

ZDF Enterprises punktet bei der MIPCOM

Systematischer Ausbau internationaler TV-Aktivitäten in Cannes



Ein zwei Meter großer Koalabär am Stand von ZDF E war der Blickfang auf der MIPCOM.

ZDF Enterprises war bei der Fernsehmesse MIPCOM, die vom 16. bis zum 20. Oktober 2005 in Cannes stattfand, erneut erfolgreich, teilen die Kollegen aus Hechtsheim mit. Der Programmvertrieb konnte vor Ort mit 26 internationalen Partnern umfangreiche Verträge abschließen, unter anderem mit TF1 und M6 (Frankreich), dem ORF (Österreich), Melchior (Russland), YLE (Finnland) und VRT (Belgien).

Die moderne Live-Action-Serie, die übrigens auch im ZDF und im KI.KA überdurchschnittlich gut lief, konnte weltweit bereits in über 40 Länder verkauft werden, unter anderem an Disney Channel Asia, Fox Kids Lateinamerika, France 2 und Canal J in Frankreich, RAI und Disney Channel in Italien, NRK in Norwegen, KBS in Korea, SVT in Schweden und KRO in Holland.

So stand auch der Messestand ganz im Zeichen von »Wicked Science«: ein über

Zu den meistverkauften Einzelprogrammen gehören Serien wie die Krimis »Der Alte«, »Ein Fall für zwei«, »Der Ermittler«, aber auch »Die Rettungsflieger«, »SOKO Leipzig« und die romantischen Fernsehfilme der Rosamunde Pilcher-Reihe. Besonders hervorzuheben sind der Verkauf von zwei Staffeln der Serie »Die Rettungsflieger« an TF1 sowie der Formatrechte von »Wetten, dass ..?« nach Polen.

Einen besonderen Schwerpunkt der diesjährigen MIPCOM setzte ZDF Enterprises mit Kinder- und Jugendprogrammen, die dem internationalen Fachpublikum vorgestellt wurden. Auf besonderes Interesse stieß die zweite Staffel der Jugendserie »Wicked Science« (ZDF-Sendetitel: »Total genial«).



Weit mehr als nur »Seh-Leute« – Andrang am Messestand von ZDF Enterprises. Fotos: ZDF E

zwei Meter großer Koalabär sorgte dafür, dass der Stand der meistfotografierte der Messe war und sich die Kollegen von ZDF und ZDF Enterprises mit ihren Gesprächspartnern in originellem Ambiente besonders wohl fühlten.

Im Bereich Koproduktion von Kinder- und Jugendprogramm fanden die neuen Zeichentrickserien »Shaolin Wuzang«, »Rudi und Trudi« sowie die beiden derzeit im KI.KA ausgestrahlten Serien »Space Goofs 2« (deutscher Titel »Ein Heim für Aliens«) und »Dragon« (deutscher Titel »Der kleine dicke Drache«) enormen Anklang; diverse internationale Verträge zu Verkäufen und Koproduktionsbeteiligungen sind bereits in Verhandlung.

»Es hat sich gezeigt«, kommentiert Alexander Coridaß, ZDF Enterprises-Geschäftsführer, »dass wir mit dem systematischen Ausbau unserer internationalen Aktivitäten im Bereich Kinder- und Jugendprogramm genau richtig lagen. Es gibt in diesem Bereich wirklich eine perfekte Zusammenarbeit mit dem sehr starken PB Kinder und Jugend des ZDF und seinem redaktionellen Input sowie einer Vielzahl renommierter, innovativer internationaler Partner.«

In der dokumentarischen Koproduktion war das Interesse der Partner an diversen hochspannenden China-Dokumentationen groß, die durch eine besondere Vereinba-



Gutes Klima für gute Geschäfte.

rung zwischen ZDF/ZDF Enterprises und dem chinesischen CCTV bzw. seiner Tochterfirma ermöglicht werden; hierzu gehören zum Beispiel die Hochglanz-Projekte der HA Kultur »Der letzte Kaiser« und »Die chinesische Mauer«.

Ebenfalls gefragt waren Themen aus dem Bereich Zeitgeschichte: zu den Produktionen »Göring – Eine Karriere«, »Verdun – Die große Schlacht«, »Die Berliner Luftbrücke«, »Schwarzer September – Der Anschlag auf die Olympischen Spiele München 1972« und »Lindberghs Geheimnis« sind die Koproduktionsverhandlungen bereits angelaufen.

Auf der Wunschliste der ZDF Enterprises-Programmeinkäufer standen in Cannes hauptsächlich hochwertige Natur- und Tierfilme, Dokumentationen über Entdecker und Erfinder, Stars und Legenden, Visionen und Technologien für einen ZDF-Nachmittags-Slot sowie spannungsorientierte Spielfilme und TV Movies für die ZDF-Primetime. Entsprechende Verträge mit vielen nationalen und internationalen Partnern werden in den nächsten Wochen abgeschlossen werden.

Insgesamt also eine erfolgreiche Messe, die zeigt, dass der ZDF-Verbund auch in schwierigen Zeiten seine Stärken richtig ausspielen kann. Doch nicht nur in wirtschaftlicher Hinsicht war die Messe ein Erfolg: Die Messeteilnehmer von ZDF und ZDF Enterprises sind ein bewährtes und eingespieltes Team. Dies zeigte sich zum einen in vielen professionell und gut abgestimmten Gesprächen, die man gemeinsam mit externen Partnern führte.

Zum anderen war die Stimmung am Messestand auch in stressigen Situationen stets von Kollegialität und Humor geprägt. Für die gute Zusammenarbeit deshalb allen Messeteilnehmern nochmals herzlichen Dank!

Christine Denilauler

kinder und jugend