

In Frankreich und Italien sehr beliebt

ZDF Enterprises punktet mit fiktionalem Programm bei der MIPTV 2006

Auch in diesem Frühjahr war ZDF Enterprises bei der Fernsehmesse MIPTV in Cannes erfolgreich – diesmal insbesondere mit fiktionalem Programm. Die MIPTV ist mit rund 12 000 Teilnehmern aus 97 Ländern die weltgrößte Messe rund um audiovisuelle Inhalte. Sie fand in der dritten Aprilwoche statt.



Ruhe vor dem Sturm: ZDFE-Stand vor Messebeginn. Fotos: ZDFE

Der wichtigste Messeschwerpunkt war die Präsentation der dänisch-deutschen, Emmy-preisgekrönten Krimiserie »Der Adler«, die im ZDF bereits erfolgreich ausgestrahlt wurde und für die ZDF Enterprises von Danmarks Radio das internationale Vertriebsmandat übertragen bekommen hat.

In diesem Zusammenhang war die Standgestaltung ganz auf dieses Programm ausgerichtet. Auf dem traditionellen und sehr gut besuchten Stand-Cocktail am Montagnachmittag wurden dann auch Klaus Bassiner und der dänische Produzent Sven Clausen als die Macher des Erfolgsprodukts vorgestellt und dessen spezifisch moderne Machart hervorgehoben. Infolge der Präsentation gab es reges Interesse an »Der Adler«; neben einem bereits erfolgten Verkauf nach Frankreich fanden konkrete Verhandlungen mit potenziellen australischen, Schweizer, belgischen und vor allem italienischen Käufern statt.

So erstaunt auch nicht die Reihenfolge der meistverkauften Einzelprogramme: die Krimiserien »Der Adler«, »Siska«, »Ein Fall

für zwei«, »Derrick« und die romantischen Fernsehfilme der Rosamunde Pilcher-Collection belegen die ersten Plätze.

72 Prozent des bei der MIPTV erzielten Gesamtumsatzes entfielen auf fiktionales Programm; herausragend waren dabei der Verkauf von Paketen mit insgesamt 44 TV-



Erfolgreiche Koproduzenten: Wolfgang Feindt, Klaus Bassiner, Anne Thauberger/ZDFE, Sven Clausen/Danish Broadcasting Corporation, Peter Nadermann/ZDFE.

Movies nach Frankreich (M6), Belgien (RTBF) und in die Schweiz (RTSR).

»In diesem Frühjahr waren wir in Cannes in den beiden wichtigen europäischen Ländern Frankreich und Italien besonders erfolgreich«, resümierte Alexander Coridaß, Geschäftsführer von ZDF Enterprises. »Rund 76 Prozent unseres Umsatzes bei der MIPTV 2006 haben wir in der Franco- und Italo-phonie realisiert, was insbesondere auf die enorme Beliebtheit des fiktionalen ZDF-Programms in diesen Ländern zurückzuführen ist.«

Im Bereich Kinderprogramm war die Animationsserie »Shaolin Wuzang« der Bestseller. Auf diese mitreißende Abenteuerserie entfielen 44 Prozent des Umsatzes bei Kinderprogrammen. Doch auch die noch in Produktion befindliche und erst zur MIPCOM 2006, der »Herbstausgabe« der MIPTV im Oktober, offiziell zu »launchende« Live-Action-Serie »H²O« erhitze die Gemüter. Erste Vorverkaufs-Verhandlungen für die wichtigsten europäischen Territorien werden bereits geführt.

Im Bereich Koproduktion von Kinder- und Jugendprogramm stießen die Animationsserien »Minifant – Unvergessliche Geschichten aus Okawango« und »Laura's Stern 2« auf positive Resonanz; diverse internationale Verträge zu Vorverkäufen und Koproduktionsbeteiligungen sind bereits in Verhandlung.

In einer Präsentation für ausgewählte Gäste waren schon am Vorabend der MIPTV von ZDF Enterprises mit Unterstützung der ZDF-Redaktionen (Peter Arens, Stefan Brauburger, Ralf Blasius) potenziellen Koproduktionspartnern die neuesten Doku-Projekte vorgestellt worden.

Im Mittelpunkt standen hier neben unseren »Superdocs« »2056« und »Armageddon« Hochglanzdokumentationen zum Thema China, die durch eine besondere Vereinbarung zwischen dem ZDF und Chinas CCTV ermöglicht werden, sowie Programme wie die zweite Staffel von »Metropolis«, »Black September«, »Die Wehrmacht« sowie die Dokumentation über das Lissabonner Erdbeben 1755. In der dokumentarischen Koproduktion war dann auch das Interesse an diesen Themen während der Messe selbst ungebrochen. Ebenfalls gefragt waren Themen wie »Kinderkreuzzüge«, »Mega Disaster«, »Metropolis 2«, »Die Wehrmacht« und »Große Diktatoren«, zu denen die Koproduktionsverhandlungen bereits angelaufen sind.

Die Schwerpunkte der Einkaufstätigkeit von ZDF Enterprises lagen bei Gesprächen mit Spielfilm-Rechteinhabern sowie bei Verhandlungen im Kinder- und Jugendbereich. Darüber hinaus wurden von Fremantle Dokumentationen und von der BBC Nachschub für den späten Sonntagabend-Krimi erworben.

Insgesamt also erneut eine erfolgreiche Messe, vor allem wegen der exzellenten Zusammenarbeit der Kolleginnen und Kollegen von ZDF und ZDF Enterprises »vor Ort«. Die neuen Highlights für die Herbstmesse MIPCOM sind schon in Vorbereitung – und wir freuen uns bereits jetzt darauf, die internationale Fernsehwelt wieder gemeinsam zu beeindrucken!

Christine Denilauler