

Tilman P. Gangloff

Deutsche Animation steht für hohe Qualität, aber zumindest aus Sicht der Fernsehsender auch vor allem für Einzelstücke. Deshalb profitieren die hiesigen Produzenten zwar vom Animationsboom im Kino, aber im Fernsehen laufen überwiegend Importserien. Nun fürchtet die Branche um ihre Talente.

# Am Scheideweg

## Die deutsche Animationsbranche muss sich dem globalen Wettbewerb stellen

Kinder lieben Zeichentrick; deshalb reiht sich bei sämtlichen Kindersendern eine Animationsserie an die andere. Auch im Kino erfreut sich das Genre seit vielen Jahren einer immer noch wachsenden Beliebtheit. Davon profitieren auch deutsche Produktionen; zuletzt haben sowohl *Die Biene Maja* (produziert von Studio 100) als auch *Der kleine Drache Kokosnuss* (Caligari Film) jeweils über 900.000 Zuschauer im deutschsprachigen Raum ins Kino gelockt. Für Euphorie besteht laut Tania Reichert-Facilides, Geschäftsführerin des Unternehmens Freebird Pictures, dennoch keinerlei Anlass: Der Anteil von Kinder- und Familienfilmen an den deutschen Kinokassen liegt ihren Angaben zufolge zwar mittlerweile bei rund 25 %, „aber dieses Wachstum ist vor allem den internationalen Produktionen zu verdanken.“ Weil die großen Hollywood-Studios natürlich ein ganz anderes Budget hätten, seien die Er-

wartungen der Zuschauer an die Produktionsstandards im Lauf der Zeit immer höher geworden; daher werde es „immer schwerer, mit einem ausschließlich mit deutschem Geld finanzierten Animationsfilm Erfolg zu haben.“ Dass deutsche Produktionen im Hinblick auf den Weltmarkt weniger wettbewerbsfähig seien, liege allerdings oft auch „an den meist nationalen Kinderbuchmarken, auf denen viele basieren. Sie müssen ihre Umsätze deshalb überwiegend im deutschsprachigen Raum machen.“

Das Fernsehen scheidet als Hoffnungsträger der hiesigen Branche ohnehin aus, deutsche Kinder- und Jugendproduktionen fristen bei den Kindersendern ein Schattendasein: Das Gros der Animationsserien ist importiert. Die Sender beteiligen sich sogar als Koproduzenten an ausländischen Produktionen. Das ist oft finanziell attraktiver, als selbst eine Serie in

Auftrag zu geben, da auf diese Weise mit geringeren Mitteln umfangreichere Rechte erworben werden können, als sie ein deutscher Produzent einräumen würde. Die Mitbewerber der einheimischen Produzenten kommen allerdings nicht nur aus dem europäischen Raum, wie Gabriele M. Walther, Geschäftsführerin von Caligari Film, erläutert: „Indische Studios z. B. schließen mittlerweile direkte Kooperationen mit den Sendern ab. Finanziell können deutsche Produzenten da nicht mithalten, weil in Indien die Lohnkosten niedriger sind. In einigen Jahren kommt dann auch noch der chinesische Markt dazu.“ Die Produzentin fordert angesichts dieses globalen Wettbewerbs auch im Hinblick auf die mediale Erziehung des Nachwuchses zu einer „klaren Haltung“ auf: Wenn nicht dafür gesorgt werde, „dass ein bestimmter Anteil des Kinderprogramms von deutschen oder zumindest von deutsch pro-



duzierten Geschichten geprägt ist, dann werden wir uns irgendwann sehr schwer tun, dieses kleine Pflänzchen der hiesigen Animationsindustrie überhaupt am Leben zu erhalten.“

### Mehr Transparenz gefordert

Seit Jahren wünschen sich die Produzenten zudem mehr Transparenz von ARD und ZDF. Diese Forderung war auch Teil eines Manifests, das die Arbeitsgemeinschaft Animationsfilm 2013 im Rahmen des Stuttgarter Trickfilmfestivals veröffentlicht hat. Seit zwei Jahren sind die Sender verpflichtet, Einblick in die Produzentenberichte zu gewähren. Dies geschehe jedoch nach wie vor „nicht in der wünschenswerten detaillierten Form“, kritisiert Annegret Richter, Gründungsmitglied der AG und Leiterin des Animationsbereichs bei DOK Leipzig: Einzelne Auftrags- oder Koproduktionen seien nicht nachvollziehbar. Auch die Gesamtsituation der deutschen Animationsfilmbranche habe sich in den letzten zwei Jahren nicht verbessert: „Für die meisten Freelancer und Produzenten sind die Arbeitsbedingungen noch schwieriger geworden.“ Die Schließung der animation-school-hamburg betrachtet sie als „brandaktuelles Symptom dieses Zustandes“.

Auch Heiko Burkardsmaier, Geschäftsführer von Mackevision, hält die aktuelle Situation für „extrem schwer“. Die Bezeichnung „ausichtslos“ sei vielleicht übertrieben, aber nicht sehr: „Es gibt vor allem strukturelle Schwierigkeiten, die im Moment unüberwindbar scheinen.“ Größtes Manko ist nach Ansicht vieler Produzenten die Tatsache, dass deutsche Unternehmen nicht ohne einen einheimischen Koproduzenten mit einem ausländischen Sender kooperieren können. Umgekehrt geht das sehr wohl – und das, meint nicht nur Burkardsmaier, müsste geändert werden: „Wenn ein ausländischer Produzent für einen deutschen Sender produziert, sollte auch ein deutsches Unternehmen beteiligt sein. Die Alternative wäre die Einführung einer Quotenregelung: Ein bestimmter Anteil der Animation muss aus Deutschland stammen.“ Den Sendern macht er dabei gar keinen Vorwurf: „Die suchen natürlich nach der günstigsten Lösung.“ Deshalb gibt es von den kommerziellen Kanälen auch keine Aufträge; für SUPER RTL oder die hiesigen Ableger von Nickelodeon und Disney ist eigenproduzierte Animation aus Deutschland schlicht zu teuer. Umso mehr wäre die Branche

darauf angewiesen, dass sich ARD, ZDF und KiKA zu der einheimischen Animationsproduktion bekennen. Das Problem dabei, sagt Siegmund Grewenig, beim WDR Leiter des Programmbereichs „Unterhaltung, Familie & Kinder“ sowie Geschäftsführer der ARD-Familienkoordination, sei nach wie vor, „dass es grundsätzlich schwierig ist, aus Deutschland heraus internationale Großproduktionen zu finanzieren. Die TV-Beteiligungen aus Deutschland können immer nur einen Teil der Gesamtkosten aufbringen.“ Die schwierige Finanzierungssituation führe außerdem immer wieder zu Verzögerungen bei der Herstellung und Ablieferung; bei einem Projekt warte man jetzt schon zwei Jahre, was die Sendeplanung entsprechend schwierig gestalte. Im internationalen Vergleich gebe es zudem eine völlig andere Produzentenlandschaft. Deutsche Anbieter stünden, Manufakturen gleich, für qualitativ hochwertige Einzelstücke; serielle Produktionen mit hohen Folgezahlen müssten daher aus Amerika oder Asien importiert werden.

### Das ZDF ist rühriger

Das ZDF ist nach Produzentenangaben in Sachen Animation deutlich rühriger als die ARD. Tatsächlich bestätigt Irene Wellershoff, in der ZDF-Hauptredaktion „Kinder und Jugend“ verantwortlich für den Bereich „Fiktion“, dass Animationsfilme und -serien aus Deutschland ihr ein großes Anliegen seien: „Weil wir auch ‚unsere‘ Geschichten erzählen und den Kindern deutsche Kinderkultur vermitteln wollen.“ Bei den Kinoerfolgen *Die Biene Maja* und *Der kleine Drache Kokosnuss* war das ZDF Koproduzent. Das Engagement hat aber auch ganz pragmatische Gründe, denn deutsche Animation ist im ZDF außerordentlich erfolgreich. Nicht zu vergessen die vielen Auszeichnungen: Allein der Kurzfilm *Der Kleine und das Biest* (Studio Soi) hat über 30 nationale und internationale Preise gewonnen. Wellershoff schätzt die Zusammenarbeit mit den deutschen Produzenten auch aus anderen Gründen: „Weil man sich oft intensiver, schneller und präziser über Stil und Inhalte abstimmen kann als bei einer internationalen Koproduktion mit vielen Partnern.“ Die Redaktionsleiterin sieht ihren Sender zudem in der Verantwortung, hiesige Autoren, Animationstalente und Firmen zu beschäftigen.

Gerade an Talenten herrscht wahrlich kein Mangel. Das ist einerseits zwar schön, andererseits aus Sicht der Produzenten ein weiterer Anlass zur Sorge. Gerade dank des Animationsinstituts in Ludwigsburg hält Burkardsmaier die deutsche Ausbildung für „Weltspitze“. Im Bereich „Visuelle Effekte“ ist deutsches Know-how weltweit gefragt. Davon profitieren rund ein Dutzend Unternehmen, die über 50 Mitarbeiter haben. Das große Problem, laut Burkardsmaier: „In einigen Ländern gibt es massive Steuervergünstigungen, was natürlich zu einer großen Verzerrung des Wettbewerbs führt. Das hat zur Folge, dass unsere gut ausgebildeten Leute nach England oder Kanada abwandern, wo die Unternehmen z. T. über 1.000 Mitarbeiter beschäftigen.“ Viele Animationsproduzenten machen einen Großteil ihres Umsatzes mittlerweile mit Visuellen Effekten (VFX), deren Anteil bei deutschen Produktionen aus Kostengründen aber überschaubar ist; die Firmen müssen also für den internationalen Markt arbeiten, um zu überleben. Gerade die Möglichkeit internationaler Kooperationen stimmt Tania Reichert-Facilides jedoch zuversichtlich: „Der europäische Markt bietet für deutsche Produzenten eine Chance für Finanzierung, und auch der Blick auf entstehende Fördersysteme unserer Nachbarn ist interessant: da tut sich was in einigen Ländern.“

Tilman P. Gangloff lebt und arbeitet als freiberuflicher Medienfachjournalist in Allensbach am Bodensee.

