

Durchführungsbestimmung Medialeistungen zum 14. Abkommen

Anwendungsbereich und Vergabe von Medialeistungen

§ 1

1. ARD und ZDF verpflichten sich, entsprechend § 4 bzw. § 2 Ziff.4 des Abkommens Medialeistungen der FFA zur Vergabe zur Verfügung zu stellen.
2. Für alle dem Grunde nach durch das FFG förderungsfähigen Kinofilm-Projekte kann der Verleiher einen Antrag auf Bewilligung von Medialeistungen sowohl für die Bewerbung der Herausbringung von Filmen in Kinos als auch für eine nachfolgende Videoerstveröffentlichung/ VoD- Auswertung stellen. Im letzten Falle hat der Verleiher seinem Antrag auf Gewährung von Medialeistungen zusätzlich einen Gesamtmarketingplan beizufügen. Dabei hat er zu berücksichtigen, dass die Nutzung der Medialeistungen vorrangig der Bewerbung der Kinoauswertung dienen muss. Medialeistungen können auch für die Bewerbung von Filmen im Hörfunk beantragt werden.
3. Die Kommission für Verleih-, Vertriebs- und Videoförderung entscheidet auf Einzelfallbasis über die Zuteilung von Medialeistungen.
4. Es wird klargestellt, dass der Zeitpunkt der Buchung der Medialeistungen durch die zuständige Unterkommission für die Bestimmung des haushaltsrelevanten Zeitpunktes maßgeblich ist.
5. Die FFA wird sich regelmäßig mit den Rundfunkanstalten bzw. deren Vermarktern über die in dem jeweiligen Quartal verfügbaren freien Werbezeiten verständigen und sich nach besten Kräften bemühen, das jährlich zur Verfügung stehende Volumen an Medialeistungen gleichmäßig auf die vier Quartale zu verteilen. Eine Übertragung des am Ende eines Jahres verbleibenden Volumens an Medialeistungen auf das Budget des Folgejahres findet nicht statt. Sollte das jeweilige Jahresvolumen erschöpft sein, können bis zu 10 % im Vorgriff auf das Budget des Folgejahres vergeben werden.
6. Die FFA wird der ARD und dem ZDF nach Gewährung einer Förderung eine schriftliche Mitteilung zukommen lassen („Anforderung“). Die Verleiher bzw. Produzenten werden von der FFA verpflichtet, den Kinostart sowie den Kampagnenzeitraum den einzelnen Rundfunkanstalten rechtzeitig zu melden.
7. ARD und ZDF werden der FFA halbjährlich einen Bericht über die Ausnutzung der vereinbarten Medialeistungen zukommen lassen („Leistungsnachweis“). Monatlich erhält die FFA jeweils die Sendebestätigung zu den erbrachten Leistungen, in der die Länge des gebuchten Spots, der Zeitpunkt der Ausstrahlung sowie der entsprechende Bruttolistenpreis angegeben werden.

Mediabudget- Kategorien

§ 2

1. Die Marketingkommission kann Medialeistungen für die Bewerbung im Fernsehen der Herausbringung von Filmen in Kinos in den folgenden Kategorien gewähren:

Kategorie A: 100.000

Kategorie B: 200.000

Kategorie C: 300.000

Innerhalb dieser Kategorien kann ein beliebiger Teil der bewilligten Medialeistungen für die Herausbringung von Filmen in Kinos auch für Hörfunkwerbung bei den einzelnen Landesrundfunkanstalten der ARD verwendet werden.

Im Rahmen der Kategorie A steht es im Ermessen der Kommission, einen angemessenen Teil der bewilligten Medialeistungen auch für die Bewerbung der Herausbringung des Filmes auf DVD im Hörfunk zu bewilligen.

2. Die vorgenannten Mediabudgetkategorien A und B sind mit Medialeistungen der privaten Sendeunternehmen kombinierbar.
3. Das Volumen kann nur nach dem in § 2 Ziff. 1 festgelegten Verteilschlüssel bei den jeweiligen Rundfunkanstalten abgenommen werden, wobei die entsprechend den Kategorien in § 2 Ziff. 1 bewilligte Summe an Medialeistungen entsprechend dem Verhältnis des von ARD und ZDF insgesamt zur Verfügung gestellten Medialeistungsvolumens bei der ARD und beim ZDF bzw. deren Vermarktern abzurufen ist.
Die Bewilligung von Medialeistungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten erfolgt unter der Bedingung, dass zum Buchungszeitpunkt noch ausreichend freie Werbezeit für die Buchung der Spots verfügbar ist.
4. Sofern die Kommission für Verleih-, Vertriebs- und Videoförderung einem Verleiher Medialeistungen für die Kinoherausbringung eines Filmes entsprechend den in § 2 Ziff. 1 festgelegten Kategorien bewilligt und der Verleiher gleichzeitig einen Antrag auf Bewilligung von Medialeistungen für die plattformneutrale Bewerbung der Videoerstveröffentlichung/ VoD-Auswertung („Videoerstveröffentlichung“) gestellt hat, bestimmt sich das hierfür zu Verfügung stehende Volumen an Medialeistungen wie folgt:
 - a) Hat der jeweilige Kinofilm mindestens 200.000 € Medialeistungen für die Kinoherausbringung erhalten und acht Wochen nach Beginn der regulären Kinoauswertung mindestens 300.000 Besucher erreicht, betragen die Medialeistungen für die Videoerstveröffentlichung 150.000 €.
 - b) Hat der jeweilige Kinofilm mindestens 300.000 € Medialeistungen für die Kinoherausbringung erhalten und acht Wochen nach Beginn der regulären Kinoauswertung mindestens 500.000 Besucher erreicht, betragen die Medialeistungen für die Videoerstveröffentlichung 200.000 €.
 - c) Hat der jeweilige Kinofilm mindestens 400.000 € Medialeistungen für die Kinoherausbringung erhalten und acht Wochen nach Beginn der regulären Kinoauswertung mindestens 1 Mio. Besucher erreicht, betragen die Medialeistungen für die Videoerstveröffentlichung 250.00 €.
 - d) Für den Fall, dass die Marketingkommission einem Antragsteller sowohl Medialeistungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten als auch der privaten Sendeunternehmen bewilligt, ist die sich hieraus ergebende Gesamtsumme maßgeblich für die Bestimmung der Bedingungen und der Höhe des im Rahmen des § 2 Ziff.4 lit. a) bis c) für die Videoerstveröffentlichung zur Verfügung stehenden Volumens an Medialeistungen. Die interne Aufteilung des für die Videoerstveröffentlichung bewilligten Volumens an Medialeistungen zwischen den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und den privaten Sendeunternehmen richtet sich nach dem Verhältnis der jeweils bewilligten Medialeistungen für die Herausbringung des Films im Kino.
 - e) Die Zuerkennung der Medialeistungen für die Videoerstveröffentlichung durch die Kommission für Verleih-, Vertriebs- und Videoförderung erfolgt unter der aufschiebenden Bedingung, dass der jeweilige Film acht Wochen nach Beginn der

- f) regulären Kinoauswertung mindestens die unter § 2 Ziff. 4 lit a) bis c) aufgeführten Besucherzahlen erreicht hat. Von dem gemäß § 2 Ziff. 4 lit a) bis c) für die Videoerstveröffentlichung bewilligten Medialeistungsvolumens kann ein beliebiger Teil auch für Hörfunkwerbung bei den einzelnen Landesrundfunkanstalten der ARD verwendet werden.

Abrufbedingungen im Detail

§ 3

1. Die Rundfunkanstalten bzw. deren Vermarkter werden sich nach besten Kräften um eine kampagnenaffine Einbuchung der Spots durch entsprechend geschultes Personal bemühen. Die Einbuchung erfolgt nach Verfügbarkeit und mit vollem Schieberecht des jeweiligen Vermarkters. Im Falle seiner Ausübung wird sich der Vermarkter bemühen, adäquate, kampagnenaffine Ersatzzeiten zu gewähren. Die Vermarkter werden dem jeweiligen Verleiher eine entsprechende Buchungsliste übermitteln.
2. Die Parteien des Abkommens gehen davon aus, dass die Zurverfügungstellung von Werbepattformen nicht von der Lizenzierung des jeweils zu bewerbenden Films abhängig gemacht wird.
3. Eine Zuordnung von Medialeistungen auf Drittfilme bzw. die Bewerbung von Drittfilmen ist nicht gestattet.
4. Zur Sicherung einer bestmöglichen Platzierung der Spots sollen diese im Regelfall eine Länge von 15-20 Sekunden nicht überschreiten.