



Merkblatt zur Auswertungsförderung

Version 1.1 | Stand: 6. Februar 2023

Allgemeines

Die Filmstiftung unterstützt Produktions- und Verleihfirmen bei der Auswertung ihrer Filme. Es gibt dafür das selektive Förderinstrument «Marketing- und Promotionsförderung» und die automatischen Förderinstrumente «Marktanalyse», «Festivalstart», «Kinostart mit Auswertungsfirma» und «Kinostart ohne Auswertungsfirma».

A) Marktanalyse (automatisch, Höchstbeitrag CHF 10'000)	
E) Marketing- und Promotionsmassnahmen (selektiv, Höchstbeitrag CHF 100'000)	B) Festivalstart (automatisch, Höchstbeitrag CHF 10'000)
	C) Kinostart mit Auswertungsfirma (automatisch, Höchstbeitrag CHF 20'000)
	D) Kinostart ohne Auswertungsfirma (automatisch, Höchstbeitrag CHF 10'000)

Die oben gezeigten Bausteine A und E sind kombinierbar, ebenso die Bausteine A, B und C oder die Bausteine A, B und D.

Anrechenbare Kosten

Für alle oben genannten Förderinstrumente gilt, dass die Filmstiftung gegen Vorlage von Belegen maximal 50% der Kosten für spezifische Massnahmen übernimmt. Grundsätzlich sind nur Kosten anrechenbar, die nicht bereits im Rahmen der Herstellung des Filmes budgetiert und finanziert worden sind. Bewertete Eigenleistungen der antragstellenden Firmen und Leistungen von wirtschaftlich verbundenen Unternehmen sind in der Regel ebenfalls nicht anrechenbar, es können jedoch Handlungsunkosten in Höhe von 7.5% auf den bei der Filmstiftung anrechenbaren Kosten geltend gemacht werden. Die folgenden Kosten sind anrechenbar:

Technische Bereitstellung	
1	DCP-Herstellung ab dem zweiten finalen DCP
2	Synchronisierung
3	Untertitelung ab der zweiten Sprache
4	Audiodeskription ab der zweiten Sprache
5	Service- und Bereitstellungskosten für die (digitale) Distribution
Promotionsmaterial	
6	Teaser und/oder Trailer (inkl. Synchronisation und/oder Untertitelung)
7	Artwork (Pitch Dossier, Webdesign, Bilder, Poster, Flyer etc.)

Marketing- und Medienarbeit

9	Marktanalyse (Agenturkosten, Testscreenings, Fokusgruppen, Befragungen, Zielgruppendefinition, Zuschauersegmentierung, Positionierung, Marketing- und Distributionsstrategie)
10	Promotion (Aufträge für Werbetexte, Social Media Content, Anzeigengestaltung sowie, Paid Posts, Inserateschaltung, alternative Marketingaktionen etc.)
11	Medienarbeit (Pressedossier, Pressevorführungen, Press Agent etc.)
12	Premieren (Reise-, Übernachtungs- und Verpflegungsspesen für Cast und Crew, Moderation, Apéro etc.)

Anträge für die automatische Auswertungsförderung

Die Voraussetzungen und Bedingungen für die Anträge entnehmen Sie bitte dem Förderreglement Ziff. 7.1. Anträge an die Filmstiftung müssen via Onlineplattform (online.filmstiftung.ch) fristgerecht eingereicht werden. Die Fristen sind die folgenden:

- A) Marktanalyse: Vor der Weltpremiere des Filmes.
- B) Festivalstart: Spätestens ein Jahr nach der Weltpremiere des Filmes.
- C) Kinostart mit Verleih: Spätestens 3 Monate nach dem Kinostartdatum.
- D) Kinostart ohne Verleih: Spätestens 1 Monat nach Abschluss der Vorführreihe oder 12 Monate nach Auszahlung der letzten Herstellungsrate.

Die Anträge auf «Marktanalyse», «Festivalstart» und «Kinostart ohne Auswertungsfirma» können nur von antragsberechtigten und auf der Onlineplattform der Zürcher Filmstiftung registrierten Produktionsfirmen gestellt werden (s. Ziff. 3.3 und 3.4 Förderreglement).

Der Antrag auf «Kinostart mit Auswertungsfirma» kann nur von antragsberechtigten und auf der Onlineplattform der Zürcher Filmstiftung registrierten Auswertungsfirmen gestellt werden (s. Ziff. 3.5 Förderreglement).

A) Marktanalyse – Erläuterungen zu den Beilagen

Zwingende Beilagen	Was ist damit gemeint?
Marktanalyse	Das Dokument, welches Sie von Ihrer externen Agentur als Ergebnis Ihres Auftrages erhalten haben.
Kostenaufstellung	Listen Sie die Kosten auf, welche im Rahmen der Marktanalyse bei Ihnen angefallen sind.
Belege	Belegen Sie die in der Kostenaufstellung angegebenen Ausgaben mittels Rechnungen oder Quittungen.

B) Festivalstart – Erläuterungen zu den Beilagen

Zwingende Beilagen	Was ist damit gemeint?
Kostenaufstellung	Listen Sie die Kosten auf, welche im Rahmen des Festivalstarts bei Ihnen angefallen sind.
Belege	Belegen Sie die in der Kostenaufstellung angegebenen Ausgaben mittels Rechnungen oder Quittungen.

Finanzierungsplan	Auflistung der Förderinstitutionen, Sponsor:innen oder Investor:innen inkl. Finanzierungsbeitrag, die den Festivalstart ebenfalls unterstützen. Dabei nicht vergessen: Ihre Produktionsfirma muss sich mit mind. 5% an der Finanzierung beteiligen.
Finanzierungszusagen	Nachweise für die finanzielle Beteiligung der im Finanzierungsplan genannten Förderinstitutionen, Sponsor:innen oder Investor:innen.

C) Kinostart mit Auswertungsfirma – Erläuterungen zu den Beilagen

Zwingende Beilagen	Was ist damit gemeint?
Lizenz- oder Verleihvertrag	Der Vertrag über die Auswertungsrechte pro Territorium und Auswertungsmedium (Kino, Plattformen, VoD, TV usw.).
Filmliste	Eine Auflistung der im Kino ausgewerteten Filmtitel der letzten zwei Kalenderjahre (z.B. ProCinema REKAP-Liste von mind. 3 Filmen) als Nachweis für die Antragsberechtigung Ihrer Firma (s. Ziff. 3.5 Förderreglement).
Vorführorte	Ein Nachweis über die Anzahl Vorführungen des Filmes, für den Unterstützung beantragt wird. Idealerweise reichen Sie die REKAP-Liste von ProCinema mit der erforderlichen Anzahl Vorstellungen und Starts pro Kinoregion (s. Ziff. 7.1.3. Förderreglement) ein. Falls zum Zeitpunkt der Antragsfrist – drei Monate nach Kinostart – noch nicht alle Kinoregionen ausgewertet worden sind, kann die REKAP-Liste bis sechs Monate nach Kinostart nachgereicht werden. Nehmen Sie in diesem Fall vorgängig mit der Geschäftsstelle Kontakt auf. Im Falle von anderen Auswertungsorten oder -medien können alternative Nachweise eingereicht werden.
Nachweis Premierenfeier	Ein Nachweis dafür, dass die öffentliche Premiere in Anwesenheit von Regie und/oder Hauptdarstellenden und Protagonist:innen stattgefunden hat. Z.B. ein PDF des Flyers, Screenshots von Social Media Posts, Pressespiegel o.Ä.). Aufgelistete Hyperlinks sind möglich. Beachten Sie: Eine Teampremiere oder geschlossene Marktvorführung zählt nicht als öffentliche Premiere.
Kostenaufstellung	Listen Sie die Kosten auf, welche im Rahmen des Kinostarts bei Ihnen angefallen sind (Minimumgarantien sind nicht anrechenbar). Geben Sie dabei auch die Summe der angefallenen Ausgaben in der Region Zürich an.
Belege	Belegen Sie die in der Kostenaufstellung angegebenen Ausgaben mittels Rechnungen oder Quittungen. Ab 30 Einzelbelegen können alternativ Konten-/Kostenstellenblätter der Buchhaltung eingereicht werden.
Finanzierungsplan	Auflistung der Förderinstitutionen, Sponsor:innen oder Investor:innen inkl. Finanzierungsbeitrag, die den Kinostart ebenfalls unterstützen. Dabei nicht vergessen: Ihre Firma muss sich mit mind. 5% an der Finanzierung beteiligen.
Finanzierungszusagen	Nachweise für die finanzielle Beteiligung der im Finanzierungsplan genannten Förderinstitutionen, Sponsor:innen oder Investor:innen.

D) Kinostart ohne Auswertungsfirma – Erläuterungen zu den Beilagen

Zwingende Beilagen	Was ist damit gemeint?
Vorführorte	Ein Bericht über die durchgeführten Vorführungen und Massnahmen, inkl. einer Auflistung der Vorführorte mit Datum, Ort und Zuschauerzahl.
Nachweis Vorstellungen	Nachweise dafür, dass die Vorführungen stattgefunden haben, z.B. mittels Kopien der Programmhinweise, Screenshots von Social Media Posts, Abrechnungen der Veranstaltungsorte, Pressespiegel o.Ä. Aufgelistete Hyperlinks sind möglich.

Kostenaufstellung	Listen Sie die Kosten auf, welche im Rahmen des Kinostarts bei Ihnen angefallen sind. Geben Sie dabei auch die Summe der angefallenen Ausgaben in der Region Zürich an.
Belege	Belegen Sie die in der Kostenaufstellung angegebenen Ausgaben mittels Rechnungen oder Quittungen. Ab 30 Einzelbelegen können alternativ Konten-/Kostenstellenblätter der Buchhaltung eingereicht werden.
Finanzierungsplan	Auflistung der Förderinstitutionen, Sponsor:innen oder Investor:innen inkl. Finanzierungsbeitrag, die den Kinostart ebenfalls unterstützen. Dabei nicht vergessen: Ihre Produktionsfirma muss sich mit mind. 5% an der Finanzierung beteiligen.
Finanzierungszusagen	Nachweise für die finanzielle Beteiligung der im Finanzierungsplan genannten Förderinstitutionen, Sponsor:innen oder Investor:innen.

Antrag für Marketing- und Promotionsmassnahmen (M&P)

Allgemeines

Die Voraussetzungen und Bedingungen für einen Antrag entnehmen Sie bitte dem Förderreglement Ziff. 6.3. Er kann nur von einer antragsberechtigten und auf der Onlineplattform der Zürcher Filmstiftung registrierten Produktionsfirma gestellt werden (s. Ziff. 3.3 und 3.4 Förderreglement).

Einreichfrist und Beurteilung

Der Antrag kann gestellt werden, sobald der Final Cut des betreffenden Filmes vorliegt. Allerspätestens muss der Antrag am Tag vor dem offiziellen Kinostart bis um 23:59 Uhr MEZ via Onlineplattform (online.filmstiftung.ch) eingereicht werden (eine Veröffentlichung an einem Festival darf bereits stattgefunden haben). Pro Jahr gibt es zwei Einreichtermine, Sie können den Antrag jedoch jederzeit einreichen, um Ihre individuelle Frist einhalten zu können. Ihr Antrag wird jeweils dem nächstmöglichen Sitzungstermin zugewiesen.

Grundlage für die Förderentscheidung der Fachkommission ist das Antragsdossier sowie ein 15-minütiger Pitch mit anschliessendem kurzen Gespräch für die Klärung von Fragen, zu welchem Sie eingeladen werden. Pitch und Gespräch finden am Sitzungstag der Fachkommission in den Räumlichkeiten der Zürcher Filmstiftung statt. Den Förderentscheid erhalten Sie anschliessend schriftlich innerhalb von 1-2 Tagen.

Eine der Voraussetzungen für einen Antrag ist gemäss Reglement das Vorliegen einer «professionell durchgeführten Marktanalyse». Was ist damit gemeint?

Damit Sie eine fundierte Marketingstrategie vorlegen können, geht die Filmstiftung davon aus, dass Sie mittels einer vorangegangenen Marktanalyse datenbasierte Annahmen darüber getroffen haben, welche Massnahmen am besten geeignet sind, Ihre Marketingziele zu erreichen.

Die Umsetzung einer Marktanalyse ist individuell und kann verschiedene Ausprägungen haben. Damit sie als «professionell durchgeführte Marktanalyse» akzeptiert wird, müssten jedoch ungefähr die folgenden Schritte durchlaufen worden sein: Problemdefinition und Festlegen des Untersuchungsziels, Festlegen des Untersuchungsdesigns, Entwickeln der Messinstrumente, qualitative und/oder quantitative Datensammlung, Datenanalyse, Erstellen eines Berichts mit Schlussfolgerungen.

Aufgrund der Marktanalyse müssten Sie im mindesten darüber Auskunft geben können, wer die Zielgruppe(n) Ihres Filmes sind, mit welchen Inhalten Sie diese am besten erreichen können und welches die effektivsten Kommunikationskanäle und -plattformen für Ihr Vorhaben sind.

Erläuterungen zu den Beilagen eines Antrags auf M&P

Zwingende Beilagen	Was ist damit gemeint?
Lizenz- oder Verleihvertrag	Ein gültiger Vertrag oder Deal Memo zwischen der antragstellenden Produktionsfirma und der Auswertungsfirma.
Marktanalyse	s. Beschreibung ab Seite 4.
Marketingkonzept (max. 1 x 10 Seiten)	<p>Eine Beschreibung der geplanten Marketing- und Promotionsmassnahmen inkl. Zeitplan. Es soll daraus hervorgehen, wie die Massnahmen umgesetzt und das in der Marktanalyse definierte Zielpublikum erreicht werden soll. Erläutern oder visualisieren Sie dabei gerne Punkte wie beispielsweise:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Gibt es Projektschritte, die voneinander abhängig sind (Milestones)? – Falls ein Festivalstart angestrebt wird, welche Strategie, bzw. welchen Auftritt planen Sie? – Welche Partnerschaften gehen Sie ein? – Was sind die zentralen Botschaften an die Zielgruppen? – Welche nachhaltigen «Spuren» hinterlässt die Werbekampagne? – Gibt es Benchmarks für Ihr Vorhaben? – Gibt es bereits eine internationale Vertriebsstrategie?
Visuals (max. 1 x 10 Seiten)	Falls bereits vorhanden: (Entwürfe oder Skizzen von) Visuals, Artwork, Clips, Teaser, Trailer oder ähnlichem. Hyperlinks in den Unterlagen sind möglich.
Marketingteam (max. 1 x 5 Seiten)	Stellen Sie die Aufgabenteilung und die Schlüsselpersonen des Teams vor, welches die im Marketingkonzept genannten Massnahmen umsetzen wird. Beschreiben Sie auch die Tätigkeiten Ihrer Firmen, ihre bisherige Erfahrung, Auswertungs- und Umsatzvolumen, Nebenaktivitäten, Beteiligungen, ggf. Editorial Line etc.). Falls Beratungsdienstleistungen Dritter in Anspruch genommen wurden oder werden, stellen Sie bitte auch ihre:n Partner:innen vor. Hyperlinks in den Unterlagen sind möglich. Geben Sie bitte an, in welchem Kanton oder Land die Personen und Firmen ihren (Wohn-)Sitz haben.
Budget und Finanzierung (Vorlage der ZFS)	Das Budget und die angedachte Finanzierung für die im Marketingkonzept genannten Massnahmen. Es muss dafür die Budgetvorlage der Filmstiftung für Marketing- und Promotionsmassnahmen verwendet werden. Diese ist im Downloadbereich der Webseite der Filmstiftung zu finden. Bitte vergessen Sie nicht: Ihre Firmen müssen sich mit je mind. 5% an der Finanzierung beteiligen. Zudem können nur Kosten geltend gemacht werden, die nicht bereits im Rahmen der Herstellung budgetiert und finanziert worden sind.

Bedingt zwingende Beilagen	Was ist damit gemeint?
Finanzierungszusagen	<p>Belege für die finanzielle Beteiligung der im Finanzierungsplan genannten Förderinstitutionen, Sponsor:innen oder Investor:innen.</p> <p>Wann ist die Beilage zwingend? Wenn ein Finanzierungsbaustein im Finanzierungsplan mit dem Status 1 («zugesagt») versehen ist, muss diese Zusage belegt werden.</p>

Freiwillige Beilagen	Was ist damit gemeint?
Andere (5 x 3 Seiten)	Für weitere, aus Ihrer Sicht zum Verständnis des Vorhabens essentielle Unterlagen, können Sie den Dateityp «Andere» wählen und in der Beschreibung der Datei die Art der Beilage vermerken.

Entscheidungskriterien

Die Fachkommission wendet bei ihrer Beurteilung der Anträge auf M&P die im Förderreglement in Ziff. 4.7 genannten Entscheidungskriterien an. Insbesondere prüft sie:

- ob der fertige Film seinen eigenen Anspruch erfüllt und geeignet dafür ist, die angestrebte Sichtbarkeit mittels der Kampagne zu erreichen;
- ob die Antragstellenden eine klare Vorstellung von ihrem Produkt und dessen Zielgruppe(n) haben;
- ob die Marketingstrategie und die geplanten Massnahmen geeignet sind, um die anvisierte Zielgruppe zu erreichen und die Sichtbarkeit des Filmwerkes zu erhöhen;
- ob die geplanten Massnahmen mit den vorhandenen Ressourcen realisierbar sind und die Wirtschaftlichkeit des Vorhabens realistisch eingeschätzt worden ist;
- ob die Kampagne innovative und nachhaltige Effekte entfaltet;
- und ob das Marketingteam in seiner Zusammensetzung über die angemessene Professionalität und Erfahrung verfügt.

Diese sechs Kriterien werden je mit maximal 15 Punkten bewertet. Förderbar sind Projekte, die mindestens 55 Punkte erreichen. Übersteigen die förderbaren Projekte die für den jeweiligen Eingabetermin verfügbaren Mittel, so werden diejenigen Projekte mit der höchsten Punktzahl gefördert.