

Internationale Festivals, Märkte und Events

© Björn Jensen, 2022

▪ Warum besuchen ProduzentInnen internationale Events?

- Fehlende Finanzmittel
- Vertrieb
- Brancheninformation
- Suche nach KoproduktionspartnerIn
- Gespür für internationale Themen entwickeln
- Aufbau eines Netzwerkes

▪ Struktur von German Documentaries?

- Gemeinsame Initiative AG DOK und German Films
- Jahresbudgetplanung Dokumentarfilm
- AG DOK ist Gesellschafter bei German Films

Aufgaben von German Documentaries?

- Auswahl und Durchführung von Events
- Budgetplanung
- Evaluation von Events und jährliche Anpassung
- Verhandlung von Konditionen
- Organisation eines Standes
- Organisation von Networking Events
- Präsentation von Trailern
- Beratung und Netwerkaufbau
- Website www.german-documentaries.de
- Katalog „German Documentaries“
- Aufrufe und Bewertungen der Events auf der Website der AG DOK

Finanzieller Support durch German Documentaries?

- Man muss **NICHT** Mitglied der AG DOK sein, um die Services von German Documentaries wahrnehmen zu können
- Vergünstigte (manchmal kostenfreie) Akkreditierungsgebühren
- Oft vergünstigte (manchmal kostenfreie) Hotels
- Manchmal vergünstigte Zuggebühren

- Einladungen zu Empfängen

Finanzieller Support durch German Films?

- Nachwuchsproduzenten und Nachwuchsproduzentinnen mit Kinofilmprojekten, die zu Pitches eingeladen wurden, und Regisseure und Regisseurinnen, deren Film auf einem Festival läuft, können unter gewissen Bedingungen einen Antrag bei German Films stellen.
- Die Regeln sind hier zu finden: <https://www.german-films.de/producerscorner/festival-travel-support/index.html>

- **Finanzieller Support durch German Films?**
 - German Films bietet Marketing- und Untertitelungszuschüsse an.
 - Nähere Informationen finden sich hier: <https://www.german-films.de/producerscorner/festival-travel-support/index.html>

- Ansprechpartnerin bei German Films für den Dokumentarfilm:
 - **Julia Teichmann**
 - teichmann@german-films.de

Vorbereitung

- **Märkte, Koproduktionstreffen und Events**
 - Anstelle vieler Reisen zu den einzelnen Sendern, und Partnern, besucht Messen und Märkte
 - Die meisten Redakteure besuchen mehrere im Jahr



Vorbereitung

- **Welche Events sind die Richtigen für mich?**
 - Auf die thematischen und regionale Schwerpunkte, Genres und Besucherstruktur der Events achten

Vorbereitung

- **Die wichtigsten Events des Jahres?**
- **Sunny Side of the Doc:**
 - Koproduktionsmarkt; alle Genres, alle Auswertungsformen inkl immersive Medien, gute Panels, sehr gutes Pitching Forum
 - www.sunnysideofthedoc.com
- **Idfa:**
 - Grösstes Dokumentarfilmfestival der Welt, Fokus: Langer Kinodokumentarfilm, sehr gutes Pitching Forum, Vertriebsmarkt, Koproduktionsmarkt, Panels
 - www.idfa.nl

Vorbereitung

- **Die wichtigsten Events des Jahres?**
- **WCSFP:**
 - Sehr gute hochkarätig besetzte Panels und Informationsveranstaltungen, Koproduktionsmöglichkeiten
 - www.wcsfp.com
- **Hot Docs:**
 - Bedeutendes Festival in Canada, Fokus: Kinodokumentation mit Ausrichtung auf den nordamerikanischen Markt, Koproduktionsmarkt, sehr gutes Pitching Forum, Panels
 - www.hotdocs.ca

- **Welche Meetingsformate sind üblich?**
 - Meet Market
 - One-on-one
 - Round Tables
 - Micro-Meetings
 - Speed Dating
 - Präsentationen
 - Pitches
 - Rough Cut Presentations
 - Präsentation fertiger Filme
 - Parties mit informellen Treffen

■ **Welches Material sollte man vorbereiten?**

- 1 Pager
- kurze Synopsis
- Logline oder One-Liner
- Treatment (5-10 Seiten)
- Finanzierungsplan
- Pitch Teaser
- Elevator Pitch
- Formeller Pitch
- Company Presentation

Vorbereitung

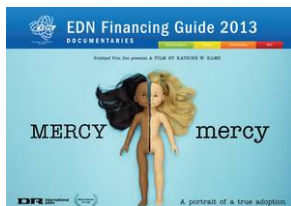
■ **Wie finde ich die richtigen RedakteurInnen?**

- Öffentliche Sender streamen meist kostenlos im Internet
- Seht Euch das Programm an
- Sucht die *strands*, die Euren Themen und Erzählweise nahekommen
- International gibt es nur ein paar hundert Redakteure, die Koproduktionen machen
- Von denen passt vielleicht nur ein oder zwei Redaktionen zu Eurem Projekt

Vorbereitung

■ **Publikationen:**

- Immer noch eine gute Quelle: Der Finanzierungsguide des European Documentary Network:



Vorbereitung

- **Publikationen:**
 - Datenbanken der Events. Manche veröffentlichen Decision Makers Guides mit e-mails, wie z.B. die Sunny Side

Vorbereitung

- **Analyse des Marktes**
 - Schaut Euch internationale Programme an und schaut im Abspann auf die Finanzierungsstruktur
 - Bleibt up-to-date mit Nachrichten aus der Branche
 - www.dtve.org
 - www.hollywoodreporter.com
 - www.theguardian.com/film/documentary
 - www.thedocumentaryblog.com/
 - www.documentary.org/
 - www.realscreen.com/#
 - Etc.

Vorbereitung

- **Auswahl des richtigen Projektes**
 - Wählt ein Projekt mit internationalem Potential
 - Entwickelt ein Expose und einen Finanzierungsplan
 - Erstellt ein Package:
 - Thema
 - Storytelling
 - Regisseur
 - Zielgruppe
 - Vertriebskanal

Vorbereitung

■ Pitch Teaser

- Erstellt ein Pitch Teaser
- Es sollte die Idee, die Umsetzung und die Stimmung des Filmes in ca 2 Minuten erfahrbar machen



Vorbereitung

■ Vorbereitung für einen Event

- Macht Termine für Meetings Wochen im Voraus
- Bewerbt euch bei Pitch Sessions
- Bewerbt euch bei Meet Markets
- Bewerbt euch bei Round-Table Meetings
- Bewerbt euch bei one-on-one Meetings

Die wichtigsten Meetingformate

■ Was sind round-table meetings?

- Organisierte Treffen zwischen Produzenten und 1-2 Experten, Investoren, Vertriebsleuten, Redakteuren (decision makers)
- Die decision makers präsentieren ihre Firma und was sie suchen
- Üblicherweise 10-15 Minuten
- Man muss sich nicht mit einem Projekt bewerben
- Austausch von Visitenkarten, aber keine Besprechung Eures Projektes
- Keine zusätzlichen Gebühren

Die wichtigsten Meetingformate

■ Was sind one-on-one meetings?



Die wichtigsten Meetingformate

■ Was sind one-on-one meetings?

- Organisierte Treffen zwischen einem decision maker und Euch
- Üblicherweise 10 – 15 Minuten lang
- Man muss sich nicht mit einem Projekt bewerben
- Man kann das eigene Projekt kurz vorstellen
- Keine zusätzlichen Gebühren

Die wichtigsten Meetingformate

■ Was ist ein Meet Market?



Die wichtigsten Meetingformate

■ Was ist ein Meet Market?

- Organisierte Meetings zwischen Euch und einem potentiellen decision maker
- Üblicherweise 30 Minuten lang
- Man muss sich mit einem Projekt bewerben
- Sehr kompetitiv
- Zusätzliche Gebühr wird erhoben

Die wichtigsten Meetingformate

■ Was ist ein Pitching?

- Effektiver Weg, das eigene Projekt einer grossen internationalen Gruppe vorzustellen



Die wichtigsten Meetingformate

■ Was ist ein Pitching?

- Formale Präsentation des Projektes vor 10 bis 30 ausgewählten decision makers, plus Zuschauer
- Projekt wird von ProduzentIn, RegisseurIn und einem Unterstützer (RedakteurIn, Weltvertrieb) vorgestellt
- Ein bis zwei Moderatoren
- Sehr formell:
 - 7 Minuten Präsentation, inkl 2 Minuten pitch video
 - 8 Minuten Q&A
 - Meist 8-10 Pitch-Projekte pro Block

Die wichtigsten Meetingformate

■ Was ist ein Pitching?

- Man muss sich mit einem Projekt bewerben
- Sehr kompetitiv
- Zusätzliche Gebühr wird erhoben

- in sehr seltenen Fällen steigt ein *decision maker* sofort ein
- das Ziel ist, den *decision maker* zu überzeugen, sich Zeit für einen weiteren Termin zu nehmen
- Man sollte mindestens einen Partner aus dem eigenen Land mitbringen
- Das Projekt sollte ein internationales Potential haben
- Idealerweise sind bereits über 60% finanziert

Die wichtigsten Meetingformate

■ Was ist ein Pitching?

- Ihr solltet vorher ein Pitch Training besuchen, wenn Ihr unsicher seid, wie Ihr präsentieren sollt
- Beim Pitchen geht es genauso um die Person, die pitcht, wie um das Projekt
- Wählt den Pitching Event aus, der zu Eurem Projekt passt

Die wichtigsten Meetingformate

■ Was ist ein Pitching?

- Deadline für die Anmeldung meist 3-4 Monate vor dem Event
- Eine Jury wählt die Pitches aus
- Ca 1-2 Monate vor dem Event bekommt man das Ergebnis
- Wichtig:
 - Strategie mit dem RedakteurIn erarbeiten
 - Moderator briefen

Tipps für den Event

■ Seht Euch Panel Diskussionen an



Tipps für den Event

■ Seht Euch Panel Diskussionen an

- Lernt dabei die *decision makers* kennen
- Lernt über Trends
- Versucht im Anschluss einen Termin mit einem *decision maker* zu bekommen (sehr schwer)
- Achtung: Bei einigen Events sind Panels eher Werbeveranstaltungen

Tipps für den Event

■ Noch besser: Werdet auf Panels eingeladen

- Auf einem Panel zu sein, erhöht die Sichtbarkeit
- -> Netzwerken
- -> Unterstellte Professionalität

Tipps für den Event

■ Wo sind die Koproduzenten?

- Bei Fortbildungsveranstaltungen und Workshops
- Auf Networking Parties
- Bei Round-Tables
- Bei one-on-ones
- Bei Pitchings
- Auf Festivals
- An der Café-Theke ;-)



Tipps für den Event

■ Kosten

- Akkreditierungskosten zwischen 300 € und 1.300 €
- Mit Reisekosten, Hotel, Essen kann man immer mit 2.000 € pro Event rechnen
- Marketingmaterialien, Pitchvorbereitungen etc kommen nochmal dazu

Tipps für den Event

■ Zeithorizont

- Es dauert länger, als man denkt
- Internationale Kontakte zu etablieren, dauert normalerweise Jahre
- Sender und Investoren planen in der Regel mehr als 1 Jahr im Voraus
- Fangt zuerst mit einer kleinen Test Kooperation an, bevor Ihr eine internationale Koproduktion anstrebt

■ Was kann man sonst noch machen?

- Überlegt Euch, professionelle Hilfe zu holen
- z.B. Vertriebsfirma, Finanzierungsberater, die bereits ein gutes Netzwerk haben etc.

Lizenzvertrieb

■ Selbstvertrieb oder Weltvertrieb?

- Einige ProduzentInnen versuchen, die Kommission des Weltvertriebs zu sparen und nehmen ein, zwei eigene Projekte auf einen Markt mit
- Meist lohnt es sich nicht
- Ein Weltvertrieb kann besser verhandeln, hat die besseren Kontakte und kann den Film besser verkaufen
- Diese Strategie ist nur sinnvoll, wenn man sie als Lernübung versteht. Was will der Käufer?

Lizenzvertrieb

■ Lizenzpotential für 90 Minuten Kino-Dokumentationen

- Primärer Markt (Free TV in großen Ländern):
 - USA 150.000 USD
 - UK 90.000 - 140.000 USD
 - Deutschland 30.000 - 60.000 USD
 - Frankreich 30.000 - 60.000 USD
 - ARTE 30.000 - 40.000 USD

Territory	Hour Series	TV Movies	Children's Animation/ Live Action	Documentaries
Australia	\$10-\$25	\$10-\$25	\$2-\$10	\$2-\$10
Eastern Europe*	10-30	10-30	2-10	3-10
France	10-40	20-60	5-15	5-20
Germany	15-60	20-75	5-10	5-20
Hong Kong	1-3	2-5	1-2	1-3
Israel	1-3	2-5	1-3	1-3
Italy	15-50	15-50	2-5	3-10
Japan	10-40	15-50	5-10	5-15
Latin America*	10-50	15-50	5-15	5-15
Middle East*	1-3	2-5	1-3	1-3
Netherlands	5-15	10-30	2-5	3-10
Russia	5-15	10-25	3-10	5-15
South Africa	2-5	3-7.5	1-2	1-3
Southeast Asia*	10-50	15-60	2-10	3-10
Spain	15-40	20-50	3-15	3-15
United Kingdom	15-75	20-50	10-30	10-40

Quelle: Hollywood Reporter

Lizenzvertrieb

- Pre-Buy Deals liegen normalerweise um Faktor zwei bis drei über dem Lizenzankauf
 - z.B. France 5: Ankauf 1 Stunde 13.000 EUR
Pre-buy 1 Stunde 30.000 – 40.000 EUR

Festivals und Märkte in der Pandemie

- Der virtuelle Raum: Fluch oder Segen
- Aufgezeichnete Panels
- Live vs. „Konserve“
- Pre-recorded Pitches
- Virtuelle Begegnungswelten
- Virtuelles Speed Dating
- Ticketverkauf der virtuellen Festivals ist gestiegen
- Akkreditierungen für Industrieevents sind gefallen
- Mangelndes Festivalfeeling
- Mangelnde Energie der decision maker
- Enormer Anstieg des Vertriebes

Festivals und Märkte in der Pandemie

- On Site
- On-Line
- Hybrid

Nach der Pandemie

■ Welche Veränderungen sind zu erwarten?

- Sehr divergente Meinungen:
 - Weniger Events physisch besuchen
 - Hunger nach Normalität
- CO2 Footprint
- Aufzeichnung der Panels
- Panels mit teils physischen, teils virtuelle TeilnehmerInnen
- Geringere Besucherzahlen, weniger Werbeausgaben, höhere Kosten

Nach der Pandemie

■ Gibt es eine Zukunft für MIPDOC?

- Der wichtigste Meetingplatz der weltweiten Einkäufer fehlt
- MIP will keine Library mehr vor Ort anbieten
- Kaum dokumentarische Repräsentation auf der MIP
- Wer wird die Lücke besetzen?

Nach der Pandemie

■ Die Herausforderungen bei hybriden Veranstaltungen?

- Value für Leute vor Ort schaffen und für Online Teilnehmer
- Weltweite Zeitzonen bedienen
- Digitale Verfügbarkeit nimmt die Energie aus Live Veranstaltungen

Weiterführende Links:

- **Europäische Audiovisuelle Informationsstelle:** www.obs.coe.int
- **SPIO:** www.spio.de
- **IDATE:** www.idate.fr/
- **Fachzeitschriften:**
 - Hollywood Reporter: www.hollywood-reporter.com
 - Filmecho/Filmwoche: <https://www.filmecho.de/>
- **Publikationen von Messen:**
 - AFM, MIP, Cannes Filmmarket, European Film Market, etc.
- **Kostenlose Newsletter:**
 - Creative Europe Audiovisual Newsletter, www.ec.europa.eu
 - Digital TV Europe, www.dtve.com
 - Film News Europe, www.filmnewseurope.com
