

## **Bericht WCSFP 2019**

Der **World Congress of Science and Factual Producers** gilt als einer der wichtigsten Dokumentarfilmerevents der Welt. Er findet jedes Jahr an einem anderen Ort statt, 2019 war er in Tokyo, Japan. Auch in diesem Jahr war er wieder ausverkauft und es hatten sich ca. 700 Medienschaffende des Dokumentarischen versammelt. Der WCSFP widmet sich in besonderem Maße neuen inhaltlichen Trends im Dokumentar- und TV-Markt und zeichnet künftige Modelle für die Entwicklung und den Vertrieb neuer Stoffe auf. Bei den, von German Films unterstützten Dokumentarfilmerevents zählt der WCSFP neben der Sunny Side of the Doc zu den Meistbesuchten. Dieses Jahr fanden 44 deutsche Dokumentarfilmemacher und Vertreter von Weltvertrieben und 23 Redakteure von deutschen Sendern ihren Weg nach Tokyo.

Normalerweise findet der WCSFP in einem Tagungshotel statt, dieses Mal jedoch im MIRAikan, dem Naturwissenschaftlichen und Technischen Museum von Tokyo. Das hatte den Vorteil, dass sehr viele Räume gleichzeitig bespielt wurden. Der gastgebende Organisator des WCSFP, der in diesem Jahr das japanische Fernsehen NHK war, hat diese Möglichkeiten genutzt, um ein ausgesprochen umfangreiches Programm auf die Beine zu stellen. Der Besucher hatte somit die Qual der Wahl von mindestens drei, manchmal 5 gleichzeitigen Panels oder Workshops über wissenschaftliche oder historische Themen. Darüber hinaus gab es Vorführungen immersiver Technologien und neuer technischer Entwicklungen. Viele unserer Teilnehmer wählen den WCSFP, weil man dort besser mit den Redakteuren ins Gespräch kommt, als auf anderen Events. Aufgrund der hohen Präsenz von Sendervertretern kann der Kongress das hervorragende Verhältnis von 2:1 von unabhängigen Produzenten auf Sendern bieten: eine einzigartige Chance, sich direkt mit potentiellen Partnern über die neue Stoffe auszutauschen.

### **Die wichtigsten Sessionformate:**

#### **Idea Salon**

Round Table Gespräche mit Wissenschaftlern, die aus ihrem Fachbereich berichten

#### **Close Encounters of the Funding Kind**

Treffen in kleinen Gruppen mit Redakteuren und Entscheidungsträgern, die Programme ausserhalb ihres Territoriums entweder beauftragen oder erhebliche Mittel bereitstellen.

#### **Meet the Broadcasters**

Verschiedene Sender stellen sich mit ihrem Programmprofil vor.

#### **Getting to Know You**

Für alle diejenigen, die zum ersten Mal auf dem WCSFP sind. Hier kann man Tipps erfahren, wie man den Event am besten nutzt. Einige Produzenten erzählen von ihren Erfolgsgeschichten der letzten Jahre.

#### **Micro Meeting with Broadcasters**

Sender stellen sich einer kleinen Gruppe von Teilnehmern vor. (Vorherige kostenlose Registrierung erforderlich)

#### **Pitch us!**

Museen und Science Center berichten von ihren zukünftigen Programmstrategien und fordern Produzenten auf, Ihnen Vorschläge einzureichen.

#### **What's the Buzz**

Die Session gibt jedes Jahr auf neue Einblicke in die aktuellen Produktionen und die Programmtrends aus der ganzen Welt.

#### **The Future Is Here: 2020**

Prominente Panelisten treten gegeneinander an und diskutieren Programmideen, technologische Trends und was 2020 interessant sein könnte.

#### **Spark of Inspiration**

In dieser Session stellen herausragende Medien-Persönlichkeiten oder Wissenschaftler ihre aktuellen Strategien oder Untersuchungen vor – immer ein Highlight. Dieses Jahr war Hiroshi Ishiguro eingeladen, einer der führenden Roboterforscher der Welt.

#### **Speed Dating**

Unabhängige Produzenten bekommen hier one-on-one-meetings mit Sendervertretern, Filmfonds und Weltvertrieben.

#### **Science in 60 Seconds**

Präsentation der einminütigen Wissenschaftsvideos (Teilnehmer konnten hier Projekte einreichen) mit Preisverleihung.

Die Spezialität des WCSFP ist die hohe Qualität und der Unterhaltungsfaktor, mit dem die Panels präsentiert werden. Die Organisatoren legen Wert auf informelles Networking, daher sind in der Akkreditierung auch die Mittagessen und Abendveranstaltungen enthalten.

Der WCSFP setzt jedes Jahr mit seinen Panels und Workshops andere Schwerpunkte. In diesem Jahr waren dies:

- immersive Filme: VR, Fulldome, Holodeck
- 8k Produktionen, Dolby Vision und Dolby Atmos für TV
- Working with Digital Platforms
- Big Screen Storytelling
- Millennial Youtubers
- Verschiedene Panels zu Storytelling und der Zukunft der Geschichtsprogramme
- Künstliche Intelligenz und Deepfakes
- Climate Change
- Die Bewegung Constructive or Open Journalism
- Zuschaueranalyse "Who is not watching and why?"
- Der Erfolg von wissenschaftlichen Crime-Programmen

In verschiedenen Räumen gab es Vorführungen von 8k Produktionen (2D und 3D) Fulldome (360Grad Kuppelprojektion) in 2D und 3D und VR Installationen zu sehen.

Zu den Panels und aktuellen Trends:

- 1) Der britische Wellcome Trust, <https://wellcome.ac.uk/>, hat ein neues Network für Research und Development vorgestellt, OKRA.
- 2) Das King Abdul Center in Saudi Arabien, ITHRA.  
Sie unterstützen jedes Jahr 3 Feature length und 3 Short Filme saudischer Filmemacher und suchen Koproduzenten für wissenschaftliche Filme mit STEM Ausrichtung (Science, technology, Engineering, Mathematics).
- 3) Makoto Uchida, Kurator des Miraikan, Tokyo.  
Das Miraikan hat eine Reihe sehr fortschrittlicher Roboter. Der berühmteste ist wohl Asimo. Der Kurator ist offen für Vorschläge, seine Roboter als Schauspieler, DOP, oder Director einzusetzen – natürlich mit wissenschaftlicher Begleitung. Er sucht Experimentierfelder für seine Roboter.
- 4) Dolby stellte sein Dolby Vision für TV und sein Dolby Atmos System für TV vor.  
Eine wirklich beeindruckende Bild- und Tonqualität. Mich konnte vor allem das preislich interessante Dolby Atmos System für das heimische Wohnzimmer überzeugen. Die Soundqualität war überwältigend.
- 5) In „WTF is your digital strategy“ stellten einige Produzenten ihre Geschäftsmodelle beim Produzieren für digitale Plattformen vor. Ihre Motivation: Der Profit, der beim Produzieren für Snapchat, Facebook und Yahoo gemacht werden kann ist höher, als beim produzieren für Netflix oder TV Sender. Ausserdem behält man die Rechte und kann sie weiterverkaufen.  
Snapchat: Kids verbringen 3-4 Stunden am Tag bei Snapchat. Man kann also eine stabile Zuschauerschaft von 1 Mio erreichen. Wichtig sind dabei, die ersten beiden Sekunden. Es sollte hochkant gedreht werden und in Serien gedacht werden. Das CPM ist bei Snapchat höher als bei allen anderen digitalen Plattformen. Das Geschäftsmodell: Produzent finanziert seine Inhalte zu 100%, gibt es dann an Snapchat. Die platzieren darin Werbung. Der Split ist 50/50. Der Produzent kann den Content aber auch auf andere Plattformen geben.  
Yahoo Japan sagte, dass sie die Produzenten mit Equipment, Musik und Postproduktionsmöglichkeiten ausstatten zur Herstellung von 10 Min Filmen über internationale Themen, die sie in Auftrag geben.  
Ein Panelist berichtete, dass er ca 50 Filme im Monat für digitale Plattformen herstelle, jeweils 4 Min lang. Er hat Reihen entwickelt wie „What if“, „How to“, die eine Frage stellen und diese dann beantworten. Er betonte, wie wichtig es sei, dass die Zuschauer mindestens eine Minute den Film ansehen. Erst danach würde die Plattform anfangen, Mittel zu verteilen. Er stellt seine Filme hauptsächlich aus Archivmaterialien zusammen, da ein vollständiger Eigendreh bei der Produktionsmenge kaum umsetzbar ist.

- 6) Im Fulldome Kino wurden Vorträge zu technischen Aspekten des Immersiven 360 Grad drehens und des Storytellings angeboten, Es wurde betont, wie rasant dieser Markt steige und welche Möglichkeiten, sich beim immersiven Erzählen auf der grossen Leinwand eröffnen würden. Die Entwicklung digitaler Kameras der letzten Jahre habe es ermöglicht, dass inzwischen auch Realdrehs im Fulldome möglich sind und der Markt an real gedrehten Programmen interessiert sei. Es wurde aber auch betont, dass die Erzählweise im 360 Grad Raum sehr verschieden von der für die flache Leinwand sei und man am besten mit erfahrenen Partnern und vor allem einem auf Fulldome spezialisierten Weltvertrieb zusammen tun sollte.
- 7) Polarmedia, ein CGI Postproduktionshaus in London ist sehr an Kooperationen interessiert. Joe Kane, [joe@polarmedia.co.uk](mailto:joe@polarmedia.co.uk)
- 8) Getty Images, Douglas Simpson, [douglas.simpson@gettyimages.com](mailto:douglas.simpson@gettyimages.com)  
Bietet sehr günstige Preise für Lizenzmaterialien an (Video und Fotos). Für Pitch Videos kann man das Getty Archiv kostenfrei benutzen. Sie haben auch ein neues Modell, dass der Produzent nur 10% anzahlen muss, und der Rest der Lizenzsumme aus den Erlösen des Filmes bedient wird.

Unsere Teilnehmer haben den Event durchgehend hervorragend bewertet. Offenbar entspricht der Markt mit seinen vielfältigen Networking Aktivitäten und inhaltlich gut gesetzten Panels den Erwartungen der Teilnehmer. Die hohen Teilnehmerzahlen zeigen, wie wichtig dieser Event in Deutschland wahrgenommen wird. Mit seinen aus der ganzen Welt angereisten Teilnehmern bietet der WCSFP vielfältige Kontaktmöglichkeiten für Partner in Europa, Nord- und Süd-Amerika, Asien und Australien. Britta Bruhn schrieb 2016: „Es bleibt positiv festzuhalten, dass der WCSFP auch in 2016 wieder eine Plattform für den kreativen und inhaltlichen Austausch nicht nur zwischen Produzenten und Sendervertretern, sondern auch unter Produzenten-Kollegen bot und eine gute Einstiegsmöglichkeit für Nachwuchskräfte auf dem internationalen Parkett im Bereich Science&Factual darstellte.“

Im Dezember 2020 wird der Event in Strassburg, Frankreich stattfinden.

Björn Jensen