



Wie ist das mit der Werbung

Sie haben in Ihrer Medienzentrale einen Spielfilm für eine nichtgewerbliche Vorführung gebucht und lesen in den Verleihbedingungen: Eine öffentliche Werbung ist nicht gestattet!

"Wie soll ich nun meine Zielgruppe auf die Veranstaltung aufmerksam machen? Verdammtes Urheberrecht..."

Falsch: Das Verbot für öffentliche Werbung hat nichts mit dem Urheberrecht zu tun; lediglich in den Verträgen zwischen Filmverleihern und den vermittelnden Unternehmen/Agenturen sind diese Werberestriktionen in diversen Varianten zu finden. Daher werden Verstöße gegen das Außenwerbeverbot nicht strafrechtlich, sondern allenfalls zivilrechtlich, also schadenersatzpflichtig geahndet: Der ursprüngliche Lizenzinhaber (Filmverleiher) kann die nichtgewerbliche Lizenz im Einzelfall zurückziehen und evtl. entstandene Kosten über die Agenturen in Rechnung stellen.

"Wen juckt's?"

Gerade kleinere Kinobetreiber und engagierte Programmkinomacher haben es schwer, im medialen Konzert mitzugeigen. Nun spielt auch noch ein nichtgewerblicher Veranstalter (etwa eine Kirchengemeinde) ohne Eintritt die Querflöte. Das lässt zwar Kinobesitzers Ohren, jedoch nicht dessen Kasse klingeln. Um gewerbliche Kinos vor unbotmäßigem Wettbewerb zu schützen, werden daher nichtgewerbliche Vorführrechte nur mit Werbeauflagen vergeben. Im Zweifelsfall genießt die gewerbliche Abspieldstätte ein sog. Vorspielrecht. Frei beworben werden dürfen Filme, die nicht für eine Kinoauswertung zur Verfügung stehen; Fernsehfilme, DVD-Veröffentlichungen von Filmen, die es nicht ins Kino geschafft haben und Kurzfilme.

"Casablanca ist doch längst aus den Kinos raus?"

Vorsicht: Gerade Klassiker werden - oft über spezialisierte Kleinverleiher - noch in Kinos ausgewertet. Auch diese Schätzchen fallen dann unter das Außenwerbeverbot.

"Was kann denn schon passieren?"

In der Regel meldet der örtliche oder sich im Umfeld befindliche Kinobetreiber den Werbeverstoß an den Verband der Filmverleiher (VdF). Von dort erhalten Sie in letzter Konsequenz die Aufforderung zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung.

"Was ist denn nun überhaupt erlaubt?"

Problemlos sind Hinweise mit Titelnennungen

- in Pfarrbriefen
- in Vereinsmitteilungen
- in Elternbriefen von Schulen
- auf Plakaten und Flyern innerhalb der Veranstaltungsorte (Kirche, Schule usw.)
- in e-mail-Newslettern mit geschlossenem Adressatenkreis
- auf Internetseiten, die nur geschlossenen Nutzergruppen zugänglich sind

Ebenso problemlos platzieren Sie Hinweise auf Ihre Veranstaltung in allen Medien, wenn der Filmtitel nicht genannt ist und er auch nicht aus dem Ankündigungstext eindeutig hervorgeht; also statt "Kleiner Clownfisch sucht Papa" besser "Lustiger Fischfilm". Übrigens. Kinder freuen sich immer über einen "Überraschungsfilm".

Tipps für Kleinstadt und Land

Wenn Ihnen die aufgezeigten Werbemöglichkeiten nicht weiterhelfen, fragen Sie den örtlichen oder im Einzugsgebiet befindlichen Kinobetreiber, ob er mit Ihrer Werbung einverstanden ist.

Tipp für überall

Vermeiden Sie für Ihre Veranstaltung Begriffe wie "Kino" oder "Cinema". Das verstimmt jeden, der ein ebensolches professionell betreibt.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß und jede Menge begeisterter Zuschauer!

(Script mit freundlicher Unterstützung vom Katholischen Filmwerk Frankfurt erstellt)