

**MIA Market Rome 2024**  
**Rom 14.10.24 – 18.10.24**  
von Björn Jensen

Der MIA Market in Rom war ursprünglich ein Markt für das Verkaufen von Filmen. Die Verkaufsfläche mit Ständen einzelner Vertriebsfirmen ist immer kleiner geworden. Stattdessen hat sich MIA zu einem beachtlichen Industry Event entwickelt mit Pitchings, Meetings, Panels und Film Screenings. Dabei werden die Genres fiktionale Kino- und TV Produktionen, dokumentarische Formate, Animation und XR abgedeckt. Der Event findet im Herzen Roms in einem alten Palazzo und einem nebenan liegendem Kinokomplex mit 7 Sälen statt.

Für FilmemacherInnen und ProduzentInnen, die gerne einmal Genregrenzen überschreiten, kann es ein interessanter Markt sein, weil sie hier Koproduktionspartner, Vertriebe und Finaziers und Einkäufer für ihre verschiedenen Projekte an einem Ort treffen können. Die Anzahl der Dokumentarfilm-RedakteurInnen und ProduzentInnen ist zwar geringer, als auf anderen Events, aber es waren interessante Personen anwesend, die man in ruhigerer Atmosphäre als bei anderen Events treffen konnte. Insgesamt waren etwa 2800 Teilnehmer aus 60 Ländern akkreditiert. Der Markt wächst, mit über 10 % Plus an Zuschauerzahlen und eingereichten Projekten für die Pitches.

Es gab insgesamt 8 Pitching Sessions in Drama, Film, Doc und Animation. Dutzende Panels, die zum Teil eine sehr hohe Qualität hatten, viele Filmscreenings, arrangierte Meetings und Workshops. Im XR Bereich gab es Workshops, Panels und die Möglichkeit, 11 VR-Experiences zu erleben. Es wurden eine Reihe von Awards vergeben, die mit einem attraktiven Preisgeld ausgestattet waren.

Deutsche Dokumentarfilmprojekte in den Pitchings: „Black Carbon“ (Ravir Film) und „Funeralzzi“ (Insel Film) und „Breathe“ in der XR Sektion.

Es gab viele Panels mit deutscher Beteiligung. Vor allem das von German Films organisierte Panel zum neuen Filmförderungsgesetz war voll besetzt.

Über die Website des MIA Marktes können Termine gemacht und der Besuch geplant werden. Leider ist die Website technisch ausbaufähig. Sie hat bei mir während des Marktes tagelang nicht funktioniert und ich hatte keinen Zugriff auf meine Meetings. In den Räumen des Palais mit den Meeting Tischen gab es weder Handyempfang, noch WLAN. Das Programm mit allen Panels wurde erst wenige Tage vor dem Event finalisiert, zu einem Zeitpunkt, an dem Meetings bereits vereinbart waren. Es kam zu einigen kurzfristigen Verschiebungen von Panels. Mit einer besseren Planung und einem längeren Vorlauf wäre die Erfahrung für die Teilnehmer noch besser.

Der Aufruf zur Einreichung von Projekten und zur Teilnahme an der Delegation für MIA 2025 wird voraussichtlich im Frühsommer 2025 erfolgen.

Bewertung:

Ein attraktiver Markt mit überdurchschnittlichen Panels, Pitching Möglichkeiten über verschiedene Genres hinweg und sehr guten Networking Möglichkeiten. Der Markt ist in der Organisation und der technischen Ausstattung noch ausbaufähig.

### **TRENDS**

**Allgemeine Trends, die sich aus Gesprächen und Panels, ableiten lassen:**

1. Kleinere Märkte haben den Vorteil, daß Meetings länger und in entspannterer Atmosphäre stattfinden können, als bei großen Märkten wie der MIPCOM, in denen Meetings üblicherweise in 30 Minuten getaktet sind und man immer zum nächsten Termin hetzt.
2. FAST Kanäle (free advertiser-supported online video channel services) gibt es inzwischen sehr viele. In den letzten zwei Jahren war FAST das große Thema auf fast allen Märkten. Aber Zuschauerzahlen sind begrenzt und die Lizenzgebühren, die

ein FAST Channel zahlen kann ist dementsprechend begrenzt. Bisher spielen sie vor allem audiovisuellen Content aus Archiven ab. Sobald dieser verbraucht ist, werden einige Geschäftsmodelle zusammenbrechen. Bereits jetzt sind erste Konsolidierungsbewegungen erkennbar.

3. Künstliche Intelligenz wird immer mehr verwendet, um die sinkenden Budgets aufzufangen. Vor allem im Bereich Lokalisierung, also Programme für den internationalen Markt zu übersetzen, werden zunehmend AI Tools eingesetzt. Zur Zeit sind sie oft noch zu teuer und weisen Qualitätsmängel auf, aber in der Zukunft wird erwartet, dass die Qualität von *AI localization* deutlich steigen und die Preise sinken werden.
4. Die wirtschaftliche Lage im globalen audiovisuellen Markt ist seit mehreren Quartalen in einer Rezession, aber die Stimmung ist positiver. Viele blicken positiv auf 2025.

## PITCHES

Über 600 Projekte wurden zu den Pitching angemeldet in allen Genres (Dokumentarfilm, Drama, Film und Animation). Ein Die MIA ist ein attraktiver Pitching Markt, das gilt vor allem für den dokumentarischen Teil, für den von der MIA 120 Projekte vorausgewählt wurden, von denen eine Jury dann 16 Projekte auswählte. Die Qualität der Projekte war in diesem Jahr besonders gut und es kamen einige hochinteressante Projekte in die nähere Auswahl. Darunter aus Deutschland „Black Carbon“ von Ravir Film und in den Doc Hosted Pitches „Funeralzzi“ von Insel Film. Es fällt auf, dass Filme immer mehr in einem sehr frühen Stadium gepitch werden. In der Vergangenheit waren Projekte zu mindestens 60 % finanziert. Heute sind oft Projekte am Start, die aus ihrem Land noch keinen Sender mitbringen können. Die Pitches sind im klassischen 15 Min Format aufgebaut: 7 Min Pitch, 8 Minuten Q&A mit *decision makers* im Publikum. Diese Form des Pitchings ist einerseits die effektivste für die pitchende Produktion, andererseits aber auch die herausforderndste für den Moderator. Rudy Buttignol, ehemaliger Präsident des Knowledge Networks Canada hat dies mit großer Erfahrung und Humor brilliant gemeistert.

## MEETINGS

### **Stefano Sevastano, Adler Entertainment**

[stefano.savastano@adler-ent.com](mailto:stefano.savastano@adler-ent.com)

Sie sind ein Distributor für Dokumentarfilme und Spielfilm in Italien für Kino und TV. Sie suchen Filme mit einem Bezug nach Italien. Eine Minimumgarantie ist möglich.

### **TRT**

[www.trt.net.tr](http://www.trt.net.tr)

Der türkische TV Sender TRT ist interessiert am Ankauf von Filmen, die sich mit dem Klimawandel auseinandersetzen. Die Filme sollten einen positiven Blick auf Problemlösungen haben.

## EINIGE PANELS

### **THE NEW GERMAN FILM LAW IN 2025**

In einer sehr guten Diskussion vor vollen Zuschauerrängen wurde über das deutsche Filmförderungsgesetz diskutiert. Das die Veranstaltung auf so grosses Interesse gestoßen ist, zeigt die Bedeutung des Filmstandortes Deutschland. Es diskutierten: Philipp Kreuzer | CEO, Maze Pictures (Germany), Jonas Dornbach, CEO, Komplizen Film (Germany), Birthe Klinge, Funding Executive, German Federal Film Board (Germany). Moderator: Nick Vivarelli | Journalist, Variety (Italy)

### **THE RISE OF FAST CHANNELS**

FAST war das Buzzword der letzten 2 Jahre, also ein digitaler Streaming Service, der den Anschein eines linearen TV-Senders erweckt und aus einem Archiv von Bewegtbildinhalten gespeist wird. Inzwischen gibt es eine unüberschaubare Anzahl von FAST Kanälen. Für Werbetreibende ist die Segmentierung einerseits interessant, andererseits nimmt die Anzahl der erreichten Zuschauer pro Kanal mit der wachsenden Anzahl der Kanäle ab. Ausserdem

gibt es vereinzelt schon Konsolidierungstendenzen, da sich nicht jeder Kanal rechnet. Dieser Trend dürfte sich in der Zukunft fortsetzen, denn es ist eine Sache, Inhalte über einen Stream zur Verfügung zu stellen, aber eine ganz andere, ZuschauerInnen dazu zu bewegen, von den Inhalten zu erfahren und sie sich anzusehen.

### **REACHING A YOUNG AUDIENCE IN DOCUMENTARY FILM**

Die Sender Channel 4 (UK), BBC (UK), France TV (Frankreich), ORF (Österreich) und WNET (USA) und Histoire TV (Frankreich) diskutierten ihre Strategien, um für ein junges Publikum attraktiv zu sein. Die einen verwenden verstärkt Grafiken aus Game Engines, andere versuchen den Stil von Filmen auf Youtube zu übernehmen, andere haben erkannt, dass Minderheiten in der Vergangenheit nicht entsprechend repräsentiert waren und machen erfolgreich Programme für spezifische Minderheiten.

### **CHALLENGES AND OPPORTUNITIES FOR DISTRIBUTION OF IMMERSIVE CONTENT INNOVATION**

Das Panel diskutierte die Verbreitung von XR-Inhalten und untersuchte Ähnlichkeiten mit traditionellen Medien wie Rundfunk und Kino. Dabei wurden die besonderen Herausforderungen bei der Verbreitung von AR/VR- und immersiven Projekten über Online-Plattformen und Offline-Veranstaltungsorte besprochen (noch zu wenige Distributoren und mangelnde Professionalität von Co-Produktions Märkten), aber auch die Chancen gesehen, die in der neuen Technologie liegen.

Es diskutierten: Björn Jensen, Founder und Creative Director, Ginger Foot Films (Germany), Jordan Moutamani, CEO, Astrea (France), John Volpato, Founder und CEO, Ultra (Italy), Agata Di Tommaso, Partner – Business Development & Festivals, Diversion (France), Sara Fatucci | Exhibition & Festival Manager, Unframed Collection (France).

Moderator: Sönke Kirchhof | Founder und CEO, INVR.SPACE GmbH (Germany).

### **FUTURE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON AUDIOVISUAL PRODUCTION**

In diesem, vom Creative Media Desk Europe mitveranstaltetem Panel, wurde die transformative Rolle von KI Anwendungen in der Produktionskette untersucht sowie die Auswirkungen jüngsten KI-Gesetzes.

### **ROME WASN'T BUILT IN A DAY: 110 DAYS IN THE LED VOLUME AND WHAT THAT MEANS FOR THE REST OF US**

Ein hochinteressantes Panel von Lunostudios & DNEG 360, das den virtuellen Studiodreh für Roland Emmerichs « Gladiator 2 » betreut hat. Mit vielen Filmbeispielen zeigten sie, wie Roland Emmerich die Grenzen dessen, was man bis dahin für möglich hielt bei einer LED Cave Produktion verschoben hat und welche Möglichkeiten damit zukünftigen Produktionen in ihrem Studio-Workflow offenstehen.

### **NEW RESOURCES AND OPPORTUNITIES FOR DOCUMENTARIES: THE ROLE OF TAX CREDITS AND THE CHALLENGES OF PRODUCING IN THE ITALIAN AND INTERNATIONAL MARKETS**

Das Panel diskutierte die Bedeutung von Tax Credits und Filmkommissionen für dokumentarische Produktionen in Europa. Viele Länder bieten sehr hohe Tax Credits von bis zu 50% an. Deutschland ist mit 20% im Vergleich deutlich abgeschlagen. Allerdings ist es auch vorgekommen, dass Tax Credits für Produktionen in einem Land nicht mehr ausgezahlt wurden, oder erst nach 2 bis 3 Jahren ausgezahlt werden. Außerdem zählen auch weitere Faktoren, wie Lohnniveau, Qualität der Mitarbeiter und Infrastruktur, die bei der Wahl eines Ko-Produktionslandes beachtet werden sollten.

### **BRAVE NEW WORLD, EMPOWERING INDEPENDENT FILM PRODUCTION**

Wie schaffen es unabhängige Produzenten in turbulenten Zeiten mit grossen Herausforderungen (Kriege, Streik, künstliche Intelligenz, wirtschaftliche Rezession) kommerziell erfolgreiche Filme zu erstellen? Diese Fragen und mehr wurden in einem interessanten Panel diskutiert.

Es diskutierten: Marie Ange Luciani, General Manager, Les Films de Pierre (France), Jonas Dornbach, CEO, Komplizen Films

(Germany), Diana Elbaum, CEO, Beluga Tree (Belgium), Andrea Occhipinti, President & CEO, Lucky Red srl (Italy).

Moderator: Tim Dams | Journalist, Screen International

## **MUSIC DOCS**

In dem Panel wurde diskutiert, was eine Musikdokumentation braucht, um kommerziell erfolgreich zu sein. Gezeigt wurden Ausschnitte aus einem Portrait über den Sänger Andrea Bocelli. Die Schnitttechnik war überwältigend. Der anwesende Cutter Valerio Bonelli hat dann über die Herausforderungen während der Produktion gesprochen.

**Es diskutierten:** Valerio Bonelli | Film Editor (Italy), M¥SS KETA, Artist (Italy), Roberto Pischiutta (Pivio) | President, Association of Composers of Film Music (ACMF) (Italy), Alessia Rotondo | Screenwriter, Filmmaster (Italy), Cosima Spender, Film Director (Italy).

**Weitere Informationen zum MIA Market finden sich hier:**

<https://www.miamarket.it/en/>

## **Über German Documentaries:**

German Documentaries ist eine Initiative der AG DOK und German Films.

Mit Unterstützung durch German Films, erhalten deutsche Dokumentarfilmschaffende einen besonderen Zugang zu Messen, Märkten, Festivals und anderen Events. Dies kann beinhalten: besondere Networking Angebote, Sichtbarkeit als Delegation, Präsentationsmöglichkeiten, einen Stand, einen Empfang, einen vergünstigten Zugang, Hotelermäßigungen, etc.

Eine aktuelle Liste der Messen, Festivals und Märkte, zu denen wir Delegationen anbieten, findet sich hier: [https://www.agdok.de/de\\_DE/german-films](https://www.agdok.de/de_DE/german-films)

Dort finden sich auch die Aufrufe und Reports des letzten Jahres.

## **Aufrufe von German Documentaries**

Über German Documentaries und mit Mitteln von German Films erhalten deutsche Dokumentarfilmschaffende vergünstigten Zugang zu ausgewählten internationalen Festivals, Märkten und Events. Aufrufe erfolgen einige Monate vorher über die Emailverteiler der AG DOK und der Produzentenallianz. Außerdem stehen die Aufrufe im öffentlichen Bereich auf der Webseite der AG DOK mit kurzen Beschreibungen des jeweiligen Events sowie Kontaktdaten des Ansprechpartners oder der Ansprechpartnerin. Dort finden sich auch die Berichte vergangener Events: [https://www.agdok.de/de\\_de/german-films](https://www.agdok.de/de_de/german-films)

## **Zuschüsse durch German Films**

### **Reisekostenzuschuss**

Unter bestimmten Bedingungen können Dokumentarfilmschaffende, deren Film auf einem wichtigen Festival läuft oder deren Projekt auf einem bedeutenden Pitching-Event angenommen wurde, Anträge auf Reisekostenzuschüsse stellen.

Für RegisseurInnen und AutorInnen :

Bei Festivals – nur bei für den Wettbewerb bei ausgewählten Filmen

Bei Pitchings – nur für die bedeutenden Events wie IDFA, HotDocs, Vision du Reel, CPH Dox, Sunny Side of the Doc, Meetmarket Sheffield.

Keine Zuschüsse für Produzenten/Innen.

Ausnahme: Nachwuchsproduzenten/Innen mit Kinofilmprojekten, die zu Pitches bei bedeutenden Events eingeladen wurden.

Die genauen Regeln sind hier zu finden: <https://www.german-films.de/producers-corner/festival-travel-support/travel-support-feature-film/>

### **Marketing- und Untertitelungszuschüsse**

German Films bietet in bestimmten Fällen Marketing- und Untertitelungszuschüsse an.

Nähere Informationen finden sich hier: <https://www.german-films.de/producers-corner/festival-travel-support/festival-support-feature-film/>

Bitte bei Interesse bitte erst die Regeln genau lesen und dann für weitergehende Fragen bei der Ansprechpartnerin für den Dokumentarfilm bei German Films anfragen:

Julia Teichmann

Head of Documentary / Marketing & Subtitling Support

[teichmann@german-films.de](mailto:teichmann@german-films.de)

+49-89-59 97 87 20