



AUSGABE 1

APRIL 2011

## 361° DER NEWSLETTER DES MITTELDEUTSCHEN FILM- UND FERNSEHPRODUZENTENVERBANDES

Die Kolumne **1**

Neues vom MFFV: Neuer Vorstand, **2**  
neue Ziele, neuer Aufbruch

Wir brauchen ein kreatives Netzwerk **3**  
Interview mit Ingelore König

Aus für LE Vision **4**

Das Gerücht **5**

Der MFFV **6**  
und die MDR-Direktoren

Spuren ins Ausland **7**  
Wir stellen uns vor: Centauri-Film

Neuigkeiten **8**

Impressum **9**

**1** Wir sind nicht Hollywood hier in Mitteldeutschland, aber wir sind auch nicht Cinecittà. Zum Glück. Während jenseits des großen Teichs eine mächtige Film- und Fernsehindustrie sowohl das Unterhaltungs- als auch das Sensationsbedürfnis der ganzen Welt befriedigt – zugegeben: gelegentlich machen sie auch ganz schöne Filme dort –, drohte vor den Toren Roms die Abwicklung. Das haben wir hier schon hinter uns, und ich weiß, dass Narben und Phantomschmerz viele hier noch quälen.

Aber wer will schon EIN Studio, wenn er stattdessen eine breite Landschaft reger Laufbild-Manufakturen haben kann. Wir sind mal größer mal kleiner, in jedem Fall erfolgreich, innovativ, zuverlässig und jederzeit state-of-the-art und mit unserem Mitteldeutschen Film- und Fernsehproduzentenverband auch bestens vernetzt. Und als Vorstandsvorsitzender der Produzentenallianz – das ist sozusagen eine Art MFFV auf Bundesebene – weiß ich natürlich, wie wichtig Vernetzung ist. Gerade unter Mitbewerbern, wie man »Konkurrenten« heute nennt. Denn bevor wir uns gegenseitig die Projekte und Aufträge abjagen können, muss es sie erstmal geben, die Aufträge für uns. Das gilt für Große genauso wie für Kleine. Und auch, wenn manches für die Großen vielleicht leichter als für die Kleinen ist: Eine Branchenvertretung, die nur die einen oder die anderen repräsentiert, nützt weder dem einen noch dem anderen; das ist sicher, das hatten wir lange. Die Fortschritte, die wir für die Mitglieder in der Produzentenallianz erreicht haben, sind ein ermutigender Anfang und zeigen, was Geschlossenheit bewirken kann.

Machen wir uns nichts vor: eine Kreativ-Manufaktur für Laufbilder hat es auch in Mitteldeutschland nicht leicht und kann nur innovativ bleiben, wenn sie aus ihren Erfolgen die Kraft und den Saft für die Zukunft saugen kann. Ein Produzent hat viele Herausforderungen: Er will seinen Partnern weiter über die alten bewährten Erfolge das notwendige Publikum beschern, er muss sich aber gleichzeitig auf die neue, die digitale Welt mit ihren vielen neuen Herausforderungen einstellen – wer soll das allein alles bewältigen?

In Mitteldeutschland hat man verstanden, dass die Kreativwirtschaft und mittendrin die Filmwirtschaft als wesentlicher auch Job-Motor der Zukunft zu sehen ist, auch sitzt hier ein wesentlicher Wegbereiter unserer Vereinbarung mit der ARD.

Das allein reicht aber nicht, wir müssen gemeinsam stärker und schneller als je zuvor diese Einsichten auch zu handfesten Verbesserungen bringen und in neuer Gemeinsamkeit nach innen wie außen zu den Erfolgen führen, die das Kreativleben in Mitteldeutschland noch bunter und aussichtsreicher macht. Wir bei der Produzentenallianz sind damit schon ein gutes Stück weiter gekommen, und das wünsche ich Ihnen und Euch beim MFFV auch.

Und wenn wir noch näher zusammenkommen, werden wir vielleicht irgendwann einmal auch das Publikum Hollywoods mit Bildern und Erzählungen aus »Mittelerde« bewegen können.

Alexander Thies

Vorstandsvorsitzender der Produzentenallianz

Ein kurzes Klatschen, ein Händedruck von Vorgängerin Simone Baumann – und schon hatte Ingelore König den Job, von dem sie ganz bestimmt nicht geträumt hatte: Vorsitzende des Mitteldeutschen Film- und Fernsehverbands. »Eigentlich wollte ich keine Verbandsarbeit mehr organisieren«, sagt die Chefin der Erfurter Kinderfilm GmbH, »doch wir brauchen ein kreatives Netzwerk.«

Was Ingelore König und ihre Mitstreiter im Vorstand, Thomas Niemann, Rene Biermann, Tony Loeser und Grit Wißkirchen planen, ist nicht weniger als ein kompletter Neustart der Verbandsaktivitäten. Die fünf an der Spitze wollen, dass der Verband stärker wahrgenommen wird. Sie wollen die Kommunikation mit Sendern und Redaktionen, Förderinstitutionen und der Politik verstärken und die Interessen der 15 Mitglieder klarer und deutlicher formulieren. »In der Branche geht es gerade rund und das bleibt in den nächsten Monaten und Jahren so«, sagt Thomas Niemann, »mit unserer Arbeit wollen wir Verhandlungspartner, Türöffner und Inspirationsgeber sein.«

neuer  
vorstand,  
neue  
ziele,  
neuer  
aufbruch

Die Zeiten sind rau für Film- und Fernsehmacher. Selbst erfolgreiche Regisseure wie Wim Wenders, Faith Akin und Volker Schlöndorff sind besorgt um den Deutschen Film. Sie drängen die europäische Kommission die Filmförderung nicht zu vernachlässigen. Auch beim Fernsehen gibt es tiefgreifende Veränderungen: Sinkende Minutenpreise stehen immer höheren Ausgaben gegenüber, Videojournalisten liegen im Trend – Chance oder Gefahr für die Produzenten? Beim MDR steht ein Generationswechsel in der Führungsetage an. Viele wichtige Posten werden neu besetzt.

Im Internet entstehen neue Märkte für Produzenten, zum Beispiel durch Google-TV. Kanäle wie Servus TV und öffentlich-rechtliche Spartensender wie ZDFneo oder ZDFkultur haben freie Sendeplätze, suchen Formate. Und: HDTV wird unsere Kompetenzen stärker denn je herausfordern.

Als Produzent muss man sich diesem Wandel stellen, sonst hat man verloren. »Als erste Amtshandlung haben wir einen Newsletter ins Leben gerufen. Beim MFFV gibt es künftig alle wichtigen Informationen aus erster Hand. Für unsere Mitglieder – und die, die es vielleicht mal werden wollen«, so die neue Vorstandsvorsitzende Ingelore König.

Ingelore König löst Simone Baumann ab. »Ich hoffe, dass sie jetzt nicht abtaucht«, sagt die Nachfolgerin, »Simone hat einen sehr guten Job im Verband gemacht und ihr Rat wird für uns weiter sehr wichtig bleiben.«

2

# neues vom mffv

Baumanns Produktionsfirma LE Vision war bekannt in der deutschen Dokuszene für ihre außergewöhnlichen und quotenstarken Dokumentationen. Und doch: LE Vision gibt es nicht mehr. Simone Baumann musste deshalb ihren Posten als MFFV-Vorstandsvorsitzende aufgeben.

Die Stimme der mitteldeutschen, unabhängigen Produzenten soll der MFFV weiterhin sein, und die Stimme soll stärker gehört werden. Regelmäßig will sich der Vorstand mit Entscheidungsträgern und wichtigen Köpfen der Branche treffen. Ein erstes Gespräch mit MDR-Fernsehdirektor Wolfgang Vietze und Betriebsdirektorin Gabriele Arlt gab es bereits. Es geht darum, die Anliegen der Produzenten vorzutragen, Informationen zu gewinnen und Gerüchte aus der Welt zu schaffen. Eine offene und selbstkritische Qualitätsdiskussion soll es geben und – wie Ingelore König es ausdrückt – »etwas Optimierung in der Streitkultur.«

# 3 wir brauchen ein kreatives netzwerk

Matthias Weidner

Ingelore König wurde am 20. Januar 2011 zur neuen Vorsitzenden des MFFV gewählt. Sie ist Geschäftsführerin der Kinderfilm GmbH in Erfurt.

Frau König, man hört, Produzenten treffen sich vor allem, um gut zu essen und zu trinken. Werden Sie diese Tradition pflegen?

Gibt es was Charmanteres als ein Date mit Essen und Trinken? Und was machen Produzenten schon anderes als pausenlos daten?! Der kleine feine Unterschied liegt im Wörtchen gut.

Es gibt einen Verband der Kantinenpächter und einen der Seemannsfrauen. Sehen Sie den MFFV in einer Reihe mit diesen skurrilen Kleinverbänden? Was sind Ihre Ziele?

Also nichts gegen Pächter, aber mit Kantinen habe ich nicht die allerbesten Erfahrungen. Den Seemannsfrauen fühle ich mich da schon eher verbunden. Als Produzentin schickt man gern andere zum Geldverdienen und bleibt selbst daheim – in froher Erwartung von Lachs und Kaviar. Aber im Ernst: Wir brauchen ein kreatives Netzwerk für die unabhängigen Produzenten, die Mitteldeutschland als ihre originäre Produktionsheimat ansehen. Vor allem die kleineren mittelständischen und die jungen Unternehmen müssen sich – bei aller Konkurrenz – in medienpolitischen Fragen verbünden. Information und Kommunikation sind ebenso überlebenswichtig wie eine offene und selbstkritische Qualitätsdiskussion.

Bei jedem Machtwechsel machen die neuen Machthaber ihre Vorgänger schlecht. Was möchten Sie über ihre Vorgänger sagen?

Wer im Glashaus sitzt, sollte nicht mit Steinen schmeißen. Die Abwicklung von LE Vision hat mich ziemlich erschrocken. Wäre das nicht passiert, wäre Simone Baumann heute immer noch Vorsitzende. Wenn nur die großen Player eine Chance am Markt haben, wird Mitteldeutschland nur noch ein Vorort von Berlin sein. Zur Verbandsarbeit sage ich es mal so: Etwas Optimierung in der Genuss- und Streitkultur könnten wir vertragen.

In Mitteldeutschland wird viel Fernsehen geschaut, sagen die Statistiken. Wird hier Ihrer Meinung nach auch viel gutes Fernsehen gemacht oder besteht da Nachholbedarf?

Was ist denn gutes Fernsehen? Ein Kunststück! Kreiert aus den Anforderungen des Senders, den Bedürfnissen des Publikums, den Träumen der Kreativen und der Existenzsicherung der Filmwirtschaft. Es gibt so verdammt viele Perspektiven auf Programm und Programminhalte. Rechthaberei hilft uns da nicht weiter. Und Mut kann man leider nicht staatlich verordnen.

Wie ist Ihr Verhältnis zu den Leuten in den Sendern?

Sender und Produzenten sollten immer kreative Verbündete sein. Schließlich wollen wir alle gutes Programm machen – und natürlich wollen wir dabei auch noch wirtschaftlich überleben. Feindbilder nutzen da wenig, vor allem nicht dem Publikum.

In Ihrem Büro hängt eine Vogelscheuche an einem Kreuz. Was wollen Sie Ihren Besuchern damit sagen?

Vogelscheuche? Jedem seine Interpretation. Vor allem ist das »Subjekt« komplett grün! Man mag mich für blond, genial oder gotteslästerlich halten, eines bleibe ich immer: grün, **Kinderfilm-grün!**

## 4 aus für LE VISION

Für die Zukunft der Produktionslandschaft in Mitteldeutschland sieht Simone Baumann schwarz. »Das Geschäft läuft immer miserabler«, sagt sie. In Zukunft blieben nur noch die großen Produktionsfirmen mit Kapital im Rücken übrig. Und ein paar Rucksack-Produzenten.

Baumanns LE Vision war beides nicht. War, denn es gibt sie nicht mehr. Fast 18 Jahre lang produzierte die größte unabhängige Filmproduktionsfirma in Leipzig TV-Dokus, Dokumentarfilme und Spielfilme fürs Kino. Jetzt wird abgewickelt. Die Geschäftsführende Gesellschafterin (fast 50 Prozent) und ihre Mitgesellschafter haben aufgegeben.

Hauptgrund: Immer mehr Projekte platzten weg, eine Folge der Sparrunden der Sender. 2010 fiel der Umsatz um 60 Prozent. Die Risiken aus der ständigen Unterkapitalisierung der Projekte waren am Ende nicht mehr tragbar. Die Verträge mit den Auftraggebern kamen immer später, auch die LE Vision musste eigenes Geld für die Produktionen vorschießen. Während die Kosten für Technik und Mitarbeiter stiegen, sanken die Gewinne, von fast zehn auf zwei Prozent zum Schluss. »Ab da wird es dann ruinös«, so Baumann.

Baumann macht weiter als Produzentin. Aber nicht mehr eigenständig. Bei der Saxonia Entertainment baut sie eine Doku-Abteilung auf, führt einige ihrer Projekte weiter. Schulden hat die LE Vision nur wenige. Simone Baumann ist mit sich im Reinen. »Bevor es böse endet«, sagt sie, »haben wir den geordneten Rückzug angetreten.«

die mdm möchte künftig  
80% aller fördermittel  
ausschließlich an mittel-  
deutsche produzenten  
vergeben! voraussetzung:  
mindestens zwei brief-  
kästen. das gerücht 5

Die Hand will Wolfgang Vietze seinen Gästen zur Begrüßung nicht geben. Doch das liegt nicht daran, dass man sich nicht mag. Der Fernsehchef des MDR ist erkältet, hat das Treffen mit dem neuen Vorstand des MFFV trotzdem nicht abgesagt. Betont freundlich bittet er die Gäste in seinen Konferenzraum im 12. Stock des MDR-Hochhauses. Betriebsdirektorin Gabriele Arlt und die Arte-Beauftragte des Senders, Ingrid Hofmann, sind mit dabei.

Die Produzenten wollen die neue Philosophie des MFFV vorstellen. Die hat drei Kerne: **HEIMATGEFÜHL**. Der MDR hat viele Produktionsstandorte, Produzenten und Menschen, die für ihn arbeiten. Jeden Tag. An Wochenenden, Feiertagen, spät in der Nacht. Sie tun das für die Zuschauer! Mitteldeutschland ist unser gemeinsames Zuhause. Produzenten und MDR brauchen mehr Gefühl füreinander. Das geht nur, wenn wir **CHANCEN** bekommen. Wir stellen unser Potential täglich unter Beweis. Wir müssen uns weiterentwickeln. Mit dem Sender, für den Sender. Wie schaffen wir das gemeinsam? Ohne Chancen keine Qualitätssteigerung, ohne Chancen kein innovatives Programm. Chancen gibt es natürlich nur mit der richtigen Vergütung. Wir haben lange überlegt, wie wir den dritten Punkt nennen. Finanzen oder Geld? Beides klingt gierig! So wollen wir nicht auftreten. Es ist das **KUNSTSTÜCK**: Wie können wir in der angespannten wirtschaftlichen Situation eine vernünftige ökonomische Basis für Sender und Produzent herstellen? Unsere drei MFFV-Philosophien: Heimatgefühl, Chancen und Kunststück sind unsere Diskussionsgrundlage. Und sie werden es noch lange bleiben.

# 6 der mffv und die mdr-direktoren

Das Gespräch mit dem MDR geht weiter. Es wird intensiver. Informelle Gruppen werden sich auf Arbeitsebenen treffen. Das Ziel: Informationsaustausch zwischen MDR und MFFV – schnell, direkt, zuverlässig. Gabriele Arlt möchte so schnell wie möglich einen Stammtisch mit ihren mitteldeutschen Dienstleistern ins Leben rufen. Darin soll es um technische Entwicklungen und um die EB-Dispo gehen. Der Clou: Produzenten im direkten Gespräch mit den jeweiligen Bereichs- und mit Redaktionsleitern.

Das ändert sich beim MDR

40 Prozent aller Sparmaßnahmen trägt der Fernseh-Bereich. Pro Jahr wird ein Tatort weniger produziert, das spart 1,5 Millionen Euro. Es wird mehr Wiederholungen geben. Die Abteilung Familien-/Tagesprogramm und die Nachrichtenredaktion werden zusammengelegt. Dort gibt es künftig einen »trimedialen Desktop« für Fernsehen, Hörfunk und Online. Stefan Raue wird neuer Chefredakteur für alle drei Sparten. Die Magazine »Umschau« und »Fakt« werden künftig jeweils wöchentlich ausgestrahlt, bisher wechselten sie sich am Dienstagabend ab. Im Herbst gehen Fernsehdirektor Vietze, Betriebsdirektorin Gabriele Arlt, Fernsehchefredakteur Wolfgang Kenntemich, LFH-Sachsen-Direktorin Ulrike Wolf, Chefkameramann Ulrich Kirsten und der Chef des Servicecenter Produktion Kuhn verlassen den Sender. Und wer kommt?

Centauri GmbH  
Film- und Fernsehproduktion  
Küchergartenallee 6  
07548 Gera  
Tel. 0365 7730 856  
info@centaurifilm.de  
www.centaurifilm.de

**7 Mit einem aufwändigen Portrait über den Star-Dirigenten Carlos Kleiber ist die kleine Geraer Centauri Film ins internationale Geschäft eingestiegen. »Spuren ins Nichts« beweist: In neuen Märkten und Genres Fuß zu fassen, kann zum spannenden Abenteuer werden.**

wir stellen uns vor: centauri film

# spuren ins ausland

So viel Red Bull kann niemand trinken. Auch Eric Schulz und Thomas Niemann nicht. Überall sind die Büchsen mit dem roten Stier drauf, auch im Konferenzraum. Centauri-Geschäftsführer Niemann nippt immer wieder am süßen Energy-Saft. »Schließlich soll Red Bull die Konzentration steigern«, so der 33-jährige Geraer. Es ist die entscheidende Drehbuchbesprechung bei Servus TV, dem Kulturfernsehen des Red-Bull-Konzerns. Fast zwei Jahre lag das Buch zu »Spuren ins Nichts« wie Blei im Schreibtisch von Regisseur Eric Schulz. Er war damit bei Arte, beim ZDF und beim SWR. Überall Absagen. Doch hier stehen die Türen plötzlich offen: Centauri bekommt den Auftrag.

Seit 12 Jahren ist die Geraer Firma vor allem als technischer Dienstleister und Auftragsproduzent für den MDR tätig. Die tagesaktuelle Berichterstattung aus Ostthüringen für das Landesfunkhaus Thüringen wird hier abgewickelt. Sechs EB-Teams, zwei davon HD, drei Schnittplätze, ein Schaltstudio und eine ATM-Überspiel-Leitung stehen zur Verfügung und sind gut ausgelastet. Sieben feste Mitarbeiter arbeiten in dem Unternehmen. Doch Centauri-Chef Thomas Niemann war es immer wichtig, für mehr als einen Auftraggeber zu arbeiten: »Wir wollen uns hier nicht hinsetzen und auf Fax vom MDR warten, so sehr wir Aufträge von unserem wichtigsten Kunden brauchen. Als unabhängige Produzenten sind wir selbstverständlich immer wach und am Markt aktiv.«

Im Corporate-Media-Segment hat sich Centauri in den letzten Jahren einen guten Ruf erarbeitet. Mehrere Eigenproduktionen wurden erfolgreich auf DVD verwertet. Centauri ist breit aufgestellt. »Spuren ins Nichts« allerdings war die erste Großproduktion für den Broadcastbereich abseits des MDR.

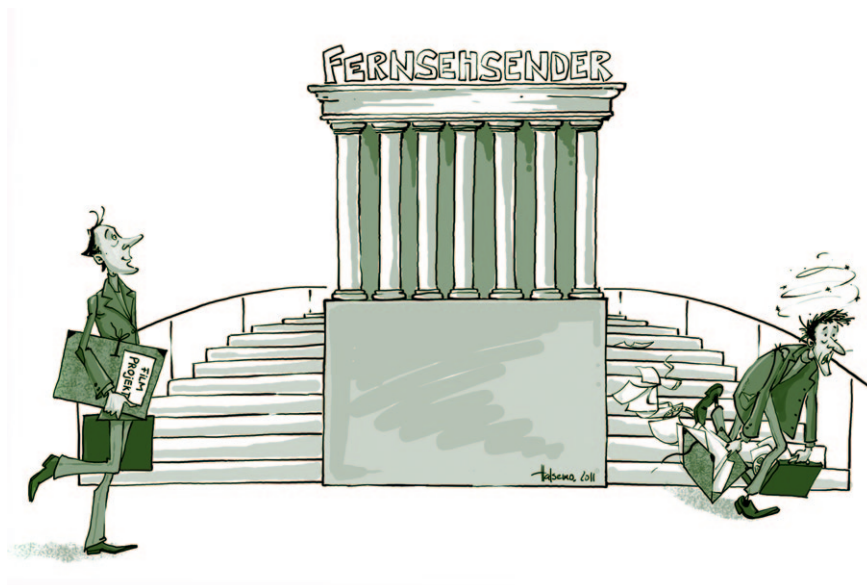
Nach Gera war das Großprojekt durch persönliche Kontakte gekommen – wie üblich in der Branche. Regisseur Schulz, Produzent Niemann und der verantwortliche Redakteur bei Servus TV kannten sich von anderen Projekten. Trotzdem stand ein leichter Unterton im Raum: »Gera, das ist doch Provinz. Könnt ihr das wirklich, war die Frage«, so Niemann. Seine Reaktion darauf: »Cool bleiben. Am Ende zählt das Produkt und nicht der Produktionsstandort. Gerade aus der Provinz heraus kann man nur mit Qualität überzeugen.« Das scheint gelungen zu sein. Arte hat den fertigen Film nun doch eingekauft. Arthaus bringt ihn auf DVD heraus. Die Kritiker von FAZ, Tagesspiegel und vielen österreichischen Blättern feierten »Spuren ins Nichts« als großen Wurf. Auch Servus TV ist zufrieden: Zwei Folgeaufträge hat Centauri inzwischen aus Salzburg bekommen. »Man muss die Nase auch mal aus seinem Erdloch halten und frischen Wind schnuppern«, sagt Centauri-Chef Niemann, »diese Produktion hat sich absolut gelohnt.« Angestoßen wurde auf den Erfolg in Gera natürlich auch. Mit Red Bull aus Österreich. Und einheimischem Bier.

Der Online-Videodienst Youtube will künftig professionell produzierte Unterhaltungsformate anbieten. Fünf bis zehn Stunden pro Woche will der Google-Ableger pro Woche zeigen. Derzeit laufen Verhandlungen mit Rechteinhabern und Hollywood-Agenten. Vor allem an Sport- und Kunst-Inhalten hat Youtube Interesse. 100 Millionen Dollar will der Onlinevideodienst investieren. Die Zuschauer sollen dank der professionell produzierten Inhalte 15 Minuten länger als bisher auf der Seite verweilen. Das soll die Anzeigenumsätze erhöhen. Youtube war mit kurzen Homevideos bekannt geworden. Die Firmenleitung hat allerdings Angst, dass die Nutzer bald das Interesse an diesen Filmen verlieren. Konkurrenten wie Apple oder Amazon zeigen bereits Kinofilme und Fernsehsendungen gegen Bezahlung im Internet.

# neuigkeiten

## KfW + Filmförderung

Die KfW als Förderbank des Bundes engagiert sich ab jetzt in der Kreditfinanzierung bei Filmprojekten. Sie finanziert Stoff-, Drehbuch- und Projektentwicklung (Development) sowie Castings und Locationscouting (Anschubfinanzierung Vorproduktion). Außerdem sind Bridgefinanzierungen (Vorfinanzierung auf noch nicht fällige, jedoch zugesagte Raten Dritter), GAP-Finanzierungen (Vorfinanzierung einer ggf. bestehenden Finanzierungslücke) und Zwischenfinanzierungen (Vorfinanzierung auf noch nicht fällige, jedoch zugesagte Raten Dritter) möglich. Die Darlehen werden nach eingehender Risikoprüfung zu marktüblichen Konditionen ausgeben. Anträge dürfen deutsche Filmproduktionsgesellschaften sowie ausländische Gesellschaften mit Tochtergesellschaften in Deutschland stellen, die in Deutschland produzieren. Daneben auch Projektgesellschaften, die zum Zwecke der Filmproduktion gegründet wurden und die ihren Sitz in Deutschland haben. Die Gesellschaften müssen sich mehrheitlich im Privatbesitz befinden und dürfen einen Jahresumsatz von 500 Millionen Euro nicht überschreiten. Und sie müssen nachweisen, dass sie über ausreichend Erfahrung verfügen, um professionell Filme zu produzieren.



# impressum<sup>9</sup>

361° – Der Newsletter des MFFV

Ausgabe 1, April 2011

Herausgegeben vom Mitteldeutschen Film-  
und Fernsehproduzentenverband.

© Autoren und Herausgeber  
Alle Rechte vorbehalten.

Redaktionskollektiv

Ingelore König, Thomas Niemann, Matthias Weidner

Gestaltung: h neun Berlin

Karikatur: Jörg Halsema

Büro MFFV:

office@mffv.de

www.mffv.de