erstellung eines Werkes, sondern lediglich zu einer Dienstleistung verpflichtet. Die Durchführung der Produktion erfolgt in voller Abhängigkeit vom Auftraggeber, der die kompletten Kosten der Finanzierung sowie das gesamte Risiko der Filmherstellung trägt. Der Filmproduzent selbst erhält keinerlei Rechte an dem erstellten Werk. Somit wird der Auftragnehmer nicht zum Filmhersteller im urheberrechtlichen Sinn, sondern hat lediglich den Status eines Herstellungsleiters. Günstigere Personal- und Herstellungskosten und gerade bei neuen Formaten ein geringeres Risiko sprechen aus der Sicht der Fernsehsender für Auftragsproduktionen.

Koproduktion

Eine Koproduktion liegt vor, wenn mindestens zwei oder mehrere Partner (juristische oder natürliche Personen) eine Produktion gemeinsam erstellen. Partner sind in aller Regel Fernsehsender, Produktionsfirmen und Distributoren im In- und Ausland. Je nach Nationalität der Partner wird zwischen nationalen und internationalen Koproduktionen unterschieden. Insbesondere im Spielfilmsektor wird in Deutschland die Mehrzahl der Filmwerke in Koproduktion erstellt. Zahlreiche Kinofilme oder amphibische Filme könnten ohne die Zusammenarbeit zwischen Fernsehsendern und Produktionsfirmen nicht realisiert werden. Unter europäischen TV-Anstalten kommt es bei der Produktion von teuren Fernsehmehrteilern oder bei Musik- und Sportgroßereignissen häufig zu einer Zusammenarbeit. Sinn und Zweck einer Koproduktion ist es, die enormen Produktionskosten und das hohe Finanzierungsrisiko gerade im Spielfilmbereich, auf mehrere Partner zu verteilen. Mit dem verringerten Risiko geht allerdings auch eine Dezimierung der Gewinnspanne einher. In Abhängigkeit ihrer jeweiligen Beteiligung werden entsprechende Gewinne und Rechte am Produkt unter den Partnern aufgeteilt.



Quelle: eigene Grafik

Programmeinkauf

Neben der Produktion von Programminhalten werden von den Fernsehsendern bereits fertige Programme eingekauft. Der Sender erwirbt dabei von einem Produzenten oder Zwischenhändler das Recht zur Ausstrahlung von bestimmten Spielfilmen, Serien, Dokumentationen oder anderen Sendeformaten. Ein Lizenzvertrag regelt, wie häufig und in welchen Zeiträumen die erworbenen Inhalte ausgestrahlt werden dürfen. Nach Ablauf des Lizenzvertrages verliert der Fernsehsender das Ausstrahlungsrecht an dem Produkt. Aufgrund der Vielzahl von Fernsehsendern ist der deutsche Fernsehmarkt umkämpfter als in anderen europäischen Ländern. Die Lizenzpreise sind dadurch deutlich teurer als beispielsweise in Frankreich oder Großbritannien (siehe Tabelle). Preise für Fernsehlicenzen (Erstverwertung) im internationalen Vergleich (Stand Ende der 1990er Jahre) So liegen die Preise für Fernsehlicenzen im Bereich Kinospielefilme in Deutschland bei 300.000 -3.000.000 US-Dollar (zum Vergleich: Frankreich 20.000 -1.000.000 US-Dollar) oder für einstündige Serienfolgen in Deutschland bei 90.000 -175.000 US-Dollar (zum Vergleich: Frankreich 30.000 -60.000 US-Dollar). Halbstündige Kinderprogramme kosten dagegen nur 8.000 -15.000 US-Dollar (Frankreich: 6.000 -12.000 US-Dollar; Quelle / weitere Zahlen: vgl. Karstens / Schütte S. 205).

Handel mit Filmrechten

Besonders der Handel mit Filmrechten spielt eine wichtige Rolle beim Programmeinkauf. Der Handel vollzieht sich zum einen direkt zwischen Produzent und Fernsehveranstalter bzw. deren Tochtergesellschaften. Für die ARD kauft z.B. die Degeto Film GmbH Filmrechte ein. Meist werden nicht nur Rechte für einzelne Filme oder Serien erworben, sondern ein ganzes Paket an Inhalten eingekauft. In solchen Fällen spricht man von einem Output-Deal. Attraktive Spielfilme und Serien werden dabei zusammen mit weniger attraktiven Inhalten verkauft. In der Regel erwirbt ein Fernsehsender das Nutzungsrecht an der gesamten Produktion eines Studios ohne die einzelnen Inhalte genau zu kennen. Ein Teil der Inhalte ist bei Abschluss des Vertrages meist noch gar nicht produziert.

Kleinere Sender haben meist nicht die finanziellen Mittel, um Output-Deals abzuschließen und kaufen daher ihre Programminhalte bei kleineren Produzenten, anderen Sendern oder Zwischenhändlern. Der Zwischenhandel von Filmrechten spielt eine noch größere Rolle und wird in Deutschland vor allem von der Kirch-Gruppe betrieben.

In den 90er Jahren sprach man wegen der hohen Konkurrenz von Fernsehsendern in Deutschland um begehrte Lizenzprodukte von einem Verkäufermarkt. Produzenten und Zwischenhändler konnten die Preise und Paketzusammenstellungen diktieren. In den letzten Jahren haben sich die Marktbedingungen jedoch zugunsten der Lizenzeinkäufer verändert. Diese können heute gezielter und zu günstigeren Konditionen Filmrechte einkaufen.

Quellen

Geißendörfer, Hans W. / Leschinsky, Alexander (Hrsg.) 2002: Handbuch der Fernsehproduktion. Vom Skript über die Produktion bis zur Vermarktung. Neuwied/Kriftel: Luchterhand.

Karstens, Eric / Schütte, Jörg 2005: Praxishandbuch Fernsehen. Wie TV-Sender arbeiten. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Heinrich, Jürgen 2002: Medienökonomie Bd. 2. Hörfunk und Fernsehen. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Von Hartlieb, Holger 1991: Handbuch des Film-, Fernseh- und Videorechts. München: Beck.

weitere Informationen

mediabiz 2002: <http://www.mediabiz.de/film/news/sender-kaufen-filme-gezielter-ein-output-deals-sind-out/118086?printScreen=1>

Handelsblatt 2012: ProSiebenSat.1 sticht RTL bei Hollywood-Filmen aus. <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/it-medien/output-deal-pro-sieben-sat-1-sticht-rtl-bei-hollywood-filmen-aus/6083166.html>