

Wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des akademischen Grades Diplom im Studiengang
Film- und Fernsehproduktion der Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf“
Potsdam-Babelsberg.

Umweltbewusst Filme produzieren

Bestandsaufnahme sowie ein Kriterienkatalog für die praktische Umsetzung.

eingereicht von: **Lissi Muschol**

Matrikelnummer: **4481**

lissi.muschol@gmail.com

Bearbeitungszeitraum: **05.04.2012 bis 04.01.2013**

Betreuer: **Veit Quack**

Diese Arbeit wurde auf 100 % Recyclingpapier gedruckt.

I	Inhaltsverzeichnis	Seite 1
II	Hauptteil	Seite 3
1.	Umweltbewusst Filme produzieren. Ist das möglich?	Seite 3
1.1.	Die aktuelle Sachlage zum Klimawandel	Seite 4
1.2.	Begriffsklärungen im Bereich Umwelt und Klima	Seite 7
2.	Bestandsaufnahme bisheriger Entwicklungen	Seite 10
2.1.	Erste grüne Initiativen in den USA	Seite 10
2.1.1.	Auswirkungen auf das Verhalten amerikanischer Medienkonzerne	Seite 19
2.2.	Die europäische Entwicklung im Bereich nachhaltiger Film- und Fernsehproduktionen	Seite 23
2.2.1.	Initiativen in Großbritannien	Seite 23
2.2.2.	Initiativen in Frankreich	Seite 30
2.2.3.	Initiativen in Deutschland	Seite 33
2.2.4.	Anfänge eines europaweiten Engagements - Das European Film Commission Network (EUFCN)	Seite 40
3.	Der Best Practice Guide der Film Commission Hamburg Schleswig-Holstein (FCHSH)	Seite 44
3.1.	Vorbereitung	Seite 45
3.2.	Handlungsempfehlungen	Seite 48
3.2.1.	Im Produktionsbüro	Seite 48
3.2.2.	On Location	Seite 53
3.2.3.	Catering	Seite 56
3.2.4.	Kostüm und Maske	Seite 57
3.2.5.	Licht und Kamera	Seite 58
3.2.6.	Postproduktion	Seite 58
3.2.7.	Nach der Produktion	Seite 59

4.	„Green Producing“	
	Rahmenbedingungen und Herausforderungen	Seite 60
4.1.	Regionalförderung – der kulturelle Pluralismus als Belastung für die Umwelt?	Seite 61
4.2.	Das Engagement deutscher Fernsehsender	Seite 64
4.3.	Finanzielle Aspekte beim „Green Producing“	Seite 67
4.3.1.	Belastet „Green Producing“ das Budget?	Seite 67
4.3.2.	Zusätzliche Finanzierungsmöglichkeiten für „grüne Produktionen“	Seite 75
4.4.	„Green Washing“ – Mogeln für den guten Ruf	Seite 76
4.5.	Beweisbarkeit und Nachprüfbarkeit versus Durchführbarkeit	Seite 79
4.6.	Internationale Koproduktionen – „Klimakiller“ per se?	Seite 81
5.	Umweltbewusst Filme produzieren. Ein Fazit.	Seite 83
5.1.	Empfehlungen zur Verbesserung bestehender Rahmenbedingungen	Seite 85
5.2.	„Green Producing“ – es ist möglich!	Seite 89
III	Anhang	Seite 90
1.	Quellenverzeichnis	Seite 90
2.	Präsentationen	Seite 100
3.	Vorträge	Seite 121
4.	E-Mail Korrespondenz	Seite 135
5.	Interviews	Seite 147
6.	Danksagung	Seite 165
7.	Eidesstattliche Erklärung	Seite 166

II Hauptteil

«Man behauptet immer, die Zeit verändere die Welt, aber in Wahrheit musst du sie selbst ändern.»

Andy Warhol

1. Umweltbewusst Filme produzieren. Ist das möglich?

Im Sommer 2012 wurde ich mehrfach nach dem Thema meiner Diplomarbeit gefragt. Nachdem ich erklärte, meine wissenschaftliche Arbeit setze sich mit dem Thema „umweltbewusstes Produzieren von Filmen“ auseinander, folgte in den allermeisten Fällen als Reaktion eine kurze, irritierte Pause und dann die Frage: „Geht das überhaupt?“

Dies ist ein durchaus berechtigter Einwand. Schließlich ist die Herstellung von Filmen ein äußerst komplexer, extrem aufwendiger Prozess, der – beginnend mit der Idee über die Entwicklung des Drehbuches, die Finanzierungsphase und natürlich ganz besonders in der Vorbereitungs-, Dreh- und Postproduktionsphase – höchst material-, reise- und energieintensiv ist. Geht man davon aus, dass Material- und Energieverbrauch sowie Reisen generell umweltschädlich sind, ziehen sie doch immer einen hohen CO₂-Ausstoß nach sich, so ließe sich das Produzieren von Filmen ebenso in Frage stellen – genauso wie alles andere, was sich unsere Gesellschaft zur heutigen Zeit an Luxus und Komfort gönnt, ohne hierbei über die verheerenden Folgen für Umwelt und Klima nachzudenken. Diese grundsätzliche Fragestellung ist jedoch im Folgenden nicht Gegenstand dieser Arbeit.

Ich setze mich in meiner Arbeit mit der Wechselwirkung zwischen Qualität, wirtschaftlichem Handeln und Umwelt auseinander. Die zentrale Fragestellung ist hierbei: Wie können wir uns als professionelle Filmemacher, deren oberstes Ziel ist, qualitativ hochwertig und wirtschaftlich zu produzieren, im Arbeitsprozess umwelt- und klimaschonend verhalten? Wie können wir im Rahmen der finanziellen und zeitlichen Möglichkeiten einer Filmproduktion die entstehenden Umweltbelastungen effektiv reduzieren? Wie sehen diese

Rahmenbedingungen konkret aus und wo besteht Handlungsbedarf, um die Voraussetzung für „Green Producing“ zu verbessern?

Hierfür lege ich zunächst eine Bestandsaufnahme bisheriger Initiativen und Entwicklungen dar. Dabei liegt der Fokus darauf, unterschiedliche Ansätze zu analysieren. Mein Blick konzentriert sich hierbei insbesondere auf die USA, Frankreich und Großbritannien, da dort vielversprechende umweltfreundliche Initiativen in der Filmbranche existieren – deutlich mehr als in anderen Ländern bislang. Deutschland hat hier konkrete Möglichkeiten, seine Standards anzupassen, die ich skizzieren werde. Im Oktober 2012 wurde von der Film Commission Hamburg Schleswig-Holstein (FCHSH) die erste deutschsprachige Handlungsempfehlung für Grünes Produzieren veröffentlicht. Diesen so genannten „Best-Practice-Guide“ integriere ich in die vorliegende Arbeit und erweitere diesen durch eigene Gedanken und Schlussfolgerungen zum Thema. Außerdem gehe ich auf die Rahmenbedingungen ein, die klima- und umweltschonendes Produzieren in Deutschland beeinflussen, untersuche finanzielle Aspekte des „Green Producing“ und zeige auf welche Herausforderungen die praktische Umsetzung mit sich bringen. Zuletzt werde ich in meinem Fazit darlegen, in welche Richtung eine nachhaltige Entwicklung vorstellbar ist und Möglichkeiten vorstellen, wie grünes Produzieren gängige Praxis werden könnte.

Zunächst möchte ich jedoch einen allgemeinen Blick auf die aktuelle Sachlage zum Klimawandel werfen, insbesondere darauf, wie sich die Weltgemeinschaft positioniert, um die durch Menschen verursachte Erderwärmung einzudämmen.

1.1. Die aktuelle Sachlage zum Klimawandel

Seit dem Jahr 2000 sind die CO₂-Emissionen um rund 20 Prozent gestiegen.¹ Die von Menschen verursachten Treibhausgase betragen jährlich 50 Gigatonnen Kohlendioxid, das entspricht fünfzigtausend Millionen Tonnen.²

¹ vgl. UNEP 2012. The Emissions Gap Report 2012. United Nations Environment Programme (UNEP), Nairobi, 29.11.2012, Executive Summary, S. 1

² vgl. ebd.

Deutsche Forscher gehen von einer Erderwärmung um vier Grad Celsius aus.³ Die Internationale Energieagentur spricht sogar von einer Erderwärmung um sechs Grad bis zum Jahr 2050.⁴ Die Folgen des globalen Temperaturanstiegs haben schon jetzt ein verheerendes Ausmaß erreicht: Im September 2012 ist die Fläche des Meereises am Nordpol um die Gesamtfläche Deutschlands und Frankreichs geschmolzen.⁵ Es ist laut des Instituts für Klimafolgenforschung in Potsdam davon auszugehen, dass der Meeresspiegel bis zum Ende dieses Jahrhunderts um ca. 1,2 Meter ansteigen wird.⁶ Eine um vier Grad erwärmte Welt würde zudem „regelmäßige extreme Hitzewellen und Missernten [nach sich ziehen,] die die globale Ernährungssicherheit gefährden.“⁷ Wir sollten uns bewusst sein, dass „[d]ie Veränderung des Klimas [...] bereits am oder über dem oberen Limit der Annahmen [läuft], die vor zehn Jahren noch als pessimistisch galten.“⁸ Es besteht also dringender Handlungsbedarf. Um dieser negativen Entwicklung zu begegnen, finden seit 1995 jährlich die UN-Klimakonferenzen statt, deren Ergebnis, die globalen Klimaschutzabkommen, Ausdruck der Bemühungen der Weltgemeinschaft sind. Durch das sogenannte „Kyoto-Protokoll“ sollen „verbindliche Klimaziele sowie die notwendigen Strategien und Instrumente zur Umsetzung“⁹ festgelegt werden, um dem Klimawandel effektiv entgegen zu wirken. Es legt völkerrechtlich verbindliche Zielwerte für den Ausstoß von Treibhausgasen fest.¹⁰

Im November 2012 fand die achtzehnte UN-Klimawandelkonferenz in Katar statt. Die Berichterstattung im Vorfeld ließ ein deutlich pessimistisches Bild davon entstehen, dass auch dieses Mal keine tatsächlich effektiven Fortschritte erreicht werden können und forderte dringend „mehr Ehrgeiz im Klimaschutz.“¹¹ Die Einschätzung der Medien bestätigte sich, als selbst die

³ vgl. Süddeutsche Zeitung, 26.11.2012, Nr. 273, S. 2, „Grenzerfahrung“ von Christopher Schrader

⁴ vgl. Süddeutsche Zeitung, 27.11.2012, Nr. 274, S. 2, „Katastrophe voraus“ von Erich Vogt

⁵ vgl. Süddeutsche Zeitung, 26.11.2012, Nr. 273, S. 2, „Grenzerfahrung“ von Christopher Schrader

⁶ vgl. ebd.

⁷ vgl. Frankfurter Rundschau, 26.11.2012, Nr. 276, S. 2, „Hitzewellen in der Vier-Grad-Welt“ von Joachim Wille

⁸ vgl. Süddeutsche Zeitung, 26.11.2012, Nr. 273, S. 2, „Grenzerfahrung“ von Christopher Schrader

⁹ vgl. Süddeutsche Zeitung, 27.11.2012, Nr. 274, S. 2, „Katastrophe voraus“ von Erich Vogt

¹⁰ vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Kyoto-Protokoll>

¹¹ vgl. Süddeutsche Zeitung, 26.11.2012, Nr. 273, S. 2, „Grenzerfahrung“ von Christopher Schrader

Europäische Union, „die sich auf Klimakonferenzen bisher immer als Vorreiter in Sachen Emissionsminderung gesehen hat,“¹² sich nicht auf gemeinsame, ambitionierte Ziele einigen konnte. So brachte Doha lediglich einen Minimalkonsens, der nach Einschätzung von Experten nicht ausreichen wird, um dem Klimawandel tatsächlich etwas entgegen zu setzen.¹³ Am Ende des Gipfels bleibt nur „die Hoffnung auf 2015“¹⁴ – das Jahr in dem eine globale „Post-Kyoto-Regelung“ zum Stop des Klimawandels getroffen werden soll.

Spätestens seitdem sich Bilder verheerender Klima- und Umweltkatastrophen schnell und ungefiltert über das Internet verbreiten und in unser kollektives Gedächtnis einbrennen, wächst allmählich das Bewusstsein für die Ernsthaftigkeit der Lage. Nicht zuletzt deshalb legt unsere Gesellschaft zunehmend Wert auf Klima- und Umweltschutz. Bleibt also „nur“ die Frage zu klären, wer für die „Rettung der Welt“ verantwortlich ist. Sind es Politik und die Energie-Industrie, die endlich agieren statt nur debattieren müssen? Wie steht es um das Engagement von Staaten wie beispielsweise den USA, die sich seit jeher gegen eine verbindliche Teilnahme am Kyoto-Protokoll sträuben? Und müssen nicht auch aufstrebende Schwellenländer wie China, deren CO₂-Emissionen in den letzten Jahren drastisch gestiegen sind, maßgeblich zur Verantwortung gezogen werden? Oder bin ich etwa in meiner Funktion als Filmproduzentin in Deutschland dafür zuständig den Klimawandel zu stoppen? Gibt es nicht viel umweltbelastendere Unternehmungen als die Produktion von Filmen?

Sicherlich tragen andere Produktionsbereiche, wie beispielsweise die Luft- und Raumfahrt oder die Automobilindustrie, einen wesentlich größeren Teil zur Emission von CO₂ bei, als die vergleichsweise winzige Film- und Fernsehbranche. Sicherlich und dennoch: Die jeweils eigene Verantwortung darf nicht abgewälzt werden.

¹² vgl. <http://www.zeit.de/wirtschaft/2012-12/blockierer-doha>, 05.12.2012, S. 1, „Die Blockierer von Doha“, Alexandra Endes

¹³ vgl. <http://www.spiegel.de/wissenschaft/mensch/umweltverbaende-kritisieren-ergebnisse-des-klimagipfels-in-doha-a-871792.html>, 08.12.2012, usp/dpa/AP/Reuters

¹⁴ vgl. <http://www.zeit.de/wirtschaft/2012-12/blockierer-doha>, 05.12.2012

1.2. Begriffsklärungen im Bereich Umwelt und Klima

In unserer heutigen Zeit gehören Begriffe wie „klimaneutral“, „nachhaltig“, „umweltfreundlich“, „klimafreundlich“ und „umweltbewusst“ zum gebräuchlichen Vokabular und werden als nahezu gleichbedeutende Synonyme verwendet. Um sich differenziert mit der Themenstellung dieser Arbeit auseinandersetzen zu können, ist es allerdings erforderlich, die Unterschiedlichkeit dieser Begriffe zu klären und sie trennscharf zu verwenden.

Der Begriff „Klimaneutralität“ bezeichnet Prozesse, in denen kein Ausstoß von Treibhausgasen stattfindet. Grundlage für die Beurteilung sind insbesondere CO₂-Ausstöße.¹⁵ Um einen Vorgang oder Prozess klimaneutral einstufen zu können, muss man zunächst eine CO₂-Bilanzierung vornehmen. Anhand dieser kann dann ein CO₂-Fußabdruck ermittelt werden, der die genaue CO₂-Emission darstellt. Im Bereich der Filmproduktion oder in anderen Wirtschaftszweigen versucht man Klimaneutralität zu erreichen, indem man „Treibhausgase, die bei der Produktion [...] entstehen, [...] durch Investitionen in ein anerkanntes Klimaschutzprojekt kompensiert.“¹⁶ Oft wird in diesem Zusammenhang von einem neutralen CO₂-Fußabdruck gesprochen.

Das Wort „Nachhaltigkeit“ kommt ursprünglich aus dem Bereich der Forstwirtschaft und steht, laut Duden, für „ein forstwirtschaftliches Prinzip, nach dem nicht mehr Holz gefällt werden darf, als jeweils nachwachsen kann.“¹⁷ Im Bereich der Ökologie bezeichnet der Begriff das „Prinzip, nach dem nicht mehr verbraucht werden darf, als jeweils nachwachsen, sich regenerieren, künftig wieder bereitgestellt werden kann.“¹⁸ „Nachhaltigkeit“ wird oft in Kombination mit dem Wort „Entwicklung“ verwendet („sustainable development“). „Nachhaltige Entwicklung ist eine Entwicklung, die die Lebensqualität der gegenwärtigen Generation sichert und gleichzeitig zukünftigen Generationen die Wahlmöglichkeit zur Gestaltung ihres Lebens

¹⁵ vgl. <http://www.climatepartner.com/faq-artikel/items/was-bedeutet-klimaneutral.html>

¹⁶ vgl. <http://www.climatepartner.com/presse-artikel/items/der-landarzt-ist-die-erste-klimaneutrale-fernsehserie-europas.html>

¹⁷ vgl. <http://www.duden.de/rechtschreibung/Nachhaltigkeit>

¹⁸ vgl. ebd.

erhält.“¹⁹ Hierbei geht es nicht nur um ökologische Aspekte, sondern ebenso um soziale und ökonomische Nachhaltigkeit.

Die Begriffe „umweltfreundlich“ und „klimafreundlich“ unterscheiden sich dadurch, dass die Klimafreundlichkeit sich in erster Linie mit dem Klima beschäftigt, wohingegen Umwelt auch andere Aspekte wie beispielsweise Naturschutz mitberücksichtigt. Klimafreundliches Arbeiten legt also vorrangig Wert darauf, den durch die Menschheit verursachten Klimawandel so weit wie möglich aufzuhalten. Dies steht gelegentlich sogar in Konflikt mit dem Gedanken an umweltfreundliches Handeln, wenn gut gemeinte Maßnahmen zum Klimaschutz der Umwelt schaden.²⁰ So ist beispielsweise die Markteinführung der Energiesparlampen höchst umstritten. Konventionelle Glühbirnen wandeln nur 5 Prozent des eingesetzten Stroms in Licht um. Die restlichen 95 Prozent zu Wärme. Die wesentlich effizientere Energiesparlampe soll Abhilfe schaffen. Tatsächlich enthält sie jedoch giftiges Quecksilber, welches wiederum eine große Umweltbelastung darstellt, wenn die Lampe, entgegen der Vorgaben, im Hausmüll entsorgt wird.²¹

„In der politischen Debatte wird der Begriff Umwelt oft synonym mit dem Wort „Natur“, manchmal auch dem Wort „Ökologie“ verwendet. Dieser unterschiedliche Gebrauch macht ihn einerseits unscharf, andererseits rekuriert er damit auf die den Menschen umgebende Welt.“²² „Umweltfreundlich“ ist also zum einen ein ungenauer Begriff, der nicht erkennen lässt, worum es im Einzelnen geht, andererseits lässt er dadurch die Möglichkeit zu, sich auch solchen Aspekten zu widmen, die beispielsweise in der reinen Klimadebatte keinen Platz haben.

Für den Titel meiner Arbeit habe ich den Begriff „umweltbewusst“ gewählt. Zwar ist auch dieser Begriff bei genauerer Analyse wenig exakt, jedoch ist er

¹⁹ vgl. http://www.bne-portal.de/coremedia/generator/unesco/de/02_UN-Dekade_20BNE/01_Was_20ist_20BNE/Was_20ist_20Nachhaltigkeit_3F.html (Bericht der Brundtland-Kommission, 1987)

²⁰ vgl. http://www.focus.de/wissen/klima/tid-8883/oekologische-dilemma_aid_237391.html, „Klimafreundlich aber umweltschädlich“, Gerd Pfitzenmeier

²¹ vgl. ebd.

²² vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Umwelt>

im Hinblick auf das Anliegen meiner Arbeit der ehrlichste Begriff. Nach meiner Auffassung kann man nämlich derzeit in Deutschland weder klimaneutral noch umweltfreundlich produzieren. Die gesellschaftlichen, politischen und finanziellen Rahmenbedingungen lassen dies nicht zu. Einen Film zu produzieren ist immer klimaneutral unfreundlich. Allerdings sollten wir versuchen ihn weniger klimaneutral unfreundlich zu produzieren, sondern klima- und umweltschonend. Um dies zu erreichen brauchen wir ein Bewusstsein, das uns in vielen kleinen Schritten auf den Weg bringt zu einem klima- und umweltfreundlicheren oder im besten Fall klimaneutralen Produzieren.

Auch den Begriff „Best Practice“ erkläre ich an dieser Stelle kurz. „Best Practice“ wird ins Deutsche mit den Begriffen „optimales Vorgehen“ oder „vorbildliches Verfahren“ übersetzt²³, im Kontext jedoch meist auf Englisch verwendet. „Best Practice“ bezeichnet eine Methode oder Technik, die beständig bessere Ergebnisse erzielt als andere Herangehensweisen.²⁴ Um dies zu erreichen, werden gleichnamige Listen erstellt, die man fortführt und anpasst, sobald Verbesserungsmöglichkeiten entdeckt werden. Für die klimaschonende Produktion von Filmen werden „Best-Practice-Listen“ entwickelt, um Kriterien und Handlungsempfehlungen zur Verfügung zu stellen, die eine hilfreiche Unterstützung für die praktische Umsetzung sind.

Um sichtbar zu machen, an welchen Punkten innerhalb der Filmbranche bislang Verbesserungen für Umwelt und Klima erreicht wurden, werde ich im folgenden Teil der Arbeit eine Bestandsaufnahme vornehmen. Diese soll einen Überblick geben, welche Untersuchungen, Initiativen und Entwicklungen zum Thema „Green Producing“ bereits existieren.

²³ vgl. <http://dict.leo.org/ende?lp=ende&lang=de&searchLoc=0&cmpType=relaxed§Hdr=on&spellToler=&search=best+practice>

²⁴ Aus dem Englischen übersetzt von: http://en.wikipedia.org/wiki/Best_practice

2. Bestandsaufnahme bisheriger Entwicklungen

In den letzten Jahren haben sich in verschiedenen Ländern der Welt, vorwiegend aber in den USA, in Frankreich, Großbritannien und zuletzt auch in Deutschland, unterschiedliche Institutionen aus der Medienbranche dem Thema Umwelt- und Klimaschutz gewidmet. Diese Aktivitäten werde ich hier näher erläutern, um aktuelle Entwicklungen in ihren Entstehungskontext einordnen zu können.

2.1 Erste grüne Initiativen in den USA

Die Vereinigten Staaten von Amerika sind nicht unbedingt dafür bekannt, sich dem Thema Klima- und Umweltschutz besonders vorbildhaft zu widmen. Seit der erstmaligen Einberufung der Weltklimakonferenz 1995 und der Erarbeitung des Kyoto-Protokolls, das zum Ziel hat, den weltweiten Ausstoß von Treibhausgasen zu reduzieren, verweigern die USA ihre Teilnahme daran. Doch nicht nur die politische Riege der USA wehrt sich gegen zu viel Engagement im Bereich des Klimaschutzes. Auch die Bürger sind größtenteils nicht für das Thema sensibilisiert. Amerikaner lieben große Autos und den Luxus, auch kurze Strecken mit diesen zu überwinden. Aus deutscher Perspektive kostet Benzin in den USA zu wenig, zur Zeit um die 0,65 Euro pro Liter.²⁵ Vielleicht erklärt dieser unbedarfte Umgang mit natürlichen Ressourcen, weshalb sich schon frühzeitig Initiativen bildeten, die sich für mehr Umwelt- und Klimaschutz einsetzten. Innerhalb der Medienbranche sind die USA Vorreiter, was den Umwelt- und Klimaschutz betrifft. Im Folgenden daher ein chronologischer Abriss über Entwicklungen und Erkenntnisse der in den USA entstandenen Initiativen.

Bereits im Jahr 1989 wird die Environmental Media Association ins Leben gerufen. Die Gründer Cindy und Allan Horn, sowie Lyn und Norman Lear machten es sich zur zentralen Aufgabe, die Unterhaltungsindustrie dahingehend zu mobilisieren, bei den Millionen Menschen, welche die

²⁵ vgl. <http://www.wdr5.de/sendungen/morgenecho/s/d/09.12.2011-06.05/b/klimaschutz-was-geht-mich-das-an-alltag-in-den-usa.html>, Morgenecho, 09.12.2011, „Klimaschutz? Was geht mich das an? Alltag in den USA“, Ein Beitrag von Anna Engelke

Branche erreicht, Umweltbewusstsein zu schaffen.²⁶ Zwei Jahre später werden erstmals die EMA Awards verliehen; eine Ehrung für Film- und Fernsehproduktionen, die sich inhaltlich mit Umweltthemen befassen. Viel wichtiger erscheint jedoch die Veröffentlichung des weltweit ersten Kriterienkatalogs zum Energiesparen für die Unterhaltungsindustrie, den die EMA im selben Jahr herausgibt.²⁷ Unter dem Titel „30 Simple Energy Things You Can Do To Save The Earth“ fasst die EMA zusammen, welche Energiesparmaßnahmen zum damaligen Zeitpunkt für die Branche denkbar waren.

Zudem widmet sich die EMA vorrangig der Organisation und finanziellen Unterstützung von Veranstaltungen, die ein Bewusstsein für den Umweltschutz und den Klimawandel schaffen sowie führende Klimaforscher mit Autoren und Produzenten vernetzen. Darüber hinaus gelingt es ihnen mehr und mehr, auch berühmte Schauspieler für ihr Thema zu sensibilisieren und zu gewinnen. So erfinden sie beispielsweise den „Grünen Teppich“: Filmstars werden zu medienwirksamen Preisverleihungen nicht in einer Limousine vorgefahren, sondern mit Hybridfahrzeugen oder Autos, die mit Alternativ-Treibstoff betrieben sind.

Seit dem Jahr 2004 verleiht die EMA das so genannte „Green Seal.“ Dies ist ein Gütesiegel für Produktionen, die nachhaltige Initiativen und Arbeitsweisen in ihre Arbeitspraxis einbeziehen. Diese Anerkennung wird ab 2009 noch weiter ausgebaut. Es beginnt eine Kooperation zwischen der EMA und Green Seal, einer unabhängigen, gemeinnützigen Organisation, die wissenschaftlich basierte Programme einsetzt, um Firmen in Fragen umweltfreundlicher Produktion und nachhaltiger Arbeit zu unterstützen.²⁸ Seit Bestehen dieser Kooperation werden Kriterien detaillierter formuliert. Um sich für das Green Seal zu qualifizieren, muss ein klar definierter Anforderungskatalog erfüllt werden. Verpflichtend sind laut diesem Katalog die folgenden sechs Punkte:

²⁶ vgl. <http://www.ema-online.org/about-us/>

²⁷ vgl. <http://www.ema-online.org/historical-timeline/>

²⁸ vgl. <http://www.greenseal.org/AboutGreenSeal.aspx>

- Eine für die gesamte Produktion geltende Umwelterklärung, gekoppelt an einen konkret formulierten Umweltauftrag.
- Die Erstellung eines Maßnahmenplans für Energieeinsparung, Wassereinsparung und Abfallmanagement.
- Die Erstellung eines Maßnahmenplans für die Beschaffung beziehungsweise von sozial verträglichen und umweltgerechten Materialien für die Dauer der Produktion.
- Lieferanten werden über die Bevorzugung von sozial verträglichen und umweltgerechten Methoden und Gütern informiert und so mit zur Verantwortung gezogen.
- Das Recyceln aller Materialien, die von lokalen Entsorgern/Wertstoffhöfen angenommen werden.
- Das Einführen und Kommunizieren einer strengen „No-idling“-Regel für alle Fahrzeuge am Set.²⁹

Darüber hinaus gibt es derzeit 145 Punkte, von denen mindestens 40 erfüllt sein müssen. Dieses Punktesystem unterteilt sich in zwölf Unterpunkte, wie beispielsweise „Energie und Emission“, „Wassermanagement“, „Transport“, „Garderobe und Make-Up“ oder „Filmmaterial“. Besonders viele Punkte lassen sich auch dadurch sammeln, dass man einen Mitarbeiter von Green Seal die Produktionsarbeiten auf ihre Nachhaltigkeit hin überprüfen lässt.³⁰

Außerdem entwickelte EMA Green Seal einen ausführlichen Leitfaden dazu, welche Maßnahmen ergriffen werden können, um die Produktion nachhaltiger zu gestalten und stellt auf ihrer Website den „Green Seal Sourcing Guide“ zur Verfügung – eine Zusammenstellung von Unternehmen, die besonders nachhaltig arbeiten. Damit erhalten Produktionsfirmen eine Übersicht, welche Firmen oder Produkte sich für den eigenen Produktionsprozess anbieten, um diesen nachhaltiger zu gestalten.

²⁹ „Idling“ bedeutet „Leerlauf“ und wird im amerikanisch-englischen Sprachgebrauch verwendet, wenn der Motor eines Fahrzeugs läuft, ohne dass das Fahrzeug tatsächlich gefahren wird. Demzufolge bedeutet „no-idling“, dass der Motor abgeschaltet wird, wenn das Fahrzeug nicht in Benutzung ist – hierzulande eine absolute Selbstverständlichkeit.

³⁰ vgl. <http://www.ema-online.org/green-seal/>, EMA Green Seal Application

Neben dem EMA Green Seal gibt das Institut für Umwelt und Nachhaltigkeit der University of California, Los Angeles (UCLA) jährlich die so genannte „Southern California Environmental Report Card“ heraus, ein Umweltbericht für Süd-Kalifornien. Der Bericht untersucht umweltrelevante Themen und bewertet den Umgang der Branche mit diesen. Im November 2006 wurde die neunte Auflage dieses Berichts veröffentlicht, erstmalig mit dem Fokus auf eine bestimmte Branche – nämlich die Film- und Fernsehindustrie.³¹ Dieser Schwerpunkt liegt hierin begründet, dass die Film- und Fernsehbranche einen großen Teil der südkalifornischen Wirtschaft ausmacht und immer größer werdende Auswirkungen auf Umwelt und Klima hat. Diese Branche wurde in dem Bericht mit fünf weiteren Industriesektoren verglichen, mit der Erdölaufbereitung, der Luft- und Raumfahrt, der Textilbranche, dem Hotelsektor sowie der Halbleiterindustrie. Untersucht wurden insbesondere zwei Kriterien, nämlich die durch Stickstoffdioxid (NO₂), Kohlenstoffmonoxid (CO), Schwefeldioxid (SO₂) und Feinstaub (PM_{2,5} sowie PM₁₀³²) verursachte Luftverschmutzung und die Emission von Treibhausgasen, die hauptsächlich aus Kohlenstoffdioxid (CO₂), Methan (CH₄) und Distickstoffoxid (N₂O) bestehen.³³

Der Bericht ergab, dass die Film- und Fernsehbranche mit jährlich 130.000 Tonnen Schadstoffen in der Stadt Los Angeles einen größeren Teil zur lokalen Luftverschmutzung beiträgt, als vier der fünf anderen untersuchten Sektoren.³⁴ Dies erfolgte sowohl direkt, wie zum Beispiel durch die Abgase des zur Produktion benötigten Fuhrparks, als auch indirekt, beispielsweise durch Stromverbrauch, der – durch die Emission eines Kraftwerks – ebenso zur Luftverunreinigung beiträgt.³⁵

³¹ vgl. Southern California Environmental Report Card 2006, Mary D. Nichols, S. 3

³² PM_{2,5} und PM₁₀: Feinstaubpartikel, deren Durchmesser kleiner als 2,5 bzw. 10 Mikrometer sind

³³ vgl. Southern California Environmental Report Card 2006, Charles J. Corbett, Richard P. Turco, S. 6

³⁴ ebd. S. 8

Anmerkung: Die Erdöl-Aufbereitung ist in der Erhebung über Los Angeles nicht mitbewertet, da das statistische Bundesamt in Kalifornien nicht genügend Information zur Erhebung dieser Daten zur Verfügung stellt. Da dieser Sektor jedoch in allen weiteren Statistiken mit Abstand der größte Verursacher ist, kann auch für diese Statistik davon ausgegangen werden.

³⁵ ebd. S. 7f

Bei der Untersuchung der Emission von Treibhausgasen schnitt die Film- und Fernsehbranche zwar mit jährlich 8,4 Millionen Tonnen CO₂ Ausstoß³⁶ in Kalifornien im Vergleich am „besten“ ab. Der Unterschied zur Hotel- und Textilbranche, die jeweils einen Ausstoß von 9 Millionen aufwiesen, war jedoch eher gering. Im Vergleich dazu belastet die Erdölindustrie die Umwelt mit 33,4 Millionen Tonnen CO₂ Ausstoß.³⁷ Dieses Ergebnis war für die Film- und Fernsehbranche in Kalifornien dennoch ernüchternd. Schließlich ist sie nach wie vor mit Abstand der kleinste der sechs untersuchten Sektoren und trägt trotzdem in fast derselben Größenordnung wie die anderen Branchen zur Emission von Treibhausgasen bei. Die Autoren des Berichts vermuten dahinter zum einen den hohen Bedarf an Transport und Energieverbrauch, zum anderen machen sie die Größe der Branche speziell im Raum Los Angeles und Kalifornien mitverantwortlich für ihre Untersuchungsergebnisse.³⁸

Die UCLA Report Card setzte sich jedoch nicht nur mit den durch die Branche entstehenden Umweltbelastungen auseinander, sondern auch mit nützlichen, umweltfreundlichen Initiativen, die sich bereits etabliert haben. So berichtete sie von den fortschrittlichen Recyclingmaßnahmen einiger Studios oder der Entwicklung, dass Energie-Effizienz und grüne Baumaßnahmen hohe Akzeptanz fanden.³⁹ Nichts desto trotz kamen die Autoren zu der Auffassung, dass die in der Branche bereits ergriffenen Maßnahmen eher die Ausnahme als die Regel bilden. Als große Herausforderung für die Branche sieht der Bericht bereits 2006 den „Stop-and-Go-Modus“⁴⁰ in dem sich die Branche bewegt: Im frühen Stadium einer Produktion passiert über einen langen Zeitraum hinweg recht wenig, doch sobald Finanzierung und Packaging des Projekts vollständig sind, beschleunigt sich das Tempo rapide. Einige der von den Autoren interviewten Filmemachern wiesen darauf hin, dass eine sorgfältigere Planung des Gesamtprojekts – und hier vor allem der Drehphase – den zuständigen

³⁶ Anmerkung: Für die Statistik wurde zusammenfassend für den Mix der einzelnen Treibhausgase nur CO₂ verwendet, in eben jener Menge, wie der Einzel-Emissions-Mix zur Erderwärmung beiträgt.

³⁷ vgl. Southern California Environmental Report Card 2006, Charles J. Corbett, Richard P. Turco, S. 8

³⁸ ebd.

³⁹ ebd. S. 9

⁴⁰ ebd.

Stabmitgliedern letztlich mehr Zeit lassen würde, sich mit der Umsetzung umweltfreundlicher Maßnahmen auseinanderzusetzen.⁴¹

Das zusammenfassende Ergebnis der Untersuchung besagt, dass die Film- und Fernsehindustrie in Kalifornien in signifikantem Ausmaß sowohl für die Luftverschmutzung als auch für die Emission von Treibhausgasen verantwortlich ist und dass mehr dafür getan werden muss, umweltfreundliche Ansätze innerhalb der Branche zu fördern.⁴² Positiv wird jedoch vermerkt, dass immer mehr Menschen in der Film- und Fernsehindustrie eine bessere Ökobilanz erzielen möchten. Besonders die grünen Produktionsleitfäden werden gelobt.⁴³

Drei Jahre nach der Herausgabe des Umweltberichts der UCLA veröffentlichte 2009 das „Center for Social Media“, eine Abteilung der School of Communication American University, den „Code of Best Practices for sustainable filmmaking.“ Dieser Verhaltenskodex erfüllt ebenso wie der Leitfaden der EMA den Zweck der Hilfestellung und Anleitung für nachhaltiges Produzieren von Filmen. Es existiert eine allgemeine Best-Practice-Liste, die für die gesamte Produktion Anwendung findet. Hierzu zählt zum Beispiel die Errechnung des für die Produktion oder die Firma benötigten Energie- und Materialverbrauchs, aber auch die klare Kommunikation von Umweltzielen an das gesamte Team und das Fragen nach umweltfreundlichen Maßnahmen von Dienstleistern, Sendern und Verleihern. Im Speziellen gibt es zusätzliche Checklisten zu den Themen Location, Büro und Postproduktion. Diese unterteilen sich jeweils in Rubriken wie Transport, Energie, Unterkunft und Material, zugeschnitten auf die Bedürfnisse, die in den einzelnen Bereichen anfallen. So wird in der Liste „Büro“ unter dem Punkt „Material“ darauf hingewiesen, Papier doppelseitig zu bedrucken und umweltfreundliche Tinte zu verwenden. Die Liste „Postproduktion“ rät in der gleichen Unterkategorie, Produktionsprozesse möglichst ohne Tapes bzw. Kassetten zu gestalten und stattdessen USB-Sticks oder andere wieder verwendbare Datenträger zu nutzen.

⁴¹ vgl. Southern California Environmental Report Card 2006, Charles J. Corbett, Richard P. Turco, S. 9

⁴² ebd., S. 5 & S. 9

⁴³ ebd., S. 40

Als weiteres Werkzeug empfiehlt der „Code of Best Practice“ die Verwendung von CO₂-Rechnern im Internet, mit deren Hilfe man Produktionsaktivitäten, die Energie verbrauchen oder CO₂ ausstoßen, finden und benennen kann, um diese im nächsten Schritt über CO₂-Zertifikats-Verfahren von empfohlenen Firmen auszugleichen.

2009 nimmt sich, neben dem Center für Social Media, auch die Producer’s Guild of America (PGA), der Amerikanische Produzentenverband, erstmals des Themas “Green Producing” an. Die Kampagne läuft unter dem Namen PGA Green und bekam im Jahr 2011 für diese führende Rolle den schon erwähnten EMA Green Production Award verliehen.⁴⁴

Tatsächlich gibt es auf der Website des PGA Green viele Nachhaltigkeitsberichte und Videos, die darüber informieren, welche Filme umweltbewusst produziert wurden und wie die Umsetzung erfolgte – eine große Motivation für Filmschaffende, einen ähnlichen Weg einzuschlagen. Spannend hierbei ist vor allem, dass Produzenten und Produktionsleiter großer Produktionen persönlich über ihre Erfahrungen schreiben, ganz konkrete Ergebnisse, aber auch Herausforderungen und Probleme bei der praktischen Umsetzung mitteilen und Überlegungen anstellen, welche umweltrelevanten Ziele für die nächste Produktion umgesetzt werden sollen. So wird beispielsweise in dem Bericht über den Film „Away We Go“ (Produktionsjahr 2009) die besondere Schwierigkeit beschrieben, zertifiziertes Holz für den Setbau zu finden, das den für Dreharbeiten benötigten Anforderungen entspricht. Zum einen ist zertifiziertes Holz 25 Prozent teurer als nicht zertifiziertes. Zum anderen ist die Auswahl wesentlich geringer, da Holzlieferanten sich zwischen verschiedenen Zertifikaten entscheiden müssen, so dass oftmals nicht alle der benötigten Holzarten bei einem Zulieferer zu bekommen sind.⁴⁵ Dieses Beispiel zeigt, wie aufwendig es ist, ganzheitlich daran zu arbeiten, grün zu produzieren, wenn man – wie bei der Filmproduktion – stark auf Dienstleistungsunternehmen und Lieferanten aus sehr unterschiedlichen Sektoren angewiesen ist. Dass überhaupt zertifiziertes

⁴⁴ vgl. <http://www.pgagreen.org/index.php/news>

⁴⁵ vgl. <http://www.pgagreen.org/index.php/resources/sustainability-reports>, „Away We Go Sustainability Report“, S. 9f

Holz für den Setbau der Produktion verwendet wurde, ist ein Schritt in die richtige Richtung. Wenn sich die Nachfrage entsprechend manifestiert, werden sich – so kann erwartet werden - die Lieferanten mit ihrem Angebot früher oder später darauf einstellen.

Neben den Nachhaltigkeitsberichten und der aktuellen Berichterstattung zum Thema, stellt PGA Green – ebenso wie die EMA und das „Center for Social Media“ – gut sortierte, detaillierte Best-Practice-Listen kostenfrei im Internet zur Verfügung. Inhaltlich sind die Leitfäden fast deckungsgleich mit den bereits erwähnten Katalogen.⁴⁶ Außerdem ist PGA Green sehr zeitgemäß in seinen Kommunikationsstrategien. So werden Neuigkeiten und aktuelle Aktionen nicht nur auf der Website zur Verfügung gestellt, sondern auch über das soziale Netzwerk Facebook und den Nachrichtendienst Twitter verbreitet.

Besonders nützlich erscheint der von PGA Green entwickelte „Grüne Produktionsleitfaden.“⁴⁷ Auf einer eigenen Website sind nicht nur die Best-Practice-Listen und eine benutzerfreundliche Datenbank für die Suche nach umwelt- und klimafreundlich arbeitenden Anbietern gebündelt, sondern es ist auch ein CO₂-Rechner integriert. Dieser steht seit dem Jahr 2011 im Netz und ermöglicht, die CO₂-Bilanz einer Produktion zu bestimmen. Der Rechner setzt sich aus verschiedenen Kategorien zusammen, die für die Betrachtung der CO₂-Emission bei der Herstellung von Filmen relevant sind. Neben der Größenordnung des Budgets und der geplanten Produktionsdauer werden genaue Informationen über Heizöl-, Erdgas- und Stromverbrauch⁴⁸ sowie Hotelübernachtungen und Benzinverbrauch abgefragt. Eine weitere Tabelle fragt neben allgemeinen grünen Produktionspraktiken nach der Menge anfallenden Mülls und den gekauften Massenprodukten. All diese eben beschriebenen Daten aus dem CO₂-Rechner von PGA Green errechnen

⁴⁶ Diese können abgerufen werden unter <http://www.pgagreen.org/index.php/resources/best-practices>

⁴⁷ Im Original: “Green Production Guide”

⁴⁸ Im besten Fall trägt man direkt die für die Produktion verbrauchten Kilowattstunden ein. Liegt diese Information nicht vor, so wird man angewiesen, entweder aus der Größe der Räume und der Anzahl der dort verbrachten Tage oder der für den Strom bezahlten Summe den Verbrauch zu schätzen.

schließlich die jeweilige CO₂-Bilanz der Produktion, wie aus der folgenden Beispiel-Abbildung ersichtlich wird.

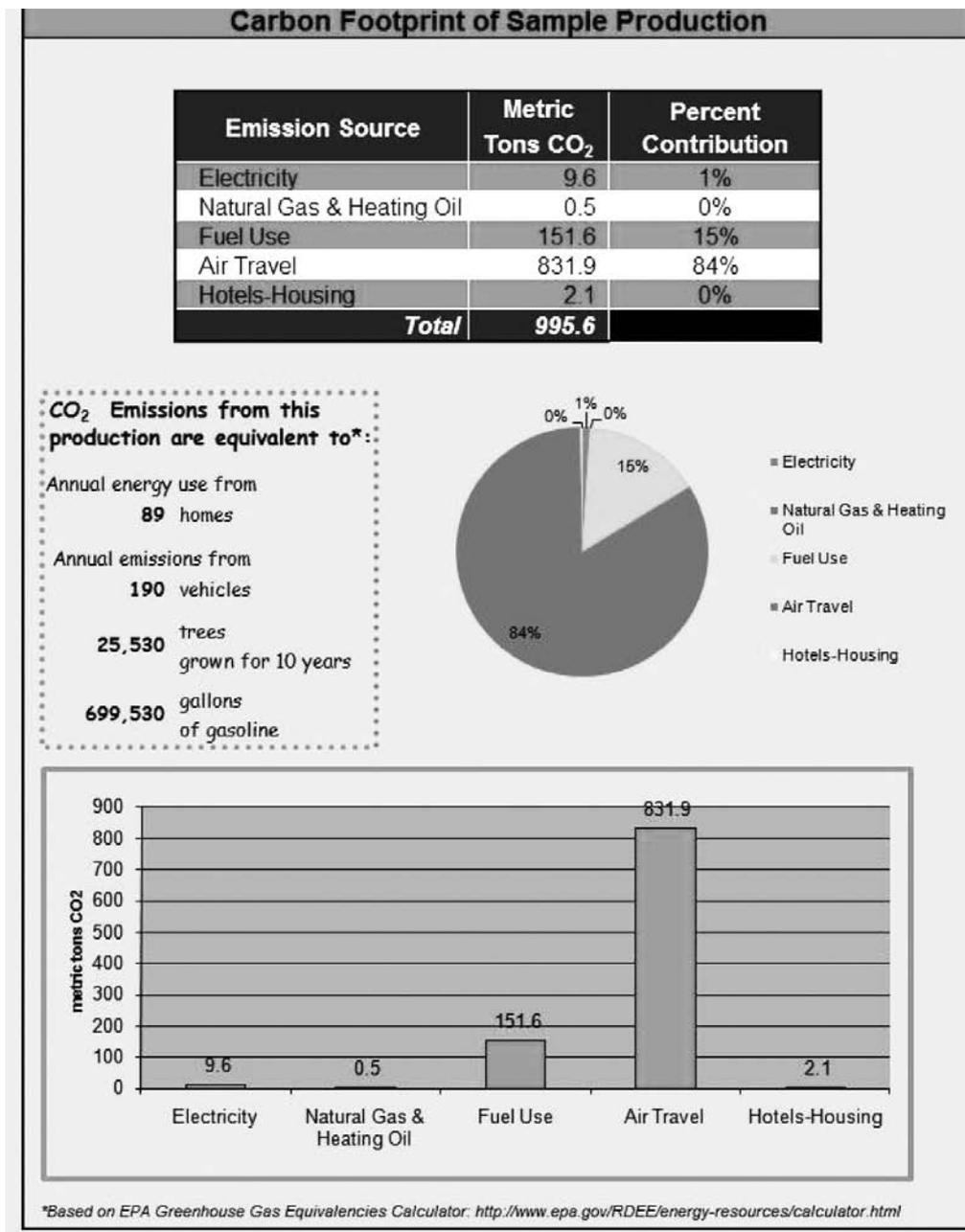


Abbildung Nummer 1: Beispiel-Bilanz des CO₂-Rechners von PGA Green⁴⁹

Der Rechner ermöglicht ein Bewusstsein für die tatsächliche Höhe der CO₂-Belastung der jeweiligen Produktion und schafft eine Grundlage dafür,

⁴⁹ vgl. <http://www.greenproductionguide.com/carbon-calculator>, Carbon Calculator Tutorial, Slide 14, Tab. 9

Einsparpotentiale zu erkennen und beim nächsten Filmprojekt einen höheren Beitrag zum Klimaschutz zu leisten.⁵⁰

Dennoch gibt es hier noch Schwachstellen zu verzeichnen: Der Rechner wäre deutlich effizienter, wenn er die Produktion direkt in der Planungsphase erfassen würde, so dass man bereits für das aktuelle Projekt und nicht erst für den folgenden Film CO₂-Einsparpotentiale entdecken und grüne Maßnahmen umsetzen könnte. Außerdem stellt er die Produktion bei weitem nicht vollständig dar. Es gibt Bereiche, die nicht erfasst werden, wie beispielsweise das Catering, die für die Produktion benötigte Technik oder der gesamte Postproduktionsprozess. Nichtsdestotrotz ist der Rechner, versteht man ihn als ein sich weiter entwickelndes Hilfsmittel, ein brauchbares Instrument, um klimafreundlicher zu produzieren.

2.1.1. Auswirkungen auf das Verhalten amerikanischer Medienkonzerne

Nach eingehender Betrachtung der einzelnen Entwicklungen und Untersuchungen zum klima- und umweltfreundlichen Produzieren in den USA, stellt sich die Frage, ob diese in der Praxis der Filmbranche tatsächlich angewendet werden.

Unter dem Titel „Entertainment Sector Analysis – Pacific Sustainability Index Scores“ gab das Roberts Environmental Center im Jahr 2009 eine Nachhaltigkeitsanalyse des Unterhaltungssektors heraus. Diese deckte auf, dass die gesamte Unterhaltungsbranche einem Großteil der anderen Branchen in der Auswertung über ihre jeweiligen Tätigkeiten im Bereich Umwelt und auch im Hinblick auf soziale Nachhaltigkeit hinterherhinkte.⁵¹ Unter anderem wurde Time Warner, Mutterkonzern von Warner Bros. Entertainment, in der Analyse bewertet und schnitt mit der Gesamtnote „C“ auf einer Skala von A+ bis F nur mittelmäßig ab. Auch über die US Konzerne Walt Disney und CBS wird berichtet: Zwar sind die umweltbedingten Absichten von Walt Disney grundsätzlich mit „gut“ bewertet, doch die Auswertung der umweltbedingten Ziele wird bei allen drei Konzernen mit dem Satz „Need substantial

⁵⁰ vgl. <http://www.greenproductionguide.com/carbon-calculator>, Carbon Calculator Tutorial, Slide 2

⁵¹ vgl. <http://greeneconomypost.com/entertainment-industry-sustainability-social-reporting-3773.htm>

improvement“ (benötigen erhebliche Verbesserungen) vernichtend kommentiert.⁵²

Vermutlich haben einige der Konzerne nicht zuletzt aufgrund dieser Analyse seit dem Jahr 2009 ihre Entwicklungen zum klima- und umweltfreundlichen Produzieren in den USA intensiviert. Zudem ist es wahrscheinlich, dass die Entwicklungen im Jahr 2009, wie beispielsweise die Gründung von PGA Green und der dazugehörige CO₂-Rechner, in der Analyse noch nicht berücksichtigt wurden. Außerdem betrachtet die Analyse die gesamten Konzerngruppen, so dass über die Film- und TV-Tochterkonzerne im Einzelnen keine genauen Angaben enthalten sind. Darüber soll folgender Einblick in die Nachhaltigkeitsmaßnahmen einiger amerikanischer Medienkonzerne Aufschluss geben.

Die Firma Warner Bros. entwickelte als erstes großes Medienunternehmen in den USA eine Online Plattform für ihre Nachhaltigkeitsinitiativen.⁵³ Laut ihrer Website verwenden alle Warner Bros. Pictures Produktionen einen CO₂-Rechner, um ihre jeweilige Energiebilanz zu errechnen und grüne Produktionsvorgehensweisen zu entwickeln. So ist hiernach der Film „Syriana“ aus dem Jahr 2005 die erste große Warner Kinofilmproduktion gewesen, die durch Investitionen in erneuerbare Energien CO₂-Neutralität erreicht haben soll. Zudem sollen von Warner Bros. entwickelte Richtlinien dazu beitragen, ihre Produktionsprozesse „grüner“ zu gestalten.⁵⁴ Diese Richtlinien sind für die Öffentlichkeit leider nicht transparent – es werden lediglich einzelne Maßnahmen erwähnt, beispielsweise der Ersatz von Plastikflaschen am Set durch Wasserspender und individualisierte Trinkflaschen, womit bei der Produktion einer Fernsehserie ca. 100.000 Plastikflaschen pro Staffel gespart werden, was dann nicht nur die Umwelt, sondern auch das Budget um \$ 10.000 entlastete.⁵⁵

⁵² vgl. <http://www.roberts.cmc.edu/PSI/PDF/Entertainment2009.pdf>

⁵³ vgl. <http://www.wbcitizenship.com/sustainability/>

⁵⁴ vgl. <http://www.wbcitizenship.com/sustainability/production/>

⁵⁵ ebd., Video, 2min20sec

Auch eines der weltgrößten Medienunternehmen - NBC Universal – hat mittlerweile unter dem Motto „Green is Universal“ eine Nachhaltigkeitskampagne für den Konzern gestartet. Die im Mai 2007 gegründete Initiative setzt sich zum Ziel, Umweltbewusstsein zu schaffen, die Umwelt positiv zu beeinflussen und vor allem die eigenen Vorgehensweisen grüner zu gestalten.⁵⁶ Hierzu entwickelte sie ausführliche, konzerneigene Richtlinien, sowohl speziell für Film- als auch für TV-Produktionen, die im Jahr 2010 veröffentlicht wurden.⁵⁷ Beide Guides umfassen alle Bereiche der Produktion, von der Vorproduktion und der Wahl von Lieferanten, über Produktionsbüros, Reisen und Transport, die tatsächlichen Dreharbeiten und die Postproduktion. In den jeweiligen Kategorien finden sich Checklisten, die allen an der Produktion beteiligten Departments eine hilfreiche Unterstützung sind, auf unkomplizierte Weise umweltschonend zu arbeiten. Außerdem gibt es einen Überblick über gängige Zertifikate, wie zum Beispiel Demeter oder Green Seal und deren spezifischen Richtlinien, so dass man bei allen Anschaffungen Nachhaltigkeitsaspekte von vornherein berücksichtigen kann.⁵⁸ „Green is Universal“ veröffentlicht zusätzlich Fallbeispiele von Produktionen, die nachhaltig entstanden sind und veranschaulicht so, dass die Umsetzung ihrer Richtlinien – zumindest bei einigen Produktionen – tatsächlich stattfindet. Weitere Teile der Kampagne, wie zum Beispiel ein Blog und ein interaktiver CO₂-Rechner, über den sich visualisieren lässt, wie hoch die eigene CO₂-Bilanz ist, erwecken den Eindruck, dass dem Unternehmen sehr daran liegt, alle Mitarbeiter für Klima- und Umweltaspekte zu sensibilisieren.

Neben NBC Universal haben auch Walt Disney und Sony Pictures Umweltziele auf ihren Webseiten formuliert.⁵⁹ Unter dem Motto „Reduce, Re-Use & Recycle“⁶⁰ werden von Sony verschiedene Initiativen beschrieben, die ergriffen wurden, um den Produktionsprozess grüner zu gestalten. So müssen alle Sony Produktionen einen CO₂-Rechner und Best-Practice-Listen

⁵⁶ vgl. <http://www.greenisuniversal.com/learn/about-us/film-production/>, NBCU_GIUFilmGuide, S. 2

⁵⁷ ebd. S. 1

⁵⁸ ebd. S. 46ff

⁵⁹ vgl. <http://thewaltdisneycompany.com/citizenship/environmental-goals> und <http://www.sonypictures.com/green/act/corporate-operations/>

⁶⁰ vgl. <http://www.sonypictures.com/green/act/corporate-operations/production.php>

verwenden.⁶¹ Der Konzern möchte – ausgehend von dem Jahr 2006 – bis Ende 2012 eine Reduktion seiner Treibhausgase um 20% erreichen.⁶² Während man über die Produktionen von Sony auch Fallbeispiele nachlesen kann, wird auf der Website von Walt Disney nichts darüber veröffentlicht, wie die Umsetzung der implementierten Umweltpraktiken verläuft.

Sony Pictures ist bislang außerdem das einzige Unternehmen, das eine 14001 Zertifizierung der Internationalen Organisation für Normung (ISO) erreicht hat.⁶³ Dies geschah bereits im Jahr 2001.⁶⁴ Die ISO entwickelt weltweit Standards, die zur Verbesserung von Unternehmen, Regierungen und der Gesellschaft beitragen sollen. Diese Standards umfassen unter anderem Bereiche wie Ökologie, Sicherheit, Wirtschaft, Kompatibilität und Effizienz.⁶⁵ „ISO 14001 ist eine international akzeptierte Norm, mit der festgelegt wird, wie ein effektives Umweltmanagementsystem einzurichten ist. Mit dieser Norm soll ein Gleichgewicht zwischen Wirtschaftlichkeit und Umweltschutz geschaffen werden.“⁶⁶ Sony Pictures hat beispielsweise im Jahr 2010 6.700 Teile, die für den Setbau ihrer Produktionen verwendet wurden, wiederverwertet und so umgerechnet ca. 326 Tonnen Material eingespart.⁶⁷

Wie der vorangegangene Überblick zeigt, ist Umwelt- und Klimaschutz innerhalb der großen amerikanischen Medienkonzernen in den letzten Jahren mehr in den Mittelpunkt gerückt. Weiterhin bemerkenswert ist, dass der PGA Green Production Guide in Kooperation mit Disney, Fox, NBC Universal, Sony Pictures Entertainment und Warner Bros. entwickelt wurde.⁶⁸ Dies zeigt, dass sich die Majors in den USA nicht nur innerhalb der Konzerne intensiv mit dem Thema beschäftigen, sondern darüber hinaus gut vernetzt sind und gemeinsam an höheren Umweltstandards mitwirken.

⁶¹ vgl. <http://www.sonypictures.com/green/act/corporate-operations/production.php>

⁶² vgl. <http://www.sonypictures.com/green/commit/sustainability-goals/carbon-emissions.php>

⁶³ vgl. http://www.sonypictures.com/corp/bio_michael_lynton.html

⁶⁴ vgl. <http://www.sonypictures.com/green/act/corporate-operations>

⁶⁵ vgl. www.iso.org, Environmental management, The ISO 14000 family of International Standards, S. 2

⁶⁶ vgl. <http://www.bsigroup.de/Audit-und-Zertifizierung/Managementsysteme/Standards-und-Systeme/ISO-14001/>

⁶⁷ vgl. <http://www.sonypictures.com/green/act/corporate-operations/ISO14001.php>

⁶⁸ vgl. <http://www.greenproductionguide.com/>,

2.2. Die europäische Entwicklung im Bereich nachhaltiger Film- und Fernsehproduktionen

Mittlerweile finden sich auch in einigen Ländern Europas Firmen, Sender und Institutionen, die sich mit dem Thema nachhaltigen Produzierens näher beschäftigen. Besonders in Großbritannien und Frankreich wird das Thema seit einigen Jahren immer intensiver behandelt. In Deutschland hingegen sind erst seit dem Jahr 2012 erste wirklich relevante Schritte gemacht worden, um ein Bewusstsein für grünes Produzieren zu schaffen.

2.2.1. Initiativen in Großbritannien

Laut einer aktuellen Studie⁶⁹ wird geschätzt, dass die Produktion von Filmen und Fernsehsendungen allein in London jährlich zu einer Emission von 125.000 Tonnen CO₂ führt, was in etwa dem jährlichen Gesamt- CO₂-Ausstoß einer Stadt mit 20.000 Einwohnern entspricht.⁷⁰ Dieses Ergebnis nahm die britische Filmindustrie zum Anlass, sich ausführlicher damit zu beschäftigen, wie sich ihre Arbeitsprozesse „grüner“ gestalten ließen.

Viele Entwicklungen zu der umweltschonenden Herstellung von Filmen in Großbritannien gehen vom British Film Institute (BFI) aus. Das Institut finanziert die Initiative „Greeningfilm“, die Website dient als Anlaufstelle für die Filmindustrie, um praktische Unterstützung bei der umweltschonenden Produktion zu bekommen.⁷¹ Zunächst klärt Greeningfilm die Motivationen, weshalb sich eine Zuwendung zum „grünen“ Produzieren lohnt.

Als erstes werden die ethischen Gründe erwähnt. Schließlich achten viele Filmschaffende im privaten Bereich bereits auf eine umweltverträgliche Lebensweise. Diese kann recht einfach auf berufliche Vorgehensweisen übertragen werden. Zudem hebt die Initiative kommerzielle und gesetzliche Gründe hervor. Greeningfilm argumentiert, dass durch die Verringerung von Umwelteinflüssen automatisch Kosten reduziert werden können und „grüne“

⁶⁹ vgl. „Green Screen – helping London’s film and TV industry take action on climate change“, April 2009, veröffentlicht von Greater London Authority

⁷⁰ vgl. <http://www.greeningfilm.com/why-get-involved>

⁷¹ vgl. <http://www.greeningfilm.com/about>

Produktionen durch die steigende Nachfrage nach Klimazielen somit einen klaren Wettbewerbsvorteil haben.⁷²

Mit dem Climate Change Act hat sich Großbritannien 2008 verpflichtet, seine CO₂-Emission bis zum Jahr 2050 um 80 Prozent zu reduzieren, weshalb eine Umstellung der Arbeitsweise auf „grüne“ Praktiken von der britischen Regierung unterstützt wird. Hinzu kommt einerseits der größer werdende Einfluss der Europäischen Union, die komplexe Emissions-Standards einführen will und andererseits lokale Regelungen, die ebenfalls CO₂-Emissionen reduzieren sollen.⁷³ Aus all diesen Gründen, so wird in England argumentiert, rentiert sich ein zeitnahes Umdenken und die Auseinandersetzung mit „grünen“ Umweltstandards beim Produzieren von Filmen.

Auf der Website von Greeningfilm findet sich eine Liste von in Großbritannien ansässigen umweltorientierten Servicefirmen, die unterstützend daran mitwirken, „grün“ zu produzieren. Eine dieser Firmen beispielsweise ist „Green Kit“, die für Dreharbeiten geeignete Energiesparlampen entwickelt und Bildgestaltern sowie Oberbeleuchtern auch beratend zur Seite steht.⁷⁴ Darüber hinaus werden viele Ideen für umwelt- und klimaschonendes Produzieren kommuniziert, meist sehr anwenderfreundlich durch Verlinkungen auf Websites anderer Initiativen, auf denen man Best-Practice Listen und andere nützliche Informationen zur Umstellung auf grünes Produzieren findet. Auch Filmverleiher und Kinobetriebe finden über Greeningfilm wertvolle Anregungen um ihre Prozesse „grüner“ zu gestalten.⁷⁵

Im Vergleich zu amerikanischen Initiativen wie PGA Green wirkt Greeningfilm wesentlich kleiner und weniger ausführlich. Bei genauer Betrachtung aber stellt man fest, dass zwar kaum eigene Veröffentlichungen zur umweltschonenden Produktion von Filmen existieren, darauf jedoch wegen der Verlinkungen auf bereits bestehende, bewährte Richtlinien und Initiativen

⁷² vgl. <http://www.greeningfilm.com/why-get-involved/commercial-driver>

⁷³ vgl. <http://www.greeningfilm.com/why-get-involved/legal-driver>

⁷⁴ vgl. <http://www.greenfilmkit.com/using-green-lights/great-film-lighting-ideas/>

⁷⁵ vgl. <http://www.greeningfilm.com/what-can-i-do/ideas-for-exhibition> und <http://www.greeningfilm.com/what-can-i-do/ideas-for-distribution>

verzichtet werden kann. Auch dies erfüllt einen Aspekt von Nachhaltigkeit. Schließlich muss keine Initiative oder Firma einen weiteren Best-Practice-Guide erstellen, der sich inhaltlich kaum von den schon vorhandenen Richtlinien zum umwelt- und klimaschonenden Produzieren unterscheidet.

Außerdem war das BFI an der Erarbeitung des nachhaltigen Managementsystems für Film, BS 8909, beteiligt.⁷⁶ Dieses Zertifikat des British Standard Institute ähnelt dem bereits beschriebene ISO 14001. Die Besonderheit von BS 8909 besteht darin, dass es genau auf die Herstellung von Filmen ausgelegt ist und Nachhaltigkeitsaspekte sozialer, ökonomischer und ökologischer Art beinhaltet.⁷⁷ Für diese drei Bereiche werden Unternehmen nach ihren Zielen gefragt und danach, auf welchem Weg sie diese erreichen wollen. Dies gilt sowohl für die Herstellung eines konkreten Filmprojekts, als auch für Tätigkeiten der jeweiligen Filmfirma, die über den einzelnen Film hinausgehen.⁷⁸ Dann werden die Pläne umgesetzt und schließlich vergleicht man die tatsächlichen Aktivitäten und Ergebnisse mit den ursprünglichen Zielen.⁷⁹ Dieser Kreislauf, ins Deutsche übersetzt etwa "Planen–Handeln–Überprüfen–Reagieren,"⁸⁰ ermöglicht stets weitere Verbesserungen.

Auch die BBC, der größte Britische Fernsehsender, wandte sich Ende 2009 dem Klimaschutz zu. Dieser engagierte den TV-Journalisten Richard Smith als Nachhaltigkeitsbeauftragten. Seine Aufgabe besteht darin, die BBC und ihre Produktionen so nachhaltig und umweltfreundlich wie möglich zu gestalten. Um dies zu erreichen, entwickelte Richard Smith in Zusammenarbeit mit der BAFTA⁸¹ einen „grünen“ Produktions-Leitfaden. Kernelement dieses Leitfadens ist der CO₂-Rechner „Albert“. Smith ging sehr pragmatisch an die Entwicklung des Rechners heran. Der Rechner ist so gestaltet, dass TV-

⁷⁶ vgl. <http://www.greeningfilm.com/about>

⁷⁷ vgl. <http://shop.bsigroup.com/en/ProductDetail/?pid=00000000030218744>

⁷⁸ ebd., BSI BS 8909 Guidance Notes, S. 4, Mai 2011

⁷⁹ ebd.

⁸⁰ ebd., „Plan-Do-Check-Act“

⁸¹ British Academy of Film and Television Arts

Produzenten ihn auch ohne besonderes Wissen über Nachhaltigkeit und Umweltschutz einfach handhaben können.⁸²

Basierend auf Smith's eigenen Produktionserfahrungen fand er eine sechsteilige Struktur, die sich aufteilt in Produktionsinformationen, Studios, Übernachtungen, Reisen, „On location“ und Postproduktion.⁸³ Innerhalb dieser Struktur werden Fragen zur geplanten Produktion gestellt, die jeder Herstellungs- oder Produktionsleiter leicht recherchieren kann. Dazu gehören beispielsweise Fragen wie, für wieviele Drehtage Stromaggregate geplant sind, wie hoch ihr täglicher Verbrauch geschätzt wird oder etwa wieviele Meilen die Generator-Fahrzeuge über den gesamten Drehzeitraum voraussichtlich fahren müssen. Sobald man all diese Informationen in die jeweiligen Rubriken eingetragen hat, kann man sich den vorläufig berechneten CO₂-Ausstoß anzeigen lassen.

Besondere Beachtung verdient dieser Rechner, weil er nicht erst am Ende der Produktion Einsatz findet, sondern man durch ihn schon vor Herstellung der jeweiligen Sendung den voraussichtlichen CO₂-Ausstoß errechnen kann. Während der Produktion wird dieser aktualisiert und nach Beendigung der Arbeiten wird der tatsächlich angefallene CO₂-Ausstoß eingetragen. Im Gegensatz zum amerikanischen Rechner von PGA Green werden so während der Entstehung der jeweiligen Sendung eingesetzte Verbesserungsmaßnahmen anhand der Ergebnisse des Rechners transparent. Zudem ist zum Abschluss eine exakte Analyse verfügbar, die aufzeigt, welche Schritte besonders effektiv waren und wo das größte Einsparpotential liegt. Zusätzlich werden die CO₂-Ergebnisse aller Produktionen in eine zentrale Datenbank eingespeist. So kann man unmittelbar vergleichen, wie wirksam das „Green Producing“ gegenüber anderen Film- oder Fernsehproduktionen ausgefallen ist, die auf ähnliche Art hergestellt wurden.⁸⁴

⁸² vgl. Interview: Smith, Richard, Sustain Production Manager, BBC, aufgezeichnet im Rahmen des „Green Producing“ Workshops während dem Studentenfilmfestival „Sehsüchte“ in Potsdam am 02.05.2012

⁸³ vgl. www.training.myalbert.co.uk

username: bafta\lissi.muschol

password: 27albert123

⁸⁴ vgl. Interview: Smith, Richard, Sustain Production Manager, BBC, 02.05.2012

Nach dem ersten Jahr, in dem „Albert“ in England Verwendung fand, wurde aus allen bilanzierten Produktionen eine Durchschnittsemission von 5,8 Tonnen CO₂ pro Programmstunde errechnet.⁸⁵ Dieser CO₂-Ausstoß wurde in einzelne Bereiche aufgeschlüsselt, die bei der Herstellung von TV-Produktionen relevant sind.

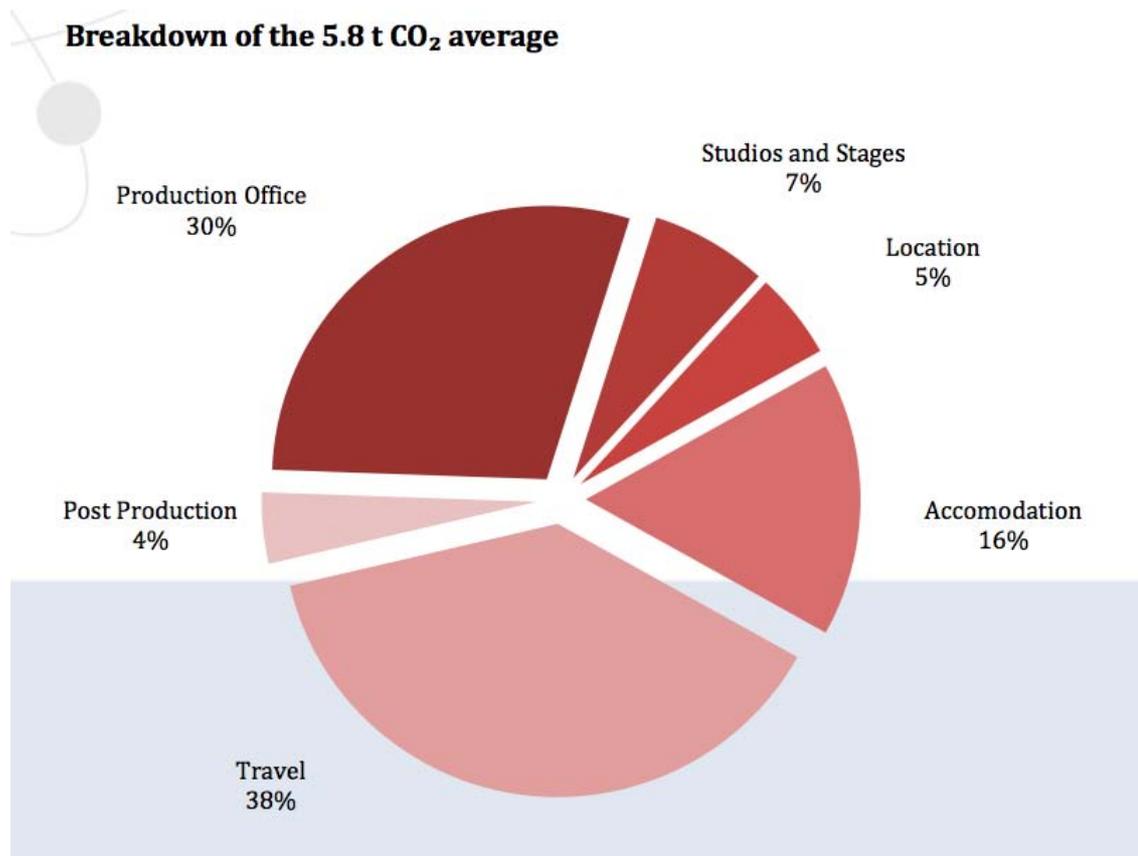


Abbildung 2: Aufschlüsselung der durchschnittlich anfallenden CO₂-Emission in unterschiedliche Bereiche einer TV Produktion in England, errechnet durch den CO₂-Rechner Albert⁸⁶

Aus Abbildung 2 wird ersichtlich, dass vor allem im Bereich Beförderung (38 Prozent) großes CO₂-Einsparpotential vorhanden ist. Die Statistiken sollen verdeutlichen, an welchen Stellen Herstellungs- und Produktionsleiter besonders erfolgsversprechend daran arbeiten können, den CO₂-Ausstoß ihrer Produktion zu verringern. Hierzu bietet es sich an, neben möglicherweise unnötigem Energieverbrauch durch Reisen auch das Produktionsbüro (30

⁸⁵ vgl. Albert Year One Report – Carbon Footprinting The TV Industry, 12.11.2012, S. 2ff

⁸⁶ ebd.

Prozent) und Unterkünfte (16 Prozent) im Hinblick auf den CO₂-Ausstoß genauer zu analysieren.

Auch ein Vergleich der CO₂-Belastung unterschiedlicher Produktionen wurde erstellt.

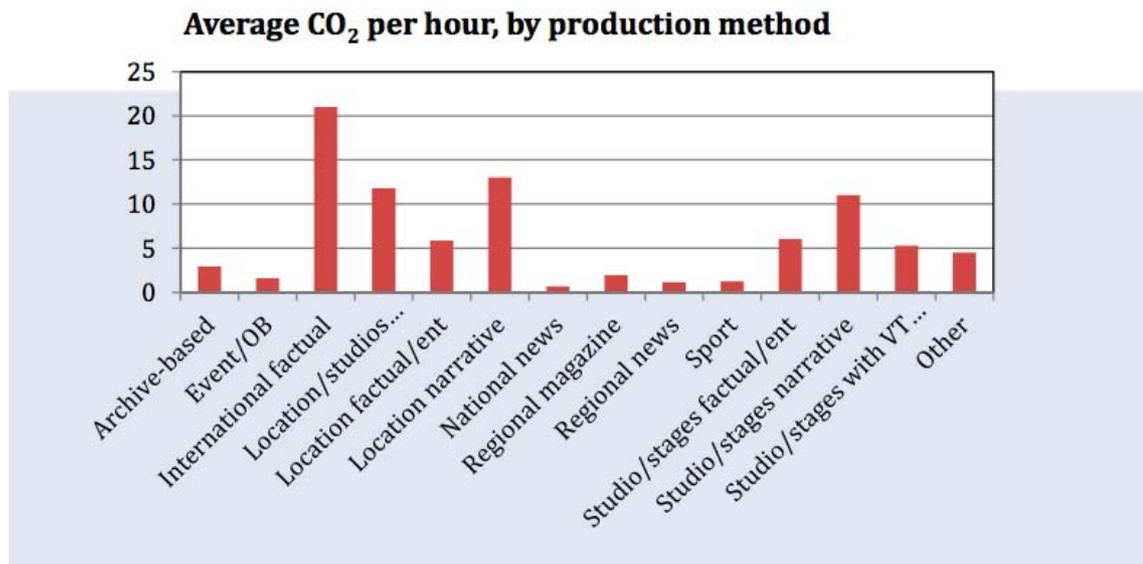


Abbildung 3: Durchschnittliche CO₂-Emission nach Produktionsmethode, errechnet durch den CO₂-Rechner Albert⁸⁷

Besonders international produzierte, dokumentarische Sendungen haben mit über 20 Tonnen einen großen CO₂-Ausstoß. Das bestätigt, dass vor allem Reisekosten auf die CO₂-Bilanz drücken. Doch auch an Originalschauplätzen gedrehtes, fiktionales Programm trägt mit 12,5 Tonnen pro Programmstunde einen großen Teil zur errechneten Gesamtemission in Großbritannien bei.

Über das reine Zahlenwerk hinaus wird bei der BBC zudem berücksichtigt, dass bestimmte Filme und Sendungen zwar eine enorme CO₂-Bilanz haben, ihr Inhalt aber gleichzeitig einen großen Beitrag zum Verständnis für Klimaschutz darstellt. Smith führt dazu als Beispiel die Dokumentation „Frozen Planet“ an. Inhaltlich geht es um die Umwelt und das Leben am Nord- und Südpol. Die Sendung zeichnet ein klares Bild davon, wie sich die Welt aufgrund des Klimawandels drastisch verändert und vermittelt so eine klimafreundliche

⁸⁷ vgl. Albert Year One Report – Carbon Footprinting The TV Industry, 12.11.2012, S. 3

Aussage ans Publikum. Um das hierfür benötigte Bildmaterial zu sammeln, sind die Teammitglieder jedoch viele hunderttausend Meilen geflogen, was zu einer immensen CO₂-Bilanz führte.⁸⁸ Dieses Beispiel zeigt deutlich, dass eine individuelle Betrachtung einzelner Produktionen unerlässlich ist, um ein differenziertes, im Verhältnis stehendes Ergebnis zu erhalten.

Anhand der Verwendung von „Albert“ ist gut ersichtlich, wie in der Medienbranche in Großbritannien das Bewusstsein für Nachhaltigkeit wächst. Laut Richard Smith verwenden jedoch derzeit⁸⁹ vier von fünf der größten TV-Produktionsfirmen in England „Albert“ für Ihre Produktionen und die Nachfrage ist weit über das BBC-Netzwerk hinaus gestiegen. Täglich kommen neue Nutzer dazu und die „Albert“-Datenbank umfasst mittlerweile 266 CO₂-Fußabdrücke.⁹⁰ Auch scheinen immer mehr Branchenmitarbeiter „Albert“ als große Motivation zu begreifen, sich gründlich mit Nachhaltigkeit bei der Herstellung ihrer Sendung zu beschäftigen. Dies rührt wohl daher, dass „Albert“ Ergebnisse direkt und transparent veranschaulicht und Erfolge ebenso wie mangelndes Bemühen unmittelbar ersichtlich sind. Es gibt viele Herstellungs- und Produktionsleiter, die – da „Albert“ für die meisten BBC-Sendungen verpflichtend ist – den Rechner zwar verwenden, jedoch ausschließlich ihre Daten dort eingeben. Danach bemühen sie sich nicht ausdrücklich um die Klimafreundlichkeit ihrer Produktion.⁹¹ Mittlerweile wurde der Rechner dahingehend angepasst, dass er sich auch für die CO₂-Ermittlung von Kinofilmproduktionen eignet, was für ein dauerhaftes Engagement der Entwickler spricht.⁹²

⁸⁸ vgl. Interview: Smith, Richard, Sustain Production Manager, BBC, 02.05.2012

⁸⁹ Stand: 02.05.2012

⁹⁰ aus dem Englischen: <http://www.screendaily.com/news/bafta-expands-green-initiative-to-film/5048936.article>, Ian Sandwell, 13.11.2012

⁹¹ vgl. Interview: Smith, Richard, Sustain Production Manager, BBC, 02.05.2012

⁹² aus dem Englischen: <http://www.screendaily.com/news/bafta-expands-green-initiative-to-film/5048936.article>, Ian Sandwell, 13.11.2012

2.2.2. Initiativen in Frankreich

Ähnlich wie Greeningfilm in England, bildete sich in Frankreich im Jahr 2009 „Ecoprod“, eine Arbeitsgruppe, die die Filmindustrie zum Nachdenken über ihren ökologischen Fußabdruck veranlasst. Zielsetzung bei der Gründung von Ecoprod war es, Messgeräte und Prozesse zu entwickeln, die speziell auf den audiovisuellen Sektor ausgerichtet sind.⁹³ An Ecoprod sind mehrere private und öffentliche Sender beteiligt, außerdem Filmförderungen, Experten der französischen Regierung und interessanterweise die Altersvorsorge innerhalb der Filmindustrie.⁹⁴ Eine Initiative also, die sich innerhalb der Branche vielseitig vernetzt hat und damit ihren Wirkungsgrad vergrößert. Neben den schon mehrfach beschriebenen Richtlinien zum umweltfreundlichen Produzieren, hat auch Ecoprod einen eigenen CO₂-Rechner, namens „Carbon’ Clap“ entwickelt. Der Rechner basiert auf der „Bilan Carbone®“-Methodik⁹⁵ und wurde von der französischen Agentur für Umwelt- und Energiemanagement ADEME entwickelt.⁹⁶ Er ist speziell auf die Bedürfnisse bei der Herstellung von audiovisuellen Inhalten ausgelegt.⁹⁷ Der CO₂-Fußabdruck einer Produktion wird – ähnlich wie bei dem britischen Rechner „Albert“ – anhand von quantitativen Daten wie beispielsweise Reisen, Stromverbrauch und Technikanmietung abgebildet.⁹⁸ Laut Baptiste Heynemann, CNC-Mitarbeiter von Ecoprod, dauert das Eintragen der für die Berechnung benötigten Daten durch den Produktionsleiter nur 20 bis 30 Minuten. Unmittelbar danach kann Carbon’ Clap schon eine annähernd zuverlässige CO₂-Bewertung erstellen.⁹⁹

⁹³ vgl. Präsentation „Ecoprod – Promoting eco-friendly best practices in motion picture and TV production“, 25.10.2012, Baptiste Heynemann, erstellt für das Experten-Panel der Green Film Initiative in Potsdam-Babelsberg am 25.10.2012

⁹⁴ vgl. http://www.ecoprod.com/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=172&Itemid=193

⁹⁵ Bilan Carbone® ist ein in Frankreich sehr bekanntes und häufig verwendetes System, mit Hilfe dessen Treibhausgas-Emissionen unterschiedlicher Projekte bewertet und reduziert werden.

⁹⁶ vgl. Präsentation „Ecoprod – Promoting eco-friendly best practices in motion picture and TV production“, 25.10.2012

⁹⁷ vgl. http://www.ecoprod.com/index.php?option=com_calculateurecoprod&view=calculateurecoprod&Itemid=267

⁹⁸ vgl. Präsentation „Ecoprod – Promoting eco-friendly best practices in motion picture and TV production“, 25.10.2012

⁹⁹ vgl. Skype-Vortrag von Baptiste Heynemann zu „Ecoprod“ auf dem Experten-Panel der Green Film Initiative in Potsdam-Babelsberg am 25.10.2012

Mit „Carbon’ Clap“ werden monatlich ca. 150 CO₂-Schätzungen durchgeführt.¹⁰⁰ Hieraus konnte die Initiative Ecoprod interessante Kennzahlen gewinnen. Im Durchschnitt verursacht die Herstellung einer Stunde Fernsehprogramm 12 Tonnen CO₂-Äquivalente.¹⁰¹ Wöchentliche Sendungen, die immer im selben Setting stattfinden, liegen bei einem erheblich niedrigeren Verbrauch von ca. 1,7 Tonnen. Die Herstellung eines 90-minütigen Spielfilms in Frankreich führt zu einem durchschnittlichen CO₂-Ausstoß von 200 Tonnen, eine französische Produktion, die im Ausland gedreht wird, verursacht im Durchschnitt sogar die doppelte Menge, 400 Tonnen.¹⁰² Im Jahr 2011 wurden in Frankreich insgesamt 272 Kinofilme produziert, davon 152 Titel als rein französische Produktion und 118 als internationale Koproduktionen.¹⁰³ Legt man diese Zahlen, die reine TV-Produktionen nicht mit berücksichtigen, zu Grunde, so kommt man für das Jahr 2011 auf einen durchschnittlichen CO₂-Ausstoß von 77.600 Tonnen.¹⁰⁴

Über die Bereitstellung des Rechners hinaus bietet Ecoprod auch die Betreuung von Dreharbeiten an. Diese beinhaltet ein Vorbereitungstreffen mit dem Produktionsleiter, ein Treffen mit dem gesamten Team, drei bis vier Tage Anwesenheit eines Beraters von Ecoprod am Set (Originalschauplätze und Studiodreh) sowie ein Auswertungstreffen.¹⁰⁵ Diese Beratung, nicht in der Theorie, sondern vor Ort und in Zusammenarbeit mit den am Produktionsprozess Beteiligten, ist sehr effektiv, da sie eine unmittelbare Aufmerksamkeitserhöhung für grünes Produzieren darstellt. CO₂-Einsparpotentiale können konkret festgestellt und Verbesserungen sofort umgesetzt werden.

An „Ecoprod“ beteiligt sich auch der größte französische Sender TF1, der eine eigene Nachhaltigkeitskampagne entwickelt, um seinen ökologischen

¹⁰⁰ vgl. Präsentation „Ecoprod – Promoting eco-friendly best practices in motion picture and TV production“, 25.10.2012

¹⁰¹ Auf die erhebliche Diskrepanz zwischen den durchschnittlichen CO₂-Messergebnissen Frankreichs und Englands gehe ich in meinem Fazit näher ein.

¹⁰² alle Werte: vgl. Präsentation „Ecoprod – Promoting eco-friendly best practices in motion picture and TV production“, 25.10.2012

¹⁰³ vgl. <http://www.mediabiz.de/film/news/neuer-produktionsrekord-in-frankreich/314638>, 19.01.2012

¹⁰⁴ 30.400 Tonnen Emission bei rein-französischen Produktion (Grundlage Durchschnittswert von 200 Tonnen), 47.200 Tonnen bei internationalen Koproduktionen (Grundlage Durchschnittswert von 400 Tonnen).

¹⁰⁵ vgl. Präsentation „Ecoprod – Promoting eco-friendly best practices in motion picture and TV production“, 25.10.2012

Fußabdruck zu reduzieren und seine Angestellten und Zulieferer für nachhaltige Entwicklungen zu sensibilisieren.¹⁰⁶ Diese geht weit über klimaschonende Maßnahmen bei Dreharbeiten hinaus. Schon im Jahr 2007 hat die TF1-Gruppe in Kooperation mit der in diesem Kapitel bereits erwähnten Agentur ADEME eine Überprüfung der Treibhausgas-Emission ihres Hauptsenders durchgeführt. Der anhand dieser Ergebnisse entwickelte Maßnahmenplan zielt darauf ab, alle entdeckten Emissionen, sowohl interne als auch externe, zu reduzieren.¹⁰⁷ Für alle Gebäude der TF1-Gruppe wurde ein Umweltmanagementsystem entwickelt, mit dessen Hilfe Verbesserungen beim Verbrauch von Strom, Wasser und Rohmaterial sowie bei der Abfallentsorgung umgesetzt werden. Darüber hinaus hat die TF1-Gruppe im Jahr 2010 einen Pendelverkehrsplan entwickelt um den Umwelteinfluss von Fahrten von und zum Arbeitsplatz zu entschärfen. Im Jahr darauf wurde für alle Mitarbeiter ein elektrisches Carsharing-System geschaffen, so dass auch Dienstreisen eine erheblich geringere Belastung für die Umwelt darstellten.¹⁰⁸ Außerdem führte das Unternehmen zahlreiche Verbesserungen ein mit Blick auf Abfallmanagement, Wasserverbrauch sowie Verwendung und Recycling anderer Rohstoffe.¹⁰⁹

Insgesamt leistet die grüne Initiative der Filmbranche in Frankreich hervorragende Arbeit, denn die Akteure sind effektiv vernetzt und haben eine einflussreiche Lobby. Dies bringt die Entwicklungen auf einen Stand, von dem andere europäische Länder noch weit entfernt sind. Baptiste Heynemann berichtet davon, dass die Stadt Paris und die Region Île de France auf Initiative von Ecoprod den Französischen Stromanbieter Électricité de France (EDF) dazu bewegt haben, eine Straßenkarte herauszugeben, in der alle öffentlich verfügbaren Steckdosen verzeichnet sind.¹¹⁰ Dank dieser Karte werden zunehmend eben jene Steckdosen von Filmcrews bei Dreharbeiten genutzt, so

¹⁰⁶ vgl. <http://www.groupe-tf1.fr/en/csr/environment-related-issues/how-we-see-these-issues-6112487-843.html>

¹⁰⁷ <http://www.groupe-tf1.fr/en/csr/the-environmental-footprint/environmental-issues-and-tf1-policy/environmental-issues-and-tf1-policy-7262527-843.html>

¹⁰⁸ ebd.

¹⁰⁹ <http://www.groupe-tf1.fr/en/csr/the-environmental-footprint/environmental-management-at-group/environmental-management-at-group-head-offices-7598044-843.html>,

¹¹⁰ vgl. Skype-Vortrag von Baptiste Heynemann zu „Ecoprod“ auf dem Experten-Panel der Green Film Initiative in Potsdam-Babelsberg am 25.10.2012

dass häufig auf die Anmietung CO₂-intensiver Generatoren für Dreharbeiten verzichtet werden kann. Dies zieht nicht nur eine geringere Umweltbelastung nach sich, sondern stellt zugleich auch eine finanzielle Einsparung für das Produktionsbudget dar.¹¹¹ Beispielhaft wird so deutlich, wie durch eine bislang noch nicht dagewesene Zusammenarbeit unterschiedlichster Akteure Ideen aufkommen, wie beim Film klima- und ressourcenschonend gearbeitet werden kann.

2.2.3. Initiativen in Deutschland

Im Vergleich zu den Klima- und Umweltschutzaktivitäten der bisher betrachteten Länder, die teilweise schon bis ins Jahr 2006 zurück gehen, ist umweltschonendes Produzieren von Filmen in Deutschland ein kaum relevantes Thema. Erst seit diesem Jahr greifen Initiativen, die tatsächlich einen Beginn zum allgemeinen Umdenken in der Branche darstellen. Zwei Initiativen aus den Jahren zuvor sind jedoch vorab nennenswert, denn schließlich haben diese für eine größere Aufmerksamkeit in den zurückliegenden Monaten gesorgt und sind wichtig für das Verständnis aktueller Entwicklungen.

Eine der ersten umweltpolitischen Filminitiativen in Deutschland war die Firma Green Me – „Filmproduktion und Consulting Firma mit grünem Fokus.“¹¹² Im Jahr 2007 gegründet, begann die Firma 2008 damit, „grün“ zu produzieren. Im selben Jahr organisierte Green Me erstmals die so genannte „Green Me Lounge“. Dies ist eine Podiumsveranstaltung, die 2012 das fünfte Mal in Folge auf der Berlinale stattfand und auch im Jahr 2013 wieder ausgerichtet werden soll – diesmal mit dem Fokus Afrika.¹¹³ Mit Präsentations- und Diskussionsrunden werden umweltpolitische Themen ins Blickfeld der Filmschaffenden gerückt.¹¹⁴ Darüber hinaus vergibt die Green Me Lounge in Kooperation mit dem NABU Berlin den so genannten Green Me Story Award – eine Auszeichnung für Filme, die sich inhaltlich mit Themen

¹¹¹ vgl. Skype-Vortrag von Baptiste Heynemann zu „Ecoprod“ auf dem Experten-Panel der Green Film Initiative in Potsdam-Babelsberg am 25.10.2012

¹¹² vgl. <http://www.greenme.de/>

¹¹³ vgl. <http://www.greenme.de/index.php?/gml-2013/fokus-afrika/>

¹¹⁴ vgl. <http://www.greenme.de/index.php?/lounge/2010/>

auseinandersetzen, die Umwelt und Klima betreffen.¹¹⁵ Außerdem verleiht die Initiative das „Green Me Seal“ für Engagement bei der Minimierung oder dem Ausgleich von CO₂ für Firmen, Filmproduktionen und Events.¹¹⁶ Auf der Website der Firma www.greenme.de lassen sich allerdings nur spärliche Informationen über das „Green Me Seal“ finden. Meine am 31. Oktober 2012¹¹⁷ per E-Mail gestellten Fragen nach den konkreten Kriterien, nach denen das „Green Me Seal“ vergeben wird und wie diese Kriterien überprüft werden, blieben unbeantwortet. Auch auf die Frage, ob Green Me Film eine TÜV-Zertifizierung oder eine andere externe Überprüfung besitzt, um das „Green Me Seal“ als Gütesiegel anerkennen zu lassen, bekam ich keine Antwort. Es ist zu vermuten, dass die Bemühungen der Firma um ein grünes Gütesiegel nachgelassen haben. Ebenso fehlen Informationen über konkrete Schritte, die die Firma ergriffen hat, um „grün“ zu produzieren. Immerhin lässt die erneute Ausrichtung der „Green Me Lounge“ auf der Berlinale im Jahr 2013 vermuten, dass sich die Firma nach wie vor inhaltlich für Nachhaltigkeit engagiert.

Die zweite Initiative ging im Jahr 2010 von der Odeon Film AG aus. Sie beschloss „Nachhaltigkeit im Unternehmen zu institutionalisieren.“¹¹⁸ Die Odeon Film AG ist eine der größten unabhängigen Produktionsfirmen in Deutschland und beteiligt sich an verschiedenen Tochterunternehmen, unter anderem an der Novafilm Fernsehproduktion GmbH.¹¹⁹ Schwerpunktthema, so steht es im Nachhaltigkeitsbericht des Unternehmens, ist der Klimaschutz.¹²⁰ Zur konkreten Zielsetzung gehört das Vermeiden und Reduzieren von Treibhausgas-Ausstoß und der Ausgleich entstandener „Emissionen durch die Unterstützung von anerkannten Klimaschutzprojekten.“¹²¹ Die festen Standorte des Unternehmens und die 21. Staffel der ZDF-Auftragsproduktion „Der Landarzt“,¹²² durchgeführt von der Odeon Tochterfirma Novafilm, wandten im Jahr 2011 bereits weitgehend Green-Filmmaking-Maßnahmen an.¹²³ Für die Produktion „Der Landarzt“ bedeutet dies zunächst, dass mit Hilfe des

¹¹⁵ vgl. <http://www.greenme.de/index.php?/lounge/story-award/>

¹¹⁶ vgl. <http://www.greenme.de/index.php?/green-me-seal/green-me-seal/>

¹¹⁷ E-Mail an Nic Niemann, Geschäftsführer Green Me Film erneut gesendet am 20.11.2012

¹¹⁸ vgl. Nachhaltigkeitsbericht der Odeon Film AG, 2011, S. 1

¹¹⁹ vgl. <http://www.odeonfilm.de/unternehmen.php>

¹²⁰ vgl. Nachhaltigkeitsbericht der Odeon Film AG, 2011, S. 1

¹²¹ ebd. S. 2

¹²² 15 Folgen à 43 Minuten

¹²³ vgl. Nachhaltigkeitsbericht der Odeon Film AG, 2011, S. 2

Klimaschutzberatungsunternehmens ClimatePartner Deutschland GmbH, eine CO₂e-Bilanzierung¹²⁴ vorgenommen wurde.

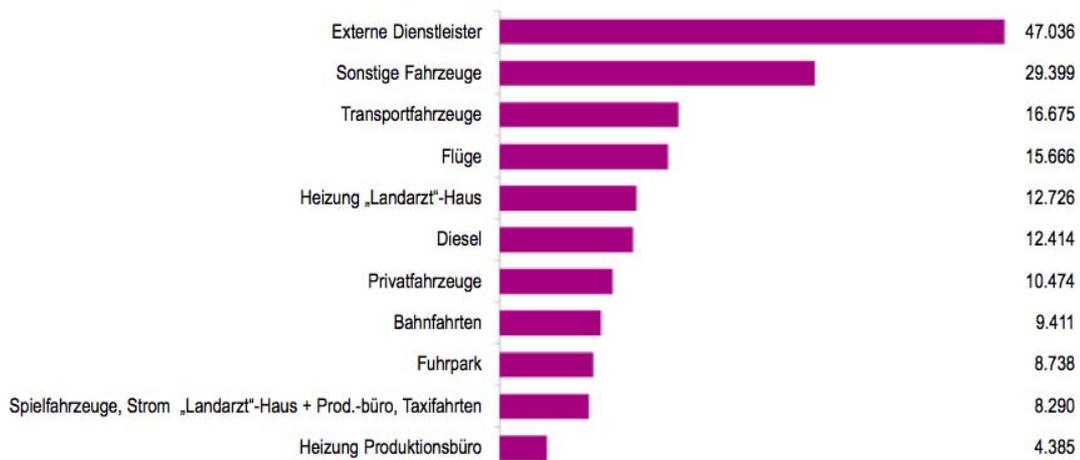


Abbildung 4: CO₂e-Ausstoß der 21. Staffel „Der Landarzt“¹²⁵

Insgesamt errechnete das Unternehmen für seine Produktion eine Emission von 175,2 Tonnen CO₂e.¹²⁶ Zum Vergleich mit den Ergebnissen in England und Frankreich: Dies entspricht einem durchschnittlichen CO₂e-Ausstoß von 20,37 Tonnen pro Programmstunde. Aus Abbildung Nummer 4 ist ersichtlich, dass, ähnlich wie bereits am Beispiel von England und Frankreich gezeigt, vor allem jene Kategorien ins Gewicht fallen, die Transporte und Reisen betreffen. Errechnet man die CO₂e-Emission aller Fahrzeuge (Spielfahrzeuge und Taxifahrten ausgenommen), den verbrauchten Kraftstoff sowie Flug- und Bahnreisen, so liegt diese bei 102,8 Tonnen. Im Verhältnis zum Gesamtausstoß eine immense Summe, die dementsprechend große Einsparpotentiale birgt. Bei der Produktion „Der Landarzt“ wurde hierauf unter anderem mit „Fahrgemeinschaften für die Mitarbeiter“¹²⁷ reagiert. Darüber hinaus gab es viele Bemühungen, die Materialplanung zu optimieren, neue Techniken anzuwenden und regionales Catering zur Verfügung zu stellen.¹²⁸ Als Leitlinie steht über allem das Motto „Vermeiden vor Reduzieren vor Ausgleichen“¹²⁹,

¹²⁴ „CO₂e“ steht für CO₂-Äquivalente. Dies bedeutet, dass in der Berechnung nicht nur das Treibhausgas CO₂ sondern auch andere Treibhausgase berücksichtigt werden. Allerdings werden diese unter dem Kürzel „CO₂e“ zusammengefasst.

¹²⁵ vgl. Nachhaltigkeitsbericht der Odeon Film AG, 2011, S. 3

¹²⁶ ebd. S. 4

¹²⁷ ebd. S. 5

¹²⁸ ebd.

¹²⁹ vgl. Nachhaltigkeitsbericht der Odeon Film AG 2011, S. 5

für das die Odeon Film AG seine Mitarbeiter und Dienstleister zunehmend sensibilisieren möchte.

Der beim „Landarzt“ entstandene Ausstoß wurde kompensiert durch die Investition in ein zertifiziertes Klimaschutzprojekt in Indonesien. Hierbei handelt es sich um eine Gasaufbereitungsanlage, bei der „das bei der Erdölförderung austretende Gas nicht wie bisher abgefackelt, sondern aufbereitet und in Form von Trocken- sowie Flüssiggas in eine nutzbare Energiequelle umgewandelt wird.“¹³⁰ Laut Katja Schwarz, Nachhaltigkeitsbeauftragte der Odeon Film AG, liegen die Kosten für die Kompensation einer Tonne CO₂e zwischen neun und 25 Euro¹³¹. Für die 21. Staffel „Der Landarzt“ bedeutete dies also zusätzliche Ausgaben zwischen rund 1.570 und 4.380 Euro. Die Kompensation der entstandenen Treibhausgase wird aus finanzieller Sicht als Spende betrachtet. Da das ZDF als öffentlich-rechtliche Einrichtung nicht berechtigt ist Gelder zu spenden, wurden die Ausgleichszahlungen von der Odeon Film AG getragen.¹³²

Die Nachhaltigkeits-Maßnahmen der Odeon Film AG, so lässt sich zusammenfassend feststellen, erscheinen weitestgehend transparent und klar kommuniziert. Offensichtlich wird das Engagement ganzheitlich umgesetzt. Maßnahmen, die in der Vergangenheit durchgeführt wurden, werden analysiert, woraus sich konkrete Zielsetzungen für die Zukunft ergeben. Auf meine konkrete Nachfrage zur genauen Höhe der getätigten Kompensationszahlungen erhielt ich jedoch keine Auskunft. Um im Bereich Klima- und Umweltschutz glaubwürdig zu bleiben, muss großen Wert auf Transparenz gelegt werden. Diesen Aspekt greife ich daher in Kapitel 4.4 meiner Arbeit nochmal detaillierter auf.

Anfang 2012 entwickelte die Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein (FFHSH), Deutschlands erste Förderinstitution, die sich mit klimabewusstem

¹³⁰ vgl. Nachhaltigkeitsbericht der Odeon Film AG 2011, S. 4

¹³¹ vgl. Interview: Schwarz, Katja, Leitung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Online- und IR-Chefredakteurin, Nachhaltigkeitsbeauftragte, Odeon Film AG, schriftlich geführt am 19.10.2012 (im Anhang)

¹³² ebd.

Produzieren befasst den Grünen Drehpass. Die der FFHSH zugeordnete Film Commission (FCHSH) entwickelte damit eine Auszeichnung für „Produzenten [...], die ihren Film am Standort nachweislich umweltbewusst drehen.“¹³³ Um den Grünen Drehpass zu erhalten, „ist eine Liste einzureichen mit Angaben, wie der Produzent [...] den Energieverbrauch seiner aktuellen Produktion senken und umweltbewusst drehen wird.“¹³⁴ Bislang ist dieses Gütesiegel vor allem eine Anerkennung, durch die „der Beitrag für den Umweltschutz nachhaltig dokumentier[t] und kommunizier[t]“¹³⁵ werden kann. Finanzielle Vorteile durch Vergünstigungen oder spezielle Förderung sind nicht mit dem Grünen Drehpass verbunden und auch eine Verknüpfung der Vergabe von Fördermitteln an die Umsetzung klimaschonender Maßnahmen bei den Dreharbeiten ist nicht geplant.¹³⁶ Mittlerweile konnte die FCHSH „jedoch zahlreiche städtische Motivgeber und Dienstleister für den Grünen Drehpass gewinnen.“¹³⁷ So werden beispielsweise von der Stadtreinigung Hamburg Beratungen zur Abfallvermeidung durchgeführt und von „Hamburg Wasser“ ein leitungsgebundener Trinkwasserspender am Set zur Verfügung gestellt.¹³⁸ Zusätzliche Kooperationen sollen das Gütesiegel in Zukunft noch attraktiver machen. Der Grüne Drehpass ist – laut Helen Peetzen, Mitarbeiterin der Film Commission Hamburg Schleswig-Holstein – für viele Produzenten ein wichtiger Impuls für ihre Arbeitsweise.¹³⁹ Bislang sind die Kriterien, die zu erfüllen sind, um den Grünen Drehpass zu erhalten, sehr „weich“ gehalten und sollen hauptsächlich „motivierend wirken.“¹⁴⁰ Eine Weiterentwicklung und strengere Handhabung der Kriterien ist bei der Film Commission jedoch schon im Gespräch. Auch an Überprüfungsmodalitäten wird gearbeitet, damit die Umsetzung der Nachhaltigkeitsmaßnahmen in Zukunft kontrolliert werden können.¹⁴¹

¹³³ vgl. http://www.fchsh.de/sites/de_1443.asp

¹³⁴ vgl. http://www.fchsh.de/sites/de_1443.asp

¹³⁵ ebd.

¹³⁶ vgl. Interview: Peetzen, Helen, Leiterin Kommunikation und Service, Film Commission Hamburg Schleswig-Holstein, schriftlich geführt am 07.12.2012 (im Anhang)

¹³⁷ ebd.

¹³⁸ ebd.

¹³⁹ ebd.

¹⁴⁰ ebd.

¹⁴¹ vgl. Interview: Peetzen, Helen, 07.12.2012

Seit dem 2. Oktober 2012 findet sich auf der Website der FCHSH auch der erste in deutscher Sprache veröffentlichte Best-Practice-Guide mit Strategien und Handlungsempfehlungen.¹⁴² Dieser Guide wird im dritten Kapitel dieser Arbeit wichtiger Bestandteil sein. Über den Kriterienkatalog hinaus ist „ein konkret auf Film- und TV-Produktionen zugeschnittener CO₂-Rechner zur Ermittlung des CO₂-Fußabdruckes [...] in Planung.“¹⁴³ Dieser soll „im Frühjahr 2013 verfügbar sein.“¹⁴⁴ Außerdem arbeitet die Film Commission „an der Erweiterung des Kalkulationsprogramms Sesam [...] und [wird] zeitnah Gespräche mit der FFA führen.“¹⁴⁵ Könnte man einen CO₂-Rechner in das gängige Kalkulationsprogramm integrieren, so würde der CO₂-Ausstoß während der Kostenberechnung automatisch mitermittelt werden, was von großem Nutzen wäre, so Christiane Scholz von der FCHSH.¹⁴⁶

Im Januar 2012 gründete sich die Climate Media Factory (CMF), „ein interdisziplinäres Projekt der Hochschule für Film und Fernsehen Potsdam-Babelsberg (HFF) und des Potsdam-Instituts für Klimafolgenforschung e.V. (PIK).“¹⁴⁷ Ziel des Projekts ist die Vermittlung „klimawissenschaftliche[r] Erkenntnisse und daraus resultierende[r] Handlungsoptionen mit Hilfe audiovisueller Medien.“¹⁴⁸ Eine der Initiativen der CMF ist die Green Film Initiative, die „das Thema der nachhaltigen Filmproduktion in der deutschen Filmbranche an[stößt].“¹⁴⁹ Schon im Rahmen des Berlinale Talent Campus im Februar 2012 wurde von der Green Film Initiative ein erstes Panel zum „Green Producing“ abgehalten. Dieses zog weitere Workshops und Seminare nach sich wie das Studentenfilmfestival „Sehsüchte“ im Frühling 2012 in Potsdam und Ende Oktober 2012 an der Hochschule für Film und Fernsehen Konrad Wolf. Im Rahmen dieser Veranstaltungen beabsichtigt die Initiative, innerhalb der Branche für umwelt- und klimaschonende Maßnahmen zu sensibilisieren und

¹⁴² abrufbar unter: http://www.fchsh.de/sites/de_1443.asp

¹⁴³ vgl. http://www.fchsh.de/sites/de_1538.asp?PR_id=760586217543857872317872233644, Pressemitteilung: „Film wird Grün“, 20.09.2012

¹⁴⁴ vgl. Interview: Peetzen, Helen, 07.12.2012

¹⁴⁵ ebd.

¹⁴⁶ vgl. Interview: Scholz, Christiane, Büro Hamburg, Projektleiterin „Grüner Drehpass“, Film Commission Hamburg Schleswig-Holstein, telefonisch geführt am 11.12.2012 (im Anhang)

¹⁴⁷ vgl. <http://www.climatemediafactory.de/>

¹⁴⁸ ebd.

¹⁴⁹ vgl. <http://www.greenfilminitiative.de/about.html>

ein Sprachrohr für die politischen Belange zu sein. Um eine optimale Vernetzung zu erzielen, bindet die Green Film Initiative internationale Experten und grüne Initiativen aus der Medienbranche in ihre Veranstaltungen ein, so dass alle von den zusätzlichen Erfahrungen, die in anderen Ländern gemacht wurden, profitieren können. Die Green Film Initiative arbeitete darüber hinaus an der Erstellung der Best-Practice-Liste mit, die von der Film Commission Hamburg-Schleswig Holstein veröffentlicht wurde. Sie hat sich innerhalb der grünen Bewegung der Medienbranche mittlerweile bestens vernetzt und auch für die Zukunft ambitionierte Ziele gesetzt. Michael Geidel von der Green Film Initiative hierzu: „Wir wollen für Deutschland und Europa Guidelines schaffen, die zu grenzüberschreitenden anerkannten Standards werden und damit auch für die Erstellung eines europäisch akzeptierten CO₂-Filmrechners eintreten bzw. diesen mitgestalten. Und wir wollen Partner der Produzenten, Crew, Filmförderungen und Filmpolitik sein, um sie auf dem Weg zu einer CO₂-optimierten Filmproduktion hin zu begleiten, Informationen und Schulungen anzubieten und ihnen die Angst vor dem Thema zu nehmen [und] zeigen, welche Chancen sie bietet.“¹⁵⁰

Die Entwicklungen, die sich in Deutschland durch das Engagement der Green Film Initiative seit Beginn der Bearbeitungszeit meiner Diplomarbeit zum Thema „grünes Produzieren“ getan haben, sind bemerkenswert. Noch im Frühling 2012 hatte sich in meinem Arbeitsumfeld kaum jemand Gedanken dazu gemacht. Nun, mit der Abgabe der Arbeit, bemerke ich eine größer werdende Sensibilisierung für Klima- und Umweltschutz innerhalb der Branche. Das Thema ist zwar noch lange nicht im allgemeinen Bewusstsein angelangt, aber ein Anfang ist gemacht. Dieser Anfang, gepaart mit der grundsätzlichen Bereitschaft zu umweltfreundlichem Handeln, bietet die Grundlage zu einer erfolgreichen und schnellen Umstellung in der deutschen Filmindustrie auf eine möglichst klima- und umweltschonende Arbeitsweise. Ob diese Umstellung tatsächlich gelingt ist noch offen.

Um eine langfristige Umsetzung internationaler Standards im Umwelt- und Klimaschutz zu gewährleisten, ist ein entsprechendes politisches Umfeld

¹⁵⁰ vgl. E-Mail-Korrespondenz: „EUFCN und CO₂-Rechner“, Michael Geidel, Green Film Initiative, 04.12.2012 (im Anhang)

ebenso notwendig wie das Engagement der Akteure der Filmbranche. Die Aktivitäten der beschriebenen Initiativen deuten jedoch eine positive Entwicklung an. Es ist anzuerkennen, dass diese zunächst ohne nennenswerten politischen Druck unmittelbar aus der Branche heraus ihre ersten Anfänge genommen hat.

2.2.4. Anfänge eines europaweiten Engagements - Das European Film Commission Network (EUFCN)

Nach der Betrachtung verschiedener europäischer Entwicklungen zum grünen Produzieren von Filmproduktionen in einzelnen Staaten stellt sich die Frage nach länderübergreifendem Engagement und Initiativen zur Stärkung des Klimaschutzes in der Filmbranche. Im Sommer 2012 hat das European Film Commissions Network (EUFCN) einen allerersten Schritt gewagt mit einer Studie, die auf dem Experten-Panel der Green Film Initiative im Oktober 2012 vorgestellt wurde.

„Das EUFCN [...] ist ein Non-Profit-Unternehmen und repräsentiert 80 Filmkommissionen aus Europa mit dem Ziel, die Filmindustrie zu unterstützen und zu fördern.“¹⁵¹ Als das EUFCN von einzelnen Initiativen zum Umwelt- und Klimaschutz innerhalb der Filmbranche erfuhr, gab es eine Studie in Auftrag, um die Rolle der Filmkommissionen bei der Inangriffnahme umweltrelevanter Themen zu klären, nicht zuletzt aus dem Grund, dass die Filmbranche Europas wächst und mit jährlich 1.000 Drehs eine große Verantwortung für klimaschonende Arbeitspraktiken zu tragen hat.¹⁵² Für diese Studie gab es drei Zielsetzungen. Zum einen sollte ein Meinungsbild über Umweltfragen von den Mitglieds-Kommissionen eingeholt werden.¹⁵³ Als nächstes wurden bereits bestehende Umwelt-Aktivitäten der Filmkommissionen identifiziert. Der letzte Punkt diente zur Klärung der

¹⁵¹ vgl. Vortrag von Christelle Wolf von Peacefulfish zu „Results of the EUFCN Survey on environmental issues“ auf dem Experten-Panel der Green Film Initiative in Potsdam-Babelsberg am 25.10.2012 (im Anhang)

¹⁵² vgl. Präsentation „Results of the EUFCN Survey on environmental issues“ von Peacefulfish, S. 3, August 2012 (im Anhang)

¹⁵³ vgl. Präsentation „Results of the EUFCN Survey on environmental issues“ von Peacefulfish, S. 4, August 2012

Erwartungen der einzelnen Kommissionen.¹⁵⁴ Über 70 Prozent der Filmkommissionen, denen der Fragebogen zugesandt wurde, beantworteten diese,¹⁵⁵ so dass die Studie repräsentativen Charakter besitzt.¹⁵⁶

Zum ersten Punkt, dem Meinungsbild, ergab die Studie, dass 60 Prozent der Filmkommissionen Umweltbelange als wichtiges Thema wahrnehmen, das bei ihrer Arbeit Berücksichtigung finden sollte. Derzeit sehen sich zwar 31 Prozent der Kommissionen für Umweltthemen verantwortlich, sind aber dennoch der Meinung, dass Umweltpolitik die Aufgabe anderer Institutionen ist. Für 52 Prozent der EUFCN-Mitglieder erstrecken sich Umweltbelange von Landschaftsschutz über Kulturfragen, biologische Vielfalt und Abfallentsorgung bis hin zur CO₂-Bilanz von Produktionen. 17,3 Prozent der Studienteilnehmer geben an, sich für keines der eben genannten Themen verantwortlich zu fühlen. 48 Prozent der Filmkommissionen haben keine eindeutige Vorstellung davon, was ihr Beitrag zum Schutz der Umwelt sein könnte.¹⁵⁷ An diesen Ergebnissen lässt sich ablesen, dass Filmkommissionen klar definierte Umweltaufgaben brauchen. Es sollte also darauf hingearbeitet werden, dass in Zukunft Prioritäten und Verantwortungsbereiche deutlich abgesteckt werden.

Die Analyse der bereits bestehenden Umweltaktivitäten ergab, dass derzeit nur 28 Prozent der Filmkommissionen Fortbildungsmaßnahmen zu Umweltthemen anbieten. Hierzu zählt an erster Stelle das Bereitstellen eines Handbuchs (20,5 Prozent), gefolgt von Trainings für Location Manager (15,4 Prozent) und andere Akteure (10,3 Prozent). Darüber hinaus werden von einigen wenigen Filmkommissionen Seminare für lokal tätige Filmhersteller (7,7 Prozent) oder sogar internationale Produzenten (5,1 Prozent) angeboten. Daraus ergibt sich im Umkehrschluss, dass 72 Prozent der befragten Filmkommissionen keine

¹⁵⁴ ebd.

¹⁵⁵ ebd., S. 5

¹⁵⁶ Wenn in der folgenden Analyse der Studie von den Filmkommissionen die Rede ist, so bezieht sich dies immer nur auf jene 70 Prozent, die an der Studie teilgenommen und den Fragebogen zurückgeschickt haben.

¹⁵⁷ Alle Studienergebnisse: vgl. Präsentation „Results of the EUFCN Survey on environmental issues“ von Peacefulfish, S. 5ff, August 2012

gezielten Fortbildungsmaßnahmen zum Umweltschutz anbieten.¹⁵⁸ Hier besteht für die europäischen Filmkommissionen dringender Handlungsbedarf. Als gut vernetzte Berater der jeweils örtlichen Filmindustrie haben sie die Möglichkeit über ein verstärktes Engagement viele Mitarbeiter der Branche zu erreichen um für Klima- und Umweltschutz zu sensibilisieren und zu werben.

Über die Erwartungen der einzelnen Kommissionen für die Zukunft sagt die Studie aus, dass „Fortbildungsbedarf vor allem für Location Manager und Produzenten [besteht]. [...] Filmkommissionen [wünschen] sich Fortbildungsmaßnahmen in großem Umfang [...], entweder mit regionalen Partnern oder sogar mit europäischen Partnern. Ein limitiertes Interesse gaben sie an für Online-Training, wobei ein solches – laut Christelle Wolf von Peacefulfish – natürlich sehr grün ist, weil man die Leute nicht an einen Ort bringen muss.“¹⁵⁹ Es stellt sich jedoch die Frage, wie effektiv Online-Training in diesem Falle wäre, da dann natürlich der Austausch über praktische Ideen und Erfahrungen fehlt, was positiv auf die Motivation wirken kann. Abgesehen davon ist der Gedanke, Fortbildungsmöglichkeiten über Online-Tools anzubieten grundsätzlich sehr klimaschonend.

Darüber hinaus sehen die Filmkommissionen die folgenden Maßnahmen als hilfreich an, das nachhaltige Produzieren von Filmen voranzutreiben:

- finanzielle Anreize (80 Prozent)
- kostenreduzierende Strategien (76 Prozent)
- Kommunikation (73 Prozent)
- rechtliche Bestimmungen (60 Prozent)
- finanzielle Strafen (58 Prozent)¹⁶⁰

Zusammenfassend kann aus der Studie folgender Schluss gezogen werden: der Gedanke an Umwelt- und Klimaschutz ist bislang noch nicht in nennenswertem Umfang in der Arbeit der Filmkommissionen angekommen und von einer konkreten Umsetzung in die diversen Arbeitsbereiche noch weit

¹⁵⁸ Alle Studienergebnisse: vgl. Präsentation „Results of the EUFCN Survey on environmental issues“ von Peacefulfish, S. 7, August 2012

¹⁵⁹ vgl. Vortrag von Christelle Wolf, 25.10.2012

¹⁶⁰ Alle Studienergebnisse: vgl. Präsentation „Results of the EUFCN Survey on environmental issues“ von Peacefulfish, S. 10, August 2012

entfernt. Andererseits zeugt die Studie auch davon, dass das Bewusstsein für Umweltbelange bei den Kommissionen wächst und Interesse wie Bereitschaft da ist, sich umfassender zu engagieren. 83 Prozent der befragten Kommissionen möchten sich stärker in Umweltbelange und nachhaltige Entwicklung einbringen. Sogar 89 Prozent würden zukünftig eine länderübergreifende Kooperation mit anderen Filmkommissionen begrüßen.¹⁶¹ Die Filmkommissionen können, gemeinsam mit den geldgebenden Filmförderungsinstitutionen, denen sie angegliedert sind, flächendeckend und maßgeblich zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Umstellung auf grüne Produktionspraktiken beitragen. Angesichts der klimatischen und ökologischen Situation sollten sie diese Möglichkeit wahrnehmen. Wenn sie dabei von dem europaweit agierenden Netzwerk EUFCN geleitet und unterstützt werden, so ist dies als äußerst positiv zu bewerten, da Umweltbelange globale Themen sind, die auf jeden Fall überregional in Angriff genommen werden sollten.

¹⁶¹ Alle Studienergebnisse: vgl. Präsentation „Results of the EUFCN Survey on environmental issues“ von Peacefulfish, S. 11, August 2012

3. Der Best-Practice-Guide der Film Commission Hamburg Schleswig-Holstein (FCHSH)

Im bisherigen Teil meiner Arbeit habe ich eine Bestandsaufnahme vorgenommen, in der ich Klima- und Umweltschutzinitiativen der Medienbranche vorgestellt und untersucht habe. Nun wende ich mich der Praxis zu, um zu zeigen, welche konkreten Maßnahmen nötig sind, um einen Film tatsächlich klima- und umweltschonend zu produzieren.

Mein ursprünglicher Plan sah vor, dass ich einen Kriterienkatalog erarbeite, der Produzenten und andere Filmschaffende dabei unterstützen soll, die Arbeiten an ihrem Filmprojekt klima- und umweltschonend umzusetzen. Am 2. Oktober 2012 wurde jedoch der erste deutschsprachige Best-Practice-Guide von der Film Commission Hamburg Schleswig-Holstein (FCHSH) veröffentlicht. Dieser orientiert sich „an bereits bestehenden Leitfäden, wie dem sehr umfangreichen Guide der Producers Guild of America.“¹⁶² Auch die Green Film Initiative wirkte an der Erstellung dieser Richtlinien mit, um möglichst „einheitliche Handlungsempfehlungen für Deutschland zu schaffen.“¹⁶³ Dieser Guide ist ein äußerst hilfreiches Mittel für die praktische Anwendung, so dass meiner Einschätzung nach das Schreiben eines weiteren, ähnlichen Guides zum jetzigen Zeitpunkt überflüssig erscheint.

Aus diesem Grund werde ich den Best-Practice-Guide der FCHSH in diese Arbeit integrieren. Ich werde alle Punkte des Guides genauso belassen, wie dieser am 02. Oktober 2012 veröffentlicht wurde.¹⁶⁴ Allerdings werde ich den Guide durch meine eigenen Empfehlungen und Kommentare beispielhaft ergänzen und auf diese Weise die bestehenden Handlungsempfehlungen erweitern. Alle Texte aus den Kapiteln 3.1. und 3.2. stammen aus dem Best-Practice-Guide der Film Commission Hamburg Schleswig-Holstein und sind **nicht** mit Fußnoten versehen. Meine eigenen Ergänzungen werden *fett und in kursiver Schrift* gedruckt, um Unklarheiten über die Urheberschaft zu vermeiden. Um den Textfluss zu erhalten, habe ich an wenigen Stellen im

¹⁶² http://www.fchsh.de/sites/de_1443.asp, Best-Practice-Guide, Vorwort, Antje Bremer, Alexandra Luetkens und Christiane Scholz, Film Commission Hamburg Schleswig-Holstein, 02.10.2012

¹⁶³ ebd.

¹⁶⁴ Ausgenommen hiervon sind das von der Film Commission verfasste Vor- und Schlusswort.

Guide der FCHSH minimale Kürzungen vorgenommen, diese sind mit „[...]“ entsprechend gekennzeichnet. Strukturelle Eingriffe in den Guide sind durch Fußnoten kenntlich gemacht.

3.1. Vorbereitung

„Je früher man beginnt, sich Gedanken über “Green Producing” zu machen, desto einfacher wird die Umsetzung sein.“ (Richard Smith – Nachhaltigkeitsbeauftragter der BBC)¹⁶⁵

Es ist sinnvoll, schon weit vor Beginn der direkten Drehvorbereitungsphase für Klima- und Umweltschutz bei der Produktion zu sensibilisieren. Für dieses Vorhaben ist zunächst wichtig, dass sich alle an der Produktion beteiligten Führungskräfte für die Kommunikation von Klimaanliegen sowie der konsequenten Durchsetzung der eingeführten Maßnahmen einsetzen. Im besten Fall wird die Entscheidung für grünes Produzieren in einem so frühen Stadium der Planungsphase getroffen, dass schon bei ersten Gesprächen mit den Head-of-Departments das grüne Vorhaben erfolgreich vermittelt werden kann. Wenn alle am Prozess Beteiligten bereit sind, für ihren Wirkungs- und Arbeitsbereich den Nachhaltigkeitsaspekt zu berücksichtigen und die entsprechenden Maßnahmen eigenverantwortlich umzusetzen und weiterzuentwickeln, kann in der praktischen Umsetzung viel erreicht werden. Was konkret vorbereitend geschehen sollte, wird in den folgenden Punkten ausführlich dargestellt.

[...]

- Kommunizieren Sie Ihr Vorhaben, „grün“ zu produzieren immer positiv und beziehen Sie von Anfang an die Kreativen wie Regie, Kamera, und die Head of Departements wie Szenenbild, Kostümbild usw. und Studios *sowie Darsteller, externe Dienstleistungsunternehmen, aber auch Kooperations- und Finanzierungspartner (Förderer, Sender, Verleiher, Vertrieb)* in die Planungsgespräche mit ein. *So stellen Sie ein umfassendes Bewusstsein für klima- und umweltschonendes Arbeiten sicher.*

¹⁶⁵ vgl. Interview: Smith, Richard, Sustain Production Manager, BBC, 02.05.2012

- Formulieren Sie Ihre Absicht in den Verträgen mit den Filmschaffenden und in den Förderverträgen mit den Förderempfängern, die bereits bei den Beratungen auf den Umweltaspekt hingewiesen werden.
- *Bemühen Sie sich schon im Vorfeld um eine gute Vernetzung der unterschiedlichen Departments, so dass Umweltbelange Gewerkeübergreifend angegangen und gelöst werden.*
- Starten Sie mit kleinen Schritten, die glaubwürdig sind und die Mitarbeiter nicht überfordern.
- *Nutzen Sie Ihre Führungsposition um mit positivem Beispiel voran zu gehen. Glaubwürdigkeit ist elementar wichtig, damit alle Departments sich um die Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen bemühen.*
- *Positionieren Sie sich genau zum Thema Klima- und Umweltschutz, um klare Vorgehensweisen zu bestimmen und Missverständnissen vorzubeugen.*
- *Lassen Sie sich von Initiativen für „grünes“ Produzieren und von Filmschaffenden mit Erfahrungen bei der Umsetzung klima- und umweltschonender Maßnahmen unterstützen und beraten.*
- *Erkundigen Sie sich bei Fachkräften aus dem Bereich Klima und Umwelt. Eine solche Zusammenarbeit kann Einsparpotentiale aufzeigen, die den Filmschaffenden selbst vielleicht entgehen, da man die eigenen Arbeitsprozesse nicht mit der nötigen Distanz betrachtet, um Veränderungsmöglichkeiten zu erkennen.*
- Die Berechnung des CO₂-Fußabdruckes ist Ausgangspunkt für ein nachhaltiges Wirtschaften und effizientes Energiemanagement. Kalkulieren Sie Ihren [...] geschätzten CO₂-Verbrauch *vor Beginn der Dreharbeiten* mit Hilfe des CO₂-Rechners¹⁶⁶, *um Einsparpotentiale früh zu erkennen und entsprechend effektiv in Angriff zu nehmen. Ermitteln Sie am Ende der Produktion Ihren tatsächlichen CO₂-Verbrauch* und vergleichen diesen „Fußabdruck“ mit der CO₂-Berechnung, die ohne die Nachhaltigkeitsmaßnahmen angefallen wäre.¹⁶⁷

¹⁶⁶ Ein CO₂-Rechner für die Filmbranche in Deutschland wird derzeit von der FCHSH und n.serve entwickelt und soll im Frühjahr 2013 verfügbar sein. Für deutsche Werbefilmproduzenten gibt es neuerdings das Kalkulationsprogramm CMC Primus, das automatisch die Emission der CO₂e ermittelt.

¹⁶⁷ Dieser Punkt wird im Original-Guide etwas später erwähnt.

- ***Setzen Sie Ihre erste Priorität bei der Umsetzung klima- und umweltschonender Maßnahmen auf jene Teile der Produktion, bei denen Sie von vornherein von einer hohen CO₂-Emission ausgehen.***
- Benennen Sie einen Verantwortlichen aus der Produktion, der als Ansprechpartner zur Verfügung steht. Wenn möglich, engagieren Sie einen Umweltbeauftragten am Set – einen „Green Runner“, der Besetzung und Crew praktische Tipps geben kann, um die Durchführung der geplanten umweltfreundlichen Arbeitsweisen zu unterstützen.
- ***Bemühen Sie sich generell um die Verwendung regionaler Produkte und die Zusammenarbeit mit regional-ansässigen Dienstleistern.***
- Informieren Sie die jeweiligen Departements über die bestehenden zertifizierten Umweltlabels in den Bereichen Lebensmittel, Kosmetik, Textilien und Elektrogeräte ***sowie Papier, Pflanzen und Holz.*** Infos unter:
 - ***Grüner Strom Label:*** <http://www.gruenerstromlabel.de/>
 - ***EcoTopTen:*** <http://www.ecotopten.de/start.php>
 - ***Eco Fashion World:*** <http://www.ecofashionworld.com/>
 - ***Kontrollierte Naturkosmetik:*** http://www.kontrollierte-naturkosmetik.de/hersteller_naturkosmetik.htm
 - ***Der Blaue Engel:*** <http://www.blauer-engel.de/>
 - ***Flower Label Program:*** <http://www.fairflowers.de/>
 - ***IHB - Das Netzwerk der Holzindustrie:***
http://www.ihb.de/fordaq/html/certification_De.htm
- Nehmen Sie Kontakt mit den regionalen Abfallentsorgern und der städtischen Stadtreinigung auf, um sich Angebote für die fachgerechte Entsorgung während der Produktion geben zu lassen.
- Nehmen Sie mit dem zuständigen Wasserversorger Kontakt auf und besprechen Sie Ihr Projekt und mögliche Kooperationen.
- Nutzen Sie die Einladung zum Warm-up, um mit Cast und Crew über die Handlungsempfehlungen des Grünen Drehpasses zu sprechen und informieren Sie alle über die grünen Ziele und die sich daraus ergebenden Strategien für die Produktion.
- ***Formulieren Sie realistische Zielsetzungen zur Vermeidung von CO₂-Emissionen und zur Einsparung von Ressourcen und kommunizieren Sie***

diese, so dass den Beteiligten zur Orientierung ein konkret an das Projekt angepasster Leitfaden zur Verfügung steht.

- *Erfragen Sie beim Team, wem eine digitale Zustellung der Tagesdisposition ausreicht. Reduzieren Sie auf diese Weise Ihren Papierverbrauch.*
- Informieren Sie über die tägliche Disposition während der Produktion regelmäßig über den aktuellen grünen Status mittels Auswertungen o.ä. Das kann auch zur Motivationssteigerung des Teams beitragen.
- *Nehmen Sie wissenswerte Fakten über Klima und Umwelt in die tägliche Disposition mit auf.*
- Informieren Sie das Team nach der Produktion über den Erfolg der Maßnahmen. [...]
- Plakatieren Sie den Grünen Drehpass sichtbar im Produktionsbüro und am Set und nutzen Sie das Logo des Grünen Drehpasses auf der täglichen Dispo.

3.2. Handlungsempfehlungen

Die nachfolgend aufgeführten Handlungsempfehlungen sind als Anregung gedacht und sollen bei der schrittweisen Verwirklichung der Auswahlkriterien helfen. Die Umsetzung der Handlungsempfehlungen sollte immer im realistischen Verhältnis zu der individuellen Umsetzbarkeit bei jedem Filmprojekt stehen. Jede erfolgreiche Maßnahme leistet einen Beitrag zu klimafreundlichen und nachhaltigen Produktionsprozessen.

3.2.1. Im Produktionsbüro

Das Produktionsbüro bietet vielfältige Möglichkeiten, umweltbewusst zu arbeiten und Abfall zu vermeiden. Produktionsleitung und Produktionsassistenten können nachhaltige Arbeitsweisen und Abläufe in den Produktionsbüroalltag einführen und die Crew durch vorbildliches Handeln motivieren.

Licht

- Verwenden Sie energiesparende Lampen, wie LED oder Eco-Halogenlampen

- Machen Sie das Licht aus, wenn Sie das Büro verlassen.
- Prüfen Sie sorgfältig alle Lichtquellen und drehen eventuell überflüssige Leuchten aus.
- Bewegungsmelder und Tageslichtsensoren vermeiden unnötig eingeschaltete Lampen.
- Benutzen Sie Schreibtischlampen anstelle von Deckenlampen, Tischlampen verbrauchen weniger Strom.
- Nutzen Sie wann immer möglich Tageslicht anstelle von künstlichem Licht.
- Erkundigen Sie sich nach alternativen Energiequellen, wie z.B. Solar oder Wind.
- Beziehen Sie Strom von einem unabhängigen, regionalen Ökostromanbieter.

Computer und technische Geräte

- Schalten Sie Bildschirmschoner aus, aktivieren Sie den Schlafmodus am PC.
- ***Achten Sie darauf, dass Ihr Bildschirm nur so hell eingestellt ist, wie Sie es für ein angenehmes Arbeiten benötigen.***
- Ziehen Sie die Netzstecker von allen Geräten, die nicht benutzt werden, um den unnötigen Standby-Modus auszuschalten ***oder verwenden Sie Steckdosenleisten mit Kippschaltern.***
- ***Gehen Sie vor Verlassen des Büros sicher, dass auch Geräte wie Internet-Router und Server, die nach Feierabend nicht benötigt werden, ausgesteckt sind.***
- Nutzen Sie wieder aufladbare Batterien
- Benutzen Sie Laptops statt Desktop-PCs, da diese energieeffizienter sind.
- Mieten Sie Büroequipment statt zu kaufen.
- Wählen Sie Produkte, die ein Energie-Effizienz Siegel haben. Infos hierzu unter <http://www.stromeffizienz.de>

Heizung und Ventilatoren

- Fragen Sie den Vermieter der Büroräume nach Möglichkeiten von Solar- und Windenergie. Ziehen Sie, wenn möglich, Gasheizungen den Ölheizungen vor.
- Regulieren Sie die Heizung über programmierbare Thermostate, bzw. Zeitschaltuhren, die nachts die Heizleistung drosseln.
- Nutzen Sie Ventilatoren statt Aircondition.
- Wenn die Räume beheizt werden, achten Sie darauf, dass Fenster und Türen geschlossen sind. Achten Sie zwischendurch auf vernünftige Belüftung.
- Benutzen Sie nach Möglichkeit keine Heizlüfter. Sollte es keine Alternative geben, sorgen Sie dafür, dass der Lüfter beim Verlassen des Raumes ausgestellt wird.
- Vermeiden Sie auf jeden Fall jede Art von Wärmepilzen.

Papier

- Stellen Sie nach Möglichkeit auf elektronische Kommunikation um und verwenden Sie so wenig Papier wie möglich.
- Benutzen Sie ausschließlich umweltfreundliches Recycling-Papier, **am besten ungebleicht und total chlorfrei (TCF)**.
- **Vermeiden Sie die Verwendung von farbigem Papier. Wenn Sie – für Scripturneuerungen o.ä. farbiges Papier verwenden, achten Sie auch hierbei auf die umweltfreundliche Herstellung.**
- Drucken und kopieren Sie doppelseitig.
- **Drucken Sie Drehbücher im Format DinA5 und benutzen, wenn möglich, wieder verwendbare Bindungen.**
- Nicht benötigte Ausdrücke können Sie als Notizpapier wiederverwenden.
- Nutzen Sie abwischbare Flipcharts und Kreidetafeln für Büroinformationen.
- Nutzen Sie für Ausdrücke dünne Schriftarten. Durch diese Praxis können Sie bis zu 30 Prozent Tinte einsparen. Weitere Infos unter www.ecofont.com/de.
- **Informieren Sie sich über Angebote zu umweltfreundlicher Tinte**
- Verwenden Sie für Hinweisschilder o.ä. Papier und kein Plastik.

Reduzieren des Kraftstoffverbrauchs

- Mieten Sie im Stadtgebiet wenn möglich Elektroautos, sonst Hybrid-Fahrzeuge oder zumindest solche mit geringem Kraftstoffverbrauch.
- Setzen Sie, wann immer möglich, Fahrradkuriere ein.
- Ermuntern Sie die Kollegen mit dem Fahrrad zur Arbeit zu kommen. Infos unter <http://www.nationaler-radverkehrsplan.de/fahrradverleihsysteme/>
- Falls dies nicht möglich ist, bilden Sie Fahrgemeinschaften.
- Nutzen Sie öffentliche Verkehrsmittel wann immer es möglich ist und halten Sie relevante Fahrpläne im Büro bereit.
- Schließen Sie eine Kooperation mit einem Taxiunternehmen, der Umwelntaxen anbietet.
- Legen Sie längere Strecken mit der Bahn zurück
- Nutzen Sie Carsharing-Angebote

Bürobedarf

- Benutzen Sie wieder aufladbare Batterien und Akkus und recycelbare Tonerkartuschen.
- Versuchen Sie nach Möglichkeiten das Büro mit Gebrauchtmöbeln auszustatten oder mieten Sie Möbel.
- ***Achten Sie bei Anmietung oder Kauf eines Druckers/Kopierers darauf, dass Papier doppelseitig bedruckt werden kann.***
- Bitten Sie Lieferanten um minimale Umverpackungen für die bestellten Waren.
- ***Weisen Sie Ihre Lieferanten darauf hin, Ihnen nicht ungefragt Werbematerialien und Kataloge zuzusenden.***
- Nutzen Sie recycelbare Taschen für Einkäufe oder Botengänge.

Reinigung

- Vermeiden Sie chemische Reinigungen. Verwenden Sie ungiftige und biologisch abbaubare Reinigungsmittel, die mit grünem Zertifikat gekennzeichnet sind.
- Kaufen Sie eher Konzentrate und größere Einheiten, um Verpackungsmüll zu vermeiden.

- Benutzen Sie Naturschwämme und Baumwollhandtücher anstatt Papiertücher.

Küche

- Benutzen Sie in der Teeküche kein Wegwerfgeschirr oder -besteck. Wählen Sie Gebrauchsgüter.
- Achten Sie auf Verpackungsmaterial und benutzen Sie Stofftaschen statt Plastiktüten.
- Falls es keine Alternative zum Wegwerfgeschirr geben sollte, benutzen Sie recycelte Papierprodukte und/oder kompostierbare Plastikprodukte.
- Verwenden Sie Kaffee und Tee, der biologisch angebaut und fair gehandelt wird. Wählen Sie große Einheiten, um Verpackungsmüll zu reduzieren.
- Verwenden Sie eine Kaffeemaschine mit Thermoskanne.
- Verwenden Sie keine Kaffeeautomaten die mit Kapseln betrieben werden.
- Benutzen Sie recycelte und chlorfreie Papierfilter.
- Ziehen Sie den Netzstecker, wenn die Kaffeemaschine nicht in Gebrauch ist.
- Tauen Sie regelmäßig Tiefkühlfächer im Kühlschrank ab.
- Achten Sie auf die Innentemperatur des Kühlschranks – diese sollte fünf Grad Celsius nicht überschreiten.
- Verwenden Sie regionales und saisonales Obst und Gemüse.
- Achten Sie bei take a way Ware auf biologisch abbaubare Verpackungen.

Müllvermeidung

- Informieren Sie das Produktionsteam über das Recycelverfahren im Büro.
- Trennen Sie den Abfall. Bieten Sie eindeutig und übersichtlich die Trennmöglichkeiten an. Stellen Sie mehrere Müllcontainer/-eimer auf und vermerken Sie auf diesen deutlich, welcher Abfall in welchen Container kommt.
- Falls möglich kompostieren Sie Bioabfälle. Informieren Sie sich ggf. bei der örtlichen / regionalen Abfallwirtschaft wie z. B. der Stadtreinigung Hamburg.
- Bitten Sie Lieferanten Umverpackungen von größeren Gegenständen zurück zu nehmen.

3.2.2. On Location

Bereits bei der Locationsuche sollte der Location Scout die umweltfreundlichen Kriterien des Grünen Drehpasses berücksichtigen. Als Transportmittel sollte man Elektro- oder Hybridautos einsetzen und wenn möglich, öffentliche Verkehrsmittel oder Fahrrad nutzen. Nach Festlegung der Location muss sichergestellt werden, dass umweltschädigende Einflüsse vermieden, energiesparend und abfallreduzierend gearbeitet werden kann. Empfehlenswert ist, mit der zuständigen Film Commission und den Behörden zusammen zu arbeiten.

Vorbereitung

- Alle Hinweisschilder am Set aus recycelbarem Material einsetzen. Statt Tape besser elastische Gummibänder verwenden.
- Aufstellung der Trennboxen für alle gut sichtbar machen, bei der Gestaltung der Abfallboxen gibt es keine kreativen Grenzen.
- Belieferung der jeweiligen Locations mit Behältern in Zusammenarbeit mit einem ausgewählten Abfallentsorger.
- Bereiten Sie für die Abfalltrennung genaue Kennzeichen vor.
- ***Sensibilisieren Sie Ihr Team dafür, Abfälle möglichst platzsparend zu entsorgen, so dass eine Abholung weniger häufig stattfinden muss und der Mülltütenbedarf verringert werden kann.***
- ***Recherchieren Sie, welcher Recycling-Service den Abfall wie weiterverarbeitet bzw. entsorgt.***

Transport

Gerade im Bereich Transport und Fuhrpark gibt es vielfältige Möglichkeiten, Energie einzusparen.

Benzinverbrauch

- Lassen Sie Motoren nicht ungenutzt laufen.
- Nutzen Sie nach Möglichkeit Elektro – und Hybridfahrzeuge.
- Registrieren und dokumentieren Sie den Benzinverbrauch der Fahrzeuge.

- Bilden Sie, wann immer möglich, Fahrgemeinschaften, nutzen Sie öffentliche Verkehrsmittel oder Carsharing Angebote.
- Geben Sie Anreize für die Darsteller und Crew durch reduzierte Tickets für Bus und Bahn wie z. B. Eco Programm der DB.
- Disponieren Sie so, dass möglichst wenige Einzelfahrten anfallen.
- Benutzen Sie, wenn möglich, elektrische oder solarbetriebene Golfcarts.
- Bieten Sie zusätzlich Fahrräder für Stab und Crew für kürzere Strecken auf einem Gelände an.
- Überlegen Sie, ob Sie Stabmitglieder auszeichnen, die z. B. öffentliche Verkehrsmittel o.ä. nutzen.
- ***Vermeiden Sie, wo möglich, Flugreisen.***
- Nutzen Sie, wenn möglich, Linienflüge statt Charter- oder Privatflüge.
- Nutzen Sie, wenn möglich, Telefon-/Videokonferenzen anstatt Meetings.

Generatoren

- Versuchen Sie, den Einsatz von Generatoren zu vermeiden.
- Wenn möglich, nutzen Sie Anschlüsse des lokalen Öko-Stromanbieter anstatt eines Generators. Informieren Sie sich, ob in der Region Generatoren zur Verfügung stehen, die solarbetrieben sind.
- Nutzen Sie die effizientesten Low-Carbon-Generatoren
- Reduzieren Sie die Emission durch den Einsatz von Partikelfiltern.
- Schalten Sie Generatoren ab, die nicht genutzt werden.

Wohnmobile

- Versuchen Sie, auf Wohnmobile zu verzichten und lokale Unterkünfte zu nutzen.
- Bringen Sie nach Absprache mehrere Schauspieler in einem Wohnmobil unter.
- Nutzen Sie nur LED Lampen oder Eco-Halogenstrahler.
- Mieten Sie, wenn möglich, Fahrzeuge mit Solaranlage für die Klimatisierung.
- Für die Reinigung nur umweltschonende Produkte verwenden.

Ausstattung, Szenenbild und Setdesign

Eine sorgfältige und kreative Planung bei der gesamten Ausstattung kann zu einer erheblichen Reduzierung des Abfalls beitragen. Bei allen Konstruktionen und Bauten sollte man bereits den entstehenden Abfall im Blick haben und entsprechende Trennmöglichkeiten vorbereiten.

Szenenbild, Design, Requisiten

- Das Prinzip der Nachhaltigkeit und Wiederverwertbarkeit sollte bei den ersten Gesprächen in die Planungen mit einfließen.
- Leihen und Mieten statt neu Kaufen, Studio- und andere lokale Fundi bieten oft eine Fülle an Leihmaterial an.
- Flohmärkte und Second Hand Shops besuchen.
- Auf spezifischen Plattformen wie www.goodguide.com und www.green-venture.net nach umweltfreundlichen Produkten suchen.
- Bei Serien oder Reihen sollte der wiederholte Einsatz von Requisiten und Baumaterial berücksichtigt werden. Setbauten oder Requisiten, die nicht mehr verwendet werden können und für die auch keine Lagermöglichkeit besteht, sollten an Schulen oder an karitative Einrichtungen gespendet werden.
- In Hamburg gibt es aktuell eine zentrale Anlaufstelle www.hanseatische-materialverwaltung.de, die Filmsets und Kulissenbau annehmen, lagern und wieder an Projekte liefern, um so einen nachhaltigen Kreislauf zu erzeugen.

Farbe

- Farben sollten möglichst auf Wasserbasis hergestellt und schadstofffrei sein. Achten Sie auf die Umweltzertifikate, mehr Info unter www.emedien.oekotest.de/Farben
- Alte Farben und Farbreste können für die Grundierung neuer Requisiten und Sets genutzt werden.
- Farbreste sollten auf keinen Fall in das Abwasser gelangen, auch dafür gesonderte Sammelboxen aufstellen und fachgerecht entsorgen.

Holzmaterial

- Bauholz sollte, wenn möglich, aus nachhaltiger Forstwirtschaft stammen.
- Beim Holzkauf auf FSC-Siegel achten.
- Kein Tropenholz verwenden, auch bei Sperrholzplatten darauf achten.

Weiteres Material und Zubehör

- Versuchen Sie, wenn möglich, folgende umweltgefährdende Substanzen zu vermeiden: Formaldehyd, Polyvinyl Chloride, Chromium. Mehr Info unter www.umweltbundesamt.de
- EU Ratsbeschluss: Ab Juli 2013 müssen Bauprodukte mit CE-Kennzeichnung über eine Stoffdeklaration verfügen, die besonders besorgniserregende Stoffe ausweist. Die neuen Regeln gelten dann für alle im Binnenmarkt gehandelten Bauprodukte; zum Beispiel Teppichböden, Tapeten oder Betonfertigteile.
- Besser Schrauben als Nägel und Kleber nutzen, weil die Verwertung von Baumaterial leichter ist.
- Bei Nebel und Rauch sollten wasserlösliche Flüssigkeiten verwendet werden.
- Für Feuereffekte besser Propangas statt Benzin verwenden, weil weniger CO₂-Emissionen erzeugt werden.

3.2.3. Catering

Das Catering einer Filmproduktion ist (ob in der Werbung oder auch bei einem Kinoprojekt) ein wichtiger Bestandteil, der die Wertschätzung und die Fürsorge einer Produktion widerspiegelt. Die Ernährung ist unter den teilweise schwierigen Drehbedingungen ein wichtiger Aspekt, um die Schauspieler und Crew bis zum letzten Drehtag bei Laune zu halten. Beim Catering fällt täglich eine Menge Abfall an, der bei guter Organisation auf ein Minimum reduziert werden kann.

- Bei der Auswahl des Caterers den Umweltaspekt ansprechen und die Kriterien des Grünen Drehpasses vorstellen.

- Bezug von Lebensmitteln und Getränken aus regionaler, biologischer und artgerechter Produktion. Achten Sie auf fair gehandelte Produkte mit Zertifizierung. Info unter <http://www.nachhaltigkeitsrat.de/news-nachhaltigkeit>
- Jede Form von Plastikbechern oder Plastikflaschen sowie Polystyrol (Styropor) vermeiden. Wenn nötig, auf Tetrapak-Verpackungen zurückgreifen.
- Einsatz von wiederverwendbarem Geschirr und Besteck
- Ausgabe von persönlichen Thermobechern mit Logo der Produktion an die Schauspieler und Crew für die Befestigung am Gürtel
- Restliche Lebensmittel spenden, soweit diese hygienisch verwertbar sind z. B über die Hamburger Tafel <http://www.hamburger-tafel.de/site/>
- Wenn möglich, eine fleischlose oder fleischarme Kost anbieten, bzw. vor Drehstart eine Befragung starten, um die Nachfrage nach Fleisch und die Offenheit gegenüber Alternativen zu klären.
- Alle Abfallbehälter klar deklarieren und wenn möglich, auch Kompostreste sammeln und verwerten
- Kooperation mit städtischem Abfallentsorger im Vorweg klären und die Motive logistisch durchplanen
- Anschaffung von große Mengen, um Fahrten zu verringern und Verpackungsmaterial zu reduzieren

Wasser

- Generell auf den Einsatz von Plastikwasserflaschen verzichten.
- Kooperation mit den regionalen Wasserwerken eingehen, Aufstellung von mobilen Wasserbars an den Drehorten.
- Falls doch Becher nötig sind, nur aus recyclebarem Material verwenden.
- Immer regionales Mineralwasser auswählen.
- Mobile Wasserstationen an folgenden Orten aufstellen: Produktionsbüro, Set, Maske, Garderoben Bus, Komparsenunterbringung, Cateringwagen.

3.2.4. Kostüm und Maske

- Bei Kostümneukauf sollte man auf umweltfreundliches Material achten, soweit das nach dem Drehbuch möglich ist.

- Ausleih von Kostümen im Fundus und Second Hand Shops berücksichtigen
- Wenn Bügel und Kleidersäcke nicht mehr verwendet werden können, dem Recycling zuführen.
- Nicht mehr benötigte Garderobe an Kleiderfundus, Second Hand Shops oder Altkleidersammlungen geben.
- Ökologische Waschmittel nutzen
- Umweltfreundliche Reinigung wählen nach sichtbarem Umweltzertifikat.
- Zahlreiche Naturkosmetikhersteller bieten mittlerweile vielfältige Produkte an. Info unter www.kontrollierte-naturkosmetik.de
- Wenn möglich, große Mengen anschaffen, um Verpackungen zu reduzieren.
- Wiederbefüllbare Pumpsprays statt Spraydosen verwenden.
- Umweltfreundliche Kosmetiktücher und Pads aus 100 Prozent Altpapier verwenden.

3.2.5. Licht und Kamera

- Energiesparende Leuchtmittel mit niedrigem Verbrauch sind empfehlenswert.
- Immer Netzstrom dem Einsatz von Generatoren vorziehen. Infos unter www.oekostromanbieter.de
- Beim Einsatz von Generatoren auf neueste Modelle mit sparsamem Verbrauch achten.

3.2.6. Postproduktion

- Im Zuge einer digitalen tape-less-Produktion fallen im Arbeitsprozess weniger umweltschädliche Entwicklungsprozesse an.
- Vertrieb nur online über EPK's.
- ***Erstellen Sie Digital Cinema Packages (DCPs) statt 35mm-Kopien (Verhandeln Sie dies ggf. auch so mit Verleih und Vertrieb.)***
- ***Verwenden Sie wieder verwertbare Datenträger, z. B. USB Sticks anstatt CDs und DVDs***
- ***Entscheiden Sie sich, wo möglich, für online Datentransfer anstatt Kurierdienstleistungen in Anspruch zu nehmen.***

- *Bevor Sie neue Soft- und Hardware anschaffen, überprüfen Sie, ob ein problemloses Arbeiten auch auf älteren, schon vorhandenen Systemen möglich ist. Besprechen Sie dies mit den jeweiligen Departments.*
- *Achten Sie darauf, dass die Wege zwischen den einzelnen Departments in der Postproduktion (Schnitt, SFX, Sounddesign, Mischung, Farbkorrektur) kurz sind um unnötige Transportwege zu vermeiden.*
- *Achten Sie darauf, dass Computer und andere Geräte in der Postproduktion während Pausen und nach Arbeitsende in den Ruhezustand versetzt bzw. ausgeschaltet werden.*
- In Pressemitteilungen und im Bonusmaterial der DVD auf die umweltfreundliche Herstellung des Projektes hinweisen.

3.2.7. Nach der Produktion

- Zeichnen Sie ihr grünstes Teammitglied / das grünste Department aus.
- Gestalten Sie auch weitere Veranstaltungen in Verbindung mit der Produktion nachhaltig, wie z. B. das Abschlussfest und die Premiere.
- Nehmen Sie eine nachhaltige Produktion aktiv in die Pressearbeit und Promotion mit auf, um zusätzliche Aufmerksamkeit zu generieren.
- Führen Sie einen Soll-Ist-Vergleich mit dem Nachhaltigkeitsbeauftragten der Produktion anhand seiner Erfahrung und dem CO₂-Fußabdruck.
- Bitten Sie Ihre Crewmitglieder um Feedback und leiten Sie dieses an alle Departments, Kollegen und die Film Commission weiter, um die Erfahrungswerte zu vermehren.

4. „Green Producing“ – Rahmenbedingungen und Herausforderungen

Nachdem ich im bisherigen Teil der Arbeit in meiner Bestandsaufnahme die bisherigen Entwicklungen zum „Green Producing“ erläutert habe und als konkrete Richtlinien für die praktische Umsetzung bei der Filmproduktion den Best-Practice-Guide der FCHSH ergänzt habe, werde ich im folgenden Kapitel untersuchen, wie sich die Rahmenbedingungen für das „Green Producing“ gestalten. Dies ist relevant um über die bis hierher erläuterten Umstände hinaus aufzuzeigen, an welchen Stellen Handlungsbedarf besteht.

Wie in meiner Bestandsaufnahme der bisherigen Untersuchungen, Initiativen und Entwicklungen immer wieder deutlich wird, trägt das Umfeld, in dem ein Film produziert wird, einen wichtigen Teil dazu bei, dass die nachhaltige Umsetzung grüner Produktionsmaßnahmen überhaupt konsequent möglich ist. Aus diesem Grund werden im folgenden Kapitel einschlägige Rahmenbedingungen auf ihre Klimaverträglichkeit hin untersucht. Der Fokus liegt, im Hinblick auf diesen vierten Teil meiner Arbeit, auf Deutschland, wo vor allem die Filmförderlandschaft und die Fernsehsender – als Hauptfinanzierungsquellen für deutsche Filmproduktionen – eine Rolle spielen. Darüber hinaus werden in diesem Kapitel auch die besonderen Herausforderungen beleuchtet, denen sich Produzenten stellen müssen, die auf Nachhaltigkeit beim Produktionsprozess ihrer Filme und Sendungen Wert legen. Die untersuchten Herausforderungen für grünes Produzieren bestehen allgemein und länderunabhängig. Wichtig sind hierbei besonders finanzielle Aspekte beim „Green Producing“ und die Problematik des so genannten „Green Washings,“ denn leider wird die Behauptung, dass grün produziert wird, gelegentlich nur dazu benutzt, ein attraktives Marketinginstrument für sich in Anspruch zu nehmen. Zuletzt werde ich in diesem Teil meiner Arbeit einen Blick auf internationale Koproduktionen werfen, da diese aufgrund guter europäischer Fördermöglichkeiten auch für deutsche Produzenten von großem Interesse sind. Die CO₂-Bilanz internationaler Koproduktionen ist im Vergleich zu regionalen oder nationalen Produktionen ohnehin wesentlich größer, denkt man nur an die CO₂-intensiven Reisen. Allein deshalb lohnt es sich, auch internationale Koproduktionen ins Blickfeld zu nehmen.

4.1. Regionalförderung – der kulturelle Pluralismus als Belastung für die Umwelt?

Betrachtet man das föderale Fördersystem in Deutschland so wird deutlich, dass neben wenigen nationalen Filmfördermöglichkeiten wie der Produktionsförderung der Filmförderanstalt (FFA), des Deutschen Filmförderfonds (DFFF) und des Bundeskulturministeriums (BKM) die Regionalförderung eine der klassischen Hauptfinanzierungsmöglichkeiten für Kinofilme in Deutschland ist. Die jeweiligen regionalen Fördereinrichtungen begreifen sich als Filmkultur- und Filmwirtschaftsförderung. Sie wollen „zur Steigerung der Qualität der Film- und Fernsehproduktion und der Leistungsfähigkeit der [jeweiligen] Produktionswirtschaft beitragen und eine vielfältige Kulturlandschaft gewährleisten.“¹⁶⁸ Ohne Frage gelingt dieses Vorhaben, wie es auch der Geschäftsführer der deutschen Produzentenallianz Christoph E. Palmer jüngst bewertete: „Die dezentrale Gestalt der dualen Medienordnung in der Bundesrepublik Deutschland und die Intensivierung der Länderförderungen in den vergangenen zwei Jahrzehnten haben das regionale Bild der deutschen Film- und Fernsehproduktionswirtschaft noch vielfältiger werden lassen.“¹⁶⁹ Aus diesem Blickwinkel betrachtet ist die regionale Filmförderung ein nicht mehr wegzudenkendes Finanzierungsinstrument, das die deutsche Filmbranche nachhaltig unterstützt und stärkt.

Sieht man jedoch die dezentrale Vergabe von Fördergeldern unter einem klima- und umweltpolitischen Blickwinkel, so zeigt sich, dass das System in seiner derzeitigen Form eine erhebliche, oft unnötige Zusatzbelastung darstellt. Das erklärt sich folgendermaßen: Um die regionale Wirtschaftsförderung zu erreichen, verlangen die Förderer, dass der Filmhersteller einen Regionaleffekt erbringt. Er muss mindestens so viel Geld in der unterstützenden Region ausgeben, wie er von der dortigen Förderung bekommt. Bei der Filmförderung Baden-Württemberg (MFG) liegt der zu erbringende Regionaleffekt bei 120 Prozent.¹⁷⁰ Bei einer Förderhöhe von 100.000,00 Euro müssen

¹⁶⁸ vgl. <http://www.fff-bayern.de/index.php?id=foerderung>, „Richtlinien für die Bayerische Film- und Fernsehförderung“, Stand: 07. Juni 2012, Seite 1, 1.1

¹⁶⁹ vgl. <http://www.produzentenallianz.de/die-produzentenallianz/produktion-in-deutschland.html>, „Garant der Kulturvielfalt“, Christoph E. Palmer, Juli/August 2012

¹⁷⁰ vgl. <http://www.mfg.de/film/>, Vergabeordnung 2011, Seite 4, 2.1

dementsprechend insgesamt 120.000,00 Euro für das Filmprojekt in Baden-Württemberg ausgegeben werden. Bei gleicher Fördersumme durch den FilmFernsehFonds Bayern sind es mindestens 150.000,00 Euro, also ein Regionaleffekt von 150 Prozent. Wird dieser nicht erfüllt, so muss die Förderung in der Höhe zurückgezahlt werden, in der der Effekt nicht anerkannt wurde. Dies ist ein ernst zu nehmendes finanzielles Risiko, für die eher mittelständische, eigenkapitalschwache Produzentenlandschaft in Deutschland. Bei einer durchschnittlichen deutschen Kinofilmproduktion ist im Normalfall davon auszugehen, dass die meisten Gelder dort ausgegeben werden, wo die Dreharbeiten stattfinden. Da es üblich ist, zur Finanzierung eines Kinospießfilms mehrere Regionalförderungen zu kombinieren, ist es für den Produzenten eine große Herausforderung, alle Regionaleffekte ordnungsgemäß zu erbringen. Dies führt fatalerweise in vielen Fällen zum so genannten „Fördertourismus“¹⁷¹. Ein Phänomen, das der FAZ-Journalist Marcus Theurer sehr verärgert wie folgt beschreibt: „In der Regel reisen die Filmteams während der Produktion kreuz und quer durchs Land, nur um den Vergaberichtlinien zu genügen. Szenen, die eigentlich in Ostberlin spielen, müssen dann im Ruhrgebiet nachgestellt werden, weil die dortige Filmstiftung NRW mitbezahlt.“¹⁷² Abgesehen davon, dass die Produktion entsprechend viel „Geld an Hotels und Reisekosten verliert, welches sich nicht auf der Leinwand als Production Value wiederfindet“¹⁷³ trägt sie so eine große Mitverantwortung an eigentlich überflüssigem CO₂-Ausstoß. Dieser wäre leicht zu verhindern, würde man den Film regionaler produzieren und auf Reisen in Zusammenhang mit Dreharbeiten, die nur der Effekterbringung dienen, verzichten.

Der eben beschriebene Fördertourismus erscheint auch im Bereich der Postproduktion: Nicht selten werden Postproduktionsarbeiten auf Dienstleister in unterschiedlichen Bundesländern aufgeteilt, um Regionaleffekten gerecht zu werden. Das bedeutet auch an dieser Stelle einen hohen Bedarf an Transport- und Kurierdiensten, die einen beachtlichen CO₂-Ausstoß verursachen.

¹⁷¹ vgl. <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/netzwirtschaft/medien-aufbruch-im-deutschen-filmfoerderdschungel-1143287.html>, Markus Theurer, 04.02.2004

¹⁷² ebd.

¹⁷³ vgl. <http://www.mediabiz.de/film/news/sieben-persoennliche-fragen-an-hagen-bogdanski/320554>, München, 19.06.2012

Unter den aktuellen Förderbedingungen in Deutschland ist das Produzieren ohne regionaleffektbedingte Reisen fast unmöglich. Schließlich ist die Teilfinanzierung eines Kinofilms in Deutschland durch Regionalförderungen - wie schon zu Beginn dieses Kapitels beschrieben - für die Produzenten schier unverzichtbar. Vielleicht lassen sich in Zukunft Möglichkeiten finden, das System klimafreundlicher zu gestalten, ohne die regionale Vielfalt aufzugeben. Eine größere Bündelung in unterschiedliche Produktionsstadien könnte dazu beitragen, zu viele Drehortwechsel zu vermeiden.¹⁷⁴ Mit solchen Schritten erreichen dann Förderer und Produzenten eine günstigere Umwelt- und Klimabilanz.

Die Grundproblematik bleibt jedoch vorerst unauflösbar bestehen: Zwar könnte man den verpflichtenden Regionaleffekt der einzelnen Bundesländer zugunsten des Klimaschutzes senken, wenn dadurch nachweislich CO₂-Ausstoß durch unterschiedliche Produktionsstandorte vermieden wird. Dies würde jedoch Einbußen für die regionale Wirtschaft und eine Schwächung des kulturellen Pluralismus nach sich ziehen und damit dem erfolgreichen dezentralen System widersprechen. Bis für diesen Konflikt eine Lösung gefunden ist, mag noch einige Zeit vergehen. Diese Zeit sollten die Förderinstitutionen nicht ungenutzt verstreichen lassen und sich daher intensiv mit umwelt- und klimarelevanten Aspekten der Produktion befassen. Darüber hinaus könnte auch eine interne Überprüfung der Arbeitsmethoden der Förderinstitutionen stattfinden. Würden sie beispielsweise Förderanträge nicht in vielfach gedruckter Ausfertigung anfordern, sondern unkompliziert auf digitalem Weg, könnte viel CO₂-Ausstoß vermieden werden – man denke nur an die Mengen von Papier und Toner beziehungsweise Tinte, die in Anspruch genommen werden müssen, um Anträge ordnungsgemäß einzureichen, ganz zu schweigen von den Kurierdienstleistungen, die für die Zustellung notwendig sind.

¹⁷⁴ vgl. Interview: Peetzen, Helen, 07.12.2012

In jedem Fall ist zu erwarten, dass das Engagement der FCHSH weiterbesteht und keine Ausnahmeerscheinung unter deutschen Förderinstitutionen bleibt. Erste Zeichen dafür gibt es. Laut Helen Peetzen von der FCHSH „steht das Thema [...] auf der Agenda aller Förderungen. Welche Konzepte die einzelnen Länder konkret verfolgen [weiß sie] allerdings nicht.“¹⁷⁵ Im besten Fall könnte über das Netzwerk der unterschiedlichen Förderinstitutionen eine förderübergreifende Nachhaltigkeitskampagne beginnen, die die gesamte deutsche oder sogar europäische Filmlandschaft erreicht. Die Strukturen hierfür sind durch Netzwerke wie das European Film Commissions Network und Cine-Regio schon vorhanden und müssten nur noch aktiviert werden, um länderübergreifende Standards zu entwickeln.

4.2. Das Engagement deutscher Fernsehsender

Das deutsche Fernsehen ist – neben den unterschiedlichen Förderinstitutionen – der zweite wichtige Finanzierungspartner unserer Filmbranche. Wie Michael Geidel in der Diskussionsrunde des Experten-Panels der Climate Media Factory am 25.10.2012 in Potsdam sagte: „Eine Kinoproduktion ohne Beteiligung eines Senders ist ja sehr schwer zu realisieren in Deutschland.“¹⁷⁶ Darüber hinaus tragen die Sender selbst einen enormen Beitrag zum Produktionsvolumen und dadurch auch erheblich zum anfallenden CO₂-Ausstoß audiovisueller Inhalte bei. Dies bestätigt auch Dr. Dietrich Reupke, Referatsleiter Medien und Rundfunk der Senatskanzlei Berlin: „Filmproduktion ist ja nur zum kleinen Teil Kinofilmproduktion. Die entscheidenden Schrittmacher sind [...] die Fernsehveranstalter. Wenn man die nicht gewinnt, die dann die Auftraggeber sind oder auch selber produzieren, dann kann man [...] grünes Bewusstsein im Filmemachen nicht wirkungsvoll umsetzen.“¹⁷⁷ Aus diesem Grund ist es wichtig zu untersuchen, ob deutsche Fernsehsender in diesem Sinne echtes Engagement im Hinblick auf nachhaltige Produktionen an den Tag legen, sich ernsthaft um die Umsetzung grüner

¹⁷⁵ vgl. Interview: Peetzen, Helen, 07.12.2012

¹⁷⁶ vgl. Geidel, Michael: Podiumsk Diskussion auf dem Experten-Panels der Green Film Initiative in Potsdam-Babelsberg am 25.10.2012 (im Anhang)

¹⁷⁷ vgl. Dr. Reupke, Dietrich: Podiumsk Diskussion auf dem Experten-Panels der Green Film Initiative in Potsdam-Babelsberg am 25.10.2012

Maßnahmen bemühen und Auftrags- oder Koproduzenten bei entsprechenden Initiativen unterstützen.

Laut Helen Peetzen von der FCHSH gibt es zurzeit leider kein Engagement deutscher Fernsehsender für das grüne Produzieren von Filmen. Zwar hat „der NDR¹⁷⁸ [...] die Wichtigkeit des nachhaltigen Produzierens [...] betont, aber noch nicht wirklich aktiv gehandelt.“¹⁷⁹ Weitere Recherchen über die Internetpräsenz verschiedener Sender bringen kaum Ergebnisse. Nur auf der Website des Zweiten Deutschen Fernsehens (ZDF) findet sich eine kleine Rubrik zum Thema „Umweltschutz im Unternehmen ZDF.“¹⁸⁰ Aus ihr geht hervor, dass der Sender seine Selbstverpflichtung die Programminhalte betreffend wahrnimmt – von der Produktion ist dabei nicht die Rede.¹⁸¹ Außerdem erfolgte eine Umstellung, so dass jetzt „im Rahmen von Sanierungsmaßnahmen der Sanitärbereiche im Verwaltungsgebäude im Sendezentrum 1 [...] die Toilettenspülungen [...] von Brunnenwasser statt von Frischwasser gespeist [werden] [...], [was zu einer] jährliche[n] Einsparung von ca. 6.000 m³ Frischwasser und ca. 12.000 Euro [führt].“¹⁸² Aus dem im Internet veröffentlichten Text geht zudem hervor, dass betriebliche Abläufe ganzheitlich betrachtet, analysiert und verbessert werden, um eine „betriebliche Umweltvorsorge“ zu bewirken.¹⁸³ Zuletzt wird an Mitarbeiter, Geschäftspartner, Nachbarn, Lieferanten, Behörden und die interessierte Öffentlichkeit appelliert, um diese ebenfalls zum aktiven Mitwirken für den Umweltschutz zu motivieren.¹⁸⁴

Es lassen sich jedoch keine Hinweise darauf finden, ob dieser Aufruf in der Praxis auch auf die Herstellung von Filmen und anderen audiovisuellen Inhalten angewendet wird. Konkrete Fallbeispiele, bei denen grüne Maßnahmen während eines Drehs angewandt wurden bzw. Handlungsempfehlungen für Produzenten werden nicht genannt. Es entsteht

¹⁷⁸ NDR steht als Abkürzung für Norddeutscher Rundfunk

¹⁷⁹ vgl. Interview: Peetzen, Helen, 07.12.2012

¹⁸⁰ vgl. <http://www.unternehmen.zdf.de/index.php?id=597&artid=441&backpid=576&cHash=77546571fe31c2d108d78eda2d1dd84a>

¹⁸¹ ebd.

¹⁸² ebd.

¹⁸³ ebd.

¹⁸⁴ ebd.

dadurch der Eindruck, dass die tatsächliche Produktion bislang außen vor gelassen wurde. Auf dem bereits erwähnten Experten-Panel zum Thema „Green Producing“ bemängelt Pit Krause, Herstellungsleiter der Serie „Der Landarzt“, das fehlende Engagement der Fernsehsender: „[Es läuft] stockend, weil die Sender nicht mitziehen. Das ist das ganz große Problem. [...] Die großen Schritte funktionieren nicht.“¹⁸⁵ Im weiteren Verlauf des Panels gibt er ein konkretes Beispiel: „Wir drehen jetzt eine Serie in Berlin, auch für's ZDF, und wir haben uns nachhaltiges Catering anbieten lassen. Das hätte uns 45.000 Euro mehr gekostet. [...] Natürlich spar ich auf der anderen Seite mehr, [...] das kompensiert das aber nicht ganz. [...] Das ZDF interessiert sich schon dafür, ist aber nicht bereit, diese Mehrkosten zu tragen.“¹⁸⁶ Ob nachhaltiges Catering für eine Serie tatsächlich Mehrkosten in Höhe von 45.000 Euro verursachen darf, werde ich im Kapitel 4.3.1. erörtern. Pit Krause's Aussage macht jedenfalls deutlich, dass ihm für die praktische Umsetzung klima- und umweltschonender Maßnahmen konkrete Unterstützung von Seiten der Sender – zumindest was finanzielle Aspekte betrifft – fehlt.

Während des schon erwähnten Symposiums wurde weiterhin die Frage diskutiert, wie nun Impulse für mehr Engagement bei den deutschen Fernsehsendern gesetzt werden können. Hierzu hofft Dr. Reupke darauf, dass dies in den Gremien nun realisiert werden könnte: „Der Staatssekretär im Fernsehrat des ZDFs kann die Frage stellen: „Was macht ihr denn eigentlich für grüne Produktionen?“ Das sind [...] Prozesse, die jetzt auch laufen müssen um das Thema weiterzuspielen.“¹⁸⁷ Mitglied im Fernsehrat ist seit kurzer Zeit unter anderem Frau Eva Hubert.¹⁸⁸ Sie ist Geschäftsführerin der FFHSH und hat durch die in ihrer Förderung gegründete Initiative „Grüner Drehpass“ schon Erfahrungen im Bereich nachhaltiger Filmproduktionen sammeln können. Mit ihr ist das Thema gerade erstmalig auf der Agenda des Gremiums

¹⁸⁵ vgl. Krause, Pit: Podiumsk Diskussion auf dem Experten-Panel der Green Film Initiative in Potsdam-Babelsberg am 25.10.2012

¹⁸⁶ ebd.

¹⁸⁷ vgl. Dr. Reupke, Dietrich: Podiumsk Diskussion auf dem Experten-Panel der Green Film Initiative in Potsdam-Babelsberg am 25.10.2012

¹⁸⁸ vgl. Geidel, Michael: Podiumsk Diskussion auf dem Experten-Panel der Green Film Initiative in Potsdam-Babelsberg am 25.10.2012

gelandet.¹⁸⁹ Sollte Eva Hubert mit ihrem Anliegen im Fernsehrat Gehör finden, so gibt es also eine Aussicht darauf, dass zumindest das ZDF sich zeitnah mit nachhaltigen Produktionsmaßnahmen auseinandersetzt. Ob andere Sender ein solches Engagement aufgreifen und sich dem grünen Produzieren verpflichten wird sich zeigen.

4.3. Finanzielle Aspekte beim „Green Producing“

Wer sich dafür entscheidet, seine Filme umwelt- und klimaschonend zu produzieren, wird mit der Frage konfrontiert, ob grünes Produzieren eine zusätzliche finanzielle Belastung für das Budget darstellt. Dieser Frage nachzugehen ist bedeutsam, da Filmproduktionen in Deutschland im Normalfall unter einem großen finanziellen Druck entstehen und die Budgets genau an die Bedürfnisse des zu entstehenden Films angepasst sind, wobei Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz bislang in keiner Weise berücksichtigt werden. Aus diesem Grund sind zusätzliche Ausgaben für den Umweltschutz aus der Perspektive der beteiligten Filmschaffenden kein leicht gemachtes Zugeständnis. Schon im Vorfeld müssen sie zur Realisierung ihrer Filme Kompromisse eingehen, die sie in ihrer Kreativität stark einschränken. Also untersuche ich zunächst, ob durch umwelt- und klimaschonendes Arbeiten in der Tat zusätzliche Kosten entstehen – auch ein Spareffekt wäre denkbar. Außerdem wird der Umstellungsprozess auf grüne Produktionsmaßnahmen berücksichtigt. Darüber hinaus werde ich überprüfen, ob es derzeit in Deutschland zusätzliche Finanzierungsmöglichkeiten für die Umsetzung umwelt- und klimaschonender Handlungen bei der Herstellung von Filmen gibt.

4.3.1. Belastet „Green Producing“ das Budget?

Bei der Frage nach Mehr- oder Minderkosten unterscheide ich zunächst, wie entschieden nach Umwelt- und Klimaschutzkriterien gearbeitet wird. Nimmt sich ein Produzent vor, seinen Film in Hinblick auf die gesamte Produktion „klimaneutral“ herzustellen, so muss er auf jeden Fall mit Kosten für den Ausgleich der CO₂-Emission rechnen. „Der Ausgleich von

¹⁸⁹ vgl. Geidel, Michael: Podiumskiskussion auf dem Experten-Panel der Green Film Initiative in Potsdam-Babelsberg am 25.10.2012

Treibhausgasemissionen erfolgt durch den Kauf von Emissionszertifikaten, die aus Klimaschutzprojekten stammen.”¹⁹⁰ Je nachdem, in welches Klimaschutzprojekt investiert wird, „reichen [die Preise] dort von neun bis 25 Euro pro Tonne CO₂-Äquivalente.“¹⁹¹ Stellt man sich nun eine Filmproduktion vor, die nach Umsetzung klimaschonender Maßnahmen eine CO₂-Emission von 30 Tonnen verursacht, fallen Kosten für den Emissionsausgleich zwischen 270 Euro und 750 Euro an. Dies ist eine Summe, die in einem normalbudgetierten Kinospießfilm keine ernsthaften finanziellen Schwierigkeiten machen dürfte.

Auch wer sich nicht gleich die vollständige Klimaneutralität auf die Fahnen schreibt, kann anhand anderer konkreter Überlegungen der Frage nach Mehr- oder Minderaufwänden in diversen Bereichen auf den Grund gehen.

Zwei Gesichtspunkte fallen bei der Frage nach den Kosten beim klima- und umweltschonenden Produzieren von Filmen ins Gewicht. Das sind Einsparungen zugunsten der Umwelt einerseits und höhere Ausgaben durch die Verwendung umweltfreundlicher Produkte und Dienstleistungen andererseits. So sollen Material- und Stromverbrauch sowie Transporte und Reisen auf ein Minimum reduziert werden. In vielen Fällen liegt es auf der Hand, dass dadurch bestimmte Ausgaben gar nicht erst anfallen und auf diesem Wege definitiv hohe Einsparungen erzielt werden. Der Verzicht auf Reisen, wenn man stattdessen Verhandlungen via Telefonkonferenzen oder zeitgenössischer Technik wie Videokonferenzen, zum Beispiel mit Skype, führen kann, ist eine spürbare Entlastung für jedes Budget. Bei Materialien muss möglicherweise die Abnahmemenge des jeweiligen Materials mit berücksichtigt werden, da bei geringerer Abnahme der Preis im Verhältnis teurer ist. So kann eine Produktion, die einen normalen Kopierpapierverbrauch von 150.000 Blatt hat, diesen durch Umweltmaßnahmen wie doppelseitiges Drucken oder digitale Verteilung der Tagesdispositionen auf vielleicht 90.000 Blatt senken. Allerdings muss man davon ausgehen, dass die Kosten für das benötigte Papier in etwa gleich bleiben. Schließlich sollte neben dem im Verhältnis höheren

¹⁹⁰ vgl. <http://www.climatepartner.com/zertifikate.html>

¹⁹¹ vgl. Interview: Schwarz, Katja, 19.10.2012

Abnahmepreis, auch ein Mehraufwand für Recycling-Papier mitberechnet werden, wie aus dem folgenden Preisvergleich ersichtlich ist.

**Preisvergleich zwischen herkömmlichem Kopierpapier und 100% Recyclingpapier
telefonisch erfragt bei Staples Bürobedarf am 13.12.2012***

Preis pro	Herkömmliches Kopierpapier	100% Recyclingpapier
Pack (=500 Blatt)	3,50€	5,99€
Karton (= 2.500 Blatt)	15,00€	26,99€
Karton ab Abnahme von 40 Kartons (40 Kartons = 100.000 Blatt)	15,00€	22,99€
Ergebnis:		
90.000 Blatt (36 Kartons)	540,00€	971,64€
150.000 Blatt (60 Kartons)	900,00€	1.379,40€

* Kurzzeitige Sonderangebote für herkömmliches Kopierpapier sind in diesem Preisvergleich nicht berücksichtigt.

Den finanziellen Einsparpotenzialen durch Vermeidung und Reduktion steht ein möglicher Mehrkostenaufwand für speziell umweltschonende Produkte und Dienstleistungen gegenüber. Bei der Inanspruchnahme eines Cateringunternehmens, das vorwiegend regionale und biologische Produkte verwendet, muss man mit höheren Ausgaben rechnen als bei Unternehmen, die konventionell hergestellte Lebensmittel kostengünstig im Großhandel beziehen. An dieser Stelle möchte ich nochmals kurz auf die von Pit Krause auf dem Experten-Panel angesprochenen Mehrkosten für nachhaltiges Catering eingehen. Dass ein solches tatsächlich 45.000 Euro Mehrkosten verursachen soll, erscheint sehr hoch. Man muss zwar, wie Rainier Jablonka von Mundwerk-Catering darstellt, beim Wareneinkauf fürs Catering mit einem Aufschlag von 50 bis 100 Prozent rechnen, wenn man sich auf den Kauf nachhaltiger Produkte beschränkt.¹⁹² Dennoch: ein Vollcatering kostet bei Mundwerk-Catering – ein Caterer, der schon seit längerer Zeit auf eine

¹⁹² telefonisch erfragt von Rainier Jablonka, Geschäftsführer Mundwerk-Catering GbR, 29.11.2012

nachhaltige Arbeitsweise und die Verarbeitung von Bioprodukten Wert legt – pro Person und Tag 24 Euro. Mit diesem Betrag liegt das Unternehmen im mittleren Kostenbereich für Filmcatering.¹⁹³ Jablonka errechnet für ein komplett nachhaltiges Catering – was jedoch noch nie bei ihm angefragt wurde – mit Mehrkosten für den Produzenten zwischen drei und sieben Euro pro Person und Tag.¹⁹⁴ Bei einem Drehstab von 35 Personen¹⁹⁵ wären Zusatzkosten in Höhe von 45.000 Euro dementsprechend erst nach 183 bis 428 Drehtagen erreicht, was die normale Drehdauer einer Staffel für eine TV-Serie weit übersteigt. Der Dreh einer 45-minütigen Folge nimmt in der Regel acht Tage in Anspruch,¹⁹⁶ eine Serienstaffel mit 13 Folgen à 45 Minuten¹⁹⁷ wäre dementsprechend nach 104 Tagen abgedreht. Die Mehrkosten dürften in diesem Fall also maximal 25.480 Euro betragen. Die von Pit Krause aufgerufenen Mehrkosten liegen knapp 20.000 Euro über den von mir errechneten oder sogar noch weit höher, sollte es sich um eine Staffel handeln, für die – wie üblich – eher weniger Folgen geplant sind.¹⁹⁸ Unabhängig davon, welche Faktoren zu der von ihm berechneten Summe führen, kann aus den Angaben von Caterer Jablonka weiterhin für einen Kinospießfilmdreh mit 35 Drehtagen und einem Drehstab von 35 Personen errechnet werden, dass die Ausgaben für nachhaltiges Catering statt 29.400 Euro (für normales Catering) zwischen 33.075 und 37.975 Euro liegen würden. Daraus folgen also Mehrkosten in Höhe von 3.675 bis 8.575 Euro.

Um ein weiteres Beispiel anzuführen: Wird beim Setbau nur mit zertifiziertem Holz und anderen umweltschonenden Baumaterialien gearbeitet, so muss der Produzent, genauer gesagt der verantwortliche Szenenbildner, mit einem

¹⁹³ Eine telefonische Anfrage bei dem Serien-erfahrenen Produktionsleiters Georg Bonhoeffer ergab, dass er mit Cateringkosten i.H.v. 22 bis 23 Euro pro Person pro Tag gerechnet werden kann. (13.12.2012)

¹⁹⁴ telefonisch erfragt von Rainier Jablonka, Geschäftsführer Mundwerk-Catering GbR, 29.11.2012

¹⁹⁵ Georg Bonhoeffer geht erfahrungsgemäß von einem durchschnittlichen Drehstab von 27 bis 35 Personen inkl. Darsteller aus.

¹⁹⁶ telefonisch erfragt von Georg Bonhoeffer, 13.12.2012

¹⁹⁷ Laut Georg Bonhoeffer die größte übliche Staffelgröße. Häufig sind es nur 7 oder 8 Folgen pro Staffel.

¹⁹⁸ Bei der Produktion von nur 8 Folgen à 45 Minuten betragen die Mehrkosten bei 7 Euro Aufschlag und 35köpfigem Team nur 15.680 Euro.

Mehraufwand in Höhe von etwa 25 Prozent rechnen.¹⁹⁹ Im Zuge seiner Arbeit hat der Szenenbildner jedoch – je nach inhaltlichen Voraussetzungen im Drehbuch – die Möglichkeit recycelte Ware zu kaufen und so an anderen Stellen Einsparungen vorzunehmen. Auch Kostüme werden oftmals im Gebrauchtwarenhandel zu günstigen Preisen gekauft. Auf diese Weise kann man versuchen, auch hier das finanzielle Gleichgewicht wieder herzustellen. Vorstellbar ist darüber hinaus eine Einsparung durch Verwendung von übrig gebliebenen oder wiederverwertbaren Materialien früherer Produktionen, die, statt entsorgt zu werden, gelagert wurden. Dies wird zur logistischen Herausforderung, da die Kosten der Lagerung im Verhältnis zur Häufigkeit der Wiederverwendung der aufbewahrten Dinge stehen müssen. Falk Baumgarten, Herstellungsleiter bei Ninety Minute Film, berichtet, dass die Firma ein 355 Quadratmeter großes Lager für eine Monatsmiete in Höhe von 1.115 Euro angemietet hatte um getätigte Anschaffungen wieder verwenden zu können. Allerdings wurde dieser Fundus mittlerweile aus zwei Gründen wieder aufgegeben. Zum einen wegen der zu hohen Mietkosten und zum anderen, da es nicht gelang ein gutes Lagersystem anzulegen. Dieses hätte eine kontinuierliche Katalogisierung erfordert, damit Folgeproduktionen schnell auf Materialien zugreifen können. Hierfür wäre nötig, den Außenrequisiteur nach Ende der Dreharbeiten länger anzustellen, was wiederum eine zusätzliche Belastung für das Budget dargestellt hätte.²⁰⁰ Langfristig und durch die Zusammenarbeit verschiedener Produktionen könnte sich hier aber ein nachhaltiges System entwickeln. Unternehmen wie die Film- und Theaterausstattung (FTA) zeigen die Realisierbarkeit eines solchen. Auch der Kostümfundus Wellenstein bietet ein Kreislauf-System an. Wellenstein kauft nach Drehende Kostüme für 50 Prozent des Neupreises ab und erstellt der Produktionsfirma über diese Summe eine Gutschrift für die nächste Anmietung.²⁰¹

¹⁹⁹ vgl. <http://www.pgagreen.org/index.php/resources/sustainability-reports>, „Away We Go Sustainability Report“, S. 9f

²⁰⁰ telefonisch erfragt von Falk Baumgarten, Herstellungsleiter bei Ninety Minute Film, 17.12.2012

²⁰¹ <http://wellenstein-fundus.de/about.html>

Für eine Verringerung der Stromkosten gilt: Stellt man in den Produktionsbüros, am Set und im Studio auf Ökostrom um, fallen hierfür zunächst Mehrkosten an.²⁰² Da aber das Drehteam bewusster mit der elektrischen Energie umgeht und gegebenenfalls auch andere, energieeffizientere Beleuchtungsmittel einsetzt, wird absehbar weniger Strom benötigt. Die Odeon-Kinogruppe konnte ihre Stromkosten ab dem Moment merklich senken, ab dem sie die Verantwortlichen für grüne Vorgehensweisen sensibilisierte.²⁰³

Ob ein finanzielles Gleichgewicht für den gesamten Prozess der Filmproduktion herstellbar ist, kann anhand der eben beschriebenen Einzelbeispiele einer Produktion nicht allgemeingültig beantwortet werden. Schließlich bestehen Filmproduktionen immer aus vielen, sich bedingenden Aspekten und Teilen, die alle mit stark variierenden Kosten verbunden sind. Jede Kalkulation ist genau auf die Erfordernisse des Films angepasst. Da die unterschiedlichen Posten in einer Kalkulation auch unterschiedliche Spielräume zulassen, ist es nicht möglich, für jeden Film eine gleichartige Antwort auf die Kostenfrage zu finden. Außerdem spielt es eine entscheidende Rolle, wie umfassend und konsequent klima- und umweltschonende Maßnahmen umgesetzt werden. Der Morgan Stanley Capital World Index (MSCI) stellte – wenn auch nicht speziell auf die Filmbranche bezogen - fest, dass ein eindeutig positiver Zusammenhang zwischen Nachhaltigkeitsmaßnahmen und Rentabilität besteht. Die Studie des MSCI belegt, dass Firmen, die ihre Nachhaltigkeitsmaßnahmen zwischen den Jahren 2006 und 2008 verbesserten, ihre Konkurrenten auf finanzieller Ebene bereits ab 2008/2009 um mehr als elf Prozent übertrafen.²⁰⁴ Auch Filmschaffende und Produzenten, die bereits Erfahrungen mit umwelt- und klimaschonendem Produzieren aufweisen können, kommen zu der Erkenntnis, dass die durchgeführten Nachhaltigkeitsmaßnahmen ihre Kosten senken. Das Warner Studio in Burbank, Kalifornien, reduzierte seine Betriebsausgaben um eine

²⁰² Diese ist jedoch nicht zwingend der Fall. Laut Stefan Müller, Geschäftsführer von CinePostproduction GmbH, bezieht seine Firma ihren zu 100 Prozent aus Wasserkraft hergestellten Strom von Meistro, ohne dass dafür Mehrkosten anfallen.

²⁰³ <http://www.greeningfilm.com/why-get-involved>

²⁰⁴ <http://shop.bsigroup.com/Browse-By-Subject/Environmental-Management-and-Sustainability/Sustainability/Sustainable-film-with-BS-8909/>

Million US Dollar pro Jahr, seit damit begonnen wurde, Energieverbrauch und Müllproduktion nachzuverfolgen.²⁰⁵

Deutsche Produzenten mit Erfahrungen im umweltbewussten Produzieren halten sich zu der Frage nach finanziellem Mehr- oder Minderaufwand bislang eher bedeckt. Für die klimaneutrale Produktion „Der Landarzt“ wurde laut Katja Schwarz von der Odeon Film AG nicht erfasst, ob Kosten, die durch „umweltbedingtes Reduzieren“ eingespart werden, jene Kosten decken, die durch die Ausgleichszahlungen anfallen. Die Nachhaltigkeitsbeauftragte vermutet das zwar, weist aber darauf hin, dass dies von der Art der jeweiligen Produktion und der Gründlichkeit bei der Umsetzung abhängt.²⁰⁶ Pit Krause, Geschäftsführer der Novafilm – Tochterfirma der Odeon Film AG und als Herstellungsleiter direkt zuständig für die Produktion „Der Landarzt“, findet in einem von mir geführten Interview auf die Frage nach finanziellen Be- oder Entlastungen durch umweltschonendes Produzieren keine konkrete Antwort und hält diese Frage für „völlig uninteressant.“²⁰⁷

Ein anderer Aspekt, der bei der Ermittlung der Kosten des umweltschonenden Produzierens mitberücksichtigt werden muss, ist der eigentliche Prozess der Umstellung auf grüne Produktionsmaßnahmen. Versucht man langjährige, routiniert funktionierende Arbeitsprozesse von einem Tag auf den anderen umweltschonend zu gestalten, so wird hierbei gelegentlich wirtschaftlicher Aufwand im Übermaß betrieben, weil sorgfältige Vorüberlegungen fehlen. Das bestätigt auch Michael Geidel von der Green Film Initiative: „Natürlich ist es für viele Produzenten erstmal ein Lernprozess. [...] Wenn man von heute auf morgen vor die Herausforderung gestellt wird alles umzustellen, sind die meisten überfordert und denken tatsächlich, das geht nur mit Mehrkosten. Wenn man natürlich keine Erfahrung hat, dann verursacht man auch erstmal Mehrkosten.“²⁰⁸ Dies entspricht sicherlich der Realität. Auf der anderen Seite ist es ebenso möglich, dass man zunächst Mehrkosten verursacht, die sich

²⁰⁵ <http://www.greeningfilm.com/why-get-involved>

²⁰⁶ vgl. Interview: Schwarz, Katja, 19.10.2012

²⁰⁷ Eine Freigabe des von mir geführten Interviews mit Pit Krause wurde verweigert. Aus diesem Grund kann es nicht als Quellenbeleg zur Verfügung gestellt werden.

²⁰⁸ vgl. Geidel, Michael: Podiumsk Diskussion auf dem Experten-Panel der Green Film Initiative in Potsdam-Babelsberg am 25.10.2012

mittel- oder langfristig als kostensparende Investition herausstellen. Es werden Anschaffungen getätigt, neue Technologien über längere Zeiträume beobachtet und verbessert, Erfahrungen ausgetauscht, Empfehlungen ausgesprochen. Das Berliner Postproduktionshaus Cinepostproduktion GmbH baute bei seinen neuen Kinos einen Mechanismus ein, „der automatisch von Abluft [nach draußen] auf Umluft [in den Raum zurück] umschaltet, sobald die Wärmedifferenz sowohl im Sommer wie auch im Winter zu groß wird.“²⁰⁹ Auf diese Weise wird zum einen gezielt ein Teil der Abwärme der Projektoren für die Beheizung des Zuschauerraums genutzt, wodurch Heizkosten reduziert werden. Zum anderen verhindert dieser Mechanismus, dass zu viel Außenluft nachströmt, was sich negativ auf die Energiebilanz auswirken würde.²¹⁰ Die Mehrkosten für den Einbau dieser Lüftungsanlage lagen bei etwa 5.000 Euro.²¹¹ Gleichzeitig wurde für die Kinos auch eine reguläre Heizung eingebaut. Durch das beschriebene System entstehen jedoch dauerhaft weniger Heizkosten, was den anfänglichen Mehraufwand rechtfertigt. Die zusätzlichen Kosten für den Umbau amortisieren sich laut CinePostproduction in ca. zehn bis 15 Jahren.²¹²

Ich bin davon überzeugt, dass die Frage nach den Kosten entscheidend ist, auch wenn ich sie nicht abschließend und allgemeingültig beantworten kann. Schließlich ist Kosteneffizienz eine große Motivation für Produzenten und Filmschaffende, ihre Produktionsmaßnahmen umzustellen. Jedoch als Argument gegen das grüne Produzieren funktioniert die Kostenfrage singular betrachtet meiner Auffassung nach keineswegs. Schließlich kann man sich auf klima- und umweltschonende Arbeitsprozesse einlassen und sich trotzdem weiterhin im Rahmen des Budgets und der finanziellen Möglichkeiten bewegen. Die Wirtschaftlichkeit bleibt immer ein zu kontrollierender Faktor, der nicht unweigerlich der Einführung umweltschonender Arbeitspraktiken zum Opfer fällt. Eine Angst vor nicht finanzierbaren oder explodierenden

²⁰⁹ vgl. E-Mail-Korrespondenz: „Green Producing“, Thomas Ramin, Technical Director Digital Postproduction, CinePostproduction GmbH, 22.11.2012

²¹⁰ ebd.

²¹¹ ebd.

²¹² ebd.

Zusatzkosten beim Umstellen auf grüne Produktionsmaßnahmen ist bei bedachter Vorgehensweise unbegründet.

4.3.2. Zusätzliche Finanzierungsmöglichkeiten für „grüne Produktionen“

Der Frage nach den Mehr- oder Minderkosten bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen steht gegenüber, ob es Möglichkeiten für eine größere Finanzierung von Filmprojekten gibt, die umwelt- und klimaschonend hergestellt werden. Im Folgenden werde ich deshalb überprüfen, ob es derzeit für deutsche Produzenten finanzielle Vorteile gibt, die ihre Filme „grün“ produzieren möchten. Schließlich könnte auf diese Weise ein hoher Anreiz für die Umstellung auf umweltschonende Maßnahmen geschaffen werden.

Theoretisch ist eine Förderung durch das Umweltinnovationsprogramm des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) ins Kalkül zu ziehen. Dieses Programm sieht nämlich vor, „Demonstrationsprojekte [...] mit denen erstmalig in großtechnischem Umfang Minderungs-/ Vermeidungspotentiale aufgezeigt werden“²¹³ durch einen Zinszuschuss zu einem Darlehen der KfW Mittelstandsbank, in seltenen Fällen auch durch einen Investitionszuschuss zu fördern. Diese Förderung kann nur einmal beantragt werden, ist also kein konstantes, für die Branche über längeren Zeitraum wirksames Finanzierungsmittel.

Auch in den Richtlinien der einzelnen Förderinstitutionen in Deutschland und Europa finden sich bislang keine finanziellen Vorteile für grün produzierte Filme. Es wäre zwar vorstellbar, „die Vergabe von Fördergeldern [...] an umweltschonende Drehbedingungen“²¹⁴ zu knüpfen, doch das ist zurzeit nicht geplant.²¹⁵ Dr. Dietrich Reupke, der Referatsleiter Medien und Rundfunk der Senatskanzlei Berlin, hält das Verbinden von Förderung mit klima- und umweltschonenden Auflagen für den falschen Weg und hofft, dass die

²¹³ <http://www.bmu.de/foerderprogramme/kurzinfo/doc/3992.php>

²¹⁴ http://www.fchsh.de/sites/de_1538.asp?PR_id=760586217543857872317872233644,

Pressemitteilung: „Film wird Grün“, 20.09.2012

²¹⁵ vgl. Interview: Peetzen, Helen, 07.12.2012

Initiative aus der Branche selbst heraus weitergeführt wird.²¹⁶ Er sieht darin unnötige Reglementierungen, die ungesund sind für das Verhältnis zwischen dem Staat (beziehungsweise den Filmförderungen) und den Produzenten. Schließlich sei die Kinofilmproduktion schon zu ca. 40 Prozent von staatlichen Zuschüssen abhängig.²¹⁷ Andererseits könnte durch eine Verknüpfung von Auflagen und Förderung „Green Producing“ in der deutschen Filmbranche schnell zum Standard werden, ähnlich wie es seinerzeit mit Arbeitsschutzbedingungen am Set war.

Wie ich im vorherigen Kapitel schon ausgeführt habe, ist eine Angst vor unplanbaren, zusätzlichen Kosten nicht zwangsläufig begründet. Dennoch sollte man die Umstellungsphase auf grüne Produktionsmaßnahmen beschleunigen, indem für den beginnenden Prozess Initiativförderungen geschaffen werden, um eventuell vorübergehend entstehende Mehraufwände abzufedern. Eventuell wäre als Übergangsmodell ein Erlass zu erbringender Regionaleffektprozente seitens der Regionalförderer zukünftig denkbar, wenn nachweislich umweltbewusst produziert wurde.

4.4. „Green Washing“ – Mogeln für den guten Ruf

Häufig wird als Argument für nachhaltiges Produzieren der positive Marketingeffekt für die Unternehmen genannt. Firmen können so ihr Profil schärfen und sich in einem guten Licht in der Öffentlichkeit oder auch innerhalb der Branche präsentieren. Schließlich finden Umwelt- und Klimaschutz heute wesentlich mehr Beachtung als noch vor wenigen Jahren. Berühmte Persönlichkeiten²¹⁸ – besonders in den USA – engagieren sich weltweit für die unterschiedlichsten Nachhaltigkeitsinitiativen. Politik, Wirtschaft und Gesellschaft legen immer größeren Wert auf nachhaltig produzierte Produkte. Ein regelrechter „Trend“ ist entstanden, sich mit

²¹⁶ vgl. Dr. Reupke, Dietrich: Podiumsk Diskussion auf dem Experten-Panel der Green Film Initiative in Potsdam-Babelsberg am 25.10.2012

²¹⁷ ebd.

²¹⁸ Beispielsweise der ehemalige US-Präsidentschaftskandidat Al Gore durch sein „The Climate Project“ und den Film „An Inconvenient Truth“; der indische Ökonom Rajendra Pachauri, der durch Publikationen und Interventionen eine Verwässerung der wissenschaftlichen Resultate bezüglich des Weltklimas zu verhindern sucht; der Filmstar Leonardo DiCaprio, der sich mit seiner Stiftung, der Leonardo DiCaprio Foundation aktiv für Umwelt- und Tierschutz einsetzt.

Umwelt- und Klimaschutz zu befassen. Firmen profitieren davon, angewandte Umweltmaßnahmen für Imagezwecke zu veröffentlichen, so dass eine breite Öffentlichkeit davon erfährt. Dieses Vorgehen ist grundsätzlich positiv zu bewerten – schließlich wird auf diese Weise das Bewusstsein für Umweltschutz mehr und mehr zur Selbstverständlichkeit.

Dennoch: Leider wird die Aussage, grün, umweltfreundlich, ökologisch zu sein, häufig missbraucht. Eine solche Irreführung durch Firmen, Verbraucher glauben zu lassen, ihr Produkt oder ihre Dienstleistung sei umweltfreundlich hergestellt beziehungsweise würde Klimamaßnahmen unterstützen, obwohl dies nicht der Wahrheit entspricht, bezeichnet man als „Green Washing.“²¹⁹

So wurde im April 2011 das amerikanische TV Netzwerk CBS des Greenwashings bezichtigt. CBS bot im Jahr 2010 seinen Werbekunden an, „Öko“-Werbespots zu schalten, zu denen gleichzeitig ein grünes Blatt und das Wort „Eco-Ad“ eingeblendet werden. Ein Teil des für die Platzierung des Spots bezahlten Geldes fließt in regionale Projekte für energieeffiziente Sanierungen oder erneuerbare Energieanlagen – so das Versprechen.²²⁰ Firmen wie Pacific Gas and Electric, Chevrolet und Taco Bell, alle nicht unbedingt für eine klimafreundliche Firmenpraxis bekannt, nutzten diese Möglichkeit. Mehrere Umweltaktivisten warfen daraufhin CBS vor, die Verwendung des grünen Blattes und der Begriff „Eco-Ad,“ ohne erklärende Informationen dazu, sei irreführend und impliziere, die jeweiligen Werbekunden wendeten grüne Produktionspraktiken in ihren Unternehmen an oder wären gar im Besitz eines Umweltzertifikats.²²¹ Andererseits hatte sich CBS bereits bei der Gründung ihrer Eco-Ad-Initiative abgesichert und Unterstützung von prominenten Umweltaktivisten wie Robert Kennedy Jr. vom Natural Resources Defence Council bekommen.²²² Als Betrachter solcher Auseinandersetzungen fühlt man sich zwischen den Fronten schnell vollkommen verloren und kann kaum

²¹⁹ vgl. <http://stopgreenwash.org/>

²²⁰ vgl. <http://www.greenbiz.com/news/2011/04/12/cbs-ecoad-accused-greenwashing-critics-lobby-ftc>

²²¹ ebd.

²²² ebd.

einschätzen, ob nun radikale Umweltaktivisten böses Blut verbreiten möchten – oder ob der Initiative zu Recht Greenwashing vorgeworfen werden kann.

Um solchen Augenwischereien entgegenzuwirken, veröffentlichte die amerikanische Federal Trade Commission, vergleichbar mit dem Bundeskartellamt in Deutschland, einen „Green Guide,“ der berät, wie man eine gelungene Kommunikation über grüne Maßnahmen führen kann, ohne dass ein Verdacht auf Greenwashing aufkommt. Unter anderem wird dort empfohlen, Umweltmarketing-Aussagen so zu präsentieren, dass vollkommen transparent ist, ob diese Aussagen sich auf das Produkt beziehungsweise eine Dienstleistung beziehen oder nur auf einen Teil, eine Komponente des Produkts respektive der Dienstleistung.²²³

Legt man die Empfehlungen der Federal Trade Commission zu Grunde, so können auch deutsche Produktionsfirmen, die grün produzieren, kritisiert werden. Um die Umweltmaßnahmen der einzelnen Produzenten tatsächlich bewerten zu können, müssten sie unabhängige Prüfungen zulassen. Diese gibt es allerdings in der deutschen Filmbranche bislang nicht. Insofern besteht durchaus das Risiko, dass ein ökologisches Engagement behauptet wird, das nicht der Wahrheit entspricht.

Im Rahmen meiner Recherche kam es vor, dass man mir bei konkreten Nachfragen eine genaue Antwort schuldig blieb. So bemühte ich mich mehrfach erfolglos darum, von der Odeon Film AG und der Novafilm Auskunft über die genaue Summe zu erhalten, die für die 21. Staffel der Produktion „Der Landarzt“ als Kompensationszahlung in Klimaschutzprojekte investiert wurde. Wie schon in Kapitel 2.3 erwähnt, müssten die Kosten für die Kompensationszertifikate zwischen 1.570 Euro und 4.380 Euro liegen. Diese Größenordnung lässt sich aus veröffentlichten und den mir zur Verfügung gestellten Angaben des Unternehmens errechnen. (Zertifikate kosten zwischen neun und 25 Euro pro Tonne CO₂ – Die 21. Staffel hatte eine CO₂-Emission von 175,2 Tonnen.) Ob der gezahlte Betrag tatsächlich in dieser

²²³ <http://www.ftc.gov/bcp/grnrule/guides980427.htm#260.3>, § 260.6 General principles, (b)

Größenordnung liegt, ist jedoch nicht nachvollziehbar, da mir zur genauen Höhe der Ausgleichszahlung keine Auskunft gegeben wurde. Die Nachhaltigkeitsbeauftragte der Firma erklärte dazu in einer E-Mail: „Zu den Kosten der 21. Landarzt-Staffel kann ich auch weiterhin keine genaueren Angaben machen, da sie als Pionierprojekt eine nur dafür mit ClimatePartner vereinbarte Höhe betragen.“²²⁴ Und auch der Kompensationspartner der Odeon Film AG, ClimatePartners Deutschland GmbH, beschränkte sich auf die Mitteilung über eine Größenordnung der Preise, die zwischen zehn und 15 Euro pro Tonne emittiertem CO₂ liegen.²²⁵

Ein Einblick in das Produktportfolio von ClimatePartner inklusive Preisliste ist für Nicht-Kunden der Firma nicht einsehbar. Es ist irritierend, dass hierzu keine konkreten Zahlen zu erhalten sind, zumal das Engagement des Unternehmens völlig seriös vermittelt und in anderen Punkten zum Klimaschutz sehr klar kommuniziert wird. Gegen einen reduzierten Betrag, aufgrund des Status als „Pionierprojekt“²²⁶ ist meiner Einschätzung nach nichts einzuwenden. Es ist zumindest eine Schwachstelle, dass man ohne genauen Nachweis als wahrheitsgemäße Aussage akzeptieren soll, die Kompensationszahlungen seien in der oben genannten Größenordnung erfolgt. Um jeglichen Eindruck einer Täuschung zu vermeiden, wäre offensive Transparenz im Bereich des Umwelt- und Klimaschutzes hilfreich, insbesondere um dem Vorwurf des Greenwashings effektiv entgegen zu wirken.

4.5. Beweisbarkeit und Nachprüfbarkeit versus Durchführbarkeit

Um von vornherein jeglichem Verdacht auf Greenwashing entgegen zu treten, müssen Produktionsfirmen die ergriffenen Maßnahmen im Prozess der Produktion gut belegen. Dies erfordert eine exakte Dokumentation sowie ständige Überprüfung und das Hinterfragen aller Verbesserungen. Mit Sicherheit ist dies eine große Herausforderung. Die Herstellung eines Films ist bereits ohne die Umsetzung diverser klima- und umweltschonender

²²⁴ vgl. E-Mail Korrespondenz: „Klimaneutral Produzieren“, Katja Schwarz, Leitung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Online- und IR-Chefredakteurin, Nachhaltigkeitsbeauftragte, Odeon Film AG, 30.11.2012 (im Anhang)

²²⁵ vgl. E-Mail Korrespondenz: „Klimaschutzprojekt“, Dennis Uieß, Consulting, ClimatePartner Deutschland GmbH, 30.11.2012 (im Anhang)

²²⁶ „Der Landarzt“ ist die erste TV-Serie europaweit, die „klimaneutral“ produziert wurde.

Maßnahmen hochkomplex. Sie erfordert ein fähiges Produktionsteam, damit die vielen einzelnen Gewerke – ob organisatorisch, künstlerisch-kreativ oder technisch – reibungslos zusammen arbeiten können und gleichzeitig in der Lage sind, auf unvorhergesehene Gegebenheiten bei Dreharbeiten kurzfristig kompetent zu reagieren. Hinzu kommt wegen der häufig knappen Budgets, ein großer finanzieller Druck, der ein hohes Arbeitstempo verlangt. Diese Faktoren – ein großes Team, das in völlig unterschiedlichen Bereichen tätig ist, hoher Zeitdruck und fehlende Kontinuität²²⁷ – erschweren die wirkungsvolle Umsetzung nachhaltiger klima- und umweltschonender Vorgehensweisen.

Produzenten, die sich unter den soeben beschriebenen Voraussetzungen klimafreundlichem Produzieren zuwenden, sollten versuchen die Veränderungen zwar von vornherein, aber dennoch sukzessive und mit Bedacht durchzusetzen. Die Umstellung auf „grün“ ist schließlich ein Lernprozess, der über Jahre immer weiter optimiert werden muss.²²⁸ Es gilt das Motto „Keep it simple!“ – zumindest für die erste Zeit der Umstellung auf nachhaltige Arbeitsweisen. So kann auch ein fluktuierendes Team Schritt für Schritt für nachhaltiges Arbeiten sensibilisiert und an neue Vorgehensweisen herangeführt werden, um diese schließlich als selbstverständlich in den Arbeitsprozess aufzunehmen und sogar multiplikatorisch bei anderen Produktionen zu wirken.

Man wird auf Widerstand stoßen, wenn der Drehstab zusätzlich zu neuen umweltschützenden Arbeitsweisen auch noch eine Dokumentation darüber abzugeben hat. Schließlich bedeutet dies für jeden einzelnen Mitarbeiter, dass er nicht nur über den ihm originär verantworteten Bereich hinaus Aufgaben erfüllen muss, um umweltschonend zu arbeiten, sondern deren Umsetzung auch noch in einem überprüfbar System belegen muss, was einen erhöhten Zeitaufwand bedeutet. So beschreibt es auch Katja Schwarz von der Odeon Film AG über die Produktion der Fernsehserie „Der Landarzt“: „[Die klimaneutrale Produktion] war etwas zeitintensiver. Die 2011 bei der

²²⁷ Immer wieder werden je nach Filmprojekt Teams neu zusammengesetzt, so müssen Herangehensweisen stets neu erarbeitet und ausprobiert werden.

²²⁸ vgl. Geidel, Michael: Podiumskiskussion auf dem Experten-Panel der Green Film Initiative in Potsdam-Babelsberg am 25.10.2012

„Landarzt“-Staffel gewonnene Erfahrung hat gezeigt, dass man, um die Daten der CO₂-Äquivalente zu erfassen, durchschnittlich 15 Minuten pro Tag und pro Gewerk rechnen muss. Am Produktionsende benötigt man noch durchschnittlich ein bis zwei Tage, um die Daten in den CO₂-Rechner einzupflegen.“²²⁹ Dieser erhöhte Zeitaufwand birgt das Risiko, dass die Nachhaltigkeitsmaßnahmen als zu große Arbeitsbelastung wahrgenommen und dadurch vom Team letztlich abgelehnt werden.

Auch wenn der Nachweis eingeführter Nachhaltigkeitsmaßnahmen zunächst als Last empfunden wird, kristallisiert sich über kurz oder lang doch ein Vorteil heraus. Man bedenke nur, dass in Zukunft Regularien eingeführt werden könnten, die zu umweltschonenden Maßnahmen verpflichten. Spätestens dann müssen implementierte Praktiken und ihre Effizienz auch nachweisbar sein. Insofern hat man einen klaren Vorteil, wenn man schon zu Beginn der Umstellung auf grünes Produzieren selbstverständlich und unaufgefordert alle Maßnahmen transparent dokumentiert. Programme wie jene der Film Commission Hamburg Schleswig-Holstein oder die Green Film Initiative können hierbei eine wertvolle Unterstützung sein. Zudem kann man so den Vorwurf des Greenwashings bereits im Vorfeld verhindern.

4.6. Internationale Koproduktionen – „Klimakiller“ per se?

Seit der Einführung des Deutschen Filmförderfonds (DFFF) im Jahr 2007 sind in Deutschland wesentlich mehr internationale Koproduktionen realisiert worden,²³⁰ denn durch den DFFF haben sich die Finanzierungsmöglichkeiten für internationale Koproduktionen erheblich verbessert. Hinzu kommt, dass innerhalb der Grenzen der Europäischen Union eine ganze Reihe von Filmabkommen die internationale Zusammenarbeit nicht nur erleichtert, sondern entscheidend vorwärts bringt. Zudem bieten der Filmförderungsfonds Eurimages und das MEDIA-Programm der Europäischen Union eine finanzielle Unterstützung für internationale Koproduktionen. Weiterhin ist auch der inhaltliche Anspruch gestiegen und unsere globalisierte Welt verlangt

²²⁹ vgl. Interview: Schwarz, Katja, 19.10.2012

²³⁰ vgl. <http://www.mediabiz.de/film/news/gastkommentar-zum-filmstandort-deutschland/324589>, Andreas Pense, 01.10.2012

nach Stoffen, die nicht nur im eigenen Vorgarten spielen, sondern gesellschaftsrelevante Themen und Konflikte behandeln, die in anderen Ländern und Kulturkreisen stattfinden. Der kulturelle Wert internationaler Produktionen ist unverzichtbar. Teams aus unterschiedlichen Kulturkreisen finden sich zusammen und schaffen gemeinsam künstlerische Werke. Einander gegenseitig wahrzunehmen mit den verschiedenen Anschauungen und Herangehensweisen ist eine spannende und wichtige Erfahrung, von der vorrangig auch das Publikum profitiert.

So werde ich an dieser Stelle dennoch einen kritischen Fokus auf die Herstellung internationaler Koproduktionen setzen. Es liegt in der Natur der Sache, dass bei international produzierten Filmen ein vergleichsweise großer CO₂-Ausstoß allein wegen der Reisebewegungen verursacht wird. In Frankreich wurde mit dem Rechner „Carbon’ Clap“ für im Ausland gedrehte Kinospielefilme ein durchschnittlicher Wert von 400 Tonnen CO₂ ermittelt,²³¹ also etwa doppelt so viel, wie dort für einen national produzierten Kinospielefilm errechnet wurde. Insofern erscheint es wichtig, sich auch diesem Bereich der Filmproduktion zu widmen, wenn es um die Umsetzung klimaschonender Maßnahmen geht. Besonders produktionsbedingte Reisen und die dazugehörigen Flüge führen zu einer hohen Emission von CO₂. Konsequenterweise müssen vor allem an dieser Stelle Einsparungen vorgenommen werden – schließlich ist das CO₂-Einsparpotenzial dort am höchsten, wo auch der CO₂-Ausstoß am größten ist. Bei kleinen, unabhängig produzierten Koproduktionen wird allein wegen der ständigen Budgetknappheit sehr sparsam mit Flugbuchungen umgegangen und viele Angelegenheiten werden via Skype, Mail und Telefon geklärt. Dies gilt jedoch nicht für die großen Produktionen, die zum Teil mit Budgets im zwei- bis dreistelligen Millionen-Bereich arbeiten. Auch solche Produktionen müssen sich intensiv mit der Frage auseinandersetzen, wo Reisen vermieden werden können – unabhängig davon, ob die finanziellen Rahmenbedingungen diese zulassen.

²³¹ vgl. Präsentation „Ecoprod – Promoting eco-friendly best practices in motion picture and TV production“, S. 19, 25.10.2012

Sollte also darauf bestanden werden, alle getätigten Flüge durch Klimazertifikate auszugleichen? Grundsätzlich ist dies zu befürworten, für gering budgetierte Produktionen im Independent-Bereich allerdings nicht realistisch. Hierzu bedarf es der konsequenten Unterstützung durch die fördernden Institutionen, die der Nachhaltigkeit den Rang eines unabdingbaren Förderkriteriums geben sollten.

Gerade weil internationale Kinospielefilmproduktionen einen so hohen CO₂-Ausstoß verursachen, sind alle effektiven Maßnahmen für klimaschonendes Produzieren anzuwenden, um ihre Umweltbilanz zu verbessern. Eine Sensibilisierung und ein Bewusstsein für Umweltbelange zu schaffen ist auch hier ein dringend erforderlicher erster Schritt. Schon wegen des Multiplikatoreffekts international produzierter Filme ist solchen Maßnahmen Priorität einzuräumen.

5. Umweltbewusst Filme produzieren. Ein Fazit.

Schaut man sich die Entwicklungen des „Green Producing“ an, so wird deutlich, dass die Initiativen in den USA wie der Kriterienkatalog der EMA einen wichtigen ersten Schritt darstellen, um auch in Europa Aufmerksamkeit auf Klima- und Umweltschutz bei der Filmproduktion zu lenken. Auf diese Initiativen konnte beim Erstellen von Best-Practice-Guides und der Gründung neuer Netzwerke aufgebaut werden. Besonders die Initiative „PGA Green“ ist hierfür sehr relevant, da die Producer’s Guild of America innerhalb der USA großen Einfluss besitzt und durch ihr Engagement für den Klimaschutz für Produzentenallianzen in Europa als Vorbild dienen kann. Die Analyse der UCLA zeigt eine grundsätzliche Problematik bei der Umsetzung klimaschonender Maßnahmen, wenn sie über den in der Branche so üblichen „Stop-and-Go“-Modus berichtet. Um diesem zu begegnen ist eine sorgfältige Planung der Produktion notwendig, besonders im Bereich des „Green Producing“.

Was das tatsächliche Engagement amerikanischer Sender angeht, so ist festzuhalten, dass bislang noch keiner der Konzerne den Klimaschutz zur absoluten Verpflichtung für die Filmherstellung gemacht hat. Die einzelnen Initiativen der Konzerne sind zwar motivierende Handlungsempfehlungen aber

weitestgehend freiwillig. Inwiefern ein nennenswerter Teil der Produktionen die Richtlinien kennt, geschweige denn sie tatsächlich befolgt, lässt sich derzeit nicht recherchieren.

In CO₂-Rechnern, die auf die Bedürfnisse der Medienbranche ausgelegt sind, ist für das „Green Producing“ großes Potential zu erwarten. Um dies weiter zu befördern, sollte bei der Weiterentwicklung auf einheitliche Ergebnisse und eine gute Handhabung geachtet werden. Insbesondere Rechner wie „Carbon’ Clap“ und „Albert“ können hier eine gute Vorlage sein. Vergleicht man die Rechner untereinander und setzt sie ins Verhältnis zu dem amerikanischen Rechner von PGA Green, wird deutlich, dass weiterhin hoher Verbesserungs- und Anpassungsbedarf besteht. Beim Versuch, die durchschnittlichen CO₂-Ergebnisse der beiden Länder Frankreich und Großbritannien zu vergleichen, wurden enorme Diskrepanzen zwischen den Messergebnissen der beiden Rechner „Carbon’ Clap“ und „Albert“ deutlich. Der Unterschied ist so immens, dass selbst ein annähernder Größenvergleich unmöglich ist. Es erscheint unplausibel, dass in Großbritannien die Herstellung eines Langspielfilms durchschnittlich 18,25 Tonnen CO₂ ausstößt, in Frankreich hingegen 200 Tonnen. Nach meiner Auffassung liegt diese enorme Diskrepanz eher in den unterschiedlichen Messmethodiken begründet. Dies führt dann bedauerlicherweise dazu, dass CO₂-Errechnungen weniger ernst genommen werden.

Ein Blick auf die deutschen Initiativen macht deutlich, dass das Interesse am Klimaschutz eine positive Entwicklung erfährt, da sich einzelne Unternehmen dem Klimaschutz unaufgefordert zuwenden. Die Beurteilung der Aktivitäten der Odeon Film AG und ihre Tochterfirma Novafilm bleibt hingegen unklar: Die Firmen engagieren sich offensichtlich und sind damit Vorreiter einer Umweltbewegung in unserer Medienbranche. Gleichzeitig fehlt es bei entscheidenden Punkten an Transparenz in der Kommunikation, wie etwa bei der genauen Summe der Investition in Klimaschutzprojekte. So entsteht der Eindruck, dass das Marketing zur Imageverbesserung im Vordergrund steht und nicht der Klimaschutz selbst. Ähnlich ist es auch mit der überhöhten Preisvorstellung für nachhaltiges Catering. Geht es nur um Gewinnoptimierung

und finanzielle Vorteile? Oder geht es um Klimaschutz? Solange von politischer Ebene keine Vorgaben existieren, die für Klima- und Umweltschutz eindeutige, reglementierbare Richtlinien schaffen, besteht die Gefahr des Missbrauchs weiter.

Abschließend ergibt der Ländervergleich, dass bislang in keinem der untersuchten Staaten politische Regularien existieren, die die Branche aber selbst begonnen hat, sich dem Klimaschutz zuzuwenden. In einigen Ländern sind die Initiativen mittlerweile für die gesamte Branche spürbar und werden durchweg als positiv bewertet. Deutschland befindet sich diesbezüglich in seiner Entwicklung erst am Anfang.

5.1. Empfehlungen zur Verbesserung bestehender Rahmenbedingungen

Wenn man der Dringlichkeit gerecht werden will, zu der uns der schnell voranschreitende Klimawandel verpflichtet, müssen sich die Rahmenbedingungen und das Umfeld, in dem Filme produziert werden, spürbar verbessern. Deutschland kann übergreifende Entwicklungen zum grünen Produzieren erst seit dem Jahr 2012 vorweisen. Das ist ernüchternd, vor allem in Anbetracht des Engagements anderer Länder, wie den USA und Frankreich, die sich schon seit Jahren intensiv mit dem Umwelt- und Klimaschutz in der Filmproduktion auseinandersetzen. Da die Chance, auf diesem Gebiet eine Vorreiterrolle zu übernehmen, nur noch durch zügige und umfassende Maßnahmen erreicht werden kann, sollten wir uns der Umwelt umgehend verpflichten und den Vorteil zunutze machen, dass wir von der Vorarbeit und den Netzwerken anderer Länder profitieren können. Unser Rückstand kann nur aufgeholt werden, wenn wir kontinuierlich und gut vernetzt auf dem Wissen aufbauen, welches uns durch die bisherigen Entwicklungen in anderen Ländern zur Verfügung gestellt wird. Die Green Film Initiative scheint diesen Ansatz konsequent zu verfolgen. Die von ihr organisierten Veranstaltungen finden stets unter Miteinbeziehung ausländischer Experten statt, um neue Anregungen zu bekommen.

Doch nicht nur Filmschaffende und Initiativen, die aus der Branche heraus entstehen, sind gefordert. Auch ein gesetzliches Regelwerk ist in Deutschland

notwendig. Derzeit wird zwar großen Wert darauf gelegt, dass „die Initiative [...] von der Branche selber ausgeh[t].“²³² Wenn sich die Filmindustrie ihrer Verantwortung aber nicht freiwillig und nachhaltig stellt, so sollte es in Zukunft Reglementierungen von politischer Seite geben und Filmförderung an Auflagen für grünes Produzieren geknüpft werden. Es ist dem Klima keinesfalls zuträglich, wenn sich auf kleinen, freiwilligen Schritten und Minimalkompromissen ausgeruht wird.

Für die Übergangszeit, in der nachhaltiges Produzieren in der Branche noch nicht zum Standard geworden ist, könnten Filmförderer in Deutschland und Europa zusätzlich finanzielle Unterstützung leisten, um nachhaltige Entwicklungen zu beschleunigen und Anreize zu schaffen, sich auf den Umstellungsprozess einzulassen. Regionale Initiativen wie der Grüne Drehpass in Hamburg Schleswig-Holstein sind ein wichtiger Schritt bei der Bewusstseinsbildung für Klima- und Umweltbelange und sollten in Zukunft unmittelbar spürbare Vorteile bieten. Derzeit sind allerdings die Kriterien, die erfüllt werden müssen, um den Grünen Drehpass zu bekommen, noch sehr weich. Sie werden bislang eher als Motivation eingesetzt, damit sich die Branche überhaupt für grünes Produzieren interessiert. Außerdem findet bislang noch keine Überprüfung der Einhaltung der Kriterien statt.

Um eine schnellere Umstellung auf grüne Produktionsmaßnahmen zu erreichen, könnten die Filmförderungen gemeinsam länderübergreifende, verbindliche Richtlinien aufstellen, die durchaus Bestandteil von Förderverträgen sein dürften. Handlungsempfehlungen wie etwa der Best-Practice-Guide sollten kontinuierlich an überregionale und internationale Bedingungen angepasst und von allen Filmförderungen beziehungsweise den ihnen angegliederten Filmkommissionen verbreitet werden. Ähnlich wie die in der Filmbranche längst vorgeschriebenen Arbeitsschutzbestimmungen sollten Handlungsempfehlungen zum Umweltschutz innerhalb der Branche zu konkreten Richtlinien entwickelt werden. Nur so kann sich ein entsprechender Umweltstandard in der Branche etablieren.

²³² vgl. Dr. Reupke, Dietrich: Podiumsk Diskussion auf dem Experten-Panel der Green Film Initiative in Potsdam-Babelsberg am 25.10.2012

Hierzu ist es nötig, zusätzlich Weiterbildungs- und Aufklärungsmaßnahmen zum Thema „Green Producing“ anzubieten, und dies nicht nur über Online-Training-Angebote, wie in der Studie des European Film Commission Networks vorgeschlagen. Um nachhaltige Veränderungen zu erwirken, ist ein direkter Austausch über praktische Ideen und Erfahrungen, sowie konkreter Fallbeispiele notwendig, wie in Kapitel 4.2 beschrieben.

Es wäre wünschenswert, die von der Film Commission Hamburg Schleswig-Holstein geplante Integration eines CO₂-Rechners in das Kalkulationsprogramm Sesam zeitnah umzusetzen. Das vielbenutzte Programm könnte einen immensen Einfluss auf das Umweltbewusstsein innerhalb der Filmbranche ausüben. Eine solche Vernetzung zwischen der grünen Initiative einer Filmförderung und Software-Entwicklern eines Kalkulationsprogramms könnte beispielhaft dafür stehen, welcher Multiplikatoreffekt möglich ist, wenn über die kleinen Schritte hinaus gedacht und gehandelt wird.

Ferner empfiehlt sich die Entwicklung eines einheitlichen Siegels, am besten auf internationaler Ebene, das von offizieller Seite vergeben wird und im Vor- oder Abspann aller grün produzierten Filme erscheint. Auf diese Weise kann die Branche das Publikum über ihre klimaschonenden Vorgehensweisen bei der Herstellung von Filmen informieren und damit – über inhaltliche Aspekte hinaus – ihrer Multiplikatorenfunktion für Klima- und Umweltbelange gerecht werden. Zusätzlich würden auch solche Filmhersteller unter Zugzwang geraten, die einem effektiven Klima- und Umweltschutz am Arbeitsplatz eher desinteressiert bis ablehnend gegenüberstehen.

Dringender Handlungsbedarf besteht insbesondere für die Fernsehsender in Deutschland. Ähnlich wie die Filmförderungen sollten sie sich um die Veröffentlichung von Best Practices und deren Durchsetzung bemühen und außerdem die von ihnen beauftragten Produzenten, beziehungsweise Koproduzenten bei der Umsetzung grüner Maßnahmen in struktureller und finanzieller Hinsicht aktiv unterstützen.

Über die anstehenden Entwicklungen innerhalb der deutschen Filmbranche hinaus sollten wir uns gleichzeitig um eine internationale Vernetzung der einzelnen Initiativen zum grünen Produzieren bemühen. Eine Website, ähnlich wie die von der britischen Greeningfilm entwickelte, die umfassend informiert und Einzelinitiativen miteinander vernetzt, könnte dazu beitragen, den Klimaschutz auf internationaler Ebene voranzutreiben. Die im vorigen Kapitel beschriebene Schwierigkeit der Vergleichbarkeit unterschiedlicher CO₂-Messungen kann durch die Einführung eines internationalen Standards behoben werden und glaubwürdige Ergebnisse schaffen.

Trotz der Unterschiede in den Ergebnissen der CO₂-Rechner lässt sich feststellen, dass eine besonders hohe CO₂-Belastung durch produktionsbedingte Reisen entsteht. Hier zeigt sich also ein wichtiger Angriffspunkt, um Verbesserungen zu erzielen. Dies gilt sowohl für einzelne Produktionen, die vermehrt auf das Vermeiden von Reisen achten sollten, als auch für das regionale Fördersystem, das über Veränderungen zugunsten des Klima- und Umweltschutzes nachdenken könnte.

Wie aus dieser Arbeit hervorgeht, wurden die Filmindustrien sowohl der USA als auch Großbritanniens hinsichtlich Umwelt- und Klimaschutz erst dann aktiv, als unterschiedliche Studien einen negativen Einfluss auf Klima und Umwelt belegten. Die Forschungsergebnisse hatten somit eine direkte Auswirkung auf die Handlungsweisen innerhalb der Branche. In Deutschland fehlen bislang Studien oder Analysen jeglicher Art, die sich mit Klima- und Umweltbelastungen durch die Filmindustrie auseinandersetzen. Hier besteht auch auf der wissenschaftlichen Ebene Handlungsbedarf. Eindeutige Untersuchungsergebnisse könnten die Branche zum Handeln bewegen.

Abschließend lässt sich feststellen: Die Ergebnisse der Studie des European Film Commission Networks stehen repräsentativ für die gesamte Branche. Obwohl Umweltthemen allgemein als wichtig erachtet werden, sieht sich jedoch der Einzelne häufig nicht in der unmittelbaren Verantwortung und hat erhebliche Schwierigkeiten, konkrete Maßnahmen für seinen Aktionsbereich klar zu definieren. Das muss sich zeitnah ändern. Ein Anfang hierfür ist in

Deutschland 2012 gemacht worden. Dieser Anfang bietet die Chance, jetzt konzentriert darauf hinzuarbeiten, die Filmindustrie in allen Bereichen weitestgehend klima- und umweltschonend zu gestalten.

5.2. „Green Producing“ – es ist möglich!

Die Überarbeitung des Best-Practice-Guide der Film Commission Hamburg Schleswig-Holstein zeigt: Das umweltbewusste Produzieren von Filmen ist durchaus möglich. Auch wenn wirtschaftliches Handeln und die Qualität des Produkts innerhalb der Branche immer Priorität haben, kann dennoch ein besonderes Augenmerk auf umwelt- und klimaschonendes Arbeiten gelegt werden, indem langjährige Gewohnheiten abgelegt und neue Herangehensweisen erprobt werden. Das Plädoyer ist eindeutig: Es sollte im Rahmen des Budgets das Möglichste unternommen werden, um Produktionsprozesse klimafreundlicher zu gestalten. Kostensenkungen, die durch umweltschonendes Arbeiten entstehen, sollten in gleicher Höhe in Umweltschutzmaßnahmen investiert werden, um Nachhaltigkeit zu erreichen. Wenn bei der Herstellung von Filmen die Handlungsempfehlungen konsequent umgesetzt werden, kann jeder Filmschaffende, egal in welchen Teil der Filmherstellung er aktiv ist, einen wichtigen Teil zum Klima- und Umweltschutz beitragen. Die Umstellung auf klima- und umweltschonendes Produzieren von Filmen sollte als essentieller kontinuierlicher Optimierungsprozess verstanden werden. Mit dem Feedback und den gewonnenen Erkenntnissen aus der Praxis des „Green Producing“ könnte in naher Zukunft ein Stadium erreicht werden, in dem es sinnvoll und notwendig ist, den Best-Practice-Guide aufs Neue zu überarbeiten und erweitern. Auch „nach“ Umstellung auf grünes Produzieren bleibt das Bemühen um bestmöglichen Klima- und Umweltschutz ein kontinuierlicher Prozess. Schließlich verändern sich auch unsere Kenntnisse und Einschätzungen, was nachhaltiges Arbeiten bedeutet und neue Entwicklungen erfordern immer wieder unseren darauf abgestimmten Handlungsbedarf.

III Anhang

1. Quellenverzeichnis

Literatur

Albert Year One Report – Carbon Footprinting The TV Industry, Report prepared by the Sustainable Business Practice in partnership with BAFTA, 12.11.2012, abgerufen von <http://www.bafta.org/about/sustainability/>

Best Practice Guide, Antje Bremer, Alexandra Luetkens und Christiane Scholz, Film Commission Hamburg Schleswig-Holstein, 02.10.2012, abgerufen von http://www.fchsh.de/sites/de_1443.asp

Brundtland-Bericht, United Nations, General Assembly, 04.08.1987, abgerufen von http://www.bne-portal.de/coremedia/generator/unesco/de/02_UN-Dekade_20BNE/01_Was_20ist_20BNE/Brundtland-Bericht.html

Entertainment Sector Analysis, Pacific Sustainability Index Scores, Roberts Environmental Center, 2009, abgerufen von http://greeneconomypost.com/entertainment-industry-sustainability-social-reporting-3773.htm?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=entertainment-industry-sustainability-social-reporting

Green Screen – helping London’s film and TV industry take action on climate change, veröffentlicht von Greater London Authority, April 2009, abgerufen von <http://www.london.gov.uk/who-runs-london/mayor/publications/culture/green-screen>

Nachhaltigkeitsbericht der Odeon Film AG, 2011, abgerufen von <http://www.odeonfilm.de/nachhaltigkeitsberichte.php>

Präsentation „Results of the EUFCN Survey on environmental issues“ von Peacefulfish, August 2012 (*im Anhang*)

Präsentation „Ecoprod – Promoting eco-friendly best practices in motion picture and TV production“, 25.10.2012, Baptiste Heynemann, erstellt für das Experten-Panel der Green Film Initiative in Potsdam-Babelsberg am 25.10.2012 (*im Anhang*)

Richtlinien für die Bayerische Film- und Fernsehförderung, FFF Bayern, 07.06.2010, abgerufen von <http://www.fff-bayern.de/index.php?id=produktionkinofilm>

Southern California Environmental Report Card, 2006, UCLA Institute of the Environment and Sustainability, abgerufen von <http://www.environment.ucla.edu/reportcard/article.asp?parentid=1361>

UNEP 2012. The Emissions Gap Report 2012. United Nations Environment Programme (UNEP), Nairobi, abgerufen von <http://www.unep.org/publications/ebooks/emissionsgap2012/>

Vergabeordnung der MFG Medien und Filmgesellschaft Baden-Württemberg mbH Filmförderung, 2011, abgerufen von <http://www.mfg.de/film/>

Internetquellen

(Alle zuletzt zugegriffen am 17.12.2012)

Albert

www.training.myalbert.co.uk

username: bafta\lissi.muschol

password: 27albert123

BAFTA

www.bafta.org/albert

Blickpunkt Film

<http://www.mediabiz.de/film/news/neuer-produktionsrekord-in-frankreich/314638>

<http://www.mediabiz.de/film/news/sieben-persoенliche-fragen-an-hagen-bogdanski/320554>

<http://www.mediabiz.de/film/news/gastkommentar-zum-filmstandort-deutschland/324589>

British Standard Institute

<http://shop.bsigroup.com/en/ProductDetail/?pid=000000000030218744>

<http://shop.bsigroup.com/Browse-By-Subject/Environmental-Management-and-Sustainability/Sustainability/Sustainable-film-with-BS-8909/>

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit

<http://www.bmu.de/foerderprogramme/kurzinfo/doc/3992.php>

Climate Media Factory

<http://www.climatemediafactory.de/>

Climate Partner

<http://www.climatepartner.com/faq-artikel/items/was-bedeutet-klimaneutral.html>

<http://www.climatepartner.com/presse-artikel/items/der-landarzt-ist-die-erste-klimaneutrale-fernsehserie-europas.html>

<http://www.climatepartner.com/zertifikate.html>

Duden

<http://www.duden.de/rechtschreibung/Nachhaltigkeit>

Ecoprod

http://www.ecoprod.com/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=172&Itemid=193

http://www.ecoprod.com/index.php?option=com_calculateurecoprod&view=calculateurecoprod&Itemid=267

Environmental Media Association

<http://www.ema-online.org/about-us/>

<http://www.ema-online.org/green-seal/>

<http://www.ema-online.org/historical-timeline/>

Federal Trade Commission

<http://www.ftc.gov/bcp/grnrule/guides980427.htm#260.3>

Film Commission Hamburg Schleswig-Holstein

http://www.fchsh.de/sites/de_1443.asp

http://www.fchsh.de/sites/de_1538.asp?PR_id=760586217543857872317872233644

Focus Online

Pfitzenmaier, Gerd: „Ökologisches Dilemma – Klimafreundlich aber umweltschädlich“, ohne Datum

http://www.focus.de/wissen/klima/tid-8883/oekologische-dilemma_aid_237391.html

Frankfurter Allgemeine

Theurer, Marcus: „Aufruhr im deutschen Filmförderdschungel“, 04.02.2004

<http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/netzwirtschaft/medien-aufruhr-im-deutschen-filmfoerderdschungel-1143287.html>

Green is Universal

<http://www.greenisuniversal.com/learn/about-us/film-production/>

Green Film Initiative

<http://www.greenfilminitiative.de/about.html>

Green Me Film

<http://www.greenme.de/>

<http://www.greenme.de/index.php?/gml-2013/fokus-afrika/>

<http://www.greenme.de/index.php?/green-me-seal/green-me-seal/>

<http://www.greenme.de/index.php?/lounge/2010/>

<http://www.greenme.de/index.php?/lounge/story-award/>

Green Production Guide

<http://www.greenproductionguide.com/>

<http://www.greenproductionguide.com/carbon-calculator>

Green Seal

<http://www.greenseal.org/AboutGreenSeal.aspx>

GreenBiz

<http://www.greenbiz.com/news/2011/04/12/cbs-ecoad-accused-greenwashing-critics-lobby-ftc>

Greeningfilm

<http://www.greeningfilm.com/about>

<http://www.greenfilmkit.com/using-green-lights/great-film-lighting-ideas/>

<http://www.greeningfilm.com/what-can-i-do/ideas-for-distribution>

<http://www.greeningfilm.com/what-can-i-do/ideas-for-exhibition>

<http://www.greeningfilm.com/why-get-involved>

<http://www.greeningfilm.com/why-get-involved/commercial-driver>

<http://www.greeningfilm.com/why-get-involved/legal-driver>

Greenpeace – Greenwashing

<http://stopgreenwash.org/>

ISO

<http://www.iso.org/iso/home.html>

Leo

<http://dict.leo.org/ende?lp=ende&lang=de&searchLoc=0&cmpType=relaxed§Hdr=on&spellToler=&search=best+practice>

Odeon Film AG

<http://www.odeonfilm.de/unternehmen.php>

PGA Green

<http://www.pgagreen.org/index.php/news>

<http://www.pgagreen.org/index.php/resources/best-practices>

<http://www.pgagreen.org/index.php/resources/sustainability-reports>

Produzentenallianz

Palmer, Christoph, „Garant der Kulturvielfalt“, Juli/August 2012

<http://www.produzentenallianz.de/die-produzentenallianz/produktion-in-deutschland.html>

Screen Daily

Sandwell, Ian: „BAFTA expands green initiative to film“, 13.11.2012

<http://www.screendaily.com/news/bafta-expands-green-initiative-to-%20film/5048936.article#>

Sony Pictures

<http://www.sonypictures.com/green/act/corporate-operations/>

<http://www.sonypictures.com/green/act/corporate-operations/ISO14001.php>

<http://www.sonypictures.com/green/act/corporate-operations/production.php>

<http://www.sonypictures.com/green/commit/sustainability-goals/carbon-emissions.php>

http://www.sonypictures.com/corp/bio_michael_lynton.html

Spiegel Online

usp/dpa/AP/Reuters: „Klimagipfel in Doha – Umweltverbände kritisieren Ergebnisse als unzureichend“, 08.12.2012

<http://www.spiegel.de/wissenschaft/mensch/umweltverbaende-kritisieren-ergebnisse-des-klimagipfels-in-doha-a-871792.html>

TF1

<http://www.groupe-tf1.fr/en/csr/the-environmental-footprint/environmental-issues-and-tf1-policy/environmental-issues-and-tf1-policy-7262527-843.html>

<http://www.groupe-tf1.fr/en/csr/the-environmental-footprint/environmental-management-at-group/environmental-management-at-group-head-offices-7598044-843.html>

The British Standard Institution

<http://www.bsigroup.de/de/Audit-und-Zertifizierung/Managementsysteme/Standards-und-Systeme/ISO-14001/>

The Green Economy Post

Morsella, de, Tracey, „Entertainment Industry Does Poorly with Sustainability and Social Reporting“, 2009

http://greeneconomypost.com/entertainment-industry-sustainability-social-reporting-3773.htm?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=entertainment-industry-sustainability-social-reporting

The Walt Disney Company

<http://thewaltdisneycompany.com/citizenship/environmental-goals>

Warner Bros. Entertainment Corporate Responsibility

<http://www.wbcitizenship.com/sustainability/>

<http://www.wbcitizenship.com/sustainability/production/>

WDR5

Engelke, Anna: „Klimaschutz? Was geht mich das an? Alltag in den USA“, 09.12.2011

<http://www.wdr5.de/sendungen/morgenecho/s/d/09.12.2011-06.05/b/klimaschutz-was-geht-mich-das-an-alltag-in-den-usa.html>

Wellenstein Fundus

<http://wellenstein-fundus.de/about.html>

Wikipedia

http://en.wikipedia.org/wiki/Best_practice

<http://de.wikipedia.org/wiki/Umwelt>

ZDF

http://www.unternehmen.zdf.de/index.php?id=597&artid=441&backpid=576&cHash=7754_6571fe31c2d108d78eda2d1dd84a

Zeit Online

Endes, Alexandra: „Die Blockierer von Doha“, 05.12.2012

<http://www.zeit.de/wirtschaft/2012-12/blockierer-doha>

Zeitschriften

Schrader, Christoph: „Grenzerfahrung“ in: Süddeutsche Zeitung (26.11.2012), Nr. 273

Vogt, Erich: „Katastrophe voraus“ in: Süddeutsche Zeitung (27.11.2012), Nr. 274

Wille, Joachim: „Hitzewellen in der Vier-Grad-Welt“ in: Frankfurter Rundschau (26.11.2012), Nr. 276

Vorträge

Podiumsk Diskussion auf dem Experten-Panel der Green Film Initiative in Potsdam-Babelsberg am 25.10.2012

Moderation: Michael Geidel

Teilnehmer: Christiane Scholz, Pit Krause, Doktor Dietrich Reupke, Ernst Pfeiler

Vortrag von Christelle Wolf von Peacefulfish zu „Results of the EUFCN Survey on environmental issues“ auf dem Experten-Panel der Green Film Initiative in Potsdam-Babelsberg am 25.10.2012

Skype-Vortrag von Baptiste Heynemann zu Ecoprod auf dem Experten-Panel der Green Film Initiative in Potsdam-Babelsberg am 25.10.2012

E-Mail Korrespondenz

„EUFCN und CO₂-Rechner“

Michael Geidel, Green Film Initiative, 04.12.2012

„Green Producing“

Thomas Ramin, Technical Director Digital Postproduction, CinePostproduction GmbH, 22.11.2012

„Klimaneutral Produzieren“

Katja Schwarz, Leitung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Online- und IR-Chefredakteurin, Nachhaltigkeitsbeauftragte, Odeon Film AG, 30.11.2012

„Klimaschutzprojekt“

Dennis Uieß, Consulting, ClimatePartner Deutschland GmbH, 30.11.2012

Interviews

Schwarz, Katja, Leitung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Online- und IR-Chefredakteurin, Nachhaltigkeitsbeauftragte, Odeon Film AG, schriftlich geführt am 19.10.2012

Smith, Richard, Sustain Production Manager, BBC, aufgezeichnet im Rahmen des „Green Producing“ Workshops während dem Studentenfilmfestival „Sehsüchte“ in Potsdam am 02.05.2012

Peetzen, Helen, Leiterin Kommunikation und Service, Film Commission
Hamburg Schleswig-Holstein, schriftlich geführt am 07.12.2012

Scholz, Christiane, Büro Hamburg, Projektleiterin „Grüner Drehpass“, Film
Commission Hamburg Schleswig-Holstein, telefonisch geführt am 11.12.2012

2. Präsentationen

Results of the EUFCN Survey on environmental issues

Conducted by **peacefulfish**
August 2012



What is the European Film Commission Network (EUFCN)?

- A non-profit association which supports and promotes the European film industry and culture.
- EUFCN represents 80 European Film Commissions from 24 countries

• **Who is Peacefulfish?**

- Consultancy firm for financing the creative industries
- Based in Berlin and Brussels



Why a survey in the field of environment ?

- growing awareness of the environmental crisis facing our planet
- different major initiatives, e.g. in Great Britain with the carbon calculator Albert and in France with Carbon Clap'
- large responsibility of the film and TV industry concerning public conscience in matters of environment
- growing sector with about 1000 shootings per year in Europe
- the film and TV industry itself has to anticipate future rules and standards for governing environmental matters
- a few Film Commissions said to be engaged in environmental issues

Necessity to conduct a survey to clarify the possible role of the Film Commissions towards environmental issues



Context

The survey

- online questionnaire with 16 questions sent to all 80 members
- 25% of questions with grades (1-5)
- survey conducted from 2012/06/15 to 2012/08/08

Objectives of the survey:

1. to identify **existing** practices within Film Commissions concerning their environmental activities
2. to better understand **current positions** toward environmental policy
3. to know Film Commission's **expectations** on environmental concerns and the possible role and activities they can assume

The survey covered the following areas:

- Part I: Film Commissions and environmental concerns
 - Part II: On going activities within the Film Commissions
 - Part III: Future Developments and Strategies –expectations of the Film Commissions
- **72.5% of the EUFCN members answered the survey.**



I Film Commissions and environmental concerns

- 60% of the Film Commissions take environmental concerns as an important issue to be considered throughout their work.
- As of today, 31% of the Film Commissions take responsibility for environmental issues but estimate that environmental policy should be done by another institution (e.g. regional, municipal, local authority).



I Film Commissions and environmental concerns

For 52% of the Film Commissions following areas are of environmental concerns:

1. local landscape and scenery (28.8 %)
 2. waste and pollution management of a production (26.9 %)
 3. local cultural heritage: (25%)
 4. energy and carbon footprint impact of a production (19.2%)
 5. biodiversity (15.4%)
 6. local traditions, crafts, and intangible cultural assets (13.5%)
 7. Only 17.3% of the members indicate that they are not responsible for any of the above sectors.
- 48% of the Film Commissions do NOT have a clear definition of what their environmental contribution includes

Need of a clearer definition of areas of environmental concerns for Film Commissions



II On going activities within Film Commissions

- Currently only 28% of the Film Commissions offer **training** activities in environmental matters, such as:
 1. Handbook on environmental matters (20.5%)
 2. Training for location managers (15.4%)
 3. Training for other stakeholders (e.g. craftsmanship) (10.3%)
 4. Training for local producers (7.7%)
 5. Training for international producers (5.1%)
- 72% of the Film Commissions offer NO Training in environmental matters
- **Training has a high cost factor, but it is an efficient tool in order to transmit knowledge to a larger number of people / different audiences**



II On going activities within Film Commissions

- A few examples of activities within Film Commissions:
 - The Film Commission Hamburg Schleswig-Holstein in Germany created the green shooting card (http://www.fchsh.de/sites/en_1443.asp)
 - The Ile-de-France Film Commission in France is part of a joint initiative by public and private organisations called Eco Prod which creates a carbon calculator (carbon'clap) and since 2012 the guide eco production (<http://www.ecoprod.com>)
 - VAF-location Flanders in Belgium created a handbook e-Mission (<http://www.locationflanders.be/about-us/e-mission/>)
 - The Irish Film Board has a green production toolkit (http://www.irishfilmboard.ie/irish_film_industry/news/IFB_Supports_A_Greener_Pc)



III Expectations and Future Engagement of the Film Commissions

According to Film Commissions, following audiences need to be trained:

1. Location managers: 56.9%
2. Local producers: 55.2%
3. International producers: 48.3%
4. Other stakeholders: 31%

· Type of desired trainings :

1. Trainings in collaboration with other training initiatives from regional partners: 56.1%
2. A European wide approach to training schemes (e.g. through programmes, funding): 56.1%
3. Own workshops and seminars from their film commissions: 46.3%
4. Online training: 24.4%

Online Training enables to reach more people at reduced costs



III Expectations and Future Engagement of the Film Commissions

According to Film Commissions, the following measures could encourage the development of sustainable filming:

1. Financial incentives (80%)
2. Cost-saving strategies (76%)
3. Communication (73%)
4. Legal restrictions (60%)
5. Financial obligations (58%)



III Expectations and Future Engagement of the Film Commissions

- 83% of the members who answered the survey want to get more engaged in environmental matters and sustainable development.
- 89% of the members who answered the survey would welcome co-operative initiatives with like-minded Film Commissions in the future.



Recommendations from the Film Commissions

- EUFCN should:
 1. create a collaborative platform for EUFCN members to exchange information and best practices (67%)
 2. develop trainings modules (onsite, online) (64%)
 3. adopt common guidelines (58%)



Next steps

The general positive outlook of the responding Film Commissions is taken as an encouraging sign for common European wide policy initiatives, concrete activities and further exchange of knowledge & good practice in the field.



Thank you

Arie Bohrer: a.bohrer@aba.gv.at
Thierry Baujard: thierry@peacefulfish.com



ecoprod

**Promoting eco-friendly best practices
in motion picture and TV production**



1

What is the CNC ?



- Created in 1946, the Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) is a public administrative organization, set up as a separate and financially independent entity.
The centre comes under the authority of the ministry of culture and communication and Eric Garandeau is its president.

The principal missions of the CNC are :

- regulation
- support for the film, broadcast, video, multimedia and technical industries,
- promotion of film and television for distribution to all audiences
- preservation and development of the film heritage

www.ecoprod.com

CO2 Emissions: what about the audiovisual sector ?



Intensité carbone de différents secteurs d'activité à partir d'études Carbone 4

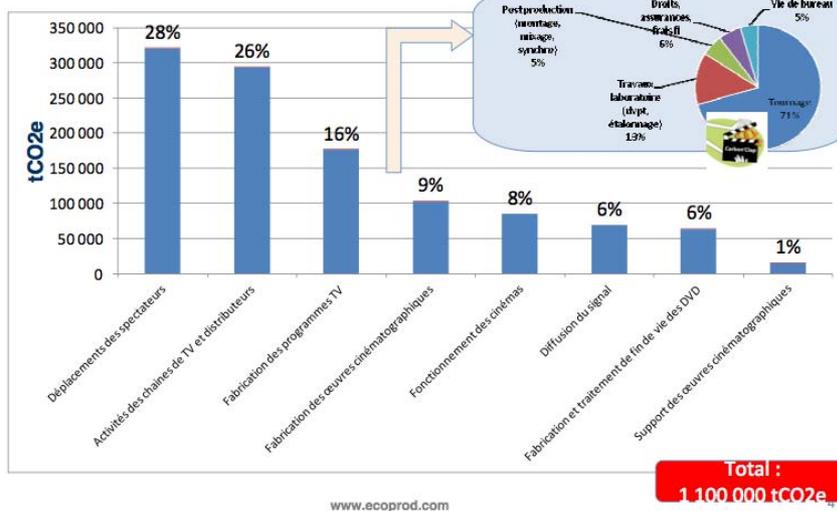


* Chiffres clés 2007 associés aux codes NAF présentés, fabrication et utilisation des TV exclus

www.ecoprod.com

3

Audiovisual sector devices excluded



www.ecoprod.com

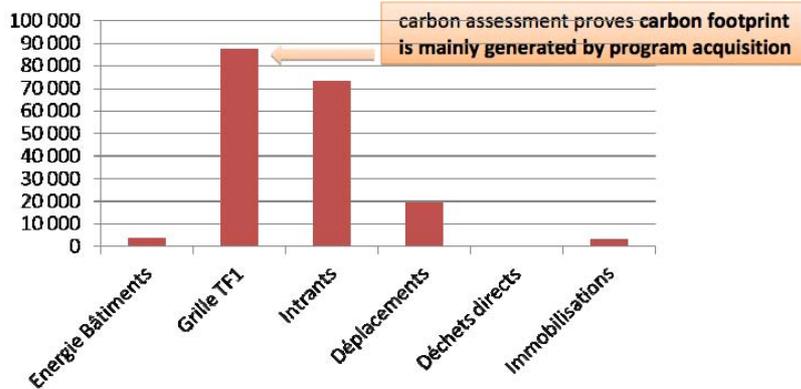
Key figures



www.ecoprod.com

5

Carbon Assessment of the TF1 Group



www.ecoprod.com

6

Let's do it together !

- The reasons why:
 - ▶ Film production is an atomized sector
 - ▶ Broadcasters share the same producers/suppliers
 - ▶ Through this joint effort, we can offer the film sector tools free of charge.
- Ecoprod is today a collective approach. It has, so far, brought together 9 establishments from the public and the private sectors.
- Ecoprod's mission, launched in April 2009 :
 - ▶ Develop measuring tools and actions specific to the audiovisual sector
 - ▶ Incite the players to integrate environmental criteria in their daily work.



www.ecoprod.com

7

Our perimeter



- Film production (not distribution)
- All types of artistic creations : short film, feature film, TV shows, TV fictions, adverts, cartoons are concerned.
- Actions we implement :
 - ▶ 2009: Web site, Fact sheets,
 - ▶ 2010: Work group on lighting, Calculator
 - ▶ 2011 : collecting best practices
 - ▶ 2012 : Ecoproduction guide, study on waste management
- ▶ **2012**
- More and more Implementation of the approach in real context.
- Highlight the achievements (logo rather than label).
- Develop training modules with schools and training centers.
- Eco-conditionality : shoul we develop mecanisms with the financial players to incite producers to take environment into account ?
- Gather some macroscopic figures about audiovisual footprint in France

www.ecoprod.com

8

Ressource center www.ecoprod.com



- Update our public on our actions and share best practices in France and abroad

- Presentation of the « best in class »

- Promoting dialogue

- Newsletter, twitter, FB 



www.ecoprod.com

9

Fact sheets



- 8 fact sheets related to 8 aspects of audiovisual activity now available on our web site.
- We provide recommendations, references, key figures and a choice of measures covering different situations.
- A contact zone in every fact sheet allows to collect user feedback.



www.ecoprod.com

10

Work groups



- Lighting
- Waste management (via Audiens' CSR Club)
- Coordination with «Maires d'Ile de France » (mayors of the Ile de France Region) via the « shooting guidebook ». Objective : joint development of a charter of good conduct for production teams and also for the host town.
- Next step: sustainable studio
- Etc...

www.ecoprod.com

11

Carbon'Clap

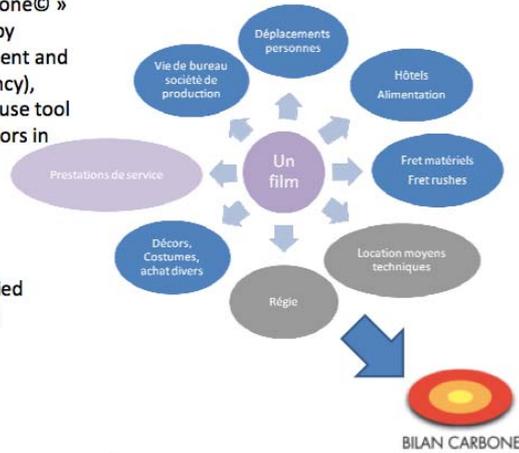


www.ecoprod.com

Carbon'Clap : carbon evaluator based on ADEME'S Bilan Carbone®



- Based on the « Bilan Carbone® » methodology developed by ADEME (French environment and energy management agency), Carbon'Clap is an easy to use tool adapted to invariable factors in the shooting process.



- The carbon footprint of a production can be identified through quantitative data concerning : crew travel, electricity consumption, equipment rental ...

www.ecoprod.com

Methods and Themes



- Kick off meeting with Production Director
- Meeting with whole crew (during lunch)
- Ecoprod Consultant was present on the field (outdoors and in the studio) for 3 or 4 days
- Last meeting for feed back



Production Director

Sensitize the crew.
Energy, GE, Batteries
AC, heating
Print
Digital communication
Crew travel
Waste
Site cleaning
Material transportation

Main themes



www.ecoprod.com

14

Adapted input screens



Informations générales

Ces informations sont données en toute confidentialité. Elles ont pour objectif de mieux connaître les profils des productions évaluées et de produire des données à des fins uniquement statistiques, dans une volonté de progrès du secteur de l'audiovisuel.

Nommez votre évaluation carbone*:

Indiquez le type de production*:

Indiquez la durée du programme en minutes*:

Indiquez le nombre d'éditions par an:

Indiquez si des repérages sont effectués:

Indiquez si des tournages ont eu lieu hors de France:

Indiquez la présence d'un public:

Indiquez la présence d'invité(s):

le Pilote

Fiction TV

90

1

> SUITE

www.ecoprod.com

Following production phases



Informations générales | Pré production | Production | Post Production | 10%

Phase 1: Pré production

Activité de bureau

Indiquez le lieu de la pré production:

Indiquez le nombre de jours-hommes nécessaires à la préparation de l'émission:

Estimez la quantité de papier consommée:

Hors Ile de France

50 jours-hommes

5 feuilles

> SUITE

www.ecoprod.com

Results pages



Page de résultats

Nom du projet: **Nom** catégorie de film: **Fiction** durée: **XX min** localisation du tournage: **IDF**

D'après les données saisies le **XX:XX:XX**, la production audiovisuelle « **Nom du projet** » émet environ: **XX T eq.CO2**

Les deux grandes phases les plus émetteurs en CO2 sont la phase **Production** et **Pré-production**
 Les deux grandes postes les plus émetteurs en CO2 sont l'**énergie** et le **fret**

Emissions par poste (en kg.eq.CO2)						Emissions par phase (en kg.eq.CO2)		
Energie	Déplac.	Fret	Moyens tech	Moyens mat	Hôtellerie-restaur	Pre-prod	Prod	Post-prod
120	280	50	200	170	30	300	382	742

Détail des émissions par phase (en kg.CO2)

Détail des émissions par poste (en kg.CO2)

Mode d'emploi

Imprimer

Déconnexion

Pour aller plus loin

La production a consommé l'équivalent de **XXX** litres d'essences
 Le ratio par minute d'émission représente l'équivalent de **XXX** kg eq.CO2/minute

Conseils

Fret Visualiser les conseils

Énergie Visualiser les conseils

Mise en avant des 2 - 3 meilleurs conseils. Liste déroulante en cliquant dessus.

[Exporter en PDF](#) [Imprimer](#) [Reprendre le calcul](#)

www.ecoprod.com

17

Result pages



NOM DU PROJET	CATÉGORIE DE FILM	DURÉE	LOCALISATION DU TOURNAGE	Mon compte
le Pilote	Fiction TV	90 min.	Hors de France	Mode d'emploi
				Déconnexion

D'après les données saisies le 10/09/2012, la production audiovisuelle « **le Pilote** » émet environ **12,4 Teq CO2**

Soit un ratio de 137,3 kg eq CO2/minute
 Soit l'équivalent de 4 352 litres d'essence ou 1,2 années d'émissions de CO2 pour un français moyen

EMISSIONS PAR POSTE (EN KG.EQ.CO2)						EMISSIONS PAR PHASE (EN KG.EQ.CO2)		
Energie	Déplacement de personnes	Fret	Moyens techniques	Moyens matériels	Hôtels/Restauration	PreProduction	Production	PostProduction
886,3	145,9	345,2	5 085,4	326,1	5 141,9	6,33927	7,812548	4,99459

Emissions par poste (Teq CO2)

Emissions par phase (Teq CO2)

Carbon'Clap, key figures



- 1 hour program ... 2 to 1000 tons of CO2 equivalent

Average 1H TV
program = 12
tons

Weekly program
in fixed setting =
1.7 tons

Shooting a
fiction in
France
200 tons

One-off event capture,
with participants
including the public
and foreign artists
900 tons

Shooting a
fiction abroad
400 tons

www.ecoprod.com

19

Carbon'Clap, key figures



150 Carbon
assessments per
months using
Carbon'Clap

www.ecoprod.com

20

Pour agir : le guide de l'éco production



www.ecoprod.com

21

On the field : Key persons



Assistant Director



Group man



www.ecoprod.com

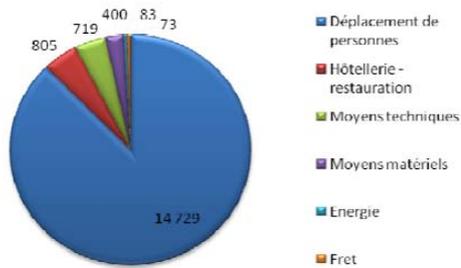
22

Ushuaia Specials



- Spéciale Ushuaia sur Ushuaia TV

- 16 T équiv CO2



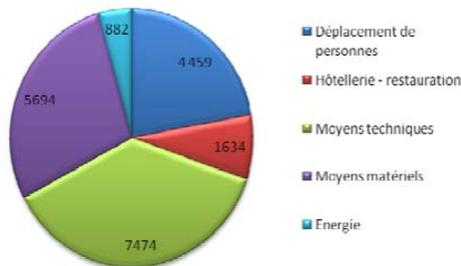
www.ecoprod.com

RIS – TV Series



- 1 RIS episode

- 23 T eq CO2



www.ecoprod.com

Jo (Lagardère entertainment)



■ Jo entire season 1 (8 episodes)

■ 72 T eq CO2



www.ecoprod.com

Jo – First series with 0 t CO2



8 episodes consist of :

- 88 shooting days in Paris and Region
- 85 technicians, 160 comedians
- 32 set per episode (made and stored in Paris region)
- 17 technical vehicles, 6 dress & make up trucks, 28 trucks
- 12 return trips Paris Los Angeles and 320 trips Londres Paris (exclusively with Eurostar)
- 10 000 meals, 1300 hotel nights
- Energy : use of city plugs every where possible (80 city plugs on the main Paris shooting areas)
- Waste management
- Mobility : electric cars Autolib
- Paperless production
- Furniture bought = furniture sold
- Total compensation of the remaining CO2

www.ecoprod.com

Minuscule – Feature film by Futurikon



« Eco-shooting » in Parc national du Mercantour

- Public regional subsidy aimed on green issues (A.G.I.R.) allowed more preparation time and a better anticipation with local authorities
- Better day scheduling to optimise the use of natural lights
- Organic and local catering
- Collective transportation
- Severe waste management



www.ecoprod.com



■ DANKE SCHÖN !

■ www.ecoprod.com

■ Baptiste.heyneemann@cnc.fr

www.ecoprod.com

28

3. Vorträge

Podiumsdiskussion auf dem Experten-Panel der Green Film Initiative in
Potsdam-Babelsberg am 25.10.2012

Moderation: Michael Geidel

Teilnehmer: Christiane Scholz, Pit Krause, Doktor Dietrich Reupke, Ernst
Pfeiler

Michael Geidel:

Zuerst stelle ich vor Frau Christiane Scholz von der Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein. Die erste Filmförderung in Dtl. die sich dem Thema nachhaltige Filmproduktion verschrieben hat, nicht nur den Grünen Drehpass ausgegeben hat, der schon 2mal vergeben wurde, sondern auch Best-Practice Guidelines, wie man denn eine Filmproduktion nachhaltig gestalten kann, veröffentlicht hat vor nicht allzu langer Zeit. Daran durften wir auch ein klein wenig mitarbeiten.

Dann möchte ich Pit Krause vorstellen. Er ist Geschäftsführer der Novafilm GmbH mit Sitz in Berlin und Mitglied der Produzentenallianz und auch als Vertreter der Produzentenallianz hier auf dem Panel mit vertreten. Er hat den Grünen Drehpass schon einmal bekommen für die ZDF Serie "Der Landarzt" und deswegen schon einen sehr guten Hintergrund wie man nachhaltig produzieren kann.

Dann Doktor Dietrich Reupke. Er ist der Referatsleiter Medien und Rundfunk der Senatskanzlei Berlin, gleichzeitig aber auch für die Länderkoordinierung Film zuständig und in Vertretung für den Chef der Staatskanzlei Berlin Björn Böhning hier heute, der Aufsichtsratsvorsitzender des Medienboard Berlin-Brandenburg ist. Herzlich Willkommen.

Und zu guter Letzt Ernst Pfeiler, Head of Technology Grundy UFA. Ein großes, bekanntes Produktionsunternehmen mit Sitz hier in Potsdam. Zählt zu den großen Produzenten von Serien und Daily Soaps in Deutschland und ist aber auch Teil von Freemantle und damit der RTL Group und hat ebenfalls schon viele Erfahrungen, die er beisteuern kann zum Thema Nachhaltigkeit und Kostenoptimierung.

Wir versuchen mal die ganz allgemeinen Fragen außen vor zu lassen. Dass es nicht mehr kosten muss, dass es nicht kompliziert sein muss, dass es unterstützt wird von vielen Seiten, das ist ja schonmal ganz gut rübergekommen. Eine ganz allgemeine Frage generell an alle ist, aus welchem Grund ist das Thema bei Ihnen auf der Agenda gelandet.

Pit Krause:

Ich bin mit einer Frau verheiratet, die hat die Brent Spa besetzt vor knapp 20 Jahren und die AG - ich bin Teil der Odeon Film AG - wir haben alle mittlerweile Nachhaltigkeitsprogramme, das fing vor 2 Jahren an, dass wir das auf die Agenda gesetzt haben.

Christiane Scholz:

Bei mir war das letztes Jahr eine Veranstaltung in Paris, wo Ecoprod vorgestellt wurde, ich aber auch noch viele andere Vorträge gehört habe. Da habe ich die Idee gehabt, den Drehpass gibt es in Hamburg schon seit über 10 Jahren, das ist einfach ein Gütesiegel gewesen, sag ich mal, dass man den Produktionen einen Pass in die Hand gegeben hat um den Kontakt mit Behörden, Polizei und den Ämtern zu erleichtern, dass die Kommunikation dort besser funktioniert. Und dann haben wir uns überlegt, aus dem Drehpass kann man ja auch den Grünen Drehpass machen.

Dr. Reupke:

Ich muss gestehen ich bin ein Novize, was dieses Thema angeht. Bis vor einigen Wochen habe ich das Thema für den Film noch nicht im Fokus gesehen, aber ich bin dann in verschiedenen Punkten neugierig gemacht worden auf das Thema und wenn man mal darauf achtet, sieht man, dass es stimmt, was die amerikanische Kollegin vorhin gesagt hat, es gibt ein gewisses Momentum was dieses Thema für den Film anbetrifft. Dann wird man aufmerksam, dann liest man zum Beispiel, dass die Bavaria in München das erste klimaneutrale Studio im Begriff ist auszurüsten. Man hört vom Grünen Filmpass, da gibt's ja auch ein Netzwerk der Filmkommissionen nicht nur Europaweit, sondern auch in Deutschland und die Kollegen sprechen auch miteinander. Dann gibt's die Berlinale, die in diesem Jahr auch schon ein Panel zu diesem Thema hatte, dann gibt es parallel zur Berlinale eine Veranstaltung der Green Me Lounge. Grüner Film taucht überall auf und die Zeit ist glaube ich genau richtig um das Thema jetzt in den Fokus zu stellen und auch gegenüber anderen Themen, die im schwangeren, ich sag mal barrierefreiheit zum Beispiel ist ein Thema, das ja nicht im Zentrum der Filmproduktion steht, aber die Filmproduktion auch berühren wird. Oder die Digitalisierung des Filmerbes, das sind so Themen, ich glaube Greening Film ist "in" und ich kann auch stellvertretend für Björn Böhning und auch für Kirsten Niehuus vom Medienboard, mit der ich gestern noch gesprochen habe sagen, sowohl die Politik, als auch die Filmförderung, zumindest hier in der Region wird sich des Themas annehmen müssen und wird es weiter verteilen.

Ernst Pfeiler:

Bei uns war es so, wie es sehr häufig ist. Diese Themen werden aus unserer Zentrale in Gütersloh initiiert, wir gehören zur Gruppe Bertelsmann. Dort sind diese Themen recht deutlich auf der Agenda und angefangen hat es dann aus meiner Perspektive auch vor 2 bis 3 Jahren, als eine Anfrage aus Gütersloh kam, wie wir uns denn zu diesem Thema verhalten und was wir schon dafür tun. Und da haben wir dann erkannt, dass ohne dass wir dieses Thema als eigenes Themengebiet betrachtet haben sehr viele Initiativen unterwegs sind, die genau in diesen Aspekt fallen. Seitdem haben wir ihn nicht mehr aus den Augen verloren.

Michael Geidel:

Das sieht ja schon sehr gut aus. Ein Konsens zu diesem Thema. Aber wir wollten ja auch über den Status Quo sprechen, d.h. wo befinden wir uns gerade. Wir haben gehört, wie weit Frankreich ist, aus England viele Grüße von Richard Smith, der bei der BBC den Rechner Albert entwickelt hat. Wir

hätten heute auch noch bei ihm zuschalten können, allerdings hätte dann die Zeit erst recht nicht ausgereicht. Die BBC ist selber sehr aktiv in dem Bereich das zu fördern, schon seit Jahren und hat auch eine ganz krasse Politik der CO2 Reduktion implementiert, die sie verfolgen. Nicht nur die BBC macht das, auch das neue 5-Jahres-Programm des British Film Institutes hat den Punkt "Sustainability" aufgenommen, das heißt, sie werden in den nächsten 5 Jahren ganz aktiv das Thema fördern und auch fordern.

Zurück nach Deutschland. Status Quo. Wie ist der Stand der Dinge bei der Odeon, bei der Novafilm im Bereich der Grünen Filmproduktion?

Pit Krause:

Stockend. Weil die Sender nicht mitziehen, das ist das ganz große Problem. Wir versuchen, wie das die Nachhaltigkeitsbeauftragte der AG so schön sagt: "Kleine Schritte sind besser als keine Schritte." Das klassische Thema keine Pappbecher mehr, nur noch Fair-Trade Schokolade, etc. das setzen wir alles um. Aber die großen Schritte funktionieren nicht. A weil die Sender nicht mitziehen und B weil das Umfeld nicht da ist. Es gibt schlicht und ergreifend keine - auch wenn Hamburg anfängt damit zu werben, dass sie Hybridfahrzeuge haben, aber die haben glaube ich 10 am Markt. Das Umfeld stimmt einfach nicht, das ist das große Problem. Deswegen geht es sehr stockend voran, in kleinen Schritten.

Christiane Scholz:

Bei uns geht es nicht so stockend voran in Hamburg. Wir sind aber auch sehr aktiv, weil wir gemerkt haben, die Zeit ist reif. Wir haben den direkten Kontakt zur Branche, wir machen Setbesuche, wir hören rein und gucken wie weit sind die Leute jetzt. Wir hatten im September eine Kick-Off Veranstaltung, wo wir den Grünen Drehpass vorgestellt haben und das ist sehr gut angekommen. Ich habe das Gefühl, dass die Branche sehr, sehr interessiert ist, dass viele Bescheid wissen wollen. Wir haben in Hamburg einen Partner mit dem wir gemeinsam an einem CO2-Rechner sitzen und gucken ob wir gemeinsame Schritte gehen können. Wir haben den Best Practice Guide online gestellt. Das kommt natürlich sehr gut an, weil das sind ja konkrete Handlungsempfehlungen, dass jeder Produzent weiß wie geht es voran. Das ist ja nicht für Hamburg, sondern es ist für jeden möglich darauf zuzugreifen, sich das durchzulesen und daran abzuarbeiten. Als nächstes werden wir mitte November einen Praxisworkshop machen. Die Produktion, die jetzt gerade in Hamburg unter den Kriterien des Grünen Drehpasses dreht werden hier auch, was die Amerikanerinnen gesagt haben, filmt alles, postet es, spricht darüber was ihr tut, wir machen Making-Ofs, Aufnahmen, Fotos, dass wir anhand dieses Kurzfilms den wir gefördert haben, dass wir konkret den Filmschaffenden zeigen können, wie ist der erste Schritt, wie geht man das an und wie weit kann man kommen. Und ich denke kleine Schritte sind zumindest Schritte in die richtige Richtung.

Dr. Reupke:

Vielleicht 2 Gesichtspunkte. Der eine ist, es gibt ja schon von Seiten der Politik erhebliche Anstrengungen ökologische Standards zu setzen, für nachhaltige Produktion zu sorgen und da ist die Filmindustrie nur ein Teil der Industrie

insgesamt. Das heißt, da kann sie sich in der Tat bedienen an den Instrumenten, die da generell geboten werden. Das andere ist, die Filmkommissionen und die Filmförderungen werden ja beauftragt von den Ländern. Das heißt, was da passiert wird finanziert und begleitet von der Länderpolitik. Ich könnte auch verweisen auf die FFA und den Bund, da ist auch schon Bewegung. Aber der entscheidende Gesichtspunkt ist, dass gerade beim Film eine große Sensibilität besteht, dass der Staat nichts aufoktruiert. Die Kinofilmproduktion ist ja schon, grob geschätzt, zu 40% oder mehr von staatlichen Zuschüssen abhängig. Wir könnten natürlich leicht sagen, wir verbinden Förderungen mit Auflagen. Das klang ja hier auch an bei der Umfrage unter den Filmkommissionen. Wir würden also sagen, wenn ihr Subventionen haben wollt, für die Produktion eines Kinofilms, dann müsst ihr bestimmte Standards einhalten. Das würde ich aber für den falschen Weg halten. Ich glaube nicht, dass wir zusätzliche Reglementierungen brauchen im Verhältnis zwischen dem Staat, zwischen den Filmförderungen und den Produzenten, sondern es muss aus dem Bewusstsein heraus bei den Produzenten wachsen. Ich weiß, dass sowohl die Deutsche Filmakademie als auch die Produzentenallianz über dieses Thema nicht nur nachdenken, sondern auch im Begriff sind aktiv zu werden und das wollen wir in einer Partnerschaft begleiten. Wir bieten uns an mitzudenken, auch mitzufördern, das will ich gar nicht ausschließen, aber es darf nicht aufgezwungen sein. Die Initiative muss von der Branche selber ausgehen.

Ernst Pfeiler:

Ich würde mich gerne direkt hier anschließen und einen anderen Blickwinkel auf die Kontaktstelle Film aufmachen. Das eine, was wir gehört haben war die Annahme, dass Film- und TV-Produktion auf eine bestimmte Art und Weise läuft und innerhalb der gesetzten Workflows dann versucht mit den ganzen Aspekten dieses Bewusstsein zu schaffen. Ich würde das gerne einmal umdrehen aus meiner technologischen Sicht. Punkt eins, wie kann ich neue technologische Möglichkeiten effizient für die Filmproduktion einsetzen, wie kann ich damit Kosten reduzieren, wie kann ich damit den Anforderung der Sender und des Marktes besser gerecht werden? Das ist eine Anforderung, die wir alle jeden Tag haben. Punkt zwei, im Rahmen dieser Maßnahmen, die wir sowieso tun müssen, was und wie kann ich dann in Bezug auf Green Filmmaking optimieren. Das ist der Ansatz mit dem wir losmarschieren, weil dann ist es nichts was oktruiert ist, sondern aus den Personen selber herauskommt, weil in unserem Kulturkreis ja eine große Sensibilität für diese Themen da ist und damit man eigentlich etwas positives macht. Die Veränderung, die natürlich immer eine Gefahr oder das Potential birgt einen Fehler zu machen, zu verbinden mit einem positiven Aspekt so dass ich auch mit Freude diesen Herausforderungen des Alltags da draußen begegne und das aus einem ökologischen Blickwinkel. Das ist eine Kombination, die bei uns den Alltag bestimmt und sehr gut funktioniert.

Michael Geidel:

Was man vielleicht aus diesen beiden Key-Notes mitnehmen kann ist tatsächlich, dass man in Frankreich auch der Meinung ist, das nicht zum Zwang zu machen, sondern eher ein Anreiz-System zu schaffen. Wie wir gehört haben gibt es auch einen Fonds der Nachhaltigkeitsbemühungen unterstützt finanziell, in Frankreich. Dass man zum Beispiel sich eventuell

auch teureres, nachhaltiges Catering leisten kann, die Mehrkosten abgedeckt werden. Natürlich ist es für viele Produzenten auch erstmal ein Lernprozess, das haben wir auch selber durch unsere Erfahrung mitbekommen. Wenn man von heute auf morgen vor die Herausforderung gestellt wird alles umzustellen, sind die meisten überfordert und denken tatsächlich, das geht nur mit Mehrkosten. Wenn man natürlich keine Erfahrung hat, dann verursacht man auch erstmal Mehrkosten. Bei der Grundy UFA war das ja auch ein Prozess. Das war ja kein Schalter, switch, das ging über Jahre, dass immer weiter optimiert wurde. Das sind langjährige Erfahrungen, anders ist es auch nicht in den USA. Dort ist natürlich auch die Situation mit den Major Studios eine andere, die dadurch dass sie börsennotiert sind und gewisse Auflagen im Rahmen des CSR haben, natürlich schon aktiv auf die Produzenten zugehen und das zur Pflicht machen. Davon sind wir natürlich aus verschiedenen Gründen noch weit entfernt. Allerdings ist es ja so, dass man sagen kann, wenn man es nicht unbedingt braucht und es einem eher lästig erscheint, dann macht man es eben nicht. Ist das eine Gefahr, die sie sehen?

Ernst Pfeiler:

Im Gegenteil. In diesem Veränderungsprozess, denen unsere Branche im Rahmen der Digitalisierung und der neuen Devices ausgesetzt ist befinden wir uns ja in einem permanenten Veränderungs- und Optimierungsprozess, das heißt, diesen Gedanken mit einzuschließen ist eher etwas was aus sich selbst heraus logisch und motiviert erscheint, deshalb sehe ich gar nicht die Gefahr, dass man da stehen bleibt. Wir können ja gar nicht stehenbleiben, sonst werden wir eh umgepusht. Insofern gibt es nur einen Weg und der ist nach vorne.

Michael Geidel:

Wenn wir gerade beim Umpusten sind können wir gleich auf die Europäische Dimension mit eingehen. Natürlich kam es auch bei der französischen Präsentation ganz gut raus, dass ein Film, der nicht in Frankreich gedreht ist, damit wurden auch Koproduktionen eingeschlossen, natürlich wesentlich mehr CO2 verursacht wird. Es ist kein Geheimnis, dass die meisten größeren Filmproduktionen allein aus dem Budget heraus Europäische Koproduktionen sind, um auch an Europäische Töpfe aus Brüssel zu kommen. Natürlich fragt man sich da, wenn jetzt England einen eigenen Rechner hat, jetzt planen wir in Deutschland noch einen eigenen Rechner, dann gucken wir mal, was die Italiener und Spanier noch machen...

Pit Krause:

Das gibt's doch schon. Wir kommen auf drei verschiedene Ergebnisse. Und wir haben uns dann die besten natürlich ausgesucht. Ich persönlich halte das für ziemlich schwierig, diese ganzen CO2-Rechner und diesen Ablasshandel, den haben wir selber auch betrieben, mit den CO2-Zertifikaten für 7,20 Euro. Das ist natürlich alles schwierig, ob das der richtige Ansatz ist. Deswegen auch eher, was Sie gesagt haben. Das haben wir beim Landarzt auch gemerkt, die Crew arbeitet seit 25 Jahren da und die haben damit angefangen und das aufgegriffen. Ich war dann bei einem Fest und dann haben sich Leute drüber unterhalten, welcher Öko-Strom ist denn nun ökologischer, der von Greenpeace oder keine Ahnung. Und da haben wir einfach gemerkt, dass das von innen heraus funktioniert hat, ohne Druck und ohne Zwang.

Dr. Reupke:

Ich glaube, das ist ein wichtiger Gesichtspunkt. Film ist ja eine Bewusstseinsindustrie. Wenn man sich manche Filme anschaut, dann ist deren Inhalt sehr ökologisch. Ich erinnere mich an "Darwin's Alptraum" der Dokumentarfilm über den Viktoriabarsch. Wenn man diesen Film mal gesehen hat, dann isst man keinen Viktoriabarsch mehr. Das heißt aber nicht automatisch, dass Filmemacher und insbesondere Filmproduzenten, die dann die Finanzierung aufbringen müssen, gleich ein grünes Bewusstsein haben oder dieses Bewusstsein auch in ihrer Produktion umsetzen. Ein entscheidender Gesichtspunkt ist glaube ich, das ist nicht nur politisch korrekt, sondern auf mittlere Sicht kann man damit auch Geld sparen. Damit kann man dann auch die Sender überzeugen, das ist ein wichtiger Gesichtspunkt. Filmproduktion ist ja nur zum kleinen Teil Kinofilmproduktion. Die entscheidenden Schrittmacher sind ja die Fernsehveranstalter. Wenn man die nicht gewinnt, die dann die Auftraggeber sind oder auch selber produzieren, dann kann man glaube ich grünes Bewusstsein im Filmemachen nicht wirkungsvoll umsetzen. Hinzu kommt, dass mindestens in Dtl. der Einfluss auf das öffentlich-rechtliche Rundfunksystem verhältnismäßig stark ist, durch die Rundfunkstaatsverträge. Das heißt, man kann auch jenseits der staatsvertraglichen Ebene in den Gremien Impulse setzen. Der Staatssekretär im Fernsehrat des ZDFs kann die Frage stellen: "Was macht ihr denn eigentlich für grüne Produktionen?" Das sind so Prozesse, die jetzt auch laufen müssen um das Thema weiterzuspielen. Immer noch, und das will ich nochmal wiederholen, jenseits der Ebene von verbindlichen Reglementierungen.

Michael Geidel:

Da kann ich gleich drauf antworten. Das ZDF wurde tatsächlich angesprochen und zwar von Eva Hubert, die neu ist im Fernsehrat der ZDF und das ist jetzt dort auf der Agenda beim ZDF.

Dr. Reupke:

Frau Niehuus und Frau Müller sind ja auch im Fernsehrat. Die sind schon zu dritt.

Michael Geidel:

Natürlich kann man jetzt dazu noch sagen, es sind ja auch Fernsehsender bei Filmförderungen mitbeteiligt. Eine Kinoproduktion ohne Beteiligung eines Senders ist ja sehr schwer zu realisieren in Deutschland, das heißt, kann ich nur unterstützen, bekräftigen. Natürlich ist das eine große Aufgabe, weil Sender natürlich in einer riesigen Struktur verankert sind und der Umbruch dort natürlich auch ziemlich große Herausforderungen für die dort leitenden Personen darstellt. Allerdings ist ein erster Schritt und darüber kann man sich ja auch unterhalten dass man den Großteil, den die Sender bestreiten und das sind ja Auftragsproduktionen wie zum Beispiel der Landarzt, der Landarzt hat das jetzt aus Eigeninitiative gemacht, das war nicht als Vorgabe oder als Wunsch vom ZDF.

Pit Krause:

...wurde ja jetzt trotzdem abgesagt...

Michael Geidel:

Das ist leider bittere Realität, aber das steht natürlich auch dafür, dass man es nie aneinander koppeln darf. Man darf nie sagen, du kommst nur auf Sendung wenn du grün bist. Deswegen wird es auch nie ein Kriterium werden. Das müssen wirklich unabhängige Komponenten sein. Trotzdem, wenn die Politik sich positiv dementsprechend äußert hilft das sicherlich dem ein oder anderen Produzenten und Sender auf die Sprünge.

Publikumsmeldung:

Was ich nicht verstehe. Ich habe bisschen gelernt, Mehrkosten sind es eigentlich nicht. Das Ergebnis ist eine Nachhaltigkeit, also ein positives Ergebnis. Was mir unter dem Hintergrund überhaupt nicht einleuchtet ist, dass ein Sender wie das ZDF dann sagt, das interessiert mich nicht. Da würde ich mal denken, man hat gesagt, wir machen das so, das kostet aber mehr.

Pit Krause:

Ich muss das korrigieren. Konkretes Beispiel, wir drehen jetzt eine Serie in Berlin, auch fürs ZDF und wir haben uns nachhaltiges Catering anbieten lassen, das hätte uns 45.000 Euro mehr gekostet. Da entstehen schon Mehrkosten. Natürlich spar ich auf der anderen Seite mehr, verbrauche nur noch halb so viel Papier, wir fahren weniger Auto, das kompensiert das aber nicht ganz. Es gibt schon mehr Kosten, die man zwar dann auch durch Technologie wieder bisschen auffangen kann, aber dadurch dass das Umfeld noch nicht da ist, sind die Mehrkosten da. Das ZDF interessiert sich schon dafür, aber sie sind nicht bereit diese Mehrkosten zu tragen. Ich könnte die zum Beispiel auch nachweisen.

Michael Geidel:

Vielleicht nun doch nochmal auf das Thema der Kommunikation in Europa zwischen den Ländern. Wenn es diese ganzen verschiedenen Initiativen gibt und diese Calculators und man aber eigentlich bei einer Koproduktion zum Beispiel an einem Strang ziehen will, dann brauch es ja schon Europäischer Richtlinien, einen von allen europäischen Partnern anerkannten Calculator und auch Guidelines an denen man dann gemessen wird, wenn dann tatsächlich mal aus Brüssel eine Ansage kommt und sagt: es wäre ganz schön. Wir würden euch so und so viel mehr geben. Oder es hängt vielleicht auch an einem Punktesystem, für das man sich qualifiziert um Förderung zu erhalten, wenn man gewisse Sachen nachweist, nur wie kann man das nachweisen, wenn die verschiedenen Europäischen Länder durchaus unterschiedliche Ansätze haben und sich in verschiedenen Stadien befinden. Haben Sie da Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit Europäischen Produktionen, wie das funktioniert, ob sie da auf einer Wellenlänge liegen. Ob es da vielleicht Abstimmungsbedarf gibt oder in welche Richtung man da gehen kann?

Christiane Scholz:

Das ist auf jeden Fall im Gespräch. Auch bei CineRegio, das ist der internationale Verband der Filmförderungen, und dort hat sich jetzt auch ein kleiner Umweltausschuss gebildet und dort sprechen europäische Filmförderungen miteinander und da muss man jetzt mal abwarten, wie das

weitergeht. Ich denke, das ist unser aller Wunsch, dass das kanalisiert wird und man dann auch einen Standard hat europaweit. Das macht ja nur Sinn. Es geht ja um Nachweisbarkeit und Messbarkeit, das geht ja nur, wenn wir einen Standard haben. Wenn wir Europa als gesamte Fläche sehen, dann wissen wir alle, dass wir immer wieder Probleme haben. Ob das das Geld ist oder andere Abstimmungen. Letztlich muckelt ja jedes Land für sich alleine und man muss einfach gucken, dass hoffentlich alle den großen Blick haben und, was Herr Krause ja auch sagt, kein Produzent hat irgendeinen Cent zu verschenken. Die Produktionskosten sind heute schon so eng gesteckt und die Drehtage sind reduziert. Da muss man ganz genau hingucken und der Wunsch ist sicherlich immer da, was Sie (Pit Krause) ja auch sagen. Es kommt entweder von "unten" vom Team, dass das Team einfach sagt, wir sind soweit. Wir trennen zu Hause und hier am Set da schmeißen wir den Plastikbecher durch die Gegend, das kann doch alles nicht wahr sein. Und dann von der anderen Seite die Produzenten, die sagen, wir machen das einfach zu unserem Standard, wir möchten gerne grün drehen. Und das ist das Schöne. Wir sind ja im Dialog mit der Branche, es ist Work in Progress und wir können nur gemeinsam voneinander lernen und hoffentlich alles so kanalisieren und schleusen, dass wir einen gemeinsamen Standard finden können.

Michael Geidel:

Vielleicht noch ein paar Anmerkungen im Bereich TV. Die EBU (European Broadcasting Union) erst vor Kurzem unter der Führung von Sky und der BBC eine Gruppe geformt hat, die sich um Green Broadcasting kümmert und alle Fernsehsender herzlich einlädt daran teilzuhaben um für Broadcasting Standards zu setzen. Die EBU setzt tatsächlich Standards. Das macht sie am laufenden Band, das ist die Aufgabe der EBU und genau vor diesem Hintergrund wird sich auch mittelfristig in Dtl. auch einiges entwickeln und auf die aktive Unterstützung der Fernsehsender kann man bestimmt bald zurückblicken und sagen das war schön.

Das war jetzt aber noch nicht das Schlusswort. Vielleicht noch kurz etwas als Wrap-Up. Wie machen wir weiter? Das ist eine wichtige Frage. Wie wir erstmal in Dtl. weitermachen und das dann auch auf Europäischer Ebene voranbringen. Es ist schon ein paar Mal angeklungen, aber vielleicht noch ein closing statement in diesem Bereich wie wir idealerweise weitermachen sollten oder uns es wünschen.

Pit Krause:

Dass man die Kriterien für den Grünen Drehpass zum Beispiel deutlich nach oben zieht. Die Barrieren da sind sehr gering, da kann eigentlich jeder sofort mitmachen. Das fiel mir so auf jetzt nochmal beim Lesen, es ist doch relativ einfach. Das wäre schon die Unterstützung der Sender und Förderer, die ist schon wichtig.

Christiane Scholz:

Sie haben völlig recht. Wir sind eigentlich jetzt schon weiter als dieser Flyer mit den Inhalten. Das sind ja noch sehr weiche und sanfte Hürden gewesen, die man da nehmen muss. Wie gesagt, es ist ja auch ein Prozess und wir sind sehr happy in Hamburg mit den ersten Reaktionen, die wir von der Branche hören. Wir hatten heute vormittag auch ein paar der Skeptiker. Die trifft man natürlich

immer noch, ich kann das auch total verstehen, dass man erstmal sehr kritisch damit umgeht, mit dem ganzen Ansatz. Aber wir werden weitermachen mit der Branche im Dialog, das ist ganz, ganz wichtig und ich hoffe natürlich, dass das ganz doll ansteckt, dass es einmal durch Deutschland geht und dass viele Filmförderungen und Filmkommissionen darüber nachdenken und die Branche da mitnimmt und in diese Richtung geht.

Dr. Reupke:

Ich erlebe noch den Zauber des Anfangs und denke nicht an weitermachen. Ich bin ziemlich sicher, dass sich die Filmreferenten der Länder auf ihrer nächsten Sitzung mit diesem Thema erstmalig erfassen. Wir werden versuchen das Thema auch in der Politik zu spielen. Aber was mir besonders wichtig ist und das möchte ich nochmal wiederholen. Wir wollen den Produzenten keine Themen aufzwingen, sondern das Thema muss von der Produzentenallianz, von der AG Dok, von der Deutschen Filmakademie gespielt werden und die Politik und die Förderungen sind dann bereit mitzuspielen. So muss das laufen.

Ernst Pfeiler:

Da hätte ich auch eine Idee. Aus dem technologischen Blickwinkel ist es so, wir haben die nachhaltigsten Effekte generiert, indem man mit neuen Technologien, z.B. empfindlichen Kameras oder LED-Licht am Set dramatisch positive Effekte in Sachen Energie erzielt haben. Sowohl im Außendreh als auch vor allem in den Studios, die bei uns ja jeden Tag hier vor Ort bespielt werden. Das sind drastische Größenordnungen in denen man da den Energieverbrauch reduzieren konnte. Das zweite, was man auch in den Tabellen vom französischen Kollegen gesehen hat ist ja beim Film alles was mit Transport zu tun hat. Das fängt an bei den klassischen Trägermedien wie Zelluloid und Tapes, da sind wir ja großteils schon jetzt einen Schritt weiter. Dort auf file-basierte Systeme umzusteigen, die nicht mehr transportiert werden müssen in der klassischen Form, was auch einen Effekt hat. Aber den größten Effekt, und da schließe ich gleich den Bogen, hat aus meiner Sicht eine Technologie, die sich jetzt hier in Form eines Start-Ups "Stargate Germany" positioniert hat, weil die führen eine Technologie aus den USA ein, die es möglich macht für den Produzenten gar nicht mehr an die schönen Orte dieser Welt reisen zu müssen, sondern diese schönen Orte ins Studio zu holen, so wie das die ersten 50 Jahre in der Filmgeschichte war. Insofern ist das etwas, was zwar auf Trauer bei vielen Crewmitgliedern und Darstellern stößt, weil das schöne 5-Sterne-Hotel im Taj Mahal nicht mehr in der Erzählliste an der Bar auftaucht, aber unterm Strich nicht nur finanziell eine intelligente Lösung ist, sondern wenn ich jetzt als Beispiel wieder das ZDF "Wege zum Glück", was es auch nicht mehr gibt, aber da war die Aufgabe einen Dreh an der Ostsee zu realisieren und wir haben einmal durchgerechnet was es kostet 120 Mann da parallel hinzukarren, versus eine Version mit "Stargate Germany" die Ostsee einfach hier aufs Gelände zu holen. Das kann man jetzt auch noch besichtigen. Wir haben das durchgezogen, wir haben das gemacht und der Effekt war ein äußerst positiver. Was das mit Förderungen zu tun hat ist ganz einfach, weil das sind alles Technologien, die positive Effekte auf den kompletten Ablauf haben, beim Drehen trotzdem eine hohe Qualität garantieren. Aber: diese Technologien müssen weiterentwickelt werden. Das heißt, wenn man solche Technologien in der Förderung oder in Kombination verschiedener

Förderinstrumente mit dem Aspekt Green Producing verbindet und dann vielleicht ein oder zwei Förderprojektpunktchen draufgibt, wenn diese neue Technologie nicht nur intelligent sondern auch grün unterstützend ist, das wäre unterm Strich wieder etwas, was das von Ihnen angesprochene Engagement aus Richtung der Produktion deutlich fördern würde in diesen Tagen, weil wir drehen alles um, was nicht schnell genug auf dem Baum ist und was irgendeinen tendenziellen Effekt verspricht. Insofern wäre das vielleicht eine konkrete Anregung, wie man damit umgehen könnte.

Michael Geidel:

Wir hatten gesprochen davon, die Standards anzuheben. Im Prinzip das herausfordernder zu machen, tatsächlich etwas zu tun, damit das nicht eine Art Greenwashing wird, damit nicht jeder sagt, okay ich hab jetzt keine Plastikbecher mehr am Set, jetzt bin ich grün und bekomme Geld dafür. So soll es natürlich nicht laufen, d.h. es muss schon Maßstäbe und Kontrollierbarkeit geben, dass man das tatsächlich erfüllt. Das ist ja nicht nur fürs Image, sondern es soll ja einen Effekt haben in Sachen CO₂-Einsparung. Man kann aber egal wie schwer man sich das vorstellt, im Grundprinzip ist das wieder aus dem Anglo-Amerikanischen Raum, alles etwas zu vereinfachen. Aber es gibt diese drei "R"s, die kann sich jetzt jeder mal mit nach Hause nehmen: Reduce, Reuse, Recycle. Alles basiert auf diesen drei "R"s was eine grüne Filmproduktion ausmacht. Dann kommt natürlich das Mitmachen und die Spontanität, der Leute am Set, der Head-of-Departments mit ins Spiel, die natürlich für jede Filmproduktion, weil jede Filmproduktion ist anders, sich die kreativsten Sachen ausdenken, wie man tatsächlich CO₂, Waste, Recycling besser umsetzen kann. Das ist eine Sache, die wir noch mit unserem Zweiseiter wollen. Der ist sehr simpel gehalten, aber es hilft ja manchmal, dass man zur Erinnerung etwas in der Hand hat um zu sehen, wovon redet man überhaupt. Das ist ja so abstrakt "Green Film Production" der Begriff. Um den Produzenten die Angst zu nehmen ist der allererste Schritt, sie zu animieren und zu zeigen, dass es Leute gibt, die das tatsächlich fördern wollen. Dass es auf jeden Fall positiv bescheinigt wird, wenn man so etwas macht, das kann auch nur im Sinne aller sein. Insofern würde ich sagen, vielen Dank für Ihre Teilnahme, Ihr Interesse an der Veranstaltung, Ihr Interesse an nachhaltiger Filmproduktion. Ich hoffe, dass das hier eine Art Auftakt ist, weil wir von der Green Film Initiative haben uns auch dafür als erste Nachhaltigkeitsinitiative im Bereich Film in Deutschland verschrieben, das weiter zu fördern, zu unterstützen, so wie wir es ja auch tatsächlich schon mit der FFHSH gemacht haben. Für Fragen stehen wir weiterhin zur Verfügung.

Vortrag von Christelle Wolf von Peacefulfish
„Results of the EUFCN Survey on environmental issues“
auf dem Experten-Panel der Green Film Initiative in Potsdam-Babelsberg am
25.10.2012

Ich möchte die Ergebnisse der EUFCN Studie zu Umweltfragen präsentieren. Vorab ein paar Sätze über den Auftraggeber der Studie, EUFCN und über Peacefulfish. Das EUFCN European Film Commission Network ist ein Non-Profit-Unternehmen und repräsentiert 80 Filmkommissionen aus Europa mit dem Ziel die Filmindustrie zu unterstützen und zu fördern. Ich gehöre zu Peacefulfish, wir haben diese Studie durchgeführt und wir sind ein Beratungsunternehmen im Bereich Creative Industries mit Sitz in Berlin und in Brüssel.

Warum hat sich EUFCN diesem Thema gewidmet? Die Gründe kennen wir, deswegen sind wir heute da, aber für das EUFCN war das Thema interessant, weil sie wussten, dass bereits einige Filmkommissionen aktiv in dem Umweltbereich tätig sind und sie wollten ein bisschen mehr darüber erfahren. Wir haben am Anfang des Sommers einen Online-Fragebogen erstellt und an die 80 Mitglieder des EUFCN geschickt mit dem Ziel ein Meinungsbild über Umweltfragen einzuholen, die bestehenden Aktivitäten der Filmkommissionen zu identifizieren und zuletzt die Erwartungen der Filmkommissionen herauszufinden.

Die Studie besteht aus 3 Teilen. Wir haben zuerst die Filmkommissionen nach ihren Umweltbelangen gefragt, dann haben wir die Filmkommissionen über ihre aktuelle Umweltaktivitäten gefragt und zuletzt nach den Erwartungen der Filmkommissionen gefragt. Sehr erfreulich war, dass über 70% der Filmkommissionen an dieser Studie teilgenommen haben.

Nun zu den Ergebnissen dieser Studie. Filmkommissionen und Umweltbelange. 60% der Filmkommissionen sind der Meinung, dass Umweltbelange wichtig für ihre Arbeit sind, aber nur 31% der Filmkommissionen fühlen sich dafür verantwortlich und finden eigentlich, dass andere Institutionen für die Umweltfragen verantwortlich sind.

Für 52% der Filmkommissionen reichen Umweltbelange von Landschaftsschutz über Kulturfragen bis Biodiversität und Abfallmanagement. Das heißt, dass 48% der Filmkommissionen haben keine eindeutigen Vorstellungen davon, was ihr Beitrag zum Schutz der Umwelt sein könnte. Es besteht Bedarf für eine eindeutige Bestimmung von Prioritäten von Umweltfragen für Filmkommissionen.

Jetzt kommen wir zum zweiten Teil der Studie über die aktuellen Aktivitäten der Filmkommissionen. Zur Zeit bieten nur 28% der Filmkommissionen Fortbildungsmaßnahmen in Umweltfragen vor allem in Form eines Handbuchs. D.h. dass über 70% der Filmkommissionen gar keine Fortbildungsmaßnahmen an. Es ist klar, Training ist sehr kostenintensiv, aber trotzdem ein wirksames Mittel um Leute zu erreichen. Trotzdem gibt es Beispiele von Filmkommissionen, die sehr aktiv in dem Bereich sind, wie die

Filmkommission in Hamburg Schleswig-Holstein mit dem Grünen Drehpass oder, was wir vorhin auch von Baptiste gehört haben, die Ile de France Kommission gehört auch zur Initiative Ecoprod. Es gibt auch Initiativen in Belgien, in Irland und in England. Aber sonst nichts. Man sieht schon das Risiko einer Spaltung zwischen Ländern, die bereits Green Standards eingeführt haben und Ländern, die nichts haben oder gerade erst anfangen.

Im dritten Teil der Studie haben wir die Filmkommissionen über ihre Erwartungen gefragt. Es besteht Fortbildungsbedarf vor allem für Location Manager und Produzenten. Was interessant war ist, dass Filmkommissionen sich Fortbildungsmaßnahmen in großem Umfang wünschen, entweder mit regionalen Partnern oder sogar europäischen Partnern. Ein limitiertes Interesse gaben sie an für Online-Training, wobei Online-Training natürlich sehr "green" ist, weil man die Leute nicht an einen Ort bringen muss.

Nach Ansicht der Filmkommissionen können folgende Maßnahmen eine nachhaltige Entwicklung fördern: Finanzielle Anreiz, kostenreduzierende Strategien, Kommunikation, rechtliche Bestimmungen und zuletzt finanzielle Strafen.

83% der Mitglieder wollen sich verstärkt engagieren und sogar 89% würden gerne mit anderen Filmproduktionen kooperieren. Das führt dazu, dass die Mitglieder der EUFCN gern ein Interesse daran hätten, dass die EUFCN eine kollaborative Plattform entwickelt, mit Best-Practice Listen, vielleicht auch Trainings- und Fortbildungsmodule entwickelt und gemeinsame Standards einführt.

Die positive Resonanz der Studie zeigt, dass die EUFCN eine mögliche Rolle in dem Bereich Umwelt übernehmen könnte. Ich bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit.

Skype-Vortrag von Baptiste Heynemann zu EcoProd auf dem Experten-Panel der Green Film Initiative in Potsdam-Babelsberg am 25.10.2012

Anmerkung: Der Vortrag von Baptiste Heynemann wurde nicht vollständig transkribiert, da die dem Vortrag zugehörige Power-Point-Präsentation dieser Arbeit beiliegt.

Thank you for inviting me. I was supposed to be with you this afternoon, but I had an emergency this morning, so I missed my plane. So from a strictly ecological point of view, it is better that I didn't catch this flight just to talk to you for 15 minutes. Even though I would have been very grateful and happy to meet you in person. So I will talk about EcoProd. This is a French initiative. I am from CNC this is the National Center for Cinema. The CNC depends on the ministry of culture in France and is in charge of all the (*unverständlich*) support for film, broadcasts and the entire industry. EcoProd began 2008, 2009 with the idea that the audiovisual sector had his place within the entire (*unverständlich*) of carbon consumption emission. On this slide you can see the audiovisual sector.

(...)

I believe that Carbon Clap can be filled in in 20 or 30 minutes by the production manager and then you can have a carbon assessment that is quite reliable.

You can see with absolutely no surprise, that shooting a fiction abroad is more carbon expensive than shooting a fiction domestically.

On the website you can also find a communication package. We have made posters ready to use for the crew. So they can display posters about the waste management for instance, where to put the bottles, where to put the waste. We try to have really all in one action for production manager. He can download the eco-production guide, the posters and the communication package and give it to all the heads in his crew. It is supposed to help the attacker to arise awareness.

Of course, we need to identify key persons on the field that will relay the message. Those key persons can for instance assistant director, director, group man.

How is it possible to reduce the carbon print on programs that are supposed to show the wonderful landscape but we need to go very far, so we have a very high transportation rate.

Ecoprod had the City of Paris and Ile de France Region made EDF - that is the organism that manages electricity. EcoProd had EDF display the map of the city plugs on which the crew could plug their lights. And that allowed the production not to rent generators. So it was an economy in money and an economy in energy.

Question from audience:

Regarding the carbon emissions of the films that you analysed. Did you do any offsetting, any compensation of the emissions?

No, not yet. Actually the CNC joined Ecoprod in 2012 to evaluate how we could create equal ecological conditions on the subsidies we gave. The challenge here is to have the production company doing their carbon assessments willingly and without us forcing them. It has to be a collective awareness. So for the moment we didn't (*unverständlich*) production company to have carbon assessment. The CNC is a public organization, we give money. So all we can do is give money and impulse eventually conditions in production companies to have some feedback. With the current situation in France we are not convinced that it is a good idea to force people to make carbon assessments but we might have a special (*unverständlich*) making carbon assessments. We are studying this now. So it will still be on a voluntarily base from the production company but we could help them financially in a way.

4. E-Mail Korrespondenz

„EUFCN und CO₂-Rechner“

Michael Geidel, Green Film Initiative, 04.12.2012

Von: "MichaelGeidel"<m.geidel@hff-potsdam.de>

Betreff: **Re: EUFCN und CO2-Rechner**

Datum: 4. Dezember 2012 12:19:44 MEZ

An: "LissiMuschol"<lissi.muschol@gmail.com>

Hi Lissi,

(...)

Anbei erstmal die PDF der PPT. Christelle Wolff hat den Vortrag gehalten. Vielen Dank für die Blumen für die GFI, ja, wir bemühen uns sehr das Thema voranzubringen. Ein funktionierendes Siegel müsste idealerweise von offizieller Seite anerkannt werden, aber zumindest einmal müsste es erst einmal Vorschriften oder zumindest offizielle Guidelines geben, bisher ist alles noch sehr unabhängig und existiert ohne dies. Wir selbst wollen momentan noch keine Vorschriften erstellen, dafür ist die Unterstützung in der Branche noch nicht weit genug und ohne dies machen Vorschriften keinen Sinn. Und Guidelines haben wir schon.

Wir haben für den Imagefilm der CMF am Ende das GFI-Logo mit einem Spruch zur CO₂-reduziert optimierten Herstellungsweise verwendet, ist recht allgemein, macht aber auf das Thema aufmerksam, und das ist momentan schon viel. Wir könnten darüber sprechen dies auch bei anderen Projekten zu verwenden, wenn du/ihr Interesse habt.

(...)

Die beiden Rechner von Ecoprod und Albert unterscheiden sich in der Tat, ein und dieselbe Produktion habe ich noch nicht durch beide getestet, aber Unterschiede sind aus versch. Gründen vorprogrammiert. Ich vermute es liegt zum einen aber hier daran, dass Albert für TV und Ecoprod für Film ausgelegt wurde.

(...)

Bei der GFI versuchen wir die weitere Arbeit auf ein sicheres Fundament zu stellen, um weiter forschen zu können. Wir werden höchstwahrscheinlich ein-zwei Events zur Berlinale haben, evtl. auch schon mehr in Richtung internationale Zusammenarbeit etwas verkünden können, zumindest aber versuchen ein Gespräch unter Gleichgesinnten in Europa zu führen. Wir wollen weiter informieren und auch die politischen Kanäle weiter bearbeiten. Momentan sieht alles ziemlich gut aus.

Wir wollen für Deutschland und Europa Guidelines schaffen, die zu grenzüberschreitenden anerkannten Standards werden und damit auch für die Erstellung eines europ. akzeptierten CO2-Filmrechners eintreten bzw. diesen mitgestalten. Und wir wollen Partner der Produzenten, Crew, Filmförderungen und Filmpolitik sein um sie auf dem Weg zu einer CO2-optimierten Filmproduktion hin zu begleiten, Informationen und Schulungen anzubieten und ihnen die Angst vor dem Thema zu nehmen, sondern zeigen, welche Chancen sie bietet.

Das klingt jetzt hoffentlich nicht zu euphorisch...

Wenn du noch Fragen hast, sehr gern. Wenn du Auszüge aus der Mail oä in deiner Arbeit verwenden willst, gern.

(...)

Liebe Grüße, Michael

(...)

Von: Lissi Muschol <lissi.muschol@gmail.com> **Datum:** 22. November 2012 14:02:37 MEZ **An:** Michael Geidel <m.geidel@hff-potsdam.de> **Betreff:** **EUFCN und CO2-Rechner**

Lieber Michael,

(...)

Das Panel fand ich sehr, sehr gut und hat auf jeden Fall gezeigt, dass das Bewusstsein fürs Green Producing in Deutschland endlich etwas größer wird und auch langsam auf der filmpolitischen Ebene ankommt... Auch wenn natürlich alles viel zu langsam voran geht. Aber immerhin, es tut sich was und das ist super und mit Sicherheit auch zu großen Teilen der Green Film Initiative zu verdanken.

Sag mal, weißt du eigentlich irgend etwas darüber, ob es ein deutschlandweites Siegel gibt, was man für grüne Produktionsmaßnahmen in den Abspann mit aufnehmen kann? Abgesehen vom Grünen Filmpass der FFHSH, was ja nur regional ist...

(...)

Und kannst du mir noch kurz sagen, wie die Dame von Peacefulfish hieß, die den Vortrag gehalten hat. War das Thierry Baujard? Oder Arie Bohrer?
Außerdem: Laut der Slides von Baptiste Heynemann hat ein in Frankreich produzierter fiction feature einen CO2-Ausstoß von durchschnittlich 200 Tonnen. Laut den BBC-Albert ergebnissen hat ein "location narrative" (ich vermute, dass kommt dem fiction feature am nächsten) 12,5 Tonnen pro Programmstunde, also 18,75 Tonnen Durchschnittlich für nen 90-minüter. Das

ist doch ein unglaublicher Unterschied... Weißt du mehr über die Methodik der jeweiligen Rechner? Bin mit Richard im Mailkontakt. Von Baptiste habe ich noch nichts zurückgehört...

Und könntest du mir vielleicht ein bisschen über eure, also Green Film Initiative, nächsten Schritte schreiben? Was ist geplant für die kommenden Monate? Neulich hat mir ein Freund erzählt, dass ihr bei der Deutschen Filmakademie einen Workshop anbietet? Wann ist das? Was habt ihr noch vor? Würde gerne in meiner Arbeit einen Ausblick geben, was ihr für Zielsetzungen habt...

Wäre schön von dir zu hören!

Viele Grüße, Lissi

„Green Producing“

Thomas Ramin, Technical Director Digital Postproduction,

CinePostproduction GmbH, 22.11.2012

Von: ThomasRamin<Thomas.Ramin@cinepostproduction.de>

Re: green producing

22. November 2012 20:20:21 MEZ

An: LissiMuschol<lissi.muschol@gmail.com>

StefanMüller<Stefan.Mueller@cinepostproduction.de>,

MarkusBäuerle<Markus.Baeuerle@cinepostproduction.de>

Hi Lissi,

ich übernehme mal kurz deine Frage zur Lüftung. Zu unserem Energie-Mix kann dir wahrscheinlich Stefan mehr sagen.

Ich habe meine Antworten mal unten eingefügt!

Viele Grüße Thomas

Thomas Ramin – Technical Director Digital Postproduction

CinePostproduction GmbH - Niederlassung Geyer Berlin Harzer Straße 39 |

12059 Berlin Tel.: +49 30 6801 352 | Mobil: +49 151 22633216 Fax.: +49 30

6801 293 thomas.ramin@cinepostproduction.de | www.cinepostproduction.de

Ein Unternehmen der CineMedia Film AG | CinePostproduction GmbH Sitz

der Gesellschaft: Grünwald Amtsgericht München: HRB 167984 USt ID-Nr.

DE254614713 Geschäftsführer: Stefan Müller, Christian Sommer

COPRA App. - viewing dailies the easy way | www.copra.de

Am 22.11.2012 um 16:10 schrieb Lissi Muschol <lissi.muschol@gmail.com>:

Hallo ihr drei!

(...) Ich (...) habe eine konkrete Frage an euch, es wäre toll, wenn ihr mir weiterhelfen könntet. Es geht um das Abwärme-System in euren Kinos. (...) Ihr habt schon beim Ausbau des Digital Labs darauf geachtet, dass die Abwärme der Projektoren über ein Belüftungssystem in den Zuschauerraum gelangen kann? War das so?

Die Warme Abluft wird nicht direkt in die Zuschauerräume geleitet, allerdings haben wir einen Mechanismus eingebaut, der automatisch von Abluft (nach draussen) auf Umluft (in den Raum zurück) umschaltet, sobald die Wärmedifferenz sowohl im Sommer wie auch im Winter zu groß wird. Damit sorgen wir jeweils dafür, dass nicht zu viel Außenluft nachströmt (denn alles was raus geht muss ja irgendwo nachströmen - sonst gibts ein Vakuum).

Denn sowohl sehr kalte Außenluft im Winter wie auch heisse Luft im Sommer sind für die Energiebilanz ja sehr negativ.

Darüber hinaus noch ein paar Fragen zu den Kosten:

- Sind durch den Einbau des Abwärme-Systems höhere Kosten entstanden, als es der Fall gewesen wäre, hätte man ein "herkömmliches" Heizsystem

eingebaut? Falls ja, wie groß war die Differenz?

Der oben beschriebene Mechanismus hat definitiv mehr gekostet, allerdings haben wir dadurch nicht mehr oder weniger für die reguläre Heizung ausgegeben, die die Kinos auch noch haben. Die Mehrkosten für die reine Lüftungsanlage lagen glaube ich bei etwa 5000€

- Fallen in den Kinos trotzdem Heizkosten an?

Ja

- Habt ihr ein Kino, was noch auf "herkömmliche" Art beheizt wird? Gäbe es die Möglichkeit einen Vergleich zwischen den Heizkosten für das eine und das andere Kino zu erstellen?

Die genauen Zahlen, die wir damals zu Grunde gelegt haben, kann ich dir leider nicht mehr sagen. Ganz genau lässt sich das auch nicht bestimmen. Die Größenordnung war allerdings so, dass sich die Mehrkosten durch den Umbau in ca. 10-15 Jahren amortisieren.

(...)

Habt ihr noch andere Maßnahmen getroffen, um grüner zu werden? Wie ist das nochmal mit der Windenergie? Auch da ist natürlich die Kostenfrage spannend...

(...)

Solltet ihr nicht meine Ansprechpartner im Haus sein, dann wäre super, ihr würdet meine Mail an die richtige Person weiterleiten... Bin gespannt auf Antworten von euch. (...)

Cheers, Lissi

„Klimaneutral Produzieren“

Katja Schwarz, Leitung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Online- und IR-
Chefredakteurin, Nachhaltigkeitsbeauftragte, Odeon Film AG, 30.11.2012

*(Aus der E-Mail-Korrespondenz mit Katja Schwarz sind aus
Vertraulichkeitsgründen nur Auszüge verwendet.)*

Von: KatjaSchwarz<schwarz@odeonfilm.de>

Betreff: AW: AW:Re: AW: AW: Klimaneutral Produzieren

Datum: 30. November 2012 11:18:23 MEZ

An: LissiMuschol<lissi.muschol@gmail.com>

Liebe Frau Muschol,

(...)

Zu den Kosten der 21. LANDARZT-Staffel kann ich auch weiterhin keine genaueren Angaben machen, da sie als Pionierprojekt eine nur dafür mit ClimatePartner vereinbarte Höhe betragen, und für die 22. Staffel haben wir - wie geschrieben - das Klimaschutzprojekt noch nicht festgelegt. An Transparenz mangelt es uns übrigens nicht, da wir eine Aktiengesellschaft sind und allen unseren Veröffentlichungspflichten nachkommen.

In unserem Fall würde Ihnen die Angabe auch nicht wirklich etwas bringen, weil noch die Kosten für die *Footprint*-Kompensation und den *Footprint Manager* für die festen Standorte sowie die einmaligen Entwicklungskosten für den CO2e-Rechner dazukämen. Da der Rechner jetzt schon entwickelt ist, müsste eine andere Produktionsfirma nicht mehr so viel aufbringen, sondern sich mit ClimatePartner nur über eine Nutzungsgebühr einigen.

(...)

Liebe Grüße Katja Schwarz

Von: Lissi Muschol [mailto:lissi.muschol@gmail.com]

Gesendet: Freitag, 23. November 2012 00:54

An: Katja Schwarz

Betreff: Re: AW:Re: AW: AW: Klimaneutral Produzieren

Liebe Frau Schwarz, vielen lieben Dank für Ihre schnelle Antwort!

Kurz zu Ihrem Hinweis, mich nicht zu sehr an einzelnen Zahlen festzuhalten. Darum geht es mir in meiner Arbeit nicht. Ich schreibe allerdings ausführlich (meine Arbeit wird voraussichtlich 80 Seiten Text umfassen) und würde eben gerne beispielhaft und konkret darüber schreiben, wie hoch ein finanzieller Aufwand für Kompensationszahlungen ausfällt. Ich persönlich denke nicht, dass wir uns mit Zertifikaten von unserer Verantwortung dem Klimaschutz gegenüber "freikaufen" können, weshalb es auch nur in wenigen Teilen meiner Arbeit um "Klimaneutralität" geht. (Allein die Ermittlung des echten CO2-Ausstoßes einer Produktion ist schier unmöglich. Ich befasse mich zur Zeit intensiv mit den Durchschnittsergebnissen der beiden CO2-Rechner Carbon

Clap (Frankreich) und Albert (BBC - England) - in Frankreich wurde für einen Spielfilm ein Durchschnittswert von 200 Tonnen CO₂-Emission ermittelt. In England sind es keine 20!!! So eine Diskrepanz in den Ergebnissen kann nur von stark unterschiedlichen Messmethoden her rühren, weshalb für mich sofort die Frage aufkommt, wie zuverlässig eine Messung überhaupt ist und ob es nicht an der Zeit ist einen einheitlichen Standard zu ermitteln und festzulegen.) Ähnlich wie Sie halte ich vor allem an dem Ansatz fest, dass die eigentliche Relevanz darin liegt für Klima- und Umweltschutz zu sensibilisieren und im Prozess der Herstellung audiovisueller Medien nachhaltige Maßnahmen umzusetzen und so mittel- und langfristig eine Selbstverständlichkeit in dieser Sache herzustellen. (Wenn auch Ausgleichszertifikate ein Teil der klimaschonenden Maßnahmen sind, finde ich das super! Das alleine reicht aber natürlich

überhaupt nicht, aber da sind wir ja gleicher Meinung - soweit ich das aus Ihren Antworten lese.) Dennoch muss und möchte ich genau sein wenn es um Kosten und Zahlen geht. Schließlich arbeiten wir alle meistens mit sehr knappen Budgets, wodurch die Kostenfrage automatisch eine große Relevanz erhält. Aus diesem Grund fände ich es nach wie vor spannend eine konkrete Aussage von Ihnen zu diesem Punkt zu bekommen. Gerne werde ich mich bei ClimatePartner über die Kosten für das besagte Klimaschutzprojekt erkundigen - anhand dessen kann ich mir die von Ihnen gezahlte Summe ja dann ausrechnen. Ehrlich gestanden irritiert es mich jedoch, dass es so schwierig ist, konkrete Zahlen zu erhalten, denn für mich gehört Transparenz im Bereich des Klima- und Umweltschutzes unbedingt dazu. Vor allem in einer Zeit in der Umweltschutz gerne als reine Marketingmaßnahme genutzt wird. Verstehen Sie mich bitte nicht falsch. Ich erkenne anhand Ihrer Publikationen und Interviewantworten, dass das Thema in Ihrem Unternehmen definitiv ernst genommen wird und das finde ich unglaublich wichtig und richtungsweisend. Darüber hinaus erst einmal vielen Dank für die Beantwortung meiner weiteren Fragen.

(...)

Ich wünsche Ihnen weiterhin ein gutes Gelingen für den Umstellungsprozess auf klimafreundliches Arbeiten in Ihrem Unternehmen und verbleibe mit den besten Grüßen aus Berlin.

Lissi Muschol

Am 22.11.2012 um 14:47 schrieb Katja Schwarz:

Liebe Frau Muschol,

(...)

zu 1. machen wir keine Angabe. Bitte lassen Sie sich von ClimatePartner das Portfolio an Klimaschutzprojekten mit Preisen schicken. Welches Projekt wir dieses Jahr wählen, steht noch nicht fest.

Ich würde mich auch an Ihrer Stelle nicht an so einzelnen Zahlen festhalten - das ist meines Erachtens ein zu enger Zugang zum Thema. Entscheidend ist doch, ob andere Produktionen es auch schaffen können, ihre Treibhausgase zu kompensieren. Und dafür - also die ungefähre Einschätzung - genügen unsere

ermittelten Emissionen und die Auswahl an Klimaschutzprojekten.

(...)

Herzliche Grüße Katja Schwarz
Von Samsung Mobile gesendet

Lissi Muschol <lissi.muschol@gmail.com> hat geschrieben:

Liebe Frau Schwarz, ich hoffe, es geht Ihnen gut, und dass ich Sie noch einmal um Hilfe bitten darf. ich habe noch drei Fragen und wäre Ihnen sehr verbunden, wenn Sie mir diese kurz beantworten könnten:

- Sie hatten mir geschrieben, die Kosten für die Projekte bei Climate Partners liegen zwischen 9 und 25 Euro. Können Sie mir eine konkrete Summe nennen, wie hoch die Kosten für 1 Tonne CO₂e-Ausgleich für das Klimaschutzprojekt in Indonesien waren, in das beim "Landarzt" investiert wurde? Bei der entstandenen Emission der 21. Staffel "Der Landarzt" von 175,2 Tonnen CO₂e komme ich auf einen Wert irgendwo zwischen ca. 1.570 Euro und 4.380 Euro. Ich wüsste es gerne genau...

- Sie haben in einer Ihrer Antworten darauf hingewiesen, dass ö.-r. Sender nicht spenden dürfen. Bedeutet dies konkret für die 21. Landarzt-Staffel, dass die Kosten der Kompensation nicht aus dem Budget der Serie bezahlt wurden? Falls dem so ist, wie wurden sie bezahlt, also aus welchem Topf? Odeon AG? Novafilm?

- Die Produktion der Serie "Der Landarzt" ist ja mittlerweile nach vielen Jahren eingestellt worden. Laut Medienberichten geht es dem Sender darum neuem Programm Platz zu machen. Ist das tatsächlich der Fall oder gab es Differenzen zum Thema Green Producing?

Vielen, vielen Dank für Ihre Mithilfe und beste Grüße aus Berlin, Lissi Muschol

Am 19.10.2012 um 14:02 schrieb Katja Schwarz:

Liebe Frau Muschol,
ich habe inzwischen noch die fehlenden Fragen nach Möglichkeit beantwortet und zwei vorherige Antworten ergänzt - erkennbar an einem anderen Grünton. Viel Erfolg bei diesem wichtigen Thema! Mit besten Grüßen Katja Schwarz

Von: Lissi Muschol [lissi.muschol@gmail.com]

Gesendet: Freitag, 12. Oktober 2012 10:56

Bis: Katja Schwarz

Betreff: Re: AW: Klimaneutral Produzieren

Liebe Frau Schwarz,

vielen Dank für Ihre Antwort. Ich wende mich gerne auch an Climate Partner,

bzw. hatte das eh vor. Im Anhang zunächst meine Fragen an Sie? Über Antworten würde ich mich sehr freuen.
Herzlichen Dank und beste Grüße, Lissi Muschol

Am 12.10.2012 um 10:40 schrieb Katja Schwarz:

Liebe Frau Muschol,

wir freuen uns über Ihr Interesse an dem Thema. Gerne beantworte ich Ihnen nach Möglichkeit Ihre Fragen.

Was ClimatePartner und die Klimaschutzprojekte betrifft, können Sie sich auch direkt an Belinda Burgmeier – Senior Manager Marketing & Communications – und Dennis Uieß – Consulting – wenden. Es gibt ein Portfolio an Projekten mit Angaben, wie viel der Ausgleich einer Tonne CO₂e bei welchem Projekt kostet.

Und auch ansonsten ist es eine kompetente Klimaschutzberatung:

ClimatePartner Deutschland GmbH Ainmillerstraße 22 D-80801 München

Office +49 89 1222 875-17

d.uiess@climatepartner.com

Office +49 89 1222 875-11

b.burgmeier@climatepartner.com

Mit besten Grüßen Katja Schwarz

Leitung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Online- und IR-Chefredakteurin
Nachhaltigkeitsbeauftragte

Odeon Film AG Hofmannstraße 25–27 81379 München

montags, dienstags, donnerstags: Tel: 089 64958-168 Fax: 089 64958-103

schwarz@odeonfilm.de www.odeonfilm.de

Vorstand: Mischa Hofmann

Vorsitzender des Aufsichtsrats: Herbert Schroder

USt-IdNr. DE812658211 Sitz der Gesellschaft: München HRB 188612

Der Inhalt dieser E-Mail ist vertraulich und ausschließlich für den bezeichneten Adressaten bestimmt. Wenn Sie nicht der vorgesehene Adressat dieser E-Mail oder dessen Vertreter sein sollten, so beachten Sie bitte, dass jede Form der Kenntnisnahme, Veröffentlichung, Vervielfältigung oder Weitergabe des Inhalts dieser E-Mail unzulässig ist. Wir bitten Sie, sich in diesem Fall mit dem Absender der E-Mail in Verbindung zu setzen.

PBei der Herstellung eines DIN A 4-Blatts Büropapier (Frischfaserpapier) mit 80g/m² entstehen im Schnitt 6,5 g CO₂ und es werden 65 ml Wasser sowie 15 g Holz verbraucht. Drucken Sie daher bitte nur, wenn es wirklich notwendig ist.

Von: Lissi Muschol [<mailto:lissi.muschol@gmail.com>] **Gesendet:** Mittwoch, 10. Oktober 2012 11:44 **An:** Katja Schwarz **Betreff:** Klimaneutral Produzieren

Liebe Frau Schwarz,

mein Name ist Lissi Muschol und ich schreibe gerade meine Diplomarbeit an der HFF Potsdam zum Thema "Green Producing". Florian Krauss von der

Green Film Initiative hat mir Ihre Kontaktdaten gegeben und auch Pit Krause empfahl mir bei einem vor längerer Zeit geführten Interview, mich mit Ihnen direkt in Verbindung zu setzen.

Momentan bearbeite ich ein Kapitel, das sich mit den finanziellen Aspekten beim "Green Producing" auseinandersetzt. Hierfür wäre es unglaublich wertvoll für mich Informationen von Ihnen über Ihre Zusammenarbeit mit Climate Partner zu bekommen. Ich habe dazu einige Fragen vorbereitet für deren Beantwortung ich Ihnen sehr dankbar wäre.

Sollten Sie damit einverstanden sein, würde ich Ihnen meine Fragen gerne zumailen. Über eine kurze Rückmeldung von Ihnen würde ich mich sehr freuen. Vielen Dank im Voraus und beste Grüße,

Lissi Muschol

„Klimaschutzprojekt“

Dennis Uieß, Consulting, ClimatePartner Deutschland GmbH, 30.11.2012

Von: DennisUiess<d.uiess@climatepartner.com>

Betreff: Re: Klimaschutzprojekt

Datum: 30. November 2012 16:06:48 MEZ

An: LissiMuschol<lissi.muschol@gmail.com>

Sehr geehrte Frau Muschol,

Sie werden sich mit meiner Antwort zufrieden geben müssen. Wenn ich Ihnen mitteile, zu welchem Preis Odeon-Film bei ClimatePartner Emissionsminderungszertifikate erworben hat, dann handelt es sich dabei durchaus um sensible Kundendaten. Ich bin nicht befugt, diese Informationen weiterzugeben.

Für unsere Kunden sind die Preise für Emissionsminderungszertifikate jederzeit einsehbar, von einer Veröffentlichung sehen wir jedoch ab. Ich bin mir sicher, dass die Preisspanne, die ich Ihnen genannt habe für die Zwecke Ihrer Arbeit ausreichend ist.

Mit freundlichen Grüßen Dennis Uieß

Dennis Uieß Consulting ClimatePartner Deutschland GmbH

Ainmillerstraße 22 D-80801 München Mobil +49 177 791 13 72 Office +49 89 1222 875-17 duiess@climatepartner.com www.climatepartner.com

Steuernummer der Gesellschaft: 143/125/20754 Registergericht der Gesellschaft: Amtsgericht München, HRB 169257 Geschäftsführer: Moritz Lehmkuhl

Athen | Eriwan | München | San Francisco | Tokio | Wien | Zürich

Am 30.11.2012 um 16:01 schrieb Lissi Muschol <lissi.muschol@gmail.com>:

Sehr geehrter Herr Uiess,

vielen Dank für Ihre Rückmeldung. Frau Schwarz empfahl mir, mich mit Ihnen in Verbindung zu setzen, um ein Portfolio an Klimaschutzprojekten mit Preisen zu erhalten. Ich bin irritiert, dass Sie mir keine konkrete Antwort geben können, weil mir unklar ist, wo an diesem Punkt sensible Kundendaten weitergegeben werden. Ich gehe davon aus, ein Portfolio mit Preisen ja auch vorbereitend für die Umsetzung an Produzenten versandt wird, damit entschieden werden kann, für welches Projekt Klimaausgleichszertifikate erworben werden.

Mit der Bitte um Auskunft verbleibe ich mit freundlichen Grüßen, Lissi Muschol

Am 30.11.2012 um 15:19 schrieb Dennis Uiess:

Sehr geehrte Frau Muschol,

als Größenordnung können Sie von etwa 10,00 EUR bis 15,00 EUR je Tonne CO₂ ausgehen. Bitte haben Sie jedoch Verständnis dafür, dass wir keine sensiblen Kundendaten an Dritte weitergeben können.

Mit freundlichen Grüßen Dennis Uieß

Dennis Uieß Consulting ClimatePartner Deutschland GmbH

Ainmillerstraße 22 D-80801 München Mobil +49 177 791 13 72 Office +49 89
1222 875-17 duiess@climatepartner.com www.climatepartner.com
Steuernummer der Gesellschaft: 143/125/20754 Registergericht der
Gesellschaft: Amtsgericht München, HRB 169257 Geschäftsführer: Moritz
Lehmkuhl
Athen | Eriwan | München | San Francisco | Tokio | Wien | Zürich

Am 25.11.2012 um 23:56 schrieb Lissi Muschol <lissi.muschol@gmail.com>:

Sehr geehrte Frau Burgmeier, Sehr geehrter Herr Uieß,

Frau Katja Schwarz von der Odeon Film AG hat mir Ihre Kontaktdaten gegeben, damit ich mich mit Ihnen in Verbindung setzen kann. Mein Name ist Lissi Muschol, ich studiere Filmproduktion an der HFF in Potsdam und schreibe gerade an einer wissenschaftlichen Arbeit zum Thema Green Producing.

Ich habe viel gelesen über die klimaneutrale Umsetzung der 21. Staffel "Der Landarzt", welche ich in meiner Arbeit auch erwähne. In diesem Kapitel meiner Arbeit geht es auch um die Kosten für Klimaausgleichszertifikate. Aus diesem Grund ist meine Frage, ob Sie mir eine Liste oder einen Überblick über die Kosten zukommen lassen können, die anfallen, möchte man über Ausgleichszertifikate Klimaneutralität erreichen.

Darüber hinaus wäre es spannend für mich zu erfahren, wie hoch konkret die Kosten pro Tonne CO₂-Emission für die Unterstützung der Gasaufbereitungsanlage im Kaji-Semoga-Ölfeld in Süd-Sumatra, Indonesien sind.

Für eine Antwort wäre ich Ihnen sehr verbunden. Vielen Dank im Voraus und mit den besten Grüßen aus Berlin,

Lissi Muschol

5. Interviews

Interview mit Katja Schwarz – Leitung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Online- und IR-Chefredakteurin, Nachhaltigkeitsbeauftragte, Odeon Film AG
schriftlich geführt am 19.10.2012

Lissi Muschol

Wie wurde die Klimaneutralität bei der Produktion der Serie "Der Landarzt" erreicht?

Katja Schwarz

*Dazu steht gut formuliert alles im Nachhaltigkeitsbericht 2011:
http://www.odeonfilm.de/media/nachhaltigkeitsbericht_2011.pdf*

Lissi Muschol

Wie hoch war der CO₂-Ausstoß der klimaneutral produzierten "Landarzt"-Staffel?

Katja Schwarz

s. http://www.odeonfilm.de/media/nachhaltigkeitsbericht_2011.pdf bitte ebenfalls

Lissi Muschol

Wie hoch wurde der CO₂-Ausstoß vor Beginn der Produktion geschätzt?

Katja Schwarz

Wir haben zuvor keine Schätzung vorgenommen, da es keine Vergleichsdaten gab. „Der Landarzt“ ist die erste TV-Serie in Europa, die eine Treibhausgas-Erfassung und Kompensation „erlebte“. Daten gab es aus den USA von der Serie „24“, die jedoch nicht zu vergleichen sind, weil die Story und die Produktionsverhältnisse völlig andere sind wie z.B. zahlreiche Überlandflüge in Amerika.

Lissi Muschol

In welchen Bereichen konnte am meisten CO₂-Ausstoß verhindert werden?

Katja Schwarz

Da es sich 2011 um die erstmalige Erfassung handelte, konnten vor allem die Hauptemissionsquellen ermittelt werden, die sich bei der Produktion von denen an unseren festen Standorten unterscheiden. Parallel liefen die möglichen Umweltschutzmaßnahmen, die natürlich auch das Ziel haben, CO₂e-Ausstoß zu vermeiden und zu reduzieren. Die unvermeidlichen Emissionen haben wir kompensiert, weswegen man von „klimaneutraler Produktion“ sprechen kann. Insofern gibt es keinen Vergleich zum Vorjahr; denn wichtiger als einmal zu produzieren und erfassen ohne Umweltschutzbemühungen und einmal zu produzieren und erfassen mit Umweltschutzbemühungen, nur um Vergleichsdaten zu haben, ist dem Klima nicht zuträglich ;-).

Die in 2012 produzierte Staffel wird wieder erfasst. Diese Zahlen ließen sich mit denen vom Vorjahr gegenüberstellen, allerdings nur mit der Analyse, was außerhalb der grünen Themen bei der Staffelproduktion anders war.

Doch würde ich einen anderen Ansatz wählen: Wir versuchen, im Produktionsbüro und am Set nach und nach verschiedene Umweltschutzmaßnahmen umzusetzen. Eine davon ist die Erfassung mit Kompensation der Treibhausgase.

Lissi Muschol

Wie sah die Zusammenarbeit mit Climate Partner konkret aus?

Katja Schwarz

Auf ClimatePartner sind wir 2010 durch ein Filmproduktionsunternehmen gekommen, das sich bei einem Unternehmensfilm von der Firma beraten ließ. OEKOTEST hatte auch die CO2-Kompensierer getestet und schwarze Schafe verurteilt. ClimatePartner kam nicht in den Tests vor, was uns zumindest als kein schlechtes Zeichen erschien. Und da sie eine TÜV-zertifizierte Vorgehensweise beim Erstellen und Kompensieren des CO2-Fußabdrucks haben sowie viel Erfahrung mit Druckereien und andere Referenzen vorweisen konnten, haben wir den Versuch mit ClimatePartner gestartet, was für beide Seiten Pionierarbeit bedeutete.

*Wir hatten den **Code of Best Practices for Sustainable Filmmaking** übersetzt und haben ihn für uns in Zusammenarbeit mit ClimatePartner konkretisiert und ergänzt: s. bitte http://www.odeonfilm.de/klimalexikon_de.php?id=12*

Eine Maßnahme ist die CO2-Kompensation. Auf der Grundlage des CO2e-Erfassungsbogen für Unternehmen erarbeitete Climate Partner in Gesprächen mit unserem Herstellungskordinator und dem Produktionsleiter einen Excel-CO2e-Rechner für Fernseh- und Filmproduktionen.

Lissi Muschol

Wie hoch waren die finanziellen Mittel, die Sie an Climate Partner gezahlt haben, um Klimaneutralität zu erreichen?

Katja Schwarz

Aus dem ClimatePartner-Portfolio an Klimaschutzprojekten haben wir eines ausgewählt. Die Preise reichen dort von 9 bis 25 Euro pro Tonne CO2-Äquivalente. Da wir für jede Produktion und die festen Standorte freie Auswahl haben und es ein laufender Prozess ist, kann ich jetzt nicht EINEN Betrag nennen. Aber sie werden dadurch kalkulierbar.

Lissi Muschol

Wie viel Prozent des Budgets machten die Ausgleichszahlungen aus?

Katja Schwarz

Hierfür gilt dasselbe. Entsprechend verändert sich der Prozentsatz von Produktion zu Produktion. Ein Produzent könnte die CO2-Erfassung seiner Produktion machen und anhand des ermittelten CO2-Ausstoßes entscheiden,

ob er sich die Ausgleichszahlungen leisten kann.

Lissi Muschol

Wie wurde berechnet, welche Höhe die Ausgleichszahlungen haben müssen um klimaneutral zu werden?

Katja Schwarz

Auf der Grundlage des CO2e-Erfassungsbogen für Unternehmen erarbeitete Climate Partner in Gesprächen mit unserem Herstellungsleiter und dem Produktionsleiter einen Excel-CO2e-Rechner für Fernseh- und Filmproduktionen. Damit lassen sich die Emissionen ermitteln und in einem ausgewählten Klimaschutzprojekt kompensieren, s.o.

Lissi Muschol

Wie hat Climate Partner Ihre Ausgleichszahlungen konkret investiert?

Katja Schwarz

s. bitte <http://www.odeonfilm.de/nachrichten.php?start=5> und http://www.odeonfilm.de/media/nachhaltigkeitsbericht_2011.pdf

Lissi Muschol

Im Vergleich zur früheren, nicht-klimaneutralen Produktion der Serie "Der Landarzt": War die klimaneutrale Produktion kostenintensiver, kostengünstiger oder gleichbleibend? Wie erklärt sich die Differenz, bzw. das Gleichbleiben der Kosten?

Katja Schwarz

Sie war etwas zeitintensiver: Die 2011 bei der „Landarzt“-Staffel gewonnene Erfahrung hat gezeigt, dass man, um die Daten der CO2-Äquivalente zu erfassen, durchschnittlich 15 Minuten pro Tag und pro Gewerk rechnen muss. Am Produktionsende benötigt man noch durchschnittlich ein bis zwei Tage, um die Daten in den CO2-Rechner einzupflegen.

Lissi Muschol

Können die Kosten, die durch " umweltbedingtes Reduzieren" (von Material, Reisen, etc.) eingespart werden, jene Kosten decken, die durch die Ausgleichszahlungen anfallen?

Katja Schwarz

Das könnte sein, doch hängt das von der Art der jeweiligen Produktion, der Gründlichkeit etc. ab. Wir haben eine solche Rechnung nicht aufgestellt.

Lissi Muschol

Wie geht die Odeon Film AG mit einer ggf. zusätzlichen, finanziellen Belastung durch klimaneutrales Produzieren um?

Katja Schwarz

Wir kalkulieren sie mit ins Gesamt-Budget der Odeon-Film-Gruppe.

Lissi Muschol

Gab es Bereiche, die finanziell spürbar mehr be- oder entlastet wurden, durch klimaneutrales Produzieren? (Z.B.: Catering, Szenenbild, Technik,...)

Katja Schwarz

Dazu weiß ich leider nichts.

Lissi Muschol

Haben Sie sich im Vorfeld um eine zusätzliche Förderung für die Umsetzung Ihrer Umweltschutz-Maßnahmen bemüht? Falls ja, sind Sie fündig geworden? Sind Sie explizit dafür gefördert worden?

Katja Schwarz

Wir haben bislang leider keine Förderung erhalten. Die öffentlich-rechtlichen Sender dürfen nicht spenden, was auf die Kompensation der Treibhausgase zuträfe. Ansonsten könnte ich mir vorstellen, das die Film- und Medienstiftungen/-förderungen/-commissions der Bundesländer am ehesten fördern können und möchten.

Interview mit Richard Smith, Sustain Production Manager, BBC
aufgezeichnet im Rahmen des „Green Producing“ Workshops während dem
Studentenfilmfestival „Sehstücke“ in Potsdam am 02.05.2012

Richard Smith:

I am Richard Smith. I work for the BBC and my job is to try to make BBC's productions and programs as sustainable and environmental-friendly as possible. I have been doing this job for about 2,5 years and the work has grown a lot in that time. The most significant thing that we have done is that we created a carbon-calculator called ALBERT. ALBERT was started at the BBC but meanwhile it is being used across the television industry in the United Kingdom: almost all the major UK broadcasters use it and a lot of the big independent production companies use it as well. Once a month all the organisations using ALBERT meet in the board room of the BAFTA (British Academy of Film and Television Arts). We discuss not just the use of ALBERT itself, which ultimately is just an online tool but how we can actually make the industry a more sustainable one.

The work has grown a lot in the last couple of years. It was a very long way to go but it is quite an exciting time because the work we have achieved is becoming more and more recognized. Not just across the industry but also by other industries and sometimes even the audiences. This is very exciting.

Introduction of participants/students of the workshop.

Bernd Hezel:

Was it your motivation to develop ALBERT and did you convince BBC or did they ask for somebody who can do it and hired you?

Richard Smith:

I joined in about 2,5 years ago. At that time the BBC already had an environment policy. Not a sustainability policy, but an environment one. The focus of our work still varies much around environment as opposed to wide aspects of sustainability, social and so on. The BBC was already interested and I was lucky because my personal interest coincided with the professional opportunity. They wanted me to work for them for six months and I am still here 2,5 years later. It was good timing. I guess the sustainable production side of it - and I focus on that as the centerpiece of the BBC's work - My (unverständlich) has grown and grown in importance particularly because of the strength of the partnership with BAFTA.

The BBC at the time was falling behind some of the competitors in talking about these issues and now at least we have caught up and certainly - judging by the number of e-mails I get from other companies asking me to help them, which I am always happy to do, if I have got the time - I like to think we are the leaders again.

Bernd Hezel:

It is good that you say that. You fell behind and managed to catch up which is

what Germany tries to do with France and England at the moment in Green Production. I will give the word to others now.

Britta Heimann:

How exactly was the process of developing ALBERT? How did you do that?

Richard Smith:

In a way it was really simple. I do not have any scientific background. I am not remotely a scientist, I wasn't even very good at maths at school. I was a BBC TV journalist for 15 years before I started doing this, so I knew how TV programs were made. Basically I just wrote down all the things that I thought were important in the process of TV productions. And also the things that we had the best chance of being able to measure and then certain big issues emerged, like the production office, travel, use of power generators, studio lighting, post production or editing. Once we got these categories it was just a question of writing the questions in the simplest way possible, so the users of ALBERT would be able to understand them. I don't know if any of you have seen ALBERT, but if you haven't - you are very welcome to access. We've got a training version of ALBERT and you can all look at it and use it if you want.

ALBERT is very much aimed at people who don't have any knowledge of sustainability. That is really, really important because we want to win hearts and minds. It is not about coming up with the world's most accurate carbon-footprint, it is about engaging people who may never have thought of any of these things before. To do that means that we have to keep things simple, keep things very clear and use the language that they understand and not the language sustainability experts and consultants use. That makes ALBERT quite different from a lot of other things that are out there which are about being compliant with the green house gas protocols or certain big international standards. Which technically may produce a higher, better quality footprint but in my view there is no point in creating a very, very accurate tool that nobody uses. I want everybody who works in production in the United Kingdom to understand what the issues are and to engage with them. And I'm not going to do that if I overcomplicate things.

Bernd Hezel:

That is a very important point. The Climate Media Factory is also convinced that we have to tell stories to get people on board and win their hearts and minds. We try to tell stories that are around. Can you name a concrete example of post-production, production or producers that practice green producing? Do you want to share with us a success story?

Richard Smith:

We have a growing number of success stories because we have realized that although ALBERT is important to measuring your carbon footprint, ultimately we are not going to win the argument purely on the basis of the numbers. "A" because the numbers don't interest everybody and "B" because in reality it may be very, very difficult to reduce significantly the carbon footprint of a production. So that means the victories have to be found elsewhere and sometimes they are too small for ALBERT to notice.

I can think of two really good examples, just recently. The first one is from a BBC comedy that was on at Christmas. They were filming on a stage as opposed to being in a studio. It just could be an old warehouse and they built their sets in there. They were going to use power generators that is diesel/petrol, to power the studio on stage. But because they knew that that was high carbon, they wanted to use low energy lights instead. So they used low energy lights for the lighting rig and as a result of that they could power their lights from main electricity as opposed to a diesel generator. So the carbon was lower, significantly lower than if they had used diesel. They saved the money they would have used to hire the generator or old fuel that they would use. And once they were actually on the set, because low energy lights don't produce much heat, the actors, who were wearing very thick clothing, because the program was meant to be set in the winter although they were filming in the summer. Because the actors did not get as hot, they were not sweating as much which meant they did not need as many make-up sessions. Everybody felt good about it because they were aware that they were doing something together that was for the common good. So the spin-offs from thinking about these things are great.

I have another really nice example which I heard last week. Somebody at BBC who was using ALBERT and had really gotten into it, who was really thinking about it, wanted to reduce the carbon of their travel. So unusually the camera crew and the presenter travelled in the same car to reduce their carbon. The really nice story that came out of that was that the camera crew, the production team and the presenter basically had a good relationship by the time that they even got to the set were they were filming. And that meant that the quality of what they were filming increased. That would not have happened unless they were in the same vehicle. What started as a low-carbon initiative ended up being something that actually really benefited the quality of what they broadcast. Which stories like that, who would argue against it?

Lissi Muschol:

How exactly does ALBERT work? The program itself?

Richard Smith:

A lot of the stuff is very boring behind the scenes. I won't bore you with that. Basically there is six sections in ALBERT. There is one about travel, one about the production office, one about on-location, one about overnight accommodations, hotels and so on. And it just asks a series of simple questions. There is only one question where it asks for something technical which is the amount of kilowatts an hour, the amount of electricity that you would use in the studio. The rest of it all just asks very simple questions. Behind the scenes - away from the user - ALBERT basically does some numbers. It does a lot of calculation and works out the carbon-footprint from that. And then it will give you two things: your predicted carbon footprint that is if you use ALBERT before you even started filming to predict what your footprint is going to be. Then you keep record throughout production and enter your real information at the end. Then you can compare side by side in charts in ALBERT how your predicted footprint compares to your actual

footprint to see whether or not you got any better or any worse. It is a very simple idea but it is more that people understand and are having targets to aim for. Then all the footprints that are completed go into a big central database which means that productions can compare how they are doing, in comparison to what the average is for other programs made the same way as them.

Bernd Hezel:

Did the BBC make it compulsory for productions to use that tool or is it even a criterion?

Richard Smith:

For the the vast majority of programs that the BBC makes, ALBERT is compulsory. That decision was made two years ago and in practice - to be honest - it does not mean that every production is using ALBERT. But the number is going up day by day and when a very important person at the BBC first said that ALBERT should be compulsory, we did not give too much thought into what would happen if people didn't use ALBERT straight away. The decision that we took was basically, that we spend more time looking after the people who are using ALBERT than worrying about the people who are not. Eventually everyone will be using it. The number goes up. The number of footprints and the number of users go up every day, literally every day. We have hundreds of users, we have hundreds of footprints. And I hope that means that if every ALBERT user engages, even just two or three people in their production team (unverständlich) eventually hundreds of hundreds of people at the BBC will be affected by these issues in some way or at least have some understanding of them. And that is more important to me than chasing every production to make sure everyone is using it. It is a gradual, cultural process.

Bernd Hezel:

To be this cultural process you didn't have to make it a criterion to choose the program?

Richard Smith:

Well, in theory you have to use ALBERT to get your program made. In theory!

Bernd Hezel:

But you don't have to be below a specific CO2-output?

Richard Smith:

Absolutely not. That wouldn't work. What we are concerned with is that every program, every production, no matter how big or small the carbon footprint may be, does everything they possibly can to reduce their environmental impact. We do not set target, we do not say you must cut your carbon-footprint by 10 percent. We do not say, if your carbon footprint is bigger than the BBC average, your program won't get made. Because of course, in reality lots of footprints will be bigger than average and lots of programs will be smaller than average. It can be the case that the programs with the biggest footprint are also the ones that contain the most positive sustainability message. I don't know if you have a program over there that the BBC made called "Frozen

Planet". "Frozen Planet" was a really big production for the BBC. It was all about life and the environment on the north and south pole. The message was very, very clear about how the world is changing because of climate change. But the program did have a very large carbon footprint, because of course people had to fly hundreds of thousands of miles to gather this amazing footage that nobody had seen before. This program was having a big impact on people in terms of making them aware of how the world is changing, how men's impact on the world is accelerating that change. Hopefully it will make people think that in their personal lives they should change. That is all so overwhelming that it is far more important than whatever the carbon footprint of that program may have been. So it is not just about the numbers, it is - as you say - about stories as well. So we can't set hard and fast rules as to whether a program should or should not be made because of the size of its carbon-footprint. Because of course there is other numerous factors of work as well. A program's popularity, its budget, whether it is any good... Although we have made a great deal of progress, of course sustainability is not the number one factor in everything to do with the program. I would not like to give you the impression that it is. It is increasingly a big factor, but we still got a long way to go.

Britta Heimann:

As we all know, time is always money in this business. How much money do you have to invest to use ALBERT? I could imagine that it is somewhat time consuming so you will have to have the extra time to actually apply ALBERT to a program or a show. How could you convince other shows to do it?

Richard Smith:

Yes, ALBERT does take time to complete. But you get out of it as much as you are prepared to put in. The worst thing to do with ALBERT is to spend just enough time to type in the numbers but not any time actually understanding what ALBERT tells you. Because, what we want is, we want to change the way that people make programs. Just using ALBERT obviously won't change anything. It is only if you understand what ALBERT tells you in terms of the charts and the information that it becomes worthwhile. Of course we do have people saying, ALBERT takes a lot of time. Typically, if you had 10 program makers in a room I would say maybe two of them would think ALBERT was really, really great, and they would really love it. The majority would understand that it is something important we should be doing and will do it and you might get one who thinks that it is a waste of time. That reflects society in general. Whenever we get feedback from program makers who say they do not have time to use ALBERT I have to bear in mind that it is not my problem. Ultimately my job is to make the BBC more sustainable, so I cannot just say to people "Oh, I understand, you have got no time, so just forget it." I cannot do that. I have to hold the line. If we, if me and my two colleagues don't keep saying this is important, things will start to fall away. We have to hold the line. Also we are constantly talking to senior people in the BBC, letting them know what the situation is. If people say to me they are too busy to use ALBERT I have to let someone more important than me and them know what their position is. If people don't have the time to do it then they won't have the time to make any changes. The earlier you use ALBERT, the earlier in the

production process that you start thinking about things, the easier it all is. Some people think it takes too long, other people think it is fine. All I can say is that ALBERT and the process of using ALBERT is as simple as we can possibly make it. There is not one question in there, that is not there for a real reason.

Lissi Muschol:

Who is actually using ALBERT? Is it the production manager, the producer?

Richard Smith:

I don't know if this is the case in Germany, but it certainly is in the UK. The typical program has two types of people working on it. One is on the creative or editorial side and the other is on the production side. So the editorial and creative people decide what is going to be in the program and the production side people have to make it. It is like the difference between an architect or a builder in terms of making a building. It is more subtle than that obviously, but roughly this is the division. Certainly at the BBC it is the production managers who take responsibility for completing ALBERT. Production coordinators who are below them might actually type in and use the information. But the more the editorial or creative side is engaged with the process of using ALBERT and understanding what the aims are, the greater the achievement. It is all about leadership. You need the most senior person on the production to show that they care, that they are aware of it, that they want the program to be more environmentally friendly. We really try to engage the editorial side, the creative side as much as we can. It is still more difficult to reach than the production community where we are very well established. But things are changing all the time. I got a very positive message from someone working on the creative side of "Doctor Who" the other day. It is a really massive science fiction program, probably the BBC's most popular program. Anyway, we got an e-mail from the producer of that program the other day saying they are very keen to support us and that really, really matters. Because these are the people that are well-respected within the industry and we need them to show leadership. Just a few words from them can go a very, very long way.

Bernd Hezel:

Did you talk to them? Did you convince them? Or was it coming from different sides?

Richard Smith:

What we are trying to achieve now is so well known about at the BBC that thankfully I do not have to phone up everybody anymore to try to convince them one by one. People at the most senior levels at the BBC know about this and the word just filters out. So it is a lovely position to be in. But again I must stress: knowing about it and doing something about it are not the same thing and I am delighted that so many people are interested and want to use ALBERT and want to take action. But that does not mean that you would walk onto a typical BBC set tomorrow and be immediately amazed by how environmental friendly we work. It is not like that. And I would not want to give you that impression.

Bernd Hezel:

Could I call you a facilitator and people are eventually very happy to get a tool to do what they wanted to for years?

Richard Smith:

I hope so. Incidentally we do get messages back from other production companies outside the BBC saying: "I am so glad ALBERT exists because it gives us a starting point for what we want to do." Everyone has the same problem. ALBERT means that throughout the UK there is a common system that everybody uses. It is not perfect, but it is the best we have got and it is good and it is just a starting point. It is a focal point for all of the work that has to do with sustainable production. So when we talk about using ALBERT we use it as a shorthand for talking about sustainable production in general. We do not just mean, type your numbers into ALBERT, see the charts and never think about it again. That is not what it is about. It is not just about gathering numbers. It is about action. So my role, I guess I am just a kind of facilitator, trying to influence people, lobby people politely. Because being aggressive does not work. And people do not respond to dire warnings about the state of the world. Some people do, but the majority don't. You have to sell them the many, many positive benefits that can come from working sustainably, whether it would be the environmental benefits, saving money, getting a good atmosphere on set because people are working towards something positive or the good reputational benefits, the fact that it is good for the program's image. All of those things are relevant. Some motivate people more than others and it is just the same for you. You are going to have to motivate people by whatever you think is going to interest them the most. Do not rely on the arguments that work for you. Try to judge what you think is going to interest the people you want to win over the most and concentrate on that.

Bernd Hezel:

That was a good round-up. Florian Krauss just came in and wants us back in the lobby. We just figure out here if we have one more question. We would like to stay online more than that but our program does not allow it. So, I will allow one more question if you have time.

Richard Smith:

Yes, that's fine.

Britta Heimann:

You said that the program by now is established within the whole UK, or at least everybody knows about it. Is that the same for the public audience? Do they react to it? Do they know about it?

Richard Smith:

I would not want to say that everybody in the industry knows about ALBERT, they don't. We did some work last week looking what the biggest production companies are in the UK and at the moment we have four out of the five biggest production companies working on ALBERT and hopefully we will have a fifth one maybe by the end of the day, literally. I hope, I will have to check

my e-mails. I am excited about that. But just because they turn up to the meetings does not mean that everybody in the company knows about it. So again I do not want to leave you with the impression that everybody in the British TV industry is using ALBERT and is being green, because they are not. We have won over a lot of people, we win over more every day, but it is not completely standard. So do not think you are fallen behind, because there is a lot more the UK needs to do. Anyway, to go back to your question about the public, the public does not yet know about ALBERT. The big thing we want to do is to create ALBERT for what green production, sustainable production might look like in terms of a ward scheme or a kitemark, if those phrases mean anything to you. What we might have is that if a production has achieved a certain standard of sustainable production, not just about the carbon-footprint but about their working practices, their systems, their leadership. If they reach a certain standard what we hope will happen is that we will create a logo which will be out to go on the end credits. If we can do that, then obviously we need to tell the audience what that symbol is and why it is there. At that point we really start engaging with the audience as well. But interestingly I was asked just yesterday to appear on a BBC TV program next week talking about ALBERT. It is only a very short section, I think it will end up being 20 seconds but it is quite a significant step forward if we can start talking to millions of people about ALBERT and about sustainable production in general. That's really exciting. I think in one or two years, certainly within five years, this won't just be us. It will be far more standard and what I hope is that we will get to the point where I never have to talk about ALBERT because people will be doing it. The same way that we don't sit around and talk about health and safety on a production, because people just do it. And that is where we need to get to, that it becomes business as usual, not a niche, not a specialist thing. Something that completely works in TV or film production. That every decision they make, will subtly in some way have a sustainability aspect to it. Thinking about what is my impact of doing this. That is what I hope. At that point I will be out of the job.

Bernd Hezel:

So that is "mainstreaming green production"

Richard Smith:

Correct, that's the goal.

Interview mit Helen Peetzen – Leiterin Kommunikation und Service
Film Commission Hamburg Schleswig-Holstein
schriftlich geführt am 07.12.2012

1. Wissen Sie von anderen Förderungen in Deutschland mit ähnlichem Klimakonzept, bzw. der Planung eines solchen?

Das Thema steht, soweit wir das wissen, auf der Agenda aller Förderungen. Welche Konzepte die einzelnen Länder konkret verfolgen, wissen wir allerdings nicht.

2. Gibt es nach Ihrem Wissen zwischen den Förderungen (regional und national) und auf politischer Ebene eine Vernetzung um klimafreundliches Produzieren weiter zu fördern?

Die Vernetzung auf regionaler und nationaler Ebene würde unserer Meinung nach Sinn machen. Wichtig für die Bündelung aller Aktivitäten und als Informationsquelle für Aktivitäten in den USA und Europa ist zurzeit die Plattform www.greenfilminitiative.de, initiiert von der Climate Media Factory. Wir stehen in engem Kontakt mit den Verantwortlichen dort und finden eine enge Absprache und Zusammenarbeit wichtig. Wir sehen uns in Hamburg/Schleswig-Holstein als Initiator, als Impulsgeber für die gesamte Branche, ihren Produktionsprozess in Richtung grünes und nachhaltiges Drehen zu überdenken. Über die Teilnahme im europäischen Fördererverbund Cineregio sind wir in einer Untergruppe zum Thema „grünes Drehen“ aktiv, auch die europäischen Film Commissioner haben eine Studie zum Thema in Auftrag gegeben und entwickeln Konzepte.

3. Das System der regionalen Förderung in Deutschland wird immer wieder dafür kritisiert „Fördertourismus“ zu verursachen, den Produzenten betreiben um den erforderlichen Regionaleffekten erbringen zu können. Auch aus umwelt- und klimatechnischer Perspektive ist der Fördertourismus ein negativer Effekt. Sehen Sie Angriffspunkte, wie man durch regionalförderungsbedingte Reisen entstehende Zusatzbelastungen für die Umwelt minimieren kann, ohne dabei das bewährte, dezentrale Fördersystem zu gefährden?

In der Regel werden den einzelnen Regionen im Zusammenspiel der Förderungen unterschiedliche Produktionsstadien zugeordnet, um den erforderlichen Effekt zu erbringen. D.h. in einem Land wird gedreht, im anderen Land wird z.B. die Postproduktion durchgeführt. Das sollte man, wenn möglich, u.U. noch mehr bündeln, um zu viele Drehortwechsel von Team und Crew zu vermeiden.

4. Haben Sie jemals von einer internationalen Kinospielefilmproduktion in Deutschland gehört, die sich um klima- und umweltschonendes Arbeiten bemüht?

Nein, haben wir nicht. Wir hatten aber hier in Hamburg wichtige Begegnungen am Set von A MOST WANTED MAN von Anton Corbijn. Er selbst hat z.B. viele Wege in Hamburg mit dem Fahrrad gemacht. Es sind die kleinen Schritte und die Aufklärung unsererseits, wie „grünes“ Produzieren auch im internationalen Kontext praktikabel ist. Dazu ist es wichtig, zunächst Produzenten und Crew auf deutscher Seite zu überzeugen, die dann eine Multiplikatorenrolle übernehmen.

5. Entstehen – Ihrer Erfahrung nach – finanzielle Mehr- oder Minderkosten bei der Umsetzung klimaschonender Maßnahmen? (Lässt sich dies allgemeingültig feststellen? Hierzu wäre auch eine Stellungnahme zum „klimaneutralen“ Produzieren interessant.) Können die eingesparten Kosten durch „Vermeiden und Reduzieren“ die entstehenden Mehrkosten für klimaverträgliche Produkte/Dienstleistungen, etc. ausgleichen?

Wie gesagt, wir stehen am Anfang einer anderen, einer bewussteren Art des Produzierens. Wir können in einem ersten Schritt die Produzenten aufklären, ihnen praktische Handlungsempfehlungen geben, Workshops anbieten und mit ihnen sprechen. Das „grüne Drehen“ ist eine Haltung, wie verantwortlich bin ich privat, wie verantwortlich im Arbeitsalltag? Gefragt sind kreative Umsetzungsprozesse von Seiten der Produzenten, um nachhaltiges, verantwortungsbewusstes Produzieren zu ermöglichen. In Hamburg hat die Firma Tamtam Film ihren Kurzfilm GLOOMY SABBATH „grün“ produziert. Nach einer ersten Hochrechnung ist die Produktion nicht teurer als ein nach „nicht ökologischen“ Kriterien gedrehter Film. Es ist zurzeit sicherlich so wie Sie sagen, dass sich Reduktion und klimaneutrale Produkte ausgleichen.

6. Wie stehen Sie zu der Problematik „Nachweisbarkeit versus Durchführbarkeit“ bei der Umsetzung klima- und umweltschonender Maßnahmen? (Aktuell und gerne auch perspektivisch.)

Für uns ist das keine Problematik. Jedes ernsthafte Bemühen von Seiten der Produzenten, finden wir wichtig und richtig. Wenn jemand „grün“ produzieren will, dann wird er es tun und seine Leute überzeugen. Es ist wichtig, diese bereits eben angesprochene Haltung zu unterstützen und für die Produzenten Rahmenbedingungen zu schaffen und praktischen Hilfen wie z.B. ein CO2-Rechner, Checklisten sowie Expertenrunden und Workshops anzubieten.

7. Ist – je nach Art der Produktion/Firma – ein besonders großes Interesse oder Desinteresse am „Green Producing“ zu erkennen? (Interessieren würde mich besonders das Engagement von Kinospielefilmproduktionen.)

Die anfängliche Skepsis weicht gerade bei einer jüngeren Produzentengeneration einer Neugierde und Aufbruchstimmung. Im nächsten Jahr wird z.B. Michael Bully Herbig seine in Hamburg

spielende Schutzengelgeschichte BUDDY in der Hansestadt „grün“ produzieren.

8. Wo sehen Sie Schwierigkeiten und Herausforderungen, will man sich als Produzent in Deutschland dem „Green Producing“ widmen?

Es sind eher Herausforderungen als Schwierigkeiten.

9. Wo sehen Sie Angriffspunkte, die Rahmenbedingungen für grünes Produzieren in Deutschland zu verbessern? (Wie sind die Verantwortlichkeiten verteilt?)

Die Rahmenbedingungen müssen ganz klar national festgelegt werden. Wir arbeiten zurzeit mit unserem Partner n.serve an der Erweiterung des Kalkulationsprogramms Sesam für die gesamte Branche und werden zeitnah Gespräche mit der FFA führen.

10. Wissen Sie von Engagement für grünes Produzieren, das von deutschen Fernsehsendern ausgeht?

Zurzeit leider nicht. Der NDR hat die Wichtigkeit des nachhaltigen Produzierens zwar betont, aber noch nicht wirklich aktiv gehandelt.

11. Sie empfehlen die Berechnung des CO₂-Fußabdrucks mit Hilfe eines CO₂-Rechners. Gibt es für Produktionen in Deutschland derzeit schon einen geeigneten Rechner?
12. Sie entwickeln einen CO₂-Rechner zur Ermittlung der CO₂-Emission von Produktionen. Ab wann soll dieser Rechner verfügbar sein?

Ein CO₂ Rechner wird gerade von uns und n.serve entwickelt, er soll im Frühjahr 2013 verfügbar sein. Für die deutschen Werbefilmproduzenten gibt es bereits einen Rechner.

13. Können Sie mir Details zur Methodik nennen, mit deren Hilfe der Rechner entwickelt wird?

Der CO₂ Fußabdruck-Rechner für Filmproduktionen basiert auf den Vorgaben des Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol) – Corporate Accounting and Reporting Standard und Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard. Dies ist der am weitesten verbreitete Standard für die Erhebung von Treibhausgasen. Um den Rechner für den deutschen Markt anzupassen, werden länderspezifische Emissionsfaktoren für die Berechnung der Emissionen verwendet. Die Emissionsfaktoren stammen aus der GEMIS-Datenbank des Ökoinstituts.

14. Planen Sie, den Rechner so zu gestalten, dass er ggf. auch international verwendet werden kann, bzw. Grundlage für einen globalen Standard werden könnte?

Das wäre eine Option, obwohl es in anderen europäischen Ländern bereits praktikable Lösungen gibt. Langfristiges Ziel sollte sein, auch einen international kompatiblen Rechner zu entwickeln.

Fragen zum „Grünen Drehpass“

1. Ist der Grüne Drehpass mit finanziellen oder anderen Vorteilen verbunden? Falls nein, ist das für die Zukunft geplant? Falls ja, wie sehen diese Vorteile aus?

Der grüne Drehpass ist nicht mit finanziellen Vorteilen verbunden. Langfristiges Ziel ist es natürlich, die Messbarkeit der Aktivitäten voranzutreiben, Voraussetzung dafür ist die Konkretisierung der erforderlichen Bedingungen.

2. Gibt es indirekte Fördervorteile oder Vergünstigungen? Ist so etwas geplant?

Zurzeit nicht.

3. Können durch den Besitz des grünen Drehpasses Kosten gespart werden, die normalerweise bei jeder Produktion anfallen? Städtische Gebühren, oder ähnliches?

Gebührenreduktion ist über den Grünen Drehpass nicht möglich. Die FCHSH hat jedoch zahlreiche städtische Motivgeber und Dienstleister für den Grünen Drehpass gewinnen können. So wird beispielsweise die Stadtreinigung Hamburg eine Beratung zur Abfallvermeidung sowie ein Service-Paket zur umwelt- und klimagerechten Abfallentsorgung anbieten, und durch einen leitungsgebundenen Trinkwasserspender von Hamburg Wasser steht am Set jederzeit ein umweltfreundlicher Durstlöscher zur Verfügung. Diese und ähnliche Kooperationen werden in engem Kontakt zu den Partnern laufend erweitert.

4. Planen Sie eine Vergabe von Fördermitteln an die Umsetzung von klimaschonenden Maßnahmen bei den Dreharbeiten zu knüpfen?

Nein

5. Überprüfen Sie Nachhaltigkeitsmaßnahmen von Produktionen, denen Sie den Grünen Drehpass verleihen?

Ja, wir arbeiten zurzeit an den Überprüfungsmodalitäten.

6. Wie beurteilen Sie Ihre Kriterien, die erfüllt werden müssen, um den Grünen Drehpass zu erhalten?

Es handelt sich zurzeit um weiche Kriterien, die motivierend wirken sollen. Die Kriterien werden laufend weiter entwickelt und konkretisiert, genauso der Best Practice Guide, der wir eine Checklist zur Überprüfung der Maßnahmen funktioniert.

7. Wie ist die Resonanz auf den Grünen Drehpass?

Sehr gut, viele Produzenten verstehen den „Grünen Drehpass“ als Anshub, als Impuls für sich und ihre Arbeit am Set.

8. Welche Arten von Produktionen zeigen Interesse und Engagement? Werbung? TV? Kino? Low Budget? High Budget? Können Sie mir konkrete Firmen nennen?

GLOOMY SABBATH, BUDDY

In erster Linie Kurzfilmprojekte, wir sind auf das „erste“ grüne Kinoprojekt sehr gespannt.

Interview mit Christiane Scholz – Projektleiterin „Grüner Drehpass“
Film Commission Hamburg Schleswig-Holstein
telefonisch geführt am 11.12.2012

1. Ist die Erweiterung für Sesam der CO2-Rechner, an dem Sie arbeiten oder etwas anderes? Falls es etwas anderes ist: Wie sollen diese Erweiterungen aussehen?

Unser CO2-Rechner, den wir gemeinsam mit unserem Partner n.serve entwickeln, soll ab Frühjahr 2013 als Online-Tool zur Verfügung stehen. Er ist quasi eine vorübergehende Überbrückung um Produzenten zeitnah ein Werkzeug zur CO2-Ermittlung zur Verfügung zu stellen. Den ganz großen Nutzen eines CO2-Rechners für die Branche in Deutschland sehen wir darin, ihn in das Kalkulationsprogramm Sesam zu integrieren. Der CO2-Ausstoß kann auf diese Weise direkt mitkalkuliert werden. Wir befinden uns derzeit in frühen Gesprächen mit den Software-Entwicklern.

2. Wie sieht die Überprüfung der Nachhaltigkeitsmaßnahmen derzeit konkret aus? Wie werden die gerade in Entwicklung befindlichen Überprüfungsmodalitäten (in etwa) aussehen?

Derzeit gibt es noch keine Überprüfung. Uns ist wichtig, dass das Engagement freiwillig entsteht und aus der Branche selbst herauskommt. Allerdings arbeiten wir an Überprüfungsmodalitäten. Zunächst muss aber der CO2-Rechner zur Verfügung gestellt werden, damit unkompliziert ein CO2-Ausstoß ermittelt werden kann. Wir empfehlen, einen „Green Runner“ am Set einzusetzen, der die grünen Maßnahmen von Produktionsseite aus betreut.

3. Könnten Sie näher auf die Herausforderungen eingehen?

Die Herausforderungen liegen ganz klar darin, das Bewusstsein zu schaffen. Bei den Produzenten und bei den Filmschaffenden. Und vor allem auch auf der operativen Ebene. Darin, dass man sich von vielen alten, liebgewonnenen Gewohnheiten verabschieden muss. Dafür ist sehr viel Überzeugungsarbeit zu leisten. Im privaten Bereich überlegen bereits viele Menschen, wie sie umweltbewusst handeln können. Jetzt ist die Zeit reif, sich auch über umweltbewusstes Handeln am Arbeitsplatz Gedanken zu machen. Und da darf es nicht nur um „bio“ und „öko“ gehen – Energieeffizienz muss ein klares Ziel sein. Auch der Faktor Zeit ist entscheidend. Früh mit grünen Maßnahmen anzufangen ist sehr wichtig.

6. Danksagung

Für die Unterstützung bei der Erstellung dieser Arbeit möchte ich mich bei den folgenden Personen sehr herzlich bedanken.

Vielen Dank für ihre Zeit und die informative Beratung

Christiane Scholz, FCHSH

Helen Peetzen, FCHSH

Alexandra Lübken, FCHSH

Richard Smith, BBC

Rainier Jablonski, Mundwerk-Catering

Katja Schwarz, Odeon Film AG

Klaus-Dieter Müller, Climate Media Factory

Michael Geidel, Climate Media Factory

Bernd Hezel, Climate Media Factory

Florian Krause, Climate Media Factory

Thomas Ramin, CinePostproduction GmbH

Veit Quack, HFF Potsdam

Vielen Dank für das Korrekturlesen der Arbeit, wichtige Anmerkungen und strukturelle Verbesserungsvorschläge

Elly Köpf

Esther Muschol

Kathrin Schuberth

Jamila Wenske

Vielen Dank für die Layout-Beratung

Anika Kuntze

Ein besonderer Dank gilt meiner Mutter, Monika Muschol. Ohne ihre Unterstützung wäre diese Arbeit vermutlich nicht geschrieben worden.

7. Eidesstattliche Erklärung

Hiermit versichere ich, dass diese Arbeit selbständig verfasst wurde und ich keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe.

Lissi Muschol

Berlin, den 19.12.2012