

Film und Medien NRW

Ausgabe 2/2014

Das Magazin

- > Fernsehmesse MIPTV
- > Deutscher Webvideopreis 2014
- > Startup-Szene NRW
- > Porträt Levin Hübner
- > Interview Frauke Gerlach
- > Creative Europe Desk NRW
- > Aktuelle Dreharbeiten
- > Am Set von »Punk«
- > News und Kinostarts
- > »Stromberg« auf Erfolgskurs
- > Rückblick Berlinale
- > Ausblick Medienforum NRW
- > Abschied von Karl Baumgartner



Liebe Leserinnen und Leser,

mit der Berlinale liegt das erste große Branchentreffen des Jahres schon ein paar Wochen hinter uns. Unterdessen ist »Stromberg« im Kino erfolgreich, die digitalen Hipster trafen sich in Austin, die Gamer versammelten sich in San Francisco und die Leser bei der Lit.Cologne. Und während in Marl noch der 50. Grimme-Preis gefeiert wird, eröffnet in Cannes das Top-Ereignis der internationalen Fernsehbranche, die MIPTV. Auf der weltgrößten Messe für TV und digitale Inhalte treffen sich Anfang April mehr als 11.000 Verantwortliche von Sendern, Produktionsfirmen, Programmvertrieben, Internetplattformen und Medienkonzernen aus aller Welt. Nordrhein-Westfalen, als Deutschlands führender Fernsehstandort, ist auch hier mit zahlreichen Unternehmen stark vertreten.

Im Schwerpunkt »Big Business Fernsehen« fragen wir Produzenten und Senderverantwortliche, wie sie verkaufen, kaufen und netzwerken. Jan Mojto, einer der bedeutendsten Produzenten und Rechthändler Europas, analysiert die neuesten Entwicklungen und erzählt von seinen Anfängen im rauen Fernsehgeschäft. Und Virginia Mouseler, Referentin bei der Konferenz MIP Formats, gibt Auskunft zu aktuellen Programmtrends und Formatentwicklungen auf dem internationalen TV-Markt.

Die Stellung als deutscher Fernsehstandort Nr. 1 hält NRW seit fast 25 Jahren. Deutlich jünger ist die Geschichte des Digitalen NRW. Hier hat sich aus umtriebigen Einzelakteuren eine junge Online-Szene gebildet, die sich anschickt, der erfolgreichen TV-Branche nachzueifern. Wir freuen uns über YouTube-Stars aus NRW, erfolgreiche Startups und Inkubatoren wie den Startplatz in Köln, über Gründer-Events wie den Crowdday, das Videocamp in Düsseldorf, gut besuchte Online-Stammtische, die zweite Interactive Cologne und natürlich den Deutschen Webvideopreis. Der wird am 24. Mai im Düsseldorfer Capitol Theater zum 4. Mal vergeben und stellt wieder neue Rekorde auf: Schon Anfang März konnten die Veranstalter mit mehr als 7.000 eingereichten Beiträgen eine neue Bestmarke verzeichnen, und Joko und Klaas moderieren. Da kann man nicht meckern!

Mitten in all diesem Trubel erreichte uns eine traurige Nachricht. Am 18. März verstarb Karl »Baumi« Baumgartner – der große Mann des internationalen Arthouse, engagierter Verleiher und kreativer Produzent, der dem Film- und Medienland NRW mit seiner Pandora Film so lang und eng verbunden war. Wir widmen ihm einen Nachruf und sind sicher, dass wir ihn in unserem Herzen behalten werden. Die bewegende Trauerfeier versammelte viele Freunde und Weggefährten im Frankfurter Filmmuseum, und auch beim kommenden Filmpreis in Berlin wird man seiner gedenken!

Ihre
Petra Müller

MIPTV

- »Erfolgslabel Made in Europe«
Jan Mojto im Interview > 6
- Dabei sein, wenn der Knoten platzt
Digitale Vertriebswege werden für Fernsehhalte immer wichtiger > 8
- Programm-Highlights in Cannes
NRW-Produzenten bei der MIPTV > 10
- »Neue Cash Cows«
Virginia Mouseler im Interview > 11

Digitales Medienland NRW

- Deutscher Webvideopreis und VideoCamp 2014 > 12
- »Die echten Stars«
Dimitrios Argirakos, Geschäftsführer der European Web Video Academy, im Interview > 12
- Porträt Startplatz Köln
Gründerzentrum, Begegnungszentrum und Veranstaltungsort > 14
- Crowdday
Neue Fachkonferenz in Köln > 15

Nachwuchs

- Porträt Levin Hübner > 16
- Neues aus den Hochschulen > 17

Dreharbeiten

- Setbericht »Tod den Hippies, es lebe der Punk« > 18
- Dreharbeiten in NRW > 19

News

- Frauke Gerlach: Die neue Frau bei Grimme > 21
- 26. Medienforum NRW (20.-21. Mai 2014) > 23

Creative Europe | MEDIA > 25

Kinostarts > 26

Rückblick

- Berlinale > 28

Nachruf

- Kosmopolit des Kinos
Zum Tode des Produzenten Karl Baumgartner > 30

Impressum > 20



Big Business MIPTV

Die MIPTV in Cannes (7.-10. April) ist die weltweit größte Messe für TV und digitale Inhalte. Über 10.000 Verantwortliche von Sendern, Produktionsfirmen, Programmvertrieben, Internetplattformen und Medienkonzernen aus aller Welt bevölkern, in diesem Jahr zum 51. Mal, die Croisette und das Palais des Festivals, um zu suchen und zu finden. Die Ware: Fernseh- und Filmprogramme. Hier wird Big Business gemacht. Und die Unternehmen und Sender aus NRW mischen im großen Stil mit. Sie kaufen, verkaufen, bereiten große internationale Koproduktionen vor – und sie zeigen Präsenz auf dem German MIP Cocktail. Das Magazin schaut anlässlich des Großereignisses in Cannes auf Kernthemen des Fernsehens, darunter die wichtigsten Trends im internationalen Programmhandel und die digitale Distribution.

Interview mit Jan Mojto

Erfolgslabel »Made in Europe«

Wenn die größte Fernsehprogramm-Messe der Welt in Cannes startet, dann ist er in seinem Element: Jan Mojto gehört zu den wichtigsten Filmproduzenten und Rechthändlern Europas. Der 1948 geborene, mit zahlreichen deutschen und internationalen Auszeichnungen geehrte Medienmanager startete seine Laufbahn im Kirch-Konzern, wo er in die Führungsmannschaft des Medienmoguls aufstieg. Wilfried Urbe sprach mit Mojto über dessen bemerkenswerte Karriere und die Zukunft einer digitalisierten Branche.

Herr Mojto, Sie erleben den Programmhandel schon seit einiger Zeit. Welche wichtigen Etappen haben Sie dabei festgestellt, und wo stehen wir heute?

Es gibt gewisse Tendenzen: Die 90er Jahre waren die große Zeit der europäischen Koproduktionen. In der zweiten Hälfte der 90er, durch den Erfolg der Privatsender, fanden nationale Geschichten wieder mehr Interesse. Dann gab es eine Phase der Übermacht des amerikanischen Programms. Aus diesen Elementen heraus bildet sich jetzt eine Phase der Internationalisierung im Produktionsbereich, die durch die Fragmentierung des Marktes, die Finanzierungsbedingungen und die Globalisierung getrieben wird. Das ist für mich sehr interessant, da aus Deutschland oder Europa heraus Geschichten erzählt werden können, die auch in anderen Märkten funktionieren. So werden wir auf der aktuellen MIPTV Programme unter dem Label »Made in Europe« vorstellen.

Nicht nur auf der MIP wird sichtbar, wie wichtig die Internetplattformen geworden sind, wenn es um Programmhandel geht. Wie schätzen Sie diese Entwicklung ein?

Grundsätzlich sind hier neue Vertriebswege entstanden. Und daraus erwachsen neue Finanzierungsquellen. Für den Bereich der internationalen Produktion ist das enorm interessant, denn Programme für den internationalen Markt, aber auch teilweise für den nationalen Markt, sind nur international finanzierbar. Das bedeutet, dass wir heute auch auf die Mittel der neuen Plattformen wie Netflix zurückgreifen können. Bei »Borgia« etwa ist das geschehen.

Werden diese Plattformen durch ihre Bedeutung als Finanziere auch mehr Einfluss auf die Inhalte nehmen?

Das bleibt abzuwarten, aber es wird für uns eine Herausforderung sein, die Inhalte nicht der Finanzierung zu opfern. Die neuen Plattformen waren anfangs nur reine Abnehmer. Aber mit ihrer zunehmenden Bedeutung werden sie inhaltliche Vorstellungen entwickeln und durchsetzen wollen. Sie entdecken die Bedeutung des exklusiven Programmes, denn durch die Exklusivität steigt ihre Attraktivität. Das kostet natürlich Geld. Dass die Plattformen mittlerweile zehn Prozent des Gesamtumsatzes am Programmhandel beitragen, halte ich für eine realistische Einschätzung. Hier sehe ich auch zukünftig viel Bewegung und Wachstum.

Wie sind Sie eigentlich in die Branche gelangt?

Es war Zufall. Eigentlich wollte ich immer schreiben – Drehbücher für Filme. Aber als ich 1969 nach dem Prager Frühling und dem Einmarsch der sowjetischen Truppen in die Tschechoslowakei meine Heimat verlassen hatte und nach Deutschland gegangen war, dachte ich: Das Schreiben ist in einem fremden Land und in einer fremden Sprache nicht mehr möglich. So wollte ich mich dann einem »ersten« Bereich zuwenden und absolvierte in Frankreich über ein Austauschprogramm ein MBA-Wirtschaftsstudium.

Was geschah danach?

Nachdem ich nach dem Studienabschluss bei der Münchener Rückversicherung angefangen hatte, bemerkte ich, dass ich mit meinem Leben doch gerne etwas anderes anfangen wollte. Ein Bekannter, dem ich von meiner Unzufriedenheit und meinen Wünschen erzählt hatte, schlug mir vor, mich einmal mit einem gewissen Leo Kirch zu treffen. Meine Sprachkenntnisse, meine Internationalität – das könnte interessant für Herrn Kirch sein. Kirch? Der Name sagte mir erstmal gar nichts,

aber an einem Samstagmittag 1979 traf ich ihn dann in seinem Büro in der Münchner Kardinal-Faulhaber Straße. Eigentlich hatte ich da schon eine neue Stellung, die ich auch antreten wollte – bei einer Bank. Herr Kirch fragte mich aus und erzählte, was er vorhatte: Es ging um Fernsehen, Filme und Rechte, vieles davon sagte mir nichts. Aber das Unternehmen beschäftigte sich mit dem, was mich schon immer interessiert hat: bewegte Bilder. Nach zwei Stunden fragte ich ihn, ob er sich überhaupt vorstellen könne, dass ich für ihn arbeite. Er antwortete: Gleich, in drei Monaten oder in einem Jahr, wenn Sie noch eine schlechte Erfahrung mehr machen wollen. Nach einigen Wochen habe ich dann bei ihm angefangen.



Jan Mojto

Jan Mojtos Unternehmen Beta Film zählt mit über 15.000 Stunden Programm zu den größten internationalen Vertriebsfirmen außerhalb der USA. Das Portfolio von Beta Cinema umfasst zahlreiche Oscar-nominierte und -prämierte Filme. Als Produzent und Koproduzent verantwortet er hunderte Stunden Programm und arbeitet unter anderem mit Schauspielern wie Ben Kingsley, Richard Harris, Gary Oldman, John Malkovich, Isabella Rossellini und Gérard Depardieu sowie mit Regisseuren wie Robert Dornhelm, Florian Henckel von Donnersmarck, Oliver Hirschbiegel und Agnieszka Holland zusammen. Eines seiner größten Projekte war die 21-teilige Fernsehverfilmung der Bibel, die mit zahlreichen Emmy-Preisen und -Nominierungen ausgezeichnet wurde und im In- und Ausland Rekordquoten erzielte.

In jüngster Zeit koproduzierte und beteiligte sich der gebürtige Slowake an einigen der meistbeachteten deutschen und internationalen Kino-Produktionen, darunter die Verfilmung des Romans »Der Medicus«. Im TV-Bereich sorgten die teamWorX-Produktionen »Unsere Mütter, unsere Väter«, »Rommel« und »Der Turm«, die HBO-Produktion »Burning Bush« von Agnieszka Holland und die Event-Serie »Borgia« für Aufsehen.



Kino für die Welt aus Deutschland: Mojtos Beta koproduzierte »Der Medicus« und vermarktet den Film unter dem Originaltitel der Romanvorlage »The Physician« im Ausland. Foto: Beta Cinema

Was gab damals für Sie den Ausschlag, bei Kirch einzusteigen?

Es waren die Inhalte, auch wenn ich mich als Drehbuchlektor zunächst nur mit den Geschichten von anderen beschäftigen musste. Ich las deutsche, russische, französische und italienische Drehbücher, um dann zu entscheiden, ob wir sie für den deutschen oder internationalen Raum erwerben sollten. Einen gewissen Hang zu Sprachen hatte ich schon in der Kindheit entwickelt. Hinter dem Eisernen Vorhang waren die ausländischen Radiosender und seit Ende der 50er Jahre das Westfernsehen so etwas wie das Tor zu einer anderen Welt.

Welchen Einfluss hatte Kirch auf Sie?

Ich möchte für die Antwort eine österreichische Umschreibung benutzen. Herr Kirch war mein »Lebensmensch«. Es gibt niemanden, der mein Leben mehr geprägt hat. Er ermöglichte mir den Zugang zu dem, was mich wirklich interessierte. Und er war großzügig, wenn es um den Spielraum ging, der notwendig ist, um Ideen zu realisieren. Als Person fasziniert und beschäftigt er mich bis heute.

Wenn Sie auf Ihre Karriere zurückschauen, arbeiteten Sie bei Kirch als seine rechte Hand, ein Spitzenmanager in einem Konzern, und danach als Unternehmer. Was gefällt Ihnen besser?

Im Kirch-Konzern konnte ich etwas gestalten, übernahm Verantwortung und musste unternehmerisch handeln. Daher hatte ich auch nie das Bedürfnis, mich selbstständig zu machen. Den Druck, erfolgreich zu sein, habe ich mir selbst gemacht. Heute tatsächlich Unternehmer zu sein, ist am Ende

befriedigender. Eine Organisation, die einen auffangen kann, das hat man als Selbstständiger allerdings nicht.

Wann bemerkten Sie, dass die wirtschaftlichen Aspekte eine entscheidende Rolle bei den inhaltlichen Vorgaben spielen?

Die wirtschaftlichen Aspekte haben nicht über allem anderen gestanden. Mein Einstieg in die Branche kam ja über die inhaltlichen Aspekte. Das war der Ursprung, überhaupt etwas realisieren zu wollen. Erst wenn man weiß, was man produzieren möchte, kommt die Frage: wie?

Will man eine Geschichte erzählen, ist auch klar, dass die entsprechenden Mittel organisiert werden müssen. In diesen zwei Parallelkategorien habe ich immer agiert und tue es bis heute. Manche sagen auch hochstapelnd dazu: zwischen Kunst und Kommerz. Ich bin vom Primat der Inhalte überzeugt.

Gab es denn auch Projekte, die Sie nur aus rein inhaltlichen Erwägungen heraus angingen?

Ja. Bei Herrn Kirch war das bei »Der Tunnel« mit Heino Ferch der Fall. Nico Hofmann produzierte damals die Geschichte über die Flucht aus der DDR für Sat.1. Das war auch der Beginn unserer Zusammenarbeit und inzwischen engen Freundschaft. Ich war der Meinung, dass man diesen Teil der deutschen Geschichte unbedingt erzählen muss und habe mich als Aufsichtsratsvorsitzender von Sat.1 gegen viele Stimmen durchgesetzt, die meinten, das Thema DDR interes-

siere das Publikum nicht. Ähnlich war es auch bei »Das Leben der Anderen«, dessen Finanzierung wir unterstützten. Auch dieser Film erzählt etwas über eine Welt, die ich kannte. In diesen zwei Fällen waren die Themen eng mit meiner Biografie und einer der Grundfragen meines Lebens verbunden: Wie verhält man sich in einem totalitären System?

Also eine große inhaltliche Verbundenheit mit zeitgeschichtlichen Stoffen, zu denen Sie einen persönlichen Bezug hatten?

Nicht nur. Es gab auch andere Fälle: »Allein gegen die Mafia« etwa – das war mein Gesellenstück. Die Drehbücher liefen über meinen Tisch, und die Finanzierung war höher als sonst üblich bei ausländischen Serien. Es war eine faszinierende Geschichte und ein interessanter Regisseur von Weltrang, der die Serie schließlich inszenierte: Damiano Damiani. Da spielten Elemente eine Rolle, die zurzeit wieder an Bedeutung gewinnen: interessante Figuren, spannende Geschichten mit widersprüchlichen Charakteren, eine hohe Produktionsqualität und ein sowohl geografisch als auch thematisch konkret definiertes Thema – und das mit universeller Bedeutung. Es war eine rein italienische Serie. Wir haben nicht versucht wie in den 90er Jahren ein Koproduktionsmodell zu fahren, etwa mit deutschen oder französischen Darstellern oder sonstigen Einflüssen. Das ist im Grunde auch kein gutes Modell, weil es das Wesen der Produktion und ihre Stimmigkeit immer verwässert – auch wenn ich es manchmal selbst so gehandhabt habe. Interessanterweise sind wir jetzt, 30 Jahre später,

erneut dabei, mit den Italienern ein ähnliches Projekt zu realisieren – Gomorrha – über die organisierte Kriminalität in Neapel, allerdings ohne positive Helden.

Welche Ihrer Projekte haben für Sie eine besondere Bedeutung?

Für »Kommissar Rex« habe ich mich sehr eingesetzt, trotz vieler Risiken, die anfänglich nicht gut eingeschätzt werden konnten. Und daraus entstand schließlich die bisher erfolgreichste europäische Serie. Persönlich interessiere ich mich sehr für Literaturverfilmungen. Im Bereich der internationalen Produktion haben »Der Graf von Monte Christo« mit Gérard Depardieu und »Napoleon« gut funktioniert. Auch die großen deutschen Themen aus Deutschland heraus sind nicht zufällig entstanden, sondern stehen in einer Linie: »Die Flucht«, »Dresden«, »Unsere Mütter – unsere Väter« und demnächst die Verfilmung von Hitlers Leben, mit der wir im kommenden Jahr beginnen werden.

Sie haben gerade zusammen mit Stefan Oelze eine Produktionsfirma in Köln gegründet. Mit welchem Schwerpunkt?

Stefan Oelzes große Stärke liegt in der Produktion von nicht-fiktionalen Inhalten. Dadurch ist dieses Gemeinschaftsunternehmen eine perfekte Ergänzung zu den Aktivitäten der Beta Film, die sich bisher hauptsächlich auf fiktionale Produktionen und Koproduktionen konzentriert hat.



Pegah Ferydoni als Cosima — Hochkultur im Stil von US-Crime Scene Serien: »Wagnerwahn«

Digitale Distribution

Dabei sein, wenn der Knoten platzt

Erfolgreiche Abonnement-Plattformen wie Netflix oder Watchever haben der Verwertung von Fernsehhalten einen neuen Schub gegeben. Auch für Programmvertriebe und Produzenten wird die digitale Distribution in diesem Segment immer wichtiger. Jörg Laumann skizziert die Perspektive der öffentlich-rechtlichen Marktteilnehmer.

Einen Umsatz von 511 Mio. Euro allein in Deutschland sagt eine Studie von PricewaterhouseCoopers (PwC) den Online-Videotheken für das Jahr 2017 voraus. Der Bundesverband Audiovisuelle Medien (BVM) bilanzierte für das vergangene Jahr einen Umsatz von 154 Mio. Euro aus dem digitalen Verleih und Verkauf filmischer Inhalte, womit ein Anteil von neun Prozent am Gesamtmarkt erreicht worden sei. Gegenüber 2012 bedeutete dies in diesem Segment einen Anstieg um 25 Prozent.

WDR Mediagroup

»Diesen positiven Trend spüren wir auch bei unserem digitalen Programmvertrieb«, sagt Michael Loeb, Geschäftsführer der WDR Mediagroup. »Für uns ist es deshalb wichtig, diesen Bereich als eine zukunftsweisende Säule weiter auszubauen. Darüber hinaus ist es für die Programmangebote des WDR



Michael Loeb, Foto: WDR

wichtig, über digitale Plattformen Zielgruppen zu erschließen, die eine non-lineare Programmnutzung bevorzugen. Das sind vor allem junge, mobile Zielgruppen, die mit dem klassischen TV-Angebot immer weniger erreichbar sind.« Seit 2011 agiert die WDR-Tochter auch als Digitalvertrieb und als digitale Vertriebsagentur. Zum Video-on-Demand-Portfolio gehören unter anderem

Inhalte aus dem WDR-Fernsehprogramm, dem ARD-Vorabend und Produktionen von Bavaria Film, DEFA, Aardman, Infopictures oder Morefilms. Der Bereich der TV-Inhalte für Abonnement-Dienste, das sogenannte Subscription Video on Demand (SVoD), sei neben Electronic Sell Through (EST), dem zeitlich unbegrenzten Erwerb von Digital-Inhalten, und Transactional

Video on Demand (TVoD), bei dem Einzelabrufe berechnet werden, der maßgebliche Umsatztreiber für die WDR Mediagroup, führt Loeb aus. Der digitale Umsatzanteil innerhalb der WDR Mediagroup liege prozentual über den oben genannten neun Prozent am Gesamtmarkt, ergänzt der Geschäftsführer. »Das liegt vor allem daran, dass wir wenige Themen im Bereich Blu-ray auswerten.«

ZDF Enterprises



Fred Burcksen, Foto: ZDF

Prozent seiner Umsätze im digitalen Segment. Ein Jahr zuvor seien es noch lediglich vier Prozent gewesen. »Der Trend wird sich fortsetzen«, ist Burcksen überzeugt, »dieser Bereich ist für uns kein kleines Nebengeschäft, sondern ein fundamentaler Bestandteil unseres Aufgabengebietes.«



»Wagnerwahn« als Buch-App: Revolution beim digitalen Vertrieb mit crossmedialen Produkten, Fotos: Gebr. Beetz/ Falco Seliger

Vor allem die SVoD-Plattformen sind für die ZDF-Tochter bedeutende Geschäftspartner, allen voran das in Deutschland noch nicht gestartete Netflix, dessen weltweite Abonnentenzahl auf rund 44 Mio. beziffert wird. »Wir waren Launch-Partner bei Netflix in Skandinavien und in den Benelux-Ländern«, berichtet Burcksen, »zudem liefern wir relevantes Programmvolumen an Netflix USA, Kanada und Lateinamerika.« Im deutschsprachigen Raum unterhalte ZDFE mit Watchever »eine gute Vertragsbeziehung«, beschreibt Burcksen. »Wir stehen auch kurz vor dem Abschluss eines zweiten großen Vertrags mit Amazon.« Michael Loeb nennt Maxdome, Watchever und Amazon als wesentliche Partner im SVoD-Segment, das vor allem für »nachgelagerte Verwertungsstufen« relevant sei. »Mit aktuellen Produktionen werden primär die marktführenden EST-/TVoD-Plattformen wie iTunes, Maxdome oder Videoload bespielt«, sagt er, »mit Anbietern wie MyVideo oder YouTube werden Channelkonzepte und Marketingkonzepte abgestimmt, die auf den Bekanntheitsgrad der Programme einzahlen und über Advertisised supported Video-on-Demand (AVoD) vermarktet werden.«

Krimis und Kinderprogramm

Analog zu Erfolgen wie »Breaking Bad« oder dem von Netflix selbst produzierten »House of Cards« sieht Fred Burcksen bei den SVoD-Plattformen einen hohen Bedarf an horizontal erzählten Serien mit übergreifenden Spannungsbögen und Charakterentwicklungen. ZDFE könne diese Nachfrage unter anderem mit skandinavischen Krimis wie »Kommissarin Lund« oder »Die Brücke«, das zuletzt an Hulu in den USA verkauft wurde, bedienen. »Zudem liefern wir im digitalen Segment viel Kinderprogramm, unter anderem aus unserer Kooperation mit der australischen Jonathan M. Shiff Productions«, berichtet Burcksen.

Alle Rechte sichern

Im Gegensatz zur WDR Mediagroup, die in diesem Segment auch als Aggregator fungiert, hat ZDF Enterprises bislang noch keine Formate gezielt nur für den digitalen Vertrieb akquiriert. »Es ist aber immer unser Bestreben, uns möglichst alle Rechte zu sichern, wenn wir ein Programm erwerben oder koproduzieren«, so Burcksen. »Man kann heutzutage sicherlich sagen: Wenn wir nicht die Möglichkeit erhalten, auch die digitalen Rechte zu übernehmen, ist eine Produktion eher uninteressant für uns.« Auch ältere Programme, zum Beispiel aus dem ZDF-Archiv, bieten der Weltvertrieb zum Teil für die digitale Verwertung an.

»Je älter, desto komplizierter«, umschreibt Burcksen die Rechtesituation in einigen dieser Fälle. »Wir haben in der Rechtsabteilung aber eine Einheit, die sich gezielt damit beschäftigt, fehlende Rechte an attraktiven Programmen, bei denen uns eine Auswertung sinnvoll erscheint, nachträglich zu erwerben.«

Michael Loeb beziffert den Umfang des digitalen Programmkaletals der WDR Mediagroup auf rund 3.000 Stunden. »Besonders gut funktionieren aktuelle Programme mit einer direkten Auswertung nach der Ausstrahlung, Marken mit

einem hohen Bekanntheitsgrad wie zum Beispiel ‚Shaun das Schaf‘, ‚Die Sendung mit der Maus‘ und Klassiker wie ‚Das Boot‘ oder ‚Drei Haselnüsse für Aschenbrödel‘«, zählt er auf. »Unser Programmstock ist auf jeden Fall sehr umfangreich«, sagt Burcksen zu diesem Thema. »Es geht aber in diesem Bereich gar nicht darum, tausende von Stunden verfügbar zu haben. Man muss vielmehr in der Lage sein, gezielt Inhalte zu liefern, die auf den Abo-Plattformen funktionieren.« Gerade ein Anbieter wie Netflix lege weniger Wert auf Masse, »sondern sucht gezielt Programme, die dazu führen, dass die Abonnentenzahl gesteigert wird«.

Gezielt Inhalte liefern

Hier sieht Michael Loeb eine weitergehende Perspektive. »Wir gehen davon aus, dass alle Anbieter zukünftig mehr auf den Ausbau der Contentbreite und -tiefe setzen werden«, kommentiert der Geschäftsführer der WDR Mediagroup. »Bisher waren die meisten VoD-Plattformen aus Kostengründen sehr selektiv in der Auswahl von Inhalten, aber der Markt fordert zunehmend eine Ausrichtung auf Vollständigkeit im Programmangebot.« Die WDR Mediagroup sei darauf eingestellt. »Im Rahmen unserer Multiplattformstrategie, bei der Programmangebote möglichst vollumfänglich auf allen Verbreitungswegen verfügbar gemacht werden sollten, kommt uns diese Strategie sehr entgegen«, kommentiert Loeb, der 2014 mit einem weiteren Umsatzwachstum im digitalen Vertriebssegment rechnet. »Getrieben wird dies neben dem Marktwachstum auch durch den Markteintritt von Anbietern aus Amerika und England«, erklärt der Geschäftsführer. »Dass Netflix mit dem Markteintritt in Deutschland für Dynamik sorgen wird, damit rechnen wir alle.« Fred Burcksen sieht ebenfalls weiteres Wachstumspotenzial. »Das nicht-lineare Abrufverhalten der Zuschauer wird sich sicherlich weiter durchsetzen. Insofern denken wir, dass sich der Anteil der digitalen Verwertung an unserem Gesamtumsatz in den nächsten Jahren weiter erhöhen wird«, prognostiziert der Geschäftsführer Investition und Vermarktung von ZDF Enterprises. Allerdings glaubt er, dass die wachsende Akzeptanz für SVoD-Plattformen wie Netflix nicht zwangsläufig zu Lasten der klassischen Free-TV-Kanäle gehen werde. In einem weiteren Bereich der digitalen Verwertung sei ZDFE derzeit in einer Experimentierphase: »Es gibt durchaus eine Zielgruppe, die oft unterwegs ist und auch sehr daran interessiert ist, zum Beispiel auf einem Smartphone-Display Inhalte anzuschauen«, sagt Burcksen. »Wir sehen in diesem Bereich enormen Bedarf, allerdings stellt sich immer auch die Frage, wie man damit Geld verdienen kann.« Mit einer Produktionsfirma in Berlin sei nun die Entwicklung eines speziellen Formats für die digitale Nutzung vereinbar worden. »Es wird eine Comedy mit eher kurzen Episoden, an der wir uns beteiligen und die Vermarktung übernehmen«, berichtet Burcksen.

Crossmediale Formate



Christian Beetz, Foto: Gebr. Beetz

Die Entwicklung und Vermarktung von cross-medialen Formaten birgt gerade für die Produzenten hohes Potenzial. Unter anderem ist die Gebrüder Beetz Filmproduktion auf diesem Terrain bereits sehr aktiv. »Wir setzen in diesem Segment auf die Zukunft und einen wachsenden Bildungsmarkt mit Produkten für ein jüngeres Publikum«, betont Geschäftsführer Christian Beetz. Mit dem interaktiven Web-Format zur TV-Serie »Lebt wohl, Genossen!«, die den Zusammenbruch des Sowjet-Imperiums nachzeichnet, sei der Firma 2012 erfolgreich der Einstieg in diesen Bereich gelungen. Das Web-Format sei in acht Länder verkauft worden.

Als äußerst vielversprechend wertet der Produzent auch die Entwicklung von Apps, wie jene für das europäische Crossmedia-Projekt »Die Kulturakte«. Diese gehöre »weltweit zu den 20 Prozent der erfolgreichsten Apps und verschafft dem Unternehmen stetige unabhängige Einnahmen, die bereits höher liegen als die Einnahmen aus dem internationalen Verkauf des dazugehörigen Films«, berichtet Beetz. Zur »Kulturakte«-Reihe gehört auch das Projekt »Wagnerwahn«: über ein interaktives Buch und einen TV-Film werden in Bildern, Spielszenen und Interviews Leben und Schaffen des Komponisten Richard Wagner nachgezeichnet. Die Buch-App sei bereits mehr als 50.000 Mal heruntergeladen worden, berichtet Beetz. Sie sei mit der Plattform iTunes verbunden, über die der Film digital gekauft oder geliehen werden könne. »Dieses Prinzip der Cross-Promotion funktioniert sehr gut«, sagt der Produzent, der insgesamt zuversichtlich in die Zukunft blickt. »Der digitale Vertrieb mit cross-medialen Produkten wird sich in den nächsten fünf Jahren revolutionieren«, ist Christian Beetz überzeugt, »wir möchten dabei sein, wenn der Knoten platzt.«

Programm-Highlights

NRW-Produzenten bei der MIPTV

Auch zahlreiche Produzenten aus NRW werden an der Côte d’Azur mit neuen Programm-Highlights präsent sein. Jörg Laumann beschreibt einige Beispiele.

Filmpool



Felix Wesseler, Foto: Filmpool

Die Kölner Filmpool Entertainment hat sich mit Formaten wie »Berlin – Tag & Nacht« und »Familien im Brennpunkt« nicht nur in Deutschland, sondern auch international einen Namen gemacht. »Aktuell sind wir durch Lizenzvergaben unserer Formate im Bereich Scripted Entertainment bereits in 16 Territorien vertreten und wollen dies weiter forcieren«, sagt Felix Wesseler, Director Business Development & Communications von Filmpool. »Darüber hinaus bietet die MIP die Möglichkeit zum Austausch mit nationalen wie internationalen Partnern auf Produzenten- und Senderebene in sehr netter Atmosphäre. Nicht zuletzt gilt es, gute Ideen aus anderen Ländern kennenzulernen und die Machbarkeit für den deutschen Markt zu prüfen.« Unter anderem wolle man in Cannes die Verbreitung der Programm-Marke »Berlin – Tag & Nacht« (international: »Day & Night«) vorantreiben. Dieses Format sei unter anderem in Ungarn mit einer Version aus Budapest Marktführer in der Primetime, berichtet Wesseler. »Weitere Hauptstädte sind das Ziel.«

Überhaupt ist es für ihn »erfreulich, dass in Märkten wie Frankreich oder auch Russland das Thema Scripted Entertainment an Bedeutung gewinnt«. Zudem sei die Vernetzung von TV und Social Media »ein Thema, das wir mit ‚Day & Night‘, das in Deutschland die aktivste Facebook-Gruppe eines TV-Formats hat, gut bedienen können.«

ITV Studios



Stefan Saligmann, Foto: ITV

Auch Stefan Saligmann, Head of Development, der ebenfalls in Köln ansässigen ITV Studios Germany, wird bei der MIPTV vor Ort sein. »Wie in jedem Jahr erwarten wir neue Impulse und originellen Input aus den Gesprächen mit Senderverantwortlichen, Format-händlern und kreativen Köpfen und hoffen insgesamt auf eine gute Stimmung unter den Besuchern«, sagt er. »Die MIP ist immer eine gute Gelegenheit, fernab des Büroalltags in Deutschland alle für uns wichtigen Sender innerhalb kurzer Zeit und in einzigartiger Atmosphäre zu treffen und Angebot und Nachfrage in entspannten Meetings abzuklopfen. Zudem genießen wir als Mitglied der ITV Studios-Familie die zwei, drei Tage direkten Austauschs mit den internationalen Kollegen.« Als aktuelle Programm-Highlights der ITV-Studios nennt Saligmann unter anderem »The Insiders«, ein in der Arbeitswelt angesiedeltes Undercover-Format, die neue Quizshow »Pressure Pad« und das gescriptete Format »Give out Girls«, in dem »die Absurdität mancher Promotion-Maßnahmen gekonnt auf die Schippe« genommen werde. »Wer schon einmal im Pfeilkostüm durch die Innenstadt laufen musste, um potenziellen Kunden den Weg zu einem neu eröffneten Geschäft zu zeigen, oder auf Messen gearbeitet hat, weiß, wie viel komödiantisches Potenzial in diesen Aufgaben steckt.«

Generell erwartet er unter anderem großes Interesse an Formatentwicklungen aus Israel, prognostiziert anthologische Serien als neuen Erzählrend und hat eine Ausweitung von handwerklichen Themen festgestell. »Zum Kochen und

Gärtnern gesellten sich unlängst Backen und Stricken, und ich bin gespannt auf die weiteren Entwicklungen in dieser Richtung.« Persönlich beobachte er aufmerksam »die unterschiedlichen Trends, um TV-Inhalte und Zuschauer miteinander zu vernetzen«, so der Head of Development. »Die sich rasant weiterentwickelnden Kommunikationsmöglichkeiten für die Interaktion und Identifikation eines Zuschauers mit dem Programm zu nutzen, ist eine große Herausforderung, und wir stehen in Deutschland noch ganz am Anfang.«

Broadview TV



Leopold Hoesch, Foto: Broadview

Leopold Hoesch, Geschäftsführer der Kölner Produktionsfirma Broadview TV, geht ebenfalls von einem erfolgreichen Messe-Auftritt aus. »Qualität setzt sich wieder durch«, so seine Beobachtung. »Man merkt, dass nach einer langen Krise die Sender neues Programm brauchen. Broadview profitiert vom soliden, jahrelang gewachsenen Netzwerk zu Sendern in Skandinavien, USA und Japan«, so Hoesch. »So gelingt es uns regelmäßig, fünf bis zehn Filme pro Messe ins Ausland zu verkaufen.« Als Highlights für die kommende Frühjahrs-MIP nennt Hoesch unter anderem das Basketballer-Porträt »Dirk Nowitzki: Der perfekte Wurf«, die von Cuba Gooding Jr. erzählte Dokumentation »Breath of Freedom« über afroamerikanische GIs im Nachkriegs-Deutschland und »Der seltsame Herr Gurlitt«, ein Film über den umstrittenen Kunstsammler, der unlängst seine Premiere auf Arte feierte.

Brainpool



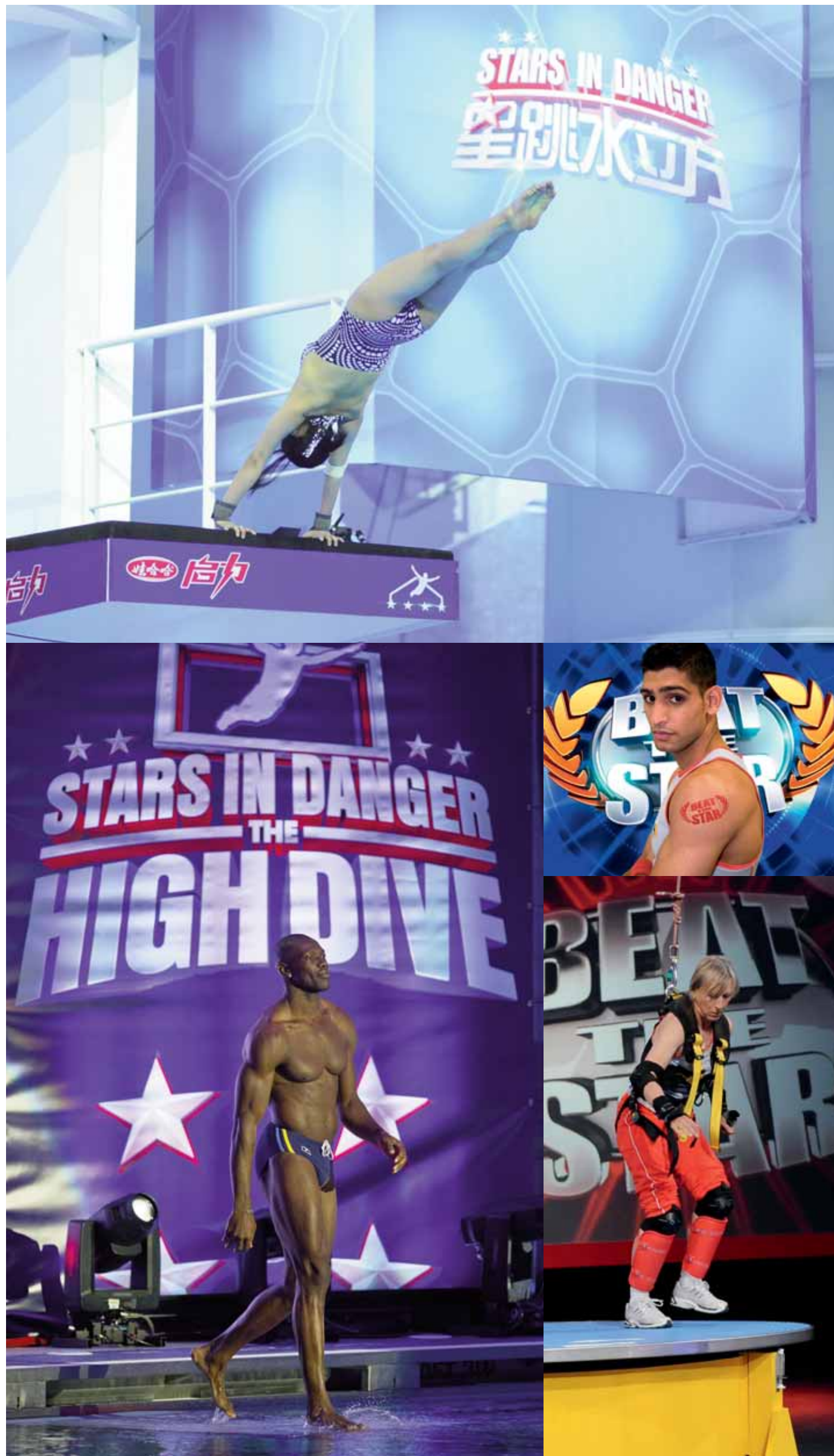
Jörg Grabosch, Foto: ITV

Weitere Kölner Produzenten wie Brainpool – gerade mit »Stromberg« im Kino erfolgreich – könnten auch bei dieser MIP wieder Abnehmer für Ihre Ideen finden. So gilt Stefan Raabs »Turmspringen« als eines der wichtigsten Action-Entertainment-Formate, die rund um den Globus unter dem Titel »Stars in Danger« nachgefragt werden. Ein gewaltiger Exporterfolg war auch »Schlag den Raab«.

Sender und Produzenten aus 14 Ländern, darunter China, erwarben die Rechte. Für Großbritannien wurde die entsprechende Version mit Unterstützung von Brainpool sogar direkt in Köln produziert: mit englischen Stars vor englischem Publikum. Während ein englisches Team federführend an der Produktion beteiligt war, steuerte Brainpool sein »Know-how« bei. Die Erwartungen des Brainpool-Geschäftsführers Jörg Grabosch hatten sich damals komplett erfüllt: „Beat The Star“ erreichte auf ITV 1 Marktanteile von bis zu 23 Prozent.

Networking-Highlight German MIP Cocktail

Gesprächsstoff werden die NRW-Produzenten jedenfalls genug haben, wenn sie sich treffen. Und das passiert traditionell am Montag auf dem German MIP Cocktail. Auf der gemeinsamen Veranstaltung der Film- und Medienstiftung NRW, des Medienboard Berlin-Brandenburg, der Entertainment Master Class, Berlin Partner, der ZukunftsAgentur Brandenburg und German Films trifft sich die deutsche Gemeinde mit internationalen Business-Partnern.



Brainpool-Erfolge weltweit: »Stars in Danger The High Dive« ist eines der am meisten exportierten deutschen Formate. Foto: Brainpool

MIP Formats: Interview mit Virginia Mouseler

Neue Cash Cows

Im Vorfeld der MIPTV findet am 5. und 6. April in Cannes die MIP Formats statt, die sich mit aktuellen Programmtrends und Formatentwicklungen auf dem internationalen TV-Markt befasst. Zu den Referentinnen der Konferenz gehört Virginia Mouseler, CEO und Mitgründerin der in Genf ansässigen Agentur The Wit, die sich auf die Analyse von TV-Programmen in der ganzen Welt spezialisiert hat. Im Gespräch mit Jörg Laumann berichtet sie über die aktuellen Entwicklungen.



Virginia Mouseler, Foto: privat

Welche aktuellen TV-Programmtrends finden Sie besonders spannend?

Der Trend zu Scripted-Formaten ist sicherlich interessant. Immer mehr Sender überall auf der Welt halten es für eine sichere Sache, fiktionale Serien für den heimischen Markt auf der Basis erfolgreicher ausländischer Geschichten zu entwickeln. Damit beobachten wir eine ähnliche Entwicklung wie im Non-Scripted-/Entertainment-Bereich. The Wit hat gerade die erste Studie über diesen wachstumsträchtigen Markt veröffentlicht. Scripted-Formate sind sicherlich nichts Neues – in Deutschland basierte zum Beispiel »Gute Zeiten, schlechte Zeiten« ursprünglich auf einem australischen Format – aber das Segment wächst nun schneller, weil es in einer wenig risikofreudigen Zeit auch aus wirtschaftlicher Hinsicht sinnvoll erscheint.

Gibt es aus Ihrer Sicht Überraschungen unter den neuen Formaten?

Keine wirklichen Überraschungen. Es geht hauptsächlich darum, bereits erfolgreiche Markt-Trends aufzugreifen und mit einem »Twist«, einem zusätzlichen Element oder einer neuen Herangehensweise zu verfeinern. Das Ziel ist nicht, das Rad neu zu erfinden oder das originellste Format der Welt zu produzieren. Vielmehr geht es darum, neue Hits, neue Cash Cows zu entwickeln.

Welches sind derzeit die führenden Märkte in der Entwicklung international erfolgreicher TV-Formate?

Israel ist ein Land, das mir in diesem Zusammenhang sofort einfällt. Die TV-Branche dort ist sehr aktiv, sehr kreativ, sehr präsent, dort wird hart gearbeitet, um Formate international zu verkaufen. Israelische Produzenten waren sehr erfolgreich mit Scripted-Formaten, vor allem mit der US-Serie »Home-land«, und mittlerweile erreichen sie auch gute Resultate im Non-Scripted-Bereich. Die Talent-Show »Rising Star« zum Beispiel ist international an mehr als 25 Sender verkauft worden. Die Zuschauer können bei diesem Format zu Hause via Smartphone abstimmen, die Ergebnisse werden während der Gesangsdarbietung sofort in der TV-Sendung eingeblendet. Damit werden die Mechanismen der Castingshow verändert.

Gibt es neue Märkte, die in den internationalen Format-Markt drängen?

China hat bis vor kurzem nahezu jedes verfügbare Format erworben. Dort sind vor allem Entertainment-Shows nach westlichem Vorbild entdeckt und in großem Umfang ausgestrahlt worden. Aufgrund gesetzlicher Bestimmungen dürfen die chinesischen Produzenten mittlerweile aber weniger importieren und verlegen sich jetzt darauf, Formate mit zu kreieren oder als Koproduzenten aufzutreten.

Im Rahmen von MIP Formats werfen Sie auch einen Blick auf den südkoreanischen Markt. Was ist daran so besonders?

TV-Formate aus Korea verbreiten sich noch nicht so stark. Sie werden bislang in erster Linie nach Asien – vor allem nach Japan oder China – verkauft. Aber die dortigen Produzenten möchten sich gerne auch neue Territorien erschließen. Koreanische Formate, die sehr stark vom japanischen Fernsehen geprägt sind, könnten sich auf breiterer Ebene international durchsetzen, wenn sie verständlicher und mit höherem Wiedererkennungswert für westliche Einkäufer ausgestattet wären. Einige Produzenten arbeiten bereits daran. Wir warten also auf ein koreanisches Hit-Format.

Welchen Eindruck haben Sie vom deutschen TV-Markt im Hinblick auf neue Programmideen und Formate?

Scripted Reality ist zu einer deutschen Spezialität geworden, da sie von Unternehmen wie Filmpool oder Constantin entwickelt und in viele Nachbarländer exportiert worden ist. Bemerkenswert ist auch das Vertrauen des deutschen Marktes in aufwändige Quiz- oder Gameshows für die Primetime, zumeist mit prominenten Moderatoren. Einen weiteren Schwerpunkt in Deutschland sehe ich in Action-Entertainment-Shows für das Hauptabendprogramm. Einige der am meisten exportierten deutschen Formate in den vergangenen Jahren waren »Stars in Danger«, basierend auf den Sport-Events von TV Total, »Mein Mann kann« und »Deutschlands Superhirn«.

Welches sind aus Ihrer Sicht die Programm-Trends der nahen Zukunft?

Wir werden in der nahen Zukunft noch mehr Talent-Shows sehen. Das ist mittlerweile ein universelles Thema, praktisch ein Teil der Kultur – einer Kultur, die geprägt ist von Videos posten, Selfies, Liking, Voting...

Welche Bedeutung wird die Digitalisierung insgesamt in dieser Entwicklung spielen?

Die Digitalisierung ist ein Teil der Entwicklung des Marktes, etwa in den Bereichen Marketing, Finanzierung und Vertrieb. Die technologische Innovation kann Formate beeinflussen, zum Beispiel im Hinblick auf das Storytelling oder auf die Zuschauer-Beteiligung, aber letztlich müssen die Inhalte im Vordergrund stehen. Und bislang müssen junge Talente auch feststellen, dass die digitale Welt zwar mehr Freiheit und Möglichkeiten eröffnet, sie aber nach wie vor weniger Verdienstmöglichkeiten bietet als das gute alte Fernsehen.

Auszeichnung auf der MIPTV

Variety prämiert RTL Group



Anke Schäferkordt, Foto: RTL

Anke Schäferkordt und Guillaume de Posch, die beiden Co-CEOs der RTL Group, erhalten Anfang April auf der MIPTV in Cannes den »Achievement in International TV Award« des US-Branchenmagazins Variety. Mit dem Preis werden Kreativität, Führungsqualität und die unternehmerischen Fähigkeiten im internationalen TV-Geschäft ausgezeichnet. Steven Gaydos, der Vizepräsident von Variety, zur Auszeichnung: »Die RTL Group ist ein bereits weltweit respektiertes Medien-Powerhouse, und mit den aktuellen Wachstumsplänen des Konzerns ist jetzt der richtige Zeitpunkt, ihre zahllosen Errungenschaften zu honorieren.« Als Geschäftsführerin war Anke Schäferkordt von 1999 bis 2005 für die Geschicke von Vox verantwortlich, bevor sie anschließend die Geschäftsführung der Mediengruppe RTL Deutschland sowie von RTL Television übernahm. Die in Luxemburg ansässige RTL Group ist mit über 50 Fernsehsendern der größte Betreiber von werbefinanziertem Privatfernsehen in Europa. Jährlich produziert sie circa 9.200 Stunden TV-Programm für über 60 Länder.

> www.rtlgroup.com

NRW@MIPTV

| | | | |
|--------------------------------------|------------------------|-------------------|-----------------|
| Autentic | Eyeworks Germany | New Docs | Ufa Show |
| Banjijay Group Germany/ Brainpool TV | Filmpool Entertainment | Ohm:TV | Unity Media |
| BBC Worldwide Germany | Gebroeder Beetz | Prime Productions | Vero Film |
| Broadview TV | ITV Studios Germany | Splendid Film | WDR Media Group |
| Eldorado TV | Kinowelt Television | Taglicht Media | WDR |
| Endemol Germany | Mediakraft Networks | The Match Factory | Wellenreiter.TV |
| Eutelsat | Mediengruppe RTL | TV Gusto | |
| | | | (Auswahl) |



24. Mai in Düsseldorf

Deutscher Webvideopreis 2014

Am 24. Mai wird im Düsseldorfer Capitol Theater der 4. Deutsche Webvideopreis stattfinden. Joachim »Joko« Winterscheidt und Klaas Heufer-Umlauf moderieren, für den Livestream des Abends auf YouTube und myvideo.de werden weit über 100.000 Zuschauer erwartet, und bereits Anfang März konnten die Veranstalter mit mehr als 7.000 eingereichten Beiträgen einen neuen Rekord verzeichnen.

Webvideos erfreuen sich einer Beliebtheit und vor allem einer Reichweite, von der viele der deutlich älteren visuellen Formen heute nur noch träumen können. Sieben Millionen Kinobesucher für »Fack ju Göhste« oder neun Millionen Zuschauer für einen »Tatort« im Fernsehen (zum Beispiel »Tatort: Abgründe« am 2. März) stellen im klassischen narrativen Bereich hervorragende Ergebnisse dar. Mit nur einem Bruchteil an Aufwand, aber dafür mit oft sehr frischen und ungewöhnlichen Ideen lassen sich im Internet mittlerweile derartige Zahlen regelmäßig erzielen. Die Kölner Truppe Y-Titty etwa mit ihren 2,8 Millionen Followern auf YouTube erreichen mit Kurzbeiträgen wie der dreiminütigen Parodie auf den Song »Thrift Shop« 9,6 Millionen Zuschauer. Als Amateure und digitale Do-it-yourself-Filmer angefangen, haben sich erfolgreiche Acts wie Y-Titty längst zu florierenden Unternehmen entwickelt, die in Deutschland, Österreich und der Schweiz zuletzt auch live vor ausverkauften Hallen spielten.

Um Öffentlichkeit zu schaffen für die besonderen kreativen Leistungen der Webvideomacher und um dieses Genre als starke mediale Form weiter im öffentlichen Bewusstsein zu verankern, initiierten Markus Hündgen und Stefan Evertz mit anderen Webvideo-Enthusiasten 2011 den Deutschen Webvideopreis: 400 Gäste im Essener Astra-Theater und 32.000 Unique Visitors auf der Website ermutigten sie, die Veranstaltung weiterzuentwickeln und vor allem zur Gründung der European Web Video Academy 2012 in Düsseldorf

durch Hündgen und Dr. Dimitrios Argirakos (siehe Interview), fortan Trägerin des Webvideopreises sowie des jährlich veranstalteten VideoCamps (siehe rechts).

Drei Jahre später wird der nunmehr 4. Deutsche Webvideopreis am 24. Mai 2014 vor 1.100 geladenen Gästen im Düsseldorfer Capitol Theater ausgerichtet. Moderiert wird die Gala von Joko Winterscheidt und Klaas Heufer-Umlauf, für den Livestream des Abends auf YouTube und myvideo.de werden weit über 100.000 Zuschauer erwartet, und bereits Anfang März konnten die Veranstalter mit mehr als 7.000 eingereichten Beiträgen einen neuen Rekord verzeichnen. In 14 Kategorien werden in diesem Jahr herausragende Videos aus dem deutschsprachigen Raum ausgezeichnet. Bei 13 von ihnen ist die »Community« zu 50% an der Nominierung sowie an der Auszeichnung selber durch Online-Voting auf webvideopreis.de beteiligt. Die andere Hälfte bestimmen die Mitglieder der European Web Video Academy, bestehend aus den Nominierten und Preisträgern der letzten Jahre. Auf diese Weise mischt sich in der Entscheidung Sachverstand mit Zuschauerlieben. Lediglich über den »Ehrenpreis«, entscheiden allein die Veranstalter.

Moderatoren Joko und Klaas: »Wir haben uns extra Internet geholt, um an dem Abend mitzureden«, flachst Klaas im Webvideopreisblog. Foto: ProSieben/Marcus Höhn

Interview mit Dimitrios Argirakos

Die echten Stars

Joko und Klaas werden die Gala zum Deutschen Webvideopreis in Düsseldorf moderieren. Aber die Stars des Abends werden keinen Fernseh-Background haben. Academy und Publikum haben über die besten Netz-Videos in 13 Kategorien entschieden, die das Web bereichern und nachhaltig prägen. Werner Busch sprach mit Dimitrios Argirakos, dem Geschäftsführer der European Web Video Academy, die den Deutschen Webvideopreis veranstaltet, über Trends im Bewegtbild und die Wechselbeziehungen mit dem Fernsehen.

In Internetjahren gemessen gibt es den Webvideopreis schon seit einer kleinen Ewigkeit. Er wurde 2011 zum ersten Mal verliehen. Der Preis hat in dieser Zeit ständig an Popularität gewonnen – wie auch Webvideos in der Gesellschaft inzwischen einen anderen Stellenwert haben. Wie hat sich die Szene der Bewegtbildmacher im Laufe dieser Zeit gewandelt?



Dimitrios Argirakos, Foto: EWVA

Man konnte in diesen Jahren eine große Professionalisierung auf Seiten der Macher erleben. Das bedeutet: Vor fünf oder sechs Jahren hatten wir es mit einer homogenen Gruppe von Hobby-Produzenten zu tun, die auf gleicher Augenhöhe produzierten – oft als One-Man-Shows. Die erfolgreichsten dieser Produzenten sind mittlerweile ins Profilage gewechselt. Sie produzieren arbeitsteilig, oft mit mehreren Teammitgliedern. Einer dreht, einer schneidet, einer agiert vor der Kamera. Auch die Inhalte sind von dieser Professionalisierung stark geprägt. Damit einher geht ein zunehmender Konkurrenzdruck unter den einzelnen Kanälen. Wer in dieser Umgebung noch Erfolg haben will, muss sehr planerisch und nachhaltig agieren.

Wie lässt sich das Verhältnis zwischen Fernsehen und Webvideos gegenwärtig umreißen?

Man muss bedenken, dass das Fernsehen aus einer völlig anderen soziokulturellen Richtung heraus entstanden ist und technische Beschränkungen hat. Webvideoinhalte werden nun einmal originär fürs Web produziert, man kann sie nicht einfach ins Fernsehen heben. Wenn es dennoch versucht wird, wirkt es komisch oder aufgesetzt. Diese Probleme sieht man beispielsweise in großen Sendungen, die – wie bei einer WM-Berichterstattung – ins Netz »hinüberschalten« wollen: »Was sagt denn das Netz dazu?« Weder die TV-Zuschauer noch die Internetnutzer können damit etwas anfangen, weil der Transfer zwischen den beiden Medienkanälen nicht gelingt. Der Rückkanal wird hier nur simuliert, ist aber für den Bereich Webvideo entscheidend für den Erfolg, denn Webvideo ist Kommunikation. Echte Crossover-Formate gibt es derzeit nicht. Also entwickeln sich TV und Web weiterhin getrennt. Aber ich glaube dennoch, dass Potenzial da ist. Der Let's Player Gronkh zum Beispiel hat fast 2,8 Millionen Abonnenten auf YouTube und ist damit die bekannteste Moderatorenstimme Deutschlands, mit einem Format, das im TV undenkbar wäre: Gronkh zockt stundenlang Computerspiele und kommentiert sich dabei selbst. Ein reizvolles Gedankenexperiment wäre es nun, wenn Gronkh statt Béla Réty ein Fußballspiel live kommentiert, dann würde man sehen, wieviele seiner Fans ihm ins TV folgen.

Das klingt tatsächlich reizvoll. Wie beeinflusst das Netz unsere Sehgewohnheiten und Ansprüche an das Fernsehen?

Die Sehgewohnheiten ändern sich durch das Netz gerade dramatisch. Plattformen wie Watchever und Netflix tragen diese Veränderung schon im Namen: Der Nutzer kann frei entscheiden, wann, wo und wie er Bewegtbildinhalte nutzen will. Wer aber einmal von einer festgelegten Programmierung entwöhnt ist, ist sozusagen für immer verloren – auch und besonders für die TV-Sender! Wenn ich eine Serien-Staffel am Stück schauen möchte, oder auch sechs Staffeln über ein Wochenende, dann kann ich das heute tun. Und es sind nicht mehr nur die Nerds, die auf ihrem Smartphone oder Tablet an der Haltestelle eine Serienfolge schauen. Auf der anderen Seite ist der Fernsehschirm fest im Bewusstsein verankert: als Teil des Wohnzimmers, als Lagerfeuer der Familie, als fester Teil des Mobiliars. Was man aber darauf sieht, ist nur eine Frage der Zuspiegelung der Inhalte, und diese ändert sich definitiv dahingehend, dass man internetfähige Geräte hat und vielleicht gar nicht mehr bei der ARD vorbeischaud. Das Fernsehen setzt mit mehr Liveübertragungen und großen Shows dagegen.

Und es ist längst nicht mehr nur die junge Generation, die diese Möglichkeiten des Netzes erkundet.

Meine Mutter ist 74 Jahre alt. Sie spielt Online-Bridge mit ihren Freundinnen und benutzt jeden Tag Skype, um mit meiner Schwester in Griechenland zu sprechen. Das heißt: Dort, wo das Netz ein Problem löst oder ein Bedürfnis befriedigt, wird es auch genutzt, und zwar unabhängig vom Alter.

Steht mit den hohen Klickzahlen bei professionellen Webvideos auch immer die Frage des Geldes im Raum?

Mit dem Internet ist ein Stück amerikanische Kultur zu uns nach Europa und in alle Teile der Welt gekommen. YouTube etwa ist Kapitalismus pur. Das bedeutet: Die Nutzer können auf den Plattformen fast alles tun, um dort Geld zu verdienen. Wenn sie scheitern, scheitern sie, aber sie haben alle Möglichkeiten. Die Fragen sind: Wie wird die wirtschaftliche Struktur dieses internationalen Marktes aussehen? Wie werden die Webstars andere Social-Media-Plattformen nutzen, um Reichweite, Relevanz und Einkommen noch zu vergrößern? Und wie werden sich diese Plattformen weiterentwickeln? Beispielsweise ging Twitter mit Vine ebenfalls in Richtung Bewegtbild, und auch Facebook schlägt diesen Weg ein.



Videoproduzent und umschwärmter YouTube-Star LeFloid, Foto: EWVA / Christof Woff

Welche Art von Inhalten sollen mit dem Webvideopreis unterstützt werden?

Jeder kann seine Videos einreichen, jedes Video kann nominiert werden, einzige Voraussetzung: Die Produktion ist für die Erstveröffentlichung im Netz entstanden. Das Publikum und unsere Academy sind die Entscheidungsträger. Wir als Veranstalter sind hier neutral. Bemerkenswert ist, dass wir den Preis zu einem reinen Publikumspreis machen wollten, aber die Community wünschte, dass es eine Academy-Jury geben sollte, die mitentscheidet. Die Academy besteht aus den Nominierten und Preisträgern eines jeden Jahres und wächst demzufolge jedes Jahr. Das führt zu einer Ausdifferenzierung des Stimmverhaltens und zu einem gerechten Verfahren, wie wir finden. Wir verhindern damit, dass die Stars mit großer Fanbasis automatisch gewinnen, und gleichzeitig gibt es viele Videos, die erst mit dem Preis »entdeckt« werden.

Was können die TV-Stars von ihren Online-Kollegen lernen?

Mit dem Wort Star bin ich immer sehr vorsichtig. Aber ich glaube, man wird in Zukunft kein Star werden können, ohne

ehrliche Interaktion mit den Nutzern. Die Webstars heute haben eine Art »geborene Nähe« zu den Menschen, und selbst wenn sich tausende Kommentare auf einem Kanal sammeln, werden diese gelesen und wenn erforderlich, auch beantwortet. Die Frage, die sich an dieser Stelle stellt ist doch: Inwieweit kann sich diese Authentizität an die traditionelle Star-Welt anschließen?

Die »gemachten« Stars im Kino oder Fernsehen sind vermutlich inkompatibel zu den Stars des Netzes.

Dazu eine Anekdote: Die Stars von DSDS hatten sich zur letzten Verleihungs-Gala 2013 eingeladen. Aber sie standen da, und niemand hat sie bemerkt. Sie waren gestern bei DSDS und sind vor Millionen Menschen aufgetreten. Aber an diesem Abend bildete sich eine Menschentraube um so einen jungen Kerl wie LeFloid und sie wurden einfach stehen gelassen.

Also sind Webstars die authentischen, echten Stars und die anderen hat es eigentlich nie gegeben?

So ungefähr.

5. BarCamp in Düsseldorf VideoCamp 2014

In den vergangenen Jahren hatte das Düsseldorfer VideoCamp stets die Verleihung des Deutschen Webvideopreises eingerahmt. In diesem Jahr wurde das Camp nun erstmals vorverlegt und fand am 28. und 29. März in den Cubic Studios statt. Der von der European Web Video Academy als spezielles BarCamp veranstaltete Workshop brachte Webvideomacher aus ganz Deutschland zusammen, um sich über das Thema »Video« auszutauschen. Prinzip des Camps ist es, dass jeder Teilnehmer sich verpflichtet, eine Präsentation oder Session abzuhalten, bei einer mitzuwirken oder in anderer Form zum Gelingen der Veranstaltung beizutragen. Zudem erklären sich alle Vortragenden dazu bereit, ihre Beiträge nachträglich auf videocamp.de zu veröffentlichen, um auch jenen die Möglichkeit zur Information zu geben, die nicht haben anreisen können.

> www.videocamp.de

Digitales Medienland NRW Termine im April und Mai

| | |
|------------|-------------------------------------|
| 02.04. | TMT Predictions 2014, Köln |
| 28.04. | Rheinland-Pitch, Köln |
| 07.-09.05. | Clash of Realities, Köln |
| 10.05. | XXL TuberDay, Bottrop |
| 10.-11.05. | Role Play Convention, Köln |
| 12.05. | Eyes & Ears Conference, Köln |
| 19.-25.05. | Interactive Cologne, Köln |
| 20.-21.05. | Medienforum NRW, Köln |
| 20.-22.05. | ANGA COM, Köln |
| 24.05. | Deutscher Webvideopreis, Düsseldorf |



Gründerzentrum, Begegnungszentrum und Veranstaltungsort

Startplatz Köln

Vor fast eineinhalb Jahren eröffnete im Kölner Mediapark der Inkubator Startplatz. Mittlerweile nutzen rund 60 Startups und Freelancer, aber auch arrivierte Unternehmen die Räumlichkeiten und Workshop-Angebote. Jörg Laumann besuchte den Hotspot.

»Wir verstehen uns nicht als klassischer Inkubator, sondern kombinieren verschiedene Elemente«, sagt Lorenz Gräf, zusammen mit seinem Sohn Matthias Gründer und Geschäftsführer. »Startplatz ist eine Mischung aus Gründerzentrum, Begegnungszentrum und Veranstaltungsort.« Die Vorfinanzierung habe die 2008 gegründete Familien-Holding übernommen. »Ein solches Projekt braucht einen gewissen Vorlauf, langfristig ist es aber natürlich als kommerzielles Unternehmen ausgerichtet.«

Im November 2012 brachten die Gräfs den Treffpunkt für junge Unternehmer und Freiberufler aus der digitalen Welt im Kölner Mediapark an den Start. Mittlerweile belegt Startplatz rund 1.600 Quadratmeter Fläche in ehemaligen Räumlichkeiten des Hörfunksenders 1Live. Die Initiatoren heben dabei die gute Infrastruktur mit Parkplätzen, Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel und der Nähe zu Kölner Szenevierteln und Unternehmen hervor. Die Aktivitäten von Startplatz sind vielfältig. Der Inkubator vermietet Räumlichkeiten für Konferenzen und sonstige Veranstaltungen und richtet Workshops und Pitches aus. Zudem beteiligen sich die Gräfs an aus ihrer Sicht vielversprechenden Startups. Beispiele hierfür sind die App-Entwicklungsagentur Maple Apps und das E-Commerce-Unternehmen Tanked. Beide haben nach dem Investment ihren Firmensitz in den Startplatz verlegt.

In der Szene Fuß fassen

Doch die Belegschaft im Startplatz, die derzeit rund 60 Unternehmen umfasst, besteht auch aus reinen Mietern. Der Inkubator bietet unterschiedliche Formen der Büro-Nutzung an, die von flexiblen Modellen bis zu einem regelmäßig 24 Stunden am Tag verfügbaren Arbeitsplatz reichen. Für die

letztgenannte Form der Niederlassung hat sich unter anderem nur10.de, eine Ausgründung des Portals meinestadt.de, entschieden. Sie hat eine App entwickelt, mit deren Hilfe Nutzer in ihrer lokalen Umgebung Angebote finden können, die nur zehn Euro kosten. Sebastian Drees von nur10.de sieht den Startplatz als wichtige Grundlage, um in der Szene Fuß zu fassen. Dabei sei der Austausch mit den anderen Nutzern des Inkubators enorm wichtig. »Alle sind Multiplikatoren«, sagt Drees. Die Kommunikation biete auch praktische Vorteile: »Man bekommt sofort Hilfe, wenn man sich in einem Bereich nicht so gut auskennt.«

Inhouse-Stipendium für App-Entwickler

Auch die Startplatz-Gründer selbst sind mit Unternehmen in den Räumlichkeiten ansässig:

Lorenz Gräf, der in der Vergangenheit unter anderem die Internet-Firma Globalpark aufgebaut hat, fungiert als einer der Geschäftsführer der Social-Media-Agentur Boostpark. Matthias Gräf führt das Online-Magazin »Golf Post«. Um wichtige Ideen, unter anderem aus dem sozialen Bereich zu fördern, vergeben die Gräfs auch Stipendien. Aktuelles Beispiel ist Kristina Wilms, die mit zwei Kollegen an der Entwicklung einer App arbeitet, die in der Depressions-Therapie eingesetzt werden kann. »Wir möchten damit die Aufmerksamkeit auf ein Thema lenken, über das gerne geschwiegen wird«, sagt sie. Der Startplatz sei ein wichtiges Umfeld, um einen Einstieg zu finden.

Ökosystem mit Nachbarschaftshilfe

Vor allem die Offenheit der Räumlichkeiten und die spontane Kommunikation sind wesentliche Elemente des Konzepts von Startplatz. »Hier entsteht ein Ökosystem im Kleinen, in dem man sich gegenseitig hilft«, erklärt Lorenz Gräf. Der promovierte Soziologe verweist auf Netzwerkanalysen an US-amerikanischen Universitäten. Dort sei unter anderem festgestellt worden, dass junge Unternehmen, die sich im Umkreis von einer halben Meile rund um den Campus niedergelassen haben, erfolgreicher seien als die weiter entfernten Mitbewerber. Dies sei letztlich auf den persönlichen Kontakt in der Mensa oder anderen Universitäts-Räumlichkeiten zurückzuführen. »Zufällige Begegnungen fördern das Weiterkommen«, sagt Lorenz Gräf, »deshalb wollen wir hier dem Zufall einen Raum geben«. Dementsprechend ist der Eingangsbereich der Räumlichkeiten im Mediapark gestaltet: Kaffeemaschine, Sitzkissen und Stehtische laden zum spontanen Verweilen ein. Die Jungunternehmer treffen sich zum Gespräch oder zu einer

Runde Tischfußball. An der Wand informieren ausgehängte »Steckbriefe« über die Aktivitäten der Startplatz-Mieter.

Neben Startups und Freelancern nutzen laut Angaben der Betreiber auch zahlreiche etablierte Unternehmen, etwa die Telekom, die Möglichkeiten, die der Startplatz bietet. Die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG gehört dort zu den Anbietern regelmäßiger Sprechstunden für junge Unternehmen, ebenso wie der unter anderem auf IT-Recht und E-Commerce spezialisierte Rechtsanwalt Guido Abhoff aus Köln. »Wir stellen fest, dass der Zuspruch immer größer wird«, berichtet er.

Praxisorientierte Workshops in der Startup-Academy

Ebenfalls zum Angebot von Startplatz gehört die Startup Academy, ein praxisorientiertes Workshop-Programm, das kostenpflichtige und frei zugängliche Veranstaltungen umfasst. Es beschäftige sich »mit Themen, bei denen wir davon überzeugt sind, dass ein junges Unternehmen sie kennen sollte«, berichtet Lorenz Gräf. »Startups bewegen sich in der digitalen Welt in einem hoch dynamischen, hoch kompetitiven Umfeld«, gibt er zu bedenken. Es sei vor diesem Hintergrund wichtig, Wissen jenseits der klassischen Betriebswirtschaftslehre zu vermitteln.

Vernetzung von Startups mit etablierten Unternehmen

Um die regionale Startup-Szene zu fördern, haben die Startplatz-Macher zudem das Format »Rheinland-Pitch« initiiert. »Wir möchten damit die Gründerkultur in Köln und im gesamten Rheinland abbilden«, sagt Lorenz Gräf und verweist auch auf Standorte wie Koblenz, wo viele Informatiker ansässig seien. Der Rheinland-Pitch findet regelmäßig am letzten Montagabend im Monat statt. Jeweils drei ausgewählte Bewerber dürfen dem Publikum, das aus Vertretern etablierter Unternehmen und Institutionen besteht, ihr Projekt vorstellen. »Fünf der bisherigen acht Gewinner haben mittlerweile eine Finanzierung erhalten«, berichtet Lorenz Gräf. Ende Mai gibt es für das Siegerprojekt ein besonderes Bonbon: Es darf sich auf der dmexco in Köln mit einem Unternehmerstand präsentieren. Nicht zuletzt stelle die Vernetzung von Startups mit etablierten Unternehmen aus der Region einen wesentlichen Teil der Philosophie von Startplatz dar. »Es ist wichtig, dass junge Unternehmer nach draußen gehen und herausfinden, ob der Markt bereit ist, für ihre Ideen zu bezahlen«, so der Gründer und Geschäftsführer des Inkubators. »Damit spart man sich am Ende wichtige Lebenszeit, die man ansonsten in unrealistische Projekte investiert hätte.«



Unternehmen im Startplatz Köln

Neue Fachkonferenz in Köln

CrowdDay

Die Grundidee des Crowdfunding, zu Deutsch Schwarmfinanzierung, ist einfach: Eine große Zahl von Anlegern investiert kleine Beträge, damit ein Projekt verwirklicht werden kann, für das Banken oder andere Investoren kein Geld geben. Spätestens seit dem Triumphzug von »Stromberg – Der Film« steht fest: Crowdfunding kann funktionieren. Doch wie und wann wird das Finanzierungs- zum Erfolgsmodell? Stefanie Hadding über den ersten CrowdDay, der im Februar in Köln stattfand.

Crowdfunding und Crowdinvesting sind immer häufiger Teil ernsthafter Finanzierungs-Überlegungen, und das nicht nur bei Filmen. Ob Gadgets, Apps, Musik, Bücher, journalistische oder soziale Projekte: Die Menge an erfolgreichen Aktionen nimmt zu. Der erste CrowdDay in Köln im Februar reagierte auf diesen Trend. Ein frisches Konferenzformat hatten die Veranstalter angekündigt; einen Tag voller interessanter Workshops, Vorträge sowie Diskussionen zu den innovativen Finanzierungsmodellen und das ganz ohne Langeweile. Lernen und die Interaktion sollten im Vordergrund stehen.

Eine bunte Mischung aus rund 100 Teilnehmern

Die Rechnung ging auf. Rund 100 Teilnehmer kamen zu der Fachkonferenz, die im Inkubator Startplatz im Mediapark stattfand. Für viele Teilnehmer war es die erste analoge Begegnung, denn sie kannten sich bisher nur aus dem Internet. Für andere war es ein Wiedersehen – mit ausgelassener Stimmung wie auf einem Klassentreffen. Nicht nur Crowdfunder kamen zum CrowdDay, sondern auch Betreiber von Crowdfunding-Webseiten, Anwälte, die sich mit der zum Teil verzwickten juristischen Lage beschäftigen, Berater, aber auch Idealisten, die im Crowdfunding ein demokratisierendes Tool sehen und mehr Partizipation in kulturellen und technologischen Projekten erhoffen – eine bunte Mischung aus Enthusiasten und Ökosystem-Arbeitern, die lautstark zwischen Panels netzwerkten und sich austauschten.

Bei den verschiedenen Panel-Diskussionen standen u.a. Basics und rechtliche Fragen des Crowdfunding im Fokus. Die Teilnehmer hatten zudem die Möglichkeit, an drei verschiedenen Workshop-Blöcken teilzunehmen. Schwerpunkte hierbei waren Crowdfunding für unterschiedliche Berufsbranchen, Crowdfunding als Teil einer modernen Unternehmensstrategie sowie Marketing und PR für Crowdfunding-Kampagnen. Zu den Referenten gehörten Koryphäen aus verschiedenen Branchen, u.a. der Crowdfunding-Experte Marco Sokianos von der TU Berlin, Rechtsanwalt Thomas Nagel aus Köln, Karsten Wenzlaff, Gründer und Geschäftsführer des Instituts für Kommunikation in sozialen Medien ikosom, und Karl-Heinz Land, Gründer der Strategieberatung Neuland für die Digitale Vision & Transformation.

Gute Plattform für die junge Szene

Veranstalter Dennis Schenkel, Gründer der Kölner Service-Agentur CrowdXperts und Vorstandsmitglied im Deutschen Crowdsourcing Verband, zeigte sich zufrieden: »Der CrowdDay hat der noch jungen Crowdfunding-Szene in NRW eine gute Plattform für Gespräche und Diskussionen geboten und sie weiter zusammenrücken lassen. Die Teilnehmer konnten viel über Crowdfunding erfahren, sich mit etablierten Experten austauschen und eine Menge dazulernen. Einer zweiten Veranstaltung steht also nichts im Wege.«

Nur zwei Tage zuvor hatte gleich nebenan im Cinedom die Premiere des erfolgreichsten deutschen Crowdfunding-Filmprojekts stattgefunden: »Stromberg – Der Film«. Die Kölner Firma Brainpool hatte das Projekt im Dezember 2011 gestartet und sammelte für den geplanten Film zur TV-Serie von rund 3.000 Fans eine Million Euro in nur einer Woche ein. Damit stand die Anschubfinanzierung. Die Filmstiftung NRW förderte »Stromberg – Der Film« anschließend mit 700.000 Euro, weitere Förderer folgten. Seit dem Kinostart sahen rund 1,2 Mio. Zuschauer den Film, der schon jetzt Kult ist.



Networking, Lernen und Interaktion beim CrowdDay

Dennis Schenkel (CrowdXperts) und Lorenz Gräf (r. Startplatz), Fotos: CrowdDay

Inkubatoren in NRW

1st Mover
Sitz: Düsseldorf
Schwerpunkt: Startups aus dem Bereich Mobile Internet
www.1stmover.org

Betafabrik
Sitz: Köln
Schwerpunkt: Aufbau und Entwicklung von Online-Unternehmen
www.betafabrik.de

Co:Forward
Sitz: Herzogenrath
Schwerpunkt: Business-Inkubator für technologie- oder digital-basierte Startups
www.coforward.de

Crossventures
Sitz: Köln
Schwerpunkt: Unterstützung und Umsetzung von digitalen Geschäftsmodellen
www.crossventures.de

Friendventure
Sitz: Köln
Schwerpunkt: Startups aus dem Bereich Internet und eCommerce
www.friendventure.de

Garage Inkubator
Sitz: Dortmund
Schwerpunkt: Beratung und Networking zur Existenzgründung aus der Arbeitslosigkeit
www.wasistgarage.de

Netstart Incubator
Sitz: Köln
Schwerpunkt: Räumlichkeiten und technische Infrastruktur für Startups der Net Economy
www.netstart.de

Startplatz
Sitz: Köln
Schwerpunkt: Investment in digitale Geschäftsmodelle, Arbeitsplätze für Startups und Freelancer, Workshops und Networking
www.startplatz.de

UFA Lab NRW
Sitz: Köln
Schwerpunkt: Content-Labor für digitales Entertainment
www.ufa-lab.com

Mediencluster NRW
Sitz: Düsseldorf
cluster@medien.nrw.de
www.medien.nrw.de



Porträt Levin Hübner

Der Frühstarter

Schon als Teenager jagte Levin Hübner Freunde aufeinander, um blutige Spektakel auf Film zu bannen. So legte er den Grundstein für das, was auf der Berlinale und mit dem Publikumspreis beim Ophüls-Festival seinen ersten Höhepunkt erlebte. Christian Meyer porträtiert den ifs-Absolventen.

Levin Hübner, 1988 in Hamburg geboren, meinte es von Anfang an ernst mit der Filmerei. Schon mit 18 Jahren traute er sich, einen Film beim Hamburger Nachwuchsfilmfestival einzureichen und gewann dort gleich den Spezialpreis der Jury. Kurz darauf folgte die Teilnahme am Deutschen Nachwuchsfilmfestival des up-and-coming Filmfestivals in Hannover. Zu dieser Zeit stand Hübner gerade vor dem Abitur. Die frühen Erfolge machten Mut. Noch während der Schulzeit absolvierte er ein Praktikum bei einer »Tatort«-Produktion von Studio Hamburg. Ein Praktikum bei einer Werbefirma schloss sich an. Dort konnte er schon bald als Regisseur erste Filmaufträge realisieren und arbeitete eine Weile selbstständig in der Werbebranche. Zu diesem Zeitpunkt war Hübner 21 Jahre jung. Doch etwas fehlte. »Die Werbung«, so Hübner,

»war eine tolle Schule für visuelles und präzises Erzählen«. Er habe viel an Erfahrung mitgenommen, aber auch schnell gemerkt, wo die kreativen Grenzen sind.

Filmregie an der ifs

Also wechselte der Hamburger 2010 an die ifs internationale filmschule köln und studierte dort Filmregie – als mit Abstand Jüngster seines Jahrgangs. Er hat keine Ahnung, wie eine Alexa-Kamera funktioniert, fand es aber »sehr befreiend, dass hier gelehrt wird, dass der Regisseur nicht alles wissen, aber die Vision mitbringen muss«. Als das Studium mit klar reglementierten Übungen startete, war Hübner, der bereits ganze Filme realisiert hatte, zunächst etwas frustriert. Im Nachhinein ist er aber froh, wenigstens einmal auf 16 mm gedreht und

Filmmaterial ohne Computer geschnitten zu haben. Im dritten Semester entstand dann der Kurzfilm »Anti-Aging Erna«, eine schwarze Komödie. Jetzt durfte er das erste Mal richtig loslegen und alles ausprobieren. »Wir haben einen scherenschnittartigen Vorspann gemacht, jazzige Musik eingespielt und alles total bunt inszeniert.« Der Film lief auf Festivals und ist kürzlich auf der Compilation »Die Frau meiner Träume – Lesbische Kurzfilme« bei Salzgeber auf DVD erschienen. Kurz darauf gab es ein Wiedersehen mit der Werbeindustrie: Im Rahmen des Projektes »Mean but green« entstand an der ifs der virale Clip »Brathänsel« (2012) zum Thema Klimaschutz. »Ich mag die Werbeästhetik weiterhin gerne und genieße es, mit der Bildwelt zu spielen«, sagt Hübner. »Es ist toll, wenn man sich das Set komplett selber bauen kann und Zeit und Geld hat, so lange auszuleuchten, bis es einem genau gefällt.«

Grandios gescheitert

Hatten Hübners Projekte bis dahin immer Humor, so stürzte er sich mit seinem nächsten Film in ein düsteres Inzestdrama, an dem er nach eigener Auskunft »grandios scheiterte«. »Ein typischer Giftschränkfilm, bei dem ich aber wahnsinnig viel gelernt habe.« Ausgebrannt, wie der Student sich fühlte, kam ein Projekt von ifs-Professor Hans Erich Viet gerade recht: ein Dreh in Kirgistan. »Es war total gut, in dieses weite Land zu kommen.« Dort habe er gemerkt, wie bereichernd auch die dokumentarische Arbeit sein kann. Der kleine kirgisische Badeort Bosteri liegt an einem Gebirgssee, einsam fast das ganze Jahr über – nur ein Riesenrad zeugt vom sommerlichen Tourismus. Mit seinem Team fand Levin Hübner in dem verlassenen Ort spontan seine Protagonisten für »Bosteri unterm Rad«. Er führt sie ohne große Backstory ein, zeigt nicht ihre Wohnräume. Für diese sensible Wahrung der Distanz wird er mit einer großen Offenheit belohnt: »Die Menschen dort haben gemerkt, dass wir nicht in deren Leben eindringen wollten, nur um dem deutschen Publikum mal ein paar karge Innenräume aus Kirgistan zu zeigen.«

Berlinale und Max Ophüls

Der 24-minütige Dokumentarfilm »Bosteri unterm Rad« (2013) lief auf der diesjährigen Berlinale in der Sektion Perspektive Deutsches Kino. Hübners zur gleichen Zeit fertiggestellter, von der Film- und Medienstiftung NRW geförderter Abschlussfilm »Alter Egon« (2014) über eine festgefahrene Vater-Sohn-Beziehung erhielt Ende Januar den Kurzfilm-Publikumspreis auf dem Festival Max Ophüls. »Das ist riesig, wenn du über ein Jahr an einem 15-minütigen Film arbeitest. Ein Film ist ohne Publikum ja nichts. Da ist ein Publikumspreis natürlich eine tolle Bestätigung«. Er versuche, in allen Momenten auch etwas Absurdes und Humorvolles zu finden, und glaubt, das funktioniere dokumentarisch genau so gut wie szenisch. Trotz aller formaler Unterschiede zwischen »Bosteri unterm Rad« und »Alter Egon« sei er bei beiden Filmen »auf der Suche nach einer Art magischem Realismus. Diese Suche hält in gewisser Weise auch die Ideen für meine nächsten Projekte zusammen.«

Neue Projekte

Gerade erst mit dem Studium fertig, hat Levin Hübner schon wieder neue Projekte in der Schublade: In Planung ist ein Dokumentarfilm, den Hübner und sein Team ursprünglich in Kirgistan drehen wollten, der damals aber nicht umsetzbar war. Mit Fabian Wallenfels, mit dem er bereits »Anti-Aging Erna« und »Alter Egon« produziert und geschrieben hat, arbeitet er an Exposés für einen abendfüllenden Spielfilm und eine Webserie. »Ich suche gerade den Atem für den langen Film. Ob das dann eher eine dokumentarische oder eine szenische Form haben soll, merke ich, wenn mich eine Geschichte packt.«



»Alter Egon«, Foto: ifs; Levin Hübner, Foto: Rike Rosen

Film- und Medienstiftung NRW Neues Förderprogramm für Abschlussfilme

Die Film- und Medienstiftung NRW hat ein neues Förderprogramm für Abschlussfilme an Filmhochschulen in NRW gestartet. Eine von Filmstiftung und dem Filmbüro NW ausgewählte Jury sorgt für eine schnellere und flexiblere Förderung. Die Filme werden in der Regel mit 20.000 Euro gefördert, maximal aber mit bis zu 80% der Gesamtherstellungskosten. Ein Empfehlungsschreiben des betreuenden Professors und ein Beratungsgespräch vor Antragstellung sind obligatorisch. Das zunächst bis 2015 angesetzte Programm ist mit jährlich 400.000 Euro aus Landesmitteln budgetiert. Das neue Förderprogramm ist Teil der Ende 2012 begonnenen Neuordnung der Nachwuchsförderung zur Schaffung einer transparenten Förderstruktur.

> www.filmstiftung.de

Neues aus der KHM Previews, Tagung, Festivalbeiträge

Am 14. April zeigt die Reihe Arte Preview bei freiem Eintritt um 19 Uhr in der Aula der KHM »Der Bang Bang Club – Fotografie gegen die Apartheid«. Der Film dokumentiert die Geschichte von vier weißen Fotografen, die als erste die Gewalt in den schwarzen Townships fotografierten und in Magazinen wie New York Times oder der Washington Post publizierten. Anschließend diskutieren der Regisseur Marc Wiese und Sabine Rollberg, Arte-Beauftragte im WDR und Professorin für künstlerische Fernsehformate an der KHM, mit dem Publikum.

Die Reihe KHM Movies zeigt am 14. Mai um 19 Uhr den Spielfilm »Lose your Head«. Anschließend diskutieren Regisseur Stefan Westerville, Kamerafrau Julia Daschner und Prof. Thomas Bauermeister mit dem Publikum. Am 21. Mai präsentiert die Reihe das Programm »Animation Spezial« mit den beiden KHM-Absolventen Špela Čadež und Philipp Artus, die sich nach dem Studium an der KHM auf Animation spezialisiert haben. Gezeigt werden ihre aktuellen und mehrfach ausgezeichneten Filme »Boles« und »Snail Trail« sowie Ausschnitte weiterer Arbeiten.

Vom 23. bis 25. Mai veranstaltet der Journalistinnenbund in Kooperation mit dem WDR, der Grimme-Akademie und der KHM eine Tagung zum Thema »Publizieren zwischen Datenflut und kapitaler Ebbe«. Unter dem Stichwort »Doing Gender 2.0« referieren die Leiterin der Grimme-Akademie Aycha Riffi, die Medien- und Netzaktivistin Anne Roth, Sabine Rollberg, die Bloggerin und Referentin für Social Media der SPD-Bundestagsfraktion Teresa Bücken, Cross Media-Entwicklerin Lena Thiele, die afghanisch-deutsche Multimedia-Journalistin Lela Ahmadzai sowie aus Seattle die Medienjournalistin Ulrike Langer.

»Istanbul Collecting«, der Abschlussfilm von Johanna Sunder-Plassmann, feierte Ende März beim Festival International du Film sur l'Art (FIFA) in Montréal seine Uraufführung. Der Film dokumentiert den Aufbau des Museums der Unschuld in Istanbul des türkischen Schriftstellers und Nobelpreisträgers Orhan Pamuk.

Im DOK.forum des Internationalen Dokumentarfilmfestivals München (07.-14.05.) zeigt die KHM den Animationsfilm »Emil« von Simon Steinhorst, »Man Made Place« von Yushen Su und »Winterzeit in Kandalaksha« von Anastasia Malkhazova. Das DOK.Forum beschäftigt sich mit den Entwicklungen und Zukunftsthemen des dokumentarischen Erzählens. Beim Filmfestival in Cannes (14.-25.05.) zeigt die KHM im Rahmen der Nachwuchsrolle »Next Generation 2014« ebenfalls »Emil« und den Kurzfilm »Der Storyteller« von Milan Ruben Kappen und Michael Binz, der am 9. April den Nachwuchspreis »Short Tiger 2014« der Filmförderanstalt Berlin erhält. Mit »Next Generation 2014« präsentiert German Films München eine Auswahl junger deutscher Filmemacher und ermöglicht ihnen auch die Reise nach Cannes. Nach der dortigen Premiere werden weitere Vorführungen im Rahmen der Festivals des Deutschen Films in Madrid (Juni), New York (Juni), Buenos Aires (September), Paris (Oktober) und Moskau/St. Petersburg (Dezember) stattfinden.

> www.khm.de



Die Puppenanimation »Boles« von Špela Čadež und Philipp Artus am 21. Mai bei KHM-Movies, Foto: KHM

Neues aus der ifs Weiterbildungsprogramm, Konferenz, Screenings

Im ifs-Weiterbildungsprogramm »Open Lab@Interactive Media« haben sich die Teilnehmer mit den non-linearen digitalen Medien und deren Gestaltungsmöglichkeiten beschäftigt. Auf dem Programm standen auch die Herstellungsprozesse und die Besonderheiten des digitalen Marktes. Am 4. April werden die während des Programms entstandenen Projekte vorgestellt, durch die Veranstaltung führt Programmate Michael Rüger, Redaktionsleiter und Creative Director bei Ravensburger Digital.

Zum 90. Geburtstag des Autors und Fernsehponiers Wolfgang Menge veranstalten das Cologne Game Lab und die ifs am 10. April von 10 bis 20 Uhr die von der Film- und Medienstiftung NRW geförderte Forschungskonferenz »Der Televisionär«. Die Konferenz würdigt den Journalisten, Romanautor, Hörspielautor, Dramatiker, Autor von Drehbüchern für Kinofilme, Fernsehspiele und Fernsehserien sowie Talkshow-Host mit zahlreichen Vorträgen u.a. von den Co-Veranstaltern Gundolf S. Freyermuth (Cologne Game Lab) und Lisa Gotto (ifs Köln) als transmedialen Autor avant la lettre. Anmeldung unter der televisionaer@colognegamelab.de

Die ifs-Absolventin Bine Jankowski gewinnt den Preis für Bildgestaltung des Internationalen Frauenfilmfestivals 2014. Den mit 2.500 Euro dotierten Preis erhält die Bildgestalterin in der Kategorie Spielfilm für ihre Arbeit am ifs-Abschlussfilm »Rebecca« von Anna Kohlschütter. Am 13. April ist der Film beim IFFF in Köln zu sehen.

In der Reihe »ifs-Begegnung – Junger deutscher Film« wird am 23. April um 19 Uhr im Filmforum NRW der Spielfilm »Freier Fall« um einen Polizisten vor seinem Coming out gezeigt. Die neue Veranstaltungsreihe fragt nach der Ausbildungs- und Arbeitssituation junger Filmemacher, ihren Vorbildern und prägenden Erlebnissen während der Studienzeit. Im Anschluss an die Vorführung findet ein Gespräch mit Regisseur und Autor Stephan Lacant statt. Der Eintritt ist frei.

In der Reihe »ifs-Begegnung – Film« wird im Filmforum NRW am 7. Mai um 19 Uhr der Visual Artist Rolf Mütze (»Der Hobbbit«, »Cloud Atlas«, »Eine dunkle Begierde«) über seine Arbeit sprechen. Rolf Mütze ist zur Zeit an der ifs Professor in Vertretung für Visual Arts.

Am 9. Mai um 17 Uhr findet an der ifs ein Infoabend zum Studiengang Film statt. Fragen zum BA-Studiengang mit den Fachschwerpunkten Drehbuch, Regie, Kreativ Produzieren, Kamera, Editing Bild & Ton und Visual Arts sowie zum Bewerbungsverfahren werden dann beantwortet.

Am 18. Mai zeigt die ifs ein Kurzfilmprogramm im Rahmen des Kultursonntag und Museumfest. In der Reihe »ifs-Begegnung – Film« werden im Filmforum NRW studentische Filmprojekte präsentiert, anschließend finden Gespräche mit den Filmemachern statt.

Am 20. Juni ist der Anmeldeschluss für die berufsbegleitende Weiterbildung »International Producing«. Das 5-monatige Programm startet im September und beschäftigt sich mit individuellen Geschäftsmodellen für international operierende Produzenten.

> www.filmschule.de



Am Set von Oskar Roehlers »Tod den Hippies, es lebe der Punk«

Punk in NRW

Extrovertierte, Exaltierte und Exzentriker bevölkern viele Filme von Oskar Roehler. Ein weiterer Protagonist aus dieser Reihe steht im Mittelpunkt seines neuen Kinospieffilms »Tod den Hippies, es lebe der Punk«, den der Berliner Regisseur zum größten Teil in Nordrhein-Westfalen drehte. Tom Schilling spielt darin den jungen Robert, der in den achtziger Jahren aus der fränkischen Provinz nach Berlin zieht. Wichtige Szenen entstanden in einer leerstehenden Fabrik in der Kölner Südstadt. Reinhard Kleber war dabei.

»Arzneimittel. Der Spezialist für Lutsch- und Kaupastillen« steht auf einem alten Reklameschild, das auf einer nackten Wand in den verwaisten Produktionshallen der Firma Bolder prangt. Der Baukomplex bot der Produktionsfirma X Filme Creative Pool jede Menge Platz, um den düsteren Punk-Club »Risiko« einzubauen. Die legendäre Berliner Punker-Bar existiert längst nicht mehr, so dass man sie sowieso nachbauen musste.

Tom Schilling, Wilson Gonzalez Ochsenknecht, Frederick Lau und Emilia Schüle

In einer Drehpause vor einem lautstarken Punk-Konzert sieht man dort überzeugende Punkerfiguren: Tom Schilling mit Irokesenfrisur, Wilson Gonzalez Ochsenknecht in schwarzer Lederjacke, Frederick Lau mit Schiebermütze und Netzhemd und Emilia Schüle in Hotpants und Netzstrümpfen. Vor der

Kamera stehen im Film zudem Hannelore Hoger und Alexander Scheer. Vor allem Ochsenknecht scheint in der Rolle aufzugehen, in der er schulterlange Haare, Schnurrbart, prillige Sonnenbrille und schwarze Lederjacke tragen darf. Auf seiner Facebook-Seite hat er gerade mit dem Zusatz »Können wir auch« ein Selfie-Foto mit sich und dem Team gepostet, das sich an das meistgeklückte Selfie von der Oscar-Show anlehnt.

Authentische 80er Jahre-Motive

Es ist nicht der einzige überzeugende Schauplatz, den die Location Scouts in Nordrhein-Westfalen für ein ironisch-witziges Zeitporträt über die Punk-Ära aufgespürt haben. »Wir haben erstaunlich viele authentische Motive aus den 80er Jahren in NRW gefunden und sind auch stolz darauf«, sagt der Produzent Stefan Arndt. Allein 15 Motive hat das Team an 27 Drehtagen in NRW genutzt. Dazu kommen noch vier Tage in Berlin und einer in Marokko.

Peepshow aus Bochum

Gedreht wurde auch in einer Peepshow in Bochum. »Im Film führt dort Roberts bester Kumpel, gespielt von Ochsenknecht, die Geschäfte, und der braucht dringend einen Mitarbeiter, der die Kabinen putzt«, erläutert Arndt. »Robert übernimmt den Job und bringt zwischendurch den Mädels Schweinebraten und Currywürste. Als Punker darf man eben nicht wählerisch sein.« Das Drehbuch schrieb Oskar Roehler wie gewohnt selbst und schöpfte dabei wieder aus eigenen Erfahrungen. In den Jahren vor dem Fall der Mauer galt West-Berlin als eine Insel der Glückseligkeit: Hippies, Rock'n'Roll, Punk, alles war möglich. Diese quicklebendige Mischung lockt auch den jungen Robert an, der seine muffige Kleinstadt und den Hippie-Kult seiner Lehrer hinter sich lässt und sich in Berlin ins Abenteuer stürzt. Hier hofft er, die Welt der Freiheit, des Sexes, der Drogen zu genießen, und begegnet vielen schrägen Gestalten. Dementsprechend verheißt die Produktion »eine spannende Momentaufnahme im Berlin der 1980er Jahre: Inseldasein, Mauerstadt, Subkultur, Kalter Krieg«.

Wie es in der angesagten Punk-Bar »Risiko« zugeht, wissen Arndt und Roehler aus eigener Anschauung: »Damals war ich noch Kinobetreiber in Berlin. Da waren wir nach langen Kinonächten am Wochenende morgens um fünf Uhr so

Regisseur Oskar Roehler am Set in der Kölner Südstadt, Foto: X Verleih

aufgedreht, dass wir jedes Mal ausgingen. Die einzige große Gelegenheit war damals das ‚Risiko‘. Da stand Blixa Bargeld hinter dem Tresen, manchmal auch Nick Cave. In dieser Bar haben sich damals die ‚Einstürzenden Neubauten‘ gegründet. Und dann kamen auch klein Stefan und klein Oskar dazu, damals noch jung und hübsch.«

Die Wahrheit hinter dem Punk

Mit dem fünften gemeinsamen Film verfolgen die beiden ein klares Ziel. Arndt: »Es geht nicht darum, bei alten Männern wie mir nostalgische Gefühle zu wecken, sondern jungen Leuten die Wahrheit hinter dem Punk zu zeigen. Die bestand nicht aus Schnorren, Bierdosens werfen und Alkohol abkippen. Die Punker wollten vielmehr der Welt den Spiegel vorhalten und etwas künstlerisch Neues schaffen. Schließlich war es die letzte musikalische Revolution. Es wird Zeit, dass so etwas wieder passiert.«

Der drei Millionen Euro teure Film wird von WDR und BR koproduziert. Größter Förderer war die Film- und Medienstiftung NRW mit 600.000 Euro. Zur Finanzierung trugen zudem DFFF, MDM und FFA bei. Den Verleih übernimmt der X Verleih. Stefan Arndt: »Es gehört Größe dazu, so eine Berlin-Geschichte, auch wenn sie in der Provinz beginnt, zu fördern.«



Wilson Gonzalez Ochsenknecht, Emilia Schüle, Christina Bentlage (Filmstiftung), Oskar Roehler, Tom Schilling und Frederick Lau (v.l.), Foto: Frank Brenner



Justus von Dohnányi, Anke Engelke, Alwara Höfels, Ken Duken, Mina Tander und Gabriela Maria Schmeide (v.l.) in Sönke Wortmanns »Frau Müller muss weg«. Foto: Constantin/Tom Trabrow

Frau Müller muss weg

Die Kölner Little Shark verfilmt noch bis zum 3. April in Köln und Umgebung das Theaterstück von Lutz Hübner über einen Elternabend, der komplett aus dem Ruder läuft. Die 23 der 25 Drehtage finden in NRW statt. Sönke Wortmann führt Regie, an der Kamera ist Tom Fahrmann, als Castingagentur Anja Dührberg Casting dabei. Das Buch schriebene Lutz Hübner (Mitarbeit: Sarah Nemitz), Sönke Wortmann und Oliver Ziegenbalg. Als Darsteller sind Gabriela Maria Schmeide, Anke Engelke, Mina Tander, Ken Duken, Alwara Höfels und Justus von Dohnányi unter Vertrag. Tom Spieß (Little Shark) produziert die Komödie für Constantin Film (Produzent: Oliver Berben, Stefan Gärtner), die auch den Kino-Verleih übernimmt.

> Little Shark Entertainment, Tel. (0221) 336110; littleshark@littleshark.de



Am 13. April läuft der neue Münster-Tatort »Der Hammer«. Derweil wird in Münster, Köln und Umgebung die nächste Episode gedreht. Foto: WDR/Martin Menke

Münster-Tatort: Mord ist die beste Medizin

Kommissar Frank Thiel (Axel Prahl) muss den Mord an einem jungen Pharmazeuten der Münsteraner Uniklinik aufklären. Prof. Karl-Friedrich Boerne (Jan Josef Liefers) hat sich derweil selbst ins Krankenhaus eingeliefert, um der Ursache für seine hohen Leberwerte auf den Grund zu gehen. Das Buch zum »Tatort – Mord ist die beste Medizin« stammt von Dorothee Schön. Regie führt Thomas Jauch. Wieder mit dabei sind ChrisTine Urspruch als Rechtsmedizinerin Silke Haller, Friederike Kempster als Kommissarin Nadeshda Krusenstern, Mechthild Großmann als Staatsanwältin Wilhelmine Klemm und Claus D. Clausnitzer als Herbert Thiel. Dieser Münster-Tatort ist eine Produktion von filmpool fiction im Auftrag des WDR. Die Dreharbeiten laufen vom 11. März bis zum 10. April 2014 in Münster, Köln und Umgebung.

> filmpool, Tel. (0221) 9215990; info@filmpool.de

Köln-Tatort: Prügelknabe

Die Kommissare Max Ballauf (Klaus J. Behrendt) und Freddy Schenk (Dietmar Bär) ermitteln dieses Mal im Fall eines ermordeten jungen Stadtstreichers. Regie führt Andreas Kleinert. Wieder mit dabei ist Joe Bausch als Gerichtsmediziner Dr. Joseph Roth. In Gastrollen zu sehen sind Anna Stieblich und Robert Gallinowski. Der »Tatort – Prügelknabe« ist eine Produktion der Colonia Media Filmproduktion (Produzentin: Sonja Goslicki) im Auftrag des WDR. Die Dreharbeiten laufen vom 11. März bis zum 9. April in Köln und Umgebung.

> Colonia Media, Tel. (0221) 9514040; coloniamedia@coloniamedia.de

Dortmund-Tatort: Hydra

In ihrem fünften Fall müssen die vier Dortmunder Kommissare Peter Faber (Jörg Hartmann), Martina Bönisch (Anna Schudt), Nora Dalay (Aylin Tezel) und Daniel Kossik (Stefan Konarske) den Mord an einem Neonazi aufklären. Robert Stadlober übernimmt die Rolle von Daniel Kossiks Bruder. Das Drehbuch stammt von Jürgen Werner, der auch bereits die ersten vier Fälle des Dortmunder Tatort-Teams geschrieben hat. In Szene gesetzt wird »Hydra« von Nicole Weegmann. Wieder mit dabei sind auch Thomas Arnold als Rechtsmediziner Jonas Zander und Robert Schupp als Kommissar Krüger. »Tatort – Hydra« ist eine Produktion der Colonia Media Filmproduktion (Produzentin: Sonja Goslicki) im Auftrag des WDR. Die Redaktion hat Frank Tönsmann (WDR). Die Dreharbeiten laufen bis zum 9. April in Dortmund, Köln und Umgebung.

> Colonia Media, Tel. (0221) 9514040; coloniamedia@coloniamedia.de

Ein Hologramm für den König

Anfang März haben in Marokko die Dreharbeiten zu der melancholischen Komödie »Ein Hologramm für den König« begonnen. Die unabhängig finanzierte Produktion ist eine Adaption des gleichnamigen Romans von Dave Eggers: In einer aufstrebenden saudi-arabischen Stadt, weit entfernt vom erschöpften, von der Rezession gebeutelten Amerika, unternimmt der strachelnde Geschäftsmann Alan Clay (Tom Hanks) den letzten Versuch, seinen Bankrott zu verhindern, die College-Gebühren seiner Tochter zu zahlen und endlich etwas Großes zu vollbringen. Regie führt Tom Tykwer, der auch das Drehbuch geschrieben hat. Oscar-Preisträger Tom Hanks arbeitet nach »Cloud Atlas« erneut mit Tykwer zusammen und hat die Hauptrolle übernommen. Ihm zur Seite stehen Sarita Choudhury, Omar Elba, Tracey Fairway, David Menkin und Tom Skerritt. Uwe Schott und Stefan Arndt (X Filme Creative Pool) produzieren gemeinsam Arcady Golubovich und Timothy D. O’Hair von Primeridian International sowie Tom Hanks und Gary Goetzman von Playtone in Zusammenarbeit mit Silver Reel Entertainment und Fábrica de Cine. Die Dreharbeiten dauern noch bis Juni an, voraussichtlich Ende Mai wird in NRW gedreht. X Verleih wird den Film in die deutschen Kinos bringen. Lotus Entertainment hat den Weltvertrieb übernommen.

> X Filme Creative Pool, Tel. (030) 23083311; info@x-filme.de

Die abhandene Welt

In Düsseldorf begannen am 6. März die Dreharbeiten zu »Die abhandene Welt«, dem neuen Kinospieffilm von Margarethe von Trotta (Regie und Drehbuch): Ein zufällig im Internet gefundenes Foto der amerikanischen Opernsängerin Caterina Fabiani (Barbara Sukowa) bringt das Leben von Paul Kromberger (Matthias Habich) und dessen Tochter Sophie (Katja Riemann) völlig durcheinander. Paul scheint in dem Bild seine verstorbene Frau Evelyn, Sophies Mutter, wieder zu erkennen. Sophie macht sich auf den Weg nach New York, um die Unbekannte aufzusuchen. In weiteren Rollen sind Gunnar Möller, Robert Seeliger, Karin Dor, August Zirner und Rüdiger Vogler dabei. Gedreht wird bis Anfang Mai in Nordrhein-Westfalen, München und New York. Die Produktion liegt bei Clasart Film- und Fernsehproduktion (Produzent: Markus Zimmer) und bei Tele München. Concorde Filmverleih bringt »Die abhandene Welt« 2015 ins Kino.

> Clasart Film & Fernsehproduktion, Tel. (089) 2118760; clasart@tmg.de

Witwenmacher

Deutschland Anfang der 60er Jahre. Mitten im »Kalten Krieg« steht Deutschland an vorderster Front gegen den Feind aus dem Osten. Die noch junge Bundeswehr kauft in einem milliardenschweren Deal das modernste Kampfflugzeug, das weltweit zu kriegen ist: den Starfighter. Vor diesem historischen Hintergrund konzentriert sich »Witwenmacher« auf einen Skandal, der heute noch von den Bundesbürgern als einer der größten der deutschen Nachkriegsgeschichte empfunden wird. Von den 916 bestellten Starfightern werden bis zum Dienstende beinahe ein Drittel, 292 Maschinen, abstürzen. 116 Piloten verlieren dabei ihr Leben. Miguel Alexandre realisiert nach einem Buch von Kit Hopkins und Thilo Röscheisen im TV-Film die fiktionale Geschichte von einer großen Liebe, die tragisch endet. »Witwenmacher« ist eine Produktion der Kölner Zeitsprung Pictures (Produzenten: Michael Souvignier, Dominik Frankowski) für RTL (Redakteurin: Sylke Poensgen). Die Kamera führt Jörg Widmer, das Casting besorgte die Agentur Marc Schötteldreier. Gedreht wird vom 24. Juni bis zum 23. Juli an 21 von 38 Tagen in NRW und dann bis zum 20. August in Berlin-Brandenburg und Baden-Württemberg.

> Zeitsprung Pictures, Tel. (0221) 9498020; info@zeitsprung.de

Wild

Regisseurin Nicolette Krebitz realisiert an 28 Drehtagen vom 16. März bis zum 27. April »Wild« in Halle/Saale und Köln für Heimatfilm (Produzentin: Bettina Brokemper). »Wild« ist eine Liebesgeschichte von animalischer Radikalität. In den Hauptrollen sind Lilith Stangenberg und Georg Friedrich zu sehen. NFP marketing & distribution übernimmt den Verleih, The Match Factory den Weltvertrieb.

> Heimatfilm, Tel. (0221) 9777990; post@heimatfilm.biz

Toni Erdmann

Maren Ade, die Regisseurin von »Alle anderen«, realisiert ihren neuen Film »Toni Erdmann« in Aachen und Bukarest: Darin besucht ein Vater ohne Ankündigung seine Tochter im Ausland. Er glaubt, sie hat ihren Humor verloren und überrascht sie mit einem Amoklauf aus Scherzen. Peter Simonischek und Sandra Hüller spielen die Hauptrollen in der Produktion von Komplizen Film, Berlin (Produzenten: Janine Jackowski, Jonas Dornbach, Maren Ade) mit der rumänischen HiFilm Productions (Ada Solomon) und Coop 99, Österreich (Bruno Wagner). Die Kamera übernimmt Patrick Orth, die Redaktion Ulrich Herrmann (SWR), Andrea Hanke (WDR) und Georg Steinert (Arte). Für das Casting ist Nina Haun zuständig. Gedreht wird von Mitte Juni bis Mitte September. Den Verleih übernimmt Pandora Film, den Weltvertrieb The Match Factory.

> Komplizen Film, Tel. (030) 78893340; info@komplizenfilm.de

Becks letzter Sommer

Vom 31. März bis zum 7. April wird Claussen+Wöbke+Putz Filmproduktion in Koproduktion mit Senator Film sechs Tage auch in Köln für »Becks letzter Sommer« drehen. Die Kinkomödie, eine Verfilmung des gleichnamigen Debütromans von Benedict Wells, ist ein Film über Musik, die Liebe, unerfüllte Wünsche und Träume und über die Frage, ob es ein Leben nach dem Scheitern geben kann. Frieder Wittich schrieb zusammen mit Oliver Ziegenbalg das Drehbuch und inszeniert. In den Hauptrollen sind Christian Ulmen, Nahuel Perez Biscayart, Friederike Becht und Eugene Joel Boateng zu sehen. Der Senator Film Verleih plant den Kinostart für 2015.

> Claussen+Woebke+Putz Filmproduktion, Tel. (089) 2311010; kontakt@cw-p-film.com

Marie Brand

Der Tod einer politischen Aktivistin führt die Kommissare Marie Brand (Mariele Millowitsch) und Jürgen Simmel (Hinnerk Schönemann) in eine ungewöhnliche Wohngemeinschaft und in die ehemalige Hausbesetzerszene. Am 4. März begannen in Köln und Umgebung die Dreharbeiten für eine neue Folge der ZDF-Krimireihe mit dem Titel »Marie Brand und die letzte Kommune«. Das Drehbuch schrieb Jochen Pahl, Regie führt Florian Kern. In weiteren Rollen spielen Anna Fischer, Thomas Heinze, Peter Davor, Steffi Kühnert, Joachim Bißmeier, Tobias Langhoff, Dagny Dewath, Julia Doege und Uwe Preuss. Produziert wird die ZDF-Krimireihe von Micha Terjung, Sabine de Mardt und Iris Wolfinger von Eyeworks Germany, Köln. Die Redaktion im ZDF hat Wolfgang Feindt.

> Eyeworks Film Germany, Tel. (0221) 9347080; cologne@eyeworks.tv

Sibirienblues – riesig werden

Zwischen Kassel und Fulda befindet sich ein Landstrich, der mehr oder weniger liebevoll Hessisch-Sibirien genannt wird. Hier wachsen Joshua, Laura, Hannah, Philipp, Tobi und Leonie auf. »Sibirienblues – riesig werden« erzählt davon, was sie in den letzten Monaten vor dem Schulabschluss erleben. Für Blinker Filmproduktion (Produzentin: Meike Martens) und ZDF Kleines Fernsehspiel (Redakteur: Christian Cloos) setzt Anna Wahle vom Mai bis im August ihren »Hybriden Dokumentarfilm« um. Kameramann ist dabei Andreas Köhler.

> Blinker Filmproduktion; Tel. (0221) 5397460; info@blinkersfilm.de

Autobahn

Für RTL begeben sich die Autobahn Film (Produzenten: Kay Niessen, Daniel Hetzer) und Co-Produzent: MP 42 (Ben Pugh) mit Regisseur Eran Creevy auf die »Autobahn«. Die Kino-Aktion entsteht nach einem Buch von Creevy und F. Scott Frazier von Anfang Mai bis Anfang Juli hauptsächlich in NRW, wo 41 von 46 Drehtage stattfinden. Die Stars Nicholas Hoult, Sir Anthony Hopkins und Sir Ben Kingsley werden in Köln und Umgebung, Frankfurt und Monschau vor der Kamera von Ed Wild agieren. Das Casting liegt in den Händen von Emrah Ertem. Universum wird den Film ins Kino bringen.

> action concept Film- und Stuntproduktion, Tel. (02233) 508361; susanne.ritter@actionconcept.com



»Die kalte Wahrheit«: Ann-Kathrin Kramer (vorn) und Petra Schmidt-Schaller, Foto: Rowboat / Martin Menke

Die kalte Wahrheit

Noch bis zum 4. April realisiert die Kölner Rowboat Film- und Fernsehproduktion für das ZDF (Redakteur: Daniel Blum) an 23 Drehtagen komplett in NRW (Köln, Bergisches Land und Umgebung) das Drama »Die kalte Wahrheit« nach einem Buch von Sarah Esser: In einer eiskalten Novembarnacht überfährt eine junge Ärztin einen 18-Jährigen, der betrunken, barfuß und ohne Jacke auf einer Landstraße mitten im Nirgendwo sitzt. Die Ermittlungen stellen fest, dass der Unfall unvermeidlich war, der Fall wird eingestellt. Doch die Umstände sind mysteriös und Helens tiefe Schuldgefühle treiben sie dazu, die Ereignisse dieser Nacht auf eigene Faust zu rekonstruieren. Die Dreharbeiten begannen am 5. März. Regie führt Franziska Meletzky, für die wichtigsten Rollen wurden Petra Schmidt-Schaller, Torben Liebrecht und Michael A. Grimm verpflichtet. Die Kamera führt Bella Halben.

> Rowboat Film- und Fernsehproduktion, Tel. (0221) 8888840; info@rowboat.tv

Boy 7

Der 19-jährige Sam erwacht in einem dunklen U-Bahntunnel. Er kann sich an nichts erinnern. Als er von der Polizei festgenommen werden soll, begreift er, dass sein Leben in großer Gefahr ist. Er wird gejagt. Doch nicht nur von der Polizei. Für action concept verfilmt Özgür Yildirim sein Drehbuch (Original-Drehbuch: Philip von Delmaa & Marco van Greffen) nach dem gleichnamigen Roman von Mirjam Mous. Der Thriller wird Ende April bis Ende Mai an insgesamt 27 Drehtagen mit David Kross und Emilia Schüle realisiert. An 18 Tagen dreht das Team im Studio sowie an Locations in Köln und Umgebung. Die Kamera führt Matthias Bolliger, das Casting übernimmt Mai Seck. Als Sender ist der NDR beteiligt, Koch Media wird den Film ins Kino bringen.

> action concept Film- und Stuntproduktion, Tel. (02233) 508361; susanne.ritter@actionconcept.com

Taxi

Die 25-jährige Alex nimmt trotz ihres schlechten Orientierungssinns den Job als Taxifahrerin an – schon aus Trotz, um endlich dem Klammergriff ihrer Familie zu entkommen. Kerstin Ahlrichs verfilmt mit Rosalie Thomass, Peter Dinklage und Stipe Erceg Karin Duves Roman »Taxi« für B&T Film (Produzent: Rudi Teichmann), die Aachener Zinnober Film und die CinePlus Filmproduktion. Kamerafrau ist Sonja Rom. Die Redaktion für WDR und Arte übernahm Frank Tönsmann. Der Farbfilm Verleih bringt »Taxi« ins Kino, ApolloMedia Distribution hat den Weltvertrieb.

> Zinnober Film, Tel. (0241) 970180; mail@zinnober.de



»Weihnachten für Anfänger« mit Barnaby Metschurat, Anna Fischer und Oliver Wnuk, Foto: Tellux-Film/H. J. Pfeiffer

Weihnachten für Anfänger

Bis zum 7. März wurde in Monschau bei Aachen, Berlin und Brandenburg die Fernsehkomödie »Weihnachten für Anfänger« mit Anna Fischer, Oliver Wnuk und Barnaby Metschurat gedreht: Katharina (Anna Fischer), die schöne, kluge und gerissene Trickbetrügerin bewegt sich auf Partys und Events zwischen Reichen und Schönen. Ihre Opfer sind Männer, die sie um ihr Geld erleichtert, ohne dass sie es merken. Ihr Partner Rocco (Barnaby Metschurat) kümmert sich im Hintergrund um das Organisatorische. Doch plötzlich, es ist kurz vor Weihnachten, geht alles schief. »Weihnachten für Anfänger« ist eine Produktion der Tellux-Film (Produzent: Martin Choroba) im Auftrag der ARD Degeto für Das Erste. Regie führt Sven Bohse, die Redaktion verantworten Diane Wurzschmitt, Carolin Haasis (beide ARD Degeto) und Claudia Gerlach-Benz (SWR).

> Tellux-Film München, Tel. (049) 899090110; info@tellux.de



»Kalte Tage«: Ulrike C. Tscharre und Mehdi Nebbou, Foto: Ester.Reglin.Film/Martin Menke

Kalte Tage

Bis zum 21. März verfilmte Ester.Reglin.Film (Produzenten: Roswitha Ester, Torsten Reglin) in Ko-Produktion mit WDR (Redaktion: Frank Tönsmann) und Arte (Redaktion: Birgit Kämper) den Spielfilm »Kalte Tage« nach dem Buch von Marcus Seibert und Regisseur Sebastian Ko. Die »Antifamilien-geschichte« dreht sich um Paul und Christine Breuer. Sie wissen, seit ihrer Trennung ist der pubertären Sarah alles zuzutrauen, auch der Mord an der besten Freundin. Zum Schutz der Tochter vertuschen sie die Tat, und die gemeinsame Schuld zwingt die Familie wieder zusammen. Regisseur Sebastian Ko inszeniert mit Kameramann Andreas Köhler und den Hauptdarstellern Ulrike Tscharre, Arved Birnbaum, Britta Hammelstein und Daniel Drewes an insgesamt 24 Drehtagen komplett in Köln und Umgebung.

> Ester.Reglin.Film, Tel. (0221) 16925195; post@ester-reglin-film.de



Frauke Gerlach, Foto: Annette Etges

Frauke Gerlach

Die neue Frau bei Grimme

Der 50. Geburtstag ist eigentlich ein Anlass, um auf die bisherige Karriere zurückzuschauen. Und auch Frauke Gerlach hat Grund dazu, denn vielfältig sind die Stationen der Medienpolitikerin aus Kiel: Seit 2001 ist die studierte und promovierte Juristin Mitglied der Rundfunkkommission/Medienkommission der Landesanstalt für Rundfunk/Medien Nordrhein-Westfalen, seit 2005 Vorsitzende der Medienkommission der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen. Zudem ist sie Justitiärin der Bündnis90/Grünen-Fraktion im Landtag des bevölkerungsreichsten Bundeslandes.

An ihrem Ehrentag im März mag sie aber nicht nur an diese eindrucksvollen Berufsabschnitte gedacht haben, denn ihre wichtigste Aufgabe steht ihr demnächst noch bevor: Vom 1. Mai an wird sie das renommierte Grimme-Institut leiten. Im Interview mit Wilfried Urbe zieht Frauke Gerlach ein Zwischenfazit.

Frauke Gerlach, 13 Jahre waren Sie bei der Medienaufsicht tätig. Wie beurteilen Sie diese Zeit?

Als ungeheure Bereicherung, denn durch diese Aufgabe haben sich mir die Felder der Medienaufsicht, des Medienrechts und der Medienpolitik eröffnet.

Was hat Sie im Rahmen Ihrer Arbeit besonders beeindruckt?

Die gesellschaftliche Relevanz der Medien und ihre Wechselwirkungen aus unterschiedlichsten Perspektiven zu bearbeiten: von den Wirkungsmechanismen bis zur Auseinandersetzung mit der Notwendigkeit der Staatsferne der Medien und den Fragen, wie eine Medienordnung der Zukunft aussehen kann. Dabei zeigt sich, dass medienpolitische Steuerungsprozesse und die Medienaufsicht nicht nur durch Recht, sondern auch durch gesellschaftliche Reflexion erfolgen muss. Über das Thema moderner Staatlichkeit in Zeiten des Internets habe ich dann auch promoviert. Als bereichernd und inspirierend empfinde ich es, dass ich sehr unterschiedliche Menschen aus den verschiedensten Medienkontexten kennenlernen durfte.

Mit welchen Herausforderungen mussten Sie umgehen?

Eine der größten Herausforderungen mit Blick auf die Medienkommission bestand in der Auseinandersetzung um die aktuelle Novelle zum Landesmediengesetz NRW über die »Stiftung Vielfalt und Partizipation«, die den Lokaljournalismus fördern soll. Ich bin froh, dass es jetzt einen Kompromiss geben soll, nachdem die Landesanstalt für Medien diese Stiftung in Form einer gemeinnützigen GmbH organisiert und mit Leben erfüllt. Dabei wird klargestellt, dass Printprodukte nicht gefördert werden sollen.

Und auf welche Ihrer Leistungen sind Sie stolz?

Ich freue mich, dass mir die Einrichtung eines Programmausschusses gelungen ist, der u.a. Programmbeobachtung formatweise durchführt. Aufmerksamkeit hatte insbesondere die gesellschaftliche Debatte um die Doku-Soap »Erwachsen auf Probe«, die nach kurzer öffentlicher Debatte abgesetzt wurde. Auch die Diskussion in der Medienkommission darüber, wie eine Medienaufsicht im digitalen Zeitalter aussehen sollte, war ein wichtiger Schritt.

Wie sollte sie denn aussehen?

Klassische Verwaltungsarbeit spielt in den Gremien eine immer geringere Rolle. Die Arbeit ist gleichwohl komplexer geworden. Und es besteht das Bedürfnis, neue Instrumente zu entwickeln, etwa für die Internetaufsicht. Das bedeutet, dass die Arbeitsweise der Medienaufsicht reformiert werden müsste – mit stärkeren Entscheidungsstrukturen, aber auch mit der Einführung entsprechender Organisationsstrukturen – angepasst an die Digitalisierung.

Die Film- und Medienstiftung NRW haben Sie als Vorsitzende des Aufsichtsrates ebenfalls viele Jahre begleitet...

Die Film- und Medienstiftung war und ist ein exzellentes Aushängeschild für Nordrhein-Westfalen, aber auch für sich selbst. Die Menschen, die dort arbeiten, machen dies hochmotiviert – mit viel Herzblut und sehr viel Sachverstand. Es gibt eine hohe Kontinuität des Personals, das die Stiftung trägt, was ein gutes Zeichen ist. Die Erweiterung der Stiftung um Standortmarketing und um die Förderung innovativer digitaler Formate hat ihre Bedeutung noch weiter erhöht. Petra Müller hat die Vernetzung dieser Bereiche erfolgreich vorangetrieben. Die Befürchtung, dass der Film zu kurz kommt, war unbegründet. Man braucht ja nur auf »Rush«, »Nymphomaniac« und viele andere Beispiele zu schauen...

Sie werden bald Direktorin des Grimme Instituts. Welche Ziele möchten Sie dort verwirklichen?

Mein Einsatz dort wird der Stärkung und der Weiterentwicklung dieser renommierten Einrichtung gelten.

50. Grimme-Preis

Qualität hat ihren Preis

Am 4. April 2014 wird im Theater der Stadt Marl zum 50. Mal der Grimme-Preis verliehen. Er wurde 1961 auf Initiative Bert Donneps vom Deutschen Volkshochschul-Verband gestiftet und gilt heute als einer der bedeutendsten Auszeichnungen für deutsches Fernsehschaffen. Unter den Preisträgern befinden sich zwei Produktionen, die mit Unterstützung der Film- und Medienstiftung NRW entstanden sind. Den Grimme-Preis Fiktion erhält Stephan Wagners historische DDR-Krimi »Mord in Eberswalde«, den die Westside Filmproduktion mit dem WDR produziert hat. In der Kategorie »Information und Kultur/Spezial« entschied sich die Jury außerdem für Carmen Losmanns Dokumentarfilm »Work Hard – Play Hard«. Carmen Losmanns kritischer Blick auf die Mechanismen der modernen Leistungsgesellschaft wurde von der Kölner Hupe Film in Koproduktion mit ZDF und Arte produziert.

Zwei weitere Produktionen aus NRW überzeugten die Jury in der Kategorie »Wettbewerb Spezial/Unterhaltung«: Über Grimme-Preise dürfen sich Jan Böhmerrmann sowie Matthias Schulz und Philipp Käßbohrer (Bildundtonfabrik, Köln) für »Neo Magazin« (ZDF/ZDF neo) und Joko Winterscheidt/Klaas Heufer-Umlauf für »Circus Halligalli« (ProSieben), produziert von Florida TV und Endemol Deutschland. Unter den Nominierungen befanden sich zudem der NRW-geförderte Mehrteiler »Unsere Mütter, unsere Väter« von Philipp Kadelbach und Corinna Belz' Deutscher-Filmpreis-Gewinner »Gerhard Richter Painting«.

> www.grimme-preis.de

Impressum

Herausgeberin:
Tanja Güß

Chefredaktion:
Stefanie Hadding und
Wilfried Urbe

Redaktion:
Oliver Baumgarten, Katharina
Blum, Erna Kiefer, Marion
Meyer, Lana Slapa

Autoren dieser Ausgabe:
Werner Busch, Michael Dlugosch,
Rolf Rüdiger Hamacher,
Günter H. Jekubzik, Reinhard
Kleber, Jörg Laumann, Christian
Meyer, Heike Meyer-Döring
(Creative Europe MEDIA),
Uwe Mies

Gestaltung/Layout:
alfred friese + inrhein

**Kontakt,
Anzeigensbetreuung:**
Lana Slapa
Tel. (0211) 9305040

Redaktionsschluss:
24. März 2014

Anzeigenschluss
für die nächste Ausgabe:
5. Mai 2014

Titel: Premiere »Stromberg«,
Foto: Brainpool/Willi Weber

Die Berücksichtigung von Terminen richtet sich nach dem Erscheinen des Magazins im Internet. Das kann leider dazu führen, dass Termine bereits überholt sind, wenn die Druckausgabe des Magazins ausgeliefert wird, bietet aber die größtmögliche Aktualität für die Download-Nutzer. Wir bitten dafür um Verständnis.

Danke an alle Produzenten, Sender & Verleiher für ihre Unterstützung und die Bilder zu ihren Filmen.

Film- und Medienstiftung NRW GmbH
Kaistraße 14
40221 Düsseldorf
Tel.: (0211) 930500
magazin@filmstiftung.de

60. INTERNATIONALE
KURZFILMTAGE
ÜBER HAUSEN
1. – 6. MAI 2014



Im Nationalen Wettbewerb für Bildgestalterinnen gewinnt Kamerafrau Bine Jankowski für »Rebecca«, Foto: IFFF

Internationales Frauenfilmfestival Dortmund | Köln IFFF 2014: Kölner Edition

Vom 8. bis 13. April präsentiert die Kölner Ausgabe des Internationalen Frauenfilmfestivals insgesamt 106 Filme aus 37 Ländern. Herzstück der alle zwei Jahre in Köln ausgerichteten Ausgabe ist seit 2006 der mit 10.000 Euro dotierte Internationale Debüt-Spielfilmwettbewerb. Aus über 120 internationalen Debütfilmen von Regisseurinnen aus den letzten beiden Jahren hat das Festivalteam um Leiterin Silke J. Rábiger acht für das Festival in Köln ausgewählt. Über den Gewinnerfilm befinden die Jurymitglieder Kim Yutani (Kuratorin des Sundance Filmfestivals), die türkische Regisseurin Pelin Esmer und die Schauspielerin Julia Hummer. Als zweiter Kölner Schwerpunkt findet hier zudem zweijährlich der Nationale Wettbewerb für Bildgestalterinnen statt. In diesem Jahr geht der mit 5.000 Euro dotierte Preis an die Kamerafrauen Christiane Schmid für den Dokumentarfilm »The Forest Is Like the Mountains« und an Bine Jankowski für den Spielfilm »Rebecca«, der als Produktion der ifs internationale filmschule Köln entstanden ist.

In die Panorama-Sektion hat das Festival in diesem Jahr 45 lange und kurze Filme eingeladen, darunter neue Arbeiten von Mara Mattuschka, Tatjana Turanskjy und Jasmila Zbanic. In »For Those Who Can Tell No Tales« thematisiert Zbanic, Gewinnerin des Goldenen Bären 2006, Kriegsverbrechen an bosnischen Frauen. Im Anschluss an die Vorführung am 11. April wird sie mit Vera Haag-Arbenz von der Kölner Frauenrechtsorganisation »medica mondiale« über den Film diskutieren. Weitere Höhepunkte des Festivals bilden die zehn Programme des Türkei-Schwerpunkts mit Gästen wie Lale Akgün, Aysun Bademsoy und der gefeierten Filmemacherin Yesim Ustaoglu, das 28 Produktionen umfassende »queere« Filmprogramm »begehrt! filmlust queer«, Workshops und Vorträge sowie das gewohnt umfangreiche Filmbildungsangebot für Kinder und Jugendliche. Das gesamte Festivalprogramm ist in Köln an fünf Spielstätten zu sehen. Zeitgleich wird ein »Best-of« sowie das komplette Schulfilmprogramm auch am zweiten Festivalstandort Dortmund (Kino im U) gezeigt.

> www.frauenfilmfestival.eu

RTL-Television

Philipp Steffens ist neuer Fiction-Chef



Philipp Steffens, Foto: RTL

Der 34-jährige TV-Produzent Philipp Steffens hat am 1. März das Fiction-Segment bei RTL-Television übernommen. Geschäftsführer Frank Hoffmann freute sich, einen »jungen und gleichzeitig erfahrenen Kreativen« gewonnen zu haben. Steffens ist Absolvent der Filmakademie Baden-Württemberg und gründete noch in seinem Abschlussjahr 2006 seine erste eigene Produktionsfirma. Die Erfolgsserie »Der letzte Bulle« (seit 2010) konnte zahlreiche Preise gewinnen, darunter den Deutschen Fernsehpreis 2012 für die beste Serie. Mit der sechstiligen Reihe »Der Knastarzt« startet seine jüngste Entwicklung mit Twenty Four 9 Films am 3. April, donnerstags um 21.15 Uhr auf RTL. Philipp Steffens ist der Nachfolger von Barbara Thielen, die die Geschäftsführung von Zieglerfilm München übernommen hat. Zu ihren wesentlichen Aufgaben sollen nun der Aufbau des Serienbereiches und die internationale Strategie des Unternehmens gehören.

> www.rtl.de



Die Perspektive des Fotografen: David Hemmings in »Blow up«. Foto: Neue Visionen Filmverleih

Reihe im Filmforum NRW

Filmblicke auf die Fotografie

Welcher Filmliebhaber denkt nicht sofort an jenes Vexierspiel, dem der Fotograf in »Blow up«(1966) verfällt, wenn er den Titel der Veranstaltungsreihe im Filmforum des Museum Ludwig in Köln liest: »Filmblicke auf die Fotografie«. Und so eröffnete auch Michelangelo Antonionis kommerziell erfolgreichster Film die siebenenteilige Filmreihe, die am 10. Juli mit Angela Schanelecs »Marseille« (2004) zu Ende geht. Dazwischen stehen »Privileg« (1967) von Peter Watkins (17.4.), »Die allseitig reduzierte Persönlichkeit«(1977) von Helke Sander (8.5.), »Blood Simple« (1984) der Coen-Brüder (28.5.), »High Art«(1998) von Lisa Cholodenko (11.6.) und »Memento« (2000) von Christopher Nolan (27.6.) auf dem Spielplan. Filmkritiker, Literaturwissen-schaftler und Kunstpädagogen werden die Filme einführen, und die Regisseurinnen Helke Sander und Angela Schanelec diskutieren nach ihren Filmen mit dem Publikum. Ergänzt wird das Programm durch einen Workshop für Jugendliche (»Wir machen Film«), dessen Ergebnisse am 25. Mai vorgestellt werden.

> www.filmforumnrw.de

Bewerbungsschluss 22. Juli Wettbewerb kurzundschön

Bewerbungen für den Nachwuchswettbewerb kurzundschön sind noch bis zum 22. Juli möglich. Der internationale Wettbewerb für junge Kreative, veranstaltet von der Kunsthochschule für Medien Köln und dem Westdeutschen Rundfunk, richtet sich an Studierende und Auszubildende im audiovisuellen Bereich. Für filmische, künstlerische und gestalterische Beiträge werden 2014 wieder Preise im Gesamtwert von rund 30.000 Euro ausgelobt. Die Kategorien: Spielfilm (bis 15 Min.), Animation (bis 15 Min.), Kunst/Experimentalfilm (bis 15 Min.), Werbefilm/Social Spots (bis 3 Min.), Motion Design (bis 7 Min.), publicART (bis 10 Min.), Walk&Watch – kurz kino für Infoscreens (bis 20 Sek.) und die »WDR-Kategorie«. Die Preisverleihung findet am 5. November 2014 in Köln statt.

> www.kurzundschoen.khm.de

NRW-Filme in den Kinocharts 1 Million für »Stromberg«

Der positive Trend setzt sich fort, das Jahr 2014 ist ein gutes für NRW-geförderte Filme: Arne Feldhusens Spinoff der Kultserie »Stromberg« hat schon nach wenigen Wochen mehr als eine Million Zuschauer erreicht. Peter Thorwarths Komödie »Nicht mein Tag« nach der Vorlage von Ralf Husmann verkaufte bislang rund 660.000 Tickets. Bei 3,5 Millionen Zuschauern lag »Der Medicus« Ende März. Und Ende Februar setzte sich Lars von Triers »Nymphomaniac« auf Platz 1 der Arthouse-Kinocharts.

> www.stromberg-der-film.de



»Birds« von Ulu Braun läuft im Deutschen Wettbewerb, Foto: Kurzfilmtage Oberhausen

Keine Filme zum Jubiläum Kurzfilmtage Oberhausen

Vom 1. bis 6. Mai feiern die Internationalen Kurzfilmtage Oberhausen ihren 60. Geburtstag. Umfassende Retrospektiven und stolze Feiern jedoch sind ihre Sache nicht: Eine begleitende Ausstellung im Oberhausener Rathaus mit einigen Schätzen aus dem Festivalarchiv sowie eine Diskussionsrunde mit Festivalgründer Hilmar Hoffmann sowie Berlinale-Forum-Gründer Ulrich Gregor über 60 Jahre Festivalarbeit stellen die einzigen Momente dar, die sich einen zumindest ansatzweise nostalgischen Rückblick erlauben. Der Rest des Programms weist, wie bereits in den Jahren zuvor, bevorzugt auf gegenwärtige und künftige Strömungen in der Entwicklung von Kurzfilm und Kino. Beim Sonderprogramm »Thema« knüpft Festivalleiter Lars Henrik Gass unter der Überschrift »Memories Can’t Wait – Film without Film« thematisch an Programme der letzten Jahre an, in denen Bewegungen von Kino und Film hin zum Musealen untersucht wurden. Der finnische Kurator Mika Taanila hat für »Film without Film« 30 selten gesehene Arbeiten programmiert, die sämtlich für das Kino konzipiert wurden, aber ohne eigentliche Projektion auskommen. Ihre Performance-haften Eigenschaften unterstreichen die soziokulturelle Seite des Kinos: »In dem historischen Moment, wo das Kino als Kulturtechnik für die Auswertung von Film immer hinfälliger erscheint, wird das Kino hier als schöpferischer Ort erlebbar«, so Lars Henrik Gass.

Herzstück des Festivals, das zu den weltweit bedeutendsten seiner Art zählt, sind die fünf Wettbewerbe: Internationaler, Deutscher, NRW- sowie Kinder- und Jugendfilmwettbewerb und MuVi-Preis sind insgesamt mit Preisgeldern im Wert von über 40.000 Euro ausgestattet. Mitgestalten kann dabei jeder die Vergabe des MuVi Online-Publikumspreises: Noch bis zum 2. Mai können Besucher der Website über die nominierten Clips abstimmen. Der Kurzfilm-Markt bietet Präsentationen internationaler Verleiher sowie eine Video Library mit rund 6.500 Kurzfilmen aus fast 100 Ländern. Dazu laufen Werk-schauen u.a. von Mara Mattuschka und Deimantas Narkevicius sowie täglich am Vormittag Diskussionsrunden, in diesem Jahr zu den Themen Filmförderung, Digitale Archive und zeitgenössischer Experimentalfilm. Als neues Programmsegment veranstalten die Kurzfilmtage 2014 außerdem erstmals ein parallel zum Festival stattfindendes Seminar zum Bewegtbild in der zeitgenössischen Kunst. In Zusammenarbeit mit dem Londoner LUX und dem Robert Flaherty Seminar in New York werden internationale Künstler und Filmemacher, Kuratoren und Wissenschaftler unter Moderation von Federico Windhausen technische und konzeptionelle Aspekte ihrer Arbeit diskutieren und sie in Bezug setzen zu Werken auf dem Festival.

> www.kurzfilmtage.de

doku.klasse Neues doxs!-Stipendiatenprogramm

In Kooperation mit ZDF/3sat, der Grimme-Akademie und der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) startet das Festival doxs! im Rahmen der Duisburger Filmwoche (3.-9. November 2014) erstmals ein gemeinsames Workshop-Programm: die doku.klasse. Filmemacher können sich mit Jugendlichen über einen konkreten Filmstoff austauschen, dabei noch genauer die Themen und Sehgewohnheiten ihres jungen Publikums kennenlernen und auch neue Facetten und Potenziale ihres Treatments entdecken. Die Jugendlichen wiederum erfahren unmittelbar am künstlerischen Prozess, wie dokumentarisches Arbeiten funktioniert und werden mit anspruchsvollen Ästhetiken jenseits des Mainstreams vertraut gemacht. Bewerbungsschluss für die doku.klasse ist der 14. Juli 2014.

> www.do-xs.de



»Maria« von Elmar Freels, Foto: Schneider+Groos Filmproduktion

NRW-Produktionen Preise, Festivalerfolge und Nominierungen

Preise für »Maria«, »Zwischen Welten« und »Karl der Große«

Der Kurzfilm des Kölner Regisseurs und Autors Elmar Freels, »Maria«, produziert von der Kölner Schneider+Groos Filmproduktion, hat einen Preis bei den Winter Film Awards in New York erhalten. Tessa Moon Krieg, die zur Zeit des Drehs erst acht Jahre alt war, gewann den Preis als »Best Actress«. »Maria« wurde von der Filmstiftung mit 15.000 Euro gefördert, lief u.a. bereits auf dem Festival Max Ophüls Preis, dem 7. Continents Short Film Festival, dem Mumbai Shorts International Film Festival und dem Hollywood Shorts Reel. Feo Aladags »Zwischen Welten«, der 2014 im Wettbewerb der Berlinale lief, erhielt den Sonderpreis des kirchlichen Filmfestivals von Recklinghausen. Die Jury lobte Aladags mutige Darstellung der Situation deutscher Soldaten in Afghanistan. Das Dokudrama »Karl der Große« der Kölner Taglicht Media ist mit dem italienischen Impact Media Award in der Kategorie »Best Docu Drama« ausgezeichnet worden. Die Produktion konnte sich in Turin gegen vier weitere Nominierte durchsetzen.

Festivals: Miami, Tampere, Toronto, Mexiko und mehr
Mit »The Congress« von Ari Folman, »Heli« von Amat Escalante und »Bethlehem« von Yuval Adler waren drei Filme auf dem 31. Miami International Film Festival vertreten, die mit NRW-Förderung entstanden sind. Dominik Siebels NRW-geförderter Kurzfilm »Traumfabrik« war auf dem Kurzfilmfilmfestival in Tampere zu sehen. Produziert wurde der Film von arepo media in Zusammenarbeit mit der Kunsthochschule für Medien Köln. Im Wettbewerb um den Mescal Award des Internationalen Film Festival in Guadalajara/Mexiko stand mit »Los Angeles« auch eine geförderte Produktion. Produzenten von Damian John Harpers Drama sind Jakob und Jonas Weydemann.

Beim Lichter Filmfest Frankfurt International wurden sechs NRW-geförderte Filme gezeigt: »In the Darkroom«, »00 Schneider«, »Haus Tugendhat«, »Master of the Universe«, »Hotel Lux« und »Petterson und Findus«. Vom 24. April bis zum 6. Mai findet in Toronto das Hot Docs-Festival statt, das kanadische Festival für Dokumentarfilme. Auch »Before the Last Curtain Falls« von Thomas Wallner und »Pioneer« von Daniela Abke, der mit Unterstützung der Kunsthochschule für Medien Köln entstand, sind dabei. »Flowers of Freedom« von Mirjam Leuze (Topos Film Köln) wird im internationalen Wettbewerb beim DOK.fest München (7.-14. Mai) laufen.

Nominierungen

Unter den Nominierten für den österreichischen Publikumspreis »Romy« (26. April in der Wiener Hofburg) befinden sich die Schauspieler Miriam Stein und Tom Schilling (»Unsere Mütter, unsere Väter«) sowie Daniel Brühl (»Rush«).



Donata und Wim Wenders in der Filmstiftung in Düsseldorf, Foto: Heike Herbertz

Förderung innovativer filmischer Erzählkunst Wim Wenders Stipendium

Nicht zuletzt »Pina« hatte eindrucksvoll bewiesen, mit welcher Begeisterung sich Regisseur Wim Wenders immer wieder neuen technischen Entwicklungen zuwendet, um ihre bildsprachlichen Potenziale auszureizen. Seine fast fünfzigjährige Karriere ist durchgehend geprägt von der Suche nach neuen Grammatiken der Kinematografie – ein Streben, zu dem er nun junge Generationen motivieren möchte. »Es war schon lange mein großer Wunsch, junge Filmkünstler tatkräftig zu ermutigen, der Filmsprache neue Wege zu weisen. Ich bin glücklich und sehr dankbar, dass wir das nun gemeinsam mit der Filmstiftung verwirklichen können«, so der zweifach für den Oscar nominierte Regisseur zur Auslobung des Wim Wenders Stipendiums. In Zusammenarbeit von der 2012 in Düsseldorf gegründeten Wim Wenders Stiftung mit der Film- und Medienstiftung NRW wurde am Rande der Berlinale im Februar der Startschuss für die erste Bewerbungsrunde gegeben. Mit dem Stipendium sollen junge Filmschaffende unterstützt werden, mit neuen Mitteln zu erzählen und die Bildsprache zu bereichern. Über die Vergabe des Stipendiums, das jährlich mit einem Gesamtbudget von 100.000 Euro dotiert ist, entscheidet eine Jury unter Vorsitz von Wim Wenders selbst.

Wim und seine Frau Donata Wenders hatten 2012 mit Unterstützung des Landes NRW, der Stadt Düsseldorf, der Film- und Medienstiftung und privaten Zustiftern die Wim Wenders Stif-tung in Düsseldorf gegründet. Neben der Sicherung des künst-lerischen Lebenswerks von Wim Wenders soll die Stiftung als Plattform für Austausch und Forschung in den Bereichen Film, Kunst und Medien dienen und mit Hilfe des Stipendiums inno-vative filmische Erzählkunst junger Filmemacher und Video-künstler fördern. Bis zum 2. April konnten Anträge für das erste Stipendium bei der Filmstiftung eingereicht werden.

> www.wimwendersstiftung.de

New Dakota Independent Neue Produktionsfirma

Der Drehbuchautor und Regisseur Adnan Günter Köse hat in Dinslaken die New Dakota Independent Film und Theater Production gegründet. Als geschäftsführender Gesellschafter entwickelt und produziert Köse nationale und internationale Kino- und Fernsehfilme, Dokumentarfilme und innovative Serienprojekte sowie Theaterevents.

> www.ndi-film.de

Mediencluster NRW

Anastasia Ziegler ist neue Geschäftsführerin



Anastasia Ziegler, Foto: Klaus Seidt

Anastasia Ziegler hat am 1. April die Geschäftsführung der Mediencluster NRW GmbH übernommen. Das Mediencluster ist eine 100-prozentige Tochter der Film- und Medienstiftung NRW und zuständig für Clustermanagement, Standortentwicklung und Standortpräsentation im Bereich Neue Medien. Ziegler kommt aus Berlin nach Düsseldorf. Sie leitete beim Medienboard Berlin Brandenburg den Bereich Standort-

marketing und Förderung Standortprojekte.

> www.medien.nrw.de

20.-22. Mai 2014

Medienforum NRW ANGA COM

Das Medienforum NRW findet in diesem Jahr am 20. und 21. Mai erstmals in Kooperation mit dem Kongress der ANGA COM (20.-22. Mai), Europas führender Fachmesse und Kongress für Breitband, Kabel und Satellit, im Congress Centrum Ost der Koelnmesse statt.

Anknüpfend an die erfolgreiche Neuausrichtung der Veranstaltung im vergangenen Jahr und in enger Abstimmung mit dem Programm des ANGA COM-Kongresses präsentiert sich das Medienforum NRW erneut mit einem zweitägigen, konzentrierten Programm. Mit der Jubiläumsausgabe 2013 wurden die Perspektiven der Medien- und der Internetbranche verbunden. Durch die Kooperation mit der ANGA COM wird der Fokus nun um die Felder Infrastruktur und Telekommunikation erweitert. Es lädt dazu herausragende Protagonisten und Experten aus Medien-unternehmen und Medienpolitik und integriert gezielt internationale Perspektiven.

Als inhaltlicher Schwerpunkt wird sich das Medienforum mit den Auswirkungen der fortschreitenden Konvergenz auf Medienbranchen, Wettbewerbskonstellationen und Regulierung, Geschäftsmodelle, Medieninhalte und Formate auseinandersetzen. Dabei beschäftigen sich das Medienforum NRW und der Kongress der ANGA COM aus verschiedenen Blickwinkeln mit dem Thema Konvergenz und schaffen so eine gemeinsame Plattform auch für die neuen, zum Teil divergierenden Interessen und Perspektiven der Inhalte- sowie Netz- und Plattformindustrie und führen diese in einer Kongresskooperation zusammen.

Eröffnet wird das diesjährige Medienforum mit einem Grußwort von NRW-Ministerpräsidentin Hannelore Kraft. Im Anschluss daran werden am Dienstag, dem 20. Mai, führende Vertreter der Medienbranche den aktuellen Transformationsprozess der Medien, dessen Chancen und Herausforderungen sowie ihre Strategien diskutieren. Im Zentrum der weiteren Podien stehen die aktuellen Diskussionen zur Digitalen Medienordnung. Am zweiten Tag, dem 21. Mai, geht es um die Weiterentwicklung des VoD-Marktes, Bewegtbild-Strategien der Zeitschriftenverlage sowie aktuelle Entwicklungen im Entertainment, sowohl im Fernsehen als auch Interactive und Online.

Das parallele Programm des ANGA COM Kongresses mit hochrangig besetzten Gipfelveranstaltungen und Fachforen zu den Themen Breitband, Pay TV, Social TV, Over the top, Connected TV sowie Connected Home richtet sich gleichermaßen an die Medien- und die Breitbandbranche.

Programmliche Kooperationen des Medienforums gibt es zudem mit dem Interactive Cologne Festival, das vom 19. bis 25. Mai in Köln stattfindet, und mit der European Web Video Academy, die am 24. Mai in Düsseldorf den Deutschen Webvideopreis (siehe Seite 12) verleiht.

Die Federführung für das 26. Medienforum NRW liegt bei der Film- und Medienstiftung NRW, die Durchführung bei der Mediencluster NRW GmbH. Anmeldungen für den in Kooperation von Medienforum und ANGA COM veranstalteten Kongress sind online bereits jetzt unter www.angacom.de möglich.

Weitere Informationen zum Programm finden sich unter www.medienforum.de.

TV-Tipp und Webevent »24h Jerusalem« auf Arte

Am 12. April zeigen Arte und der Bayerische Rundfunk das 24-stündige TV-Programm »24h Jerusalem« ab 6 Uhr morgens. Für das historische Projekt haben über 70 Fernseh-teams im April 2013 einen ganzen Tag in der aufregenden Stadt dokumentiert und Menschen begleitet, die in Jerusalem leben. Zeitgleich zur TV-Ausstrahlung können die Zuschauer auch im Web teilhaben: User finden online zeitsynchronisiert alle Informationen, um Menschen, Orte, Geschichte und Gebräuche der Stadt noch besser zu verstehen. Hinzu kommen kurze Smartphone-Clips (»Vines«), die live vor Ort

vom Produktions-Team, von Einwohnern Jerusalems und auch von Menschen aus aller Welt zum Thema »Jerusalem« aufgenommen werden.

Bereits 24 Tage vor der TV-Ausstrahlung beginnt im Internet der Countdown: Regisseur und Dramaturg Volker Heise gibt in seinem täglichen Videoblog exklusive Einblicke in die fast unüberwindbaren Schwierigkeiten rund um die Dreharbeiten in Jerusalem. Thomas Kufus / zero one 24 (»24h Berlin«) produzierte das Projekt zusammen mit Alegria Productions (Frankreich), dem Bayerischen Rundfunk (BR) und Arte. Die Film- und Medienstiftung NRW ist einer der Förderer.

> www.24hjerusalem.tv



Bar Mizwa: »24h Jerusalem«, Foto: Arte/BR/Maurice Weiss/zero one 24

Neue Produktionsfirma in Köln Stefan Oelze und Beta Film



Stefan Oelze,
Foto: joiz

Die Seapoint Productions GmbH & Co. KG wird im Laufe der nächsten Monate ihre Arbeit aufnehmen. Die Firma mit Sitz in Köln ist ein Joint Venture der Münchner Beta Film mit Stefan Oelze. Die neu gegründete Produktionsfirma soll laut Oelze »im deutschen Markt zu Hause und gleichzeitig international stark vernetzt sein und für alle Sender und Plattformen in verschiedenen Genres arbeiten«. Oelze ist ehemaliger Chief Creative Officer der MME Movement AG und Geschäftsführer der beiden Tochterfirmen filmpool und Tower Productions. Jan Mojto, Geschäftsführer von Beta Film, freut sich über Oelze als einen Partner, »dessen große Stärke insbesondere in der Produktion von nicht-fiktionalen Inhalten liegt und dadurch eine perfekte Ergänzung zur Beta Film ist mit ihren hauptsächlich fiktionalen Produktions- und Koproduktionsaktivitäten«.

> www.betafilm.com

dmexco Night Talks 2014

Auch in diesem Jahr ziehen die dmexco Night Talks durch die deutschen Medienhauptstädte Düsseldorf (20. März), München (22. Mai) und Hamburg (24. Juni). Unter dem Motto »Connecting the Digital Landscape« finden sich in diesem Jahr die Macher der Media- und Marketingindustrie bei den Networking-Events zusammen, die jeweils eigene inhaltliche Schwerpunkte setzen. Den Auftakt bildete der Night Talk am 20. März in Düsseldorf. Dort stand die Online-Bewegtbildplanung im Mittelpunkt. Durch die zunehmende Nachfrage und die steigende Zahl von Video-Ads rückt zunehmend der Faktor »Qualität« ins Interesse der Branche. Aber wie lässt sich Qualität im Bereich Online-Bewegtbild beschreiben? Wie lassen sich TV-Kampagnen effizient online verlängern? Diese und viele weitere Fragen wurden in Düsseldorf erörtert. Am 22. Mai wird in München das Mobile Marketing im Fokus stehen, in Hamburg die Frage, wie sich aus »Big Data« die »Smart Data« herausfiltern lässt.

> www.dmexco.de

Médaille Charlemagne pour les Médias Européens

Karlsmedaille für European Film Academy

Die European Film Academy (EFA) wird am 22. Mai in Aachen die 14. Karlsmedaille für europäische Medien, die »Médaille Charlemagne pour les Médias Européens«, erhalten. Damit würdigt das Kuratorium die Verdienste der EFA als internationaler Zusammenschluss von über 3.000 Filmemachern aus ganz Europa. »Seit ihrer Gründung im November 1988 hat es sich die European Film Academy zur Aufgabe gemacht, die Interessen Ihrer Mitglieder zu vertreten und die Filmkultur in Europa zu fördern. Mittels einer Vielzahl von zum Teil öffentlichen Veranstaltungen soll eine Brücke zwischen den Kreativen und der Filmindustrie gebaut und die Filmkultur auch finanziell gefestigt werden«, so der Wortlaut der Begründung des Kuratoriums. Die EFA verleiht jährlich den Europäischen Filmpreis, der alle zwei Jahre in Berlin und im darauf nächsten Jahr in einem anderen europäischen Land vergeben wird. 2014 werden zum 27. Mal in insgesamt 21 Kategorien Auszeichnungen verliehen.

Mit der Karlsmedaille wird seit dem Jahr 2000 im Vorfeld der Karlspreis-Feierlichkeiten eine europäische Persönlichkeit oder Institution ausgezeichnet, die sich auf dem Gebiet der Medien in besonderer Weise um den Prozess der europäischen Einigung und um die Herausbildung einer europäischen Identität verdient gemacht hat.

90ster Geburtstag Filmstudio Glückauf

Wer die Zerstörung im Zweiten Weltkrieg (1945) und den Abriss wegen Bauauffälligkeit (2007) überstanden hat, der lässt sich vom Karneval nicht schrecken. Und so konnte Marianne Menze, Geschäftsführerin der Essener »Lichtburg«, am 1. März zahlreiche Gäste zum 90. Geburtstag des »Filmstudio Glückauf« willkommen heißen, einem der ältesten noch im Spielbetrieb befindlichen Lichtspieltheater Deutschlands. Von alter Kinopracht zeugen der im Stil der 1920er Jahre gehaltene Vorführsaal samt einer Gulbransson-Kinoorgel, sowie das liebevoll rekonstruierte Original-Foyer aus den Fünfzigern. Dass man sich in diesem mittlerweile mit modernster Technik ausgestatteten Kino – das zudem zu den am meisten ausgezeichneten Filmtheatern in Deutschland zählt – überhaupt wieder »schöne Stunden« machen kann, ist dem Engagement von Marianne Menze zu verdanken. Als nach der vorläufigen Schließung 2001 die geplante Wiedereröffnung am finanziellen Aufwand zu scheitern drohte, initiierte sie 2006 die Gründung des Vereins »Rettet das Filmstudio«. Gesagt, gespendet und getan. »Glück auf!«

Ehrenamt Bernd Neumann ist FFA-Präsident



Bernd Neumann,
Foto: Kugler

Er war schon ein Glücksfall für die deutsche Kinokultur und Filmwirtschaft, als er noch Kulturstaatsminister in der letzten Bundesregierung war. Nun hat sich Bernd Neumann bereit erklärt, für das Ehrenamt des FFA-Präsidenten zur Verfügung zu stehen. Erwartungsgemäß wählte ihn der FFA-Verwaltungsrat – auf Vorschlag der Allianz Deutscher Produzenten – am 12. Februar zum Vorsitzenden des FFA-Präsidiums. Er löst damit Eberhard

Junkersdorff ab, der nach einer Amtszeit von 15 Jahren nicht erneut kandidierte. Neumanns Nachfolgerin als Kulturstaatsministerin, Monika Grütters, gratulierte: »Als Kulturstaatsminister hat er schon die Weichen für den deutschen Film auf Erfolg gestellt. Ich bin sicher, dass die FFA ihre Erfolgsgeschichte mit ihm an der Spitze fortsetzen wird.« Naumann dankte dem deutschen »Filmparlament« für das Vertrauen, betonte aber auch seine Unabhängigkeit: »Ich freue mich, dass es die Produzentenallianz ist, die mich für den Verwaltungsrat benannt hat, sehe mich aber als Sachwalter des gesamten deutschen Films.«

Creative Europe

MEDIA News

MIPTV, Who is Who,
Fortbildung und Termine

Creative Europe Stand auf der MIPTV Vier NRW-Firmen dabei

Auch in diesem Jahr können sich europäische Produzenten, Verleiher und Weltvertriebe auf dem MEDIA Stand während der MIPTV (7.-10. April) präsentieren. Zusätzlich zu einer reduzierten Akkreditierungsgebühr profitieren die Teilnehmer von weiteren Vorteilen und Serviceangeboten wie einer Nachrichtenbörse, Konferenzräumen, Internetzugang und Vorführungsmöglichkeiten sowie individuellen Expertentreffen, Terminen mit Käufern und Unterstützung bei Pressekontakten. Als eine von vier NRW-Firmen wird der Kölner Weltvertrieb für TV-Dokumentationen und Dokumentarfilme, NEW DOCS, das Angebot nutzen. »Wir haben zum dritten Mal einen Mini-Stand auf dem Creative Europe Stand in Cannes und treffen dort Programmkäufer, Redakteure und Produzenten aus aller Welt«, so Managing Director Elina Kewitz. 17 neue Programme wird sie auf der Messe präsentieren, darunter auch NRW-Produktionen wie »Tempel der Emotionen«, produziert von Bildersturm Filmproduktion in Köln. Von Florianfilm hat NEW DOCS den kürzlich in der ARD ausgestrahlten »Hitlers Schatz im Berg« im Gepäck und von der Kölner Gebrüder Beetz Filmproduktion Viviane Blumenscheins »Mittsommernachtstango«, der seit März in den deutschen Kinos läuft.

Die Teilnahme am Creative Europe Stand wird auch die Cannes-Präsenz des Weltvertriebs The Match Factory stärken, »auch dank der Treffen mit Einkäufern, die das MEDIA-Team organisiert, und den MEDIA-Panels«, so Julien Razafindranaly, Junior Sales beim Weltvertrieb aus Köln. Gerade vom Austausch mit anderen europäischen Arthouse-Weltvertrieben am Stand könnten alle profitieren. »Auf MIPTV und MIPCOM können wir uns auf die Neuen Medien sowie TV-Einkäufer fokussieren«, ergänzt Razafindranaly. »Dieser neue Markt entwickelt sich rasant, zahlreiche neue Firmen bzw. Plattformen entstehen, deren Repräsentanten nur auf diesen zwei Märkten so konzentriert anzutreffen sind und sich nur hier auch Zeit für Gespräche nehmen.«

Neben NEW DOCS und The Match Factory wird aus Köln auch die taglich media Film- und Fernsehproduktion und 3boxmedia Germany beim MEDIA Stand der MIPTV dabei sein. Ähnliche Angebote ermöglicht der MEDIA Umbrella auf der MIPCOM, dem Marché du Film in Cannes sowie dem European Film Market in Berlin. Weitere Informationen dazu unter www.media-stands.eu.

European TV Drama Series Lab TV-Serien entwickeln

Noch bis zum 25. April können sich erfahrene Drehbuchautoren, Produzenten und Programmverantwortliche von TV-Sendern beim European TV Drama Series Lab bewerben. Das Weiterbildungsprogramm wurde als Think Tank mit dem Ziel entwickelt, die Entstehung hochkarätiger europäischer Fernsehserien zu fördern. Es teilt sich auf in zwei Module, die vom 1.-6. Juli und vom 17.-23. November 2014 in Berlin stattfinden werden. Im ersten Teil werden unter dem Titel »Framework for successful European TV Drama Series« der US-amerikanische und europäische Fernsehmarkt analysiert, während sich das zweite Modul »The Creative Maze« mit dem Prinzip des Writers' Rooms in Theorie und Praxis beschäftigt. Weitere Informationen bietet die Website www.tv-lab.eu.



»Mittsommernachtstango« – mit Mitteln der MEDIA Entwicklungsförderung unterstützt, Foto: Viviane Blumenschein

Personalia bei Creative Europe Wer macht was?

Mit Beginn des Jahres 2014 ist das Creative Europe Programm mit neuen Förderlinien gestartet und bringt auch einige personelle Wechsel mit sich. Das Programm ist bei der Europäischen Kommission in der Generaldirektion Bildung und Kultur untergebracht. Dort verantwortet Michel Magnier, Direktor für Kultur und Kreativität, die Bereiche Kulturpolitik und interkultureller Dialog, Kommunikation und Valorisierung sowie das Creative Europe Programm. Xavier Troussard ist der Programmverantwortliche für MEDIA, Karel Bartak leitet das Teilprogramm Kultur.

Während die Kommission für die strategische und konzeptionelle Ausrichtung des Programms und die Abstimmung mit den Mitgliedstaaten zuständig ist, verantwortet die Verwaltungsagentur in Brüssel die Umsetzung des Programms – die Ausschreibung der Förderungen sowie die Auswahl und Abwicklung der Förderträge. In der Agentur leitet Sari Vartiainen den Bereich MEDIA, Barbara Gessler den Bereich Kultur.

Auch die Leitung der Förderbereiche wurde in der Agentur neu besetzt: Gaële Broze verantwortet Distribution, Virve Indren die Development Förderungen. Für deutsche Antragsteller gibt es im Development Bereich neue Ansprechpartner: Paola Lussana ist für die Paketförderung zuständig und Claudia Ludica für Einzelprojektförderungen. Soon-Mi Peten, die zuvor lange Jahre den Development Bereich leitete, ist nun für den Förderbereich Promotion, Fortbildung und Festivals verantwortlich. Audience Development, Co-Production Funds und die Förderung für Fernsehproduktionen, »TV-Programming«, werden von Matteo Solaro gemanagt.

Einreichtermine Creative Europe

Förderbereiche Produktionsunternehmen:
Einzelprojektförderung: 6.6.2014
TV-Programming: 13.6.2014

Verleih und Vertrieb
Selektive Verleihförderung: 2.7.2014
Automatische Verleihförderung: 30.4.2014
Weltvertriebe: 18.6.2014

Promotion
Festivalförderung: 4.7.2014
(Festivals vom 1.11.2014-30.4.2015)

Webdix 2014 Freie Plätze für Teilnehmer aus NRW

Interaktive Webdokus und Storytelling, Datenjournalismus und Datenanalyse stehen im Fokus der dritten Edition von WEBDOX. Die Veranstaltung besteht aus einer internationalen Konferenz (8. Mai) und vier Labs (7./9./10. Mai) und findet während »Docville« (2.-10. Mai) statt, Belgiens größtem internationalem Dokumentarfilmfestival in Leuven.

WEBDOX wird vom Creative Europe Desk Vlaanderen in Kooperation mit diversen Partnern organisiert, darunter die Agentur i-Docs aus Bristol, der audiovisumfund.eu aus dem belgischen Zellik, der Flanders Journalism Fund und der Creative Europe Desk NRW. Während es bei der Konferenz um den Austausch von Informationen und Erfahrungen geht, befassen sich die Labs mit der Anwendung digitaler Technologien in der Praxis: Unter dem Motto »A Popathon Lab: The World of Popcorn Revealed to Documentary Makers and Journalists« konzentriert sich das erste Lab am 7. Mai auf die Erstellung von Design Interfaces, Open-Source Code und Prototypen für web-basierte Stories. Am 9. Mai folgen das »Creative Data Lab: Transforming Data into Stories« und das »Data Tools Lab« sowie am 10. Mai das »User Experience Lab: Design Thinking for more Meaningful Stories«.

Für Film- und Medienschaffende aus NRW gibt es ein Kontingent an freien Plätzen. Anmeldeschluss ist der 15. April. Interessenten schicken bitte ein Schreiben an media@filmstiftung.de, in dem sie ihr Interesse für die Teilnahme an WEBDOX kurz begründen. Weitere Informationen: www.mediadesk-vlaanderen.eu.

Stiller Sommer

Kinostart: 10. April 2014
Verleih: Zorro Film

Das Haus in Südfrankreich soll verkauft werden. So hat Herbert es geplant. Kristine ist darüber so empört, dass es ihr buchstäblich die Sprache verschlägt. Stumm, aber keineswegs verzagt reist sie allein zu dem Haus, in dem ihre Tochter Anna und deren französischer Freund Franck sich gemütlich eingerichtet haben. Als einige Tage später auch Herbert auftaucht, brechen unterdrückte Konflikte auf und spülen ein lang verdrängtes tragisches Ereignis wieder ans Licht. Mit ihrer zweiten Regiearbeit (nach »Mein Freund aus Faro«) entfaltet Nana Neul ein hitziges Seelenlabyrinth in heiter besinnlicher Inszenierung. Die malerischen Landschaftsimpressionen bilden einen pittoresken Rahmen für ein inspiriert aufspielendes Darstellerensemble.

Deutschland 2013
Regie, Drehbuch: Nana Neul
Darsteller: Dagmar Manzel, Ernst Stötzner, Victoria Trautmansdorff, Marie Rosa Tietjen, Hans-Jochen Wagner
Produktion: 2Pilots Filmproduction, SWR
www.zorrofilm.de



»Miss Sixty«: Kinostart: 24. April 2014

Soundbreaker

Kinostart: 17. April 2014
Verleih: W-Film

Der Mann mit der Irokesenbürste auf dem Kopf kennt keine Furcht vor Eis und Schnee. Kimmo Pohjonens Sinn für Körperertüchtigung vereint die Mentalitäten von Samurai und Wikinger. Die Fitness setzt er in Musik um. Pohjonen (50) hat als Virtuose auf dem Akkordeon die Klangwelten des Instruments revolutioniert durch die Experimente mit verfremdenden Effekten und ein musikalisches Spektrum, das von Tango und Volksmusik über Bluegrass und Techno bis zu den ätherischen Klangstrukturen des Kronos Quartet reicht. Mit spektakulärem Tonesign erkundet Kimmo Koskela die Musik Pohjonens in lyrischen Landschaftspanoramen und auf atmosphärisch ausgeleuchteten Konzertbühnen. Aus all dem ergibt sich das faszinierende filmische Porträt eines Künstlers auf der Jagd nach Perfektion auf dem Instrument.

Finnland 2012
Regie, Drehbuch: Kimmo Koskela
Darsteller: Kimmo Pohjonen, Samuli Kosminen
Produktion: Koskela Art & Media House
www.soundbreaker.wfilm.de

Qissa – The Tale of a Lonely Ghost

Kinostart: 17. April 2014
Verleih: Camino

Kanwar ist die jüngste Tochter des streng gläubigen Sikhs Umber Singh. Sie kam zur Welt, nachdem ihr Vater und die Familie Indien verlassen mussten. Die Vertreibung kompensierte Singh (Irrfan Khan, den man zuletzt in »Lunch Box« sah) durch die Idee, dass sein nächstes Kind ein Junge sein müsse. Gegen das Schicksal stemmte er sich auf seine Weise, er erzog Kanwar im Glauben, ein Junge zu sein. Lange ging die Charade gut, aber jetzt soll Kanwar verheiratet werden. Mit einem intensiven Drama um Heimatverlust und Identitätsfindung auf innerer und äußerer Ebene bestätigt das Produzententeam des Welterfolgs »Bal (Honi)« sein Gespür für tiefgreifendes Kino über alle Grenzen hinweg.

Deutschland/Indien/Niederlande/Frankreich 2013
Regie, Drehbuch: Anup Singh
Darsteller: Irrfan Khan, Tisca Chopra, Tillotama Shome, Rasika Dugal
Produktion: Heimatfilm, National Film Development Corp. (IN), Augustus Film (NL), Ciné Sud Promotion (FR), ZDF / ARTE
www.heimatfilm.biz

Die Erfindung der Liebe

Kinostart: 1. Mai 2014
Verleih: NFP

Eigentlich hatte Regisseurin Lola Randl (»Die Libelle und das Nashorn«) einen anderen Film vorgehabt. Die Dreharbeiten von »Die Erfindung der Liebe« waren 2011 in vollem Gange, als Hauptdarstellerin Maria Kwiatkowsky im Alter von nur 26 Jahren an Herzversagen starb. Was tun? Ohne sie konnte es nicht weitergehen – so schien es zumindest. Lola Randl und ihr Co-Drehbuchautor Philipp Pfeiffer schrieben den Film um. Er beginnt nun damit, dass die anderen Schauspieler (Mario Adorf, Samuel Finzi u.a.) auftreten und den Tod der Kollegin beklagen. Der Film fährt fort in einer Mischung aus Szenen des ersten Drehs und neuem Material. Hinzu kamen Film-im-Film-Szenen: Eine Regisseurin (gespielt von Mira Partecke als Alter Ego von Lola Randl) dreht den Film ohne die Verstorbene weiter. Der fiktive Film und der reale gehen ineinander über. Entstanden ist ein Film über das Filmemachen an sich. Gleichzeitig wird die ursprüngliche Handlung neu erzählt: Ein junges Paar (Kwiatkowsky, Bastian Trost) will eine Millionärin (Sunnyi Melles) betrogen.

»Die Erfindung der Liebe« wurde in Köln und Luxemburg gedreht.

Deutschland / Luxemburg 2013
Regie: Lola Randl; **Drehbuch:** Lola Randl, Philipp Pfeiffer;
Kamera: Philipp Pfeiffer; **Musik:** Maciej Sledziecki; **Schnitt:** Andreas Wodraschke; **Darsteller:** Maria Kwiatkowsky, Sunnyi Melles, Bastian Trost, Samuel Finzi, Mario Adorf, Irm Hermann u.a.; **Produktion:** Coin Film in Kopr. mit Red Lion und WDR/BR;
www.dieerfindungderliebe-derfilm.de



»Zeit der Kannibalen«: Kinostart: 22. Mai 2014

Vergiss mein Ich

Kinostart: 1. Mai 2014
Verleih: Real Fiction

Lena Ferben (Maria Schrader) hat sich selbst verloren. Sie kann sich plötzlich nicht an ihre eigene Biographie erinnern. Die Bedeutung von Gegenständen und Begriffen weiß sie noch, aber ihr Leben, das sie bis dahin geführt hatte, ist ihr nun fremd. Die Ärzte nennen das retrograde Amnesie, Gedächtnisschwund; die Ursache ist eine Hirnhautentzündung. Lenas Ehemann Tore (Johannes Krisch) unternimmt alles, damit sie wieder die Alte wird. Aber will Lena das überhaupt? Sie beginnt sich damit anzufreunden, nicht sich selbst spielen zu müssen, und erfindet sich neu. »Vergiss mein Ich« ist Jan Schomburgs zweiter Langfilm nach »Über uns das All« (2011). Über seinen neuen, komplett in Köln gedrehten Film sagt der Regisseur, dass es ihm um »fundamentale Fragen zu unserem Ich-Verständnis und der Konstruktion von Identität« ging. Jan Schomburgs Film lief im Wettbewerb des Internationalen Filmfestivals Rotterdam 2014.

Deutschland 2014
Regie, Drehbuch: Jan Schomburg;
Kamera: Marc Comes;
Musik: Tobias Wagner, Steven Schwalbe, Chris Bremus;
Schnitt: Bernd Euscher;
Darsteller: Maria Schrader, Johannes Krisch, Ronald Zehrfeld, Sandra Hüller u.a.;
Produktion: Pandora Film Produktion in Koproduktion mit WDR
www.realfictionfilme.de

Stereo

Kinostart: 15. Mai 2014
Verleih: Wild Bunch Germany

Er hat zwar eine Tätowierung mit der Aufschrift »Halunke« auf seinem Unterarm. Aber Erik (Jürgen Vogel) ist trotz einer offenbar dunklen Vergangenheit ein freundlicher Kerl. Mit seiner neuen Freundin Julia (Petra Schmidt-Schaller) und deren kleiner Tochter Linda hat er sich aufs Land zurückgezogen, um die Ruhe zu genießen. Doch die wird bald gestört: Ein Mann namens Henry (Moritz Bleibtreu) taucht auf und behauptet, Erik zu kennen. Der Unbekannte ist nicht der Einzige, der Erik belästigt. Weitere zwielichtige Gestalten bedrohen Erik und wollen ihn zu Straftaten verleiten. Um die anderen Eindringlinge loszuwerden, beschließt Erik, sich auf Henry, der ihm weniger gefährlich erscheint, einzulassen. Regisseur Maximilian Erlenwein drehte »Stereo« in Halle/Sachsen-Anhalt, Coburg und Köln. Der Thriller wurde im Panorama Special der Berlinale 2014 welturaufgeführt.

Deutschland 2014
Regie, Drehbuch: Maximilian Erlenwein;
Kamera: Ngo The Chau; **Musik:** Enis Rothhoff;
Schnitt: Sven Budelmann;
Darsteller: Jürgen Vogel, Moritz Bleibtreu, Petra Schmidt-Schaller, Georg Friedrich, Rainer Bock, Mark Zak, Fabian Hinrichs u.a.; **Produktion:** Frisbee Films, Kaisar Film in Koproduktion mit ZDF – Das kleine Fernsehspiel und Wild Bunch Germany in Zusammenarbeit mit Arte;
www.stereo-derfilm.de

Zeit der Kannibalen

Kinostart: 22. Mai 2014
Verleih: farbfilm

Zynisch, abgebrüht und keimfrei sauber, das sind Öllers, Niederländer und Hellinger. Als Business Consultants steuern sie von Hotelzimmern aus die Geschicke ganzer Industriezweige. Menschlicher Faktor spielt in diesem Geschäft keine Rolle. Nach Hellingers Beförderung rückt Bianca für ihn ins Team. Als Hellinger aus dem Fenster springt, beginnt der gnadenlose Kampf um die nächst höhere Position. Nach seinem Festivalerfolg »Der Albaner« legt Johannes Naber nun mit einem Wirtschaftsthiller nach, der hinter Begriffen wie Trouble Shooting und Equity-Methode Charaktere herauschält, die aus Geldgier und Karrieredünkel buchstäblich über Leichen zu gehen bereit sind. Der Film, der ursprünglich »Alles außer Kontrolle« heißen sollte, wurde in den Infostudios in Monheim am Rhein gedreht.

Deutschland 2013
Regie: Johannes Naber; **Drehbuch:** Stefan Weigl; **Darsteller:** Devid Striesow, Sebastian Blomberg, Katharina Schüttler
Produktion: TV.Studio.Film / WDR, Arte G.E.I.E., BR
www.farbfilm-verleih.de

Kathedralen der Kultur (3D)

Kinostart: 29. Mai 2014
Verleih: NFP

Nachdem Regisseur Wim Wenders bei »Pina« (2011) bereits gute Erfahrungen mit der Projektionsform 3D gemacht hatte, initiierte er nun ein weiteres dreidimensionales Filmprojekt. Zu dem internationalen Kompilationsfilm »Kathedralen der Kultur« lud Wenders fünf Filmemacher ein, mit ihm zusammen in sechs jeweils 26-minütigen Episoden sechs Bauwerke in Europa und den USA vorzustellen. Sogar Robert Redford machte mit. Der renommierte Hollywood-Schauspieler und -Regisseur porträtiert das in La Jolla / Kalifornien angesiedelte Salk Institute for Biological Studies. In dem vom Architekten Louis Kahn 1959 nach dem Vorbild einer Klosteranlage errichteten Gebäude sollten Wissenschaftler im Einklang mit der Natur arbeiten können. Wim Wenders selbst präsentiert die Berliner Philharmonie des Architekten Hans Scharoun. Mit seinem ockerfarbenen Zeltdach stellte der 1963 entstandene Bau einen Kontrast zur nahe gelegenen Berliner Mauer dar. Alle gezeigten Bauwerke sind ein Abbild der Zeit und der Gesellschaft.

»Kathedralen der Kultur« lief auf der Berlinale 2014 in der Sektion Special.

Deutschland 2014
Regie: Wim Wenders, Michael Glawogger, Michael Madsen, Robert Redford, Margreth Olin, Karim Aïnouz; **Produktion:** Neue Road Movies;
www.nfp.de



Die 10 European Shooting Stars zu Gast beim NRW-Empfang



Auftakt zum Wim Wenders Stipendium per Videobotschaft



NRW@Berlinale

(6. bis 16. Februar 2014)

Filme

Bei den 64. Internationalen Filmfestspielen Berlin war das Film- und Medienstiftung NRW mit 29 geförderten Filmen vertreten. Insgesamt 13 Filme, die mit Beteiligung der Film- und Medienstiftung NRW entstanden sind, feierten vor internationalem Publikum ihre Weltpremiere – allein vier davon im Wettbewerb.

EFM Industry Debates

Gemeinsam mit dem European Film Market und IFA lud die Film- und Medienstiftung zu den EFM Industry Debates. Die Gesprächsreihe im Spiegelzelt »Gropius Mirror« bot hochkarätig besetzte Podien zu aktuellen Themen der Film- und Medienindustrie.

NRW-Empfang

Zum NRW-Empfang hießen die Gastgeberinnen, NRW-Medienministerin Angelica Schwall-Düren und Filmstiftungs-Geschäftsführerin Petra Müller, mehr als 1.000 Gäste aus Film, Medien, Politik und Wirtschaft in seiner Landesvertretung in Berlin willkommen. Im Mittelpunkt des Abends standen die Teams und Stars der Festivalfilme.

Presselunch

Zur Halbzeit der Berlinale lud die Film- und Medienstiftung wieder Filmschaffende und Filmteams, Presse und Produzenten zum Lunch ins Café am Neuen See. Abseits des Festivaltrubels bot sich hier die Gelegenheit zum entspannten Austausch.



»Nymphomaniac«-Premiere mit Dieter Kosslick, Bettina Brokemper, Christian Slater, Uma Thurman, Stacy Martin, Megan Skarsgård, Lars von Trier, Stellan Skarsgård, Bente Trier und Louise Vesth, Foto: Concorde Filmverleih



Großer Wettbewerbsauftritt für »Zwischen Welten«, Foto: Berlinale/Andreas Teich



Beim Presselunch: Jürgen Vogel, Petra Müller, Christiane Paul



Team »Nicht mein Tag«: Anna Maria Mühe, Axel Stein, Jasmin Gerat, Peter Thorwarth



Lief im Wettbewerb: »Die geliebten Schwestern« mit Florian Stetter, Henriette Confurius, Hannah Herzprung und Regisseur Dominik Graf



»Hüter meines Bruders«: Maximilian Leo, Robert Finster, Nadja Bobyleva, Sebastian Zimmerl



Die Gastgeberinnen Ministerin Angelica Schwall-Düren und Petra Müller mit Dieter Kosslick



3,5 Mio. Besucher für »Der Medicus«: Farah Yildirim, Reg. Philipp Stölzl, Tom Payne, Elyas M'Barek



»Zwischen Welten«: Regisseurin Feo Aladag und Hauptdarsteller Ronald Zehrfeld



Mario Adorf (»Der letzte Mentsch«)



Darsteller »Auf das Leben«, u. a. Hannelore Elsner und Aylin Tezel (Mitte)



»Stereos«-Team



Jan Schomburg, Maria Schrader (»Vergiss mein Ich«) und Michael Weber (The Match Factory)



»Stratos« im Berlinale-Palast, Foto: Berlinale



»Flowers of Freedom«, Foto: Daniel Seiffert



»Zeit der Kannibalen«: Katharina Schüttler, Sebastian Blomberg und David Striesow, Foto: Daniel Seiffert



Tom Payne, Aylin Tezel und Katja Riemann



»Zeit der Kannibalen«: Johannes Naber, Milena Maitz, David Striesow, Katharina Schüttler, Sebastian Blomberg, Pascal Schmitt



»Nymphomaniac«: Peter Aalbaek Jensen, Angelica Schwall-Düren, Bettina Brokemper, Stellan Skarsgård, Stacy Martin, Lars von Trier, Petra Müller, Christian Slater und Louise Vesth



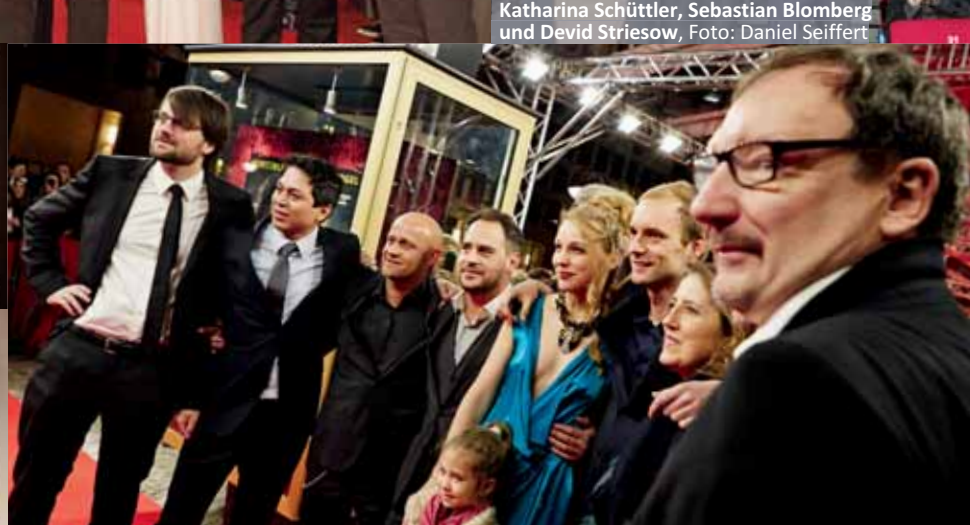
Team »Flowers of Freedom«



Hannah Herzprung, Daniel Brühl und Anna Maria Mühe



»Hüter meines Bruders«: Robert Finster, Nadja Bobyleva, Sebastian Zimmerl, Foto: Daniel Seiffert



Team »Stereos« vor dem Zoo Palast, Foto: Frisbeefilms, Fabian Schellhorn



Im Café am Neuen See: Oskar Roehler mit Christina Bentlage (Filmstiftung NRW)



David Zimmerschied, Philip Gröning



Hannah Schygulla und Klaus Staack waren Gäste



»Last Hijack« lief in der Sektion Panorama



Team »Los Angeles« mit Christina Bentlage



EFM: »The Act (and Art) of the Doc« mit André Singer, Anais Claret, Marc Bauder und Moderator Scott Roxborough, Foto: Oliver Most



»Raumfahrer«-Premiere, Foto: Daniel Seiffert



Team »Szenario«, Foto: Daniel Seiffert



»Los Angeles«, Foto: Weydemann Bros.



Zum Tode des großen Produzenten Karl Baumgartner

Kosmopolit des Kinos

Im März starb im Alter von 64 Jahren der Filmproduzent und Verleiher Karl Baumgartner. Baumgartner hatte 1981 gemeinsam mit Reinhard Brundig den Pandora Filmverleih gegründet, aus dem später auch die Pandora Film entstand, die seit 1996 ihren Sitz in Köln hat. Die Filmstiftung NRW war Karl Baumgartner über zahlreiche namhafte Projekte verbunden, u.a. Jim Jarmuschs »Dead Man«, Emir Kusturicas »Schwarze Katze, weißer Kater«, Sandra Nettelbecks »Bella Martha«, Nalin Pans »Samsara«, Haile Gerimas »Teza« und zuletzt bei Fatih Akins »The Cut«. Baumgartner galt als einer der bedeutendsten Produzenten des internationalen Arthouse und wurde im Februar für sein Lebenswerk mit der Ehrenkamera der Berlinale ausgezeichnet. Ein Nachruf von Daniel Kothenschulte.

Nur in der Zeit der Märchen hat das Wünschen alleine schon geholfen. Heute muss man selber etwas dafür tun, um Dinge möglich werden zu lassen. Dennoch erschien der Frankfurter Filmproduzent Karl Baumgartner nicht nur den Künstlern, mit denen er arbeitete, wie die männliche Version der guten Fee aus dem Märchenbuch. Das lag daran, dass allein sein Enthusiasmus so ansteckend wirkte, dass man schon nach einem kurzen Gespräch das Gefühl haben konnte, einem Traum beim Wirklichwerden zuzusehen.

Idealfigur des kreativen Produzenten

Auf seine warme und herzliche Art entfachte er mit ein paar enthusiastischen Worten und Gesten jenen Wirbel, der in Zeichentrickfilmen Lampengeistern vorausleuchtet, bevor sich aus etwas Sternenstaub ganze Paläste formen. Natürlich ersparten diese Wolken von Enthusiasmus niemandem die eigene kreative Arbeit. Aber sie vermittelten eben die nötige Zuversicht, dass das, was man sich wünschte, auch wahr wurde.

»Baumi«, wie ihn jeder in der Branche liebevoll nannte, war die Idealfigur des kreativen Produzenten, weil er die Idealfigur des Cinephilen war.

Geboren 1949 in Südtirol, zog es ihn schon mit 18 in die pulsierende Filmmetropole Rom, wo er als Kritiker und Regieassistent arbeitete. 1971 dann übersiedelte er nach Frankfurt am Main und schloss sich dem Filmemacherkollektiv »Harmoniek« an. Noch heute erinnert das gleichnamige Kino an die frühe Erfindung dessen, was heute als »Lounge-Theater« so en vogue ist: ein Vorführsaal mit perfekter Technik und so bequem wie der Liebessessel zu Hause. Doch noch wichtiger war natürlich, die richtigen Filme auf die Leinwand zu bringen.

Gemeinsam mit Reinhard Brundig gründete Baumgartner 1981 den Pandora-Filmverleih, benannt nach dem Stummfilmmeisterwerk von Georg Wilhelm Pabst. Die Initialzündung war ein kleiner Film auf Schwyzerdütsch, »Eine Nachtlag Feuerland«. Immerhin zwanzigtausend deutsche Zuschauer fand die Revoluzzer-Romanze zwischen einem Alt-68er und einer jungen Demonstrantin im friedensbewegten Jahr 1982.

Die Meister des Autorenfilms aus der ganzen Welt

Bald konnte man sich bei Pandora sogar Filme leisten, die man heute noch kennt. Als filmischer Kosmopolit, wie es nur jemals einen gegeben hat, versammelte Baumgartner die Meister des Autorenfilms aus der ganzen Welt: Die schwer zugänglichen Werke des Russen Andrej Tarkowskij machte er in Westdeutschland zu Kultfilmen, etablierte den New Yorker Nonkonformisten Jim Jarmusch, den koreanischen Maverick Kim Ki-Duk und den unvergleichlichen Finnen Aki Kaurismäki in der deutschen Öffentlichkeit. Es waren die unkompromittierbaren Individualisten des Kinos, zu denen sich Baumgartner stets hingezogen fühlte.

Goldene Palme anstatt Ruin

Der Schritt, vom Verleiher zum Produzenten dieser Künstler zu werden, schien denkbar nahe – und war doch mit großem Risiko behaftet. Schon der erste große Film, Emir Kusturicas »Underground«, brachte der jungen Pandora-Film beinahe den Ruin – aber dann doch stattdessen die Goldene Palme. Und als Karl Baumgartner im vergangenen Februar auf der Berlinale eine Goldene Kamera für sein Lebenswerk erhielt, rühmte er sich selbst nur für ein Verdienst – dass er nie jemandem entlassen musste.

Selber schuld, wer die Büchse der Pandora öffnet. Alles Übel der Welt ist der Sage nach in ihr verborgen, ihr einzig nützlicher Inhalt ist die Hoffnung. Die Frankfurter Pandora Film mit Hauptquartier in Köln wurde zu einer Weltmarke im Arthouse-Kino. Das Erfolgsrezept scheint einfach, ist für Deutschland aber doch die Ausnahme: Man produziert dort nicht primär für das nationale Publikum, sondern gleich für die internationale Kunstfilm-Öffentlichkeit. Entscheidend unterstützt wurden Baumgartner und die Pandora Film dabei von der Filmstiftung Nordrhein-Westfalen. Baumgartners Idee ist heute gängige Praxis: Förderinstrumente aus mehreren Ländern ermöglichen in der Kombination miteinander die Verwirklichung künstlerischer Visionen – ohne Kompromisse, aber mit besten Chancen, international zu reüssieren. So

entstanden Welterfolge wie »Bella Martha« und »Whale Rider«. Dieter Kosslick, der Gründungsdirektor der Filmstiftung Nordrhein-Westfalen, konnte sich auch als Berlinale-Chef immer wieder über Baumi-Produktionen freuen, zuletzt 2013 über den Wettbewerbsbeitrag »Layla Fourie« von Pia Marais.

»Es ist ein schmerzlicher Verlust auch für die Berlinale«, sagte Kosslick nach Bekanntwerden des Todes von Karl Baumgartner. »Wir verlieren nicht nur einen großartigen und mutigen Produzenten und Verleiher, sondern auch einen engen Freund und Mitstreiter in der deutschen und europäischen Filmpolitik.«

Schatzfinder auf Festivals

Wie sehr Baumi das Kino liebte, erkannte man daran, dass er sich über die Filme der anderen noch mehr freuen konnte als über die eigenen. Auf Filmfestivals gehen die wenigsten Produzenten tatsächlich noch in Filmvorführungen. Sie »kontakten«, machen Deals, stehen auf Empfangen. Baumi schickte dagegen SMS-Nachrichten über Filme aus entlegenen Produktionsländern, die man nicht »auf dem Schirm« hatte, und stets waren die Mitteilungen von einnehmender Dringlichkeit: »Den musst Du Dir ansehen«. Nun müssen wir diese Schätze selber finden.

Baumis Filmbegeisterung war buchstäblich grenzenlos. Wie die Filme, die er machte, zu immer neuen Weltreisen führten. Vom Himalaya in »Samsara« in einen russischen Zirkus (»Der Kuss des Bären«), von einem koreanischen Kloster (»Frühling, Sommer, Herbst, Winter, Frühling«) in kirgisische Dörfer (»Der Dieb des Lichts«). Von der Steppe Kasachstans (»Tulpan«) zu den weltumspannenden Spielorten von Fatih Akins neuem Film »The Cut«, der in Kuba, Jordanien, Kanada und Deutschland entstand.

Der beste der Besten

Wenn das Filmemachen eine Reise ist, dann hat Baumi diesen Film gelebt wie kaum jemand sonst. Und die Kunst, die dabei entstand, wird ihn überdauern. Am 18. März ist er in Frankfurt am Main gestorben, schon lange hatte er unter einer Krebserkrankung zu leiden. Aki Kaurismäki, im vergangenen Februar Baumis Laudator bei der Berlinale-Kamera, ist nicht bekannt als Freund übergroßer Worte. »Den besten der Besten« nannte er seinen langjährigen Weggefährten kurz und knapp. Dem war nichts hinzuzufügen.



»Night on Earth« von Jim Jarmusch



»Tango Lesson« von Sally Potter



»Pola X« von Léos Carax



»Schwarze Katze, weißer Kater« von Emir Kusturica



»Bella Martha« von Sandra Nettelbeck



»Frühling, Sommer, Herbst, Winter... und Frühling« von Kim Ki-duk



»Tulpan« von Sergey Dvortsevoy



»Teza« von Haile Gerima

MEDIEN

FORUM

NRW

ANGACOM

20.- 21. Mai 2014

Koelnmesse

Congress-Centrum Ost

Medienforum NRW
c/o Mediencluster NRW GmbH
Kaistraße 14
40221 Düsseldorf
www.medienforum.de

In Kooperation mit:
Interactive Cologne 19.-24. Mai 2014
Deutscher Webvideopreis 24. Mai 2014