

Film und Medien NRW

Informationen
aus NRW
Ausgabe 6/2011

Das Magazin

- > Festivalherbst NRW
- > Das Kino von morgen
- > Rückblick: Nachwuchskonferenz in Köln
- > Meldungen aus der Medienbranche
- > Dreharbeiten in NRW

Location



Pia Esten – Tel. 0178-5417906 – p.esten@moods-locationscouting.com



Tobias Roelin – Tel. 0172-5324331 – post@roelin.eu

Auf der Location-Seite des Magazins finden Sie in jeder Ausgabe Impressionen zu einem speziellen Thema. Im aktuellen Heft sind es Marktplätze in Nordrhein-Westfalen. Ausgewählt werden die Motive von Locationscouts aus NRW. Diese Bilder und viele mehr finden Sie auch in der Motivdatenbank www.locationnrw.de.

Markttag in NRW



Abi D. Roos – Tel. 0172-2904161 – info@locomotiv.de

ZimmerService – Markus Zimmer – Tel. (0177) 340 66 92 – locationsuche@gmx.de



Filmherbst in NRW

Herbstzeit ist Festivalzeit in NRW. Mehr als 15 Filmfeste und Veranstaltungen rund ums Kino haben wir an Rhein und Ruhr gezählt. Vom Ruhrgebietsfestival Blicke in Bochum über das Filmfestival Münster, die Duisburger Filmtage bis zu den zahlreichen Novemberevents in Köln, wo sich Exposed, SoundTrack_Cologne, Unlimited und die Cinepänz unter dem Festivalsdach Cine-Cologne zusammengeschlossen haben.

Und natürlich das Kinofest Lünen, das noch bis zum 13. November läuft. Festivalchef Mike Wiedemann, der in der Filmstiftung NRW lange Jahre die Produktionsförderung 2 geleitet hat, wird sich in Zukunft ganz dem Kinofest widmen. Zu meinem Bedauern hat er sich aus der Förderarbeit zurückgezogen. Ihm und seinem Festival wünsche ich von Herzen alles Gute!

Die Vielfalt ist das große Plus der Festivalszene in NRW. Dazu gehören insbesondere auch Fachfestivals, wie man sie sonst kaum irgendwo findet. Seien es die Editoren bei Filmplus, die Filmmusiker bei SoundTrack_Cologne oder die Tonexperten beim Debüt des Forums für Tongestaltung am 28. November in Köln. Und als ob das noch nicht genug wäre, präsentieren Ende November die Oberhausener Kurzfilmtage, das wichtigste Kurzfilmfestival Deutschlands, ausgewählte Filme aus ihrem Programm im Pariser Centre Pompidou.

Zu den Filmevents des Novembers zählt auch die Vergabe der Kinoprogrammpreise, mit denen wir wie jedes Jahr die engagierten und leidenschaftlichen Betreiber von Filmtheatern aus NRW unterstützen. An diesem Abend vergeben wir gemeinsam mit dem HDF

Kino e.V. auch den Strate Preis, mit dem diesmal zu meiner besonderen Freude Dieter Kosslick ausgezeichnet wird.

Die Kinoprogrammpreise sind neben unserer klassischen Kinoförderung und unseren Zuschüssen zur Digitalisierung ein wichtiger Beitrag, um die Kinovielfalt in Nordrhein-Westfalen zu sichern. Aber das reicht nicht.

Auch die Betreiber müssen mitziehen und mit Service und neuen Ideen um ihr Publikum werben. Deswegen veranstalten wir in diesem Jahr vor der Verleihung der Kinoprogrammpreise in Köln erstmals einen kleinen, aber feinen Kinokongress, der sich mit der Zukunft der Filmtheater beschäftigt. Entspannt zurücklehnen darf sich im Kino gerade nur der Kunde.

Neben den Filmfestivals stehen noch weitere Medien-Events an: etwa das Cologne IT Summit oder das Brasilianisch-Deutsche Medientreffen in Köln. Und wenn in Berlin die Europäischen Filmpreise verliehen werden, dann können sich mit „Melancholia“, „Pina“, „Drei“, „Le Havre“ und „In einer besseren Welt“ fünf Filme, an denen NRW beteiligt war, Chancen ausrechnen. Und nicht zu vergessen: die Verleihung der Internationalen Emmys in New York. Wir werden die Gelegenheit nutzen, gemeinsam mit dem Land und der LfM im Big Apple gebührend auf das Fernsehland NRW aufmerksam zu machen.

Ihre **Petra Müller**
Geschäftsführerin
Film- und Medienstiftung NRW



Titel: „Tom Sawyer“ eröffnete das Kinofest Lünen. Foto: Majestic



4 **Der Herbst ist da!**
Festival-Hochsaison in NRW



6 **Meldungen**
Branche, Festivals, Kinos, Preise



8 **Trend zu Wohlfühl-TV und Schweden-Krimis**
Die Mipcom in Cannes



10 **Auf dem Sprung**
Die Seite für den Filmnachwuchs mit einem Rückblick auf die Nachwuchskonferenz der Film- und Medienstiftung NRW in Köln



12 **Der Marketingcoup des Jahrzehnts**
Interview mit Professor Thorsten Hennig-Thurau



14 **With a little help ...**
Digitalisierungsförderung in NRW sowie durch die FFA und das BKM



15 **Aktionen, Apps und Flyer**
Kinomarketing von Profis



16 **Fanta4 in 3D**
Oper, Games, Fußball: Alternative Nutzung der digitalen Kinosäle



17 **Vom Rechner in die Schlange**
Kinotickets übers Internet



18 **So guckt man anderswo**
Kinobesuche in Moskau, Rom, London, Köln und New York

20 **Wer ist hier der Boss?**
Wie die Digitalisierung das Verhältnis von Kino und Verleih prägt

20 **Digitale Pioniergeschichte**
Bald drei Jahre digital – eine Bilanz der Essener Lichtburg

21 **Europa für NRW-Kinos**
Die MEDIA-Seite über Europa Cinema

22 **Weltgeschichte in Windeck-Dattenfeld**
Am Set von „Hannah Arendt“

24 **Dreharbeiten in NRW**

26 **Mit besten Empfehlungen**
Die neuen Kinofilme der Film- und Medienstiftung NRW

25 Impressum

Das Magazin im Dezember

Das Jahr 2011

Das nächste Magazin erscheint am 15. Dezember als Rückblick auf die Arbeit der Film- und Medienstiftung NRW 2011 und ist dann auch wie gewohnt online unter www.filmstiftung.de zu finden.

Filmfestival Münster

Türkischer Gewinner

Am 16. Oktober schloss die 14. Ausgabe des zweijährlich stattfindenden **Filmfestivals Münster** mit der Preisverleihung im **Cineplex** ab. Den mit 7.500 Euro dotierten Regiepreis des Europäischen Wettbewerbs konnte der türkische Regisseur **Seren Yüce** für seinen Debütspielfilm „Majority“ für sich verbuchen. Der Film, der beim Kölner Weltvertrieb **The Match Factory** im Programm ist, überzeugte die Jury durch seinen Blick auf die junge türkische Mittelklasse, der subtil erzählt sei, „präzise inszeniert sowie brillant gespielt. ‚Majority‘ fasziniert

und erschreckt gleichermaßen.“ Im Kurzfilmwettbewerb ging der Große Preis des Veranstalters, der **Filmwerkstatt Münster**, ex aequo an den Dokumentarfilm „Leonids Geschichte“ von **Rainer Ludwigs** und **Tetyana Chernyavska** sowie an den Kurzspielfilm „Vatermutterkind“ von **Daniel Karl**



Krause. Den Publikumspreis nahm **Till Nowak** für seine Fake-Doku „The Centrifuge Brain Project“ entgegen. An fünf Tagen präsentierte das Festival 140 Filme quer durch alle Genres. Eröffnet hatte das von Festivalleiterin **Nicky Schulte** und Team zusammengestellte Programm mit der Premiere des komplett in Münster gedrehten und von der **Film- und Medienstiftung NRW** geförderten Debütfilms „Tage die bleiben“. Regisseurin **Pia Strietmann**, gebürtige Münsteranerin, sowie ihre Hauptdarsteller **Götz Schubert** und **Max Herbrechter** freuten sich über die begeisterte Aufnahme des Dramas beim Publikum. > www.filmfestival-muenster.de

Regiepreis für Seren Yüce und sein Debüt „Majority“, Foto: The Match Factory

Exposed

Debüts im Fokus

Mit **Sabine Bernardis** beeindruckendem Transgender-Film „**Romeos**“ (Kinostart: 8. Dezember), der komplett in Köln gedreht wurde, und dazu passenden Chansons von Dragqueen **Cassy Carrington** eröffnete am 2. November das Kölner Festival **Exposed**,

zu dem Festivalleiter **Stephan Sarasi** und sein Team Debütfilme eingeladen hatten. In diesem Jahr zeigte Exposed insgesamt 18 Filme aus zehn europäischen Ländern. Neben der europäischen Sektion, die auch in der vierten Ausgabe des Festivals den Schwerpunkt bildete, waren in weiteren Reihen auch Beiträge aus Griechenland und Köln zu sehen. Darunter „Unser gelber Musikladen“, in dem der Kölner Filmemacher **Stephan**

Brüggenthies das Ende des Musikgeschäfts seiner Eltern dokumentiert. Dass auch die ganz Großen der Filmgeschichte einmal angefangen haben zeigte der Debütfilm von **Josef von Sternberg**, mit dem das Festival am 6. November endete. Mit Musikbegleitung von **Joachim Bärenz** zeigte Exposed Sternbergs Stummfilm „The Savation Hunters“ aus dem Jahr 1925. > www.exposed-filmfestival.de

SoundTrack Cologne / Next Level

Sound für Medien

Dass in Zeiten einer Krise Unterstützung für kulturelle Belange nicht einfach ist, machte der Medien-Staatssekretär **Marc Jan Eumann** direkt zur Eröffnung der **SoundTrack Cologne** klar. Umso erfreuter vernahm die Veranstalter seine Ankündigung, dass das Land auch im nächsten Jahr das Film- und Musik-Festival unterstützen wird. „Star“-Gast der aktuellen Veranstaltung war der schottische Komponist **Patrick Doyle**, der die Musik beispielsweise für „Carlito’s Way“ oder „Harry Potter und der Feuerkelch“ schuf. In Köln verdeutlichte der Tonkünstler den Anspruch an seine Arbeit: „Ich sehe mich in der Tradition von Verdi, Puccini, Wagner. Ich liebe Oper, Theater, Drama.“ Die parallel zur **SoundTrack Cologne** statt-

findende **Next Level Conference** widmete sich ganz den Games und diskutierte gemeinsam mit dem Musikfilmfestival das Thema: Musik in Computerspielen. Viele Komponisten landen „by accident“ in der Gamesbranche und fühlen sich dann dort sehr wohl, so wie der Amerikaner **Jeff Rona**, der etwa mit seinem Kollegen Hans Zimmer an Filmen wie „Black Hawk Down“ arbeitete, ehe er die Games als Tätigkeitsfeld entdeckte. Er komponierte die Musik zum millionenfach verkauften Spiel „God of War“. Welches Potential hinter diesem Genre steckt, verdeutlichen Zahlen aus China. Die Zahl der Online Player für ein Game kann sich dort schon mal auf 500.000 Millionen belaufen. Die Gefahren für die Kreativen beschrieb der Musikproduzent **Micki Meuser**: „Die großen Player sind die Kommunikationsindustrie und die Computerindustrie, die unsere Arbeit kostenlos wollen.“ Spielehersteller jedenfalls meiden deutsche Komponisten, weil sie die Urheber-

beteiligung nach deutschem Recht ablehnen.

Abgerundet wurde das umfangreiche Discussionsangebot von SoundTrack Cologne durch das Filmprogramm „See the Sound“. Einer der Höhepunkte dort: „The Agony and the ecstasy of Phil Spector“. Der renommierte Dokumentarfilmer und Regisseur **Vikram Jayanti** stellte seinen Film über den legendären Musikproduzenten, der 2009 in den USA wegen Totschlags zu einer Haftstrafe verurteilt wurde, persönlich vor.

Mit dem **European Talent Award**, der traditionell im Rahmen des Festivals vergeben wird, wurde das französische Team **Olivier Militon** (Filmscore) und **Nathan Blais** (Sounddesign) ausgezeichnet. Und auch der **Peer Raben Music Award** für die beste Filmmusik in einem Kurzfilm geht nach Frankreich. Sieger ist **Pablo Pico** für seinen Score zu „Dripped“. > www.soundtrack-cologne.de

Duisburger Filmwoche

Alte Bekannte, junges Publikum

Noch bis 13. November läuft das Festival des deutschsprachigen Dokumentarfilms. Die 35. **Duisburger Filmwoche** kann in ihrem Wettbewerb dabei auf neue Filme einer ganzen Reihe von alten Wegbegleitern bauen.

So stellte zur Eröffnung **Elfi Mikesch** ihr Porträt des kürzlich verstorbenen Filmemachers **Werner Schroeter** vor („Mondo Lux“), **Jörg Adolph** ist mit seinem neuen Film „Die große Passion“ dabei sowie aus Nordrhein-Westfalen **Christoph Hübner** und **Gabriele Voss** mit ihrem Langzeitprojekt „Emscher Skizze“, **Bettina Braun** mit dem dritten Teil ihres Jugendporträts „Wo stehst Du?“ sowie **Britta Wandaogo**, die



Oberammergau in Duisburg: Jörg Adolphs Dokumentarfilm „Die große Passion“ über die legendären Passionsspiele, Foto: Duisburger Filmwoche

„Nichts für die Ewigkeit“ präsentieren wird. Ebenfalls mit neuen Arbeiten in Duisburg vertreten sind Filmemacher wie **Romuald Karmakar**, **Harun Farocki**, **Thomas Heise**, **Michael Glawogger** und **Nikolaus Geyrhalt**. Vier Preise mit einer Gesamtdotierung von 18.000 Euro, gestiftet u.a. von **Arte** und **3sat**, sind im Wettbewerb ausgelobt.

Dazu kommen weitere 3.500 Euro, die mit dem Filmpreis für den politischen Kinder- und Jugenddokumentarfilm, der „Großen Klappe“, verbunden sind. Der wird im Rahmen von **doxs!**, der Kinder- und Jugendsektion des Festivals, am 10. November erstmals verliehen. Zum diesjährigen zehnten Jubiläum von **doxs!** hatte die **Bundeszentrale für politische Bildung** diese wohl einzigartige Auszeichnung mit eingeführt. Die Gewinner liefert das Magazin in der nächsten Ausgabe nach. > www.duisburger-filmwoche.de

> www.do-xs.de

Wenn die Tage kürzer werden, das Laub von den Bäumen fällt und man Schal und Mütze aus dem Schrank kramt, dann ist in

Filmfestivalherbst in NRW

Der Herbst

VON OLIVER BAUMGARTEN

Im Herbst hat das Kino traditionell Hochsaison. Vor allem im Arthouse-Bereich startet zwischen September und November stets erlesene Filmkunst, bevor dann die Blockbuster das Weihnachtsgeschäft bestimmen. Über Jahrzehnte hinweg hat sich in dieser florierenden Kinozeit in Nordrhein-Westfalen eine bemerkenswerte Filmfestivallandschaft entwickelt, die bundesweit ihresgleichen sucht. Von Bielefeld bis Bonn und von Münster bis Bochum erstreckt sich über die gesamte Fläche des Bundeslandes eine bis heute organisch gewachsene Reihe von Filmveranstaltungen, deren markantestes Merkmal ihre inhaltliche und konzeptionelle Vielfalt darstellt.

Die Saison beginnt für gewöhnlich mit der Cologne Conference, die das Beste aus internationalem Film und Fernsehen auf die Leinwände Kölns bringt und vor allem der Branche viel Gelegenheiten zum Austausch bietet. Alle zwei Jahre folgt im Oktober das Filmfestival Münster, das sich bereits seit 30 Jahren in klassischer Konzeption auf deutschsprachige Kurzfilme und auf junges europäisches Kino konzentriert. Der abendfüllende fiktionale Film ist neben Kurzfilmen auch seit über 20 Jahren beim Kinofest Lünen Schwerpunkt. Dort allerdings richtet man den Fokus ausschließlich auf deutsche Produktionen, womit es dem stets im November angesetzten Kinofest gelungen ist, sich ehem im kulturellen Bewusstsein der Stadt zu verankern.

Bis 1976 gar reicht die Tradition der Duisburger Filmwoche zurück, als sie aus der kommunalen Filmarbeit heraus entstanden ist. Als jährliche Standortbestimmung des deutschsprachigen Dokumentarfilms wird hier eine heute selten gewordene Diskussionskultur gepflegt, die in beispielloser Konsequenz in den Bereich der Filmbildung übertragen wurde: Mit der Kinder- und Jugendsektion „doxs! – Dokumentarfilme für Kinder und Jugendliche“ und ihren vielfältigen Projekten hat sich Duisburg zu einem wichtigen Zentrum des seriösen Kinderdokumentarfilms in Deutschland entwickelt.

Dezidierte Spezialisierungen mit Alleinstellungsmerkmalen wie diesen machen das eigentlich Besondere der NRW-Herbstfestivals aus. Entstanden sind diese jedoch weniger aus kalkulierter Nischenbelegung als vielmehr aus dem privaten Engagement speziell interessierter Initiativen heraus. In Köln beispielsweise zieht sich über den November hinweg mit Cine Cologne der lose Zusammenschluss vierer Filmfestivals, die sich in den letzten Jahren organisch aus dem Schaffen ihrer Veranstalter entwickelt haben. SoundTrack_Cologne beispielsweise ist ein Festival und Kongress für Musik und Ton in Film und Medien. Organisiert wird es aus der entsprechenden Szene heraus und hat es in sieben Jahren zu einer der bedeutendsten Fachveranstaltungen seiner Art in ganz Europa gebracht. Ebenfalls unter dem Dach von Cine Cologne agieren mit Exposed ein Festival für europäische Debüt- und Zweitfilme sowie mit Unlimi-

Die NRW Herbstfestivals

Filmfestival Münster
(12.-16.10. in Münster)
www.filmfestival-muenster.de

Exposed – Festival für erste Filme
(02.-06.11.)
www.exposed-filmfestival.de

SoundTrack_Cologne
(03.-06.11. in Köln)
www.soundtrackcologne.de

Duisburger Filmwoche
(07.-13.11. in Duisburg)
www.duisburger-filmwoche.de

Int. Kinder- und Jugendfilmfest Marl
(10.-16.11. in Marl)

NRW Festivalzeit. Der Herbst ist mit seinen vielen Festival und Filmevents für Kinofreunde die Goldene Jahreszeit.

ist da!

ted ein Kurzfilmfestival, ebenfalls mit Schwerpunkt auf europäische Beiträge. Vierter im Bunde ist mit Cinepänz ein Kinderfilmfest, das schon seit über 20 Jahren Kölner Kinder mit einem ausgesuchten Filmprogramm erfreut. Das Ziel von Cine Cologne ist zum einen die Bündelung von Aktivitäten im organisatorischen wie im Marketingbereich, zum anderen aber auch schlicht von öffentlicher Wahrnehmung. Die Vielfalt seiner Mitglieder spiegelt im Kleinen die Vielfalt der Mitstreiter im ganzen Medienland NRW.

So hat sich in Bochum mit Blick aus einer Filmkooperative heraus ein Filmfestival des Ruhrgebiets etabliert, und in Bielefeld findet seit über 20 Jahren ein Film- und Videowettbewerb statt, der die Filmbildungsarbeit des dortigen Filmhauses fortführt. Köln wiederum ist seit elf Jahren Heimat von Filmplus, dem bundesweit einzigen Forum für Filmschnitt und Montagekunst, das zum Treffpunkt der deutschsprachigen Filmeditorenzene geworden ist und von Machern des Filmmagazins „Schnitt“ gegründet wurde. Während Filmplus wird auch das erste Forum für Tongestaltung stattfinden, das eine Reihe deutscher Filmtonstudios in der Domstadt etablieren möchte. Zudem findet zwischendurch auch noch der internationale Bewegtbild-Wettbewerb für Kreative, kurz und schön, seinen Höhepunkt in der feierlichen Preisverleihung.

Und nicht zuletzt hat der Filmfestivalherbst auch Kindern und Jugendlichen quer durch NRW eine Menge zu bieten: Organisiert im Netzwerk Kinderfilmfeste NRW wird er nämlich zwischen Ende September und Anfang Dezember durch zur Zeit sechs lokal organisierte Kinderfilmfestivals bereichert. Außer bei Cinepänz kommen jährlich auch Kinder beim Internationalen Kinderfilmfest Bonn, den Kinderfilmtagen Ruhrgebiet, dem Bielefelder Kinderfilmfest, dem KinderFilmFest Münster sowie dem KinderKinoFest Düsseldorf voll auf ihre Kosten.

Kurzfilmtage Oberhausen in Paris

Während in Köln und im Ruhrgebiet Festivalhochzeit ist, gastieren die **Oberhaus-**

ener Kurzfilmtage, die traditionell im Frühjahr stattfinden, in Paris. Im Rahmen des Festivals **Rencontres Internationales Paris** (18.-26.11.) präsentieren Lars Henrik Gass und sein Team im Goethe-Institut und im Centre Pompidou vier Programme mit osteuropäischen Werken aus ihrem Archiv, sowie einige der innovativsten deutschen

Musikvideos der Jahre 1998 bis 2007. Derweil laufen für das Heimspiel in Oberhausen (26.04.-01.05.2012) bereits die **Einreichtermine**: für deutsche Produktionen läuft die Frist am 15. Februar ab, für internationale Kurzfilme bereits am 13. Januar und für den MuVi-Preis ist die Deadline der 21. Februar.

Unlimited Giant's First Steps

Noch bis zum 13. November läuft in Köln die fünfte Ausgabe des Europäischen Kurzfilmfestivals **Unlimited**. Aus den mehr als 1.500 Einreichungen aus allen Teilen Europas haben die Kölner Kurzfilmfreunde zehn Programme für Erwachsene zusammengestellt. Davon sind sechs im europäischen Wettbewerb und drei im Wettbewerb NRW zu sehen. Das Programm „Giant's First Steps“ in Zusammenarbeit mit den Animatorenvereinigungen **INDAC** (International Nights and Days of Animation) und **AWN** (Animation World Network) versammelt erste filmische Schritte von „Giganten“ der Animation: Erste Werke von **Brad Bird** („Findet Nemo“) und **Nick Park** („Wal-



lace und Gromit“) sind am Samstag im Filmforum zu sehen. Als deutsche Erstaufführung läuft „La Luna“, die neue 3D-Kurzfilmproduktion von **Pixar**. Im Rahmen der Werkschau des Franzosen **Nicolas Engel** wird der Regisseur persönlich am 11. November im Französischen Kulturinstitut erwartet. Erstmals wird auch

„La Luna“: Die neue 3D-Kurzfilmproduktion von Pixar läuft in Köln als deutsche Erstaufführung. Foto: Disney

kurzundschön, der Wettbewerb der **KHM** und des **WDR**, sein diesjähriges Gewinnerprogramm bei **Unlimited** öffentlich präsentieren.

> www.kurzundschoen.khm.de/2011/
> www.unlimited-festival.de

Kinofest Lünen Neuer Preis, neuer Trailer, neue Filme

Eine neue Auszeichnung bietet das **Kinofest Lünen**: Der **Netzwerk Frau** e.V. stiftet erstmals einen Preis für Frauen in der Filmbranche und dotiert ihn mit 1.800 Euro. In jährlichem Wechsel werden fortan Frauen in den Arbeitsbereichen Produktion, Schnitt und Ausstattung der Wettbewerbsfilme von dem neuen Preis profitieren. Insgesamt stehen über 30.000 Euro Preisgelder für die aktuellen deutschsprachigen Kurz- und Langfilme in den Wettbewerben zur Verfügung. Eröffnet wurde das Kinofest, das noch bis zum 13. November läuft, durch NRW-Ministerpräsidentin **Hannelore Kraft** und Festivalleiter **Mike Wiede-**

mann mit **Hermine Huntgeburths** „Tom Sawyer“, einem Beitrag des stark besetzten Kinderfilmwettbewerbs Rakete, in dem u.a. auch **Adnan Köses** „Homies“ und „Als der Weihnachtsmann vom Himmel fiel“ von **Oliver Diekmann** konkurrieren. Auf der Abschlussgala schließlich wird **Christian Zübert** seinen neuen Film „Dreiviertelmond“



vorstellen. Neben den Wettbewerben, in deren Zentrum die Vergabe der mit 10.000 Euro dotierten **Lüdia** steht, warten auch die Extras mit neuen und herausragenden Filmen auf, darunter **Angelina Maccarones** Starporträt „Charlotte Rampling: The Look“.

Im Vorfeld des Kinofestes hatte indes der Festival-Trailer von **Axel Ranisch** in ausgesuchten Kinos und vor allem im Internet für Furore gesorgt, in dem seine Großmutter ein flottes Tänzchen mit so manchem Filmprominenten aufs Parkett legt und so die Vorfreude auf Lünen weckte. Ein Blick darauf lohnt sich auch noch nach dem Festival.

> www.kinofest-luenen.de

Starker Auftakt: Hermine Huntgeburths „Tom Sawyer“ eröffnete das Kinofest.
Foto: Majestic/Bernd Spauke

Festival des Ruhrgebiets Tiefe „Blicke“ ins Revier

Filmische Innen- und Außenansichten des Ruhrgebiets bietet die 19. Ausgabe von

Blicke, dem Filmfestival des Ruhrgebiets. Vom 24. bis 27. November zeigt das regionale Festival im Endstation Kino in Bochum-Langendreer Filme, die aus dem Ruhrgebiet stammen oder sich inhaltlich mit dem Revier auseinandersetzen. Für Kinder gibt es in Zusammenarbeit mit **doxs!**, der Kinder- und Jugendsektion der **Duisburger Filmwo-**

che, an zwei Tagen Dokumentarkurzfilme, die zu einer Weltreise nach Berlin, Istanbul, Paris und Sofia einladen. Aus Dortmund sind die Studenten der dortigen Fachhochschule zu Gast, die in einer eigenen Reihe 13 kurze filmische Seminararbeiten vorstellen.

> www.blicke.de

Forum für Tongestaltung/Film+ Filmton zu Gast bei Filmplus

„Sound is 50% of the moviegoing experience“: Ein Zitat von **George Lucas** ist der Leitspruch des ersten **Forums für Tongestaltung**, das von Tonmeister **Lothar Segeler** ins Leben gerufen wurde. Das Forum findet am 28. November in Kooperation mit **Filmplus**, dem Forum für Filmschnitt und Montagekunst, im **Filmforum NRW** und im

OFF Broadway in Köln statt. Es gibt Filmvorführungen, Werkstattgespräche und Diskussionsrunden. Daneben wird zum ersten Mal der „Filmpreis für Tongestaltung“ im Rahmen der Preisverleihungen von Filmplus vergeben. Mit dem „Filmpreis für Tongestaltung“ werden die Schöpfer von Tonwerken gewürdigt, die in den vergangenen zwölf Monaten Außergewöhnliches für den Filmton geleistet haben. Eine Fachjury wählt entweder einen Set-Tonmeister, Sounddesigner oder Mischtonmeister aus, stellvertretend für das gesamte Tonteam. Das Filmplus-Festival findet vom 25. bis 28.

November statt und bietet bereits zum elften Mal Editoren eine Plattform für Präsentation und Diskussion. Mit Gisela Haller ehren die Veranstalter in ihrer diesjährigen Hommage eine Schnittmeisterin, die über mehr als vier Jahrzehnte hinweg den deutschen Unterhaltungsfilm entscheidend mitgestaltet hat. Die Schnitt-Preise, die zum Abschluss für die beste Schnittleistung in einem deutschen **Kinospielfilm** und in einem deutschen **Dokumentarfilm** vergeben werden, sind mit jeweils 7.500 Euro dotiert.

> www.forumton.de
> www.filmplus.de

CINE COLOGNE 02. — 27. NOVEMBER 2011



Kurzfilmfestival Unlimited
10.-13.11. in Köln
www.unlimited-festival.de

Kinofest Lünen
(10.-13.11.)
www.kinofest-luenen.de

Cinepänz
(19.-27.11. in Köln)
Blicke
(24.-27.11. in Bochum)

Filmplus
(25.-28.11.)
www.filmplus.de

Filmton
(28.11.)
www.forumton.de

Entwicklerpreis jetzt in Düsseldorf

Der **Deutsche Entwicklerpreis**, bei dem eine Jury und Fans die besten Games, Publisher und Entwickler küren, wird in diesem Jahr am 7. Dezember im Alten Kesselhaus in Düsseldorf vergeben und damit nicht, wie in 2010, in der Essener Lichtburg. „Der Preis wird - wie die Gamesbranche selbst - erwachsener, ohne dabei an Charme und Witz zu verlieren. Die Verleihung wird 2011 in exklusiverem Rahmen stattfinden, das heißt: kleineres Kartenkontingent, dafür aber ein festliches Gala-Diner im Anschluss an die Show. Der Veranstaltungsort Düsseldorf bietet unheimliches Potenzial hinsichtlich der Verknüpfung mit anderen Kreativbranchen wie der Mode- oder Medienindustrie“, begründet **Stephan Reichert**, Geschäftsführer des Veranstalters **Aruba Events**, den Wechsel in die Landeshauptstadt.

> www.deutscher-entwicklerpreis.de

Marler Tage der Medienkultur

„Vernetzt, verwoben, verworren“

... so lautet das Motto der **Marler Tage der Medienkultur**, auf denen das **Grimme-Institut** am 8. und 9. Dezember die „Kunst des transmedialen Erzählens“ ergründen will. Neben Aspekten einer neuen Ästhetik und Dramaturgie stehen auch die Veränderungen für die Akteure auf dem Programm, das sich dem Thema mit einordnenden Befunden, aktuellen Werkstatt-Einblicken und wissenschaftlichen Bewertungen der transmedialen Zukunft nähern will. Zu den Referenten zählen u.a. **Paul Bennun** und **Mike Pohjola** von **Somethin' Else** und **The Company P** aus London und Stockholm; der Chef des **UFA Lab**, **Jens-Uwe Bornemann**, die Vernetzungsspezialisten **Esther Friedrich** und **Alex Weimer** der jungen Produktionsfirma **Movie Brats**, **WDR**-Fernsehfilm-Chef **Gebhard Henke** und **Sat.1**-Geschäftsführer **Joachim Kosack**.

> www.grimme-institut.de

Trendforum TV

Mobile Geschichten

„Mobile TV – Mobile Storytelling ist das nächste Thema von **Trendforum TV**, zu dem die **RTL Journalistenschule**, die **LfM** und **Waltermedia** am 8. Dezember nach Köln einladen. Einen Tag lang sollen dort die Möglichkeiten diskutiert werden, TV und Video mobil zu nutzen sowie Bewegtbilder für mobile Anwendungen zu gestalten und mobil zu produzieren. U.a. wird **Cornelia Krebs**, Leiterin Werbewirkungsforschung von **IP Deutschland**, Ergebnisse aus der Studie „Kartografie von Bewegtbild 2011 – Funktionen und crossmedialer Nutzen von TV-Content“ vorstellen.

> www.trendforum.tv



„Pina“: Azusa Seyama mit den Armen von Fabian Prioville, Foto: Neue Road Movies/Donata Wenders

Europäischer Filmpreis

„Pina“ mit Chancen

Wim Wenders' 3D-Tanzfilm „Pina“ ist als deutscher Beitrag nicht nur im Rennen um den Oscar, er hat auch gute Chancen auf den **Europäischen Filmpreis** als bester Dokumentarfilm – Prix Arte. „Pina“ ist einer von drei Filmen, die die **European Film Academy** in dieser Kategorie nominiert hat.

„Pina“ ist aber nicht der einzige NRW-Film mit Chancen: **Lars von Triers** „Melancholia“ ist in acht Kategorien nominiert und damit Top-Favorit. Außerdem im Rennen: „In einer besseren Welt“, „Le Havre“ und „Drei“, die alle mit NRW-Beteiligung oder Förderung aus NRW entstanden. Verliehen werden die Europäischen Filmpreise am 3. Dezember in Berlin.

> www.europeanfilmacademy.org

Neuerscheinung

„Marketing für Schauspieler“

... heißt das neue Buch von **Ulrike Boldt**, das sie gemeinsam mit **Mathias Riedel** geschrieben hat. Die in Meerbusch lebende Agentin fasst in ihrem vierten Fachbuch auf 160 Seiten die wichtigsten Aspekte des Selbstmarketings für Schauspieler zusammen. Dazu gehören praxisnahe Konzepte zur Selbstvermarktung, Tipps zur Erstellung von Präsentationsmaterialien bis hin zum professionellen Demoband sowie eine umfangreiche Sammlung von Texten, die sich für Demobänder eignen und gebührenfrei verwendet werden dürfen. Der Band ist im **Henschel Verlag** erschienen und kostet 16,90 Euro.

memi License & Development Partners

Crossmedial fürs TV

Mit dem Ziel crossmediale Medienprodukte für Sender und Produzenten zu entwickeln, hat sich in Köln Mitte Oktober **memi License & Development Partners** gegründet. Die Format-Entwicklungsgesellschaft wird als eigenständige Einheit des in Köln ansässigen Medien Management Instituts (memi) an der Hochschule Fresenius geführt. Die Leitung übernimmt **Axel Beier**, der gemeinsam mit **Werner Schwaderlapp** auch als Gründer fungiert. Als erste Kunden konnten bereits die staatliche Lotteriegesellschaft **Westlotto**, der **WDR** und die Kölner TV-Produktionsfirma **Eyeworks** gewonnen werden. „Die Gründung ist der logische Schritt, um die Interessen unserer Studenten gegenüber Dritten wirksam vertreten und die studentischen Aktivitäten am Markt als Dienstleistung anbieten zu können. Unser Ziel wird es sein, innovative Formate für TV, Film, Entertainment und Mobile zu entwickeln“, so Prof. Dr. Schwaderlapp. Die jungen Format-Entwickler des Studiengangs Angewandte Medien sind angehende TV-Producer, Mediendesigner, PR-Kommunikationsmanager sowie Medien-, Sport- und Eventverantwortliche.

> www.memi-koeln.de



ZDF mit Emmy-Favorit: Michael Nyqvist in „Verblendung“ aus der Millennium-Trilogie nach den Romanen von Stieg Larsson, Foto: ZDF/Knut Koivisto

NRW bei den Int. Emmys

Rund um die Verleihung der **Internationalen Emmys** am 21. November in New York zeigt auch das Medienland NRW wieder Flagge im Big Apple. Die **LfM**, das **Land NRW** und die **Film- und Medienstiftung NRW** präsentieren den Standort nicht nur bei einem Brunch, sondern sind auch bei der Emmy-Gala dabei. Die Kooperation zwischen der **International Academy of Television and Arts** und dem Medienland NRW besteht bereits seit 2009.

Zu den Emmy Favoriten gehört die internationale **ZDF** Produktion „Millennium“, die in drei Kategorien nominiert ist. Der **WDR** kann sich mit seiner koproduzierten Kinderfilmserie „Allein gegen die Zeit“ Chancen ausrechnen.

> www.iemmys.tv

Brasilianisch-Deutsches Medientreffen

Mehr als Samba

Am 29. und 30. November findet in Köln das erste Brasilianisch-Deutsche Medientreffen statt, das das **Medienbüro Knöbelspies** und **HMR International** in Kooperation mit der **Stadt Köln** und der **IHK Köln** in der Domstadt organisieren. Brasilien gehört zu den BRICS-Staaten mit enormen Wachstumsraten und ist bekannt für sein technisch hochwertiges Fernsehen. Auch die brasilianische Regierung ist derzeit bemüht, der Medienlandschaft neue Impulse zu verleihen, u.a. hat sie einen Anteil der Fernsehproduktion festgelegt, der von unabhängigen Produzenten hergestellt werden soll. „Diese Regelung wird den Produktionsmarkt maßgeblich für neue Teilnehmer öffnen“, so die Veranstalter, die auf dem Treffen Medienvertreter aus Deutschland und Brasilien zusammen bringen wollen. Am ersten Tag präsentiert sich der brasilianische Medienmarkt im Rahmen eines Workshop-Events und zeigt die interessantesten Entwicklungen in der brasilianischen Medienszene. Am zweiten Tag steht der persönliche Austausch der deutschen und brasilianischen Teilnehmer im Vordergrund.

> <http://hmr-international.de>

15 Jahre Cinenova

Ende Oktober feierten **Martina** und **Dieter Borck** den 15. Geburtstag ihres Cinenova-Kinos in Köln-Ehrenfeld. Das Besondere an dem Kino mit drei Sälen: Es ist kein altes Filmtheater, sondern wurde damals mit Unterstützung der **Filmstiftung NRW** komplett neu gebaut. Wir befragten das Betreiberhepaar, das in Köln lange Jahre auch die Filmpalette betrieb, nach ihren Erfahrungen und Plänen für die Zukunft.

Woher nahmen Sie vor 15 Jahren den Mut, ein Kino neu zu bauen?

Damals wurden die Multiplex-Kinos gebaut und eröffnet. Das war ja, was die Ausstattung der Säle anging, ein Fortschritt: Vernünftige Bestuhlung, große Leinwände und sehr gute Tonsysteme. Und unsere eigentliche Motivation war, Filmkunst oder Arthouse-Filme in Räumen zu präsentieren, die diesen Standard besitzen. Also möglichst große Säle, bequeme Bestuhlung mit großzügigem Reihenabstand, große Leinwände und Tonsysteme nach dem neuesten Stand der Technik. Denn das gab es damals so gut wie überhaupt nicht. Filmkunst wurde fast ausschließlich in eher „lässigen“ Programmkinos

gezeigt, was überhaupt nicht abwertend sein soll, schließlich haben wir ja auch selbst ein solches sogar sehr erfolgreich betrieben. Mit der Verwirklichung dieser Idee haben wir genau den Nerv der Zeit getroffen.

Was hätten Sie im Rückblick vielleicht anders gemacht?

Das Kino wurde vom ersten Tag an ohne Anlaufschwierigkeiten angenommen. Die von uns angesetzten Besucher-Planzahlen sind von Anfang an erfüllt worden. Was uns dagegen beinahe den Hals gebrochen hat, war, dass die Kosten für den Umbau um 40 Prozent teurer wurden als vorhergesehen.

Wie programmieren Sie das Cinenova?

Das Cinenova hat ein enorm großes Einzugsgebiet mit einem Umkreis von ca. 50 Kilometer. Durch die gute Anbindung an das öffentliche Verkehrsnetz (KVB, S-Bahn) und das unmittelbar angrenzende Parkhaus ist die Erreichbarkeit für die Gäste immer gewährleistet. Für unser Arthouse-Kino programmieren wir ausschließlich Filmkunst. Der Anteil an europäischen Filmen liegt bei über 70 Prozent. Das von uns geplante und realisierte Gesamtkonzept ist voll aufgegan-

gen. Ein enorm wichtiger Bestandteil ist die Gastronomie, die wir ebenfalls selber führen. So haben die Kinogäste die Möglichkeit, ihren Abend bequem an einem Ort verbringen zu können.

Welche weiteren Pläne hat das Cinenova, und wie sieht es hinsichtlich der Digitalisierung aus?

In diesem Sommer haben alle Säle neue Teppichböden und unsere Säle 1 und 3 zusätzlich neue Kinossessel erhalten. Wir achten eigentlich konsequent darauf, dass die Dinge, die renovierungsbedürftig sind, kurzfristig erneuert werden. Die Umrüstung auf digitale Projektion erweist sich für uns als schwierig, da wir ja trotz der Programm-Prämierungen vom BKM und der Filmstiftung nicht unter die Kriterien-Kinos fallen. Wir haben zwar von der Filmstiftung die Förderzusage für einen Saal erhalten, eine Umrüstung macht jedoch nur Sinn, wenn alle drei Säle gleichzeitig umgestellt werden. Diese Kosten können wir natürlich nicht aus eigener Kraft bewältigen, und da sich das BKM und die FFA ja eindeutig von einer Unterstützung distanzieren, sind in dieser Beziehung auch unsere Geschäftspartner gefragt.

Cologne IT summit

Am 14. November findet in Köln das **cologne IT summit 2011** mit dem **Mediencluster NRW** als Partner statt. Smart Cloud, Mobility, IT Security und Startups sind die wichtigsten Themen des Events, der in den Räumen der **IHK Köln** Experten aus den Bereichen IKT und Digital Media vernetzen will. Zum Programm gehören Vorträge und Diskussionsrunden. Einen Ausblick auf die IT-Strategie der **Europäischen Kommission** wird die Kommissarin für die Digitale Agenda Europas, **Neelie Kroes**, geben. Auf den Panels werden außerdem Akteure u.a. von **T-Systems**, **Microsoft**, **Telefonica**, **IBM**, **Deutsche Post** und dem **High-Tech Gründerfonds** erwartet.

> www.cologne-it-summit.de

Juniorhouse-Köln

Dependance in Bonn

Ab sofort bietet **Juniorhouse-Köln** seinen Schauspielunterricht für Kinder und Jugendliche zwischen 10 und 20 Jahren auch in Bonn an. In unmittelbarer Nähe zum Hauptbahnhof werden die Kurse dort von der Dozentin **Jutta Großkinski** geleitet. Wie in Köln gilt auch in Bonn: Juniorhouse unterrichtet Bühnendarstellung, Sprechtechnik sowie das Spiel vor der Kamera und übernimmt außerdem auch Kinder- und Setcoaching bei Film- und Fernsehproduktionen. Juniorhouse-Schüler stehen derzeit auch vor der Kamera: Die zwölfjährige **Marta Martin** spielt an der Seite von **Christiane Paul** eine der beiden Hauptrollen in der Kinderbuchverfilmung „Vampirschwestern“, der elfjährige **Jamie Bick** ist in dem Kinofilm „Yoko“ zu sehen, und Exschüler **Patrick Mölleken** verkörpert in „Rommel“ den Sohn des Wehrmachtsoffiziers, der von **Ulrich Tukur** gespielt wird.

> www.juniorhouse.de

„Taste the Waste“

Ein Film macht Politik

An diesem Dokumentarfilm kommt derzeit niemand vorbei: Mit „Taste the Waste“ hat der Kölner Filmemacher **Valentin Thurn** in Deutschland eine intensive Diskussion über die Verschwendung von Lebensmitteln angestoßen. Kaum eine Zeitung oder ein Fernsehsender, der nicht auf die katastrophale Wegwerfmentalität von Handel und Verbrauchern einging. **Günther Jauch** widmete dem Thema am Sonntagabend sogar eine eigene Sendung, in der auch der Filmemacher zu Wort kam. Am 20. Oktober beschäftigte sich nun auch der Bundestag mit dem irreführenden Begriff der Mindesthaltbarkeit. In Deutschland sahen seit dem Start am 8. September mehr als 40.000 Zuschauer „Taste the Waste“ in den Kinos. Die Wirkung des Dokumentarfilms aber geht weit darüber hinaus. „Es freut uns sehr, dass ein Film so viel bewegt, und das beweist, wie stark Kino sein kann“, so **Miriam Pflüger** vom Filmverleih **W-film Distribution**.

> www.tastethewaste.com

Drehbuchpreis Münster.Land

Preisgekrönte Stoffe aus der Provinz

Gleich zwei Sieger wurden im Oktober mit dem mit 3.000 Euro dotieren **Drehbuchpreis Münster.Land** im Rahmen des **Filmfestivals Münster** ausgezeichnet: „Tod einer Hexe“ des Duos **Marianne Wendt** und **Christian Schiller** sowie „Nienberge-Nord Twenty-Four/Seven“ von **Alexander Rogge**.

„‘Tod einer Hexe’ ist eine atmosphärisch dichte Tragödie, in der die Autoren sehr nuanciert die Provinz und den Zeitgeist der 50er Jahre beschreiben“, betonte die Jury, die bei „Nienberge-Nord“ besonders die spritzigen Dialoge der „liebesswerten Protagonisten“ hervorhob. Eine lobende Erwähnung erhielten die Stoffe „An jedem neuen Tag“ von **Stefan Aretz**, „Roadkill“ von **Eva Keuris** und „Schuld“ von **Susanna Meewe**. Insgesamt waren 107 Stoffe beim **Filmservice Münster.Land** für den Preis eingereicht worden.

> www.filmservice-muenster-land.de

Jetzt auch für Kinobetreiber

Online-Service bei W-film

Der Kölner Filmverleiher **W-film** hat seinen Online-Service nach kürzlich erfolgter Einführung eines Presseportals nun um ein eigenes Portal für Kinobetreiber erweitert. Angemeldete Kinomacher können sich über alle Filme, die bei **W-film** starten, nicht nur informieren, sondern sie als Streaming in Gänze anschauen. Dazu bieten die Seiten weitere Serviceleistungen wie den kompletten Download von Filmtrailern als DCP.

Fernsehproduktion mit Grimme-Auszeichnung: Alina Levshin in „Im Angesicht des Verbrechens“, Foto: ARD/Julia von Vietinghoff

Aus Marl nach Berlin

Grimme trifft die Branche

Am 24. November lädt das **Grimme-Institut** in Kooperation mit dem **Institut für Schauspiel, Film- und Fernsehberufe** an der **VHS Berlin Mitte** zum 4. Mal zum Fachworkshop **Grimme trifft die Branche** ein. Zu der Debatte über Qualitätsansprüche an Fernsehproduktionen werden in Berlin Fachleute aus der Film- und TV-Branche erwartet, die u.a. über die Kriterien für die Vergabe von Grimme-Preisen und die Beurteilung von Fernsehqualität diskutieren. Am Beispiel von **Dominik Grafs** „Im Angesicht



des Verbrechens“, für den er 2011 einen Grimme-Preis erhielt, sollen außerdem Fragen zu Idee und Produktion, Casting und Schauspielführung erörtert werden. Anmeldungen unter info@isff-berlin.eu

Preise für geförderte Filme

Comedy, Frieden und Umweltschutz

Bei der Verleihung des **Deutschen Comedy Preises** im Oktober gewann die **WDR-Fernsehproduktion** „Neue Vahr Süd“ im Kölner Coloneum die Auszeichnung als beste TV-Komödie. **Hermine Huntgeburths** Verfilmung der Bundeswehr-Erlebnisse von **Sven Regeners** Anti-Helden Herr Lehmann hatte im Frühjahr bereits einen **Grimme-Preis** erhalten und beweist damit eindrucksvoll: Kultur und Comedy gehen doch zusammen. Für ihre Rolle als Eugenia Ginsburg in der internationalen Koproduktion „Within the Whirlwind“ der Kölner **Tatfilm** erhält **Emily Watson** den **European Time for Peace Actress Award**. Der Time for Peace Film & Music

Comedy Preis für die WDR-Fernsehproduktion „Neue Vahr Süd“ mit Rosalie Thomass und Frederick Lau, Foto: WDR/Thomas Kost



10 Jahre

pr agentur deutz

Bereits im September feierte **Gitta Deutz** in Köln den zehnten Geburtstag ihrer **pr agentur deutz**, die bundesweit PR für Fernsehfilme (**ARD/ZDF**), Produktionsfirmen und Schauspieler anbietet.

Vor den Kinobetreibern waren bereits die Filmjournalisten in den Genuss der digitalen Komplettversorgung durch **W-film** gelangt. Ohne den Weg zu einer Pressevorführung auf sich nehmen zu müssen, können auch Journalisten alle Filme des Kinoanbieters online anschauen. Einzige Voraussetzung ist die Anmeldung und Legitimation bei **W-film**, dann steht der professionellen Sichtung neuer Titel wie den Dokumentarfilmen „Nachtmeerfahrten“ (seit 27. Oktober im Kino) und „My Reincarnation“ (Kinostart: 1. Dezember) nichts mehr im Wege.

> www.wfilm.de
> www.kino.wfilm.de
> www.presse.wfilm.de

Award wurde 1994 von **Marion** und **Robert Einbeck** ins Leben gerufen und würdigt Filme, die sich für Menschlichkeit, Toleranz und Verständigung zwischen den Völkern einsetzen. Mit seinem Dokumentarfilm „Taste the Waste“ hat der Kölner Filmemacher **Valentin Thurn** in Deutschland eine Diskussion über die Verschwendung von Lebensmitteln ausgelöst. Auf dem **38. International Festival of Sustainable Development Films** in Bratislava wurde sein Film nun mit dem **Grand Prix Ekotopfilm – Prize of the Government of the Slovak Republic** ausgezeichnet.

Unter den rund 100 Gästen waren u.a. **Adolf Winkelmann**, **Gebhard Henke**, die Produzentinnen **Birgit Schulz** (**Bildersturm**), **Sabine de Mardt** (**Eyeworks Fiction Cologne Film**), **Elke Ried** (**Zieglerfilm Köln**), **Sonja Goslicki** (**Colonia Media**) sowie der Regisseur **Matthias Tiefenbacher** und Kabarettist **Jürgen Becker**.

> www.deutz-zaboji.de



Für das digitale Kinoabspiel aufbereitet: „Vampyr“ von Carl Theodor Dreyer, Foto: Europe's Finest

Europe's Finest

Digitale Klassiker

Carl Theodor Dreyer gilt neben **Fritz Lang** und **Friedrich Wilhelm Murnau** als einer der Meister und Visionäre der Stummfilmära. Vier der größten Werke von Dreyer werden derzeit bei der Kölner **Europe's Finest** in Zusammenarbeit mit dem **Dänischen Filminstitut** für das DCI-konforme digitale Kinoabspiel aufbereitet. Die Filme „Der Var Engang“ (1922), „Die Gezeichneten“ (1922), „Die Braut von Daalenhof“ („Glomdalsbruden“, 1926) und „Vampyr – Der Traum des Allan Gray“ („Vampyr“, 1931) stehen damit nun europaweit für digitale Kinos zur Verfügung. Mit **Gunnar Sommerfeldts** „Segen der Erde“ („Markens Grøde“, 1921) nach einem Roman von **Knut Hamsun** vertreibt **Europe's Finest** einen weiteren Stummfilm und norwegischen Filmschatz. Der Film und seine Originalpartitur galten lange als verschollen. Erst als eine Kopie in New York auftauchte und eine weitere im Niederländischen Filmmuseum, konnte „Segen der Erde“ aus beiden Quellen wieder hergestellt werden. Auch die Originalpartitur von **Leif Halvorsen** fand sich als Notensatz beim Norwegischen Rundfunk und konnte unter Dirigent **Frank Strobel** neu eingespielt werden.

> www.finest-film.com



Intermediale Lektionen: Seijun Suzukis „Tokyo Drifter – Der Mann aus Tokyo“ (Japan 1966) läuft im Filmforum NRW. Foto: Filmforum NRW

Intermediale Lektionen

Film und Architektur

Am 24. November werden die **Intermedialen Lektionen** im Filmforum NRW fortgesetzt. In der Reihe, die sich in diesem Jahr dem Zusammenhang von Film und Architektur widmet, hält **Kayo Adachi-Rabe** von der **Universität Jena** einen Vortrag mit dem Titel „Film als multidimensionales Bauwerk. Seijun Suzukis Raumvorstellung und Takeo Kimuras Ausstattung“. Anschließend wird **Seijun Suzukis** Film „Tokyo Drifter – Der Mann aus Tokyo“ (Japan 1966, 82 Min, OmU) gezeigt.

Der letzte Termin der Intermedialen Lektionen findet am 8. Dezember statt. Dann referieren **Lisa Gotto** und **Gundolf S. Freyermuth** von der ifs über das Casino der Moderne und die Fantasy-Architektur des Las Vegas Strip im Film. Ihre Vorträge heißen „Loving Las Vegas – Spiel/Räume“. Anschließend wird im Filmforum **Terry Gilliams** „Fear and Loathing in Las Vegas“ (USA 1998, 111 Min., OmU) zu sehen sein.

> www.filmforumnrw.de

Int. Frauenfilmfestival
Dortmund | Köln

Jetzt einreichen!

Während die Herbstfestivals in NRW noch Hochsaison haben, starten bereits die Vorbereitungen für das Frühjahr: Das **Internationale Frauenfilmfestival Dortmund | Köln**, das 2012 vom 17. bis 22. April in der Domstadt seine Pforten öffnet, lädt zur Einreichung von Beiträgen ein. Am 30. November beispielsweise laufen bereits die Fristen für die Sektionen „Panorama“ und „begehrt! – filmlust queer“ ab. Regisseurinnen, die mit ihrem Abschlussfilm bzw. ihrem ersten frei produzierten Spielfilm am Internationalen Debütspielfilmwettbewerb teilnehmen möchten, haben hingegen noch Zeit bis zum 9. Januar 2012. Erstmals in Köln statt in Dortmund wird 2012 zudem der Nationale Wettbewerb für Bildgestalterinnen stattfinden – noch bis zum 30. Januar 2012 können Arbeiten hierfür eingesendet werden. Alle Voraussetzungen zur Teilnahme sowie Anmeldungen finden sich auf der Website des Festivals.

> www.frauenfilmfestival.eu

DFI-Workshop: Doku und Politik

Irritation und Erkenntnis

Schon lange bevor Michael Moore den Occupy-Wall-Street-Aktivismen seine Aufwertung machte, lag die Repolitisierung des Dokumentarfilms in der Luft. Sichtbares Zeichen dafür waren die Filme selbst, die gehäuft und erfolgreich mit kapitalismuskritischer („Capitalism: A Love Story“), finanzmarktskeptischer („Let’s Make Money“) oder klimapolitischer („The Age of Stupid“) Agenda an den Start gingen und mit ihren Anliegen manchmal bis zur Spitze medialer Öffentlichkeit aufstiegen – wie zuletzt „Taste the Waste“, der es bis in die Jauchsche Talk-Runde schaffte. Grund genug also, um über das Verhältnis von Politik und Film erneut nachzudenken. „Dokumentarfilm und Politik – Politiken des Dokumentarfilms“ hieß entsprechend eine von der Dokumentarfilminitiative NW veranstaltete und inhaltlich von der Diskurswerkstatt Bochum-Dortmund verantwortete Tagung, die Mitte Oktober im Kölner Filmhaus stattfand. An drei Ta-

gen beschrieben Vorträge und Panels zu ausgesuchten Fragestellungen das Feld zwischen konstatiertem Boom des Dokumentarischen und vermeintlicher Rückkehr zur Politik. Das Spannungsfeld zwischen den Erwartungen an Wirksamkeit, der Autonomie künstlerischer Intervention und den Zwängen medialer Praxis sollte untersucht werden – in einem Raum, der jenseits des Kinos auch Fernsehen, Video und Kunst umfasst. Dabei waren die aktuell erfolgreichen Filme nur Ausgangspunkt einer Reise, die von „Stuttgart 21 – DenkMal!“ zu Arbeiten führte, die konventionelle Formen der Repräsentation durch vielfältige ästhetische Strategien unterlaufen.

Die Vorlage des neunköpfigen Projektkollektivs schlug mit nur vier gänzlich gezeigten Filmen und elaboriertem Diskursniveau einen hohen Ton an, der – auch in den Referaten – auffällig beharrlich ins gleiche theoretische Zentrum verwies: zu den Arbeiten von Jacques Rancière, dessen Begriff des Politischen sich in der Abgrenzung von der „polizeilichen Ordnung“ am Dissens festmacht. Filmästhetisch geht es dabei darum, das „Feld der Sicht- und Sagbarkeiten“ gegenüber

dem repräsentativen Konsens-Regime zu erweitern und das zu zeigen, wofür es noch keine Sprache gibt: Brüche und Mehrdeutigkeiten also statt klarer Positionen, der üblichen Bedeutungsstiftung durch ausgewählte Zeugenberichte steht die Forderung nach filmischer Selbstrepräsentation gegenüber. Die diesbezügliche aktuelle Praxis, derzeit in hunderttausenden Handysfilmchen aus der ganzen Welt im Netz zu sehen, blieb allerdings weitgehend ausgeklammert.

Vielstimmigkeit war dagegen bei den Debatten angesagt, wo sich zwischen prall gefülltem Saal und Podium unterschiedlichste Redeweisen kreuzten: Akademia, Medienleute und Filmemacher haben einen oft kaum kompatiblen Jargon, nicht immer war man sich verständlich. So blieb – auf den ersten Blick – oft mehr Irritation als Erkenntnis zurück. Längerfristig betrachtet aber zeigen solche Kommunikationsstörungen die Bedeutung des in Köln angestoßenen Gesprächs zwischen Akteuren unterschiedlicher Herkunft, gerade in einem für unsere gemeinsame Zukunft so zentralen Bereich.

SILVIA HALLENSLEBEN

Mipcom

Trend zu Wohlfühl-TV und Schweden-Krimis



Er war eines der Highlights unter den Mipcom-Veranstaltungen: der German Mip Cocktail. Rund zweihundert deutsche und internationale Medienmanager trafen sich in Cannes. „Gut die Hälfte unserer Gäste waren internationale Fernsehverantwortliche“, freute sich die Geschäftsführerin der Film- und Medienstiftung NRW Petra Müller, „ich denke, mit diesem Format können wir in Serie gehen.“

Die Verantwortlichen der Medienstandorte Nordrhein-Westfalen, Hamburg und Berlin-Brandenburg jedenfalls haben sich darauf geeinigt, mit einer gemeinsamen regelmäßigen Veranstaltung an der Côte d’Azur internationalen Partnern ein Forum zu bieten. Immer wieder hatte es zuvor Kritik aus dem Ausland gegeben, da die föderale Struktur des deutschen TV- und Medienmarktes für interessierte Investoren und Produzenten aus dem Ausland schwer zu verstehen ist, und jeder Medienstandort bisher mit einer eigenen Veranstaltung auf sich aufmerksam machen wollte. Die gute Stimmung der TV-Programmkäufer und -verkäufer war nicht nur auf dem German Mip Cocktail zu bemerken. Auf dem wichtigsten Branchentreff der Fernsehindustrie haben deutsche Vertriebe in diesem Jahr gute Geschäfte gemacht, trotz Turbulenzen um Euro- und Schuldenkrise. Es verwunderte nicht, dass sich angesichts einer allgemein unsicheren Atmosphäre der inhaltliche Trend in Richtung „Wohlfühlfernsehen“ in Cannes noch verstärkte. „Dazu zählen Comedy in allen Variationen oder auch Inhalte, die Mut machen, immer in Verbindung mit starken Charakteren, die die Geschichten tragen“, erklärte Jens Richter, Geschäftsführer von SevenOneInternational. Für ihn ist die aktuel-

le Situation „unbeschreiblich schön“: „Denn wir internationalisieren uns mehr und mehr.“ Das zeigen auch die wichtigsten Produktionen, die von SevenOneInternational in Südfrankreich angeboten wurden: Die Red Arrow Eigenentwicklung „You deserve it“ wird in Serie gehen – auf ABC in den USA. Mit der Verstärkung besonders im Genre „Factual“ will Richter zukünftig den englischsprachigen Markt noch stärker beliefern. Das belegt auch die Eröffnung der Dependance SevenOne International Inc. in Los Angeles im Frühjahr dieses Jahres. Die Übernahme der amerikanischen Produktionsfirma Kinetic fand schon vor anderthalb Jahren statt. Kinetic hat auch das „Louie Spence Dance Project“ produziert. Die sechsteilige Reality Doku um den Choreographen und Tanzlehrer Louie Spence war einer der Höhepunkte im Katalog von SevenOneInternational. Ein weiteres Highlight war die Drama-Serie „Lilyhammer“. Hauptdarsteller der in Norwegen handelnden

Mischung aus Krimi und Comedy Steven van Zandt („Sopranos“-Darsteller und Bandmitglied bei Bruce Springsteen) stellte die Serie an der Côte d’Azur vor. Überhaupt haben im internationalen Markt Dramen aus Skandinavien einen sehr hohen Stellenwert. Das Remake von „The Killing“ auf ABC lief so gut, dass der Sender die zweite Staffel orderte.

Auch der Geschäftsführer von ZDF Enterprises Alexander Coridaß bestätigt, dass sich in den fiktionalen Genres skandinavische Krimireihen weiterhin „äußerster Beliebtheit“ erfreuen: „Sie reüssieren als echte Alternative zu US-Krimiserien. Ihr Erfolg wird sich mit einer Vielzahl erstklassiger und innovativer Produktionen – beispielsweise ‚Arne Dahl‘ oder ‚The Bridge‘ – fortsetzen. Grundsätzlich erwarten wir darüber hinaus auch aus anderen Territorien spannende Krimi-Produktionen.“ Und so gehörte zu den wichtigen Produktionen, mit denen ZDF Enterprises zur Mip fuhr, „The Bridge“. Im Mittelpunkt der zehn Folgen zu 60 Minuten steht ein schwedisch-dänisches Ermittlerduo. Und die Bavaria stellte mit der finnischen Krimireihe „Vares“ ebenfalls einen skandinavischen Krimi ins Zentrum ihrer Vertriebsaktivitäten. Den Trend zu teuren internationalen Koproduktionen mit Event-Charakter sieht nicht nur Coridaß ungebrochen. Tandem Communications etwa nutzte den Programmmarkt, um Interesse für die achtstündige Eventserie „Die Tore der Welt“ mit einem Budget von über 40 Millionen Dollar zu wecken. WILFRIED URBE



Paul Boross (The Pitch Doctor) und Jill Franklin (Franklin Rae Communications)



Tony Humphreys (Talent Television), Phil Morrow (Wild Rover Productions), Richard Lever und Jeremy Gawade (Lee&Thompson)



Auch Stefano Semeria (SFR) und John Gough (Entertainment Master Class) kamen zum deutschen Empfang.



Emmy meets NRW: Eva Obadia, Bruce Paisner und Camille Bidermann-Roizen (r.) von der Int. Academy of Television Arts mit Petra Müller in Cannes



German Abendstimmung mit 200 Gästen an der Côte d’Azur



Die Gastgeber: Elmar Giglinger (Medienboard Berlin-Brandenburg), Petra Müller (Film- und Medienstiftung NRW), Uwe Jens Neumann (Hamburg@work), Andrea Peters (Entertainment Master Class), Birgit Reuter (Berlin Partner), Fernanda Lange-Böttcher (ZAB) und Christoph Fey (Entertainment Master Class), Fotos: Patrick Denton



Still aus dem Kurzfilm „Sofort“ von Schülern des Gymnasiums Kreuzgasse, Foto: KHM

KunstFilmSchule

Pilotprojekt zur Filmvermittlung

Ende September wurde in der Aula der **KHM – Kunsthochschule für Medien** in Köln mit **KunstFilmSchule** ein konzeptionell bundesweit einzigartiges Pilotprojekt im Bereich schulischer Filmbildung präsentiert. Das Schuljahr 2010/2011 begleitet haben die vier Filmemacher **Jan Bode, Jana Debus, Patrick Doberenz** und **Julia C. Richter** an drei Kölner Schulen mit Jugendlichen an der Produktion von Filmen gearbeitet. Im Vordergrund stand dabei ein dezidiert künstlerischer und individueller Zugang zum Filmemachen, mit dem an den drei Schulen das Projekt in formal unterschiedlicher Form umgesetzt wurde. An der **Gesamtschule Holweide** etwa wurde KunstFilmSchule im Literaturunterricht vermittelt und entwickelt, das **Gymnasium Kreuzgasse** platzierte es im Kunstunterricht, während die **Königin Luise Schule** ihren Schülern den Zugang zum Projekt über eine AG ermöglichte. Diese unterschiedlichen Voraussetzungen spiegeln sich in Form und Inhalt der insgesamt zehn Filme – ein Ergebnis, das für zukünftige Vermittlungsmodelle im Bereich der künstlerischen Filmbildung von Bedeutung sein wird. Eine Besonderheit für schulische Filmbildungsprojekte stellte auch der Kooperationspartner von KunstFilmSchule dar: Die **KOMED im Mediapark** GmbH, Initiatorin des Projekts und vertreten durch die Organisatorin **Ursula Teich**, arbeitete eng mit der Kunsthochschule für Medien zusammen, wo Rektor **Klaus Jung** sowie die Professoren **Andreas Henrich, Raimund Krumme** und **Lars Büchel** den betreuenden Künstlern und Lehrern sowie den Schülern beratend und unterstützend zur Seite standen. Eine für beide Seiten fruchtbare Kooperation, so Klaus Jung vor der Präsentation, die weiter fortgesetzt werden soll. Auch die Förderpartner dieses Piloten, das **Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes NRW** sowie die **Stadt Köln**, signalisierten durch ihre Vertreter **Ruth Schiffer** und **Elfi Scho-Antwerpes** großes Interesse an der Weiterführung. Die Schüler, die ihre Arbeiten auf der Premiere erstaunlich reflektiert kommentiert und erörtert haben, schienen über die Qualität des Geleisteten fast selbst etwas überrascht. Die Bandbreite ihrer Filme vom Musikvideo über performative, dokumentarische und essayistische Formen bis hin zur eher konventionellen Narration zeugte von großem Engagement und Gestaltungswillen. Weitere öffentliche Präsentationen der zehn Filme in Köln sind im Herbst geplant.

> www.kunstfilmschule.de

VFF Business Angel Stipendium Zwei Firmen aus NRW dabei

Erstmals sind zwei Produktionsfirmen aus Nordrhein-Westfalen im VFF Business Angel Programm aufgenommen worden. Für maximal drei Jahre erhalten die Kölner Made In Germany Filmproduktion und die Firma 58 Filme neben finanziellen Zuschüssen aus Mitteln der VFF Verwertungsgesellschaft der Film- und Fernsehproduzenten vor allem auch fachliche Beratung durch arrivierte Produzenten. Melanie Andernach, Geschäftsführerin der Made In Germany Filmproduktion, freut sich besonders über eine Erweiterung ihres Netzwerkes, die mit dem Stipendium einhergehen wird und von der sie sich eine Beschleunigung des Prozesses erhofft, sich endgültig ins Produzentendasein einzufinden. „Der enge Austausch mit Georg Feil, seine Einschätzungen und Vorschläge zu Projekten, hat schon jetzt sehr gut getan“, so Melanie Andernach. Produzent Georg Feil koordiniert als Projektleiter des Programms den Kontakt der Stipendiaten zu ihren Tutoren und ist Teil des Auswahlgremiums. Melanie Andernach und ihr Partner Knut Losen hatten die Jury unter anderem deshalb überzeugt, weil „ihre Planungen für die weiteren Projekte zu den besten Aussichten in der Produktionswirtschaft berechtigen“, so Feil. Zu diesen Projekten gehört u.a. der Dokumentarfilm „14 Arten, den Regen zu beschreiben“ von Marcel Ahrenholz, dessen Projektidee 2009 den Phoenix-Förderpreis gewonnen hatte. Gemeinsam mit Marcel Ahrenholz und der Autorin Karin Kaci, mit denen Me-



Knut Losen, Foto: privat



Olaf Hirschberg, Julia Meyer und Tom Schreiber, Foto: 58Filme/Tom Trambow



Melanie Andernach, Foto: privat

bloßer Treatments und Exposés. Da sei der finanzielle Zuschuss, der jährlich bis zu 20.000 Euro betragen kann, natürlich von großem Nutzen. Im Gegensatz zur Made In Germany Filmproduktion hat 58 Filme mit Hans-Christian Schmid und Britta Knöllers 23/5 Filmproduktion bereits einen Business Angel, Tutoren also, mit denen die Kölner regelmäßig in Kontakt stehen. „Wir sind gewissermaßen seelenverwandt in der Herangehensweise an Stoffe“, so Tom Schreiber, „die Erfahrung der beiden gerade beim inhaltlichen Abgleich ist sehr wichtig für uns“. In der erfolgreichen „Dr. Aléman“-Konstellation entwickelt 58 Filme zur Zeit ein Buch mit Oliver Keidel, außerdem bereiten sie eine chilenische Koproduktion vor mit Autor Julio Rojas, dessen letzter Film „La vida de los peces“ 2011 mit dem Goya ausgezeichnet wurde. Gerade die Kombination aus einem Regisseur (Tom Schreiber), einem erfahrenen Kameramann (Olaf Hirschberg) und der auf Dokumentarfilm spezialisierten Dramaturgin Julia Meyer sieht Georg Feil „als eine besondere Chance im sonst synonymen Markt. Wir glauben an die Zukunft der 58 Filme“, sagt Feil und spielt auf den Namen der Firma an, der dem Vorhaben der Drei Ausdruck verleiht, 58

schöne Filmprojekte zu realisieren. Acht Produktionsfirmen bundesweit genießen zur Zeit die Vorzüge des Stipendiums, dessen Verlängerung jeweils Jahr für Jahr neu entschieden wird, maximal aber drei Jahre dauern kann. Neue Aufnahmen ins Programm sind erst wieder nach Ausscheiden der nächsten Stipendiaten möglich, also voraussichtlich Ende 2012. „Bewerbungen aber kann man trotzdem gerne jederzeit einreichen“, ermuntert Georg Feil, „denn die Phase des Kennenlernens wird in der Regel ohnehin einige Monate in Anspruch nehmen.“ Voraussetzungen dafür sind unter anderem ein erstes Produktionsportfolio bestehend aus Kurz-, aber auch einem Langfilm sowie das Vorhandensein mindestens dreier Projekte in Entwicklung, für die wenigstens erste Schritte zur Finanzierung unternommen worden sind. Die kompletten Bewerbungsbedingungen sowie weitere Informationen finden sich auf der Website des VFF.

- > www.vff.org
- > www.madeingermany-film.de
- > www.58filme.de



Die Crew des Animationsfilms „Mortimer, das Marmeltier“, gezeichnet von Autor Timothée Ingen-Houze, Foto: 58Filme/T.Ingen-Houze

lanie Andernach an der ifs internationale film-schule köln mit dem Kurzfilm „Stilleben“ abschloss, haben sie zudem Dominik Graf als Dramaturgen für eine Fiktionalisierung des Stoffes gewinnen können. Dieses Projekt hat soeben Stoffentwicklungsförderung von der Film- und Medienstiftung NRW erhalten. Ferner ist ein deutsch-israelischer Dokumentarfilm in Produktion, zwei Dokumentarfilme in der Finanzierung und ein Sixpack mit einem Absolventen der Kunsthochschule für Medien (Peter Bösenberg) in der Vorbereitung. Auch Tom Schreiber, gemeinsam mit Olaf Hirschberg und Juniorpartnerin Julia Meyer Teilhaber der Kölner Produktionsfirma 58 Filme, findet, dass das Stipendium sein Unternehmen „enorm weiterbringt“. Als kleine Firma ohne jegliches finanzielles Backup sei schon das Entwickeln von Stoffen schwierig bzw. das Erarbeiten

„Schnee von gestern“: eine Produktion der Kölner Made in Germany, Foto: Andreas Köhler



ifs-News

Workshops, Pornos und Besuch aus Armenien

Zwei neue Workshops starten im November an der **ifs internationale filmschule köln**: Filmschaffende aus dem Bereich Kostümbild können am 19. und 20. November im Workshop „Patina für Kostüm – Dauerhaftes Altern von Kostümen“ unter Anleitung von Kostümbildnerin **Constanze Schuster** unter anderem Techniken zur Herstellung einer haltbaren Patina erlernen. Medienschaffenden, die erste konkrete Erfahrungen mit der räumlichen Filmtiefe sammeln wollen, bietet der Kameramann **Matthias Bolliger**



„Buildings“ von Daniel Stark entstand in Kooperation mit der Academia Filmit e Multimedia Marubi in Tirana. Foto: ifs

den 3D-Workshop „Stereoskopie – 3D, Aufbruch zur dritten Dimension“ an. Vom 25. bis 27. November stehen gestalterische sowie technische und finanzielle Aspekte der Stereoskopie im Mittelpunkt des Workshops.

Ein „Wöchentliches Work-out für professionelle Schauspieler/-innen“ findet ab 1. Dezember an zehn Terminen bis zum 8. März 2012 mit Schauspieler **Gerhard Roß** statt. Als Gastdozentin wird Casterin **Iris Baumüller (Die Besetzer)** erwartet. Anmeldungen werden noch bis zum 21. November angenommen.

Bereits gestartet sind im Herbst zwei berufsbegleitende Weiterbildungen an der ifs. Zum einen der zweite Jahrgang der Masterclass Non-Fiction mit elf erfahrenen Filmemachern, bei der über ein Jahr hinweg professionelles Training und Beratung bei der Entwicklung hochwertiger dokumentarischer Filmideen geboten wird. Als Paten des Programms sind Initiator **Uwe Kerken (Gruppe 5)**, Filmemacher **Günther Klein** und WDR-Redakteurin **Christiane Heinz** dabei. Und am 18. November startet die Weiterbildung Interactive Media, die

an sechs Wochenend-Modulen einen Überblick über den Markt der non-linearen und digitalen Medien gibt.

Außerdem bietet der Herbst noch drei sehr unterschiedliche „ifs-Begegnungen“ im **Filmforum NRW**: Am 16. November heißt es bei der „ifs Begegnung Schnitt“ passend zum Schwerpunkt der aktuellen Ausgabe des Kölner Filmmagazins **Schnitt** „Film und Pornographie“. Gezeigt werden zwei Kurzfilme von **Jan Soldat** sowie „Bedways“ von **RP Kahl**, der auch als Gast zum anschließenden Gespräch erwartet wird. Zwei Wochen später, am 30. November, folgt der dritte Teil der „ifs-Begegnung“-Reihe „Krieg und Medien“. Die estnische Filmemacherin **Kersti Uibo** stellt zwei ihrer Filme vor und diskutiert mit einem Medienwissenschaftler zum Thema „Von der Katastrophe zurück ins Leben – Erzählen nach dem Krieg“. Am 14. Dezember schließlich wird zum Thema Synchronisation die Sprecherin **Claudia Urbschat-Mingues** erwartet mit dem Film „Up in the Air“, in dem sie die Schauspielerin **Vera Farmiga** spricht. Alle „ifs-Begegnungen“ beginnen um 19 Uhr bei freiem Eintritt. Am 23. November schließlich hat die ifs Filmemacher aus Albanien zu Gast. Unter dem Motto „Balkan, Beats & Buildings“ präsentieren sie gemeinsam mit Studenten des Studiengangs Film der ifs im Filmforum NRW Dokumentarfilme, die in Kooperation mit der **Academia Filmit e Multimedia Marubi** in Tirana realisiert wurden.

> www.filmschule.de



Die Geschäftsführerin der Film- und Medienstiftung, Petra Müller, begrüßte den Nachwuchs aus NRW.



Arbeitsgruppe bei der NRW-Nachwuchskonferenz



Christina Bentlage, Leiterin Förderung bei der Film- und Medienstiftung NRW, und Jonas Katzenstein von der Augenschein Filmproduktion

AV-Gründerzentrum NRW

Jetzt bewerben!

Noch bis zum 25. November läuft die Bewerbungsfrist für den neuen Jahrgang des **AV-Gründerzentrum NRW** in Köln. Das Zentrum fördert, berät und unterstützt 14 Unternehmertalente aus den Bereichen Film- und Fernsehproduktion, neue Medien und Games mit einem Zuschuss in Höhe von 10.000 Euro. Dazu kommt ein umfangreiches Beratungsprogramm, das den jungen Existenzgründern den Weg in die Selbständigkeit erleichtern soll.

Dass das Programm Erfolg hat, zeigen auch die aktuellen Ergebnisse ehemaliger Stipendiaten. Regisseur **Christian Rau** hat für seinen mit der Internetagentur **Reality Bytes** produzierte Videoblog „Trendpiraten“ (<http://trendpiraten.tv>) gerade den red dot award in der Kategorie on-



line communication gewonnen. Die Ex-Stipendiaten der Kölner **Hupe Film** erhielten für den von ihnen produzierten Dokumentarfilm „Work Hard – Play Hard“ auf dem Festival DOK Leipzig gleich drei Auszeichnungen. Produzentin **Dagmar Niehage** und Regisseurin **Tina von**

„Work Hard Play Hard“: drei Auszeichnungen für Ex-Stipendiaten in Leipzig, Foto: Hupe Film

Traben schließlich beendeten Mitte Oktober in Köln die Dreharbeiten zu ihrem Kinofilm „Pommes essen“.

> www.av-gruenderzentrum.de



Produzent Tom Spieß (Little Shark Ent.) hatte wertvolle Tipps für den Nachwuchs.



Puppet Empire-Trio: Jasin Challah, Till Nachtmann und Stefan Silies

Kurzundschön in Köln

Am 9. November kürten die **Kunsthochschule für Medien (KHM)** und der **WDR** im Kölner Cinenova zum 14. Mal die Sieger ihres Nachwuchswettbewerbs **kurzundschön**, die eine Jury aus über 400 Einreichungen von Studierenden deutscher und internationaler Hochschulen ausgewählt hat.

Die Preise im Gesamtwert von 30.000 Euro gehen an jeweils drei Studierende der Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf“, der Filmakademie Baden-Württemberg und der Kunsthochschule für Medien Köln und an Studenten der Fachhochschule Würzburg-Schweinfurt, der Fachhochschule Mainz und der Hochschule Augsburg. Zum ersten Mal wurde außerdem der „KHM-Partner-Preis“ vergeben, der an **Ezgi Yildirim** von der Fakultät für Kunst und Sozialwissenschaften der **Sabancı Üniversitesi Istanbul** ging.

> www.kurzundschoen.de

KHM-News

Präsent in Düsseldorf, Leipzig, Hof und Duisburg

Der **Förderpreis des Landes Nordrhein-Westfalen** für junge Künstlerinnen und Künstler, der am 12. Oktober in Düsseldorf verliehen wurde, entwickelte sich zu einem kleinen Ehemaligentreff der **KHM Kunsthochschule für Medien Köln**. Mit den Regisseurinnen **Jana Debus** und **Katharina Pethke** sowie dem Medienkünstler **Jens Pecho** zeichnete NRW-Kulturministerin **Ute Schäfer** gleich drei Absolventen der KHM mit den jeweils in Höhe von 7.500 Euro dotierten Preisen aus. Auf dem Festival DOK-Leipzig gewann Pethke für ihren Film „Louisa“ außerdem den Hauptpreis Goldene Taube im Deutschen Wettbewerb.

Ebenfalls gemeinsam konnten drei frisch gebackene KHM-Absolventen zu den **Hofer Filmtagen** reisen. Dort feierten sie die Uraufführungen

ihrer drei jeweils von der **Film- und Medienstiftung NRW** geförderten Abschlussfilme. **Isabel Prah** mit „Ausreichend“, **Paul Bachmann** mit „Unter den Händen“ sowie **Richard G. Brzozowski** mit „Wunder Punkt“ freuten sich über die Einladung des renommierten Festivals. Und auch auf der **Duisburger Filmwoche** ist die KHM mit zwei Filmemachern präsent: **Andreas Schneider** stellt „Eight Characters and Two Syllables“ vor, während **Tama Tobias Macht** seinen Dokumentarfilm „Frau Macht“ präsentiert. Unterdes läuft in Köln die Reihe „Best of KHM“ mit einer neuen Staffel an: Am 16. November stellt **Jan Schomburg** sein gefeiertes Kinodebüt „Über uns das All“ vor und sich im Anschluss den Fragen von Professor **Gebhard Henke**. Fortgesetzt wird das Programm dann am 23. November mit „Alice 5.0“. Die beiden Filmemacher **Patrick Doberenz** und **Philipp Enders** werden nach der Vorführung von Professor **Thomas Schmitt** befragt. Alle Filme der Reihe „Best of KHM“ laufen um 19 Uhr in der Aula der KHM, der Eintritt ist wie gewohnt frei.

> www.khm.de



Die Vertreter der Sender: Barbara Thielen (RTL), Gebhard Henke (WDR), Andrea Hohnen und Birgit Brandes (ProSieben/Sat.1)



AV-Gründerzentrum-Stipendiaten: Pari Garvanos und Jonas Weydemann



Die erste NRW-Nachwuchskonferenz - I

Klebstoff auslegen

VON UWE MIES

Die Film- und Medienstiftung NRW trägt dem technischen und ökonomischen Wandel der Medien Rechnung und schlägt im 21. Jahr ihres Bestehens neue Wege ein. Für die Neuausrichtung lud Geschäftsführerin Petra Müller am 21. Oktober zum erstmalig ausgerichteten Nachwuchstag angehende Filmschaffende aus NRW zum Austausch mit Vertretern von Fernsehanstalten, Neuen Medien und der Förderung. „Wo wollen Sie, wo wollen wir als Film- und Medienstiftung hin? Und ganz generell: Wie muss Standortarbeit aussehen?“ Mit diesen Kernfragen eröffnete Petra Müller ihren Vortrag zur Lage der Standortperspektive. Tatsache ist: NRW ist Deutschlands stärkster Medienstandort. 67.000 Unternehmen mit 373.000 Beschäftigten sind hier angesiedelt. Ein Drittel aller in Deutschland produzierten Sendeminuten werden hier erstellt. Tatsache ist aber auch, dass viele Kreative nach Berlin abwandern, weil NRW in Sachen Image und Wahrnehmung eingebüßt hat und ganz generell Nachholbedarf für die Einbindung Neuer Medien, Games und des Internets besteht. Petra Müller: „Wir müssen Klebstoff auslegen, damit die Leute am Standort



Oliver Vogel (Colonia Media), Matthias Kremin (WDR) und Organisatorin Katharina Blum (Film- und Medienstiftung NRW)



Im Kölner Skulpturenpark fand am 21. Oktober die erste NRW-Nachwuchskonferenz der Film- und Medienstiftung NRW für Absolventen nordrhein-westfälischer Filmschulen statt. Die Berufseinsteiger trafen mit vielen Fragen auf Profis aus der Branche.

Die erste NRW-Nachwuchskonferenz- II

Brennen oder Taxifahren

VON CHRISTIAN SEEBAUM

Der beste Rat, den er Nachwuchsproduzenten für die berufliche Zukunft geben könne, sei: Umschulen! Ralf Husmann ging es bei seiner launigen Aussage nicht nur um die Pointe. Der seit Jahren erfolgreiche Comedy-Autor („Anke“, „Harald Schmidt Show“, „Stromberg“) berichtete von den Goldenen Zeiten der 90er Jahre, als es im Fernsehen – vor allem bei den privaten Sendern – Geld genug gab, um unbefangenen Neuland zu betreten. Als neue Formate in Ruhe langfristig entwickelt wurden, ohne sich sofort im Quotendruck beweisen zu müssen. Damals hieß es für die meisten Macher Learning by doing, heute hingegen kämen Jahr für Jahr gezielt ausgebildete Fachkräfte – Produzenten, Autoren, Regisseure – aus den diversen Filmschulen auf einen deutlich enger gewordenen Markt. Einige seiner einstigen beruflichen Weggefährten, so Husmann, führen heute Taxi. Das Podiumsgespräch mit Ralf Husmann, Marc Conrad, RTL-Mann der ersten Stunde, und



Die Casterinnen Lale Nalpantoglu und Kristin Diehle



Sabine Marcus (Bigger Than Life Productions)

bleiben.“ Konkrete Instrumente dafür sind angepasstes Standortmarketing, Einrichten von Medien-Netzwerken, Strategien für Firmengründungen und die Förderung des Nachwuchses. Das Pilotprojekt Innovative Inhalte ist als „lernendes Instrument“ bereits aufs Gleis gehoben. Clustermanagement wird forciert, ebenso die Förderung Neuer Medien und die Umstrukturierung in digitale Marketingfelder. Aber auch das Kerngeschäft der Filmförderung bedarf der Revision, denn, so Müller: „Im Blick auf die Fördergelder wird eher wenig zurückgezahlt. Es wäre schön, wenn das mehr würde.“ Nach diesen Worten des Ansporns und des Aufbruchs und dem anschließenden Referat zum Konzept der Filmförderung in NRW von Christina Bentlage (Leiterin Förderung) begann die erste Diskussionsrunde. Moderiert von Andrea Hohnen (First Steps Award, Berlin) präsentierten Gebhard Henke als Vertreter für ARD und WDR, Birgit Brandes für ProSieben/Sat.1 und Barbara Thielen als Leiterin des Bereichs Fiction bei RTL die Perspektiven für den kreativen Nachwuchs in ihren Sendern. Das Ergebnis: Frischer Input jenseits des etablierten Mainstreams ist bei ProSieben/Sat.1 durchaus erwünscht, allerdings bei reduziertem Produktionsbudget bis maximal einer Million Euro. Bei RTL kann sich auch der Nachwuchs einbringen, aber jegliche Arbeit muss ins Senderprofil passen. Was aber kein Ausschluss für Experimentierfreude ist, denn auch RTL braucht neue Regisseure, Autoren und Produzenten und arbeitet dafür mit den Filmschulen in Potsdam und Ludwigsburg zusammen. Komplexer, aber auch offener ist die Sachlage in öffentlich-rechtlicher Hand. Gebhard Henke sieht keinen Widerspruch zwischen Freiheit und Erfolg, wie etwa

das Debüt zur Prime Time zeige. Er gab aber zu bedenken, dass etwa Debütfilme deutlich weniger als eine Million Euro kosten sollten, schon „weil man dann mehr davon herstellen kann“. Sachzwänge im Blick auf Zielgruppe oder Sendeplatz gebe es keine. „Mit dem Film wollen wir Preise gewinnen und Aufmerksamkeit erreichen.“ Die Verbindung von Nachwuchs und Kino betrachtet Henke als heikel: „Viele Filme sind nicht tauglich für die Prime Time, deutsche Kinoerfolge an einer Hand abzählbar“, und fordert deshalb: „Der Nachwuchs muss vom Erfolgsdruck befreit sein.“ Bei den Privatsendern sieht die Lage konzeptgemäß anders aus. ProSieben/Sat.1 entwickelt zwar keine eigenen Drehbücher, ist aber offen für neue Ideen, sofern kommerzieller Erfolg absehbar ist; gute Kinozahlen wirken sich unmittelbar auf die TV-Ausstrahlung aus. RTL erlaubt keine Trennung zwischen Nachwuchsprojekt und Erfolgsquote. Prinzipiell gilt bei allen Sendeanstalten der Wunsch nach Neuem. Was schon da war, wird nicht noch einmal gebraucht. Erfolgsrezepte gibt es keine, nicht beim Film und schon gar nicht bei Serien. Barbara Thielen verwies auf die Unterschiedlichkeit von Quotenbrechern wie „Doctor’s Diaries“ und „Alarm für Cobra 11“. Horizontale Serien mit durchgehender Handlung wie „The Wire“ oder „Lost“ haben sich beim Fernsehen dagegen bisher nicht breitenwirksam durchsetzen können. Solche Projekte würden bevorzugt von Fans auf DVD en bloc geschaut. Gebhard Henke brachte es als Sendersicht auf den Punkt: „Großes Image ist nicht unbedingt großer Erfolg. In Deutschland läuft eben vieles anders als in Amerika.“

Christian Becker (Westside Filmproduktion) im Rahmen der ersten NRW-Nachwuchskonferenz für Absolventen nordrhein-westfälischer Filmschulen wirkte nicht unbedingt euphorie-stiftend. Doch die mehr als hundert jungen Leute zwischen Mitte zwanzig und Mitte dreißig, die an langen weißen Tischen im hallengroßen Raum im Kölner Skulpturenpark den Ausführungen der alten Hasen lauschten, ließen sich die Laune nicht verderben. Wie viel die drei als erfolgreiche Produzenten denn so verdienen würden, kam die Frage aus dem Auditorium – und blieb, wenig überraschend, unbeantwortet. Christian Becker („Bang Boom Bang“, „Die Vorstadtkrokodile“, „Wickie auf großer Fahrt“) legte den Neueinsteigern in die Filmbranche nahe, sich bei ihren Projekten vor allem daran zu orientieren, was der Markt verlange: „Selbst verwirklichen kann man sich vielleicht auch später“. Ralf Husmann empfahl eher das Gegenteil: „Man sollte von Anfang an bei dem bleiben, was man eigentlich gerne machen will, und nicht dem nachlaufen, was die Sender vielleicht wollen.“ Einig waren sich Conrad, Becker und Husmann allerdings in der Einschätzung, wie wichtig es sei, für ein Projekt wirklich „zu brennen“. Denn nur so ließen sich die langen Zeiträume überstehen, die es meist brauche, um eine gute Idee auf die Leinwand oder den Bildschirm zu bringen. Hörte man sich später bei den Teilnehmern der NRW-Nachwuchskonferenz um, so wurde schnell klar, dass niemand mit eindeutige Empfehlungen oder gar Patentlösungen gerechnet hatte. Immer wieder war von den Teilnehmern

zu hören, dass für sie die Möglichkeit, an diesem Tag Kontakte zu knüpfen, Leute kennen zu lernen im Vordergrund stand. Ganz im Sinne von Katharina Blum von der Film- und Medienstiftung NRW, Organisatorin der Veranstaltung: „Mit der Nachwuchskonferenz hatten wir von Anfang an vor allem ein Ziel: Networking.“ Dazu gab es dann am Nachmittag bei Runden Tischen weitere Gelegenheit. Dort konnten im kleineren Kreis Branchenprofis, darunter etwa die TV-Redakteure Gebhard Henke (WDR) oder Barbara Thielen (RTL), der Verleiher Joachim Kühn (Real Fiction) und natürlich Mitarbeiter der Film- und Medienstiftung NRW, befragt werden. Dabei ging es mal allgemein um Sendeplätze, Programmschemata und neue Chancen für Filme im Internet, mal auch schon ganz konkret um Finanzierungsmöglichkeiten für ein bestimmtes Projekt, das die Jungproduzenten und Autoren entwickelten und in wenigen Sätzen skizzierten. Als schließlich die Teilnehmer den langen Tag bei Sekt und Kölsch ausklingen ließen, waren viele Fragen von den Experten beantwortet. Aber eine wichtige, stellvertretend formuliert von einem ifs-Drehbuchabsolventen, stand weiter im Raum und muss letztlich von jedem Kreativen in der Filmbranche selbst beantwortet werden: „Wie weit bin ich bereit, Kompromisse zu machen? Wie viel von meiner Vision einer Geschichte, die ich erzählen will, bin ich bereit zu opfern, um den Film überhaupt realisiert zu bekommen?“ Antworten muss jeder im Berufsalltag finden. Und umschulen, wie Ralf Husmann empfiehlt, kann man zur Not ja immer noch.

Seit 2010 hat Thorsten Hennig-Thurau den neu eingerichteten Lehrstuhl für Marketing und Medien an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster inne. Im breiten Forschungsfeld von Medienmanagement und Servicemarketing konzentriert der Professor sich, wie zuvor schon in Weimar, auf die Bereiche Kino, Distribution und digitale Medien. Im Interview mit Oliver Baumgarten zieht er die Heilsfunktion der Digitalisierung in Zweifel.

Der Marketingcoup

Der Kraftakt der Kinodigitalisierung könnte alsbald abgeschlossen sein – was kommt jetzt?

Kinos und Förderer haben sehr viel Geld in die Hand genommen für die Umrüstung, und das ist auch sehr gut so. Denn das Kino in seiner Bildqualität war hinter dem zurückgefallen, was mittlerweile im Heimkino zu erleben ist. Insofern sind diese Kosten für mich in erster Linie wichtige Instandhaltungsaufwendungen, mit denen man inkrementelle, aber eben keine grundlegenden Innovationen durchgeführt hat. Denn in unseren Untersuchungen haben wir festgestellt, dass dieser scheinbar enorme Digitalisierungseffekt durch 3D, der so breit propagiert wurde, eine Welle darstellt, die sich inzwischen wieder auf Normalniveau einpendelt. Der zum Teil als Quantensprung titulierte Effekt, der das Kino nun deutlich von allen anderen Unterhaltungsmedien absetzen und auch den Umsatz dauerhaft beflügeln würde, ist ausgeblieben.

Hatte der gigantische Erfolg von „Avatar“ alle euphorisiert?

Im Grunde wusste ja anfangs niemand so ganz genau, worin denn der Nutzen des digitalen Kinos bestehen würde. Die Studios haben das sehr geschickt gemacht, indem sie das Argument 3D eingebracht und dann das Glück hatten, dass „Avatar“ so unglaublich gut gelaufen ist. An dieser offenbar endlos sprudelnden Geldquelle 3D wollte plötzlich jeder partizipieren. Man hat alle Bedenken über Bord geworfen und ist in die Digitalisierung eingestiegen, koste es, was wolle. Die Kinobetreiber haben mit Unterstützung der Förderer die großen Investitionen getätigt – Profiteure sind aber die Studios und Verleiher, für sie ist das Ganze ein massives Kostensenkungsprogramm. Diese Karte haben sie ganz aktiv gespielt, und ich war schon überrascht, wie manche Szenenblätter den 3D-Effekt hochgejubelt haben – zum Teil tun sie das sogar noch heute, dann allerdings meines Erachtens eher aus einer Dissonanzbewältigung heraus. Wie auch immer: Für mein Dafürhalten muss derjenige, der von einer Innovation am stärksten profitiert, auch am stärksten dazu beitragen – so findet das üblicherweise in Wertschöpfungsketten der Industrie statt. Als Marketingprofessor muss ich sagen: Ich wurde Zeuge eines großartigen Channel-Marketings, in dem ein Produkt für so bedeutsam und unverzichtbar gemacht und in den Markt gedrückt wird, dass es bedenkenlos gekauft wird. In meinen Augen ist die Kinodigitalisierung der Marketingcoup des Jahrzehnts.

Aber was fangen wir denn jetzt an mit den digitalisierten Kinos?

Verstehen Sie mich nicht falsch, diese Umstellung ist absolut richtig! Ich bin selbst leidenschaftlicher Kinogänger und schätze die digitale Projektion sehr. So richtig darüber nachgedacht aber, was denn nun passiert, wenn die Digitalisierung vollbracht ist, hat tatsächlich kaum einer, weil man doch diesem sehr magischen „Avatar“-Effekt verfallen war. Aber man sollte es mal so sehen: Es sind nun notwendig gewordene Investitionen zur langfristigen Steigerung der Qualität des Kinos getätigt worden. Allerdings muss man realistisch bleiben: Deswegen wird keiner ins Kino gehen – es ist für die nächsten Jahre lediglich wieder stärker wettbewerbsfähig.

Gerade hat das Live-Opern-Event „Met im Kino“ mit 30.000 Besuchern einen neuen Rekord aufgestellt. Sehen Sie diese Art der Quernutzung als Erfolg versprechendes Modell für digitalisierte Kinos?

Klar, aber darin erkenne ich keinen Massenmarkt, es handelt sich um vereinzelte Events – wären sie das nicht und würden regelmäßig stattfinden, hätten sie ja auch wieder Verdrängungsmechanismen zur Folge.

Der Weg der Kinos weg vom einsamen Ertragsmodell Spielfilm ist grundsätzlich richtig. Kinos sind ja vor allem deshalb so schlecht aufgestellt in Verhandlungen mit Studios und Verleihern, weil sie keine alternativen Erlösmodelle haben. Wenn also der Verleiher sagt, wir geben dir diesen Film demnächst nur noch digital und nicht mehr anders, dann wird umgerüstet, weil das Kino ohne Film nichts wert ist. Studios hingegen können das entspannter angehen, weil sie durchweg zu größeren Medien-Konglomeraten gehören, die Filme erstens auf ganz



Thorsten Hennig-Thurau, Foto: privat

vielen Wegen auswerten und zweitens auch ganz andere Geschäftsmodelle verfolgen. Das Kino als eine Art Multi-Channel-Anbieter, das nicht nur Filme auf der Leinwand zeigt, sondern sich auch an anderen Verwertungsstufen von Medieninhalten aktiv einbringt, könnte da ganz anders reagieren und hätte nicht zuletzt deutlich mehr Verhandlungsmacht.

Werden in zehn Jahren die Kinos dem Druck neuer Verwertungsmöglichkeiten standgehalten haben?

Als vor fünf Jahren das Verwertungsfenster für Kinos in den USA von den Studios verkürzt wurde, kam als einzige Reaktion der Kinos sowohl dort als auch hier: Nein, das machen wir nicht mit! Aber außer, dass sich die Fenster weiter massiv verringert haben seit damals, hat das zu nichts geführt. Das macht mir große Sorge, denn ich glaube, dass auf Dauer ein Wettbewerb Hollywoodstudio gegen deutsches Filmtheater ein sehr ungleicher ist. Die Studios werden den längeren Atem haben, eine Blockade der Kinos kann keine Lösung sein. In England haben Kinoketten Verhandlungen begonnen mit dem Ziel, beteiligt zu werden an den Gewinnen anderer Kanäle. Das wäre ein konkreter Weg hin zum besagten Multi-Channel-Anbieter: Das Kino muss unbedingt davon weg, Video, Internet und Fernsehen als Feinde zu betrachten – im Gegenteil: Das Kino muss da rein, es muss daran partizipieren. Solche „Participation Deals“ könnte man heute vielleicht noch hinbekommen, in wenigen Jahren wird das aber nicht mehr gehen, dann wird sich die Machtverteilung weiter zu Ungunsten der Kinos verschoben haben. Ich persönlich hoffe sehr, dass die Querdenker in der Kinolandschaft eine Enttabuisierung neuen Denkens durchsetzen können, dass sich dann alternative Modelle entwickeln werden, die Kinos vor allem ein wenig unabhängiger werden lassen. Ob das aber tatsächlich so kommen wird, ist eine andere Frage.

Ihre beste Marketingidee?

Die eindeutig fröhlichste Marketingidee war „Die 1. Kinonacht rund ums Heiraten“, u.a. mit freiem Eintritt für Paare im Hochzeits-Outfit und Single-Bereich für Suchende. Die beständigste ist unser Wickeltaschenkino, für das wir den 1. Familienfreundlichkeitspreis des Kinderschutzbundes Hennef in Empfang nehmen durften. Die am meisten umjubelte ist zu besonderen Anlässen der Auftritt unserer sehr professionellen, studentischen Vorführer als Männerballett, mal als Schneeflöckchen oder auch als Blumenkinder. Unsere Kinogäste waren zudem sehr glücklich, dass neben der Digitalisierung auch die Neubestuhlung in unserem 70 Jahre alten Kino abgeschlossen werden konnte. Das alles in Eigenregie und ohne Bezahlung unserer engagierten Mitarbeiter. Und hier unsere Sorge in ganz eigener Sache: Nach der abgeschlossenen Digitalisierung ist die Vergabe der Kopien bei den großen Verleihern – bis auf wenige Ausnahmen – zeitlich kaum anders als vorher. Lediglich die kleinen Verleiher zeigen Verständnis für einen frühen Einsatz.

Brigitte König, Kur-Theater Hennef

des Jahrzehnts

Förderung in NRW

With a little help ...

Seit 2010 fördert die Film- und Medienstiftung NRW die Digitalisierung von Kinos in Nordrhein-Westfalen im Rahmen eines Förderprogramms, das bis 2013 laufen soll. Insgesamt wurden bis heute bereits 28 Filmtheater in NRW bei der Umrüstung auf die digitale Projektion mit einem Zuschuss auf die reinen Equipment-Kosten in Höhe von 20.000 bis 30.000 Euro unterstützt (siehe Liste). Die Initiative aus Düsseldorf richtet sich an Kinos, die

- maximal sechs Säle besitzen
- einen Jahresumsatz von bis zu 180.000 Euro pro Leinwand erwirtschaften
- eine jährliche Mindestbesucherzahl von 8.000 nicht unterschreiten
- mindestens 20 Prozent der förderfähigen Investitionskosten als Eigenmittel einbringen

In Orten mit bis zu 50.000 Einwohnern können auch Filmtheater mit mehr als sechs Sälen gefördert werden. Bei der Vergabe werden Programmkinos und Filmkunsttheater, die bereits vom BKM (Beauftragter für Kultur und Medien) und/oder der Filmstiftung für ihr Programm ausgezeichnet wurden sowie im begründeten Fall auch Kinos in kleineren Orten, vorrangig berücksichtigt.

Für viele Kinos besteht außerdem die Möglichkeit und meist auch die Notwendigkeit, zusätzlich auf die Digitalisierungsförderung der FFA und des BKM zuzugreifen, die beide seit Februar 2011 über die FFA bearbeitet werden. Unterstützt werden hier die so genannten Kriterienkinos, d.h. Filmtheater mit ebenfalls maximal sechs Leinwänden pro Betriebsstätte und einem maximalen Nettokartenumsatz von 260.000 Euro pro Leinwand sowie einem Mindest-Nettokartenumsatz von 40.000 Euro oder einer Besucherzahl von mindestens 8.000. Filmtheater, die für ihr Programm vom BKM ausgezeichnet wurden oder einen besonders hohen Anteil von deutschen und europäischen Filmen zeigen, können beim BKM statt der maximalen Förderung von 17.500 Euro bis zu 21.000 Euro erhalten. Die Unterstützung der FFA hat eine Höchstgrenze von 10.000 Euro pro Leinwand.

Genau wie die Förderung der Film- und Medienstiftung ist die Unterstützung auch bei FFA und BKM technikoffen, also an kein bestimmtes System gebunden. In der Praxis greifen die meisten Kinobetreiber auf die Standards der 2002 in den USA gegründeten Digital Cinema Initiatives (DCI) zurück, die u.a. eine Mindestauflösung von 2k verlangt.

> www.filmstiftung.de

> www.ffa.de

Digitalisierungsförderung in NRW

Filmtheaterbetrieb, Winterberg // Kino, Bad Driburg // Cineplex, Warburg // Schauburg, Gelsenkirchen // Metropolis, Bochum // Casablanca, Bochum // Central Kino, Borgentreich // Else Lichtspiele, Rödinghausen // Lichtspielhaus, Lennestadt // Kino 1, Steinfurt // Residenz-Kinocenter, Arnsberg // Weltspiegel, Mettmann // Kino 1-2, Ratingen // Hansa Kino, Lemgo // Drehwerk, Wachtberg // Kurtheater, Hennef // Cinenova, Köln // Metropolis, Köln // Filmforum, Duisburg // Schlachthof, Soest // Cinema, Wuppertal // Apollo, Aachen // Lichtburg, Oberhausen // Corso Filmpalast, Hückelhoven // Lichtburg Center, Dinslaken // Corso Film Casino, Nettetal // Kino Brakel, Bad Driburg // Kapitol Kino Center, Bad Berleburg





Wenn ich sonntags in mein Kino geh'

*Klar, jeder Mensch wär' gern im Leben einmal Star,
aber leider sind die schönen Märchen gar
nicht wahr und alles sieht nur so aus!*

*Schön sind die Hummer und die Austern anzuseh'n,
aber nach dem happy end, da mußt man geh'n -
da steh'n die Schlackwurststullen zu Haus.*

*Wenn ich sonntags in mein Kino geh'
und im Film die feinen Leute seh',
denk' ich immer wieder: Könnst' ich mal,
ach könnst' ich mal genauso glücklich sein!*

*Alle Tage Sekt und Kaviar,
und ein Auto und ein Schloß sogar!
Sowas wünsch' ich mir schon lang
in meinen kühnsten Träumerei'n.*

*Auf dem Fünfundsiebzig-Pfennig-Platz
sehn' ich mich nach einem süßen Schatz,
der genauso wie im Film am Schluß
mich glücklich machen muß.*

*Wenn ich sonntags in mein Kino geh'
und den Himmel voller Geigen seh',
träum' ich noch am Montag früh:
Einmal leben so wie die -
doch zu sowas kommt man nie!*

Das Lied stammt aus der Filmkomödie
„Ich bei Tag, Du bei Nacht“ von 1932.
Die Melodie komponierte Werner Richard Heymann,
den Text schrieb Robert Gilbert.

Werbung für Kinofilme gibt es je nach Verleiher reichlich und auf verschiedenen Plattformen. Doch wo und wie werben Kinobetreiber für ihr Kino? Schließlich müssen sie sich der Konkurrenz untereinander, aber auch der mit anderen Medien wie Fernsehen und Computer stellen. Wir haben Experten befragt, was sie den Betreibern raten, um das Publikum in ihre Lichtspielhäuser zu locken.

Professionelles Marketing fürs Kino

Aktionen, Apps und Flyer

VON MARION MEYER

Die Firma Cineprog in Saarbrücken hat sich auf Marketing für Kinos spezialisiert. „Wir machen Lust auf Ihr Kino“, heißt ihr Slogan. Geschäftsführer Thomas Schillo und sein Team betreuen mittlerweile 200 unabhängige Kinos mit 600 Leinwänden in Deutschland, Österreich und Belgien. „Man muss mit der Zeit gehen und auch die Neuen Medien nutzen“, sagt Schillo. Cineprog verbreitet bereits seit 2006 Newsletter per Smartphones. Auch Mustafa Mussa, Geschäftsführer von BeBam Mobile aus Düsseldorf, die seit vier Jahren Marketing für Filmverleiher machen, berichtet von einer Coupon-Aktion per Handy, die er für eine Kinokette durchgeführt hat: „Eine App zeigte Coupons für Kinos in der Nähe an. An der Kasse wurde dem Besucher mit dem Handy ein Rabatt von 1,50 Euro abgezogen, und es gab ein kleines Geschenk passend zum Film.“ Die Websites von Kinos müssten mehr für die eigenen Säle als für die Filme werben, meint der Cineprog-Chef. Dazu gehören gute und einladende Fotos von Kinosaal und Leinwand, die Lust machen, ins Kino zu gehen und nicht vor dem Fernseher zu sitzen. Der Besucher müsste viele Informationen über das Kino auf einen Blick erhalten. Neben dem Service sind das vor allem besondere Aktionen, die Thomas Schillo für extrem wichtig hält: „Die Kinobetreiber müssen sich immer wieder etwas Neues ausdenken. Standardkino gibt es überall.“ Der Erfolg besonderer Vorführungen wie „Ladies Night“ oder Live-Übertragungen von Konzerten oder Formel-Eins-Rennen im Kino gäben ihm recht. „Man muss den Kinoabend zum Erlebnis machen“, sagt Schillo und berichtet von einem Kino, das in einem Saal luxuriöse Ausstattung mit Sesseln, Tischchen und Bedienung anbietet – „und der Italiener von nebenan serviert das Essen“. Das komme gut an.

Auch Mustafa Mussa findet Mottoabende für Kinos sinnvoll: Filme speziell für Kinder, für Pärchen oder für Familien mit Beiprogramm schlägt er vor. „Wa-

rum gibt es nicht auch eine Single-Börse für Leute, die nicht gerne allein ins Kino gehen?“ Das Besondere müsse allerdings auch nach außen stärker vermarktet werden, nicht nur im Kino selbst, findet der Chef von BeBam Mobile. Ihn wundert es, dass Kinos immer nur auf der großen Leinwand für sich werben, etwa mit Aktionen wie „Dafür werden Kinos gemacht“, nicht aber im Fernsehen. „Man will doch die Leute von zu Hause weglocken in die Kinos, wo es 3D und ein Eventprogramm gibt“, erklärt Mussa.

Anya Rutsche, Social Media Consultant von Lbi, die sich um Werbung für Kinoverleiher in sozialen Netzwerken wie Facebook und Twitter kümmert, schlägt Kooperationen der Betreiber mit Verleihern vor. Verleiher könnten auf ihrer Seite auf Kinos verweisen und alles miteinander verknüpfen. „Dafür muss man auch nicht viel Geld in die Hand nehmen“, sagt Rutsche. Kinobetreiber könnten auf Interaktionsplattformen in Kontakt zu den Kinogängern treten, sich an Blogs und Filmforen im Internet beteiligen, so dass der Kinoname als Brand öfter fällt. „So kann man einen Mehrwert für Kinofans schaffen und gleichzeitig auf sein Kino aufmerksam machen.“ Trotz Programm-Apps fürs Handy bleibt der gute alte Flyer ein wirksames Werbemittel, meint Thomas Schillo von Cineprog. Doch sie dürften nicht nur in den Kinos ausliegen, sondern müssten breit gestreut verteilt werden, etwa in Gaststätten und Kneipen, „um Leute auf die Idee zu bringen, mal wieder ins Kino zu gehen“.

Woran hapert es beim Marketing für Kinos? „Dass die Kinobetreiber oft nicht über ihren Schatten springen, um etwas zu ändern und immer wieder besondere Aktionen anbieten“, meint Thomas Schillo. „Kinobetreiber sind meistens Einzelkämpfer“, sagt Mustafa Mussa. Das müsse man ändern, sie in einer Vereinigung zusammenbringen, damit sie sich gemeinsam Werbekampagnen ausdenken und realisieren können.

Fast 100 Jahre sprach man, wenn man über Kino redete, automatisch über Film. Das ändert sich. Im Kino findet dank digitalem Roll-out die Konvergenz von Film, Oper, Theater, Tanz, Konzert oder gar Sportveranstaltung statt, die dort inzwischen live und demnächst wohl auch regelmäßig in 3D gezeigt werden können.

Als im August 2005 der „Jahrhundertring“, Patrice Chéreaus 14-stündige Nibelungen-Bearbeitung von 1976 im Rahmen des Projektes „Delicatessen“ zu sehen war, deutete sich bereits an, dass die Digitalisierung die Möglichkeiten der Kinonutzung nachhaltig verändern würde. Das vor allem an Arthouse-Kinos gerichtete „Delicatessen“-Programm mit der Reihe „Klassik im Kino“ lief 2008 aus. Doch schon seit Ende 2006 schickt die Metropolitan Opera (MET) ihre „Live in HD“-Übertragungen per Satellit in Kinosäle weltweit, in Deutschland sind aktuell 124 Kinos an der deutsch untertitelten Ausstrahlung beteiligt. Dem Beispiel der MET folgten in den letzten Jahren das Bolshoi-Theater in Moskau, die Mailänder Scala und die Berliner Philharmoniker mit einzelnen Aufführungen. Ein Kinoticket für die MET kostet knapp 30 Euro, andere Opern sind etwas günstiger. Doch wer guckt sich Opern oder Konzerte im Kino an?

Neues Publikum

Für das Marketing bedeutet die inhaltliche Ausweitung der Kinos ein Umdenken. Man kann sich nicht länger nur auf das filmaffine Stammpublikum verlassen. „Dass im Kino mehr als nur Filme laufen, ist eine Entwicklung, die die Leute erstmal begreifen müssen“, sagt Kalle Somnitz, Programmleiter vom Atelier in Düsseldorf, das seit drei Jahren regelmäßig Opern und Konzerte zeigt. „Man muss neue Marketingkonzepte entwickeln, um die Leute zu erreichen.“ Im Cinedom in Köln ist man daher eine Kooperationen mit der Kölner Philharmonie eingegangen. Doch Geschäftsführer Martin Ebert weiß auch, dass der Spagat nicht leicht ist: „Die Leute kennen ihre Philharmonie und tun sich nicht immer ganz leicht, auch mal woanders hinzugehen“. Bei den regelmäßigen Live-Formaten der Kinokette Cinemaxx hat man sich „bereits ein festes Stammpublikum erarbeitet“, so Vorstandsvorsitzender Christian Gisy. „Wir nutzen inzwischen vielerorts auch weit größere Säle, als wir uns dies zum Start vorgenommen hatten.“ Für Gisy kann die Entwicklung kaum schnell genug gehen, für ein Arthouse-Kino wie das Kölner „Metropolis“ hingegen geht es fast zu schnell. Dort hat man gerade erst die Säle digitalisiert und sammelt nun erste Erfahrungen mit 3D-Filmen. Mit weiteren Neuerungen will man erst mal warten: „Es passt ja auch nicht jeder alternative Content in jedes Kino“, gibt sich Theaterleiterin Melanie Stolle zurückhaltend.

Tatsächlich muss man sich fragen, ob die Live-Atmosphäre eines Rockkonzerts in einem bestuhnten Kinosaal ankommen kann. Das am 20. Oktober 2009 per Satellit europaweit live in 200 Kinos übertragene Robbie Williams-Konzert war zwar technisch gesehen ein historischer Moment, doch es ließ viele Kinobesucher mit reservierten Gefühlen zurück. Christian Gisy hält dagegen: „Unser Publikum genießt die Live-Veranstaltungen. Die Atmosphäre gleicht der Live-Situation, zumal die Bildführung unserem Publikum auch vor Beginn bereits beeindruckende Blicke hinter die Kulissen ermöglicht und wir über neue, aufwändige Soundsysteme noch mehr Realität schaffen“, schwärmt Gisy. „Der Kinosaal wird gefühlt tatsächlich zur Konzert- oder Opernhalle.“ Gisys Begeisterung teilt auch Kalle Somnitz: „Bei der MET ist die Atmosphäre klasse. Da gibt es teilweise schon Applaus, wenn der Dirigent auf die Bühne kommt“. Auch ein singuläres Ereignis wie die 3D-Liveübertragung eines Konzerts von den Fantastischen Vier im September 2010 konnte viele überzeugen. Das bislang weltweit erste komplett in 3D live übertragene Konzert sahen 30.000 Zuschauer in 90 Kinos bundesweit. Trotz guter Auslastung der Kinos und einem Eintrittspreis von rund 20 Euro wäre das Projekt aber unter normalen ökonomischen Bedingungen nicht machbar gewesen. Die beteiligten Firmen haben für das im Rahmen des „3D-Zukunftskongresses Forward2Business“ stattfindende Event die komplette Technik kostenlos zur Verfügung gestellt. Da das Konzert nicht in Full HD übertragen werden konnte, waren kleine Ruckler und Unschärfen bei schnellen Bewegungen unvermeidlich. Im Kölner Cinedom war die Stimmung trotzdem gut, weiß Martin Ebert zu berichten. Aber klatschen, mitsingen, tanzen oder gar stagediven im Kinosaal? Im Gegensatz zu Opern, Ballett oder Theater dürften es Rock- und Popkonzerte schwer haben, jenseits des Novelty-Gags im Kino auf Akzeptanz zu treffen.

Alternative Nutzung von Kinosälen

Fanta4 in 3D

VON CHRISTIAN MEYER





Zukunftsträchtiges Geschäftsmodell?

Die Integration von nichtfilmischen Angeboten käme vielen Kinobetreibern in einer Zeit rückläufiger Kinokartenverkäufe jedoch gerade recht. „Für mich ist das ein kleines Experimentierfeld, dass man mal guckt, was geht“, sagt Kalle Somnitz. Die Erfahrungen des Düsseldorfer Kinos sind durchaus positiv: „Mit der MET haben wir ein Zugpferd, bei dem alles immer schon im Vorverkauf ausverkauft ist. Wir versuchen das aber durchaus mit anderen Opernhäusern und Schauspielhäusern zu erweitern“, so Somnitz. Beim Kölner Cinedom ist man da schon zurückhaltender. Vom MET hat man sich wegen der schlechten Konditionen wieder verabschiedet. Statt der üblichen rund 50 Prozent des Umsatzes verlangt die MET 65 Prozent Verleihmiete und verpflichtet die Kinos jeweils zu allen Vorführungen einer Saison. Aus wirtschaftlicher Sicht kann man aber bei anderen Opern oder Musicals „soviel nicht verkehrt machen“, so Ebert.

Bei der Cinemaxx-Gruppe setzt man deutlich auf die neuen Inhalte. Dort nimmt „die alternative Nutzung in der Anzahl der Veranstaltungen – aber auch in der Breite des Angebotes ständig zu“, so Gisy. „Allerdings sehen wir auch noch deutliche Potenziale, zumal einige wünschenswerte Inhalte bisher noch nicht zur Verfügung stehen. Wir sehen durchaus einen Markt für mehr Live-3D-Veranstaltungen. Aber das Angebot ist bisher schlichtweg nicht vorhanden“.

Sport und Spiel im Kinosaal

Und wie sieht es jenseits des klassischen Kulturbetriebs aus? In dem 2008 erschienen Reader „Zukunft Kino – The End of the Reel World“ spekuliert Wolf Siegert, Experte für digitale Mehrwertstrategien, dass schon bald „die ersten Gaming Sessions“ mit hochauflösenden Computerbildern die Kinos erobert haben werden. Von Eroberung kann im Jahr 2011 indes noch keine Rede sein. Zwar gibt es vereinzelte Versuche interaktiver Spiele im Kinosaal – allen voran eine prominente Werbeaktion eines bekannten Autoherstellers im Jahr 2008. Doch das sind Einzelfälle. Der Versuch der Firma Cinegamez, die im Jahr 2006 einen Cinemaxx-Kinosaal in Essen für Gaming-Sessions umgerüstet hatte, musste nach nur drei Monaten wegen geringer Besucherzahlen wieder beendet werden. Zudem deklarierte das Ordnungsamt den Saal als Spielhalle und forderte ein Zutrittsverbot für Jugendliche und hohe Vergnügungssteuern. „Bei den Games haben wir immer wieder mal verschiedene Tests mit interaktiven Spielen unternommen – aber das Konzept für eine regelmäßige Gamer-Veranstaltung haben wir bisher noch nicht gefunden“, resümiert Christian Gisy die gescheiterten Versuche. Im Cinedom gab es noch keine Events für Gamer, durchaus denkbar sind interaktive Games im Kinosaal aber auch für Ebert. Der Arthouse-Betreiber Kalle Somnitz ist da vorsichtiger: „So etwas würden bei uns die Multiplexe machen, da würden wir uns dann raushalten.“

Auch Sportevents sind, ebenso wie die Gaming Sessions, immer noch Einzelfälle. Zwar gibt es Public Viewing im Kino – doch der Eintritt ist meistens frei. Die 3D-Variante, die im letzten Jahr zur Frauen-WM ausprobiert wurde, war nur mäßig erfolgreich: Vor allem schnelle Bewegungen führten auch hier zu technisch unbefriedigenden Ergebnissen. Dass aus rechtlichen Gründen der Kommentar nicht übertragen werden darf, kommt erschwerend hinzu. „Sportveranstaltungen, bei denen wir einen erheblichen Mehrwert bieten, sind bisher noch rar“, kommentiert Gisy die bisherigen Bemühungen.

Für Kalle Somnitz ist die alternative Kinonutzung generell ein Zukunftsmodell. „Hat man die Technik schon im Haus, dann muss man ja nicht nur Kinofilme zeigen, wenn man auch mehr machen kann.“ Inzwischen zeigt das Atelier sieben bis acht nichtfilmische Veranstaltungen im Monat. „Dadurch, dass die Veranstaltungen etwas hochwertiger sind, können wir ab und zu auch mit kleineren Besucherzahlen leben. Das Ziel ist natürlich trotzdem, die Besucherzahlen peu à peu zu steigern“. Das Kerngeschäft von Kinobetrieben wird aber wohl auch in Zukunft der Film bleiben. „Die alternative Nutzung ist eine Ergänzung zum normalen Programm – aber keine Kompensation“, stellt auch Christian Gisy fest. Martin Ebert vom Cinedom sieht in der alternativen Kinonutzung vor allem ein Marketinginstrument, um den Leuten zu zeigen, was Kino alles sein kann. Und um sie wieder ins Kino zurückzuholen. Denn mit der alternativen Nutzung „einen wirklich nennenswerten Deckungsbeitrag zu erzielen, davon sind wir noch ein Stück entfernt“, so Ebert.

2010 spielten die Fantastischen Vier vor einigen hundert Zuschauern im Steintor Variété in Halle ein Live-Konzert, das die Fans zeitgleich in 91 Kinos in Deutschland, Österreich, Luxemburg und der Schweiz in 3D miterleben konnten. Foto: Alexander Gnädinger

Kinokarten online kaufen

Vom Rechner in die Schlange

VON MARION MEYER

Viele Kinos bieten mittlerweile die Möglichkeit, Tickets online zu kaufen. Man zahlt mit Kredit- oder EC-Karte und muss mit dieser Karte (oder mit einem Code) im Kino die Tickets an einem Automaten ausdrucken. Meistens sind mit der Online-Reservierung Mehrkosten verbunden. Bei Cinemaxx etwa zahlt man einen Aufschlag von 50 Cent pro Karte. Bei manchen Kinos muss man die Tickets sogar an der Kasse abholen. Wo liegt dann der Gewinn, könnte man fragen, wenn man trotzdem in einer Schlange anstehen muss?

Der Vorteil liegt darin, dass man nicht umsonst zum Kino gefahren ist, um festzustellen, dass der Film bereits ausverkauft ist oder man nicht die Sitzplätze bekommt, die man gerne hätte. Denn die kann man sich beim Online-Kauf – zumindest in den großen Multiplexen – vorab reservieren. Aber es gibt mittlerweile auch Arthouse-Kinos, wie etwa die Yorck-Gruppe in Berlin, für die man direkt im Internet Karten kaufen kann.

Jede Betreibergruppe, sei es Cinemaxx, UCI, Cinestar oder Cineplex, hat ihr eigenes Online-Verkaufssystem. Eine neue Firma namens Kinofix, die im September gestartet ist, bündelt die Angebote auf ihrer Plattform und bietet Tickets für mehr als 60 Kinos in ganz Deutschland an. „Wir sind im Gespräch mit weiteren Kinos“, sagt Kinofix-Direktor Sören Preibusch. In Köln kann man den Service gerade mal für das UCI Hürth nutzen, in Düsseldorf bisher nur für das UCI im Hafen. Man sei mit den großen Ketten gestartet, denn nur dort sei meistens eine entsprechende Infrastruktur vor Ort vorhanden, erklärt Preibusch. Der Vorteil von Kinofix sei, dass seine Online-Tickets keinen Aufschlag kosten. Außerdem seien die Tickets bei Kinofix häufig günstiger als im Kino. „Wir bekommen bestimmte Kontingente zur Verfügung gestellt, die wir als Knüllerkarten ab drei Euro pro Stück verkaufen“, erläutert der Direktor von Kinofix.

Doch weder bei Kinofix noch bei den Kinos selbst kann man mit zu Hause ausgedruckten Tickets direkt ins Kino marschieren. Auch der Ausdruck der Kinofix-Karte muss an der Kasse gegen ein SPIO-Ticket eingetauscht werden. Was in Frankreichs Kinos mittlerweile zum Standard gehört, nämlich mit selbst gedruckten Karten direkt ins Lichtspielhaus zu gehen oder sie sich aufs Handy zu laden, ist hierzulande noch nicht möglich, obwohl diese Praxis etwa bei Flugtickets längst alltäglich ist.

„Wir arbeiten daran“, verspricht Johannes Klingsporn vom Verband der Filmverleiher, der die Ticketverkäufe in den Kinos überwacht. „Wir halten das für eine wichtige Erweiterung des Angebots für den Konsumenten.“ Das Problem seien bisher noch die unterschiedlichen Abrechnungssysteme der einzelnen Kinos. Um den korrekten Verleihanteil am Kartenverkauf und den Filmabgabenteil für die FFA abzurechnen, braucht es eine Transparenz in den Systemen, die bisher nur durch SPIO-Tickets gegeben ist. „Beiden Seiten ist klar, dass diese Transaktionsprozesse standardisiert sein müssen. Einen vernünftigen Standard suchen wir derzeit“, erklärt Klingsporn. Die gekauften Karten müssten tagesgenau zuzuordnen sein, damit der Verband der Filmverleiher gegenüber dem Verleih prüfen kann, wie viele Karten tatsächlich an diesem Tag von einem Film verkauft wurden. Klingsporn rechnet mit einer Umstellung der Systeme auf ein einheitliches innerhalb eines Jahres.

Ein Kinobesuch in London

Luxus für ein paar Pfund mehr

Wenn Kino Genuss sein soll, wenn das fast feierliche Betrachten eines Filmes im Vordergrund stehen soll, dann kommt eigentlich nur ein Kino in London in Frage. Das Electric Cinema in Notting Hill. Hier findet der anspruchsvolle Cineast alles, was er sich an Komfort, Service und technischer Qualität wünschen kann. Gebucht wird natürlich online von Zuhause oder über das Smartphone, nachdem die neuesten Informationen und Angebote auf dem kineigenen Twitteraccount gelesen oder per Newsletter zugegangen sind. Dann entscheidet nicht irgendwer, sondern der Kinofreund selbst, auf welchem Sitz er Platz nehmen möchte. Zur Auswahl stehen einzelne, wahnsinnig gemütliche Ledersessel und wahre Couchlandschaften für zwei Personen. Alle Sitze stehen so, dass man keinen einzigen Kopf vor sich sieht.

Preislich wirkt sich dieser Luxus allerdings kaum aus – lediglich zwei, bzw. bei 3D-Vorstellungen vier Pfund mehr als in einem der überfüllten Multiplexe kostet der Kinoabend.

Wer jetzt meint, dies würde an der schlechteren Ausstattung des Electric Cinemas liegen, der irrt. Bester Sound und eine tolle Bildqualität gehören zum Standard ebenso wie die angenehmen 3D-Brillen – wesentlich moderner als die in den großen Kettenkinos. Lediglich Fans von Riesenleinwänden kommen hier nicht auf ihre Kosten – es bleibt nun mal ein „kleines“ Kino.

Ist die Karte reserviert, so kann man sie bis zum Filmbeginn abholen. Das Electric Cinema befindet sich in einem kleineren Haus mit edler Fassade an der Portobello Road und wirkt von außen eher unscheinbar – typisch englisches Understatement eben. Im Kinosaal fällt sofort jeder Alltagsstress ab, und der Filmgenuss tritt in den Vordergrund. Zunächst geht es zur Bar. Hier gibt es kleine leckere Tapas und Kanapees, die von einem Kellner zum Platz gebracht werden. Popcorn und Automatencola sind nicht zu finden. Jeder einzelne Sessel besitzt links und rechts eine große Abstellfläche und einen Weinkühler. Diverse andere Longdrinks und verschiedene Biersorten werden ebenfalls serviert. Vor dem Sessel steht ein gepolsterter Hocker für die Beine. Und selbst, wenn andere Gäste noch vorbei wollen, kann man getrost „liegen bleiben“. Jeder im Publikum möchte den Film in Ruhe wirken lassen: keine Unterhaltungen, keine klingelnden Handys, kein Popcorn-Gerassel, nur das Kinoerlebnis.

Ein Erlebnis ist auch der Saal selbst. Der in Rot, Weiß und Gold gehaltene Innenraum wirkt eher wie ein frisch renoviertes Theater; der rote, durchgängig verlegte Teppichboden unterstützt diesen Eindruck. Zwar wird nur ein Film die Woche gezeigt, was die Auswahl etwas trübt, allerdings erweitern zusätzlich verschiedene Sonderangebote die Möglichkeiten. So gibt es besondere Events, z.B. ein Halloween-Programm oder Kino mit Live-Musik. Auch wird spezielles Baby-Kino angeboten, welches unter dem Titel „Electric Scream“ läuft: Hier können Eltern mit schreienden Kindern dennoch ungetrübt ins Kino gehen. Auch für Schwerhörige, die auf spezielle Technik angewiesen sind, gibt es Kinoabende. Sonntags werden Klassiker gezeigt, und für Mitglieder des Kinos, die immer verbilligte Karten erhalten, gibt es spezielle Preview-Abende, an denen exklusiv nur für sie neue Filme gezeigt werden. Wer also Kino abseits der Masse erleben will, modern und voller Ambiente, und auf sehr entspannende Art einen Film ansehen will, für den lässt das Electric Cinema keine Wünsche offen.

MATTHIAS HADDING

Ein Kinobesuch in New York

So eigen wie die Stadt selbst

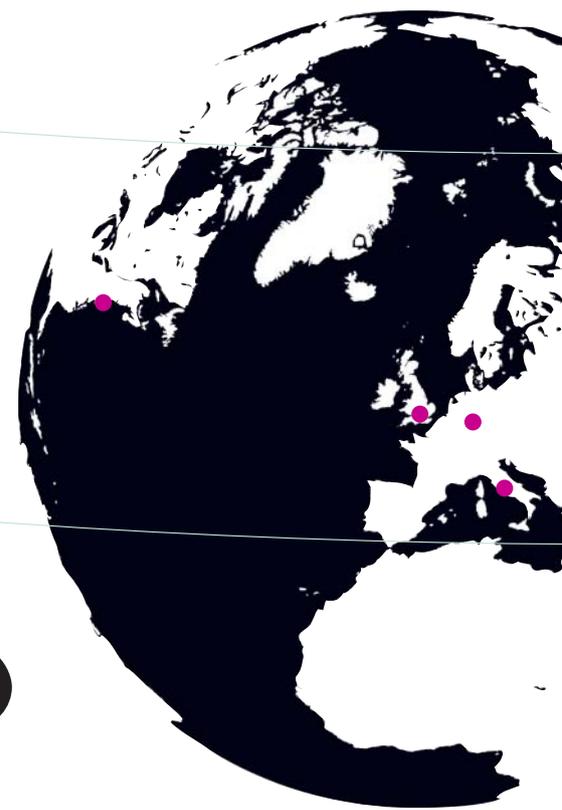
An einem verregneten Herbstnachmittag ist ein Horrorfilm das beste Heilmittel gegen den New Yorker Sonntagsblues. Ich entscheide mich, dass „The Thing“ dafür genau der richtige Film ist. Der Kinogänger in New York weiß, dass die aktuell angesagten Filme immer schnell ausverkauft sind. Eine Woche nach der Premiere ist es zwar schon etwas leichter, Karten zu bekommen, aber der sicherste Weg ist, sich die Tickets online zu besorgen. Nachdem ich über Google erfahren habe, dass der Film in 15 Kinos läuft, muss ich mich nur noch entscheiden, welches am besten per U-Bahn zu erreichen ist und welches am nächsten zu meinem Lieblingsrestaurant liegt, in dem ich vor der Vorstellung noch etwas essen möchte.

Nachdem ich meine Wahl getroffen habe, buche ich meine Karte über einen der vielen Online-Tickethändler. Die meisten nehmen dafür eine Bearbeitungsgebühr von 1,25 Dollar, die aber bei Ticketpreisen von 13 Dollar, bzw. 17 Dollar für 3D, verschmerzbar ist. Einige Händler, wie Fandango, bieten sogar Tickets an, die ich auf mein Handy laden kann, so dass ich gar keine Eintrittskarte aus Papier mehr benötige. Am Eingang wird der Code einfach von meinem Handy gescannt.

Wenn Sie glauben, die Ticketpreise in New York sind hoch, warten Sie ab, bis sie an der Kinobar stehen. Es empfiehlt sich, seine eigene Verpflegung in den Saal zu schmuggeln. Zugegeben, Popcorn ist schwierig unter einem Mantel zu verstecken, aber es lohnt sich. Für Süßigkeiten oder Wasser muss man an der Bar ein Vermögen bezahlen. Im Gegensatz zu euch glücklichen Europäern ist der Genuss von Alkohol in den amerikanischen Kinos übrigens verboten. Wenn der Film beginnt, ist das New Yorker Publikum genauso eigen wie die Stadt selbst, und manchmal kann es in einem vollen Saal ganz schön heiß hergehen. Kinogänger, die sich während des Films laut unterhalten oder ihr Popcorn zu geräuschvoll essen, werden mit Zischen und Rufen zum Schweigen gebracht. Ein volles Filmtheater in New York scheint Krawallsucher geradezu anzuziehen, die meisten Besucher aber kümmern sich um ihren eigenen Kram und überlassen sich dem Zauber der Geschichte auf der Leinwand.

AILY NASH

Wie ein Kinoabend bei uns in NRW aussieht, wissen wir: im besten Falle unterhaltsam und entspannend. Wie aber verläuft ein Besuch im Kino anderswo? Wir haben nachgefragt und liefern cinephile Stimmungsberichte aus New York, London, Köln, Rom und Moskau.



K 2

Astor Film Lounge im Residenz

Premium-Kino mit FSK 40 in Köln

Kinokomfort wie in London (siehe Beitrag „Kinobesuch in London“ auf dieser Seite) verspricht auch Hans-Joachim Flebbe, der im alten Residenz-Filmtheater an den Kölner Ringen im März das „Flaggschiff“ seiner Astor Film Lounge-Luxuskinos eröffnen will. Zwischen herabhängenden Kabeln und aufgetürmten Schutthaufen erläutert er Anfang November im ausgeräumten Residenz das Konzept für die drei geplanten Säle. „Wir wollen den Charakter der schönen alten Kinozeit wiederbeleben und gehobene Unterhaltungsfilm für Menschen über 40 zeigen“, erklärt der Cine-maxx-Gründer Flebbe, der mit der Astor Film Lounge in Berlin bereits einen Prototypen seiner Vorstellung eines Premium-Kinos, bei dem der „Besucher im Mittelpunkt steht“, betreibt.

Bei Kartenpreise zwischen 10 und 16 Euro erwarten den Kinogast in der Kölner Astor Film Lounge ein Doorman, ein Begrüßungscocktail, eine kostenlose Garderobe, Platzanweiser, bequeme Sessel mit viel Beinfreiheit, Getränke und Snack-Service am Platz während des Vorprogramms, zu dem neben Trailern auch ein Kurzfilm zählt, und natürlich eine hochwertige Ton- und Bildqualität digital und 3D sowie die Möglichkeit, seine Karte vorab im Internet zu kaufen. „Schlangen wird es bei uns nicht geben“, so Flebbe, der besonders stolz auf die Kinossessel ist: Sie werden in Norwegen gefertigt und lassen sich in eine komfortable Liegeposition bewegen, in der Loge sogar mit integrierter Fußablage.

Für die neue Astor Film Lounge im Residenz sind drei Säle geplant. Im alten Saal 1, der mit einer Leinwand von 6,2 mal 14,5 Metern großes Kinoerlebnis erwarten lässt, werden statt 800 nur noch 300 der bequemen Sessel Platz finden. Im Saal 2 sind 150 Plätze geplant, die Säle 3 und 4 werden zu einem Club-Kino mit Bibliothekscharakter zusammengelegt.

„Ich bin fest überzeugt, dass ich in Köln niemandem etwas wegnehme. Unser Ziel ist es, Zuschauer vom Fernsehen wieder ins Kino zu locken“, stellt Flebbe mit Blick auf die Kölner Kinoszene klar. Geleitet wird das neue Kino von

Mark Klingbeil, der u.a. für die Ufa und auch schon als Theaterleiter im Kölner Cinedom gearbeitet hat.

Übers Jahr rechnen Flebbe und Klingbeil mit rund 150.000 Besuchern. Auch Opern- und Konzerübertragungen seien möglich und natürlich Premieren, auch wenn das bei „300 Plätzen grenzwertig ist“, so Flebbe.

Noch nicht erklärt ist, ob auch Popcorn im Angebot ist. Nachos wird es definitiv keine geben, sondern nur kalte Snacks. „Die riechen nicht“, so Flebbe, und allein dafür sollte ihm der Kinoliebhaber dankbar sein.

> www.astor-filmounge.de

Ein Kinobesuch in Rom

Italienisch auf der Leinwand und im Saal

Die Dinge ändern sich in der Ewigen Stadt. Klar, die Bürger Roms mögen ihre Informationen über das Kinoprogramm immer noch lieber aus der altmodischen „Nottola“ beziehen, einfachen Programmauflistungen, die an die Glastüren aller Bars und Restaurants der Stadt geklebt werden, als eine Smartphone-App zu nutzen. Aber man darf sich nicht täuschen lassen: Der Fortschritt hält Einzug, besonders was technische Anforderungen anbetrifft. Die Kinos in Rom werden zur Zeit digitalisiert, die alten Projektoren weichen der 2k/4k-Technik in eindrucksvollem Tempo. Noch vor ein paar Jahren hing Italien diesbezüglich dem Rest Europas hinterher – heute hat es mit dem europäischen Durchschnitt gleichgezogen (lässt man Klassenprimus Frankreich und auch England mal außer Acht).

Wenig überraschend ist Rom in Sachen Digitalisierung führend in Italien, womit es seinen nationalen Status als Filmstadt Nummer eins auch ins digitale Zeitalter übertragen konnte. Seine typischen Abspielorte haben immer noch den Look und die architektonische Atmosphäre aus den 60er Jahren, hier und da mit modernen Einsprengseln als Zugabe. Obwohl äußerst ungünstig für die soziale Spaltung, die sie schafft, hilft die Tatsache, dass die meisten neu errichteten Multiplexe an die Ränder der Stadt gedrückt werden, die klassisch altmodische Atmosphäre vieler zentrumsnaher Kinos zu erhalten: Winzige Eingänge drängeln sich zwischen alten Bars und Imbissen in die schmalen Fassaden der Gebäude aus dem 19. und 20. Jahrhundert, und auch das rituelle Abreißen der Eintrittskarte hat das Zeitalter der Automaten überdauert. Traditionen aber können auch zur Last werden für Cinephile und ahnungslose Touristen: Der erstaunliche Mangel an Filmen in Originalsprache plagt die Kinos der Hauptstadt und untergräbt dessen internationales Flair erheblich. Italiens absurde Faszination für Synchronisation allein (die es mit Deutschland teilt) ist schlimm genug, dass einem aber überhaupt keine Wahl gelassen wird, ist empörend.

Manchmal sind Veränderungen nicht sofort erkennbar. Rom zum Beispiel verändert sich von innen, so hat es die Stadt immer schon getan. Die technologischen Verbesserungen jedenfalls verschaffen Rom die Zeit, die es noch braucht. Währenddessen steigen die Zuschauerzahlen, und die Öffentlichkeit genießt ihre wieder gefundene Liebe zum Kino. Was sich hingegen niemals ändern wird, auch nicht im Kino, sind die lauten italienischen Menschenmengen.

TOMMASO TOCCI

Ein Kinobesuch in Moskau

Multiplex Moskau – das Handy bleibt an

Shoppen, Café, Kino – so stellt sich die russische Kinoindustrie wohl das perfekte Wochenende vor. Egal, ob anspruchsvolle Arthouse-Filme aus Europa und Ostasien oder Hollywood-Mainstream: An den Glitzerfassaden der Moskauer Konsumtempel kommen nur wenige Filmfreunde in der russischen Hauptstadt vorbei: Die großen Multiplex-Kinos finden sich in Moskau mittlerweile vor allem in den neuen Einkaufszentren. Und auch die meisten sowjetischen Filmtheater mit so stolzen Namen wie „Oktober“ oder „Puschkin“ sind längst in den Kino-Kommerz integriert. Wer etwa zum Kino Europa der Formula-Kette will, muss sich vorbei an Pelzgeschäften, Jeans-Marken-Shops und Juwelieren durch die Massen der Einkaufswütigen in den dritten Stock des Europa-Einkaufszentrums kämpfen. Action gibt es oft schon vor dem Filmstart, denn den Eingang zum Kino blockiert häufig ein Wachmann. Die Taschenkontrolle ist Reaktion auf die Terroranschläge der vergangenen Jahre in Russland.

Das Programm bietet meist eine wenig originelle Mischung aus Hollywood-Filmen, russischen Blockbustern sowie dem sporadischen Schmuckstück von Wim Wenders oder Woody Allen. Allein für den Animationsfilm „Der gestiefelte Kater“ listet das Onlineportal der Veranstaltungszeitschrift „Afisha“ Vorstellungen in über 90 Kinos der russischen Hauptstadt. Trotzdem lohnt es sich in der Zwölf-Millionen-Metropole gerade am Wochenende, vorher im Internet Karten zu reservieren, zumal Autorenfilme oft auch nur in einer Hand voll Kinos laufen.

Im Kinosaal erinnert dagegen nur von Zeit zu Zeit das obligatorische Handyklingeln gefolgt von einem ins Telefon gerauten „Ja v kino!“ („Ich bin im Kino“) daran, wo man sich befindet. Mit digitaler Projektion, Dolby Digital Sound und ergonomischen Kinossesseln brauchen sich die meisten der Moskauer Multiplex Kinos technisch nicht vor ihren Pendanten im Westen zu verstecken. Nur bei ein paar Arthouse-Filmtheatern muss der Zuschauer technische Abstriche machen. Die noch vor ein paar Jahren weit verbreitete Praxis der „Übersetzung hinter der Leinwand“, bei der ein oder zwei Sprecher das russische Skript einfach mitlesen, ist heute weitgehend Synchronisation oder bei kleineren ausländischen Produktionen Untertiteln gewichen. Letztere preisen die Damen an der Kinokasse gerne mit den Worten an: „Da gibt es keine Sprache, da müssen sie lesen.“

Richtige Cineasten haben es in Russland dagegen schwer. Nicht nur, dass die Zuschauer zu Ende des Films sofort aufspringen. Manche Kinos lassen den Abspann nicht einmal bis zum Schluss laufen. Diejenigen, die trotzdem sitzen bleiben, werden kurz zuvor von der Putzkolonne herauskomplimentiert: „Da kommt nichts mehr.“

ERIK ALBRECHT

MO

Ihre beste Marketingidee?

Wir setzen auf Qualität! Hierzu gehört zum einen, dass wir unseren Kunden in allen sechs Sälen ein voll digitalisiertes, modernes und freundliches Kinoerlebnis bieten, so dass sie bei uns ihren perfekten Kinotag erleben können. Dabei setzen wir auch auf direkte Zielgruppenansprache. Hierzu haben wir im Rahmen unserer An- und Umbaumaßnahmen einen „Komfortsaal“ gebaut, der Kinofreunde des außergewöhnlichen Films mit gehobenem, abwechslungsreichem Programm in Programmkinostuktur anspricht. Dieser Saal weist zudem einen besonderen Sitzkomfort mit großzügigem Reihenabstand, beleuchteten Tischchen und Einzelsesseln zum Zurücklehnen auf, der das Kinoerlebnis abrundet. Unseren Kunden stehen ca. 300 kostenlose Parkplätze zur Verfügung, was in einer ländlichen Gegend wie Ostwestfalen besonders wichtig ist. In der Zielgruppenansprache sind wir zudem filmisch bereits seit Jahren tätig, z.B. in Form von vielen Sonderreihen wie „Seniorenkino“, „Kirche+Kino“, „Kinderkino OWL“, Verfilmte Literatur, Ladies First-Preview, Echte-Kerle-Preview und – demnächst – Pärchen-Preview.

Ute Schlinker, Cineplex Warburg

Das Problem mit den Marketingideen ist, dass die Kinobetreiber im Arthouse-Bereich oft alleine da stehen – nach der Verleihstrategie: „Ihr macht sicher gut die Arbeit vor Ort, und übrigens: Trailer gibt es leider auch nicht, und die einzige 35mm-Kopie erst in drei Monaten.“ Mit viel Kinoanstrengung, trotzdem: positiv erreichte Einspielergebnisse gehen ja kaufmännisch gesichert zu mindestens 45 Prozent an den Verleih, der beispielhaft als unvertrauensbildende Maßnahme irgendwann noch eine Freikartenrevision zu Lasten des Kinos veranlassen kann (dann waren es halt zu viele Marketingideen). Meine erfolgreichste Marketingidee wäre, dass die Mehrarbeit der Kinos auch den Kinos zugute kommt und die Vertragsarchitektur zwischen Produzent, Verleih, Öffentlichkeitsarbeit und Kino in der gesamten Auswertungskette neu gebaut wird. Das wär' doch was! Sonst bleiben Marketingideen der Kinos letztendlich vor allem Vertriebsmotoren für andere, oder kino.to schreit: Nieder mit der Content-Mafia!

Sigrid Limprecht,

Kino in der Brotfabrik Bonn

Meine letzte gute Maßnahme war „Kino für Genießer“. Das ist natürlich keine neue Idee, aber ich hatte sie bislang noch nicht konsequent genug umgesetzt. Es handelt sich dabei immer um einen aktuellen Film wie „Willkommen im Süden“ oder „Almanya“ oder „Alles koscher“. Wir servieren dann zum Film die passenden Getränke und Speisen.

Oliver Groteheide, Bambi Gütersloh

Bald drei Jahre digital – eine Bilanz der Essener Lichtburg

Digitaler Pionier

VON OLIVER BAUMGARTEN

Die Lichtburg in Essen: Deutschlands größter und in vielen Augen auch schönster Filmpalast verfügt seit Anfang 2009 über eine digitale Projektion nach DCI-Norm. Damals, als vier Monate vor „Avatar“ im Juli 2009 mit „Ice Age 3“ einer der ersten Erfolg versprechenden 3D-Filme anlief, war die Lichtburg noch das einzige Kino im gesamten Ruhrgebiet, das den angepriesenen Effekt auf 1.250 Plätzen bieten konnte: ein kurzer Moment von Goldgräberstimmung in der alten Zechenstadt und im nachhinein vermutlich genau der richtige Augenblick, um das Kino zu digitalisieren.

2009 war Deutschland noch weit davon entfernt, Finanzierungsalternativen oder Förderungen für die Umstellung zu entwickeln, und so blieb Marianne Menzes Essener Filmkunsttheater GmbH, der Betreiberin der Lichtburg, gar nichts anderes übrig, als die Digitalisierung mit eigenen Mitteln zu finanzieren. Sie leaste die gesamte Technik beim Anbieter Kinton und zahlt seitdem monatlich ab. Nach einigen Anlaufschwierigkeiten, in denen die digitale Technik noch für einige kleinere Pannen sorgte, konnten die Ursachen dafür aber beseitigt werden, so dass der Betrieb mittlerweile, so Marianne Menze, „relativ unproblematisch“ funktioniert. Dass die Wartungskosten für die digitalen Projektoren höher ausfallen als bei den analogen, ist eine Sache. Größere Sorgen aber bereiten Marianne Menze mögliche Folgekosten: „Wir haben 35mm-Projektoren, die sind 60 Jahre alt und funktionieren noch einwandfrei. Man muss nun schauen, wie lange die digitalen Projektoren halten. Fragen kann man sich aber heute schon mal, wer eigentlich diese zweite Welle der Umrüstung dann bezahlen soll“ – falls die Lebensdauer der Projektoren beispielsweise kürzer als ihre Amortisation ausfallen sollte.

All das wäre ja im Grunde kein Problem, wenn sich denn beispielsweise

Wie die Digitalisierung das Verhältnis von Kino und Verleih prägt

Wer ist der Boss?

VON REINHARD KLEBER

Die fortschreitende Umrüstung vom 35mm-Film auf digitale Projektion hat bei manchen Kinobetreibern alte Ängste geweckt. Denn die Umstellung auf Festplatten mit Digital Cinema Packages ermöglicht wegen der digitalen Verschlüsselung Eingriffe der Verleiher in die Programmgestaltung. Wenn per Computer zumindest theoretisch kontrolliert werden kann, welcher Film wie lange in welchem Saal läuft, stellt sich die Frage: Wer hat eigentlich im Kino das Sagen?

Cineplex-Geschäftsführer Kim Ludolf Koch sieht die Problematik gelassen. In der Kette mit Sitz in Wuppertal haben sich die Betreiber von 460 Kinosälen zusammengeschlossen, von denen 170 digitale Projektoren haben. Streit gebe es meist um die größten Säle, wenn mehrere Blockbuster simultan oder kurz nacheinander anliefen, sagt Koch.

Er zeigt Verständnis dafür, dass ein Verleiher im Kampf um Marktanteile darauf beharrt, dass sein Film auf bestimmten Schienen gespielt wird, auch wenn die Nachfrage schwächer ist als erhofft. Genauso wolle jeder Kinobetreiber das Potenzial eines Kassenhits ausschöpfen, indem er ihm größere Säle oder bessere Startzeiten verschafft. Insgesamt zeige die Praxis: „Mal trifft es den einen Verleiher, mal den anderen.“

Die Folgen der Verschlüsselung, die vor allem Raubkopierer abschrecken soll, sollten nach Ansicht Kochs nicht überschätzt werden. Zwar verfüge der Verleih vertraglich über die Option, einen Film nur für den großen Saal freizugeben und damit die Flexibilität des Kinobetreibers zu begrenzen. „Die Verleiher wissen aber aus Erfahrung, dass sie besser fahren und weniger Stress haben, wenn sie den Schlüsselbund dem Kinobetreiber geben.“ Wenn etwa wegen eines technischen Defekts ein attraktiver Film in einen anderen Saal verlegt werden müsse, dann führe das rasch zu Komplikationen, erst recht am Wochenende. Im schlimmsten Fall könnten sogar Vorstellungen ausfallen, was keinem nutze.

Eine Machtverschiebung im Vertragsgefüge sieht auch Thomas Menne, Geschäftsführer der Walt Disney Studios Motion Pictures Germany GmbH, nicht: „Wir nehmen keinen Einfluss auf das Filmprogramm und greifen auch nicht in die Programmhoheit ein.“ Da bei Kinofilmen unvorhergesehen hohe Nachfragespitzen auftreten könnten, sei manchmal ein hohes Maß an Flexibilität nötig, die man aber stets zeige. „Im schlimmsten Fall, also wenn ein Kinobetreiber eklatant gegen Absprachen verstößt, gibt es zwar die theoretische Möglichkeit, über den digita-

nach zwei Jahren Digitalisierung sagen ließe, durch sie stiege der Umsatz zum Beispiel durch 3D so erheblich, dass sich all die Investitionen buchstäblich auszahlten. „Ich sehe das Interesse des Zuschauers an 3D schwinden“, sagt stattdessen Marianne Menze. „'Avatar' hat die Effekte dramaturgisch genutzt, da hat auch das Publikum wunderbar drauf reagiert.“ Danach aber, so Menze weiter, sei kaum noch was Gutes in 3D gelaufen, und damit habe sich die Branche keinen Gefallen getan. „Die Leute sind nicht doof, sie haben gemerkt, dass sie für den hohen Aufpreis keinen reizvollen Gegenwert mehr bekommen“, sagt Marianne Menze und erzählt, wie Besucher immer wieder nachfragen, ob es bestimmte Filme nicht auch in 2D gäbe. „3D“, sagt Marianne Menze, „wird in dieser Form die Zukunft des Kinos nicht retten.“

Zwar hat die Digitalisierung der Lichtburg etwas von einer Pioniergeschichte, doch für die Essener Filmkunsttheater GmbH mit ihren weiteren Kinos Eulenspiegel, Filmstudio, Astra, Luna, Sabu und Galerie Cinema bleibt der große Saal der Lichtburg mit seiner Programmierung aus gehobenem Mainstream und populärem Arthouse bis heute das einzige umgerüstete Kino. Alle anderen Säle spielen vorwiegend klassisches Arthouse, da gestalten sich nicht nur die Finanzierung, sondern auch die technischen Voraussetzungen als schwieriger, weil man sich in der Filmkunst für alles gewappnet sehen und die analogen Projektoren nicht komplett entsorgen möchte.

Selbst wenn die Essener Filmkunsttheater GmbH alle Förderungen von FFA und Film- und Medienstiftung NRW ausschöpfen würde, so bliebe pro Leinwand immer noch ein Restbetrag von 15-20.000 Euro. Mit entsprechendem Antrag beim neu aufgelegten MEDIA-Programm ließe sich dieser Betrag vielleicht noch einmal senken, doch die Vorführräume der traditionsreichen Kinos des Unternehmens (das Filmstudio existiert seit 1924) verlangen alle ihre individuellen Lösungen. Das will erst einmal gut kalkuliert werden.

Doch wenn eines Tages all diese Kinos erst einmal tatsächlich digitalisiert sein sollten, dann offenbart sich für Marianne Menze endlich der wahre Vorteil dieser Technologie: „Man kann endlich wieder unkompliziert und in hervorragender Bild- und Tonqualität Repertoire spielen.“

len Schlüssel Einfluss zu nehmen“, sagt Menne. Dies sei aber in der Praxis nicht vorgekommen.

Die Digitaltechnik ermögliche „bessere Kontrollmöglichkeiten“, aber dazu „müsste man tausende Leinwände überwachen“, was in der Praxis unmöglich sei. Probleme mit dem Schlüsselmanagement gebe es nur durch technische Defekte, verspätete Anlieferung oder verpasste Buchungsfristen.

Für Diskussionen sorgt häufig der so genannte Alternative Content, also Live-Übertragungen von Konzerten, Opern oder Fußballspielen. Koch meint: „Natürlich kann eine Opernübertragung in der jetzigen Übergangsphase schon mal zu Zielkonflikten führen, vor allem wenn ein Verleiher ein attraktives Produkt auswerten möchte. Sobald die meisten Kinos digitalisiert sind, wird sich der Konflikt entspannen.“ Wenn man so etwas beim Verleiher rechtzeitig adressiere, „stellt das in der Regel kein Problem dar“. Auch sieht Menne keine Konflikte, „wenn man sich rechtzeitig abspricht und wirtschaftlich einigt“.

Für Arthouse-Kinos wiegt die Schlüssel-Problematik weit weniger, vor allem wenn sie noch oft 35mm-Kopien vorführen. Oder kaum Filme der Majors spielen, wie das Cinema in Münster. „Derzeit zeigen wir zehn von elf Filmen digital, davon keiner verschlüsselt“, berichtet Kinochef Jens Schneiderheinze. Bei den mittleren und kleinen Verleihern sei die Verschlüsselung „immer seltener geworden“.

Die Filmpiraten hätten anderes im Sinn, als deren Filmkunstperlen zu kapern. Seine Bilanz: „Das ist eine Pseudo-Diskussion. Die Branche braucht diese Verschlüsselung nicht.“

Für die Arthouse-Kinos hat die Digitalisierung im Alltag Vorteile gebracht. Schneiderheinze: „Bei einem Kinostart mit einer Handvoll 35mm-Kopien mussten wir die Kopie früher an andere Kinos weitergeben, jetzt können wir die Filmdatei nach Absprache auf dem Server behalten und für Sonntagsmatineen oder Schulvorstellungen nutzen.“

Auf eine gute Partnerschaft mit den Stammkunden legt auch der Kölner Verleih Rapid Eye Movies (REM) wert, der sich auf asiatische Arthouse-Filme spezialisiert hat. Dementsprechend gibt er Kostenersparnisse durch die Digitalisierung zum Teil an die Kinos weiter. „Wir haben die Mindestgarantie etwas gesenkt“, sagt Disponent Torsten Peters.

Er unterstreicht auch die „Vertrauensbasis“ mit den Arthouse-Kinos, so dass man auf Verschlüsselungen verzichte. „Die Kinos achten schon im Eigeninteresse auf die Kopiersicherheit, das ist ja ihr Broterwerb.“ Zudem sei der Koordinationsaufwand für die Schlüssel recht hoch. Allerdings hat REM zuletzt für zwei Filme des Fantasy Film Fests erstmals DCPs für Multiplexe herstellen lassen.

Wie Schneiderheinze betont auch Peters die Vorteile der Digitaltechnik: „Manche Filme wie ‚Life in a Day‘ oder ‚Bombay Diaries‘ bringen wir nur noch digital heraus, 35mm-Kopien wären zu teuer. So bekommen auch kleine Filme eine Kinochance, die sie früher nicht erhalten hätten.“

Für europäische Filmtheater und ihre Betreiber bietet das MEDIA-Programm Unterstützung in den unterschiedlichsten Bereichen: Digitalisierung, Weiterbildung und das Kinonetzwerk Europa Cinemas sind hier die Hauptstichworte.

Mit einem Budget von zwei Millionen Euro hat MEDIA die Digitalisierung von Filmtheatern in diesem Jahr in das Förderprogramm aufgenommen. Bis Mitte September konnten europäische Kinobetreiber einen pauschalen Zuschuss in Höhe von 20.000 Euro für Nebenkosten, die beim Umstieg auf die Digitaltechnik entstehen (z.B. Finanzierungs- oder Garantiekosten), beantragen. Für die Betreiber und Mitarbeiter der Arthouse-Kinos gibt es außerdem diverse durch MEDIA geförderte Weiterbildungsangebote, die z.B. praktisches Know-how für die Programmierung und Leitung von Filmkunsttheatern vermitteln, wie der während der Filmfestspiele in Venedig stattfindende Workshop „Art Cinema = Action + Management“. Andere befassen sich speziell mit digitalen Vorführtchniken und neuen Geschäftsmodellen, zum Beispiel das „DigiTraining Plus“-Programm von MEDIA Salles.



Claude-Eric Poiroux, Foto: Europa Cinemas

Von MEDIA gefördert ist auch das 1992 gegründete erste europäische Kinonetzwerk, Europa Cinemas, das Filmtheatern mit einem hohen Programmanteil europäischer nicht nationaler Filme diverse Möglichkeiten der Unterstützung bietet. Für die Vorführung europäischer Filme können die Mitgliedskinos jedes Jahr Förderungen zwischen 15.000 und 45.000 Euro und für besondere Programmvielfalt einen zusätzlichen Bonus erhalten. Fördergegenstand sind außerdem spezielle Angebote für Kinder und Jugendliche und digitale Vorführungen. Zudem organisiert das Netzwerk für seine Mitglieder regelmäßig branchenspezifische Workshops und eine Jahreskonferenz. Eine aus Europa-Cinemas-Kinobetreibern bestehende Jury zeichnet jedes Jahr jeweils einen europäischen Film im Festivalprogramm von Berlin, Cannes, Karlovy Vary

Das Kinonetzwerk Europa Cinemas

Europa für NRW-Kinos

und Venedig aus. So wurde zuletzt auch eine Produktion aus NRW auf der Berlinale mit dem Europa Cinemas-Label prämiert: Jan Schomburgs Debütfilm „Über uns das All“, produziert von der Kölner Pandora Filmproduktion. Europa Cinemas ist mittlerweile nicht nur in Europa, sondern auch im Mittelmeerraum, Asien und Lateinamerika vertreten und verzeichnet hier insgesamt 1.017 Mitglieder in 64 Ländern. NRW ist mit 26 Mitgliedskinos in elf Städten dabei. Europäische Filmtheater können sich jedes Jahr bis zum 31. August für die Aufnahme in das Netzwerk bewerben. Für die MEDIA-Seite des Magazins gibt Claude-Eric Poiroux, Generaldirektor von Europa Cinemas, Auskunft zur aktuellen Situation des Kinonetzwerks.

Wo steht Europa Cinemas heute?

Seit seiner Gründung vor 19 Jahren verzeichnet das Netzwerk ein stetiges Wachstum. 1992 zählte es rund vierzig Mitgliedskinos, heute bereits über 1.000. Es hat nicht nur Standorte in den Ländern des MEDIA-Programms, sondern auch in den Mitgliedsländern von Eurimages, in den ehemaligen GUS-Ländern und neuerdings auch in Asien, Lateinamerika und im Mittelmeerraum. Die kontinuierliche Erweiterung unseres Netzwerks zeigt, dass die Verbreitung des europäischen Films Kinofachleute aus der ganzen Welt zusammenbringt, um gemeinsam an denselben Zielen zu arbeiten. Diese Kooperation schlägt sich in konkreten Zahlen nieder. 2010 waren mehr als 60 Prozent der Filmvorführungen der Europa-Cinemas-Mitgliedskinos in den MEDIA-Ländern dem europäischen Film gewidmet. Der Anteil europäischer nicht-nationaler Vorführungen betrug 36,4 Prozent. Im Europa liegt dieser Anteil normalerweise bei weniger als 10 Prozent. Mit mehr als 200 Millionen Euro Einnahmen für europäische Filme ist das Netzwerk unverzichtbar für die Verbreitung anspruchsvoller und vielfältiger Filme geworden.

Wie beurteilen Sie die Situation der Kinos in Europa in Bezug auf die Digitalisierung?

Sie ist momentan noch sehr ungleich. Die 3D-Projektion war der Auslöser für alle Mainstream-Kinos in Europa, sich digitaltechnisch auszurüsten, und davon profitierte zunächst in erster Linie das amerikanische Kino. In unserem Netzwerk, mit Ausnahme von rund dreißig Multiplexkinos, haben wir es hauptsächlich mit unabhängigen Kinounternehmen zu tun, größtenteils Filmtheater mit mehreren Sälen, viele aber auch mit nur einer Leinwand. Ein Drittel unserer Mitgliedskinos sind mittlerweile digitaltechnisch gut ausgestattet. Sie verwenden das vom Verleih gelieferte DCP-Format (Digital Cinema Package). Im Gegenzug bieten die Verleiher so genannte VPF (Virtual Print Fees) zur Kofinanzierung der digitalen Ausrüstung an. Leider wird dieses VPF-Modell den kleinteiligen Kinomärkten und kleineren Kinos nicht gerecht. Hier sind ergänzend öffentliche Förderungen oder Funding Groups notwendig. Fakt bleibt jedoch, dass wirtschaftlich weniger leistungsfähige Kinos nicht genügend Mittel haben, um den Weg der Digitalprojektion allein beschreiten zu können. Die Zeit drängt, denn in kurzer Zeit werden die Verleiher keine 35mm-Kopien mehr liefern. Eine gewaltige Herausforderung, die das Netzwerk in den nächsten Jahren stemmen muss.



... und das sagt die Basis

Im Interview berichten die NRW-Kinobetreiber Mustafa El Mesaoudi vom Lichtblick Cinema in Wuppertal, Christian Schmalz vom OFF Broadway in Köln, und Kalle Somnitz von den Düsseldorf Filmkunstkinos über ihre Arbeit und Erfahrung im Rahmen ihrer Mitgliedschaft bei Europa Cinemas.



Mustafa El Mesaoudi, Foto: privat

Welche Vorteile bringt die Mitgliedschaft?

Mustafa El Mesaoudi: Die Möglichkeit, für ein europäisch ausgerichtetes Filmprogramm prämiert zu werden. Zugang zu einer Plattform, in der Erfahrungen und Ideen ausgetauscht werden können und die Begegnung mit Kinobetreibern außerhalb Europas.

Christian Schmalz: Eine kalkulierbare Referenzförderung zum Abspiel europäischer Filme und somit ein auch kalkulierbares Risiko, da sich die hohe Qualität vieler europäischer Filme nicht immer auch als wirtschaftlicher Erfolg darstellt.

Kalle Somnitz: Der wichtigste Vorteil ist natürlich der finanzielle. Die Prämien werden hier allerdings nicht von einer Jury nach qualitativen Kriterien vergeben, sondern quantitativ nach dem Anteil von europäischen Filmen im Programm berechnet.

Führen Sie besondere Aktionen für europäische Filme bzw. für junges Publikum durch?

Christian Schmalz: Wir richten jährlich das französische Jugendfilmfestival Ciné Fête aus. Nächstes Jahr zum 12. Mal vom 21. bis zum 25. Mai! Die Mehrzahl unserer wöchentlich wechselnden Kinderfilme sind europäische Produktionen. Letztes Jahr konnten wir dank Europa Cinemas einen jungen Cineasten zur Biennale di Venezia schicken.

Kalle Somnitz: Den geforderten europäischen Anteil schaffen wir locker durch unser ganz normales Programm. Darüber hinaus gibt es eine zusätzliche Förderung für Sonderaktionen für Kinder und Jugendliche. Dazu zählen bei uns das jährliche Kinderkinofest der Stadt Düsseldorf, die Teilnahme an Ciné Fête, der französischen Schulfilmwoche sowie andere Einzelveranstaltungen mit Schulen.



Christian Schmalz, Foto: Film- und Medienstiftung NRW

Inwiefern nutzen Sie Europa Cinemas als europäisches Netzwerk?

Christian Schmalz: Ich stehe mit einigen europäischen Kollegen in Kontakt, um neueste Entwicklungen, gerade bei der Digitalisierung der Kinos zu diskutieren. Auch geben die zeitlich versetzten Filmstarts in Europa Anlass zum Informationsaustausch.

Kalle Somnitz: Der Informationsaustausch findet fast ausschließlich auf der Jahrestagung statt. Früher ist oft über eine Zusammenarbeit in Form von gemeinsamen Filmreihen u.ä. gesprochen worden, sie leiden aber immer an der unterschiedlichen Rechtsituation in den einzelnen Ländern. So ist es nie gelungen, ein bestimmtes Filmpaket durch die europäischen Kinos touren zu lassen. Ein Kompromiss ist vielleicht das Label Europa Cinemas, das auf den wichtigsten Festivals für den besten europäischen Film vergeben wird. Wenn man diesen Film dann später in seinem Kino spielt, bekommt man dafür die doppelte Punktzahl, die letztendlich über die Höhe der Förderung mitentscheidet. Dies ist auch ein Argument für den Verleiher, den Film in seine Staffel aufzunehmen, weil er weiß, dass die Kinos ihn bevorzugt einsetzen werden.



Kalle Somnitz, Foto: privat

Mustafa El Mesaoudi: Eine direkte Zusammenarbeit gibt es noch nicht. Derzeit arbeiten wir an einer Kooperation mit einem japanischen Programmkinobetreiber sowie mit einem Kinobetreiber aus Marokko, um Themenabende über die beteiligten Länder (in diesem Fall Japan, Marokko und Deutschland) zu zeigen. Dabei suchen die jeweiligen Kinos aus dem Heimatland Filme aus, die dann in einer Filmreihe in den anderen Kinos gezeigt werden.

NRW-Mitgliedskinos 2011

- Aachen: Capitol und Apollo, Bielefeld: Kamera Filmkunsttheater, Lichtwerk im Ravensberger Park, Bochum: Casablanca, Bonn: Bonner Kinemathek, Neue Filmbühne, Rex Lichtspieltheater, Dortmund: Camera Lichtspiele, Düsseldorf: Metropol, Cinema, Atelier im Savoy Theater, Bambi, Souterrain, Essen: Eulenspiegel, Filmstudio, Astra-Theater und Luna, Gütersloh: Bambi & Löwenherz Filmkunst- & Programmkinos, Köln: OFF Broadway Kino, Weisshaus Kino, Odeon Lichtspieltheater, Cinenova, Filmpalette, Münster: Schlosstheater, Cinema & Kurbelkiste, Wuppertal: Lichtblick Cinema



Im Sommer zieht das Haus am Waldrand an jedem Wochenende Hunderte Motorradfahrer an. An diesem schönen Oktobertag jedoch ist bei „Bikers Rast“ alles anders. Filmvolk ist angereist und hat eine andere Zeit mitgebracht: die frühen 60er Jahre. Und historische Figuren, die man hier, im beschaulichen Rhein-Sieg-Kreis, nur schwer hätte vermuten können: Hannah Arendt und ihre amerikanische Freundin Mary McCarthy. Es ist der neunte Drehtag für Margarethe von Trottas „Hannah Arendt“-Film – ein Projekt, um das die Regisseurin über zehn Jahre kämpfen musste.

Setbesuch: „Hannah Arendt“ von Margarethe von Trotta

Weltgeschichte in Windeck-Dattenfeld

Von Christian Seebaum



Fünf Frauen für „Hannah Arendt“: Kamerafrau Caroline Champetier, Margarethe von Trotta, Christina Bentlage (Leiterin Förderung bei der Film- und Medienstiftung NRW), Barbara Sukowa und Produzentin Bettina Brokemper am Set in Köln, Foto: Manfred Breuersbrock / Heimatfilm

Wie es der Zufall will, ist an diesem Tag auch jener Mann am Set, der vor mehr als zehn Jahren mit der Idee, einen Film über die deutsch-amerikanische Publizistin Hannah Arendt („Philosophin“ wollte sie nie genannt werden) zu drehen, zu Margarethe von Trotta kam: der langjährige WDR-Dramaturg und Produzent Martin Wiebel. „Ich bin der gute Geist, der Margarethe von Trotta davon abgehalten hat, zu resignieren“, sagt Wiebel. Und die Freude darüber, dass dieser Film jetzt endlich entstehen kann, ist ihm ins Gesicht geschrieben. Entscheidend dafür war, dass vor sechs Jahren

Filmstiftungs-Chef Michael Schmid-Ospach den Kontakt zur Kölner Produzentin Bettina Brokemper („Heimatfilm“) herstellte, die zu dieser Zeit selbst die Idee mit sich herumtrug, Arendt mit einem Film vor dem Vergessenwerden zu bewahren. Das war noch vor Hannah Arendts 100. Geburtstag. „Jetzt fiel das Warm up zu Drehbeginn genau auf ihren 105. Geburtstag – das fand ich ein schönes Zusammentreffen“, erzählt Bettina Brokemper. Das Drehbuch, das ursprünglich einmal Arendts gesamtes Leben behandeln sollte, konzentriert sich jetzt – von wenigen Rückblenden abgesehen – auf

vier wichtige Jahre: 1960 bis 1964. Das ist vor allem die Zeit, in der Hannah Arendt für das Magazin „The New Yorker“ den Prozess gegen den Naziverbrecher Adolf Eichmann in Jerusalem beobachtete. Ihre Artikelserie über den Prozess – später wurde daraus ihr Buch „Eichmann in Jerusalem“ – löste heftige Proteste aus, weil sie, selbst Jüdin, die Chuzpe gehabt hatte, den Schreibtischtäter Eichmann nicht als fanatisches Monster, sondern als blasse und im Wortsinne „gedankenlose“ Figur zu beschreiben. Nahezu sämtliche Freunde wandten sich damals von der in New York lebenden Intellektuellen ab. Nur eine enge Freundin, die Schriftstellerin und Frauenrechtlerin Mary McCarthy, stand ihr zur Seite.

Im Grunde sei das Denken das zentrale Thema des Films, sagt Regisseurin Margarethe von Trotta. Das freie, unabhängige Denken im Sinne Kants, der einst den aufgeklärten Menschen aufforderte, den Mut zu haben, sich seines eigenen Verstandes zu bedienen. Hannah Arendt hatte Mut. „Und“, so die Regisseurin, „wo findet man heute schon Modelle, die einem beibringen können, wieder zu denken?“ Aber ob das Publikum das auch sehen will? Grundsätzlich würden in schwierigen Zeiten wie den unseren vor allem Lustspiele und Nachdenkliches gedreht, stellt von Trotta fest. „Die Lustspiele hatten wir in Deutschland schon.“ Produzentin Bettina Brokemper ist ohnehin zuversichtlich: „Wenn eine Geschichte mich berührt, dann funktioniert sie auch im Kino.“

Aber noch sind wir in „Bikers Rast“ in Windeck-Dattenfeld. Das breite, mit Holz verkleidete Gebäude wird im Film eine Billardkneipe in Upstate New York abgeben. Vor der Tür parken blank gewienerte Oldtimer, ein Cadillac, ein Ford Galaxie, ein Pick-up-Truck. Drinnen stehen Mary McCarthy (Janet McTeer) und Hannah Arendt (Barbara Sukowa) an der Theke. Der langgezogene Kneipenraum ist Försters Traum:

Wände, Boden, Decke – alles Holz. Sogar die Steckdosen wurden gebeizt, um weniger aufzufallen. Links steht ein – extra für den Dreh gebauter – Billardtisch, daneben eine Musicbox mit Glashaube. Ein Bärenfell ist an die Wand genagelt, am anderen Ende des Raumes hängt eine amerikanische Flagge.

Arendt und McCarthy trinken Bier aus Flaschen. Neben ihnen auf der Theke steht eine alte Werbefigur: Eine Frau, die die Weltkugel auf der rechten Hand balanciert. Der Raum ist künstlich verraucht. Einige Meter Schienen sind verlegt, damit die von Caroline Champetier geführte Kamera während des Gesprächs bis zur Naheinstellung vorfahren kann. Die Frauen beobachten zwei Männer am Billardtisch.

McCarthy: „I could take both of them with one hand tied behind my back.“ Als nächstes der Gegenschuss mit den Poolspielern im Hintergrund, Statisten mit Pomade im Haar und ausrasiertem Nacken. Alle Frauen haben aufgetuppte Haare. Nach dem Probedurchlauf zeigt sich Margarethe von Trotta unzufrieden mit dem Komparsen, der im Hintergrund wortlos beim Barman ein Bier bestellen soll.

„Irgendwie hat der mich nicht überzeugt.“ Was daran liegen mag, dass der Statist sich auf seinen wenigen Schritten in etwa so geschmeidig bewegt wie ein Androide aus „Star Wars“. Der Regieassistent lacht: „Wir geben ihm noch eine Chance.“

Zwischen den Takes schwirrt ein buntes Sprachengemisch durch den Raum. Der mit 6,6 Millionen Euro budgetierte Film – die Film- und Medienstiftung NRW ist mit 750.000 Euro beteiligt – ist eine deutsch-französisch-luxemburgisch-israelische Koproduktion. Sprachen am Set sind Deutsch, Englisch, Französisch und eine vierte Sprache, die sich erst beim genauen Hin- und Hören als das Englisch der französischen Crewmitglieder entpuppt.

Dank Kreativität und Einfühlungsvermögen aller Be-

teiligten scheint die Verständigung dennoch reibungslos zu klappen.

Im Hintergrund der Szenerie, dort, wo sie im Film wahrscheinlich niemals jemand sehen wird, hat die Ausstattung amerikanische Zeitschriften platziert. Es sind Originale aus dem Jahr 1963, die einen ganz eigenen Kommentar zur Frage abgeben, wie weit diese Zeit von uns entfernt ist: Ganz oben liegt – absichtlich oder zufällig? – die „LOOK“ vom 12. März 1963. Die Titelseite heißt „The weird world of gambling. Why do we bet so much? Who really wins? Who really loses?“. Und, als wäre das noch nicht genug Seitenhieb auf das Finanzgeschäft, darunter das „LIFE Magazine“ vom 4. Januar 1963 mit einem versonnen blickenden Statuen-Torso auf dem Cover und der Schlagzeile: „The Miracle of Greece – Burst of genius that opened the way to our modern world.“ In diesem Moment in diesem Traum aus Holz erscheinen die 50 Jahre Distanz zu Hannah Arendt wie weggeblasen.

Barbara Sukowa, die in New York lebt, erzählt, dass Hannah Arendt dort weit bekannter sei als in Deutschland. „Alle, denen ich sagte, dass ich etwas über sie mache, waren sehr interessiert.“ Es ist bereits ihr sechster Film mit Margarethe von Trotta, für die sie Rosa Luxemburg und zuletzt Hildegard von Bingen gewesen ist. Das seien immer Filme „bei denen es für mich auch interessant ist, mich näher mit dem Thema zu beschäftigen, in die Geschichte einzutauchen.“ Das gilt natürlich auch für „Hannah Arendt“. Vor zehn Jahren, berichtet von Trottas Motivator Martin Wiebel, hätten viele, die er als Finanziers des Films zu gewinnen versuchte, zurückgefragt:

„Hannah...wer?“. Wenn der Film, voraussichtlich im Herbst 2012 den Weg in die Kinos findet, wird sich dieser Zustand der Unwissenheit für hoffentlich viele Besucher ändern.

ALEXANDER SCHEER NOAH JOËL KRAUS MERCEDES JADEA DIAZ JESSICA SCHWARZ FRITZ KARL VOLKER LECHTENBRINK

NACH DER WUNDERBAREN GESCHICHTE VON CORNELIA FUNKE

Als der Weihnachtsmann vom Himmel fiel

EIN FILM VON OLIVER DIECKMANN

AB 24.11. IM KINO

BAVARIA FILMVERLEIH- UND VERLEIHSTÄTTEN GMBH wega FILM WA Filmproduktion KIDDINX WEIHNACHTSMANN-FILM.DE ZDF CDV Hörspiel zum Film Deutinger audio DOLBY DIGITAL Constantin Film

Die Lottokönige

Regisseur **Dominic Müller** realisiert vom 8. November bis zum 14. Dezember in Köln und Umgebung „**Die Lottokönige**“ für **Eyeworks Fiction Cologne** (Produzenten: **Sabine de Mardt, René Jamm, Oliver Fuchs**) und den **WDR** (Redakteure: **Siegfried Grewenig, Hilde Müller**). Die TV-Serie basiert auf dem österreichischen Originalbuch der **E&A Film** (Wien) und wurde von den Autoren **Stephan Pächer** und **René Förder** adaptiert. Darsteller der Komödie sind unter anderem **Waldemar Kobus, Sandra Borgmann, Friederike Kempfer, Oliver Wnuk, Beate Abraham** und **Max von der Groeben**. Im Zentrum der Serie steht Familie König aus dem Ruhrpott, die den Jackpot im Lotto gewinnt. Doch aus Angst vor Neidern beschließt die Familie, den Gewinn einfach zu verschweigen. Geld auszugeben, ohne dass es jemand merkt, ist allerdings gar nicht so leicht.

> Eyeworks Fiction Cologne, Tel. (0221) 9347080; cologne@eyeworks.tv



Bewährtes Duo: **Leon Seidel** und **Louis Hofmann** in „**Huck Finn**“, Foto: Tom Trambow

Huck Finn

Am 13. Oktober fanden die Dreharbeiten zu „**Huck Finn**“, der Verfilmung von **Mark Twains** größtem Roman, nach 46 Drehtagen in den **MMC Studios** in Köln ihr erfolgreiches Ende. Das Leinwandprojekt der **Neuen Schönhauser Filmproduktion** und der Regisseurin **Hermine Huntgeburch**, die auch schon den Vorgänger „**Tom Sawyer**“ gemeinsam realisierten, wurde an Drehtagen in Brandenburg, Sachsen-Anhalt, im rumänischen Donau Delta und in Bukarest sowie in den MMC-Studios in Köln in Szene gesetzt. Neben **Leon Seidel** und **Louis Hofmann**, die erneut als **Huck Finn** und **Tom Sawyer** vor der Kamera standen, waren **August Diehl, Michael Gwisdek, Kurt Krömer, Henry Hübchen, Milan Peschel** und **Andreas Schmidt** beteiligt. Komplettiert wurde das Ensemble, wie beim ersten Leinwand-Abenteuer, durch **Heike Makatsch** als Tante Polly, **Peter Lohmeyer** als Richter Thatcher und **Hinnerk Schönemann** als Sheriff. Produziert wird die Mark Twain-Adaption von der Neuen Schönhauser Filmproduktion (**Boris Schönfelder**) in Koproduktion mit dem **Majestic Filmproduktion** (**Benjamin Herrmann**), **Filmaufbau Leipzig** und **MMC Independent** in Zusammenarbeit mit **ARD Degeto, WDR, Arte** und dem **BR**. **Majestic Filmverleih** bringt den Film ins Kino.

> Neue Schönhauser Filmproduktion, Tel. (030) 34391021; info@neueschoenhauser.de



„Das Leben ist nichts für Feiglinge“: **Frederick Lau** und **Helen Woigk**, Foto: RIVA Film/Georges Pauly

Das Leben ist nichts für Feiglinge

Am 12. November fiel die letzte Klappe für „**Das Leben ist nichts für Feiglinge**“, dem dritten Kino-Spielfilm von **André Erkau**. Gedreht wurden an 17 von 40 Drehtagen in Köln und Umgebung. Realisiert wird der Film von der **Riva Filmproduktion** (Produzent: **Michael Eckelt**) und den Koproduzenten **Senator Film** (**Helge Sasse, Ulf Israel**). Das Drehbuch schrieb **Gernot Gricksch** nach seinem gleichnamigen Roman. Darin geht es um die 15-jährige **Kim**, die vom Unfalltod ihrer Mutter genauso überrascht wird wie der Rest der Familie. Auf Umwegen findet jeder für sich zurück ins Leben. Als Darsteller standen **Wotan Wilke Möhring, Helen Woigk, Christine Schorn, Frederick Lau** und **Rosalie Thomass** vor der Kamera von **Ngo The Chau**. Auf Senderseite betreut Redakteurin **Lucia Keuter** für **WDR/Arte**. **Senator** wird die Tragikomödie ins Kino bringen.

> Riva Filmproduktion, Tel. (040) 3906256; hamburg@rivafilm.de



Am Set von „**Die Vampirschwestern**“ in Herne: **Isabel Hund, Christina Bentlage, Uli Putz, Marta Martin, Laura Roge, Martin Bachmann**; in der 2. Reihe: **Jakob Claussen, Hans Peter Deppe, Ilse Strombowski, Regine Vergeen, Christiane Paul, Stipe Erceg** und **Wolfgang Groos**, Foto: Tom Trambow

Die Vampirschwestern

Seit dem 26. September laufen Herne und Recklinghausen die Dreharbeiten zu „**Die Vampirschwestern**“, die Ende November in Bayern beendet werden sollen. „**Die Vampirschwestern**“ basiert auf den gleichnamigen Kinderbuch-Bestsellern von **Franziska Gehm**: Für die 12-jährigen Halbvampir-Schwester **Silvania** und **Dakaria** ändert sich alles, nachdem sie mit ihren Eltern aus Transsilvanien in eine Kleinstadt nach Deutschland gezogen sind. Hier müssen sich die Zwillingmädchen an die Gegebenheiten des Menschen-Alltags anpassen und ihre Vampirseite verheimlichen.

Die freundliche Vampirfamilie wird gespielt von den Nachwuchstalenten **Marta Martin** und **Lau-**

ra Roge als Vampirschwestern **Silvania** und **Dakaria Tepes**, sowie von **Christiane Paul** und **Stipe Erceg** in der Rolle ihrer Eltern. **Michael Kessler** ist als Vampirjäger **Dirk van Kombast** zu sehen und **Richy Müller** als **Ali Bin Schick**. Regie führt der Kölner **Wolfgang Groos** nach einem Drehbuch von **Ursula Gruber**. Die Produktion der **Claussen+Wöbke+Putz** Filmproduktion (Produzenten: **Uli Putz, Jakob Claussen**) in Koproduktion mit der **Deutschen Columbia Pictures Filmproduktion** (Director of Production: **Isabel Hund**) hat ihren Kinostart im Herbst 2012.

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

Mr. Morgan's Last Love

Am 28. Oktober begannen in Paris die Dreharbeiten zu „**Mr. Morgan's Last Love**“ (AT). Regie in der deutsch-belgischen Koproduktion führt **Sandra Nettelbeck**, die auch das Drehbuch nach dem Roman „**Die letzte Liebe des Monsieur Armand**“ von **Françoise Dorner** geschrieben hat. Vor der Kamera stehen **Sir Michael Caine**, der französische Shooting-Star **Clémence Poésy**, **Justin Kirk, Jane Alexander, Anne Alvaro** sowie **Gillian Anderson**. Der Film erzählt die bittersüße Geschichte eines einsamen amerikanischen Witwers in Paris, der durch die Zufallsbekanntschaft mit einer freimütigen, hübschen und impulsiven Französin seinen Lebensmut zurückgewinnt.

Die Dreharbeiten werden in Paris, an der bretonischen Küste sowie in Belgien stattfinden und im Dezember im Studio in Köln zu Ende geführt. In Köln und Berlin findet dann die Postproduktion statt.

Als Produzenten fungieren **Ulrich Stiehm** und **Frank Kaminski** von **Kaminski.Stiehm.Film**, **Helge Sasse** von **Senator Film Produktion**, **Astrid Kahmke** und **Philipp Kreuzer** von **Bavaria Pictures**, **Genevieve Lemal** von der belgischen **Scope Pictures** sowie **Sidney Kimmel** von **Sidney Kimmel Entertainment** (USA). Der **Senator Film Verleih** bringt den Film ins Kino. Den Weltvertrieb übernimmt **Bavaria Film International**.

> Senator Film, Tel. (030) 88091551; a.pankow@senator.de



„**Upgrade**“-Trio: **Sandrine Bonnaire, Franziska Buch** und **Jessica Schwarz** (v.l.), Foto: Ricardo Vaz Palma/Wüste/Iris Productions

Upgrade

Nach 13 Drehtagen in Düsseldorf und Umgebung sowie in Kerpen und Essen zog die Filmcrew des Kinodramas „**Upgrade**“ am 30. Oktober weiter nach Paris und Luxemburg. „**Upgrade**“ ist eine Produktion von **Wüste Film West** und **Wüste Film** in Koproduktion mit dem **NDR** und **BR** (Redakteurin: **Sabine Holtgreve**), mit **Iris Productions** (Luxemburg), **Drimages** (Paris) in Zusammenarbeit mit **Arte** und erzählt die emotionale und vielschichtige Geschichte um zwei Menschen, die der Zufall an einem Wendepunkt ihres jeweiligen Lebens am Flughafen aufeinander treffen lässt. Regisseurin **Franziska Buch** erzählt mit Kraft und Humor von zwei Pendlern zwischen Düsseldorf und Paris, deren Reisegründe unterschiedlicher nicht sein könnten. Das Drehbuch stammt von **Martin Rauhaus**. Die Hauptrollen spielen **Jean-Yves Berteloot, Ina Weisse, Thure Lindhardt, André Jung, Hannes Hellmann** und **Jürg Löw**. Als Produzenten zeichnen **Hejo Emons, Ralph Schwingel, Stefan Schubert** und **Nicolas Steil** verantwortlich. Der Film wird 2012 durch **Farbfilm** ins deutsche Kino gebracht.

> Wüste Film West, Tel. (0221) 5105067; wueste@wuestefilmwest.de



Setbesuch bei „Frisch gepresst“ in Köln: Thomas Menne, Juliane Husemann, Alexander Beyer, Jule Ronstedt, Susanne Fröhlich, Christine Hartmann, Regina Ziegler, Diana Amft, Yoko Higuchi-Zitzmann, Petra Müller (Film- und Medienstiftung NRW) und Hartmut Köhler (v.l.), Foto: Bernd Spauke/Disney

Frisch Gepresst

Am 2. November begannen die Dreharbeiten zur Kinokomödie „Frisch Gepresst“ in Köln. Nach dem Bestseller von **Susanne Fröhlich** ist die Produktion von **Ziegler Cinema** und **Buena Vista International Productions** eine Beobachtung der Thirty-Somethings von heute mit **Diana Amft** in der Hauptrolle als kinderloser Single. Unter der Regie von **Christine Hartmann** wird noch bis Dezember 2011 in Köln und Berlin gedreht. In weiteren Rollen spielen **Sunny Melles**, **Alexander Beyer**, **Tom Wlaschiha**, **Jule Ronstedt**

und **Sylvester Groth**. „Frisch gepresst“ ist eine Produktion von Ziegler Film mit dem neu gegründeten Label Ziegler Cinema und wird von **Regina Ziegler** und **Yoko Higuchi-Zitzmann** in Koproduktion mit Buena Vista International Produktion produziert. Das Drehbuch stammt von **Dirk Ahner** und **Tommy Krappweis**. An der Kamera steht **Alexander Fischerkoesen**. **Walt Disney Studios Motion Pictures Germany** bringt Frisch gepresst am 6. September 2012 in die deutschen Kinos.

> Ziegler Film, Tel. (030) 3209050; info@ziegler-film.de

Auslandseinsatz

Noch bis Mitte November wird „Auslandseinsatz“ in Marokko und Köln gedreht. Die Dreharbeiten zum **WDR-Fernsehfilm** begannen am 4. Oktober in Marokko. Es ist der erste deutsche Fernsehfilm, der den Krieg und die Mission der Bundeswehr in Afghanistan zum Thema hat und dessen Handlung auch dort spielt. Regie führt **Till Endemann**, das Drehbuch schrieb – unter Mitarbeit von **Nikola Bock** – Grimme-Preisträger **Holger Karsten Schmidt**. Als Feldwebel Daniel Gerber steht **Max Riemelt** vor der Kame-

ra, seinen Freund Ronnie Klein spielt **Hanno Koffler**. In weiteren Rollen sind **Omar El-Saeidi**, **Bernadette Heerwagen**, **Henriette Müller** und **David Striesow** dabei. „Auslandseinsatz“ ist eine Koproduktion des **Westdeutschen Rundfunks** mit **ARD Degeto** und **Relevant Film**. Produzentin ist **Heike Wiehle-Timm**, ausführende Produzentin **Nikola Bock**. Die Redaktion haben **Götz Bolten** (WDR) und **Bettina Reitz** (Degeto). Der Ausstrahlung ist für 2012 im Ersten geplant.

> Relevant Film, Tel. (040) 4132710; info@relevantfilm.de

Idiotentest

Noch bis zum 18. November dreht **Eyeworks Fiction Cologne** (Produzenten: **Micha Terjung-Schmidt**, **Sabine de Mardt**) in Köln und Umgebung „Idiotentest“ für das **ZDF** (Redakteur: **Martin Neumann**). Der TV-Film nach einem Buch von **Stefan Rogall** erzählt, wie in einer Fahrschule drei Frauen für den so genannten Idiotentest

aufeinander treffen. Die Damen werden gespielt von **Mariele Millowitsch**, **Susanna Simon** und **Henriette Richter-Röhl**. In weiteren Rollen sind unter der Regie von **Thomas Nennstiel** auch **Nicki von Tempelhoff** und **Kai Lentrod** zu sehen. Kameramann ist **Reiner Lauter**.

> Eyeworks Fiction Cologne, Tel. (0221) 9347080; cologne@eyeworks.tv

Headhunter

Am 21. Oktober fiel in Houston, Texas die erste Klappe für „Headhunter“ unter der Regie von **Bastian Günther** mit **Ulrich Tukur** in der Hauptrolle. Er spielt einen Headhunter in der Wirtschaftswelt, dessen Leben von einer versteckten Alkoholabhängigkeit geprägt ist. Durch die Sucht isoliert er sich immer mehr von seiner Umwelt. Als ihn ein Auftrag nach Houston bringt, führt ihn die Reise in seine tiefste innere Finsternis.

An 18 Drehtagen wird der amerikanische Teil des Films gedreht, die Dreharbeiten in Deutschland (überwiegend in NRW) werden im April/Mai 2012 stattfinden. **Martin Heisler** und **Joachim Ortmanns** produzieren für **Lichtblick Media** Berlin/Köln in Zusammenarbeit mit **SWR** und **HR**. **Anne Walker-MacBay** ist mit **Texas Avenue Films** Koproduzentin. **Farbfilm** bringt „Headhunter“ ins Kino.

> Lichtblick Film- & Fernsehproduktion, Tel. (0221) 925752-0; ortmanns@lichtblick-film.com

Scherbenpark

Am 4. November begannen in Stuttgart die Dreharbeiten für „Scherbenpark“, den neuen Film der Regisseurin **Bettina Blümner** und Nachfolger ihres Kinodebüts „Prinzessinnenbad“. **Eyeworks Film Gemini** (Produzenten: **Sabine de Mardt**, **Iris Wolfinger**) verfilmt das Romandebüt von **Alina Bronsky**. Das Drehbuch zum Film schrieb **Katharina Kress**. „Scherbenpark“ erzählt von einer jungen Frau, die sich von ihrem Hass auf alle Erwachsenen befreit und lernt, zwischen eigenem Anspruch und Aufbegehren den richtigen Weg zu finden. In der Hauptrolle setzt **Bettina Blümner** auf die Newcomerin **Jasna Fritzi Bauer**. An ihrer Seite spielen **Ulrich Nothen**, **Valdimir Burlakov**, **Max Hegewald** und **Maria Dragus**. Die Produktion entsteht in Zusammenarbeit mit dem **SWR** (Redaktion: **Stefanie Groß**). Gedreht wird in Stuttgart und Köln. **Neue Visionen** wird „Scherbenpark“ in die Kinos bringen.

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



„Liebe mit Nebenwirkungen“: Horst Janson, Eva-Maria Hagen und Gesine Cukrowski, Foto: ARD Degeto/Martin V. Menke

Liebe mit Nebenwirkungen

Seinen neuen Fernsehfilm drehte **H & V Entertainment** (Produzentin: **Rima Schmidt**) im Auftrag von **ARD Degeto** und **WDR** für **Das Erste** in Solingen-Gräfrath bei Köln bis zum 17. Oktober. Die romantische Komödie „Liebe mit Nebenwirkungen“ mit **Gesine Cukrowski**, **Franz Dinda**, **Christoph M. Ohr** und **Horst Janson** in den Hauptrollen erzählt die Geschichte von Pharmazie-Eva, die sich nach ihrer gescheiterten Ehe in den 13 Jahre jüngeren Arzt **Hendrik** verliebt und deren geordnetes Leben durch das neue Glück mächtig ins Wanken gerät. Regie führt **Christoph Schrewe**, die Kamera **Matthias Neumann**. Die zuständigen Redakteurinnen sind **Diane Wurzschmitt** (Degeto) und **Luciana Keuter** (WDR).

> H & V Entertainment, Tel. (089) 178770; info@hv-entertainment.com

Halbe Hundert

Bis zum 21. Oktober drehten **Relevant Film** (Produzentin: **Heike Wiehle-Timm**) und **WDR/ARD** (Redakteurin: **Nina Klamroth**) die TV-Komödie „Halbe Hundert“ in Köln, Bonn und Umgebung. Nach dem Drehbuch von **Silke Zertz** inszenierte Regisseur **Matthias Tiefenbacher** mit Kameramann **Klaus Merkel** die Geschichte von **Anne**, einer Frau um die Fünfzig, deren Alter nicht zu ihrem Lebensgefühl passt. **Martina Gedeck**, **Johanna Gastdorf**, **Leslie Malton** und **Torben Liebrecht** sind die Hauptdarsteller.

> Relevant Film, Tel. (040) 4132710; info@relevantfilm.de

Tatort: Fette Hunde

Am 3. November begannen die Dreharbeiten für den Köln-Tatort „Fette Hunde“, den die **Colonia Media** (Produzentin: **Sonja Goslicki**) für den **WDR** produziert. In diesem Fall bekommen es die Ermittler **Max Ballauf** (**Klaus J. Behrendt**) und **Freddy Schenk** (**Dietmar Bär**) mit Nachwirkungen des Bundeswehreininsatzes in Afghanistan zu tun. Bis zum 2. Dezember dauern die Dreharbeiten in Köln und Umgebung unter der Regie von **Andreas Kleinert**. Die Kamera führt **Johann Feindt**. Seitens der **WDR-Redaktion** zeichnet **Frank Tönsmann** verantwortlich.

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

Film und Medien NRW – Das Magazin | 6/2011 > 25

ANZEIGE

Kinofest Lünen
22. Festival für deutsche Filme
10.–13. November 2011
LÜNEN IST DIE HÄRTE.
CINEWORLD LÜNEN

www.kinofest-luenen.de
Das Kinofest Lünen ist eine Veranstaltung des PRO Lünen e.V. mit freundlicher Unterstützung der Film- und Medienstiftung NRW und der Sparkasse Lünen in Kooperation mit der Stadt Lünen.

Gefördert von



Premium Sponsoren



Kooperationspartner



Trailersponsor



Großsponsoren



Veranstalter



Die Quellen des Lebens

Mitte November beendet **Oskar Roehler** die Dreharbeiten zu seinem biografischen Roman „Herkunft“, in dem **Jürgen Vogel**, **Meret Becker**, **Moritz Bleibtreu** und **Lavinia Wilson** die Hauptrollen spielen. „Die Quellen des Lebens“ ist ein Familienepos, das drei Generationen in Deutschland, von der Nachkriegszeit bis in die späten 80er Jahre, begleitet.

X Filme Creative Pool-Produktion (Produzent: **Stefan Arndt**) realisierte den Film in Koproduktion mit dem **WDR** (Redaktion: **Gebhard Henke** und **Barbara Buhl**), **ARD Degeto**, **Arte** und **Süss Film** (Produzent: **Michael Süß**) vom 3. August an in Aachen, Köln und Umgebung, Mitteldeutschland, Berlin-Brandenburg sowie in Italien. Für die Kamera zeichnete **Carl-Friedrich Koschnick** verantwortlich.

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

Pommes Essen

Mitte Oktober fiel die letzte Klappe für „**Pommes Essen**“, den Familienfilm der Kölner Regisseurin und ifs-Absolventin **Tina von Traben**. Die Kölner **dagstar film** drehte in Duisburg, Köln, Hürth und Leverkusen. Vor der Kamera von **Ralf M. Mendle** standen **Anneke Kim Sarnau** und **Thekla Carola Wied**. **Smudo** von **Fanta4** spielt den bösen Onkel Walther. Die drei Kinder in den Hauptrollen werden von **Luise** und **Marlene Risch** sowie **Tabea Willemsen** verkörpert. Der Film erzählt eine Geschichte aus dem Ruhrgebiet über Familienbande, Stolz, Verrat und das tollste Currysaucen-Familienrezept. Das Drehbuch für den Film schrieb von Traben gemeinsam mit dem Kölner Kinderbuchautor **Rüdiger Bertram**. Produzentin ist **Dagmar Niehage** von der Kölner **dagstar film**. Der Berliner **farbfilm verleih** plant „Pommes Essen“ 2012 in die deutschen Kinos zu bringen.

> Dagstar film, Tel. (0221) 93184413;
info@dagstarfilm.de



Cloud Atlas

Obwohl die Verletzung von **Halle Berry** den Drehplan durcheinander gebracht hat, sollen die Aufnahmen zu „**Cloud Atlas**“, einer Adaption des Bestsellers „Der Wolkenatlas“ von **David Mitchell**, weiterhin Mitte Dezember abgeschlossen werden.

Dafür sind auch zwei Drehtage in Köln vorgesehen. **Andy** und **Lana Wachowski** sowie **Tom Tykwer** führen gemeinsam Regie. Zum Ensemble gehören **Tom Hanks**, **Halle Berry**, **Jim Broadbent**, **Hugo Weaving**, **Jim Sturgess**, **Ben Whishaw**, **Keith David** und **David Gyasi**. In weiteren Rollen sind **Hugh Grant** und **Susan Sarandon** zu sehen. „Cloud Atlas“ ist eine epische Erzählung, in der die Handlungen der Protagonis-

ten in Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft eng miteinander verflochten sind. Ein Mörder erweist sich als Retter der Menschheit, und die Konsequenzen einer einzigen guten Tat lösen Jahrhunderte später eine Revolution aus.

Grant Hill (**Anarchos Production**) und **Stefan Arndt** (**X Filme**) produzieren den Film. Die Dreharbeiten finden parallel mit zwei kompletten Produktionsteams statt und führen die Filmemacher nach Schottland, Spanien und Deutschland. **X Filme** koproduziert in Deutschland mit **ARD/Degeto** (Redaktion: **Bettina Reitz** und **Hans-Wolfgang Jurgan**) und **A Company** (Produzent: **Alexander van Dülmen**). Der Film kommt im **X Verleih** in die deutschen Kinos.

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

Mama Africa – Miriam Makeba

Kinostart: 10. November
Verleih: Alpenrepublik Filmverleih

Jeder kennt „Pata Pata“, den berühmtesten Song von **Miriam Makeba** (1932-2008), mit dem die südafrikanische Sängerin 1967 weltbekannt wurde. Schon Jahre davor wurde Makeba für ihre farbigen Landsleute als Anti-Apartheid-Aktivistin und Kämpferin gegen den Rassismus zur Ikone. Das damalige südafrikanische Regime drängte sie ins Exil. Der finnische Regisseur **Mika Kaurismäki** zeichnet in seinem Dokumentarfilm den Lebensweg der „Stimme Afrikas“ nach, indem er auf Archivmaterial zurückgreift und Freunde, Verwandte und Kollegen Makebas interviewt. **Kaurismäki** sprach auch mit jungen Vertreterinnen der afrikanischen Musikszene, die sich von **Miriam Makeba** inspirieren ließen. Der Film „Mama Africa“ ist für **Mika Kaurismäki** „eine sehr natürliche und logische Fortsetzung meiner bisherigen Arbeit“. In den letzten zehn Jahren drehte **Kaurismäki** neben Spielfilmen mit „Moro no Brasil“ (2002), „Brasileirinho“ (2005) und „Sonic Mirror“ (2007) bereits drei Musik-Dokumentarfilme, wobei es dem Regisseur immer auch um soziale Aspekte ging: „Ich wollte zeigen, welche starke und positive Kraft Musik für die Menschen haben kann und wie sehr Musiker zu gesellschaftlichen Themen Stellung nehmen können.“

„Mama Africa“ lief 2011 auf der Berlinale in der Sektion Panorama. In den deutschen Kinos startet er am 10. November 2011, dem dritten Todestag der Künstlerin.

Finnland 2011
Regie: **Mika Kaurismäki**; Drehbuch: **Mika Kaurismäki**, **Don Edkins**; Produktion: **Starhaus Filmproduktion** in Koproduktion mit **Millennium Films**, **Marianna Films** und **ZDF/arte**; www.mamafrica-film.de

Tom Sawyer

Kinostart: 17. November
Verleih: Majestic

Dies ist die Geschichte des Rotzlöffels **Tom Sawyer**, der zur Mitte des 19. Jahrhunderts im Städtchen **St. Petersburg** am **Mississippi** mit seinen Streichen für allerlei Aufregung sorgt. **Tom** (**Louis Hofmann**) lebt bei Tante **Polly** und Vetter **Sid**, ist sehr angetan von **Becky Thatcher**, der Tochter des Richters, aber am liebsten treibt er sich mit seinem besten Freund **Huckleberry Finn** (**Leon Seidel**) herum. In **St. Petersburg** leben auch der Säufer **Muff Potter** und Indianer **Joe**, ein Halbblut, das vor keiner Gewalttat zurückschreckt. In einer Nacht auf dem Friedhof werden **Tom** und **Huck** Zeugen, was genau damit gemeint ist.

43 Jahre nach **Wolfgang Liebeneiners** berühmtem TV-Mehrteiler ist **Mark Twains** unverwundliches Jungenabenteuer in Deutschland neu verfilmt worden – und diesmal fürs Kino. Unter der Regie von **Hermine Huntgeburth**, die schon „**Bibi Blocksberg**“ zu zauberhaftem Leinwandleben verhalf, wurde die aufregende Welt des **Mississippi** vor Naturkulissen in **Brandenburg**, **Thüringen** und **Rumänien** eingefangen, während sämtliche Innenaufnahmen, darunter das liebevoll konstruierte Klassenzimmer, in den Kölner **MMC Studios** gedreht wurden. Auch die beiden Hauptdarsteller stammen aus der Domstadt und sind auch privat beste Freunde. **Hermine Huntgeburth** war klar, dass es nach Abschluss dieses humorvollen, spannenden Kinderfilms gleich weitergehen musste – mit dem Dreh von „**Huck Finn**“.

Deutschland 2011
Regie: **Hermine Huntgeburth**; Drehbuch: **Sascha Arango**; Mitwirkende: **Louis Hofmann**, **Leon Seidel**, **Heike Makatsch**, **Magali Greif**, **Andreas Warmbrunn**, **Benno Fürmann**, **Joachim Król**, **Peter Lohmeyer**, **Hinnerk Schönemann**; Produktion: **Neue Schönhauser Filmproduktion** in Koproduktion mit **Filmaufbau Leipzig** und **Majestic Filmproduktion** in Zusammenarbeit mit **ARD Degeto**, **NDR**, **Arte** und **BR**; www.tomsawyer-film.de

Zwei Leben

Der Spielfilm „**Zwei Leben**“ wird ab dem 6. Dezember in **Norwegen** mit **Liv Ullmann** und **Juliane Köhler** unter der Regie von **Georg Maas** gedreht. Das Drehbuch (**Georg Maas**, **Christoph Tölle**, **Stale Stein Berg**) basiert auf dem noch unveröffentlichten Roman „**Eiszeiten**“ von **Hannelore Hippe**. Es ist die Geschichte einer ehemaligen **DDR-Spionin**, welche die Liebe ihres Lebens, ihre Familie und ihr ganzes Dasein in **Norwegen** auf einer gefälschten Identität aufgebaut hat. Sie führt ein Leben voller Glück - bis ihre Ver-

gangenheit sie einholt: Stück für Stück kommt der Betrug ans Licht und alles, was ihr wichtig ist, bricht auseinander. Weitere Rollen spielen **Sven Nordin**, **Nikolaj Lie Kaas**, **Rainer Bock**, **Thomas Lawinky** und **Gudrun Ritter**. Das Casting übernimmt **Simone Bär**, die Kamera führt **Judith Kaufmann**. Der Kinofilm ist eine Koproduktion von **Dieter Zeppenfeld** (**Zinnober Film**, Aachen), **Axel Helgeland** (**Helgeland Film**, Oslo) und **Rudi Teichmann** (**B&T Film**, Berlin). Im Januar finden die Dreharbeiten in **NRW** statt.

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

Impressum

Herausgeberin:
Tanja Güß

Chefredakteur:
Rüdiger Bertram

CvD: Stefanie Hadding
Redaktion: Oliver Baumgarten, Katharina Blum, Wolfgang Hippe, Marion Meyer, Christian Seebaum

Autoren dieser Ausgabe: Uwe Mies, Michael Dlugosch, Günter Jekubzik, Heike Meyer-Döring und Nicola Nolting (MEDIA), Wilfried Urbe, Christian Meyer, Reinhard Kleber

Redaktionsassistent:
Lena Kraan

Gestaltung/Layout:
alfred friese + inrhein

Anzeigenbetreuung:
Lena Kraan,
Tel. (0211) 9305040

Anzeigenschluss für die nächste Ausgabe:
15. Januar 2012

Film und Medien NRW – Das Magazin ist kostenlos und kann bei der Film- und Medienstiftung NRW wahlweise als Print-oder als PDF-Version abonniert werden.

Sobald das PDF zum Download zur Verfügung steht, werden Sie per Mail informiert.

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
Tel.: (0211) 930500
Fax: (0211) 9305085
Kaistraße 14
40221 Düsseldorf
magazin@filmstiftung.de



Als der Weihnachtsmann vom Himmel fiel

Kinostart: 24. November
Verleih: Constantin

Weihnachten ist zuerst und vor allem Geschäft. Waldemar Wichteltod hat hart daran gearbeitet und dafür alle echten Weihnachtsmänner buchstäblich auf Eis gelegt. Nur Niklas Julebukk konnte im letzten Moment den Nussknacker-Häschern entkommen. Zusammen mit Rentier Sternschnuppe, seinen beiden Kobolden und zwei Weihnachtsengeln verschlägt es ihn in die kleine Stadt, wo seit kurzem auch der neunjährige Ben und seine Eltern Lena und Fred leben. Ben ist sauer, weil er hier noch keine Freunde getroffen hat und es zwei Wochen vor Weihnachten statt Schnee nur Regen gibt. Aber dann hat er Niklas' Bruchlandung beobachtet. Zusammen mit Charlotte von gegenüber freundet er sich mit Niklas an. Doch schon droht Unheil, denn auch Waldemar Wichteltod ist in der Stadt eingetroffen, und er will mit allen Mitteln Niklas und seine Helfer aus dem Weg räumen. Als Spionin der Kinder in der Welt der Erwachsenen beschreibt Cornelia Funke sich selbst. Gleiches könnte auch für Produzentin Uschi Reich gelten, die mit Kästner-Verfilmungen (u.a. „Das fliegende Klassenzimmer“) und den „Bibi Blocksberg“-Titeln einige der beliebtesten deutschen Kinderfilme aufs Gleis gehoben hat. Ihr jüngster Wurf entstand nach Funkes gleichnamigem Kinderbuchbestseller und vereint male- rische Kulissen in Bayern und Österreich mit liebevoll in NRW eingerichteten Schauplätzen für die Innenaufnahmen mit rund 400 Trickaufnahmen. Die eigentliche Attraktion aber ist Alexander Scheer („Sonnenallee“) als etwas anderer Weihnachtsmann – zwar ohne Bart und Dickbauch, dafür jung, cool und immer hilfsbereit. Eben ein echter Weihnachtsmann.

Deutschland 2011
Regie: Oliver Dieckmann; Drehbuch: Benjamin Biehn, Robin Getrost, Uschi Reich; Mitwirkende: Alexander Scheer, Noah Kraus, Mercedes Jadea Diaz, Jessica Schwarz, Fritz Karl, Volker Lechtenbrink, Christine Urspruch, Charly Hübner, Gruschenka Stevens; Produktion: Bavaria Filmverleih- und Produktions GmbH in Koproduktion mit Wega Film Produktionsgesellschaft, Akkermann Filmproduktion, Kiddinx Filmproduction und ZDF; weihnachtsmann-film.de

Der Fürsorger

Kinostart: 1. Dezember
Verleih: Alpha Medienkontor

Leichtgläubige Menschen fallen ihnen zum Opfer: Betrügnern, die mit dem Versprechen hoher Renditen andere finanziell ausnehmen. Ein besonders krasses Exemplar eines Finanzbetrügers ist der Schweizer Hans-Peter Streit, der seine Taten und Tricks, die ihn reich machten, in einem Buch beschrieben hat. Auf den Memoiren des Hochstaplers, der letztlich im Gefängnis landete und dort sein Werk verfasste, basiert Lutz Konermanns Spielfilm „Der Fürsorger“. Der Film des renommierten Schweizer Filmemachers („Schwarz und ohne Zucker“) schildert, wie ein gewisser Hans-Peter Stalder, gespielt von Roeland Wiesnekker, dreizehn Jahre lang unter verschiedenen Namen und Masken seine Opfer leimt, während sein Reichtum erfolgreich auf Frauen wirkt. Wegen der vielen Bankaffären der letzten Zeit gewinnt der Film an Aktualität, betont Lutz Konermann. Die Skandale überraschen den Regisseur nicht, denn Hasardeure und Finanzjongleure gab es „schon immer und es wird sie auch in Zukunft weiterhin geben. Zumindest so lange, wie sich naive und gierige Anleger finden lassen. Mit anderen Worten: ewig.“

Schweiz / Luxemburg / Deutschland 2009
Regie: Lutz Konermann; Drehbuch: Felix Benesch, Lutz Konermann; Darsteller: Roeland Wiesnekker, Katharina Wackernagel, Johanna Bantzer, Andrea Guyer, Thierry van Werveke, Michael Neuenchwander; Produktion: Fama Film AG in Koproduktion mit Paul Thiltges Distributions und elsani Film Köln; <http://fuersorger.ch>

Anduni – Fremde Heimat

Kinostart: 1. Dezember
Verleih: Filmlichter

Belinda (Irina Potapenko) ist vor den strengen Regeln ihrer einst nach Deutschland gekommenen armenischen Familie geflüchtet. In Köln lebt sie zusammen mit ihrem deutschen Freund Manuel (Florian Lukas). Mit ihm möchte sie eine Familie gründen. Doch als Belindas Vater stirbt, kommt alles ganz anders. Sie gibt ihr Studium auf und besinnt sich auf ihre Wurzeln. Belinda übernimmt archaische Sitten und Gebräuche, reist in ihre armenische Heimat und lässt Manuel zurück. Die junge Frau wird eine Suchende.

„Anduni“, ein Begriff aus der armenischen Volkskultur, bedeutet wörtlich übersetzt „ohne Haus“, frei übersetzt „heimatlos“. „Anduni“ heißen auch die Lieder armenischer Auswanderer, in denen die Sehnsucht nach der Heimat besungen wird. Für Regisseurin Samira Radsj, die 1968 in Krefeld geboren wurde und mit „Anduni – Fremde Heimat“ ihren Kinoerstling drehte, ist ihre Hauptfigur Belinda überall eine Fremde, in ihrer armenischen Familie und in ihrem Leben in Deutschland: „Belinda fühlt sich überall ein wenig außen vor – nirgends zugehörig. Entsprechend unentschieden und ambivalent begegnet sie ihrem Leben.“

Der in Köln und Armenien gedrehte Film feierte seine Uraufführung beim Max-Ophüls-Preis 2011 in Saarbrücken und erhielt dort den Förderpreis der DEFA-Stiftung.

Deutschland 2011
Regie: Samira Radsj; Drehbuch: Karin Kaçi; Darsteller: Irina Potapenko, Florian Lukas, Tilo Prückner, Berrin Alganer-Lenz, Günay Köse, Nursel Köse, Peter Millowitsch; Produktion: elsani film Köln in Koproduktion mit Paul Thiltges Distributions und dem WDR; www.anduni.de

Romeos... anders als du denkst!

Kinostart: 8. Dezember
Verleih: Pro-Fun Media

„Ich bin der Lukas“, so stellt sich der junge Mann selbstbewusst vor, als er nach dem Abschied aus der heimatlichen Provinz seinen Job als Zivi in Köln antritt. Seine Unterlagen aber weisen ihn als Miriam aus, weshalb Lukas, der sich gerade im langwierigen Prozess der Geschlechtsumwandlung befindet, erst einmal im Schwesternheim einquartiert wird. Die erste Enttäuschung verfliegt bald, denn hier wohnt auch seine beste Freundin Ine (Liv Lisa Fries), die ihn in die örtliche Partyszene mitnimmt. Hier trifft Lukas (Rick Okon) auf Fabio, einen durchtrainierten Macho mit wasserstoffblondem Begleitpersonal. Lukas verliebt sich sofort, aber ist Fabio (Maximilian Befort) überhaupt bereit für eine schwule Beziehung? Außerdem ist da ja noch das geschlechtliche Geheimnis, das Lukas bislang nur mit Ine teilt.

Eine Transgender-Charakterstudie, attraktiv ummantelt als dramatische Gay-Romanze mit bisexuellen Zwischentönen – Filmautorin Sabine Bernardi redet in ihrem abendfüllenden Spielfilmdebüt nach ihrem Kurzfilm „Transfamily“ nicht um den heißen Brei herum und bleibt auch optisch (Kamera: Moritz Schultheiß) hart am Puls von Szene und Befindlichkeiten. Der Film entstand zur Gänze an Kölner Originalschauplätzen, was dem Nimbus der Domstadt als europäische Gay- und Lesbian-Metropole Rechnung trägt. Auf bislang rund 60 Festivaleinsätzen weltweit konnte „Romeos“ auch dank seiner drei intensiv aufspielenden Hauptdarsteller Akzente setzen.

Deutschland 2011
Regie, Drehbuch: Sabine Bernardi; Mitwirkende: Rick Okon, Maximilian Befort, Liv Lisa Fries, Felix Brocke, Silke Geertz; Produktion: Boogiefilm in Koproduktion mit ZDF Das kleine Fernsehspiel



Als der Weihnachtsmann vom Himmel fiel Kinostart: 24. November



Tom Sawyer Kinostart: 17. November

Romeos... anders als du denkst! Kinostart: 8. Dezember

