

MIPTV und MIPDOC 2021

Messe & Standbericht von Björn Jensen

Üblicherweise treffen jedes Jahr im April Produzent*Innen, Vertriebsfirmen, Redakteur*Innen, Organisationen und Förderer zu der größten Messe für Dokumentarfilm und TV Produktionen in Cannes zusammen. Für German Documentaries ist die Verbindung **MIPDOC** (für die Dokumentarfilmbranche) und **MIPTV** das entscheidende Kriterium, sich für die Messe im Frühjahr zu entscheiden. Die Bandbreite der angebotenen Filme reicht von Archiv über Kino, Spielfilm, Dokumentationen, TV, Formate bis hin zu Internet Content und VR/AR/360 Grad. An Ständen, präsentieren sich Weltvertriebe und Länder, die ihren Teilnehmern eine Plattform anbieten.

Wegen der Pandemie wurde die MIPDOC abgesagt und die MIPTV fand ausschließlich Online statt. Der Veranstalter hat aus den schlechten Online Editionen des letzten Jahres gelernt. Die Website wurde komplett überarbeitet und es gab eine breite Palette von Angeboten, die eine Interaktivität zuließen.

Mit der Akkreditierung wurde dem Teilnehmer*in eine gewisse Anzahl von Treffen garantiert, die ein AI System aufgrund des eigenen Profils vorgeschlagen hat. Darüber hinaus konnte man eigene Recherchen anstellen und sich mit Teilnehmern vernetzen. Bei Interesse, konnten die Treffen über die Website abgehalten werden, ohne dass dazu eine Drittsoftware aufgerufen werden musste. Die Networkingfunktionen waren dieses Jahr gut zu bedienen. Kontaktforderungen, eine Chatfunktion, sowie eine Sektion *Inbound Leads*, in der man sehen konnte, wer sich das eigene Profil angesehen hatte.

Allerdings berichten Teilnehmer, dass sie die Profileinrichtung weniger übersichtlich fanden, als bei anderen Events. Sehr enttäuschend wurden die pre-scheduled Meetings bewertet. Es waren weniger Entscheidungsträger*Innen akkreditiert, als in den früheren Jahren und viele Gesprächspartner*Innen sagten Termine dann kurzfristig ab. Die garantierten Meetings wurden anscheinend nur zur Hälfte mit eigenen Wunschkandidaten besetzt, die andere Hälfte wurde mit Vorschlägen der AI gefüllt, die aber wenig Übereinstimmung mit dem eigenen Profil aufwiesen. Die Terminvergabe der MIP nahm keine Rücksichten auf die verschiedenen Zeitzonen, daher kamen viele Treffen nicht zustande. In selbst-organisierte Treffen konnte man diese Klippen allerdings gut umschiffen. Sehr bedauert wurde von Vertrieben und Einkäufern, dass es die **MIPDOC Library** nicht gab, in denen sonst immer die neuesten Filme des letzten Jahres zur Lizenzierung angeboten wurden. Die MIPDOC Library war als größte Filmdatenbank und eine sehr gute Möglichkeit Filme potentiellen Käufern anzubieten.

Es gab einige **Panels**, die zum Teil auch als VOD noch einige Zeit nach dem Event einsehbar waren. Die Qualität der MIP Panels war noch nie besonders hoch und da machte dieses Jahr auch keine Ausnahme. Die Mehrzahl der Panels befassten sich mit Formats, Kids, Drama. Es gab nur zwei Panels, die sich mit Factual Themen befassten. Dort wurden kuratiert ein paar Dutzend Programme vorgestellt. Davon waren nur wenige wirklich interessant, die meisten waren recht durchschnittlich.

Interessanter waren dann die **programming briefs**, bei denen die Ankaufs- und Koproduktionsstrategien verschiedener Sender kurz vorgestellt wurden, unter anderem NHK, France TV, Discovery Asia, ZDFE und das Waterbear Network. Im Anschluss konnte man den decision makern in einem **breakout room** Fragen stellen. Das Waterbear Network ist die erste interaktive Streaming Plattform, die sich mit der Zukunft unseres Planeten befasst. Dahinter steht der Weltvertrieb Off the Fence. Das Streaming der Filme ist kostenlos. Im Ankauf will Waterbear Filmlizenzen erwerben.

Auch sehr gut waren die **Workouts**, die thematisch organisiert waren und in denen man mit den Experten interagieren konnte.

Darüber hinaus gab es noch ein paar **Online Veranstaltungen** mit Partizipation der Teilnehmer. Diese waren interessanter. Es wurden die Produktions- und Einkaufsstrategien verschiedener Sender/OTT/Vertriebe besprochen, allerdings waren diese Veranstaltungen live und wurden nicht aufgezeichnet und daher für Teilnehmer anderer Zeitzone kaum wahrnehmbar.

Sehr interessant waren die **Meet-ups**, ein Speed Dating Format. Mittels AI bekam man einen beliebigen Partner für einen 3 Minuten Videochat vorgeschlagen. Die Meet-ups waren thematisch organisiert und kamen mit ihrem Konzept dem chaotischen Prinzip eines Cocktailevents sehr nahe.

Über German Documentaries und mit Mitteln von German Films erhalten deutsche Dokumentarfilmschaffende vergünstigten Zugang zu den MIP Events. Aufrufe erfolgen, wie bei allen anderen Events, einige Monate vorher über die E-mail Verteiler der AG DOK. Außerdem stehen die Aufrufe im öffentlichen Bereich auf der Website der AG DOK und bei German Documentaries mit kurzen Beschreibungen des jeweiligen Events sowie Kontaktdaten des Betreuers*In.

Die wichtigsten Online Module der MIPTV in diesem Jahr:

Breakout Room

Kleine Runden mit 20-30 Teilnehmer*innen, die dem Redakteur*in/Experte*in Fragen stellen können. Nur mit Voranmeldung. Dauer 15 Min.

Meet-ups

Ein 3 Minuten Speed Dating Format - thematisch organisiert. Durchaus interessant. Nur mit Voranmeldung. Dauer 90 Min

Workout

Veranstaltung zu einem bestimmten Thema, bei dem auch eine Interaktion zwischen dem Experten*in und den Teilnehmer*innen möglich und erwünscht ist. Nur mit Voranmeldung. Dauer 90 Min

Programming Briefs

Sender, Förderer, Vertriebe geben eine kurze 15 minütige Einführung in ihre aktuellen Programmierungs- und Ankaufsstrategien. Session wird als moderiertes Gespräch gestaltet und ist dann als VOD abrufbar.

Factual and Documentary Trends

Eine Auswahl von innovativen Dokumentarfilmen und Factual Shows. 20 Min., als VOD abrufbar.

Content Showcases

In den Bereichen Factual, Drama, Formats finden 90 minuten Sessions statt, in denen ausgewählte Programme des letzten Jahres vorgestellt werden. Als VOD abrufbar.

Networking – Im folgenden finden sich einige Firmen, die mich kontaktiert haben, weil sie Kontakt in die deutsche Dokumentarfilmszene suchen.

Asacha Media, Maria Grazia, Frankreich

mariagrazia@asachamedia.com

Asacha Media is a group of European production houses based in France, Italy, UK and now Spain backed up by an American private equity fund. We look for interesting projects to distribute and/or co-produce. Pls visit our website: <https://www.asachamedigroup.com/> and do feel free to reach out

Little Studio Films, Alexia Melocchi, Italien

alexia@littlestudiofilms.com

We are distribution consultants and have had success in handling documentaries as well as indie features. Most recent ones are RETURN TO HAPPINESS, streaming everywhere, and the DURAN DURAN LIVE concert film directed by David Lynch, also released theatrically everywhere. Currently handling the Award Winning Documentary A SOUL JOURNEY by Marco Della Fonte, about the forgotten musicians of Stax Records and EL GRAN SALTO from Mexican producer/director Jorge Porras. Our MO is acting as a liaison office for the European content creators in the Hollywood, and we operate on a commission and retainer hybrid, namely we do charge an upfront retainer to offset expenses and marketing/pr in the Territory (USA) and a commission. We have done business with all the US Streamers and the Key PAY TV channels in the US and abroad. We specialize in Niche Stories where we can access niche SVOD and AVOD platforms as well as local channels in the US .

CoffeeMug Media, Alex Fiacco, Italien

axel@coffeemug.media

+AUMENTA is an innovative App that takes Augmented Reality into audiovisual contents. The advantages of our App (which uses technology and cloud certified IBM) are huge: it is straight and intuitive; it doesn't need any efforts, new devices or costs from the user (the download is absolutely free of charge and not tied to a mandatory registration); all the extra contents

generated remain on user's device (thanks our Markerless technology), so he can see them also at a later time, whenever he wish; permits each kind of interactivity with the viewers. Moreover, our technology gives to our clients the possibility to change or modify his AR Scenario and its contents easily and in real time: these contents can be changed by request or organized as a TV schedule modality. You can download it clicking the link below and enjoying the +AUMENTA experience directly on your own smartphone framing this image

<https://aumenta.app/download/>

ADDART, Dimitris Savvaidis, Griechenland

savvaidis.d@addart.gr

AddArt is an animation studio from Thessaloniki Greece specializing in 2D. Our passion is the stories we spread to the world. We managed to be in production with 2 series for FOX Group and several other projects. Now we are looking ahead. We believe that a new horizon has risen. Animated Documentaries. We are already have 2 IP's of our own in development. But we also posses skills to help realize any directors vision as a studio ready to hire. Documentaries has always the heart of entertainment spreading the very essence of human communication experience and discovery. We think that animation can reach depths and realities in proportions no film can. Greece has a huge incentive to call for producers to come to our country and invest 40% cash rebate.

WebSite : <https://www.addart.gr>

Animation Reel : <https://vimeo.com/428464266>

Zusammenfassung

Die Online Version der MIPTV wurde von unseren Teilnehmern gemischt bewertet. Da in diesem Jahr die Pitchingformate fehlten, war es ein reiner Verkaufsevent für fertige Filme. Die Akkreditierungskosten lagen niedriger, aber die Networkingmöglichkeiten waren auch deutlich weniger. Ein Online Event kann eben den besonderen Charakter eines Onsite Events nur begrenzt abbilden. Für diejenigen, die bereits wussten, wen sie treffen wollen, war die MIPTV dennoch eine wichtige Veranstaltung. Nach über einem Jahr Online Events stellt sich bei den Teilnehmer*innen eine große Müdigkeit ein und alle warten darauf, dass man sich wieder physisch treffen kann. Gleichzeitig kann man bei den Veranstaltern eine fortschreitende Professionalisierung erkennen, die vermutlich dazu führen wird, dass das eine oder andere Modul der Online Zeit auch in der Zukunft bei physischen Events beibehalten werden dürfte. Der Veranstalter der MIP plant, im Oktober auf der **MIPCOM** wieder eine Präsenzmesse anbieten zu können. Wir hoffen, dass die Veranstalter auch eine signifikante nicht-fiktionale Sektion anbieten werden. In diesem Falle ist geplant, dass German Documentaries dort mit einem Stand vertreten sein wird, sofern sich genügend viele Interessenten melden. Informationen und ein Aufruf werden folgen.