



**MEDIA** DESK  
**SUISSE**

MEDIA in der Schweiz 2006-2012

# Inhaltsverzeichnis

<b>Editorial</b> <b>Blick zurück nach vorn</b>	5
<b>Das MEDIA-Programm</b> <b>755 Mio. Euro über sieben Jahre</b>	6
<b>Produktion</b> <b>114 geförderte Schweizer Projekte</b>	8
Interview mit Christian Davi, Hugofilm Productions	9
<b>Promotion</b> <b>150 Veranstaltungen im Jahr</b>	10
Interview mit Gudula Meinzolt, Visions du Réel	11
<b>Das MEDIA-Netzwerk</b> <b>Der Zugang zur Welt</b>	12
<b>Verleih</b> <b>Ein Drittel des Jahresbudgets</b>	14
Interview mit Felix Hächler, Filmcoopi Zürich	15
<b>Screening</b> <b>Jedes zehnte Schweizer Kino</b>	16
Interview mit Edna Epelbaum, Cinepel und Cinevital	16
<b>Video-on-Demand und digitaler Vertrieb</b> <b>Jederzeit und überall</b>	17
Interview mit Alessandra Moresco, UniversCiné Switzerland	17
<b>Training</b> <b>2'000 Filmschaffende im Jahr</b>	18
Interview mit Denis Rabaglia und Pierre Agthe, FOCAL	19
Interview mit Elodie Brunner, Box Productions	20
<b>Pilotprojekte</b> <b>Neue Entwicklungen für die Industrie</b>	21
<b>Creative Europe</b> <b>Film und Kultur als Wirtschaftsfaktor</b>	22



Ein Blick zurück.  
Sieben Jahre **MEDIA** in der Schweiz.

# Impressum

4 Publikation: MEDIA Desk Suisse, August 2013  
Redaktionsleitung: Corinna Marschall  
Redaktionelle Betreuung: Karin Bitterli, Nathalie Gachet

Konzept und Gestaltung: Köhler, Werbung & Design  
Übersetzung: Karin Bitterli  
Druck: Schneider Druck

Titelseite: «Verliebte Feinde» von Werner Swiss Schweizer, 2013  
Seite 3: «Dawn» von Romed Wyder, 2013  
Seite 7: «Opération Casablanca» von Laurent Nègre, 2011  
Seite 23: «Lovely Louise» von Bettina Oberli, 2013

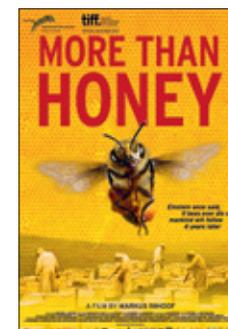
MEDIA Desk Suisse  
Neugasse 6  
8005 Zürich  
Tel +41 43 960 39 29  
info@mediadesk.ch  
www.mediadesk.ch

MEDIA Desk Suisse wird vom Bundesamt für Kultur BAK und dem MEDIA-Programm der Europäischen Union unterstützt.



 Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement des Innern EDI  
Bundesamt für Kultur BAK



# Blick zurück nach vorn



**Corinna Marschall**  
Geschäftsführerin MEDIA Desk Suisse

Das aktuelle MEDIA-Programm läuft Ende 2013 aus – die Schweiz muss über die Mitgliedschaft im Nachfolgeprogramm Creative Europe entscheiden und einen neuen Vertrag aushandeln. Wir nehmen dies zum Anlass für einen Blick zurück auf die Schweizer Teilnahme an MEDIA seit 2006 und fragen Branchenvertreterinnen und -vertreter nach ihren Erfahrungen.

Die Teilnahme am MEDIA-Programm zahlt sich für die Schweiz in mehrfacher Hinsicht aus: einerseits in Form von direkten Förderbeiträgen, die an Schweizer Firmen und Institutionen fließen, andererseits durch die Zugehörigkeit zu einem internationalen Netzwerk und durch Investitionen ausländischer Verleiher in Schweizer Filme.

111 Schweizer Firmen sind bisher in den Genuss von MEDIA-Geldern gekommen, viele davon mehrfach. Über 250 Schweizer Filmschaffende haben an von MEDIA geförderten Weiterbildungen teilgenommen. Daraus sind über die Jahre zahlreiche erfolgreiche Projekte und Partnerschaften entstanden. Mittlerweile wird jeder zweite europäische Film, der ins Kino kommt, mit MEDIA-Unterstützung entwickelt oder vertrieben. Das zeugt von der enormen Reichweite des Programms.

Berechnet man sowohl die direkten Förderbeiträge an Schweizer Firmen als auch die Vorteile für Schweizer Personen und Projekte, die im Ausland von MEDIA profitieren, dann fließen jährlich knapp vier Millionen Euro in die Schweizer Filmbranche. Ganz zu schweigen von den Kontakten durch den Zugang zum Netzwerk. All dies ist in den letzten Jahren zu einer essentiellen Ergänzung der Schweizer Filmförderung geworden.

MEDIA hilft Filmen mit internationalem Potential, den Sprung über die Landesgrenze hinaus zu schaffen. Durch seinen umfassenden Ansatz hat das Programm schon viele Karrieren von Filmschaffenden massgeblich geprägt.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft sind Wachstumsfaktoren. Das Programm Creative Europe wird verstärkt in diese Bereiche investieren. Es ist wichtig, dass die erfolgreiche Arbeit von MEDIA auch in den kommenden sieben Jahren im Rahmen von Creative Europe weitergeführt wird, so dass sich die Schweizer Filmbranche dauerhaft im internationalen Kontext etablieren kann.

# Das MEDIA-Programm

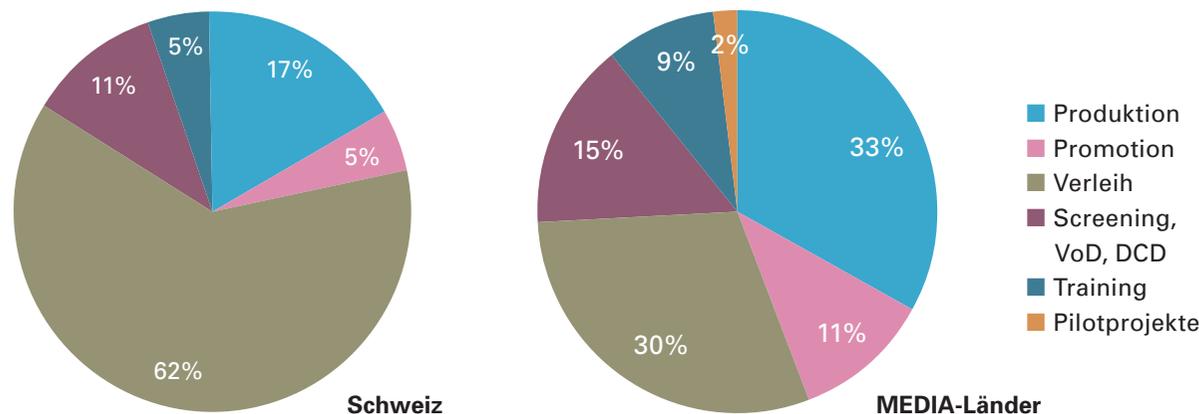
6 Das MEDIA-Programm unterstützt den audiovisuellen Sektor Europas. In den letzten sieben Jahren wurden rund 755 Mio. Euro an Fördergeldern vergeben. Die Ziele des Programms sind eine wettbewerbsfähige audiovisuelle Industrie, die grenzüberschreitende Verbreitung europäischer Filme sowie die kulturelle Vielfalt. Um dies zu erreichen, werden audiovisuelle Werke von der Entwicklung bis zum Vertrieb unterstützt.

Die Schweiz ist seit 2006 Teil des MEDIA-Netzwerkes. Jährlich fließen dadurch knapp vier Mio. Euro Fördergelder in die hiesige Filmindustrie. Mindestens ebenso wichtig für Schweizer Filmschaffende ist die Möglichkeit, an MEDIA-geförderten Vernetzungsaktivitäten und Weiterbildungen teilnehmen zu können.

MEDIA existiert nicht nur in Brüssel: In 32 Mitgliedsländern gibt es insgesamt über 40 MEDIA Desks und Antennen mit dem direkten Draht zur Branche. Sie bilden ein wertvolles Netzwerk und vermitteln unbürokratisch Kontakte.

In der Schweiz wird MEDIA von MEDIA Desk Suisse vertreten. Die Anlaufstelle in Zürich informiert über das Programm, hilft beim Vorbereiten der Anträge, organisiert Branchentreffen und unterstützt die Kreativen an Festivals und Märkten im In- und Ausland.

Verteilung der MEDIA-Gelder auf die Förderbereiche 2006 bis 2012



In der Schweiz, wo jedes dritte Kinoticket für einen europäischen Film gekauft wird, fliesst ein Grossteil der MEDIA-Fördergelder in den Verleih. Das Land steht bei der MEDIA-Verleihförderung europaweit an fünfter Stelle. Die Schweizer Verleiher tragen damit ihren Teil zu einem Hauptanliegen von MEDIA bei: ein vielfältiges Angebot in Europas Kinos zu sichern. Bei den Produktionsfirmen sieht es anders aus, da die europaweite Konkurrenz mittlerweile sehr gross ist. Zudem sind Schweizer Produktionsfirmen eher klein und produzieren mit vergleichsweise niedrigen Budgets. In den anderen Förderbereichen erzielt die Schweiz in Anbetracht ihrer Grösse sehr gute Ergebnisse.



# Produktion

8 Das MEDIA-Programm unterstützt Produzenten beim Entwickeln von Filmprojekten und interaktiven Werken, beim Herstellen multinationaler TV-Koproduktionen und bei der Deckung der Finanzierungskosten. Die Finanzierung der Herstellung von Kinofilmen wird den nationalen Förderinstitutionen überlassen. Durch die Unterstützung gewinnen die Produzenten Zeit, ihre Projekte bis zur europäischen Marktreife zu entwickeln.

Seit 2011 werden Finanzinstitute durch den europäischen Garantiefonds dazu ermutigt, Filmkredite zu sprechen – auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten.

In der Schweiz haben seit 2006 insgesamt 36 Produktionsfirmen aus drei Sprachregionen von einer MEDIA-Förderung profitiert.

114

Schweizer Filmprojekte wurden zwischen 2006 und 2012 mit MEDIA-Unterstützung entwickelt.

44%

davon wurden bereits im Kino oder Fernsehen ausgewertet. Diese Quote ist hoch und spricht für die Qualität der Entwicklung.



2006



2008



2010



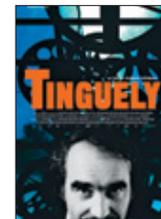
2012



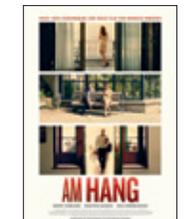
2009



2011



2013



Beispiele für MEDIA-geförderte Schweizer Filme

**Christian Davi ist Produzent und Mitinhaber von Hugofilm Productions. Die Firma hat seit 2006 dreimal den Zuschlag für ein MEDIA-Slate und einmal eine i2i-Förderung erhalten. Dadurch konnten zwölf Projekte bereits in der Entwicklungsphase unterstützt werden – sechs davon wurden bisher im Kino ausgewertet.**

**Was haben die MEDIA-Förderungen für Hugofilm als Firma bedeutet?**

Man muss verstehen, dass Slate-Eingaben bei MEDIA eine aufwendige Angelegenheit sind, besonders beim ersten Mal. Für Hugofilm war die Erstellung des Dossiers jedes Mal ein Anlass, sowohl über unsere Projekte als auch über die Struktur und Ausrichtung unserer Firma zu diskutieren. Dieser wiederholte Prozess war im Nachhinein betrachtet sehr wertvoll für die Professionalität unserer Arbeit und hätte sich auch gelohnt, wenn die Eingaben nicht erfolgreich gewesen wären.

MEDIA hat der Firma eine gewisse Sicherheit bei der Projektentwicklung gegeben. Insbesondere mussten wir das unternehmerische Risiko nicht auf den Erfolg der Herstellungsfinanzierung schieben. Dies scheint leider immer noch oft der Fall zu sein und führt zwangsläufig zu Konflikten zwischen Produktion und Kreativen.

**Welchen Einfluss hatten die Fördermittel auf die Projekte?**

Der MEDIA-Finanzierungsanteil der zwölf Projekte liegt zwischen 38 und 49% der Entwicklungsausga-

ben. Von Vorteil ist, dass spezifische Massnahmen finanziert werden können, die mit einer rein schweizerischen Finanzierung das Budget gesprengt hätten, respektive in den Budgetvorlagen gar nicht vorgesehen sind.

Die Gelder haben uns die Möglichkeit gegeben, unsere Projekte breiter zu entwickeln und bereits in der Entwicklungsphase mit projektspezifischen Fachkräften zu arbeiten – und die an der Projektentwicklung Beteiligten auch korrekt bezahlen zu können. Wir können dank der höheren Budgets auch mal etwas frühzeitig testen, und nicht erst in der intensiven Phase kurz vor dem Dreh. Zuweilen können wir es uns auch leisten, ein Projekt abzubrechen. Dies hat letztendlich dazu geführt, dass wir mit unseren Herstellungseingaben im In- und Ausland sehr erfolgreich waren.

**Habt Ihr noch in anderer Weise von MEDIA profitiert?**

Neben der Entwicklungsförderung haben wir auch von i2i, Koproduktionstreffen und Weiterbildungen profitiert. Mit der i2i-Finanzierungshilfe konnten wir zum Beispiel einen Teil der Filmversicherung für «Sommervögel» bezahlen. Wir nehmen regelmässig an Koproduktionstreffen teil und haben mit diversen Projekten in MEDIA-Trainings wie dem *Torino FilmLab*, *Eurodoc*, *Ekran*, dem *Talent Campus* der Berlinale oder auch kürzlich beim ersten *i\_doc* in Nyon gute Erfahrungen gemacht. Das Angebot an Massnahmen ist sehr reichhaltig und erlaubt es uns, für jedes Projekt einen optimalen Weg zu definieren. Diese

Veranstaltungen sind oft sowohl inhaltlich als auch für das Netzwerk der Firma sehr wertvoll. Gerade für die isolierte und sprachlich zersplitterte Schweiz sind internationale Kontakte wichtig – sie tragen zur Professionalisierung unserer Arbeit bei und ermöglichen den unabdingbaren Austausch mit Gleichgesinnten.

**Hat MEDIA geholfen, das internationale Marktpotential der Projekte zu verbessern?**

Mit MEDIA finanzieren wir insbesondere Projekte, die internationale Ambitionen haben und in diesem sehr harten Wettbewerb mithalten wollen. Bei der Finanzierung und Positionierung der Projekte haben wir gute Erfahrungen gemacht. Die Tatsache, dass ein Projekt MEDIA-Förderung erhalten hat, verlieh unserer Firma zusätzlich Glaubwürdigkeit und gab potentiellen Partnern Vertrauen.

**Wie seht Ihr die Zukunft des MEDIA-Programms in der Schweiz?**

Wir hoffen sehr, dass die Schweiz Teil des MEDIA-Programms bleibt. Die Projektentwicklung von Filmen ist ein unsicheres und finanziell riskantes Terrain. Wir entwickeln da einen Prototypen. Darum ist es wichtig, ein flexibles und gut ausgebautes Instrument wie MEDIA zu haben.

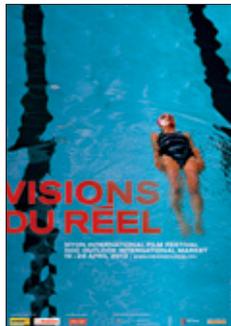
# Promotion

10 MEDIA investiert jedes Jahr über 13 Mio. Euro in die Promotion von europäischen Filmen und in die Vernetzung der Filmbranche. Unterstützt werden Filmfestivals, Märkte, Koproduktionstreffen und Promotionsinitiativen.

Festivals sind ein wichtiger Ort der Begegnung zwischen dem Publikum und den Kreativen. Sie bieten jedem die Möglichkeit, Entdeckungen innerhalb der grossen Vielfalt des europäischen Kinos zu machen.

MEDIA fördert Initiativen, die den Filmen auch über das Festival hinaus zu mehr Präsenz und grösseren Chancen auf eine kommerzielle Auswertung verhelfen. Dazu gehört auch, neue Publikumsgruppen anzusprechen. In der Schweiz wurden bisher die Festivals Visions du Réel, Tous Ecrans, Kurzfilmtage Winterthur und Fantoche gefördert.

Auf Koproduktionstreffen und Filmmärkten knüpft die Branche internationale Kontakte und tauscht Ideen aus. Sie erleichtern die Zusammenarbeit über Landesgrenzen hinweg und dienen dem Verkauf von Filmen. Über MEDIA-Gemeinschaftsstände können auch kleine Firmen zu vergünstigten Konditionen an den grossen internationalen Märkten teilnehmen. In der Schweiz werden der Doc Outlook – International Market in Nyon und die Locarno Industry Days unterstützt.



Der Doc Outlook – International Market wird seit 2006 von MEDIA gefördert.



Das Animationsfilm-Festival Fantoche wird seit 2009 von MEDIA unterstützt.



Die Industry Days Locarno erhalten 2013 zum zweiten Mal MEDIA-Förderung.

Über **150** Festivals, Filmmärkte und Koproduktionstreffen werden jährlich von MEDIA gefördert.

**Gudula Meinzolt leitet seit zwei Jahren den Doc Outlook – International Market des Festivals Visions du Réel. Seit 2006 wird der Markt von MEDIA unterstützt und konnte so seine Aktivitäten auf internationaler Ebene ausbauen. In den Jahren 2005 und 2006 erhielt auch das Festival MEDIA-Förderung.**

## **Was ist das besondere Profil des Festivals?**

Visions du Réel und der Doc Outlook – International Market sind bekannt für die Vielfalt des erzählerisch und ästhetisch innovativen Dokumentarfilms. Dieses Profil wird von vielen erfahrenen Branchenvertretern sehr geschätzt, die jedes Jahr wieder nach Nyon kommen, weil sie hier eine ideale Plattform und Unterstützung für ihre Arbeit finden.

## **Welche Initiativen wurden durch MEDIA-Gelder ermöglicht?**

MEDIA unterstützt den Doc Outlook – International Market seit vielen Jahren, zur Zeit bereits zum zweiten Mal innerhalb eines mehrjährigen Partnerschaftsvertrags. Wir sind stolz auf diesen Vertrauensbeweis. Unsere Arbeit umfasst mittlerweile alle Phasen der Filmproduktion: von der Entwicklung und der Koproduktion (*Pitching du Réel*) über die Phase des Schnitts (*Rough Cut Lab*) bis hin zur Postproduktion (*Docs in Progress*), zur Promotion und zum Vertrieb (*Media Library*). Im Rahmen des *Doc Think Tank* werden aktuelle Themen rund um das Filmemachen diskutiert. Eine Reihe weiterer Aktivitäten fördert die professionelle Vernetzung und die Weiterbildung. Viele dieser

Aktivitäten konnten erst durch die Unterstützung von MEDIA entwickelt und umgesetzt werden.

## **Ist der Markt durch die MEDIA-Förderung internationaler geworden, z.B. durch die Möglichkeit, Entscheidungsträger einzuladen?**

Internationale Entscheidungsträger könnten wir ohne die MEDIA-Förderung nur in sehr begrenztem Umfang einladen. Ein Dokumentarfilmmarkt lebt naturgemäss vom Austausch und von der Zusammenarbeit, gerade auch über die Grenzen hinweg. So steht das Koproduktionsforum *Pitching du Réel* im Zentrum unserer Aktivitäten, bei dem erst die Kooperation von Entscheidungsträgern aus verschiedenen Ländern den Zugang zur Finanzierung und zum Vertrieb in dem jeweils eigenen Markt ermöglicht. Wir laden ganz gezielt mögliche Partner aus den verschiedenen Bereichen wie Fernsehen, Produktion, Finanzierung und Vertrieb / Verleih ein.

## **Hat die Förderung durch MEDIA den Bekanntheitsgrad des Markets und des Festivals gesteigert?**

Ganz sicher. MEDIA ist sehr daran interessiert, die von dem Programm geförderten Initiativen innerhalb und ausserhalb der Branche bekannt zu machen und die Branchenvertreter auch untereinander zu vernetzen. Dabei ist die Förderung auch so etwas wie ein Qualitätssiegel. Über die Jahre hinweg ist eine Community entstanden, innerhalb derer intensive Kontakte gepflegt sowie Ideen und Anregungen ausgetauscht werden.

## **Wurde die Zusammenarbeit mit anderen Institutionen angeregt?**

Wir haben uns dieses Jahr sehr über unsere Zusammenarbeit mit der Fachhochschule SUPSI Lugano rund um die neue MEDIA-Trainingsinitiative *i\_doc: Workshop for Expanded Documentaries* gefreut. Sie ist die ideale Kombination von Fortbildung, der Entwicklung neuer Ideen, der Einbindung in den internationalen Markt sowie dem Kontakt zu Entscheidungsträgern und Kooperationspartnern.

## **Wie wirkt sich die Mitgliedschaft bei der von MEDIA geförderten Doc Alliance Online-Plattform aus?**

Festivals erfüllen eine wichtige Funktion für den Vertrieb, Verkauf und Verleih und tragen Verantwortung dafür, dass die ausgewählten Dokumentarfilme ein grösseres Publikum finden. Wir versuchen durch verschiedene Initiativen wie dem *Docs in Progress*, zahlreiche Diskussionsveranstaltungen sowie durch die Zusammenarbeit mit dem europäischen Verleihverband Europa Distribution, Dokumentarfilme ans Publikum zu bringen. Die Mitgliedschaft bei Doc Alliance (dafilms.com) spielt dabei seit Jahren eine wichtige Rolle. Das Portal zeigt von allen Festivals ein Best-of und wir machen bei allen sieben der an der Plattform beteiligten Festivals gezielt Werbung.

**Mehr auf [visionsdureel.ch](http://visionsdureel.ch)**

# Das MEDIA-Netzwerk

12

## MEDIA-Mitgliedsländer ■

Das MEDIA-Programm umfasst 32 Mitgliedsländer: Belgien, Bulgarien, Dänemark, Deutschland, Estland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Holland, Irland, Island, Italien, Kroatien, Lettland, Liechtenstein, Litauen, Luxemburg, Malta, Norwegen, Österreich, Polen, Portugal, Rumänien, Schweden, Schweiz, Slowakei, Slowenien, Spanien, Tschechische Republik, Grossbritannien, Ungarn, Zypern.

## MEDIA Mundus ■

MEDIA Mundus trägt die europäische Filmbranche in die Welt hinaus. Gefördert werden gemeinsame Initiativen von europäischen und aussereuropäischen Veranstaltern in den Bereichen Training, Marktzugang und Verleih.

Auf der Karte sind Länder eingefärbt, die 2013 an MEDIA Mundus-Projekten beteiligt waren.

## European Filmpromotion EFP ●

Die European Filmpromotion koordiniert weltweit eine Vielzahl von Aktivitäten zur Vermarktung des europäischen Films und umfasst 35 Mitgliedsorganisationen.

### Zugang zu internationalen Filmmärkten

Mit Hilfe des *Film Sales Supports* und der *EFP Umbrella Offices* werden europäische Werke und Filmschaffende auf den wichtigsten internationalen Filmmärkten vorgestellt. Die *Special Screenings* richten sich speziell an den amerikanischen Markt.

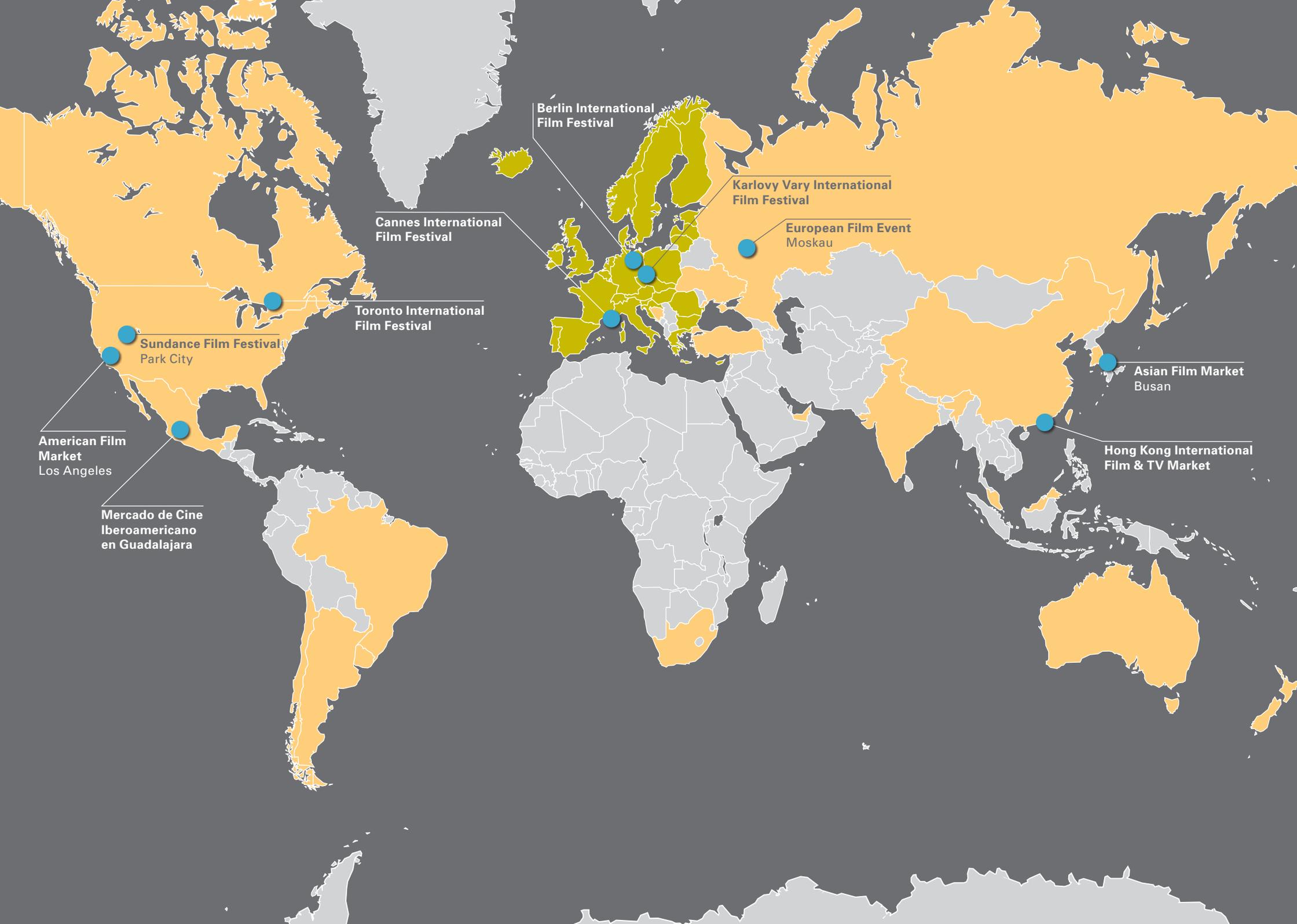
### Networking

Bei *Producers on the Move* in Cannes und im *Producers Lab* Toronto treffen sich ausgewählte Produzentinnen und Produzenten, um über ihre Projekte zu diskutieren und internationale Partner zu finden.

### Talent Promotion

*Shooting Stars* präsentiert jährlich an der Berlinale zehn junge Schauspieltalente aus Europa. Sie erhalten dort direkten Zugang zu internationalen Agenten.

*10 European Directors to Watch* und *European Directors in Busan* bieten jungen Filmschaffenden aus Europa die Möglichkeit, Presse, Industrie und Publikum an den Filmfestivals von Karlovy Vary und Busan kennenzulernen.



American Film Market  
Los Angeles

Mercado de Cine Iberoamericano en Guadalajara

Sundance Film Festival  
Park City

Toronto International Film Festival

Cannes International Film Festival

Berlin International Film Festival

Karlovy Vary International Film Festival

European Film Event  
Moskau

Hong Kong International Film & TV Market

Asian Film Market  
Busan

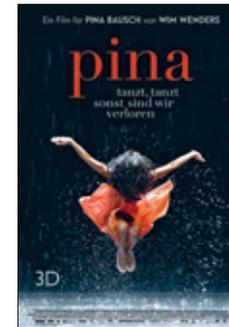
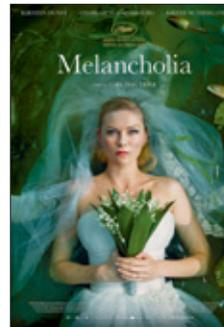
# Verleih

14 MEDIA unterstützt den Verleih von europäischen Filmen ausserhalb ihres Herkunftslandes. Das Programm gibt dafür jährlich über 30 Mio. Euro aus – fast ein Drittel des Gesamtbudgets. Dieses Geld fliesst an Verleihfirmen und internationale Weltvertriebe.

Davon profitiert in der Schweiz vor allem das Publikum, denn die Investitionen der Schweizer Verleihfirmen tragen einen wichtigen Teil zur Angebotsvielfalt in allen Sprachregionen bei.

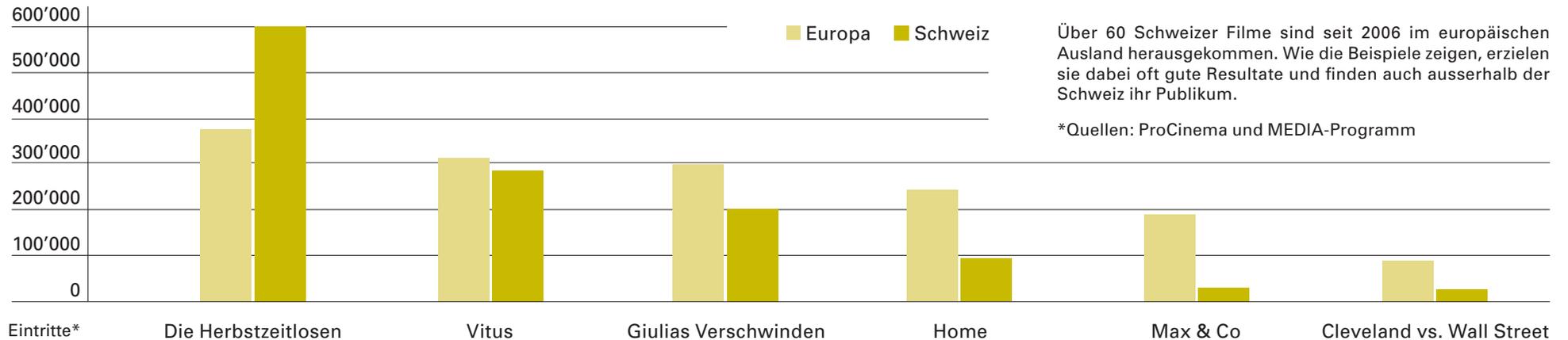
Auch Schweizer Filme haben dadurch eine grössere Chance, im Ausland einen Verleiher zu finden. Zwischen 2006 und 2012 sind 32 davon mit MEDIA-Unterstützung in 23 Ländern herausgebracht worden. «Sister» von Ursula Meier konnte zum Beispiel durch MEDIA in 15 europäische Länder verkauft werden.

**33%** der Schweizer Kinotickets wurden 2012 für einen europäischen Film gekauft.



## Kinoeintritte Schweiz und Europa

Beispiele für MEDIA-geförderte europäische Filme in Schweizer Kinos



**Felix Hächler ist Mitinhaber des 1972 gegründeten Verleihs Filmcoopi Zürich. Seit 2006 hat die Firma mehr als 50-mal MEDIA-Förderung für die Investition in nichtnationale europäische Filme erhalten.**

**Was bedeutet MEDIA für die Filmlandschaft in der Schweiz?**

Filmcoopi gehörte schon bei EFDO\* zu den grossen Befürwortern einer Europäischen Verleihförderung, denn nur sie garantiert Vielfalt in unseren Kinos. Die MEDIA-Verleihförderung hat eine positive Auswirkung auf den Markt: Europäische Filme kommen vermehrt und mit grösserer Kraft in die Schweizer Kinos und bieten der amerikanischen Einheitsware Paroli.

**Beeinflusst die MEDIA-Förderung Eure Filmauswahl?**

Die Förderung ermöglicht es uns einerseits, starke europäische Filme mit mehr Schubkraft an ihr Publikum heranzuführen, andererseits aber auch riskantere, künstlerisch wertvolle Filme ins Kino zu bringen. Sie hilft uns dabei, das kommerzielle Risiko ein wenig abzufedern.

**Ein aktuelles Thema ist die Digitalisierung. Wie wirkt sie sich auf die Arbeit der Verleiher aus?**

Schon seit Jahren nimmt das Marketing einen immer grösseren Stellenwert ein und mit der Digitalisierung hat sich dieser Effekt noch verstärkt. Die Gefahr, auf

dem Markt vergessen zu gehen ist markant gestiegen, weil dank der Digitalisierung jeder Verleiher bei Erfolg sofort DCPs (digitale Kopien) nachliefern kann. Wenn man nicht präsent ist und ein Film deswegen schlecht lanciert wird, wird er sofort durch andere verdrängt. Somit wird das durch den Wechsel zur Digitalisierung eingesparte Geld vollumfänglich ins Marketing gesteckt. Und genau da ist die Unterstützung durch das MEDIA-Programm für nichtnationale europäische Produktionen elementar.

**Ihr habt Euch auch an MEDIA-Pilotprojekten wie Waveback beteiligt – was verbirgt sich dahinter?**

*Waveback* ermöglicht es, Inhalte wie Trailer, Filmstills etc. in eine zentrale Datenbank einzuspeisen und anschliessend mit wenigen Klicks auf Online-Plattformen und Social Networks zu verbreiten. Die Plattform dient dazu, Zeit zu sparen. Wir fanden die Idee interessant und es entstand ein reger Austausch zwischen den in das Projekt involvierten Verleihern.

**Gibt es noch weitere solche Kooperationen?**

Über MEDIA haben sich einige Kooperationen ergeben, insbesondere in der Organisation Europa Distribution. Sie betreffen die Produktion von Trailer-DCPs und Film-DCPs, aber auch das Marketing. Da ist zum Beispiel die Förderung der Digitalisierung über die *European Digital Cinema Library*. *EDCL* ist ein Projekt von

Europa Distribution, das MEDIA-gefördert ist. Die ca. 60 angeschlossenen Verleiher erhalten darüber Unterstützung für die Herstellung von DCPs und Beratung für die digitale Lancierung von Filmen. Ausserdem wird eine Online-Bibliothek von DCPs geschaffen.

Wir beteiligen uns aber auch an MEDIA Mundus, dem internationalen Ableger von MEDIA, zum Beispiel mit dem kanadischen Film «Café de Flore». Auch hier ist Europa Distribution Organisator und wir sind als Mitglied von Europa Distribution Projektpartner.

**Nehmt Ihr auch an MEDIA-geförderten Weiterbildungen teil?**

Die Weiterbildung läuft oft über Organisationen wie FOCAL oder Europa Distribution, welche wiederum von MEDIA unterstützt werden. Wir haben zum Beispiel an Seminaren zum digitalen Marketing teilgenommen.

**Welche Auswirkung hätte es für den europäischen Film, wenn all diese Förderungen nicht existieren würden?**

Das Wegfallen dieses Programms würde den totalen Zusammenbruch der Europäischen Verleihstrukturen und den Verlust jeglicher Vielfalt bedeuten.

\* EFDO = 1988 gegründete europäische Organisation für Filmvertriebsförderung. Daraus ist später das MEDIA-Programm entstanden.

# Screening

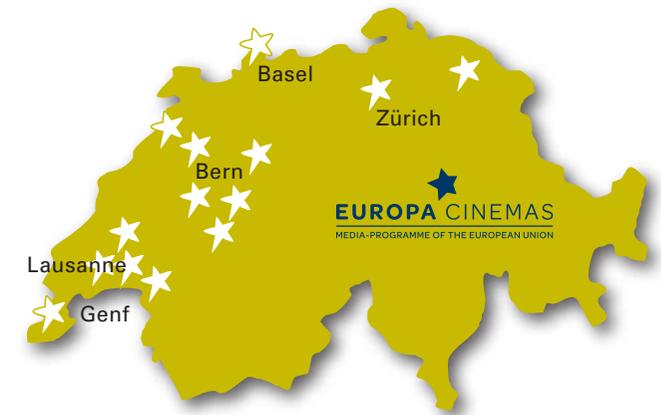
16

Das MEDIA-Programm unterstützt die Kinobetreiber bei der Programmierung von nichtnationalen europäischen Werken und der Digitalisierung ihrer Säle.

Die Beiträge für die Programmierung werden über das internationale Netzwerk Europa Cinemas ausbezahlt, das 1'170 Kinos in 68 Ländern umfasst.

Die Marke Europa Cinemas steht für ein starkes europäisches Kino und besitzt beim Publikum einen hohen Wiedererkennungswert.

Die Schweiz ist mit 29 Kinos verteilt auf 16 Orte gut im Netzwerk vertreten. Das entspricht 10% aller nationalen Kinos.



## Edna Epelbaum Cinepel / Cinevital, Neuchâtel und Biel

**Edna Epelbaum ist seit 2006 Kinobetreiberin in Biel, Neuchâtel und La Chaux-de-Fonds. Von ihren 19 Sälen sind fünf Mitglieder im Europa Cinemas Netzwerk.**

### **Welche Bedeutung haben europäische Filme auf Schweizer Leinwänden?**

Die Schweiz ist sicherlich ein spezielles Land im europäischen Umfeld. In den verschiedenen Sprachräumen variiert auch das europäische Filmangebot. Die Sprachgrenzen sind auch Mentalitätsgrenzen. So kommt es oft vor, dass das Publikum der Westschweiz einen anderen Filmgeschmack an den Tag legt als das Publikum der deutschen oder der italienischen Schweiz. Für das Marketing stellt dies eine fast unüberwindbare Herausforderung dar. Alles in allem ist der europäische Film in der Schweizer Kinoszene jedoch sehr gut vertreten und verhilft den Zuschauern nach wie vor zu einem breiten Kinoangebot.

### **Was sind die Besonderheiten des Schweizer Marktes?**

Wie bereits erwähnt, ist die Schweiz ein besonderes Filmprogrammations-Land mit mehreren Sprachen. Traditionell werden Filme hier mit zweisprachigen Untertiteln gezeigt. Problematisch ist eine neue Tendenz, die DCPs (digitale Kopien) vom «grossen Nachbarn» zu importieren und so nur noch für einen Teil der Bevölkerung zugänglich zu machen. Es gibt immer mehr Filme, die in Originalversion erhältlich sind, jedoch entweder nur mit deutschen oder nur mit französischen Untertiteln – dies spart den Verleihern vielleicht kurzfristig ein paar Franken, führt aber langfristig zu Publikumsverlust. Der Schweizer Markt ist speziell und muss in seiner Vielfalt gepflegt werden.

### **Wozu dienen die von Europa Cinemas gezahlten Subventionen genau?**

Die Vielfalt zu pflegen, kostet. Die Subventionen hel-

fen, die europäische Vielfalt zu erhalten. Mit der Digitalisierung hat sich auch die Programmationspolitik in der Schweiz geändert. Die Filme starten immer öfter in vielen Kinos gleichzeitig, aber nur zu ausgewählten Zeiten. Dies ist auf lange Sicht keine gute Politik, denn gerade dadurch, dass wir gezwungen werden, möglichst viele Filme aufzunehmen, wird den publikumsschwächeren Filmen nicht mehr dieselbe Plattform geboten. Es ist aber wichtig, den Arthouse-Filmen über mehr als eine Spielwoche eine Chance zu geben. MEDIA ist dabei ein wichtiger Partner, der mit seinen Subventionen zusätzlich dazu motiviert, die Filme über einen längeren Zeitraum hinweg zu spielen.

# Video-on-Demand und digitaler Vertrieb

Seit 2007 fördert MEDIA den digitalen Vertrieb von europäischen Filmen. Davon profitieren Video-on-Demand Plattformen (VoD) und Dienstleister im Bereich Digital Cinema Distribution, die digitale Filmkataloge für Kinos anbieten (DCD).

Der VoD-Markt verändert sich rasant. Das Publikum möchte jederzeit und an jedem Ort auf Inhalte zugreifen können. Die Herausforderungen im fragmentierten europäischen Markt sind gross – für Rechteinhaber und Anbieter ist es deshalb wichtig, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln.

Das VoD-Netzwerk UniversCiné wird seit 2007 von MEDIA unterstützt. Entstanden aus einer Initiative von französischen Verleihern und Produzenten, umfasst es heute Plattformen in 14 Ländern. Die neue Schweizer Plattform leKino.ch ist Teil davon.

17

## Alessandra Moresco UniversCiné Switzerland, Genf

**Alessandra Moresco ist Direktorin von UniversCiné Switzerland. Sie hat 2012 leKino.ch lanciert.**

### **Was sind die Aktivitäten von leKino.ch?**

Die Plattform leKino.ch ist auf europäische und internationale Arthouse-Filme spezialisiert, unter besonderer Beachtung des Schweizer Filmschaffens. Zum heutigen Zeitpunkt sind 700 Filme online verfügbar und wir besitzen die Rechte für 2'000 Titel. leKino.ch ist Teil des Verbandes der europäischen VoD-Plattformen EuroVoD.

### **Welche Vorteile bringt die Arbeit in einem Netzwerk?**

Wir arbeiten vor allem zusammen, um auf dem neuesten Stand der Technik zu bleiben und neue Anwendungen zu entwickeln. Ein Ziel des Netzwerkes ist aber auch, einen gemeinsamen Katalog der besten Arthouse-Filme aufzubauen und damit eine bessere Zirkulation von europäischen Filmen in Europa zu erreichen.

### **Was offerieren Sie dem Schweizer Publikum und der Filmbranche im Vergleich zu internationalen Angeboten?**

Wir begleiten die Filme redaktionell, bieten Bonusmaterial, Making-ofs und Interviews an. Auf leKino.ch können ausserdem Werke entdeckt werden, die in der Schweiz bisher weder im Kino noch auf DVD erschienen sind. Unsere Zusammenarbeit mit Schweizer Festivals wie Visions du Réel, den Solothurner Filmtagen oder den Kurzfilmtagen Winterthur gibt den wichtigsten Anlässen in der Schweizer Filmbranche eine Plattform. Auch die Schweizer Filme profitieren von unserer Arbeit, da sie über das EuroVoD-Netzwerk in ganz Europa vertrieben werden.

### **Was sind die nächsten Ziele von leKino.ch?**

Oberste Priorität hat im Moment die Entwicklung von leKino.ch-Anwendungen für verschiedene Plattformen. Dank der Zusammenarbeit mit EuroVoD bieten

wir demnächst die Möglichkeit an, unsere Filme auf dem Mobiltelefon, dem Tablet und dem Fernseher zu schauen. Mittelfristig arbeiten wir an Day-and-Date-Releases, das heisst, Filme gleichzeitig im Kino, auf DVD und auf leKino.ch herauszubringen. In der Schweiz gibt es noch wenig Erfahrung mit diesem Modell, aber Tests unserer europäischen Partner sind vielversprechend verlaufen. Wir können dabei mit dem Verleiher und dem DVD-Vertrieb gemeinsam eine Werbekampagne ausarbeiten, um verschiedene Publikumsgruppen anzusprechen. Eine solche Zusammenarbeit würde den Arthouse-Filmen zu einer besseren Position auf dem Markt verhelfen.

**Mehr auf leKino.ch**

# Training

18

Die Investition in Aus- und Weiterbildung stärkt die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen audiovisuellen Industrie. Jedes Jahr nehmen über 2'000 Filmschaffende aus ganz Europa an den mehr als 60 von MEDIA geförderten Weiterbildungsveranstaltungen teil. Durch die Unterstützung sinken die Kurskosten – ein wichtiger Aspekt in einer von Selbständigen geprägten Branche.

Die Angebote werden jährlich weiterentwickelt, um auf die wechselnden Bedürfnisse der Branche einzugehen. Sie sind eine perfekte Kontaktplattform zum Kennenlernen von Experten, Entscheidungsträgern und Kollegen.

Dadurch haben sich Netzwerke gebildet, die eines der zentralen und vitalen Elemente der europäischen Filmindustrie darstellen.

Über die Jahre ist MEDIA im Bereich Weiterbildung zum Qualitätssiegel geworden. Projekte, die MEDIA-Trainings durchlaufen, haben eine höhere Chance, produziert zu werden.

Die Schweiz ist mit vier geförderten Initiativen in diesem Bereich stark vertreten.

**250**

Schweizer Filmschaffende haben in den letzten sieben Jahren an einer MEDIA-Weiterbildung teilgenommen.

## Geförderte Schweizer Weiterbildungsinitiativen 2006 - 2012



Mit FOCAL besitzt die Schweiz eine europaweit anerkannte und als Partnerin geschätzte Weiterbildungsinstitution für die Filmbranche. Dies zeigt sich in der langjährigen und auf immer mehr Projekte verteilten Förderung durch MEDIA. Seit 2012 gibt es mit der SUPSI noch eine weitere von MEDIA geförderte Institution.

# Denis Rabaglia und Pierre Agthe

FOCAL, Lausanne

**Denis Rabaglia und Pierre Agthe stehen hinter der von FOCAL initiierten Weiterbildung Production Value, die seit ihrem Beginn von MEDIA unterstützt wird. Production Value bietet Regieassistenten und Nachwuchs-Herstellern die Möglichkeit, unter der Leitung von international bekannten Experten an realen Projekten zu arbeiten.**

**Wie viele Regieassistenten und Nachwuchs-Herstellungsleiter wurden seit dem ersten Production Value Workshop ausgebildet?**

Seit 2007 haben 79 Regieassistenten und Nachwuchs-Herstellungsleiter aus 22 Ländern das Programm durchlaufen.

**Was nehmen sie mit?**

Production Value ist für diese Berufsgruppen in Europa die einzige Weiterbildung auf Masterclass-Niveau. Während einer Woche geben die Seniors ihre Erfahrungen im Rahmen einer sehr intensiven gemeinsamen Übung an die Juniors weiter. Diese gehen daraus nicht selten verändert, neu motiviert und mit neuen

Arbeitsmethoden vertraut, hervor. Wir bereiten sie darauf vor, den Schritt von nationalen Produktionen zu internationalen Koproduktionen zu bewältigen – mit allen damit einhergehenden Komplikationen.

**Welchen Nutzen haben die Produzenten, deren Projekte in Production Value bearbeitet werden?**

Eine neutrale und ausgesprochen rigorose Betrachtung ihrer Projekte. Jedes davon wird von je einem Junior und Senior-Regieassistenten und Herstellungsleiter sowie einem Visual-Effects-Supervisor bearbeitet. Zusammen untersuchen sie systematisch die vom Produzenten vorgeschlagene Strategie. Dieser Prozess bringt jedes Mal zusätzliche Schwierigkeiten zum Vorschein, die Produktion und Regie nicht vorhergesehen hatten. Im Rahmen der vorgegebenen Parameter schlagen die Arbeitsgruppen oft alternative Lösungen vor.

**Welche Schweizer Projekte wurden in den letzten Jahren behandelt?**

Zwei Filme wurden bisher realisiert: «Sennentuntschi»

von Michael Steiner und «Mary, Queen of Scots» von Thomas Imbach. Zwei weitere Projekte haben den Workshop durchlaufen, sind aber momentan noch im Entwicklungsstadium: «Global Beach» von Fulvio Bernasconi und «Dog» von Jacob Berger.

**Welche Vorteile bringt die MEDIA-Förderung?**

FOCAL bemühte sich schon immer darum, Aktivitäten über die Schweizer Grenzen hinweg anzubieten, vor allem um die hiesige Filmbranche in die europäische und internationale Filmindustrie einzubinden. Zum einen erlaubt MEDIA den Teilnehmern und Experten, von einem Netzwerk zu profitieren – zum anderen bietet das Programm eine finanzielle Unterstützung von 50% für die Organisation der Weiterbildung. Beides sind wichtige Elemente, die zur Gründung von Production Value beigetragen haben. Ohne die MEDIA-Unterstützung wäre das Seminar vermutlich nicht zustande gekommen.

**Mehr auf [productionvalue.net](http://productionvalue.net)**

# Elodie Brunner

Box Productions, Renens

20

**Elodie Brunner hat am Atelier Ludwigsburg-Paris teilgenommen. Das einjährige Programm richtet sich an junge Produzenten und wird gemeinsam von La Fémis und der Filmakademie Baden-Württemberg organisiert.**

## **Was waren die wichtigsten Vorteile der Weiterbildung?**

In der Schweiz gibt es keine Produzentenausbildung. Meine Ausbildung fand daher «on the job» statt. Durch die Teilnahme am Atelier konnte ich meine Arbeit aus der Distanz betrachten. Ausserhalb des Tagesgeschäfts gab mir dies die Möglichkeit, neue Arbeitsmethoden und andere junge Produzenten kennenzulernen. Es war sehr bereichernd, sich mit Menschen im gleichen Stadium ihrer Karriere austauschen zu können.

## **Welche Fähigkeiten haben Sie sich angeeignet?**

Ich lernte die verschiedenen Finanzierungssysteme in Europa, besonders in Deutschland und Frankreich,

kennen – und durch den fast achtmonatigen Aufenthalt in Deutschland auch die Sprache. Wir haben verschiedene Vertreter von regionalen und nationalen Förderstellen kennengelernt. Dadurch habe ich jetzt das Gefühl, die Fähigkeiten, Kenntnisse und das Netzwerk zu besitzen, um Financiers und Entscheidungsträgern mit dem nötigen Selbstvertrauen zu begegnen.

## **Hat das Atelier Ihre Karriere beeinflusst?**

Auf jeden Fall. Ich bin danach – gestärkt durch meine neuen Fähigkeiten – in der Funktion einer Produzentin zu Box Productions zurückgekehrt.

## **Konnten Sie Kontakte für künftige Zusammenarbeiten knüpfen?**

Das Netzwerk ist vielleicht einer der wichtigsten Aspekte dieser Weiterbildung. Ich arbeite heute mit mehreren Personen zusammen, die mit mir am Ate-

lier teilgenommen haben – sie befinden sich an verschiedenen Stellen und in unterschiedlichen Domänen im Projektablauf: Einer kümmert sich um den Vertrieb unserer Kurzfilme, eine andere arbeitet als Verkaufsleiterin bei Eclair und ich habe beste Kontakte zu Mitarbeitern in Produktionsfirmen in Paris, in der Tschechischen Republik, in Belgien oder Deutschland. Da wir zusammen in einem Studentenheim wohnten, haben wir uns sehr gut kennengelernt und so für die Zusammenarbeit wichtiges Vertrauen aufgebaut.

**Mehr auf [atelier-ludwigsburg-paris.de](http://atelier-ludwigsburg-paris.de)**

# Pilotprojekte

Pilotprojekte entwickeln technische Innovationen für den audiovisuellen Markt. Für das MEDIA-Programm sind die daraus resultierenden Erfahrungswerte essentiell, um sich dem dynamischen Markt anzupassen und neue Förderlinien zu entwickeln. Die Projekte werden über maximal drei Jahre unterstützt, mit dem Ziel, sie bis zur Marktreife zu begleiten.

Schweizer Firmen haben schon mehrfach an den meist international angelegten Projekten als Partner teilgenommen. Sie konnten so ihr internationales Netzwerk ausbauen und an der Entwicklung von neuen Technologien mitarbeiten.

Die Schweizer Produktionsfirma HesseGreutert ist Partnerin bei dem von MEDIA geförderten Pilotprojekt *Advanced Production Management System APMS*, das seit 2012 unterstützt wird. In einem von Deutschland aus koordinierten Team mit Beteiligung aus der Schweiz, Polen, Frankreich und Österreich wird eine Ressourcenplanungs- und Controlling-Software für Filmproduktionen entwickelt, die 2014 auf den Markt kommt.

Die Software fasst Budgetierung, Finanzierung, Cashflow und Kostenkontrolle erstmals zusammen. Viele Funktionen erleichtern auch die Zusammenarbeit bei

internationalen Koproduktionen. So können zum Beispiel Regionaleffekte mitkalkuliert werden.

In der Schweiz brauchen Filme mit einem Budget von über drei Mio. Franken internationale Partner, da sie aus nationalen Ressourcen fast nicht finanziert werden können. Dadurch werden sie komplexer, was nach neuen und einfach zu bedienenden Werkzeugen verlangt.

**Mehr auf [apms-software.com](http://apms-software.com)**



Beispiele für MEDIA-geförderte Schweizer Koproduktionen

## Valentin Greutert HesseGreutert Film, Zürich

«Durch die MEDIA-Förderung erhielt APMS die notwendige Glaubwürdigkeit, um unsere Partner definitiv an Bord zu holen. Das hat entscheidend zur Verwirklichung des Projektes beigetragen.»

# Creative Europe: Ein Ausblick

22

Ab 2014 werden MEDIA und MEDIA Mundus im neuen europäischen Rahmenprogramm Creative Europe aufgehen. Darin enthalten sind auch das bisherige Kulturprogramm und ein Garantiefonds zur Kreditabsicherung. Creative Europe richtet sich an die gesamte Kultur- und Kreativindustrie. Von dieser hängen mehr als 3,8% der Arbeitsplätze in der Europäischen Union ab und sie erwirtschaftet 4,5% des Bruttoinlandsprodukts der Union.

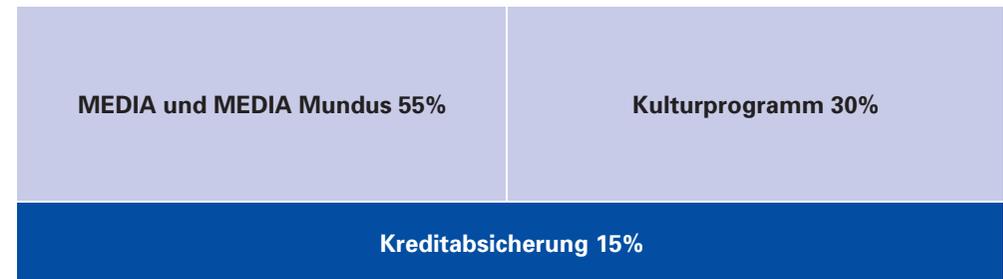
Das neue Programm soll der Herausforderung des Sektors durch den zersplitterten Markt, die Digitalisierung und mangelnde Privatinvestitionen entgegenreten. Über sieben Jahre hinweg wird Creative Europe voraussichtlich über ein Budget von insgesamt 1,3 Mrd. Euro verfügen, wobei auf das MEDIA-Programm ungefähr 55% entfallen sollen. Die Aktionslinien der bisherigen Programme werden im Grossen und Ganzen beibehalten.

Die Schweiz muss für die Teilnahme an Creative Europe einen neuen Vertrag mit der Europäischen Union aushandeln. Die Diskussionen laufen momentan noch.

**Alain Berset** Bundesrat

«Unser vielfältiges Filmangebot in der Schweiz verdanken wir auch MEDIA. Von diesem europäischen Vernetzungsprogramm für Film und Kino profitiert das einheimische Filmschaffen, indem Koproduktionen angestossen und später realisiert werden können. MEDIA ist somit für die Entwicklung der Schweizer Filmkultur von grosser Bedeutung und leistet einen wichtigen Beitrag an die Vielfalt des kulturellen Angebots in der Schweiz und in Europa.»

Creative Europe 2014 - 2020



Bereit zum Abheben.  
Creative Europe ab 2014.



