

**MDM Infomagazin Trailer I I I**  
Mitteldeutsche Medienförderung



**05/2002**

**Action please!**

MDM Jahres-Highlights 2002

**Medienstandort Halle**

d-motion - Konferenz und Festival für interaktive Medien

**Personality, News, Service**

Nachrichten aus Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen

## Verehrte Leserinnen und Leser,



Manfred Schmidt, Geschäftsführer der MDM

unser Infomagazin will Ihnen einen kleinen Überblick darüber bieten, was in diesem Jahr im Bereich der Medienwirtschaft mit Unterstützung der MDM geschehen ist. Das war kein leichtes Jahr. Die Hochwasserkatastrophe im Sommer hat viele Kinos schwer in Mitleidenschaft gezogen. Mitteldeutsche Filmproduktionsfirmen blieben glücklicherweise weitgehend verschont. Aber auch sonst gab es unerfreuliche Nachrichten. Die Stichworte sind allseits bekannt: Krise am Neuen Markt, Kirch-Insolvenz, Einbruch der Werbeeinnahmen bei den TV-Sendern und die immer angespanntere Haushaltslage nicht nur beim Bund sondern auch in den Ländern. Manch Medienproduzent fragte besorgt nach der Kontinuität der Förderung in Zeiten knapper Kassen. Auch »weil Medien politisch nicht mehr so hype sind«, wie es ein Produzent formulierte. Ich will keinen Zweckoptimismus predigen, aber ich denke, die Zeit des Lamentierens sollte abgelöst werden durch eine gemeinsame nüchtern-ernsthafte Diskussion, mit welchen Projekten und Strukturen der Medienstandort Mitteldeutschland auch in Zukunft stabilisiert und gestärkt werden kann. Denn Strukturen sind in den letzten Jahren in erfreulichem Maße entstanden und die MDM wird und kann auch in Zukunft zum Erhalt und Ausbau dieser Strukturen beitragen.

Der politische Wille ist da. Die Initiative Mitteldeutschland, zu der die Ministerpräsidenten unserer drei Länder aufgerufen haben, verstehe ich als Zeichen dafür, weiter an der Vernetzung der Medienstrukturen in Mitteldeutschland zu arbeiten. Das fand bereits seinen

Niederschlag in bestimmten Neuregelungen bei der Bewertung der Regionaleffekte, die eine größere Wertschöpfung in Mitteldeutschland erlauben.

Jede Krise bietet auch die Chance Dinge neu zu strukturieren. Es liegt an uns gemeinsam, wie groß die politische Unterstützung für die Medienproduzenten in Mitteldeutschland in Zukunft sein wird. Wir benötigen – daran hat sich nichts geändert – Projekte regional engagierter Firmen, die kulturellen Anspruch und Marktfähigkeit miteinander verbinden.

Ich weiß sehr wohl, dass das nach politischer Sonntagsrede klingt. Aber uns ist es ernst mit diesem Anspruch. Vielleicht müssen wir in Zukunft für diesen Anspruch ein paar Heilige Kühe schlachten. Lassen Sie uns das gegebenenfalls gemeinsam und fröhlich tun. Lassen Sie uns weiter an so wichtigen Aufgaben wie dem Marketing für Filme und dem Aufbau internationaler Kooperationen, auch mit unseren Partnern aus Osteuropa, arbeiten. Die MDM wird Ihnen ein zuverlässiger und fordernd kritischer Partner sein. Ganz so wie wir es auch von Ihnen wünschen und erwarten.

Uns allen ein frohes Weihnachtsfest, Hartnäckigkeit und Kraft für das kommende Jahr.

*Manfred Schmidt*

<b>Personality</b>	
Juliane Fuchs	4
Wolfgang Matschke	5
<b>d-motion Halle Special</b>	
Mark R. Johnson	
zur Schicksalsfrage: DVD	6
Interaktive Medienkunst	7
<b>MDM Special</b>	
Jahres-Highlights 2002	8
Veranstaltungstermine 2003	9
<b>Report</b>	
Bea Wölfling	12
Jürgen Bergfried	13
<b>News</b>	
Mediaservice Mitteldeutschland	14
Informationen aus Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen	15
<b>Flash</b>	
EAVE Halle 2002	16
Workshop: Docuzone	17
45. Dokfilmfest Leipzig	17
<b>Report</b>	
MDM-Workshop: Kindermedien	19
<b>COCO Special</b>	
Deutsch-Polnisches Ko-Development-Treffen	20
<b>Produktionsnotizen</b>	
The Tulse Luper Suitcase	22
Tal der Ahnungslosen	25
Schultze gets the Blues	25
<b>MDM intern</b>	
MDM Förderentscheidungen vom 04.11.02	26
Einreichtermine	26
Impressum	26

Titel:

The Tulse Luper Suitcases  
Szenenfoto: Thomas Schulze

## Maßstäbe setzen

backup. neue medien im film



**Ein kaum hinterfragtes Schlagwort der Neuen Medien behauptet, dass mit den digitalen und vernetzten Medien insbesondere der geographische Raum neutralisiert wird, das Leben also in ortslosen Räumen realisiert wird. Das thüringer Festival »backup. neue medien im film« vom 07. bis 10.11.02 bewies eindrucksvoll das Gegenteil. Mit höchstem Lässigkeitsfaktor verschmolzen Veranstaltungsinhalt und -ort, das e-werk, ein marodes Fabrikgelände der Stadtwerke Weimar. Festivalleiterin Juliane Fuchs nennt das Veranstaltungsformat: »Fusion auf hohem Niveau«.**

backup ist ein Festival für Film- und Videoproduktionen, die unter Verwendung digitaler Werkzeuge entstehen. Im Zentrum des Festivals steht der »backupaward« – ein internationaler Wettbewerb filmischer Arbeiten, deren Ästhetik, Erzählweise, Produktionsform und Distribution die tradierten Wege des analogen Kinos verlassen. Hierfür und für die Kategorien »backup.clipaward« (nationaler Wettbewerb für Musikvideos) und »backup.lounge|lab« (dynamisches Netzwerk internationaler Kreativer verschiedenster Kunstrichtungen) mussten 2002 über 1.000 Einsendungen gesichtet werden, um die Festivalbeiträge auszuwählen. Für Juliane Fuchs, Studentin an der Bauhaus-Universität Weimar, Fakultät Medien, Fachbereich Mediengestaltung, ist die Festival-Arbeit mehr als ein Studenten-Job. »Wir bringen einmal im Jahr eine internationale Übersicht Neuer Medien nach Weimar, um für die Leute hier Orientierung zu schaffen. Das Festival ist ein Experimentierfeld. Es geht uns nicht vordergründig darum, Preise zu vergeben, sondern zusammen in Weimar über Arbeitsergebnisse im Bereich der Neuen Medien zu diskutieren

und im »backup.lounge|lab« spannende Spielräume für intermediale Künstler zu kreieren.« Juliane Fuchs möchte Neugier, Aufgeschlossenheit und Aktivität entwickeln, das Streben nach Weltverständnis und Transzendenz unterstützen – neue Bedürfnisse in Neuen Medien sichtbar machen.

In Jena geboren fand die Festivalmache- rin 1991 zum örtlichen Theaterhaus. 30 Leute betrieben die Bühne in der Wendezeit als eine Art Modellprojekt. Fuchs arbeitete als Regieassistentin, Regisseurin und gehörte zu den 13 GmbH-Gründungs- gesellschaftern. »Fünf spannende Jahre, in denen wir täglich 24 Stunden im Theater waren, und ohne es zu bemerken über die Jahre ausbrannten. 1997 machte ich mich ein Jahr frei und ging auf die Weimarer Bauhaus-Universität.« Schnell hatte sich dort in der Fakultät Medien eine Gruppe von vier Studenten gefunden, die sich als Underdogs gegenüber den tradierten deutschen Filmhochschulen empfanden. »Wir fingen an Videoarbeiten an Festivals zu schicken. Merkten aber, dass unsere Arbeiten anders waren, als die von den Filmhochschulen. So schrieben wir einen internationalen Wettbewerb für Videoarbeiten aus, die eben nicht in dem klassischen Kontext zwischen Drehbuch und Schauspielführung stehen.« Das war 1999 und Weimar ging in das Kulturhauptstadtjahr. Diesen Kultur-Boom wus- te Juliane Fuchs zu nutzen. Eine Woche nach Ende der Kulturhauptstadt-Veranstaltung lief das backup Festival, 1998 mit einem lokalen Probelauf gegründet, auf internationalem Parkett an. Podeste, Stühle, Autos und vieles mehr wurden unbürokratisch nachgenutzt. Der »wahn- sinnig hohe Anspruch« fand ein interna- tionales Echo.

Schon damals bewies Juliane Fuchs ihren Sinn für das Dialektische innerhalb eines

Festivalleiterin Juliane Fuchs

Festivalbetriebes: sie macht Umwege, vollbringt Energieleistungen und findet schöne Worte, spricht Konzepte, für meist nebulöse Prozesse. Aber mehr als alle technischen und finanziellen Maßnahmen zählte von Anfang an das Klima. »Alle die am Festival mitarbeiten sind Studenten, wie das Publikum auch. 3.500 Besucher kamen dieses Jahr. Diese Zuschauerzahl belegt die gelungene Fusion zwischen Veranstaltungsform und -inhalt. Die Räume für die Festivalprogramme sind auch Räume für das Publikum. Der Werkstattcharakter der Veranstaltung soll Video- und Klangkünstler, aber auch Architekten ansprechen, denn backup wird vom netzwerk filmfest e.V. in Kooperation mit der Bauhaus-Universität Weimar veranstaltet. In dieser Verbindung liegt eine Kraft, die wir in den nächsten Jahren noch weiter kultivieren möchten.« Während der »media days« an der TU Ilmenau wurde Anfang Juni 2002 erstmals der Engagementpreis für Studenten vergeben, die sich in besonderem Maße um den Medienstandort Thüringen verdient gemacht haben. Auch die Initiatoren des backup Festivals, Juliane Fuchs und Marc Olf, wurden für das innovative Konzept des Festivals ausgezeichnet. Für das inzwischen fast 30köpfige backup-Team ist diese Auszeichnung nicht nur eine große Ehre, sondern belegt gleichzeitig die hohe Akzeptanz des Festivals. Zum ersten Mal bewertete in diesem Jahr eine internationale Jury die Festivalbeiträge. »Die Internationalisierung und die Qualität des Programmangebotes werden wir weiter vorantreiben«, beschreibt die Festivalmache- rin den Arbeitsauftrag. Das »Laboratorium« backup auf dem Weg zum A-Festival für Neue Medien im Film. ■

Wolfgang Otto

## Medien vernetzen

### Sachsen-Anhalt belebt die Kommunikation

**Die Landtagswahlen am 21. April 2002 veränderten die politischen Verhältnisse in Sachsen-Anhalt grundlegend. Die CDU (37,3 %) und die FDP (13,3 %) übernahmen die politische Verantwortung von der PDS-tolerierten SPD-Regierung (SPD 20,0 %/PDS 20,4 %), auch für den sachsen-anhaltinischen Medienbereich. Der neue Chef der Staatskanzlei, Staatsminister Rainer Robra ordnete die Zuständigkeiten neu. Für ihn kommuniziert Wolfgang Matschke als Beauftragter der Staatskanzlei Sachsen-Anhalt für die Entwicklung des Medienstandortes Halle.**

Vor der Wahl lag die Medien-Kompetenz bei Niels Jonas, Chef der Staatskanzlei des Landes Sachsen-Anhalt und Medienbeauftragter der Landesregierung. Der neue Staatsminister Rainer Robra setzt neben den Strukturen in der Wirtschaftsverwaltung und der Staatskanzlei in seinem Meinungsbild auf die Zuarbeit eines Beauftragten, der sich selbst als »Werber für den Standort, Koordinator der Medienszene und Frühwarnsystem für die Politik« versteht. Wolfgang Matschke ist gebürtiger Thüringer. Nach einem Studium der Philosophie, Germanistik und Rechtswissenschaft in München hat er später als Jurist für die Verwaltung der Universität München gearbeitet. Nach kurzer Tätigkeit im Kultusministerium des Landes Sachsen-Anhalt war er von 1992 bis 2002 Kanzler der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg. Nach seiner Pensionierung, arbeitet er als Rechtsanwalt in der Hallenser Kanzlei Feigl & Partner. Dann kam der Ruf aus der Staatskanzlei in Magdeburg, denn Matschke kennt die politischen, wirtschaftlichen und universitären Verhältnisse in Sachsen-Anhalt aus allernächster Nähe.

Über ein Medienbüro und einen eigenen Etat verfügt Wolfgang Matschke nicht. »In erster Linie braucht die Staatskanzlei jemanden vor Ort, der die vielgestaltige Medienszene in Halle koordiniert und Probleme dort schnell lösen hilft. Wenn sich die Entwicklungen abzeichnen, wo eingefahrene behördliche Strukturen und Eifersüchteleien hemmend wirken, werde ich moderieren«, umschreibt Matschke seine Aufgaben. Mit dem Bau des Mitteldeutschen Multimediazentrums Halle (MMZ) steht ihm die Feuerprobe unmittelbar bevor. »Bezüglich des MMZ gibt es nach wie vor unterschiedliche Vorstellungen der beteiligten Szene. Da das Gebäude erst 2004 fertig sein wird, muß der zukünftige Geschäftsführer beauftragt werden, ein abschließendes Konzept für das MMZ zu finden. Man darf nicht glauben, daß die Politik besser als die Branchenbeteiligten weiß, wie ein Multimediazentrum strukturiert sein muß. Im Bauverlauf ist es durchaus möglich, die Konfiguration und technische Ausstattung der Räume zu verändern. Fest steht, daß die Universität, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaften und die Fernsehakademie Mitteldeutschland (FAM) etwa 45 % der Fläche belegen. Bis zum Ende des Jahres 2002 soll der Aufsichtsrat und der Geschäftsführer benannt werden.« Wolfgang Matschke ist wenige Monate nach seiner Benennung gut in die Mitteldeutsche Medienszene integriert. Arbeitsergebnisse zahlreicher Gespräche weiß er mit wenigen Worten einzuschätzen: »Die Hörfunkzentrale des Mitteldeutschen Rundfunks (mdr) in Halle ist für die Stadt sehr wichtig. Auf Anregung von Michael Schiewack sind wir dabei, in intensiven Gesprächen im Rahmen der FAM eine Radioausbildung zu etablieren. Arbeitstitel »MIRA -



Wolfgang Matschke, Beauftragter der Staatskanzlei Sachsen-Anhalt für die Entwicklung des Medienstandortes Halle

Mitteldeutsche Radioschule«. Auch der Umzug der Werkleitz-Gesellschaft e.V., Ausrichter der Werkleitz-Biennale, von Barby nach Halle, sieht Matschke auf einem guten Weg. »Ob nun der Volkspark oder ein anderes Gebäude die neue Adresse des Vereins wird, klärt sich in den nächsten Wochen. Daß sich Werkleitz vorab an der Ausrichtung des Medienfestivals d-motion beteiligt, unterstreicht die beabsichtigte Bindung des Vereins an Halle. Natürlich tut dies auch d-motion gut, denn obwohl die Fachkonferenz im letzten Jahr gut vorbereitet und besucht war, lief das Festival mit seinem Anspruch in die Stadt hinein zu kommunizieren eher schleppend. Das wird sich in diesem Jahr auch durch die bessere Location, das Neue Theater Halle, klar verbessern.« Den Ausbau der Medien in Mitteldeutschland, insbesondere in Halle, voranzutreiben, sieht Matschke in der Chance, die aus der Bereinigung der Struktur bei den Drefa-Töchtern entsteht. »Es ist schon ein Ereignis, wenn einer der großen Mediendienstleister der Republik, die BAVARIA, jetzt in den Produktionsfirmen mit Mehrheit agiert. Ich denke, daß sich die Entwicklungschancen dadurch, entgegen mancher Kritik aus der Branche, wesentlich verbessern werden. Die kleineren Medienfirmen könnten sich aufgrund der Entwicklung der größeren Anbieter stabilisieren, wenn die Qualität stimmt und übernommene Aufträge verlässlich abgearbeitet werden. Nur so kann man die kleinteilige und in sich sehr gut vernetzte Struktur stabilisieren. Voraussetzung bleibt natürlich: die Kommunikation muss stimmen.« ■

Frank Salender

## Immer ein Stück weiter

Schicksalsfrage: DVD



**Interaktive Medien revolutionieren nicht nur den Bereich des Home-Entertainments, sondern bieten auch neue Möglichkeiten in Bereichen wie Kunst, Musik, Marketing und Bildung. Einen Blick in die Zukunft und Wissenswertes zu den Anwendungsbereichen der interaktiven Medien mit Fokus auf die DVD bietet am 05. und 06.12.02 »d-motion - Konferenz und Festival für Interaktive Medien« in Halle. Konferenz-Referent Mark R. Johnson, Direktor für Forschung und Entwicklung bei Technicolor Creative Services in Los Angeles, erläutert die Perspektiven und Möglichkeiten der DVD.**

**Die DVD ist das erfolgreichste Consumer-Electronic Produkt aller Zeiten. Ist die DVD auf dem Höhepunkt ihres Erfolges?**

Alle derzeitigen Marktanalysen zeigen, dass die DVD Industrie auch weiterhin stark wachsen wird. Ein kürzlich veröffentlichter Artikel in der »Los Angeles Times« belegt, dass einige Filmstudios größere Umsätze durch den Verkauf von DVDs erzielen, als mit den eigentlichen Kinoerlösen. Zum Beispiel hat die DVD »Spiderman« am ersten Wochenende ihres Verkaufs mehr Geld eingespielt, als es der Film in den ersten Tagen an den Kinokassen konnte. Dieser Trend ist auch sichtbar beim Einsatz der DVD in Unternehmen sowie im Bereich der Aus- und Weiterbildung. Die hohe Qualität einer DVD im Bereich interaktives Video und Audio, entwickelt sich zu einem dauerhaften Format, das sowohl auf Computern als auch auf tragbaren Geräten und Set-Top-Playern abspielbar ist. Auch auf dem Arbeitsmarkt wird das stetige Wachstum der DVD-Industrie deutlich. DVD-Authoring- und Produktions-Studios in den USA und Europa stellen ständig neue Mitarbeiter in den Bereichen Au-

thoring, Grafik/Design und Produktionsmanagement ein.

**Fünf Jahre nach der Markteinführung der DVD wird in der Branche bereits über Nachfolgeformate debattiert. Warum soll das Erfolgsmedium optimiert werden?**

Die Fortschritte in der Technik gehen sehr schnell voran. Bis für ein Produkt eine genaue technische Beschreibung vorliegt und es komplett entwickelt ist, sind wir oft schon in der Lage, noch bessere Möglichkeiten auf den Markt zu bringen. Das Tool DVD wird noch effektiver werden, weil der Verbraucher es fordert. Wenn man es einfach betrachtet, dann existieren die Hardware-Hersteller, weil die Leute ihre Produkte kaufen. Wenn die Hersteller nicht weiterhin neue und bessere Formate liefern, riskieren sie eine Sättigung ihres eigenen Marktes mit den alten Produkten und katapultieren sich so aus dem Geschäft.

**Werden beim Streit um Standards und Formate die Interessen der Konsumenten hinreichend geschützt?**

Es besteht immer die Gefahr, dass wirtschaftliche Zwänge die Unternehmen dazu treiben, ein neues Produkt zu früh auf den Markt zu bringen, obwohl der Markt noch gar nicht dafür bereit ist. Wenn man zu schnell reagiert, bekommt man ein Produkt, das von sich aus nicht attraktiv genug ist, um die bestehende Technik zu ersetzen. Das Ergebnis wäre dann also eher schlechter als besser. Ich glaube, dass alle Anbieter die Tatsache akzeptiert haben, dass es ihrem ohnehin sehr erfolgreichen Industriezweig nur schaden würde, wenn sie den langfristigen Erfolg für schnell erzielte Gewinne opfert.

**Vor allem die DVD-Video im Home Entertainment Bereich hat zu dem großen Erfolg dieses Mediums geführt. Auf welchem Sektor werden die Möglich-**

Mark Johnson, ein mit mehreren Preisen ausgezeichneter Autor und Technologieentwickler, arbeitet im Umfeld von DVDs, seit sie 1997 erstmals auf den Markt kamen. Zur Zeit leitet er die Abteilung Forschung und Entwicklung bei Technicolor Creative Services. Dort hat er an Titeln wie beispielsweise Walt Disneys »Schneewittchen und die sieben Zwerge«, »Atlantis: Das Geheimnis der verlorenen Stadt«, »Die Schöne und das Biest« und Pixar's »Monster AG« mitgearbeitet. Ehe er zu Still In Motion kam, war Johnson Technical Manager bei den Daikin U.S. Comtec Laboratories, wo er maßgeblich an der Entwicklung der Scenarist und ReelDVD Authoring-Produkte mitgewirkt hat.

**keiten der DVD noch unterschätzt?**

Meine derzeit größte Enttäuschung hängt mit den noch sehr eingeschränkten Möglichkeiten der integrierten DVD-Video- und DVD-ROM-Nutzung auf Computer-Plattformen zusammen. Die meisten Computersysteme, die heute verkauft werden, sind in der Lage DVD-Video- und DVD-ROM-Inhalte wiederzugeben. Trotzdem ist es derzeit noch extrem schwierig eine Integration zwischen diesen beiden Bereichen in einer Weise zu erreichen, dass sie durchweg auf allen Plattformen funktionieren. Es ist sicherlich richtig, dass Lizenzprobleme teilweise zu den Schwierigkeiten beigetragen haben, ein einziges, offenes System zu entwickeln, auf das dann alle Softwareentwickler hinarbeiten können. Aber man kann auch beobachten, dass fehlendes Engagement der potentiellen Firmen zu dieser Verzögerung beitragen.

**Was war die beste DVD, die Sie gesehen haben?**

Jedes Mal wenn ich eine DVD gefunden habe, bei der ich der Meinung bin, dass diese alles bisherige übertrifft, dann sehe ich eine andere, die noch besser ist. Was mir wirklich gefällt, sind DVDs die zeigen, was innerhalb der Möglichkeiten der DVD-Spezifikationen bisher unmöglich schien - DVDs bei denen Leute wie ich sagen: »Wie haben die das gemacht?« ■

Interview: Tom Werner

## Wo geht's lang?

### Interaktive Medienkunst

**Die zweitägige Hallenser Konferenz »d-motion – Konferenz und Festival für Interaktive Medien« wird sich auch in diesem Jahr dem stark etablierenden Medium DVD widmen (Siehe Trailer 04/2002). Das vom Werkleitz Gesellschaft e.V. kuratierte Festival präsentiert interaktive Medienkunst von Pionierarbeiten des non-linearen Films bis hin zu Multimedia-Konzerten und wird außerdem durch eine Vortragsreihe ergänzt, die sich mit der geschichtlichen Entwicklung von Computerspielen auseinandersetzen wird.**

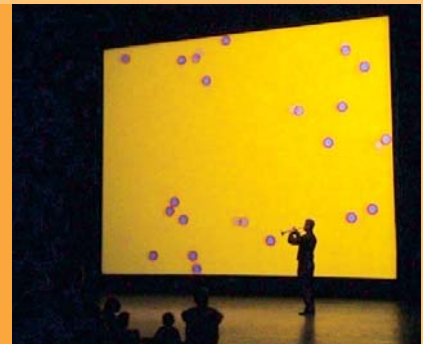
Das Festivalprogramm von d-motion 2002 demonstriert die verschiedenen Anwendungsmöglichkeiten der DVD und anderer interaktiver Technologien in ihrer eigentlichen Stärke: und zwar in ihrer Non-Linearität und Interaktivität. In vier konzeptuell verschiedenen Layers werden Beispiele für eine sinnvolle Nutzung der Möglichkeiten der Technologie präsentiert. Obwohl in einigen Fällen noch ganz jung zählen einige bereits zu den großen Klassikern der interaktiven Kunst. Neben der üblichen Zeitachse des zweitägigen Programms bekommen Besucher die Gelegenheit, in der Media-Lounge an zahlreichen DVD-Terminals zu flanieren und sich jederzeit selbst mit den einzelnen Beiträgen und vorgestellten Projekten zu beschäftigen.

Layer 1 präsentiert »Sounds & Graphics«, denn interaktive Medien revolutionieren nicht nur den visuellen Entertainmentbereich von Filmen und Spielen, sondern bieten auch neue Möglichkeiten, mit Musik umzugehen. Layer 1 widmet sich Projekten, die das Medium als Musikinstrument einsetzen oder es zur Visualisierung von musikalischen Eindrücken benutzen. In Form eines Multimedia-Konzerts von Small Fish mit Kiyoshi Furukawa, Masaki Fujihata (beide Tokyo) und

Wolfgang Münch (Karlsruhe) wird eine »Interaktion« geschaffen, in dem die durch malerische Elemente – zum Beispiel Punkte, Striche und Farben – geschaffene Bedeutung des Raumes mit den durch Klang und Tonhöhe von Instrumenten erzeugten Phantasien in Verbindung treten. Auch die Klangperformance »Tardis« und »Snow/Snowdronia« von Andrew Poppy und Julia Bardsley (London) widmen sich der Wahrnehmung und der Täuschung von Auge, Ohr und Geist. In der Partyzone geht es um musikalische Acts, die in besonderer Weise mit Visuals verknüpft sind.

Layer 2 zeigt gelungene Beispiele, wie Informationen vielschichtig verpackt und Wissen in multimedialer Form aufbereitet werden kann. »Digging Deeper – Interaktive Wissenspeicher« ermöglichen Benutzern den parallelen Zugriff und die weitergehende Vertiefung von Recherchen. Von lexikalischen bis künstlerischen Archiven, von Education bis Edutainment, wie das vorgestellte ZKM Projekt »Von der CD-Rom zum Internet« zeigt. Die vom Goethe-Institut und Zentrum für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe beauftragte und von Rudolf Frieling und Dieter Daniels herausgegebene CD-ROM/Buchpublikationen »Medien Kunst Aktion« (1997) und »Medien Kunst Interaktion« (2000) zur Aufarbeitung der Geschichte der Medienkunst von 1960 bis 2000 veranschaulichen die Problematik, zwischen historisierender Enzyklopädie und dynamischer offener Plattform zu navigieren.

»Zuschauer vs. Protagonist – Computerspiele als neue Partizipationsmedien« thematisiert Layer 3, indem interaktive Medien in ihrem größten Anwendungsbereich vorgestellt werden. Die »Next Generation« verbringt erheblich mehr Zeit mit Spiele-Konsolen als vor dem Fernseher. Computerspiele sind das eigentliche interaktive Medium, das dem alten Traum des



Multimedia-Konzert von Small Fish

Einsteigens in eine virtuelle Realität am Nächsten kommt. In den einzelnen Präsentationen eingeladener Spieleexperten können die Zuschauer mehr über den Hintergrund von Computerspielen erfahren und in der Media-Lounge sich selbst ganz dem Homo Ludens ergeben. Dabei führt uns die Reise vom allerersten Videospiel aus dem Jahr 1962 über die frühen Boom-Jahre der Videospieleautomaten der 70er und 80er Jahre bis hin zu spielähnlich erzählten Geschichten. Umstrittene Blockbuster wie »Counterstrike«, vorgestellt von Tilmann Baumgärtel (Berlin), werden ebenso präsentiert wie die Geschichte der Video- und Computerspiele, zusammengefasst von Andreas Lange (Computerspielmuseum Berlin). Layer 4 beinhaltet ein Begleitprogramm von Filmen, die – obwohl noch auf dem traditionellen Trägermedium Film produziert – schon eine nichtlineare Dramaturgie verfolgen. Der gewöhnliche Spielfilm erzählt seine Geschichten von Anfang bis zum Ende in einer mehr oder weniger durchgehenden Zeitdramaturgie. Inhaltlich ist er nicht darauf angelegt, die Potentiale einer DVD komplett auszunutzen. Das Filmprogramm »Nonlineare Pioniere des Erzählkinos« präsentiert Werke, die diese herkömmliche Erzählweise durchbrochen haben – in den meisten Fällen zu einer Zeit, in der von Interaktivität und Nonlinearität überhaupt noch keine Rede war. Neben Arbeiten von Michael Bryntrup, William Forsythe u.a. ist in der Media Lounge im neuen Theater Halle die DVD Installation von Björn Melhus »Again & Again« zu sehen. Erzählt wird die Geschichte eines Menschen, der sich in einem inneren Dialog zur Reproduktion seiner Selbst verführt... ■

Wolfgang Otto  
Info: [www.d-motion.de](http://www.d-motion.de)

## Action please!

### MDM Jahres-Highlights 2002

**Auch in diesem Jahr präsentierte sich die Mitteldeutsche Medienförderung (MDM) mit zahlreichen Paneldiskussionen, Workshops, Branchentreffs, Locationtours und Initiativen zur Weiterbildung als wichtiger Ansprechpartner und Impulsgeber der mitteldeutschen Film- und Fernsehbranche.**

Für das Team um Geschäftsführer Manfred Schmidt kam es 2002 darauf an, das Profil der Mitteldeutschen Medienförderung innerhalb der nationalen und internationalen Vernetzung des Medienstandortes Mitteldeutschland zu schärfen. Der MDM geht es nicht nur um die, sicher für viele Produzenten sehr wichtige, Vergabe von Fördermitteln. Eine immer stärkere Spezialisierung in den mitteldeutschen Medienzentren Leipzig, Erfurt und Halle verlangt neben einer finanziellen Begleitung der MDM zunehmend maßgeschneiderte, komplexe Initiativen und Ideen. So spielen insbesondere Aspekte der Aus- und Weiterbildung der Branche eine wichtige Rolle. Dies hat Auswirkungen auf die Konzeption der MDM-Fachveranstaltungen.

Auf dem **Berlinale-Branchentreff** Mitte Februar 2002 wurde mit dem Thema »Kinderfilm« das Thüringer Branchenprofil innerhalb Mitteldeutschlands präsentiert. Für die MDM-Veranstaltung während der nächsten Berlinale ist das Thema »Internationale Koproduktionen« geplant. Für 2004 wird die »Nachwuchsförderung« auf dem Programm stehen.

Ein weiterer Baustein der mitteldeutschen Medienbranche, der sich vor allem in Sachsen-Anhalt aber auch in Sachsen entwickelt hat, ist der Animationsfilm. Zu diesem Thema organisierte die MDM gemeinsam mit der MEDIA

Antenne Berlin-Brandenburg Fachseminare mit internationalem Zuschnitt. Im April des Jahres fand das europäisch hochkarätig besetzte **Cartoon-Masters** in Halle statt. Am Rande der Veranstaltung kam es zu Begegnungen mit mitteldeutschen Animationsfilmern und den Teilnehmern der in Halle durchgeführten und von der MDM und dem MEDIAPLUS-Programm finanziell unterstützten **European Animation Masterclass** statt. Diese Masterclass wurde zum Bestandteil des Ausbildungsangebotes der Fernsehakademie Mitteldeutschland. Das gut besuchte Screening der Masterclass zeugte vom hohen Niveau und der erstaunlichen Kreativität der angehenden Animationspezialisten. Bereits eine Woche vorher konnten Fachleute am Rande des 14. Filmfestes Dresden auf einem gemeinsam mit der MEDIA Antenne Berlin-Brandenburg organisierten **Workshop** Probleme des Nachwuchses für den Animationsfilm diskutieren.

Anfang Mai fand der 13. Medientreffpunkt Mitteldeutschland statt. Zum Thema »Moden, Mythen und Modelle – Modernisierungsdruck in den Medien« wurden Fragen der Medienökonomie, der Medienpolitik und des Medienrechts diskutiert. Die MDM initiierte zwei **Diskussionsforen**: »Entgegenkommen – Wird ein neues Verhältnis von Sendern und Produzenten gebraucht?« und »Basel II – Kein Geld mehr für Film- und Multimediaunternehmen?« Internationale Koproduktionen standen im Mittelpunkt der Arbeit der MDM beim Filmfestival in Cannes. Die MDM registrierte mit Freude mit welchem Interesse und welcher Beachtung der von der MDM als erster Förderung unterstützte Film »Russian Ark« von den Fachleuten aufgenommen wurde. Ein Zeichen dafür, dass international zu

produzieren immer wichtiger für den erfolgreichen Markteinstieg in mehreren Ländern wird.

Die Film Commission der MDM lud Mitte Juni Autoren, Regisseure, Produzenten, Szenenbildner und Motivscouts zur **Location Tour »Gesamtkunstwerk Görlitz«** ein. Das Programm zeigte deutlich, warum die Stadt Görlitz oft als »Gesamtkunstwerk« bezeichnet wird. Bauwerke unterschiedlichster historischer Stile, nahezu im Original erhalten, konkurrieren in der Görlitzer Altstadt miteinander. Höhepunkte des Stadtrundgangs waren die barocke Oberlausitzische Bibliothek der Wissenschaften, der Nikolaifriedhof mit seiner berühmten Kopie des Heiligen Grabes und das wunderbar rekonstruierte Jugendstilkaufhaus am Demianiplatz. Beim Empfang im Rathaus, erläuterte der Oberbürgermeister der Stadt Görlitz, Prof. Rolf Karbaum, und sein Kollege aus dem polnischen Teil Zgorzelec, Mirosław Fiedorowicz, wie Filmaufnahmen in einer geteilten Stadt ohne große Bürokratie ermöglicht werden. Kontrastreich gestaltete sich auch der zweite Tag der Location Tour: von den Industriehallen des stillgelegten Bombardierwerks aus ging es direkt in die ländliche Umgebung von Görlitz, die Oberlausitz. Ein romantisch gelegener Steinbruch in den Königshainer Bergen und das Klosterstift St. Marienthal, ältestes Frauenkloster des Zisterzienserordens in Deutschland, wurden unter anderem besichtigt (Siehe Seite 12).

Der Bedarf an zielgenauem Filmmarketing war Thema des gemeinsamen **Branchentreffs mit der Filmboard Berlin Brandenburg** Ende Juni. In der Media-City Leipzig wurden Begleitkonzepte der Förderung ebenso diskutiert wie unterschiedliche Ansätze des Marketing (Siehe Seite 13). In den Diskussionen





Foto oben links:

MDM-Berlinaleempfang 2002

Foto oben:

MDM-Panel im Rahmen der 2. Filmmesse in Leipzig

Fotos unten:

backup festival 2002

MDM-Branchentreff während EAVE Halle

MDM Locationtour »Schauplätze der Kindheit«

Foto unten:

Takashi Masunaga beim Workshop »Nachwuchs für den Animationsfilm« beim 14. Filmfest Dresden



wurde schnell klar, welche große Nachfrage aber auch wie viel Potenzial in diesem Bereich »schlummert«. Das Team der MDM wird sich in den nächsten Monaten mit Marketingfachleuten verstärkt projektorientiert mit diesem Thema auseinandersetzen – erste Ergebnisse werden im Frühjahr 2003 vorgestellt. Ebenfalls im Frühjahr wird die MDM die auf dem **MDM Panel** »Verleihkonzepte und Marketingstrategien für den ostdeutschen Kinomarkt« im Rahmen der 2. Filmmesse Leipzig im September begonnenen Gespräche mit Verleihern und Kinobetreibern fortsetzen. Auch hier ging es um Marketing, insbesondere um die Frage, wie Marketingansätze alle Phasen – von der Projektentwicklung bis zum Kinostart – begleiten können. Registriert werden konnte eine enorme gesamtdeutsche Resonanz auf diese in ihrer Form einzige Fachmesse für Verleiher und Pro-

grammkinobetreiber. Das erfolgreiche Konzept der AG Kino, Veranstalter der Messe, wird sicher auch 2003 wieder mehrere hundert Fachbesucher nach Leipzig locken. Von den Kinobetreibern mit Spannung erwartet wird die Auslobung des ersten **Mitteldeutschen Kino-programmpreises** durch die MDM und den Mitteldeutschen Film- und Fernsehproduzentenverband.

Um Schnittstellen zwischen Produzenten, Verleihern und Kinobetreibern ging es auch auf dem **MEDIA-MDM Workshop** im Rahmen des 45. Internationalen Leipziger Festivals für Dokumentar- und Animationsfilm. Der erstmals außerhalb der Niederlande vorgestellte Modellversuch »DocuZone« bringt 40 Dokumentarfilme mittels digitaler Projektoren ins Kino und hat die effektivere Vermarktung anspruchsvoller Dokumentarfilme zum Ziel. Kerngedanke der Veranstaltung war die Vernetzung des





Foto oben:  
Cartoon Masters 2002 in Halle  
Foto unten:  
Connecting Cottbus 2002, Alfred Holighaus und Darius Jablonski

Foto unten:  
gemeinsamer Branchentreff der MDM  
und der Filmboard Berlin Brandenburg in  
der Media City Leipzig



Projektes mit gleichartigen Aktionen in Europa. Auf dem Leipziger Festival selbst erhielt der MDM geförderte Film »Vaterland« von Thomas Heise die »Silberne Taube«.

Die zweite **Location Tour »Schauplätze der Kindheit«** nach Thüringen und Sachsen-Anhalt Mitte Oktober zeigte passende Motive für entsprechende Geschichten wie ein verlassenes Schloss, ein idyllischer Bauernhof, eine kleine alte Kirche oder ein modernes Gymnasium – in Mitteldeutschland auf engstem Raum zu finden. Die Zweitages-tour führte durch das Saale-Unstrut-Tal, der bekannten Burgen- und Weinregion Sachsens-Anhalts, wie auch durch das Thüringer Holzland und das Weimarer Land. Neben den präsentierten Drehorten standen Informationen über konkrete Produktionsbedingungen in der Region im Mittelpunkt der Tour. Nützliche Informationen hierzu erhielt

ten die Teilnehmer vom Naumburger Oberbürgermeister Hilmar Preißer sowie bei einem Empfang im Zoopark Studio in Erfurt.

Ganz im Zeichen internationaler Vernetzung stand in diesem Jahr Connecting Cottbus – ein am Rande des 12. Filmfestival Cottbus organisierter Markt für Filmproduzenten, Verleiher und Sender aus West- und Osteuropa. Für den diesjährigen deutsch-polnischen Schwerpunkt von **COCO SPEZIAL** wurden bereits im April gemeinsam mit der MEDIA-Antenne und der Filmboard, Gespräche mit dem polnischen Produzentenverband in Warschau geführt und die Idee für dieses **Ko-Development-Treffen** (Siehe Seite 20) entwickelt. Die Resonanz war erstaunlich – es zeigte sich wie viele gute Filmideen auf beiden Seiten existieren und mit welchem Engagement Produzenten aus Mitteldeutschland mit ihren polnischen

Partnern an diesen Ideen arbeiten. Auswertungschancen am internationalen Markt war traditionell eine der wichtigsten Fragestellungen des europäischen **Produzententreffens EAVE** in Halle Ende Oktober. Die ansässigen Filmemacher und Dienstleister nahmen auf dem eigens organisierten **MDM-Branchentreff** das Angebot zum Dialog mit den anwesenden Fachleuten dankend an. In Mitteldeutschland fehlt nicht das Interesse an europäischer Kooperation – lediglich die Möglichkeiten sich persönlich zu treffen sind auszubauen. Daher versucht die MDM am Rande solcher Fachseminare Plattformen zur Diskussion und zur Anbahnung gemeinsamer Projekte zu schaffen. Bereits im fünften Jahr ist das **backup-Festival** für neue Medien in Weimar Mitte November eine solche Plattform für junge Filmemacher und Videofreaks. Zum zweiten Mal stand ein **ME-**

**DIA-MDM Workshop** auf dem Programm - diesmal speziell zu Fragen interaktiver Dramaturgie. Besonders interessiert waren die überwiegend jungen Zuhörer daran, mit welchen Chancen aber auch Risiken man bei internationalem Koproduzieren rechnen muss und wie interaktive Modelle vom Markt eingeschätzt und angenommen werden.

»Kinder und Medien« lautete das Motto des diesjährigen 7. Thüringer Mediensymposiums Ende November. Zu Fragen des spezialisierten Aus- und Weiterbildungsangebots des Kindermedienstandortes Thüringen lud die MDM zu einem **Workshop** ein. Diskutiert wurden die Chancen einer Kindermedienakademie für den Standort Thüringen. Die alljährlich erfolgreich durchgeführte Winterakademie lässt mittelfristig auf die Einrichtung einer solchen Aus- und Weiterbildungsplattform hoffen. Während des Symposiums konnten die Fachbesucher der Messe sich am Stand der MDM über deren Dienstleistungsangebot informieren. Bereits



am Vorabend des Mediensymposiums wurde traditionell zum **MDM-Branchentreff** geladen.

Anfang Dezember fand in Halle **d-motion**, Konferenz und Festival für interaktive Medien statt. Für den Standort ein wichtiges Ereignis, setzt man hier doch besonders auf die Entwicklung der Multimediabranche. Die MDM gehört zu den Förderern in Deutschland, die auch Projekte in diesem Bereich unterstützen.

Traditionell geht das Jahr 2002 mit dem **Rückblick auf das Förderjahr** am 06. Dezember in Leipzig zu Ende. Der Leipziger Jahresempfang der MDM hat sich als Medienevent in Mitteldeutschland etabliert. Mehrere hundert Gäste aus der Film- und Fernsehbranche begutachten Trailer der aktuell geförderten Filmprojekte und treffen Verabredungen für das Jahr 2003. ■

Thomas Grosse

# 2003

## Veranstaltungskalender

### Veranstaltungen in Mitteldeutschland

- 25.01.-02.02.03 Winterakademie (2), Erfurt/Stadtroda, [www.goldenerspatz.de](http://www.goldenerspatz.de)
- 11.02.03 Berlinale-Empfang der MDM, [www.mdm-online.de](http://www.mdm-online.de)
- 06.03.03 MDM-Branchentreff Sachsen-Anhalt, Dessau, [www.mdm-online.de](http://www.mdm-online.de)
- 06.-08.03.03 Verticalplus, Dessau, [www.verticalstrategies.de](http://www.verticalstrategies.de)
- 28.03.-06.04.03 2. Leipziger Medienfrühling, Leipzig, [www.leipziger-medienfruehling.de](http://www.leipziger-medienfruehling.de)
- 31.03.-07.04.03 Winterakademie (3), Erfurt/Stadtroda, [www.goldenerspatz.de](http://www.goldenerspatz.de)
- 02.-11.04.03 Goldener Spatz, Gera/Erfurt, [www.goldenerspatz.de](http://www.goldenerspatz.de)
- 15.-20.04.03 15. Filmfest Dresden, [www.filmfest-dresden.de](http://www.filmfest-dresden.de)
- 17.04.03 MDM-MEDIA Workshop, Dresden
- 26.04.03 MDM-Workshop, Weimar, [www.mdm-online.de](http://www.mdm-online.de)
- 25.-27.04.03 Cartoon-Masters, Erfurt, [www.cartoon-media.be/masters](http://www.cartoon-media.be/masters)
- 12.-14.05.03 Medientreffpunkt Mitteldeutschland, Leipzig, [www.medientreffpunkt.de](http://www.medientreffpunkt.de)
- 25.06.03 MDM-Branchentreff Sachsen, Leipzig, [www.mdm-online.de](http://www.mdm-online.de)
- 25.07.03 MDM-Workshop, Tornitz, [www.mdm-online.de](http://www.mdm-online.de)
- 26.-27.07.03 10jähriges Jubiläum des Werkleitz Gesellschaft e.V., Tornitz, [www.werkleitz.de](http://www.werkleitz.de)
- 21.-24.08.03 Games Convention, Leipzig, [www.gc-germany.de](http://www.gc-germany.de)
- 23.-24.08.03 IVD-Kongress, Leipzig, [www.ivd-online.de](http://www.ivd-online.de)
- 04.-05.09.03 Location Tour der MDM Film Commission, [www.mdm-online.de](http://www.mdm-online.de)
- 30.08.03 bauhausfest, Dessau, [www.bauhaus-dessau.de](http://www.bauhaus-dessau.de)
- 09.-12.09.03 3. Filmmesse, Leipzig, [www.filmmesse-leipzig.de](http://www.filmmesse-leipzig.de)
- 14.-19.10.03 46. Dokfilmfestival, Leipzig, [www.dokfestival-leipzig.de](http://www.dokfestival-leipzig.de)
- 16.10.03 MDM-MEDIA Workshop, Leipzig
- 29.10.-02.11.03 13. Filmfest Cottbus – Connecting Cottbus, [www.filmfestcottbus.de](http://www.filmfestcottbus.de)
- 06.-09.11.03 5. backup\_festival, Weimar, [www.backup-weimar.de](http://www.backup-weimar.de)
- 20.-21.11.03 8. Thüringer Mediensymposium, Erfurt, [www.mediensymposium.de](http://www.mediensymposium.de)
- 20.11.03 MDM-Branchentreff Thüringen, Erfurt, [www.mdm-online.de](http://www.mdm-online.de)
- 28.-30.11.03 Bundesfestival Jugend und Video, Dresden, [www.jugendvideopreis.de](http://www.jugendvideopreis.de)
- 04.-06.12.03 d-motion, Halle, [www.d-motion.de](http://www.d-motion.de)
- 05.12.03 MDM-Jahresabschluss, [www.mdm-online.de](http://www.mdm-online.de)

## weitere Veranstaltungen

- 06.-16.02.02 53. Internationale Filmfestspiele Berlin, [www.berlinale.de](http://www.berlinale.de)
- 12.-19.03.03 CeBIT Hannover, [www.cebit.de](http://www.cebit.de)
- 13.-15.03.03 Cartoon Movie, Potsdam, [www.cartoon-media.be](http://www.cartoon-media.be)
- 17.03.03 Beginn Discovery Masterschool, München
- 17.03.04 [www.discovery-campus.de](http://www.discovery-campus.de)
- 29.04.-04.05.03 Sehsüchte, Potsdam, [www.sehsuechte.de](http://www.sehsuechte.de)
- 14.-25.05.02 56. Filmfestspiele Cannes, [www.festival-cannes.fr](http://www.festival-cannes.fr)
- 28.06.-05.07.03 Filmfest München, [www.filmfest-muenchen.de](http://www.filmfest-muenchen.de)
- 25.-29.08.03 Internationale Medienwoche Berlin-Brandenburg, [www.medienwoche.info](http://www.medienwoche.info)
- 29.08.-03.09.03 IFA Berlin, [www.ifa-berlin.com](http://www.ifa-berlin.com)
- 22.-26.10.03 37. Hofer Filmtage, [www.hofer-filmtage.de](http://www.hofer-filmtage.de)

## Bereit, wenn Sie es sind...

### MDM Film Commission



**Mitteldeutschland wird als Produktions- und Postproduktionsstandort immer beliebter. Die Film Commission der Mitteldeutschen Medienförderung besteht seit Juni 2000 und offeriert Produzenten Beratung, Projektbegleitung und Recherchemöglichkeiten. »Ein kostenloser Service der MDM Film Commission für alle, die in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen produzieren« so Bea Wölfling, Film Commissioner der MDM.**

#### Wie werden Filmproduktionen durch die Film Commission unterstützt?

Vor allem können wir bei der Produktionsvorbereitung behilflich sein, meine Assistentin Claudia Weinreich und ich schlagen Motive vor und benennen Partner vor Ort. Wir sind sehr daran interessiert, Filmschaffende, auch Schauspieler, und Dienstleister aus der Region zu vermitteln und machen auf den Production Guide im Internet aufmerksam. Es ist sehr zu empfehlen, sich dort einzutragen, denn viele Produzenten suchen Personal und professionelle Anbieter.

#### Bei Dreharbeiten in der Region werden regionale Ressourcen genutzt und Beschäftigungseffekte erzielt.

Genau. Auch andere Branchen profitieren. Natürlich spielt nicht nur der wirtschaftliche Effekt eine Rolle, sondern auch der Regionalbezug, die Medienpräsenz, damit auch ein Imagegewinn für Mitteldeutschland entstehen kann.

#### Im letzten Jahr sind hier bemerkenswerte Filme gedreht worden. Auch ein Verdienst der Film Commission?

Wir engagieren uns für Dreharbeiten in den drei Ländern, setzen uns für eine filmfreundliche Atmosphäre ein. Viel hängt davon ab, wie wir unserer Moderationsfunktion gerecht werden. Künftig wird die Beratung der Film Commission durch die Arbeit von Außenstellen in

Thüringen, Sachsen und Sachsen-Anhalt noch effektiver erfolgen. Hauptaufgabe der Büros in den Ländern wird es sein, Kontakte zu knüpfen, Verbündete zu finden, ein Netzwerk aufzubauen, das uns und natürlich den Produzenten die Arbeit erleichtert.

#### Muss man die Film Commission immer direkt ansprechen, wenn man sich das Angebot zunutze machen möchte?

Nein, durchaus nicht. Für eine Online-Recherche stehen mittlerweile fünf Datenbanken zur Verfügung: Production Guide, Location Guide, Praktikantenbörse, Produktionsspiegel und Drehreport. Im nächsten Jahr wird der Location Guide, der in Kooperation mit den Film- und Medienverbänden der Länder aufgebaut wurde, aktualisiert. Die Daten zu den rund 1.000 verzeichneten Locations sollen überprüft, Fotos ausgetauscht beziehungsweise ergänzt, weniger attraktive Motive durch Neuaufnahmen ersetzt werden. Wir möchten auch den Scouts und Location Agenturen mit dieser Motivatendatenbank eine Plattform bieten. Auf ihren Wunsch stellen wir Fotos von Locations ein, die sie vermitteln.

#### Der Produktionsspiegel bietet eine Übersicht zu Projekten in Entwicklung, Produktion oder Endfertigung, die in Sachsen, Sachsen-Anhalt oder Thüringen realisiert werden.

Jedes Inserat im Produktionsspiegel ist kostenlos und kann direkt im Internet geschaltet werden. Ich freue mich übrigens, dass sich immer mehr Produktionsfirmen mit ihren Vorhaben verzeichnen, die hier in Mitteldeutschland entstehen sollen – auch ohne Förderung der MDM. So kann der Produktionsspiegel zu einer wichtigen Informationsquelle für die ansässigen Filmschaffenden und Dienstleister werden.

#### Was tut die Film Commission noch für die Branche?

Bea Wölfling, Film Commissioner der MDM

Wie schon im letzten Jahr findet wieder ein Workshop der MDM Film Commission für Location Scouts und Motivaufnahmeleiter statt. Rosemarie Fret und Uwe Riemer werden die wichtigsten Grundlagen der Motivfotografie am 18.12.02 erläutern. Dabei geht es darum, wie optimale Aufnahmen ohne großartige Profitechnik entstehen, auf welche Details beim Fotografieren zu achten ist, welche Daten festgehalten werden müssen, um später eine ordentliche Bilddokumentation erstellen zu können. 2003 wird Dr. Anne Breuer, Juristin beim ZDF, anhand von Praxisbeispielen auf rechtlich relevante, riskante Situationen im Arbeitsalltag von Produktions- und Aufnahmeleitern hinweisen und Problemlösungen aufzeigen. Bitte den 22.03. und 23.03.03 dafür unbedingt vormerken!

#### Gehört auch das Standort-Marketing zu Ihren Aufgaben?

In bewährter Weise findet am 04. und 05.09.03 eine Location Tour Thüringen statt. Wir werden die Rhön vorstellen, eine landschaftlich recht eigenartige Gegend. Bisher wurde dort kaum gedreht. Die Präsentation von Locations in Sachsen und Sachsen-Anhalt wird sich an speziellen Wünschen von Produzenten und Szenenbildnern orientieren.

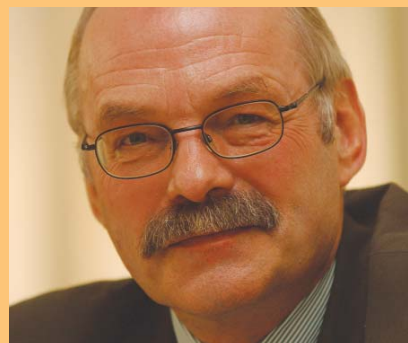
#### Und wie sieht es mit der Beteiligung an Messen und Märkten aus?

Am FOCUS-Stand auf dem German Boulevard bei der Berlinale und im German Pavillon beim Cannes Film Festival wird die MDM Film Commission auch 2003 vertreten sein. Über den Verbund der German Film Commissions wird der Standort Deutschland auf der etablierten Messe Locations Trade Show in Santa Monica präsentiert. ■

Interview: Frank Salender

## Pilotprojekt Filmmarketing

Marktpotenzial »Forever«



Jürgen Bergfried, Geschäftsführer der imrag

**Gemeinhin betrachtet man Marketing als gedankliche Zusammenfassung von Maßnahmen zwischen Produkt und Käufer, die Angebot und Nachfrage innerhalb eines Marktes verbessern sollen. Filmmarketing ordnet demnach alle Aktivitäten vor, während und nach einer Produktion, die einer besseren Vermarktung dienen. Mit bis zu 12.500,00 EUR unterstützt die MDM die Findung eines Filmmarketing-Konzeptes schon in der Phase der Drehbuchförderung. Seit wenigen Wochen liegt das Pilotprojekt zum Drehbuch »Forever« der Tellux Film GmbH Dresden vor. Absender: International Media Research Agency (imrag) Leipzig.**

Die Mitteldeutsche Medienförderung initiierte Anfang 2002 diesen »Testfall« – ein Filmmarketing-Konzept, das mit Genehmigung der Produktionsfirma und der verantwortlichen Agentur öffentlich diskutiert werden darf. »Forever« soll transparent machen, wie über die Marktforschung mit Primärdaten ein Marketingkonzept entsteht. Jürgen Bergfried, Geschäftsführer der imrag, begreift das Marketingkonzept zum derzeitigen Status – Finanzierung nicht geschlossen, Verleih steht noch nicht fest – als eine strategische Plattform, auf die in den weiteren Produktions(fort)schritten stets zurückgegriffen werden kann. »Das Konzept bildet eine Basis, eine Art Pflichtenheft für die notwendige Detailplanung in der weiteren Entwicklung der Produktion.« Die Aufgabe des »Forever«-Filmmarketing-Konzeptes bestand insbesondere darin, die Finanzierung des Projektes zu unterstützen, also über das Konzept einen Fernsehsender als Koproduzenten zu interessieren. Auch über die Vermarktung des Projektes in den Phasen Produktion und Markteinführung bis zu den Follow-up Maßnahmen wurden interessante

Aussagen getroffen. Das Thema des Films »Forever«, Suizid von Jugendlichen, ist bis heute ein Tabuthema in unserer Gesellschaft. Jugendlichen in der Pubertät Mut machen und helfen, ihre inneren Ängste zu artikulieren, kann nur in ehrlichen Gesprächen stattfinden. Dies ist die Botschaft, der Unique-selling-proposition (USP) des Films. Für die SATA-Untersuchung (Online-Tool für Marktforschung der Film-, TV- und Multimediawirtschaft) wurde das Drehbuch in Synopsen und Regiekonzept aufgelöst. Ein Schlüsselszene illustrierte die filmische Umsetzung des Themas. Laut imrag-Gutachten liegt die Kernzielgruppe, bezogen auf die Altersgruppe 18-55 Jahre, für den Kinofilm bei rund 828.000 Personen, die aber weitere Interessenten nach sich ziehen. Über 80% der Befragten wollen den Film mit ihrem Lebenspartner, mit nahe stehenden Freunden oder der ganzen Familie ansehen. 60% der Befragten wollen den Film mit Sicherheit mit ihren Kindern ansehen. Jeder vierte Befragte hat Kinder im Alter ab 12 Jahre (vermutete FSK-Freigabe). So lässt sich eine potenzielle Zuschauerzahl von mindestens 1,7 Millionen Personen ermitteln. Wobei diese Aussage in einem Stadium getroffen wurde, in dem die Befragten den Film nur als Projekt kannten. Aber: die Geschichte hat sie voll und ganz angesprochen. Bei einer Realisierung mit einem TV-Partner als Fernsehfilm kann sich die Zuschauerzahl insgesamt auf 2,66 Mio erhöhen. Dieses Kernpotenzial kann mit der Zielgruppe Jugendliche im Alter 12-19 Jahre durch ein zielgerichtetes Marketing erweitert werden. Zusätzlich etwa 1,5 Mio verkaufte Kino-Eintrittskarten wären das Ergebnis einer optimalen Kommunikationsstrategie, führt die imrag in dem Filmmarketingkonzept aus. Das (Tabu)-

Thema des Films verlangt eine intensive Vorfeldkommunikation mit geeigneten Organisationen und Institutionen sowie entsprechenden Medien. Ein Maßnahmenkatalog verbunden mit einem Zeitplan zeigt dem Produzenten die Eckdaten der Kommunikationsstrategie. »Ein moderner Produzent muss sich heute als Projektmanager begreifen. Das heißt: er wird mit Blick auf die Refinanzierung des Films nicht nur schauen, dass der Film gut gemacht wird, sondern auch gut vermarktet wird«, beschreibt Jürgen Bergfried seine Auftraggeber. »Wir untersuchen den Stoff in seiner Beziehung zum Markt. Der Film soll zum Nachdenken und nicht zum Nachahmen anregen. Internet, Medienpartner, Pressevorführungen, Promotion und Premiere wie auch die Werbemittel verlangen einen ganzheitliche Strategie, die mit Drehbeginn und der Auswertung des Screenings sicher den aktuellen Umständen angepasst werden muss.« Die vorliegende Marketing-Plattform »Forever« gibt den Produzenten zahlreiche Anregungen, die verkaufsfördernden Maßnahmen bis zur Einbeziehung eines Verleihers Stufe für Stufe weiterzuentwickeln. In den anstehenden »Verkaufsgesprächen« mit Financiers, Sendeanstalten und Koproduzenten, wird sich die Qualität des »Forever«-Konzeptes konkret am Erfolg der Verhandlungen messen lassen, denn die Gesamtstrategie der Vermarktung gewährt einen kompakten Einblick in die Kommerzialität des Filmstoffes. Die Gewinnung eines Fernsehsenders als Koproduzent für »Forever« läuft neben dem Drehbuchstudium über die Rezeption dieses Filmmarketing-Konzeptes. Die Argumentation für ein Akquisitionsgespräch füllt 81 Seiten. ■

Wolfgang Otto

## MEDIA Antenne Berlin-Brandenburg informiert:

### Förderung 2003

#### Europäische Festivals

Die Europäische Kommission in Brüssel hat den Aufruf zur Förderung europäischer Festivals, die zwischen dem 15.04.03 und dem 30.04.04 stattfinden, veröffentlicht (Aufruf 74/2002). Die Unterstützung bezieht sich auf Festivals aller Genres, deren Programm mindestens 70 Prozent europäische Werke umfassen muss, die aus wenigstens sechs MEDIA-Mitgliedsländern stammen. Erleichternd wirkt sich dabei die Erweiterung des MEDIA-Programms um fünf weitere Länder aus. Ein wichtiges Auswahlkriterium besteht darin, dass die Planung in Zusammenarbeit mit anderen europäischen Festivals erfolgt, entweder im Rahmen eines Netzwerks von mindestens acht MEDIA-Mitgliedstaaten oder in Form von Kooperationsabkommen mit Festivals aus mindestens vier MEDIA-Ländern bezüglich technischer und finanzieller Fragen.

Einreichtermin für Festivals vom 15.04.03 bis 30.09.03 ist der 16.12.02 und für Festivals vom 01.10.2003 bis 30.04.04 der 25.04.03.

### American Film Market 2003

#### EFM Umbrella Stand

Zum 6. Mal in Folge bietet die European Film Promotion mit Unterstützung des MEDIA Programms mit ihrem Umbrella Stand europäischen Produzenten und Weltvertrieben einen verbesserten Zugang zum American Film Market (AFM), der vom 19.02. bis 26.02.03 in Los Angeles stattfindet und zu den wichtigsten internationalen Filmmärkten zählt. Der Stand im Hauptquartier des AFM, dem Loew's Hotel, bietet unter anderem Meeting-Räume, Video Screening Einrichtungen sowie einen Empfangsbereich mit der Möglichkeit Nachrichten zu hinterlassen.

Anmeldeschluss für Teilnehmer, die in den offiziellen Katalog aufgenommen werden wollen, ist der 20.12.02 und für Teilnehmer ohne Katalogeintrag der 24.01.03.

Info: Tel: 040-390 62 52muehlberger@efp-online.com

### Partnersuche

#### Animationsspielfilme

Bereits zum fünften Mal findet das von Cartoon und der Filmboard Berlin-Brandenburg organisierte CARTOON MOVIE mit Unterstützung des MEDIA-Programms der Europäischen Union vom 13. bis 15.03.03 in Potsdam-Babelsberg statt. Mit diesem Koproduktionsforum hat die Brüsseler Initiative eine Veranstaltung zur Finanzierung von Animationsprojekten für den Kinomarkt etabliert, die neben anderen Förderern auch von der Mitteldeutschen Medienförderung unterstützt wird. Europäische Spielfilme in der Finanzierungsphase, in Produktion oder bereits fertiggestellte Filme werden vor eingeladenen internationalen Verleihern, Investoren sowie möglichen Koproduzenten präsentiert. Cartoon Movie verbindet Trailer-Präsentation, Geschäftstreffen und Filmvorführungen. Eine Teilnahme ohne Projekt ist ebenfalls möglich.

Die Teilnahmegebühr beträgt 600,00 EUR inkl. Verpflegung.

Anmeldeschluss mit Projekt war der 01.12.02 und ohne Projekt ist es der 15.02.03.

Info: [www.cartoon-media.be](http://www.cartoon-media.be)

### Berlinale 2003

#### MEDIA Stand

Auf der nächsten Berlinale vom 06. bis 16.02.03 können MEDIA Desk und Antenne Deutschland das zehnjährige Jubiläum ihres MEDIA-Standes auf dem Europäischen Film Markt (EFM) feiern. Der Stand im ersten Stock des Debis Centers



Media-Stand Berlinale 2002

am Potsdamer Platz hat sich inzwischen als beliebte Institution und effektiver Treffpunkt für europäische Produzenten und Verleiher etabliert. Auch der Filmförderungsfonds des Europarates Eurimages wird wieder am Stand vertreten sein. Unabhängige europäische Produzenten, Verleiher, Weltvertriebsfirmen etc. sind eingeladen, als Gäste kostenlos den MEDIA-Stand zu nutzen, wenn sie beim EFM akkreditiert sind. Er bietet einen Nachrichtenservice, eine Screening-Möglichkeit (VHS), einen Internet-Anschluss, Auslagemöglichkeiten für Informations- und Werbematerial sowie einen Eintrag in den Filmmarkt- und Stand-Katalog. Außerdem werden die Gäste zu den entsprechenden MEDIA-Veranstaltungen eingeladen; voraussichtlich wird eine Happy-Hour am Stand stattfinden sowie der traditionelle MEDIA-Empfang am Montag, den 10.02.03. Wir erwarten verschiedene Vertreter von MEDIA aus Brüssel, mit denen persönliche Termine vereinbart werden können.

Interessenten wenden sich bitte spätestens bis zum 13.01.03 (letzte Möglichkeit für einen Katalogeintrag) direkt an den MEDIA Desk in Hamburg (Tel. 040-390 65 85, Fax: 040-390 86 32, E-Mail: [info@mediadesk.de](mailto:info@mediadesk.de)).

### MEDIA Plus Einreichtermine

Siehe Seite 26!

### Weitere Informationen, Richtlinien und Antragsformulare:

MEDIA Antenne Berlin-Brandenburg

August-Bebel-Str. 26-53

14482 Potsdam

Tel. 0331 – 743 87 50

Fax 0331 – 743 87 59

E-mail: [mediaantenne@filmboard.de](mailto:mediaantenne@filmboard.de)

## MDM informiert:

**BKM-Kinoprogrammpreise  
Mitteldeutsche Preisträger**

Auf Vorschlag der Kinoprogrammpreisjury des Auswahlausschusses für Filmförderung hat die neue Staatsministerin für Kultur und Medien, Christina Weiss, 152 gewerblichen Filmkunsttheatern Geldpreise für herausragende Kinoprogramme im Jahr 2001 zuerkannt. Die Gesamtsumme der Geldpreise beträgt 1,175 Millionen Euro. Die Kinoprogrammpreise wurden zusammen mit den Verleiherpreisen am 27.11.02 in Münster verliehen, dem Sitz des Spitzenpreisträgers des Vorjahres (Cinema Münster). Wir gratulieren allen, aber natürlich ganz besonders den mitteldeutschen Preisträgern: Für herausragende Jahresfilmprogramme 2001 wurden die nachstehenden Kinos mit einer Prämie von mindestens 5.000,00 EUR ausgezeichnet: Voxxx-Kino (Chemnitz), Casablanca (Dresden), Kino im Dach (Dresden), Filmtheater Schauburg (Dresden), Lux Kino am Zoo (Halle), Schaubühne Lindenfels (Leipzig) und Cinenova (Leipzig). Für herausragende Kinder- und Jugendfilmprogramme 2001 wurden mit einem Geldpreis von mindestens 2.500,00 EUR folgende Kinos ausgezeichnet: Filmtheater Schauburg (Dresden), Souterrain-Kellerkino (Dresden) und Lux Kino am Zoo (Halle). Mit dem Sonderpreis für das Abspiel guter Kurzfilme, verbunden mit einem Geldpreis von mindestens 2.500,00 EUR, wurden ausgezeichnet: Kino im Dach (Dresden) und Schaubühne Lindenfels (Leipzig). Mit dem Sonderpreis für das Abspiel guter Dokumentarfilme, verbunden mit einem Geldpreis von mindestens 2.500,00 EUR, wurden ausgezeichnet: Programmokino Ost (Dresden), Filmtheater Schauburg (Dresden), Lux Kino am Zoo (Halle) und Schaubühne Lindenfels (Leipzig).

Info: [www.filmfoederung-bkm.de](http://www.filmfoederung-bkm.de)

**Leipziger Medienfrühling 2003  
Zwischen Drehbuch und Musik**

Mit dieser Workshop-Reihe möchten die Veranstalter, Internationale Film- Fernseh- & Musik-Akademie (IFFMA) und der Schulungsbereich MAZ des Leipziger Systemhauses für Grafik und Kommunikation – Digital Systems, einen Beitrag zur Branchenansiedlung und damit zur Entwicklung des Medienstandortes Leipzig leisten. Vom 28.03. bis 06.04.03 können sowohl Fachleute als auch interessierte Laien in Leipzig ihr Wissen rund um die Medienbranche vertiefen und ihre Kreativität (neu) entdecken. Im Rahmen der zehntägigen, qualitativ hochwertigen Workshopreihe schulen namhafte Dozenten aus dem In- und Ausland die Teilnehmer zu Themen wie Drehbuch, Regie, Kamera, Licht, Kreativität, Postproduktion und Filmmusik. Der »Leipziger Medienfrühling« versteht sich nach Aussage der Veranstalter auch als Event, bei dem die Teilnehmer außerhalb der Seminare und innerhalb des Rahmenprogrammes neue Kontakte knüpfen und Informationen austauschen können.

Info: [www.leipziger-medienfruehling.de](http://www.leipziger-medienfruehling.de)

**Neues Studienangebot  
Autorschaft & MultiMedia**

Das Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft an der Martin-Luther-Universität-Halle-Wittenberg plant ein neues Studienangebot. Bei diesem Ergänzungsstudiengang werden moderne Medientechnik und Kommunikationstheorie in der Lehre miteinander verbunden. Die Studierenden können dabei auch an dem ambitionierten, multimedialen »The Tulse Luper Suitcases«-Vorhaben von Peter Greenaway (siehe Seite 22) mitwirken. Dabei wird eine interaktive DVD entstehen, die zu einer aufregenden Reise durch die Mediengeschichte des Goldes einlädt. In weiteren Projekten wird



Studio Lighting Workshop, Leipziger Medienfrühling 2002

eine Internet-Plattform zum Thema Webart entstehen und die Studierenden können zur Öffentlichkeitsarbeit der Gesellschaft der Historischen Theater beitragen.

Info: Dr. Matthias Buck, Tel.: 0345 5523629,

E-Mail: [buck@medienkomm.uni-halle.de](mailto:buck@medienkomm.uni-halle.de)

**Goldener Spatz 2003  
Einsendeschluss für Wettbewerbsfilme**

Produktionsfirmen und Fernsehsender können bis zum 13.12.02 ihre Film- und Fernsehbeiträge, die sich an ein Kinderpublikum richten und zwischen April 2001 und März 2002 hergestellt wurden, für den Wettbewerb des Deutschen Kinder-Film&Fernseh-Festivals »Goldener Spatz« anmelden. Der Wettbewerb wird in den Kategorien: Minis, Kino-/Fernsehfilm, Kurzspielfilm, Serie/Reihe, Animation sowie Information/Dokumentation und Unterhaltung ausgetragen.

Die goldenen Spatzen werden von einer Kinderjury vergeben, in der 9-13jährige Mädchen und Jungen aus dem ganzen Bundesgebiet vertreten sind. Weitere Preise, die insgesamt mit 11.000,00 EUR dotiert sind, vergibt eine Fachjury. Der »Goldenen Spatz« findet vom 02. bis 11.04.03 erstmals in Gera & Erfurt statt und hat geographisch wie inhaltlich sein Spektrum erweitert: Das Doppelfestival sieht eine Fokussierung auf den Bereich Medienpädagogik in Gera und auf den Bereich Medienwirtschaft in Erfurt vor. Das Filmprogramm in Gera wird von einem umfangreichen Workshopangebot für Kinder und Lehrer und dem Forum Medienpädagogik begleitet, während die Vorführungen in Erfurt durch Fachveranstaltungen für Autoren, Produzenten, Programmanbieter und -verwerter sowie den Filmmarkt Pro Junior – Programm auf Demand ergänzt werden.

Info: [www.goldenerspatz.de](http://www.goldenerspatz.de)



**MDM-MEDIA Workshop: Docuzone**

Voller Saal und tosender Applaus nach dem Vortrag von Kees Ryninks am 17.10.02 in der Alten Handelsbörse Leipzig. Sein ungewöhnlicher Modellversuch Docuzone bringt in den Niederlanden wöchentlich Dokumentarfilme in die Kinos. Die Workshop-Teilnehmer, unter Ihnen auch Teilnehmer der »Tage des Dokumentarfilms«, trieb beim anschließenden Empfang die Frage um: Wann kommt Docuzone nach Deutschland?

Fotos oben: Kees Ryninks, im Getümmel: Mandy Rahn, Björn Koll, David Wesseler, Gabriele Brunnenmeyer, Anja Joos und Raphael Kainz rechts: Publikum des Workshops Dokuzone





#### 45. Dokulfilmfest Leipzig mit Besucherrekord

Das diesjährlge Programm des 45. Internationalen Leipziger Festivals für Dokumentar- und Animationsfilm vom 15.10. bis 20.10.02 sorgte mit 369 Filmen (Gesamtlänge 8.957 Minuten) und insgesamt 20.500 Gästen für die höchste Besucherzahl seit 1989. Mit einer Silberne Taube wurde der MDM geförderte Film »Vaterland« von Thomas Heise ausgezeichnet.

Fotos unten, v.l.n.r.:

Festivalatmosphäre im Cinestar Leipzig

Fred Gehler eröffnet das Festival

Glücklicher Thomas Heise (Silberne Taube)



#### EAVE/MDM Branchentreff in Halle

Vom 19. bis 25.10.02 fand der letzte von drei siebentägigen EAVE-Workshops 2002 in Halle statt. Unter den 53 Teilnehmern aus 18 Ländern waren erstmalig auch Filmemacher aus den künftigen neuen Mitgliedsstaaten der EU, Lettland, Ungarn und Slowakei, vertreten. Am Rande der Seminarwoche lud die MDM am 21.10.2002 zum Branchentreff ins Stadthaus Halle. Branchenvertreter Mitteldeutschlands nutzten die Möglichkeit, sich mit den Teilnehmern des Seminars über ihre Erfahrungen

im Filmgeschäft auszutauschen. Jan Rofekamp (Film Transit International) und Alan Fountain (Studienleiter EAVE) eröffneten den Branchentreff mit einem Vortrag zu Fragen des internationalen Filmmarktes.

Catherine Buresi (Geschäftsführerin des Weiterbildungsprogramms EAVE, Brüssel): »Wir waren sehr dankbar über die gute Stimmung, die perfekte Organisation und die anregende, professionelle Atmosphäre. Halle liegt ganz im Zentrum des neuen Europa, und dank der MDM ist hier ein Treffpunkt für Filmleute entstanden. Das war besonders bei den Veranstaltungen mit den lokalen Produzenten wie zum Beispiel dem Branchentreff zu spüren. Die teilnehmenden Pro-

duzenten aus ganz Europa konnten auf diese Art die MDM und Mitteldeutschland als einen neuen Produktionsstandort entdecken und erfahren, was sich in dieser Region jetzt tut.«

Samm Haillay (Produzent, Third Production, Newcastle)

»Vor meiner EAVE-Teilnahme hatte ich noch nie etwas von Halle gehört – aber ich werde die Stadt mit Sicherheit nicht vergessen. Mal abgesehen von der Arbeit und den Meetings mit extra für uns eingeladenen Finanziers und Entscheidern war es interessant, alte Freunden wieder zu treffen und in Deutschland neue kennen zu lernen.« ...

Fotos v.l.n.r.: Catherine Buresi, Jan Rofekamp und Samm Haillay



# THE CREATION OF PERFECT PICTURES

AVID Film- und Mediacomposer • Digitaler Ü-Wagen • Discreet inferno • Discreet flame • Discreet smoke • Discreet flint • Thomson Spirit Datacine • Thomson Shadow Telecine •

**3d animation • compositing • digital lab • digitale postproduktion • filmabtastung**

Quantel HENRY Infinity • Quantel EDITBOX Magnum • Quantel HAL Express • Cintel Rank Ursa Diamond Telecine • Cintel Rank Mark III Telecine • Science - D - Visions 3D

**• filmausbelichtung • games • offline - online editing • visual effects**

Equalizer • Softimage 3D & XSI • Sonic Solutions DVD Creator

Kontakt: Marion Bellmer

Altenburger Straße 11  
D-04275 Leipzig  
Tel.: 0341-35 00 33-00  
Fax: 0341-35 00 33-33  
vcc-leipzig@vcc.de

**VCC Perfect Pictures**



## Erfolg verpflichtet

### Kindermedienakademie Thüringen

**Was benötigen Leute, die Kindermedien produzieren und distribuieren? Welche Strukturen braucht Thüringen, wenn es sich zum Kindermedienland Deutschlands entwickeln möchte? Und auf welcher Ebene muss ein Netzwerk entstehen, um den besonderen Anforderungen der Aus- und Weiterbildung von Autoren, Regisseuren und Produzenten im Bereich Kindermedien gerecht zu werden? Der MDM-Workshop Kindermedien am 28.11.02 fand im Rahmen des 7. Thüringer Mediensymposiums eine Antwort: Die Initiative zur Gründung einer Kindermedienakademie in Thüringen.**

Thüringen entwickelt sich mehr und mehr zum Kindermedienstandort. Darin waren sich das Panel, besetzt mit Dr. Christina Kindervater (Thüringer Kultusministerium), Ingelore König (Kinderfilm GmbH), Peter Förster (Kinderfilmautor), Christian Meinke (MFA-Verleih) und Manfred Schmidt (Geschäftsführer der MDM) sowie die etwa 100 Teilnehmer des Workshops einig. Doch um das sich entwickelnde Profil des Standortes mit weiteren Impulsen zu versorgen, bedarf es eines konsequenten Ausbaus der Strukturen im Land Thüringen sowie einer Erweiterung des spezialisierten Aus- und Weiterbildungsangebotes, mahnte Moderatorin Margret Albers (Förderverein Deutscher Kinderfilm e.V.). Zwei Projekte des Fördervereins Deutscher Kinderfilm, die Sommer- und Winterakademie, die für die nächsten drei Jahre zu einer großen Winterakademie zusammengefasst werden und 2003/2004 nicht nur von der MDM, sondern voraussichtlich auch von Bundeseinrichtungen gefördert werden, könnten die Plattform für ein Netzwerk werden, das sich im Jahr 2004 zu einer Kindermedienakademie konsolidiert.

»Bei diesem Projekt«, so Manfred Schmidt, »geht es nicht darum, ähnliche Angebote zu machen, wie sie die Hoch- und Fachschulen in Thüringen im Medienbereich anbieten. Es sollte sich ein ergänzendes Aus- und Weiterbildungsprogramm mit möglichst unaufwendiger Organisationsstruktur in Thüringen etablieren. Mich interessiert deshalb, welche neuen Arbeitsfelder definiert werden müssen, wenn die Winterakademie zur Kindermedienakademie ausgebaut wird.« Wie notwendig diese Analyse für den Medienstandort Erfurt ist, unterstrich Gabriele Lau (Mediencluster e.V./Stiftung für Technologie- und Innovationsförderung Thüringen): »Das Thüringer Mediengründerzentrum wird im zweiten Halbjahr 2004 seine Tore öffnen. Es fokussiert den Kinderkontent crossmedial von der Film- und Fernsehproduktion bis zu den Verlagen. Dazu benötigt man gut ausgebildetes Personal, das auch den Netzwerkcharakter dieses Projektes versteht. Wir tragen deshalb gerade zusammen, welchen Bedarf es für eine Qualifizierung in der Region gibt.« Das Projekt Kindermedienakademie zu unterstützen versprach auch Dr. Christina Kindervater: »Die Landesregierung unterstützt die Vision Thüringen zu einem Kindermedienland zu entwickeln. Mit der »Medieninitiative 21« wurde ein Netzwerk gegründet, das die Medienakteure in Thüringen zusammenführt. Auch von dort könnte ein Impuls kommen.« Für Ingelore König verbessert sich das »Klima« in Thüringen zusehens. Dennoch gab es konstruktive Kritik: »Um Leute am Ort zu halten, muss in der Region permanent produziert werden. Es kann nicht sein, wenn sich ein Land entscheidet Kindermedienstandort zu sein, dass der öffentlich-rechtliche regionale Sender nur alle zwei Jahre einen Kinderfilm produzieren lässt.« Die Idee der Gründung ei-



v.l.n.r.: Christian Meinke, Ingelore König, Manfred Schmidt, Margret Albers, Dr. Christina Kindervater und Peter Förster

ner Kindermedienakademie sieht König positiv und als wichtige Initiative insbesondere Kinder auf Dreharbeiten besser vorzubereiten.

Fortbildungsmöglichkeiten für junge Leute, die sich im Verleihgeschäft einen Überblick verschaffen möchten, erhofft sich Christian Meinke von einer Kindermedienakademie. »Wir brauchen in Thüringen einen Pool von Talenten in allen Bereichen der Medien. Das Wichtigste ist, Leute in die Region zu locken. Nicht nur Autoren, wie es bisher die Winterakademie erfolgreich praktiziert.« Das Aus- und Weiterbildungsangebot in Thüringen sollte seiner Meinung nach praxisorientiert in alle Bereiche der Medienwirtschaft ausgebaut werden. Welchen Nutzen der Einzelne aus der Teilnahme an einer Winterakademie ziehen kann, vermittelte Peter Förster, Absolvent eines Workshops zur Entwicklung von Kinderfilmstoffen. »Die Winterakademie hat mich befähigt, als Autor zu arbeiten. Ich habe gelernt mich für meinen Stoff einzusetzen und einen Platz im Produktionsteam zu finden.« 48 Kinderfilmstoffe wurden bisher in der Sommer- und Winterakademie entwickelt – 13 Stoffe durch Produzenten optio-

niert – Erfolg verpflichtet. Margret Albers lud am Ende des Workshops alle Teilnehmer zum Deutschen Kinder-Film&Fernseh-Festival »Goldener Spatz« im nächsten Jahr nach Erfurt ein, um die Perspektiven für eine Kindermedienakademie weiter zu verdichten. Diese erste »Ideenbörse« war ein spannendes, offenes Arbeitsgespräch. ■

## Ko-Development-Treffen

COCO SPEZIAL

**Im Rahmen des 12. FilmFestivals Cottbus trafen sich bei Connecting Cottbus (31.10. bis 01.11.) auch in diesem Herbst wieder Produzenten, Regisseure, Autoren und Finanziere in Cottbus, um gemeinsame Projekte zwischen Ost- und Mitteleuropa und Deutschland auf den Weg zu bringen. Neu war, dass es in diesem Jahr ein zusätzliches Ko-Development-Treffen gab, das sich auf die Entwicklung grenzüberschreitender Projekte zwischen den Nachbarländern Deutschland und Polen konzentrierte. Am 30.10. stellte COCO SPEZIAL Projekte vor, die sich für eine gemeinsame Weiterentwicklung eignen.**

Im Frühjahr 2002 waren der Geschäftsführer der MDM, Manfred Schmidt, und der Intendant der Filmboard Berlin-Brandenburg, Prof. Klaus Keil, auf Einladung des polnischen Produzentenverbandes KIPA zu Gast in Warschau. In vielen

Gesprächen mit Produzenten, Fernsehleuten und Politikern wurde das Interesse an einer länderübergreifenden Zusammenarbeit und der Entwicklung gemeinsamer Projekte deutlich. Als Ergebnis dieser Reise verabredeten die Partner ein erstes deutsch-polnisches Ko-Development-Treffen 2002 im Rahmen von Connecting Cottbus als gemeinsame Initiative zwischen Deutschland und Polen. Auf deutscher Seite wurden die Vorbereitungen von der Filmboard Berlin-Brandenburg, der Mitteldeutschen Medienförderung und der MEDIA Antenne Berlin-Brandenburg begleitet, auf polnischer Seite vom Produzentenverband KIPA, dem polnischen Fernsehen TVP, dem Kultusministerium und dem neu eröffneten MEDIA Desk Polen. Die besondere Bedeutung dieser Ko-Development-Initiative unterstrichen auch Staatsminister Stanislaw Tillich, Chef der Sächsischen Staatskanzlei und Staatssekretär Dr. Wolfgang C. Vogel, Ministerium für

Wirtschaft Brandenburg, in Ihren Grußworten.

»Wir haben damals einander sehr genau zugehört und im Detail darüber gesprochen, wie sich die konkreten Situationen in den beiden Ländern entwickeln. Über den Zuspruch heute und die Qualität der Stoffe für COCO SPEZIAL sind wir sehr positiv überrascht. Lassen sie uns nun anhand dieses Pitchings offen diskutieren, was miteinander funktionieren kann«, eröffnete Manfred Schmidt die Vorstellung der 11 Filmstoffe. Alfred Holighaus und Dariusz Jablonski moderierten die jeweils siebenminütigen Projektpräsentationen und führten in die Diskussion mit Fachpublikum und Finanziere ein, um die Marktbedürfnisse in den jeweiligen Ländern zu beleuchten. Für jedes Projekt standen insgesamt 15 Minuten zur Verfügung. Die Bereitschaft über die Stoffe zu reden war groß. »Es gibt seit vielen Jahren zwischen Deutschen und Polen kaum ei-

## METRIX Digitale Postproduktion



- Sounddesign
- Filmmischung
- Sprachsynchron
- Geräuschsynchron

[www.metrixmedia.de](http://www.metrixmedia.de)  
Ein Unternehmen aus Sachsen-Anhalt



Deutsch, englisch, polnisch – COCO SPEZIAL ohne Verständigungsprobleme dank engagierter Dolmetscher

ne Zusammenarbeit,« erläuterte Produzent Peter Rommel seine Erfahrungen. »Ich war mit dem Film ›Halbe Treppe‹ in Warschau und habe dort gespürt, warum das so ist. Die Meinung der Polen über die Deutschen wird sich auf Grund der gemeinsamen wechselvollen Geschichte nur langsam über Generationen zum Besseren verändern. Das wird ein langer Prozess. Deshalb bin ich froh über dieses Pitching, das ich neben dem rein fachlichen Austausch auch als gesellschaftspolitisches Forum begreife. Ein sehr überzeugender Anfang eines sicherlich langwierigen und vorsichtigen Kennenlernens. Aber wir müssen in die Kommunikation finden.«

Die angeregten Diskussionen um einzelne Treatments und Drehbücher machten deutlich, dass die Zeit, in der ein Koproduzent im Abspann des Films genannt

wird, weil er ein bisschen Geld gegeben hat, vorbei ist. Kreative Produzenten wollen gemeinsam ihre Stoffe für die Märkte entwickeln. Aber was wissen deutsche Produzenten über diesen gemeinsamen Markt, was wissen sie über Polen? Moderator Dariusz Jablonski: »Polen ist ein 40 Millionen Land. Es gibt dort einen öffentlich-rechtlichen Fernsehsender mit vier Kanälen sowie einige Privatsender und zwei Pay-TV-Fernsehsender. Drei Gesetzesentwürfe zum Autorenrecht, und zur Umgestaltung der Radio- und Fernsehlandschaft sollen in den nächsten Monaten vom Parlament verabschiedet werden. Spätestens 2004, mit dem Eintritt Polens in die Europäische Union, wird die Einbindung des Landes in gesamteuropäische Prozesse deutlich voran kommen.« Auf diesem Weg möchten die MDM und die Filmboard Berlin-Brandenburg auch in den nächsten Jahren polnische Autoren und Produzenten auf der Basis eines beider-

seitigen Nutzens unterstützen. Ziel ist es, eine längerfristige Beziehung in Sachen Film zwischen den Nachbarländern aufzubauen und COCO SPEZIAL als Plattform des gegenseitigen Austausches und des Kennenlernens der jeweiligen Produktions- und Marktstrukturen auszubauen. Insgesamt 21 Projekte wurden bei COCO SPEZIAL und Connecting Cottbus gepitcht. Für sechs Projekte wurde bereits in Cottbus Interesse signalisiert. »In dieser Branche muss man jeden Stein umdrehen und genau schauen, was sich darunter befindet. So ehrlich und engagiert wie bei COCO SPEZIAL habe ich selten Teilnehmer eines Pitchings diskutieren sehen«, bewertete Alfred Holighaus das Kodevelopmenttreffen. Für die Organisatoren von COCO SPECIAL gab es Lob von allen Seiten und die unüberhörbare Aufforderung der Teilnehmer, dieses Veranstaltungsformat im nächsten Jahr wieder anzubieten. ■

Wolfgang Otto



## MotionWorks GmbH

An der Waisenhausmauer 11  
06110 Halle  
Tel.: +49 (0) 345 20 56 90  
Fax: +49 (0) 345 2 05 69 22

e-mail: [MotionWorks\\_Halle@t-online.de](mailto:MotionWorks_Halle@t-online.de)  
<http://www.motionworks-halle.com>

### In Produktion



#### Globi and the stolen shadow

Spielfilm 72 min  
Co-Produktion  
Fama Film AG / Impuls Home  
Entertainment (CH); Iris Productions  
S.A. (LUX)



#### Piratengeschichten (Pilotfilm)

TV Serie, 13 x 5 min  
Co-Produktion MDR

### In Entwicklung



#### Graf Mocca

Serie, 26 x 26 min  
Co-Produktion  
Mediopolis GmbH Leipzig

## Das Kino ist tot – lang lebe das Kino

Aufgepasst, hier kommt Tulse Luper ...

Diesmal will er es wissen. Peter Greenaway, Film- und Opernfans seit Jahren durch zahlreiche ambitionierte Werke ein Begriff, will mit seinem neuen multimedialen Projekt »The Tulse Luper Suitcases« eine Tür aufstoßen zur Verknüpfung von Kino, Fernsehen, DVD, CD-ROM, Internet und dem geschriebenen Wort. Ende November drehte er im Media City Atelier Leipzig einen Teil des achtstündigen Filmwerkes, welches 2003 und 2004 in die Kinos kommt.



Vier Frauen sitzen an einer reich gedeckten Tafel. Brot und Trauben liegen bereit, dazu Birnen, Granatäpfel, überall Töpfe und Schüsseln. Und reichlich Rotwein und Schnaps. Hinter ihnen sitzt auf der Rückenlehne eines Sofa ein Mann, diskutiert mit ihnen auf russisch und englisch und schickt dicke Rauchwolken über die Tafel. Vor der kleinen Gesellschaft eine große schwarze Dogge, lethargisch auf einem Hocker dösend, hinter ihnen einige Pferde im Halbkreis, ihnen zugewandt. Nach einem Moment der Stille ertönt aus dem Dunkel ein Ruf: »And cut! Good! Thank you very much!«

10 Digitalkameras, einige davon auf einen Kamerawagen gesetzt, fingen zuvor Szene für Szene ein. Während Kameramänner, Beleuchter, Maskenbildner und Pferdetrainer durch die Halle eilen und allgemeine geschäftige Betriebsamkeit herrscht, sitzt Greenaway mit seiner Assistentin hinter zwei Monitoren. Links zeigen neun Kameraperspektiven auf einem Monitor die Nahaufnahmen, rechts davon ist ein Monitor allein für die Totale reserviert - das große Gesamtbild, das wie ein lebendiges Gemälde arrangiert ist. In ruhiger Konzentration, als ob er vor einer Staffelei sitzt, und den nächsten Pinselstrich wohl überlegt,

schaut Greenaway auf die Monitore. Der 60jährige Regisseur kommt von der Malerei, hat schon früh mit Kurzfilmen den Einstieg in die Welt des bewegten Bildes gewagt, arbeitete lange als Cutter für das »Central Office Of Information« in Großbritannien, und landete mit dem Spielfilm »Der Kontrakt des Zeichners« (1982) seinen ersten internationalen Erfolg. Es folgten einige Werke, die heute zu Klassikern des modernen Films zählen: »A Zed and Two Noughts«, »Der Bauch des Architekten«, »Drowning by numbers«, »Der Koch, der Dieb, seine Frau und ihr Liebhaber«, »Prosperos Bücher« und »Pillow Book«. Dazwischen Kunst-Installationen oder auch Opern, wie zum Beispiel »Rosa, Tod eines Komponisten«. Egal welches Mediums sich Greenaway bedient, Architektur, Kunst, Mathematik und Musik bilden die Säulen, auf die sich sein Werk stützt.

Nun also »The Tulse Luper Suitcases«, sein bisher ambitioniertestes Werk, nicht nur was die Vorbereitung und Organisation betrifft. In 16 Episoden erzählt der Film das Leben von Tulse Luper. Ausgehend von 16 Gefängnisaufenthalten und 92 Koffern, die Luper überall auf der Welt versteckt hat, wird sei-

ne Geschichte zwischen 1928 und 1989 rekonstruiert. Seine Koffer werden gepackt und ausgepackt, in einem Wimmelbild, das sich über 60 Jahre von der Entdeckung des Uran bis zum Fall der Berliner Mauer erstreckt. Die Darstellerliste ist beeindruckend: u.a. Isabella Rossellini, Kathy Bates, William Hurt, Vincent Gallo, Debbie Harry, Madonna, Sting, Franka Potente, Harrison Ford und Liam Neeson. Auf dem Weg von Drehort zu Drehort umrundet die Produktions-Karawane einmal den Erdball.

»Wir wollen den ersten Teil auf dem Filmfestival in Cannes im Mai 2003 zeigen, der zweite Teil soll im September in Venedig Premiere haben, und mit einer Zusammenfassung aller drei Teile hoffen wir zur Berlinale 2004 wieder hier in Deutschland zu sein«, beschreibt Greenaway die Pläne für den dreiteiligen Spielfilm. »Das ist ein hartes Programm«, räumt er ein, »wir drehen, schneiden und schreiben, dann schreiben, schneiden und drehen wir wieder. Und das so ziemlich rund um die Uhr. Sieben Tage die Woche, täglich um die 14 Stunden. Aber es ist ein Vergnügen, absolut! Ich fühle mich zutiefst privilegiert, ein Teil dieses Ganzen zu sein.«



Peter Greenaway bei den Dreharbeiten zu  
»The Tulse Luper Suitcase« in der media city Leipzig.

Seine ganze Arbeitsweise, oder besser seine Mission beruht auf einer tiefen Überzeugung und manifestiert sich in dem Satz: »Das Kino ist tot. Lang lebe das Kino.« Greenaway erzählt, daß für ihn das Kino mit der Erfindung der TV-Fernbedienung gestorben ist. Seither sei viel passiert in der Herangehensweise in sozialer, historischer und philosophischer Hinsicht, was das bewegte Bild angeht. »Es ist an der Zeit,« resümiert er selbstbewusst, »etwas auf die Beine zu stellen, das alle Medien zusammenbringt. Die Dreharbeiten am Film sind das, was Sie im Studio mitverfolgen konnten, aber mein Interesse besteht nicht darin auf 107 Jahre Filmgeschichte zurückzublicken, sondern nach vorn zu schauen, um zu sehen, was als Nächstes kommt.« Nach einer kurzen Erklärung, daß es schließlich 26 Jahre gedauert hat von der Erfindung des Films bis zum ersten Film-Meisterwerk, hergestellt von Sergej Eisenstein, für Greenaway der größte Filmemacher aller Zeiten, meint er gelassen: »Wenn Sie nun von der allgemeinen Einführung der Fernbedienung 1983 bis heute rechnen, haben wir noch ein bisschen Zeit für das erste, ich will es nicht Meisterwerk nennen, sagen wir definitive Werk der Neuen Medien. Sie alle

haben ja von Harry Potter gehört, aber aufgepasst, hier kommt Tulse Luper.« Mitten in einem seiner engagierten Monologe wirft er ein: »Das klingt alles sehr abstrakt, sehr intellektuell, sehr theoretisch. Ich will aber nicht eine einzige Geschichte erzählen, sondern viele verschiedene, und große Mengen an Information loswerden um meine philosophischen Ideen praktisch zu demonstrieren.« Nach kurzem Grübeln fährt er fort: »Ich klinge schon wie ein Deutscher. Also diese Filme sollen unterhalten, Leute begeistern!«

Gar nicht theoretisch sind die Überlegungen, die dazu geführt haben in Leipzig zu produzieren: »Wir sind eben praktische Leute. Alle möglichen Arten von Zusammenarbeit sind wir eingegangen, mit Co-Produzenten und Medienzentren in der ganzen Welt. Hier in Leipzig hat man uns wertvolle Unterstützung und Förderung angeboten. So können wir die hier vorhandenen Möglichkeiten nutzen.« Greenaway wird im März 2003 für weitere Szenen nach Leipzig zurückkehren, hat die Universität Leipzig eingebunden und will auch die in Halle vorhandenen technischen Möglichkeiten nutzen. »Wir haben Verbindungen nach Halle und

Dresden aufgebaut. Wir wollen 92 DVDs machen, eine zu jedem der 92 Koffer in diesem Projekt. Und es sieht ganz so aus, als ob wir DVD Nummer 46, in der es um Gold aus dem Holocaust geht, zusammen mit der Universität Halle zusammenstellen werden. Ich habe mich mit Professoren der Martin-Luther-Universität in Halle getroffen. Sie waren sehr interessiert, und wir freuen uns natürlich, die Energie, den Enthusiasmus und das Fachwissen der Studenten nutzen zu können.«

Immer wieder kehrt er zur Theorie und Geschichte des Films zurück. Was Regisseure wie Wenders, Herzog, Straub und Fassbinder in den späten 70er Jahren schufen, ist für ihn der letzte wichtige Impuls, der auf den Kinofilm in seiner klassischen Form gewirkt hat. Ansonsten ist für ihn im Kino in den letzten Jahren nichts Wegweisendes passiert. Der Videokünstler Bill Viola hat für ihn »den Wert von zehn Scorceses.« Greenaway möchte alle visuellen Medien kongenial miteinander verknüpfen. Der große Theoretiker wird alles daran setzen, seine Vorstellungen in die Praxis umzusetzen: Vier Frauen sitzen an einer reich gedeckten Tafel... ■

Text: Bernd Friedrich, Fotos: Thomas Schulze

„Unser jüngster Grundstückserwerb  
ist eine Anlage mit Zukunft.“



Oder auch nicht.

PRICEWATERHOUSECOOPERS 

Qualifizierte Wirtschaftsprüfung · Mehr Sicherheit für die Märkte

[www.pwcglobal.com/de](http://www.pwcglobal.com/de)



Foto links: »Tal der Ahnungslosen«

Foto rechts: »Schultze gets the blues«

## Familienkonflikte

### Tal der Ahnungslosen

**So wie die Autorin und Regisseurin Branwen Okpako die Geschichte erzählt, ist sie fiktiv, basiert jedoch auf einem authentischen Hintergrund. Von Mitte Oktober bis Ende November wurde in Dresden an 27 Drehtagen die Identitätssuche einer afro-deutschen Frau verfilmt. »Das Kleine Fernsehspiel« des ZDF gab die ungewöhnliche ost-deutsche Familiengeschichte in Auftrag.**

Eva, eine vierzigjährige Polizeikommissarin, wird in ihre alte Heimatstadt Dresden versetzt. Die afro-deutsche Frau, gespielt von der Theaterschauspielerin Nisma Cherrat, wuchs in Kinder- und Jugendheimen der DDR auf und beginnt nur zögerlich ihre eigentliche Herkunft zu

erforschen. Sie erfährt die Adresse ihrer Mutter Helga, gespielt von Angelica Domröse, und kann eine Stasi-Akte über ihre Geschichte ausfindig machen. Vorsichtig beobachtet sie zunächst aus der Ferne ihre Mutter, deren Mann und Tochter. Als Eva sich ertappt fühlt, bricht sie ihre Suche abrupt ab. Anonym schickt sie jedoch ihrer Mutter einen Umschlag mit allen Stasi-Unterlagen, inklusive der abgefangenen Briefe ihres afrikanischen Vaters, der in den sechziger Jahren als Austauschstudent in der DDR lebte. Kurze Zeit später taucht Evas Halbschwester Maria auf dem Kommissariat auf, um das Verschwinden ihrer Mutter zu melden. Sie ist sehr aufgebracht, da sie die ganzen Jahre mit dem Gefühl lebte, dass über der Familie ein unantastbares Geheimnis liegt. Ohne sich zu erkennen zu geben, beginnt Evas Suche nach ihrem eigenen Ursprung, ihrer ver-

borgenen Familiengeschichte und ihrer Identität erneut. Sie muss ihre Mutter finden.

Für Jon Handschin, Producer der teamWorx – Produktion für Kino und Fernsehen GmbH, war besonders die Mischung von erfahrenen Kollegen und jungen Talenten am Set spannend. »Eine Filmdebütantin wie die Hauptdarstellerin Nisma Cherrat spielt gemeinsam mit der bekannten Angelica Domröse, oder die Spielfilmregiedebütantin Branwen Okpako trifft auf einen versierten Kameramann wie Andreas Höfer... Dresden war für uns auch eine tolle Erfahrung, was die Kooperationsbereitschaft vor Ort betraf. Wir drehten beispielsweise im Sicherheitstrakt der Bundesbehörde für Stasiunterlagen.« Im Frühjahr 2003 wird der von der MDM mit 450.000,00 EUR geförderte Film fertiggestellt sein. ■

Frank Salender

## Halle & Louisiana

### Schultze gets the blues

**Seit 2001 existiert die Filmkombinat Nordost GmbH & Co. KG mit Hauptstandort Dresden und Büros in Potsdam und Berlin. »Wir produzieren ungewöhnliche und anspruchsvolle Dokumentar- und Spielfilme, genau genommen waren es bisher fünf,« bilanziert Geschäftsführer und Producer Jens Körner. Die aktuelle Produktion »Schultze gets the blues« wurde am 17.11.02 in Halle abgedreht.**

Ein »Dokumentarfilm-Essay« über eine ehemalige Kaliregion in Sachsen-Anhalt, über Parallelen, deutsche Wurzeln und musikalische Kleinode in den Südstaaten der USA – lautet die Kurzsynopsis auf der Filmkombinat-Homepage. »Doku-

mentarfilm-Essay steht da nur geschrieben, um in Amerika über ein Journalistenvisum eine Drehgenehmigung zu erhalten, und nicht ein teures Arbeitsvisum beantragen zu müssen,« erhellt Jens Körner den Sachverhalt. »Der Film ist ein ganz normaler Spielfilm.« Schultze fristet sein Leben seit Jahr und Tag in einem kleinen anhaltischen Ort. Bezeichnenderweise ist einziges Wahrzeichen des Ortes ein riesiger Berg aus Kali-Abraum. Eines Tages werden Schultze und seine Kumpels Manfred und Jürgen in den Vorruhestand geschickt. Während diese sich mehr und mehr dem Nichts ergeben, entdeckt Schultze ein Leben hinter dem Berg. Aus seinem polkageschundenen Akkordeon entlockt der Hobby-Musiker feurige Südstaatenklänge. Vor die Wahl gestellt, wieder in den gleichen Trott zurückzufallen oder als anhaltischer Freak zu enden macht Schultze

sich eines Tages auf in die neue Welt: Während seine Kumpels zuhause an seiner Legende basteln, irrt Schultze durch die Sümpfe, begegnet französisch-sprechenden Cajuns, Zydeco-Musikern und tritt in düsteren Clubs auf. Schließlich gelangt er nach New Orleans...

Regisseur Michael Schorr, Absolvent der HFF-Babelsberg, engagierte als seinen Filmhelden Horst Krause. Von Halle/Teutschenthal aus ging es an 20 Drehtagen 5.000 Meilen durch Louisiana/Texas. Michael Schorrs Diplomfilm »Leben 1,2,3« war im Wettbewerb »Cinefoundation« in Cannes 2000 zu sehen. Das sein Kinospielembüt, mit 429.654,93 EUR von der MDM gefördert, zu ähnlichen Ehren kommt, will Jens Körner zumindest nicht ausschließen: »So ein ganz normaler Spielfilm ist »Schultze gets the blues« natürlich nicht.« ■

Paul Klinger



Mathilda



## Förderentscheidungen vom 04.11.2002

## Einreichtermine

Mitteldeutsche Medienförderung  
www.mdm-online.de

03.02., 14.04., 30.06., 25.08. und 06.10.2003

Filmförderungsanstalt  
www.ffa.de

programmfüllende Filme:	31.01.03
Verleih/Vertrieb	31.01.03
Videoprogrammanbieter	31.03.03
Videotheken	31.03.03
Filmtheater	31.01.03
Drehbücher	31.01.03
Forschung/Rationalisierung	laufend
Filmberufliche Weiterentwicklungs	laufend

Kulturelle Filmförderung des Bundes  
www.filmfoerderung-bkm.de

Förderungen	
Produktion/Drehbuch für Spiel- und Dokumentarfilm	01.03.03
Produktion/Drehbuch für Kinder- und Jugendfilm	15.01.03
Kurzfilm	15.01.03
Preise	
Innovationspreis	31.07.03
Verleihförderung	31.01.03
Kinoprogrammpreis	31.01.03

MEDIAplus  
www.mediadesk.de

Projektentwicklung (Development)  
Einzelprojekte/Single Projects (Spielfilm, Kreativer  
Dokumentarfilm, Animation, Multimedia)  
voraussichtlich ab Dezember 2002 fortlaufend  
Packeförderung/Slate Funding  
voraussichtlich ab Dezember 2002 fortlaufend  
Vertrieb und Verleih (Distribution)  
TV – Ausstrahlung (31/2002)  
voraussichtlich Mitte Februar 2003  
Promotion (40/2002)  
Für Veranstaltungen zwischen dem 1.06. und 31.12.03  
15.01.03  
Festivals (74/2002)  
Für Festivals zwischen dem 15.04. und 30.09.03  
16.12.02  
Für Festivals zwischen dem 01.10.03 und 30.04.04  
25.04.03

## Produktion

## Mitten ins Leben

Genre: Kinderfilm  
Produzent: Kinderfilm GmbH  
Autor: Michael Demuth  
Regie: Karola Hattop  
Fördersumme: 513.000,00 EUR

## Filmpaket Bibel-TV

Synchronisation und  
Videobearbeitung  
Produzent: Bibel - TV  
Fördersumme: 80.000,00 EUR

## Genesis II

Genre: Natur/Abendteuer  
Produzent: LOOKS Film & TV GmbH  
Autor: Frederic Lepage  
Regie: Laurent Laprot  
Fördersumme: 455.000,00 EUR

## Fahrerflucht

Genre: Thriller/Kurzfilm  
Produzent: Schmidt Katze Film- und  
Fernsehproduktion GmbH  
Autor: Henner Kotte, Martin Menzel  
Regie: Martin Menzel  
Fördersumme: 69.000,00 EUR

## Waiting for the Clouds

Genre: Drama  
Produzent: Flying Moon  
Filmproduktion GmbH  
Autor: Yeshim Ustaoglu  
Regie: Yeshim Ustaoglu  
Fördersumme: 190.000,00 EUR

## Mathilda

Genre: Liebesfilm  
Produzent: SUNSET Movie production  
Autor/Regie: Rene Reinhardt  
Fördersumme: 65.000,00 EUR

## Projektentwicklung

## Canada

Genre: Komödie  
Produzent: AMBA Film GmbH  
Autor: Richard Huber, Beatrice  
Ottersbach  
Regie: Richard Huber  
Fördersumme: 70.000,00 EUR

## Das Rollerblade – Rennen

Genre: Kinderfilm  
Produzent: Cinecentrum Berlin GmbH  
Autor: Arne Nolting, Jan Martin  
Scharf  
Regie: offen  
Fördersumme: 41.000,00 EUR

## Der rote Rabbi

Genre: Dokumentarfilm  
Produzent: SUNSET Movie production  
Fördersumme: 25.000,00 EUR

## The Scape

Genre: Fantasy  
Produzent: L.E. Vision Film- und  
Fernsehproduktion GmbH  
Autor: Phillippe Vartan Khazarian  
Regie: Phillippe Vartan Khazarian,  
Philip Cantlon  
Fördersumme: 45.000,00 EUR

## Stoffentwicklung

## Briefe aus Prag

Genre: Liebesfilm  
Autor: Miriam Pfeiffer  
Fördersumme: 24.000,00 EUR

## Don't ever leave me

Genre: Drama  
Autor: Johannes Thielmann  
Fördersumme: 17.500,00 EUR

## Verschwörungen

Genre: Psychothriller  
Autor: Christian Frosch  
Fördersumme: 17.500,00 EUR

## Verleih/ Vertrieb

## Führer Ex

Genre: Drama  
Verleiher: TOBIS Studio Canal GmbH  
& Co. KG  
Fördersumme: 44.000,00 EUR

## Abspiel/Präsentation

## Quits

Genre: Kurzspielfilm  
Produzent: Risiko Film GbR  
Autor: Daniel Heckenbücker,  
Marcel-Kyrill Gardelli  
Regie: Daniel Heckenbücker  
Fördersumme: 1.895,53 EUR

## Impressum

MDM Infomagazin Trailer

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

Redaktionsleitung: Frank Salender  
Autoren dieser Ausgabe: Thomas Grosse,  
Bernd Friedrich, Wolfgang Otto, Tom  
Werner, Frank Salender, Bea Wölfling,  
Paul Klingner

Fotografen dieser Ausgabe: Thomas  
Schulze, Uwe Erler, Peter Kossok

Redaktionsschluss: 29.11.02

Verlag, Vertrieb, Anzeigen:  
zitadelle medien GmbH  
Büro Berlin  
Rauchstraße 21, 10787 Berlin  
Telefon: (030) 263 9 17 0  
Telefax: (030) 263 9 17 11  
e-mail: zitadelle.medien@t-online.de

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

Gestaltung: Susann Unger

Anzeigenpreise:  
Preisliste Nr. 4, gültig ab 01.01.02

Gerichtsstand und Erfüllungsort: Leipzig

Druck: Jütte-Messdruck Leipzig

Erscheinungsweise:  
6 mal jährlich  
Ausgabe 01/2003  
Redaktionsschluss: 20.01.03  
Ersterscheinungstag: 31.01.03

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