

Messe- und Standbericht MIPCOM 2024 von Björn Jensen

Die **MIPCOM** in Cannes ist eine der größten Messen weltweit für den Vertrieb von Kino, TV und OTT Inhalten. Sie jährte sich in diesem Jahr zum 40. Mal. Nachdem die MIPTV im April in diesem Jahr zum letzten Mal stattgefunden hat (ab nächstem Jahr soll ein Nachfolgeevent in London stattfinden), scheint die MIPCOM wieder **neuen Schwung** bekommen zu haben. Die Besucherzahlen waren mit 10.500 zwar etwas niedriger als im letzten Jahr, aber die Gänge waren belebt und alle die ich gefragt hatte, waren mit ihren Meetings zufrieden.

Die Bandbreite der angebotenen Filme reicht von Spielfilm, Animation, Dokumentationen, Scripted und Unscripted Formaten, über Streaming Content bis hin zu Archiven und VR/360 Grad. An Ständen, präsentieren sich Weltvertriebe, Unternehmen, Sender und Länder, die ihren Teilnehmern eine Plattform anbieten. Unsere TeilnehmerInnen berichteten von vollen Terminkalendern und guten Treffen. Aus Deutschland waren, ähnlich wie im Vorjahr, um die 500 Personen akkreditiert.

Die MIP galt lange als nicht-kuratierter Event vor Ort. Im agilen Marktsegment der internationalen Messen und Koproduktionsmärkte hat die MIP mit ihrem Angebot aber inzwischen nachgezogen und hat zwei sehr interessante Angebote an den Start gebracht: den Co-Production Market und das MIP Innovation Lab.

Der vor einigen Jahren eingeführte **Co-Production Market** mit vielen guten Panels und einem grossen Bereich mit Sitzgelegenheiten war dieses Mal in einem Zelt am Meer untergebracht. Eine hervorragende Location. Es gab kostenlosen Cafe und Getränke, aber die Treffen waren manchmal in der Menschenmenge schwierig und liefen oft nach dem Prinzip „steh mal auf und Winke“ ab. Im Vorfeld konnte man mit einer App neue Kontakte machen und die Termine dann in den eigenen Kalender übertragen. Anders als andere Events, gibt die MIPCOM in ihrem System keine Kontaktdaten heraus. Anfragen können nur über die Plattform gestellt werden. Die Texte können nicht gestaltet werden (kein HTML, keine Anhänge) und man erfährt auch nicht, ob sie gelesen wurden.

Im **MIP Innovation Lab** finden sich zum Teil sehr gute Panels mit interessanten Personen, die sich mit neuen Technologien und Geschäftsmodellen auseinandersetzen. In diesem Bereich hat sich die MIP deutlich verbessert und ist aus Sicht der Produzenten deutlich attraktiver geworden. Oft kann man die Speaker im Anschluss in Round Table Gesprächen treffen. Diese Termine müssen aber im Vorfeld gemacht werden.

In den offiziellen Panels der MIP finden sich viele hochkarätige Sprecher:innen, aber inhaltlich sind sie dann doch nicht so ergiebig. Ein hochinteressantes Panel wurde am letzten Tag von Ampere Analysis gestaltet, die eine Analyse des internationalen Marktes vorstellten – mehr dazu unten.

Es gab Panels, Workshops und jeden Tag mehrere **Networking Drinks** und Partys am Abend. Die Panels der MIPCOM sind deutlich besser geworden, als in früheren Jahren.

Die TeilnehmerInnen bewerteten den Markt durchgehend als ausgesprochen positiv und erfolgreich. In erster Linie ist die MIPCOM ein Markt für fertige Filme. Aus der Produzent:Innen-Sicht ist die MIPCOM interessant für Newcomer:Innen, die sich einen Einblick in den internationalen Markt verschaffen wollen und für etablierte Filmschaffende, die bereits im Vorfeld wissen, wen sie treffen wollen und über die entsprechenden Kontakte verfügen. Mit den neuen Networking Möglichkeiten hat die MIPCOM an Attraktivität gewonnen. Im Dokumentarfilmbereich ist die MIPCOM nicht so breit aufgestellt. Panels zu nicht-fiktionalen Inhalten sind nur vereinzelt zu finden. Hoffentlich entdecken die Veranstalter wieder die Attraktivität des nicht-fiktionalen und bringen die „verlorene“ MIPDOC zur MIPCOM.

Es gab auch in diesem Jahr wieder einen **German Pavillon**, auf dem auch German Documentaries vertreten war. Einkäufer konnten sich den aktuellen Katalog ansehen und die Teilnehmer des Standes konnten Videoclips ihrer Filme auf mehreren Monitoren in Endlosschleife laufen lassen. Über German Documentaries und mit Mitteln von German Films erhalten deutsche Dokumentarfilmschaffende einen vergünstigten Zugang zu der MIPCOM und zu unserem Stand.

Auch in diesem Jahr haben German Documentaries und Runze und Casper, die den deutschen Stand organisieren, einen Networking Empfang ausgerichtet. Eingeladen waren

einige hundert internationale decision maker und der Empfang war mit ca. über 100 Personen besser besucht, als im letzten Jahr.

Ausblick 2025: Zu der im April stattfindenden **MIP LONDON** werden wir keine Delegation anbieten. Für die MIPCOM 2025 werden wir ab Sommer nächsten Jahres Aufrufe starten.

Trends

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. Ich hatte vor einem Jahr an dieser Stelle davon gesprochen, dass die Blase platzen könnte und es zu Konsolidierungen kommen würde.

Inzwischen ist bei vielen Anbietern Ernüchterung eingetreten. Die hohen Kosten eines eigenen FAST Kanals lohnen sich nicht für jeden. Wie auch bei anderen Geschäftsmodellen, besteht das Problem nicht darin, Inhalte im Netz bereit zu stellen, sondern den Weg zum potentiellen Zuschauer:in zu finden. Noch ist es so, dass die FAST Kanäle Inhalte brauchen, also eine Chance für Rechteinhaber, Filmlizenzen zu verkaufen und für Produzenten, die in der Lage sind attraktive Inhalte für ein attraktives Budget zu erstellen. Aber in Gesprächen höre ich immer mehr, dass Anbieter ihre FAST Kanäle wieder schließen und sie Kooperationen mit Dritten suchen.

Dennoch ist FAST ein interessantes Geschäftsmodell, das auch beliebt wird. Vor allem, weil sich die Werbeindustrie davon einiges verspricht. Mehr als ein Drittel der US-Haushalte sehen sich mittlerweile monatlich FAST-Plattformen an, und die Anzahl der Kanäle auf den ständig wachsenden US-FAST-Plattformen entspricht mittlerweile der des typischen Kabelfernsehensystems.

PANELS

Ampere Analysis

Ein sehr informatives Panel. Die präsentierte Powerpoint Datei kann auf der Website kostenfrei heruntergeladen werden: <https://info.ampereanalysis.com/miptvgb24>

Wir befinden uns seit mehreren Quartalen in einer Flaute. Streamer und Sender investieren weltweit deutlich weniger in die Produktion von Content und geben mehr Geld für Lizenzen aus. Vor der Pandemie waren 60 % der beliebtesten Sendungen von Netflix Originale, heute sind etwa 60% der beliebtesten Programme lizenziert. Produktionsfirmen und Studios müssen daher Kosten und Personal kürzen. Streamer und Sender suchen Produktionen, die trotz geringer Summen, gut aussehen.

Investitionen in aufwendige Produktionen sind rückläufig, während vor allem True Crime, Drama und der zunehmend dominante Dokumentarfilmsektor zulegen können.

Unscripted hat für Netflix und Amazon in den letzten drei Quartalen die zweitstärkste Auftragsvergabe erreicht nach dem Höhepunkt der Pandemie.

Wachstum wird für die Streamer vor allem in Westeuropa und Asien realisiert, wobei jede dieser Regionen etwa ein Drittel aller Auftragsvergabeaktivitäten von Erstausstrahlungen bei Netflix und Amazon ausmacht. Koproduktionen werden aus Nordamerika zunehmend als Möglichkeit gesehen, Kosten zu senken und Zugang zu Steuererleichterungen zu erlangen. Die Trends in Kürze: mehr Unscripted; wachsende Nachfrage nach Dokumentarfilmen und Dokudramen; kostengünstigere Drehbücher mit Schwerpunkt auf True Crime und Romanzen; mehr formatierbare Inhalte für die Lokalisierung und die Rückkehr langlaufender Gerichts- und Crime Serien.

Standreport

Spain Audiovisual Bureau

Spanien bietet einen Tax credit von 30% bis zu 1 Mio an und 25% für Budgets über 1 Million. Die Erstattung des Tax Credits kann 18 bis 24 Monate dauern. Sollte man mit einem Studio in Spanien arbeiten, dann kann dieses Studio die Finanzierung bis zu Erstattung des Tax Credits ggf. übernehmen.

Darüber hinaus gibt es Regionen in Spanien, die einen höheren Tax Credit bis zu 50 % anbieten: Galizien, das Baskenland und die Kanarischen Inseln.

Weitere Informationen:

www.spainaudiovisual.mimeco.bob.es

Kontakt: Javier Martinez: javier.martinez@jcex.es

Social Debt

jonathan@socialdebt.ai

Social debt hat eine AI Software entwickelt, die aus einer IP (Film) automatisch Inhalte für Social Media entwickelt. Diese werden nach 15 Regeln gebildet und in das richtige Format konvertiert: zb: Trivia, Memes etc.

Nach Aussage der Hersteller ist das zu 80 % automatisiert und 20 % müssen manuell nachjustiert werden.

Universal Cinergia

Alexis Cardenas, a.cardenas@universalcinergia.net

Sie sind ein TPN-zertifiziertes Dubbing Studio mit Niederlassungen in den USA, Mexiko, Brasilien, Frankreich und Spanien sowie einem starken, kuratierten Netzwerk vertrauenswürdiger Partner weltweit Dubbing. Sie können voice over und Lippensynchronität in 32 Sprachen realisieren und setzen, anders als etliche andere, nicht auf AI Stimmen, sondern auf Qualität.

ADR Distribution

Alessia Ratzenberger, alessia.ratzenberger@adr.tv.it

ADR ist eine Vertriebsfirma in Italien für Dokumentarfilme, Serien und Spielfilme. Aber sie sind kein Kinoverleih. Sie arbeiten auch als Agentur und vermitteln Partner und Finanzierung in Italien.

Happy Scribe

Sharon Biggar, sharon@happyscribe.com

Sie bieten eine AI unterstützte automatische Untertitelung von Filmen an. Es ist sehr schnell und funktioniert in 60 Sprachen. Ob die Qualität stimmt, kann man selber ausprobieren. Sie haben einen kostenlosen Zugang, mit dem man ein paar Minuten testen kann.

Sharon meinte aber, dass es schon noch einen menschlichen Operator braucht, der die Texte gegenliest. Die reine AI Version kostet 360 EUR im Jahr. Darin enthalten sind bis zu 120 Stunden Film, die man untertiteln lassen kann. Wenn eine Person gegenchecken soll, kostet das extra. Export der UT Dateien in SRT oder STL und andere Formate sind möglich.

NIKITA VENTURES

Nathalie Charlotte Homann, nh@nikita-ventures.com

Sie verwerten > 25.000 TV- und Filmproduktionen auf YouTube und sind damit nach eigener Aussage einer der führenden Content-Provider für YouTube in Europa. Ihre Content-Partner bzw. Lizenzgeber kommen aus der ganzen Welt und sind entweder TV-Sender bzw. deren Verwertungstöchter, Filmvertriebe oder unabhängige Produktionsstudios. Der überwiegende Teil der Produktionen, die sie verwerten, wurde für eine Erstausstrahlung auf öffentlich-rechtlichen Sendern produziert.

Ihre monatliche Reichweite variiert aktuell zwischen 60-120 Mio. Views, verteilt über eine Vielzahl unterschiedlicher YouTube-Kanäle. Ihr Geschäft auf YouTube ist global. Dabei konzentriert sich ihr internationales Team mit Sitz in Berlin auf die Weltsprachen Englisch, Spanisch, Französisch, Deutsch, Chinesisch und Portugiesisch. Die Internationalisierung von Content ist eine ihrer Kernkompetenzen. Dabei bedienen sie sich verschiedener

Techniken (Untertitelproduktion, Metadaten-SEO, AI-basiertes dubbing). Außerdem sind sie ein führender Spezialist in Sachen Fingerprinting und Anti-Piracy-Protection und nutzen automatisierte Systeme, um illegale Uploads auf verschiedenen Social Media Plattformen entweder zu sperren oder zu monetarisieren.

Crazy Maple Studio

Archer Zhao, archer@crazymaplestudio.com

Crazy Maple stellt serielle fiktionale Formate her, die jeweils 1 Min lang sind und für den social media Konsum gedacht sind. Sie finanzieren sich über Werbung. Die App kann von den User:innen kostenlos genutzt werden. Die Filme sollten in Englisch gedreht sein. Sie werden mittels AI automatisch Untertitelt. In der Zukunft sollen sie auch mit AI lippensynchron hergestellt werden.

Sie suchen Autoren, die Ihnen Geschichten verkaufen (90 bis 100 Minuten, so geschrieben, dass sie in 100n clips aufgeteilt werden können, die in sich Bögen bilden und Cliffhanger haben). Diese Scripte würde sie dann lizenzieren und selber drehen.

Alternativ könnte auch mit einer Produktionsfirma ein Vertrag geschlossen werden für die Produktion der Clips.

Enterprise Ireland

Colm Foley, colm.foley@enterprise-ireland.com

Sie haben einen Factual Entertainment Fund, der Projekte unterstützt, die in Irland gedreht werden: Bis zu 50% der Kosten können bezuschusst werden. Mit einer Obergrenze von 200.000 EUR. Es ist eine bedingt rückzahlbare Förderung. Mindestens 50% der Fördersumme sollte auch in Irland ausgegeben werden.

Alternativ gibt es die Möglichkeit über einen irischen Koproduzenten für größere Projekte auf den Tax Credit in Irland in Höhe von 32% zurückzugreifen, dabei gilt ein *minimum spent* von 125.000 EUR. Weitere Informationen: www.screenireland.ie/filming

TAICCA

Julius Wang, juliusyuchungw@gmail.com

Die Taiwan Creative Content Agency berät kostenlos Interessenten bei Filmen, die in Taiwan gedreht werden sollen oder bei denen Kontakt nach Taiwan gesucht wird.

Das taiwanesisches Dokumentarfilmfestival **TIDF** findet alle 2 Jahre statt., Das nächste Mal in 2026 im Mai. Sie sind fokussiert auf Kinodokumentarfilme und brauchen eine asiatische Premiere.

Der **Industry Event Taiwan Creative Content Fest TCCF**, findet jedes Jahr im Oktober statt. Er bietet ein Pitching, Market und Forum für Cinema und TV Projekte und gilt als ein wichtiger Event für Projekte mit einem Bezug nach Asien (nicht notwendigerweise nach Taiwan). Es gibt 5 Pitching sessions: Docs, tv drama, feature film, kids and animation, comic book adaptation. Taiwan bietet über **Filmförderungen** mittels eines taiwanesischen Koproduzenten bis zu 49% des Budgets an.

NITRO

Mariano Roson, mroson@notrogroup.net

Sie suchen Dokumentarfilme in großer Menge, um damit AI zu trainieren. Die Filme werden nicht irgendwo ausgewertet. Sie suchen vor allen Dokumentarfilme, die auf Deutsch gedreht wurden und Englisch übersetzt wurden, oder Englisch gedrehte Docs, die auf Deutsch übersetzt wurden.

Insgesamt suchen sie 25.000 Stunden Material

Sie bieten zwischen 40 USD und 100 USD / Stunde.

Tatoon Sas

Qinhan Jia, q.jia@t4culture.com

Sie bieten einen AI unterstützten workflow für die Synchronisierung von Filmen an. Dabei werden AI Stimmern eingesetzt, die schon ziemlich gut klingen.

Kosten für voice over (z.B bei Docs) 20 EUR/min plus 1000 EUR als setup-fee

Kosten für Lippensynchrones Dubben (z.B bei Spielformaten) 30-40 EUR/min plus 1000 EUR als setup fee.

YTN Korea

Hyewon Kim, kimhw0905@ytn.co.kr

YTN ist eine „CNN in Korea“. Sie sind ein News Kanal. Haben aber auch einen Science und einen Lifestyle Kanal. Wenn jemand Archivmaterial aus der Geschichte Koreas sucht, ist man bei YTN an der richtigen Adresse. Darüber hinaus sind sie an internationalen Kooperationen interessiert und kaufen internationalen Content für ihre Science und Lifestyle Kanäle.

Media Stands, EU

Die Media Stands haben auf ihrer Website Briefings mit TV-Sendern, Vertrieben, Consultants und Einkäufern veröffentlicht. Die sehr lesenswerten Kurzprofile listen auf, welche Programme gesucht werden. Dort finden sich auch die Kontaktdaten. Unbedingt lesenswert!

<https://media-stands.eu/markets/mipcom#buyers-briefings>

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 Ansprechpartnerin. 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