



Im Line-up von SevenOne International:  
„Das Wunder von Loch Ness



Foto: XVerfisch

AFM im Zeichen des Hollywood-Streiks

## Gute Geschäfte bei ruhigem Markt

Los Angeles – Die deutschen Vertriebe bilanzieren einen ruhigen American Film Market (31. Oktober bis 7. November) in Los Angeles – bei reger Geschäftstätigkeit. Dabei beginnt sich der Streik der Autoren auf die Nachfrage nach deutschen Produktionen auszuwirken.

Besonders stolz ist Telepool darauf, dass die Weinstein Company die Lizenz für den finnisch-irisch-dänischen Animationsfilm „The Way to the Stars“ (Ende 2008/Universum) für alle englischsprachigen Territorien übernommen hat. Weiterhin ist der Film nach Südkorea, Lateinamerika, Ungarn, Tschechien, die Slowakei und die Länder des ehemaligen Jugoslawien verkauft worden. Das 120-minütige Fernseh-event „Die Jagd nach dem Schatz der Nibelungen“ (Dreamtool Entertainment für RTL) konnte nach China verkauft werden, wo es auch im Kino laufen wird, wenn die Zensur dem zustimmt. Ein Vertragsabschluss mit einem französischen Partner zu der Eventproduktion stehe kurz vor Unterzeichnung. Großes Interesse gibt es laut Telepool an „Hexe Lilli“ (6. November 2008/Walt Disney) und „Stellungswechsel“. Bereits abgeschlossen sind die Verhandlungen zu den ersten vier Teilen von „Die wilden Kerle“ für Italien. „Jetzt erscheinen dort die Bücher“, erklärt Irina Ignatiew, Executive Vice President von Telepool, das späte Interesse der Ita-

liener an dem filmischen Teil des Franchise. Den Streik der Drehbuchautoren in den USA, der zu Beginn des AFM einsetzte, schätzt Ignatiew wie folgt ein: „Zwar ist der AFM für uns nicht so ausschlaggebend, was die Nachfrage an Ersatzprogramm für die vom Streik betroffenen Networks angeht, doch zur Berlinale könnte die Nachfrage so richtig losgehen.“ Und an die Adresse der US-Sender gerichtet, ergänzt sie: „Ob dies die Nachfrage nach deutschem Produkt erhöht, müssen wir abwarten, aber wir sind bereit.“ Auch wenn der Streik die Hoffnung nährt, deutsches Programm könnte die durch Produktionsausfälle entstehenden Lücken bei den US-Sendern schließen, besteht das Problem der deutschen Sprachfassung weiter. Telepool zumindest hat bereits angekündigt, ihre Kunden bei der Synchronisation zu unterstützen. „Zum ersten Mal konnte ich beim AFM den Aufzug benutzen, weil keine Massen davor-

standen“, umschreibt Alexander van Dülmen vom EEAP den „wohl ruhigsten AFM bisher“. Trotzdem war der Markt für EEAP sehr erfolgreich. Zum ersten Mal konnte van Dülmen Filme von der Weinstein Company für Russland kaufen, darunter die in Pre-Production befindlichen „Crossing Over“ und „The Box“. Ebenfalls nur für Russland erstand van Dülmen den thailändischen Horrorfilm „Alone“, der von einem siamesischen Zwilling handelt, dessen bei der Trennung gestorbener Zwilling als Geist zurückzukehren versucht. „Die Konkurrenz aus Russland war nicht mehr so aggressiv wie noch in den Vorjahren“, stellt van Dülmen fest, „dafür aber die aus Polen.“ Von High Voltage hat van Dülmen „Personal Effects“ für ganz Osteuropa gekauft; auch „Splice“, ein in Vorbereitung befindlicher Science-Fiction-Film mit Adrian Brody erwarb er für dieses Territorium. Weiter fortgesetzt wurde die Zusammenarbeit mit Paramount

Vantage. Außerdem hat EEAP diverse Home- und Entertainment-Rechte für die GUS-Staaten an Sojus verkauft. An-

merkung von van Dülmen zur Entwicklung der Lizenzpreise in Osteuropa: Seit 2003 habe sich das Niveau verdoppelt, teilweise sogar verdreifacht.

Dirk Schürhoff von Beta Cinema vermeldet, dass der AFM für die Firma „überaus erfolgreich gelaufen ist“. „Die Fälscher“ geht in die Türkei, die Länder des früheren Jugoslawien und nach Kolumbien. Damit ist „Die Fälscher“

### Schwacher Dollar drückt auf Stimmung

In fast 60 Länder  
verkauft: „Der  
Mongole“



Der AFM ist auch Marktplatz für TV-Programme:  
„Die Jagd nach dem Schatz der Nibelungen“

Foto: RTL

mittlerweile in knapp 70 Länder verkauft. Der Kinostart in den USA durch Sony Picture Classics ist inzwischen für den 22. Februar 2008 avisiert. „Der Mongole“ geht nach Großbritannien, Skandinavien und in die Türkei. Damit ist das Historiendrama in knapp 60 Länder verkauft. Auch dieser Film wird in den USA herauskommen. Picture House wird ihn voraussichtlich am 6. Juni 2008 ähnlich dem Konzept von „Pans Labyrinth“ starten. X Verleih hat dagegen für Deutschland noch keinen Termin gesetzt. Auch Schürhoff empfand den AFM als sehr ruhig. „Doch gerade das ist für uns sehr gut“, rückt er die Beobachtung ins Verhältnis, „denn das heißt, dass wenig geeignetes US-Produkt angeboten wird, und wenn dem so ist, hat erfahrungsgemäß das deutsche Produkt die besten Karten. Wir verkaufen immer gut, wenn es allgemein ruhig zugeht.“ „Effi Briest“ und „Anonyma – Eine Frau in Berlin“ wurden auf dem AFM bereits vorbereitet, indem ins Englische übersetzte Drehbücher vorlagen und erste Trailer gezeigt wurden. „Gesucht werden lokale, emotional starke Geschichten“, beschreibt Schürhoff die Kundenwünsche. „Jeder ist auf der Suche nach dem nächsten ‚Der Untergang‘ oder ‚Das Leben der Anderen‘, die international sehr gut liefen.“ Gavin Reardon, Präsident von ... and action! Distribution, dem US-Vertrieb von action concept, berichtet von einem zurückhaltenden

Markt. „In Dollar statt Euro zu verhandeln, frustrierte jeden, sogar die Europäer. Kunden machten lächerlich niedrige Angebote und waren nicht bereit zu verhandeln. Trotz dieser ‚Take it or leave it‘-Attitüde gelang es uns, zu einigen qualitativ guten Abschlüssen für Einzelfilme und Pakete zu kommen.“ Am erfolgreichsten war das TV-Movie „Fast Track“ (in Deutschland bei Pro Sieben), das nach Griechenland, Thailand und Brasilien für eine

Deals über US-Filme, die sich noch in der Pre-Production befinden, auf dem AFM gebremst“, sagt sie. „Die überbewerteten Filme, die wahrscheinlich gar nicht entstehen werden, blieben deshalb auch auf dem Markt liegen.“ Constantin verhandelt über einige Filme, deren Namen erst nach Redaktionsschluss veröffentlicht werden sollen. Auch die Verkäufe von Bavaria International standen zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses noch nicht

fest. Für SevenOne International stellt der AFM eine Ergänzung zur TV-Messe in Cannes dar. „Hier treffen wir andere Kunden als bei der Mipcom“, sagt Axel Boehm von SevenOne International. „Zur Mipcom kommen in erster Linie Fernseheinkäufer, zum AFM Einkäufer von DVD-Rechten.“ Mit dem Markttreiben war SevenOne International dieses Jahr außerordentlich zufrieden. „Es gab gegenüber 2006 mehr Kundenkontakte, und die Screenings waren sehr gut besucht“, so Axel Boehm. Das Line-up zum AFM besteht bei



Irina Ignatiev,  
Executive Vice President Telepool



Dirk Schürhoff,  
Geschäftsführung Beta Cinema

Auswertung im Kino, als DVD und im Fernsehen verkauft wurde. Desgleichen gilt für vier weitere asiatische Länder, u. a. Indien. Hier ist die Kinoauswertung jedoch nur optional. Nach Griechenland gingen außerdem drei weitere TV-Movies für eine Kinoauswertung. Auch Yoko Higuchi, Leiterin der Abteilung Lizenzhandel der Constantin Film, beurteilt den AFM als insgesamt sehr ruhig: „Die Unsicherheit wegen des Autorenstreiks hat viele

SevenOne International aus Genres, die sich gut auf DVD vertreiben lassen, wie Abenteuer, Katastrophe, Family Entertainment oder Action, zu denen die Filme „Die Schatzinsel“, „Das Inferno – Flammen über Berlin“ oder „Das Wunder von Loch Ness“ im Angebot waren. Aus allen Genres „wurde gleichmäßig gut verkauft“, aber auch die Serien „GSG 9“ und „Deadline – Jede Sekunde zählt“ stellten sich als gute DVD-Produkte heraus. ste/