

MDM Infomagazin Trailer I I I
Mitteldeutsche Medienförderung



Prädikat: Besonders wertvoll

3. Filmmesse Leipzig

Gänsehautstimmung

Michael Kölmel – Kinowelt GmbH

Personality, News, Service

Nachrichten aus Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen

Verehrte Leserinnen und Leser,



Wolfgang Vietze
Fernsehdirektor des Mitteldeutschen Rundfunks (MDR)

fünf Jahre Mitteldeutsche Medienförderung (MDM) – auf den ersten Blick ist die Bilanz positiv. Wo vor nicht langer Zeit noch Brachland war, ist heute eine zaghaft sprießende Medienlandschaft entstanden. Dass in Mitteldeutschland internationale Produktionen mit Weltstars wie Jackie Chan oder Joseph Fiennes abgedreht werden, Künstler wie Istvan Szabo oder Peter Greenaway im Regiestuhl Platz nehmen, ortsansässige Nachwuchstalente Debütfilme realisieren und sogar Serien produziert werden, ist eine Erfolgsgeschichte.

Natürlich hat das Geld gekostet. Wenn die MDM seit ihrer Gründung auf mehr als 450 geförderte Projekte verweisen kann, dann bedeutet dies auch, dass ihre Gesellschafter dafür viele Millionen Euro in einen gemeinsamen Topf gezahlt haben. Es geht eben nicht ohne Subventionen, allerdings stellt sich wie immer die Frage, ob die öffentlichen Gelder richtig angelegt sind.

Der Blick auf die Zahlen der Filmwirtschaft ist ernüchternd. In Deutschland werden pro Jahr rund 80 Kinofilme produziert. Die Mehrzahl dieser Filme findet nicht einmal 25.000 zahlende Zuschauer. Das heißt, die meisten deutschen Kinoproduktionen sind ein Verlustgeschäft, sie spielen nicht das Geld ein, das sie gekostet haben. Anders gesagt: Die deutsche Filmindustrie produziert mit öffentlichen Geldern Produkte, die das Kinopublikum nicht wirklich haben will.

Die Not leidende deutsche Filmindustrie setzt jetzt im Verein mit der Politik auf das neue Filmförderungsgesetz

und hofft, dass mit kräftiger finanzieller und programmlicher Unterstützung des Fernsehens die Krise überwunden wird. Es ist auch zu erwarten, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten mit der Verdoppelung ihrer Zahlungen für den deutschen Film und die verabredeten Sachleistungen der Privaten neue Impulse geben. Doch wenn der Kinofilm mit Fernseh-Hilfe vorangebracht werden soll, dann gilt es einige Fernseh-Erfahrungen zu beherzigen.

Jeder Programmacher weiß, dass die Missachtung der Bedürfnisse des Publikums sofort mit der Fernbedienung bestraft wird. Wer ein großes Publikum erreichen will, muss Geschichten anbieten, die Menschen fesseln und in ihren Bann ziehen. Bei den meisten deutschen Kinofilmen ist das nicht der Fall.

Dieser fatale Zustand muss geändert werden. Filmförderungen wie der MDM kommt dabei eine wichtige Rolle zu. Sie müssen mit ihren Entscheidungen dazu beitragen, dass mehr publikumsfreundliche Stoffe ins Kino kommen, was keineswegs als Plädoyer für Flachheit missverstanden werden darf. Dann fließt auch wieder Fördergeld zurück. Und das kann für Ausbildung, Talentförderung und Qualifizierungsmaßnahmen eingesetzt werden – ein Gewinn für die Branche wie für die Region.

Wolfgang Vietze

Personality

Jan Peter 5

Kinoprogrammpreis

Mitteldeutschland

Preisträger-Übersicht 6

Hauptpreis: Kino im Dach 6

MDM Fördermitarbeiter

Oliver Rittweger 7

Special: 3. Filmmesse Leipzig

Eva Matlok/Burkard Voiges 8

Björn Koll 10

Interview

Dr. Rainer Kölmel 12

News

Informationen aus Sachsen,
Sachsen-Anhalt und Thüringen 14

MEDIA Service Mitteldeutschland 16

Flash

MDM Sommerfest 18

European Animation Masterclass 18

Medientreffpunkt

Mitteldeutschland 19

Produktionsnotizen

In 80 Tagen um die Welt 20

Das Bernsteinamulett 22

Bibi Blocksberg II 22

Gestrandet 23

Nachbarinnen 23

MDM intern

MDM Förderentscheidungen 25

Einreichtermine 26

Veranstaltungskalender 26

Impressum 26

Titel:

»In 80 Tagen um die Welt«
Sefoto: 75. Drehtag, Görlitz



13. FilmFestival Cottbus

FESTIVAL DES OSTEUPÄISCHEN FILMS
FESTIVAL OF EAST EUROPEAN CINEMA 4.-8.11.2003

PTFÖRDERER | MAIN SUPPORTERS
Land Brandenburg Ministerium
für Wirtschaft, Stadt Cottbus

VERANSTALTER | ORGANISER
pool production
berlin cottbus

Wettbewerb Spielfilm: 10 bis 12 aktuelle Produktionen jüngerer FilmemacherInnen + Wettbewerb Kurzspielfilm: 10 bis 15 Arbeiten von max. 30 Minuten Länge + Preise im Gesamtwert von ca. 27.000 € + Fokus: Neues russisches Kino + Nationale Hits: in ihren Produktionsländern oft beliebter als Hollywood-Hits + Spektrum: aktuelle Trends und Koproduktionen zwischen Ost und West + Specials, Kinderfilme, Hochschularbeiten, Videokunst + Film-Talks, Lesungen, Seminare, Workshops, Round-Table-Gespräche, Diskussionen, Ausstellungen + Festivalklub: Live-Musik und Party

Competition Feature Film: 10 to 12 current productions by young film-makers + Competition Short Feature Film: 10 to 15 works of max. 30 minutes in length + Prizes totalling approx. 27,000 € + Focus: New Cinema from Russia + National Hits: often more popular than Hollywood-Hits in the countries of production + Spectrum: current trends and co-productions from the East and West + Specials, children's films, film school productions, video-art + Film-talks, readings, seminars, workshops, round-table-talks, discussions, exhibitions + Festival Club: live-music and parties

Akkreditierungsschluss 20.10.2003 | Deadline for accreditation: 20th October 2003

FILMFESTIVAL COTTBUS
W.-Seelenbinder-Ring 44/45
D-03048 Cottbus
Fon: +49 (355) 43 10 70
Fax: +49 (355) 43 10 720
info@filmfestivalcottbus.de
www.filmfestivalcottbus.de

→ FIRST PARTNER

VATTENFALL 

CONNECTING COTTBUS 2003
Der Weg zu spannenden Koproduktionen
The way for intriguing future co-productions

CONNECTING | PITCHING | ROUNDTABLES | CONTACT
CONNECTING COTTBUS
4 . 1 1 . 2 0 0 3 - 5 . 1 1 . 2 0 0 3

FILMWIRTSCHAFTLICHES FORUM
IM RAHMEN DES FILMFESTIVAL
COTTBUS, FESTIVAL DES
OSTEUPÄISCHEN FILMS

MARKET FORUM FOR FILM UNDER
THE AUSPICES OF THE COTTBUS
FILM FESTIVAL, FESTIVAL OF
EAST EUROPEAN CINEMA



filmboard.
Produktionen in Zusammenarbeit
mit dem Land Brandenburg



CONNECTING COTTBUS Projektleiter: Dietmar Haiduk | Fon: +49 (0) 3 31-2 80 27 67 | Fax: +49 (0) 3 31-2 00 87 68
pool production | Am Turm 14 | D-03046 Cottbus | www.connecting-cottbus.de | email: connecting-cottbus@pool-production.de

10 Jahre L.E. Vision

Gut gefüllte Lebenszeit



Jan Peter

Drei Dinge sind es, die kreative Menschen auf die Höhen des Lebens führen: Intelligenz, Mut und eine souveräne Verachtung des Geldes. Jan Peter, Gründungsgesellschafter der L.E. Vision ergänzt dieses Persönlichkeitsbild mit »Verwegenheit«. Anlässlich des 10jährigen Jubiläums der Leipziger Film- und Fernsehproduktion beantwortet er den Katalog der W-Fragen: wer, was, wann, wo, warum.

Wer sind L.E. Vision?

Wir haben als Firma eine Vorgeschichte: DAZ »Die Andere Zeitung« - die erste unabhängige DDR-Zeitung. Für dieses grandios gescheiterte Projekt engagierten sich in den Wende-Zeiten sowohl Katja Herr, als auch Yury Winterberg, die wie ich auch Gründungsgesellschafter der L.E.Vision sind. Christian Schulz und Friederike Freier aus dem ersten Kreis der Gründung kommen ebenfalls von der DAZ. Nach der Pleite und mit vielen Schulden fingen wir 1993 an, Filme zu machen. Zunächst bedienten wir ausschließlich regionale Magazine des Mitteldeutschen Rundfunk (MDR). Die Visionen waren groß, obwohl anfänglich die Realitäten bescheiden waren. Deshalb auch der Name L.E. Vision.

Was ist L.E. Vision heute?

Viele Produktionsfirmen werden von Leuten gegründet, die eine Kamera oder einen Schnittplatz besitzen. L.E. Vision aber wurde von Autoren, mit viel Kreativität und reichlich Chaospotenzial, auf den Weg gebracht. Heute sind wir ein moderner Dienstleister für die Produktion von Dokumentarfilm, TV-Magazin und Reportage, Spielfilm sowie Werbung und Industriefilm. Unsere Filme behandeln ein breites Spektrum von Themen. Spezialisierungen haben sich in den Bereichen Geschichte, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft ergeben. Neben dem

Hauptsitz der Firma in Leipzig verfügt L.E. Vision seit März 2000 über ein Büro in Moskau, so dass in den Ländern der ehemaligen Sowjetunion sowie Osteuropas ein weiterer Schwerpunkt unserer Arbeit liegt. Unsere Tochterfirma »Local Heroes« bietet Spielfilm-Produktionsdienstleistungen in Sachsen, Thüringen und Sachsen-Anhalt an. »Magic Tree Pictures«, eine weitere Tochterfirma in Halle, bietet Technikdienstleistungen an und entwickelt eigene Produktionen. **Wann war zu spüren, das L.E. Vision den Absprung von dem kleinen Redaktionsbüro für TV-Berichterstattung zu einer internationalen Koproduktionsfirma schaffen kann?**

Nur gute Arbeit bringt eine Reputation, auf der man aufbauen kann. Und in Richtung internationale Zusammenarbeit entwickelt sich nur etwas, wenn man in seinem Heimatmarkt verwurzelt ist. Für uns war es gut, dass es mit dem MDR einen starken Regionalsender gab. Aber raus aus dieser »Monokultur« zu finden, war der erste Schritt. Inzwischen arbeiten wir für alle ARD-Anstalten. Der zweite Schritt war die Produktion des Dokudramas »Die Geheime Inquisition« in Zusammenarbeit mit Ziegler Film und Dokumentationen wie »Schöner neuer Mensch« oder »Der Untergang der Kursk«, denn sie waren die Visitenkarten für den internationalen Markt. Gerade die Kursk-Produktion war sehr riskant; es gab viel Konkurrenz um dieses Thema. Umso höher war die Aufmerksamkeit auf dem Fernseh-Markt. Der Film wurde unter anderem an Channel 5 (Großbritannien), National Geographic TV (USA) und History Channel (Kanada), also in die wichtigsten englischsprachigen Territorien verkauft.

Wo liegen die Stärken von L.E. Vision? In der Fähigkeit, Mut und Energie zu bündeln, sowie aus den eigenen Fehlern

zu lernen. Eine wichtige Eigenschaft der Firmeninhaber ist »Verwegenheit«. Wir haben ohne Beziehungen und großen Background mit viel Enthusiasmus vor 10 Jahren einfach angefangen. Und wir haben es zehn Jahre später geschafft, Filme machen zu dürfen, von denen wir damals geträumt haben. Arbeit ist immer auch ein Leben, dass man lebt. Insofern sind wir ständig auf der Suche nach gut gefüllter Lebenszeit.

Warum konnte L.E. Vision alle Krisen meistern?

Weil das Glück den Tüchtigen trifft. Ein finanzielles Debakel für die Firma war die Produktion des Spielfilms »Over The Rainbow«. Nachdem wir diese Probleme verkraftet hatten, kam es durch den Terroranschlag am 11.09.01 in New York zur Stornierung oder Rückstellung vieler Aufträge. Dann die Kirchpleite, die eben auch Auswirkungen auf die öffentlich-rechtlichen Sender hatte. Programm musste zukünftig einfach billiger produziert werden, also wurde der Kostendruck noch einmal erhöht. Überlebt haben wir durch interessante Aufträge aus dem Industriefilmbereich und der strategischen Ausrichtung der Firma auf internationale Koproduktionen. Große Projekte kann man allein in Deutschland nicht mehr finanzieren. Deshalb müssen unsere Filme international auswertbar sein, sich also europa- und weltweit verkaufen. Mit neuen Dokumentarfilmen wie zum Beispiel »Hexen - Magie, Mythen und die Wahrheit« oder »Der Nebelarchipel der Kurilen« haben wir gute Möglichkeiten das Profil der Firma diesbezüglich weiter auszubauen. Mit dem ZDF verhandeln wir zur Zeit über neue Themenvorschläge für Dokumentationen mit einem hohen Anteil inszenierter Szenen. ■

Paul Klingner

Kinoprogrammpreis

Mitteldeutschland 2003

Die Mitteldeutsche Medienförderung GmbH und der Mitteldeutsche Film- und Fernsehproduzentenverband e.V. verleihen:

Hauptpreis

für das beste Jahresfilmprogramm 2002 verbunden mit einer Prämie in Höhe von 10.000,00 Euro
Kino im Dach, Dresden

Auszeichnungen

für ein hervorragendes Jahresfilmprogramm 2002 verbunden mit einer Prämie in Höhe von 5.000,00 Euro

Schaubühne Lindenfels, Leipzig

Filmtheater Schauburg, Dresden

Kino Casablanca, Dresden

Programm kino Ost, Dresden

Lux Kino am Zoo, Halle

Zazie Kino Restaurant Bar, Halle

Urkunden

für ein besonders gutes Jahresfilmprogramm 2002

Cineding, Leipzig

Passage Kinos, Leipzig

Schauburg, Leipzig

Filmtheater Metropolis, Dresden

Capitol Jena, Jena

Sonderpreis

für ein besonders gutes Jahresfilmprogramm 2002 einer alternativen Spielstätte:

Schloß Kromsdorf, Wanderkino

Kino im Dach

Ein blinkender Leuchtturm

Kinoprogrammpreise dienen dazu engagierte Kinomacher dafür auszuzeichnen, dass sie mit einer durchdachten Programmgestaltung der Filmkultur eine Chance geben. Filmkulturelles Engagement als gesellschaftliche Aufgabe wird oftmals zur Passion eines Einzelkämpfers. Der Hauptpreis des »Kinoprogrammpreis Mitteldeutschland 2003« geht an Bernhard Reuther und sein »Kino im Dach« in Dresden.

In den Schrägen der Decke sammelt sich die Hitze. »Im Sommer ist es immer sehr warm unterm Dach«, entschuldigt Reuther die Temperaturen. Ihm genügt ein Stichwort. Film und Kino sind sein Lebenselixier. »Ich war im Auftrag der Filminitiative Dresden ein Jahr mit dem Umbau des Kinos beauftragt. 1997 kamen Auflagen von der Feuerwehr und der Bauaufsicht. Zwei Jahre bis 1999 war das Kino geschlossen. Zur Wiedereröffnung übernahm ich das Kino. Das Haus war früher ein Produktionsgebäude der Kamerawerke. Hier sind die ersten Ernemann-Filmprojektoren gebaut worden, die »Dresden D1« ging hier in Serie. Als »Kulturhaus der Kamerawerke« zu DDR-Zeiten, wurde nach der Wende ein Film- und Kulturzentrum gegründet. Seit fünf Jahren heißt es »Medienzentrum Pentagon«. Einen großen Schriftzug, der auf das »Kino im Dach« verweist, sucht man an der Fassade vergebens. Die Stadt, Eigentümer der Immobilie, hat Werbung an dem Haus verboten.

»Wir sind trotzdem kein Geheimtipp«, betont Reuther. Erhebliche wirtschaftliche Anstrengungen investiert er in das Marketing und die Präsentation seiner Programme. Ein eigener Programmflyer wirbt monatlich für die Filme. Dazu Anzeigen im Kinokalender und die redak-



tionelle Arbeit mit den Tageszeitungen. 200 Filmplakate kündigen in Dresdens Straßen besondere Highlights an. Dennoch erscheinen drei Bundesstarts und zwei Dresdner Erstaufführungen im Monat September für einen Saal mit 98 Plätzen zunächst ungewöhnlich. Aber viele Verleiher schätzen die Betreuung ihrer Filme durch Bernhard Reuther und das »Kino im Dach« ist als Kino mit einem besonderen Programm in Dresden beliebt. »Die Verleiher kennen die Kinos einer Stadt sehr genau. Sie wissen auf welcher Leinwand ihr Film am besten ausgewertet werden kann. Wir arbeiten besonders intensiv mit Rapid Eye Movies, Neue Visionen, Edition Salzgeber, Ventura Film und Alamode Film zusammen. Da sind über Jahre Beziehungen gewachsen, in denen sehr offen über das Potenzial eines Filmes diskutiert wird.« Auch in der Planung von thematischen Reihen zum osteuropäischen, nordischen oder afrikanischen Film, tauscht Reuther gern seine Erfahrungen mit Profis aus der Branche aus. Ein weiterer Schwerpunkt seines Programmangebots sind asiatische Filme. Auch für ein anspruchsvolles gesellschaftspolitisches Kino hat sich über Jahre ein Stammpublikum entwickelt. Für den 25jährigen Bernhard Reuther hängt der Erfolg aber nicht von der

Filmkulturelles Engagement

Preise für hervorragende Programme

Gunst der Verleiher ab. Er hat als Filmvorführer angefangen, Eintrittsgelder kassiert und organisatorische Aufgaben in der Durchführung des Filmfestes Dresden übernommen. »Lernen kann man den Beruf eines Kinobetreibers nicht. Aber man kann verstehen lernen, worauf es ankommt, um nicht unterzugehen.« Kino ist für ihn eine Präsentationskultur: Neben dem Programm sind Raumambiente, gastronomische Versorgung, Licht und Ton wichtige Faktoren, um ein Publikum zu finden. Wer die drei Stockwerke durch das Treppenhaus zum »Kino im Dach« läuft, dem ist es besonders ernst mit dem Filmbesuch. »Wie sich alles entwickelt, ist nur von den Besuchern abhängig.«

In Gesprächen mit dem Filmverleih Neue Visionen entstand die Idee, einen eigenen kleinen Filmverleih zu gründen. Der Film »Mein Russland«, Hauptpreisträger des 23. Filmfestival Max Ophüls Saarbrücken 2002 nahm Bernhard Reuther als erste Produktion in den Vertrieb. »Ich wollte den Film für unsere Osteuropäische Filmwoche, und bekam das Angebot, den bundesweiten Einsatz zu koordinieren.« Reuthers erste Arbeitsergebnisse mit seinem Verleih »Zauberland« waren eher durchwachsen. Der Starttermin des Films »Mein Russland« am 20.03.03 war gleichzeitig der Beginn des Irak-Krieges. So erreichte der Film bisher lediglich 3.500 Besucher.

»Aber viele erfrischende Streifen von den Filmhochschulen verdienen es, dass sich jemand um ihre Auswertung im Kino kümmert. Der junge, deutschsprachige Film braucht mehr Aufmerksamkeit.« Wenn Bernhard Reuther beschreiben soll, was das »Kino im Dach« Besonderes zu bieten hat, erklärt er knapp: »Man kann Filme sehen, die man woanders nicht zu sehen bekommt.« ■

Hannelore Adolph

Erstmals vergeben die Mitteldeutsche Medienförderung (MDM) und der Mitteldeutsche Film- und Fernsehproduzentenverband (MFFV) im Jahr 2003 Kinoprogrammpreise in Höhe von insgesamt 40.000 Euro für herausragende Jahresfilmprogramme mitteldeutscher Kinos. MDM Fördermitarbeiter Oliver Rittweger über die Erfahrungen in der Ausschreibung.

Welche der etwa 120 Kinos Mitteldeutschlands konnten sich um den Preis bewerben?

Antragsberechtigt waren gewerblich betriebene Filmtheater. In Ausnahmefällen konnte der Antragsteller auch ein eingetragener Verein sein, wenn nachgewiesen wurde, dass das Filmtheater gewerblich betrieben wird. Dazu kam ein Sonderpreis für alternative Spielstätten, der Organisationen und Einrichtungen auszeichnet, die sich kontinuierlich für den anspruchsvollen Film engagieren, insbesondere in den Bereichen Kinder-, Kurz- und Dokumentarfilm. Kommunale Kinos oder Kinos, die von kommunaler Seite geldwerte Unterstützung oder Erlass von Betriebskosten erhalten, waren vom Antragsverfahren ausgeschlossen.

Wie viele Kinos haben sich beworben?

Insgesamt haben sich 24 Filmtheater beworben, davon sind 15 aus Sachsen, 6 aus Thüringen und 3 aus Sachsen-Anhalt.

Welche Intentionen verfolgen die MDM und der MFFV mit der Vergabe des Preises?

Die MDM als wirtschaftliche Filmförderung sowie der MFFV als Verband der Film- und Fernsehproduzenten Mitteldeutschlands sind stark daran interessiert, dass die mit unseren Mitteln bzw. Kräften produzierten Filme in die Kinos



gelangen und damit dem deutschen, insbesondere dem mitteldeutschen Publikum zugänglich werden. Gleichzeitig möchten wir die mitteldeutschen Kinos zu anspruchsvollen Programmangeboten anregen und ihre bisherigen Bemühungen honorieren. So bietet sich die Möglichkeit, die kulturell engagierten, gewerblichen Kinos der Region zu stärken und zu ihrer Existenzsicherung beizutragen.

Was waren die entscheidenden Kriterien für die Preisvergabe?

Bewertet wurde das Programm nach dem Anteil deutscher, insbesondere mitteldeutscher Filme, europäischer Filme, Kinder- und Jugendfilme, Dokumentar- und Kurzfilme. Wichtig waren auch die Anstrengungen der Betreiber, für ihr Filmprogramm ein Publikum zu finden, vor allem unter Berücksichtigung der Kinokonkurrenz am jeweiligen Standort.

Wer gehörte der diesjährigen Kinoprogrammpreis-Jury an?

In der Jury unter der Leitung von Michael Eckhardt (Cut FilmPresse & MedienEvents, Leipzig) waren Norbert Wehrstedt (LVZ, Leipzig), Horst Martin (Suhl Kino GmbH, Suhl), Wolfgang Burkart (Lux Kino am Zoo, Halle) und Ralf Kukula (Balance Film, Dresden). ■

Interview: Wolfgang Otto

Prädikat: Besonders wertvoll

3. Filmmesse Leipzig

Die Filmmesse Leipzig ist innerhalb von drei Jahren zum größten und wichtigsten Branchenevent der Filmkunstszene geworden. Vom 08.09. bis 12.09.2003 bietet die AG Kino, der Interessenverband der Programmkinos und Filmkunsthäuser in Deutschland, Filmverleihern und Kinobetreibern die Möglichkeit in Foren und Seminaren über Probleme des Filmkunstmarktes zu diskutieren und tragfähige Strategien für die Zukunft zu entwickeln. Eva Matlok, Geschäftsführerin der AG Kino und Burkard Voiges, Mitglied des Vorstandes der AG Kino vorab im Gespräch.

Die Filmmesse der AG Kino bemüht sich um neue Ansätze der Kommunikation aller am Filmkunstmarkt Beteiligten. Gibt es Neuerungen gegenüber dem letzten Jahr?

Matlok: Eine neue Herausforderung für die Besucher wird die enorm erweiterte Programmvvielfalt über nunmehr fünf Veranstaltungstage sein. Interessant ist, dass trotz dieser Verlängerung weit mehr Filmanmeldungen von den Verleihern kamen, als es Programmplätze dafür gab. Diese enorme Nachfrage zeigt neben den wachsenden Teilnehmer- und Besucherzahlen, wie gut sich unser Veranstaltungskonzept bewährt hat.

Voiges: Es ist uns in diesem Jahr gelungen, eine Reihe von Filmen nach Leipzig zu holen, die schon auf internationalen Festivals mit großer Beachtung liefen. Neben vielen neuen deutschen Filmen und einigen amerikanischen Independences, haben wir hochkarätige europäische Produktionen im Programm, die alle erst in den nächsten Monaten mit ihrem Bundesstart national bekannt werden. Zum Beispiel wird der diesjährige Locarno-Gewinner »Kamosh Pani – Silent Waters« im Programmangebot sein.

Die Arbeit in der Vorbereitung der Messe ist demnach einfacher geworden?

Voiges: Es gibt Filmfestivals, überall auf der Welt. Allein in Deutschland 40 bis 50 Festivals – die oft mit sehr wenig Geld und reichlich Engagement ein wunderbares Programm anbieten. Dies sind alles Publikumsveranstaltungen, die in der Regel auch von Branchenteilnehmern besucht werden. Wir haben mit der Filmmesse eine Veranstaltungsform gewählt, die ziemlich einmalig ist: Ein brancheninternes Forum für Filmverleiher und Kinobetreiber, die ihr Publikum in öffentlichen Vorführungen zum Kinobesuch und zu Diskussionen über Filmkunst einladen.

Diese breite Zielgruppe der Filmmesse braucht ein sehr genaues Konzept, um niemanden zu enttäuschen. Die Schwierigkeit in der Vorbereitung liegt in der Abwägung der Einzelinteressen und der Bündelung aller Aktivitäten auf ein gemeinsames Erlebnis, aus dem jeder seinen Nutzen ziehen kann.

Matlok: Nicht nur die Filmmesse, auch Leipzig als Veranstaltungsort hat sich etabliert. Wir bekamen sehr viel positive Resonanz auf die Stadt und die beiden Veranstaltungsorte Passage-Kinos und Schaubühne Lindenfels. Inzwischen sind wir mit unseren Partnern vor Ort ein eingespieltes Team, alles steht unter einem guten Stern und neben den inhaltlichen Vorbereitungen möchte niemand die zwischenmenschlichen Begegnungen missen. Aus der Freude auf dieses Event schöpfen wir eine Kraft, die vieles im Vorbereitungsstress leichter macht.

Wie haben sich die Teilnehmerzahlen der Filmmesse Leipzig entwickelt?

Matlok: Zur 1. Filmmesse 2001 kamen 390 akkreditierte Teilnehmer. 28 Filme von 23 Verleihern standen auf dem dreitägigen Programm. Der Terroranschlag in New York am 11.09.01 gab den Ver-

anstaltungen und den 21 öffentlichen Filmvorführungen eine sehr beklommene Atmosphäre. Auch auf die Seminarthemen »Marketing im Teilmarkt Filmkunst«, »Filmkunst im europäischen Vergleich« oder »Kino & Schule in Deutschland und Europa« konnte man sich angesichts der Bilder aus den USA nur schwer konzentrieren. Zur 2. Filmmesse 2002, mit 41 Filmen von 28 Verleihern, davon 19 Filme in den öffentlichen Vorführungen, kamen 550 akkreditierte Besucher in vier Tagen zu insgesamt 94 Vorführungen nach Leipzig.

2003 stehen 54 Filme und ein Kurzfilmprogramm sowie 27 Filme in 29 öffentlichen Vorführungen auf dem Programm. Die Zahl der Akkreditierungen 2003 wird sich gegenüber 2001 voraussichtlich verdoppeln.

Was gilt inhaltlich als der »rote Faden« auf der jährlich stattfindenden Filmmesse?

Matlok: Das Grundprinzip der Messe besteht darin, in brancheninternen und in öffentlichen Vorstellungen über Filme und deren Herausbringung zu reden. Zu jedem einzelnen Film wird in Diskussionsforen und mit Hilfe eines Fragenbogens ein ausgiebiger Austausch zwischen allen Beteiligten angeregt. Die Ergebnisse dieser Diskussionen geben genaue Rückschlüsse auf das Marketing in der Herausbringung der Filme - Zielpublikum oder die Anzahl der Startkopien lassen sich nun besser einschätzen.

Voiges: Eine zweite wichtige Säule der Filmmesse stellen die thematischen Seminare in der Alten Handelsbörse dar. Wir greifen Themen der Kino- und Filmbranche auf, die von unmittelbarer praktischer Relevanz sind.

Welche Themen stehen 2003 im Ablaufplan?

Voiges: Mit der Einführung des digitalen Kinos steht die Kino- und Verleiherland-



schaft unmittelbar vor dem Umbruch. Unser erstes Seminar »Digitales Kino – Reloaded« knüpft deshalb an die Veranstaltung »Willkommen im Jetzt - Digitales Kino« vom letzten Jahr an, auf dem die technischen Rahmenbedingungen des digitalen Kinos im Vordergrund standen. In diesem Jahr bieten wir im ersten Teil des Seminars, »Digitales Update«, einen Überblick über schon existierende Projekte sowie neue Möglichkeiten im Bereich des digitalen Kinos. Im zweiten Teil des Seminars stellen Björn Koll (Salzgeber & Co. Medien GmbH), Inga von Staden (ProjectScope) und Marlies Weber das Projekt »European DokuZone« vor, ein Netzwerk von Independent Kinos und Verleihern zur digitalen Präsentation von Dokumentarfilmen (Siehe Seite 11). Auch das Seminar »Relaunch des Arthausmarktes« will die Arbeit des Vorjahres vertiefen. Nachdem wir im letzten Jahr eine »Standortbestimmung Programm kino« vorgenommen haben, versucht die AG Kino mit der Präsentation von Ideen für ein Arthauslabel diese Diskussion weiterzuführen.

Aber die Filmbewertungsstelle Wiesbaden »labelt« doch wöchentlich Arthausware mit dem Filmprädikat der Woche?

Uns geht es nicht um ein ideelles Prädikat oder um Steuervergünstigungen, wie sie die prädikatisierten Filme der Filmbewertungsstelle Wiesbaden erhalten. Wir diskutieren bereits über einen längeren Zeitraum mit dem Verband der Filmverleiher und zahlreichen Branchenteilnehmern über ein Qualitätsmerkmal für Kinos, als auch für die Filme, die in diesen Kinos aufgeführt werden. Der Arthausfilm braucht ein Alleinstellungsmerkmal, ein Prädikat oder Zeichen, das eine Wiedererkennung garantiert und die Grundlage für neue kaufmännische Zusammenhänge fixiert. Und diesen kom-

munikativen Aspekt kann ein Label stark unterstützen, wenn es nicht für sich allein steht, sondern von einer Reihe von Marketingmaßnahmen flankiert wird. Matlok: Deshalb werden wir in dem Seminar »Relaunch des Arthausmarktes« diskutieren, wie sich der Arthausmarkt in der Öffentlichkeit stärker profilieren kann, ohne seine Individualität zu verlieren und welche neue Kommunikationsformen im brancheninternen Austausch untereinander und im Umgang mit unserem Publikum benötigt werden. Wir können dazu ein hochkarätige Podien anbieten.

Voiges: Nicht zu übersehen ist die Tendenz, dass immer weniger Filme, von immer mehr Menschen gesehen werden. Gleichzeitig gibt es durch die enorme Steigerung der Anzahl der Filmstarts und dem daraus resultierenden Druck auf die Leinwände immer weniger Filme, die nennenswerte Umsätze machen. Die Multiplexe dominieren in den letzten Jahren mit einer massiven Öffentlichkeitsarbeit den Markt und ihre »Spitzenfilme« erreichen immer mehr Zuschauer. Wenn wir also schon darunter leiden, dass der Filmkunstbereich mit sehr wenig Geld ausgestattet ist, dann müssen wir wenigstens versuchen, die uns zur Verfügung stehenden Mittel effektiv zu nutzen. Und dazu gehört, das wir das Arthaus-Kino sehr viel selbstbewusster als bisher vertreten.

Ein praktisches Beispiel bitte?

Voiges: Eine Hitliste für das Arthaus-Kino. Kinohitlisten werden bisher nach den Besucherzahlen aufgestellt. Es gibt keine Übersicht für unseren Teilmarkt, in dem Qualität eine wichtige Rolle spielt.

Qualität als Stichwort für den »Kinoprogrammpreis Mitteldeutschland«. Wie wichtig sind solche Auszeichnungen?

Matlok: Wenn man anspruchsvolle Filme produziert, benötigt man auch Filmkunst-

Eva Matlok

geboren 1958 in Nürnberg, 1979-1985 Mitarbeit in der Kino Passage Erlenbach (8.000 Einwohner-Ort in Bayern), 1985 Übernahme der Kino Passage, mehrfache Auszeichnung mit dem »Kinoprogrammpreis« des BKM und vom Land Bayern. Seit 1988 Mitarbeit im Vorstand der AG Kino, seit 2000 Geschäftsführerin der AG Kino. Vorsitzende der Kinoprogrammpreiskommission des BKM. Jurymitglied für die Auswahl von BKM-Förderkopien für anspruchsvolle Filme in anspruchsvollen Kinos. Jurymitglied zur Verleihförderung des BKM zur Herausbringung von deutschen Filmen mit maximal 25 Kopien.

Burkhard Voiges

geboren 1955 in Peine, 1978-1990 Mitglied des Medienzentrums »Medienoperative Berlin«, ab 1978 Konzeption und Durchführung »Internationales Videoforum« - heute »Transmediale«, 1989-1995 Leitungstätigkeit beim »Werktheater Wedding«, 1989 Eröffnung des Kinos »Eisenstein« in Berlin, 1992 Gründung der »Timebandits Medien GmbH«, seit 1996 Geschäftsführung/Programmgestaltung »Hackesche Höfe Filmtheater« in Berlin, seit 2001 Geschäftsführung/Programmgestaltung »Freiluftkino Hasenheide« in Berlin, seit 2002 Geschäftsführung/Programmgestaltung »Kant Kinos« in Berlin, seit vier Jahren Vorstandsmitglied der AG-Kino

häuser, die ein Publikum dafür haben. In den vergangenen Jahren hat sich auch in Mitteldeutschland eine Programmkinobewegung mit einem sehr anspruchsvollen Filmangebot entwickelt. Dieses filmkulturelle Engagement wird mit einem Preis in die Öffentlichkeit gebracht (Siehe Seite 6). Die AG Kino hat sich 2001 einstimmig für Leipzig als Standort der Filmmesse entschieden, weil wir damit die gesamte Infrastruktur im Bereich Filmkunst, gerade in den neuen Bundesländern stärken möchten.

Für den Ausbau einer vielfältigen und interessanten Kinolandschaft sind Kinoprogrammpreise sehr wichtig, denn Prämien und Anerkennungen helfen im täglichen Überlebenskampf der Filmkunstkinos und unterstützen einen eigenständigen Programmansatz. ■

Interview: Frank Salender

European DocuZone

Digitaler Dokfilmvertrieb

Vor einem Jahr luden die Mitteldeutsche Medienförderung und die MEDIA Antenne Berlin-Brandenburg im Rahmen des 45. Dokulfestivals Leipzig 2002 zu einem gemeinsamen Workshop in die Alte Handelsbörse ein. Thema war der ungewöhnliche Modellversuch »DocuZone« – ein vielversprechendes Experiment, von Kees Ryninks (Dutch Film Fund) in den Niederlanden organisiert, mit dem Ziel, Dokumentarfilmen einen regelmäßigen Platz im Kino einzurichten. Inzwischen ist das Projekt europaweit vernetzt. Björn Koll, Geschäftsführer der Salzgeber & Co. Medien GmbH und Mitinitiator von »European DocuZone« erläutert das Vorhaben.

Erinnern Sie uns an das vor einem Jahr von Kees Ryninks vorgestellte Projekt, um die Historie von »European DocuZone« zu verstehen.

Kees Ryninks konnte 2000 in den Niederlanden 10 Kinos kostenfrei mit hochwertigen digitalen Projektoren ausstatten. Im Gegenzug dazu verpflichteten sich die Kinobesitzer wöchentlich an einem festen Termin einen Dokumentarfilmplatz auf ihrer Kinoleinwand einzuräumen. Der Programmanbieter war in dieser Experimentierphase die Niederländische Filmförderung, die auch die Kosten für das Premastering der Filme, standardisierte Werbe- und Marketingmaßnahmen pro Titel und die Koordination übernahm. Es wurde damit die Rückkehr des Genres Dokumentarfilm auf die Kinoleinwand erreicht und viele Filme, die sonst nur im Fernsehen ausgewertet worden wären, erhielten eine Chance im Kino und erzielten damit zusätzliche Erlöse für den Filmhersteller. Kees Ryninks Vortrag war sein erster öffentlicher Auftritt in Deutschland und sensibilisierte Verleiher, Filmemacher

und Filmförderer für das Thema.

Inzwischen wurde daraus ein Initiative, die von wem genau getragen wird?

Ein Netz von Verleihern wie die Edition Salzgeber haben im letzten Jahr neben den Niederlanden auch Partner in Slowakien, Österreich, Schweiz, Belgien, Schottland, Spanien und Portugal gefunden, die in Filmkunst- und Programmkinos ihrer Länder digitale Kinoprojektoren installieren wollen. Ein europäisches Projekt mit insgesamt 175 Leinwänden.

Mit welchem technischen und organisatorischen Aufwand wollen Sie das Projekt »European DocuZone« umsetzen?

Wir möchten in Leipzig ein zentrales Payout- und Service-Center für den europäischen Low-Budget-Film aufbauen. Die Filme werden per Satellitenempfang auf einen Server in das Kino übertragen und als digitale Projektion vorgeführt. Den Filmtheatern werden alle Geräte und die notwendige Peripherie kostenfrei installiert. Im Gegenzug verpflichten sich die Kinobetreiber zur Abnahme von jährlich 50 Programmen zum Preis von 100,00 EUR. Natürlich steht es den Filmtheatern frei, das Projektionssystem auch für weitere Vorführungen zu nutzen, allerdings wird dafür eine moderate stundenweise Nutzungsgebühr erhoben.

Da stellt sich jeder Kinobetreiber die Frage, welche Vorteile bei ihm liegen, wenn er sich an dem Projekt beteiligt.

Neben dem kostenfreien Einbau moderner Technik, enormen Einsparungen bei Filmtransporten, zusätzlicher Erlösmöglichkeit durch Übertragung von Live-Events oder Sport-Highlights ist die Projektionsqualität im Vergleich zu einer abgenutzten 35mm-Kopie besser. Für Programmkinos, die meist kleinere Zielgruppen ansprechen, ist es überlebens-



Kees Ryninks, Leiter der Dokumentarfilmabteilung der Niederländischen Filmförderung, bei seinem Vortrag anlässlich des 45. Dokulfestivals in Leipzig am 17.10.2002 in der Alten Handelsbörse Leipzig.

wichtig, alle Zielgruppen zu erreichen. Mit den digitalen Vertriebs- und Projektionsmöglichkeiten können Sie ihr Programmangebot erweitern und auf die Interessen ihrer Zuschauer schnell reagieren. Wir wissen aus der Praxis auch, dass viele kleinere Kinos anspruchsvolle Filme der Majorfirmen anbieten. Spätestens wenn die Technik in den Multiplexen digital ausgebaut wird, müssten die Filmkunstkinos mit ihrer tradierten Technik auf diese Filme verzichten. Das wäre für manche Kinostandorte das Aus.

Welche Vorteile hat eine Verleihfirma?

Wenn man genau auf die Vorteile des Digitalen Kinos schaut, kommt man schnell auf sogenannte »Nischenprodukte«, wie den Dokumentarfilm. Für diese Art Film ergeben sich in der Filmwirtschaft die größten Hindernisse für einen Einsatz im Kino. Aktuell ist man meist mit zwei oder fünf Kopien mehrere Jahre unterwegs, einen Film von Ort zu Ort zum Einsatz zu bringen. Für die Pressearbeit braucht es immer wieder einen neuen Schwung, um den Film in seinem



Einsatzgebiet bekannt zu machen. Wenn das Marketing aber bundesweit zu einem Starttermin koordiniert werden kann, erreiche ich innerhalb eines kurzen Auswertungszeitraumes alle Interessenten. Und dieser Vorteil bezieht sich nicht nur auf den Dokumentarfilm sondern auch auf Kurzfilmprogramme oder thematisch gegliederte Programmangebote. Digitales Kino führt zu einer komplexen und positiven Veränderung der Marktposition der Verleiher, da die Kopienanzahl keine Rolle mehr spielt. Von der erheblichen Kosteneinsparung bei der Herstellung und Untertitelung von 35mm-Kopien abgesehen, wird die Krise der europäischen Kinolandschaft auch zu neuen Formen der Zusammenarbeit mit dem Fernsehen führen.

Welcher Argumente bedienen Sie sich bei den unterschiedlichen Filmförderinstitutionen?

Diese Institutionen kennen die gegenwärtige Situation: Einzelne Filmverleiher erwerben die territorialen Rechte eines Produktes, statt den Film aus und verbuchen die 35mm Kopie in den Kinos. Eine 35mm Kopie kostet ca. 1.200,00 EUR und häufig müssen diese Filme noch mit Untertiteln ausgestattet werden, was Kosten von weiteren 1.200,00 EUR verlangt. Diese Kostenstrukturen führen dazu, dass gerade kleinere Filme entweder gar nicht oder mit sehr wenigen Kopien auf dem Markt vorgestellt werden. Durch die Digitalisierung fallen die Kopienkosten nahezu gänzlich weg. Auch in der Endfertigung eines Films hat die Digitalisierung große Vorteile. Insgesamt entstehen Mindestersparnisse von 25.000,00 EUR pro Film. Eine Umstellung auf eine digitale Projektionstechnik könnte allein in Deutschland pro Jahr Ersparnisse von einer Million Euro bringen. Da die Produktion von Filmen in Europa hoch subventioniert wird, hoffen

wir auf Beteiligung aller Förderinstitutionen an dem Projekt. Unser Konzept geht davon aus, dass etwa 25 Prozent der Kosten von den Regionalförderern für die Kinos finanziert werden.

Neben diesem Kostenmodell werden sich nicht nur die Förderinstitutionen dafür interessieren, welche Filme in das Programm von »European DocuZone« Eingang finden.

Da wird es einen Programmbeirat geben, der alle Wünsche und Anfragen strukturiert. Ein Minimum von 12 dieser Vorführungen sollte für den europäischen Dokumentarfilm reserviert sein, weitere sechs etwa für europäische Events, wie möglicherweise den Europäischen Filmpreis und die restlichen Vorführungen setzen sich aus Dokumentarfilmen zusammen, die von Verleihern oder Produzenten vorgeschlagen werden. Natürlich kann jeder Verleiher die Server und Projektoren darüber hinaus als digitales Netzwerk für die Auswertung seiner Filme nutzen. Wir möchten mit dem digitalen System Standards etablieren, die einen Marktzugang für unabhängige europäische Filme gewährleisten.

Sind die Kinos, die in das Projekt integriert werden sollen, schon gesucht?

Nein, dazu gibt es ein Auswahlverfahren, das in Abstimmung mit der AG Kino stattfindet. Um eine Größenordnung für das Projekt zu definieren, haben wir lediglich bisherige Ergebnisse der Kinos in der Auswertung von Dokumentarfilmen betrachtet. Alle Kinos können sich bewerben. Es wird eine Kommission geben, die diese Bewerbungen bearbeitet. Natürlich wird es in einigen Städten, wo sich viele Kinos an dem Projekt beteiligen möchten – wir aber Konkurrenzsituationen nicht zulassen können – Diskussionen geben. In anderen Städten wer-

Björn Koll
geboren 19.02.1968 in Kiel, aufgewachsen und Abitur in Lüneburg, 1986-1987 Bundeswehr und Umzug nach Berlin, 1988 Studium der Theater-, Film- und Fernsehwissenschaft in Berlin, 1989 Mitarbeiter der Salzgeber & Co. Medien GmbH, seit 1994 geschäftsführender Gesellschafter

den wir Partner werben müssen, um ein flächendeckendes Angebot vorzuhalten.

Was zu Konkurrenzen mit anderen Systemen und Anbietern führen wird?

Über kurz oder lang muss jeder Lizenzanbieter für sich eine digitale Lösung finden. Er wird zur Vorbereitung und für das Überspiel von Daten oder zur Abrechnung der Filme ein Playout-Center nutzen müssen. Es entsteht ein neues Dienstleistungsfeld, das zu einer Veränderung in der Verleihlandschaft führt. Diesen Service werden wir anbieten, also gerade kleineren Verleihern, für die sich kein eigenes digitales Netzwerk rechnet, helfen.

Wann wird diese Zukunftsmusik zum ersten Mal zu hören bzw. zu sehen sein?

Die Festlegung von technologischen Standards, das Checken diverser Softwaresysteme und Datentransportmöglichkeiten wird bis März 2004 andauern. Dann sollte auch die Finanzierung abgeschlossen sein, so dass nach Auftragsvergabe der Einbau der digitalen Technik in die Kinos erfolgen kann. Im September 2004 wird »European DocuZone« die ersten Programme ins Netz stellen. ■

Interview: Wolfgang Otto

Im Rahmen der 3. Leipziger Filmmesse stellen Björn Koll (Salzgeber & Co. Medien GmbH) und Marlies Weber am Dienstag, den 09.09.03 um 17.00 Uhr das Projekt »European DocuZone« in der Alten Handelsbörse Leipzig vor.

Gänsehautstimmung

Neustart nach der Krise

Durch die Vermarktung publikumswirksamer Filme werden die Brüder Michael und Rainer Kölmel Stars in den Zeiten des Börsenbooms und der euphorischen Gründerzeit am Neuen Markt. Alles schien möglich. Doch der kometenhafte Aufstieg der Kinowelt AG endete 2001 mit einem Sturz ins Bodenlose und dem Konkurs. Im Januar 2003 gelingt es den Kölmel-Brüdern, von der Sparkasse Leipzig einen Kredit zur Finanzierung des Kaufpreises von 32 Millionen EUR zu bekommen, mit dem sie das Kerngeschäft der längst nicht mehr ihnen gehörenden Kinowelt zurückkaufen. Sämtliche Unternehmensbereiche der neuen Kinowelt GmbH wurden bis zum 30.06.03 nach Leipzig verlegt. Geschäftsführer Dr. Michael Kölmel über den Neuanfang.

Warum Leipzig? Stadtparkassen und Kredite gibt es bundesweit.

Wir haben auch in anderen Städten mit Kreditinstituten verhandelt. Aber zu Leipzig war von Anfang an eine besondere Beziehung vorhanden, denn man sieht sich im Leben oft zweimal: Im Mai 2000 sprang der Stadt Leipzig der Investor zum Umbau des Zentralstadions ab. Das Projekt wurde neu ausgeschrieben. Als Leipzigs Oberbürgermeister Wolfgang Tiefensee im April 2002 hörte, dass mehrere Investoren beim Rückkauf der Kinowelt absagten, Bürgschaften wegbrachen organisierte er die ersten Kontakte zur Leipziger Sparkasse.

Am 02.06.03 gaben Sie in der ARD-Dokumentation »Einmal Hollywood und zurück« bereitwillig Auskunft über Erfolge und Fehler im Aufstieg und Fall der Kinowelt AG. Wie waren die Reaktionen in der Branche?

Für uns war dieser Dokumentarfilm ein

zweifaches Risiko.

Wir kannten die Intention des Redaktionsteams nicht, wussten also nicht was der Regisseur genau plante. Und die Interviews fingen schon im September 2002 an, zu einem Zeitpunkt, als noch nicht klar war, wie die Geschichte mit dem Rückkauf ausgeht. Der Kredit der Leipziger Sparkasse floss erst am 21.01.03. Jeder Satz den wir sagten, würde also, wenn alles gegen uns lief, hohl und blöd klingen. Das hatten wir immer im Kopf. Für die Dokumentarfilmer war diese Ausgangslage natürlich fantastisch.

Der Film wurde montags ausgestrahlt und am Freitag darauf war die Verleihung des Deutschen Filmpreises. Viele Gäste sagten mir, dass sie von dem Film beeindruckt waren.

Vielleicht müsste man vorher klären, inwieweit Leo Kirch in das aktuelle Rollenspiel eingebunden wird. Berührt Sie der Untergang des Medienunternehmers?

Wo er mir leid tut, und das habe ich auch selbst erlebt, ist der Hochnäsigkeit von Insolvenzverwaltern ausgeliefert zu sein. Kein Respekt vor einem Lebenswerk – das ist alles sehr demütigend. Aber Leo Kirch hat falsche Signale für die gesamte Branche gesetzt. Wenn er als Marktführer schon völlig schief lag, wie sollten die Kleinen klarkommen, wenn diese falschen Markteinschätzungen korrigiert werden.

Das klingt beinahe versöhnlich. Verdrängt man im Blick nach vorn die Ursachen des Zusammenbruchs der alten Kinowelt?

Wir haben immer versucht das Risiko in Grenzen zu halten. Neben vielen Fehlern die einfach entstehen, wenn man durch den Zufluss von immer neuem Kapital schnell wachsen muss, war der Kauf des 300 Millionen Filmpakets

von Warner Bros. sicher der Anfang vom Ende. Wir erhielten nur die TV Rechte und wussten, dass wir damit abhängig von den TV Stationen waren. Aber wir waren uns schon vor dem Kauf mit ProSieben handelseinig. Wir kauften das Filmpaket Ende August 2001. Anfang Oktober hatten wir die Zusage von ProSieben. Die Anzahl der Filme und der Ausstrahlungen sowie die Zahlungstermine – das war alles klar. Ende September folgte auch eine Kinowelt-Kapitalerhöhung und im Dezember ein Abschluss mit Vox, der aber noch unter Gremienvorbehalt stand. Murdoch verkaufte seine Anteile an Bertelsmann. Leo Kirch sagte bei ProSieben nein, und machte den Fernseh-Deal rückgängig.

Er ließ uns einfach »schmoren«, wir kamen in Zahlungsverzug und Warner kündigte den Vertrag. Diesen Verlust konnten wir nicht kompensieren.

Sie selbst kommen aus dem Programmkinobereich, haben über Jahre Filme für Festivals und Art-house-Kinos ausgesucht und verliehen. Warum das Jonglieren mit oft nicht einmal anspruchsvoller Kinoware vor dem kommerziellen Abgrund?

Ich habe 1978 in Göttingen angefangen Kinoprogramme zu gestalten und über Jahre das dortige Filmfest betreut. 1981 kam das erste eigene Kino in Herzberg, einem kleinen Dorf im Harz, dazu. Damals gab es eine völlig andere Struktur im Verleih von Filmen. Häufig lief man guten Filmen selbst hinterher, denn man machte sich als ehrgeiziger Kinobetreiber Vorteile gegenüber der Konkurrenz damit, neue gute Filme im Programm zu haben.

1984 entdeckten mein Bruder und ich den Film »Gregory's Girl« des schottischen Regisseurs Bill Forsyth. Der war hierzulande unbekannt. Wir kauften



die Verleihrechte und gründeten die Kinowelt, um mit dem Film durch die deutschen Kinos zu ziehen. Es gelang uns immer wieder anspruchsvolle und kassenwirksame Filme unter Vertrag zu bekommen, aber wir blieben stets in der Abhängigkeit, unsere Filme zu Märkte zu tragen. Mit den Börsegeldern wollten wir dieses Prinzip umdrehen. Wir wollten einfach unabhängig sein, also so viele Filme haben, dass niemand an uns vorbei kommt.

Schauen wir auf das, was Ihnen nach Insolvenzverfahren und Übernahme-schlacht geblieben ist.

Die Kinowelt GmbH hat alle Firmen aus der AG herausgekauft, die im Bereich Filmrechtevertrieb und -bestand arbeiteten. Das sind der Kinowelt Filmverleih, Arthaus Filmverleih, Filmverlag der Autoren, die sehr komplexe Jugendfilmgruppe und die Kinowelt Home Entertainment – insgesamt 18 Vertriebs- und Lizenzgesellschaften. Nicht übernommen haben wir die Auslandstöchter und die Multiplexe.

Über die Kinowelt Home Entertainment waren sie an dem Hallenser Unternehmen digital images beteiligt. Warum haben Sie diesen Firmenanteil abgegeben?

Zunächst hatten wir diese Beteiligung über unsere Tochter Home Entertainment zurückgekauft. Die technische Bearbeitung und Aufbereitung von Filmen ist aber komplett ein anderes Thema, als Filmrechtehandel oder Filmproduktion. Deshalb haben wir unsere Anteile verkauft und mit dem Käufer ein Kooperationsabkommen geschlossen. So ergab sich in Halle eine gesicherte Auftragslage und digital images kann allein durch unser Auftragsvolumen profitabel arbeiten.

Dann ist im Umkehrschluss der Home Entertainment Bereich auch eine

wichtige Säule in der neuen Kinowelt.

Unsere Aktivitäten richten sich vorerst auf die Bereiche Lizenzvertrieb, Filmverleih und Home Entertainment. Letztere Sparte machte 2002 im Gesamtumsatz des Konzerns etwa 80 Prozent aus. Und wir glauben dieser Markt wächst weiter. Es entstehen durch den Verkauf von DVD-Playern immer neue Zielgruppen, auch Interessenten für Arthaus- und Independentproduktionen. Allein im Oktober werden wir 16 Titel veröffentlichen.

Sehr facettenreich ist auch die erste Verleihstaffel der Kinowelt.

Die Bandbreite reicht von dem neu synchronisierten Zeichentrickfilm »Asterix in Amerika« über den Horrorthriller »Jeepers Creepers 2«, den italienischen Berlinale-Beitrag »Io non ho paura« bis zu »Stille Liebe« des Schweizer Regisseurs Christoph Schaub und Werner Herzogs Tibet-Film »Wheel of Time«, die wir zum Teil auch auf der 3. Filmmesse Leipzig den Programmkinobetreibern vorstellen möchten.

Anfang 2004 erscheint die von BBC und Greenlight Media produzierte Natur-Doku »Deep Blue«. Im nächsten Jahr werden wir das Verleihgeschäft weiter ausbauen, und unser Team, das gegenwärtig in allen Geschäftsbereichen aus 65 Mitarbeitern besteht, stufenweise erweitern.

Von der ursprünglichen Belegschaft in München sind übrigens 23 Mitarbeiter mit nach Leipzig gekommen.

Stichwort: Digitales Kino. Ein Umbruch in der Verleiherlandschaft wird prognostiziert ...

Darüber wird seit Jahren geredet. Das Thema sehe ich emotionslos. Wenn sich ein technischer Standard durchsetzt und sich die Vertriebswege ändern, werden wir uns darauf einstellen. Viel stärker interessiert uns, wie sich das HD-TV bei

Dr. Michael Kölmel

geboren am 31.01.1954 in Karlsruhe, Studium der Mathematik in Göttingen, seit 1978 Filmclubtätigkeit und Programmgestaltung, seit 1981 eigene Kinos, 1984 Promotion in Volkswirtschaftslehre, 1984 Gründung des Kinowelt Filmverleihs, 1987-1989 Chefredakteur der Wirtschaftszeitung »Börse online«, 1990 Gründung eines eigenen Wirtschaftszeitschriftenverlages, 1997 Gründung der Kinowelt AG, 12.05.1998 Börsennotierung am Neuen Markt, 07.05.02 Eröffnung des Insolvenzverfahren über die Vermögen der Kinowelt Medien AG und der Kinowelt Lizenzverwertungs GmbH, 21.01.2003 Rückübernahme des Kerngeschäfts der Kinowelt-Gruppe, 01.07.03 Neubeginn der Kinowelt GmbH in Leipzig

den Privatkunden etabliert, denn da sind wir durch die Kinowelt Home Entertainment mit den technischen Innovationen vernetzt. Deshalb lassen wir eine Vielzahl von Filmen schon heute in einer Qualität auf HD speichern, wie man sie derzeit noch gar nicht vermarkten kann. In Halle entsteht ein HD-Filmager, das uns sehr schnell auf neue digitale Plattformen oder Vertriebswege reagieren lässt.

Zur 3. Filmmesse Leipzig werden Ihnen viele Kollegen begegnen. Was antworten sie auf die Standardfrage: Wie geht's?

Wunderbar, Leipzig hat eine ganz positive Atmosphäre – Gänsehautstimung. Ich habe den Eindruck, das vielleicht aus der Tradition der Messestadt, eine Weltoffenheit da ist, die Leipzig in den Reigen der Medienstädte München, Köln und Berlin tragen kann. Optimismus und Lebensfreude sind mit Händen zu greifen. Die Olympiabewerbung, ein auf den ersten Blick völlig utopisches Ziel, imponiert mir. Ich mag Herausforderungen, die zunächst unwägbar erscheinen, aber die mit einer gewissen Zähigkeit lösbar sind. ■

Interview: Frank Salender



MDM Film Commission Servicestellen Thüringen und Sachsen

Am 26.06.03 wurde mit Unterstützung der STIFT Management GmbH in Erfurt der Service Thüringen der MDM Film Commission offiziell eröffnet. Am 14.07.03 folgte in Zusammenarbeit mit der Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH der MDM Film Commission Service Sachsen. »Damit verkürzen wir den hier aktiven Filmproduzenten die Antragswege und schaffen in den Kommunen die nötige Sensibilität im Umgang mit der Filmbranche«, erläuterte Manfred Schmidt, Geschäftsführer der Mitteldeutschen Medienförderung (MDM), die Motivation zur Einrichtung der Außenstellen. Die Arbeit konzentriert sich vor allem auf die Erfassung der Zuständigkeiten und Ansprechpartner bei der Erteilung von Drehgenehmigungen und die Neuaufnahme und Aktualisierung von Motiven im Location Guide der MDM. »Ein wichtiger Schwerpunkt der Arbeit der MDM ist die noch stärkere Bekanntmachung des mitteldeutschen Medienstandortes. Die MDM Film Commission leistet hier bereits gute Dienste«, begründete Staatsminister Stanislaw Tillich, Aufsichtsratsvorsitzender der MDM, das gemeinsame Interesse von MDM und den beiden Landesregierungen.

Kontakte: MDM Film Commission Service Thüringen, Mainzerhofplatz 14, Aufgang B, D-99084 Erfurt, Silke Egner, silke.egner@mdm-online.de, mobil: +49(0)160-90928406
MDM Film Commission Service Sachsen, Bautzner Straße 45-47, D-01099 Dresden, Claudia Weinreich, claudia.weinreich@mdm-online.de, mobil: +49(0)172-7871720

Größter deutscher DVD-Wettbewerb HAL-Award 2003

Im Rahmen von »d-motion – Konferenz und Festival für Interaktive Medien« vom 27.11. bis 29.11.03 in Halle werden mit dem HAL-Award bereits zum dritten Mal kreative und innovative DVD-Produktio-

nen ausgezeichnet. Noch bis zum 30.09.03 können DVD-Produzenten, Medienkünstler und junge Talente von Hochschulen und Universitäten ihre Projekte einreichen. Es locken Preisgelder in einer Gesamthöhe von insgesamt 30.000,00 EUR. Mit dem HAL-Award werden herausragende Konzepte und deren Umsetzung rund um das Medium DVD prämiert. Eine Fachjury beurteilt die Projekte in den vier Kategorien: Business und Information, Musik, Nachwuchs und Medienkunst. Neben diesen Kategorien vergibt die Stadt Halle zudem einen Sonderpreis.

»d-motion« wird von der Arbeitsgemeinschaft »d-motion – Konferenz und Festival für Interaktive Medien e.V.« veranstaltet und von der RED ONION GmbH in Kooperation mit der Werkleitz Gesellschaft e.V. organisiert.

Info: www.d-motion.de

46. Dokfilmfest Leipzig Sehen, was wirklich los ist

Bis Mitte September entscheidet die Auswahlkommission aus mehr als 2.000 Einreichungen über jene 60 Filme, die auf dem 46. Internationalen Leipziger Festival für Dokumentar- und Animationsfilm in den Wettbewerb um die Goldenen und Silbernen Tauben 2003 treten. Insgesamt werden im Rahmen des Festivals Auszeichnungen im Gesamtwert von knapp 30.000,00 EUR vergeben. Neben den Wettbewerben für Dokumentar- und Animationsfilm bietet das Leipziger Festival einen Überblick über aktuelle deutsche und internationale Produktionen beider Genres, außerdem thematische Sonderreihen, Länderschwerpunkte und Werkschauen einzelner Künstler. 2003 wirft das Festival gemeinsam mit dem Bundesarchiv/Filmarchiv Berlin »Blick/Gegenblick(e)« auf den sowjetisch-russischen Dokumentar-

film. Auch das Animationsfilm-Programm schaut nach Russland und widmet dem »Vater und Begründer des poststalinistischen Animationsfilms«, Fjodor Chitruk, eine Hommage, ergänzt durch eine Werkschau des Animationsfilmers Wadim Kurtschewskij. Mit »Brüder im Trick«, erinnert das Festival an bemerkenswerte Koproduktionen zwischen dem DEFA-Trickfilmstudio Dresden und Sojuzmultfilm Moskau. Eine Hommage an Peter Schamoni und sein dokumentarisches Oeuvre bildet einen weiteren Höhepunkt des Leipziger Programms. Und natürlich gibt es neben Workshops und Diskussionen auch den »FIRST FLUSH – focus junger film« für die jungen FilmemacherInnen sowie die Matinee mit historischen Filmen über die Messestadt. Ganz im Zeichen von Olympia werden die Zeitdokumente dieses Jahr den Schwerpunkt »Sport« haben.

Info: www.dokfestival-leipzig.de

8. Thüringer Mediensymposiums Sport und Medien

Die vielfältigen und wechselseitigen Beziehungen von »Sport und Medien« stehen im Blickpunkt des 8. Thüringer Mediensymposiums, das am 20.11. und 21.11.03 im Messezentrum Erfurt stattfindet. Parallel zum Kongress hat die Messe für Medien, Information und Technologie geöffnet. Kongress und Fachmesse werden gemeinsam vom Thüringer Kultusministerium, der Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) und der Messe Erfurt getragen. Die Themenbereiche »Sport und Ethik« und »Sport und Kommerz« führen beim 8. Thüringer Mediensymposium Medienmacher, aktive und ehemalige Spitzensportler, Medien- und Sportwissenschaftler, Sportfunktionäre, Sportrechtevermarkter und Politiker zusammen. Der traditionel-

Fotos links: »Schutze gets the Blues«
und d-motion 2002

Foto rechts: 7. Thüringer Mediensymposium 2002



le Branchentreff der MDM findet am Vorabend des 8. Thüringer Mediensymposiums, am 19.11.03, um 19.00 Uhr im Panoramasaal des MesseCongress-Centers Erfurt statt.

Info: www.mediensymposium.de

Sprungbrett zum Erfolg backup_festival Weimar

Nachdem »Das Rad«, Gewinner des letzten »backup.award-Publikumspreises«, in der Kategorie »Bester kurzer Trickfilm« 2003 eine Oscar-Nominierung erhielt, sind auch andere Preisträger des MDM-geförderten Festivals erfolgreich. So wurde Mirko Kubein, Student der Bauhaus-Universität Weimar, Fakultät Medien, für seine Arbeit »Loo-sing a Highway« (1. Preis backup.award 2002) beim 21. Filmfest München mit dem »Bild-Kunst Experimental Film Förderpreis«, verbunden mit einem Preisgeld von 25.000,00 EUR, ausgezeichnet. Außerdem erhielt Oliver Held von der Kunsthochschule für Medien Köln für seinen Kurzfilm »Spring« (2. Preis backup.award 2002) den auf 15.000,00 EUR dotierten FFA-Kurzfilmpreis »Short Tiger«. Der Kurzfilm »Neon Eyes«, von Medienstudenten der Bauhaus-Universität Weimar zu Beginn dieses Jahres gedreht, wurde für die 60. Internationalen Filmfestspiele in Venedig nominiert.

Info: www.backup-festival.de/www.uni-weimar.de/medien

Grimme Online Award TV Preis für www.lexi-tv.de

Die Jury entschied am 24.06.03: fünf Internet-Angebote wurden mit dem »grimme-online-award« geehrt, drei Websites in der Kategorie TV und zwei in der Kategorie Medien-Journalismus. LexiTV, eine Produktion der Cine Plus Leipzig GmbH in Zusammenarbeit mit dem Mitteldeutschen Rundfunk (MDR)

und gefördert von der Mitteldeutschen Medienförderung (MDM) wurde in der Kategorie TV für Konzeption und Idee prämiert. Als »Videothek des Wissens« ist »www.lexi-tv.de« ein lexikalisch ausgerichtetes online-Magazin zur gleichnamigen Fernsehsendung des MDR. Begründung der Jury: Die klare Gestaltung und angenehme Farbgebung von LexiTV lädt zum Verweilen ein, die journalistische Aufbereitung der Texte wie auch die Qualität der Darstellungen verleitet zum Flanieren durch die Site. Ganz nebenbei erfährt man Interessantes über Ufos, Tunnel und Türme – Fakten, Anekdoten, Forschungsergebnisse und lexikalische Erklärungen werden zu einer angenehmen Lektüre verknüpft.

Info: www.grimme-institut.de/www.lexi-tv.de

MDM geförderte Filme Mitteldeutsche Festivalpräsenz

Christoph Hochhäuslers Melodram »Milchwald« lief als einziger deutscher Langfilm im Wettbewerb des diesjährigen Festival des Films du Monde in Montréal (27.08. bis 07.09.03). Im vergangenen Jahr feierte das Spielfilmdebüt des HFF-Absolventen im Rahmen des Internationalen Forums des deutschen Films auf den Internationalen Filmfestspielen Berlin seine Premiere. Auf dem Festival International de Cine de Donostia-San Sebastian (18. bis 27.09.03) startet unter den 16 Filmen des diesjährigen Wettbewerbs das Psychodrama »Schussangst« (Regie: Dito Tsintsadze), nachdem der Film auf dem 28. Internationalen Filmfestival Toronto (04.09. bis 13.09.03) zu sehen war. Die mitteldeutsche Produktion »Schutze gets the Blues« (Regie: Michael Schorr) feierte auf den 60. Filmfestival Venedig (27.08. bis 06.09.03) in der renommierten Reihe Upstream ihre internationale Premiere. Das 10. Internationale Filmfest Ol-

denburg (03.09. bis 07.09.03) eröffnete das Spielfilmdebüt von Nicole-Nadine Deppé »Pipermin... Das Leben möglicherweise«.

Auch der Sommer war in diesem Jahr Hauptreisezeit für Filmkopien aus Mitteldeutschland: »Mein Name ist Bach, Johann Sebastian Bach« (Regie: Dominique de Rivaz) kam beim 56. Festival Internazionale del Film Locarno (06.08. bis 16.08.03) auf der Piazza Grande zur Uraufführung. »Bilder finden« (Regie: Benjamin Geissler) war ebenfalls auf dem schweizer Festival zu Gast. »Devot« (Regie: Igor Zaritzki) lief auf dem 10. Internationalen Film Festival Sochi (03.06.03 bis 14.06.03) und wurde auf das 19. Internationale Film Festival Warschau (02.10.03 bis 13.10.03) eingeladen.

Auf dem Lehrplan Lernort Kino 2003

43.000 Schüler aus 1.230 Schulen in Thüringen und Sachsen-Anhalt sahen und diskutierten im vergangenen Herbst in 64 großen und kleinen Filmtheatern beider Bundesländer ausgewählte Filme zu unterschiedlichen Themen. Der überragende Erfolg der Schul-Film-Wochen bewegte die Initiatoren vom Institut für Kino und Filmkultur sowie seine bundesweiten Partner zu einer Fortsetzung von »Lernort Kino«. Erklärtes Ziel ist auch in diesem Jahr die Vermittlung von Filmwissen. Film sehen und verstehen, gehört zu den modernen Kulturtechniken, deren Vermittlung idealerweise zwischen Kino und Schule stattfindet. Dafür öffnet sich der Vorhang vieler Filmtheater erneut – in Sachsen-Anhalt vom 10. bis 14.11.03 und in Thüringen vom 01. bis 05.12.03. Die MDM unterstützt »Lernort Kino« mit 20.000,00 EUR.

Info: www.lernort-kino.de oder Anita Becker,
Tel. 03643 - 77 24 34

MEDIA Antenne Berlin-Brandenburg informiert:

Connecting Cottbus Plattform Ost-West

Das filmwirtschaftliche Forum im Rahmen des 13. FilmFestival Cottbus findet in diesem Jahr vom 04. bis 05.11.03 statt. Bereits zum fünften Mal haben Produzenten und Finanziers aus Ost und West die Möglichkeit, langfristig ins Gespräch zu kommen, um gemeinsam spannende Stoffe für Kino- und Fernsehfilme für den europäischen Markt zu entwickeln. Ziel des Kodevelopment-Treffens ist es, eine Plattform für den Ideenaustausch zwischen Produktionsfirmen aus Ost-, Zentral- und Westeuropa zu bieten, um unterschiedliche Arbeitsweisen, Produktionsmöglichkeiten und Marktbedingungen der verschiedenen Länder kennen zu lernen. Aus aktuellem Anlass stehen in diesem Jahr bei »Connecting Cottbus« die neuen MEDIA Mitgliedsländer Bulgarien, Polen, Tschechien, Slowakien, Slowenien sowie Russland im thematischen Fokus der Keynotes, Panels und bei den Pitching Sessions. Als filmwirtschaftliches Forum des FilmFestival Cottbus bietet »Connecting Cottbus« seinen Gästen dabei die einzigartige Möglichkeit, sich anhand der im Festivalprogramm laufenden Filme anschaulich über aktuelle Produktionen der eingeladenen Firmen zu informieren. Wie schon in den vorherigen Jahren wird »Connecting Cottbus« von der Filmboard Berlin-Brandenburg, der Mitteldeutschen Medienförderung, dem Nipkow Programm Berlin, der MEDIA Antenne Berlin-Brandenburg und dem Ministerium für Wirtschaft des Landes Brandenburg begleitet und unterstützt.

Letzter Termin für die Einreichungen von Projekten war der 01.09.03. Teilnehmer ohne Projekt können ihre Akkreditierung bis zum 01.10.2003 beantragen.
Info: www.connecting-cottbus.de

Internationale Doku-Finanzierung Forum 2003

Das »11. Forum 2003«, ein Treffen für internationale Ko-Finanzierung von Dokumentarfilmen für Filmemacher mit grenzüberschreitenden Ambitionen findet vom 24. bis 26.11.03 in Amsterdam statt und gehört zu den wichtigsten europäischen Veranstaltungen, um internationale Kontakte zu knüpfen und die Interessen internationaler Fernsehsender in Projektdiskussionen aus erster Hand zu erfahren. Die Anmeldung mit Projekt ist nicht mehr möglich, doch auch ein Besuch als Observer lohnt. Anmeldeschluss: 06.10.03, Teilnahmegebühren: 300,00 EUR
Info: www.idfa.nl

Arena für Know-How und Kreativität Berlinale Talent Campus

Vom 07. bis 12.02.04 öffnet der »Berlinale Talent Campus« dem internationalen Nachwuchs erneut das Tor zur Filmwelt. Im Rahmen der 54. Internationalen Filmfestspiele Berlin werden etwa 500 Teilnehmer aus den Bereichen Drehbuch, Produktion, Kamera, Regie, Schauspiel sowie erstmals auch Filmmusikkomposition, Sound Design und Filmschnitt die Möglichkeit haben, von erfahrenen Filmprofis aller Genres, Kulturen und Generationen zu lernen und Kontakte für das zukünftige Berufsleben zu knüpfen
Anmeldeschluss: 10.10.03
Info: www.berlinale-talentcampus.de

Dokumentarfilm-Markt DocsBarcelona

Für das vom European Documentary Network (EDN) organisierte Forum vom 06. bis 08.11.03 in Barcelona können sich europäische Dokumentarfilmproduzenten mit einem Projekt in Form eines einseitigen Treatments in Englisch oder

Französisch bewerben. Aus allen Einreichungen werden 18 Projekte ausgewählt, die vor Vertretern europäischer Fernsehanstalten präsentiert werden. Daneben bietet »DocsBarcelona« auch zahlreiche Filmvorführungen, Diskussionsrunden, Fallstudien und Möglichkeiten, um persönliche Kontakte zu knüpfen. Außerdem werden Treffen zwischen den Produzenten und Fernsehredakteuren organisiert. Anmeldeschluss: 03.10.03
Teilnahmegebühren: 260,00 EUR bzw. 230,00 EUR für EDN Mitglieder
Info: www.docineurope.org

Happening des europäischen Films Cinedays 2003

Vom 10. bis 24.10.03 wird die größte europaweite Promotion für den Europäischen Film, »Cinedays 2003«, zum zweiten Mal stattfinden. Letztes Jahr wurden auf Initiative der Europäischen Kommission zwei Wochen lang europäische Filmklassiker in 200 Städten und 24 europäischen Ländern gezeigt. Jetzt geht die Initiative mit Unterstützung vieler bekannter Filmschaffender in die zweite Runde. Insbesondere beim Zuschauerwachstum soll die Lust auf europäische Filme geweckt werden. Kinos, öffentliche Institutionen, Verbände, Schulen oder TV-Sender können auch in diesem Jahr zum Erfolg beitragen, indem sie sich als Partner durch spezielle Vorführungen und/oder begleitende Veranstaltungen beteiligen.

Info: Marielle Riché, eac-info@cec.eu.int, Fax: (+32-2) 296 73 58, Teilnahmeformulare: http://europa.eu.int/comm/avpolicies/media/cineday_en.html

Rechtshilfe für Profis Essential Legal Framework (E.L.F.)

Am 22.09. und 23.09.03 findet in Berlin ein E.L.F. Seminar zum Thema Copyright Clearance für Filmproduktion,



Connectig Cottbus 2002

Websites sowie deren Entwicklungen in der europäischen Gesetzgebung statt. Außerdem werden Fallstudien von den Teilnehmern und Experten erläutert. Der Workshop gehört zu einer Reihe von Kursen des Erich-Pommer-Instituts, die grundlegende und weiterführende Kenntnisse aus dem Bereich Medienrecht und Medienfinanzierung vermitteln. Anmeldung: sofort, Teilnahmegebühren: 875,00 EUR (inkl. Anmeldung, Kursmaterialien und Unterkunft)

Info: www.epi-medieninstitut.de

Stipendienprogramm Nipkow

Nipkow ist ein Stipendienprogramm, mit dem junge Filmschaffende in Berlin projektbezogene Weiterbildung absolvieren können (Praktika, Workshops). Das Stipendium beträgt 1.500,00 EUR pro Monat, dauert zwischen drei und sechs Monaten und wendet sich an junge europäische Medienschaffende aus Film und Fernsehen mit einer Projektidee für eine Mitarbeit in einem Berliner Unternehmen oder Sender. Das Programm hat ein umfassendes aktives Netzwerk von Filmprofessionellen in West- und Osteuropa aufgebaut, dessen Erfahrungspool von den Stipendiaten während und nach ihrer Zeit in Berlin genutzt werden kann.

Anmeldeschluss: 15.09.03/15.04.04
Info: www.nipkow.de

Dokumentarfilm-Werkstatt Television Business School

Das Intensiv-Seminar zur Entwicklung von Dokumentarfilmen findet vom 15.10. bis 18.10.03 in Lübeck statt. In Expertenvorträgen und durch Fallbeispiele werden von der Entwicklung bis zum Vertrieb alle Phasen einer Dokumentarfilm-Produktion analysiert. In Einzelsitzungen haben die Teilnehmer die

Möglichkeit, ihr Projekt mit einem Tutor zu besprechen. Daneben können sie das Angebot eines individuellen Pitching-Trainings in Anspruch nehmen. Anmeldeschluss: 19.09.03, Teilnahmegebühren: 900,00 EUR inkl. Hotel, Verpflegung und Transfer vom Flughafen
Info: www.mediaschool.org

Entwicklung von Dokfilmen Eurodoc-Script

»Eurodoc-Script« richtet sich an europäische Dokumentarfilmregisseure, die ein Projekt für den internationalen Markt entwickeln wollen. Dieses zweiteilige Seminar beinhaltet kreative sowie wirtschaftliche Aspekte der Projektentwicklung von Dokumentarfilmen. Der erste Seminarkurs beschäftigt sich gezielt mit dem narrativen, visuellen und filmischen Potenzial der Teilnehmerprojekte. In einem zweiten Kurs erhalten die Teilnehmer dann die Gelegenheit, ihre Projekte internationalen Verleihern und Produzenten zu präsentieren. Zwischen den Kursen erfolgt eine Online-Betreuung. Geplante Termine sind fünf Tage im November oder Dezember 2003 in Wien und fünf Tage im April 2004 Italien oder Frankreich.

Anmeldeschluss: 15.09.03, Teilnahmegebühren: 1.600,00 EUR
Info: www.eurodoc.asso.fr

Aktuelle MEDIA-Aufrufe i2i Audiovisual (Aufruf EAC 21-2003)

Europäische Produzenten können die Unterstützung eines Teils der Kosten für Risiko- und Finanzierungskosten sowie den Completion Bond einer Produktion bis zum 19.09.03 beantragen. Voraussetzung ist, dass die beantragende Firma eine MEDIA Plus Slate Förderung erhalten hat oder mit einer der Banken im Verbund der Europäischen Zentralbank zusammenarbeitet.

TV-Ausstrahlung (Aufruf 85/2002)

Europäische Produzenten können bis zum 03.11.03 die Unterstützung für die TV-Ausstrahlung von Fernsehprogrammen (TV-Spiel-, Dokumentar- und Animationsfilme) beantragen, an deren Finanzierung mindestens zwei Sender aus zwei Sprachgebieten beteiligt sind.

Promotion (Aufruf 65/ 2003)

Maßnahmen, die der Promotion des Europäischen Filmes dienen bzw. den Marktzugang für Produzenten erleichtern, können nun wieder für Veranstaltungen im Jahre 2004 beantragt werden. Veranstaltungen, die in der Zeit vom 01.01.04 bis zum 31.03.04 fallen, können bis 22.09.03 eingereicht werden. Veranstaltungen in dem Zeitraum vom 01.04. bis 31.12.04 müssen bis zum 31.10.03 eingereicht werden.

Info: www.mediadesk.de

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 Mitgliedsländer (Stand August 2003)

Belgien, Bulgarien, Dänemark, Deutschland, Estland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Großbritannien, Irland, Island, Italien, Lettland, Liechtenstein, Litauen, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Portugal, Schweden, Slowakien, Slowenien, Spanien, Tschechische Republik und Zypern

Rechts: MDM Panel auf dem Medientreffpunkt Mitteldeutschland 2003

European Animation Masterclass

Nach fünfmonatiger Fortbildungsmaßnahme an der Fernseh Akademie Mitteldeutschland (F.A.M.) beendeten Anfang August zehn Absolventen die diesjährige European Animation Masterclass (EAM). Lernen konnten die zehn Schüler in den vergangenen Wochen von Kennern der Animationsbranche: von Regisseur Raimund Krumme, Walt-Disney-Zeichner Dan Boulos und dem Prager Spezialisten für Animation Petr Fasiánek. Mittels Kreativität und Engagement der Schüler sowie professioneller Unterstützung durch die Cheftrainer entstanden im Rahmen der Abschlussarbeiten zehn thematisch sowie stilistisch unterschiedliche Zeichentrickfilme. Diese einminütigen Animationsfilme wurden am 01.08.03 mit großem Erfolg vor Publikum in Halle gezeigt.



Abschlussmeeting European Animation Masterclass 2003



Medientreffpunkt Mitteldeutschland

Trotz der Branchenkrise verlor der Medientreffpunkt Mitteldeutschland vom 12.05. bis 14.05.03 in Leipzig nicht an Relevanz und Akzeptanz. Die Teilnehmeranzahl konnte im Vergleich zum Vorjahr stabil gehalten werden. Zudem wurde die Ausweitung des öffentlichen Veranstaltungsteiles im Leipziger Hauptbahnhof mit großer Resonanz belohnt. Auf dem Panel »Bürgerschaftsmodelle zur

Filmfinanzierung – Chancen und Schwachstellen« betonte Manfred Schmidt, Geschäftsführer der MDM, dass die Filmförderung in Mitteldeutschland den Erhalt einer vielfältigen Produzentenlandschaft stützt. Auch zum Thema »Reform der Filmförderung des Bundes – Mehr Qualität zu geringeren Preisen« organisierte die MDM ein hochrangig besetztes Panel.





Foto oben: Sabine Helmboldt-Quintett

Fotos unten: Michael Kölmel und Wolfgang Matschke, Jörg Rothe und Ralf Kukula, Manfred Schmidt und Paul Smaczny

MDM Sommerfest

Am 25.06.03 hatte die Mitteldeutsche Medienförderung (MDM) zum ersten MDM Sommerfest in das Haus Auensee Leipzig eingeladen. Trotz beginnender Ferienzeit kamen über 300 Filmschaffende zur Open-Air-Party, um in anregenden Gesprächen Projekte und Vorhaben zu diskutieren sowie neue, interessante Kontakte zu knüpfen. In entspannter Atmosphäre, die das Sabine Helmboldt-Quintett mit virtuossem Jazz umrahmte, konnten als besondere Attraktion der Auenwald im Leipziger Norden mit der Liliputeisenbahn durchfahren werden. Applaus gab es für EuroArts Music, die drei Jahre nach Bewilligung eines MDM Darlehens in Höhe von 511.290,00 EUR für das TV-Event »24 hours Bach« die Hälfte zurückzahlte und dies symbolisch mit einer Scheckübergabe dokumentierte. Zum Erfolg des Abends trugen natürlich auch wieder Sponsoren bei: herzlichen Dank an das Weingut Kloster Pforta, die Brauerei Wernesgrün und die TexMex-Bar Cantina Mescal.



In 80 Tagen um die Welt

Hollywood in Görlitz

Für fünf Tage verwandelte die internationale Produktion »In 80 Tagen um die Welt« den Untermarkt in Görlitz zum Paris des 19. Jahrhunderts. Für die insgesamt 114 Millionen Dollar teure Neuverfilmung des Jules-Verne-Klassikers entstanden vom 23.06. bis 27.06.03 in den Kulissen der Altstadt etwa 15 Minuten Film. Ein Aufwand, der sich rechnet, nicht nur für die Filmproduzenten.

»Für internationale Produzenten – Film wie Fernsehen – zählt, was am Ende unter dem Strich als Produktionskosten steht«, erklärt Henning Molfenter, deutscher Koproduzent vom Studio Babelsberg Motion Pictures. Er visualisierte und kalkulierte in der Region Brandenburg, Berlin und Mitteldeutschland das Filmprojekt »In 80 Tagen um die Welt«, so dass es für die in Hollywood ansässige Firma Walden Media Production von Interesse war, für die Produktion des

Films nach Deutschland zu kommen.

»Die Motive vor Ort sind ausgezeichnet. Dies zeigt sich nicht zuletzt in der Tatsache, das ein Film wie »In 80 Tagen um die Welt« bis auf die Südsee-Bilder hier gedreht werden kann. Preislich können wir Städte wie Paris, London oder Rom grundsätzlich unterbieten, bei den osteuropäischen Mitbewerbern wie Prag oder Budapest hängt unsere Konkurrenzfähigkeit sehr von dem jeweiligen Projekt ab. Und da ist die finanzielle Unterstützung der Länderförderungen – in welcher Höhe auch immer – ein ganz wesentlicher Faktor der Akquise, denn diese Mittel helfen, um Nachteile im europäischen Wettbewerb auszugleichen und damit Geld, viel mehr als die Förderung selbst, nach Deutschland zu holen.«

Kein Zweifel, der Produktionsstandort Deutschland, und dabei insbesondere Mitteldeutschland, gewinnt zunehmend



METRIX Digitale Postproduktion



- Sounddesign
- Filmmischung
- Sprachsynchron
- Geräuschsynchron

www.metrixmedia.de
Ein Unternehmen aus Sachsen-Anhalt



an Bedeutung. »Wichtig sind für uns als wirtschaftlich orientierte Filmförderung natürlich die ›harten‹ Effekte dieser Produktion für die Region«, begründet Manfred Schmidt, Geschäftsführer der Mitteldeutschen Medienförderung (MDM) das finanzielle Engagement. »Diese kommen einerseits direkt der ansässigen Wirtschaft zugute, stärken aber auch das gesamte Umfeld. Der zusätzliche Anreiz in Sachsen zu drehen, die Fördersumme von 500.000,00 EUR, wird in Görlitz einen Regionaleffekt von mehr als 300 Prozent, also Produktionsausgaben in Höhe von etwa 1,5 Millionen EUR erreichen. Auch der nicht unerhebliche Imagegewinn für die Region spielte bei den Überlegungen zur Förderung eine Rolle. Und der Dreh für ›In 80 Tagen um die Welt‹ steht nach ›Taking Sides‹ mit Harvey Keitel, ›Luther‹ mit Joseph Fiennes und ›The Tulse Luper Suitcase‹ mit J.J. Field in einer für Mitteldeutschland wichtigen Tradition. Weite-

re internationale Koproduktionen sind bereits in der Planung. Aber kein Medienstandort in Deutschland kann heute isoliert betrachtet werden. Darum ist auch die Kooperation mit der Filmboard Berlin-Brandenburg wichtig – in Zeiten knapper werdender öffentlicher Mittel profitieren beide Regionen davon.«

In Görlitz selbst haben sich der Einzelhandel und die Restaurants auf den Besuch der 350köpfigen Crew eingestellt. Die Menüs wurden auf internationale Speisen aus aller Welt zugeschnitten, die Ladenöffnungszeiten erweitert, um den Filmemachern auch nach Drehende noch Möglichkeiten zum Shopping zu geben. Eine Werbeagentur der Stadt hat Görlitz bereits zum Hollywood Deutschlands erkoren: Die Postkarten mit den heiligen Lettern, fotografiert in die Oberlausitzer Stadtkulisse, sind ein Renner in vierter Auflage. ■
Hannelore Adolph

Görlitz: 74. bis 78. Drehtag

Im Unterschied zu der Verfilmung 1956 mit David Niven und der Fernsehversion 1985 mit Pierce Brosnan, steht diesmal der Diener Passepartout, gespielt von Jackie Chan, im Mittelpunkt des in 87 Drehtagen verfilmten Geschehens. In der historische Altstadt Görlitz entstehen vor allem Stuntszenen, denn Passepartout soll in letzter Sekunde das Seil eines Ballons erreichen, mit dem sein Herr Phileas Fogg (Steve Coogan) und Monique (Cécile de France) flüchten wollen. Doch Passepartout, auf den sonst immer Verlass ist, ist drauf und dran, dem Charme einer schönen jungen Pariserin zu erliegen und dafür seinen Herrn im Stich zu lassen. Er kommt in letzter Sekunde, klettert und springt ... Etwa 400 Görlitzer Komparsen wurden für die Dreharbeiten benötigt.

Fotos links: Fototermin Jackie Chan, Setbesuch Felix Neunzerling, Michael Sagurna, Stanislaw Tillich und Manfred Schmidt



Demnächst in Leipzig: Steinbergs State-of-the Art DAW in der neuesten Version.

Optimale Bedingungen für Fernsehen und Kino

finden Sie in der Postproduktion von Studio Babelsberg.

Ob Tonmischung, Geräuschsynchronisation, Schnitt oder Kopierung – unser erfahrenes Post Production Team garantiert für jede Film- oder Fernsehproduktion die optimale Realisierung.

Studio Babelsberg GmbH

Mandy Rahn, Leitung Postproduktion
Tel: +49 (0)331/72-134 20, Fax: +49 (0)331/72-120 24
mrahn@studiobabelsberg.com
Zweigniederlassung Leipzig, Hainstr. 19, 04109 Leipzig
leipzig@studiobabelsberg.com
Tel: +49 (0)341/913 68 30, Fax: +49 (0)341/913 68 59
www.studiobabelsberg.com

NUENDO 2.0
media production system

Steinberg Media Technologies GmbH
Neuer Hoeltigbaum 22-32
D-22143 Hamburg
Tel.: +49 (4)0 / 210 35 -0
Fax: +49 (4)0 / 210 35 300
email: info@steinberg.de
www.steinberg.de



STUDIO BABELSBERG



Bernsteinamulett

ARD-Zweiteiler

Drehstart 10.07.03: Im altmärkischen Dorf Krumke bei Stendal entsteht die große Familiensaga »Das Bernsteinamulett«. Der Film nach dem gleichnamigen Bestseller von Peter Prange erzählt eine Liebesgeschichte aus den Wirren der letzten Kriegsjahre.

»Das Bernsteinamulett« ist eine Produktion der Ziegler Film GmbH & Co. KG in Koproduktion mit der ARD/DEGETO und wird von der Mitteldeutschen Medienförderung (MDM) mit 400.000,00 EUR unterstützt.

Als Peter Prange 1989 die Bilder flüchtender DDR-Bürger sah, die sich in Un-

garn durch einen Zaun in den Westen zwängten, kam ihm die Idee zum diesem Buch. Inspiriert von den Ereignissen schrieb er in 12 Monaten die Geschichte einer Familie zwischen 1945 und 1990. Als Regina Ziegler den Roman las, war sie sofort begeistert und mit der ARD als Koproduzent konnte der Stoff für die Verfilmung vorbereitet werden. Für den ausführenden Produzenten Wolfgang Hanke begann jetzt eine Sisyphosarbeit. Über 320 Schlösser wurden inspiziert und etwa 200 Ausstatter besucht. Der marode Charme des Krumker Schloss erwies sich dann als Glücksgriff. Nachdem die Episoden aus den 90er Jahren abgedreht waren, richteten einheimische Handwerker das Anwesen für die Zeit um 1945 originalgetreu wieder her. Für die verschiedenen Massen-

szenen castete das Produktionsbüro mehr als 1.000 Komparsen aus Krumke und Umgebung. Auch Autor Peter Prange ist von Location und Besetzung begeistert: »Ich bin glücklich wie ein kleines Kind, dass ich in diese Welt eintauchen und mit meinen eigenen Phantasiefiguren wieder zum Leben erwecken kann.«

Das Drehbuch zum Film wurde von dem Autorenpaar Sue und Wilfried Schwerin von Krosigk geschrieben. Die Regie übernahm Gabi Kubach. Mitte August unterbrach die Crew die Dreharbeiten und wird im Dezember wieder in die Altmark zurückkehren, um die Winter-einstellungen zu drehen. Gesendet wird der Zweiteiler voraussichtlich 2004, exklusiv in der ARD-Prime-Time. ■

André Schaller

Bibi Blocksberg II

Hexerei in Schulpforta

Bibi Blocksberg kehrt in die Kinos zurück. Über 2,15 Millionen Zuschauer konnte der erste Teil in die deutschen Kinos locken und wurde damit 2002 der erfolgreichste deutsche Film. »on location« des zweiten Teils ist in der Landesschule Pforta bei Naumburg.

Es gab in der Vergangenheit zahlreiche Versuche, die Realverfilmungsrechte an »Bibi Blocksberg« zu erwerben. Doch erst die erfolgreichen Kästner-Adaptionen »Pünktchen und Anton« und »Emil und die Detektive« konnten den Rechteinhaber, die Kiddinx AG, davon überzeugen, dass man auch in Deutschland gute und erfolgreiche Kinder- und Jugendfilme realisieren kann. Nun, nach dem

großen Erfolg von Bibi Blocksberg I war es klar, dass die Zusammenarbeit fortgesetzt würde. Die Drehbucharbeit für den zweiten Teil war schon längst im Gange, als die Produzentin Uschi Reich während der Dreharbeiten »Das fliegende Klassenzimmer« zum ersten Mal in Schulpforta weilte, dem alten Zisterzienserkloster und Internat, an dem einst Nietzsches Vater Lehrer war, und das so berühmte Schüler wie Klopstock, Fichte und Nietzsche beherbergte. Sofort war ihr klar, dass dies eine der Hauptkulissen für den neuen Bibi-Blocksberg-Film sein sollte. Das geheimnisvolle Äußere der Schule war die glaubwürdigste Heimat für die blauen Eulen, die im zweiten Teil eine wichtige Rolle übernehmen würden. Mitte August 2003 war es soweit: Die Landesschule Pforta in Schulpforta und der Naumburger Markt fungieren bis Mitte September als Drehorte für die fil-

mische Umsetzung des Hörspielklassikers. Neu im zweiten Teil »Bibi Blocksberg und das Geheimnis der blauen Eulen« ist Regisseurin Franziska Buch (»Emil und die Detektive«). Das Drehbuch schrieb wieder Elfie Donnelly. Alle hochkarätigen Darsteller wirken ebenfalls wieder mit: Sidonie von Krosigk, Katja Riemann, Ulrich Noethen, Corinna Harfouch und Monika Bleibtreu. Bibis Freundin Elea wird von der 13jährigen Marie-Luise Stahl aus Erfurt gespielt. Der Gesamtetat des Films, der im Herbst 2004 in die Kinos kommen soll, beläuft sich auf 6,5 Millionen EUR.

Die MDM unterstützt die Produktion mit 500.000,00 EUR. Nach Abschluss der Dreharbeiten am 30.10.03 geht der Film in die digitale Postproduktion, die aufgrund der zahlreichen Tricks und Effekte rund sechs Monate dauern wird. ■

Hannelore Adoph

v.l.n.r.

Das Bernsteinamulett, Bibi Blocksberg II,
Gestrandet, Nachbarinnen

Gestrandet

Vater-Sohn-Geschichte

In der gemeinsamen Programmwerkstatt »Ostwind« bieten das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF) und der Rundfunk Berlin-Brandenburg (RBB) jungen Talenten und originellen Projekten eine Chance, einmal andere Geschichten aus dem sich verändernden Osten zu erzählen.

Dabei interessiert nicht das »große« politische Geschehen, sondern das ganz »normale« Leben in seinen verschiedenen Facetten. »Ostwind« versteht sich nicht als reines Filmfinanzierungsmodell, sondern als dramaturgische Werkstatt. Zusammen werden die 12 Filme dieser

Reihe ein Bild des Wandels im Osten ergeben, das sonst in den Medien nicht zu finden ist. Annedore von Donop, Redakteurin des ZDF/Das Kleine Fernsehspiel wurde durch das Lektorat eines unaufgefordert eingesandten Drehbuchs auf die Autoren Sarah Esser und Ivan Dimov aufmerksam. Auf deren Schreibpotenzial aufbauend, entwickelten sie gemeinsam mit den Autoren einen neuen Stoff, Arbeitstitel: »Gestrandet«, für die Reihe »Ostwind«: Ben ist Anfang zwanzig und wohnt mit Karl, seinem übergewichtigen, arbeitslosen Vater, in einer winzigen Wohnung am Stadtrand von Halle. Bens Traum ist es, eines Tages die Welt zu bereisen und darüber zu schreiben. Noch jobbt er aber nur als Auslieferer von Reiseprospekten und verfasst heimlich fiktive Reiseberichte auf selbstgebastelten Post-

karten, die er an Unbekannte verschickt. Die Dreharbeiten für diese liebevoll und authentisch erzählte Vater-Sohn-Geschichte fanden zwischen dem 07.07. und dem 17.08.03 in Halle und Leipzig statt – für die Regisseurin Susanne Zacharias, nach einigen Kurzfilmen und Dokumentationen, der erste abendfüllende Spielfilm. Mit Peter Kurth, Hanno Koffler und der aus Magdeburg stammenden Newcomerin Marie Rönnebeck konnten junge überzeugende Darsteller gewonnen werden. »Gestrandet« ist eine Produktion der Flying Moon Filmproduktion GmbH Halle in Zusammenarbeit mit dem ZDF, dem RBB und der Hochschule für Film und Fernsehen »Konrad Wolf«. Die MDM unterstützt das Projekt mit 350.000,00 EUR. ■

André Schaller

Nachbarinnen

Beziehungsdrama

Regisseurin Franziska Meletzky wählte als Drehort für ihre Diplomarbeit an der Hochschule für Film und Fernsehen (HFF) »Konrad Wolf« die alte Heimat, das Plattenbaugebiet Leipzig Mockau. Innerhalb von 28 Drehtagen wurden 115 Szenen auf über 10.000 Meter Zelluloid gebannt.

Drehbuchautorin Elke Rössler schlug ihrer Regie-Kollegin Franziska Meletzky zunächst ein Roadmovie mit zwei Frauen Ende zwanzig vor. Doch nach ersten Besprechungen der beiden Studentinnen entwickelte sich die jetzige Geschichte, ein Kammerspiel, in dessen Zentrum die ungewöhnliche Beziehung zweier Frauen steht: Die Paketfahrerin Dora fährt

tagaus tagein durch das Viertel ihrer Vorstadt. Die Leute kennen sie und warten auf ihre Pakete. Aber auf Dora wartet nach Dienstschluss niemand, sie lebt allein und zurückgezogen. Plötzlich kommt sie nicht umhin, ihre eines Verbrechens beschuldigte polnische Nachbarin Jola, in ihrer Wohnung zu verstecken und entwickelt dabei eine starke Zuneigung zu ihr. Die entstehende Nähe konfrontiert die Frauen miteinander und mit sich selbst... Für Franziska Meletzky stand die Idealbesetzung für ihren Film von Anfang an fest: Dagmar Manzel, die polnische Schauspielerinnen Grazyna Szapolowska und Jörg Schüttauf. Gedreht wurde in Leipzig-Mockau. Hier ist die Regisseurin in einem Plattenbau aufgewachsen und genauso stellt sie sich die Atmosphäre des Films vor. Am Dreh in einer »Platte« reizt Meletzky die neue Perspektive, die dieses Motiv bietet. Be-

wusst spielt die Geschichte nicht in einer großen geräumigen Altbauwohnung. Eine Plattenbauwohnung mit ihren engen, niedrigen Räumen spiegelt die bedrückende Lage der Gefangenschaft, in der sich Jola befindet, viel besser wieder. Um diese beinahe klaustrophobische Atmosphäre mit der Kamera festhalten zu können, entschied sich das Filmteam dafür, die Wohnungsszenen im Studio zu drehen. Im Studio 3 der Media City in Leipzig wurde dafür die Wohnung der Dora nachgebaut.

»Nachbarinnen« ist eine Koproduktion der JUNIFILM GmbH Berlin und der ELKON Mitte GmbH Leipzig in Zusammenarbeit mit dem Rundfunk Berlin-Brandenburg (RBB) und der FFH »Konrad Wolf« Potsdam-Babelsberg. Gefördert wird das Projekt auch von der MDM mit 380.000,00 EUR. ■

Wolfgang Otto



8. Thüringer Mediensymposium

Sport und Medien

Die **Fachmesse** für Medien, Information und Technologie bietet eine überregionale Plattform zur Kommunikation und Kooperation zwischen technischen Dienstleistern, Produktionsfirmen, Radio- und Fernsehanstalten, Printmedien, Verlagen und Endverbrauchern. Das „**Forum Marketing**“ als Marktplatz für den zielgerichteten Dialog bietet mit seinem umfangreichen Vortragsprogramm sowie den Ausstellungsflächen in der Messehalle ideale Präsentations- und Informationsmöglichkeiten für Marketingexperten, Agenturen und Produzenten.

Der **Kongress** führt Medienmacher, aktive und ehemalige Leistungssportler, Medien- und Sportwissenschaftler, Sportfunktionäre, Rechtevermarkter und Politiker zusammen, um die vielfältigen und nicht immer problemfreien Beziehungen von „Sport und Medien“ zu diskutieren.

20. und 21. November 2003
MesseCongressCenter Erfurt

Organisation

Messe Erfurt AG

Gothaer Straße 34, 99094 Erfurt

Ansprechpartnerin: Anke Fischer

Telefon: 03 61 - 4 00 18 20

e-mail: info@messe-erfurt.de

www.mediensymposium.de



Thüringer
Kultusministerium



Thüringer
Landesmedienanstalt

**MESSE
ERFURT**

Förderentscheidungen

Sitzung am 18.06.2003

Produktionsförderung:

Bibi Blocksberg II

Genre: Family Entertainment
Antragsteller: Bavaria Filmverleih- und Produktions GmbH
Produzent: Oliver Nommsen
Autor: Elfie Donnelly
Regie: Franziska Buch
Inhalt: Zweite Realverfilmung des erfolgreichen Kinderhörspiels. Bibi Blocksberg begibt sich auf die Suche nach dem Geheimnis der blauen Eule.
Fördersumme: 500.000,00 EUR

Badenheim

Genre: Tragikomödie
Antragsteller: Cine Images Filmproduktion GmbH
Produzent: Maik Plewnia, Horst Knechtel
Autor: Joseph Goldmann
Regie: Menahem Golan
Inhalt: Die surreale Tragikomödie erzählt die Geschichte einer gutbürgerlichen Gesellschaft, die sich 1939, wie alle Jahre zuvor, zu einem Festival in einem kleinen lausichigen Kurort einfindet. Doch dieses Mal kündigt sich eine unheilvolle Veränderung an – das Gesundheitsamt stellt den Ort unter Quarantäne und alle Besucher werden auf eine Zugfahrt nach Polen eingeladen.
Fördersumme: 500.000,00 EUR

Hunger auf Leben

Genre: Drama
Antragsteller: Saxonia Media Filmproduktion GmbH
Produzent: Andreas Born
Autor: Scarlett Kleint
Regie: Markus Imboden
Inhalt: Der Film erzählt auf der Grundlage der Tagebücher von Brigitte Reimann die ungewöhnliche Geschichte einer außergewöhnlichen Schriftstellerin und faszinierenden Frau, die nach einem Weg zwischen gesellschaftlicher Anpassung und künstlerischer Selbstverwirklichung sucht.
Fördersumme: 300.000,00 EUR

Das Bernsteinamulett

Genre: Familiensaga
Antragsteller: Ziegler Film GmbH & Co.KG
Produzent: Wolfgang Hantke
Autor: Sue und Wilfried Schwerin von Krosigk
Regie: Gabi Kubach
Inhalt: Der Film nach dem gleichnamigen Bestseller von Peter Prange erzählt eine ergreifende Liebesgeschichte aus den Wirren der letzten Kriegsjahre. Barbara und Alexander Reichenbach halten 1994 ein Familientreffen mit ihren drei Kindern im ehemaligen Familiensitz Schlossgut Hagenow ab und erzählen von Liebe, Krieg, Intrigen, Flucht und dem »Bernsteinamulett«.
Fördersumme: 400.000,00 EUR

Projektentwicklung:

Nix auf der Reihe – alles im Griff

Genre: Sitcom (TV-Serie)
Antragsteller: Kinderfilm GmbH
Produzent: Ingelore König
Autor: Ulrike Bliefert Kish
Inhalt: Zwei benachbarte und teilverwandte Familien meistern das alltägliche Chaos.
Fördersumme: 49.000,00 EUR

Pakettförderung:

Flying Moon

Antragsteller: Flying Moon Filmproduktion GmbH
Fördersumme: 100.000,00 EUR

Drehbuchförderung:

Albertine und das Geheimnis des Zati Songor

Genre: Kinderfilm
Antragsteller: Mediopolis GmbH
Produzent: Alexander Ris, Jörg Rothe
Autor: Frank Maria Reifenberg, Jan Strathmann

Inhalt: Albertine erbt von ihrer Tante Lizzi eine geheimnisvolle Villa und findet mit dem schrägen Monsieur Flip und den Zwillingen Till und Knobel eine neue Familie. Aber Tante Bora, der fiese Bollenstiel und ihre eigene Neugier haben sich gegen das Mädchen verschworen.
Fördersumme: 17.500,00 EUR

Verleih/Vertrieb

Fiasco

Genre: Komödie
Antragsteller: Atlas Intermedia Film+Medien Vertriebs GmbH
Fördersumme: 77.000,00 EUR

Kinder des Olymp

Genre: Filmklassiker
Antragsteller: Atlas Intermedia Film+Medien Vertriebs GmbH
Fördersumme: 135.000,00 EUR

Luther

Genre: Historiendrama
Antragsteller: NFP Neue Filmproduktion tv GmbH
Fördersumme: 250.000,00 EUR

Sonstige Vorhaben

Lernort Kino – Schul-Film-Woche in Thüringen und Sachsen-Anhalt

Antragsteller: Institut für Kino und Filmkultur
Fördersumme: 20.000,00 EUR

8. Internationales Kinderfilmfestival Schlingel

Antragsteller: Sächsischer Kinder- und Jugendfilmdienst
Fördersumme: 15.000,00 EUR



v.o.n.u.:
Das Bernsteinamulett,
Fiasco,
Luther



backup 2002

Einreichtermine

Mitteldeutsche Medienförderung www.mdm-online.de
06.10.03

Filmförderungsanstalt www.ffa.de
programmfüllende Filme: 30.09.03
Verleih/Vertrieb: 30.09.03
Videoprogrammanbieter: 30.09.03
Videotheken: 30.09.03
Filmtheater: 30.09.03
Drehbücher: 30.09.03
Forschung/Rationalisierung: laufend
Filmberufliche Weiterentwicklung: laufend
Deutsch-Franz. Förderabkommen: 30.09.03

Kulturelle Filmförderung des Bundes
www.filmfoerderung-bkm.de
Verleihförderung 31.10.03

MEDIAplus www.mediadesk.de
Projektentwicklung (Development)
Einzelprojekte/Single Projects
(Spielfilm, Kreativer Dokumentarfilm, Animation,
Multimedia)
voraussichtlich ab November 2003 fortlaufend

Packetförderung/Slate Funding
voraussichtlich ab November 2003 fortlaufend

Vertrieb und Verleih (Distribution)
Kino selektiv (88/2002)
01.12.03
TV – Ausstrahlung (85/2002)
03.11.03

Promotion (65/2003)
Promotion und Marktzugang
für Veranstaltungen zwischen 01.01. und 31.03.04
22.09.03
für Veranstaltungen zwischen 01.04. und 31.12.04
31.10.03

i2i Audiovisual
i2i Audiovisual (Aufruf EAC 21-2003)
19.09.03

Veranstaltungen in Mitteldeutschland

- 09.-12.09.03 3. Filmmesse Leipzig, www.filmmesse-leipzig.de
09.09.03 Kinoprogrammpreis Mitteldeutschland 2003,
www.mdm-online.de
23.-24.09.03 5. GERAMedia, Gera www.geramedia.de
13.-19.10.03 8. Internationales Kinderfilmfestival Schlingel, Chemnitz,
www.ff-schlingel.de
14.-19.10.03 46. Internationales Leipziger Festival für Dokumentar-
und Animationsfilm, Leipzig, www.dokfestival-leipzig.de
16.10.03 MDM/MEDIA Workshop, Leipzig
30.10.-02.11.03 5. backup_festival, Weimar, www.backup-weimar.de
04.-09.11.03 13. Filmfest Cottbus/Connecting Cottbus,
www.filmfestivalcottbus.de
13.-19.11.03 Französische Filmtage Halle-Leipzig,
www.franzoesische-filmtage.de
15.-16.11.03 Discovery Campus, Leipzig, www.discovery-campus.de
20.-21.11.03 8. Thüringer Mediensymposium, Erfurt,
www.mediensymposium.de
19.11.03 MDM Branchentreff Thüringen, Erfurt,
www.mdm-online.de
20.11.03 MDM Workshop Thüringen, Erfurt, www.mdm-online.de
27.-29.11.03 d-motion, Halle, www.d-motion.de
28.-30.11.03 Deutscher Jugendvideopreis, Dresden,
www.jugendvideopreis.de
05.12.03 MDM Jahresabschluss, Leipzig, www.mdm-online.de
weitere Veranstaltungen
19.-26.09.03 11. Filmfest Hamburg, www.filmfesthamburg.de
27.09.03 5. Deutscher Fernsehpreis, Köln,
www.deutscherfernsehpreis.de
02.-13.10.03 19. Internationales Film Festival, Warschau, www.wff.pl
08.-13.10.03 55. Frankfurter Buchmesse,
www.frankfurter-buchmesse.de
08.-12.10.03 18. Unabhängiges Filmfest Osnabrück,
www.filmfest-os.de
09.-19.10.03 32. Internationales Filmfestival Montreal,
www.fcmm.com
10.-14.10.03 MIPCOM 2003, Cannes, www.mipcom.com
17.-29.10.03 41. Viennale, Wien www.viennale.at
22.-26.10.03 37. Internationale Hofer Filmtage,
www.hofer-filmtage.de
20.-30.11.03 16. Internationales Dokumentarfilmfestival Amsterdam,
www.idfa.nl
20.-29.11.03 52. Intern. Filmfestival Mannheim-Heidelberg,
www.mannheim-filmfestival.com
06.12.03.03 16. Europäischer Filmpreis, Berlin,
www.europeanfilmacademy.org

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, Christopher
Nolde, Hannelore Adolph, Wolfgang
Otto, Frank Salender, Paul Klinger,
André Schaller

Fotografen dieser Ausgabe: Thomas
Schulze, Uwe Frauendorf, Thomas
Pflaum, Uwe Erler

Redaktionsschluss: 25.08.03

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: S. 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 05/03
Redaktionsschluss: 06.10.03
Ersterscheinungstag: 14.10.03

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

Mitteldeutsche Medienförderung

Film, Fernsehen, Multimedia



**Erfolge messen - 3. Filmmesse Leipzig.
Das Team der MDM wünscht
gutes Gelingen und den von uns
geförderten Filmen viel Erfolg.**

»The Tulse Luper Suitcases«

Regie: Peter Greenaway

»Motown«

Regie: Stefan Barth

»Milchwald«

Regie: Christoph Hochhäusler

»Fahrerflucht«

Regie: Martin Menzel

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