

Informationen  
aus NRW  
Ausgabe 3/2012

# Film und Medien NRW

## *Das Magazin*

- > Mediensommer NRW
- > Internationaler Filmkongress
- > Dreharbeiten in NRW



# Location



Rüdiger Jordan – Tel. 0176. 237 986 22 – rj@dievoliere.com



Auf der Location-Seite des Magazins finden Sie in jeder Ausgabe Fotos zu einem speziellen Thema. Im aktuellen Heft sind es passend zur Jahreszeit Sommerimpressionen an Rhein und Ruhr. Ausgewählt werden die Motive von LocationScouts aus NRW. Die Bilder und viele mehr finden Sie auch in der Motivdatenbank [www.locationnrw.de](http://www.locationnrw.de).

Sommer in NRW

## Es wird heiß



Markus Steuer – Tel. +49.170.3240664 – info@goodfellas.tv

Udo Wüllenweber Tel. (0211) 1577074 – udo.wuellenweber@t-online.de



# Mediensommer am Rhein

Jetzt hat es mit dem Oscar 2012 doch noch geklappt: Nachdem Wim Wenders in Los Angeles nur denkbar knapp an der begehrtesten Trophäe der Branche vorbeigeschrammt ist, holt das Team von „Die Schaukel des Sargmachers“ den Studenten-Oscar und diese große Auszeichnung damit, nach „Ein einfacher Auftrag“ und „Auf der Strecke“, bereits das dritte Mal nach Nordrhein-Westfalen. Die Namen der Kölner Filmstudenten, die hinter dieser Produktion der ifs – internationalen filmschule köln stehen, muss man sich merken: Elmar Imánov (Regie und Buch), Eva Blondiau (Produktion), Bastian Bothe (Editing/Sounddesign) und Driss Azhari (Kamera).

Ihnen allen gelten meine herzlichsten Glückwünsche!

Einen besseren Start in den Mediensommer hätten wir uns gar nicht wünschen können. Wir haben den Juni so getauft, weil uns in diesem Monat eine sagenhafte Konzentration von Medien-Events – Messen, Kongressen, Preisverleihungen und Festivals – erwartet. Von der Anga Cable, der Business-Plattform für Breitband und Content, über den Factual Entertainment Summit in den MMC-Studios, die Entertainment Master Class, die mit dem Schwerpunkt Comedy und Sitcom ihre NRW-Premiere erlebt, die Emmy Judgings, die Verleihung des Deutschen Kamerapreises, das Medienforum.NRW mit dem 25-jährigen Jubiläum der LfM, den Internationalen Filmkongress der Filmstiftung, die Verleihung der Grimme Online Awards, die C'n'B Convention und das c/o pop Festival, das Deutsche Welle Global Media Forum bis hin zum 13. Breitband-Forum erlebt NRW in den kommenden Wochen eine ganze Reihe von hochkarätigen Fachforen, die man sich nicht entgehen lassen sollte. Auf diesen Veranstaltungen wird nicht nur die Zukunft der Branche entwickelt, sie zeigen auch die mediale Vielfalt des Landes. Von Film, TV, Musik, Entertainment, Online-Angeboten bis hin zu Netzfragen ist alles dabei. Allein die Games fehlen in der eindrucksvollen Liste, aber nur deshalb, weil sie ihren großen Auftritt dann im August zur Gamescom haben.



Anke Engelke im Interview auf Seite 8, Foto: Sat.1/Boris Breuer

Im Magazin stellen wir Ihnen die Events des Mediensommers vor und lassen uns von ihren Machern die Highlights und Trends erklären. Einen besonderen Raum nimmt dabei der eigene Kongress der Film- und Medienstiftung ein, der in diesem Jahr an drei Tagen fünf große Themen anbietet: Filmpolitik, Digitale Distribution, Entertainment, New Content und Crowdfunding. Das Magazin liefert Hintergrundartikel und Interviews dazu, ohne die Diskussionen vorweg zu nehmen.

Pünktlich zum Filmkongress legen wir außerdem die neue, überarbeitete Auflage der Broschüre „Medienland NRW“ vor, mit der wir im vergangenen Jahr erstmals einen Überblick über alle Medienfelder in NRW, ihre Unternehmen und Macher gegeben haben. Das Land ist so schnell in Bewegung, dass wir nun – nur zwölf Monate später – bereits nachlegen mussten, damit Sie auf dem aktuellen Stand sind, was in den Branchen rechts und links Ihres eigenen Spezialgebietes passiert.

Nach so viel Ausblick, noch ein schneller Rückblick auf Cannes, wo das Filmland NRW in diesem Jahr mit fünf ganz unterschiedlichen Projekten vertreten war. Wir haben uns von dem Regen an der Croisette nicht die Stimmung vermiesen lassen und die Gelegenheit vor Ort genutzt, um für den Standort und seine Filme zu werben. Und dass am Ende dann auch noch Carlos Reygadas den Regiepreis für „Post Tenebras Lux“ – koproduziert von der Kölner Match Factory – gewann, ebenso wie „Sofias letzte Ambulanz“ – koproduziert von Sutor Kolonko aus Köln – ließ das schlechte Wetter endgültig vergessen. Auch hierzu meine Gratulation an alle Teams!

Ich bin sicher, man sieht sich in den kommenden Tagen, auf jeden Fall wünsche ich einen schönen Sommer, mit – aber auch gerne mal ohne Medien!

Ihre

*Petra Müller*

Petra Müller  
Geschäftsführerin  
Film- und Medienstiftung NRW

## Meldungen

- Branche, Festivals, Kinos, Preise > 4
- Auf dem Sprung > 6
- Die Seite für den Filmnachwuchs inklusive eines Porträts von Studenten-Oscar-Preisträger Elmar Imánov

## Mediensommer NRW

Die Themen des Internationalen Filmkongresses der Film- und Medienstiftung NRW (18.-20. Juni)

- Entertainment > 8
- Interviews mit Anke Engelke, Live-Regisseur Volker Weicker und einem Essay von Daniel Kothenschulte

- Digitale Distribution > 12
- Eine Übersicht über die Plattformen und Interviews mit Stefan Arndt und Tilman Scheel

- New Content > 14
- Interview mit Florian Hager (Arte) und ein Porträt der Kölner Trickfilmer Lutterbeck, die jetzt auch eine App entwickeln

- Filmstiftung NRW tritt Filmstiftung Zürich > 14
- Arbeitslunch auf dem Filmkongress

- Messe ANGA Cable (12.-14. Juni) > 17
- Vorbericht und Interview mit Geschäftsführer Peter Charissé

- Entertainment Master Class (13.-19. Juni) > 18
- Vorbericht und Interview mit Christoph Fey

- Medienforum.NRW (18.-20. Juni) > 19

- Deutscher Kamerapreis (16. Juni) > 20

- Emmy Judging (13.-14. Juni) > 22
- Vorbericht und Interview mit Steven Bawol

- Grimme Online Award (20. Juni) > 23

- Factual Entertainment Summit (13. Juni) > 24
- Vorbericht und Interview mit Martina Richter

- Deutsche Welle Global Media Forum (25.-27. Juni) > 25

- Breitband-Forum KölnRW (26. Juni) > 25

- C'n'B Convention und c/o pop (20.-24. Juni) > 26
- Vorbericht und Interview mit Claudia Jericho

- MEDIA: Distribution 2.0 > 27
- Europäischer Postproduktions-Workshop EP2C

- NRW@Cannes > 28
- Ein bebildeter Rückblick auf das Festival

- Realitäten und Improvisationen > 29
- Hörspielpreis der Kriegsblinden

## Made in NRW

- Rivalen der Rennstrecke > 30
- Setbericht: „Rush“

- Dreharbeiten in NRW > 32

- Mit besten Empfehlungen > 35
- Die neuen Kinofilme der Film- und Medienstiftung NRW

- Impressum > 34

# Meldungen



Neuer Service in Köln: Kinotonmischung in der Astor Film Lounge, Foto: Astor Film Lounge

## SoundVision mischt im Residenz

Einen neuen, höchst komfortablen Service bietet SoundVision ab sofort in Köln an. Die Dolby-lizenzierten Ton-Experten haben den umfangreichen Umbau des Residenz-Filmtheaters am Ring genutzt und können nun in der neuen Astor Film Lounge eine Kinotonmischung unter realen Kinobedingungen anbieten. Zum Mischen, Mastern und für die Abnahme stehen sowohl der große als auch der mittlere Saal des neuen Kom-

fortkinos zur Verfügung. Beide verfügen über erstklassige Tonanlagen und Bildprojektion. „Für Tonmeister und Sounddesigner, Regisseure und Produzenten eröffnet sich somit eine exzellente neue Arbeitsweise, von der man bisher nur zu träumen wagte. Und das alles auch noch in NRW!“, schwärmt Tilo Busch, gemeinsam mit Lothar Segeler Geschäftsführer von SoundVision. > [www.soundvision-tonstudio.de](http://www.soundvision-tonstudio.de)

## Head-Quarter erweitert Kinokompetenz

Die Kölner Postproduktion Head-Quarter hat die Möglichkeiten seiner Kinosuite mit einer Investition „deutlich im sechsstelligen Eurobereich“ vergrößert. In Ergänzung zum Filmmaster von Nucoda setzen die Kölner jetzt auch einen Barco-Projektor ein und eine 5.1-Beschallung. Außerdem kam ein DVS-Clipster dazu. „Das ist das Nonplusultra, wenn es darum geht, digitale Filmkopien (DCP) zu erstellen“, sagt Geschäftsführer Andreas Fröhlich. Mit dieser Ausstattung können Kinokopien in Echtzeit erstellt werden, zudem ist die Akzeptanz dieser Technologie groß – „auch bei allen internationalen Verleihern“, wie Fröhlich betont.

Beim Head-Quarter-Team jedenfalls herrscht große Zufriedenheit über den Ausbau der Kinosuite, die zudem mit einer weiteren Suite für den TV-Bereich, in der das Farbkorrektursystem Da-

Vinci Resolve zum Einsatz kommt, ergänzt wurde. „Wenn wir mit den Kunden in der Kinosuite die Produktion durchgehen, sehen und hören sie genau das, was später auch im Kino vorgeführt wird“, freut sich der Geschäftsführer. „Das gibt natürlich den Produzenten mehr Sicherheit, weil sie viele neue Formate noch nicht kennen, sich aber direkt während der Produktion ein Bild machen können.“ Das erste Kinoprojekt, das mit der neuen Technik bearbeitet wurde, ist „Die Libelle und das Nashorn“ – ein Film von Lola Randl, produziert von Coin Film mit Mario Adorf und Fritzi Haberlandt in den Hauptrollen (Verleih: NFP Marketing und Distribution). Mit Spannung erwarten die Kölner bald ein besonderes Projekt: die Bearbeitung der deutsch-israelischen Koproduktion „Bethlehem“. „Der Film ist in einem ähnlichen Setting wie ‚Lebanon‘ angesiedelt, den wir auch postproduziert haben“, sagt Fröhlich. „Bethlehem“ ist im Arri RAW Format auf der Alexa gedreht, was noch eher selten ist – in Kombination mit unserer neuen Ausstattung wird das sicherlich eine spannende Arbeit.“ > [www.hd-quarter.de](http://www.hd-quarter.de)

### Kurzfilmprojekt

## Wuppertal im Blickpunkt

„Blickpunkte“ heißt ein Kurzfilmprojekt aus Wuppertal. Der Clou: Ein erfahrenes Filmteam wird zusammen mit 10 Wuppertalern verschiedener europäischer Nationen fiktive Kurzfilme entwickeln und drehen. „Die Geschichten sind schon da, sie müssen nur noch erzählt werden“, meint Produzent und Initiator Mario von Grumbkow. Jeder Film wird einen bestimmten Aspekt der Stadt und damit einen Ausschnitt aus dem Leben der Projektteilnehmer behandeln. Die Sze-

nen für den „Italien-Film“ sind gerade abgedreht, weitere Drehs folgen. „Actionreiche, humorvolle oder dramatische fiktive Geschichten“, so von Grumbkow. Unterstützt wird das Projekt bisher von Vollbild e.V., einem Zusammenschluss junger Filmschaffender aus Wuppertal und Umgebung. Alle Beteiligten arbeiten ohne Honorar. Geld kommt bislang von der Wuppertaler Jackstädtstiftung, Jugend für Europa, dem Kulturfonds Wuppertal, der Stadtparkasse Wuppertal, dem Medienprojekt Wuppertal, dem Fonds Soziokultur, dem Youthbank Deutschland e.V. und Akzenta. Das Team sucht noch weitere Sponsoren. Die feierliche Premiere der Kurzfilmreihe ist für das Frühjahr 2013 geplant. > [www.filmblickpunkte.de](http://www.filmblickpunkte.de)

## Deutscher Kinderhörspielpreis Jetzt bewerben!

Noch bis zum 1. August läuft die Bewerbungsfrist für den mit 5.000 Euro dotierten Deutschen Kinderhörspielpreis, den die ARD gemeinsam mit der Film- und Medienstiftung NRW und in Zusammenarbeit mit der Stadt Wuppertal aus schreibt. Vergeben wird die Auszeichnung, die die Qualität von Hörspielproduktionen für die Jüngsten stärken soll, am 10. November bei den ARD Hörspieltagen in Karlsruhe. Eingereicht werden können Originalstoffe und Adaptionen durch die Landesrundfunkanstalten der ARD und DRadio, sowie durch Verlage, Autoren und andere Hörspiel-Produzenten. Die Stücke müssen bereits veröffentlicht bzw. gesendet sein oder einen festen Sende- bzw. Veröffentlichungstermin bis zum 31. Dezember nachweisen können. Die kompletten Ausschreibungsunterlagen finden Sie unter > [www.filmstiftung.de](http://www.filmstiftung.de)

## Land NRW fördert Digitalisierung

Ein neues Programm zur Umrüstung kleiner Kinos mit maximal sechs Leinwänden auf die digitale Projektionstechnik hat das Land NRW in Kooperation mit der Film- und Medienstiftung NRW aufgelegt. Die drei Millionen Euro, die dafür eingeplant sind, stammen aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung. Zuständig für die Abwicklung des Programms sind die fünf NRW-Bezirksregierungen. Bis Ende 2013 sollen mit dem Geld bis zu 200 Leinwände in Nordrhein-Westfalen umgerüstet werden. Pro Leinwand stehen bis zu 20.000 Euro zur Verfügung „Die Landesregierung unterstützt im Rahmen der Initiative Digitales Medienland NRW kleine

### blicke – filmfestival des ruhrgebiets

## Kurzer Blick, großer Eindruck

Das Ruhrgebietsfestival Blicke lädt anlässlich seines 20. Geburtstags gemeinsam mit Labkultur.tv Filmemacher aus der Region zu einem Sonderwettbewerb ein. Unter dem Motto „20. blicke, 20 Sek. meine Stadt“ sucht das Festival nach Clips, die einen ganz persönlichen Blick auf die eigene Stadt werfen. Die Werke dürfen animiert, dokumentarisch, fiktional oder experimentell sein. Einzige Bedingung: Die Filmer haben ihren



Moderatorin Sandra Maischberger mit dem Civis-Gewinner Ali Samadi Ahadi, Foto: WDR/Herby Sachs

### Preise für geförderte Filme

## Brüssel und Warschau

In Brüssel erhielten die Filmemacher Ali Samadi Ahadi und Arne Nolting den Civis Medienpreis für ihre Komödie „Salami Aleikum“, die in Koproduktion mit dem ZDF entstand. „Eine lustige, emotional starke und bewegende Ethno-Comedy. Filmisch und schauspielerisch erstklassig“, begründete die Jury ihre Entscheidung. „Generation Kunduz – Der Krieg der Anderen“ von Regisseur und Produzent Martin Gerner wurde Mitte Mai auf dem 9. Planete Doc Film Festival in Warschau mit einer „Honorary Mention“ ausgezeichnet. „A subtle portrayal of everyday life in Afghanistan shown through the life of a village, whose inhabitants are seeking their own ways to faith in the future“, so die Jury der Amnesty International Competition über den Dokumentarfilm, der von fünf jungen Afghanen in Kunduz handelt.

und mittlere Kinos bei der Umrüstung auf digitale Projektionstechnik. Ich freue mich, dass wir nun den Startschuss für das neue Förderprogramm geben können: Die Kinobetreiber im Lande haben die Möglichkeit, ihre Förderanträge zu stellen. Für den Kinostandort Nordrhein-Westfalen ist dies eine große Chance, sich mit zukunftsfähiger Technik ausstatten zu können“, so die NRW-Medienministerin Angelica Schwall-Düren.

Das neue Investitionsprogramm ergänzt das bisherige Engagement der Film- und Medienstiftung NRW bei der Kinodigitalisierung. Bisher hatte sie in NRW bereits 43 Kinos mit einer Million Euro bei der Umrüstung ihrer Technik unterstützt.

> [www.mbem.nrw.de/kinodigitalisierung](http://www.mbem.nrw.de/kinodigitalisierung)  
> [www.filmstiftung.de](http://www.filmstiftung.de)

Wohnsitz im Ruhrgebiet, und der Clip ist nicht länger als 20 Sekunden. Die Einreichfrist läuft noch bis zum 15. September. Ausgewählte Beiträge sind ab dem 15. Oktober auf den Internetseiten von blicke und labkultur.tv zu sehen. Die letzten 20 Tage vor Beginn des Festivals, vom 2. bis zum 22. November, läuft ein Countdown: Dann kann man online für seinen Favoriten stimmen. Der Gewinner des Online-Preises erhält 500 EUR und wird bei blicke 20 gezeigt. Aus den besten 20 Clips, die ebenfalls in Bochum zu sehen sein werden, wählt eine Fachjury einen weiteren Sieger aus.

> [www.blicke.org](http://www.blicke.org)

Neu bei der Film- und Medienstiftung

## Sven Ilgner

Seit Anfang Mai ist Sven Ilgner bei der Film- und Medienstiftung NRW als neuer Förderreferent Ansprechpartner für Low Budget-Projekte und Dokumentarfilme. Der studierte Politik- und Filmwissenschaftler, der 1979 in Schweinfurt ge-



Sven Ilgner,  
Foto: Film- und  
Medienstiftung  
NRW

boren wurde, wechselte 2002 an die KHM Köln. Dort machte er 2007 seinen Regieabschluss mit dem Kurzfilm „HongKong“, für den er auch das Drehbuch schrieb. Danach lebte Ilgner als freier Autor und Regisseur in Rom und Berlin, arbeitete zwischenzeitlich aber auch immer wieder für die Duisburger Dokumentarfilmwo-

che. Nach seinem Sprachstudium in Italien absolvierte er 2011 in London die Weiterbildung „Effective Script Reading“. Im selben Jahr zog es ihn zurück an den Rhein, wo er nun das Team in der Düsseldorfer Kaistraße verstärkt.

> [www.filmstiftung.de](http://www.filmstiftung.de)



„Item Number“ von Oliver Husain gewann den Deutschen Wettbewerb in Oberhausen. Foto: Oliver Husain

Int. Kurzfilmtage Oberhausen

## Die Preisträger

Die 58. Internationalen Kurzfilmtage Oberhausen schlossen am 1. Mai mit ihrer Preisverleihung, auf der die Juries weit über 40.000 Euro an Preisgeldern vergaben. Mit dem Abschluss des Festivals endeten auch die Feierlichkeiten zum 50. Jubiläum des Oberhausener Manifests, das die Wochen zuvor, aber besonders auch das Festival selbst geprägt hatten. Vier jener Filmemacher, die 1962 das Manifest unterzeichnet hatten, Christian Doerner, Ronald Martini, Hans-

jürgen Pohland und Wolfgang Urchs, sowie der Gründer des Festivals Hilmar Hoffmann waren zu Gast in Oberhausen. Sie präsentierten in mehreren Reihen des Sonderprogramms rund 30 teils extra restaurierte und selten zu sehende Kurzfilme der Gruppe.

Den mit 7.500 Euro dotierten Hauptpreis der Kurzfilmtage, den Großen Preis der Stadt Oberhausen, gewann „Snow Tapes“ von Mich’ael Zupraner. Die Arbeit erzählt den israelisch-palästinensischen Konflikt aus der Innenperspektive einer Familie, die sich gegen einen Anschlag mit Aufnahmen ihrer Kamera zur Wehr setzt. Den Preis für den besten Beitrag des Deutschen Wett-

bewerbs sprach die Jury „Item Number“ von Oliver Husain zu, die Momentaufnahme einer Schauspielerin kurz vor ihrem Auftritt. Zum besten Beitrag des NRW-Wettbewerbs schließlich, verbunden mit einer Prämie in Höhe von 1.000 Euro, wurde „Guck woanders hin“ von Charlotte Anne-Marie Rolfes gekürt. Die Abschlussarbeit der Absolventin der ifs internationale filmschule köln beeindruckte nicht nur die Jury durch ihre „subtilen Elemente“, mit der sie vom Missbrauch der Protagonistin erzählt.

> [www.kurzfilmtage.de](http://www.kurzfilmtage.de)

4. Kölner Kino Nächte

## Auf eigenes Risiko

Aufgrund der prekären Haushaltslage kann das Kulturamt der Stadt Köln für einige Projekte der städtischen Filmkultur derzeit keine sicheren Zusagen für Fördergelder geben. Betroffen davon sind unter anderem auch die Kölner Kino Nächte, die seit drei Jahren von Joachim Kühn und Dirk Steinkühler (Kino Gesellschaft Köln) in Zusammenarbeit mit Kölner Filminitiativen und Programmkinos erfolgreich organisiert werden: 3.100 Besucher zählte man 2011 an vier vollen Kinotagen. Nachdem aufgrund der unsicheren Lage die Kino Nächte zunächst abgesagt wurden, haben sich die Organisatoren nun entschlossen, sie 2012 doch wie geplant vom 5. bis 8. Juli stattfinden zu lassen: Man wolle seine Aktivitäten nicht von den Unzulänglichkeiten und Unwägbarkeiten der Kölner Kulturpolitik abhängig machen. Die Kölner Kinobetreiber, Festivals und Filminitiativen werden die diesjährige Ausgabe komplett auf eigenes Risiko durchführen – unabhängig davon, ob der Kölner Haushalt im Herbst verabschiedet werden kann und damit Gelder des Kulturamtes rückwirkend fließen könnten. Für alle, die diese Initiative unterstützen möchten, haben die Veranstalter ein Freundeskreis-Ticket eingeführt. Für einmalig 30 Euro gibt es freien Eintritt zu allen Vorstellungen sowie weitere Extras von Freigezänk bis automatischer Platzgarantie. Ab 8. Mai kann das Ticket u.a. in den Kinos Cinenova, Filmpalette, Odeon, OFF Broadway sowie Weißhaus-Kino erworben werden. Die Kölner Kino Nächte 2012 werden 49 Programmpunkte an 10 Spielorten umfassen.

> [www.koelner-kino-naechte.de](http://www.koelner-kino-naechte.de)

IFFF in Köln

## Die Preisträgerinnen

Das Internationale Frauenfilmfestival Dortmund | Köln feierte am Abend des 22. April den Abschluss seiner diesjährigen Kölner Ausgabe. Der mit 10.000 Euro dotierte Internationale Debüt-Spielfilmpreis für Regisseurinnen ging dabei an die türkische Regisseurin Belma Bas für ihren Film „Zefir“. Die Jury, bestehend aus der Schauspielerin Julia Jentsch, der Regisseurin Xiaolu Guo und der Filmkritikerin Lucy Virgen, zeichneten den Film aus für „seine tiefgreifenden und poetischen Enthüllungen über Mensch und Natur, über das Verhältnis des Individuums zur Gesellschaft und über elementare Fragen von Leben und Tod“. Petra Müller, Geschäftsführerin

der Film- und Medienstiftung NRW, übergab die Preise des Nationalen Wettbewerbs für Bildgestalterinnen, der in diesem Jahr von der Dortmunder Ausgabe zur Kölner verlegt wurde. Die Sparte Spielfilm entschied mit Julia Daschner eine Absolventin der Kunsthochschule für Medien Köln für sich, nicht zuletzt dank der „Eleganz der Handkamera“ im Kurzfilm „Bergig“. Zur besten Arbeit im Bereich Dokumentarfilmkamera wurde Eva Katharina Bühlers Fotografie des Films „Der weiße Schatz und die Salzarbeiter von Cacuena“ gekürt. Der mit 1.000 Euro dotierte Publikumspreis des Festivals schließlich blieb in der Domstadt: Die Kölnerin Britta Wandaogo überzeugte die Zuschauer mit ihrem radikal persönlichen Bruder-Porträt „Nichts für die Ewigkeit“. Das nächste Frauenfilmfestival findet im April 2013 in Dortmund statt.

> [www.frauenfilmfestival.eu](http://www.frauenfilmfestival.eu)

Verleihung in Aachen

## Karlsmedaille an Novaya Gazeta

„Durch den tagesaktuellen Blog gibt es eine unabhängige, zeitnahe und direkte Berichterstattung aus Moskau. Man kann sich unmittelbar über aktuelle Entwicklungen und Geschehnisse in Russland informieren und diese kommentieren oder weitere Informationen in die Debatte einbringen. Damit bietet die Novaya Gazeta eine Kommunikationsplattform und Reflexionsfläche, die geeignet ist, eine europaweite Dimension zu entfalten“, würdigte Frauke Gerlach, Kuratoriumsvorsitzende des Vereins Médaille Charlemagne, die Arbeit und vor allem den englischsprachigen Internetauftritt der russischen Zeitung Novaya Gazeta, die im Mai in Aachen mit der Médaille Charlemagne pour les Médias Européens geehrt wurde. „Die Auszeichnung bestätigt uns in unserer Arbeit und zeigt uns, dass wir auf einem guten Weg sind, zum anderen ist sie auch Antrieb, diesen Weg auch in Zukunft fortzusetzen“, freute sich Dmitry Muratov, der Chefredakteur der Novaya Gazeta, über die Medaille, die er stellvertretend für die gesamte Redaktion entgegennahm.

Gestiftet wird der Preis vom Verein Médaille Charlemagne pour les Médias Européens, dem u.a. auch die Film- und Medienstiftung NRW angehört.

> [www.medaille-charlemagne.eu](http://www.medaille-charlemagne.eu)



„Zefir“ von Belma Bas: tiefgreifende und poetische Enthüllungen über Mensch und Natur überzeugten beim IFFF, Foto: IFFF



ifs-Film auf Erfolgsspur: „Guck woanders hin“ ist Anfang Mai zum besten Film im NRW-Wettbewerb von Oberhausen gekürt worden. Foto: ifs

ifs

## Ein Oscar und viele Begegnungen

Große Freude herrscht dieser Tage im Glückauf-Haus, der Residenz der ifs internationalen film-schule köln: Mit „Die Schaukel des Sargmachers“ von Regisseur Elmar Imánov (siehe Porträt), Produzentin Eva Blondiau und Editor/Sound Designer Bastian Bothe hat ein Abschlussfilm der ifs erstmals den Studenten-Oscar in der Kategorie „Foreign Film“ gewonnen. Doch auch in Deutschland überzeugt der Film Publikum und Juries: Beim Internationalen Studententfilmfestival Sehsüchte in Potsdam hat er den von X Filme mit 2.500 Euro dotierten Preis für den Besten Spielfilm unter 30 Minuten gewonnen. Eine lobende Erwähnung erhielt dort Absolventin Jenny Bork für ihr Abschluss-Drehbuch „Dazwischen“. Ein weiterer Abschlussfilm des jüngst verabschiedeten Jahrgangs konnte auf den Internationalen Kurzfilmtagen in Oberhausen einen Wettbewerb

für sich entscheiden. „Guck woanders hin“ (Regie: Charlotte Anne-Marie Rolfes; Buch: Monika Fäßler; Produktion: Anna Knolle; Schnitt/Sound Design: Jakob Jendryka) ist Anfang Mai von der Jury des NRW-Wettbewerbs zum besten Film gekürt worden.

Während die Filme über die Festivals touren, bieten sich daheim viele Gelegenheiten zum Austausch. So werden bis Anfang Juli noch drei ifs-Begegnungen stattfinden, wie immer allesamt ab 19 Uhr und bei freiem Eintritt im Filmforum NRW. Am 13. Juni lädt die ifs gemeinsam mit dem Filmmagazin „Schnitt“ zur ifs-Begegnung „Schnitt“ und einem Abend zum Thema „Filmmachen 2.0“. Gezeigt wird die interaktive Web-Doku „In Situ“ von Antoine Vivani, anschließend folgt ein Gespräch mit Heideblinde Blumers, Webdoku-Redakteurin bei Arte France. Eine weitere ifs-Begegnung stellt am 22. Juni das Kinderdokumentarfilmprojekt dok you vor. Nach der Vorführung des preisgekrönten Kinderdokumentarfilms „One Way – A Tuareg Journey“ von Fabio Caramaschi wird Gudrun Sommer, Projektleiterin von doxs! bei der Duisburger Filmwoche,

die Bedeutung dieses Subgenres sowie das dok you-Projekt selbst im Gespräch vorstellen. Der Abend wird in Kooperation mit der Kunsthochschule für Medien Köln veranstaltet, die ebenso wie die ifs Projektpartnerin von dok you ist. Am 4. Juli schließlich präsentiert eine ifs-Begegnung den Film „Das Herz von Jenin“ mit anschließendem Gespräch mit dem Regisseur Marcus Vetter.

Wer die ifs näher kennenlernen möchte, kann das am 23. und 24. Juni auf dem Medienfest im MediaPark tun, wo die Filmschule erneut mit einem Info-Stand vertreten sein wird. Um sich über die fünfmonatige, berufsbegleitende Weiterbildung „International Producing“ zu informieren, wäre es dann allerdings zu spät. Für dieses in fünf Wochenend-Workshops konzipierte Programm endet die Anmeldefrist am 22. Juni. Dafür hat die Ausschreibung für die Weiterbildung Kostümbild gerade erst begonnen. Das zwischen November 2012 und April 2013 stattfindende Programm erlaubt Bewerbungen noch bis zum 25. Juli.

> [www.filmschule.de](http://www.filmschule.de)

KHM

## Highlights im Juni

„Best of KHM“ heißt die Reihe mit Debütfilmen von Absolventen der Kunsthochschule für Medien Köln, die jeweils ab 19 Uhr in der Aula der KHM laufen. Aus der aktuellen Staffel folgen noch zwei Abende: Am 20. Juni präsentiert Carmen Losmann ihren preisgekrönten Dokumentarfilm „Work Hard Play Hard“ und wird anschließend mit Prof. Dietrich Leder diskutieren. Eine Woche später, am 27. Juni, folgt die Archiv-Doku „Berlin – Lost in Time and Space“ von Oliver Schwabe, der danach Prof. Thomas Schmitt Rede und Antwort steht. Im Vorlauf zu diesem Abend hat der Alumni-Rat übrigens gemeinsam mit Rektor Klaus Jung die Absolventen der KHM zu einem Treffen geladen.

Am 6. Juli werden als Teil der Kölner Kino Nächte weitere Filme von ehemaligen KHM-Studenten zu sehen sein. Ab 22 Uhr zeigt die Hochschule im Odeon-Kino eine Rolle mit vier Festivalhighlights dieses Jahres. Mit dabei sind die Berlinale-Einladungen „Tage in der Stadt“ von Janis Mazuch und „Sterben nicht vorgesehen“ von Matthias Stoll sowie die beiden Wettbewerbsbeiträge beim Kurzfilmfestival in Clermont-Ferrand: Isabel Prahls „Ausreichend“ und „Armadingen“ von Philipp Käßbohrer, Jakob Beurle und Matthias Schulz.

Der Kurzfilmabend zu den Kölner Kino Nächten stellt gewissermaßen nur einen Vorgeschmack dar auf das umfangreiche Programm vom „Rundgang der KHM“, der Produktionschau der Kunsthochschule, die in diesem Jahr vom 15. bis 18. Juli täglich von 14 bis 20 Uhr auf den Campus der KHM lädt. Der Rundgang bietet allen Interessierten mit Ausstellungen, Filmprogramm, Konzerten, Performances und Diplompräsentationen einen umfassenden Einblick in das aktuelle kreative Schaffen der Studenten.

Pünktlich zum Ende des Sommersemesters endet auch die Bewerbungsfrist für kurzundschön, den internationalen Wettbewerb für Studierende und Auszubildende im audiovisuellen Bereich. Die KHM und der Westdeutsche Rundfunk veranstalten den Wettbewerb, der Preise im Gesamtwert von rund 30.000 Euro bereithält, in diesem Jahr bereits zum 15. Mal. In sieben Kategorien können Teilnehmer ihre Arbeiten noch bis zum 25. Juli einreichen. Die Preisverleihung wird dann am 14. November in Köln stattfinden.

> [www.kurzundschoen.khm.de](http://www.kurzundschoen.khm.de)

> [www.khm.de](http://www.khm.de)

Ein Stummfilm stand Pate für ein deutsch-amerikanisches Projekt von Filmstudenten

## Menschen am Sonntag – People on Sunday 2010

„Menschen am Sonntag“ – das ist ein Klassiker der Filmgeschichte von 1930. Der von Laien selbst finanzierte und in ihrer Freizeit gedrehte Stummfilm gilt nicht nur als Blueprint für Independent-Produktionen. Er ist mit seinem aus Spielszenen und Dokumentarmaterial zusammengesetzten Realismus ein Beispiel der Neuen Sachlichkeit und zugleich Vorbild für den

französischen Realismus der 30er Jahre und den italienischen Neorealismus der 40er Jahre. Die Folgen des Films strahlten sogar bis über den Atlantik aus. Mit Billy Wilder und Fred Zinnemann sind unter den Filmemachern zwei spätere Oscar-Preisträger, und auch die anderen Regisseure des Kollektivs – Curt und Robert Siodmak und Edgar G. Ulmer sowie der Kameramann Eugen Schufftan – haben nach der Emigration aus Nazideutschland Karriere gemacht.

Die ifs internationale filmschule köln nahm im Jahr 2010 die durch „Menschen am Sonntag“ symbolisierte transatlantische Verflechtung zum Anlass für eine deutsch-amerikanische Summer School, in der deutsche und amerikanische Studenten gemeinsam Kurzfilme im Geiste des historischen Vorbilds drehten. Die Filmcompilation „People on Sunday 2010“ mit den Filmen „L & M“, „Transitions“, „Playtime“ und „The Garden“, während der WM 2010 in Köln gedreht, wurde am 30. Mai 2012 im voll besetzten Filmforum

vorgestellt und diskutiert. Nach einer Keynote des Initiators des Projektes, Professor Gundolf S. Freyermuth von der ifs, der in einem Vortrag die verschiedenen Wellen gegenseitiger Beeinflussung der deutschen und amerikanischen Filmgeschichte der letzten 100 Jahre skizzierte, diskutierten Freyermuth, seine Kollegin Prof. Barbara Boyle von der kooperierenden University of California Los Angeles (UCLA) und zwei RegisseurInnen der Kurzfilme unter Leitung von Prof. Lisa Gotto von der ifs über das filmische Vorbild und die Hommagen der deutschen und amerikanischen Studenten.

Nach dem Screening der vier Filme über den Alltag junger Menschen stellte Lisa Gotto fest, dass die Filme interkulturelle Brücken bauen und mit ihren vielen visuellen Ideen mehr vom Sehen als vom Sprechen handeln. Freyermuth bemerkte zudem, dass in jedem Film drei bis vier Verweise auf „Menschen am Sonntag“ sehr organisch eingearbeitet seien. Darauf angesprochen, sagte

der amerikanische Regisseur von „Playtime“, Lucas Mireles, dass ihm das nicht an jeder Stelle bewusst sei, dass er aber sicher einen „Fan-Film für Billy Wilder gemacht“ habe. Zugleich sei die Erzählstruktur an Richard Linklaters Debütfilm „Slacker“ angelehnt.

Von Lisa Gotto auf das Problem des geringen Budgets angesprochen, sagte Barbara Boyle von der UCLA, die bereits Filme mit Budgets von zwei Mio. bis 55 Mio. Dollar produziert hat, dass das Geld keine so große Rolle spiele: „Wenn man gut ist, hat man alles unter Kontrolle, wenn nicht, geht man unter“. Trotzdem appellierte sie an das Auditorium: „Gebt den jungen Künstlern mehr Geld.“ Das wäre eine gute Basis für eine Fortsetzung des deutsch-amerikanischen Austauschs. Mit der erfolgreichen Teilnahme von „Playtime“ beim Sundance Film Festival 2012 ist bereits ein erster öffentlicher Erfolg des Projekts zu verbuchen.

CHRISTIAN MEYER

Nach „Ein einfacher Auftrag“ von Raymond Boy und „Auf der Strecke“ von Reto Caffi holte Elmar Imánov den dritten Studenten-Oscar nach NRW. Nach zwei Auszeichnungen für Absolventen der KHM ist es der erste für einen ifs-Studenten. Christian Seebaum stellt den Regisseur von „Die Schaukel des Sargmachers“ vor.

Porträt Elmar Imánov

# Oscar nach der zweiten Chance

Manches lernt man erst richtig zu schätzen, wenn man es zu verlieren scheint. Diese Erkenntnis spielt gleich in doppelter Hinsicht eine Rolle in der noch jungen Karriere des Nachwuchsregisseurs Elmar Imánov: Sie ist Thema seines Abschlussfilms „Die Schaukel des Sargmachers“, der gerade mit dem Studenten-Oscar ausgezeichnet worden ist; und sie passt zu seiner Ausbildung an der ifs internationalen filmschule köln, die nach einem Rauswurf wegen zahlreicher Fehlstunden bereits vorzeitig beendet zu sein schien. In Baku, der Hauptstadt Aserbaidschans, geboren, kam Elmar Imánov 1998 im Alter von 13 Jahren mit seinen Eltern nach Deutschland. In der ehemaligen Sowjetrepublik herrschten Willkür und Korruption, so dass besonders Angehörige der akademischen Mittelschicht ein besseres Leben im Ausland suchten. Für Imánovs Eltern, beide Architekten, letztlich sogar um den Preis, in Deutschland beruflich nie mehr Fuß fassen zu können. So zahlreich waren damals die Auswanderungen aus den Staaten der zerfallenen UdSSR, dass auch an Kölner Schulen spezielle Förderklassen eingerichtet wurden. Nach einem ersten Anlauf an einem Gymnasium landete Imánov an der Gesamtschule in Köln-Chorweiler, was sich als glückliche Fügung und am Ende sogar als entscheidend für seinen Weg zum Film erwies.

## Mikroskop statt Cinemascope

„Besonders in der Oberstufe kamen in Chorweiler ganz verschiedene Leute zusammen, die woanders nicht klargekommen sind“, erinnert sich der 27-Jährige. „Diese Unterschiedlichkeit führte zu einem ganz speziellen Klima. Auch die Lehrer konnten sich sehr gut auf das Andersartige einstellen. Da fühlte ich mich sehr gut aufgenommen und akzeptiert.“ Besonders Biologie war sein Fach und die Bewerbung für einen Biologie-Studienplatz nach dem Abitur fest eingeplant. Wäre da nicht Biologielehrer Manfred Klotzsch gewesen, nebenbei ein künstlerisch ambitionierter Hobby-Filmemacher. Ein kleiner Auftritt in einem vom Klotzschs Film wurde für Elmar Imánov zum Erweckungserlebnis: „Da habe ich überhaupt erst gesehen, wie Film gemacht wird, habe gesehen, dass es ganz real machbar ist und nicht irgendwie von Zauberhand passiert.“ Dennoch war ein Regiestudium zunächst kein Thema, vielleicht auch, weil für die Eltern Imánov – „Das ist so schwierig, das schaffst du nicht“ – ernstzunehmende Filmemacher mindestens das Format eines Andrei Tarkowski oder Ingmar Bergman haben sollten. So standen nach dem Abitur alle Zeichen auf Mikroskop statt Cinemascope. Doch Lehrer Manfred Klotzsch war sich sicher, dass es für Elmars „fantastische Ideen“ im Wissenschaftsbetrieb schnell zu eng werden würde. Er riet zur Bewerbung an der ifs, wo sein Sohn Sounddesign studiert hatte. Elmar Imánov wurde für den Jahrgang 2006 angenommen. „Er ist uns schon bei der Aufnahmeprüfung als überdurchschnittlich aufgefallen“, erinnert sich Schulleiterin Simone Stewens.

## Eine zweite Chance an der ifs

Ein Jahr lief alles glatt, dann wurden Elmars Schulbesuche seltener. „Irgendwann habe ich es übertrieben. Das hatte etwas mit privaten Problemen zu tun. Da bin ich einmal während eines

Projektes, an dem ich mitgearbeitet habe, zwei Wochen nicht ans Telefon gegangen. Weil es einfach nicht anders ging in dem Moment“, sagt Elmar Imánov. Die Schule sah sich schließlich gezwungen, seinen Ausbildungsvertrag zu kündigen. Elmar war geschockt. „Weil ich wusste, dass ich nichts anderes kann.“ Tatsächlich waren Versuche mit Nebenjobs wie Kellnern oder im Callcenter stets nach kürzester Zeit gescheitert. Dank der Vermittlung von Gerd Haag, Chef der Produktionsfirma Tag/Traum und Dozent an der ifs, drehte Imánov dann in Aserbaidschan einen Trailer für ein Dokumentarfilmprojekt von 3sat, später dort auch Kurzfilme für Ministerien, in denen etwa die Bedeutung schriftlicher Verträge in Geschäftsbeziehungen herausgestellt wird. Und Elmar Imánov bemühte sich um die Wiederaufnahme an der ifs, schließlich mit Erfolg: Im Sep-

tember 2009 durfte er im zweiten Jahr des nächsten Ausbildungsjahrgangs wieder einsteigen. Die Verbindungen nach Aserbaidschan aber blieben erhalten. „Ich habe insgesamt sechs Monate Praktikum bei aserbaidschanischen Kinoproduktionen gemacht. Da lernt man viel mehr als hier, weil dort bei den Drehs ständig alles durcheinander gerät. Da habe ich gelernt, wie man mit knappem Material auskommt. Oder wie man mit Schauspielern umgeht, mit denen, die nichts können, ebenso wie mit denen, die ganz viel können.“

## Dreharbeiten in Aserbaidschan

Für seinen ifs-Abschlussfilm „Die Schaukel des Sargmachers“ reiste Imánov für zweieinhalb Monate gemeinsam mit seiner Produzentin und ifs-Kommilitonin Eva Blondiau auf Motivsuche durch Aserbaidschan. „Ohne Eva wäre das alles nicht möglich gewesen“, sagt Imánov. „Sie hat mir sehr viel abgenommen und Sicherheit gegeben.“ In zwölf Drehtagen mit internationalem Team entstand der halbstündige Film, an dessen Budget von 38.000 Euro die Film- und Medienstiftung NRW mit 22.500 Euro beteiligt ist. Es ist die Geschichte eines alten Sargmachers, der abgeschieden mit seinem behinderten Sohn lebt, für den es Schläge, aber keine Liebe gibt. Erst als beim Sohn – wie sich später herausstellt: irrtümlich – eine tödliche Krankheit diagnostiziert wird, verändert sich die Haltung des Vaters. Die abenteuerlichen Dreharbeiten – vom randalierenden Motivgeber bis zu einer beim Abspeichern verschwundenen Szene, für die Regisseur und Kameramann noch einmal nach Aserbaidschan zurückkehren mussten – böten wohl genug Stoff für einen eigenen Film. Mit seinem ersten Langfilmprojekt will sich Elmar Imánov aber erst nach der Kalifornien-Reise zur Verleihung des Studenten-Oscars beschäftigen. „Ich mache das, worauf ich Lust habe, ob das jetzt eine Komödie oder ein Actionthriller ist. Deswegen fühle ich mich auch so wohl als Filmemacher, weil man machen kann, was man will. Man kann sogar mit seiner Geschichte auf einen anderen Planeten gehen – wer hat sonst schon solche Möglichkeiten?“ Als Biologe wäre es in dieser Hinsicht jedenfalls sehr schwer geworden.

Oscar-Gewinner aus Köln: „Die Schaukel des Sargmachers“, Foto: ifs/Imánov, Blondiau



ifs-Student in L.A.: Elmar Imánov bei der Verleihung der Studenten-Oscars, Foto: Richard Harbaugh



# Filmkongress

Vom 18. bis 20. Juni findet in Köln der Internationale Filmkongress statt, den die Film- und Medienstiftung NRW im Rahmen des Medienforum.NRW organisiert. Das Magazin bereitet Sie auf die wichtigsten Themen vor, darunter auch auf den Schwerpunkt Entertainment. Den Auftakt macht ein Interview mit Anke Engelke, deren Karriere unauflöslich mit Köln verbunden ist. Christian Meyer sprach mit ihr über Unterhaltung, Nischen, „Ladykracher“ und „Die Sendung mit dem Elefanten“.

Interview mit Anke Engelke

## Der perfekte Standort für

### **Sie leben und arbeiten in Köln. Was ist hier so besonders?**

Anke Engelke: Ich habe das nicht rational entschieden, hier zu sein. Ich bin ja hier zur Schule gegangen, und das können sicher viele nachvollziehen: Die nächste Großstadt ist das Abenteuer. In Köln wurde ich initiiert in Sachen Film, Theater und Kunst – da wurden Grundsteine gelegt. Hier habe ich angefangen zu studieren und später dann zu arbeiten. Ich habe zu der Zeit zwar auch in München gearbeitet, den Fokus aber immer auf Köln behalten. Nichts, was dann geschah, war abzuweichen oder hat mit dem Medienstandort Köln zu tun. Dass ein Kumpel, mit dem ich seit 25 Jahren in einer Band spiele (Fred Kellner & die famosen Soulsisters, Anm. Red), Brainpool gründete und heute mein Produzent ist, nämlich Ralf Günther, wer hätte das geahnt? Jörg Grabosch, den zweiten von drei Brainpool-Gründern, kenne ich wiederum aus ganz anderen Zusammenhängen. Als dann „Die Wochenshow“ ausprobiert wurde, konnte von Medienstandort Köln noch nicht die Rede sein. Mitte der 90er Jahre ist das alles gerade erst gesät worden. Vielleicht hätte man da schon ahnen können, was passiert. Für mich war das damals aber noch überhaupt nicht sichtbar. Es war also kein Plan, sondern Fügung, in Köln zu sitzen. Ich bin ein Glückskind.

### **Köln ist für Sie also ein sehr guter Standort?**

Für das, was ich mache, ist es der perfekte Standort, weil es eine große Schnittmenge zwischen Freunden und Mitarbeitern gibt. Mir bedeutet das sehr viel. Ich arbeite gerne mit Menschen, die Weggefährten sind. Es ist aber auch schön, dass ich wie ein Satellit immer wieder anderswo arbeiten und Erfahrungen machen kann. Das ist dann immer auch Werkspionage: Ich gucke gerne anderswo rein und schaue, wie ist das organisiert, wie ist die Struktur, wie wird mit Kreativität umgegangen, mit Manpower, wie viele Leute wissen hier, was sie tun, und wie viele nicht. Vor allem das letzte ist sehr interessant. Aber ich komme dann immer wieder extrem gerne nach Köln zurück und merke, dass es hier so läuft, wie ich es mag und gewohnt bin. Bei vielen Produktionsfirmen sehe ich, dass da viel Fluktuation ist. Da kommen Leute für eine bestimmte Zeit und gehen danach wieder. Ich weiß nicht, ob das gut oder schlecht ist, oder ob das ein Zeichen der Zeit ist und unbewertet bleiben sollte. Für mich ist das nichts ...

### **Was sind hier die Qualitäten, die Sie brauchen, um zu arbeiten?**

Für mich ist das hier der Idealzustand. „Ladykracher“ sieht geil aus, weil das Leute drehen, die gute Bilder machen wollen. Es ist gut gespielt, weil wir nur Leute im Ensemble haben, in die wir uns beim Casting verliebt haben. Wir haben ein Autorenteam von zehn Leuten, die mich seit vielen Jahren kennen. Mit manchen von denen arbeite ich schon seit 10 oder 15 Jahren zusammen, wir haben alle ein ähnliches Humorverständnis. Und es geht alles sehr schnell – weil das Team gewachsen ist.

### **Sie setzen also eher auf „Nachhaltigkeit“?**

Vielleicht ... Es gibt natürlich Leute, die Kreativität anders definieren, die sagen: „Ich kann nur ein Jahr in einer Redaktion arbeiten, dann muss ich zur nächsten.“ Es gibt ja Leute, die ihre Kreativität so verstehen – zu wandern. Ich kann das durchaus verstehen, aber ich möchte hier sein – ich möchte genau hier sein.

### **Blicken Sie produktionstechnisch auch über den Atlantik?**

Ich informiere mich über Amerika, aber ich orientiere mich nicht daran. Da gibt es auch ähnliche Karrieren, wie z.B. Tina Fey und andere. Die kommen von irgendwo, haben Leute, die parallel mit ihnen laufen und die bei ihnen bleiben. Die entwickeln sich und können sich aufbauen. Da lässt ihnen jemand Zeit. Bei „Saturday Night Live“ ist es der Produzent Lorne Michaels, der allen Zeit lässt. Wenn es den nicht gäbe, hätten wir so viele Leute nicht – z.B. Jim Carrey oder Eddie Murphy. Das sind Leute, die glauben an dich, und die begleiten dich. Die fangen dich zur Not auf, wenn es schlecht ist, aber die schubsen dich auch, wenn sie merken, es ist gut.

### **Bei Ihrem Versuch einer Late Night Show 2004 war das alles nicht der Fall.**

Da kann allerdings die Produktionsfirma nichts für. Das waren wiederum Leute aus Amerika, die keine Zeit hatten und nur ans Geld dachten (2004 bekam Sat.1 einen amerikanischen Hauptaktionär, Anm. Red.). Ans Geld denkt eine Produktionsfirma auch – keine Frage, aber ich möchte mit Ralf Günther und Jörg Grabosch nicht über Geld reden. Ich beschränke mich auf das kreative Arbeiten. Bei „Anke Late Night“ waren sowohl die Produktionsfirma als auch ich und die anderen Mitarbeiter relativ ausgeblendet. Das war ein Selbstläufer, der irgendwann nichts mehr mit uns zu tun hatte – der vielleicht von Anfang an nichts mit uns zu tun hatte. Der Zeitfaktor ist tatsächlich ganz wichtig. Ich werde oft gefragt, warum jetzt Sachen abgesetzt werden? Warum lässt man Gottschalk nicht mehr Zeit, warum lässt man Harald Schmidt nicht mehr Zeit? Der „Wochenshow“ wurde ganz viel Zeit gelassen, und die war am Anfang gar nicht so schön. Sat.1 wurde gerade aufgebaut, und der Sender hatte ganz andere Themen. Die Geschichte von Sat.1 ist sehr interessant. Daran kann man auch sehen, warum das möglich war, was ich und Bastian Pastewka in der „Wochenshow“ gemacht haben.

### **Und da hat sich in den letzten 10 bis 15 Jahren sehr viel geändert, oder?**

Ja klar, es werden Sachen nach nur wenigen Folgen in die Nacht verbannt oder ganz abgesetzt. Vieles wird jetzt in Doppelfolgen gezeigt oder über ein ganzes Wochenende weggesendet. Warum auch nicht? Das Sehverhalten der Zuschauer hat sich geändert. Wie viele andere gucke ich z.B. Sendungen in der Mediathek der Sender – ich baue mir mein Fernsehprogramm selber. Aber in Bezug auf die Sendungen ist der Zeitfaktor absolut in Gefahr!

### **Führt das zu einer Verflachung – wenn der Risikofaktor gleich null geht?**

Ja, oder es entstehen Nischen. Das war ganz interessant bei „neo-Paradise“ zu sehen oder bei „Roche & Böhmermann“ – das ist ja hochspannend.

### **Mit diesen Nischen sind Sie in engem Kontakt, seit Sie als Vertretungsprofessorin an der Kunsthochschule für Medien Seminare für „Fernseh dramaturgie und Kreative Fernsehproduktion“ geben. Dort treffen Sie Studenten, die vielleicht in fünf bis zehn Jahren unser Fernsehprogramm gestalten. Sitzt dort die Fernsehavantgarde?**

Auf jeden Fall! Ehemalige KHM-Leute haben den Vorspann unserer Berlinale-Berichterstattung gemacht, und das Design von „Roche & Böhmermann“ kommt ja auch von der KHM. Der ganze Look wurde in der Kölner Wachsfabrik gemacht – das ist eine Art Künstlerkommune. Die haben Mut und Innovationspotenzial. Das sind die coolsten. Da gibt es ganz tolle Koproduktionen, die revolutionieren das Fernsehen. Ich habe an der KHM vor drei Jahren bei einem Komödienseminar von Lars Büchel angefangen. Er meinte, da müsse mal jemand hin, der das Komische wirklich direkt weitergeben kann. Nicht alleine aus Produktionssicht oder aus Schreibersicht, sondern durchaus auch als Schauspieler. Man geht da ja mit dem Vorurteil hin, die finden eh alle Fernsehen scheiße und wollen lieber Truffaut sein, und in jedem Semester gibt es auch wirklich einen, der Truffaut sein will. Die wollen sich aber alle informieren, etwas über Timing wissen, wie man komisch inszeniert, wie man komisch schreibt. Und da kann ich extrem helfen. Ich lade Autoren, Produzenten und Regisseure ein. Das ist für die Studenten sehr ergiebig und aufschlussreich.

### **Die KHM ist ja weniger für Unterhaltung als für Kunst bekannt. Die Trennung zwischen U- und E-Kultur herrscht in vielen Köpfen – Sie bedienen beides. Wie schwer ist es, die Grenze zu überschreiten?**

Ich mache mir nach wie vor Gedanken darüber. Gar nicht so sehr wegen meines eigenen Gefühls, sondern weil ich mich mit der Außenwahrnehmung auseinandersetze. Das sind natürlich immer nur Vermutungen, aber das Stigma beschäftigt mich schon. Da muss man immer gucken, wie man sein Konto füllt. Das hat was mit dem Selbstbewusstsein zu tun, dass man sagt, das ist mir jetzt egal. Wenn jemand sagt, ich sehe Dich in der Rolle, dann muss man ausblenden, was das für eine Wirkung haben könnte. Das sind Besetzungsfragen, und da darf so etwas eigentlich kein Thema sein. Ich muss das machen, von dem ich glaube, dass ich es gut mache und dass ich es mag und nachher auch dazu stehen kann. Diesen scheinbaren Spagat zwischen E und U finde ich extrem sportlich, weil ich meine Herkunft als sehr E-esk betrachte. Ich bin ein Kind des öffentlich-rechtlichen Fernsehens. Ich habe beim Südwestfunk Radio gelernt: Da wurden die Hörer nicht geduzt, da gab es auch keine Musikbetten, Interviews hatten einen Anfang, eine Mitte



# das, was ich tue

und ein Ende, und der Radiodienst war ein Radiodienst und keine Verkehrsdisko. Ich bin old-school, 80er Jahre.

*Neben all Ihren anderen Projekten machen Sie mit der „Sendung mit dem Elefanten“ des WDR auch noch Kinderfernsehen.*

Das ist das beste Fernsehen für Kinder, die kriegen ständig Preise und gelten als die Koryphäe in Sachen Kinderfernsehen in Europa. Daran besteht auch weltweit bereits Interesse. Der Elefant ist ja nicht so

didaktisch wie die Maus, der ist einfach nur krank, und meine Sachen sind so das Krankeste, was es gibt im deutschen Fernsehen.

Da habe ich schon mal Verkehrszeichen getanzt.

Comedy-Queen Anke Engelke: „Ich hab’ auch schon mal Verkehrszeichen getanzt.“ Foto: Boris Breuer

## Das Programm des Internationalen Filmkongresses

Montag, 18.06.2012

### Filmpolitik

**Eröffnung:** Petra Müller, Geschäftsführerin Film- und Medienstiftung NRW

#### Zwischen FFG-Novelle und Urheberrecht. Quo vadis Filmpolitik?

**Dr. Marc Jan Eumann**, Staatssekretär für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien, Düsseldorf; **Thomas Jarzombek**, MdB (CDU), Berlin; **Johannes Klingsporn**, Verband der Filmverleiher e.V., Berlin; **Prof. Michael Rotert**, eco, Köln; **Boris Turovskiy**, Piratenpartei, München

### Digitale Distribution

#### Digitale Distribution. Neue Anbieter, neues Publikum, neue Geschäftsmodelle?

**Robert Franke**, my video, Magic Internet, Berlin; **Prof. Dr. Klaus Goldhammer**, Goldmedia, Berlin; **Kai Henniges**, Viewster, Zürich; **Michael Loeb**, WDR mediagroup, Köln; **Prof. Dr. Thorsten Hennig-Thurau**, Westfälische Wilhelms-Universität, Münster

Dienstag, 19.06.2012

### Entertainment

#### Der Entertainment-Markt: Fakten, Firmen, Formate

**Guy Bisson**, IHS Screen Digest, London; **Thomas Lückcrath**, DWDL, Köln

#### Formatentwicklung

**Gary Carter**, FremantleMedia, London; **Ute Biernat**, Grundy Light Entertainment, Köln; **Oliver Fuchs**, Eyeworks Germany, Köln; **Stefan Oelze**, Filmpool, Hürth; **Georg Hirschberg**, Prime Productions, Köln

#### Markenstrategien

**Oliver Berben**, Constantin Film Produktion, München; **Prof. Dr. Andreas Scheuermann**, Brainpool TV, Köln

#### Film trifft Entertainment

**Christian Becker**, Rat Pack/Westside Filmproduktion, Krefeld; **Bora Dagtekin**, Regisseur, Berlin; **Wilfried Geike**, Warner Bros. Entertainment, Hamburg; **Ralf Husmann**, Brainpool Entertainment, Köln; **Lena Schömann**, Rat Pack/ Westside Filmproduktion, München; **Paul Steinschulte**, Universal Pictures International, Frankfurt/Main; **Sönke Wortmann**, Little Shark Entertainment, Köln

Mittwoch, 20.06.2012

### New Content

#### How to lab. Aus den Laboren von Sendern und Produzenten

**Christian Beetz**, Gebrüder Beetz Filmproduktion, Köln; **Jens-Uwe Bornemann**, UFA Lab, Berlin; **Florian Hager**, ARTE G.E.I.E, Straßburg Cedex; **Thomas Kufus**, zero one film, Berlin; **Stefan Lübbe**, Bastei Lübbe, Köln; **Slaven Pipic**, ZDFneo Lab, Mainz; **Michel Reilhac**, Arte France Cinema, Paris; **Liz Rosenthal**, Power to the Pixel, London; **Jan Wielpütz**, Bastei Entertainment, Köln; **Melanie Wolber**, SWR, Baden-Baden

### Crowdfunding

#### Crowdfunding. Finanzierungsalternative oder Marketingtool?

**Dr. Henrik Armah**, Olswang Germany LLP, Berlin; **Ralf Husmann**, Brainpool Entertainment, Köln; **Tino Kreßner**, Startnext, Dresden; **Ingo Schmoll**, Schmollywood, Köln; **Johannes Thielmann**, Futur Film, Berlin

## Haben Sie den Beruf Live-Regisseur gelernt?

Nein, es war Learning by Doing. Während meines Kommunikationsdesign-Studiums bin ich per Zufall zum Film gekommen. Damals ist ein Kameraassistent ausgefallen, und ich bin eingesprungen. Ich habe neben dem Studium immer als Assistent gearbeitet, wollte aber in die Regie. Beim Kabelpilotprojekt, bei 3sat, habe ich die erste Chance für kleine Regiearbeiten bekommen. Dann kam RTL, dann Sat.1. So hat sich das entwickelt.

## Was ist das Geheimnis einer guten Live-Regie?

Der Trick ist, mit offenen Augen durch die Welt zu gehen, sich mit Situationen zu arrangieren, möglichst viel zu antizipieren. Man muss den Mitarbeitern, insbesondere den Kameraleuten, viel Mut zusprechen und Freiheiten zulassen.

## Was ist so schwierig daran?

Man muss ständig Entscheidungen treffen. In der Live-Regie ist nichts rückholbar. Aber nicht jede Entscheidung kann richtig sein, weil sie immer aus dem Moment und subjektiv entsteht. Dann muss man einfach weitermachen und nicht dem Fehler nachhängen. Die Show oder das Fußballspiel laufen ja trotzdem weiter. Eine Haltung zum Job ist wichtig, Emotionalität, Begeisterung, eine große Portion Humor. Man muss es ernsthaft betreiben, aber nicht alles zu ernst nehmen.

## Werden Ihre Entscheidungen hinterfragt?

Ja, sie werden immer mehr hinterfragt. Es mischen sich immer mehr Leute in die Bildgestaltung der Sendungen ein.

## Hilft es dann, Volker Weicker zu sein?

Nein, das macht es schwerer. Ich weiß, dass eine Live-Sendung sehr von der Tagesform aller Mitwirkenden abhängt. Am nächsten Tag würde es anders aussehen. Wir haben keine festen Parameter. Da fühlen sich immer mehr Leute berufen, sich einzuklinken.

## Wie bereiten Sie sich auf Ihre Sendungen vor?

Ich bereite mich auf jede Sendung vor. Ich weiß, welche Kameraleute im Team sind, wie sie an diesem Tag drauf sind. Und der Gag ist, mit dem Team, das an diesem Tag zu dieser Sendung zusammenkommt, das Beste herauszuholen. Ich gehe immer wieder neu ran. 30 Prozent sind Erfahrung, Wissen und Know-how, 65 Prozent Sozialarbeit und 5 Prozent Tagesform.

## Was macht eine gute Unterhaltungssendung aus?

Die Leute wollen Emotionen. Es gibt nur einen Grund, warum jemand fernsieht, er will unterhalten werden. Ich bemühe mich, über Kamerabewegungen, Blenden, Licht, Schnittfolgen, Einstellungsgrößen Emotionalität zu erzeugen und Geschichten zu erzählen. Ich möchte den Moment so erfassen wie er ist. Leider wird immer mehr vorgeplant. Das finde ich fragwürdig.

## Wie können Sie live Geschichten erzählen?

Wenn ich zum Beispiel hier bei der Kocharena weiß, dass Alexander Herrmanns keinen Käse mag, dann kann ich damit spielen. Ich weiß, wenn er mit Käse kocht, wird er die Nase rümpfen, und jemand anders wird sich darüber lustig machen. Ich versuche, die Geschichten zu erfassen. Auch beim Sport. Wenn ein Torwart zum ersten Mal im Tor steht und auf der Bank sitzt der Elfmeterötter, der aber gerade verletzt ist. Wenn dann ein Elfmeter kommt, versuche ich, auch ihn reinzunehmen. So wird aus dem Elfmeter eine Geschichte.

## Was machen Sie nicht?

Ich versuche, mich gegen große Aufzeichnungsstaffeln zu wehren, bei denen an einem Tag mehrere Sendungen gemacht werden. Das ist zwar wirtschaftlich günstiger, aber ich finde, dass die Qualität darunter sehr leidet. Ich denke aber, dass Fernsehen erfunden wurde, damit viele Menschen live an einem Ereignis teilhaben können. Bei Aufzeichnungen fehlt der Adrenalinkick. Das ist oft viel zu sauber, zu glatt, zu leblos.

## Wie manipulativ sind Ihre Bilder?

Ich versuche zum Beispiel in Talkshows, nie jemanden schlecht aussehen zu lassen, auch wenn mir seine Meinung nicht gefällt. Meine Aufgabe ist es, die Aussagen zu unterstützen. Ich möchte die unterschiedlichen Meinungen dokumentieren. Das Manipulative steht dem Moderator zu, aber nicht der Regie. Das wäre leicht, aber das gehört sich nicht. Auch in den Talkshows versuche ich, Geschichten zu erzählen. Da kann der Zuhörer interessanter sein als der Redner. Ich bemühe mich, die Leute vor der Kamera zu stärken, ob das Sportler, Moderatoren, Sänger oder Köche sind. Ich versuche, de-



Volker Weicker,  
Foto: Jochen  
Rolfes

Jeans und weißes Hemd, Volker Weicker (54) trägt nie etwas anderes. Der Live-Regisseur ist immer auf Achse. Und überall gefragt: Talkshows, Musik, Theater, Kinderprogramm, Nachrichten, Castings und Sport. Ein hektischer Beruf, und doch strahlt Weicker Ruhe aus. Tatjana Kimmel-Fichtner hat den renommierten Fernsehregisseur und Entertainmentprofi, der auch Professor an der KHM ist, zum Interview auf dem Kocharena-Sofa in den Kölner MMC-Studios getroffen.

Interview mit Volker Weicker

# „Die Leute wollen Emotionen“



Volker Weicker setzt auch die Promi-Köche in der Vox-Kocharena in Szene. Foto: VOX/Frank W. Hempel

ren Leistung durch Kameraführung, Licht und Schnitt zu unterstützen.

## Wird Unterhaltungsfernsehen in Deutschland genug geschätzt?

Der Spielfilm wird als etwas Besonderes gesehen, und Live-

Fernsehen ist die kleine hässliche Schwester. Aber wir schaffen komplexe Welten. Sie kommen hier ins Studio, das ist umbaute Luft. Da wird durch Dekoration, Licht, Kamera eine komplexe Welt erschaffen, die es gar nicht gibt. Doch die Wertschätzung ist nicht da. Dabei ist es eine tolle Leistung, wenn ein Kameramann mit der Steadicam ohne Probe einen

sauberen Gang über 50 Meter hinlegt, mit tollen Schärfeverlagerungen und damit live Emotionen einfängt. Er hat dabei nur eine Chance. Das wird oft nicht gesehen und gewürdigt. Im Gegensatz zur Filmregie können wir nichts wiederholen.

#### Was bringen Sie den Studenten an der KHM in Köln bei?

Die meisten kommen mit der Idee im Kopf, dass Sie Spielfilm- oder Dokufilm-Regisseure werden. Ich war ja früher selber so. Aber wenn sie dann in mein Seminar kommen, merken sie, dass Live-Regie einen sehr großen künstlerischen Aspekt hat, dass man schöne Momente hervorzaubern kann, und sie lernen vor allem zu kommunizieren. Als Live-Regisseur müssen sie sich ja die ganze Zeit mitteilen, die ganze Zeit reden und Entscheidungen treffen. Ich versuche, den Studenten die Angst vor Entscheidungen zu nehmen und ihnen zu zeigen, was man schaffen kann, wenn man das Team mobilisiert. Es freut mich, dass einige meiner Studenten die Live-Regie für sich entdeckt haben. Sie haben die Talkshow „Roche & Böhmmermann“ auf ZDFneo entwickelt. Das freut mich ungemein, dass die das geschafft haben.

#### Von dem Fiktionalen haben Sie sich komplett verabschiedet?

Nein, überhaupt nicht. Aber dann müsste ich in drei Monaten einen Film machen. Ich mache aber in drei Monaten 50 bis 60 Sendungen. Aber so ganz lässt mich der Reiz des Spielfilms nicht los.



#### 60 Sendungen in drei Monaten?

Am Wochenende habe ich in Barcelona Formel 1 gemacht, montags mit Dieter Nuhr einen Satiregipfel, jetzt hier die Kocharena, am Wochenende steht die Champions League an, und am Sonntag bin ich dann wieder bei Jauch. Und morgen treffe ich meine Studenten. Das ist mein Leben.

Die deutsche Filmwelt fürchtet den Spaß mindestens so sehr wie die Kunst

# Angst vor Extremen

EIN ESSAY VON DANIEL KOTHENSCHULTE

Der Mainstream, schrieb Dominik Graf unmittelbar vor der jüngsten Lola-Verleihung in der „Zeit“, sei „eine fast einsame Unternehmung“ geworden, während die weit üppiger geförderte Filmkunst vor allem „Besinnungsaufsätze“ hervorbringe. „Würde man die Planfolie einer halbwegs kommerziell funktionierenden Industrie über unsere Landschaft legen“, so der Regisseur, „fielen auf, dass das ökonomische Zentrum der Filmherstellung – nennen wir’s Mainstream – nur noch einen Bruchteil der Förderfilme ausmacht. Also genau der Bereich, der am stärksten dazu geeignet sein sollte, das Publikum an sich zu ziehen, fällt von Saison zu Saison magerer aus. Es gab im zurückliegenden Kinjahr noch zwei aufs Massenpublikum hin geplante Großproduktionen (Hotel Lux, Zettl), etliche erfolgreiche Lustspiele (What a man, Rubbeldiekatze, Eine ganz heiße Nummer, Sommer in Orange) und zwei real existierende Genrefilme (Hell, Die vierte Macht).“ In der Branche wird seither viel diskutiert über ein gestörtes Verhältnis der deutschen Filmkultur zur Unterhaltung. Dabei hätte man erst einmal Grafs Angaben näher unter die Lupe nehmen müssen. Denn die Jahresliste der Filmförderungsanstalt des Jahres 2011 ist ja ganz im Gegenteil voller öffentlich geförderter Mainstreamfilme, gekrönt vom mehr als vierfachen Zuschauermillionär „Kokowääh“: Der Filmförderfond, aus dem auch Til Schweiger schöpfte, macht schließlich keine Unterscheidung zwischen Kunst und Unterhaltung. Um nur einige weitere Titel nennen: „Wickie auf großer Fahrt“, „Die drei Musketiere“, „Hexe Lilli“, „Resturlaub“, „Prinzessin Lillifee“, „Werner – Eiskalt“, „Die Superbullen“, „Lauras Stern“, „Dreiviertelmond“, „Tom Sawyer“, „Dschungelkind“, „Otto’s Eleven“, „Der ganz große Traum“, „Kein Sex ist auch keine Lösung“, „Die Relativitätstheorie der Liebe“, „Konferenz der Tiere“.

#### Filmkunst der unterhaltenden Art

Aber schon die Nummer vier unter den Jahreshits 2011, „Almanya“, gehört zu einer Filmform, die es in der polarisierten Weltsicht von „Anspruch kontra Unterhaltung“ gar nicht geben dürfte – nämlich Filmkunst der unterhaltensamsten Art.

Tatsächlich wird umgekehrt ein Schuh daraus: Wohl noch nie in der Geschichte der deutschen Filmförderung gab es mehr öffentliches Geld fürs Mainstreamkino als heute. Aktuelle Beispiele sind „Blutzbrüder“, „Offroad“, „Fünf Freunde“ und „Türkisch für Anfänger“. Allerdings muss man sich von der Vorstellung befreien, dass populär ausgerichtete Filme notwendigerweise auch mehr Zuschauer finden als anspruchsvollere Filme mit Kunstanspruch: Der Dokumentarfilm „Pina“, noch immer in den Kinos, dürfte mit mehr Zuschauern abschließen als die drei designierten Blockbuster „Zettl“, „Hotel Lux“ und „Anonymus“ zusammen. Und auch Christian Petzolds Kunstfilm „Barbara“ kann sich, was den Zuschauererfolg angeht, mit jedem dieser viel teureren Filme messen.

Dennoch hat Graf in einem anderen Punkt natürlich Recht: Es drängen dank Filmförderung viel mehr Debütfilme von Hochschulabsolventen auf den Markt als dieser hergibt. Aber eben auch viel mehr Mainstream-Filme. Mangelware ist dagegen die wirklich innovative Filmkunst, die man auch auf internationalen Festivals zeigen kann.

#### Brave Deutsche

„Ihr Deutschen seid einfach nicht wirklich frech“, erklärte Michael Haneke in Cannes gegenüber Bernd Neumann die dauerhafte Abwesenheit der Deutschen. Und das gilt insbesondere für die meisten Hochschulabsolventen, die nur in den seltenen Fällen formale Experimente wagen. Aber hier muss man Graf widersprechen: Das Phantastische ist keineswegs ganz aus dem deutschen Film verschwunden, wie Jan Schomburgs metaphysisches Liebesdrama „Über uns das All“ bewies. Graf fordert mehr „Film als herrlich künstlichen Glanz“. Das kann einerseits bedeu-

ten: mehr Trivialität. Aber auch: mehr Kunst. Denn die deutsche Filmbranche tut sich leider schon sehr lange mit beidem schrecklich schwer. Warum ist sie einerseits unfähig, sich mit der herrlich visuellen Komik Michael „Bully“ Herbig zu identifizieren? Hilflos überreichte man dem gerade einmal 44-jährigen bei den „Lolas“ den Bernd-Eichinger-Preis fürs Lebenswerk. Und warum ist man andererseits so abgeneigt, sich auf die international bewunderte Formsprache der Berliner Schule einzulassen?

Lässt es sich mit dem handwerklich nur gut Gemachten wirklich leichter leben als mit dem Genialischen, das die Kategorien sprengt? Gerade im Humor findet oft beides zusammen. Doch die größten Meister auf diesem Gebiet – May Spils, Ulrich Schamoni, Will Tremper, Klaus Lemke, Helge Schneider, um nur einige zu nennen – fehlen in der offiziellen deutschen Filmgeschichtsschreibung.

#### Nichts Preiswürdiges gefunden

Es ist eine lange Geschichte. 1961, als Joe Hembus seine Streitschrift „Der deutsche Film kann gar nicht besser sein“ veröffentlichte und sich die späteren „Oberhausener“ bereits in München formierten, wurde der Bundesfilmpreis in der Hauptkategorie gar nicht vergeben; die Jury hatte nichts Preiswürdiges gefunden. Zur Auswahl hätten unter anderem gestanden: Georg Tresslers „Die Halbstarke“ oder Kurt Hoffmanns „Spukschloss im Spessart“ – Unterhaltungsfilme, die gleichzeitig Kunstwerke sind. Da war die Scheu schon da.

In den USA, wo der MGM-Löwe ohne jede Ironie vom vollmundigen Slogan „Ars Gratia Artis“ umrahmt wird, gelten Kunst und Unterhaltung keineswegs als Widersprüche. In Deutschland jedoch zieht man dazwischen einen absurden Graben.

Die Filmförderung der Siebziger Jahre verschloss sich demonstrativ dem Genrekino – und trieb Altmeister wie Käutner, Staudte, Hoffmann, Reinl ins Abseits oder zum Fernsehen. Selbst die Genialität eines Roland Klick, eines der modernsten Regisseure seiner Zeit, wurde weithin verkannt.

Hinter der einseitigen Förderung des oft politisch geprägten Autorenfilms stand die falsche Vorstellung, dass die Unterhaltung auch von sich aus überleben könne – dabei hatte das Kinosterben der frühen 60er Jahre diesen Traum lange zerstört.

1985 kam dann die radikale Wende: Bei Doris Dörries „Männer“ fielen Kunst und Unterhaltung zusammen – und anders als May Spils wurde sie dafür auch anerkannt. Zunehmend wurden seither populäre Filmformen gefördert, Autorenfilme verschmäht. Aber warum fordert gerade Dörrie nun: „Ich will die Leute unterhalten. (...) Ich will eine Lanze dafür brechen, dass wir die Verabredung mit dem ganz normalen Publikum nicht komplett aufgeben.“ Gerade ihre Filme sind doch ein Beispiel dafür, dass Kunst und Unterhaltung eben keine Widersprüche sein müssen.

#### Mehr Extreme

Was wir brauchen, ist beides, und gerne im Extrem. Die Voraussetzung dabei ist, neidlos zuzugeben, dass filmisches Genie auch darin bestehen kann, der condition humaine der deutschen Durchschnittsbeziehung so nahe zu kommen wie Til Schweiger in seinen Familienkomödien. Aber auch, den Film als Kunst wieder anzuerkennen. Mit dem Erbe des Experimentalfilms hat die Branche schon lange abgeschlossen. Ihn findet man nur noch in Oberhausen – und den Kunstmuseen. Die Welterfolge deutscher Film- und Videokünstler wie Matthias Müller, Christian Jankowski, Björn Melhus oder Clemens von Wedemeyer nimmt die Filmwelt nicht einmal zur Kenntnis. Ulrich Köhlers „Schlafkrankheit“ fand auf der Berlinale 2011 viel Anerkennung aus aller Welt. Doch die Filmakademie hielt ihn nicht einmal der Nominierung würdig. Aber Vorsicht: Wenn eine Filmkultur sich vor ihren Extremen fürchtet, bleibt am Ende nur noch Mittelmaß.

Digitale Plattformen für Filme und Video on Demand

# Zukunftsmarkt in Kinderschuh

WOLFGANG HIPPE

„In der Tat steckt der VoD-Markt in Deutschland in den Kinderschuhen“, gibt Moritz von Kruedener, Mitglied der Geschäftsleitung bei Beta Film, einem der großen deutschen Händler von Film- und TV-Rechten, freimütig zu. „Aber nicht nur die Entwicklung im Ausland, sondern auch die im deutschen Markt ist vielversprechend. Die Wachstumszahlen sind groß, wenn auch noch auf geringem Gesamtniveau.“ In Zahlen ausgedrückt: Online-Videotheken erreichten 2011 in Deutschland Erlöse von nur rund 64 Millionen Euro. Dem stehen Verkäufe von DVDs und Blurays in Höhe von 1,428 Milliarden Euro gegenüber. Doch während die Wachstumsraten bei letzteren deutlich einstellig blieben, schnellte der Online-Film-Verkauf auf Plattformen wie iTunes, Maxdome, Videoload u.a. um 45% auf 32 Mio. Euro nach oben. Ebenso viel wurde mit einmaligen Filmabrufen erwirtschaftet. Dabei nahm die Zahl der Online-Verleihvorgänge sogar um 55% auf 9,4 Mio. Abrufe zu. Allgemein rechnet man mit dem Andauern dieser Dynamik, zugleich schätzen Experten, dass es noch einige Jahre dauern wird, bis VoD fester Bestandteil des Programms auf den großen Bildschirmen in deutschen Wohnzimmern sein wird. Eins scheint freilich schon jetzt festzustehen: Die Nachfrage nach Bewegtbildern im Netz wird in jedem Fall zunehmen. Die „ARD/ZDF-Onlinestudie 2011“ verzeichnet hier über die Jahre ein kontinuierliches Wachstum. Gut zwei Drittel aller deutschen Nutzer sehen Filme online, ein Drittel sieht TV-Sendungen zeitversetzt, schon ein Fünftel verfolgt sie live im Netz. Insgesamt sind das rund 19 Millionen Menschen, der Anteil der 14- bis 29-Jährigen ist dabei überdurchschnittlich hoch. Ausreichende Gründe, um im neuen Wachstumsmarkt erste Claims abzustecken.

## Germany's Gold

VoD wird in Deutschland schon seit rund zehn Jahren angeboten. Nach Überwindung der Kinderkrankheiten und fortschreitender technischer Neuerungen haben sich digitale Videotheken als Teil der Marktstrategien großer Medienunternehmen wie ProSiebenSat.1, Telekom oder Apple etabliert. Der französische Medienmulti Vivendi schickt mit Multiscreen Entertainment ebenfalls eine eigene Tochter ins Rennen. Mit der Gründung einer VoD-Plattform mit dem Arbeitstitel Germany's Gold starten jetzt auch Unternehmen der deutschen Medien- und Produktionsbranche ein gemeinsames digitales Programmportfolio. Aus der Sicht von Michael Loeb, dem Geschäftsführer der WDR mediagroup und Mitinitiator des Projekts, wird damit eine Lücke geschlossen, was das Angebot „hochwertiger TV-Inhalte aus allen Genres“ betrifft. „Uns ist es wichtig, vor dem möglichen Start der großen US-Majors eine Duftmarke zu setzen“, so Loeb. „Das Angebot muss sich selbst tragen und finanzieren.“ Im Gespräch sind deshalb, wie bei anderen VoD-Modellen auch, kostenlose Angebote mit Werbung und dazu werbefreie Abos. Die Gesellschafterliste selbst umfasst neben den Tochterfirmen von ARD und ZDF unabhängige Produzenten wie Autentic oder Beta Film und Brainpool, das Schmidt Katze Filmkollektiv, TV 60 Filmproduktion oder ZieglerFilm Köln. Loeb: „Ziel von Germany's Gold ist, die Qualitätsinhalte aus 60 Jahren deutscher TV-Geschichte verfügbar zu machen.“ Vorbild für Germany's Gold ist dabei der US-Anbieter Hulu, der online und mit Qualitätsanspruch Filme und Serien namhafter US-Produzenten und -Studios online verbreitet.

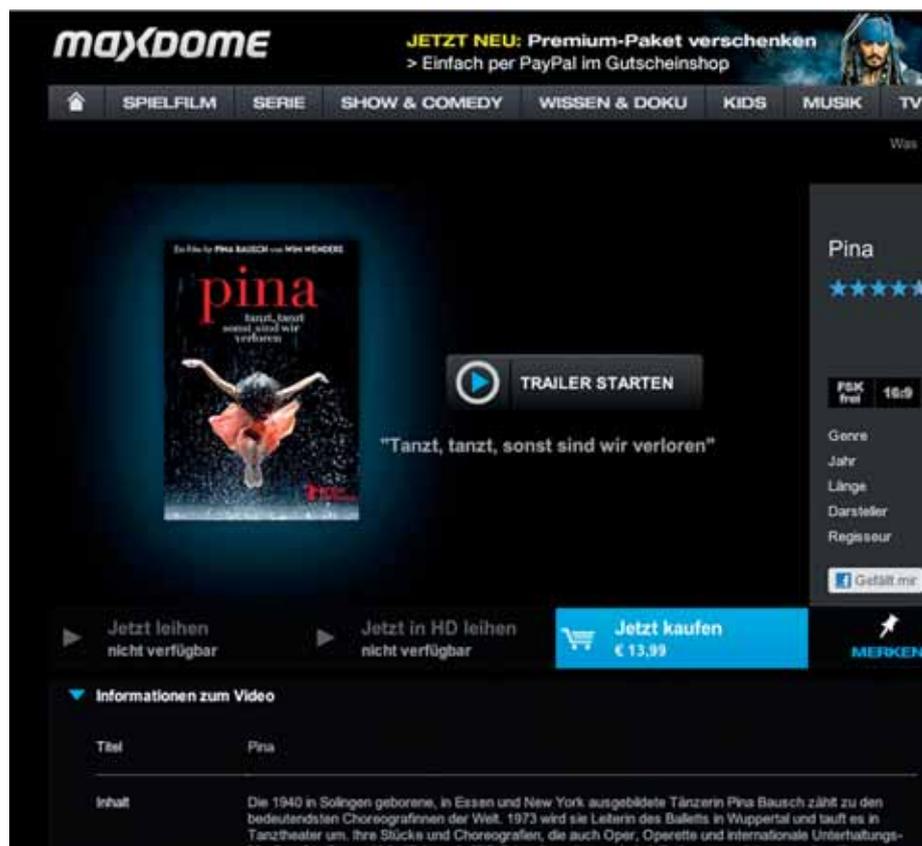
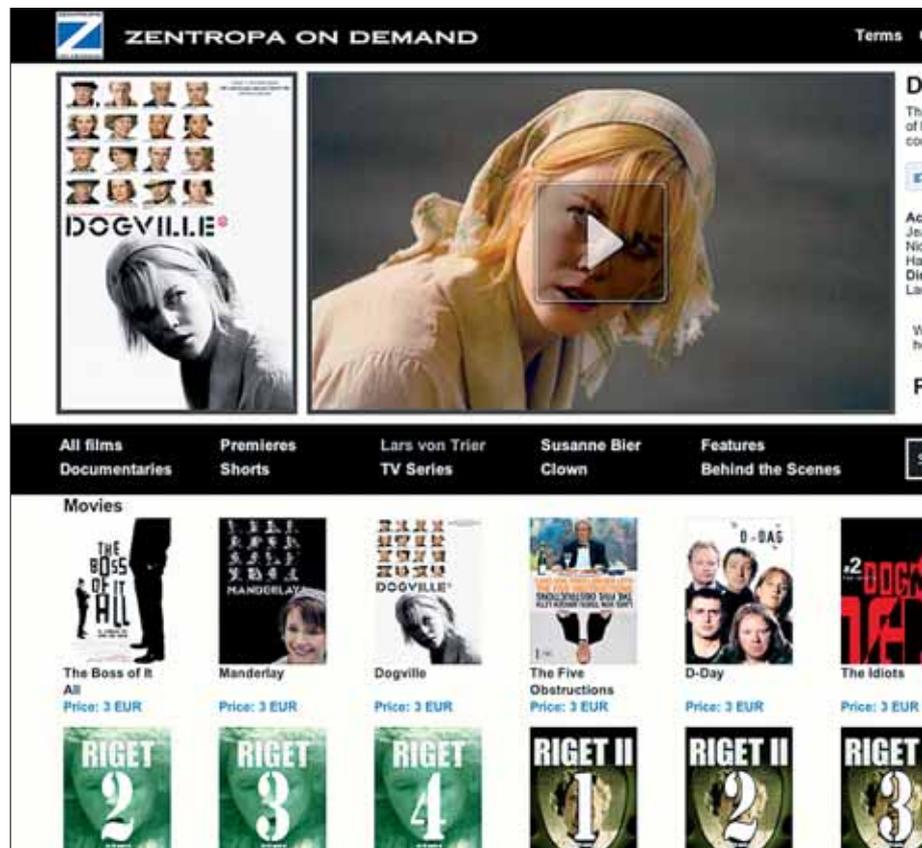
Anstoß an der Gründung nahm zunächst einmal wenig überraschend VPRT-Chef Jürgen Doetz. Er bezweifelt vor allem die Zulässigkeit der angekündigten Werbefinanzierung. Die gehe zu Lasten der privaten Anbieter auf dem „noch im Aufbau begriffenen VoD-Markt“. Der Hintergrund: Vor einem guten Jahr waren RTL und ProSiebenSat.1 mit einem ähnlichen Konzept gescheitert. Das Bundeskartellamt hatte das Projekt mit Hinweis auf das Duopol der beiden Sendergruppen auf dem Werbemarkt verboten. Doch aus medienrechtlicher Sicht dürfte Germany's Gold in trockenen Tüchern sein. Aus Sicht des Kartellamtes kann in diesem Fall von einer marktbeherrschenden Stellung keine Rede sein.

## Vorbild US-Markt?

Das Interesse an VoD hierzulande angestoßen haben auch die Erfolge der US-Plattformen Hulu und Netflix. Während Hulu vor allem als TV-Catchup Service funktioniert, der exklusiv Zugriff auf aktuelle Inhalte unabhängig vom Sendeplan der TV-Stationen bietet, ist Netflix wie eine klassische Videothek mit einem entsprechend umfangreichen Unterhaltungsangebot aufgestellt. Doch ob die US-Modelle als Vorbild taugen, ist umstritten. „VoD-Anbieter wie Netflix und Hulu sind in den USA so erfolgreich, weil es dort kein so vielfältiges frei empfangbares Fernsehen wie in Deutschland gibt“, meint Jens Steinbrenner, Sprecher der Allianz Deutscher Produzenten - Film & Fernsehen. Germany's Gold soll jedenfalls nichts Eigenes produzieren, so Michael Loeb. Aber: „Mit Blick in die Zukunft ist es immer möglich, sich an Produktionen zu beteiligen, um die entsprechenden Rechte für den digitalen Vertrieb zu erhalten. Originäre Contentproduktionen stehen nicht auf unserer Agenda.“ Aktuell geht es hierzulande zunächst auch um Anderes. „Wir hoffen auf eine Vielzahl neuer Player im deutschen VoD-Markt“, so Moritz von Kruedener, „die ihr Angebot nicht nur auf die Verwertung von Erotik, US-Blockbustern und US-Serien konzentrieren. Aus diesem Grund unterstützen wir auch die Bemühungen von Germany's Gold.“

Zentropa bietet die eigenen Filme online an, Maxdome und Videoload haben auch „Pina“ im Angebot: zu unterschiedlichen Preisen.

Foto: Screenshots der Anbieter-Sites



Tilman Scheel über digitale Vertriebswege b2b – b2c

# Alles braucht seine Zeit

WOLFGANG HIPPE

Tilman Scheel,  
Foto: privat

**Herr Scheel, reelport nutzt weltweit digitale Vertriebswege für Kurzfilme. Ihre Erfahrungen dabei?**

Ich denke, unsere Erfahrungen im digitalen Vertrieb b2b für Käufer, Verkäufer und Filmfestivals lassen sich durchaus auf den VoD-Markt übertragen. Ich sehe zwei grundsätzliche Probleme. Erstens: Die Gewohnheiten der Kunden lassen sich nur langsam verändern, man muss immer mit einer längeren Gewöhnungszeit rechnen. Die Technologie ist da viel schneller. Wir haben vier Jahre gebraucht, um uns zu etablieren. Das war auch bei Videoplattformen wie Hulu oder Netflix nicht anders. Dazu braucht man einen Finanzier, der einem nicht zu schnell auf die Füße tritt. Zum zweiten muss man klar herausstellen, welchen Vorteil das neue Angebot bringt. Bei reelport waren das die Kostenersparnis beim Versand und die einfachere Lagerhaltung. In b2c-Modellen müssten das ein herausragendes Angebot und einfache Bedienbarkeit sein.

**Vorausgesetzt, VoD setzt sich durch, wie verändert sich das Geschäftsmodell Verleih?**

Eine gute Frage. Alle Verleiher, die ich kenne, experimentieren derzeit mit VoD. Im Moment rechnet es sich noch nicht so recht. Man vergibt die Lizenzen nicht exklusiv, sondern an möglichst viele und schaut, welches Pferd am besten läuft. So sind übrigens die großen Studios auch mit Netflix verfahren. In dem Augenblick, als Netflix Gewinn gemacht hat, haben sie sofort die Lizenzkosten hoch geschraubt. Deshalb ist Netflix inzwischen gezwungen, selbst zu produzieren.

Interview Stefan Arndt von X Filme

## Kino bleibt Maßstab

WOLFGANG HIPPE

**Herr Arndt, derzeit scheint Video on Demand der neue Trend auf dem Markt für Bewegtbilder zu sein. Teilen Sie diese Einschätzung?**

Video on Demand gibt es ja schon eine Weile. Inzwischen hat sich das Angebot erweitert, und die Technik ist besser geworden. Probleme macht aktuell vor allem die Piraterie. Wenn man einen bestimmten Film finden will, sind die ersten drei Seiten auf der Suchmaschine illegale Angebote. Auch sonst hakt es manchmal. Als ich letztes die Originalfassung vom „Weißen Hai“ per iPhone gesucht habe, bin ich fast verrückt geworden. Schließlich stellte sich heraus, dass man da eine besondere Schreibweise des Titels bevorzugt hatte, die mir fremd war. Aber diese Probleme dürften sich absehbar lösen lassen.

**Aus Ihrer Sicht: Schließen sich die parallele Vermarktung eines Films im Kino und über VoD aus?**

Nein. Das Kino ist ja ein Ort, zu dem man sich begibt, um Filme zu sehen. Es hat seine eigenen Qualitäten, auf die wir vertrauen können. Daneben gibt es viele Menschen, die aus unterschiedlichsten Gründen keine Möglichkeit zu einem Kinobesuch haben, sei es, weil sie krank sind oder nach den Kindern gucken müssen. Oder vor Ort kein Kino haben. Warum sollten wir denen den Film vorenthalten? Man könnte den Titel beispielsweise in einem bestimmten Zeitfenster für einen etwas höheren Preis per VoD anbieten, vielleicht für 30, 40 Euro. Ein Teil der Einnahmen müsste dann an die Kinos gehen. Wir dürfen den technischen Fortschritt nicht verteufeln. Früher gab es ja rigide Sperrfristen zwischen den einzelnen Verwertungsstufen – sechs Monate waren der regulären Filmtheaterauswertung vorbehalten.

**Wird die DVD auf Dauer zugunsten von VoD verschwinden?**

Meine These ist, dass VoD sich irgendwann in der Zukunft durchsetzt. Aber das wird dauern.

**DVD und Buch kann man aber im Gegensatz zu VoD greifen und anfassen. Liegt in diesem Haptischen ihre Überlebenschance?**

Dieser Hinweis ist richtig. Auf dem Markt findet auf jeden Fall eine Kannibalisierung statt, die Frage ist nur, wie weit sie gehen wird. Die Vinylplatte gibt es ja auch noch, aber sie macht nicht mehr das Massengeschäft. Beim Buch wird es ähnlich sein. Beim Film dürfte es allerdings langsamer von statten gehen. Bis die Streaming-Technologie so weit ist, dass man auf dem Bildschirm die Qualität von Blu-ray garantieren kann, das dauert noch.

**Welche Chancen haben denn aus Ihrer Sicht Projekte wie Germany's Gold oder das VoD von Zentropa?**

Ich kenne beide Projekte ganz gut. Frage ist, was man jeweils als Erfolg definiert. Wenn das bei Zentropa bedeutet, dass noch ein paar Euros extra um die Ecke kommen, wird das funktionieren. Wenn bei Germany's Gold der Kulturauftrag und der Erhalt des deutschen Filmberbes im Mittelpunkt stehen, funktioniert das auch. Zur Wirtschaftlichkeit beider wäre meine Vermutung allerdings: nicht in den nächsten fünf Jahren. Selbst der Chef von Google hat auf den überschätzten Wert der Long Tail hingewiesen: Selbst Unternehmen wie Netflix machen 90 Prozent ihrer Umsätze mit 10 Prozent ihrer Inhalte.

> Tilman Scheel ist Managing Director der reelport GmbH Köln

Stefan Arndt,  
Foto: X Filme

**So etwas wie die Buchpreisbindung auf Zeit.**

Das könnte man so sehen. Die Kinobetreiber haben ihre Chancen nicht immer zu nutzen gewusst. Als z.B. die VHS-Kassetten aufkamen, gab es das Angebot an die Kinos, deren Vertrieb exklusiv zu übernehmen. Das hat man empört zurückgewiesen, weil man nichts mit Pornos zu tun haben wollte. Das war keine der hellsten Entscheidungen.

**Mobile Kommunikation und kleine Endgeräte liegen im Trend. Taugen die überhaupt für Kinofilme?**

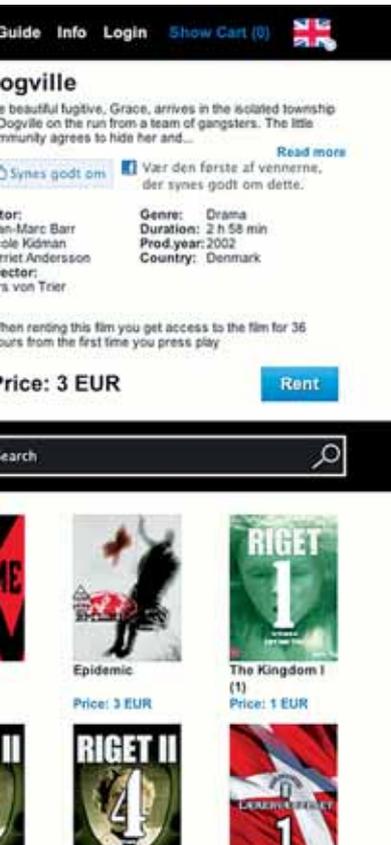
Mich als begeisterten Kinogänger schreckt allein die Vorstellung, dass jemand einen Kinofilm tatsächlich auf einem Handy angucken könnte. Aber es gibt ja Kabel, mit deren Hilfe man das Handy wie andere Empfangsgeräte mit einem großen Bildschirm verbinden kann. Beamer sind mittlerweile auch nicht mehr so teuer und produzieren hervorragende Bildqualitäten. Als ich vor kurzem in New York war, hat mein Taxifahrer sein iPhone mit einem Beamer verbunden und die Bilder für mich an eine Hauswand geworfen. Das war beeindruckend, auch wenn es natürlich kein Film war. Ich denke, wir müssen mit den technischen Möglichkeiten umgehen lernen.

**Welche Chancen sehen Sie für Projekte wie „Germany's Gold“?**

Ein guter Gedanke, hier die unterschiedlichsten deutschen Produktionen zusammenzuführen. Wichtig erscheint mir auch, dass dieses Angebot nicht exklusiv ist. Das eröffnet den Produzenten eine ganze Bandbreite von weiteren Verwertungsmöglichkeiten. Warum die Fernsender dabei sein müssen, ist eine andere Frage. Aber das ist wohl eine der deutschen Besonderheiten. Andererseits werden deutsche Streifen aus den 1970er Jahren nicht unbedingt der weltweite Hit sein.

**In den USA haben Videoportale wie Hulu und Netflix begonnen, direkt mit Produzenten zusammen zu arbeiten, um eigene Filme und Serien herstellen zu lassen. Eine Perspektive auch für Deutschland?**

Gerüchtersweise soll ja auch Sky neuerdings über die Produktion von Filmen nachdenken. Das ist natürlich für Produzenten immer interessant, denn es geht um Möglichkeiten, Geld für gute Filme zusammenbringen. Für mich ist allerdings der Kinofilm Maßstab. Ein Film muss zunächst im Kino sein Geld wert sein.



Florian Hager ist Hauptabteilungsleiter Neue Medien bei Arte. Mit einem Team von rund 30 Leuten setzt er das von Teletext, Apps und Webauftritt bis hin zu Webdokus reichende innovative Crossmedia-Konzept des Senders erfolgreich um. Im Interview mit Oliver Baumgarten stellt er das Konzept vor und wagt einen Blick nach vorn.

Interview Florian Hager

## Fernsehen umfassend

**Die Online-Aktivitäten von Arte sind umfangreich und durchaus populär. Mit welchen mittelfristigen Zielen als Fernsehsender verfolgen Sie diese kreative Web-Offensive?**

Ich muss vorweg schicken, dass sich unsere Strategie von der unserer Mutterhäuser vor allem auf deutscher Seite unterscheidet, da sich durch unseren Sitz in Frankreich ganz andere Möglichkeiten ergeben. Per Staatsvertrag sind Fernsehsender in Frankreich ja nicht nur ermuntert, sondern geradezu verpflichtet, in diesem Bereich aktiv zu sein, schon um die finanziellen Mittel zu erhalten. Im Gegensatz zu Deutschland nämlich

weist Frankreich dem Internet eine andere Position zu, es ist ausdrücklich erwünscht, dass auch wir als Sender Genres im Internet weiterentwickeln.

Um aber auf die Ziele zu kommen: Arte ist als Marke zwar sehr bekannt. Geht man jedoch nach reinen Zuschauerzahlen, dann muss man zugeben, dass wir in der Lebenswirklichkeit der Leute weit weniger präsent sind als andere Sender. Deswegen schauen wir als kleiner Sender, wie unsere Inhalte trotzdem an die Menschen gelangen und bewegen uns entsprechend dorthin, wo sie sich aufhalten. Von daher war unsere



Florian Hager,  
Foto: Arte

Strategie in diesem Bereich von Anfang an sehr aktiv und prioritär ausgerichtet.

**Geht es denn darum, die Marke des Senders weiter auszubauen oder zunächst einmal von ihr zu profitieren?**

Wie bei jedem großen Sender hat auch bei Arte die Webtätigkeit damit begonnen, zunächst die Programme des Senders als Marketingtool zu bewerben und sie als nächsten Schritt dann anzureichern. Über beide Phasen sind wir heute aber längst hinaus. Trotzdem: Von der Marke Arte profitieren wir natürlich im Netz, wir haben mehr Facebook-Freunde als alle öffentlich-rechtlichen Sender in Deutschland zusammen. Wir profitieren von ihr, wollen sie aber nicht ausschachten oder ausschöpfen. Uns geht es wirklich darum, die für das jeweilige Thema geeignete Form zu finden. Ob das hybrid angelegt ist, partizipativ oder als Webdoku erzählt: Für jedes Medium überlegen wir uns für das jeweilige Thema die geeignete Deklinationsform.

**Sie unterscheiden online zwischen crossmedialen und transmedialen Projekten. Wie definieren Sie das?**

Ich bin an sich kein Freund dieser Begriffe, weil sie versuchen etwas zu definieren, was sich doch ständig im Fluss befindet. Aber sagen wir so: Wir setzen im Grunde zwei Arten von Projekten um. Einerseits solche für den Schirm mit geeigneter Deklinationsform im Netz und andererseits weboriginäre Projekte mit geeigneter Umsetzung für den Schirm. Die Idealform aber, die intern mit einem wieder anderen Begriff, nämlich „Hybrid“ bezeichnet wird, verwebt beide Formen miteinander, so dass das Projekt nur funktioniert, wenn beide Ebenen be-

Filmstiftung NRW trifft Filmstiftung Zürich

## „Auch gute Beziehungen müssen gepflegt werden“

VON DANIEL WASER, CHEF DER ZÜRCHER FILMSTIFTUNG

Zwischen der Zürcher Filmstiftung und der Film- und Medienstiftung NRW besteht seit langer Zeit ein reger Austausch, der sich in zahlreichen deutsch-schweizerischen Koproduktionen widerspiegelt. Auf ihrem Internationalen Filmkongress lädt die Düsseldorfer Medienförderung nun erneut zu einem Arbeitslunch, zu dem 20 Produzenten aus der Schweiz und NRW erwartet werden. Daniel Waser, Chef der Zürcher Filmstiftung, schreibt im Magazin, was er sich von dem Treffen erwartet. „Schon der gemeinsame Name ‘Filmstiftung’ weist darauf hin: Zürich und NRW bilden eine Partnerschaft der ersten Stunde. Inzwischen wurde die Filmstiftung NRW als ältere Schwesterorganisation zur Film- und Medienstiftung ausgebaut, und



Daniel Waser,  
Foto: Zürcher  
Filmstiftung

auch die wesentlich jüngere Zürcher Filmstiftung hat sich kräftig entwickelt. Aber die engste Kooperation zwischen den beiden Regionen besteht nach wie vor im Bereich des (kostenintensiven) Kinospieleffilmes. Seit 2005 werden wechselseitig Treffen organisiert – sei es im Rahmen des Internationalen Filmkongresses in Köln, sei es während des Zurich Film Festival. Und der Erfolg dieser Bemühungen lässt sich sehen. Es konnten zahlreiche gemeinsame Projekte auf den Weg gebracht oder gegenseitig in der Schlussfinanzierung geholfen werden. Erinnert

sei etwa an „Satte Farben vor Schwarz“, „Tännöd“ oder – eben abgedreht – „Dawn“.

Dank des regelmäßigen Austauschs ist bei Produzenten und Förderung Vertrauen gewachsen, sind Freundschaften entstanden. Dies ermöglicht kurze Wege im Prozess und besseres gegenseitiges Verständnis begünstigt den kreativen Nährboden, wie der Blick auf die aktuelle Projektliste zeigt.

Selbst gute Beziehungen müssen gepflegt und können vertieft werden. Kontinuität ist dabei entscheidend. Dennoch hat sich die Form der Treffen gewandelt. Am Anfang standen klassische Koproduktionsanlässe, dieses Jahr sehen wir uns zum „Arbeitslunch“ CH@NRW, organisiert von Katharina Blum und ihrem Team. In diesem überschaubaren Rahmen wollen wir uns nicht nur für Erfolge auf die Schulter klopfen, sondern auch kritische Fragen zur Kooperation und weiteren Entwicklung gemeinsamer Projekte stellen. Darauf freue ich mich.“

Die Animationsbranche in Deutschland schwächelt“, sagt Richard Lutterbeck. Und er zitiert eine Studie, nach der nur rund neun Prozent des für Animationsprogramm ausgebenen Geldes der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender an einheimische Firmen geflossen sei. Wie man sich dennoch in einem enger gewordenen Markt behaupten kann, beweist Lutterbeck seit 25 Jahren mit dem Trickstudio Lutterbeck in Köln: mit viel Eigeninitiative, einer Portion Wagemut und der Bereitschaft, immer wieder neue Wege zu gehen.

Begonnen hat alles 1987 in einem Kölner Hinterhof. Dort erstellte Lutterbeck politische Cartoons für den „Bericht aus Bonn“. In den 90er Jahren kamen Aufträge aus der Werbung hinzu und immer mehr Arbeiten für das Kinderprogramm, etwa für „Die Sendung mit der Maus“. Mit an Bord war regelmäßig Matthias Bruhn als Regisseur. Seit dem Jahr 1998 firmieren Lutterbeck und Bruhn als Teilhaber und Geschäftsführer der Trickstudio Lutterbeck GmbH, die seit 2000 ihre Heimat in Köln-Nippes hat. Hinter einer Toreinfahrt liegen dort in einem Flachbau ein paar kleine Büroräume, an die sich eine Halle anschließt, in der rund zehn feste Mitarbeiter ihre Arbeitsplätze haben. Als ginge es darum, ein Sinnbild für die Veränderungen in der Branche darzustellen, sind an diesem Tag sämtliche Papier-Zeichentische verwaist. An den Computerplätzen hingegen werden Strichwesen lebendig und Mundbewegungen von Comic-Figuren in mühsamer Kleinarbeit mit vorproduzierten Sprachaufnahmen synchronisiert.

„Unsere Schwerpunktkompetenz ist immer noch die Animation“, stellt Geschäftsführer Matthias Bruhn klar.

**Websites im Angebot**

Aber das Spektrum der Firma hat sich in den vergangenen zehn Jahren deutlich erweitert, zum Beispiel hin zur Webseiten-Ge-

Schweizer und NRW-Förderung beteiligt: Jason Isaacs (l.) und Joel Basman bei den Dreharbeiten zu „Dawn“ Ende April in Köln, Foto: Enigma Film



spielt sind. „Photo for Live“ war im letzten Jahr ein solches Projekt, eine Art Master Class für Fotografen mit Oliviero Toscani. Der erste Teil, der Aufruf an Interessierte, fand komplett im Netz statt, ebenso die Auswahl der Teilnehmer. Mit den acht Finalisten wurde dann eine Fernsehserie gedreht und ihre Arbeiten am Ende sogar noch in einer Ausstellung und einem Buch präsentiert. Neue Projekte dieser Art entwickeln wir gerade mit „Alles für die Kunst“ und „Open Opera“, auch hier werden die Internetanteile den Schirm bereichern und umgekehrt.

**Mit diesen Projekten verknüpft sind zwei Plattformen, die Sie parallel zur Arte-Homepage und der Mediathek Arte+7 bespielen: Arte Live Web und Arte Creative. Was unterscheidet die beiden?**

Arte Live Web ist eine Plattform für Livemusik, für die wir eigene produzieren und zwar mit Partnern zusammen. Das sind Opernhäuser, Konzertveranstalter oder andere Anbieter, von denen wir die Ausstrahlungsrechte der Konzerte im Netz erwerben. Das Live-Signal aber wollen wir gar nicht exklusiv zeigen, sondern distribuieren es zusätzlich, das heißt, wir geben es weiter an ausgesuchte Plattformen, von denen wir glauben, dass es dort auf interessierte Leute trifft, etwa die Opernhäuser selbst oder andere potenzielle Partner.

Die Idee hinter Arte Creative geht einen Schritt weiter. Da sind wir nicht mehr Produzenten, sondern gewissermaßen Kuratoren. Wir geben dort kreativen Menschen den Raum, sich mit eigenen Arbeiten zu präsentieren. Wir als Redaktion wählen Arbeiten aus und erwerben ihre Online-Rechte. Die Idee besteht also darin, Inhalte von Usern zu veröffentlichen, das Ganze aber mit der Marke Arte redaktionell einzuordnen, ohne derjenige zu sein, der das produziert bzw. in Auftrag gibt.

So, wie wir im Bereich des Kinofilms ja lange schon erfolgreich junge Künstler unterstützen, machen wir es damit also auch im Netz.

**Wird die Idee der Distribution von Inhalten im Internet und damit auch der Verbreitung einer Marke in absehbarer Zeit auch für fiktionale Inhalte denkbar sein?**

Die Idee der Distribution, also die Möglichkeit, Inhalte in andere Communitys hineinzutragen, lässt sich bei Spielfilmen aufgrund rechtlicher Probleme natürlich noch nicht so leicht umsetzen. Trotzdem wollen wir auch im fiktionalen Bereich weiterkommen und haben zur Zeit etwa mit „The Spiral“ ein relativ großes europäisches Projekt in der Entwicklung, in das wir Online-Komponenten einbringen wollen. Nicht, dass wir den Film dann online komplett zeigen könnten. Wir wollen ihn zunächst in anderer Deklinationsform begleiten.

**Das netzoriginäre Format der Webdoku hat Arte als eine der ersten in Europa umgesetzt und dafür immer wieder auch Preise gewonnen, „Prison Valley“ zuletzt den Grimme Online Award. Wie zukunftsfruchtig ist dieses Format?**

Wir haben mit den Webdokus sehr positive Erfahrungen gemacht, auch wenn sie nicht zu den Projekten mit den höchsten Abrufzahlen unserer Seite gehören. Für uns sind Webdokus Innovationsarbeit, die stets weiter fortschreitet. Zum Beispiel lassen wir uns gerade von Seiten der Games inspirieren, denn wichtig ist, dass die Webdokus partizipativer werden. Zur Zeit sind viele unserer Webdokus zwar enorm aufwändig, aber noch sehr geschlossen. Eine Arbeit wie „Prison Valley“ ist vom Aufwand her kaum günstiger als ein großer Dokumentarfilm. Ausschließlich fürs Netz produzieren heißt auf diesem

Niveau eben keinesfalls, billig zu sein. Wir können es uns im Moment aber leisten, solche großen Webdokus mit Produzenten umzusetzen, weil es beim französischen Filmförderfonds CNC einen eigenen Fördertopf für derlei Projekte gibt. Und so können wir weiter experimentieren und wollen mit der Webdoku den nächsten Schritt gehen.

**Ist das Internet dem Fernsehen durch sein hybrides Potenzial nicht komplett überlegen, weil es alles kann, während das Fernsehen nur linear und ohne Rückkanal funktioniert?**

Ich glaube nicht, dass es um Verdrängung geht, wenn Sie das meinen, sondern um Ergänzung. Der Fernseher ist heute ein multimedialer Homecomputer geworden. In Frankreich empfangen 25 Prozent der Haushalte ihr Signal bereits über ADSL, also über das Internet. Wenn die ihren Fernseher anmachen, öffnet sich ein Menü. Und darin kann ich auswählen unter Videotheken, Online-Kanälen, Audio- und Videofiles – alles Mögliche wird mir da angeboten. Und eben auch, irgendwo ganz unten, das lineare Fernsehen. Und dort, irgendwo auf Position 385, kommt dann Arte. Das ist die Realität, damit muss ein Sender umgehen. Das heißt aber nicht, dass das Fernsehen abgelöst wird vom Internet. Seine Anziehungskraft mit den Möglichkeiten, Events zu generieren – davon hängen wir auch im Online-Geschäft immer noch direkt ab. Wir müssen die Inhalte heute nach drei Nutzungsformen auffächern: den großen Bildschirm, den Tablet-Computer und das Mobiltelefon. Und diese Endgeräte kommunizieren miteinander – also müssen wir Inhalte konzipieren, die „kommunizieren“. Am Ende aber bleibt das alles trotzdem immer irgendwie Fernsehen. Ich denke, wir müssen lernen, diesen Begriff einfach umfassender zu verstehen.

Das Kölner Tickstudio Lutterbeck erhielt im April im Rahmen der Förderung Innovative Audiovisuelle Inhalte der Film- und Medienstiftung NRW Unterstützung für eine App, die im Haus entwickelt wird. Damit sind die Trickfilmer beispielhaft für crossmediales Erzählen.

Porträt Trickstudio Lutterbeck

# Apps als Konsequenz

VON CHRISTIAN SEEBAUM

staltung. „Spiolino“ hieß die mehrfach ausgezeichnete – mittlerweile eingestellte – Online-Community für Kinder von acht bis elf Jahren, die Bruhn und Lutterbeck 2002 auf eigene Initiative hin aufbauten. Auf spielerische Weise führte die Seite die jungen Erstnutzer an das Internet heran – und blieb auch von der Redaktion der „Sendung mit der Maus“ nicht unbemerkt. Es folgten Aufträge für die Neugestaltung der Maus-Website, außerdem entwickelte das Trickstudio die Elefanten-Seite sowie KiKANinchen für den Kinderkanal. „Wir haben fast jede wichtige öffentlich-rechtliche Preschool-Kinderseite produziert“, sagt Richard Lutterbeck. „Da geht es darum, Kindern, die noch nicht lesen und schreiben können, ein Angebot bereitzustellen, mit

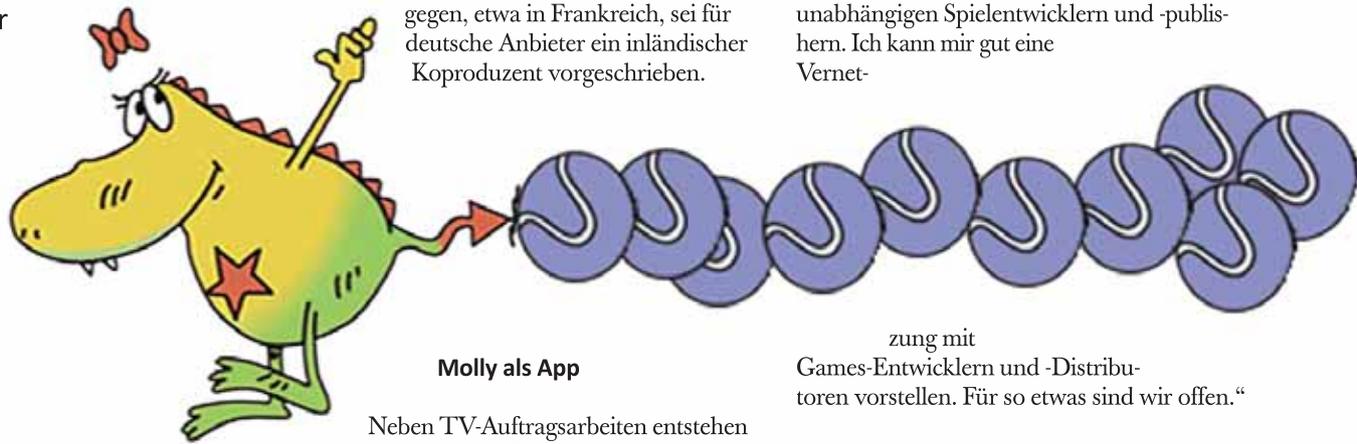
dem sie elternunabhängig arbeiten können. Das heißt, die Animationen und Interaktionen auf diesen Seiten sind genau für diese Zielgruppe produziert worden.“ Mittlerweile generiert der Bereich Internet/Neue Medien 25 bis 30 Prozent des Trickstudio-Umsatzes, der Rest kommt aus Film- und Fernsehproduktionen, darunter Verfilmungen von Kinderbüchern etwa von Wolf Erlbruch, Tony Ross, Axel Scheffler oder Jutta Bauer.

**Konkurrenz aus dem Ausland**

Doch es wird immer schwieriger für deutsche Animationsfirmen, Aufträge von den öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern zu bekom-

men. Den Grund dafür sieht Richard Lutterbeck auch in der Konkurrenz der ausländischen Firmen, denen es in Deutschland möglich sei, mit ihren Angeboten direkt an die Sender heranzutreten. Im Ausland hingegen, etwa in Frankreich, sei für deutsche Anbieter ein inländischer Koproduzent vorgeschrieben.

Animationsproduktionen fürs Fernsehen wenig Entwicklungspotenzial. Richard Lutterbeck: „Wir bewegen uns in Richtung Apps und Spiele. Es wäre toll, wenn wir als unabhängiges Studio enger in Kontakt kämen mit unabhängigen Spielentwicklern und -publishern. Ich kann mir gut eine Vernet-



Molly als App

Neben TV-Auftragsarbeiten entstehen im Trickstudio Lutterbeck auch regelmäßig eigene Projekte wie Kurzfilme oder die internationale Koproduktion „Ted Sieger's Molly Monster“. „Molly Monster“ lief als 52teilige Serie im RBB-„Sandmännchen“ und als halbstündiges Weihnachts-Special im Kino. Und jetzt schicken die Kölner die kleine Monsterin auch noch auf andere Wege: Von der Film- und Medienstiftung mit 15.000 Euro gefördert, entsteht eine Molly-App für Smartphones und Tablet-Computer, zudem ist ein Molly-Kinofilm in Vorbereitung. „Wir haben uns nie als reine Filmproduktion gesehen“, sagt Geschäftsführer Matthias Bruhn, „die Entwicklung zu Apps ist für uns nur eine natürliche Konsequenz“. Doch räumt er ein: „Auf der technischen Ebene ist das schon sehr komplex. Die Produktionswege sind komplett andere und die Vernetzung mit anderen Firmen muss noch breiter sein.“ Bruhn und Lutterbeck sehen bei den konventionellen

zung mit Games-Entwicklern und -Distributoren vorstellen. Für so etwas sind wir offen.“

**„Nicht lustig“-Pilot**

Offen und höchst erfreut war man im Trickstudio Lutterbeck auch, als im vergangenen Jahr aus heiterem Himmel ein Comiczeichner anfragte, ob man nicht gemeinsam seine Cartoons zu einer Serie animieren wolle. Denn dieser Zeichner war kein Geringerer als Joscha Sauer, Schöpfer der erfolgreichen „Nicht lustig“-Comics – „vier Millionen verkaufte Bücher und Merchandising ohne Ende“ – mit absurdem schwarzen Humor für Erwachsene. Mittlerweile ist die Arbeit an einer Pilotfolge im Gang, und die Spannung steigt, wo sich am Ende für das ungewöhnliche, komplett in eigener Vorleistung durchgeführte Projekt eine Heimstatt finden wird, konventionell im TV oder doch in neuen Medien. Im Herbst steht Lutterbeck, Bruhn und Sauer erst mal ein weiteres Abenteuer mit ungewissem Ausgang bevor: Dann wollen sie Geld für die Entwicklung der „Nicht lustig“-Serie per Crowdfunding einsammeln.

> [www.trickstudio.de](http://www.trickstudio.de)



Richard Lutterbeck



Matthias Bruhn, Fotos: Trickstudio Lutterbeck

# Mediensommer NRW

Im Juni häufen sich in NRW die Medienevents aus den verschiedensten Bereichen. Das Magazin stellt die wichtigsten Veranstaltungen des Mediensommers vor und spricht mit ihren Machern.

- 12.-14. Juni **Anga Cable – Business-Plattform für Breitband und Content**
- 13. Juni **Factual Entertainment Summit in den MMC-Studios**
- 13.-19. Juni **Entertainment Master Class (Comedy und Sitcom, zum ersten Mal in NRW)**
- 13.-14. Juni **Emmy Judgings in den Kategorien Schauspiel, Drama Series, Comedy, Current Affairs**
- 16. Juni **Verleihung des Deutschen Kamerapreises**
- 18.-20. Juni **Medienforum.NRW in der koelnmesse**
- 18.-20. Juni **Internationaler Filmkongress: Digitale Distribution, Entertainment und New Content**
- 20. Juni **Verleihung des Grimme Online Awards**
- 20.-24. Juni **C'n'B Convention und c/o pop Festival**
- 25.-27. Juni **5. Deutsche Welle Global Media Forum**
- 26. Juni **13. Breitband-Forum KÖLN**



Messe Anga Cable: Europas größte Business Plattform für Breitband und Content

## Broadband meets Content

Die Messe Anga Cable in Köln gilt als Europas größter Branchentreff für Breitband und Content. Auch in diesem Jahr rechnet der Veranstalter, der Verband der Kabelnetzbetreiber Anga, mit einem Rekordergebnis: Rund 440 Aussteller und über 15.000 Fachbesucher aus aller Welt werden vom 12. bis zum 14. Juni in der Domstadt erwartet. Schwerpunkte des Kongresses werden Smart TV, hybride Netze, Video on Demand, IPTV und Connected Home sein.

„Wir haben uns dieses Jahr ausdrücklich ein Motto gegeben: Broadband meets Content“, sagt Peter Charissé, Geschäftsführer der Anga. Er betont: „Es gibt immer mehr Programmveranstalter, die Zugang zur Netzverbreitung wünschen. Diese beiden Gruppen wollen wir zusammenführen.“

Zu den Programmhöhepunkten gehören die drei Gipfelveranstaltungen: Zum Fernsehgipfel „Smart TV

und Video on Demand – Chance oder Risiko für das klassische Fernsehen?“ werden Michael T. Fries von Liberty Global, Adrian von Hammerstein von Kabel Deutschland, MDR-Intendantin Karola Wille, Telekom-Marketingchef Christian Illek, Sky-Vorstandschef Brian Sullivan sowie Vertreter von ProSiebenSat.1, Astra und Google den Stand der Dinge diskutieren.

Auf dem anschließenden Breitbandgipfel unterhalten sich Wilhelm Dresselhaus von Alcatel-Lucent, Robert Hoffmann von 1&1 Internet, Iris Henseler-Unger von der Bundesnetzagentur, Christian Illek, Deutsche Telekom, Dietmar Schickel von Tele Columbus, Lutz Schüler von Unitymedia, Theo Weirich von Wilhelm.tel und Anga-Präsident Thomas Braun über die Frage: „Kabel, Glasfaser und LTE – Wie geht es weiter mit dem Breitbandausbau?“

Der neue, englischsprachige „International Technology Summit“ stellt am zweiten Messetag die Strategien und Technologien für das Connected Home, die Vernetzung von Unterhaltungselektronik und Haustechnik, in den Mittelpunkt. Die Teilnehmer sind Vertreter von Arris, ComHem aus Schweden, Kabel Deutschland, Liberty Global, NDS, SCTE, Time Warner Cable aus den USA, YouSee aus Dänemark, ZON Multi-

media aus Portugal und Japan Cable Television Engineering Association.

Die acht Strategie-Panels der Anga Cable behandeln unter anderem die Themen Video on Demand, Smart TV, Multiscreen Solutions, IPTV, Connected Home, Catch-Up TV, Stadtnetzbetreiber, Wohnungswirtschaft sowie aktuelle Fragen des Medien- und Telekommunikationsrechts. Themen wie Glasfaser, Hybrid-TV, Next Generation Services, IPv6 und Cloud Services kommen im Rahmen der Panels ebenfalls zur Sprache.

„Unsere Marktpartner sind in erster Linie die Vermarkter von Content, nicht die Hersteller“ erklärt Charissé, „allerdings ist die Messe auch eine gute Plattform, um sich zu den wichtigen Trends bei der Distribution zu informieren. Dazu kommt, dass die Vertragsbeziehungen zwischen TV- und Filmproduzenten und Netzbetreibern zunehmend direkt entwickelt werden. Das bedeutet, dass die Anga Cable auch für Produzenten als Networking-Plattform interessant ist.“

Der Besuch der Fachausstellung kostet 22 Euro für drei Tage. Kombinierte Messe- und Kongresstickets können zu Preisen ab 95 Euro erworben werden.

> [www.angacable.com](http://www.angacable.com)

Interview Peter Charissé, Geschäftsführer der Anga, des Verbandes Deutscher Kabelnetzbetreiber

# Neue Player aus der Online-Welt



Peter Charissé

**Was sind zurzeit die wichtigsten Themen der Kabelbranche?**

Nach einer langen Vorlaufzeit erleben wir derzeit, dass Fernsehen und Internet tatsächlich auf dem Fernsehbildschirm zusammenwachsen. Die entsprechenden Endgeräte und Anwendungen finden Eingang in den Massenmarkt. Dafür steht der Begriff Smart TV, der zugleich ein Schwerpunktthema unserer Kongressmesse ist.

Ein Dauerbrenner ist der Breitbandausbau in Gebieten, die noch keinen Zugang zu schnellem Internet haben: Welche Rolle spielen Kabel- und Glasfasernetze, welche Rolle LTE, also das neue mobile schnelle Breitband, und wie sehen die verschiedenen Optionen der Kabelnetzbetreiber oder auch der Deutschen Telekom aus? Und eine Frage, die die Netzbetreiber und Programmveranstalter gleichermaßen beschäftigt: Wie wird der Eintritt der großen Online-Player wie Google und Apple in die europäischen TV-Märkte aussehen?

**Für welche Positionen setzen Sie sich ein?**

Seit 2008 vertritt unser Verband die gesamte Kabelbranche in Deutschland, und wir bringen uns neben den Medienthemen verstärkt bei den aktuellen Telekommunikationsfragen ein. Und das besonders beim Breitbandaufbau mit dem Hinweis, dass es hier nicht zu Wettbewerbsverzerrungen kommen darf. Ein weiteres wichtiges Thema ist das Verhältnis zwischen Infrastruktur und Content im Allgemeinen, also die Frage nach der Aufteilung der Wertschöpfung, die gegenüber den Endkunden erzielt wird. Hier sehen wir durchaus Gefährdungen, dass das Verhandlungsgewicht der Programmveranstalter und Rechteinhaber immer mehr zunimmt. Das haben bereits die Verhandlungen um das Hochauflösende Fernsehen (HDTV) gezeigt. Hier treten wir als Verband besonders dafür ein, dass der Wert der Infrastrukturleistungen, die die Netzbetreiber erbringen, Bestand hat, und dass das etablierte Geschäftsmodell nicht auf den Kopf gestellt wird. Unsere Kernforderung ist hier die Gleichbehandlung mit der Satellitenverbreitung und DVB-T: Die Programmveranstalter müssen sich an unseren Infrastrukturkosten angemessen beteiligen.



**Auf der anderen Seite befürchten die Inhalteanbieter, dass sie durch Anbieter von Infrastruktur überflügelt werden.**

Das genannte Beispiel HDTV spricht dagegen. Wir sehen vielmehr eine Bedrohung durch neue Player aus der Online-Welt. Klassische Programmveranstalter und klassische Netzbetreiber sollten daher näher zusammenrücken, um gemeinsame Antworten zu entwickeln. Die bestehenden Kooperationen sollten ausgebaut werden. Wenn rechtzeitig intelligente, attraktive Produkte geschnürt werden, können sich die deutschen Player sowohl in der linearen als auch in der Online-Welt behaupten.

**Zur Anga Cable sprechen Sie nicht nur Ihre Verbandsmitglieder an, sondern auch Ihre Mitbewerber?**

Unsere Kongressmesse ist eine offene Plattform für alle Breitband-, Technik- und Inhalteanbieter. Dazu passt unser diesjähriges Motto „Where Broadband meets Content“. Beide thematischen Standbeine spiegeln sich auch in der Besetzung unserer Kongresspanels wider.

**Wo sehen Sie die größten Chancen und Herausforderungen für die Branche?**

Im Breitbandinternetmarkt haben wir in den letzten Jahren enorme Fortschritte gemacht. Die Kabelbranche hat zuletzt im Segment Breitbandinternet mehr Neukunden gewonnen als die Deutsche Telekom und ihre Festnetzbetreiber zusammen. Wir sind damit der stärkste Treiber im Breitbandmarkt. Die Herausforderung, die sich nun anschließt, ist die Weiterentwicklung unserer Medienangebote. Ein Beispiel ist Video on Demand. Da wir alle mit Kabelfernsehen gestartet sind, – noch heute nutzen 18 Millionen Haushalte Kabel, also 50 Prozent aller deutschen Fernsehhaushalte –, muss dieses Basisangebot mit Mediatheken und zeitversetztem Fernsehen weiter attraktiv gehalten werden. Eine große Herausforderung wird dabei die Benutzerfreundlichkeit sein. Das gilt nicht zuletzt für unsere Partner in der Endgeräteindustrie.

Besucher auf der letzten Anga Cable, dem größten Branchentreff für Breitband und Content, Fotos: Anga

Entertainment Master Class

## Gute Unterhaltung

Vom 13. bis zum 19. Juni wird erstmals ein Modul der Entertainment Master Class in Köln stattfinden. In der Gerling-Villa in Köln-Marienburg erwartet maximal 30 Teilnehmer aus der ganzen Welt ein intensives Programm, das um die Modulschwerpunkte „Sitcom and Comedy“ herum konzipiert wurde. Es ist der erste von vier Blöcken, die von den Teilnehmern im Laufe der kompletten Master Class in diesem Jahr absolviert werden. Es folgen im Juli „Reality and Factual Entertainment“ in Tel Aviv, im August „Gameshows and Games“ in Berlin sowie im November das Modul „Entertainment Management“ in Kapstadt.

Die Entertainment Master Class wurde 2008 gegründet und hat ihren Sitz als gemeinnützige GmbH in Berlin. Aus der internationalen Entertainment-Industrie heraus entwickelte sich diese nach eigenen Angaben erste Entertainment-Akademie mit dem Ziel, einen weltweit vernetzten Branchen-Think-Tank für Unterhaltungsfernsehen zu gründen. Für die Meisterklasse bewerben können sich jährlich Programmierer, Auto-

ren, Produzenten, Redakteure, Vertriebshändler oder Werber aus kleinen wie großen Unternehmen. Die Bandbreite der Teilnehmer wird bewusst groß gehalten, um die Erfahrungen von Käufer- wie Verkäuferseite, von Markt- wie Macherseite zu integrieren. Die Zielgruppe für die Master Class besteht dabei eher in bereits erfahrenen Profis. So waren die Teilnehmer 2011 im Durchschnitt 36 Jahre alt und konnten auf eine zehnjährige Berufspraxis zurück blicken.

### Große Namen in Köln

Das Prinzip der Entertainment Master Class beruht ihrem Namen entsprechend darauf, im Austausch mit „Meistern“ neue Anstöße zu gewinnen und aus ihrer Erfahrung zu lernen. Welche Bedeutung die Entertainment Master Class nach nur vier Jahren in der internationalen Branche bereits genießt, beweist auch ein Blick auf jene „Meister“, die beispielsweise jetzt in Köln unterrichten. Jon Plowman etwa, der ehemalige Comedy-Chef der BBC und Entdecker von Ricky Gervais und Hugh Laurie, spricht über das angesichts der genannten Komödianten sicher passende Thema „When Is It Not Acceptable?“. „Little Britain“-Produzent Geoff Posner wird ebenso in Köln sein wie Norman Kurland, dessen Agentur einst Forma-

te wie „Cheers“, „King of Queens“ und „Two and a Half Men“ vertrat. Ebenfalls vor Ort sein wird mit Humphrey Barclay jener Produzent, der die späteren Monty-Python-Mitglieder zusammenbrachte. Gemeinsam mit Christian Munder, Comedy-Chef bei der Hürther Sony Pictures FFP, und dem britischen Regisseur und Produzenten Marcus Mortimer wird er eine „Live Script Editing“-Session durchführen, also vor dem Plenum mit dem entsprechenden Autoren dessen Drehbuch besprechen. Neben solch eher experimentelleren und einigen interaktiven Unterrichtsformen steht aber auch der simple Vortrag auf dem Stundenplan.

Über 100 Experten aus der ganzen Welt und aus unterschiedlichen Branchenbereichen haben ihre Erfahrung bereits in den Dienst der Master Class gestellt – in erster Linie als Dozenten, aber auch als Tutoren und Mentoren, in deren Funktion sie mit Teilnehmern weit über die Module hinaus zusammenarbeiten. Und auch so mancher Alumnus wird erneut eingeladen – dann allerdings selbst als Dozent. Es ist dieses entstehende Netzwerk, auf das die Entertainment Master Class in Zukunft bauen möchte, und das idealerweise auch zu einem guten Teil in Köln, der Hauptstadt des deutschen Entertainment.

> [www.entertainment-masterclass.tv](http://www.entertainment-masterclass.tv)

Christoph Fey ist Geschäftsführer der Entertainment Master Class. Im Interview mit Oliver Baumgarten stellt er das internationale Projekt mit Sitz in Berlin vor und erzählt, inwieweit Köln in Zukunft eine noch wichtigere Rolle darin spielen könnte.

Entertainment Master Class

# Köln stärker einbinden



Christoph Fey,  
Foto: Entertainment Master Class

### Mal kurz und knapp gefragt: Warum eine Entertainment Master Class?

Wie der Name schon sagt: Es geht um „Entertainment“, die schöne Unterhaltung. Und schaut man sich unter den internationalen Bildungsangeboten im Medienbereich um, dann fällt auf, dass das eigentliche Entertainment Business eigentlich über keinen eigenen Ort verfügt, an dem es seine Talente ausbilden oder an dem es frei Ideen austauschen könnte.

An den Filmschulen – an den deutschen sowieso – wird vom Dokumentarfilm bis zum Spielfilm alles gemacht, aber Entertainment hat dort bislang keinen Platz gefunden. Letzten Endes ist an den Filmhochschulen vieles auf die Welt der Filmförderung ausgerichtet. Schon wenn es um die Finanzierung geht, lernen die Studenten, Förderanträge zu stellen. Das ist ja auch nicht ganz falsch, so ist eben die Welt des Kinofilms in Europa. All das aber hat nicht wirklich viel mit dem Geschäft des Unterhaltungsfernsehens zu tun. Und obwohl sich in den letzten Jahren auch in Europa immer mehr große Unterhaltungsproduktionsunternehmen gebildet haben, blieb doch die Möglichkeit einer eigenen Ausbildung in diesem Geschäft auf der Strecke. Daher kamen 2008 einige führende Köpfe des Unterhaltungsfernsehens zusammen und gründeten die Entertainment Master Class.

### Wer genau darf denn teilnehmen?

Das Spannende ist, dass die Entertainment Master Class keine reine Autoren-, Entwickler- oder Produzentenklasse ist und auch keine reine MBA-Managerklasse sein will. Vielmehr soll sich in ihrer Meisterklasse all das wieder finden, was das Unterhaltungsgeschäft ausmacht, all die verschiedenen Köpfe, die zusammen kommen müssen, um eine Idee in die Tat umzusetzen. Wir haben inzwischen nicht nur Teilnehmer aus allen Kontinenten, sondern auch aus unterschiedlichen Märkten. Wir haben nicht nur Programmierer – die Entwickler, Produzenten und Sender – wir haben auch Vertriebshändler, die Ideen auf den internationalen Markt tragen.

Inzwischen schicken sogar Agenturen Teilnehmer zu uns. Je vielfältiger die Klasse, desto besser. Insofern wählt unsere Auswahlkommission nicht nur allein die Besten aus, um sich mit den „Meistern“ ihres Fachs auf Augenhöhe austauschen zu können, sondern achtet auch darauf, dass die Klasse die Vielfältigkeit des Marktes möglichst widerspiegelt. Die Eigenheit des Unterhaltungsgeschäfts besteht ja eben auch darin, dass dort das Künstlerische und das Geschäftliche tatsächlich zusammen kommen – und deshalb sollen auch beide Seiten in der Master Class vertreten sein.

### Geht es im Grunde darum, Prinzipien erfolgreicher Formate zu verstehen?

Es hat sich im letzten Jahrzehnt ein weltweiter Formathandel entwickelt – ein Handel, mit dem übrigens nicht nur die üblichen Verdächtigen in den großen Unterhaltungskonzerne viel Geld machen. Gute Formate können von überall kommen – und es wird auch überall nach ihnen gesucht. Der Formathandel hat gerade auch jenen Ländern, denen das zuvor verwehrt war, die Möglichkeit gegeben, ihre Entwicklungsleistungen zu einer handelbaren Ware zu machen. Das, was ehemals mit Formaten für Game Shows und Reality Shows anfang, hat inzwischen alle Programmattungen erreicht, von der Comedy sogar bis zum Drama. HBO etwa hät-

te sicherlich keine synchronisierte israelische Serie gesendet. Also haben sie die Format der Serie aus Israel erworben und „In Treatment“ selbst umgesetzt. Dieser Formathandel hat die Entwicklung des gesamten Unterhaltungsgeschäfts wesentlich verändert. Daher spielt der Formathandel auch bei der Master Class eine große Rolle.

### Ist das Formatdenken die eigentliche Gemeinsamkeit von „Entertainment“?

Das Formatdenken gehört zum Unterhaltungsgeschäft, aber das Unterhaltungsgeschäft ist weit mehr als nur Formatdenken. Mit Definitionen ist es ohnehin so eine Sache: Wenn Sie einen Engländer, einen Amerikaner und einen Deutschen fragen, was „Entertainment“ ist, bekommen Sie womöglich drei vollkommen unterschiedliche Antworten. In der deutschen Produzentenallianz zum Beispiel wurden anfangs die Sektionen für Film, Fernsehen und Entertainment geschaffen – aus vollkommen nachvollziehbaren Gründen. Ein Engländer hat mich damals belustigt gefragt, seit wann hier Fernsehen kein Entertainment sein soll. In den USA wird Entertainment oft in „Scripted“ und „Non-Scripted“ unterteilt. Bei den derzeitigen Modulen der Entertainment Master Class fällt „Game Shows and Games“ und „Reality and Factual Entertainment“ auf den ersten Blick in das Feld „Non-Scripted“. Anders verhält es sich beim Modul „Sitcom and Comedy“, das sowohl „Non-Scripted Comedy“ als auch „Scripted Sitcom“ umfasst und damit etwas aus dem Rahmen fällt.

### Warum haben Sie es dennoch integriert?

Weil es auch für die Bereiche Comedy und Sitcom kaum Weiterbildungen gibt. Im Grunde aber fischt man hier in einem ganz anderen Teich. Deshalb denken wir auch darüber nach, ob wir nicht – neben der Entertainment Master Class – eine ganz eigenständige Comedy Master Class aufbauen wollen. Die Entertainment Master Class ist in den ersten vier Jahren seit ihrer Gründung wie ein Wandezirkus rund um die Welt gereist. Das war sicher auch gut so, um sie weltweit bekannt machen zu können. Aber es wird nun auch Zeit, an ein festes Zuhause zu denken. Und Köln ist allemal ein guter Ort für eine eigene Comedy Master Class. Dafür möchten wir natürlich alle vor Ort nach und nach einbinden. In diesem Jahr haben wir einige Plätze in der Master Class freigehalten, die wir an Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen vergeben wollen, damit sie sich ein eigenes Bild machen und die Master Class als ihre begreifen können. Eine eigene Comedy Master Class in Köln kann ich mir jedenfalls gut vorstellen.

Comedy made in NRW:  
Bülent Ceylan, Foto: RTL



Seitdem das Internet Anfang der 1990er Jahre für den freien Datenverkehr geöffnet wurde, haben wir uns an sein schnelles und kontinuierliches Wachstum gewöhnt. Die digitalen Ströme gehören mittlerweile zum Alltag, die Grenzen zwischen den Medien verschwimmen allmählich. Zugleich sind die zirkulierenden Datenmengen immens gestiegen – allein das Datenvolumen im deutschen Breitband hat sich seit 2008 auf gut 4,3 Milliarden Gigabyte fast verdoppelt. „Alles ist digital und wird vernetzter, mobiler, offener“, kündigt das Medienforum.NRW sein diesjähriges Thema an. Vom 18. bis 20. Juni wird man sich in Köln dieser „schönen, neuen Medienwelt“ widmen und fragen, wie sie sich anfühlt – für die Medien selbst, für die Politik und die Bürger. Wird es beispielsweise in Zukunft noch so etwas wie Privatsphäre geben? Nicht erst seit dem Börsengang von Facebook stellt sich die Frage nach den Folgen des Geschäftsmodells „Social Web“. Zudem nutzt mittlerweile fast jeder zweite deutsche Mobile-Nutzer das Internet mobil, Tendenz steigend. Ob mit dem Mehr an medialen Angeboten – lokal, mobil, sozial – die Mediennutzung auch an Kontext und Nachhaltigkeit, also an „Tiefe“ gewinnt, ist allen Blogs zum Trotz umstritten. Bei den Mainstream-Medien herrscht jedenfalls ein Trend zur Skandalisierung und Boulevardisierung, meint der Kultursoziologe Armin Nassehi, der selbst schon mal als „Gottschalk des Wissenschaftsbetriebs“ firmierte. Nassehi ist überzeugt, dass „über die Medien nicht in den Medien entschieden wird, sondern im Publikum“. Nicht wegen der Quote, sondern „im Hinblick darauf, was anschlussfähig“ und damit überhaupt kommunizierbar ist. Aus seiner Sicht hat die Soziologie jedenfalls die Realität der Mediengesellschaft noch nicht hinreichend zur Kenntnis genommen. Auf dem Medienforum wird er dazu sprechen.

#### Grenzen des Wachstums?

Ob die digitale Infrastruktur und damit das Netz der andauernden Dynamik technisch gewachsen ist, ist neuerdings ein heißes Thema. Reichen die Bandbreiten im Kabel für die immer kapazitätsintensiveren Dienste wie YouTube-Videos, Livestreams oder Skype und die Verbreitung von Bewegtbildern auf Dauer? YouTube will seine Videoplattform ausbauen. Web-TV ist zunehmend präsent. Video on Demand-Dienste wie Maxdome, Amazon, Hulu oder Netflix sind im Geschäft. Auch die Zahl der digitalen Kanäle des traditionellen Fernsehens wächst. Wie groß der Hunger nach bewegten Bildern ist, zeigt die Episode Megaupload. Als die Site abgeschaltet wurde, verzeichneten die einschlägigen Statistiken weltweit einen signifikanten Rückgang der Web-Aktivitäten. Andererseits drängen auch die Zeitungsverlage ins Social Web und bauen ihre Apps aus. Mehr als die Hälfte der iPad-Besitzer ruft bereits täglich oder fast täglich eine Zeitungs-App auf. Ein Panel des Forums wird sich den vielleicht bevorstehenden Staus auf der Datenautobahn widmen und prüfen, wie ernst die Hinweise auf (zu) enge Kapazitäten zu nehmen sind.

#### Formate, Formate

Die Zukunft der bewegten Bilder im Fernsehen ist gleich mehrfach Thema des Medienforums. „Content is King“ ist ein alter Slogan, ein Hinweis auf die Bedeutung von Qualität und Exklusivität eines Programmangebots. „Schräg, skurril, verblüffend anders“ pointiert dagegen eine aktuelle Headline die Qualitäten des Web-TV. Zugleich haben gängige Scripted-Reality-Angebote den deutschen Fernsehmarkt in den vergangenen Jahren nachhaltig verändert. Hat das Format schon seinen Zenit erreicht? Oder steht eine weitere Formatierung der Programme an? Was wird vor diesem Hintergrund in Zukunft als Qualitätsfernsehen gelten? Welche Rolle spielt im digitalen Zeitalter dabei das Publikum? Das ZDFneo TVLab hat über neue Formate abstimmen lassen und sie dann ins Programm genommen. Wenn Plattformen wie Ama-

Medienforum.NRW 2012

# Vernetzt, mobil, offen

zon und Google demnächst eigenen Content produzieren und via Netz verbreiten, wird das die Fernsehwirtschaft verändern? Die Formatierung macht auch vor dem Radio nicht halt. „Die Radioretter. Die Initiative für Kultur und Rundfunk“ sorgen sich gar um den Bestand des Kulturradios. Schließlich schwebt über allen Medien die Frage, wie glaubwürdig der Journalismus der Zukunft sein wird. Wenn sich die Grenzen zu Public Relations auflösen und das Format auch Inhalte formatiert, leidet die Qualität von Information.

#### Urheberrecht, Datenschutz und Oligopole

Zur Zeit tobt der Kampf ums Urheberrecht. Dabei geht es nicht nur um Fragen, wie Kreative zu einer angemessenen Honorierung ihrer Leistungen kommen oder wann ein Werk Gemeingut wird. Seit die europäischen und US-amerikanischen Vorhaben PIPA, ACTA, SOPA oder CISPA die Nutzung des Internets beschränken wollen, vermischen sich Copyright-Fragen mit staatlicher Überwachung und drohenden Eingriffen in Grundrechte. Zur Disposition steht auf einmal auch der Datenschutz. Die „schöne, neue Medienwelt“ wirft

damit Fragen auf, die längst nicht mehr über nationale Gesetze allein zu regeln sind. Das Medienforum widmet diesen komplexen Zusammenhängen zwei Panels.

Zu den Referenten des Medienforums 2012 gehören u.a. Alexander Kluge, Peter Schaar (Bundesbeauftragte für Informationsfreiheit), Bundesjustizministerin Sabine Leutheusser-Schnarrenberger, Christian Stöcker (Spiegel online), Eva Maria Michel (WDR), Prof. Bernd Gäbler, Alain Clert (Canal Plus), Marc Schröder (RTL interactive), Stephan Scherzer (Verband Deutscher Zeitschriftenverleger), Heiko Zysk (ProSiebenSat.1), Jan Philipp Albrecht, MdEP, Gunnar Bender (Facebook Germany), Mercedes Bunz, Jürgen Doetz (VPRT), Katja Hofem (sixx), Lutz Marmor (NDR), Lutz Schüler (Unitymedia) und Brian Sullivan (Sky).

- > Das Programm des Internationalen Filmkongresses, den die Film- und Medienstiftung NRW im Rahmen des Medienforum.NRW veranstaltet, finden Sie auf Seite 9.
- > [www.medienforum.nrw.de](http://www.medienforum.nrw.de)



## Alle Nominierungen

### Kamera

#### Kategorie Kinospießfilm

Frank Lamm für „Die Unsichtbare“  
Peter Przybylski für „Fenster zum Sommer“  
Markus Förderer für „Hell“  
Fred Kelemen für „The Turin Horse“

#### Kategorie Fernsehfilm/Dokudrama

Alexander Fischerkoesen für „Der Chinese“  
Ralf Noack für „Kasimir und Karoline“  
Carl-F. Koschnick für „Tatort: Das Dorf“  
Peter Zeitlinger für „Verfolgt – Der kleine Zeuge“

#### Kategorie Fernsehserie

Wolf Siegelmann und Simon Schmejkal für „Allein gegen die Zeit: Elf Uhr“

Stefan Unterberger für „Die Draufgänger: Uneasy Rider“

Michael Tötter für „Großstadtrevier: Neues Ich“

#### Kategorie Kurzfilm

Carlo Jelavic für „A long and lonesome road“  
Christian Stangassinger für „Apele Tac (Silent River)“  
Peter Matjasko für „Von Hunden und Pferden“  
Lotta Kilian für „Wir sterben“

#### Kategorie Bericht/Reportage

Philip Flämig für „37°: Neustart. Befreit von aller Schuld“  
Andreas Köhler für „hier und heute: Der Kohlenmann“  
Mirko Schernickau für „Ulrich protestiert“

#### Kategorie Dokumentarfilm/Dokumentation

Victor Kossakovsky für „iVivan las Antipodas!“  
Tanja Häring für „Kauf mich! – Buy me!“  
Stefan Neuberger für „Meanwhile in Mamelodi“  
Markus Winterbauer und Börres Weiffenbach für „Raising Resistance“

### Schnitt

#### Kategorie Kinospießfilm

Jens Klüber für „Die Unsichtbare“  
Andreas Menn für „Hell“

#### Kategorie Fernsehfilm/Dokudrama

Moune Barius für „Der Chinese“  
Ulla Möllinger für „Polizeiruf 110: Cassandras Warnung“

#### Kategorie Fernsehserie

Mathias Paduch für „Allein gegen die Zeit: Vierzehn Uhr“  
Darius Simaifar für „SOKO Köln: Der letzte Einsatz“

#### Kategorie Kurzfilm

Daniel Scheuch für „Ausreichend“  
Jonas Brandau für „Heartwork“

#### Kategorie Bericht/Reportage

Norajr Stepanjan für „Druckfrisch – Neue Bücher mit Denis Scheck (Folge 2/2011)“

#### Kategorie Dokumentarfilm/Dokumentation

Grete Jentzen für „Abschied von den Fröschen“  
Saskia Metten für „Cinema Jenin – Geschichte eines Traums“



„Hell“ mit Hannah Herzprung. Kameramann Markus Förderer und Editor Andreas Menn sind beide in der Kategorie Kinospießfilm nominiert . Foto: Vega Film

Deutscher Kamerapreis 2012

# Bild und Schnitt im Fokus

Im 30. Jahr seines Bestehens zeigt der Deutsche Kamerapreis, der am 16. Juni in der Kölner Vulkanhalle verliehen wird, auch 2012 wieder die ganze Bandbreite der Bildgestaltung und des Schnitts im Kino und Fernsehen sowohl bei fiktionalen Formaten als auch bei Dokumentarfilmprojekten und Reportagen. Aus 450 Einreichungen wählte die Jury 35 Kameraleute und Cutter aus, die damit nun für die 22. Ausgabe des Deutschen Kamerapreises nominiert sind. Einigen Projekten gelang es dabei gleich doppelt, die Juries zu überzeugen: Sie sind sowohl für die Kamera als auch für den Schnitt nominiert. Das gilt etwa für Frank Lamm (Kamera) und Jens Klüber (Schnitt) für ihre Arbeit an „Die Unsichtbare“, ein Porträt über eine junge Schauspielschülerin, die von ihrem Ehrgeiz in die Selbstzerstörung getrieben wird. Auch für den Kinospießfilm „Hell“, eine Endzeitgeschichte mit Hannah Herzprung, gab es zwei Nominierungen in der Kategorie Kinofilm für Markus Förderer (Kamera) und für Andreas Menn (Schnitt).

Nominiert in der Kategorie Fernsehfilm/Dokudrama ist unter anderem Ulla Möllinger für den Schnitt des bereits Grimme-Preis nominierten „Polizeiruf 110: Cassandras Warnung“. Aus der Serie „Allein gegen die Zeit“ haben es gleich zwei Folgen in die letzte Runde geschafft: Wolf Siegelmann und Simon Schmejkal (Kamera) sind für die Folge „Elf Uhr“ nominiert, Mathias Paduch (Schnitt) für „Vierzehn Uhr“. Und auch sieben „Tatort“-Produktionen waren im Wettbewerb – über eine Nominierung freuen darf sich Carl-F. Koschnick für seine Kameraarbeit bei „Das Dorf“, eine Produktion des Hessischen Rundfunks. In der Kategorie Bericht/Reportage ist unter anderem Norajr Stepanjan für den Schnitt der ARD-Sendung „Druckfrisch – Neue Bücher mit Denis Scheck“ nominiert.

Über die Gewinner in den diversen Kategorien sowie über die zwei mit 5.000 Euro dotierten Förderpreise, die von der Film- und Medienstiftung Nordrhein-Westfalen und von Panasonic dotiert sind, entscheiden unabhängige Juries. Darüber hinaus wird traditionell ein Ehrenpreis für herausragende Leistungen in der Bildgestaltung verliehen. In diesem Jahr geht die Ehrung an Judith Kaufmann und damit erstmals an eine Kamerafrau, die noch nicht auf ein langes Berufsleben zurückblickt, sondern mitten im Schaffensprozess steht. „Mit dieser Entscheidung wollen wir das Spektrum des renommierten Ehrenpreises bewusst erweitern. Wenn Bildgestalter kontinuierlich außerordentliche und über das Einzelwerk hinaus richtungweisende Leistungen zeigen, sollen sie auch entsprechend gewürdigt werden“, so Christoph Augenstein, Geschäftsführer des Deutschen Kamerapreises. „Deshalb hat das Kuratorium des Deutschen Kamerapreises beschlossen, bei der Vergabe des Ehrenpreises künftig nicht mehr primär den Rückblick auf ein herausragendes Lebenswerk in den Mittelpunkt der Auszeichnung zu stellen. Im Jahr des 30jährigen Bestehens des Deutschen Kamerapreises möchten wir damit einen weiteren Akzent zur Förderung herausragender Bildgestaltung setzen.“

In die gleiche Richtung geht der neue Internetwettbewerb kamera3030, mit dem junge Talente entdeckt und auf ihrem kreativen Weg unterstützt werden sollen. Unter der Webseite [www.kamera3030.de](http://www.kamera3030.de) finden sich die kurzen Videos, die zu dem gestellten Thema „Der 30. Februar – Ein Tag, den es niemals geben wird“ entstanden sind. Bei der Bewertung durch eine Fachjury, die aus den 30 am meisten angeklickten Videos die drei Gewinner auswählt, steht weniger die Geschichte, sondern vielmehr die visuelle Gestaltung im Vordergrund. Christoph Augenstein: „Nicht zuletzt durch die rasante Entwicklung der Kamertechnik sind für Bildgestalter neue Gestaltungsmöglichkeiten entstanden, die besonders im Internet ihr Publikum haben. Genau hier findet sich auch das junge Gestaltungspotenzial wieder, das der Kamerapreis in diesem Jahr durch kamera3030 würdigen möchte.“

> [www.kamera3030.de](http://www.kamera3030.de)

> [www.deutscher-kamerapreis.de](http://www.deutscher-kamerapreis.de)



Ehrenpreis für Kamerafrau  
Judith Kaufmann,  
Foto: WDR/Jim Rakete

„The Turin Horse“,  
fotografiert von Fred Kelemen,  
Foto: Vega Film

Emmy Judgings in Köln

## Comedy aus Südamerika

Am 19. November 2012 werden in New York zum 40. Mal die Internationalen Emmys verliehen, die wohl bedeutendste internationale Auszeichnung für Produktionen und Personen der weltweiten Fernsehbranche. Vergeben wird die Auszeichnung in 20 Kategorien durch die International Academy of Television Arts and Sciences. Bis jedoch die Gewinner in den jeweiligen Kategorien feststehen, durchlaufen die Einreichungen ein dreistufiges Juryverfahren. In nicht weniger als 80 Jurysitzungen, die rund um den Globus stattfinden, werden im Laufe des Jahres die jeweils besten Beiträge und Einzelleistungen ermittelt. In der zweiten Stufe, der so genannten Semi-Final Round of Judging, geht es darum, die Nominierungen zu ermitteln, aus deren Kreise dann in letzter Instanz direkt der Gewinner stammt.

Köln gehört seit nunmehr sechs Jahren zu den etablierten Locations, an denen jährlich Halbfinal-Jurysitzungen stattfinden. So auch 2012: Am 13. Juni werden hier vier Nominierte in vier Kategorien festgelegt. Die vier Jurys, deren Besetzung stets

bis zur Verkündung der Ergebnisse geheim bleibt, entscheiden über je einen Nominierten in den Kategorien Best Performance by an Actor (English Speaking), Comedy (South America), Drama Series (Asia/Africa) und Current Affairs (English Speaking).

Organisiert wird das Jurytreffen erneut vom deutschen Academy-Botschafter Leopold Hoesch, der mit seiner Kölner Firma Broadview TV 2005 den Internationalen Emmy Award für „Das Drama von Dresden“ gewonnen hat, und Dr. Frank-Dieter Freiling, Leiter Internationale Angelegenheiten des ZDF und ebenfalls langjähriges Academy-Mitglied. Sie laden die Teilnehmer zur Tagung in die Gerling-Villa in Köln-Marienburg. Neben anderen illustren Gästen wird dieses Jahr erstmalig auch Academy-Präsident Bruce Paisner zu Gast in Köln sein und dem Judging beiwohnen. Im Anschluss daran wird er auf einem festlichen Empfang mit rund 120 geladenen Gästen aus Medien, Wirtschaft und Politik beste Gelegenheiten bekommen, noch festere Bande an NRW zu knüpfen, als ohnehin schon bestehen. Unterstützt werden die Kölner Emmy-Jurys von der Film- und Medienstiftung NRW, der Landesanstalt für Medien NRW, den MMC Studios, Finalcast sowie Audi und dem Savoy Hotel Köln.

> [www.iemmys.tv](http://www.iemmys.tv)

Der US-amerikanische Serienproduzent Steven Bawol ist Managing Director von Helion Pictures UK und lebt in Paris. Für die International Emmy Academy organisiert er dort regelmäßig Jurysitzungen und wird auch am 13. Juni in Köln dabei sein. Im Interview mit Oliver Baumgarten erzählt er von der großen Emmy-Familie und einem neuen Projekt in Köln.

Interview mit Steven Bawol

# Qualität gleicht sich an

**Sie sind Emmy-Botschafter für Frankreich – worin bestehen da Ihre Aufgaben?**

Es geht vor allem darum, Jurys zu organisieren, neue Mitglieder zu werben und dafür zu sorgen, dass die besten Programme aus Frankreich für den Wettbewerb eingereicht werden. In erster Linie besteht die Aufgabe der Botschafter – Leopold Hoesch ist es ja für Deutschland – also darin, die Akademie und die Awards im jeweiligen Land zu vertreten und bekannter zu machen.

**Sie organisieren ja auch selbst immer wieder Jurysitzungen in Frankreich: Wie genau laufen die denn ab?**

Pro Region und Kategorie werden alle eingereichten Beiträge von einer Vorjury gesichtet und auf vielleicht acht bis zwölf der besten reduziert. Diese gehen dann an die Halbfinaljurys, die über die Nominierungen aus den einzelnen Regionen entscheiden. Das Schöne an der Juryarbeit ist, dass man die Sendungen nicht vorher alleine schaut, sondern immer während des Jurytages mit allen Kollegen zusammen und sich darüber ein lebhafter Austausch ergibt.

**Die Nominierungsjurys schauen Beiträge einer Kategorie immer nur aus einer Region. In Köln beispielsweise Komödien aus Südamerika, von der dann eine nominiert wird. Ist dies deswegen so eingerichtet, weil sich Produktionen verschiedener Territorien qualitativ schwerer vergleichen lassen?**

Was stimmt ist, dass die Akademie die Welt für die Jurys in bestimmte Territorien oder Regionen unterteilt hat, und zwar in Latin America, English Speaking Countries (Canada, UK, Australia), Europe and Africa/Middle-East Asia. Es geht bei dieser Aufteilung aber keineswegs darum, unterschiedliche Qualität zu separieren. Meine Erfahrung sagt mir nach den fast zwölf Jahren, in denen ich bei den International Emmys involviert bin, dass die Qualität in allen Regionen extrem an



Steven Bawol,  
Foto: privat

steigt und sich angleicht. Deutschland ist da ein hervorragendes Beispiel: Die Qualität von Drama und ganz besonders der Comedy hat sich zuletzt immens gesteigert. Die Aufteilung bezieht sich eher auf kulturelle Aspekte. Sprechen wir über Qualität, dann meinen wir: Wie sieht eine Show aus, auf welchem Produktionsniveau befindet sie sich, wie gut ist das Skript? Das eigentlich Spannende aber besteht doch in dem Fenster, das sich in eine andere Kultur öffnet. Was bringt die Leute dort zum Lachen? Welche Probleme beschäftigt sie? Was interessiert sie? Für mich gehört das zu den größten Gewinnen der Juryarbeit, Shows und Programme zu sehen, die ich sonst niemals zu Gesicht bekommen hätte. Mich haben diese Sichtungen sogar schon zu Formatankäufen inspiriert: Ich arbeite gerade an zwei Projekten, die auf Formaten beruhen, die ich während der Juryarbeit gesehen habe.

**Glauben Sie, dass die Bedeutung und die Wertigkeit des Emmy in Europa so hoch ist wie in den USA?**

Die nationalen Emmys sind in den USA eine wirklich große Sache. Die Bedeutung der Internationalen Emmys in Europa und anderen Teilen der Welt hingegen wächst noch, und das ist ja auch Teil meiner Aufgabe als Botschafter, die Aufmerksamkeit zu erhöhen. Aber ich finde, dass die Präsenz in den letzten zehn Jahren deutlich besser geworden ist. Und vor allem: Wenn Produktionen den Emmy Award gewinnen, dann schnell die Aufmerksamkeit in jenen Ländern enorm nach oben. Das hilft der Verbreitung am meisten.

**Was bedeuten die Emmys Ihnen persönlich?**

Das Besondere an den International Emmys ist, dass es einen in Kontakt bringt mit Leuten aus der ganzen Welt, die Fernsehen auf höchstem Niveau machen. Es ist eine Art großer Familie, die mich mit einer Menge guter Leute zusammen gebracht hat.

**Sie sind als US-amerikanischer Produzent in Paris beheimatet und arbeiten zuletzt vornehmlich mit europäischen Sendern. Finden Sie, dass sich die Art des Produzierens heute noch stark zwischen den USA und Europa unterscheidet?**

Aus meiner Sicht besteht der große Unterschied weniger in produktionstechnischen oder visuellen Aspekten, sondern schlicht im Akt des Schreibens, also in der Art, wie die Autoren arbeiten. In den USA existiert ein ziemlich einzigartiges und produktives System der Zusammenarbeit an Serien von vier, fünf Autoren. Da kommt es, dass ein Autorenteam für einen Pay-TV-Sender zwölf Episoden pro Jahr schreibt, fürs Privatfernsehen sogar bis zu 26 Episoden. Das kann in Europa niemand schaffen, weil das System so etwas hier gar nicht zulässt. Da schreibt ein Autor entweder allein oder in Zweier-Teams, weswegen er vielleicht sechs, höchstens acht Episoden schafft. In Frankreich ist es genau so. Ich arbeite dort gerade an einer Krimiserie und versuche, dieses amerikanische System zu etablieren – ebenso wie es auch die deutsche Comedy-Szene versucht.

**Haben Sie mit der deutschen Szene auch über den Emmy hinaus zu tun?**

Wir waren immer schon daran interessiert, mit deutschen Produzenten einmal für den internationalen Markt zu arbeiten. Das Niveau von technischer Ausstattung und Crew ist ausgezeichnet in Deutschland. Und zur Zeit arbeiten wir mit dem Macher von „Dexter“ auch tatsächlich mit der Kölner Broadview TV an einem Serienformat. In der ersten Staffel spielt sie zu großen Teilen in Moskau, das könnten wir hervorragend in Deutschland drehen, vielleicht sogar in Köln. Das ist eine große Sache für uns und wirklich sehr vielversprechend.



Grimme Online Award

# Verschwimmende Grenzen

26 Online-Angebote, darunter erstmals auch einige Apps, sind in diesem Jahr für den Grimme Online Award nominiert. Vergeben wird die Auszeichnung, die das Grimme Institut seit 2001 verleiht, in den Bereichen Information, Wissen und Bildung, Kultur und Unterhaltung sowie in der Kategorie Spezial. Die Sieger werden am 20. Juni in Köln bekanntgegeben.

„Das Netz bietet in seinen besten Beispielen eine hochproduktive Erweiterung aller Bereiche der Lebens- und Medienwirklichkeiten“, erläutert Grimme-Direktor Uwe Kammann, der ein Verwischen der Grenzen zwischen Netzwelten und Wirklichkeitsräumen wahrnimmt. „Auffallend viele Angebote wurden vorgeschlagen, die im Sinne einer erweiterten Realität die Netzwelt mit dem öffentlichen Raum verbinden.“ Als Beispiel dafür gilt etwa in der Kategorie Spezial: „Memory Loops“, ein Audiokunstwerk, das mittels Tonspuren zu Orten des NS-Terrors in München führt oder „Radioortung“ (Deutschlandradio) mit ortsbezogenen Handy-Hörspielen für öffentliche Räume in Berlin und Köln. Kritik gab es von der Nominierungskommission an den oftmals fehlenden Informationen zu den Betreibern und der Idee hinter der Online-Präsenz: „Viele Webseiten erklären sich ihren neuen Besuchern viel zu schlecht.“

Positiv gewürdigt wurden die Angebote, die Publizistik und künstlerische Aspekte verbinden, wie z.B. die Dokumentation „360 Grad Zürich Langstraße“ des Schweizer Fernsehens sowie die beiden Webdokumentationen von Arte, „Amazonien – die Seele der Indios“ und „New York Minute“. Über eine zunehmend relevante Kunstform berichtet das Webradio „hörbuchFM“, das sich umfassend mit Hörbüchern beschäftigt. Mit historisch und gesellschaftspolitisch relevanten Themen befassen sich die Seiten „Geheimsache Mauer“, das Online-Magazin „klimaretter.info“, das „MiGAZIN“, das sich mit der Integrationsdebatte beschäftigt, sowie der Blog „Zukunft Mobilität“ und das Online-Lexikon „Lobbypedia“, das Wissen über die Einflussnahme von Unternehmen und Lobbyorganisationen auf Politik und Öffentlichkeit sammelt.

Unter den Einreichungen waren in diesem Jahr außergewöhnlich viele Porträt- und Interview-Sites. Für die Endrunde nominierte Projekte, die für diese Entwicklung stehen, sind die Fotofilm-Serie „berlinfolgen.de“ (2470media in Kooperation mit der taz) und das Videoangebot „140 Sekunden“, das die Geschichten und die Köpfe hinter interessanten oder rätselhaften Twitter-Nachrichten zeigt. Hervorgehoben werden von der Kommission auch die Nominierungen interessanter Autoren-Persönlichkeiten wie Sascha Lobos „Mensch-Maschine“-Kolumne bei Spiegel Online und das Reiselogbuch „Vor mir die Welt“ der Journalistin Meike Winnemuth. Der Twitter-Ac-

count @reporterZDF, der Youtube-Kanal des Musikers Klaus Kauker, „Spielverlagerung.de“, ein Gemeinschaftsprojekt rund um die Kunst der Taktik im Fußball, und die Website „Design made in Germany“ der Designprofis um Nadine Rofa bieten hervorragend aufbereitete Einblicke in die Arbeit der Autoren.

Seltener dagegen waren qualitativ hochwertige Angebote für Kinder und Jugendliche. Hier konnten die Projekte „Multiverso“, „Kwerx“ und „Trompis Zeitreise“ überzeugen.

> [www.grimme-online-award.de](http://www.grimme-online-award.de)

Für die Grimme-Endrunde nominierte Projekte: multiverso, 140sekunden und geheimsache-mauer, Fotos: Screenshots



## Grimme Online Award: Die Nominierten

[www.spiegel.de/thema/spon\\_lobo](http://www.spiegel.de/thema/spon_lobo)  
[www.fr-tablet.de](http://www.fr-tablet.de)  
[www.klimaretter.info](http://www.klimaretter.info)  
[www.migazin.de](http://www.migazin.de)  
[www.tagesschau.de/app](http://www.tagesschau.de/app)  
[twitter.com/reporterZDF](https://twitter.com/reporterZDF)  
[amazonie.arte.tv/de](http://amazonie.arte.tv/de)  
[www.geheimsache-mauer.de](http://www.geheimsache-mauer.de)  
[lobbypedia.de](http://lobbypedia.de)

[www.musiktraining.de](http://www.musiktraining.de)  
[taz.de/partespendswatch](http://taz.de/partespendswatch)  
[spielverlagerung.de](http://spielverlagerung.de)  
[www.trompis-zeitreise.de](http://www.trompis-zeitreise.de)  
[zugmonitor.sz.de](http://zugmonitor.sz.de)  
[www.zukunft-mobilitaet.net](http://www.zukunft-mobilitaet.net)  
[140sekunden.de](http://140sekunden.de)  
[360langstrasse.sf.tv](http://360langstrasse.sf.tv)  
[berlinfolgen.de](http://berlinfolgen.de)

[designmadeingermany.de](http://designmadeingermany.de)  
[www.hoerbuchfm.de](http://www.hoerbuchfm.de)  
[www.kwerx.de](http://www.kwerx.de)  
[nyminute.arte.tv/de/](http://nyminute.arte.tv/de/)  
[www.vormirdiewelt.de](http://www.vormirdiewelt.de)  
[www.multiverso.net](http://www.multiverso.net)  
[www.memoryloops.net](http://www.memoryloops.net)  
[dradio-ortung.de](http://dradio-ortung.de)

Begehrte Trophäe: Die Internationalen Emmys machten zum Halbfinale Halt in Köln. Foto: Archiv

Factual Entertainment Summit 2012

## Programmtrends von morgen

Factual Entertainment bezeichnet Unterhaltungsprogramme mit Fokus auf Protagonisten und deren Leben innerhalb einer arrangierten und herausfordernden Umgebung. Solche Formate sind aus dem weltweiten Fernsehgeschäft nicht mehr wegzudenken. Doch sie haben starke Konkurrenz bekommen: Scripted Reality-Produktionen drohen ihnen den Rang abzulaufen. Auf dem großen Factual Entertainment Summit 2012 werden Strategien, Trends, Erfolgsfaktoren und Hintergründe dieser Entwicklung diskutiert. Es wird nachgefragt, wie Produzenten

und Sender in Deutschland von den neuesten Entwicklungen profitieren können. Zu den Referenten gehören u.a. Mark Fennesy (Shine Australia), der fragt „Is Scripted the Better Factual?“. John Peek (Tape Consultancy London) informiert über „Internationale Trends im Factual Entertainment“. Taco Keteelaar (BlazHoffski TV-Productions, Amsterdam) spricht über „Factual Entertainment Around the World“ und Möglichkeiten der internationalen Verwertung. Dem deutschen Markt ist das Schluss-Panel gewidmet.

Das Seminar wird von der Shine Germany Film- und Fernsehproduktion, der MMC Magic Media Company TV Produktionsgesellschaft und HMR International organisiert und findet am 13. Juni im Coloneum – MMC Film- und TV-Studios, Köln statt.

> [hmr-international.de/de/factual-entertainment-summit-2012](http://hmr-international.de/de/factual-entertainment-summit-2012)

Martina Richter über Entwicklungen im TV-Programmdesign

# Vorliebe für schräge Vögel

*Auf dem letzten Factual Entertainment Summit warnte einer der Referenten davor, „das Rad der Scripted Reality zu überdrehen“. Ein gutes Jahr später ist dieses Format immer noch Thema. Warum?*

Martina Richter: Scripted Reality ist auf deutschen Bildschirmen sehr erfolgreich, besonders bei den jungen Zuschauern. Das Format kann günstig produziert werden, es erfordert weder ein wirklich ausgearbeitetes Drehbuch noch lange Drehs, gearbeitet wird mit Laiendarstellern. Scripted Reality bietet konfliktreiche aber dennoch leicht verständliche Plots, die immer zu einer Lösung kommen.

*Dabei geht es zunehmend auch um skurrile Figuren und Situationen.*

Die Vorliebe für Außenseiter und schräge Vögel scheint eine deutsche Besonderheit zu sein. Das wurde auch beim letzten Factual Entertainment Summit von unseren internationalen Referenten kritisiert. Beispiel „Bauer sucht Frau“: Hierzulande sind die Kandidaten selten attraktiv und kommen im allgemeinen Leben nur bedingt klar. In der australischen Version kommen knackige Männer auf den Bildschirm, die voll im Saft stehen. Das macht dort den Reiz aus. International

braucht man diese deutsche Freakisierung der Protagonisten selten, dort wird eher auf Augenhöhe agiert.



Martina Richter, Foto: Cologne Conference

*Was macht nun den Unterschied zwischen beiden Genres?*

Factual Entertainment ist dokumentarische Unterhaltung und hat national wie international eine lange Vorgeschichte. „Die Fussbroichs“ oder „Abnehmen in Essen“ sind frühe Beispiele, bei denen das dokumentarische Be-

gleiten von Protagonisten seriell aufbereitet, formatiert und somit für den Zuschauer nachvollziehbarer, spannender und letztendlich deutlich unterhaltsamer gemacht wurde. Von diesen Doku-Soaps geht es dann weiter über Makeover- zu Coaching-Formaten, bei denen die realen Protagonisten bei allen Fragen des Lebens begleitet und beraten werden.

Bei den Scripted Reality-Programmen hingegen ist der Plot erfunden und von Laiendarstellern gespielt. Deshalb ist auch der Begriff Scripted Reality meiner Meinung nach komplett irreführend – man sollte vielleicht eher von Real Fiction oder Ähnlichem sprechen.

*Wird nicht auch beim Factual Entertainment ein bisschen nachgeholfen?*

Das stimmt. Hier und da – je nach Format, Sendezeit und Sender – wird mehr oder weniger inszeniert, aber grundsätz-

lich agieren reale Figuren. Tatsächlich bilden sich auch schon Mischformen heraus wie „Mieten, Kaufen, Wohnen“ auf Vox.

*Beim WDR heißt Factual Entertainment „Dokumentarische Unterhaltung“ und kommt z.B. als „Von und zu Lecker“ oder als „Der Vorkoster“ auf den Bildschirm.*

Zur dokumentarischen Unterhaltung gehört natürlich das Kochen in allen Variationen. Bei „Von und zu Lecker“ etwa werden Menschen auch durch ihre Regionen und Adelshintergründe begleitet. Dieses Format verschafft dem Zuschauer Einblicke hinter Kulissen, die er sonst so nicht bekommt.

*Was bringt da Scripted Reality dem Zuschauer?*

Scripted Reality macht es dem Zuschauer leicht, sich zu identifizieren. Die Geschichten sind im Grunde einfache, moderne Märchen, bei denen alltägliche Konflikte und die handelnden Personen überspitzt, holzschnittartig und stereotyp daherkommen. Alles ist schön sortiert, die Fronten sind klar und übersichtlich, und der Zuschauer denkt sich „Okay, das kenn ich, versteh ich, und so sieht also die Lösung aus“.

*Wo liegen die Wurzeln der Scripted Reality?*

Scripted Reality hat sich im Grunde aus dem Court TV entwickelt. Gisela Marx hat bei Filmpool nach dem amerikanischen Vorbild versucht, reale Fälle als Gerichtsshow zu produzieren, aber das hat nicht funktioniert. Dann hat man das gescriptet, die Handlung gestrafft, Unterhaltungselemente eingefügt, absurde Aspekte nach vorne geschoben und schließlich ganze Geschichten erfunden. Aber es gab noch echte Staatsanwälte und echte Richter à la „Barbara Salesch“. Erzählte Geschichte mit echten Akteuren, im Grunde ein optimiertes Rollenspiel.

*Wie wichtig ist für Scripted Reality eine authentische Darstellung?*

Der Begriff „authentisch“ passt eher zu Factual Entertainment. Wenn zum Beispiel Christian Rach versucht, mit seinen Probanden ein Restaurant aufzubauen, hat man das Gefühl, es ist ihm wirklich eine Herzensangelegenheit und eine soziale Aufgabe.

*Jedenfalls setzen beide Genres auch wegen des Marketings auf Tabuverletzungen.*

Für Scripted Reality sind Übertreibungen extrem wichtig. Davon lebt die Show letztlich, damit werden die Typisierungen einfacher. Deshalb muss man aber besonders aufpassen, dass man nicht zu sexistisch oder gewalttätig wird. Beim Factual Entertainment ist es komplizierter. Bei Rach werden keine Ta-

bus gebrochen, sondern gesellschaftliche Werte wie Verantwortung gepflegt. Wenn bei RTL2 die Puff-Tester unterwegs sind, die Bordells oder Swingerclubs auf Hygiene und anderes überprüfen, ist das natürlich ein Tabubruch, wenn auch mit einem gewissen Augenzwinkern. Bei „Frauentausch“ gibt es Tabubrüche ohne Ende, aber die machen ja die Sendung auch so unterhaltsam.

*Lassen sich Trends ausmachen?*

Generell kann man feststellen, dass Inhalte immer weiter formatiert und designt werden. Das wiederum bedeutet ein Mehr an Inszenierung. Bei vielen Doku-Soaps habe ich mittlerweile das Gefühl, dass Szenen mehrfach gedreht werden, um sie gut rüberzubringen. Wahrscheinlich muss man dabei



Deutsche Welle Global Media Forum

## Bildung für alle

Auf unserer weltweit medial vernetzten Erde leben geschätzt 850 Millionen Analphabeten. Diese Zahl zu verringern und ein Recht auf Kultur und Bildung durchzusetzen, hat sich das Deutsche Welle Global Media Forum in Bonn zur Aufgabe gemacht. Vom 25. bis 27. Juni soll dort unter dem Motto „Kultur. Bildung. Medien – Zukunft lebenswert gestalten“ und unter der Schirmherrschaft der Deutschen Unesco-Kommission über Lösungsansätze diskutiert werden. Im World Conference Center Bonn werden an drei Tagen rund 1.500 Teilnehmer aus 100 Ländern erwartet, darunter auch der deutsche Außenminister Guido Westerwelle. Außerdem mit dabei sind der ehemalige indonesische Staatspräsident Jusuf Habibie, der Autor und südafrikanische Apartheidgegner Denis Goldberg, Franz Josef Radermacher, Professor für Informatik an der Universität Ulm und Mitglied des Club of Rome, der Direktor des Deutschen Instituts für Entwicklungspolitik (DIE), Prof. Dirk Messner, der soeben in das neu geschaffene „Scientific Advisory Board on EU Development Policy“ berufen wurde, sowie der Direktor der Frankfurter Buchmesse, Jürgen Boos.

In den Diskussionen setzt das Forum das Thema Bildung in den Kontext des interkulturellen Dialogs und stellt vor allem die Frage nach der Rolle und Verantwortung der Medien, denn – so DW-Intendant Erik Bettermann: „Medien können ein mächtiges Instrument bei der Verwirklichung des Rechts auf Bildung sein. Gerade die digitale Medienwelt eröffnet neue Möglichkeiten, um den Zugang zu Bildung und Kultur zu verbessern. Medien haben hier eine entscheidende Funktion als Instrument der Aufklärung. Sie stehen weltweit in der Verantwortung.“

Und auch Roland Bernecker, Generalsekretär der Deutschen UNESCO-Kommission, betont: „Pressefreiheit, Bildungsqualität und kulturelle Vielfalt sind zentrale Elemente für starke und freie Zivilgesellschaften. Unabhängige Medien spielen mit ihren Bildern und Botschaften weltweit eine wichtige Rolle. Sie können die Ziele der UNESCO wie den Schutz von kultureller Vielfalt und die Verbesserung der Bildungsarbeit wesentlich fördern.“

Im Rahmen des Deutsche Welle Global Media Forum, das folgerichtig Medienvertreter aus aller Welt – darunter zahlreiche Partnersender des deutschen Auslandsrundfunks – mit Akteuren aus Politik, Kultur, Wirtschaft, Entwicklungszusammenarbeit und Wissenschaft zusammenbringt, zeichnet die DW außerdem erneut die Gewinner ihres internationalen Weblog-Awards The BOBs aus. Bei der achten Auflage dieses Wettbewerbs werden Preise in sechs Kategorien und elf Sprachen vergeben.

> [www.dw.de](http://www.dw.de)

## Breitband-Forum KölnRW

13. Breitband-Forum KölnRW

## Wie viel Netz braucht der Mensch?

Wie viel Breitband braucht der Homo Connectus? Unter dem Motto „Deutschland zwischen Glasfaser-Euphorie und Infrastruktur-Wettbewerb“ will das Breitband-Forum KölnRW die einleitende Frage des Forums am 26. Juni in Bonn beantworten. Organisiert wird die ganztägige Veranstaltung von der Deutschen Medienakademie in Köln in Kooperation mit der Bitkom Akademie, der Bonner Online-Akademie für IT und ITK Fach- und Führungskräfte.

Eines der zentralen Themen des Forums ist die vollständige Vernetzung Deutschlands mit Glasfaser auch in die abgelegenen Regionen. Doch was für Wasser und Strom selbstverständlich ist, stößt derzeit beim Breitband auf Finanzierungsprobleme. Das Gegenmodell lautet: Ausbau nach Bedarf, denn noch ist unklar, wie viel Breitband zukünftig überhaupt benötigt wird. Das wiederum hängt von den transportierten Inhalten ab, die folgerichtig auf dem Forum eine wichtige Rolle spielen. Peter Kerckhoff (Telekom Deutschland), Philip Reisberger (Bigpoint) und Manfred Ruf (Sevenload) diskutieren in Bonn über Bewegtbild-, Games- und andere Inhalte im Breitbandnetz der Zukunft. Auf der Basis der Ergebnisse dieser Diskussion widmet sich das folgende Forumsgespräch mit Ulrich Adams (Deutsche Telekom Netzproduktion GmbH), Christoph Bach (Ericsson) und Martina Rutenbeck (Eutelsat) der Frage nach der optimalen Netzinfrastruktur für Deutschland, die der Content-Nachfrage gerecht wird. Egal ob flächendeckende Versorgung oder punktuelle Bedarfsdeckung, für beide Modelle stellt sich die Herausforderung der Finanzierung. In der letzten Diskussionsrunde des Tages geht es daher um die Business-Modelle der Breitbandversorgung. Herbert Leifker (Unitymedia), Andreas Lischka (Deutsche Telekom AG) und Markus Laqua (Bearing Point) skizzieren dabei mögliche Entwicklungen der Refinanzierung.

Zum Abschluss des Breitband-Forums holt NRW-Medienstaatssekretär Marc Jan Eumann noch einmal weiter aus und stellt in seinem Referat „Welche Infrastruktur will unsere Gesellschaft?“ grundlegende Fragen. Die Teilnahme an der Veranstaltung kostet 150 Euro, für Bitkom-Mitglieder reduziert sich der Beitrag auf 100 Euro.

> [www.medienakademie-koeln.de](http://www.medienakademie-koeln.de)



Annemie und Fred Fussbroich beim Bodystyling zur Video-Cassette. Die WDR-Doku „Die Fussbroichs“ ist ein frühes Beispiel für Factual Entertainment. Foto: WDR/Ute Diehl

auch die zunehmende Mediatisierung der Gesellschaft insgesamt in Rechnung stellen. Um Aufmerksamkeit zu generieren, müssen die Geschichten aufbereitet und auf den Punkt gebracht, gekürzt und unterhaltsamer gemacht werden, sonst guckt keiner mehr hin. Sehr wichtig ist meiner Meinung nach auch, dass man zumindest beim Großteil des jüngeren Publikums davon ausgehen kann, dass es weiß, dass es keine „wahren“ Geschichten erzählt bekommt.

> Martina Richter ist Direktorin und Geschäftsführerin der Cologne Conference – Internationales Film- und Fernsehfestival Köln und gemeinsam mit Lutz Hachmeister Inhaberin der Kölner Medienberatung HMR International.



Interview mit Claudia Jericho, Head of C'n'B Convention

# New Job Circus

## Was ist das Ziel der C'n'B?

Claudia Jericho: Wir möchten die verschiedenen Branchen der Kreativwirtschaft ansprechen. Dabei konzentrieren wir uns auf die Entertainment-Branchen, da dort die Unternehmen sehr viel mit digitalen Inhalten zu tun haben. Es gibt übergreifende Themen, die alle betreffen, etwa die Diskussion um das Urheberrecht im digitalen Zeitalter, die wir dieses Mal auch in den Vordergrund unserer Veranstaltung stellen. Während der C'n'B wollen wir die verschiedenen Perspektiven zu diesem Thema – unter anderem in einem Urheberrechtsparlament – deutlich machen. Grundsätzlich sind Wissen, Inspiration und Vernetzung unsere Mehrwerte, die wir als Grundlage für neue Geschäfte anbieten.

## Mit welchen Themen befassen Sie sich noch zurzeit?

C.J.: Social Commerce ist ein weiteres Schlagwort. Denn die Digitalisierung ist mittlerweile komplett in der Handelswelt angekommen. Die Umsätze mit den Vermarktungs- und Distributionstools im Internet sind sehr hoch. Wir stellen verschiedene Möglichkeiten vor, die auch für kleine Unternehmen und Freiberufler nutzbar sind. Parallel werfen wir einen Blick auf die verschiedenen Bezahlmodelle: etwa Streaming, Abonnements oder Bundles wie sie zum Beispiel auch unser Partner, die Deutsche Telekom, anbietet. Wir schauen, wie viel da

eigentlich für die Kreativen hängenbleibt. Auch Crowdfunding als globaler Trend wird immer wichtiger und bei uns diskutiert. Außerdem stellen wir vor, welche Projekte für welche Plattformen geeignet sind. Internationale Netzwerke sind ein weiterer wichtiger Schwerpunkt.



Claudia Jericho

## Welchen Herausforderungen sieht sich die Kreativbranche gegenüber?

C.J.: Neben der Digitalisierung sind es die heterogenen Strukturen, die die Kreativbranche prägen, denn es gibt sehr viele kleine und sogenannte Mikrounternehmen, oft auch „One-Man-Shows“. In der Kreativwirtschaft wird besonders deutlich, dass sich das alte Modell der lebenslangen Beschäftigung allmählich auflöst. Das betrifft zunehmend die gesamte Gesellschaft, insofern sind die Kreativen hier auch Vorreiter. Oft haben wir es hier mit zeitlich begrenzter Projektarbeit zu tun, was auch teilweise zu prekären Verhältnissen führen kann, weil eine gewisse Sicherheit fehlt. Es gibt allerdings auch Chancen in dieser Situation: In einer Gesellschaft, die immer schneller wird, sind die Kreativen bereits gut aufgestellt und fit für die Zukunft, da sie es gewohnt sind, flexibel und lösungsorientiert zu arbeiten.

C'n'B und c/o pop

## Treff der Kreativbranche

Seit 2004 ist das Festival für elektronische Popmusik c/o pop eines der wichtigsten Branchentreffen, wenn es um die Schnittstelle von elektronischer Musik und elektronischen Medien geht. Im Rahmen des Festivals wurde 2010 die Konferenz C'n'B ins Leben gerufen, um Branchen der Kreativwirtschaft aus den Bereichen Musik, Film, Games, Print, Architektur, bildende Kunst und Design übergreifend zusammen zu bringen. Auch in diesem Jahr wird die C'n'B vom 20. bis zum 22. Juni Plattform für alle Kreativen sein.

Einer der Schwerpunkte wird die Entwicklung der Berufsbilder sein: Besonders in der Kultur- und Kreativwirtschaft untersteht das Berufsbild einem ständigen Wandel, wie die Veranstalter betonen. Die Leistungsanforderungen würden wachsen und die Berufsprofile immer komplexer: „Designer erweitern beispielsweise ihr Portfolio um Managementkompetenzen, Künstler absolvieren nach ihrer Ausbildung an der Kunstakademie häufig ein Zusatzstudium an der Kunsthochschule für Medien. Nur noch in seltenen Fällen wird der Beruf, mit dem Kreative am Anfang ihrer Karriere starteten, bis zum Ruhestand ausgeführt. Der Druck zur Zusatzqualifikation wächst.“ Inwieweit die Mehrfachprofession einen individuellen Vorteil darstellt oder gar schon Notwendigkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft ist – darüber werden der Clustermanager Christian Boros und Tom Bieling (Design Research Lab, Telekom T-Labs, Berlin) unter Moderation von Ralph Christoph (Head of Strategy C'n'B Convention) diskutieren. Zusätzlich wird Christof Schreckenber vom Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes einen Überblick zur aktuellen Situation junger Kreativer in Nordrhein-Westfalen geben.

Social Commerce ist ein weiteres wichtiges Thema. So werden der Mitgründer und Managing Director von Topspin Shamal Ranasinghe und die beiden Noel-Gallagher-Mitstreiter Alec McKinlay (Ignition Management) sowie John Leahy (Head of Marketing bei Sour Mash Records Ltd.) über aktuelle Vermarktungsstrategien sprechen. Weitere Anregungen zum Komplex Social Commerce werden im Rahmen der „Visionary 5“ Pius Knüsel, Director PRO Helvetia, und der US-Autor Robert Levine geben.

Mit dem neuen Projekt der C'n'B, dem New Job Circus, trägt die Messe der veränderten Arbeitswelt Rechnung: Projektarbeit mit Spezialisten in temporären Konstellationen sind bereits Alltag in der Kreativwirtschaft. Einzelakteure und kleine spezialisierte Teams stellen als Freelancer und Selbständige ihr besonderes Talent unterschiedlichen Auftraggebern zur Verfügung. Der New Job Circus beleuchtet neue Berufsprofile- und perspektiven und will den Austausch und die Vernetzung untereinander sowie zwischen kleinen und großen Organisationen unterstützen.

> [www.c-o-pop.de](http://www.c-o-pop.de)

Festival für elektronische Popmusik: Die polnische Künstlerin Julia Marcell kommt zur c/o pop nach Köln. Fotos: c/o pop

## Ist das nicht ein tiefgreifender Umbruch in den Arbeitsweisen der Kreativwirtschaft?

C.J.: Ja, aber er ist vielfältiger Natur. Zunehmend positionieren sich kleine Unternehmen und Freiberufler als Dienstleister gegenüber großen Agenturen und Firmen. Diese können bei den Kreativen Dienstleistungen einkaufen, die sie noch gar nicht kennen. Auf der C'n'B kann man sich über den aktuellen Stand der Dinge informieren. Wir bieten ja sehr viele Netzwerkformate, wo wir „kleine“ Kreative mit potenziellen Auftraggebern aus der Industrie zusammenbringen. In diesem Zusammenhang ist unser spannendes Forum New Job Circus unbedingt empfehlenswert! Aber auch Kooperationen wie beispielsweise mit dem Netzwerk Web de Cologne (bestehend u.a. aus WDR mediagroup, RTL interactive und der Mediengruppe M. DuMont Schauberg), mit dem wir ein Panel und eine Netzwerkveranstaltung bestreiten, sind zur Vernetzung von kleinen und großen Anbietern und Nachfragern elementar. Denn wo so unterschiedliche Akteure im Namen von Creativity zusammenkommen, da kann und wird, so hoffen wir, auch neues Business entstehen, und dazu möchten wir ebenso alle Leser des Magazins der Film- und Medienstiftung ganz herzlich einladen!

MEDIA Mundus fördert Vertriebsinitiative der Kölner The Match Factory

# Distribution 2.0

Distribution 2.0 – so lautet die neue Vertriebsinitiative der Kölner Match Factory, die MEDIA Mundus mit 218.993 Euro unterstützt hat. Europaweit förderte MEDIA Mundus insgesamt 35 Projekte mit fünf Millionen Euro, um so den kulturellen und wirtschaftlichen Austausch zwischen der europäischen und der außereuropäischen Filmwirtschaft zu stärken. Auf die vier deutschen Projekte entfallen insgesamt 632.993 Euro, das sind über 12,5 Prozent der Gesamtfördersumme. Mit Distribution 2.0 will der Weltvertrieb internationale Marketingkonzepte für Spielfilme entwickeln, die verstärkt auf Online-Netzwerke und unkonventionelle Verwertungsstrategien setzen. Auf diese Weise sollen Regisseure für den Konsumenten wieder erkennbare „Marken“ werden. Eine engere Zusammenarbeit zwischen Weltvertrieben, Verleihern, Produzenten und Regisseuren bildet dabei die Basis für dieses Konzept. Für die MEDIA-Seite des Magazins berichtet Projektleiterin Jenny Walendy über die neue Initiative:

**Sie haben MEDIA Mundus-Förderung für die Entwicklung eines umfassenden Vertriebsmodells erhalten. Wie kam es zu dieser Idee?**

Wir fragten uns, inwiefern die technologischen Entwicklungen die Position des Weltvertriebes verändern, und wie wir diese Veränderungen nutzen können. Dieses Pilotprojekt dient daher der Erprobung und Auswertung von Marketing- und Herausbringungskonzepten, die uns die digitale Technik ermöglicht. Dazu gehören virales Marketing, Day-und-Date Releases, Verankerung von Regisseuren in sozialen Netzwerken, flexible Programmierung, eventbezogene Herausbringung usw. Wir haben immer wieder festgestellt, dass Begriffe, die in aller Munde sind, nach wie vor nicht oder zu selten in der Praxis angewandt werden. Vertreter des Independent/Arthousekinos, die selten mit großzügigen Werbeetats hantieren können, sollten umso glaubwürdiger im „kostenlosen“ Netz unterwegs sein. Stattdessen haben gerade diese im Moment große Schwierigkeiten, sich dort sichtbar zu positionieren und gegen die große Konkurrenz durchzusetzen. Das möchten wir mit Distribution 2.0 ändern, um sicherzugehen, dass diese Filme sichtbar bleiben und wir die Kommunikation mit jungen Zielgruppen garantieren können.

**Wie wird dieses Netzwerk konkret funktionieren?**

In der Umsetzung gibt es zwei Ebenen. Die internationale Ebene besteht in der Entwicklung von internationalen Marketingkonzepten zusammen mit Verleihern, Produzenten und Regisseuren. Im besten Fall sogar bereits vor der Fertigstellung des Films. Wir haben in Cannes damit begonnen und die Verleiher, Produzenten und den Regisseur der europäischen Koproduktion „Just the Wind“, die auf der Berlinale den Großen Preis der Jury gewann, zusammengebracht. Die Resonanz war sehr gut, und das Treffen hat diverse Denkanstöße gegeben. Die Verleiher können sich Inspiration von anderen holen, und gleichzeitig hoffen wir, dass sich daraus Synergien ergeben. Zudem wollen wir in Kooperation mit Europe's Finest aus Köln ein Portal aufbauen, über das Verleiher Informationen und Marketingmaterialien austauschen können.

Die Entwicklung des Internets hat die grenzüberschreitende Kommunikation massiv verändert. Uns als Weltvertrieb bringt sie in eine Position, in der wir möglicherweise nicht nur Business to Business arbeiten, sondern auch als Bindeglied für die Etablierung unserer Regisseure in einer internationalen Fangemeinde dienen können. Wir werden mit Distribution 2.0 sehr viel Arbeit in die Profilierung unserer Regisseure im Netz investieren.

**Was ist die Aufgabe der beteiligten Partner?**

Um sicherzustellen, dass wir am Ende des Projekts ein klares Feedback zu unseren Konzepten bekommen, aber auch um die Unterschiede der nationalen Entwicklungen zu verstehen, haben wir fünf Verleiher aus den unterschiedlichsten Territorien fest an das Projekt gebunden. Diese Verleiher werden gefördert, um unkonventionelle Herausbringungs- und Marketingstrategien auszutesten. Die Resultate und Erkenntnisse werden sie gemeinsam mit uns öffentlich präsentieren. Die Verleiher sind: Pandora Film (D), Canana (Mexiko), Cinefil (Ungarn), Joint Entertainment (Taiwan) und Strand Releasing (US).

**Gestartet wurde Distribution 2.0 in Cannes. Wie waren die Reaktionen dort?**

In Cannes haben wir die erste Präsentation des Projekts direkt als Think Tank umgesetzt. Eingeladen war eine kleine Runde aus Regisseuren, Verleihern, Produzenten, MEDIA-Repräsentanten und Journalisten, und das Gespräch entspann sich sofort. Die Perspektiven sind sehr vielfältig. Gerade deshalb ist der Austausch so wichtig und hat uns bestätigt, das Konzept beweglich zu halten und durch den Input aller Partner weiterzuentwickeln.

**Welche Ergebnisse versprechen Sie sich von Distribution 2.0?**

Neben Transparenz ist uns die langfristige Perspektive des Projekts am wichtigsten. Wir glauben nicht daran, dass wir kurzfristige Wellen lostreten sollten, sondern daran, uns langsam und beständig in die Wahrnehmung der Konsumenten einzugraben. Wir versuchen, die Person des Regisseurs und nicht einen einzelnen Film in soziale Netzwerke einzubinden, und zwar auf die Art und Weise, die am besten zu ihm passt. Wir bauen darauf, dass er langfristig unsere Verleiher durch die Aktivierung seiner Fans unterstützen kann und diese Investitionen damit zurückgibt. Die Konkurrenz jedes einzelnen Films zu anderen Filmen oder anderen Unterhaltungsformen wächst ständig, und Distribution 2.0 ist eine unserer Ideen, dagegen anzugehen.

**Und wie sehen die Perspektiven aus?**

Das Projekt ist als Pilot zunächst für ein Jahr angelegt. Wir hoffen, dass sich daraus neue Vorgehensweisen ergeben, die weitergeführt und weitergegeben werden können. Im Spätherbst organisiert Europa International, der Verband europäischer Weltvertriebe, eine Konferenz, zu der Spezialisten für Online Marketing, VoD-Verwertung und Recht eingeladen werden. Dort werden wir die ersten Resultate präsentieren.



Erstmals in NRW

## Europäischer Postproduktions-Workshop EP2C



Diana Elbaum, Foto: Abdellah el Korchi



Viola Fügen, Foto: privat

Erfolgreich die Postproduktion einer internationalen Koproduktion managen – das ist das Anliegen von EP2C, der European Post Production Connection. Vom 12. bis 17. Oktober findet der europäische Postproduktions-Workshop erstmalig in Köln statt.

„Aufgrund der zahlreichen Film- und Fernsehaktivitäten ist Köln ein Knotenpunkt für viele Filmschaffende, und die in NRW ansässigen Produktionsfirmen sind häufig in internationalen Koproduktionen engagiert. Die gut entwickelte Postproduktions-Landschaft ist ein weiterer Grund, warum EP2C dieses Mal in Köln stattfindet“, so die Programmdirektorin Diana Elbaum, deren Produktionsfirma Entre Chien et Loup den Workshop organisiert. Zudem stammen einige Experten wie z.B. Produzentin Bettina Brokemper (Heimatfilm) und Postproduction-Supervisor Niko Remus von dort“, erläutert Elbaum.

Gut budgetierte und geplante Postproduktion kann eine Menge Geld und Arbeit sparen und unnötige künstlerische Kompromisse vermeiden, insbesondere bei internationalen Koproduktionen. „Postproduktion beginnt vor dem Drehen und ist genauso wichtig wie die Dreharbeiten selbst“, betont Elbaum. „EP2C entstand aufgrund der Erfahrungen unserer Produktionsfirma Entre Chien et Loup vor einigen Jahren. So viel wir uns auch bemühten, unsere Produktionsbudgets zusammenzuhalten, wir verloren immer wieder Geld bei der Postproduktion. So entstand die Einsicht, dass wir nicht nur Inhouse-Postproduktions-Manager beschäftigen müssen, sondern auch Fortbildungen benötigen bezüglich Workflows, Budgetierung und Aufteilung der Postproduktion zwischen koproduzierenden Ländern. Es ging um die Notwendigkeit, dass Postproduktions-Manager und Produzenten die gleiche Sprache sprechen.“



Jenny Walendy, Foto: privat

EP2C richtet sich an europäische Produzenten mit einem Spiel- oder Dokumentarfilmprojekt in Entwicklung und an Postproduktions-Koordinatoren mit Erfahrungen in Kinoproduktionen. Im Mittelpunkt stehen sämtliche Fragen zur Postproduktion wie Bild- und Ton-Workflows, VFX, Finanzierung und Management von Postproduktion sowie technische und rechtliche Aspekte. Zudem werden Besuche von Postproduktionseinrichtungen, Einzelgespräche mit europäischen Experten sowie diverse Netzwerkaktivitäten organisiert.

Viola Fügen, u.a. Postproduction-Supervisor bei der Pandora Filmproduktion, nahm im vergangenen Jahr an EP2C teil: „Die meiste Zeit des Seminars verbrachten wir in Gruppen, in denen konkrete Projekte und deren Problematiken mit erfahrenen Postproduktions-Koordinatoren besprochen wurden. Jeden Tag kam außerdem ein Gastredner, der spezielle Bereiche vertiefte. Die Bandbreite ging von Dienstleistern wie Arri, über Michael Weber von The Match Factory, bis zu Anwälten, Sound Experten und Marketing Spezialisten. Besonders hilfreich fand ich, dass die Spezialisten mindestens 24 Stunden vor Ort waren, so dass alle Teilnehmer ausreichend Zeit für ein direktes Gespräch hatten.“ EP2C eigne sich v.a. für „Produzenten, die keinen festen Inhouse-Postproduktions-Koordinator haben sowie für alle Postproduktions-Koordinatoren oder Techniker, die in dieses Feld wechseln möchten.“ EP2C findet in englischer Sprache statt. Die Teilnehmerzahl ist auf 22 begrenzt (14 Produzenten und 8 Postproduction-Supervisors). Die Teilnahmekosten betragen 850 Euro inkl. Unterkunft und Verpflegung. Anmeldeschluss ist der 20. Juni 2012. > [www.ep2c.com](http://www.ep2c.com)

„Just the Wind“ – für die internationale Koproduktion entwickelt The Matchfactory unkonventionelle Marketingkonzepte, Foto: The Matchfactory



### MEDIA-Einreichtermine

- Video on Demand / Digitales Kino**  
25. Juni 2012
- Selektive Verleihförderung**  
29. Juni 2012
- Promotion/Marktzugang**  
30. Juni 2012 für Aktionen, die zwischen dem 1. Januar 2013 und dem 31. Mai 2012 beginnen.
- Europa Cinémas**  
1. Juli - 31. August 2012
- Kino-Digitalisierung**  
31. Juli 2012
- Innovative Vertriebsstrategien**  
6. September 2012



Erfolgreiche NRW-Produktion in Cannes: Ilian Metev gewann mit „Sofias letzte Ambulanz“ in der Semaine de la Critique

NRW-Lunch der Film- und Medienstiftung

NRW@Cannes

Oft sind es gerade die verstörenden Filme, die im Gedächtnis bleiben: Das sah die Jury in Cannes ähnlich und zeichnete den mexikanischen Regisseur Carlos Reygadas für sein Drama „Post Tenebras Lux“ mit dem Regiepreis aus. Die von der Film- und Medienstiftung NRW geförderte Produktion wurde von der Kölner Match Factory und Arte koproduziert. Im Wettbewerb der Semaine de la Critique gewann mit Ilian Metevs „Sofias letzte Ambulanz“ eine weitere NRW-Produktion. Der Dokumentarfilm über die Besetzung einer Notfall-Ambulanz in Sofia wurde von der Kölner Sutor Kolonko Filmproduktion realisiert und erhielt den France 4 Visionary Award. „Herzlichen Glückwunsch an Carlos Reygadas, Michael Weber und sein Team von der Kölner Match Factory, aber auch an Ilian Metev und Ingmar Trost von der Sutor Kolonko in Köln! Die Auszeichnungen zeigen einmal mehr die internationale Wettbewerbsfähigkeit der Filme, die als NRW-Koproduktionen entstehen“, gratulierte Petra Müller, Geschäftsführerin der Film- und Medienstiftung NRW, den Preisträgern.

Bis zur Preisverleihung hatten vor allem der Regen, die Autofilme und die Abwesenheit der Regisseurinnen die Gespräche auf den 65. Filmfestspielen von Cannes (16.-27.Mai) beherrscht. Beim traditionellen Lunch der Film- und Medienstiftung NRW an der Croisette war zumindest das schlechte Wetter kein Thema mehr. Die Sonne brach durch, als Petra Müller und Christina Bentlage, Leiterin der Förderung, Filmemacher, Produzenten und Presse begrüßten und dabei stolz auf die fünf Filme mit NRW-Beitrag in den Festivalreihen hinwiesen. Selbst das Menü präsentierte sich bei Caprese und Erdbeertarte mit Minzblättern in den Landesfarben. Gleich drei Filme mit Beteiligung aus NRW liefen im Wettbewerb: Neben „Post Tenebras Lux“ und „Sofias letzte Ambulanz“ auch die deutsch-französische Produktion „Holy Motors“ von Leos Carax, die in Zusammenarbeit mit der Kölner Pandora Film entstand, und die mit Eva Mendes, Kylie Minogue, Michel Piccoli und Denis Lavant hochkarätig besetzt ist. Für den vielfach ausgezeichneten Produzenten Karl Baumgartner, einer der prominenten Gäste beim NRW-Lunch, war dies ein weiteres Highlight der 30-jährigen Erfolgsgeschichte von Pandora. Außerdem an der Croisette zu sehen waren „Paradies: Liebe“ von Ulrich Seidel, der von der Kölner Tatfilm mit realisiert, und Pablo Stolls „Tres“, der von der Kölner Pandora koproduziert wurde.



Gute Gespräche beim Lunch im Plage Goeland



Ingmar Trost, Produzent „Sofias letzte Ambulanz“, mit Christina Bentlage, Leiterin Förderung bei der Filmstiftung



Pablo Stoll, Regisseur von „Tres“, mit Petra Müller und Koproduzent Christoph Friedel (Pandora Film, Köln)



Michael Weber, The Match Factory (Koproduzent des Wettbewerbsfilms „Post Tenebras Lux“) mit Petra Müller, Geschäftsführerin der Filmstiftung NRW



Karl Baumgartner, Koproduzent von „Holy Motors“, mit Raimond Goebel



Der Stand von Focus Germany am Strand von Cannes



Networking am Rande des Festivals



Die Gastgeber Mariette Rissenbeek und Martin Moszkowicz von German Films

German Films Empfang



German Films Empfang: Deutschland hieß die internationale Filmbranche willkommen.



Staatsminister Bernd Neumann begrüßte die Gäste an der Plage Majestic



Kritiker Daniel Kotheuschulte und Filmstiftungs-Geschäftsführerin Petra Müller



Dagmar Niehage, Meinolf Zurhorst, Bettina Brokemper und Michael Aust



Nicolette Krebitz und Anatol Nitschke



Andreas Schreitmüller (Arte) mit Ulrike Schauz (BKM)



Peter Sehr, Manuela Stehr, Stefan Arndt



Senator@Cannes: Peter Heinzemann, Ulf Israel und Reik Möller



Burghart Klausner und Christiane Paul

60 Jahre lang stand unumstößlich direkt nach der Jurysitzung fest, wer den Hörspielpreis der Kriegsblinden erhalten würde. In diesem Jahr blieb, nach berühmtem Oscar-Muster, bis zur Preisverleihung alles spannend: Erst am 12. Juni in Köln erfuhr das Performance-Kollektiv She She Pop, dass ihr „Testament. Verspätete Vorbereitungen zum Generationswechsel nach Lear“ der Sieger 2012 ist.

Hörspielpreis der Kriegsblinden an „Testament“

# Realitäten und Improvisationen

VON JURY-MITGLIED PETRA KAMMANN

Das neue Verfahren beim Hörspielpreis steigerte nicht nur die Spannung, es machte gleichzeitig hörbar, wie sich das Spektrum der Besten an der Spitze anhört. Eine breitere Basis gibt es neuerdings auch bei den Einreichungen. Jeder der beteiligten Sender (aus Deutschland, Österreich und der Schweiz) darf nunmehr zwei Sendungen für den Wettbewerb benennen, während das Kontingent vorher schmaler war.

Diese Neuerungen waren noch von Dieter Renelt, dem langjährigen Vorsitzenden des Bundes der Kriegsblinden Deutschland, zusammen mit der Geschäftsführerin der Film- und Medienstiftung NRW, Petra Müller, angestoßen und auf den Weg gebracht worden. In der Praxis verwirklichen konnte Renelt die Reformen nicht mehr: Er starb ganz unerwartet Anfang März. Sein Nachfolger an der Spitze, Hans-Dieter Hain – dem Kriegsblindenpreis seit vielen Jahren als Juror eng verbunden – übernahm Renelts Part sehr kundig und souverän. Den Vorsitz der auf 14 Mitglieder verkleinerten Jury (sieben Kriegsblinde, sieben von der Filmstiftung benannte Fachkritiker) hatte, wie schon in den Vorjahren, die Publizistin Anna Dünnebieber.

## Fließende Grenzen

Auffällig, wie auch im vergangenen Jahr: Die Sender ziehen die Grenzen zwischen „klassischem“ Hörspiel, Feature, essayistischer Collage und Lesestück fließend, verweigern sich jeder Einengung. Somit bleibt viel Spielraum bei der Auslegung und Anwendung der Preisformel in den Statuten, wonach ein „von einem deutschsprachigen Sender konzipiertes und produziertes Original-Hörspiel“ ausgezeichnet wird, „das in herausragender Weise die Möglichkeiten der Kunstform realisiert und erweitert.“

Die Jury zeigte sich formal strenger. So wurde etwa die rbb-Produktion „Du und Ich und ER – Neuneinhalb Jahre mit Alzheimer“ zwar als ergreifendes Hörstück beurteilt, welches den schleichenden Prozess dieser destruktiven Krankheit fassbar werden

lässt, doch herrschte auch Übereinstimmung, dass es eigentlich dem Feature zuzuordnen ist. Exemplarisch war das Stück insofern, als es für eine ganze Reihe wirklichkeitsnaher, alltagsbezogener und gegenwartsstarker Produktionen stand. Auch der medienmultiple Autor Alexander Kluge griff Aktuelles auf – um es dann, ganz auf seine Art, mit Historischem und Wissenschaftlichem zu verweben. Sein Stück „Die Pranke der Natur. Das Erdbeben in Japan, das die Welt bewegte, und das Zeichen von Tschernobyl“ (BR) – eine Auseinandersetzung mit der Tsunami- und Atomkatastrophe in Japan – wies alle einschlägigen Elemente eines „echten Kluge“ auf, von der so sanften wie eindringlichen eigenen Stimme bis zur assoziativen Methode bei der Verknüpfung wissenschaftlicher Einsichten und Bildungsvorräte. Doch trotz großen Respekts hörte die Jury auch viel „Kluge-Funk“ mit einer Unendlichkeitsschleife.

## Drei Nominierungen:

### „Altersglühen oder Speed-Dating für Anfänger“

Am Ende war das Ergebnis bei den Nominierungen dann doch eindeutig. Zu den drei Stücken mit Siegeschancen gehörte die Hörspiel-Improvisation „Altersglühen oder Speed-Dating für Anfänger“ von Jan Georg Schütte (NDR). Sie wählt eine ungewöhnliche Form für ein nicht alltägliches Thema: einen Neuanfang in Liebesdingen bei alten, erfahrenen und al-

leinlebenden Menschen. Die „Herrschaften zwischen 70 und 80“ beteiligen sich an einem „Speed Dating“, einer Veranstaltung, bei der sich mehrere Männer und Frauen im schnellen Paar-Wechsel über sich selbst austauschen. Pina Bauschs Tanz-Theater „Kontakthof mit Damen und Herren ab 65“ lässt grüßen. Es entsteht ein berührender, auch tragikomischer Reigen von Figuren, deren Lebensgeschichten und Existenzräume von exzellenten Darstellern improvisierend ausgelotet werden. Lebensnah, charmant, poetisch, illusionslos und skurril: Solche Eigenschaften faszinierten die Juroren, ebenso wie die perfekt eingebundene nostalgische Kaffeehausmusik.

## „Mörder“

Das zweite nominierte Hörspiel heißt „Mörder“ (DLF/SWR). Es ist so schlicht wie zugleich raffiniert komponiert bei der Beschwörung des großen historischen Themas, des Holocausts und all der Alltagsableitungen, die dazu gehören. Die Autorin, Agnieszka Lessmann, schildert darin scheinbar naiv, immer undramatisch und stimmig aus der Perspektive einer Enkelin namens Aga doppelbödige Geschichten, die auch eigene biographische Erfahrungen aufnehmen. Von der Vernichtung der Juden im Nationalsozialismus, über den Antisemitismus in Polen – wo Holocaust-Überlebende wie Agas Vater die Heimat verlassen mussten und nach Israel auswanderten – bis zur Ausreise nach Deutschland, ins „Land der Mörder“. Durch kluges, hartnäckiges Nachfragen bei den Erwachsenen und durch schlichte Fernseherfahrungen erobert sich die sechsjährige Heldin Aga nach und nach die Welt der Erwachsenen. Diskret kratzt sie an der Oberfläche des Schreckens, fragt, wer und wo die „Mörder“ sind – und erzeugt so eine große Spannung.

## „Testament“

Das dritte nominierte Hörspiel, am Ende der Gewinner, stammt vom siebenköpfigen Performance-Kollektiv She She Pop. Es greift in „Testament“ auf Shakespeares Drama des Königs Lear zurück, dessen Wille, noch zu Lebzeiten sein Reich gerecht aufzuteilen, in Mord und Totschlag endete. Das Hörspiel-Kollektiv nahm dies – die realen Väter einbeziehend – als Grundlage, um „Vorbereitungen zum Generationswechsel“ im Spiel zu reflektieren. Szenisch geht die junge Generation mit großer Härte und Gnadenlosigkeit vor, rechnet schonungslos mit den Vätern ab. Die Prinzipien von Gerechtigkeit und Bedürftigkeit werden ebenso durchgespielt wie Liebes- und Machtzug. Überaus lebensecht, so die Jury, sei das so entstehende Hördrama „Testament“ (Deutschlandradio Kultur), mit dem aufimprovisierten und dabei ganz intensiven Sprechen über Liebe, Unverständnis und Abhängigkeit.

Herzlichen Glückwunsch, She She Pop, zum Hörspielpreis der Kriegsblinden 2012!

## She She Pop und ihre Väter TESTAMENT

Verspätete Vorbereitungen  
zum Generationswechsel nach Lear



Hans-Dieter Hain (Bund der Kriegsblinden) und die Jury-Vorsitzende Anna Dünnebieber (beide sitzend) mit der Hörspielpreisjury, Foto: BDK

# Made in NRW



Ron Howard drehte in Köln ein spektakuläres Kinodrama über Niki Lauda und James Hunt. Die Hauptrollen spielen Daniel Brühl und Chris Hemsworth.

Setbesuch „Rush“

## Rivalen der Rennstrecke

VON REINHARD KLEBER

Am Set von „Rush“: Bei dem actionreichen Dreh konnte vor allem die Hürther Action Concept ihre langjährigen Stunt-Erfahrungen einbringen.  
Foto: Revolution Films/ Egoli Tossell

„Ich möchte Sie Clay Regazzoni, unserem Fahrer Nr. 1, vorstellen“, sagt der Chef des Rennstahls BRM, Louis Stanley, zu Niki Lauda. Der junge Rennfahrer mit der Kraushaarfrisur steht in braunem Sakko und Blue Jeans etwas schüchtern da, gibt dann jedoch Regazzoni im himmelblauen Overall kräftig die Hand und folgt den beiden in die Baracke. Mechaniker in ölverschmierten weißen Overalls begutachten neugierig den Neuling, der den Formel 1-Zirkus bald aufmischen wird. „Noch eine Probe, bitte!“, ruft der Aufnahmeleiter, und die Schauspieler marschieren in Köln-Ossendorf zu ihren Ausgangspositionen.

Daniel Brühl spielt in der britisch-deutschen Koproduktion „Rush“ den österreichischen Rennpiloten Niki Lauda, Hollywood-Star Chris Hemsworth („Thor“) verkörpert dessen härtesten Rivalen James Hunt. Das 40-Millionen-Euro-Kinodrama ist das teuerste Filmprojekt, das in diesem Jahr in Nordrhein-Westfalen realisiert wird. Der US-Regisseur und zweifache Oscar-Preisträger Ron

*„Working in NRW with Action Concept was a real pleasure. The filming went very smoothly and the locations and facilities worked perfectly for us. We already had quite a few Action Concept crew on boards from the start of our shoot, and this helped us to manage a smooth transition with the unit move from the UK to Germany. Cologne proved to be an excellent base and we were sorry to leave. We hope this is the beginning of a long and productive relationships with Action Concept and the NRW funders.“*

ANDREW EATON (BRIT. PRODUZENT)

Howard („Apollo 13“) schildert darin die legendäre Rivalität auf und neben der Rennstrecke zwischen Lauda und dem britischen Gentleman-Racer Hunt um den Weltmeistertitel 1976. Das Drehbuch des Oscar-nominierten britisch-österreichischen Autors Peter Morgan („The Queen“) konzentriert sich auf die Saison 1975/76, als der Österreicher Niki Lauda am 1. August 1976 bei einem Unfall auf dem Nürburgring schwerste Verbrennungen erlitt. Doch nur sechs Wochen später sitzt der 27-jährige Weltmeister wieder im 500 PS starken Ferrari, um seinen knappen Vorsprung gegen seinen härtesten Konkurrenten zu verteidigen. Beim letzten Wettbewerb der Saison in Japan kommt es zu einem Kopf-an-Kopf-Rennen. Als Lauda in der vorletzten Runde kaum noch etwas sehen kann, weil er keine Augenbrauen mehr hat und der Regen ihm in die

Augen läuft, gibt er auf. Mit nur einem Punkt Vorsprung wird Hunt Weltmeister.

Vor der Kamera von Anthony Dod Mantle („Slumdog Millionaire“) stehen ferner Alexandra Maria Lara als Laudas Frau Marlene und Olivia Wilde als Hunts große Liebe Suzy Miller. Für die Musik zeichnet der deutsche Oscar-Preisträger Hans Zimmer verantwortlich.

„Rush“ ist der erste Independent-Film von Ron Howard, der die Arbeit mit einer vollständigen europäischen Crew realisiert. Die Firmen Revolution Films, Cross Creek Pictures, Exclusive Media, Image Entertainment und Working Title arbeiten mit der Berliner Firma Egoli Tossell Film und Action Concept aus Hürth zusammen. Die Film- und Medienstiftung NRW unterstützt das Prestigeprojekt mit 1,35 Millionen Euro. Weitere Fördermittel steuerte die MFG in Stuttgart und der DFFF bei. Die Zwischenfinanzierung der deutschen Förderungen wird von der KfW Bankengruppe zur Verfügung gestellt. Den deutschen Kinoverleih übernimmt Universum Film.

Für den erfahrenen Regisseur Howard bedeutete der Stoff Neuland. In einer Drehpause in Köln räumt er ein, dass ihm der Name Lauda zunächst nicht viel gesagt hat. „Ich wusste fast nichts über ihn und James Hunt. Ich habe mich nur vage an einen sehr dramatischen Rennunfall erinnert. Aber als ich zum ersten Mal das Skript zu ‚Apollo 13‘ gelesen habe, konnte ich mich auch nur schemenhaft an diese Mission erinnern. Die Story hat sich aber als dramaturgisch so reich erwiesen, dass ich mit größtem Vergnügen daran gearbeitet habe.“



Daniel Hetzer (Action Concept), Andrew Eaton (Revolution Films), Ron Howard, Kay Nießen (Action Concept) Petra Müller (Film- und Medienstiftung), Daniel Brühl und Jens Meurer (Egoli Tossell), Foto: Stephanie Kulbach / Egoli Tossell Film

*„Action Concept made good on everything they promised. The film’s locations were visually unique and the production went very smoothly. The crew was incredibly hard working and approached the project as true film makers, not just capable technicians. I look forward to working in Germany and with Action Concept again soon.“*

TODD HALLOWELL (EXECUTIVE PRODUCER)

Am Drehbuch von Peter Morgan, der vor vier Jahren bei „Frost/Nixon“ mit ihm kooperiert hat, habe ihn vor allem eines fasziniert: „Es war diese Kombination aus Drama und Humor, die Emotionen, die die beiden Männer umgibt, was mich angesprochen hat.“ Und ihre Umgebung sei „wirklich frisch, cool und filmisch.“

Nach einem längeren Dreh in England filmte das Team insgesamt zwei Wochen in Nordrhein-Westfalen. Dazu zählt auch der zentrale Feuercrash Laudas auf dem Nürburgring kurz hinter der Landesgrenze. „16 Kameras haben die Szenen auf dem 22

Kilometer langen Set aufgenommen, an dem rund 300 Crew-Mitglieder mitwirkten“, berichtet der Koproduzent und Geschäftsführer von Egoli Tossell, Jens Meurer.

Bei dem actionreichen Dreh konnte vor allem Action Concept ihre langjährigen Stunt-Erfahrungen einbringen. „Wir sind über unser Know-how zu dem Projekt gestoßen und Stück für Stück neben der Action zu einem Service-Produzenten geworden, der hilft, den Film von A bis Z below the line umzusetzen“, sagt Executive Producer Daniel Hetzer.

Für die Rennszenen konnte das Team auf acht Replicas der damaligen Boliden zurückgreifen. Vorteil: Für diverse Einsätze konnte der Look dieser Nachbauten leicht verändert werden. Zudem stellten Sammler und Museen 35 Originalautos zur Verfügung. „Einige ließen sich von der Vorstellung überzeugen, dass sie ihr Lieblingsstück im Film sehen können“, so ein Produktionsmitarbeiter.

Der renommierte Kameramann Mantle hat für das aufwändige Projekt mit den Kölner Firmen Farbkult und Cinepost ein innovatives Bildkonzept entwickelt. Während Farbkult sich um die Sicherung der enormen Datenmengen kümmert, verleihen Cinepost-Experten den unterschiedlichen Formaten im OnSet Grading bereits

einen einheitlichen Look der siebziger Jahre. In der Postproduktion werden Trickkünstler der Oscar-gekürnten Digitalschmiede Pixomondo („Hugo Cabret“) weitere Effekte beisteuern.

Zur Vorbereitung auf die glamouröse Rolle traf sich Brühl ausgiebig mit dem dreifachen WM-Champion Lauda, der bei dem Projekt als Berater fungiert. Brühl ist sich der großen Aufgabe bewusst: „Es ist irgendwie ein komisches Gefühl, einen lebenden Mythos zu spielen.“ Umso mehr schätzt er, dass der 62-Jährige „sich so viel Zeit für mich genommen hat, so dass ich mich so gut wie möglich auf den Film vorbereiten konnte“.

Ausgiebig hat Brühl auch die Körpersprache Laudas studiert. „Er setzt seine Hände oft ein und wirkt sehr zackig. Man merkt, dass er keine Zeit zu verlieren hat. Das hat er als Fahrer nicht getan und heute als Geschäftsmann auch nicht.“ Begeistert ist

der 33-Jährige von Laudas Humor: „Als wir erstmals Kontakt hatten, sagte er: ‚Wenn Du nach Wien kommst, bring nur Handgepäck mit, denn wenn wir uns nicht verstehen, kannst Du gleich umkehren.‘ Ich bin tatsächlich nur mit Handgepäck angereist. Zum Glück haben wir uns gemocht, und ich bin drei Tage geblieben.“

*„We had a very successful shoot in Germany and much of it was due to the fantastic crew that Action Concept put together and the prep that they guided us through. I very much look forward to filming in Germany again sometime in the near future.“*

RON HOWARD

## Rubinrot

Ende April wurden die Dreharbeiten zu „Rubinrot“ in London beendet. Das Drehbuch zum gleichnamigen Jugendroman verfasste Katharina Schöde, Regie führte Felix Fuchssteiner. Drehorte waren Mühlhausen, Eisenach/Wartburg, Weimar, Köln, Aachen, Jülich, Coburg, Bayreuth und im Anschluss London. Insgesamt gab es zehn Drehtage in NRW. Der Kinostart ist am 14. März 2013 im Concorde Filmverleih geplant. „Rubinrot“ ist eine Produktion von Lieblingsfilm (Robert Marciniak, Philipp Budweg und Thomas Bliening), mem film (Felix Fuchssteiner und Katharina Schöde), Tele München/Concorde (Markus Zimmer) und Geißendörfer Film- und Fernsehproduktion (Hans W. Geißendörfer). Als Darsteller konnten Veronica Ferres, Katharina Thalbach, Uwe Kockisch, Axel Milberg, Gottfried John, Chiara Schoras, Rüdiger Vogler, Peter Simonischek, Sibylle Canonica und Gerlinde Locker verpflichtet werden.

> Geißendörfer Film- und Fernsehproduktion, Tel. (0221) 2205290; info@geissendoerfer-film.de

Der Film in 3D

## Urbanatix

Künstler aus den verschiedensten Streetart-Disziplinen sowie internationale Weltklasseakrobaten zeigten im Rahmen der Ruhr2010 die atemberaubende Show „Urbanatix“. Goodlands Filmproduktion (Produzenten: Rita Baus, Frank Döhmann) entwickelt mit Christian Eggert ein Drehbuch, das noch in diesem Jahr in 3D verfilmt werden soll. Gedreht wird an Originalschauplätzen in Nordrhein-Westfalen. Die Dreharbeiten werden im Herbst beginnen.

> Goodlands, Tel. (02271) 76980; mail@goodlands-film.de



„My Friend Vijay“: Reinhard Brundig (Pandora), Sam Garbarski, Petra Müller (Film- und Medienstiftung NRW), Hanna Schygulla, Sebastien Delloye (Entre Chien et Loup) und Karl Baumgartner (Pandora) am Set in Köln, Foto: Patrick Muller

## My Friend Vijay

Im April begannen in New York die Dreharbeiten zu der Komödie „My Friend Vijay“. Bis Ende Mai wurde auch in Luxemburg und Köln gedreht. Moritz Bleibtreu spielt in dieser skurrilen Geschichte Will, einen talentierten deutschen Schauspieler, der seit Jahren in einer amerikanischen TV-Kinder-Serie in der Rolle eines Hasens feststeckt. Als er eines Tages in einen Straßenunfall verwickelt wird, glaubt in dem Trubel und der Verwirrung alle Welt, er sei tot. Will nutzt die Chance und entscheidet sich, seinem Traum zu folgen und seiner eigenen Beerdigung beizuwohnen. In weiteren Rollen sind Patricia Arquette sowie Michael Imperioli, Danny Pudi und Hanna Schygulla zu sehen. Der Kinofilm von Sam Garbarski nach einem Drehbuch von Philippe Blasband, Matthew Robbins und Sam Garbarski ist eine Produktion von Entre Chien et Loup – Samsa Film Produktion in Koproduktion mit Senator Film, Pandora Film und Millbrook Pictures. Der Kinostart erfolgt voraussichtlich 2013 im Senator Film Verleih.

> Pandora Film, Tel. (0221) 973320; info@pandorafilm.com

## Mord mit Aussicht

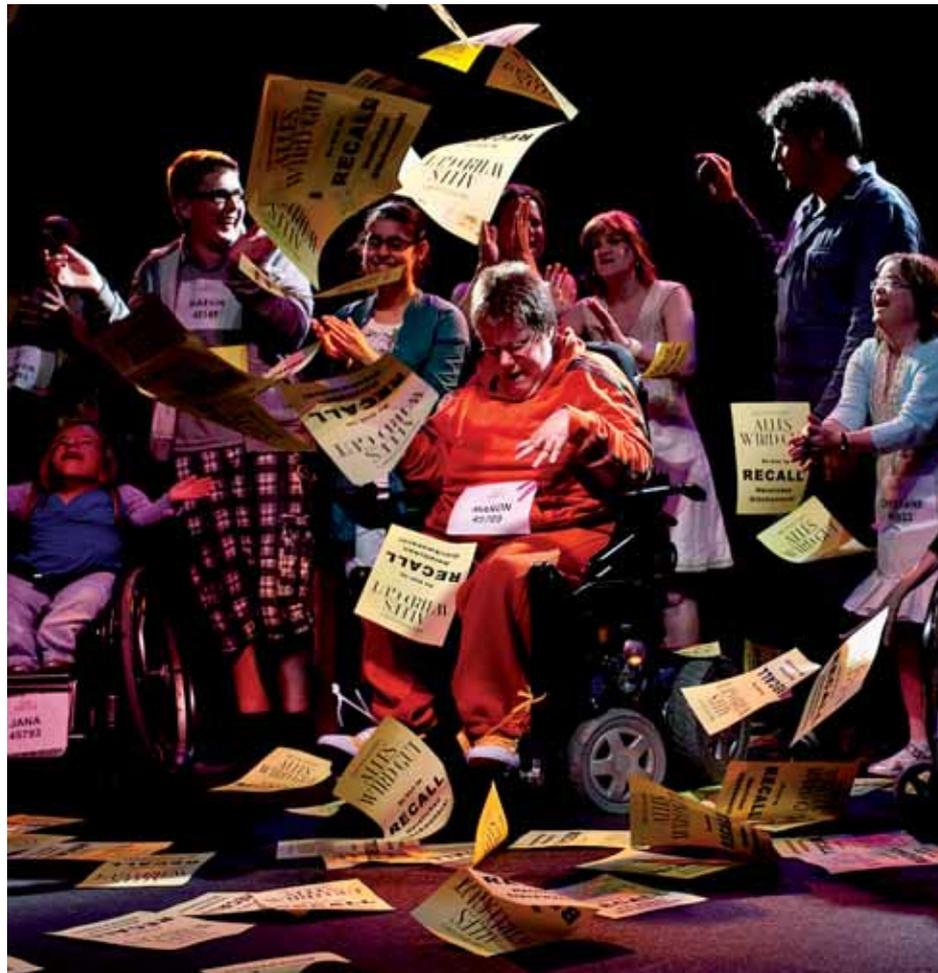
13 neue Folgen der komödiantischen Krimiserie „Mord mit Aussicht“ entstehen seit Anfang Mai in der Eifel. Gemeinsam mit ihren Kollegen Dietmar Schäffer und Bärbel Schmied rückt Kommissarin Sophie Haas dem unorganisierten Verbrechen zwischen Niederrhein und Schiefergebirge mit ihren eigenwilligen Ermittlungsmethoden gehörig zu Leibe. In weiteren Hauptrollen spielen Petra Kleinert, Hans Peter Hallwachs und Karina Krawczyk. Die Regie führt Christoph Schnee, Produzent für die Pro TV Produktion ist Peter Güde und Redakteurin für den WDR Nina Klamroth.

> Pro TV Produktion, Tel. (0221) 82007711; info@pro-gmbh.tv

## Mülheim – Texas

Mülheim, Berlin, Stuttgart, München, Hamburg, Zürich und Spanien sind die Stationen eines dokumentarischen Roadmovies, bei dem Andrea Roggon noch bis Ende des Jahres den Alltag von Helge Schneider begleitet. Verschiedene Epochen seines Lebens werden in „Mülheim – Texas“ durch das übergeordnete Thema der Reise verbunden. Das Berufliche und das Persönliche, das Große und das Kleine, das Spießige und das Geniale finden sich auf diesem Weg. In NRW sind acht Drehtage geplant. Das Projekt der Stuttgarter Archipelago Filmproduktion wird unterstützt vom ZDF – Das kleine Fernsehspiel.

> Archipelago Filmproduktion, Tel. (0711) 2591 82; mail@archipelagofilm.de



„Alles wird gut“ von Niko von Glasow, Foto: Werner Meyer

## Alles wird gut

„Alle Schauspieler sind behindert, besonders die Guten“, sagt Niko von Glasow, der „einzige kurzarmige Regisseur Deutschlands“, und macht mit 14 guten Schauspielern ein besonderes Theaterstück. Die Entstehung des Stückes lässt er filmen, und bald schon ist nicht mehr so ganz klar, was Film, was Theater und was Realität ist. Niko von Glasow, der Regisseur von „NoBody's Perfect“, setzt in der Mockumentary „Alles wird gut“ als

Regisseur und Produzent seit Oktober 2011 sein eigenes Buch um. Gedreht wurde bis Mai, unter anderem mit den Darstellern Mirco Monshausen, Christiane Grieb, Leslie Mader, Christina Zajber und Nico Randel. Sebastian Salanta ist Kameramann. Alle 28 Drehtage fanden in NRW statt. Als Redakteure für WDR und BR fungieren Sophie Seitz und Claudia Simionescu. NFP wird den Film ins Kino bringen.

> Palladio Film, Tel. (0163) 4724811; florian@palladiofilm.de

## Exit Marrakesch

Am 16. April fiel in Marrakesch die erste Klappe zu Caroline Links neuem Film „Exit Marrakesch“. Nach ihrem eigenen Drehbuch erzählt die Oscar-Preisträgerin eine gefühlvolle Vater-Sohn-Geschichte, ein berührendes Drama über eine Reise zu sich selbst und den süßen Schmerz des Erwachsenwerdens. Vor der Kamera von Bela Halben spielen neben Neuentdeckung Samuel Schneider, Ulrich Tukur, Josef Bierbichler und Sophie Rois. Die Dreharbeiten finden noch bis zum 24. Juni 2012 in Marokko, Bayern und Nordrhein-

Westfalen statt. Vom 16. bis zum 18. Juni werden der Flughafen Köln/Bonn, die Kölner Oper, Bensberg, Königswinter und der Petersberg Locations sein. „Exit Marrakesch“ ist eine Produktion der Desert Flower Filmproduktion (Produzent: Peter Herrmann) in Koproduktion mit ARD Degeto, Bayerischer Rundfunk, Westdeutscher Rundfunk, Arte, Erfttal Film- & Fernsehproduktion, B.A. Produktion, MTM west television & film und Studiocanal Film. Kinostart ist 2013 im Verleih von Studiocanal.

> Desert Flower Filmproduktion, Tel. (089) 8989057260; info@desert-flower.de

## Münster-Tatort

Die Dreharbeiten für den neuesten Tatort aus Münster endeten am 22. Mai. Im aktuellen Fall „Das Wunder von Wolbeck“ ermitteln Kommissar Thiel (Axel Prahl) und Rechtsmediziner Boerne (Jan Josef Liefers) im Mordfall eines – insbesondere bei Frauen sehr beliebten – Heilpraktikers. Der 22. Tatort aus Münster wurde unter der Regie von Matthias Tiefenbacher gedreht. Das Buch stammt von Wolfgang Stauch. Ebenfalls dabei sind wieder Friederike Kempter als Thiels Assistentin Nadeshda Krusenstern und Christine Urspruch als Silke Haller, rechte Hand von Prof. Boerne. Produziert wird „Das Wunder von Wolbeck“ von der filmpool Film- und Fernsehproduktion (Produzentin: Iris Kiefer) im Auftrag des WDR für Das Erste. Die Redaktion hat Nina Klamroth (WDR). Der Sendetermin ist für den Herbst 2012 geplant.

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

## Bloch – Die Lavendelkönigin

Am 3. Mai begannen in Köln die Dreharbeiten zu „Bloch – Die Lavendelkönigin“. Michael Verhoeven inszeniert den WDR-Fernsehfilm nach dem Buch von Ingo Haeb und Martin Rosefeldt mit hochkarätiger Besetzung. An der Seite von Dieter Pfaff als Psychotherapeut Dr. Maximilian Bloch und Ulrike Krumbiegel als dessen Lebensgefährtin Clara sind Anna Maria Mühe und Ludwig Blochberger zu sehen. In der 24. Folge der ARD-Erfolgsreihe leidet eine angehende Architektin unter Panikattacken und begibt sich bei Bloch in Therapie. Doch nach wenigen Sitzungen taucht sie nicht mehr auf und hinterlässt auf Blochs Anrufbeantworter eine alarmierende Nachricht. „Bloch – Die Lavendelkönigin“ ist eine Koproduktion des WDR mit dem SWR. Die redaktionelle Verantwortung liegt bei Nina Klamroth (WDR) und Brigitte Dithard (SWR). Gedreht wird noch bis Anfang Juni in Köln. Der voraussichtliche Sendetermin ist 2013.

> Pro TV Produktion, Tel. (0221) 82007711; info@pro-gmbh.tv



Beim Drehstart von „Der Mallorca Detektiv“, Foto: RTL/Guido Engels

## Der Mallorca Detektiv

Noch bis Ende Juni realisiert Action Concept Film- und Stuntproduktion (Produzenten: Hermann Joha, Stefan Retzbach) für RTL (Redaktion: Sascha Mürl) die Action-Komödie „Der Mallorca Detektiv“. Darin geht es um einen Kommissar, der mit ansehen muss, wie ein guter Freund vor seinen Augen erschossen wird. Regisseur Heinz Dietz setzt das Buch von Marc Hillefeld an vier von 22 Drehtagen mit den Darstellern Tobias Licht, Nina Gnädig, Özgür Karadeniz, Philipp Danne, Sonja Kirchberger sowie Markus Boyesen, Richard van Weyden und Francisco Medina auch in NRW um. Die Kamera führt Tobias Schmidt.

> action concept Film- und Stuntproduktion, Tel. (02233) 2233508100; info@actionconcept.com

„Layla Fourie“: Christina Bentlage (Filmstiftung NRW), Pia Marais, André Chemetoff, Rayna Campbell, Claudia Steffen und August Diehl, Foto: Martin Valentin Menke

## Layla Fourie

In Köln fanden zwischen dem 26. und 30. Mai die finalen Dreharbeiten zu Pia Marais neuem Spielfilm „Layla Fourie“ statt. Die bereits dritte Zusammenarbeit von Marais mit der Kölner Pandora Film erzählt, wie die alleinerziehende Südafrikanerin Layla Fourie eine Anstellung als Polygraphistin erhält – sie wertet die Ergebnisse von Lügendetektoren aus. In einer Atmosphäre aus Misstrauen, Lügen und Angst wird Layla bald selbst eine Verdächtige. Die Hauptrollen spielen Rayna Campbell, August Diehl und Rapule Hendricks. Die Regisseurin schrieb das Buch zusammen mit Horst Markgraf. Kameramann ist André Cheme-



toff. Layla Fourie ist eine Produktion von Pandora Film (Produzenten: Claudia Steffen, Christoph Friedel) in Koproduktion mit DV8 Films/Zinebar/Spier Films (Südafrika), Topkapi (Niederlande), Cinema Defacto (Frankreich) und WDR/Arte. Den Weltvertrieb übernahm The Match Factory.

> Pandora Film, Tel. (0221) 973320; info@pandorafilm.com

## Der Medicus

Mitte Juni beginnen in Marokko und Deutschland unter der Regie von Philipp Stölzl die Dreharbeiten zur Verfilmung von Noah Gordons Bestseller „Der Medicus“. Tom Payne, Ben Kingsley, Stellan Skarsgård, Olivier Martinez und Elyas M'Barek konnten für die Verfilmung des Weltbestsellers gewonnen werden. Drehbuchautor Jan Berger hat den Erfolgsroman adaptiert, die Kamera wird Hagen Bogdanski führen. „Der Medicus“ erzählt die Geschichte des Waisen Rob

Cole, der aus dem England des 11. Jahrhunderts ins persische Isfahan reist, um dort Medizin zu studieren. Die Produktion ist für 19 Tage in den MMC Studios in Köln. Der Kinofilm ist eine Produktion der UFA Cinema in Koproduktion mit der ARD Degeto und Beta Cinema. Produzenten sind Wolf Bauer und Nico Hofmann, die Redaktion der ARD Degeto verantworten Bettina Reitz und Roman Klink. Den Weltvertrieb übernimmt Beta Cinema.

> UFA Cinema, Tel. (0331) 70600; info@ufa.de

**GROSSE NRW-KINOTOUR AM 7. UND 8. JULI**

# Pommes Essen

EIN FILM VON TINA VON TRABEN

*Frey's Feiner Imbiss*

**AB 12. JULI IM KINO**

www.POMMESESSEN.DE www.FACEBOOK.COM/POMMESESSEN

Prädikat besonders wertvoll

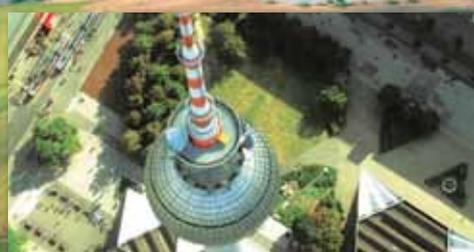
dagstar\* KURATORIN FEM DEUTSCHE FILM- UND MEDIENWERKSTÄTTE FBM MEDIA CINEGATE PYGALION PLUS MEDIA luna new films COLLOUVY ARRI

SO HABEN SIE DEUTSCHLAND NOCH NIE ERLEBT!

# DEUTSCHLAND VON OBEN



**JETZT IM KINO!**



## Spieltrieb

Seit dem 29. Mai wird Juli Zehs Roman „Spieltrieb“ unter der Regie von Gregor Schnitzler gedreht. Der Kinofilm erzählt die Geschichte des hochintelligenten Mädchens Ada und des faszinierend-dämonischen Alev, zwei Einzelgänger, die sich in der Schule kennen lernen. Kathrin Richter und Jürgen Schlagenhof haben das Drehbuch geschrieben. Die Hauptrollen sind mit Maximilian Brückner, Sophie von Kessel, Richy Müller und Ulrike Folkerts sowie den beiden Newcomern Michelle Barthel und Jannik Schümann besetzt.

Produziert wird „Spieltrieb“ von Markus Zimmer für Clasart Film. Gedreht wird bis Ende Juli in München und Umgebung sowie in Bonn. Kinostart wird 2013 im Concorde Filmverleih sein.

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

## Turbo & Tacho

Von Mitte Juli bis Ende August dreht die action concept Film- und Stuntproduktion (Produzent: Stefan Retzbach) für RTL (Redakteur: Peter Jänert) an 20 Drehtagen in Köln und Umgebung „Turbo & Tacho“, den Piloten eines Spin-Off von „Alarm für Cobra 11“. Franco Tozza inszeniert die Action-Komödie nach einem Buch von Andreas Heckmann mit Axel Stein und Daniel Rösner. An der Kamera ist Christian Paschmann, das Casting übernimmt Outcast.

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

## Karneval

Karneval dauert für viele Karnevalisten 365 Tage lang. Deshalb begleitet Regisseur Claus Wischmann vier von ihnen von Anfang April bis zum Ende der jecken Zeit 2013 für seine Dokumentation „Karneval“. Sounding Images produziert die Suche nach dem Wesen des Kölner Karnevals.

> sounding images, Tel. (030) 44356716; info@sounding-images.de

## Der Fall Hagedorn

Der historische Polizeithriller „Der Fall Hagedorn“ basiert auf einem authentischen Fall, der in die deutsche Geschichte einging: Der dreifache Kindermörder Erwin Hagedorn war der letzte Delinquent, an dem in der DDR die „zivile“ Todesstrafe vollzogen wurde. Am 23. Mai begannen in der Nähe von Bautzen die Dreharbeiten zu dem WDR-Fernsehfilm, der noch bis Ende Juni auch in Köln und Umgebung realisiert wird. Regisseur Stephan Wagner inszeniert nach dem Drehbuch von Holger Karsten Schmidt. Für die Hauptrolle konnte Grimme-Preisträger Ronald Zehrfeld gewonnen werden. Weitere Parts spielen Ulrike Tscharre, Florian Panzner, Martin Brambach, Godehard Giese und Sergius Buckmeier. „Der Fall Hagedorn“ ist eine Koproduktion der Westside Filmproduktion (Produzent: Martin Zimmermann) mit dem WDR (Redaktion: Nina Klamroth). Voraussichtlicher Sendetermin: 2013 im Ersten.

> Westside Filmproduktion, Tel. (02151) 6266620; info@westside-film.de

## Coin Film dreht

Im Juli 2012 wird Coin Film die Produktion „Die Erfindung der Liebe“ von Lola Randl nachdrehen. Die Dreharbeiten zu dem Liebesdrama mussten wegen des Todes der Hauptdarstellerin Maria Kwiatkowsky im Juli 2011 unterbrochen werden. Mit verändertem Drehbuch und zusätzlichem Cast wird die deutsch-luxemburgische Koproduktion mit Red Lion in Köln fertig gestellt werden. In der Besetzung weiterhin vertreten sind Bastian Trost, Sunny Melles, Samuel Finzi und Mario Adorf, Verstärkung bekommen sie u.a. von Marie Rosa Tietjen, Mira Partecke und Sebastian Weber. Den Verleih des Films hat NFP marketing & distribution übernommen. Zeitgleich wird Coin Film, ebenfalls mit Red Lion, die Koproduktion „Die Räuber“, eine moderne Schiller-Adaption, realisieren. Regie führen wird bei dem Familiendrama der Ruhrfestspiele-Intendant Frank Hoffmann. Der internationale Cast ist u.a. besetzt mit Niels Arestrup („Un prophète“, „Schmetterling und Taucherglocke“) sowie Eric Caravacur, Stanislas Merhar und Heino Ferch. Die Dreharbeiten finden im Juli und August in der Eifel und in Luxemburg statt.

> Coin Film, (0221) 322053; info@coin-film.de

## Die Schwarzen Brüder

Nach dem gleichnamigen Kinderbuchklassiker von Lisa Tetzner und Kurt Held realisiert Oscar-Preisträger Xavier Koller ab Mitte Juni an insgesamt 40 Drehtagen in NRW, im Tessin, in Italien und Hessen den Kinofilm „Die Schwarzen Brüder“ mit Moritz Bleibtreu und Richy Müller. Das Buch von Fritjof Hohagen und Klaus Richter erzählt, wie bis Mitte des 19. Jahrhunderts arme Tessiner Bergbauern ihre Kinder als Kaminfeger nach Mailand verkauften. So geht es auch dem kleinen Giorgio.

Circa 20 Drehtage werden in NRW stattfinden. Produzenten für enigma film sind Fritjof Hohagen und Clarens Grollmann, Koproduzenten sind die Starhaus Filmproduktion und Dschoint Ventschr. Federführender Redakteur beim BR ist Cornelius Conrad. Weitere Sender sind der WDR, der NDR, Degeto und Arte. Der Verleih liegt in den Händen von Kinowelt.

> enigma film NRW, Tel. (02223) 914062; contact@enigmafilms.de

## Dawn

Am 29. April endeten im Kölner Fort VI nach drei NRW-Drehtagen die Aufnahmen zum internationalen Polit-Drama „Dawn“, basierend auf dem Roman von Friedensnobelpreisträger Elie Wiesel. Zuvor war das Team von Regisseur Romed Wyder und Kameramann Ram Shweky für die Produktion der Dschoint Ventschr Filmproduktion (Schweiz) in Koproduktion mit Lama Films (Israel) und enigma film (Bad Honnef) in Israel und der Schweiz aktiv. Das Drehbuch schrieb William Billy MacKinnon: Darin erhält der junge jüdische Freiheitskämpfer Elisha im Palästina des Jahres 1947 den Befehl, eine britische Geisel zu erschießen. Darsteller sind Liron Levo, Joel Basman, Sarah Adler, Rami Heuberger, Moris Cohen und Jason Isaacs, die Produzenten Tunje Berns, Samir, Romed Wyder, Philip Gates, Clarens Grollman und Fritjof Hohagen.

> enigma film, Tel. (02223) 914062; contact@enigmafilms.de

Kai Schumann und Katya Nesytowa in „Heldt“, Foto: ZDF/Frank Dicks



## Heldt

In Köln, Bochum und Umgebung haben am 14. Mai die Dreharbeiten zu der neuen ZDF-Krimi-Serie mit dem Arbeitstitel „Heldt – Zwischen Gesetz und Gerechtigkeit“ begonnen. Kai Schumann verkörpert die Hauptrolle des Kommissars Nikolas Heldt. An seiner Seite ermitteln Janine Kunze als Staatsanwältin Ellen Bannenberg sowie Hauptkommissar Detlev Grün alias Timo Dierkes. Die Sony Pictures Film und Fernseh Produktions GmbH aus Köln produziert die sechsteilige Serie. Olaf Kreinsen inszeniert die erste Folge, Gero Weinreuter führt Regie in Folge zwei und drei, die restlichen drei Folgen setzt Buddy Giovinazzo um. Die Drehbücher stammen von

Lorenz Lau-Uhle, Claudia Römer und Ralf Löhnhardt. Mittelpunkt und Namensgeber der Serie ist Nikolas Heldt, Kommissar bei der Bochumer Kriminalpolizei. Die Redaktion im ZDF haben Berit Teschner und Elke Müller. Die Dreharbeiten dauern voraussichtlich bis 5. Juli 2012. Ein Sendetermin steht noch nicht fest.

> Sony Pictures Film und Fernseh Produktions GmbH, Tel: (0221) 933800; info@sonypictures-tv.de

## Only Lovers Left Alive

Kult-Regisseur Jim Jarmusch dreht vom 16. Juli bis zum 14. August für die Kölner Pandora Film (Produzent: Reinhard Brundig) und die Londoner Recorded Picture Company (Jeremy Thomas) in NRW „Only Lovers Left Alive“: In der romantischen Trostlosigkeit Detroits und Tangers finden ein zutiefst deprimierter, menschenmüder Underground-Musiker und seine starke und geheimnisvolle Geliebte wieder zusammen. Die Liebesgeschichte der Vampire überdauert bereits mehrere Jahrhunderte, aber das leidenschaftliche Idyll wird durch ihre wilde und ungestüme jüngere Schwester zerstört. Oscar-Preisträgerin Tilda Swinton sowie Tom Hiddleston, Mia Wasikowska und John Hurt übernehmen die Hauptrollen.

> Pandora Film, Tel. (0221) 973320; info@pandorafilm.com

## Beltracchi. Die Kunst der Fälschung

Filmpreisträger Arne Birkenstock dreht vom 25. Juni bis zum August „Beltracchi. Die Kunst der Fälschung“. Die Dokumentarfilm über die Lebensgeschichte Wolfgang Beltracchis und einen der größten Kunstfälscher-Prozesse in Deutschland behandelt zwei der großen Themen unserer Zeit: Die Diskussion um Original und Fälschung, sowie das seit der Finanzkrise hochaktuelle Thema „Gier“. An 30 Drehtagen (davon 12 in NRW) reist Birkenstock zu Aufnahmen nach Köln, Bergisch Gladbach, Berlin, Freiburg, München, Frankreich, GB, die USA, Japan, Schweden, Israel und Russland. Die Produzenten sind Fruitmarket Kultur und Medien und Tradewind Pictures, beide Köln.

> Tradewind Pictures, Tel. (0221) 9125610; mail@tradewind-pictures.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 (MEDIA), Wilfried Urbe, Christian Meyer, Tatjana Kimmel, Reinhard Kleber

**Redaktionsassistent:** Lena Schütz-Kraan

**Gestaltung/Layout:** alfred friese + inrhein

**Anzeigenbetreuung:** Lena Schütz-Kraan, Tel. (0211) 9305040

**Anzeigenschluss** für die nächste Ausgabe: 5. Juli 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.

**Titel:** Anke Engelke, Foto: Boris Breuer

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



## Deutschland von oben

Kinostart: 7. Juni  
Verleih: Universum

Deutschland ist nach Fläche das fünftgrößte Land Europas. Zwischen dem Königshafen auf Sylt und dem Haldenwanger Eck in den Allgäuer Alpen, dem Westgrenzstein zwischen Millen und Isenbruch und der Neißeaue bei Deschka und Zentendorf erstreckt sich ein Gebiet von 357.104 Quadratkilometern. 2009 setzte das Produktions-, Regie- und Drehbuchteam Petra Höfer und Freddie Röckenhaus nach ambitionierten Projekten wie „Mondän!“, „Expedition ins Gehirn“ und dem mehrfach preisgekrönten Zweiteiler „Blut und Spiele – Die Dopingfälle“ ein spektakuläres Projekt in Gang. Ein Heimatfilm aus der Vogelperspektive, der Stadt- und Landschaftsbilder in bis dahin ungekannter HDTV-Qualität in Cinemascope-Breitbild einfängt. Für die Kamera wurde Peter Thompson engagiert, einer der weltweit renommiertesten Spezialisten für Luftaufnahmen. Rund 300 Stunden Filmmaterial standen schließlich zur Verfügung, aus denen der nun vorliegende, 110 Minuten lange Kinofilm herausgefiltert wurde. Das Ergebnis: bei aller High-End-Technik ein sinnliches Kinoerlebnis, dessen poetischer Effekt durch die Musik von Boris Salchow stilischer untermalt wird. Wer meint, in Zeiten des Internets sei durch Google Maps und Earth alles gezeigt, wird hier mit Aufsehen erregenden Bildern des einen belehrt – Kino macht den Unterschied.

**Deutschland 2012**  
Regie, Drehbuch: Petra Höfer, Freddie Röckenhaus  
Sprecher: Benjamin Völz; Produktion: colourField Tell-A-Vision in Koproduktion mit dem ZDF  
[www.deutschland-von-oben.com](http://www.deutschland-von-oben.com)



## Pommes Essen

Kinostart: 12. Juli  
Verleih: farbfilm Verleih

Früher war alles besser. Im Ruhrgebiet wurde Kohle abgebaut, und die Kumpel hatten viel Hunger. Und Geld für Currywürste und Pommes. Im Mittelpunkt des Spielfilms „Pommes Essen“ steht die einst viel besuchte Duisburger Imbissbude „Frey's Feyner Imbiss“. Nostalgisch erinnert der Film an die alten Zeiten, um bald die bittere Gegenwart ins Bild zu rücken. Heute gibt es den Imbissstand immer noch, aber Frieda Frey (Anneke Kim Sarnau), eine allein erziehende Mutter, rackert sich vergeblich ab. Es gibt kaum Kunden. Trotz des viel gerühmten Currysaucen-Geheimrezepts ihres Vaters (Peter Bongartz), auf das Friedas Bruder und Konkurrent Walther (Smudo von den Fantastischen Vier) scharf ist. Dann passiert's: Frieda bricht zusammen, der Arzt schickt sie in Kur. Friedas Töchter übernehmen die Bude. Die Älteste, Patty (Luise Risch), verspricht, sich um alles zu kümmern und auf die beiden kleineren Kinder aufpassen. Das geht gründlich schief, der Stand brennt ab. Jetzt hilft nur noch eins: Friedas Töchter wollen das Stadion-Catering beim MSV Duisburg übernehmen. Das aber möchte Onkel Walther mit seinem Fast-Food-Imperium ebenfalls. Und eigentlich würde Patty sowieso lieber ein Praktikum bei einem Sterne-Koch in Düsseldorf machen. Der fiese Walther schlägt ihr einen Deal vor. Regisseurin Tina von Traben schrieb das Drehbuch zusammen mit dem Kölner Kinderbuchautor Rüdiger Bertram. Nach mehreren erfolgreichen Kurzfilmen präsentiert die Absolventin der ifs mit der Ruhrpott-Geschichte „Pommes Essen“ ihr Spielfilmdebüt. „Ich will im Film die Kinder ernst nehmen und so darstellen, wie Kinder sind, sie können Entscheidungen treffen, Pläne verfolgen“, sagt die Regisseurin. „Pommes Essen“ wurde in Duisburg, Köln, Hürth bei Köln und Leverkusen gedreht.

**Pommes Essen**  
Deutschland 2012  
Regie: Tina von Traben  
Drehbuch: Rüdiger Bertram, Tina von Traben; Darsteller: Luise Risch, Marlene Risch, Tabea Willemsen, Thekla Carola Wied, Anneke Kim Sarnau, Smudo, Peter Bongartz; Produktion: Dagstar\*Film  
[www.PommesEssen.de](http://www.PommesEssen.de)



## Tom und Hacke

Kinostart: 2. August  
Verleih: Zorro Filmverleih

Mark Twains beliebter Jugendbuch-Klassiker „Die Abenteuer des Tom Sawyer“ (1876) in einer neuen Variante: Regisseur Norbert Lechner und Drehbuchautor Rudolf Herfurtner verlegten einzelne Episoden der im 19. Jahrhundert spielenden Geschichte aus dem Mississippi-Delta für ihre Verfilmung in eine bayerische Kleinstadt der Nachkriegszeit. Handlung und Namen wurden modifiziert. Die Hauptfigur Thomas Sojer (Benedikt Weber), genannt Tom, beobachtet im Mai 1948 mit seinem besten Freund Hacke (Xaver-Maria Brenner) einen Mord. Die beiden beschließen zunächst zu schweigen, obwohl ein Unschuldiger bestraft werden soll. Für Tom und Hacke, denen sich das Mädchen Biggi (Julia Forstner) anschließt, beginnt ein spannendes und gefährliches Abenteuer. Trotz ihrer Angst wollen die Kinder dem Mörder Ami-Joe (Fritz Karl), der sich als Schwarzhändler betätigt, wertvolle Zigarettenstangen abnehmen, um Toms Tante eine neue, lebensnotwendige Nähmaschine zu kaufen. Warum die Verlegung der Story in die Nachkriegszeit? In dieser gab es, erklärt Regisseur Norbert Lechner, „erstaunlich viele Parallelen zu der Welt wie sie Mark Twain beschreibt“. So habe mal ein Mann, der nach dem Zweiten Weltkrieg ein Schulbus war, zu Lechner über diese Zeit gesagt: „Wir haben uns selbst erzogen.“ Gerade Kinder im Alter von Tom und Hacke, um die sich niemand kümmerte, mussten sich in diesen Jahren irgendwie durchschlagen. Die digitale Postproduktion des Films wurde in Nordrhein-Westfalen durchgeführt. Beim 20. Kinder-Medien-Festival Goldener Spatz 2012, das alljährlich im Mai in Erfurt und Gera veranstaltet wird, erhielt Rudolf Herfurtner den Preis für das Beste Drehbuch.

**Tom und Hacke**  
Deutschland / Österreich 2012  
Regie: Norbert Lechner  
Drehbuch: Rudolf Herfurtner; Darsteller: Fritz Karl, Franz Buchrieser, Franziska Weisz, Benedikt Weber, Xaver-Maria Brenner, Julia Forstner; Produktion: Kevin Lee Filmgesellschaft mbH, STAR\*Film GmbH, Rommel Film  
[www.zorofilm.de](http://www.zorofilm.de)



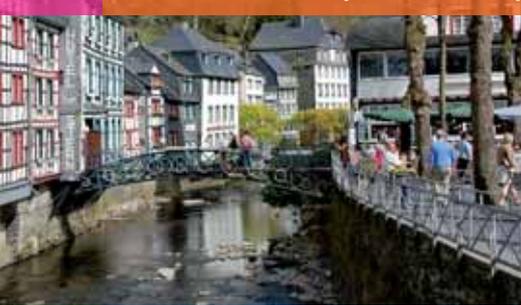
## Das Schwein von Gaza

Kinostart: 2. August  
Verleih: Alamode / Die Filmagentinnen

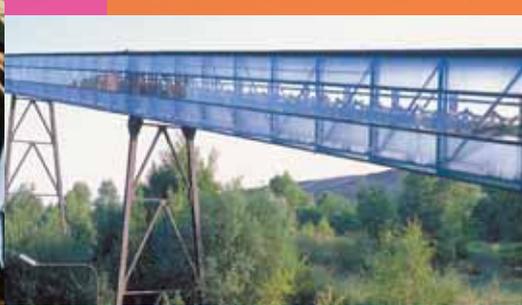
Schöne fette Doraden findet Fischer Jafaar immer gern in seinem Netz. Was er aber diesmal an Bord zieht, ist zwar auch rund und fett, allerdings ein Schwein. Nun sind solche Tiere im Grenzgebiet zwischen Israel und Palästina schon aus religiösen Gründen nur sehr bedingt geduldet. Jafaar will sein Schwein deshalb schnell wieder loswerden, aber weder der örtliche UN-Beauftragte noch die Nachbarn sind an dem Tier interessiert. Die russisch-jüdische Schweinezüchterin Jelena könnte sich aber einen Zuchtdeal vorstellen; Jafaar müsste dafür allerdings regelmäßig Spermien abzapfen. Was schon unter technischen Gesichtspunkten leichter gesagt als getan ist; und sowohl das israelische Militär als auch die fundamentalistischen Mitbürger auf palästinensischer Seite sind nicht amüsiert darüber, dass in dieser Gegend ein Leben im Zeichen friedlicher Koexistenz möglich sein soll. Eine politische Parabel mit satirischem Biss ist die erste Regiearbeit von Sylvain Estibal, den seine Erfahrungen als Nahostreporter derart beschäftigt haben, dass er sie hier künstlerisch verarbeitet. Mit Minimalbudget drehte er auf Malta einen Gute-Laune-Film, dessen Botschaft ebenso liebenswürdig ist wie der 50 Kilo schwere Titeldarsteller. In Frankreich kam das sehr gut an: „Das Schwein aus Gaza“ wurde mit dem César als bester Erstlingsfilm 2011 ausgezeichnet.

**Deutschland/Frankreich/Belgien 2011**  
Regie, Drehbuch: Sylvain Estibal  
Mitwirkende: Sasson Gabay, Baya Belal, Myriam Tekaïa, Ulrich Tukur, Gassan Abbas, Khalifa Natour; Produktion: Barry Films und Marilyn Productions in Koproduktion mit Saga Film, Rhamsa Productions und StudioCanal unter Beteiligung von Orange Cinema Series, Centre National de la Cinématographie und Canal+

12.07. Monschau Marktplatz, St. Jacques – Pilgern auf Französisch



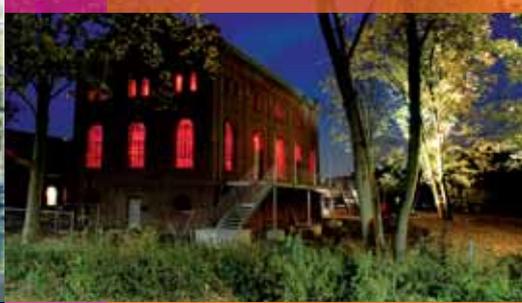
24.07. Dortmund, Kokerei Hansa, Die eiserne Lady



25.07. Heiligenhaus, Steinbeck-Park, Pina



26.07. Herne, Künstlerzeche, Le Havre



27.07. Büren, An der Kirche, Black Swan



28.07. Gelsenkirchen Halde Rungenberg, Up in the Air



## FilmSchauPlätze NRW

Zum 15. Mal zeigen die FilmSchauPlätze NRW der Film- und Medienstiftung NRW, in diesem Jahr zwischen 12. Juli und 25. August, sehenswerte Filme an ungewöhnlichen Orten. Im Rahmenprogramm ist jeweils ein in NRW produzierter Kurzfilm zu sehen. Den Auftakt macht auf dem Marktplatz des Eifelstädtchens Monschau die Komödie „St. Jacques – Pilgern auf Französisch“ von Coline Serreau. Ihr sanft-ironisches Roadmovie schildert eine besondere

Wallfahrt nach Santiago de Compostella. Der Film kam 2006 übrigens zeitgleich mit, aber unabhängig von Harpe Kerkelings Bestseller in die Kinos. Den Abschluss bildet im August schließlich „Moulin Rouge“ von Baz Luhrmann mit Nicole Kidmann und Ewan McGregor vor dem Stadttheater von Hagen. Dazwischen wird die fahrbare Leinwand an zwölf weiteren Plätzen aufgebaut. Wim Wenders ist gleich mit zwei seiner Filme vertreten. „Pina“ ist am 25. Juli im Steinbeck-Park von Heiligenhaus zu sehen, der Klassiker „Alice in den Städten“ am 22. August im Botanischen Garten in Wuppertal. Der Eintritt ist wie immer frei.

> Alle Infos schon bald unter [www.filmschauplaetze.de](http://www.filmschauplaetze.de)

01.08. Oberhausen Platz Innenstadt, Und wenn wir alle zusammenziehen?



02.08. Datteln Vor dem Rathaus, Willkommen bei den Sch'tis



09.08. Reken, Benediktushof, Renn, wenn Du kannst



11.08. Velen-Ramsdorf, Schützenwiese, The King's Speech



16.08. Bottrop, Altes Ruderhaus, Über uns das All



17.08. Bad Honnef, Insel Grafenwerth, Das Hochzeitsvideo



22.08. Wuppertal, Botanischer Garten, Alice in den Städten



25.08. Hagen, Am Stadttheater, Moulin Rouge

