MIA Market Rome 2025
Rom 06.10.25 – 10.10.25
von Björn Jensen

Der Mercato Internazionale Audiovisivo (MIA Market) in Rom, konnte seine Bedeutung für die Film-, Fernseh-, Dokumentarfilm-, Animations- und XR-Branche weiter ausbauen. Die 11. Ausgabe brachte mehr als 2.800 Fachleute aus 64 Ländern zusammen - ein Plus gegenüber dem Vorjahr. In der Vergangenheit war die MIA ein Markt für das Verkaufen von Filmen. Die Verkaufsfläche mit Ständen einzelner Vertriebsfirmen ist in den letzten Jahren immer kleiner geworden. Hier bestätigt sich der Trend, den man auch bei anderen Märkten wie der MIPCOM sehen kann: Klassische Vertriebsstrukturen verändern sich – viele Vertriebsaktivitäten brauchen keine Präsentation mehr über einen Stand. (Siehe dazu auch den Bericht zur MIPCOM 2025, der auf den Webseiten der AG DOK und German Documentaries abrufbar ist). Der MIA Market hat diesen Trend klar erfasst, baut bereits seit Jahren den Projektmarkt massiv aus und fokussiert sich auf Coproduktionen, Pitchings, Meetings und relevante Panels. In diesem Punkt ist er wesentlich moderner als die MIPCOM und vor allem interessant für Produktionsfirmen, die gerne auch mal genreübergreifend arbeiten. Der Event findet im Herzen Roms in einem alten Palazzo und einem nebenan liegendem Kinokomplex mit 7 Sälen statt. Attraktiv sind auch die geringen Akkreditierungsgebühren des Marktes, für die man viel geboten bekommt.

Für den **Co-Production Market** und das Pitching Forum wurden insgesamt fast 500 Projekte eingereicht, von denen 62 für die Präsentation ausgewählt wurden. Für die Dokumentarfilmpitches wurden über 120 Projekte eingereicht, von denen 15 ausgewählt wurden. Die Qualität der eingereichten Projekte war hoch, erreichte aber noch nicht das Niveau der CPH:DOX oder der Sunny Side – dafür ist der MIA Market in der Dokumentarfilmbranche noch nicht bekannt genug. Das ist schade, weil viele hochkarätige Redakteure im Publikum saßen und die Pitches mit Rudy Buttingnol exzellent moderiert waren.

Weitere 44 Titel wurden bei offiziellen **Showcases** aus den Bereichen Animation, Dokumentarfilm, TV-Formaten und Serien hervorgehoben. Außerdem gab es gezielte Matchmaking-Sessions, Buchadaptationsforen, Talentförderungsworkshops und Branchenpreise.

Das Programm umfasste darüber hinaus mehr als 80 spezialisierte Veranstaltungen, **Panels**, **Workshops** und Konferenzen. Die Teilnehmer kamen von TV-Sendern und Streamern, Produktionsfirmen, Vertriebsunternehmen, Investoren sowie zahlreichen unabhängigen Filmeschaffenden, mit besonders starker Präsenz aus Europa, Nordamerika, Asien und Lateinamerika. Unternehmen wie Netflix, Rai, France Télévisions, Al Jazeera, NHK waren vertreten.

Es wurden eine Reihe von **Awards** vergeben, die mit einem attraktiven Preisgeld ausgestattet waren.

Deutsche Projekte:
In diesem Jahr war mit „Encuentro“ von Jose Chavez Boggio eine deutsche Koproduktion in den Dokumentarfilmpitches vertreten. In der XR Sektion wurden zwei Experiences mit deutscher Beteiligung gezeicht: „Eddie and I“ von Maya Shekel

und „The Sad Story of the Little Mouse Who Wanted to Become Somebody“ von Nicolas Bourniquel.

Bewertung:
Die MIA ist ein **attraktiver Markt** mit überdurchschnittlichen Panels, Pitchings und sehr guten Networking Möglichkeiten über Genregrenzen hinweg. Mit Rekordbesucherzahlen, einem Mix aus erfahrenen Branchenvertretern und Nachwuchstalenten sowie internationaler Ausrichtung greift der Markt wichtige Trends in den Bereichen **Fiction, Dokumentarfilm, Animation und immersiven Technologien** auf.

Der Markt ist in der Organisation und der technischen Ausstattung noch ausbaufähig. Auch in diesem Jahr wurde das Programm mit allen Panels erst wenige Tage vor dem Event finalisiert. Mit einer besseren Planung und einem längeren Vorlauf wäre die Erfahrung für die Teilnehmer noch besser. Über die Website des MIA Marktes können Termine gemacht und der Besuch geplant werden. Allerdings ist die Buchungsfunktion verbesserungswürdig. Sie hat bei mir während des Marktes tagelang nicht funktioniert und ich hatte keinen Zugriff auf meine Meetings.

Der kuratierte, zukunftsorientierte Ansatz der MIA, der auf Innovation und branchenübergreifende Vernetzung setzt, macht diesen Markt, zusammen mit der preiswerten Akkreditierung zu einem sehr interessanten Event in Europe, der vor allem Teilnehmern aus Deutschland noch zu wenig bekannt ist.

Auch in 2026 plant German Documentaries wieder eine Delegation zum MIA Market zu bringen. Aufrufe erfolgen dazu im Frühsommer 2026.

Aktuelle Trends in Fiction und Drama
Die Trends im Bereich Fiction spiegeln die Veränderungen im internationalen Serien- und Spielfilmmarkt wider. Aktuelle Studien von Ampere Analysis und Vitrina zeigen einen globalen Rückgang an neuen Produktionen von 17 % bis 25 % über alle Genres hinweg. Auf dem „The Nordic Blueprint“ Panel wurde diskutiert, dass Fiktion nicht mehr die alleinige Kraft sei, die Zuschauer auf Plattformen bringen würde, sondern gerade Nicht-fiktionale Formate zugelegt hätten. Daher müssten Drama-Produzenten sich mit markanten Geschichten, in einem fragmentierten und globalen Publikum behaupten. Im Gegensatz zum globalen Trend haben die Drama-Abteilungen der nordischen öffentlich-rechtlicher Sender ihr gemeinsames Auftragsvolumen 2025 um 24% gesteigert, während die weltweite Dramenproduktion um 15% zurückging.

Aktuelle Trends im Dokumentarfilmbereich
Das Angebot an Dokumentarfilmen war beim MIA Market besonders vielfältig und international ausgerichtet. Das Documentary Co-Production Forum präsentierte Projekte mit globalen und gesellschaftlich relevanten Themen, von investigativen Arbeiten über biografische Dokumentationen bis hin zu immersiven Formaten.
Die Panels behandelten sowohl künstlerische als auch wirtschaftliche Fragen der Dokumentarfilmproduktion. Sie widmeten sich der Finanzierung von Dokumentarfilmen, der Ansprache globaler Zielgruppen und Monetarisierungsstrategien, dem Wandel des Non-Fiction-Marktes, der zunehmenden Bedeutung genreübergreifender Experimente (z. B. Drama-

Dokumentationen, VR-Dokus, Impact-Projekte), datenbasiertem Storytelling und hybriden Produktionsansätzen. Internationale Koproduktionen spielten eine zentrale Rolle, insbesondere bei skandinavischen und nordeuropäischen Produzenten, während regionale Foren wie das Lazio Pitching Forum gezielt lokale Talente förderten. Diskutiert wurden auch neue Vertriebswege, Festivalstrategien und digitale Veröffentlichungsmodelle. Auffallend war auch eine starke Präsenz von „Social Change“-Themen und innovativen Distributionsmodellen, etwa über Festivals, VOD und Impact-Kampagnen. Viele Themen hatten zwar die italienische Branche im Blick, waren aber auch durchaus universell, wie zum Beispiel das Panel „Getting Docs to Theaters: Strategies and Opportunities“, das über die Mechanismen von Distribution, Publikumsgewinnung und die Internationalisierung des italienischen Dokumentarfilms debattierte.

Aktuelle Trends in Animation, XR und technologischer Innovation
Im Bereich Animation wurden 16 Projekte (7 Spielfilme und 9 Serien) aus 20 Ländern vorgestellt, wobei besonders der hohe Anteil weiblicher Kreativer und der Fokus auf aktuelle, starke Themen auffiel. Im Zentrum standen Pitchings, Entwicklungsförderungen, internationale Kooperationen und cineastisches Storytelling.

XR (Extended Reality) und technologische Innovation waren dieses Jahr sehr stark auf der MIA vertreten, mit dem „Innovation for Creative Industries“-Programm, dem MIA XR Showcase und den AI-Workshops. Die XR-Panels beleuchteten immersive Produktionsverfahren, Finanzierungsmodelle, Vertriebsstrategien und die Potenziale von Virtual und Augmented Reality in Dokumentarfilm und Fiktion. Diskutiert wurde auch die Rolle von KI und Blockchain, etwa im Bereich Rechteverwaltung und kreative Workflows. Man konnte 11 VR Produktionen auf mehreren Headsets erleben. Allerdings hatten die Veranstalter das Personal nicht richtig geschult. Ich musste 15 Minuten darauf warten, bis der Mitarbeiter die Experience starten konnte und dann fehlten durchgängig die Desinfektionsmittel zur hygienischen Reinigung der Headsets – das ist ein absolutes No-Go.

TRENDS

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. Global werden deutlich weniger Projekte produziert, als noch vor ein paar Jahren. Produktionsfirmen tun sich zunehmend schwerer, die Budgets für ihre Filme zu finanzieren.
3. Künstliche Intelligenz wird immer mehr verwendet, um die sinkenden Budgets aufzufangen. Einerseits werden damit Produktionen optisch aufgepeppt, andererseits wird AI zunehmend in der Pre- und Postproduktion eingesetzt. Vor allem der Bereich der AI erzeugten Bilder, die chinesische Firma KLING.AI überholt gerade SORA.AI, ist im letzten Jahr viel passiert. Aber noch immer sind AI Tools fehleranfällig und müssen nachkorrigiert werden. Es wird aber in der Zukunft erwartet, dass die Qualität steigen und die Preise sinken werden. Noch bietet die Verwendung von AI Kosten- und Wettbewerbsvorteile. In sehr naher Zukunft werden Kunden aber voraussetzen, das mit AI gearbeitet wird, und ihre finanziellen Beteiligungen dementsprechend nach unten schrauben.

Diejenigen, die dann nicht AI einsetzen, könnten abgehängt werden. In den Bereichen allerdings, in denen viel Wert auf Qualität und Präzision gelegt und auch entsprechend vergütet ist, wird künstliche Intelligenz länger brauchen, um sich durchzusetzen.

4. Die wirtschaftliche Lage im globalen audiovisuellen Markt ist seit Ende 2021 in einer Rezession. Es gibt wenig Signale, dass sich die Situation 2026 verbessern könnte.

PITCHES

Über 600 Projekte wurden zu den Pitching angemeldet in allen Genres (Dokumentarfilm, Drama, Film und Animation). 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 15 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 „Encuentro“ von Jose Chavez Boggio. Für die MIA Pitches können auch Projekte eingereicht werden, für die erst eine geringe Finanzierung zugesagt wurde. 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. Es waren viele hochkarätige Redakteurinnen und Redakteure anwesend.

MEETINGS

Eine Reihe internationaler Medienhäuser und unabhängiger Filmschaffender sucht derzeit nach Partnern für kommende Dokumentarfilmprojekte. Damit eröffnen sich neue Chancen für Produktionsfirmen, die sich an ambitionierten Vorhaben beteiligen möchten.

Al Jazeera English hat sein Interesse an Dokumentarfilmen bekräftigt, die sich durch eine starke, unverwechselbare und kreative Handschrift auszeichnen.
Kontakt: Horia El Hadad, elhadadh@aljazeera.net

Red Bull hat derweil seine Kriterien für neue Dokumentarfilm-Partnerschaften präzisiert. Das Unternehmen ist nicht an Projekten interessiert, die bereits kurz vor der Fertigstellung stehen; stattdessen konzentriert es sich auf Vorhaben, die sich noch in der Finanzierungsphase befinden. Red Bull möchte möglichst früh in die Entwicklung einsteigen und Projekte von Beginn an mitgestalten.

The Maserati Files
Auch Chromo Studio sucht derzeit aktiv nach Koproduzenten für eine neue dreiteilige Dokumentarfilmreihe. Das Studio hat in der Vergangenheit Industriefilme über Automarken produziert, und sein aktuelles Pitch-Projekt « Maserati Files » wurde vom MIA Markt für die Pitches ausgewählt. Für die neue Serie wird ein Koproduzent gesucht.
Kontakt : Eduardo Vojvoda, edoardo@cromostudio.it

Encuentro

Das Projekt « Encuentro » wurde ebenfalls für die Pitches ausgewählt. Der Kameramann und Physiker Jose Chavez Boggio von der Universität Potsdam beschreibt in dem Dokumentarfilm die gescheiterte Revolution in Peru in den 1980er-Jahren. Das Projekt verbindet historische Recherche mit filmischer Erzählung und beleuchtet eine turbulente Phase der peruanischen Geschichte. Chavez Borgio sucht hierfür einen deutschen Koproduzenten.
Kontakt : Jose Chavez Boggio, caral@josechavezboggio.com

Frozen Ocean
Die ungarische Dokumentarfilmschaffende Viktória Dénes sucht nach Koproduktionspartnern für ihren Dokumentarfilm « Frozen Ocean ». Ein Team junger Filmemacher, Segler und ein Forscher brechen zu einer Expedition in die Arktis auf, um den Spuren einer historischen Reise zu folgen. Sie sind auf der Suche nach Wissen, das ihnen und kommenden Generationen helfen könnte, mit den Folgen des Klimawandels umzugehen.
Kontakt : Viktória Dénes, viktoria.denes@eclipsefilm.hu

Caretakers
Caretakers is an observational, character-driven feature documentary about two middle-aged Hungarian women working as live-in caregivers - one in Germany, the other undocumented in the U.S - caught between households and homelands. As the years pass caregiving forces them to question where, if anywhere, they truly belong. The narrative drive follows Zsuzsa's push to stop migrating and reclaim a life in Hungary, and Beata's quest for legal status in the U.S., as Zsuzsa builds her house yet - after her mother's death and a year of factory work - finds herself back on the bus to the Black Forest. While Beata finds kinship but not the marriage she needs for the green card, leaving both women caught between return and deportation. The film showcases what home, family and freedom means for them and how much influence they have on their decisions.
We entered labor migration on a human scale six years ago; as anti-migrant politics hardened in Europe and U.S. enforcement escalated, the urgency of this story has only grown.
Since 2019 we've filmed inside private homes and intimate spaces with full, trust-based access - you can feel the camera has been invited in, not imposed.
Directed by Ambrus Hernádi, a U.S-based Hungarian filmmaker whose long-term observational work spans Europe and the United States.
Produced by OTHER FILMS Kft. (Budapest), a company focused on socially engaged, artistically ambitious documentaries.
We are filming in Hungary, Germany, and New York; in Germany primarily in Baden-Württemberg/Black Forest settings.
We seek a German co-producer and broadcaster to unlock regional funds, provide editorial partnership, and host parts of picture and sound post.
Timeline: rough cut June 2026, festival premiere fall 2027.
The project recently received the 2025 LEF Moving Image Fund Production Grant (U.S.).
Kontakt: Ritka Balogh, ritka.balogh@gmail.com , +36703318252

Tsybli
Das berührende 90 Minuten-Projekt "Tsybli" von Lesya Kharchenko (Ukraine) wurde für die Pitches des MIA Market ausgewählt. Producer und DoP: Federico Quintana (Italien). Genre: Global Issues, Human and Society. Teaser: https://vimeo.com/1127111063/ab9993f55d?fl=ip&fe=ec

An observational film about love as presence — in a palliative ward where life endures beyond consciousness, in a country at war. The film follows a privately owned rehabilitation clinic in the riverside village of Tsybli near Kyiv with a palliative ward for gravely wounded Ukrainian soldiers. Young men from different walks of life are now between life and death. The clinic was founded by two combat medics who vowed to create this space for their comrades. The film focuses not on the tragedy but seeks human aspects of altruism and beauty that emerge as consequences of the war.
Looking for: production and postproduction funding and international co-production partnerships, world sales agents and festival strategists.
Kontakt: Lesya Kharchenko, Director, DYKHAI production (Ukraine), l_kharchenko@hotmail.com
Federico Quintana, Producer, DoP (Italy), Email: toshiak@mac.com

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
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 Ansprechspartnerin. Dort finden sich auch die Berichte vergangener Events: 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
+49-89-59 97 87 20