

MDM Infomagazin Trailer I I I
Mitteldeutsche Medienförderung



03/2003

Sonderausgabe Cannes 2003 Special Issue Cannes 2003

Personality, News & Services

Peter Greenaway – The Tulse Luper Suitcases Peter Greenaway – The Tulse Luper Suitcases
Koproduzieren in Mitteldeutschland Coproduction in Central Germany
Europäische Trainingsinitiativen European Training Initiatives
Mitteldeutschland im Überblick Central Germany at a glance

Liebe Leserinnen
und Leser,

Dear readers,



Manfred Schmidt, Geschäftsführer der MDM
Manfred Schmidt, Managing director of MDM

zum fünften mal ist die Mitteldeutsche Medienförderung (MDM) auf dem wichtigsten europäischen Filmfestival in Cannes vertreten. Nachdem im letzten Jahr »Russian Ark« erfolgreich als MDM geförderter Beitrag im Festivalprogramm lief, freuen wir uns, dass auch in diesem Jahr mit Peter Greenaways »The Tulse Luper Suitcases, Part I« eine MDM geförderte Produktion im Wettbewerb zu sehen sein wird.

International renommierte Regisseure interessieren sich für den Medienstandort Mitteldeutschland. Unsere vielfältigen und unverbrauchten Locations aber auch die Professionalität der Postproduktionsbetriebe und Studios hat sich herumgesprochen. Unsere Filmcommission bietet einen umfangreichen und kostenlosen Service für in- und ausländische Drehteams an – selbstverständlich unabhängig davon, ob es sich um MDM geförderte Vorhaben handelt oder nicht. In diesem Jahr nehmen die Außenstellen der MDM-Filmcommission in den Ländern Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen ihre Arbeit auf – damit werden Wege verkürzt und die Kontaktvermittlung erleichtert.

Zur weiteren Professionalisierung der Branche organisieren wir mit nationalen und europäischen Partnern praxisbezogene Weiterbildungen und bemühen uns gleichzeitig um intensive Kontakte zu Partnern in ganz Europa, um Kooperationsmöglichkeiten zum gegenseitigen Nutzen auszuloten.

Die vorliegende Ausgabe unseres Magazins soll einen Eindruck von der Lebendigkeit des Medienstandortes Mitteldeutschland vermitteln. Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre.

Manfred Schmidt

This is the fifth time that the Mitteldeutsche Medienförderung (MDM) will be represented at Cannes, Europe's most important film festival. After the success of "Russian Ark", the MDM sponsored production that featured in last year's festival program, we are delighted that an MDM sponsored work, in the form of Peter Greenaway's "The Tulse Luper Suitcases, Part I", will once again be in the running this year.

Internationally renowned directors are interested in Central Germany's media assets. Word has not just got around about our multifaceted and pristine locations, but also about the professionalism of the post-production firms and studios. Our film commission offers a comprehensive and complimentary service to both domestic and foreign production teams – irrespective of whether or not the project is sponsored by the MDM. This year branch offices of the MDM film commission will begin operations in Saxony, Saxony Anhalt and Thuringia – this will mean there won't be as far to go and it will be easier to set up contacts.

In order to make the industry even more professional, we organise advanced, practical training courses together with national and European partners and at the same time endeavour to maintain intensive contacts with partners throughout the whole of Europe to sound out cooperation prospects which would be of mutual benefit.

This issue of our magazine aims to give you an impression of the vibrancy of Central Germany in terms of media opportunities. I hope you will be inspired ...

Manfred Schmidt

	Inhalt
	Cannes Special
Mit 92 Koffern auf dem Weg nach Cannes	4
En route to Cannes with 92 suitcases	5
Community Tulse Luper	6
Tulse Luper Community	7
	MDM Special
Gemeinsamer Nenner: Koproduktion	8
Common denominator: Co-production	10
Film Location	12
Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen im Überblick	13
Saxony, Saxony-Anhalt and Thuringia at a glance	13
Flash	14
MDM News	16
MEDIA News	18
	Report
Deutsch-Amerikanisches Kino: »Luther«	20
German-American Cinema: "Luther"	21
Ausbildungsangebote in Mitteldeutschland	22
Training Opportunities in Central Germany	23
	MDM intern
Förderentscheidungen	24
Sponsorship decisions	24
Termine in Mitteldeutschland	26
Dates in Central Germany	26
Impressum	26

Titel: »The Tulse Luper Suitcases« – offizieller Wettbewerbsbeitrag des Internationalen Filmfestivals in Cannes 2003

Cover: "The Tulse Luper Suitcases" – official competition contribution to the International Film Festival Cannes 2003

Mit 92 Koffern auf dem Weg nach Cannes

Mitteldeutschland – Cote d'Azur – Mitteldeutschland

En route to Cannes with 92 suitcases

Central Germany – Cote d'Azur – Central Germany

Mit Peter Greenaways »The Tulse Luper Suitcases« ist im Wettbewerb in Cannes 2003 ein Werk vertreten, das die Mitteldeutsche Medienförderung mit 600.000,00 EUR Produktionsförderung unterstützt. Der erste Teil der Trilogie, beginnend mit der Lebensgeschichte des »Berufsgefangenen« Tulse Luper im Jahr 1928 und der Entdeckung des Urans, ist ein Teil des multimedialen Konzepts um 92 Figuren, 92 historische Ereignisse und 92 Koffer.

Dreharbeiten in Deutschlands ältestem Kino in Leipzig-Connewitz. Mit dabei: Ornella Muti, Franka Potente, Maria Schrader und der Darsteller des Tulse Luper, JJ. Feild. Im Vorführsaal ist an vielen Stellen der Putz abgeblättert, die Bausubstanz schadhaft - zwei verstaubte, alte Projektoren erinnern an bessere Zeiten. Genau die richtige Atmosphäre für Peter Greenaway. Er verkündet er auf einem Pressegespräch am 09.04.03: »Als wir das erste Mal zum Drehen hier waren (Anm. d. Red.: November 2002 in den Studios des MCA Studio Leipzig), haben wir Szenen gedreht, die in Russland spielen. Was Sie heute sehen konnten, spielt in Straßburg. Ich hoffe Sie nehmen uns das nicht übel.« Neben den Dreharbeiten in der Sachsenmetropole hat Greenaway Studenten aus Sachsen und Sachse-Anhalt und Postproduction-Studios in Halle in sein Projekt eingebunden. Und er wird für die Dreharbeiten von Filmsequenzen für den dritten Filmteil noch einmal nach Mitteldeutschland zurückkehren. Die Größe dieses neuen Projekts lässt sich schon dadurch erahnen, daß es sich hier um eine britisch-italienisch-spanisch-ungarisch-holländisch-luxemburgisch-deutsche Koproduktion handelt. Zur Zeit arbeiten überall in Europa verschiedene Filmschaffende und

New-Media-Profis parallel für Tulse Luper und die Geschichten um seine 92 Koffer. Um das alles koordinieren zu können, werden drei »Tulse Luper Offices« eingerichtet, eines in Rotterdam, eines in Rom und eines in Leipzig. Greenaway kommentiert: »Wir hoffen alle zeitgenössischen Medien einbinden zu können. Es gibt diese Kinofilme, von denen der erste in Cannes uraufgeführt wird, der zweite nächstes Jahr im Februar auf der Berlinale in Berlin und ein dritter, evtl. sogar auch ein vierter nächstes Jahr im Spätsommer in Venedig. Es wird CD-ROMs geben, und DVDs. Wir planen 92 davon, je Koffer eine. Sie können im Internet eine zentrale Website und diverse weitere besuchen. Ebenso arbeiten wir an einer TV-Serie und einer ganzen Bibliothek an Literatur – »The Tulse Luper Suitcases« soll ein richtiges Multimedia-Projekt werden.« Ein ungewöhnliches Projekt eines ungewöhnlichen Filmschaffenden. Maria Schrader gesteht offen ein, daß sie das Gefühl hat, nur ein einziger Mensch habe hier noch den Überblick: Greenaway selbst. »Hier geht es um eine Art von Konzept, das ich bisher noch nicht durchschauen konnte.« Auch Franka Potente war anfangs verunsichert: »Die erste Stunde war total chaotisch, ich dachte ich versteh' überhaupt nichts. Der Regisseur beschrieb riesige Tableaus, und ich hatte bisher noch nie mit jemandem gearbeitet, der so große Bilder malt.« Hauptdarsteller JJ. Feild gefallen die Ideen des Projektes: »Die Visionen Greenaways haben mir die Augen geöffnet.« Greenaway gilt als großer Kritiker des klassischen Erzählkino. Er führt an, dass in den Neuen Medien ein riesiges Potenzial an Ausdrucksmöglichkeiten steckt und zitiert zum besseren

Verständnis seiner Sichtweise Pablo Picasso mit den Worten: »Ich male, was ich denke, und nicht was ich sehe.« Greenaway hofft auf eine Zukunft des Kinos, die wieder mehr auf dem Visuellen basiert, im Gegensatz zur bisherigen starken Verwurzelung im Text, in niedergeschriebenen Geschichten. »Traditionelle Filmelängen waren nie lang genug. Wenn das Konzept aufgeht, dann wird mit »The Tulse Luper Suitcases« Kino endlich einmal mehr



sein, als nur »illustrierter« Text«, so Greenaway. Für ihn ist das Kino, so wie es jetzt ist, tot. Seine Lieblingsanekdoten: »Eisenstein, anerkanntermaßen einer der Pioniere des heutigen Kinos, meinte einmal: »Walt Disney ist der einzige wahre Filmemacher.« Warum? Weil er die Herstellungsweise von Filmen symbolisiert, die praktisch aus dem Nichts erschaffen werden, aus einem blanken Blatt Papier.« So schließt sich auch der Kreis zu Picasso. Greenaway: »Ich deute den Spruch »Der König ist tot, lang lebe der König« um in »Das Kino ist tot. Lange lebe das Kino«. Ich möchte, dass das Kino eine primäre Schöpfung ist,« und fügt an: »Ich liebe Konfrontationen.« ■

Bernd Friedrich



Peter Greenaway's "The Tulse Luper Suitcases", a production which received 600,000.00 EUR in sponsorship from the Mitteldeutsche Medienförderung is a contender at Cannes 2003. The first part of the trilogy, which begins with the life story of the "professional prisoner" Tulse Luper in 1928 and the discovery of uranium, is part of the multimedia concept featuring 92 characters, 92 historical events and 92 suitcases.



Filming in Germany's oldest cinema in Leipzig-Connewitz. In attendance: Ornella Muti, Franka Potente, Maria Schrader and, playing Tulse Luper, JJ. Feild. In many parts of the projection room the plaster is flaking off, the building is structurally unsound – two old, dusty projectors are reminiscent of better times. Just the right atmosphere for Peter Greenaway. He told the press on 09/04/03: "When we were filming here for the first time (ed.: November 2002 in the studios of MCA Studio Leipzig), we filmed scenes that are set in Strassbourg. I hope you won't hold it against us." As well as shooting some scenes in the Saxon city, Greenaway included students from Saxony an Saxony-Anhalt and postproduction stu-

dios in Halle in his project. And he will be returning to Central Germany to shoot sequences for the third part of the film.

The fact that this is a British-Italian-Spanish-Hungarian-Dutch-Luxembourgian-German coproduction gives some indication of the magnitude of the new project. At the moment various film producers and new media professionals are working in parallel all over Europe for Tulse Luper and the stories about his 92 suitcases. Three "Tulse Luper Offices" are being set up, one in Rotterdam, one in Rome and one in Leipzig, to coordinate everything. Greenaway says: "We hope to be able to incorporate all contemporary media. There are these films, the first of which will be premiered at Cannes, the second next February at the Berlinale in Berlin and a third, possibly even a fourth, at the end of next summer in Venice. There'll also be CD ROMs and DVDs. We're intending to produce 92 of them, one per suitcase. You'll be able to visit a central website on the Internet and various others. We're also working on a TV series and a whole library of literature – 'The Tulse Luper Suitcases' will be a real multimedia project."

An exceptional project by an exceptional film producer. Maria Schrader openly admits that she feels that only one person has an overview of everything: Greenaway himself. "This is a type of concept that I haven't been able to get my head around yet." Franka Potente was also unsure at the start: "The first hour was complete chaos, I didn't understand a thing. The director was describing gigantic tableaux, and I'd never worked with anyone before who paints such massive pictures." The leading actor, JJ. Feild, likes the ideas

Photos: Peter Greenaway bei den Dreharbeiten zu »The Tulse Luper Suitcases« in Leipzig, mit Franka Potente, JJ. Feild und Maria Schrader

behind Greenaway's project: "Greenaway's visions have opened my eyes." Greenaway is regarded as a major critic of classic narrative cinema. He claims that the new media offer massive potential in terms of means of expression and cites Pablo Picasso's words to help explain his view: "I paint what I think, and not what I see." Greenaway hopes that in the future cinema will become more visual again as opposed to its present strong roots in text and written stories. "Traditional film lengths were never long enough. If the concept is a success, then 'The Tulse Luper Suitcases' will finally turn cinema into more than just 'illustrated text,'" says Greenaway. As far as he is concerned, cinema, in its present state, is dead. His favourite anecdotes: "Eisenstein, avowedly one of the pioneers of contemporary cinema, once said: 'Walt Disney is the only true film maker.' Why? Because he represents a way of producing films from practically nothing, from a blank sheet of paper." And so we come full circle back to Picasso. Greenaway: "I've changed the saying 'The King is dead, long live the King' to 'Cinema is dead. Long live cinema.' I'd like cinema to be a primary creation," and he adds: "I love confrontation." ■

Bernd Friedrich

Press Screening:

23.05.03 11:00 Uhr Bazin

24.05.03 08:30 Uhr Auditorium Lumière

Official Screening:

24.05.03 19:30 Uhr Auditorium Lumière

Community Tulse Luper

Europäisches Kreativnetzwerk

Tulse Luper Community

European creative network



Mit dem Begriff »Meilenstein« können Klaus Volkenborn und Sandor Soeth von Net Entertainment in Bezug auf Peter Greenaways Film »The Tulse Luper Suitcases« nichts anfangen. Für sie ist das Projekt ein Gesamtkunstwerk, dessen Bedeutung sich erst in einigen Jahren bestimmen lassen wird. Als deutsche Koproduzenten haben sie die Koffer von Tulse Luper ein Stück durch Mitteldeutschland getragen.

Net Entertainment, eine junge Produktionsfirma, im Jahr 2000 gegründet - mit welchen Intentionen?

Volkenborn: Mein Background ist die 20jährige Produzententätigkeit für die Journalfilm KG. Net Entertainment soll eine Firma für internationale Koproduktionen sein, eine Aktiengesellschaft mit angemessener finanzieller Ausstattung.

Soeth: Vor etwa 10 Jahren hatten wir mit »Blinde Passagiere« gemeinsam einen Film produziert. Wir blieben in Kontakt und durch ständig wachsende Produktionsaufträge wurde die Zusammenarbeit immer enger.

Gab es damals schon Erfahrungen im Bereich Koproduktion?

Volkenborn: Mit Journalfilm habe ich inzwischen über 50 Filme produziert. Unter anderem gab es 1983 für »Mit starrem Blick aufs Geld«, Regie: Helga Reidemeister, den Deutschen Filmpreis und 1989 für »La Amiga«, Regie: Jeanine Meerapfel, eine Nominierung zum Deutschen Filmpreis. Letzterer Film war meine erste von mittlerweile über 20 internationalen Koproduktionen. In den 90er Jahren habe ich mit einem amerikanischen Partner fünf Filme in den USA produziert, von denen zwei in Sundance im Wettbewerb gelaufen sind.

Soeth: Kontakte zu vielen anderen Produzenten bekam ich über meine langjährige Arbeit für Transfilm. 1992 produ-

zierten wird den Film »Schwarzfahrer«, Regie: Pepe Danquart, der 1994 den Oscar für den besten ausländischen Kurzfilm erhielt.

Wie kam es zu der Zusammenarbeit mit Peter Greenaway?

Soeth: Ein ungarischer Kollege rief uns an und fragte, ob wir Lust hätten, als Koproduzenten an dem Tulse-Luper-Projekt mitzuarbeiten. Kees Kasander, der federführende holländische Produzent, suchte einen deutschen Partner. Wir flogen nach Budapest, sprachen mit der MDM, die in wenigen Wochen eine Produktionsförderung aussprach und organisierten weitere Finanzen, um in das Projekt aufgenommen zu werden.

Volkenborn: Dieser Film braucht viele Partner. Er ist frei finanziert, also ohne Major- oder Studiobeteiligung im Hintergrund. Das Gesamtbudget beträgt 10 Mio EUR. Das heißt jedes beteiligte Land bzw. jeder Produzent hat etwa 1 bis 2 Mio EUR vorzufinanzieren.

Ein Projekt, das auf Grund seiner Größe Produzenten auch verschreckt?

Volkenborn: Sich als Produzent an einer solch weitgefächerten Geschichte zu beteiligen, setzt ein hohes Maß an Vertrauen voraus.

Soeth: Und Lust an Abenteuern.

Volkenborn: Nicht in dem Sinne, dass man besonders mutig sein muss. Man kennt Greenaway und weiß welche Sonderstellung er innerhalb des europäischen Films genießt. Für Peter Greenaway ist ein Koproduzent in erster Linie Dienstleister. Das muss man akzeptieren, selbst wenn man aus vielen anderen Produktionen einen anderen Arbeitsstil gewohnt ist. Auf der anderen Seite bekommt man dafür eine tragende Rolle in der Organisation, die man absolut partnerschaftlich und verlässlich ausfüllen muss.

Peter Greenaway benötigt also eine besondere Art von Produzent?

Volkenborn: Die Bereitschaft zur Flexibilität, eine Offenheit in der Arbeit und das Verständnis für gestalterischen Spielraum muss man sicher mitbringen, sonst wird man während der Produktion unglücklich. Soeth: Greenaway hat noch während des Drehs viele neue Ideen und die große Gabe, das Team zu motivieren, sofort darauf zu reagieren. Das schafft eine ungeheure kreative Spannung am Set.

Um das Projekt zukünftig weiter koordinieren zu können, wird eins von insgesamt drei »Tulse Luper Offices« in Leipzig eröffnet - mit welchen Aufgaben?

Soeth: Das gehört zu dem Thema Multimedia. Wo die Geschichte im Film aufhört, beginnen unterschiedliche Medien weiter zu erzählen. In Mitteldeutschland wird ein Buch- und ein DVD-Projekt umgesetzt. Das Büro wird den Kommunikationsfluss in der Region organisieren, beispielsweise die Recherchen der Leipziger Universität und der Martin Luther Universität Halle für das Projekt koordinieren. Alle Büros werden natürlich vernetzt und regen den Austausch zwischen den Ländern an.

Volkenborn: So soll durch Tulse Luper eine Community entstehen. Nationale Inseln, die sich im europäischen Verbund mit Tulse Luper beschäftigen.

»The Tulse Luper Suitcases« vernetzt Kreativität aus ganz Europa. Dies könnte eine interessante Grundlage für weitere künstlerische Arbeiten sein.

Soeth: Unbestritten kriert Greenaway auf der Grundlage nationaler Filmproduktionen einen europäischen Film. Im Umkehrschluss inspiriert dieses Werk aber auch alle beteiligten Nationen.

Volkenborn: Dieses kreative europäische Netzwerk ist bisher ohne jedes andere Beispiel. Das Projekt ist exemplarisch für den Begriff »Europäischer Film« und lässt natürlich auf weitere Produktionen hoffen. ■

Interview: Frank Salender



The term "milestone" means nothing to Klaus Volkenborn and Sandor Soeth of Net Entertainment in relation to Peter Greenaway's film, "The Tulse Luper Suitcases". For them the project is a total work of art, the significance of which will only be determined in few years. As German co-producers they carried Tulse Luper's suitcases through Central Germany for a quite some distance.

Net Entertainment, a young production company, established in the year 2000 – with what intentions?

Volkenborn: My background is 20 years of production work for Journalfilm KG. Net Entertainment is to be a business involved in international co-productions, a joint-stock company with appropriate financial resources.

Soeth: About 10 years ago we produced a film together, "Blinde Passagiere". We stayed in contact and our cooperation became closer and closer as a result of a steadily increasing number of production jobs.

Did anyone have any experience of co-production at the time?

Volkenborn: I have now produced over 50 films with Journalfilm. Among other things there was the German Film Prize in 1983 for "Mit starrem Blick", directed by Helga Reidemeister, and a nomination for the German Film Prize in 1989 for "La Amiga", directed by Jeanine Meerapfel. This latter film was my first of what are now over 20 international co-productions. In the 90's I produced five films in the USA with an American partner, two of which were entered in the competition in Sundance.

Soeth: I made a lot of contacts with other producers over the many years that I worked for Transfilm. In 1992 we produced the film "Schwarzfahrer", directed by Pepe Danquart, who received the Oscar

for the best foreign short film in 1994.

How did you come to work with Peter Greenaway?

Soeth: A Hungarian colleague called us and asked if we felt like working as co-producers on the Tulse Luper project.

Kees Kasander, the Dutch producer in overall charge, was looking for a German partner. We flew to Budapest, talked to the MDM, which gave us a production grant within a few weeks, and organised further financing in order to be accepted into the project.

Volkenborn: This film needs a lot of partners. It is freely financed, so there is no major or studio involvement in the background. The overall budget amounts to EUR 10 million. That means that each country involved or each producer has to pre-finance approximately 1 to 2 million EUR.

A project that also scares off producers because of its size?

Volkenborn: Getting involved as a producer in such a widely diversified story demands a high degree of confidence.

Soeth: And a desire for adventure.

Volkenborn: Not in the sense that you need to be particularly brave. We know Greenaway and we know the special position he enjoys within the European film industry. For Greenaway a co-producer is primarily a service provider. You have to accept that, even if you are used to a different style of working from many other productions. On the other hand, you get instead a major role in the organisation, which you have to fulfil in complete partnership and with absolute reliability.

So Peter Greenaway needs a special kind of producer?

Volkenborn: You certainly have to have a readiness to be flexible, an openness when working and an understanding for creative freedom; otherwise you become unhappy in the course of the production.

Photo: links: Klaus Volkenborn und Sandor Soeth, deutsche Koproduzenten »The Tulse Luper Suitcases«

Soeth: Greenaway has a lot of new ideas even during the shooting, and he has the great gift of being able to motivate the team to react to them straight away. That creates an incredibly creative tension on the set.

In order to be able to continue coordinating the project in future, one of a total of three "Tulse Luper Offices" will be opened in Leipzig. What will be its role?

Soeth: That's all about the topic of multimedia. Where the story in the film stops, various media start to continue telling the story. A book project and a DVD project are being carried out in Central Germany. The office will organise the flow of communications in the region, for example coordinating the research work of Leipzig University and the Martin Luther University in Halle for the project. All the offices will of course be networked and will stimulate the exchange of ideas between the states.

Volkenborn: In this way Tulse Luper is to create a community. National islands, dealing with Tulse Luper in European collaboration.

"The Tulse Luper Suitcases" networks creativity from the whole of Europe. This could be an interesting basis for further artistic work.

Soeth: There is no doubt that Greenaway is creating a European film on the basis of national film productions. However, to turn the argument around, this work is inspiring all the nations involved in it.

Volkenborn: There is as yet no other example to match this creative European network. The project is exemplary for the concept of "European film" and naturally gives cause to hope for further productions. ■

Interview: Frank Salender

Gemeinsamer Nenner: Koproduktion

Im Verbund mit Mitteldeutschland

Die Mitteldeutsche Medienförderung (MDM) unterstützte im Rahmen ihrer Förderrichtlinien in den vergangenen fünf Jahren eine Reihe von internationalen Koproduktionen, denn diese Förderung steht im Einklang mit der generellen Zielsetzung, die Medienszene in Mitteldeutschland zu unterstützen und gleichzeitig einen entsprechenden wirtschaftlichen Regionaleffekt zu erbringen. Alle Gesellschafter der MDM, die Länder Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen sowie der MDR und das ZDF, befürworten dieses internationale Engagement.

Der Blick über den Tellerrand

Ein Grund für die Teilnahme eines mitteldeutschen Produzenten an einer Koproduktion ist die Teilhabe am Know-how der Filmherstellung in anderen Ländern – zum Teil unter komplizierten, mindestens für Deutschland ungewohnten, Bedingungen. Ein Beispiel dafür ist der im letzten Jahr erfolgreich in Cannes präsentierte Film »Russian Ark« – der erste Film, der in einer einzigen Einstellung gedreht wurde und dem Zuschauer einen Streifzug durch 300 Jahre russische Geschichte bietet.

Regionaleffekte für Mitteldeutschland

Die Auslastung heimischer Studios, von Postproduktionsbetrieben aber auch Locations ist Grund für ein Engagement der MDM bei Koproduktionen. Beispiele dafür sind der derzeit in der Fertigstellung befindliche Animationsfilm »Globi - Der gestohlene Schatten«, der in diesem Jahr in Cannes präsentierte erste Teil der Peter Greenaway Trilogie »The Tulse Luper Suitcases« (siehe Seite 4 bis 7) und die Vorbereitung der Dreharbeiten für »In 80 Tagen um die Welt« im sächsischen Görlitz. »Globi - Der gestohlene Schatten«, ist eine Ko-



Photo: »Russian Ark« – Koproduktion Deutschland, Russland

produktion zwischen Deutschland, Luxemburg, und der Schweiz. Wesentliche Teile dieses Films wurden im Hallischen Studio Motion Works verwirklicht. Für »The Tulse Luper Suitcases« fanden aufwendige Studiodrehs in der Media City Leipzig und sowohl Innen- als auch Außendrehs in Mitteldeutschland statt. Görlitz wiederum wird im Juni dieses Jahres für den Hollywoodfilm »In 80 Tagen um die Welt« zum Paris des 19. Jahrhunderts.

Internationale Vermarktung

Eine weitere Motivation für Koproduktionen ist die Erweiterung des Erstverwertungsmarktes, speziell bei aufwendigen Produktionen. Es ist heute in Europa immer schwieriger, das Budget vollständig aus einem Land zu finanzieren. Das heißt für die Produzenten, sich umzuschauen, mehr über die anderen europäischen Länder zu erfahren und zu sehen, wie dort die Finanzierungssysteme funktionieren. Die Frage, wie man die verschiedenen Systeme miteinander vereinen kann, stellt sich vor allem dann, wenn Fördermittel aus verschiedenen Ländern beteiligt sind. Jüngste erfolgversprechende Beispiele aus Mitteldeutschland sind der von nfp teleart produzierte Film »Luther« (siehe Seite 20) und Mika Kaurismäkis, von

Stamina produzierte Film »Honey Baby« – beides Firmen mit Sitz in Halle. Diese Filme sehr unterschiedlichen Genres – ein Historienfilm und ein Roadmovie – wurden in englischer Sprache gedreht und mit internationalen Stars besetzt. Damit ergibt sich für die Auswertung nicht nur der deutsche Markt, nicht nur der europäische Markt, sondern – speziell im Fall »Luther« – auch der amerikanische Markt.

Gleichberechtigte Partnerschaften

Es ist bei internationalen Koproduktionen durchaus so, dass gemeinsame Ideen und Visionen umgesetzt werden. Dabei ist natürlich auch wichtig, mit welchen Koproduzenten man »einen Draht« findet, welcher ausländische Partner daran glaubt, dass der Film, den der mitteldeutsche Produzent als »deutschen« Film macht, auch einen entsprechenden Markt in diesem anderen Koproduktionsland findet. Die Einzelleistungen der Koproduktionspartner sind kreativer aber auch finanzieller Natur: das können Eigenmittel, Fördergelder, Fernseherlöse und Verleih- und Vertriebsgarantien sein. Es ist nicht möglich, sich als mitteldeutscher Produ-



»Der Film ist auf der ganzen Welt zu Hause, denn die Sprache der Bilder wird international verstanden. Für unsere mitteldeutschen Produzenten wünsche ich mir noch mehr Partner aus dem Ausland. Entdecken Sie die Drehorte in unserer Region und überzeugen Sie sich von der Leistungsfähigkeit der Medienwirtschaft in Sachsen-Anhalt.«

Rainer Robra, Chef der Staatskanzlei Sachsen-Anhalt



»In den letzten Jahren hat sich Mitteldeutschland zu einem Medienstandort entwickelt, der für internationale Koproduktionen gerüstet ist. Wir haben großartige Studiokapazitäten und hervorragende technische Möglichkeiten in der Media City Leipzig. Wir haben viel in Medienausbildung investiert und eine lebendige Film- und Fernsehproduktionslandschaft rund um den MDR und mit der Förderung durch die MDM entwickelt.«

Stanislaw Tillich, Chef der Sächsischen Staatskanzlei



»Die Geschichte Thüringens bietet vielfältige Ansätze - auch für internationale Koproduktionen. Der Kinospießfilm »Luther« z. B. wurde unter anderem an Originalschauplätzen im Augustinerkloster Erfurt und auf der Wartburg in Eisenach gedreht. Thüringen wird die Nutzung dieses Potenziales weiterhin unterstützen. Bei der Entwicklung des Kindermedienstandortes Thüringen wird aber auch Aus- und Weiterbildung eine große Rolle spielen.«

Dr. Michael Krapp, Kultusminister des Freistaates Thüringen



»»Napoleon«, der große vierteilige Fernsehfilm im ZDF, hat es wieder gezeigt: mit internationalen Koproduktionen kann Fernsehen zum Ereignis werden. Das ZDF ist an solchen Koproduktionen immer interessiert, wenn sie - wichtige Voraussetzung - bei und mit aller Internationalität Aussichten machen, gerade auch hierzulande zu reüssieren. Ihre Stoffe, ihre Dramaturgien, ihre Besetzungen müssen folglich zu uns passen - das Fremde soll sich mit dem Vertrauten effektiv verbinden. Und die Kostenteilung soll allen Partnern helfen, mehr Programm zu bekommen für weniger Geld. Ein probater Prospekt.«

Markus Schächter, Intendant des ZDF



»Seit seiner Gründung arbeitet der Mitteldeutsche Rundfunk kontinuierlich mit osteuropäischen Rundfunkstationen zusammen. In diesem Rahmen wurden auch mehrere internationale Koproduktionen u.a. mit polnischen, bulgarischen und tschechischen Partnern erfolgreich realisiert. Diese Zusammenarbeit wollen wir in den nächsten Jahren fortsetzen. Und Mitteldeutschland verfügt dabei über alle Voraussetzungen: einen leistungsstarken öffentlich-rechtlichen Sender, kreative Film- und Fernsehfirmen, eine handlungsfähige Medienförderung, aber vor allem erfahrene Macher mit Ideen und Gespür.«

Prof. Dr. Udo Reiter, Intendant des MDR

zent mit »nur« kreativen Elementen in eine Koproduktion zu integrieren. Für die Förderung in Mitteldeutschland ist neben der Realisierung von Regionaleffekten auch wichtig, dass die Koproduktion inhaltlich und produktionstechnisch sinnvoll ist. Dabei soll vermieden werden, nationale Projekte wegen möglicher Förderung zu internationalen Koproduktionen »aufzublasen«. Aus diesem Grund werden durch den Vergabeausschuss der MDM Projekte grundsätzlich in Frage gestellt, die künstlerisch und wirtschaftlich national realisiert werden könnten, aber zum Zwecke des Fördertourismus »scheininternationalisiert« worden sind.

Produzenten und Förderer

Welche Länder kommen für internationale Koproduktionen mitteldeutscher Produzenten in Frage? Natürlich liegt

ein gewisser Schwerpunkt - allein wegen der zum Teil langjährig bestehenden Kontakte - in Mittel- und Osteuropa.

Aktuelles Beispiel ist »Rosenhügel«, eine deutsch-ungarische Koproduktion von Mediopolis Leipzig. Weitere Projekte sind in Vorbereitung. Um internationale Netzwerke aufzubauen, unterstützt die MDM verschiedene Initiativen - von der Beteiligung an Festivals und Märkten über internationale Weiterbildungen bis hin zur Organisation von internationalen Pitchings für Projekte in der Entwicklung. Zunehmend werden, wie bereits ausgeführt, aber auch in westeuropäischen Ländern Koproduktionspartner gefunden. Besonders hilfreich hat sich bei allen Aktionen der MDM die Zusammenarbeit mit der MEDIA Antenne Berlin-Brandenburg erwiesen.

Mitteldeutsche Produzenten sind in verschiedener Weise in Koproduktionen eingebunden, das hängt überwiegend vom aufgebrachtten Finanzierungsbestandteil ab. Für die MDM bedeutet das, die Produzenten für interessante und wirtschaftlich erfolgversprechende Koproduktionen angemessen auszustatten. In Ausnahmefällen kann ein deutscher Förderer auch mit einem ausländischen Förderer ein sogenanntes Kompensationsabkommen schließen. Das heißt, dass sich z.B. in einem Jahr die MDM bei einem Film im Ausland engagiert und im nächsten Jahr im umgekehrten Verhältnis dann der ausländische Förderer in Mitteldeutschland an einem Film beteiligt. Die konkreten Bedingungen für eine Förderung durch die MDM sind in den Förderrichtlinien unter www.mdm-online.de nachzulesen. ■

Thomas Grosse

Common denominator: Co-production

In cooperation with Central Germany

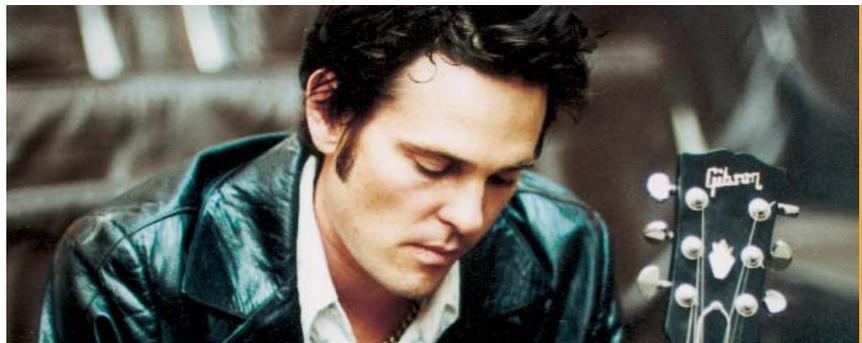
In the last five years Mitteldeutsche Medienförderung (MDM) has supported a string of international co-productions in accordance with its sponsorship guidelines, because this sponsorship is in line with its general aim of supporting the media scene in Central Germany, and simultaneously bringing about a corresponding regional economic effect. All the partners in the MDM, the states of Saxony, Saxony-Anhalt and Thuringia, as well as MDR and ZDF, approve of this international commitment.

Widening horizons

One reason for a Central German producer to take part in a co-production is to share in the film-making expertise of other countries – sometimes under complicated and, for Germany at least, unusual circumstances. An example of this is the film successfully presented at Cannes last year, "Russian Ark" – the first full-length film that has ever been shot in a single take, taking the audience on a trip through 300 years of Russian history.

Regional effects for Central Germany

The utilisation of the capacity of domestic studios, of post-production companies and locations too is the reason for MDM's commitment to co-productions. Examples of this are the animated film currently being completed, "Globi – Der gestohlene Schatten", the first part of the Peter Greenaway trilogy, "The Tulse Luper Suitcases", presented this year in Cannes (see pages 4 to 7) and the preparations for the filming of "Around the World in 80 Days" in the Saxon town of Görlitz. "Globi - Der gestohlene Schatten", is a co-production between Germany, Luxembourg and Switzerland. Substantial



parts of this film were made at Studio Motion Works in Halle. For "The Tulse Luper Suitcases" there were extensive studio shoots at Media City in Leipzig, and both inside and outside filming in Central Germany. For its part, in June this year Görlitz will become Paris for the Hollywood film, "Around the World in 80 Days".

International marketing

One further motivation for co-productions is the expansion of the market for initial exploitation, particularly in the case of expensive productions. It is becoming ever more difficult in Europe to finance the budget completely from one country. For the producers, that means looking around, finding out more about the other European countries, and seeing how the financing systems work there. The question of how you can combine the different systems arises above all when funding from different countries is involved. The latest promising examples from Central Germany are the films "Luther" (see page 20) and Mika Kaurismäki's "Honey Baby", produced by nfp teleart and Stamina, both companies based in Halle. These films of very different genres – a historical film and a road movie – were shot in English and had cast lists full of

Photos:

»Honey Baby« – Koproduktion Deutschland, Lettland, Finnland, Russland, Frankreich

rechte Seite: »Rosenhügel« – Koproduktion Deutschland, Ungarn und »Luther«

international stars. The result is that they can be exploited on not just the German market, not just the European market, but – particularly in the case of "Luther" – the American market too.

Equal partnerships

In international co-productions it is definitely a matter of implementing common ideas and visions. For that reason it is of course also important to know which co-producer is on the "same wavelength", which foreign partner believes that the film that the Central German producer is making as a "German" film will also find a corresponding market in its own country. The individual efforts of the co-production partners are of a creative, but also a financial nature. They may be their own resources, grants, TV income or distribution and sales guarantees. It is not possible for a Central German producer become involved in a co-production with "only" creative input. For sponsorship in Central Germany it



"Film is at home throughout the world, because the language of images is internationally understood. My hope is for even more partners from abroad for our Central German producers. Discover the film locations in our region and see for yourself the productivity of the media industry in Saxony-Anhalt.

Rainer Robra, Head of the State Chancellery of Saxony-Anhalt

"In recent years Central Germany has developed to become a media location that is well equipped for international co-production. We have excellent studio capacity and outstanding technical facilities in the media city of Leipzig. We have invested a great deal in media education and developed a lively film and television production scene centred on the MDR, and with the aid of sponsorship by the MDM."

Stanislaw Tillich, Head of the State Chancellery of Saxony

"The history of Thuringia offers a wide variety of starting points – even for international co-productions. For example, the feature film "Luther" was shot in, among other places, original locations in the Augustinian monastery in Erfurt and in the Wartburg castle in Eisenach. Thuringia will continue to support the exploitation of this potential. However, training and further education will also play an important role in the development of Thuringia as a children's media location."

Dr. Michael Krapp, Culture Minister of the Free State of Thuringia

"'Napoleon', the major four-part TV film on ZDF, has demonstrated it once again: international co-productions can turn television into an event. The ZDF is always interested in co-productions like this if – and this is an important condition – for all their internationality they have good prospects of succeeding here at home. Consequently their subject matter, their screenplays and their casts must suit us too – the unfamiliar should be combined effectively with the familiar. And sharing costs should help all the partners to get more programming for less money. A tried and tested backdrop."

Markus Schächter, Director of ZDF

"Ever since it was founded, Mitteldeutsche Rundfunk has been continuously collaborating with Eastern European radio stations. In this context several international co-productions have been successfully completed with, among others, Polish, Bulgarian and Czech partners. We intend to continue this cooperation in years to come. And Central Germany has everything that is needed: an efficient public broadcaster, creative film and TV companies, effective media sponsorship, but above all experienced doers with ideas and sensitivity.

Prof. Dr. Udo Reiter, Director of MDR



Producers and sponsors

Which countries are worth consideration by Central German producers for international co-producers? Naturally there is a certain emphasis on Central and Eastern Europe – simply because of the contacts that have existed over many years.

is important not just to achieve regional effects but also for the co-production to make sense in terms of content and production technology. It is equally important to avoid "inflating" national projects into international co-productions because of possible sponsorship. For this reason the grants committee of the MDM questions in principle any projects that could be carried out nationally from an artistic and commercial point of view, but have apparently been "internationalised" for the purpose of sponsorship tourism.

A current example is "**Rosenhügel**", a German-Hungarian co-production by Mediopolis of Leipzig. Other projects are in preparation. In order to set up international networks, MDM supports various initiatives – from attendance at festivals and markets, through international further education projects, to the organisation of international bids for projects in development. However, as already mentioned, co-production partners are increasingly being found in Western European countries too. Cooperation with the MEDIA antenna

in Berlin Brandenburg has proved to be particularly helpful with all the campaigns of MDM.

Central German producers are involved in co-productions in various ways. It depends primarily on the size of the financial contribution. For the MDM that means equipping the producers appropriately for interesting and commercially promising co-productions. In exceptional cases a German sponsor can also conclude what is known as a compensation agreement with a foreign sponsor. That means that, for example, one year the MDM becomes involved in a film abroad, and then in return the foreign sponsor supports a film in Central Germany the following year. The actual conditions for sponsorship by the MDM can be found in the sponsorship guidelines at www.mdm-online.de. ■

Thomas Grosse

Film Location

Service MDM Film Commission

Neben beeindruckenden Landschaften bieten Sachsen, Thüringen und Sachsen-Anhalt Locations aus einer mehr als tausendjährigen Siedlungsgeschichte, die tief in der europäischen Kultur verwurzelt ist. Von diesen besonderen Gegebenheiten profitierten Produzenten bei der Realisierung ihrer Projekte.

2002 wurden gleich mehrere Spielfilme nahezu komplett in Sachsen-Anhalt gedreht. Der Thriller »Devot« und das Liebesdrama »Schussangst« entstanden in Halle, die Teenie-Komödie »Triff Deinen Star« in Zeitz. Die »beliebteste« Location Sachsens-Anhalts aber ist wohl die Landesschule Pforta, hervorgegangen aus einer intakten mittelalterlichen Klosteranlage, unter anderem Motiv für die Coming-of-Age-Geschichte »Blindgänger«, die Krimi-Serie »SOKO Leipzig« und die Dokumentation »Secret Inquisition«.

In addition to impressive landscapes, Saxony, Thuringia and Saxony-Anhalt offer locations from more than a thousand years of settlement history, deeply rooted in European civilisation. Producers benefit from these particular circumstances in when bringing their projects to life.

In 2002, several feature films were almost entirely filmed in Saxony-Anhalt. The thriller "Devot" and the love drama "Schussangst" were created in Halle, and the teenage comedy "Triff Deinen Star" was shot in Zeitz. But the "favourite" location in Saxony-Anhalt is probably the Landesschule in Pforta, which is based on an intact medieval monastery site. This formed the background for, among other productions, the coming-of-age story "Blindgänger", the crime series "SOKO Leipzig" and the documentary "Secret Inquisition".

Sachsens Stärke sind geschlossene Gebäudeensembles aus zahlreichen Epochen, die authentische Drehbedingungen ohne zu starken örtlichen Bezug bieten. Universalität beweist beispielsweise die Görlitzer Innenstadt, die als Paris des 19. Jahrhunderts für die Hollywood-Produktion »In 80 Tagen um die Welt« mit Chackie Chan dienen wird. Für den historischen Film »Mein Name ist Bach, Johann Sebastian Bach« fand Szenenbildner Lothar Holler in der Nähe von Leipzig Locations. Leipzig behauptete sich auch im letzten Jahr als die Filmstadt Mitteldeutschlands mit überraschenden Möglichkeiten. So bot das ehemalige Ringcafé eine passende Kulisse für Szenen in »Die Liebe in Gedanken«, die Verfilmung einer in den 20er Jahren spielenden Geschichte. In der berühmten Thomasschule, Handlungsort des Kinohits der Bavaria »Das fliegende Klassenzimmer«, konnte auch gedreht werden.

Saxony's strengths are its self-contained collections of buildings from numerous epochs, which offer authentic filming conditions without excessive reference to a particular location. This universality is displayed, for example, by the town centre of Görlitz, which will be representing nineteenth-century Paris in the Hollywood production of "Around the World in 80 Days" with Chackie Chan. Production designer Lothar Holler found locations near Leipzig for the historical film "Mein Name ist Bach, Johann Sebastian Bach". Last year Leipzig maintained its claim to being the film city of Central Germany, offering surprising opportunities. For example, the former Ringcafé provided a suitable backdrop for scenes in "Die Liebe in Gedanken", the filming of a story set in the 20's. It was also possible to shoot in the famous Thomasschule, location for the



Photo: »Die Liebe in Gedanken« – Szenenbild Ringcafé Leipzig

»Das fliegende Klassenzimmer«, konnte auch gedreht werden. Thüringen wirbt mit seinen unverbauten Landschaften, märchenhaften Drehorten und Erfurt als Zentrum des deutschen Kinderfilms – mit Erfolg. Zum Beispiel inszenierte Regisseur Peter Welz den Kindergruselfilm »Der Fluch des schwarzen Schwans« mitten im Thüringer Wald. Produzenten, die Projekte für Mitteldeutschland planen, sind herzlich willkommen. Die MDM Film Commission wird auch künftig bei der Motivsuche und Vermittlung von Kontakten zu Partnern vor Ort behilflich sein. Im April und Mai 2003 wurden dazu Büros in Dresden und Erfurt eröffnet, die den Service für Filmproduktionen in Sachsen und Thüringen unterstützen. ■ André Schaller/Bea Wölfling

Bavaria cinema hit "Das fliegende Klassenzimmer". Thuringia is promoting itself with its undeveloped landscapes, fairytale film locations and Erfurt as the centre of German children's film – and with some success. For example, Director Peter Welz set the children's horror film "Der Fluch des schwarzen Schwans" in the middle of the Thuringian forest. Producers who are planning projects for Central Germany are sincerely welcome. The MDM Film Commission will in future continue to be of assistance in finding suitable locations and arranging contacts with local partners. In April and May 2003, offices were opened in Dresden and Erfurt for just that purpose. These will be providing support services for film productions in Saxony and Thuringia. ■ André Schaller/Bea Wölfling

Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen im Überblick

Saxony, Saxony-Anhalt and Thuringia at a glance



Entfernungstabelle Table of distances

Kilometerzahl Number of kilometres

Fahrzeit in Std. Travelling time in hours

	Berlin	Dresden	Erfurt	Frankfurt/M.	Hamburg	Leipzig	Magdeburg	München
Berlin		214	288	564	279	184	131	596
Dresden	1:30		220	485	492	140	228	496
Erfurt	3:20	2:30		268	376	170	209	425
Frankfurt/M.	6:15	5:30	2:55		509	407	445	412
Hamburg	3:15	5:30	4:55	5:10		387	271	772
Leipzig	1:50	1:50	1:50	4:40	4:50		108	436
Magdeburg	1:20	3:15	2:30	4:45	2:50	1:20		522
München	6:45	5:55	4:40	4:45	7:45	5:00	5:55	

① Freistaat Sachsen Free State of Saxony

Fläche	Area	18.413 km ²
Bevölkerung	Population	4.384.000 Einwohner inhabitants
Dresden (Landeshauptstadt)	Dresden (state capital)	511.759 Einwohner inhabitants
Regierungsbezirke	Regions	Dresden, Leipzig, Chemnitz
Kreisfreie Städte	Towns administered as districts	7
Landkreise	Districts	23
Gemeinden	Parishes	544
Statistisches Landesamt	Regional Statistics Office	www.statistik.sachsen.de
Tourismus	Tourism	www.sachsen-tour.de
Politik/Verwaltung	Politics/administration	www.sachsen.de

② Sachsen-Anhalt Saxony-Anhalt

Fläche	Area	20.447 km ²
Bevölkerung	Population	2.581.000 Einwohner inhabitants
Magdeburg (Landeshauptstadt)	Magdeburg (state capital)	228.944 Einwohner inhabitants
Regierungsbezirke	Regions	Magdeburg, Dessau, Halle
Kreisfreie Städte	Towns administered as districts	3
Landkreise	Districts	21
Gemeinden	Parishes	1.289
Statistisches Landesamt	Regional Statistics Office	www.stala.sachsen-anhalt.de
Tourismus	Tourism	www.lmg-sachsen-anhalt.de
Politik/Verwaltung	Politics/administration	www.sachsen-anhalt.de

③ Freistaat Thüringen Free State of Thuringia

Fläche	Area	16.172 km ²
Bevölkerung	Population	2.411.000 Einwohner inhabitants
Erfurt (Landeshauptstadt)	Erfurt (state Capital)	200.126 Einwohner inhabitants
Regierungsbezirke	Regions	-
Kreisfreie Städte	Towns administered as districts	6
Landkreise	Districts	17
Gemeinden	Parishes	1.019
Statistisches Landesamt	Regional Statistics Office	www.tls.thuringen.de
Tourismus	Tourism	www.thuringen-tourismus.de
Politik/Verwaltung	Politics/administration	www.thuringen.de

Verkehrsanbindung Traffic connections

Flughäfen	Airports	www.leipzig-halle-airport.de www.dresden-airport.de www.airport-erfurt.de
Deutsche Bahn	German Railways	zahlreiche IC, ICE- und EC-Verbindungen connections www.bahn.de
Straßennetz	Road network	Autobahnen A2, A4, A9, A13, A14 Highways



Photos v.o.n.u.

1. Seminarraum Cartoon Creativity
2. Dr. Dieter-L. Koch, Gabriele Brunnenmeyer, Johannes Selle, Manfred Schmidt und Corinne Jenart
3. Entspannung nach der Anspannung – Seminarteilnehmer im Gespräch
4. Sebastian Debertin und Alrun Ziemendorf
5. Kinderjury Goldener Spatz



Cartoon Creativity in Erfurt

100 visitors from 16 countries met from 23th to 26th April 2003 for the Cartoon Master Creativity event in Erfurt. The three-day symposium, organised by Cartoon, the European Association for Animated Film with the support of the European Union's MEDIA programme, devoted itself to the theme of how models from literature and comics are transformed into an animated film.

Cartoon Creativity in Erfurt

100 Teilnehmer aus 16 Ländern trafen sich vom 23.04. bis 26.04.03 zum Cartoon Master Creativity in Erfurt. Das von Cartoon, der Europäischen Assoziation für Animationsfilme, mit Unterstützung des MEDIA-Programms der Europäischen Union organisierte dreitägige Arbeitstreffen widmete sich dem Thema, wie Vorlagen aus Literatur und Comic in einem Animationsfilm umgesetzt werden.



Goldene Spatzen vergeben

Das 13. Deutsche Kinderfilm und -fernsehfestival in Gera und Erfurt vom 02.04. bis 11.04.03 endete mit der Verleihung der Goldenen Spatzen, die in 13 Kategorien von einer Kinder- und einer Fachjury vergeben wurden. Bester Kino-/Fernsehfilm wurde die MDM geförderte Produktion »Das fliegende Klassenzimmer«, Darsteller Ulrich Noethen erhielt darüber hinaus einen Goldenen Spatzen in der Kategorie Beste(r) Schauspieler(in). Gezeigt wurden insgesamt 94 Film- und TV-Beiträge aus den vergangenen zwei Jahren.

Golden Sparrows awarded

The 13th German Children's Film and Television Festival in Gera and Frankfurt, from 2nd to 11th April 2003, ended with the handover of the Golden Sparrows, which were awarded in 13 categories by a jury of children and experts. The award for the best cinema/television film went to the MDM-sponsored production, "Das fliegende Klassenzimmer". Actor Ulrich Noethen also received a Golden Sparrow in the best actor/actress category. A total of 94 films and TV programmes from the past two years were shown.



15. Filmfest Dresden

Sehr gut besucht wurde der von der MEDIA Antenne Berlin-Brandenburg und der MDM gemeinsam veranstaltete Workshop zum Thema »Europe in Motion - Animationsfilme zwischen Kreativität und Kommerz« am 18.04.03 anlässlich des Internationalen Filmfestes Dresden. Corinne Jenart, Leiterin der Initiative Cartoon, Katerina Hagen, Direktorin der Fernseh Akademie Mitteldeutschland (FAM) und Cécile Lauritano Vergara, Geschäftsführerin von Marathon Filmproduktion, gaben Einblicke in die europäische Animationsbranche.

Gratulation der MDM geförderten Produktion »Fahrerflucht«. Beide Publikumspreise, mit insgesamt 3.000 EUR gewann das Team von SchmidtzKatze Filmkollektiv aus Halle. Sowohl die Mehrheit der Kinoshauer als auch die meisten Online-Stimmen auf www.short-welcome.de konnte der zwölfminütige Kurzfilm für sich gewinnen.

15th Dresden Film Festival

The workshop on the theme of "Europe in Motion – Animated Film between Creativity and Commerce", jointly organised by MEDIA Antenne Berlin-Brandenburg and the MDM on 18th April 2003 on the occasion of the Dresden International Film Festival, was very well attended. Corinne Jenart, head of the initiative Cartoon, Katarina Hagen, director of the Fernseh Akademie Mitteldeutschland (FAM) and Cécile Lauritano Vergara, CEO of Marathon Filmproduktion, gave some insights into the European animated film industry.

Congratulations for the MDM-sponsored production "Fahrerflucht". Both audience prizes, amounting to a total of EUR 3,000, were won by the team of SchmidtzKatze Filmkollektiv, from Halle. The twelve-minute short was the choice of both the majority of cinema-goers and most of the online votes to www.short-welcome.de.



Photos v.o.n.u.:

1. Impressionen vom Filmfest Dresden 2003
2. Cécile Lauritano Vergara
3. Manfred Schmidt, Gabriele Brunnenmeyer und Corinne Jenart
4. Preisträger Rainer Herzmann, Martin Menzel, Leander Carell und Guntram Franke



German Boulevard MDM in Cannes

Auch in diesem Jahr werden die Export-Union, die Mitteldeutsche Medienförderung (MDM) und sechs weitere regionale Filmförderungen (Focus Germany) erneut mit einem repräsentativen Stand in unmittelbarer Nähe des Festival-Palais vertreten sein, dem im »International Village« des Marché International du Film (MIF) gelegenen »German Boulevard« bei den Filmfestspielen in Cannes (14. bis 25. 05.03). Der »German Boulevard« ist nur für akkreditierte Fachbesucher zugänglich und bietet deutschen und internationalen Festivalbesuchern die Gelegenheit, in entspannter Atmosphäre Fachgespräche zu führen und Kontakte zu knüpfen. MDM in Cannes unter Telefon: +33-493 99 10 92

Info: www.festival-cannes.fr

Medientreffpunkt Mitteldeutschland Qualität und Preis

Kann trotz Einsparung von Kosten die Qualität des Medienangebotes beibehalten werden? Der Medientreffpunkt Mitteldeutschland stellt diese Frage vom 12. bis 14.05.03 in den Mittelpunkt des diesjährigen Programms. Im Rahmen dieser Veranstaltung unterstützt die Mitteldeutsche Medienförderung zwei Panels: »Bürgerschaftsmodelle zur Filmfinanzierung – Chancen und Schwachstellen« (13.05., 15.10 - 16.40 Uhr) und »Reform der Bundesfilmförderung – Mehr Qualität zu niedrigeren Preisen« (14.05., 9.30 - 11.00 Uhr).

Info: www.medientreffpunkt.de

Preisverleihung: »Vaterland« Festival »Visions Du Reel«

Nach der Silbernen Taube auf dem Dokfilmfestival Leipzig 2002 gewann der von der MA.JA.DE Filmproduktion in Koproduktion mit dem MDR herge-

stellte und von der MDM geförderte Film »Vaterland« von Thomas Heise einen weiteren Preis. Auf dem renommierten Festival für Dokumentarfilme »Visions Du Reel« in der Schweiz bekam der Film den mit 10.000 CHF dotierten »Prix SRG SSR Idee Suisse«.

Info: www.majade.de

Werkleitz-Jubiläum »Documenta des Ostens«

Im Sommer diesen Jahres kann die 1993 gegründete Werkleitz Gesellschaft e.V. auf zehn Jahre erfolgreicher Arbeit zurückblicken. In dieser Dekade hat sich der Verein von einem eher überschaubaren Kreis ambitionierter FilmemacherInnen und KünstlerInnen zum weltweit vernetzten »Zentrum für künstlerische Bildmedien Sachsen-Anhalt« entwickelt. Die 1993 zum ersten Mal initiierte Werkleitz Biennale ist mit ihrer fünften Ausgabe im Sommer 2002 international als » Documenta des Ostens« bekannt geworden. Aus Anlass ihres zehnjährigen Bestehens und vor dem Hintergrund der geplanten Verlegung des Standortes nach Halle/Saale veranstaltet die Werkleitz Gesellschaft am 26. und 27.07.03 ein Jubiläumsfest. Im Rahmen der Feierlichkeiten gibt die MDM am Abend des 26.07.03 im Hof des Heimatvereins Tornitz einen Cocktailempfang.

Info: www.werkleitz.de

Cannes-Festivalfilm 2002 Deutschlandstart »Russian Ark«

Verleiher Delphi kann auf ein sehr erfolgreiches Startwochenende des unter anderem durch die MDM und die kulturelle Filmförderung Sachsen-Anhalt geförderten Films »Russian Ark« verweisen. Fast 7.300 Besucher kamen in die bundesweit 10 Kinos, in denen der Film derzeit zu sehen ist. Das entspricht

einem beachtlichen Kopienschritt von über 700 Zuschauern. Auch in den USA (bisher fast 2 Mio \$ box office), Großbritannien (13 Kopien am Start – allein 8 in London) und Australien (Nr. 1 im Kopienschritt) läuft der Film ebenfalls sehr erfolgreich.

Info: www.russianark.spb.ru

Nominierungen Deutscher Filmpreis »Das fliegende Klassenzimmer«

Anfang April wurden die 25 Nominierungen in acht Kategorien für den 53. Deutschen Filmpreis 2003 bekanntgegeben. Der auch von der MDM geförderte Film »Das fliegende Klassenzimmer« wurde als »Bester Kinder- und Jugendfilm« und sein Regisseur Tomy Wigand als »Bester Regisseur« nominiert. Die Verleihung des Deutschen Filmpreises findet am 06.06.03 im Berliner Tempodrom am Anhalter Bahnhof statt.

Info: www.deutscherfilmpreis.de

Backup-festival Weimar 2003 Aktuelle Ausschreibung läuft

Vom 30.10. bis 02.11.03 findet in Weimar das »backup_festival. neue medien im film« statt. Innerhalb des internationalen Wettbewerbes werden Preise in einer Gesamthöhe von 4.500,00 EUR vergeben. Die Ausschreibung erfolgt international an Film- und Kunsthochschulen, Kunstakademien, Fachhochschulen, Universitäten, Film- und Medienagenturen, Filmclubs, sowie an Kultur- und Bildungszentren und via Internet unter www.backup-festival.de. Die Beiträge sollen nicht vor dem 01.01.02 fertiggestellt worden sein und eine Laufzeit von 15 Minuten nicht überschreiten. Ausnahmen sind möglich. Einsendeschluss (VHS-Backup, Stills und eine Bio- bzw. Filmographie) ist der 31.07.03.

Info: www.backup-festival.de

Photos:

linke Seite: »Das fliegende Klassenzimmer«

rechte Seite: »Vaterland«, Werkleitz-Biennale 2002



German Boulevard MDM in Cannes

In this year too, the Export Union, the Mitteldeutsche Medienförderung (MDM) and six other regional film promotion organisations (Focus Germany) will once again be represented with an impressive stand in the "German Boulevard", situated right next to the Festival Palais in the "International Village" of the Marché International du Film (MIF) at the Cannes film festival (14 to 25 May 2003). The "German Boulevard" is only open to accredited trade visitors and it offers German and international festival guests the opportunity to hold professional discussions and establish contacts in a relaxed environment. MDM in Cannes telephone:

+33-493 99 10 92

Info: www.festival-cannes.fr

Medientreffpunkt Mitteldeutschland Quality and price

Is it possible to maintain a quality range of media despite cutting costs? The Medientreffpunkt Mitteldeutschland will be making this the key issue of this year's programme from 12 to 14 May 2003. This event will include two panels supported by the MDM: "Surety models for film financing – opportunities and flaws" (13/05, 3:10 – 4:40 pm) and "Reform of the German film promotion organisation – better quality at lower prices" (14/05, 9:30 – 11:00 pm).

Info: www.medientreffpunkt.de

Awards ceremony: "Vaterland" "Visions Du Reel" Festival

After taking a Silver Dove at the Leipzig 2002 documentary festival, Thomas Heise's film "Vaterland" which was produced by MA.JA.DE Filmpro-

duktion in coproduction with MDR and sponsored by MDM was awarded another prize. It won the "Prix SRG SSR Idee Suisse" of 10,000 CHF at the prestigious "Visions Du Reel" documentary festival in Switzerland.

Info: www.majade.de

Werkleitz anniversary "Documenta of the East"

This summer Werkleitz Gesellschaft e.V., founded in 1993, will be able to look back on ten successful years of work. Over this decade the association has evolved from a somewhat manageable circle of ambitious film makers and artists to a worldwide network in the form of the "Saxony Anhalt Centre for Artistic Visual Media". The Werkleitz Biennale, which first took place in 1993, became known internationally as "Documenta des Ostens" [Documenta of the East] when it was held for the fifth time in the summer of 2002. On the occasion of its tenth anniversary and against the background of the planned relocation to Halle/Saale, Werkleitz Gesellschaft is organising an anniversary celebration on 26 and 27 July 2003. The MDM is holding a cocktail reception on the evening of 26 July 2003 in the courtyard of the Tornitz sports club as part of the festivities.

Info: www.werkleitz.de

Cannes festival film 2002 German opening of "Russian Ark"

Film distributor Delphi had a very successful opening weekend with the film "Russian Ark", which was partly sponsored by the MDM and the cultural film promotion organisation of Saxony Anhalt. Almost 7,300 people came to see the film in the 10 German cinemas currently showing it. That means a for-

midable response of over 700 viewers per cinema. The film has also proven a great success in the USA (almost \$ 2 m in box office takings so far), Great Britain (13 copies initially, 8 in London alone) and Australia (the highest attendance per cinema).

Info: www.russianark.spb.ru

Nominations for the German Film Prize

"Das fliegende Klassenzimmer"

The 25 nominations in eight categories for the 53rd German Film Prize 2003 were announced at the beginning of April. "Das fliegende Klassenzimmer", a film sponsored by the MDM was nominated in the category "best children's and youth film" and its director, Tomy Wigand, was nominated "best director". The German Film Prize Awards are being held on 06/06/03 in the Berlin Tempodrom at Anhalter station.

Info: www.deutscherfilmpreis.de

Backup Festival Weimar 2003 Call for submissions underway

The "backup_festival. new media in film" is taking place in Weimar from 30/10 to 02/11/03. The international competition will feature prizes totalling 4,500.00 EUR. The call for submissions goes out internationally to film and art colleges, art academies, higher education colleges, universities, film and media agencies, film clubs, as well as to culture and education centres and via the Internet at www.backup-festival.de. Contributions should have been completed after 01/01/02 and should be no longer than 15 minutes. Exceptions are possible. Closing date (VHS backup, stills and a biography or filmography) is 31/07/03.

Info: www.backup-festival.de

Photo: Charlotte Rampling als Sarah Modwell
in "Swimming Pool" von François Ozon

MEDIA an der Croisette

Filme im Festivalprogramm

Bei den 56. Internationalen Filmfestspielen in Cannes gibt es wieder eine ganze Reihe von Filmen zu sehen, die mit MEDIA-Mitteln entwickelt wurden bzw. verliehen werden. Im Wettbewerb um die Goldene Palme laufen »Tiresia« von Bertrand Bonello (Entwicklung), »Ce jour-là« von Raoul Ruiz (Verleih), »Dogville« von Trier (Verleih), »Les égarés« von André Téchiné (Verleih) und »Swimming Pool« von Francois Ozon (Verleih, i2i). Außer Konkurrenz werden »Les triplettes de belleville« von Sylvain Chomet (Entwicklung), »Wolfszeit« von Michael Haneke (Verleih), »Qui a tué bambi?« von Gilles Marchand (Verleih) präsentiert. In der Reihe »Un Certain Regard« werden »Stormy Weather« von Solveig Anspach (Entwicklung, i2i), »Les mains vides« von Marc Recha (i2i) und in der Quinzaine: »La chose publique« von Mathieu Amalric (Entwicklung), »Las horas del día« von Jaime Rosales (Entwicklung), »Les lionceaux« von Claire Doyon (Entwicklung) und »Des plumes dans la tête« von Thomas de Thier (Entwicklung) zu sehen sein.

Cannes MEDIA Stand

Mitarbeiter vor Ort

Auch in diesem Jahr haben Sie die Möglichkeit Mitarbeiter der Kommission, des Technical Assistance Office und der deutschen Desk und Antennen in Cannes zu treffen. Termine: Verleih und Vertrieb: Hughes Becquart (18.-24.05.), Pierre Gavet (14.-19.05.) und Raymond Goverde (16.-22.05.); Entwicklung: Soon-Mi Peten (17.-21.05.), Sophie Schoukens (19.-23.05.) und Virve Indren (17.-21.05.); Training: Judith Johannes (14.-17.05.) und Eliane Stutterheim (14.-18.05.); Festival: Elena Braun (14.-23.05.), Clare Gaunt (20.-

24.05.) und John Dick (Leiter von D&S: 14.-19.05.).

Desk und Antennen Deutschland: Cornelia Hammelmann (15.-20.05.), Christiane Siemen (20.-24.05.), Ingeborg Degener (17.-22.05.), Anke Gademann (15.-19.05.), Gabriele Brunnenmeyer (15.-21.05.) und Heike Meyer-Döring (16.-19.05.).

Cannes MEDIA Panel

Deutsch-britisches Koproduktionstreffen

MEDIA Desk und Antennen Deutschland organisieren gemeinsam mit dem Desk in London am Montag, den 19.05.03 von 10.00 bis 12.00 Uhr im britischen Pavillon ein Panel zum Thema deutsch-britische Koproduktionen. Zur aktuellen Lage der Kooperationsmöglichkeiten und Perspektiven zwischen den beiden Ländern werden Jenny Borgars (Development Fund), Paul Trijbits (New Cinema Fund), Robert Jones (Premiere Fund) und Duncan Reid, Tax Fund als Vertreter des British Council referieren. Ergänzt wird das Panel von deutscher Seite durch Kirsten Niehuus (FFA), sowie Vertreter nationaler Förderungen und Produzenten mit spannenden Fallstudien.

Cannes MEDIA Cocktail

Happy Hour für Verleiher

Die Koordinatoren des MEDIA-Förderbereichs Vertrieb laden Verleiher und Weltvertriebe, die im Rahmen der letzten beiden Aufrufe der selektiven Vertriebsförderung eine Förderung beantragt oder bekommen haben, herzlich zu einem Informations-Cocktail am MEDIA-Stand ein. Antragsteller und Förderempfänger haben die Möglichkeit, sich kennen zu lernen und auszutauschen. Die Mitarbeiter des Brüsseler Verwaltungsbüros D&S und Hughes Becquart von der Europäischen Kom-

mission stehen für Fragen zur Verfügung. Die Happy Hour findet am 20.05.03 um 17.30 Uhr am MEDIA-Stand statt.

Aufruf

Pilotprojekte

Unter der Nummer 35-2003 hat die Europäische Kommission zum zweiten Mal einen Aufruf für Pilotprojekte veröffentlicht. Insgesamt 6,4 Millionen Euro werden bereitgestellt, um europäische Projekte zu unterstützen, die eine weite und leichtere Verbreitung europäischer audiovisueller Werke durch digitale Technologien ermöglichen. Der Aufruf gilt für drei Bereiche: Vertrieb, digitale Technologien und Promotion und darüber hinaus für die Projekte, die letztes Jahr gefördert wurden. Anträge können bis zum 11.07.03 eingereicht werden.

Info: www.mediadesk.de/News/Piloten2.htm

Zwischenbilanz für MEDIAplus

Ihre Antwort zählt

Der Fragebogen zur Beurteilung von MEDIA Plus, der französischen Agentur Media Consulting Group, die mit der Evaluierung des Programms beauftragt ist, steht Ihnen auf der Homepage unter www.mediagc.tv zur Verfügung. MEDIA Desk und Antennen appellieren an eine zahlreiche Beteiligung und unterstützen die Förderempfänger und andere am Programm Interessierte gerne beim Ausfüllen des Fragenkatalogs.

MEDIA Plus Einreichtermine Seite 26!

Weitere Informationen, Richtlinien und Antragsformulare:

MEDIA Antenne Berlin-Brandenburg

August-Bebel-Str. 26-53

14482 Potsdam

Tel. 0331 – 743 87 50

Fax.0331 – 743 87 59

E-mail: mediaantenne@filmboard.de



MEDIA at the Croisette Films in the Festival Programme

At the 56th International Film Festival in Cannes there is once more a whole string of films to be seen that were developed or distributed with MEDIA funding. Entries in the competition for the Golden Palm include "Tiresias" by Bertrand Bonello (development), "Ce jour-là" by Raoul Ruiz (distribution), "Dogville" by Trier (distribution), "Les égarés" by André Téchiné (distribution) and "Swimming Pool" by Francois Ozon (distribution, i2i). "Les triplettes de Belleville" by Sylvain Chomet (development), "Wolfszeit" by Michael Haneke (distribution) and "Qui a tué bambi?" by Gilles Marchand (distribution) are being presented outside the framework of the competition. "Stormy Weather" by Solveig Anspach (development, i2i) and "Les mains vides" by Marc Recha (i2i) can be seen in the "Un Certain Regard" line-up, and "La chose publique" by Mathieu Amalric (development), "Las horas del día" by Jaime Rosales (development), "Les lionceaux" by Claire Doyon (development) and "Des plumes dans la tête" by Thomas de Thier (development) will be on show during the directors' fortnight.

Cannes MEDIA Stand Employees on site

This year you will once more have the opportunity to meet employees of the Commission, of the Technical Assistance Office and of the German desk and antennas in Cannes. Dates: Distribution and sales: Hughes Becquart (18th-24th May), Pierre Gavet (14th-19th May.) and Raymond Goverde (16th-22nd May); development: Soon-Mi Peten (17th-21st May), Sophie Schoukens (19th-23rd May) and Virve Indren (17th-21st May); training: Judith Johannes (14th-17th May) and Eliane Stutterheim (14th-18th May); festival:

Elena Braun (14th-23rd May), Clare Gaunt (20th-24th May) and John Dick (Head of D&S: 14th-19th May). German desk and antennas: Cornelia Hammelmann (15th-20th May), Christiane Siemen (20th-24th May), Ingeborg Degener (17th-22nd May), Anke Gademann (15th-19th May), Gabriele Brunnenmeyer (15th-21st May) and Heike Meyer-Döring (16th-19th May).

Cannes MEDIA Panel German-British co-production meeting

German MEDIA desk and antennas are organising jointly with the desk in London a panel on the theme of German-British co-productions, to be held in the British pavilion on Monday 19th March 2003, from 10.00 am to 12.00 midday. Jenny Borgars (Development Fund), Paul Trijbits (New Cinema Fund), Robert Jones (Premiere Fund) und Duncan Reid, (Tax Fund) will speak as representatives of the British Council on the current situation with regard to opportunities for cooperation and perspectives between the two countries. The panel will be supplemented from the German side by Kirsten Niehuus (FFA), as well as representatives of national sponsors and producers with exciting case studies.

Cannes MEDIA cocktail party Happy hour for distributors

The coordinators of the MEDIA sales promotion department invite distributors and world sales organisations who have applied for or received sponsorship in the context of the last two rounds of selective sales sponsorship to an information session with cocktails on the MEDIA stand. Applicants and recipients of sponsorship will have the opportunity to get to know each other and to exchange ideas. The employees of the Brussels D&S administration office and Hughes Becquart from

the European Commission will be available to answer questions. The happy hour will take place at 5.30 pm on 20th May 2003 on the MEDIA stand.

Invitation Pilot projects

Under the number 35-2003 the European Commission has for the second time invited applications for pilot projects. A total of EUR 6.4 million is being provided to support European projects that will enable broader and easier distribution of European audio-visual works by means of digital technology. The invitation applies to three areas: Sales, digital technology and promotion, and in addition to those projects that were sponsored last year. Applications can be submitted until 11th July 2003.

Information: www.mediadesk.de/News/Piloten2.htm

Interim appraisal of MEDIAplus Your answers count

The questionnaire for the appraisal of MEDIA Plus from the French agency Media Consulting Group, which has been commissioned to evaluate the programme, can be found on its homepage at www.mediagc.tv. Media desk and antennas are appealing for large number of applications, and will be happy to assist the recipients of sponsorship and others interested in the programme in filling out the questionnaire.

MEDIA Plus application deadlines, see page 26!

Further information, guidelines and application forms:

**MEDIA Antenne Berlin-Brandenburg
August-Bebel-Str. 26-53
D-14482 Potsdam
Tel. +49 (0)331 - 743 87 50
Fax +49 (0)331 - 743 87 59
e-mail: mediaantenne@filmboard.de**

Deutsch-Amerikanisches Kino: »Luther«

Drehort Mitteldeutschland

German-American Cinema: "Luther"

Filmed in Central Germany

»Luther« heißt der erste Kinofilm der Neue Filmproduktion (NFP) in Zusammenarbeit mit der Aid Association for Lutherans (AAL). Zahlreiche mitteldeutsche Originalschauplätze wie Rauenstein, Erfurt oder die Wartburg in Eisenach waren wichtige Locations auf denen Stars wie Joseph Fiennes, Peter Ustinov, Alfred Molina oder Bruno Ganz im Frühjahr 2002 vor der Kamera standen. Am 30.10.03 kommt »Luther« in die deutschen Kinos.

Für die Rolle des Martin Luther suchten die amerikanischen und deutschen Produzenten einen Schauspieler, der das Format und die Komplexität des Reformators verkörpern konnte ohne seine menschlichen Schwächen unter den Tisch zu kehren. »Wir wünschten uns einen Darsteller«, erzählt der amerikanische Executive Producer Dennis Clauss, »der in jedem Moment seines Spiels vieles zugleich sein würde: so charismatisch wie alltäglich, so schüchtern wie blasphemisch, so verspielt wie ernst. Und Last But Not Least auch das: jemand, der viel mehr Menschen als nur die »Luther-Spezialisten« zufrieden stellt und der dafür einsteht, dass sich junge Leute von heute mit seiner Interpretation identifizieren können.« Im Mai 2001 kontaktierte NFP-Producerin Brigitte Rochow erstmals Joseph Fiennes, der erst jüngst mit »Elizabeth« und »Shakespeare in Love« unter Beweis gestellt hatte, dass historische Filme durchaus anregend für junge Kinoszauer sein können. »Man muss dazu sagen«, so der deutsche Executive Producer Alexander Thies, »es gab leichtsinnigerweise nie eine Alternative!«

Keine Burg in Thüringen, Süddeutschland und Tschechien, die von Ausstatter Rolf Zehetbauer und seinem Team für

diesen Film nicht begutachtet wurde. In vielen Fällen mussten sie jedoch erkennen, dass die Bauwerke entweder umgebaut, renoviert oder – umgekehrt – so gut wie vollkommen zerstört waren. »Betrachten Sie nur die Wartburg«, erläutert Zehetbauer, »Die ist total kaputtrenoviert, Balken pechschwarz, Wände strahlend weiß. Unmöglich dort die Wartburg zu drehen.« Schnell entschied sich die Produktion für ein flexibles Konzept der Drehortwahl: so wurde auf der Wartburg gedreht, aber nicht jene Szenen, die im Film auf der Wartburg angesiedelt sind, sondern der Reichstag zu Worms. Luthers erste unmittelbare Begegnung mit der Welt des Vatikan selbst, wurde wenig später, Mitte Mai 2002, in Italien gedreht. Die Bildgestaltung unterscheidet sich deutlich von den anderen Teilen des Films: »Diese Sequenzen sind die einzigen, in denen es darum geht »schöne« und prächtige Bilder zu präsentieren«, erläutert Chefkameramann Robert Fraisse. »Die ganze Äußerlichkeit jener Welt muss mit Wucht und Deutlichkeit zum Ausdruck kommen. So wird auch der Gegensatz zu dem zurückhaltenden und moosartigen Schimmer, den wir dem Film ansonsten verliehen haben, offensichtlich.« An Pfingsten 2002 kam die Luther-Crew zurück nach Deutschland in die Bavaria Studios. Mit seinen 32 Mitarbeitern lässt Rolf Zehetbauer hier neben einem riesigen Kaminsaal für Friedrich den Weisen fünf weitere Sets entstehen, darunter Friedrichs legendären Reliquienraum, einen Flur mit Klosterzellen sowie Luthers Turmstube auf der Wartburg.

Nun wäre es aber ein Irrtum zu glauben, die Geschichte Luthers ereigne sich nur vor dem Hintergrund imposanter steinerner Zeugnisse des Mittelalters, im Umfeld historisch nachgewiesener Per-

sönlichkeiten oder im Zusammenhang signifikanter geschichtlicher Ereignisse. All das kommt vor, gewiss, aber große Teile der Geschichte spielen einfach nur, wie es im Drehbuch heißt, vor Landschaft, an Flüssen, im Wald. So ging das 200-köpfige Film-Team Ende Mai 2002 in die Umgebung von Prag. Burgen wie Krivoklat, Svihov und Pernstejn oder die Kirche von Kolin finden sich innen wie außen intakt, ohne »verhübscht« zu sein, und sie bieten sich in schönen Landschaften jeweils gleich für mehrere Motive an. Auf dem abseits gelegenen Bolzplatz eines kleinen Ortes namens Orech entstand zudem auf einer Fläche von 120 x 80 Metern in sechs Wochen bauen, malen und modellieren der mittelalterlichen Marktplatz von Wittenberg. Nicht ganz, denn das ovale Rund der Häuser mit Mauern und Toren, Wehrgängen und Seitenstraßen sowie der Stiftskirche am Kopfende wurde »nur« bis zu einer Höhe von sechs Metern massiv gebaut. Die Obergeschosse und Dächer der Wohnhäuser sowie das noch viel höher aufragende Kirchenschiff mitsamt dem Turm sollen erst in der Postproduction mit Hilfe von dreidimensionalen Digital-Modellen hinzugefügt werden.

Als am 08.07.02 die letzte Klappe fällt resümiert Alexander Thies: »Natürlich bin ich stolz, dass wir nach drei Jahren Vorbereitungszeit und zusammen mit unseren Partnern von der AAL/LB, dieses Projekt gestemmt haben. Ich bin sicher dass junge Menschen die Emotionalität, mit der wir ihnen unseren »Luther« anbieten, schätzen werden.« Gefördert wurde die Produktion von der Mitteldeutsche Medienförderung (MDM), der Filmförderungsanstalt (FFA), der Filmboard Berlin-Brandenburg und dem FilmFernsehFonds Bayern (FFF). ■

Wolfgang Otto



"Luther" is the name of the first film by the Neue Filmproduktion (NFP) in conjunction with the Aid Association for Lutherans (AAL). Filming took place in spring 2002 at many original locations in Central Germany, such as Rauenstein, Erfurt and the Wartburg in Eisenach, and included stars like Joseph Fiennes, Peter Ustinov, Alfred Molina and Bruno Ganz. "Luther" will be released in German cinemas on 30/10/03.

When casting the role of Martin Luther, American and German producers were looking for an actor who would embody the calibre and complexity of the reformer without concealing his human frailties. "We wanted an actor," says the American Executive Producer Dennis Clauss, "who would be many things at the same time the whole way through the performance: as charismatic as ordinary, as shy as blasphemous, as playful as serious. And, last but not least: someone, who can satisfy many more people than just the 'Luther experts' and who can ensure that today's young people can identify with his interpretation." In May 2001 NFP producer Brigitte Rochow first contacted Joseph Fiennes, who had just recently proved with "Elizabeth" and "Shakespeare in Love" that historical films can hold a lot of appeal for young cinema goers. "It has to be said," claims the German Executive Producer, Alexander Thies, "irresponsible as it may sound, that no one else ever even came into the equation!"

No castle in Thuringia, southern Germany or the Czech Republic escaped the scrutiny of Rolf Zehetbauer and his team responsible for the setting of the

film. In many cases, however, they discovered that the buildings had either been converted, renovated or – at the other extreme – almost completely destroyed. "Just look at the Wartburg," explains Zehetbauer, "it's been completely ruined as a result of the renovations, pitch black beams, bright white walls. It's impossible to film the Wartburg there." The production team quickly decided that flexibility was the best approach when it came to choosing the film locations: for example, filming did take place at the Wartburg, but not for the scenes that are actually set at the Wartburg in the film, but rather for the imperial parliament at Worms. Luther's first direct encounter with the world of the Vatican itself was filmed in Italy a short time later in mid May 2002. The image composition is considerably different to other parts of the film: "These sequences are the only ones which contain 'beautiful' and magnificent images," explains head cameraman Robert Fraisse. "The whole form of that world must be expressed with impact and clarity. This also underlines the contrast to the reserved and mossy sheen we've given the rest of the film." The Luther crew returned to Germany at Pentecost 2002, this time to the Bavaria Studios. As well as a huge chimney room for Frederick the Wise, Rolf Zehetbauer and his 32 colleagues had five other sets made here, including Frederick's legendary Relic Room, a hallway with monastery cells and Luther's room in the tower of the Wartburg.

It would, however, be a mistake to think that Luther's story is only set against the backdrop of impressive, stony remnants of the middle ages, with historically proven characters or in the context of significant historical events. All this is

Photo: Bruno Ganz und Joseph Fiennes

certainly true, but substantial parts of the story are simply set in the countryside, at rivers or in forests as specified in the script. For example, the 200 strong film team went to the outskirts of Prague at the end of May 2002. Castles such as Krivoklat, Svihov and Pernštejn and the Church of Kolin are all intact, both inside and out, and have not been 'done up'. They are also located in beautiful surroundings and are all ideal for shooting several frames. After six weeks of building, painting and modelling, Wittenberg's medieval market place was recreated on the remote playing field of a tiny village called Orech, covering an area of 120 x 80 metres. Though not totally, because the huge oval façade of buildings with walls and gates, wall walks and side streets with the collegiate church at the top was 'only' built up to a height of six metres. The top floors and roofs of the tenements and the even higher nave together with the spire will only be added in the postproduction stage using three dimensional digital models. When filming ended on 08/07/02 Alexander Thies summed up the experience: "Obviously I'm proud that we've accomplished this project together with our partners from the AAL/LB after three years of preparation. I'm sure that young people will appreciate the emotion with which we've presented our 'Luther'."

The production was sponsored by the Mitteldeutsche Medienförderung (MDM), the Filmförderungsanstalt (FFA), the Filmboard Berlin-Brandenburg and the FilmFernsehFonds Bayern (FFF). ■

Wolfgang Otto

Ausbildungsangebote in Mitteldeutschland

Europäische Trainings- und Weiterbildungsinitiativen

Training Opportunities in Central Germany

European Training and Further Education Initiatives

Aus- und Fortbildungsangebote sorgen auch in Mitteldeutschland für eine Profilierung der Medienlandschaft. Die MDM initiiert und unterstützt gemeinsam mit zahlreichen Partnern praxisbezogene Seminare und Workshops, die mitteleuropäischen Filmschaffenden internationale Kontakte ermöglichen und ihnen helfen, sich in Arbeitsnetzwerke zu integrieren. Die wichtigsten Trainings- und Weiterbildungsinitiativen im Überblick.

Die Universitäten und Hochschulen der Länder bieten eine Reihe von Studienangeboten in den Bereichen Medientechnik, Mediengestaltung, neue Medien und Medienwissenschaft. Hinzu kommen seit nunmehr 10 Jahren die Angebote der Fernseh Akademie Mitteldeutschland. Trainings- und Weiterbildungsinitiativen sind eine notwendige Ergänzung dieses Ausbildungsangebot. Seit geraumer Zeit verfolgt die MDM dazu das Ziel, erprobte europäische Fachworkshops in die Region zu holen. Dabei bieten sich hervorragende Angebote für regionale Filmschaffende – andererseits erhalten europäische Teilnehmer der Seminare einen, meist ersten, Eindruck von Mitteldeutschland. In den letzten Jahren sind eine ganze Reihe erfolgreicher Arbeitsbeziehungen entstanden – Mitteldeutschland wird immer mehr in das internationale Produktionsgeflecht eingebunden. Besonders bewährt hat sich dazu die Kooperation mit der MEDIA Antenne Berlin-Brandenburg. Die regionale Informations- und Kontaktstelle des Brüsseler MEDIA Plus Programms war von Beginn an Partner der MDM in diesem Bereich. Die thematischen Schwerpunkte der Trainings- und Weiterbildungsinitiativen in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen liegen aufgrund der Standortprofi-

lierung in den Bereichen Animation, Dokumentarfilm, Kinderfilm und interaktive Anwendungen.

Die MDM unterstützt unter anderem folgende MEDIA geförderte Initiativen:

Mit der **European Animation Masterclass** bietet die Fernseh Akademie Mitteldeutschland Absolventen einer Animationsausbildung und jungen Professionellen eine attraktive Weiterbildungsmöglichkeit. Die Qualifizierung beinhaltet ein 4-monatiges Intensivtraining sowie ein 3-monatiges Praktikum in einem ausländischen Studio.

www.f-a-m.tv

Cartoon bietet Workshops für den Animationssektor, sogenannte Cartoon-Masters, an. Die Seminare setzen sich u.a. mit den Themen Neue Technologien, Management, Storyboard, Businessplan auseinander. Ende April wurde in Erfurt das diesjährige Cartoon-Creativity abgehalten.

www.cartoon-media.be

Kreative Fachkräfte für den Bereich Neue Medien werden in der Berliner **Academy of converging media** ausgebildet. Das Intensiv-Kursprogramm besteht aus zwei Blöcken. Auf die Vermittlung von Grundlagen der Stoffentwicklung für interaktive Medien als Konzepter und Informationsarchitekt sowie Arbeitsweisen und Techniken konzentrieren sich zwei Ausbildungsmodule.

www.academy-of-converging-media.de

Discovery Campus bietet talentierten Nachwuchskräften speziell auf sie zugeschnittene Weiterbildungsmöglichkeiten an. Discovery Campus ergänzt die Unterrichtsinhalte bestehender Medienhochschulen und Fachakademien durch



Fachveranstaltungen und Zusatzausbildungen, sucht die Zusammenarbeit mit bewährten Institutionen in diesem Bereich und kooperiert mit Fernsehstationen, Produktions- und Vertriebsfirmen.

www.discovery-campus.de

Pygmalion ist ein europäisches Trainings- und Stoffentwicklungsprogramm zugeschnitten auf die speziellen Anforderungen des Schreibens für Kinder und Jugendliche. Es richtet sich an Autoren und kreative Teams mit einem eigenen Projekt in den Formaten Serie, Spielfilm und interaktive Medien.

www.masterschool.de

Für unabhängige Produzenten wurde der einjährige Managementausbildungszyklus **EAVE** konzipiert. Er umfasst alle Aspekte einer Filmproduktion, die in drei 8- bis 10-tägigen Workshops intensiviert werden. 2002 fand ein EAVE-Workshop erfolgreich in Halle statt.

www.eave.org

Nach dem Erfolg von **VERTICALstrategies** bot die Salzgeber & Co. Medien GmbH Anfang März in Dessau einen Workshop für die Vertriebsseite von europäischen Filmen an.

www.vertical-strategy.com

Thomas Grosse

Photos: v.l.n.r.
European Animation Masterclass 2002,
Cartoon-Creativity 2003, VERTICALplus 2003



Training and further education opportunities help to raise awareness of the media landscape in Central Germany. In collaboration with numerous partners, MDM initiates and supports practically-oriented seminars and workshops, enabling Central German film-makers to make international contacts and helping them to become integrated into collaborative networks. A summary of the most important training and further education initiatives.

The States' universities and institutes of further education offer a range of courses in the areas of media technology, media design, new media and media science. This is in addition to the courses offered for 10 years now by the Fernseh Akademie Mitteldeutschland [TV Academy of Central Germany]. Training and further education initiatives are a necessary supplement to this range of training courses. For that reason the MDM has for some considerable time been pursuing the aim of bringing well-proven technical workshops to the region. These offer outstanding opportunities for regional film-makers. On the other hand, European participants at these seminars get an impression, and in most cases their first, of Central Germany. In recent years a whole range of successful working relationships has been created – Central Germany is increasingly being integrated into the international production network.

Collaboration with MEDIA Antenne Berlin-Brandenburg has also been particularly fruitful in this respect. The regional information and contact point of the Brussels MEDIA Plus programme has been a partner of MDM in this field from the outset. As a result of the emphasis in the region, the key themes of the training and further education initiatives in Saxo-

ny, Saxony-Anhalt and Thuringia are in the areas of animation, documentary films, children's films and interactive applications.

The MDM supports, among other things, the following MEDIA-sponsored initiatives:

With its **European Animation Masterclass**, the Fernseh Akademie Mitteldeutschland offers graduates a training course in animation, and young professionals an attractive further education opportunity. This qualification includes a 4-month intensive training course and 3-months' practical work experience at a studio abroad.

www.f-a-m.tv

Cartoon offers workshops for the animation sector, known as Cartoon-Masters. These seminars deal with such themes as new technologies, management, storyboards, business plans etc. This year's Cartoon-Creativity event was held in Erfurt at the end of April.

www.cartoon-media.be

Creative staff in the field of new media are being trained at the Berlin **Academy of Converging Media**. The intensive course programme consists of two blocks. Two training modules concentrate on conveying the fundamentals of material development for interactive media as a designer and information architect, and working methods and techniques.

www.academy-of-converging-media.de

Discovery Campus offers talented newcomers further education opportunities especially tailored to meet their needs. Discovery Campus supplements the course contents of existing media colleges and technical academies by means of specialist events and additional training



courses. It seeks to work with well-established institutions in this field, and cooperates with TV stations, production and distribution companies.

www.discovery-campus.de

Pygmalion is a European training and material development programme, tailored to meet the particular requirements of writing for children and young people. It is aimed at authors and creative teams with their own projects in the following formats: series, feature film and interactive media.

www.masterschool.de

The **EAVE** one-year management training cycle has been designed for independent producers. It includes all aspects of a film production, which are studied intensively in three 8 to 10-day workshops. There was a successful EAVE workshop in Halle in 2002.

www.eave.org

Following the success of **VERTICALstrategies**, Salzgeber & Co. Medien GmbH offered a workshop in Dessau at the beginning of March for the distribution side of European films.

www.vertical-strategy.com

Thomas Grosse

Förderentscheidungen

Sitzung am 30.04.2003

Sponsorship decisions

Meeting on 30th April 2003

Produktionsförderung:

Spoon

Genre: Kinderfilm
Antragsteller: Egoli Tossell Film GmbH
Produzent: Oliver Damian
Autor: Mieke de Jong
Regie: Willem van de Sande Bakhuyzen
Inhalt: Spoon, ein Waisenkind, versteckt sich in einem Kaufhaus. Zwischen Pullovern und Schlafanzügen schließt er Freundschaft mit einem ebenfalls entlaufenen Mädchen. Gemeinsam entschließen sie sich, für Spoon ein neues Zuhause zu finden.
Fördersumme: 400.000,00 EUR

Gestrandet

Genre: Drama
Antragsteller: Flying Moon
Filmproduktion GmbH
Produzent: Roshanak Behesht Nedjad
Autor: Sarah Esser, Ivan Dimov
Regie: Susanne Zacharias

Inhalt: Ben ist Anfang 20 und wohnt mit seinem übergewichtigen Vater Karl in einer winzigen Wohnung am Stadtrand von Leipzig. Ben hat einen Traum: Eines Tages die Welt bereisen und darüber schreiben. Aber noch jobt er und verfasst fiktive Reiseberichte auf Postkarten, die er an Unbekannte verschickt.
Fördersumme: 350.000,00 EUR

Die schönsten Jahre

Genre: TV-Movie
Antragsteller: UFA Film- und Medienproduktion GmbH
Produzent: Norbert Sauer
Autor: Torsten Schulz
Regie: Christine Hartmann
Inhalt: Die noch nicht geschiedene Nina (45) hat eine heimliche Affäre mit Flora (36), mit der sie in Budapest etwas Zeit verbringen möchte. Ninas ahnungslose Mutter (80) kommt unvorhergesehener Weise mit auf die Reise. Nach dem Tod der Mutter kommt die Tochter einem Geheimnis auf die Spur.
Fördersumme: 400.000,00 EUR

Djen Prischjol

Genre: Drama
Antragsteller: Ostlicht Filmproduktion
Weimar GbR
Produzent: Guido Schwab
Autor: Hagen Keller
Regie: Hagen Keller
Inhalt: Maria, die ehemalige Putzfrau der Filmstudios Tbilissi, poliert immer noch die längst verlassene Hochburg des georgischen Films auf Hochglanz. Als die Abrissbirne ihre Fantasiewelt bedroht, kommt es zum Kampf zweier Realitäten.
Fördersumme: 25.000,00 EUR

Piratengeschichten

Genre: Zeichentrick-Serie
Antragsteller: MotionWorks GmbH
Produzent: Tony Loeser
Autor: Julia Böhme, Andreas Strozyk
Regie: Andreas Strozyk
Inhalt: Auf ihrer gefährlichen Reise erleben Kapitän Rasmus Rotbart und die Lachmüwe Lavina ein Abenteuer nach dem anderen.

Sie sehen sich selbst als Piraten auf hoher See und wissen nicht, dass sie sich auf einem Teich befinden.
Fördersumme: 255.000,00 EUR

Projektentwicklung:

Der Klavierstimmer der Erdbeben

Genre: Arthouse
Antragsteller: Mediopolis GmbH
Produzent: Alexander Ris, Keith Griffiths, Terry Gilliam
Autor: Alan PASSES
Inhalt: Ein mephistophelischer Psychologe, Komponist und Erfinder, der das Geheimnis der Wiederbelebung entdeckt hat, wird von einer alles verschlingenden aber unerwiderten Leidenschaft verzehrt, mit dem maßlosen Verlangen nach Vereinigung für alle Ewigkeit mit der von ihm geliebten Frau.
Fördersumme: 75.000,00 EUR

METRIX Digitale Postproduktion



- Sounddesign
- Filmmischung
- Sprachsynchron
- Geräuschsynchron

www.metrixmedia.de
Ein Unternehmen aus Sachsen-Anhalt

Photos:
»Motown«
Filmkunst-Messe Leipzig 2002



Nimm dir dein Leben

Genre: Schwarze Komödie
Antragsteller: Egoli Tossell Film GmbH
Autor: Thomas Wendrich
Inhalt: Der Film erzählt die Coming of Age Geschichte Milans im Dorf Dunkelhäuser nahe der deutsch-polnischen Grenze. Der Autor Thomas Wendrich erhielt zur Berlinale für sein Drehbuch zu »Nimm dir dein Leben« den Deutschen Drehbuchpreis 2002.
Fördersumme: 50.000,00 EUR

Paketförderung:

Pallas Film

Antragsteller: Pallas Film GmbH
Fördersumme: 100.000,00 EUR

SchmidtzKatze Filmkollektiv

Antragsteller: SchmidtzKatze
Filmkollektiv GmbH & Co. KG
Fördersumme: 150.000,00 EUR

Drehbuchförderung:

Marie

Genre: Tragikomödie
Antragsteller: Vacant Filmproduktion
Produzent: Kornel Miglus, Isabella Pach
Autor: Doritt Cadura-Saf, Kornel Miglus
Inhalt: Oberschlesien 1914-1963. Ein Stück polnische Geschichte wird erzählt anhand Marias Geschichte, die zwei Kriege, zwei Männer und einige ihrer Kinder überlebte. Sie beginnt mit ihrem Tod. In den Erinnerungen der Trauergäste werden die Großmütter und ihre Geschichte noch einmal lebendig.
Fördersumme: 22.500,00 EUR

Verleih/Vertrieb

Motown

Genre: Coming of Age
Antragsteller: Nighthawks Pictures
GmbH & Co. KG
Fördersumme: 30.000,00 EUR

Bécassine

Genre: Kinderzeichentrickfilm
Antragsteller: Atlas Intermedia
Film+Medien Vertriebs GmbH i.G.
Fördersumme: 37.856,00 EUR

Spuk am Tor der Zeit

Genre: Familienabenteuerfilm
Antragsteller: Atlas Intermedia
Film+Medien Vertriebs GmbH i.G.
Fördersumme: 36.386,00 EUR

Sonstige Vorhaben

TP2-Talent Pool

Antragsteller: Tradewind Pictures GmbH
Fördersumme: 100.000,00 EUR

content+creation intensive courses, module 1+2

Antragsteller: Academy of
Converging Media e.V.
Fördersumme: 7.200,00 EUR

backup-festival. neue medien im film 2003

Antragsteller: Netzwerk Filmfest e.V.
Fördersumme: 15.000,00 EUR

3. Filmkunst-Messe Leipzig

Antragsteller: AG Kino e.V.
Fördersumme: 58.635,60 EUR

46. Internationales Leipziger Festival für Dokumentar- und Animationsfilm

Antragsteller: Leipziger Dok-Filmwochen GmbH
Fördersumme: 15.000,00 EUR

Discovery Campus Masterschool 2003

Antragsteller: Discovery Campus e. V.
Fördersumme: 63.093,80 EUR

LEVISION
FILM- UND FERNSEHPRODUKTION GmbH

www.levision.de

KONTAKT

Simone Baumann 0174 - 3 32 46 01
Friederike Freier 0174 - 3 32 46 04

LEIPZIG-MOSKAU

Dokumentarfilm
Spielfilm
Produktionsdienstleistung
Casting für Kino und TV

Körnerstraße 56
D - 04107 Leipzig
Tel.: +49 . 341 . 96 36 80 • Fax +49 . 341 . 9 63 68 44 • eMail: info@levision.de

Kutuzowskij Prospekt 7/4 ap 130
12 12 48 Moscow, Russia
Tel. +7 . 095.974 80 - 65 / 67 • Fax +7 . 095.974 80 - 60 • eMail: baumann@levision.de

Termine in Mitteldeutschland

Dates in Central Germany

Einreichtermine

Mitteldeutsche Medienförderung
www.mdm-online.de

30.06., 25.08. und 06.10.03

Filmförderungsanstalt
www.ffa.de

programmfüllende Filme: 31.05., 30.09.03
Verleih/Vertrieb: 30.06., 30.09.03
Videoprogrammanbieter: 30.06., 30.09.03
Videotheken: 30.06., 30.09.03
Filmtheater: 30.06., 30.09.03
Drehbücher: 30.07., 30.09.03
Forschung/Rationalisierung: laufend
Filmberufliche Weiterentwicklung: laufend
Deutsch-Franz. Förderabkommen: 30.09.03

Kulturelle Filmförderung des Bundes
www.filmfoerderung-bkm.de

Förderungen
Prod./Drehbuch Kinder- und Jugendfilm 15.07.03
Prod./Drehbuch Spiel- und Dokumentarfilm 01.09.03
Verleihförderung 25.07., 31.10.03

Preise
Innovationspreis 31.07.03
Deutscher Kurzfilmpreis 10.07.03

MEDIAplus
www.mediadesk.de

Projektentwicklung
Einzelprojekte/Single Projects (82/2002)
(Spielfilm, Kreativer Dokumentarfilm, Animation, Multimedia)
bis 16.06.03 fortlaufend

Packetförderung/Slate Funding (82/2002)
bis 16.06.03 fortlaufend

Vertrieb und Verleih
selektiv (88/2002)
05.07. und 01.12.03

Weltvertrieb
voraussichtlich Ende September 2003

TV – Ausstrahlung (85/2002)
16.06. und 03.11.03

Pilot Projekte (35/2003)
11.07.03

i2i
voraussichtlich Mitte Juli 2003

Veranstaltungen in Mitteldeutschland

- 12.-14.05.03 Medientreffpunkt Mitteldeutschland, Leipzig,
www.medientreffpunkt.de
- 25.06.03 MDM-Branchentreff Sachsen, Leipzig,
www.mdm-online.de
- 26.07.03 MDM-Cocktail Werkleitzgesellschaft, Tornitz,
www.werkleitz.de
- 22.08.03 gemeinsamer Branchentreff MDM/Filmboard
Berlin-Brandenburg, Berlin, www.mdm-online.de
- 21.-24.08.03 Games Convention, Leipzig, www.gc-germany.de
- 23.-24.08.03 IVD-Kongress, Leipzig, www.ivd-online.de
- 04.-05.09.03 Location Tour der MDM Film Commission,
www.mdm-online.de
- 30.08.03 bauhausfest, Dessau, www.bauhaus-dessau.de
- 09.-12.09.03 3. Filmmesse, Leipzig, www.filmmesse-leipzig.de
- 10.09.03 Verleihung des Kinoprogrammpreises MDM/MFFV
- 14.-19.10.03 46. Dokfilmfestival, Leipzig, www.dokfestival-leipzig.de
- 16.10.03 MDM/Media Workshop, Leipzig, www.mdm-online.de
- 30.10.-02.11.03 5. backup_festival, Weimar, www.backup-weimar.de
- 04.-09.11.03 13. Filmfest Cottbus – Connecting Cottbus,
www.filmfestcottbus.de
- 20.-21.11.03 8. Thüringer Mediensymposium, Erfurt,
www.mediensymposium.de
- 20.11.03 MDM-Branchentreff Thüringen, Erfurt
- 27.-29.11. d-motion, Halle, www.d-motion.de
- 28.-30.11.03 Bundesfestival Jugend und Video, Dresden,
www.jugendvideopreis.de
- 05.12.03 MDM-Jahresabschluss, Leipzig

weitere Veranstaltungen

- 03.-10.05.03 18. Internationales Dokfilmfestival, München,
www.dokfest-muenchen.de
- 07.-11.05.03 FilmKunstFest, Schwerin,
www.filmkunstfest-schwerin.de
- 13.-18.05.03 Rose d'Or, Montreux, www.rosedor.com
- 14.-25.05.03 56. Filmfestspiele Cannes, www.festival-cannes.de
- 24.05.03 »The Tulse Luper Suitcases I« Premiere, Cannes
- 06.06.03 Verleihung des 53. Deutschen Filmpreis, Berlin
- 28.06.-05.07.03 Filmfest München, www.filmfest-muenchen.de
- 25.-29.08.03 Internationale Medienwoche Berlin-Brandenburg,
www.medienwoche.info
- 29.08.-03.09.03 IFA Berlin, www.ifa-berlin.com
- 22.-26.10.03 37. Hofer Filmtage, www.hofer-filmtage.de

Impressum

MDM Infomagazin Trailer

Herausgeber:
Manfred Schmidt
Mitteldeutsche Medienförderung GmbH
Hainstraße 17–19, 04109 Leipzig
Telefon: (0341) 269 87 0
Telefax: (0341) 269 87 65
Internet: www.mdm-online.de
e-mail: trailer@mdm-online.de

Redaktionsleitung: Frank Salender
Autoren dieser Ausgabe: Thomas Grosse,
Gabriele Brunnenmeyer, Bea Wölfling,
Bernd Friedrich, Hannelore Adolph, Wolf-
gang Otto, André Schaller

Fotografen dieser Ausgabe: Thomas
Schulze, Uwe Frauendorf, Lars Schmieder,
Rolf von der Heydt

Redaktionsschluss: 02.05.03

Verlag, Vertrieb, Anzeigen:
zitadelle medien GmbH
Büro Berlin
Rauchstraße 21, 10787 Berlin
Telefon: (030) 263 9 17 22
Telefax: (030) 263 9 17 11
e-mail: salender@zitadelle-medien.de

Büro Magdeburg
Moritzplatz 1a, 39124 Magdeburg
Telefon: (0391) 25 649 50
Telefax: (0391) 25 649 51

Gestaltung: Susann Unger

Anzeigenpreise:
Preisliste Nr. 4, gültig ab 01.01.02

Gerichtsstand und Erfüllungsort: Leipzig

Druck: Jütte-Messedruck Leipzig GmbH

Erscheinungsweise:
6 mal jährlich
nächste Ausgabe 04/03
Redaktionsschluss: 25.08.03
Ersterscheinungstag: 05.09.03

Namentlich gekennzeichnete Artikel
geben nicht unbedingt die Meinung der
Redaktion oder des Herausgebers wieder.
Für unverlangt eingesandte Material (Ma-
nuskrifte, Bilder etc.) wird keine Haftung
übernommen. Nachdruck von Beiträgen,
auch auszugsweise, nur mit Genehmigung
des Herausgebers.

Mitteldeutsche Medienförderung

Film, Fernsehen, Multimedia



Die Mitteldeutsche Medienförderung GmbH (MDM) unterstützte seit ihrer Gründung 1998 insgesamt über 400 Projekte mit mehr als 60 Mio. Euro. Dadurch kamen Spielfilmproduktionen wie »Die Liebe in Gedanken« (Achim von Borries), »Mein Name ist Bach« (Dominique de Rivaz) und »Trenck – Zwei Herzen gegen die Krone« (Gernot Roll) nach Sachsen-Anhalt, Thüringen und Sachsen.

Auch internationale Koproduktionen wie »Taking Sides – Der Fall Furtwängler« (István Szabó) mit Harvey Keitel, »Honey Baby« (Mika Kaurismäki) mit Henry Thomas, »Luther« (Eric Till) mit Joseph Fiennes und »The Tulse Luper Suitcases« (Peter Greenaway) mit JJ. Feild in den Hauptrollen, wurden hier gedreht.

Die MDM hat in den letzten Jahren vielfältige Impulse gegeben, die dazu beitragen, dass sich Strukturen der Medienbranche in Thüringen, Sachsen und Sachsen-Anhalt entwickeln können. Dazu zählen neben der Fördermittelvergabe auch Initiativen zur Weiterbildung, Workshops, Branchentreffs und die Vermarktung von Drehorten in der Region.

Ziele der MDM sind: Verstärkung der weiteren nationalen und internationalen Vernetzung der Branche sowie die Verstärkung des praxisbezogenen Aus- und Weiterbildungsangebotes in der Region.
www.mdm-online.de

Since its foundation in 1998, MDM Mitteldeutsche Medienförderung has supported over 400 projects with more than 60 million euros. As a result, film productions such as »Die Liebe in Gedanken« (Achim von Borries), »Mein Name ist Bach« (Dominique de Rivaz) and »Trenck – Zwei Herzen gegen die Krone« (Gernot Roll) were shot in the states of Saxony-Anhalt, Thuringia, and Saxony.

The international co-productions »Taking Sides« (István Szabó), »Luther« (Eric Till), »Honey Baby« (Mika Kaurismäki) and »The Tulse Luper Suitcases« (Peter Greenaway) with Harvey Keitel, Joseph Fiennes, Henry Thomas and JJ. Feild in the respective leading roles were also filmed in the area.

MDM was instrumental in developing an infrastructure in the media branch in Thuringia, Saxony and Saxony-Anhalt. These include, in addition to the distribution of financial support, initiatives for further education, workshops, meetings and the marketing of film locations in the region.

The goals of MDM: strengthening further national and international networking of the branch, as well as building up a practice-oriented educational program in the area.
www.mdm-online.de

»The Tulse Luper Suitcases«
Regie: Peter Greenaway
im Wettbewerb/in Competition Cannes 2003

Press Screening:

23.05.03 11:00 Uhr Bazin
24.05.03 08:30 Uhr Auditorium Lumière

Official Screening:

24.05.03 19:30 Uhr Auditorium Lumière

Mitteldeutsche Medienförderung GmbH
Hainstraße 17 – 19
D-04109 Leipzig
Phone +49(0)341 – 269 87 0
Fax +49(0)341 – 269 87 65
www.mdm-online.de