

PRESS CLIPPINGS 2025 Creative Europe Desks MEDIA Germany

Press Clippings 2025

- 1. Creative Europe**
- 2. Content Cluster**
- 3. Audience Cluster**
- 4. Business Cluster**
- 5. Cross Sectoral Strand**
- 6. Regional: CED Hamburg**

1. CREATIVE EUROPE



BERLINALE 2025

The European Investment Fund presents new financing opportunities for the creative industries through MediaInvest

by [Cineuropa](#)

20/02/2025 - BERLINALE 2025: The Berlin Film Festival has hosted a presentation showcasing how the EU's investment mechanisms can unlock up to €145 billion for the sector



A moment during the presentation (© CEDs Deutschland)

During the 75th [Berlinale](#), the [European Investment Fund \(EIF\)](#) presented new financing opportunities for the creative industries through MediaInvest. Hosted by [Creative Europe Desks Germany](#) at the European House, the event showcased how the EU's investment mechanisms can unlock up to €145 billion for the sector, backed by €11 billion in guarantees. Institutions from 23 countries benefit from these guarantees, enabling various loan and equity financing models. To date, 45 transactions totalling €400 million have been realised under this framework.

Two panels explored these financial instruments, featuring EIF representatives and industry case studies. MediaInvest secures investments and loans for equity investment funds and

banks, which in turn provide financing to European film and TV production and distribution companies, as well as game developers.

Among the intermediaries utilising this support is [Beta Film](#). **Dr Jan Wünschmann**, EVP Co-Production and Business Affairs, highlighted the increasing difficulty in securing full financing for film projects, with an estimated 30% funding gap becoming the norm. Distributors often bridge this shortfall through minimum guarantees (MGs), but with EIF backing covering up to 70% of MGs, Beta Film can better manage the risk of recoupment. Beta's MedialInvest-backed programme is set to launch in early summer.

Sebastian Schelenz, CEO of Belgian production company [Velvet Films](#), has already leveraged this mechanism through Triodos Bank to secure cash flow: "No project is easy to finance, and EIF tools don't change that, but they help us manage cash flow until tax incentives and subsidies are received."

For Cologne-based [Augenschein Filmproduktion](#), the [Logical Content Ventures Fund](#) is a key financing partner. Represented by **Frédéric Fioré**, the fund strategically invests in European arthouse films with strong international sales potential. Producer **Maximilian Leo** emphasised that collaborating with such a fund provides more than financial support - it offers strategic insights into market positioning and risk assessment: "Producers are talent managers, not fund managers, and it remains challenging to view films purely as products."

Alexandra Lebret, associate director of the AXIO Together Fund, summed up the fund's philosophy: "We are ready to invest in companies that are ready to grow." The newly launched fund provides equity investment for production companies across Europe, offering them a crucial boost to scale their operations.

For those interested in MedialInvest, a comprehensive list of intermediaries can be accessed via InvestEU's database, where users can apply filters for "Cultural and Creative Sectors" to find relevant funding options.

Was MediaInvest der Branche bietet, was dem EU-Kreativhaushalt droht

• 25. Februar 2025 • 13:21 / Marc Mensch

Zugang zu Investmentkapital und Bankenfinanzierung zu erhalten, ist eines jener Themen, die vor allem der Produktionsbranche schwer im Magen liegen. Hilfe kommt aus Europa in Form eines Instruments, für das unter anderem die Betafilm künftig als Intermediär fungieren wird. Bei einem an sich erfreulichen Termin zum Thema MediaInvest gab es aber nicht nur gute Nachrichten.



Jan Wünschmann/Beta Film, Romana Stanciukaite/EIF, Sebastian Schelenz/Velvet Films, Andreea Draghici/EIF und Moderatorin Els Hendrix/BKM (Credit: The SPOT media & film)

„Viele von Ihnen haben vermutlich noch nie von uns gehört – aber das kann ich niemandem vorwerfen.“ Ein Gespräch über Finanzierungsinstrumente so augenzwinkernd zu beginnen, wie es Jorge Sanz Gonzalez und Antonino Stefanucci als Vertreter des European Investment Fund (EIF) bei einem Berlinale-Termin auf Einladung der Creative Europe Desks Deutschland taten, kann nicht schaden – wobei die lockere Atmosphäre in einem ausgesprochen gut gefüllten Raum nicht darüber hinwegtäuschte, dass es um ein vor allem für Produktions- und Vertriebsunternehmen extrem wichtiges Thema ging. Diesmal aber mit guten Nachrichten.

Denn EIF ist für die Verwaltung von MediaInvest zuständig, einem Kapitalbeteiligungsinstrument zur Förderung von europäischen audiovisuellen Produktionen und Vertriebsunternehmen, das innerhalb des übergeordneten InvestEU-Programms den Kreativ- und Kultursektor abdeckt. Ziel von MediaInvest ist es, private Investoren zu mobilisieren und das Volumen der

Kapitalbeteiligungen zu erhöhen. Konkret sichert MediaInvest Investitionen und Darlehen von Equity Investment Fonds und Banken ab, Institutionen aus 23 Ländern erhalten Garantien für unterschiedliche Kredit- und Equity-Modelle und fungieren dann als Intermediäre, die wiederum Gelder und Darlehen an Produktions- und Vertriebsfirmen europäischer Filme und Serien sowie Games vergeben.

[Zur Präsentation von Jorge Sanz Gonzalez und Antonino Stefanucci \(EIF\)](#)

Besonders interessant aus deutscher Sicht: Einer dieser Intermediäre ist die Betafilm, deren Programm voraussichtlich im Frühsommer an den Start gehen wird. Beim Panel im Europäischen Haus sprach Jan Wünschmann, EVP Co-Production and Business Affairs. Er betrachtet die schwere Kalkulierbarkeit des Risikos der Filmproduktion als größtes Hindernis für Investitionen. Im Schnitt fehlten Projekten mittlerweile 30 Prozent ihrer Finanzierung – eine Lücke, die seitens der Vertriebe dann oft über Minimumgarantien geschlossen werden müsse. Die Absicherung solcher Minimumgarantien in einer Höhe von bis zu 70 Prozent über den EIF helfe der Beta, das Risiko des Recoupments zu tragen.

Sebastian Schelenz, CEO der belgischen Produktionsfirma Velvet Films, hat die Unterstützung durch MediaInvest über die Triodos Bank als Intermediär bereits für die Absicherung des klassischen Cash-Flow-Gaps genutzt: „Kein Projekt ist einfach zu finanzieren, daran ändern auch die EIF-Tools nichts“, so Schelenz. Aber zumindest hätten diese „sehr geholfen“, den Cash Flow sicherzustellen, bis Förderung aus Tax Incentives geflossen sei.

[Zur Übersicht der Intermediäre, die Abkommen mit dem EIF haben](#)

Finanzierungspartner der Kölner Augenschein Filmproduktion ist der Logical Content Ventures Fund, auf einem zweiten Panel vertreten durch Frédéric Fioré. Dieser Fund investiert gezielt in europäische Arthouse Filme, die durch internationale Stars gute Verkäufe versprechen. Die Zusammenarbeit mit einem Fonds eröffne neben der finanziellen Seite noch zusätzliche Welten, so Produzent Maximilian Leo. Zwar falle es ihm immer noch schwer, Filme als Produkte zu beschreiben, aber eben diese Perspektive sowie Kenntnisse der Märkte und Positionierung seien gefragt, wenn man einen Fond Manager vom Investieren in seinen Film überzeugen will.

„Wir sind bereit, in Firmen zu investieren, die ihrerseits bereit sind, zu wachsen“, hieß es dazu seitens Alexandra Lebrecht, Associated Director des neu aufgelegten AXIO Together Fund, der seinerseits als Intermediär fungiert.

Während die Angebote des European Investment Fund bzw. von MediaInvest unbedingt einen näheren Blick wert sind, gilt es unterdessen auch (und schon jetzt) sich gegenüber den EU-Vertretern Gehör zu verschaffen, wenn es um den kommenden, langfristigen EU-Finanzrahmen geht.

Denn wie es Barbara Gessler, Leiterin der Vertretung der EU-Kommission in Deutschland, es schon beim traditionellen Münchner Mediengespräch Anfang Dezember betont hatte: Die Debatten über diesen Finanzrahmen beginnen jetzt und sie stehen im Zeichen enormer Herausforderungen, denen sich Europa gegenübersieht. Herausforderungen, die sich seit diesem Termin und insbesondere im Zuge der Münchner Sicherheitskonferenz aktuell noch einmal größer darstellen. „Wir müssen uns in jeder Hinsicht warm anziehen“, so Gessler, die den von den USA angekündigten Schritten bescheinigte, massiven Einfluss auf das zu haben, was in den kommenden Monaten und Jahren auch auf Ebene des EU-Haushaltes geschehe.

Gessler forderte noch einmal nachdrücklich dazu auf, die gesellschaftliche und soziale Rolle der Kultur- und Kreativwirtschaft nachdrücklich ins Bewusstsein zu rufen, um auch in einer künftigen Aufstellung (ob Creative Europe MEDIA in dieser Form fortbesteht, ist ohnehin völlig offen; wobei es zunächst einmal auch um Vereinfachung und Einsparungen in der Bürokratie geht, wenn Instrumente künftig anders aufgestellt bzw. zugeordnet werden sollten) angemessene Förderung auf europäischer Ebene zu erhalten.

Denn, so ihre Prognose, die man besser absolut ernst nehmen sollte: „Der Wettbewerb um die finanziellen Ressourcen wird ein erbitterter werden.“

Could EU's new financing schemes reshape the European film industry?

By [Tim Dams](#) 7 April 2025

The EU is seeking to boost financing for European filmmakers through its equity investment scheme and loan-guarantee facility. *Screen* finds out more.



Source: AdobeStock / composite

Slowly but surely, the European Union (EU) is adapting the nature of its support for the film and TV industry. For years, Creative Europe's Media programme has been the key EU support for filmmakers, helping films to travel beyond their national borders and find new audiences. But it has not directly supported production, preferring to leave this role to EU national governments.

Alongside Creative Europe, the EU is now trying to encourage greater investment into European film and TV production. At a time of acute film and TV funding challenges, it wants to spur the production of more and bigger European projects that can compete on a global stage.

The EU also wants to bolster the size, competitiveness and international reach of European film and TV companies. It is increasingly worried the media landscape in Europe is dominated by US players — not just the studios and streamers but also private equity firms such as KKR, which is a financial backer of Paris-based production and distribution giant Mediawan.

The move fits with the EU's strategic priorities: European Commission president Ursula von der Leyen is prioritising investment in her second term to urgently turn around the region's sluggish economy. The EU is providing investment support for the film and TV industry in two distinct ways. The first is through the European Investment Fund (EIF)'s MedialInvest equity investment programme. The second is via debt-guarantee lines targeted at film companies from EIF's InvestEU Cultural and Creative Sector (IEU CCS) guarantee. Both represent a departure from the subsidy model that has long underpinned the European film industry.

These investment tools have been welcomed by many in the European film and TV industry. But they have sparked concerns too. Some worry that the EU wants to support commercial movies at the expense of arthouse films. Others fear they mark a switch in focus from the current Creative Europe Media programme, which runs until 2027. The EU is currently consulting on the future of Creative Europe.



Source: FIAD / Robert Heslop

“As long as the European Investment Fund is able to support a broad breadth of companies, that is of course to be welcomed,” says Robert Heslop, secretary general of the International Federation of Film Distributors’ and Publishers’ Associations (FIAD). “But it should go hand in hand with the Media Programme. It certainly shouldn’t be a substitute for it.”

Others question the transparency of the schemes: MEP Emma Rafowicz, vice chair of the European Parliament’s Committee on Culture and Education, wrote to the Commission in February saying it was difficult to assess MedialInvest’s track record as little information had been provided about its investments since 2023.

MedialInvest fund

The €200m (\$217m) MedialInvest equity fund was launched with some fanfare at the 2022 Cannes Film Festival by the then EU internal market commissioner Thierry Breton, but has taken a while to get going. Just over a third — €70m (\$76m) — of its budget is taken from Creative Europe’s Media programme.



Source: EIF / Nathalie Chollet

“MedialInvest will invest in a series of individual funds focused on audiovisual content production and distribution, as well as the videogame industry,” says Nathalie Chollet, head of circular economy and industrial resilience at EIF. “By doing so, MedialInvest hopes to spur more institutional and private investors to commit money to the sector.”

MedialInvest’s stated aim is to attract another €400m (\$434m) of investments into the European audiovisual industry from institutional and private investors over a seven-year period. Its first investment was announced in 2023: €25m (\$27m) into alternative investment fund Logical Content Ventures (see below). Run by Paris-based Logical Pictures Group (parent company of sales outfit Pulsar Content and distributor The Jokers Films), the fund has a slate-financing deal with Pathé and also invests in individual films. It aims to raise €70m-€80m (\$76m-\$87m) in total. So far, it has committed to 25 films including *The Count Of Monte Cristo* and *Emilia Pérez* (both via the Pathé deal) and plans to invest in 80-120 films by 2029.

MedialInvest announced another two investments at the end of February. It committed €25m (\$27m) to Finland-based fund IPR.VC (see below) for its third fund focused on film and TV, which aims to have raised €120m (\$130m) when it closes later this month. IPR.VC has long-term slate deals with US-based A24 and XYZ Films and European players such as France’s mk2 Films and Finnish animation firm Giggiebug. MedialInvest also announced a €20m (\$22m) investment in a Swedish fund focused on the gaming industry.

Coming up, MedialInvest is also set to announce funding for the Paris-based Axio Together Fund, run by former European Producers Club managing director Alexandra Lebreton, which will provide equity investment for production companies across Europe to help them scale up.

Scaling up

MedialInvest’s commitment to the Logical Content Ventures fund came after many months of discussions and due diligence. In part, that was because investing into a film fund was a brand-new step for EIF.



Source: Logical Picture / Frédéric Fiore

Logical Pictures president Frédéric Fiore says MediaInvest's backing has been crucial for attracting other investors to the fund, including French pension funds and insurance companies. It has acted like a stamp of approval, helping to validate a fund that operates in the film financing arena, a sector viewed as risky and exotic by many investors. "On the fundraising side, it has been very helpful," says Fiore. "It has led to a lot of new discussions with institutions. Last week we confirmed a big institution into the fund. They told us we don't need to do any due diligence because they trust the EIF due diligence."

Among its investments, Logical has backed two films co-produced by Germany's Augenschein Filmproduktion: survival thriller *The Dive* and Berlin-set *A Sacrifice*. Augenschein co-founder Maximilian Leo describes MediaInvest as a "great programme to initiate a change" in the European industry. He believes it will help make European producers to think more commercially "about movies so they are like products that have a recoupment chance in order to attract investment".

Leo believes the EU is taking the right step. "Instead of cutting funding, they are putting additional money into financial intermediaries to professionalise the commercial side of the movie [sector]. They are not saying, 'We don't support arthouse movies anymore.' It just means people who are working on more commercial films don't have to work only with Americans. And it's not like [the EU] is subsidising them. They are profiting from them."

Lending guarantees

EIF's other form of support to European film companies is via debt guarantee lines through the InvestEU Cultural and Creative Sector (IEU CCS) guarantee. The somewhat dry IEU CCS acronym masks an important EU debt-financing instrument focused specifically on the creative sector, which often struggles to secure loans. For many banks, film companies are viewed as high risk and lacking the collateral needed to guarantee loans.



Source: EIF / Romana Stanciukaite

The IEU CCS guarantee does not provide lending direct to filmmakers — rather, it provides debt guarantees to a series of banks or other intermediaries across the EU so they can feel confident in lending to film and TV productions. The IEU CCS guarantee will share the risk with the lending institutions in case of defaults and will help to cover up to 70% of losses. “It is not the financing providers who are benefiting, it is the market players,” says Romana Stanciukaite, transaction and relationship manager at EIF.

The IEU CCS guarantee was launched to encourage more institutions to lend to the creative sector — and at better terms. This could mean banks offering lower interest rates than specialist film lenders, longer loan terms, or reducing or waiving collateral requirements.



Source: EIF / Andreea Draghici

“We want to make sure companies from the cultural and creative industries can easily find a source of debt financing which is also accessible at better conditions,” explains Andreea Draghici, head of national promotions institutions and sector policies unit at EIF.

The loans can be used for various activities — from cash-flowing a tax credit to financing a minimum guarantee (MG) against future sales. Ultimately, it might mean a producer is able to hold onto their ownership of a project rather than signing it away to secure financing. “There is a market need for IEU CCS products,” says Stanciukaite. “The creative industries usually don’t have tangible assets or predictable cashflows that a standard bank can understand. So they are unwilling to lend.”

Debt deals

Since 2022, EIF has signed IEU CCS guarantee deals with 45 European intermediary banks or institutions. Its first deals were announced in 2023 at San Sebastian International Film Festival with Spanish financing institutions Compañía Española de Reafianzamiento (CERSA) and CREA respectively. At last year’s Cannes Film Festival, it unveiled deals with France’s Institut pour le Financement du Cinéma et des Industries Culturelles (IFCIC), Germany’s Beta Film and the Finnish Impact Film Fund. Other intermediaries include Triodos Bank, Germany’s IBB and Bürgschaftsbank Baden-Wuerttemberg, and Italy’s UniCredit. The guarantees are expected to lead to more than €2.2bn (\$2.4bn) of financing for creative industry small and medium-sized enterprises.

To date, 1,000 loans have been offered by the 45 intermediaries to creative companies. Nearly half of the loans (45%) have gone to audiovisual companies and the average loan size is €400,000 (\$433,000). Notably, most of the loans (79%) have gone to companies with fewer than nine employees — traditionally those that find it difficult to borrow.

The biggest uptake has been in Spain (35% of the loans), Italy (26%), France (16%) and Portugal (11%). The maximum loan size that can be agreed is €7.5m (\$8.1m). By providing guarantees for institutions to lend to film companies, EIF not only hopes it can attract more lenders to the sector but also that they will become more comfortable lending to the sector in future. As with so much of the EU’s focus, it is all about encouraging investment and growth.

Case study: Logical Content Ventures



Source: Pathé / ‘The Count Of Monte-Cristo’

The Logical Content Ventures fund marked something of a pilot project for the EIF MediaInvest programme. Announced at San Sebastian International Film Festival in 2023, EIF has committed €25m (\$27m) to the fund.

Logical Pictures previously ran a content fund from 2017-21 that invested in 20 films, around 70% of them European. “We strongly believe there is a lot of value in European content,” says Logical Pictures president Frédéric Fiore, who explains that generous national funding and incentives for European films “allows us to offset a share of risk for investors”.

So far, the Logical Content Ventures fund has supported 25 films, of which 17 have been made. Most have come through a slate-financing deal with Pathé that includes titles such as *The Count Of Monte Cristo*, *Emilia Pérez* and *Emmanuelle*. The Pathé deal ran until the end of 2024 (although Pathé titles that Logical backed before then — such as upcoming action thriller *13 Days, 13 Nights — In The Hell Of Kabul* and biopic *De Gaulle* — will be released over the next few years).

The Pathé deal has helped to bring “very solid titles in terms of library value” to Logical, says Fiore. But now the fund is moving away from its Pathé deal towards financing films with different companies on a picture-by-picture basis. Doing so is both more rewarding, safer and more profitable, according to Logical Content Venture’s director of investments Céline Dornier. “We’re also producers,” she says. “We feel like we know production and the market well enough to do this selection by ourselves. And it’s more interesting — it’s closer to co-producing.”

“We can mitigate the risk better when we can also have leverage with the producer,” adds Fiore. “We can negotiate back-ups. So the basic performance in the short term is better on direct investment usually than with slate deals.

“For us, it’s also very important to be a driving force in this European emergence of voices — whether it’s new voices or already-powerful voices — and bringing them to international [recognition].”



Source: Logical Pictures / Céline Dornier

Dornier says Logical is looking to back more “internationally” focused EU films rather than the mainly French films that fell under the Pathé deal (she stresses EU, rather than European, as one of the requirements of EIF, which rules out majority-UK features). It is also focusing more on genre movies and bigger-budget titles.

Logical is not just looking to back commercially focused film. “We also believe that arthouse films, especially those that play with the code of genre, can be very good investments,” says

Fiore, citing Palme d'Or winners such as *Anora*, *Parasite* and *Anatomy Of A Fall*. At least 25% of its investments will go into first features.

Logical invests between 10%-25% of the budget, and backs films with budgets of between €3m-€15m (\$3.3m-\$16m). For example, it invested €1m (\$1.1m) in Maximilian Erlenwein's 2023 survival thriller *The Dive*, which had a €10m (\$11m) budget, and €500,000 (\$542,000) in Jordan Scott's Berlin-set *A Sacrifice*, which had a €5m (\$5.4m) budget. Other individual films it has invested in include 2022 drama *Tchaikovsky's Wife* and 2023 horror *Night Of The Hunted*.

In total, Logical receives about 800 applications for funding a year, and will invest in around 10-15 pictures annually. "We are very highly selective," says Fiore. He says Logical's first fund delivered a 10% rate of return for investors; for this fund, it is targeting 10%-15%.

Case study: IPR.VC



Source: A24 / 'The Legend Of Ochi'

MedialInvest's most recent commitment was to Helsinki-based alternative investment fund manager IPR.VC for its IPR.VC Fund III, which has so far raised €100m (\$108m) to invest in film and TV production. IPR.VC has invested in film and TV content since 2015. To date it has raised €200m (\$217m) across three funds from Nordic institutional investors, pension funds and family offices.

It has supported 50 productions through its slate deals with the likes of A24, XYZ Films and mk2 Films, among them *Civil War* and *Blackberry*. Most recently, it has supported a number of US titles that have shot in Europe including David Lowery's *Mother Mary*, starring Anne Hathaway and Michaela Coel, which filmed in Germany, and A24's first family film *The Legend Of Ochi*, shot in Romania.



Source: IPR.VC / Timo Argillander

“There’s a lot of interest from US players to do more in Europe because of the talent, cost structures and tax incentives,” says IPR.VC co-founder and managing partner Timo Argillander.

So far, the funds have been very US-focused, but the EIF commitment means more can be made with European companies and talent. Argillander says the EIF investment “coincides with our intention to do more things in Europe... we intend to diversify so there is much more European content in our portfolio.”

Asset class

Among recent investments is Iceland-set crime series *Hildur*, based on the novels by Satu Ramo. Argillander says IPR.VC hopes to announce a couple more film-focused slate deals at Cannes with European companies.

The executive adds that the EIF backing — which again came with extensive due diligence — “legitimises that film and television done in a right manner is a professional asset class”. He also hopes it will extend the range of investors that work with IPR.VC. “So far we have been backed by Nordic institutional and professional investors and our plan is to open up the funds for other international investors.”

He stresses that IPR.VC operates “very standard, regulated private equity funds, which means it’s possible for bigger institutions to diversify with investments in film and TV”.

As such, he distances it from UK film investment schemes that offered investors tax relief for putting money into films, and led to investors being chased by HMRC for tax avoidance. “We decided we are not using any investor tax incentives in what we do. This is a purely commercial proposition. There are tax benefits on the production incentive level when we invest, but we have not built them into the funds, which makes them more predictable.”

Like Logical Pictures’ Fiore, Argillander pitches a film and TV fund like IPR.VC as a way for investors to diversify. He adds that the nature of film and TV funding means capital will return back to investors much more quickly than from traditional private equity funds. He also thinks that consumers’ ever-growing appetite for content makes film and TV a good investment.

Case study: Velvet Films



Source: TIFF / 'The Swedish Torpedo'

Belgian producer Velvet Films is a recent beneficiary of InvestEU's Cultural and Creative Sector Guarantee (IEU CCS).

Velvet was the Belgian co-producer on Frida Kempff's *The Swedish Torpedo*, which world premiered last year at Toronto. The film shot largely in Estonia, which offers a 30% tax credit. Velvet Films producer and founder Sebastian Schelenz was turned down when he went to his house bank to cashflow the €600,000 (\$650,000) tax credit for the film. The Estonian tax credit, even though paid out by the Estonian Film Institute (EFI), was "too exotic" for his bank, says Schelenz. "It was unknown to them."



Source: Velvet Films / Sebastian Schelenz

So Schelenz turned to Triodos Bank, which has a debt guarantee agreement with IEU CCS. For Triodos, having the Estonian Film Institute as a counter party was enough of a guarantee for them to lend €600,000 to cashflow the tax credit. The loan helped to cover production expenses in Estonia for *The Swedish Torpedo*, which shot from August-October 2023. The Estonian Film Institute paid it back in December 2023.

Working with Triodos was beneficial for a number of reasons. Schelenz suggests the interest he paid — Euribor plus 450 basis points — was arguably about 1% cheaper than with traditional European film lenders such as Coficiné and Cofiloisirs. Crucially, the credit costs were also eligible for the 40% Belgian tax shelter. “That is a real game-changer,” he adds.

The deal terms were also more flexible than with traditional lenders. “There is no fixed date set for the payback, which takes into account the way our industry works.”

Perhaps most importantly, Schelenz did not have to provide collateral or a personal guarantee against the loan, when many producers have put their house on the line. “For me, that is unheard of with Coficiné and Cofiloisirs. They will always want you as a company owner to sign a personal guarantee.”

Case Study: Minimum guarantees from Beta Film



Source: Netflix / Beta Film recently co-produced ‘Babylon Berlin’

Beta Film was announced in Cannes 2024 as one of the intermediaries to be supported by the InvestEU Cultural and Creative Sector (IEU CCS) guarantee.

The deal allows Beta to offer minimum guarantees (MGs) against future sales to a portfolio of film and TV projects. In case the MGs are not met, The IEU CCS guarantee will — under certain conditions — cover between 30% and 70% of the losses of a portfolio project.

Jan Wünschmann, Beta Film’s EVP of co-production and business affairs, says the guarantee is an important tool to strengthen the production landscape of Europe and intercultural connection. To a certain extent, it also allows Beta to take more risk on more projects and bigger projects.

This is important when inflation and falling broadcaster and streamer spend are making it more difficult to finance big-budget projects that can travel internationally. “There is a shortfall of financing in the current market,” says Wünschmann. “We need strong soft money systems in European countries and reliable partners on the broadcast and streamer side. This EIF scheme is an additional element. The EIF guarantee can make an important contribution to make projects better, increase the number of strong and relevant projects within Europe and help internationalise projects — preferably all three.”

Under the terms of its IEU CCS deal, Beta can only provide MGs to small- and medium-sized enterprises. Production companies belonging to bigger European groups, like Beta, are likely not applicable.

“It’s a pity,” says Wünschmann. “Of course, we want this tool to support small independent producers. But we also believe it’s important to strengthen the European audiovisual market by supporting projects that can travel globally and compete with US projects, like *Babylon Berlin*, *Gomorrah* or *The Swarm*, which are not always but often produced by companies that are part of a group.”

Förderbilanz

Mehr Creative-Europe-Mittel für Deutschland

- 08. April 2025 • 18:42 • Marc Mensch

Gegenüber 2023 konnte die deutsche Film- und Medienbranche im vergangenen Jahr stärker von der Förderung durch Creative Europe profitieren. Laut einer nun vorgelegten Bilanz flossen 27 Mio. Euro, zwei Mio. mehr als im Vorjahr.



Europäischer Oscar-Gewinner „Flow“ von Gints Zilbalodis (Credit: MFA+)

Die Creative Europe Desks Deutschland haben Bilanz für 2024 gezogen und die Gesamtliste der Förderungen von Creative Europe veröffentlicht, von denen die deutsche Film- und Medienbranche im vergangenen Jahr profitieren konnte. Insgesamt wurden rund 27 Mio. Euro bewilligt, zwei Mio. Euro mehr als im vergangenen Jahr.

Einen besonderen Fokus legt man auf den mit Mitteln von Creative Europe entstandenen Animationserfolg „Flow“, der in diesem Jahr mit dem Oscar für den besten animierten Film geehrt wurde und damit kommerzielle Schwerstgewichte austach.

[Zur kompletten Förderliste](#)

Zu den Förderhighlights, die die Creative Europe Desks hervorheben, zählen folgende:

- Knapp sieben Mio. Euro unterstützen die Entwicklung und Produktion neuer Filme, Serien, Games und VR-Projekte mit hoher internationaler Beteiligung. Die deutsche Gamesbranche erhielt davon im vergangenen Jahr 1,2 Mio. Euro für sieben Projekte.

- Herzstück Distribution: 7,4 Mio. Euro vergibt MEDIA für den Verleih und Vertrieb europäischer Filme.
- 3,4 Millionen Euro gehen an europäische Märkte und Promotions-Initiativen wie European Work In Progress und den International Film Distribution Summit. European Film Promotion ist mit vier Programm-Paketen nach wie vor nicht wegzudenken für die Sichtbarkeit europäischer Filme auf Festivals und Märkten weltweit.
- 617.000 Euro gibt es für das Festivalnetzwerk „European Network of Film Discourse“, koordiniert von der Filminitiative Dresden e.V.
- Das Netzwerk Europa Cinemas vergibt 2,6 Mio. an über 200 deutsche Kinos, Neuzugänge sind das Lichtspielhaus in Fürstenfeldbruck und das Kino Méliès in Göttingen.
- Im Bereich „Cross-Sektor“ fördert Creative Europe branchenübergreifende Projekte, hier gehen insgesamt 3,1 Mio. Euro an drei Projekte unter dem Label „Creative Innovation Lab“.
- Darüber hinaus erhalten deutsche Firmen, die nicht als Koordinatoren, sondern als Partner bei europäischen Projekten an Bord sind, insgesamt 2,6 Mio. Euro.

Bilanz 2024

Creative Europe schüttete 27 Mio. Euro für Deutschland aus

Creative Europe bleibt ein starker Förderpartner für deutsche Produktionen und Verleih. Im vergangenen Jahr bezuschusste die europaweite Förderinitiative deutsche Projekte mit 27 Mio. Euro, 2 Mio. mehr als im Vorjahr. Auch in anderen Ländern zahlt sich die Förderung aus. Der Oscargewinner "Flow" entstand mit Geldern von Creative Europe.

Damian Sprenger 09.04.2025 09:21



Unter anderem wurde "Deine Flecken" von Studio Film Bilder durch Creative Europe MEDIA unterstützt Film Bilder

Auch 2024 intensivierte [Creative Europe](#) seine Investitionen in deutsche Produktionen, Verleih, Stoffentwicklung und weitere Film- und Medienprojekte. Insgesamt flossen 27 Mio. Euro nach Deutschland. Damit wurden 2 Mio. Euro mehr EU-Fördergelder nach Deutschland vergeben als im Vorjahr.

Herzstück der Initiative ist vor allem der Verleih, der qualitative europäische Filme im ganzen EU-Raum verbreiten soll. Insgesamt wurde der deutsche Verleih mit 7,4 Mio. Euro bezuschusst. Zu den profitierenden Filmen gehörten das NS-Widerstandsdrama "[In Liebe, Eure Hilde](#)" oder auch der Animationsfilm "[Die Heinzels - Neue Mützen, neue Mission](#)".

Weitere 7 Mio. Euro flossen in Film- und TV-Produktionen. Die größte Summe für eine Filmproduktion floss an den Animationsfilm "[Deine Flecken](#)" von [Studio Film Bilder](#). Die

TV-Projekte, die Kinderbuchverfilmungen "[Karlchen](#)" und "Die Hexe Lilli" erhielten jeweils eine halbe Million Euro. Im Slate kann ein starker Fokus auf Animationsfilme erkannt werden. Der lettische Oscargewinner "[Flow](#)" gibt Creative Europe recht.

Zudem wurden deutsche Kinos mit 2,6 Mio. Euro unterstützt. Das Festivalprogramm "European Network of Film Discourse", koordiniert von der Filminitiative Dresden e.V., wurde rund 600.000 Euro zur Verfügung gestellt. Weitere Gelder flossen in den Games-Sektor.



09.04.2025 | 10:40 Uhr

Die Creative Europe Bilanz 2024: 27 Millionen Euro für Deutschland

Der Animationshit des letzten Jahres "Flow" holt den Oscar® nach Europa, MEDIA geförderte Produktionen räumen weltweit Preise ab, und Deutschland profitiert spürbar vom Creative Europe Programm: Der europäische Förderanteil für die deutsche Film- und Medienbranche kletterte im vergangenen Jahr um 2 Millionen auf 27 Millionen Euro.

Auch jenseits der großen Auszeichnungen zeigt sich der nachhaltige Einfluss von Creative Europe in allen Bereichen der Branche. Das Förderprogramm MEDIA setzt gezielt Impulse – etwa mit einer Million Euro für die Produktion der Serie "Alea Aquarius" von Red Balloon. Darüber hinaus profitieren Festivals und Kinos im ganzen Land ebenso wie Branchenevents – darunter Connecting Cottbus oder Indie Arena Booth bei der gamescom – kontinuierlich von der zuverlässigen Unterstützung durch MEDIA.

Rund 30 Verleihunternehmen werden dafür unterstützt, monatlich europäische Filmperlen in die Kinos zu bringen. Zusätzlich werden Innovationen in virtueller Produktion, mit KI-Tools oder im Games Bereich mit insgesamt 3 Millionen Euro vorangebracht. Hier erhält die Münchner Mediengruppe K 5 für ihr Projekt "Illumina Twin", das sich dem Thema "Beleuchtung in virtuellen Produktionen" widmet, 1,3 Millionen Euro.

Knapp 7 Millionen Euro für Content

Fast 7 Millionen Euro flossen an kreative Köpfe für die Entwicklung und Produktion neuer Filme, Serien, Games und VR-Projekte mit hoher internationaler Beteiligung. Die deutsche Gamesbranche erhielt im vergangenen Jahr 1,2 Millionen Euro für sieben Projekte. Die deutsche Gamesbranche erhielt davon im vergangenen Jahr 1,2 Millionen Euro für sieben Projekte.

Red Balloon Film aus Hamburg konnte 2024 bei gleich drei verschiedenen Förderungen von Creative Europe MEDIA überzeugen. Die Produktion der Fantasy-Serie "Alea Aquarius" wurde mit der Höchstsumme von einer Million Euro im Rahmen von TV & Online Content gefördert. Drei weitere Projekte von Red Balloon entstehen in Zusammenarbeit mit Partnern aus Belgien, Frankreich, Kanada, Luxemburg und Griechenland.

Herzstück Distribution

Nach wie vor es das Herzstück von MEDIA, europäische Filme über ihre Landesgrenzen hinaus zu befördern. Verleiher*innen und Weltvertriebe erhielten 2024 von MEDIA 7,4 Millionen Euro für die Herausbringung nicht-nationaler Filme. Diese Förderung stärkt die Verbreitung vielfältiger, internationaler Filmkunst und öffnet neue Türen für kulturellen Austausch.

B2B mit MEDIA

3,4 Millionen Euro gehen an europäische Märkte und Promotions-Initiativen wie European Work In Progress und den International Film Distribution Summit. European Film Promotion ist mit vier Programm-Paketen nach wie vor eine Speerspitze der europäischen Sichtbarkeit auf Festivals und Märkten weltweit.

3 Millionen für Innovationen

MEDIA fördert nicht nur Weiterbildungen und Märkte, sondern auch wegweisende Projekte im Bereich "Innovative Tools und Business Models". Dazu gehört z.B. die Entwicklung von Tools, die mit Hilfe von KI neue Wege in Produktion, Promotion und Vertrieb eröffnen. 2024 waren in dieser Förderlinie vier deutsche Firmen erfolgreich, allen voran die Münchner Mediengruppe K 5, die für ihr Projekt "Illumina Twin", das sich dem Thema "Beleuchtung in virtuellen Produktionen" widmet, 1,3 Millionen Euro erhielt.

MEDIA für das Publikum

617.000 Euro erhält die Filminitiative Dresden e.V. für die Koordination des "European Network of Film Discourse", auch kurz "THE END" genannt. Das Netzwerk hat sich der Förderung eines kritischen Filmdiskurses von und für eine jüngere Generation verschrieben, um ein neues Publikum an eine florierende europäische Filmlandschaft heranzuführen. Sechs weitere deutsche Festivals sind als Partner an verschiedenen Netzwerken beteiligt.

Europa Cinemas: 2,6 Millionen für Kinos

Ohne das MEDIA geförderte Kino-Netzwerk Europa Cinemas läuft kaum etwas im Arthouse-Bereich: Über 200 Kinos mit insgesamt 430 Leinwänden in 103 deutschen Städten profitieren von knapp 2,6 Millionen Euro Förderung. Diese Unterstützung ermöglicht ein abwechslungsreiches Programm, das nicht nur einen hohen Anteil an internationalen Filmen bietet, sondern auch speziell auf das junge Publikum zugeschnitten ist. Neu in der Familie sind unter anderem das Lichtspielhaus in Fürstfeldbruck und Kino Kino Méliès in Göttingen

Cross-Sektor-Erfolge

Im Bereich "Cross-Sektor" fördert Creative Europe branchenübergreifende Projekte, und auch hier konnten deutsche Vorhaben beeindruckende Erfolge erzielen: 3,1 Millionen Euro gehen bei der "Creative Innovation Lab" Förderung an vier deutsche Firmen, darunter das Münchner &Why Studio. Ihr Projekt "Betertained", gefördert mit 733.000 Euro, zielt darauf ab, die Sichtbarkeit und Entdeckung kultureller Inhalte - audiovisuelle Medien, Bücher und Musik - durch ein KI-Empfehlungssystem, eine Online-Plattform und ein Experten-Toolkit zu verbessern. Auch bei "Journalism Partnerships" und bei "Media Literacy" waren deutsche Firmen erfolgreich.

Auch Partnerfirmen profitieren

Darüber hinaus erhalten deutsche Firmen, die nicht als Koordinatoren, sondern als Partner bei europäischen Projekten an Bord sind - sei es bei Co-Development, Festivalnetzwerken oder als Teil von Verleih-Groupings – insgesamt 2,6 Millionen Euro.

Alle deutschen Förderungen: https://creative-europe-desk.de/files/documents/news/bilanz_2024_alle_de_foerderungen.pdf

Quelle: <https://creative-europe-desk.de>

Creative Europe Media

Studie: Nationale Förderung erleichtert Zugang zum MEDIA-Programm

24. Juni 2025 • 16:27 • Jochen Müller

Creative Europe MEDIA hat heute die Ergebnisse einer Studie zur Fördersituation im audiovisuellen Sektor in Europa veröffentlicht.



Creative
Europe
MEDIA

Creative Europe MEDIA hat eine Studie zur Fördersituation im AV-Sektor veröffentlicht (Credit: Creative Europe MEDIA)

Die EU-Kommission hat eine Studie zur Fördersituation im audiovisuellen Sektor in Europa in Auftrag gegeben, deren Ergebnisse jetzt von Creative Europe MEDIA veröffentlicht wurden. Dabei wurde einer Mitteilung von Creative Europe MEDIA zufolge untersucht, inwiefern nationale und regionale Fördermaßnahmen die in diesem Sektor tätigen Akteure stärken und inwiefern diese Förderstrukturen den Zugang zum MEDIA-Programm erleichtern können.

Hier kommt die Studie zu dem Ergebnis, dass die Beteiligung der Akteure am MEDIA-Programm umso höher ist, je höher die öffentliche Förderung eines Landes ist. Hier würden insbesondere die Investitionen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten eine erhebliche Rolle spielen.

Insgesamt ermittelte die Studie im Zeitraum 2021 bis 2022 eine durchschnittliche öffentliche Finanzierung im AV-Sektor von 6,7 Mrd. Euro, wovon 3,1 Mrd. Euro aus Zuschüssen, zwei Mrd. Euro aus Steueranreizen und -nachlässen sowie 1,4 Mrd. Euro von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten stammten.

Der zweite Posten zeige, so ein weiteres Fazit der Studie, dass Steueranreizmodelle eine deutlich sichtbare Stärkung dieses Sektors darstellen.

„Die Mitgliedsstaaten sollen in Erwägung ziehen, solche Maßnahmen. In das komplexe Paket verfügbarer Unterstützungsmaßnahmen aufzunehmen“, lautet eine der Empfehlungen der Studie.

Laut Studie: Nationale Förderung bedingt Auswahl zum MEDIA-Programm

Eine neue EU-Studie beleuchtet, wie regionale Förderungen die Beteiligung am MEDIA-Programm beeinflussen. Der Fokus liegt auf mehr Fairness zwischen Ländern mit hoher und niedriger Produktionskapazität. Empfohlen werden neue Anreizsysteme und gezielte Partnerschaften.

Damian Sprenger 25.06.2025 08:49



Creative Europe MEDIA hat eine Studie zur europaweiten Fördersituation vorgelegt. Creative Europe MEDIA

Mit "From Local to Global" legt [Creative Europe MEDIA](#) eine datenbasierte Analyse der europäischen Förderlandschaft vor. Im Zentrum steht die Frage, wie nationale und regionale Maßnahmen den Zugang zum MEDIA-Programm stärken – und wie mehr Gleichheit zwischen Ländern mit hoher (HCC) und niedriger (LCC) Produktionskapazität erreicht werden kann.

Die Studie basiert auf Datenanalysen, Stakeholder-Interviews und einer Umfrage unter MEDIA-Empfänger:innen. Zwischen 2021 und 2022 förderte MEDIA über 1.400 Projekte, darunter fast 450 in LCC-Staaten. Zwar machten die MEDIA-Mittel nur rund 2 % der öffentlichen AV-Finanzierung in der EU aus, wurden aber als unverhältnismäßig wirkungsvoll bewertet.

Zentrale Erkenntnis: Je besser die nationale Förderstruktur – ob durch Zuschüsse, Steueranreize oder öffentlich-rechtliche Investitionen –, desto höher ist die MEDIA-Beteiligung. Deutschland zählt dabei zu den Ländern mit ausgeprägten Fördermechanismen.

Die Studie gibt klare Empfehlungen: etwa eine neue Definition der Ländergruppen, die stärkere Einbindung von Steueranreizsystemen und gezielte Maßnahmen zur Förderung grenzüberschreitender Koproduktionen. Letztere seien essenziell für die Stabilisierung von AV-Märkten in LCCs – besonders in Krisenzeiten. Auch KI, AVMD-Regulierung und die Rolle der Sender werden adressiert. Ziel bleibt: ein gerechteres und resilienteres europäisches Fördersystem.

Die ganze Studie zum Nachlesen finden Sie [hier](#).

Förderprogramm

Verleihverband FIAD unterzeichnet Offenen Brief zum Erhalt von Creative Europe

01. Juli 2025 • 14:05 Jochen Müller

Die International Federation of Film Distributors' and Publishers' Associations (FIAD) hat einen Offenen Brief an die Präsidenten der EU-Institutionen und nationalen Regierungen zum Erhalt von Creative Europe als eigenständiges Programm mitunterzeichnet.



Im einem Offenen Brief wird der Erhalt von Creative Europe als eigenständiges Förderprogramm gefordert (Credit: Creative Europe MEDIA)

Neben mehr als 70 europäischen Verbänden und über 200 nationalen Kulturorganisationen hat die International Federation of Film Distributors' and Publishers' Associations (FIAD) jetzt einen Offenen Brief an die Präsidenten der EU-Institutionen und nationalen Regierungen unterzeichnet.

Wie die FIAD heute mitteilt, wird darin im Vorfeld der Verhandlungen über den Finanzrahmen für die Jahre 2028 bis 2034 der Erhalt von Creative Europe als eigenständiges Förderprogramm gefordert.

In dem Offenen Brief wird betont, dass die Kultur ein strategisches Gut für die demokratische Widerstandsfähigkeit, den sozialen Zusammenhalt und die internationale Glaubwürdigkeit der EU sei. In einer Zeit zunehmender geopolitischer Spannungen und gesellschaftlicher Polarisierung würden kulturelle Zusammenarbeit und kultureller Austausch nach wie vor zu den wirksamsten Instrumenten, die Europa zur Verfügung stehen, um Vertrauen und Dialog aufzubauen gehören – sowohl intern als auch auf der globalen Bühne.

Die FIAD weist insbesondere auf die Rolle des Kinofilmverleihs innerhalb des MEDIA-Bereichs von Creative Europe hin. Der Verband betont erneut, dass die Filmverleiher der Schlüssel für die kulturelle Vielfalt und den Marktzugang für europäische Werke seien. Das derzeitige System der territorialen Exklusivität ermögliche es den Verleihern, in lokalisierte Werbung, Synchronisation und Untertitelung sowie in Kinopartnerschaften

zu investieren und so sicherzustellen, dass europäische Filme nicht nur produziert, sondern auch von Zuschauern auf dem ganzen Kontinent gesehen würden.

Im Wesentlichen enthält der Offene Brief drei Kernforderungen:

- Den Erhalt von Creative Europe als eigenständiges Programm mit eigener Identität, eigenen Zielen und einer eigenen Verwaltungsstruktur zu erhalten, anstatt es in umfassendere Politikcluster oder Finanzierungsstrukturen einzubinden
- Die Verdoppelung des Budgets für Creative Europe in der nächsten Finanzperiode, um der wachsenden kulturellen, sozialen und wirtschaftlichen Bedeutung des Sektors Rechnung zu tragen
- Die Verpflichtung, zwei Prozent des gesamten EU-Haushalts für die Kultur bereitzustellen und sie damit auf eine Stufe mit anderen Kernprioritäten wie Digitalisierung, Klima und Innovation zu stellen

Zahl des Tages: EU-Kommission schlägt Förder-Programm "AgoraEU" für Kultur, Medien und Zivilgesellschaft vor.

von [Björn Czieslik](#)

[17. Juli 2025, 22:38 Uhr](#)



Zahl des Tages: Mit einem Budget von 9 Mrd Euro will die EU-Kommission das neue Programm "AgoraEU" für Kultur, Medien und Zivilgesellschaft ausstatten. Ziele sind u.a. Unterstützung für kulturelles Schaffen und grenzüberschreitende Zusammenarbeit, besserer Zugang zu audiovisuellen Inhalten sowie die Förderung von freiem und unabhängigem Journalismus. Ob das vorgeschlagene Programm kommt, müssen nun die EU-Mitgliedsstaaten entscheiden.

creative-europe-desk.de, culture.ec.europa.eu

[News-Port](#)

EU-Budget 2028-2034: Kommission schlägt neues Programm „AgoraEU“ für Kultur, Medien und Zivilgesellschaft vor

Geschrieben von: Redaktion - Freitag, 18. Juli 2025 um 09:32 Uhr

Am 16. Juli 2025 präsentierte die EU-Kommission einen neuen Programmvorschlag. AgoraEU soll drei Bereiche abdecken, die für die Stärkung der europäischen Bürger:innen sowie für den Aufbau widerstandsfähigerer Gesellschaften von zentraler Bedeutung sind: Creative Europe Culture, MEDIA+ und „Citizens, Equality, Rights and Values“, kurz CERV+. Geplant ist eine Ausstattung von 9 Milliarden Euro.

Die Hauptziele:

Mehr Unterstützung für kulturelles Schaffen und grenzüberschreitende Zusammenarbeit und Zugang zum kulturellen Erbe für junge Menschen
Besserer Zugang zu audiovisuellen Inhalten für die Bürger:innen
Freier und unabhängiger Journalismus und Nachrichtenmedien
Schutz und Förderung der Grundrechte
Die Unterstützung der demokratischen Teilhabe und der Rechtsstaatlichkeit

Die nächsten Schritte:

Die Entscheidung über den künftigen langfristigen Haushalt der EU wird von den Mitgliedstaaten im Rat erörtert. Der Rat beschließt einstimmig, wobei die Zustimmung des Europäischen Parlaments für den so genannten Mehrjährigen Finanzrahmen (MFR) und gegebenenfalls die Ratifizierung durch die nationalen Parlamente für die Einnahmen erforderlich ist. Die Kommission ist bestrebt, eine rasche Einigung zu unterstützen.

Quelle und weitere Informationen: [Europäische Kommission](#) (engl.)

Neues Mitglied

Moldau steigt 2026 bei Creative Europe ein

Die EU-Kommission hat Moldaus Beitritt zu Creative Europe ab 2026 gebilligt. Das Land erhält Zugang zu Fördergeldern und Kulturprojekten. Besonders die lokale Filmbranche verspricht sich Impulse.

Damian Sprenger 01.08.2025 08:34



Der moldauische Premierminister, Dorin Recean, begrüßt den Beitritt ins Creative Europe-Programm IMAGO / Anadolu Agency

Die Republik Moldau wird ab dem 1. Januar 2026 Teil des EU-Förderprogramms [Creative Europe](#). Die Europäische Kommission hat die Unterzeichnung und vorläufige Anwendung eines entsprechenden Abkommens gebilligt. Die offizielle Unterzeichnung erfolgt am 2. September während des Besuchs von EU-Kulturkommissar [Glenn Micallef](#) in Chisinau.

Damit können moldauische Kultureinrichtungen künftig auf EU-Fördermittel zugreifen und an transnationalen Projekten teilnehmen – insbesondere in den Bereichen künstlerische Mobilität und kulturelle Vielfalt. Die volle Teilnahme an den MEDIA- und Cross-Sectoral-Komponenten folgt, sobald die nationale Gesetzgebung an die EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste angepasst ist.

Premierminister Dorin Recean bezeichnete den Schritt als Meilenstein. Die Kulturförderung wurde in den letzten Jahren deutlich ausgebaut: Der Kulturetat stieg von 470 Mio. Lei (2021) auf 743 Mio. Lei (2025) (92,5 Mio. Euro zu 146,4 Mio. Euro), das Filmbudget verdreifachte sich. Moldaus Filmbranche, international durch Regisseur:innen wie Olga Lucovnicova und Ion Borș sichtbar geworden, hofft auf neue Impulse und bessere Anbindung an europäische Märkte.

Der 2025 gegründete Nationale Filmpool soll Koproduktionen stärken und die Filmvielfalt fördern. Creative Europe könnte zur dringend benötigten strukturellen Stütze für Moldaus audiovisuelle Industrie werden.

Europäische Kommission veröffentlicht „European Media Industry Outlook 2025“

Geschrieben von: Redaktion - Donnerstag, 04. September 2025 um 16:04 Uhr

Die Europäische Kommission hat heute den aktuellen European Media Industry Outlook veröffentlicht. Der umfassende Bericht beleuchtet die neuesten Entwicklungen und Trends in der Medien- und Kreativwirtschaft der EU und analysiert deren Auswirkungen auf Wettbewerbsfähigkeit, Wachstum und Attraktivität des europäischen Marktes.

Auf Grundlage umfangreicher Erhebungen unter Stakeholdern der audiovisuellen Branche liefert der Report wertvolle Marktdaten, benennt zentrale Herausforderungen und zeigt technologische Entwicklungen auf. Zu den wichtigsten Empfehlungen gehören:

- Fokus auf Publikum und Nutzer:innen – Geschäftsstrategien sollen noch stärker auf die Bedürfnisse des Publikums ausgerichtet werden, um Reichweite und Wirkung zu erhöhen.
- Investitionen in europäische Technologien – insbesondere im Bereich Künstliche Intelligenz, um Innovation und Unabhängigkeit zu fördern.
- Stärkung europäischen geistigen Eigentums – um sich im globalen Wettbewerb klar zu positionieren.

Um diese Ziele zu erreichen, setzt die EU auf gezielte Förderprogramme. Zwischen 2021 und 2027 fließen im Rahmen von Creative Europe MEDIA rund 1,6 Milliarden Euro in den Sektor. Darüber hinaus schlägt die Kommission für den nächsten mehrjährigen Finanzrahmen das Programm AgoraEU mit einem Volumen von 9 Milliarden Euro vor. Dieses soll die Wettbewerbsfähigkeit des Kultur- und Kreativsektors – insbesondere der Medien- und audiovisuellen Industrie – weiter stärken.

„Die 2025er Ausgabe des European Media Outlook zeigt deutlich: Die europäische Medienbranche verfügt über ein starkes Fundament – von hochwertigen Filmen und Videospielen bis hin zu vertrauenswürdigen Nachrichtenmedien. Die Präsenz europäischer Inhalte bei der diesjährigen Biennale di Venezia unterstreicht diese Exzellenz“, betont Henna Virkkunen, Exekutiv-Vizepräsidentin für Technologische Souveränität, Sicherheit und Demokratie.

„Mit mehr Investitionen, dem Einsatz führender Technologien und publikumsnahen Strategien können wir die Wettbewerbsfähigkeit und Unabhängigkeit des Sektors entscheidend stärken. So sichern wir die zentrale Rolle der Medien für Demokratie, kulturelle Vielfalt und Europas Position im internationalen Wettbewerb.“

Den vollständigen Bericht finden Sie auf unserer [Website](#)

BLICKPUNKT:FILM

European Media Outlook

EU-Report warnt vor Dominanz globaler Player im europäischen Medienmarkt

Die Europäische Kommission hat auf den Filmfestspielen von Venedig die zweite Ausgabe ihres European Media Industry Outlook vorgestellt – und sie fällt alarmierend aus. Während die europäische Film- und TV-Branche nach der Pandemie ihre Produktionsleistung gesteigert hat, verliert sie im Wettbewerb mit globalen Technologieriesen weiter an Boden.

Damian Sprenger 05.09.2025 15:03



Henna Virkkunen, Exekutiv-Vizepräsidentin der EU-Kommission für technologische Souveränität, Sicherheit und Demokratie IMAGO / ABACAPRESS

Laut European Media Industry Outlook, den die Europäische Kommission bei den Filmfestspielen von Venedig präsentierte, ist der europäische Medienmarkt – von Film über Fernsehen bis Gaming und XR – „konzentriert auf eine Handvoll nicht-europäischer Akteure, insbesondere aus den USA und China“. Plattformen wie YouTube, Netflix oder Disney+ sichern sich dank globaler Reichweite den Großteil der Erlöse und bestimmen über Algorithmen und Distribution zunehmend, welche Inhalte beim Publikum ankommen.

Die Zahlen unterstreichen die Schieflage: In den Kinos der EU entfielen 2024 66 % der Ticketverkäufe auf US-Filme, während europäische Werke lediglich 29 % erreichten. Auf Streaming-Plattformen beträgt der Anteil europäischer Titel zwar 20 % der Kataloge, doch die tatsächliche Nutzung liegt bei mageren 16 %. Schockierend sind diese Zahlen jedoch nicht.

Auch vor der Pandemie dominierte das US-Kino das europäische Boxoffice. Was laut Bericht bedenkenswert sei, ist die Entwicklung einer weiteren Zentrierung des Markts und der Wegfall eines Wettbewerbs innerhalb Europas.

Gleichzeitig nimmt die Produktionsleistung zu: 2023 wurden 1.779 Filme in der EU hergestellt, ein Plus von 3 % gegenüber dem Vorjahr. Der Produktionswert liegt inzwischen 16 % über Vorkrisenniveau. Doch die Finanzierung bleibt stark abhängig von öffentlicher Förderung – 26 % der Budgets stammen aus direkten Zuschüssen, weitere 21 % aus steuerlichen Anreizen.

Auf Unternehmensebene wächst die Dominanz amerikanischer Konzerne weiter. Comcast, Disney, Netflix und Google vereinen bereits 40 % der Umsätze der Top-100-Unternehmen in Europa auf sich. Der Anteil europäischer Anbieter sank seit 2016 um acht Prozentpunkte auf 59 %. Die größten Player auf EU-Seite bleiben ARD, RTL Group und Canal+.

Der Bericht warnt, dass die Branche Gefahr läuft, bei zentralen Technologien wie KI, Cloud-Services oder Blockchain-Lösungen dauerhaft von US- und China-Anbietern abhängig zu bleiben. Nur sieben Medienfirmen finden sich aktuell unter den 800 forschungsstärksten Unternehmen weltweit.

Positiv hebt die Studie die hohe Reputation europäischer Inhalte hervor – vom Qualitätskino über High-End-Serien bis hin zu Independent Games. Auch Beschäftigung und Profitabilität haben sich insgesamt stabilisiert. Doch die Kommission sieht in der aktuellen Entwicklung „Risiken für die wirtschaftliche Resilienz, die kreative Freiheit und die kulturelle Einflusskraft Europas“.

Die Empfehlungen fallen deutlich aus: stärker auf Publikumsbedürfnisse eingehen, in eigene Technologien investieren, IP-Marken konsequenter verwerten und den Aufbau europäischer Start-ups fördern. Mit dem geplanten AgoraEU-Programm, das Creative Europe Media ablösen soll, will die EU die Weichen für diesen Kurs stellen. Insgesamt 9 Milliarden Euro sind dafür eingeplant.

Henna Virkkunen, Exekutiv-Vizepräsidentin für Technologische Souveränität, Sicherheit und Demokratie, ist daher trotz der Umwucht im Markt optimistisch gestimmt: „Die 2025er Ausgabe des European Media Outlook zeigt deutlich: Die europäische Medienbranche verfügt über ein starkes Fundament – von hochwertigen Filmen und Videospielen bis hin zu vertrauenswürdigen Nachrichtenmedien. Die Präsenz europäischer Inhalte bei der diesjährigen Biennale di Venezia unterstreicht diese Exzellenz. Mit mehr Investitionen, dem Einsatz führender Technologien und publikumsnahen Strategien können wir die Wettbewerbsfähigkeit und Unabhängigkeit des Sektors entscheidend stärken. So sichern wir die einzigartige Rolle der Medien für Demokratie, kulturelle Vielfalt und Europas Position im internationalen Wettbewerb.“

Den ganzen Bericht finden Sie [hier](#).

• EU-Förderung

„Ernsthafte Bedenken“: Unabhängige Produzenten zur geplanten AgoraEU-Verordnung

- 22. September 2025 • 12:30 • Marc Mensch

Was aktuell noch Creative Europe ist, soll ab 2028 in einem umfassenderen Programm aufgehen. Unabhängige Produzentinnen und Produzenten stehen den bisherigen Vorschlägen jedoch stellenweise mit erheblicher Skepsis gegenüber. Anlässlich des Festivals in San Sebastian haben rund zwei Dutzend europäische Verbände ihre Bedenken formuliert – darunter PROG.



Mitte Juli hatte die Europäische Kommission AgoraEU vorgestellt (Credit: IMAGO/Ardan Fuessmann)

Mitte Juli hatte die EU-Kommission einen neuen Programmvorschlag vorgestellt: AgoraEU soll ab 2028 drei Bereiche abdecken, die für die Stärkung der europäischen Bürger:innen sowie für den Aufbau widerstandsfähigerer Gesellschaften von zentraler Bedeutung sind: Creative Europe Culture, MEDIA+ und „Citizens, Equality, Rights and Values“, kurz CERV+. Geplant ist für den Budgetzeitraum 2028 bis 2034 eine Ausstattung von neun Milliarden Euro.

Unabhängige europäische Produzentinnen und Produzenten sehen in den Plänen derzeit aber noch einen „riskanten Wendepunkt für die Zukunft des unabhängigen audiovisuellen Schaffens in Europa“, dies machten rund zwei Dutzend Verbände – darunter PROG – Producers of Germany – anlässlich des Festivals in San Sebastian mit einer gemeinsamen Mitteilung deutlich.

So verdiene zwar das Bestreben der Europäischen Kommission, das Budget zu erhöhen, das Medienökosystem zu stärken, Pluralismus, Pressefreiheit und den Kampf gegen Desinformation zu unterstützen, nach den Worten der Verbände Anerkennung. Der neue MEDIA+-Bereich gebe jedoch Anlass zu „ernsthaften Bedenken hinsichtlich der Zukunft der unabhängigen audiovisuellen Produktion in Europa“.

Die vorgeschlagene Reform weicht nach Ansicht der Verbände erheblich vom Gründungsgeist des Programms „Creative Europe MEDIA“ ab, das in den vergangenen drei Jahrzehnten eine europäische Erfolgsgeschichte geschrieben habe und ein „Eckpfeiler für den Schutz der kulturellen Vielfalt und der unabhängigen Produktion“ sei.

Konkret werden (wörtlich) folgende Bedenken genannt:

- **Schwächung der Förderung unabhängiger Produktionen:** Die Streichung des Kriteriums der Unabhängigkeit ist alarmierend. MEDIA hat sich stets für die Förderung unabhängiger Produktionen eingesetzt. Durch dessen Wegfall im Vorschlag der AgoraEU besteht die Gefahr, dass Fördermittel an Tochtergesellschaften von Rundfunkveranstaltern und Plattformen, darunter auch außereuropäische, fließen. Diese Entscheidung gefährdet unmittelbar die Vielfalt der Werke und die Wettbewerbsfähigkeit kleiner und mittlerer Produktionsunternehmen.
- **Unklares Budget und sich verschiebende Prioritäten:** Das Budget für die Unterstützung der europäischen audiovisuellen Produktion und Verbreitung ist weder festgelegt noch garantiert und wird mit den Mitteln für Nachrichtenmedien zusammengelegt. Dies schafft Unsicherheit und untergräbt die Vorhersehbarkeit für den Sektor. Durch die Vermischung der Unterstützung für audiovisuelle Produktionen mit politischen Zielen im Zusammenhang mit Nachrichten und der Bekämpfung von Desinformation verwischt MEDIA+ seine Mission, was zu Lasten der Klarheit und seiner Wirkung auf den audiovisuellen Sektor geht.
- **Offene Türen für außereuropäische Unternehmen:** Die Möglichkeit für Unternehmen aus Drittländern, Fördermittel in Anspruch zu nehmen, untergräbt die kulturelle Souveränität und setzt den Sektor einer weiteren Marktkonzentration zugunsten globaler Giganten aus.
- **Komplexe und undurchsichtige Governance:** Das Fehlen von Mechanismen zur Konsultation der Mitgliedstaaten und Interessengruppen sowie die Zentralisierung der Entscheidungen in den Händen der Europäischen Kommission schwächen die Rolle des Europäischen Parlaments und des Rates. Der Mangel an Details zu den verschiedenen Förderprogrammen schränkt die Transparenz und Rechenschaftspflicht künftiger Programme ein.

Um sicherzustellen, dass MEDIA+ seine Ziele erreiche und die kulturelle Vielfalt Europas fördere, stellen die Unterzeichner der Erklärung folgende Forderung an die Mitgesetzgeber der EU:

- **Wiedereinführung der Kriterien der Unabhängigkeit als zwingende Voraussetzung für eine Förderung.**
- **Strikte Trennung der Finanzierung des audiovisuellen Sektors von der Finanzierung von Nachrichten und der Bekämpfung von Desinformation, um Klarheit und zweckgebundene Budgets zu gewährleisten.**
- **Beschränkung des Zugangs zu Finanzmitteln für Unternehmen aus nicht assoziierten, nicht europäischen Ländern.**
- **Wiedereinführung der Annexe/Anhänge, in denen verschiedene Förderziele festgelegt sind, um dem Sektor Vorhersehbarkeit und Stabilität zu gewährleisten.**

Grundsätzlich richten sich die Forderungen der unabhängigen Produzentinnen und Produzenten an die Kommission, das Europäische Parlament und den Rat darauf, den ursprünglichen Geist von MEDIA zu bewahren: „Ein Programm im Dienste der Unabhängigkeit, der kulturellen Vielfalt und der europäischen Souveränität“. Man sei gemeinsam entschlossen, als konstruktive Partner auf der Suche nach Lösungen zu agieren.



[SAN SEBASTIÁN 2025](#) [San Sebastián Industry](#)

Independent European producers voice alarm over proposed AgoraEU regulation

by [Cineuropa](#)

22/09/2025 - The European Producers Club and other producers' organisations have warned that the regulation could mark a risky turning point for the future of independent audiovisual creation



Creative
Europe
MEDIA

At the [San Sebastián Film Festival](#), the [European Producers Club](#), along with more than 20 other producers' organisations, has raised serious concerns about the [European Commission](#)'s proposed AgoraEU regulation (2028-2034), warning that it could mark "a risky turning point for the future of independent audiovisual creation in Europe".

While welcoming the Commission's ambition to increase budgets, and support the cultural and creative sectors, pluralism, press freedom and the fight against disinformation, producers argue that the new MEDIA+ strand dilutes the founding spirit of the [Creative Europe – MEDIA](#) programme, which, for over three decades, has been a cornerstone of European cultural diversity and independent production.

Among the issues highlighted are the removal of the independence criterion, the merging of the MEDIA programme with support for news media, the potential eligibility of non-European companies, and a lack of clear governance mechanisms. According to the signatories, these shifts risk diverting support away from independent producers towards subsidiaries of broadcasters and global platforms, thereby threatening diversity and competitiveness.

"We are deeply concerned that the independence of European production, a principle that MEDIA has always safeguarded, is at risk of being sidelined," said **Julie-Jeanne**

Regnault, managing director of the European Producers Club. “The draft no longer mentions support for independent producers. Yet it is precisely independent producers who stand at the heart of AgoraEU's three main objectives: contributing to cultural diversity, competitiveness and democracy.”

She also warned against the proposed budget structure: “By mixing support for audiovisual and film with news and disinformation, the programme loses clarity and predictability. Our sector needs stability and dedicated resources to plan and invest in culturally ambitious projects that carry Europe’s stories across the world.”

Producers are calling on EU co-legislators to reinstate independence as a mandatory condition for funding, to separate audiovisual budgets from news-related objectives, to restrict access to non-European entities and to reintroduce detailed annexes specifying support schemes, ensuring transparency and accountability.

“AgoraEU must not weaken what MEDIA has built up over decades,” Regnault stressed. “Europe’s cultural sovereignty depends on strong independent creation, and we stand ready to be constructive partners in shaping a programme that truly serves our cultural future.”

The signatories represent a broad spectrum of audiovisual professionals from across Europe, working to ensure that the voice of independent producers and creators is heard in European policy debates. In May 2025, the signatories also endorsed the [Independent Production Charter](#), thereby establishing a set of common principles aimed at defending the European regulatory framework, resisting external pressures and supporting policies that safeguard the future of Europe’s cultural sovereignty.

Filmfest Hamburg

Explorer Konferenz: Make it simple, keep it short

- 06. Oktober 2025 • 09:02 Marc Mensch

Einfach goutierbar, schnell, übersichtlich, unkompliziert. Auch wenn es um gänzlich unterschiedliche Felder geht: Die Parallelen bei den Anforderungen an die Ansprache von Publikum und Investoren sind doch augenfällig. Was den Themenmix bei den Industry Days zum Filmfest Hamburg nur umso interessanter machte.



Hießen zur Explorer Konferenz im Rahmen der Industry-Days des Filmfest Hamburg willkommen: MOIN-Geschäftsführer Helge Albers, Festivalleiterin Malika Rabahallah, Julia Maier-Hauff, Geschäftsführerin von PROG – Producers of Germany und Produzent Fabian Massah, der als Moderator durch den Tag führte (Credit: Filmfest Hamburg/Maximilian Probst)

Ein Vortrag vom Vortag, der auch beim Frühstück noch für angeregten Austausch sorgt – das ist nicht notwendigerweise der Regelfall bei Konferenzen. „[Scenario 2030: AI in the Film Industry](#)“, einem der abschließenden Programmpunkte der vom Filmfest Hamburg gemeinsam mit PROG – Producers of Germany und der MOIN Filmförderung veranstalteten Explorer Konferenz, gelang dies allerdings – vielleicht auch wegen des recht selbstbewussten Aufrufs von Referent Arne Totz, ihm zu beweisen, dass er falsch liege.

Ein Aspekt, der sich durch mehrere Gespräche am Rande zog: Die Existenz einer gewissen Wahrscheinlichkeit, dass sich die Finanzierungs- und damit Förderlandschaft in einem disruptiven Szenario ihrerseits massiv ändern wird, lässt sich kaum leugnen. Nur als kleines, isoliertes Beispiel: Schon heute sprechen wir über mitunter zu hohe (an Minutenpreisen bemessene) Förder-Einstiegsschwellen in Bereichen, in denen Kosten mittels KI massiv gesenkt werden sollen. Anders ausgedrückt: Während Förder- und Finanzierungsmodelle

notwendigerweise auf Basis des Status Quo diskutiert werden, deutet sich ein Wandel an, der auch auf dieser Ebene umfangreiche Neuevaluierungen erforderlich machen könnte.

Das gilt natürlich auch für Totz' Blick in die Glaskugel. Etwa in dem Sinne, dass KI auf neue Nutzungstrends trifft, die sich gerade ganz unabhängig von der Frage der konkreten Erstellungsweise abzeichnen. Bzw. solche, die in Regionen wie Asien längst ein Massenphänomen sind: Sogenannte „Microdramas“, für die mobile Nutzung erstellter „Vertical Content“ (der Name bezieht sich natürlich auf das Bildverhältnis). Zumeist Soaps, die über etliche Dutzend Episoden von höchstens wenigen Minuten Länge erzählt werden. Snackable Content der Generation TikTok quasi, die Antithese zu dreistündigen Leinwandepen.

Noch gibt es keine ähnlich verlässlichen Zahlen wie etwa zur Kinonutzung, aber um aus einer Studie von *Media Partners Asia* zu zitieren: 2025 werden Microdramas in China voraussichtlich über neun Mrd. Dollar an Umsatz generieren, damit könnten sie noch in diesem Jahr die Kinoumsätze im Reich der Mitte überholt haben. Bis 2030 sollen die Umsätze auf über 16 Mrd. Dollar wachsen (wohlgemerkt: allein in China) – was umso erstaunlicher ist, als sie 2021 lediglich bei (geschätzten) 500 Mio. Dollar lagen.

Diese Mikrodramen gewinnen derzeit nicht nur zunehmend den Kampf um die Aufmerksamkeit, sondern sie sind in der Regel auch ausgesprochen günstig produziert; 20.000 bis 30.000 Dollar sind kein unübliches Budget für eine komplette Serie (wobei KI an dieser Stelle bereits intensiv zum Einsatz kommt), Triple-A-Produktionen können allerdings auch gut und gerne das Zehnfache kosten. Das übliche Geschäftsmodell folgt dem berühmten Credo „Der erste Schuss ist gratis“: In der Regel ist eine Handvoll Folgen umsonst, der Rest dann nur per Bezahlung abzurufen. Teils sind derartige Serien aber auch komplett kostenlos verfügbar; etwa dann, wenn sie als Marketingtool für Brands oder Bestandteile von 360-Grad-Kampagnen von Plattformen fungieren. Der Trend, der primär in Asien begann, verbreitet sich derzeit nicht zuletzt im Nahen Osten und in Lateinamerika, auch in den USA wird exponentielles Wachstum erwartet. Gerade erst kündigte *Night Train Media* gemeinsam mit den Spirit Studios die Entwicklung eines UK-Mikrodramas an, beim hiesigen öffentlich-rechtlichen Rundfunk wurden offenbar bereits entsprechende Projekte angestoßen.

Wie sehr die zunehmend kurze Aufmerksamkeitsspanne die Vermarktung ganzer Filme verändern kann, machte unterdessen Hoàng Đình Vũ vom vietnamesischen Medienkonzern BHD klar – in einem Vortrag, der quasi den nahtlosen Übergang zwischen IFDS und Explorer Konferenz bildete. Denn das nach eigenen Angaben führende Content-Unternehmen des Landes bringt Langfilme mittlerweile auch auf eine Art und Weise zum Publikum, die vielleicht erst einmal schlucken lässt: Vũ zeigte das Beispiel eines Werks, das auf weniger als drei Minuten heruntergeschnitten wurde: als komplette, massiv verkürzte Erzählung. Die Logik dahinter? Ist nicht nur jene, Nutzer an die jeweiligen Social-Media-Kanäle zu binden, sondern auch, direkt Umsatz zu generieren. Offenbar geht es dabei momentan nur um Ad-Revenue, wirklich belastbar war die Antwort aber nicht. Was Vũ – dessen Unternehmen auch ein knappes Dutzend Kinos betreibt – unterdessen auch versicherte: Nutzer, die von den Filmen in dieser extrem verdichteten Form angesprochen werden, seien auch bereit, sie sich im Anschluss in voller Länge anzusehen. Mit Zahlen zur „Conversion Rate“ unterfüttert war diese Feststellung aber nicht, etwaige Kannibalisierungseffekte kamen erst gar nicht zur Sprache. Generell war der Vortrag von BHD primär durchgängiges Loblied auf TikTok & Co. Als Schlüssel zum Publikum, als wichtigstes Marketingtool, aber auch als direkter Ausspielweg und Umsatzbringer.

Film nicht als Kunstwerk, sondern als beliebig formbare Ware, deren grundsätzliche Gestalt nicht von der kreativen Vision, sondern vom Ausspielweg bestimmt wird. „Film is not for big screen anymore“ machte Hoàng Đình Vũ zu Beginn des Vortrages seine Sicht deutlich. Kulturell betrachtet, kann man durchaus als Dystopie ansehen, was er da beispielhaft skizzierte. Aber es ist eben auch (eine) kommerzielle Realität. Wobei er als „Head of Digital“ von BHD per se nicht den stärksten Fokus auf die Kinoaktivitäten legte. Denn in seiner Präsentation verwies er kurz darauf, dass die vietnamesischen Kinos 2023 zumindest wieder bei 90 Prozent des vorpandemischen Umsatzes angekommen waren (umgerechnet 150 Mio. Dollar). Was er nicht erwähnte: Dass im vergangenen Jahr mit umgerechnet rund 185 Mio. Dollar ein historischer Boxoffice-Rekord in Vietnam erzielt wurde. Übrigens nicht zuletzt dank des lokalen Tophits „Mua Do“ von Regisseurin Dang Thai Huyen.



Über UK als Koproduktionspartner tauschten sich Verena Gräfe-Höft und Peter Carlton mit Fabian Massah aus (Credit: Filmfest Hamburg/Maximilian Probst)

Vūs Vortrag fügte sich unterdessen nahtlos in ein Bild ein, dass etliche Vorträge im Rahmen der Industry Days des Filmfest Hamburg vermittelten. Entscheidend ist der Weg zum Kunden. Der in gewisser Weise nicht so sehr viel anders tickt als der Investor. Einfach soll es sein, übersichtlich, mundgerecht kuratiert.

Auf diesen Nenner könnte man zumindest im Groben bringen, was eine der Kernbotschaften des Panels rund um die Finanzierungs- und Koproduktionsexpertinnen Marie Garrett (SVP Sales & Acquisitions, XYZ Films), Ruby Walden (Gründerin des Finanzierungs- und Förderdienstleisters Producers PIN), sowie Isabell Wiegand und Sarah Nagel von in between film war. Klare, einfach aufbereitete Informationen, die potenzielle Investoren auf einen Blick erkennen lassen, wo sie sich in der Kette einreihen und unter welchen Voraussetzungen ein Recoupment starten kann, sind entscheidender Schlüssel zur Einwerbung privaten Beteiligungskapitals.

Das mag je nach Art des Investors variieren, insbesondere dann, wenn hinter dem Engagement andere (zusätzliche) Motivationen stehen. Gucci etwa präsentierte sich auf der Mailänder Modemesse im September erst einmal nicht auf dem Laufsteg, sondern in einem von Spike Jonze und Halina Reijn inszenierten Kurzfilm mit Demi Moore, Prada habe laut Walden einen

Fonds aufgesetzt, Ferrari habe in Film investiert. Manche Investoren wollen auch einfach nur den Glanz des Roten Teppichs erleben, Garrett berichtete von einem Fall, in dem es einem potenziellen Geldgeber ein Engagement in Millionenhöhe wert gewesen wäre, Leonardo DiCaprio auf den roten Teppich begleiten zu können. In solchen Fällen (die mit niedrigeren Beträgen durchaus keine Seltenheit seien) spiele das Ranking beim Recoupment in der Regel zwar eine untergeordnete Rolle, gerade diese Investoren hätten im Zweifel aber keine übermäßige Lust auf allzu komplexen Papierkram.

Umgekehrt ist die Einwerbung von Private Equity offenbar auch manchen (US-)Produktionsunternehmen sehr, sehr viel wert. Genauer gesagt: Sehr, sehr hohe Zinsen im Bereich von 18 bis 30 Prozent. Raunen im Publikum, Versicherung von Walden, dass solche Deals tatsächlich abgeschlossen würden. Schlicht und ergreifend aus Zeitgründen. Bei Banken könne man mit fünf bis zehn Prozent dabei sein – wenn man knapp zwei Monate (länger) warten könne. Zudem benötige man in diesem Fall Bürgschaften, auch die Zusammenarbeit mit manchen Regierungen würden Banken scheuen. Immerhin werde der Equity-Markt zusehendes kompetitiver. Minimumgarantieren als Teil eines Finanzierungskonstrukts seien für Privatinvestoren naturgemäß eher unattraktiv, da diese (natürlich) deutlich früher bedient werden, ausgeschlossen sind entsprechende Modell aber nicht.

Was Equity-Fonds in Europa zuletzt noch attraktiver für Filmproduktionen gemacht hat, ist deren Rolle als Intermediäre im Rahmen des Kapitalbeteiligungsinstruments MediaInvest, in dessen Rahmen für den Zeitraum bis Ende 2027 Investitionen in den audiovisuellen Sektor (also nicht nur Film) in Höhe von 400 Mio. Euro unterstützt werden sollen – siehe hierzu auch den [SPOT-Bericht zu einer entsprechenden Präsentation auf der Berlinale](#).

Ein Gamechanger? Nein, dieses Wort fiel diesbezüglich in dieser Runde nicht. Dennoch kommt mit diesem EU-Backing weiterer Schwung in die Angelegenheit. Gewünscht hätte man sich auf der Bühne natürlich Vertreter eines Fonds wie IPR.VC (mit dem XYZ Film eng zusammenarbeitet), die aus ihrer Sicht hätten schildern können, wo die Interessenfelder liegen. Zumindest hätte es womöglich geholfen, in den Pausen auffällig oft zu vernehmender Skepsis gegenüber dieser europäischen Fördermaßnahme zu begegnen. Skepsis in dem Sinn, dass Kapitalgeber stärker noch als Kapitalnehmer von der Förderung profitieren könnten.

Wie man bei XYZ Films als gewünschtem Partner punktet? Mit der „richtigen Ambition“, so Garrett, die das möglichst präzise Sales Estimate (Vergleichstitel würden idR innerhalb eines Drei-Jahres-Zeitraums gewählt, zu weit in die Vergangenheit gehe man bewusst nicht) hervorheb. Ohne gewissen Track Record (wofür schon ein bis zwei Filme ausreichen könnten) muss man eher nicht an die Tür klopfen – und Garrett riet dazu, Daten vorangegangener Projekte detailliert erfasst und aufbereitet vorzuhalten.



Gastgeber von IFDS und Explorer Konferenz war das Cinemaxx Dammtor als zentraler Festival-Hub (Credit: Filmfest Hamburg/Maximilian Probst)

Noch einmal zum Begriff Gamechanger: War die 2024/2025 erfolgte Zusammenführung der vier Tax-Credit-Programme des Vereinigten Königreichs für Film, HETV, Content für Kindern und Animation unter dem Dach des Audio Visual Expenditure Credit (AVEC) ein solcher? Immerhin nehmen sich die prozentualen Rabatte auf den allerersten Blick noch ein ganzes Stück attraktiver aus als zuvor. 53 Prozent für Projekte mit Budgets von weniger als 15 Mio. Pfund zum Beispiel? Klingt natürlich besser, als es faktisch ist – denn im Zuge der Systemumstellung unterfällt die AVEC-Förderung (anders als der bisherige Tax Relief) ihrerseits der Besteuerung ([ausführliche Informationen finden sich zum Beispiel hier](#)), die tatsächlichen neuen Fördersätze unterscheiden sich damit nicht dramatisch von den alten. Sie sind aber trotzdem nach wie vor sehr gut – und im Prinzip attraktiver als das, was in Deutschland geplant ist.

Dennoch gab Produzent Peter Carlton von Warp Films eine erfrischend direkte Antwort auf die Frage, ob Ko-Produktionen mit UK für deutsche Produzenten erstrebenswert seien: Nein.

Eine Antwort, die auch insofern durchaus überraschte, als Carlton zusammen mit Verena Gräfe-Höft von Junafilm auf dem Panel saß: Schließlich arbeiten beide gerade an einem gemeinsamen Serienprojekt über Renée de Sade, die Ehefrau des Marquis de Sade. Dort passte die Konstellation.

Was aber macht UK als Koproduktionspartner aus Sicht von Carlton grundsätzlich weniger attraktiv, als man vielleicht meinen möchte? Im Kern richtete sich seine Kritik gegen eine überproportional eigennützige Förderphilosophie, sowohl auf wirtschaftlicher als auch kultureller (BFI-Förderung) Ebene. Was das konkret bedeutet? Während die BFI-Förderung (umso mehr gelte dies übrigens für etwaige Senderbeteiligungen) noch stärker als in anderen Ländern an Aspekte der landesspezifischen Kultur gekoppelt sei, wurden die Anreizinstrumente primär entworfen, um große (US-)Studioprojekte anzuziehen, die entsprechende Summen in Richtung UK bewegen. Daraus resultierten (nicht umsonst hatte man schon vor 2024 mit einer deutlichen Erhöhung der prozentualen Förderung für kleinere Produktionen reagiert, Anm.d.Red.) nicht zuletzt hohe Lohnkosten. Allein schon diese würden die Filmproduktion in UK nicht zur attraktiven Option für unabhängige Produktionen machen, die einfach nur einen Ort für

den Dreh suchen würden. Aber natürlich keine Regel ohne Ausnahme: Denn letztlich kommt es auf das kreative Herz des Projektes an. Das durchaus in mehreren Ländern schlagen kann. Oder auch muss. Denn wie ein Panel zum Abschluss der Explorer Konferenz deutlich machte: Vor allem multilaterale Koproduktionen liegen voll im Trend. Kleines Beispiel? Bei „Cliffhanger 2“ – der unter anderem in den Penzing Studios nahe München entstand – sind nicht weniger als fünf Fonds an Bord. Goldene Zeiten für Dienstleister, die den Weg durch den Finanzierungsdschungel zu bahnen versprechen? Gut denkbar.

Womit eigentlich ein Abschluss für diesen kleinen Rückblick gefunden wäre – aber ein Aspekt soll doch nicht unerwähnt bleiben: Denn bei ein, zwei der im Gesamtkontext der Industry Days aufgetretenen Dienstleister blieb dann doch unklar, was ihr USP in Zeiten ist, in denen KI-Lösungen zur Clusterung von Inhalten schon jetzt zumindest auf den ersten Blick vergleichsweise austauschbar (nicht falsch als „uninteressant“ lesen!) wirken. Vielleicht führt das KI-gestützte Wettrüsten bei den Empfehlungsalgorithmen (die übrigens so langsam eines neuen Namens bedürften, tatsächlich handelt es sich auf Insta, TikTok & Co. ja im Grunde um direkte Zugangsalgorithmen) ja auch dazu, dass die menschliche Kuratierung an Bedeutung gewinnt. Wie wir schon in einem anderen Artikel schrieben: Wir freuen uns auf den Austausch beim Filmfest Hamburg 2030.

Kostenloser CO2-Rechner

MEDIA Carbon Calculator vorgestellt

- 17. November 2025 • 13:22 • Jochen Müller

Der jetzt von der Europäischen Kommission vorgestellte MEDIA Carbon Calculator unterstützt Produzentinnen und Produzenten dabei, den CO2-Fußabdruck ihrer Produktionen zu ermitteln.



Der MEDIA Carbon Calculator dient zur Berechnung des CO2-Abdrucks audiovisueller Produktionen (Credit: Europäische Kommission)

Die Europäische Kommission hat jetzt den [MEDIA Carbon Calculator](#) vorgestellt und setzt damit einer Mitteilung zufolge „ein wichtiges Vorhaben des Aktionsplans für Medien und audiovisuelle Medien um und bekräftigt ihr Engagement für eine einheitliche, EU-weite Methode zur Messung von CO2-Emissionen in der audiovisuellen Industrie“.

Die kostenlose Webanwendung, für die ein EU-Login benötigt wird, soll Produzentinnen und Produzenten im audiovisuellen Sektor in der gesamten EU dabei unterstützen, den CO2-Fußabdruck ihrer Produktionen präzise zu ermitteln.

Dazu werden zentrale Emissionsfaktoren wie Energieverbrauch, Transport und Materialeinsatz analysiert. Auf dieser Grundlage erhalten Produktionsunternehmen dann einen umfassenden Überblick über die klimarelevanten Auswirkungen ihrer Projekte.

2. CONTENT CLUSTER

GAMESMARKT

Funding

Creative Europe Media 2024: €7.7M Euros for European Video Games

41 games benefit from €7.7 million Creative Europe Media Video Games funding in 2024, six games projects from Germany (€1.3 million) and one from Austria.

[Marcel Kleffmann](#) 07.01.2025 13:49



Fonce Ciné-Litté

Among the games receiving funding is Fonce, a tale of love and war by Cologne-based Ciné-Litté Productions. It is an interactive, animated VR film with game elements. Producer Lilia Schneider: "The €200,000 Creative Europe Media grant is very encouraging for us as producers and storytellers. It is an honour for us to bring this message of peace, life and love to a young audience through an innovative VR experience. At the same time, it will create more jobs in the tech and creative industries. We are very happy to have pitched the project this year at M:BRANE, the Swedish forum for children's and youth content, and later in France at Cartoon Next. We expect to have a prototype of the VR experience in the summer of 2025."

The German projects:

- Dans at Crea by Reynard Films from Leipzig, €200,000: The VR game offers a holistic approach to keeping fit by combining dance and narrative stories.
- NVG-Z-IR-B by Designmatic from Tübingen, €200,000: A narrative action adventure in a cyberpunk setting.

- Echoes of the Past by Nurogames from Cologne, €198,760: This VR roguelite adventure takes players on a journey through the memories of a Second World War soldier.
- Living with the Snow Leopards by NowHere Media from Berlin, €200,000: This mixed reality experience explores the intertwined lives of snow leopards and humans in the Himalayas against the backdrop of climate change.
- Viking Homestead by Gamesfoundation from Hamburg, €198,370: A video game that combines survival, crafting and platforming.

An Austrian game, Pixie World, has Dully&Dax from Cologne on board as co-producers with €71,545. In this family-friendly game, players help Jeppe the Pixie Boy to pass his Pixie test. This involves completing tasks, building fairy doors and designing your own pixies.

Since 2024, game producers have been able to submit multiple games, and now also in a consortium with partner companies. As a result, the number of applications rose sharply by over 100 compared to the previous year, while the success rate fell from over 40 per cent in 2023 to just under 15 per cent in 2024. The EACEA agency in Brussels attributes this to the high number of applications, the increase in the maximum funding amount from €150,000 to €200,000 and the increased co-financing rate of now 60 per cent compared to 50 per cent in previous years.

The current submission deadline for narrative video games and interactive VR experiences is 12 February 2025. Game studios can still register to participate in the European Videogame Accelerator, the [Game Booster programme](#) initiated by SpielFabrique, until 15 January 2025.

Never miss anything from the German, Swiss and Austrian games industry again: subscribe for free to our [Daily newsletter](#) and get all news straight to your inbox.

CSU-Filmgespräch

„Es liegt doch alles auf dem Tisch!“, Filmwoche-Debatte zur Stärkung des deutschen Films

- 27. Januar 2025 • Marc Mensch

Wie kann es gelingen, dem deutschen Film jene 35 Mio. Besuche zuzuführen, die die Branche als Ziel ausgegeben hat? So hochkarätig besetzt das CSU-Filmgespräch zur Filmwoche München in diesem Jahr war, so naheliegend waren die dort gegebenen Antworten – die nicht zuletzt auf die konsequente Umsetzung bestehender Pläne abzielten.



Eine große Frage – und eine zentrale Antwort: Das diesjährige Filmgespräch der CSU-Filmkommission zur Filmwoche München mit Fred Kogel, Philipp Kreuzer, Christian Pfeil, Christine Berg, Oliver Berben, Moderator Stephen Sikder und Staatsminister Florian Herrmann (Credit: CSU Filmkommission)

„Es ist schon alles gesagt, nur noch nicht von jedem“. Ein immer wieder gerne genommenes Zitat, wenn es darum geht, eine sich im Kreis drehende Debatte zu beschreiben. Eines, das man allerdings leicht abwandeln kann, wenn es um die (auch in Anbetracht der Haushaltssituation auf bestenfalls einem Drittel der Strecke

stehengebliebene) Förderreform geht. Denn in diesem Kontext ist nicht nur im Prinzip alles gesagt. Sondern mehrfach. Von jedem.

Daran änderte die ausgesprochen prominente Besetzung des diesjährigen Filmgesprächs der CSU-Filmkommission zur Münchner Filmwoche naturgemäß nur wenig, handelte es sich doch über weite Strecken um eine (wenngleich ausgesprochen pointierte) Zustandsbeschreibung, verbunden mit jenen bekannten Forderungen, deren zumindest relativ weitreichende Erfüllung im Prinzip (wenn auch mit den bekannten Lücken gerade im Bereich Kino & Verleih) schon politisch angelegt war, bevor die Koalition implodierte.

Was zu diesem Zeitpunkt kurz vor der Wahl auf dem Podium (natürlich) fehlte, waren jene, die konkrete Angaben dazu machen konnten, wie denn nun wirklich im Detail auf das bestehende und selbst in den noch nicht umgesetzten Aspekten grundsätzlich vorbereitete Fundament aufgesetzt wird.

Immerhin: Auch wenn Bayerns Staatskanzleichef und Medienminister Florian Herrmann bei diesem Termin nichts Neues sagte, war das kein Malus. Ganz im Gegenteil. Denn die Wiederholung seines bereits mehrfach (zuletzt unter anderem beim Mediengespräch auf Einladung des Creative Europe Desks München) abgegebenen Versprechens, dass man die Reform fortführen wolle, war im Prinzip das, was man hören wollte; zumal man aktuell wohl weiterhin davon ausgehen darf, dass die Union keine ganz unbedeutende Rolle bei der kommenden Regierungsbildung spielen wird. Vorsichtig formuliert.

Herrmann skizzierte kurz, was erreicht wurde und was offen ist – um festzustellen: „Wir müssen handwerklich besser werden, dafür ist ja dann Gelegenheit!“ Andere (gemeint waren Produktionsstandorte) seien weit voraus, ergo müsse man nachziehen. Seine Devise für die künftige Förderaufstellung: „Keep it simple!“. Erneuert hat Herrmann in diesem Kontext auch die grundsätzlich positive Einstellung nicht nur gegenüber einem neuen Anreizmodell, sondern auch einer Investitionsverpflichtung – erneut mit der Einschränkung, dass man an dieser Stelle „nicht alle glücklich machen“ könne, aber doch anstrebe, das Beste aus der Perspektive des Standortes umzusetzen. Was das dann auch immer im Detail heißt.

Womit Stephen Sikder, neben Herrmann Vorsitzender der CSU-Filmkommission, dann auch die große und weitreichende Frage in den Raum stellte, die dieses traditionell zwischen Bayerischem Filmpreis und Deutschem Filmball angesiedelte CSU-Filmgespräch auch als Motto überschrieben hatte: „Wie kommen wir auf 35 Prozent Anteil deutscher Filme im Kino?“ (Angemerkt sei, dass das ausgegebene Ziel der Verbände auf 35 Mio. Jahresbesuche lautet, das sich nicht am Marktanteil orientiert – denn insgesamt mehr als 100 Mio. Jahresbesuche hätte man ja durchaus gerne wieder...)

Um der Debatte an dieser Stelle vorzugreifen und ein Fazit vorwegzunehmen, das so mehr oder minder deckungsgleich von den Mitdiskutierenden gezogen wurde:

„Wir brauchen einen Plan!“, so Leonine-CEO Fred Kogel (und dessen konsequente Umsetzung, versteht sich). Und nicht nur irgendeinen: „Wir haben drei Jahre lang erklärt, was zu machen ist“, so der Constantin-Vorstandsvorsitzende Oliver Berben. Es bedürfe einer verlässlichen, soliden Plattform an Rahmenbedingungen, um aufwändige Filme herstellen und vermarkten zu können, um entsprechende Strukturen vorzuhalten. „Es liegt doch alles auf dem Tisch!“, so Berben, der die kommende Bundesregierung aufforderte, schlicht einen Haken darunter zu setzen.

„Es bedarf einer echten Gesamtreform“, ergänzte ganz in diesem Sinne Produzent Philipp Kreuzer von maze pictures. Und zwar einer, die Produzenten auch jene Rechte verschaffe, die Schlüssel zur Stärkung der Eigenkapitalbasis und jener zu den Gesprächen mit Banken ist. „Wir brauchen eine Investitionsverpflichtung – und zwar eine gesetzliche“, so wiederum Kogel, der feststellte, dass Branchenvereinbarungen an dieser Stelle nicht ziehen würden. Dass gerade von jenem Tisch, an dem sich mehrere Vertreterinnen und Vertreter von Streamern und Sendern eingefunden hatten, an dieser Stelle kein Applaus aufbrandete (wohl aber in anderen Teilen des Raums) ist eine naheliegende Tatsache, die der Vollständigkeit halber aber erwähnt sei.

Philipp Kreuzer nahm unterdessen auch die Branche selbst in die Pflicht, die aufgerufen sei, sich trotz der zuletzt schlechten Stimmung (verwiesen sei hier auch auf die [Herbstumfrage der Produktionsallianz](#)) darauf zu besinnen, was man habe: **Tolle Filmhochschulen, tolle Talente, tolle Strukturen, Kinos und Verleiher. Und durchaus auch Geld – als hilfreich hob er in diesem Zusammenhang nicht zuletzt die Europäische Slate-Förderung über Creative Europe hervor.** Dass er dennoch schon eingangs einem Schmerz in Sachen Finanzierung Ausdruck verlieh, lag nicht zuletzt an den Banken, die sich immer weiter aus dem Geschäft der Filmfinanzierung zurückziehen würden. In diesem Kontext plädierte er für ein Modell wie den französischen Risikofonds, in dessen Rahmen über staatliche Bürgschaften 50 Prozent des Finanzierungsrisikos abgedeckt würden. Aber auch an dieser Stelle wieder die Feststellung: „Wenn Unternehmen keine Rechte, keine IPs haben, dann gibt’s auch kein Geld!“

Was Kreuzer allerdings auch betonte: So wie derzeit produziert werde, könne es nicht weitergehen. Es sei auf Dauer nicht mehr „sustainable“, mehrere hundert Menschen am Set zu haben. Unter diesem Aspekt müsse man auch die – an sich tolle – Steigerung der Fördersätze bei DFFF und GMPF betrachten. Denn Inflation und Tarifierhöhung würden das Mehr an Förderung ohnehin schon wieder aufzehren.

Auch das sekundierte Kogel – angesichts weiter steigender Kosten könne man nicht mehr produzieren wie früher. Die finanzielle Ebene sei aber nur das eine, man müsse auch eine Diskussion um Inhalte und Sozialisierung (für das Kino) führen, letzteres nicht

zuletzt angesichts der Tatsache, dass Menschen in umliegenden Ländern (prominentestes Beispiel ist natürlich Frankreich) deutlich häufiger ins Kino gehen würden als hierzulande.

Christian Pfeil wünscht sich auch in seiner Funktion als Vorstandsmitglied der AG Kino-Gilde, „mehr Mut an allen Stellen“ und das sprichwörtliche „Ziehen an einem Strang“, insbesondere wenn es um „Goldstücke“ wie den Oscar-nominierten „September 5“ gehe. Traurige Wahrheit: Selbst um einen inhaltlich herausragenden Film wie diesen so lange halten zu können, wie er es verdiene, bedürfe es ganz anderer Auslastung bzw. einer anderen Abspielbasis. „Mehr Kinos, mehr Investitionen in Kinos!“, so seine Ansage.

Die – bei allen Differenzen im Detail – natürlich auch vom HDF Kino getragen wird, dem natürlich nicht zuletzt eine Neuauflage des Zukunftsprogramms auf den Nägeln brennt. Die Vorstandsvorsitzende Christine Berg rief ihrerseits dazu auf, mehr zusammenzuarbeiten – auch politisch, in diesem Sinne erneuerte sie die Forderung, Verleih künftig im Rahmen eines Anreizmodells zu berücksichtigen. Schließlich ist die Vermarktung ein ganz zentraler Schlüssel.



Zwischen Bayerischem Filmpreis und Filmball angesiedelt, zog das CSU-Filmgespräch am Samstagvormittag zahlreiche Branchenexperten in die Räume der CSU-Landesleitung (Credit: THE SPOT media & film)

Ein wenig überraschen konnte (gegen Ende der Veranstaltung) übrigens die Antwort auf die von FFF-Geschäftsführerin Dorothee Erpenstein gestellte Frage, ob man denn inhaltlich wirklich alle Zielgruppen erreiche, ob man genug auf die soziodemographische Entwicklung schaue. „Wir müssen generell mehr Interesse für den Kinofilm generieren, wie er existiert“, so Kogel und „Wir dürfen uns nicht an Leuten abarbeiten, von denen wir wissen, dass sie kein Interesse am Kino haben“, so Berg, die in diesem Zusammenhang

(und natürlich mit Blick auf eine künftig potenziell erheblich besser ausgestattete kulturelle Kinoförderung) einmal mehr dazu aufrief, nicht mehr nur in strikten U- und E-Grenzen zu denken. Gemeint war natürlich nicht, dass man Zielgruppen inhaltlich ausschließen will, im Gegenteil. Sondern nur, dass es vor allem der Filme mit breitem Appeal bedarf. „Rheingold“ war zuletzt eines der Paradebeispiele für Titel, die auch Menschen anziehen, die länger nicht mehr im Kino waren – aber es sei nicht realistisch, jetzt jedes Jahr ein Dutzend solcher Filme zu machen, wie Kogel betonte. Und Berg hatte bereits zuvor mehrfach auf die Studie „All Eyes on Audiences“ ([hier nachzulesen](#)) verwiesen, die aus ihrer Sicht recht klar darlegt, wo die Potenziale liegen: Durchaus auch bei den Nicht-Kinogängern. Aber aus ihrer Sicht bei jenen, die zumindest Interesse an diesem Medium bekunden. Eine Einschränkung, die Pfeil zu Beginn der Debatte in dieser Form nicht vorgenommen hatte, als er die Notwendigkeit unterstrich, gerade auch an den Menschen zu arbeiten, die man nicht erreiche.

Tatsächlich hatte er auch ein Paradebeispiel mitgebracht, wie man – zumindest im Kleinen – neues Publikum gewinnen kann: In Jena ist es ihm tatsächlich in jahrelangen Verhandlungen gelungen, sich mit dem dortigen AStA im Rahmen eines Solidarmodells auf eine fixe Studierendenabgabe zu verständigen, die in einen Topf fließt, dank dessen er von Montag bis Donnerstag (aber eben nicht am Wochenende) den Studierenden kostenlosen Eintritt in sein dortiges Kino im Schillerhof anbiete (Tickets werden natürlich mit dem Verleih abgerechnet; Online-Buchung ist dafür nicht möglich). Eine Maßnahme, mit dem er den Umsatz mit Studierenden von 35.000 auf 120.000 Euro habe heben können.

„Eine geniale Aktion“, befand Berben, der allerdings davor warnte, abseits von solchen Anreizen den Wert von Filmen nachhaltig zu reduzieren – das täten auch die Streamer nicht, die vielmehr kontinuierlich ihre Preise erhöhen würden. Kein Dissens mit Pfeil an dieser Stelle, der vielmehr schildern konnte, dass es sich bei seiner Aktion ausdrücklich um einen „Anschub“ handle, seine Durchschnittspreise sogar gestiegen seien. Zuvor hatte sich Kogel (auch unter Verweis auf den Erfolg des Kinofestes) dafür ausgesprochen, grundsätzlich über eine „flexible Preisgestaltung“ nachzudenken. Aus Sicht von Berg durchaus kein Fehler, aber auch keine Innovation: Denn „Preisflexibilität“ ist für die Kinos kein Fremdwort, sondern vielmehr schon jetzt gelebter Alltag. Dass Kino das niedrigschwelligste kulturelle Angebot ist und auch bleiben soll: Dem wurde ohnehin nicht widersprochen. Tatsache bleibt aber auch: Investitionen sind ein Schlüssel – nicht umsonst zeigte eine Studie bei Cineplex, dass sichtbar modernisierte Standorte bis zu 30 Prozent mehr Besuche generieren können als vergleichbare Häuser, in denen nicht in gleichem Maße investiert werden konnte.

Dass ein guter Film allein nicht reicht, um die Menschen ins Kino zu bringen, wie Berben betonte, liegt auf der Hand. Umso wichtiger ist aus seiner Sicht die Eventisierung – aber auch (und das durfte man in Richtung der Sender und Plattformen adressiert sehen)

eine entsprechend angemessene Behandlung großer deutscher Filme in nachfolgenden Verwertungsstufen.

Klar ist aus Sicht von Kogel jedenfalls: Von den zwei grundsätzlichen Möglichkeiten, unter dem Strich mehr deutsche Kinobesuche zu generieren, sei nur einer erfolgsversprechend. Nicht mehr Filme brauche es (quantitativ kann man eher von einem Überangebot sprechen), sondern größere, publikumsträchtigere. Auch die Zahlen des zurückliegenden Jahres zeigten, wo sich der Großteil der Gewinner finde: Bei großen Franchises und beim (bzw. vor allem auch aus dem) Bereich Family Entertainment. Geradezu „absurd“ sei die Tatsache, dass gerade diese Titel (einen Kinotriumph feierte Leonine bekanntlich zuletzt mit „Die Schule der magischen Tiere 3“) selbst für einen so großen Player wie den seinen schwer zu finanzieren seien, weil Sender und Streamer kein ausreichendes Interesse zeigten. Umso mehr müsse es gelingen, Originalstoffe zu stärken – zumal daraus (auch) die künftigen Franchises erwachsen. Kleiner Seitenhieb in Richtung der Öffentlich-Rechtlichen: Wenn man mal deren Keller aufräumen würde, ließen sich dort sicherlich zahlreiche IPs finden, die momentan brach lägen, aus denen sich aber etwas machen ließe.

Ein zentrales Problem aus seiner Sicht: Es kämen viel zu viele Quasi-TV-Filme auf die Leinwand, die inhaltliche Unterscheidbarkeit sei jedoch entscheidend. Und noch einmal an dieser Stelle der mehrfach in dieser oder ähnlicher Form ausgesprochene Satz: „Die Lösung ist, es konsequent und mit einem Plan anzugehen!“

Wollen wir hoffen, dass die abschließenden Worte von Staatsminister Florian Herrmann nicht nur primär im Sinne eines Erwartungshaltungsmanagements, sondern auch mit augenzwinkerndem Blick auf politische Prozesse gewählt waren: „Ja, mach nur einen Plan, sei ein großes Licht. Und mach‘ dann noch ‘nen zweiten Plan, gehen tun sie beide nicht“, zitierte er aus der Dreigroschenoper. Verbunden mit dem Hinweis, dass man keinesfalls aus Angst vor (falschen) Entscheidungen dahin gelangen dürfe, gar keine Entscheidungen zu treffen...

Ach ja, eines noch: Eingegangene Wetten löst Medienminister Florian Herrmann natürlich ein – insbesondere dann, wenn er nach eigenem Bekunden ohnehin gehofft hatte, sie zu verlieren. Denn bei der Verleihung der Kinoprogrammprämien des FFF Bayern hatte er noch mit einem Stand auf das Kinojahr 2024 blicken müssen, der mächtig Luft nach oben ließ. Christine Berg hatte dagegeengehalten, Anfang 2025 für die Kinos mit einem maximal einstelligen Minus auf 2023 aufwarten zu können. Tat sie – und durfte dafür Pralinen aus Freising entgegennehmen. Die sicherlich äußerst schmackhaft waren – aber noch besser verdaulich war die klare Ansage von Herrmann, dass der Freistaat bei der Förderung (und gerade auch der Kinoförderung) nicht nachlassen wolle.



Peter Horan • Producer, Samson Films

“The most valuable outcome is the ability to sow the seeds of potential collaboration”

by [Cineuropa](#)

03/02/2025 - The Irish producer discusses his firm's approach to co-production and its involvement in this week's [Share Your Slate Co-production Meeting](#), organised annually by the [Creative Europe Desks Germany](#)



(© Samson Films)

Peter Horan is the head of Development at Irish production company [Samson Films](#), one of the most regular attendees at the annual [Share Your Slate Co-production Meeting](#) organised by the [Creative Europe Desks Germany](#). From 4-6 February, [Creative Europe - MEDIA](#) slate-funding beneficiaries and applicants from all over Europe will meet during this event dedicated to supporting co-productions. The event has taken place for over 20 years, and a total of 335 companies have already met to network and discuss co-production opportunities. Samson Films, run by managing director **David Collins**, has produced features such as **John Carney**'s Oscar-winning musical [Once](#) [+].

If you want to know more about **Share Your Slate**, please send an email to [Creative Europe Desk Hamburg](#).

CED Hamburg: The 2025 edition of Share Your Slate will mark the 13th time that Samson Films has been involved in it, the first time being in 2009. What led to the company being part of it in the first place?

Peter Horan: At Samson Films, we are always keen to identify new potential co-producing partners, particularly in Europe. This not only increases the feasibility of financing our projects – allowing us to tap into funding from [Eurimages](#) and national film institutes – but also allows us to engage with fresh creative points of view, thus strengthening the overall package of our feature films and TV series. Although Samson's first involvement with Share Your Slate in 2009 predates my arrival at the company, I am sure that it was motivated by the same collaborative spirit that underscores much of our work today.

What is it that makes you keep coming back?

While Samson already has a strong network of creative collaborators across Europe, we are always keen to meet with new and emerging companies, and to grow our pool of potential co-producers. Each new Share Your Slate event brings with it a host of international producers whom we have yet to meet, so we always find it illuminating to compare notes on our respective projects, plans for the future and production challenges/opportunities specific to our regions.

At every edition of Share Your Slate, there is a catalogue of all of the companies and their projects that everyone gets about two weeks before the event so that you can pick the companies you want to meet. How do you personally make your choices?

Given that the companies participating in the Share Your Slate event generally have successful track records and interesting projects in development, it is always difficult to whittle down our list of preferences. One obvious indicator, though, would be if a company includes a project with a certain degree of Irish relevance, as we can assess whether we may be able to assist them with its progression towards production. Otherwise, we also seek out companies whose producing goals align with our own – looking to develop character-led pieces from original, fresh creative voices.

What do you base your choice of projects from the catalogue on?

We tend to select projects on our slate that either have clear co-production potential or could be strengthened by further international insight. For this year's projects, we have chosen a children's series with international format potential, a bilingual drama from an Irish writer-director based in Germany, and a feature debut which would benefit from the broader casting pool offered by a cross-European partnership.

What are the major results of this for you? Are there any productions coming to fruition because of this? What were your highlights?

While specific co-production opportunities are not always immediately forthcoming off

the back of these meetings, the most valuable outcome – from our perspective – is the ability to expand our network internationally and to sow the seeds of potential collaboration. Introductions made at previous Share Your Slate iterations have since blossomed into more substantial working relationships and, while we have yet to bring a specific production into fruition as a result, we hope that more opportunities will arise in the future.

You are also quite successful with your MEDIA applications. What makes slate funding so attractive for you as a producer?

As an independent production company, receiving MEDIA slate funding has been incredibly useful. It offers producers the flexibility to develop a variety of film and TV projects with sufficient time and resources, thus allowing them to gain strong momentum in their progression towards production.

Every MEDIA country has Creative Europe Desks (CEDs) in place that are happy to walk the applicants through the applications and host all kinds of industry events; there is also a fantastic pan-European network of CEDs. What's the added value of a CED for you?

The team at [Creative Europe Desk Ireland](#) are always willing in their efforts to assist us with any questions we may have around funding applications and deliveries, while they also do great work in enabling and facilitating international collaboration through the various events that they organise and to which they contribute.

78. Festival de Cannes

Katuh Studio nach Cannes: Für eine schönere Welt

08. Mai 2025 • 06:00 / Thomas Schultze

Mit Hafsia Herzis Bestseller-Adaption „Die jüngste Tochter“ schafft es die Berliner Katuh Studio erstmals in den Wettbewerb nach Cannes. Für THE SPOT berichtet CEO Vanessa Ciszewski, wie das Projekt realisiert und für das größte Filmfestival der Welt flottgemacht wird.



„Die jüngste Tochter“ von Hafsia Herzi (Credit: Katuh Studio)

Für eine schönere Welt. Steht als Claim direkt unter dem Logo von Katuh Studio, das von der französischen Produzentin Vanessa Ciszewski 2011 zwei Jahre nach ihrem Umzug nach Berlin gegründet worden war. Seither hat die engagierte Produktionsfirma als Koproduktionspartner eine ganze Reihe anspruchsvoller Filmstoffe realisiert, darunter „Dieses Sommergefühl“ von Mikaël Hers, „Félicité“ von Alain Gomis, der 2017 bei der 67. Berlinale den Großen Preis der Jury gewinnen konnte, Gaya Jiji 2018 in Un Certain Regard präsentierter „Mein liebster Stoff“, „Auf der Suche nach Zion“ von Tamara Erde aus dem gleichen Jahr, „The Lost Souls of Syria“, der Panorama-Eröffnungsfilm „Die Sirene“ von Sepideh Farsi und der Dokumentarfilm „Kulissen der Macht“, allesamt aus dem Jahr 2023. Und jetzt der endgültige Adelsschlag: die französisch-deutsche Koproduktion „Die jüngste Tochter“ von Regisseurin Hafsia Herzi, eine Adaption des passioniert debattierten Erfolgsromans von Fatima Daas, mit dem die Berliner Firma nunmehr erstmals im Wettbewerb von Cannes antritt.

„Im Dezember 2021 habe ich den Roman auf Französisch gelesen und auf meinem Instagram gepostet, weil ich so begeistert war“, erinnert sich Vanessa Ciszewski an die Anfänge des Projekts. Den Post sah auch die französische Produzentin Julie Billy, mit der Ciszewski vor knapp

20 Jahren in der Produktionsabteilung von Celluloid Dreams gearbeitet hatte. „Sie ließ mich wissen, dass sie gerade in dem Prozess war, sich die Verfilmungsrechte zu sichern, und ob ich nicht Lust hätte, gemeinsam mit ihr eine französisch-deutsche Koproduktion daraus zu machen.“ Billy hatte damals gerade ihre Firma June Films gegründet, „Die jüngste Tochter“ war das erste Projekt, das sie anschoß, auch wenn sie seither schon weitere Projekte verwirklichen konnte, unter anderem die HBO-Max-Serie „Une confidente dévouée“. „Die jüngste Tochter“ wurde einfach später fertig.

„Das Vertrauen war groß“

„Man kann aber nicht sagen, dass es bei uns langsam gegangen wäre“, sagt Vanessa Ciszewski bestimmt. „Das Projekt kam ins Laufen, als wir die deutsch-französische Entwicklungsförderung und danach MEDIA erhielten.“ Die große Herausforderung bestand im Anschluss darin, die richtige Regisseurin zu finden. Wie Romanautorin Fatima Daas hat auch Hafsia Herzi algerische Wurzeln. „Hafsia wird in Frankreich sehr geschätzt, und Fatima war sofort begeistert von der Idee, dass sie den Film inszenieren könnte“, merkt die Katuh-Studio-Produzentin an. „Das Vertrauen war groß, und Hafsia Herzi konnte den Roman so umsetzen, dass hundertprozentig ihr Film dabei herausgekommen ist.“



Vanessa Ciszewski, Produzentin Katuh Studio (Credit: Christian Pade)

2023 nahm das Projekt endgültig an Fahrt auf, als die Produktion sich den FFA Minitraité sichern konnte. Vor exakt einem Jahr, während des 77. Festival de Cannes, gab es die Zusage von ZDF/ARTE. Und schließlich kam noch der Minoritäre Koproduktionsfonds der FFA. „Das war eine großartige Überraschung, denn wir dachten, dass diese Unterstützung in erster Linie den arrivierten Regisseuren, sozusagen den „üblichen Verdächtigen“, zukommen würde. Aber das Gremium der FFA entschied sich für eher junge Filmschaffende, die Hälfte davon sogar Frauen. Und wir waren mit dabei.“

„Eine universale Qualität“

„Die jüngste Tochter“ erzählt von der 17-jährigen Fatima, jüngste von drei Töchtern, die bei der Suche nach einem eigenen Weg zwischen Tradition und Selbstbestimmung mit aufkommenden Wünschen ringt, ihrer Anziehung zu Frauen und der Loyalität zu ihrer französisch-algerischen Familie. Bei ihrem Studium macht sie zunehmend neue Erfahrungen und steht schließlich vor dem Scheideweg: Wie kann man sich selbst treu bleiben, wenn es unmöglich erscheint, verschiedene Teile der eigenen Identität miteinander zu vereinbaren? Ein französischer Stoff, der eine Geschichte aus Frankreich erzählt. „Aber uns war es wichtig, dass er eine universale Qualität hat, dass er auch bei einem Publikum in Deutschland auf Widerhall stößt“, erklärt

Vanessa Ciszewski ihre Rolle als deutsche Koproduzentin. „Wir haben uns viele Gedanken darüber gemacht, wie man diesen Stoff relevant umsetzt. Wir haben uns immer wieder gefragt: Wie entwickeln wir dieses Projekt, dass es auch ein Potenzial für ein Publikum in Deutschland hat?“

Auch sonst versuchte man bei Katuh Studio, so nah wie möglich bei der Umsetzung des Stoffs dabei zu sein, wobei nicht alle Anstrengungen von Erfolg gekrönt waren. In der Finanzierung gab es keine Zusagen bei der Regionalförderung, was Vanessa Ciszewski als „Enttäuschung“ empfand, aber auch als Möglichkeit: „Wir haben es auch als Chance gesehen, weil uns das eine größere Freiheit gab, wir weniger eingeengt waren.“ Bei der langwierigen Suche nach einer Hauptdarstellerin fanden auch in Deutschland Castings statt. „Es gibt eine Community von maghrebinischen Französischen in Deutschland, bei der wir gesucht haben“, berichtet Ciszewski und erzählt von einem aufwändigen Prozess, der auch Streetcastings in der LGBTQIA*-Szene umfasste. „Wir haben immer versucht, uns ganz organisch in den Prozess zu involvieren und konnten schließlich aus Deutschland Maskenbildnerin Hanka Thot beisteuern.“ Nach dem Dreh wurde Katuh Studio dann wieder bei der Postproduktion aktiv. „Wir konnten mit Martin Langenbach in Hamburg arbeiten, dem Foley-Artist von Fatih Akin, und in Köln war Dirk Meier als Colorist mit an Bord“, sagt Vanessa Ciszewski, die von einer „sehr schönen Erfahrung“ spricht und darauf verweist, dass sich der deutsche Anteil bei der Koproduktion lediglich auf 20 Prozent belaufe.

„Das größte Schaufenster der Welt“

Ohne sich allzu sicher sein zu wollen, waren die Produzentinnen von „Die jüngste Tochter“ zuversichtlich, als sie ihren Film beim Festival de Cannes einreichten. „Hafsia Herzi verbindet eine lange Geschichte mit Cannes“, meint die Produzentin. Ihr Regiedebüt „Du verdienst eine Liebe“ war 2019 in der Semaine de la Critique, „Eine gute Mutter“ lief 2021 dann bereits in Un Certain Regard und erhielt einen Ensemblepreis. „Wir wissen, dass sie von Thierry Frémaux und Christian Jeune sehr geschätzt wird, hatten also eine gewisse Hoffnung, dass wir es in den Wettbewerb schaffen könnten“, erklärt Vanessa Ciszewski, die allerdings auch einräumt: „Der Wettbewerb in Cannes ist das größte Schaufenster der Welt, das ein Film haben kann. Man muss mit den größten Filmen des Jahres mithalten.“ Umso erleichterter war sie, als die Produktion um 23 Uhr den erlösenden Anruf erhielt, der Film war in den Wettbewerb aufgenommen. Es war der erste französische Film, der in diesem Jahr bestätigt worden war. „Dass wir in dieses Feld aufgenommen wurden, macht mich sehr glücklich. Selbstverständlich ist das nicht. Aber ich bin sehr stolz auf ‚Die jüngste Tochter‘: Hafsia ist als Filmemacherin unheimlich gewachsen, und Julie und ich haben als Produzentinnen immer versucht, ein Umfeld für sie zu schaffen, in dem sie die bestmögliche Arbeit abliefern konnte.“

Jetzt ist die Vorfreude groß, wenn der Film am 16. Mai endlich vom Stapel läuft. „Ich bin wahnsinnig neugierig, wie unsere Arbeit ankommen wird“, meint Vanessa Ciszewski abschließend. „Aber ebenso neugierig bin ich auf all die anderen Filme, insbesondere ‚In die Sonne schauen‘ von Mascha Schilinski. Den will ich auf jeden Fall sehen, unbedingt im Salle Lumière.“ Und sie sagt: „Wir leben in düsteren Zeiten. Den Wettbewerb empfinde ich als Gegenangebot, das für Hoffnung steht und hoffentlich auch für Aufbruch. Das haben wir alle dringend nötig.“

Thomas Schultze

Für Koproduktionen

Creative Europe MEDIA unterstützt Projektentwicklung von 6 deutschen Stoffen

Creative Europe MEDIA fördert 48 Projekte mit über 6,5 Millionen Euro. Sechs davon werden unter deutscher Federführung entwickelt, sowie "Deine Flecken" von Studio Film Bilder. Brüssel meldet Rekordzahl an Einreichungen für die Co-Development-Runde 2024.

Damian Sprenger 27.05.2025 09:41



"Deine Flecken" erhält weitere Fördergelder von Creative Europe MEDIA. Film Bilder

In der aktuellen Vergaberunde der „European Co-Development“-Förderung von [Creative Europe MEDIA](#) wurden 48 Projekte mit insgesamt über 6,5 Millionen Euro unterstützt. Dabei fließt rund eine Million Euro an sechs Vorhaben, die unter deutscher Federführung realisiert werden. Zu den geförderten Unternehmen zählen [Studio Film Bilder](#) mit "[Deine Flecken](#)" (240.000 Euro), Telos Pictures mit "Don't let me go mad" (180.000 Euro), [eyrie entertainment](#) mit "Strandgut" (180.000 Euro), [Niko Film](#) mit "Marriage by Abduction" (155.757 Euro), [Tamtam Film](#) mit "Legacy" (120.000 Euro) sowie [Fabian & Fred](#) mit "Trouble Magnet" (120.000 Euro).

Produzent [Daniel Ehrenberg](#) von eyrie entertainment sieht in der Förderung eine klare Bestätigung der eigenen Entwicklungsstrategie: „Die MEDIA Co-Development-Förderung ist eine tolle Bestätigung für unsere Strategie, unser neues Kinderfilmprojekt "Strandgut" (engl. "The Reef") von Anfang an gemeinsam mit unseren Koproduzent:innen aus Irland und Estland zu entwickeln.“ Erste Standortbesichtigungen in Estland seien bereits erfolgt, zudem sei das Projekt auf dem von MEDIA unterstützten m:brane-Finanzierungsforum in Malmö und dem Industry@Tallinn & Baltic Event präsentiert worden. Die Produktion soll im Sommer 2026 in Estland und Niedersachsen starten.

Darüber hinaus sind deutsche Firmen an acht weiteren geförderten Projekten als Koproduktionspartner beteiligt: [Essential Filmproduktion](#), [Fiction Park](#), [Heimathafen](#), Latteplus, Maze Pictures, Raumkapsel Animation, [Red Balloon Film](#) und [Schuldenberg Films](#).

Die Co-Development-Förderung richtet sich an Produktionsfirmen aus MEDIA-Mitgliedsstaaten, die internationale Koproduktionen in Entwicklung bringen – darunter Spiel-, Animations- und Dokumentarfilme sowie Serien und VR-Formate. Brüssel registrierte in diesem Jahr mit 257 Anträgen einen neuen Höchststand, ein Plus von über 50 Prozent im Vergleich zu 2023. Die Ergebnisse des diesjährigen Aufrufs werden Ende August bekannt gegeben.

Creative Europe MEDIA: Eine Mio. Euro für Projekte unter deutscher Federführung

• 27. Mai 2025 • 10:33 / Jochen Müller

Im Rahmen der Projektentwicklungsförderung hat Creative Europe MEDIA aktuell an 48 Projekte mehr als 6,5 Mio. Euro vergeben. Rund eine Mio. Euro davon geht an sechs Projekte unter deutscher Federführung.



Im Rahmen der Projektentwicklungsförderung von Creative Europe MEDIA wurden aktuell auch sechs Projekte unter deutscher Federführung mit Mitteln bedacht (Credit: Creative Europe MEDIA)

Sechs deutsche Produktionsfirmen haben von Creative Europe MEDIA aktuell für Vorhaben, die unter ihrer Federführung entstehen, Fördermittel in einer Gesamthöhe von rund einer Mio. Euro zugesprochen bekommen.

So erhält eyrie entertainment für den Kinofilm „The Reef“ 180.000 Euro. Produzent Daniel Ehrenberg betont: „Die MEDIA Co-Development-Förderung ist eine tolle Bestätigung für unsere Strategie, unser neues Kinderfilmprojekt „Strandgut“ (engl. The Reef) von Anfang an gemeinsam mit unseren Koproduzent:innen aus Irland und Estland zu entwickeln. So konnten wir bereits erste Drehorte in Estland besichtigen, das Projekt auf dem – ebenfalls MEDIA geförderten – m:brane Finanzierungsforum in Malmö einem internationalen Fachpublikum vorstellen und auf dem Industry@Tallinn & Baltic Event weitere Partner:innen für Finanzierung, Produktion und Auswertung treffen. Die Finanzierung der Produktion schreitet mit großen Schritten voran, und wir werden den Film im Sommer 2026 in Estland und Niedersachsen drehen.“

Weitere Projekte, die unter deutscher Federführung entstehen und aktuell Fördermittel von Creative Europe Media zugesprochen bekommen haben, sind der Animationsfilm „Your Spotted Skin“ (Studio Film Bilder, 240.000 Euro), „Don’t let me go mad“ (Telos Pictures, 180.000 Euro), Sophia Mocarreas „Marriage by Abduction“ (Niko Film, 155.757 Euro), „Legacy“ (Tamtam Film) und „Trouble Magnet“ (Fabian & Fred, jeweils 120.000 Euro).

An acht weiteren der insgesamt 48 mit mehr als 6,5 Mio. Euro von Creative Europe Media geförderten Projekte sind mit Essential Filmproduktion, Fiction Park, Heimathafen, Latteplus, Maze Pictures, Raumkapsel Animation, Red Balloon Film und Schuldenberg Films deutsche Produktionsfirmen beteiligt.

Alle geförderten Projekte [im Überblick](#)

GAMESMARKT

Co-funding & self-investment

Second Stage Received €560,000 in Creative Europe Media Funding

Creative Europe Media has awarded €560,000 to Second Stage to further develop Tracks, a marketing intelligence platform designed specifically for the games industry. The company is also investing €370,000 of its own capital in the platform.

[Marcel Kleffmann](#) 12.06.2025 11:09



The three co-founders of Second Stage: Matthias Mirlach / Christian Szymanski / Egemen Arslan Second Stage

Second Stage, a Berlin-based marketing and ad tech company, has announced that it has secured €560,000 in funding for its marketing intelligence platform, Tracks, through the European Union's Creative Europe Media programme. [Second Stage](#) is also investing an additional €370,000 of its own capital. This investment underscores Second Stage's commitment to accelerating Tracks' development. The company intends to use the funding to increase Tracks' reach, improve its functionality, grow the team and provide support for more game campaigns, from Early Access to post-launch growth.

"With this combined investment, we're excited to expand Tracks' capabilities and deliver greater insights and efficiency to game marketers," said [Christian Szymanski](#), Second Stage's co-founder. "With the support of Creative Europe Media, paired with our own funding, we can invest in deeper integrations, additional features and more actionable insights for our partners."

[Tracks](#) is used by over a dozen developers, publishers and agencies worldwide to optimise the marketing strategies and performance outcomes of indie and AAA PC and

console games throughout their product lifecycle. It offers a comprehensive solution combining a marketing analytics suite that delivers detailed insights into media performance, influencer campaigns, website analytics and brand health, as well as attribution tracking for PC and console games.

This funding supports the EU's strategic goal of promoting progressive technologies that strengthen Europe's digital and creative sectors. Tracks is one of the tools selected to receive part of the €8 million Creative Europe Media investment earmarked for innovation in the games and audiovisual industries in 2025.

Funding Umbrella

Creative Europe Presents Games & Funding at gamescom

The funding umbrella of the European Union, Creative Europe Media, is exhibiting at gamescom. The booth in hall 3.2 includes award-winning game studios, funding experts, civil society organisations and many more.

[Pascal Wagner](#) 19.08.2025 11:00



Creative
Europe
MEDIA

The EU presents itself at gamescom: At the Creative Europe Media umbrella stand in Hall 03.2 - D050g – F051g, funded by the European Union, more than 60 European companies and organisations from 24 countries are presented. The selection includes internationally successful studios like The Game Bakers, funding experts from Creative Europe Desks of several countries, organisations from civil society like the Video Game Museum and many more. The full selection can be found on the [media stands website](#) of Creative Europe.

There will also be a happy hour on Wednesday at 4:30pm, a networking event to meet publishers at Thursday in the morning and many more. Information on events and consultation at the booth can be found [here](#).

Seriesly Berlin 2025 benennt Pitch-Serienprojekte

• 20. August 2025 • 13:03 /Michael Müller

Im September wird auch wieder bei Seriesly Berlin gepitcht. Festival und Branchenevent haben jetzt die teilnehmenden internationalen Projekte bekannt gegeben. In diesem Jahr gibt es einen zusätzlichen Preis für deutschsprachige Projekte.



Bei der Pitch Session von Seriesly Berlin 2024 (Credit: Yannic Schuster)

Die Projekte, die bei den diesjährigen Seriesly Berlin Pitches am 17. September vorgestellt werden, stehen fest: 16 neue Serienprojekte – acht für die Seriesly Berlin Co-Production Pitch Session für Projekte, die bereits in Entwicklung sind und acht für den Seriesly Berlin Writer's Pitch für Projekte, die sich noch in einem frühen Stadium befinden.

Die Projekte wurden kuratiert, um ihre Geschichten der Branche vorzustellen, um Partner für Finanzierung, (Ko-)Produktion, Auswertung und Streaming sowie internationale Zusammenarbeit zu finden und um mehrere Preise zu konkurrieren.

Die Pitches sind Teil der Seriesly Berlin Conference (17.–18. September), die parallel zu den Seriesly Berlin Premieres (15.–18. September) stattfindet. Die Akkreditierung für Seriesly Berlin ist jetzt möglich und bietet Zugang zu den Pitching Sessions, Konferenzprogramm, zu den Premierenvorstellungen und ausgewählten Networking-Events.

Seriesly-Chef Dennis Ruh: „Große Bandbreite an Genres und Themen“

„Die ausgewählten Projekte aus aller Welt spiegeln die bemerkenswerte Vielfalt beeindruckender Kreativität im Seriensegment wider und decken eine große Bandbreite an Genres und Themen ab“, sagt Festivalleiter Dennis Ruh.

„Das Line-up für 2025 präsentiert ein breit gefächertes Spektrum an internationalen Talenten und mutigen neuen Stimmen, die anschaulich demonstrieren, wohin sich das serielle Storytelling weltweit entwickelt. Wir sehen eine starke Präsenz von Geschichten, die kulturelle Identitäten mit universellen Themen verbinden.“

Auffallend sei auch, wie mit neuen Formaten experimentiert werde – von Animations- und Musikdramen bis hin zu KI-Tech-Thrillern. Dies zeige, dass Serien heute nicht nur ein wahrhaft globales Medium seien, sondern auch ein kreatives Labor, in dem ständig neue Formen des Erzählens entstehe.

Aus Deutschland dabei: „Tonight: Lola Blau“ & „Zebras“

Aus Deutschland kommt das Musikdrama „Tonight: Lola Blau“, geschrieben von Gabbie Asher („The Tattooist of Auschwitz“, „Call the Midwife“, „Riviera“) und koproduziert von ZDF Studios, während „Zebras“ (Frankreich/Deutschland) Nadja Dumouchel mit Nicolas Ducray, Ko-Autor des Karlovy Vary Crystal Globe Gewinners „As Far As I Can Walk“, zusammenbringt.

Aus Asien kommt „The Life Changers“ (Taiwan/Südkorea), ein Krimi-Action-Thriller des für den Taipei Golden Horse Award nominierten Regisseurs Fu-Hsiang Hsu („Treat or Trick“) und der Produzentin Danielle Yen, die unter anderem für den weltweiten Netflix-Hit „Your Name Engraved Herein“ verantwortlich zeichnet.

Aus Afrika stammt „Birthright“ (Nigeria), eine mitreißende historische Saga von Sundance Cultural Impact Fellow Kaelo Iyizoba, die nigerianische Geschichte mit Mythen und Kampf gegen Kolonialismus verbindet.

Und auch Europa ist stark vertreten, unter anderem durch „The Last Baroness“ (Slowakei), geschrieben von der slowakischen TV-Kreativschaffenden Biba Bohinská („Sestričky“, „Červené pásky“) und produziert von Katarína Krnáčová, Gewinnerin des Gläsernen Bär der Berlinale („Little Harbour“) und beteiligt am Rotterdam Tiger Award Gewinner „My Dog Killer“.

Weitere Höhepunkte sind die italienisch-dänische Horrorkomödie „The People We Eat“ sowie die niederländische Dokumentarserie „The Promise of India“ von Finbarr Wilbrinks, Schöpfer von dem Rose d’Or nominierten „Secrets of a Master Painter“, und die nordische Mystery-Romanze „Villa Hilda“ (Finnland/Schweden).

Elena Lyubarskaya mit „The Last Family on Earth“ dabei

Die Auswahl umfasst auch neue Formate und experimentelles Storytelling. „The Last Family on Earth“ (Deutschland) ist eine animierte Sitcom für Erwachsene, die von Elena Lyubarskaya geschaffen wurde, deren Disney+-Serie „Pauline“ für den Grimme-Preis nominiert war.

„Automat“ (Deutschland) beschäftigt sich in einem innovativen 2,5D-Animationsformat mit KI, Wahrheit und digitaler Identität. In „Who’s Burning Now“ (Deutschland/Schweiz) von Wero Rodowicz wiederum geht es um Folklore, Hexerei und Mystery für junge Erwachsene. Rodowicz hat auch an der deutschen Erfolgsserie und Cannes-Series-Gewinnerin „The Zweiflers“ mitgewirkt.

Über mutige Genre-Experimente hinaus unterstreichen Projekte wie „Indi/Pendent“ (Deutschland/Indien), eine queere Berlin-Chennai-Komödie von Serial Eyes-Absolventin Drishya Gautham, und „The State Operetta“ (Österreich), eine politische Dramey der Creators Daniel Hoesl und Julia Niemann, das Engagement des Festivals für innovative Stimmen. Eine Übersicht zu allen Pitch-Projekten finden Sie [hier](#).

Neuer zusätzlicher Preis

Partner der Seriesly Berlin Pitches sind der European Writers Desk und Creative Europe Media Desks Germany. Neben den allgemeinen Pitch-Preisen wird mit dem SteinbrennerMüller Award in diesem Jahr erstmals ein deutschsprachiges Projekt aus jeder der beiden Pitch-Sessions ausgezeichnet, das nach Meinung der Jury das größte Potenzial hat, beim Publikum erfolgreich zu sein.

Die Gewinner:innen erhalten von der gleichnamigen Berliner PR-Agentur ein Kommunikationskonzept für die Produktionsphase im Wert von jeweils 2.000 Euro.

BLICKPUNKT: FILM

18 Mio. Euro

Rekord für Slate Funding-Einreichungen bei Creative Europe MEDIA

Mit 270 Einreichungen verzeichnet Creative Europe MEDIA einen historischen Höchststand beim Slate Funding – 18 Mio. Euro werden an 83 Projekte vergeben. Aus Deutschland profitierten u.a. Weydemann Bros. und Schiwago Film von der EU-Förderung.

Damian Sprenger 18.09.2025 15:04



Schiwago Film auf Location Tour in Kamerun Creative Europe MEDIA

Creative Europe MEDIA feiert 2025 einen neuen Rekord: Mit 270 Anträgen aus 26 Ländern erreichte das Slate Funding die bislang höchste Zahl an Einreichungen. Die EU-Initiative unterstützt aktuell 83 ausgewählte Projektpakete aus 24 Ländern mit einer Gesamtfördersumme von 18 Mio. Euro.

Für Deutschland erweist sich die Runde als besonders erfolgreich: Von 27 eingereichten Anträgen erhielten neun eine Zusage – rund ein Drittel aller Bewerbungen. Damit fließen insgesamt 2 Mio. Euro an deutsche Produzenten. Die Spitzenförderung in Höhe von 320.000 Euro geht an Schiwago Film (Berlin). Geschäftsführer Marcos Kantis begrüßt die Förderung: Der MEDIA-Fokus auf europäische Koproduktionen passe ideal zur

Firmenausrichtung. Slate Funding ermögliche unabhängigen Produzenten, hochwertige Filme und Serien ohne unmittelbaren Produktionsdruck zu entwickeln.

Weitere deutsche Förderzusagen gingen an Weydemann Bros (310.000 Euro), Neopol (280.000 Euro), Mayana Films (215.000 Euro), Fabian & Fred (185.000 Euro), Augenschein Filmproduktion (180.000 Euro), Latteplus (145.000 Euro), Fünferfilm (135.000 Euro) sowie Essential Filmproduktion (120.000 Euro).

Das Slate Funding ist als Entwicklungsinstrument für mittel- bis langfristige Projektstrategien angelegt. Gefördert werden Spiel-, Dokumentar- und Animationsfilme ebenso wie Serien- und VR-Vorhaben. Eingereicht werden in der Regel Pakete von drei bis fünf Projekten, optional ergänzt durch einen Nachwuchs-Kurzfilm.

18 Mio. Euro

Rekord für Slate Funding-Einreichungen bei Creative Europe MEDIA

- 18. September 2025 • 15:01 Damian Sprenger

Mit 270 Einreichungen verzeichnet Creative Europe MEDIA einen historischen Höchststand beim Slate Funding – 18 Mio. Euro werden an 83 Projekte vergeben. Aus Deutschland profitierten u.a. Weydemann Bros. und Schiwago Film von der EU-Förderung.



Schiwago Film auf Location Tour in Kamerun (Credit: Creative Europe MEDIA)

Creative Europe MEDIA feiert 2025 einen neuen Rekord: Mit 270 Anträgen aus 26 Ländern erreichte das Slate Funding die bislang höchste Zahl an Einreichungen. Die EU-Initiative unterstützt aktuell 83 ausgewählte Projektpakete aus 24 Ländern mit einer Gesamtfördersumme von 18 Mio. Euro.

Für Deutschland erweist sich die Runde als besonders erfolgreich: Von 27 eingereichten Anträgen erhielten neun eine Zusage – rund ein Drittel aller Bewerbungen. Damit fließen insgesamt 2 Mio. Euro an deutsche Produzenten. Die Spitzenförderung in Höhe von 320.000 Euro geht an Schiwago Film (Berlin). Geschäftsführer Marcos Kantis begrüßt die

Förderung: Der MEDIA-Fokus auf europäische Koproduktionen passe ideal zur Firmenausrichtung. Slate Funding ermögliche unabhängigen Produzenten, hochwertige Filme und Serien ohne unmittelbaren Produktionsdruck zu entwickeln.

Weitere deutsche Förderzusagen gingen an Weydemann Bros (310.000 Euro), Neopol (280.000 Euro), Mayana Films (215.000 Euro), Fabian & Fred (185.000 Euro), Augenschein Filmproduktion (180.000 Euro), Latteplus (145.000 Euro), Fünferfilm (135.000 Euro) sowie Essential Filmproduktion (120.000 Euro).

Das Slate Funding ist als Entwicklungsinstrument für mittel- bis langfristige Projektstrategien angelegt. Gefördert werden Spiel-, Dokumentar- und Animationsfilme ebenso wie Serien- und VR-Vorhaben. Eingereicht werden in der Regel Pakete von drei bis fünf Projekten, optional ergänzt durch einen Nachwuchs-Kurzfilm.

Creative Europe Media

500.000 Euro für „Schalotte – an Onion for all Cases“

- 26. September 2025 • 08:02 • Jochen Müller

Die unter Federführung von TrickStudio Lutterbeck entstehende deutsch-belgische Koproduktion ist im Rahmen der TV&Online-Content-Förderung von Creative Europe Media mit 500.000 Euro bedacht worden.



Die deutsch-belgische Koproduktion „Schalotte – An Onion for all Cases“ hat aktuell Creative-Europe-Media-Förderung bekommen (Credit: TrickStudio Lutterbeck GmbH, 20stm)

Von den 18 High-End-TV-Projekten, die im Rahmen der TV&Online-Content-Förderung von Creative Europe Media aktuell mit insgesamt acht Mio. Euro bedacht wurden, sind auch vier Projekte deutscher Produktionsfirmen.

So wird „Schalotte – an Onion for all Cases“ „die erste vegane Krimikomödie“, wie es in einer Pressemitteilung heißt, mit 500.000 Euro unterstützt. Die deutsch-belgische Koproduktion entsteht unter der Federführung von TrickStudio Lutterbeck.

Produktionsleiter Christian Asmussen erklärt: „Um den internationalen Erfolg zu gewährleisten, ist es wichtig, eine europäische Koproduktion aufzustellen. Eine Zusammenarbeit über die

eigenen Grenzen hinaus vereinigt für das Projekt das Beste aller Koproduzenten, stärkt alle Beteiligten durch den Austausch von Fachwissen und bietet die Gelegenheit weitere zukünftige Projekte vertrauensvoll zu realisieren. Als international erfahrene Produzenten wissen wir die Möglichkeit, die uns die Förderung damit gibt, sehr zu schätzen!“

Die Berliner Syrréal Entertainment ist mit Partnern aus Luxemburg, Polen und den Niederlanden an dem Crimethriller „Droneland“ beteiligt, der aktuell ebenso mit einer Mio. Euro gefördert wurde, wie die paneuropäische Ökokrimiserie „Green Cops“, die unter Mitwirkung von ndf Hamburg entsteht.

Die Berliner Latteplus hat 100.000 Euro für „Triskelion“ über das keltische Kulturerbe zugesprochen bekommen; das Projekt entsteht mit Partnern aus Italien und Frankreich.

Alle aktuellen Förderungen [im Überblick](#)

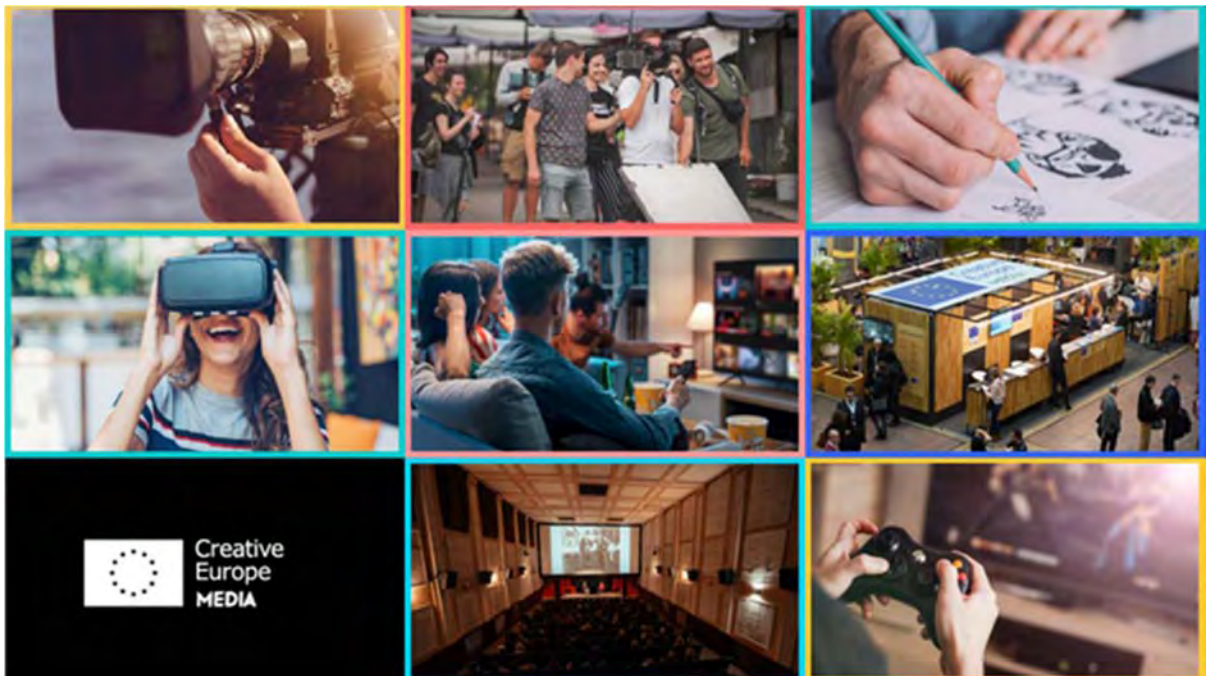
GAMESMARKT

Creative Europe Media: Games Funding Round Open Until February

[Pascal Wagner](#)

October 01, 2025 – 1 min read

Share this post



© Creative Europe Media

The current EU funding round for games is now taking submissions. Until 11 February 2026, game developers can apply for Creative Europe Media funding.

The next EU funding call for [Video Games and Immersive content development](#) is here. Submissions are open right now, with the deadline being 11 February 2026. The Creative Europe Media call looks “to increase the capacity of European video game producers, XR studios and audiovisual production companies to develop video games and interactive immersive experiences with the potential to reach global audiences. The support also aims to improve the competitiveness of the European video games industry and other companies producing interactive immersive content in European and international markets by enabling the retention of intellectual property by European developers.”

The current submission deadlines for different media categories:

Content Cluster

- December 3, 2025: European slate development
- December 3, 2025: TV and online content
- February 11, 2026: Video games and immersive content development
- February 25, 2026: European co-development

Business Cluster

- January 20, 2026 Markets & Networking
- January 15, 2026 Innovative tools and business models

Audience Cluster

- April 8, 2026 European VOD networks and operators
- March 19, 2026 Films on the Move

3. AUDIENCE CLUSTER



Pressemitteilung

- 13. Februar 2025
- Vertretung in Deutschland

Start der Berlinale: 14 EU-geförderte Filme, vier davon aus Deutschland oder mit deutscher Beteiligung

Bei den 75. Internationalen Filmfestspielen Berlin laufen 14 EU-geförderte Filme in verschiedenen Kategorien. Alle diese Filme wurden durch den MEDIA-Teil des Programms Kreatives Europa mit fast 1,6 Millionen Euro gefördert. Unter den nominierten Filmen sind vier mit deutscher Beteiligung.

Einer der von der EU geförderten Filme, der argentinisch-spanische Film „El mensaje“, steht in der Kategorie Wettbewerb auf der Shortlist und konkurriert um die Goldenen und Silbernen Bären. Die Preisverleihung der Berlinale findet am Sonntag, den 23. Februar statt.

Die 14 EU-geförderten Filme in den verschiedenen Sektionen

Wettbewerb

The Message von Iván Fund, Argentina / Spain

MEDIA Förderung: International Co-Production Fund MEDIA 360, 35.000 Euro

Berlinale Special

Ancestral Visions of the Future von Lemohang Jeremiah Mosese, France / Lesotho / Germany / Saudi Arabia

MEDIA Förderung: MEDIA 360, 30.000 Euro

Perspektive

The Settlement von Mohamed Rashad, Egypt / France / Germany / Qatar

MEDIA Förderung: MEDIA 360, 60.000 Euro

Little Trouble Girls von Urška Djukić, Slovenia / Italy / Croatia / Serbia

MEDIA Förderung: Development Mini Slate, 45.000 Euro

Panorama

The Ugly Stepsister von Emilie Blichfeldt, Norway / Poland / Sweden / Denmark

MEDIA Förderung: Development Slate 47.500 Euro

Home Sweet Home von Frelle Petersen, Denmark

MEDIA Förderung: Development Slate 45.000 Euro

Other People's Money/Die Affäre Cum-Ex von Jan Schomburg (Showrunner, Creator), Dustin Loose (Director), Kaspar Munk (Director), Germany / Denmark / Austria

MEDIA Förderung: TV and Online Content 1.000.000 Euro und Development Slate 2020 60.000 Euro

Forum (Special)

Scars of a Putsch von Nathalie Borgers, Austria / Belgium

MEDIA Förderung: Development Slate 2021 30.000 Euro

Der Kuss des Grashüpfers von Elmar Imanov, Germany / Luxembourg / Italy

MEDIA single project 2020 (Color of May, ehem. Titel "Rastlos")

Generation K Plus

Only on Earth von Robin Petrém Denmark / Spain

MEDIA Förderung: Development Slate Funding 2022 30.000 Euro

Tales From the Magic Garden von David Súpup, Patrik Pašš, Leon Vidmar, Jean-Claude Rozec; Czechia / Slovakia / Slovenia / France

MEDIA Förderung: Development Single Project 2017 60.000 Euro

Generation 14 Plus

Our Wildest Days von Vasilis Kekatos, Greece / France

MEDIA Förderung: Development Slate Funding 2022 45.000, Euro

Têtes Brûlées von Maja Ajmia Yde Zellama, Belgium

MEDIA Förderung: Development Slate 2023 45.000 Euro

Sandbag Dam von Čejen Černić Čanak, Croatia / Lithuania / Slovenia

MEDIA Förderung: Development Slate Funding 2019 24.000 Euro

EU-Veranstaltungen auf der Berlinale

In diesem Jahr veranstalten die Creative Europe Desks Deutschland erstmals gemeinsam mit der Europäischen Kommission und dem European Investment Fund einen Vormittag mit Fallstudien deutscher Firmen rund um Finanzierungsmöglichkeiten durch InvestEU. [How to benefit from InvestEU instruments](#) 18. Februar, 10-12:00 Uhr, nur mit [Anmeldung](#).

Am 17. Februar ist MEDIA Montag in der EFM Conference Lounge im Gropius Pavillon, es gibt zahlreiche [Info-Sessions](#) unter anderem für Produzentinnen und Produzenten und Festivals. Und auch Nachhaltigkeit ist ein Thema beim MEDIA EFM Showcase: [Introduction to the MEDIA Carbon Calculator](#) am 13. Februar und 14. Februar am MEDIA Stand im Martin Gropius Bau. In kurzen 20-30-minütigen Sessions wird der zukünftige Carbon Calculator vom Projekt Manager Florian Reimann vorgestellt.

In einer Podiumsdiskussion zu Mediengewohnheiten junger Verbraucher in der EU werden am 15. Februar die Ergebnisse einer [EU-weiten Umfrage](#) präsentiert: 14:45 - 16 Uhr, Event Hall im Documentation Centre for Displacement, Expulsion, Reconciliation.

Von der Europäischen Kommission unterstützte Initiativen auf der Berlinale

- Offene Konferenz „KI und ihre Auswirkungen auf die Demokratie und die Kreativwirtschaft“ mit dem Lux Award, organisiert vom Europäischen Parlament am Freitag, den 14. Februar (15:30–18:30 Uhr).
- [Berlinale Co-Production Market](#): Eine fünftägige Veranstaltung für rund 600 internationale Produzenten, Handelsvertreter, Distributoren sowie Rundfunk- und Fördervertreter, die in internationalen Koproduktionen tätig sind. Gefördert durch einen MEDIA 360°-Zuschuss in Höhe von 3.738.375 Euro über einen Zeitraum von drei Jahren.

- [Berlinale Talents](#): Ein Talententwicklungsprogramm, das das Wie und Warum des Filmemachens erforscht. Gefördert durch denselben MEDIA 360°-Zuschuss in Höhe von 3.738.375 EUR Euro einen Zeitraum von drei Jahren.
- [Sternschnuppen](#) : Zehn vielversprechende junge Schauspieler aus ganz Europa wurden ausgewählt, um Teil der Shooting Stars zu werden, dem Flaggschiff-Programm der European Film Promotion (EFP). Unterstützt von Creative Europe MEDIA und anderen mit 555.400 Euro im Rahmen des Förderprogramms Markets & Networking.

Weitere Informationen

[Daily News vom 13. Februar 2025](#)

[Die EU-Kommission auf der Berlinale](#)

[MEDIA auf der Berlinale 2025 | Creative Europe](#)

Pressekontakt: [Gabriele Imhoff](#), Tel.: +49 (30) 2280-2820.



THE SPOT
MEDIA & FILM

Acht Millionen Euro

Creative Europe MEDIA fördert 15 Festivalnetzwerke

- 26. Februar 2025 • 12:41
- Jochen Müller

Creative Europe MEDIA hat an 15 Festivalnetzwerke, an denen auch sieben deutsche Filmfestivals beteiligt sind, aktuell Fördermittel in einer Gesamthöhe von acht Mio. Euro vergeben.



Doc Around Europe in Nord-Mazedonien (Credit: MakeDox)

15 Netzwerke von insgesamt 84 Filmfestivals aus 29 Ländern haben aktuell von Creative Europe MEDIA Fördermittel in einer Gesamthöhe von acht Mio. Euro zugesprochen bekommen. Wie die EU-Förderinstitution heute bekannt gibt, wolle man mit dieser finanziellen Unterstützung dazu beitragen, die Sichtbarkeit europäischer Filme zu erhöhen.

An sieben der geförderten Netzwerke sind auch deutsche Filmfestivals beteiligt. So wurde auch das vom DOK.fest München vor sechs Jahren initiierte und von Fipadoc in Frankreich koordinierte Netzwerk Doc Around Europe, das Dokumentarfilmtalente neben einer VoD Plattform für ihre Filme u.a. Mentoring Sessions, Workshops und eine Alumni-Website anbietet, aktuell gefördert.

Projektleiterin Johanna von Websky: „Mehr denn je brauchen wir heute Dokumentarfilme, die uns dabei helfen, eine immer komplexere und sich ständig verändernde Welt zu verstehen und einzuordnen. Mit Doc Around Europe unterstützen wir aufstrebende Dokumentarfilmer:innen und helfen ihnen, auf dem internationalen Markt zu bestehen, sich auszutauschen und zu vernetzen“

.

Weitere aktuell von Creative Europe MEDIA geförderte Festivalnetzwerke, an denen deutsche Filmfestivals beteiligt sind, sind Moving Images – Open Borders(Filmfestival Cottbus), Doc Alliance (DOK Leipzig), European Network of Film Discourse (Filmfest Dresden), European Short Film Network (Internationale Kurzfilmtage Oberhausen), European Short Film Audience Award (Interfilm Berlin) und European Children's Film Festival Network (Schlingel Internationales Filmfestival).

BLICKPUNKT:FILM

Insgesamt 7 Mio. Euro

KI-VoD-Projekt mit deutscher Beteiligung erhält Förderung von Creative Europe MEDIA

7 Millionen Euro schüttet Creative Europe MEDIA für elf europäische VoD-Netzwerke aus: Auch LaCinetek aus Frankreich profitiert von der Förderung. 1,1 Mio. Euro gehen an eine KI-Integrationsprogramm mit deutscher Beteiligung.

Damian Sprenger 10.07.2025 15:18



La Cinetek zeigt Filme wie Kubricks "2001 - Odyssee im Weltraum" La Cinetek

Mit insgesamt über 7 Millionen Euro unterstützt die Europäische Union im Rahmen ihres [MEDIA](#)-Programms elf europäische VoD-Netzwerke. Ziel der Maßnahme ist es, Sichtbarkeit und Reichweite europäischer Inhalte weiter zu stärken – insbesondere durch länderübergreifende Kooperationen.

Zu den geförderten Plattformen zählt [LaCinetek](#) aus Frankreich. Die Plattform versteht sich als „Kinemathek der Cineasten“ und basiert auf einem kuratorischen Prinzip: 142 namhafte Regisseur:innen, darunter [Maren Ade](#), [Alice Rohrwacher](#), [Fatih Akin](#) und die [Dardenne](#)-Brüder, haben persönliche Listen mit je 50 Lieblingsfilmen erstellt, die das Rückgrat des Angebots bilden. Für die Weiterentwicklung erhält LaCinetek nun 677.000 Euro.

Auch ein Projekt mit deutscher Beteiligung steht auf der Förderliste: Unter französischer Federführung entsteht mit knapp 1,1 Millionen Euro Förderung die Initiative „Resourceful AI Integration for VoD Enhancement“. Beteiligte Partner sind [EYZ Media](#) und Contentscope aus Berlin. Der Fokus liegt auf dem Einsatz von KI zur Verbesserung von Suchfunktionen und Nutzererlebnissen auf VoD-Plattformen.

Der nächste Call für VoD-Netzwerke wird Ende 2025 erwartet.

Förderung für LaCinetek und neues VoD-Netzwerk mit deutscher Beteiligung

- 10. Juli 2025 • 14:59 Michael Müller

Die Europäische Union unterstützt mit ihrer Media-Förderung elf Streaming-Plattformen, die dem Publikum europäische Inhalte näherbringen sollen. Die insgesamt sieben Millionen Euro gehen unter anderem an LaCinetek und ein neues Netzwerk mit deutscher Beteiligung.



Das Streaming-Angebot La Cinetek (Credit: La Cinetek)

Die EU unterstützt mit der Media-Förderung europäische VoD-Netzwerke mit insgesamt sieben Millionen Euro. Dabei werden elf Netzwerke gefördert, ihre Kräfte zu bündeln, um auf diese Weise dem Publikum europäische Inhalte noch näher zu bringen. Unter anderem ist das französische VoD-Angebot LaCinetek dabei, das es inzwischen auch [in Deutschland gibt](#).

Auch ein Projekt mit deutscher Beteiligung ist unter den geförderten Netzwerken: Unter französischer Federführung entsteht mit knapp 1,1 Millionen Euro Förderung die „Resourceful AI Integration for VoD Enhancement“. Partnerfirmen sind EYZ Media und Contentscope aus Berlin.

Maren Ade und Fatih Akin mit Lieblingsfilmen-Listen beteiligt

LaCinetek, die „Kinemathek der Cineasten“, wie sie sich selbst nennt, basiert auf dem Engagement der mitwirkenden Regisseur:innen, die jeweils Filmlisten mit ihren 50 Lieblingsfilmen als Grundlage für den Katalog ausarbeiten und sich an der Erstellung von Bonus-Material beteiligen. Im Moment sind 142 Filmemacher:innen beteiligt, darunter Maren Ade, Alice Rohrwacher, Fatih Akin, die Dardennes-Brüder und viele weitere illustre Namen.

Der Katalog bietet einen Querschnitt durch mehr als 100 Jahre Filmgeschichte, angefangen mit dem 3-Minüter „Der Mann mit dem Gummikopf“ von Georges Méliès aus dem Jahr 1901. Das Angebot reicht vom Ausleih einzelner Filme bis hin zum Abo-Modell, und dafür gibt es 677.000 Euro von Media.

Neuer VoD-Kandidat aus den Niederlanden

Neu auf der Förderliste: „The World Map of Conflict“ der niederländischen Stichting Docsonline. Erstellt wird eine Enzyklopädie von ca. 600 europäischen Dokumentarfilmen, die sich mit (Geo)-Politik, Konflikten und Geschichte beschäftigen. Das Projekt, das unter anderem auch eine interaktive Karte mit vielen Informationen beinhaltet, wird mit 325.000 Euro unterstützt.

Die gesamte Förderliste finden Sie [hier](#). Der nächste Aufruf für VoD-Netzwerke von Media wird Ende des Jahres erwartet.



Bewerbungsaufruf

Europa Cinemas sucht neue Mitglieder

21. Juli 2025 • 16:00 • Marc Mensch

Ab sofort und bis 15. September können sich Kinos für die Aufnahme in das Netzwerk Europa Cinemas bewerben – und damit auch die Chance auf finanzielle Unterstützung wahrnehmen.



Die diesjährige Bewerbungsfrist endet am 15. September (Credit: Creative Europe MEDIA)

Im Namen von Europa Cinemas haben die Creative Europe Desks Deutschland einen aktuellen Aufruf für einen Beitritt zum europäischen Kino-Netzwerk verbreitet. Ab sofort und noch bis 15. September dieses Jahres sind interessierte Kinos aufgerufen, sich für eine dann rückwirkend ab 01. Januar 2025 wirkende Aufnahme zu bewerben; Voraussetzung ist ein bestimmter Anteil an nicht-nationalen europäischen Filmen im Programm.

[Die für deutsche Kinos geltenden Richtlinien](#)

[Allgemeine Informationen](#)

Ziel von Europa Cinemas ist es primär, Kinos darin zu stärken, eine große Vielfalt an europäischen (vor allem nicht-nationalen) Filmen zeigen zu können. Kinos können Fördergelder erhalten, um Programme für junge Besucher anzubieten; auch die Entwicklung eines Netzwerks, das gemeinsame Aktionen auf nationaler und europäischer Ebene ermöglicht, wird – ebenso wie innovative Maßnahmen in der Filmbewerbung und der Zielgruppenansprache – unterstützt.

Die Basisförderung ist gestaffelt und beträgt 15.500 Euro für Kinos mit einer Leinwand und maximal 73.000 Euro für große Kinos. Sie setzt sich folgendermaßen zusammen:

- Programmförderung: 80 Prozent der Fördersumme wird für einen europäischen, vorrangig nicht-nationalen Programmanteil gewährt, der je nach Anzahl der Filmvorführungen berechnet wird.
- Förderung „Junges Publikum“: 20 Prozent der Fördersumme wird zur Unterstützung von Initiativen der Kinobetreiber für junge Zielgruppen gewährt (die Höchstgrenze der Förderung „Junges Publikum“ beträgt 10.000 Euro).

Zusätzlich zur Basisförderung können den Filmtheatern Boni gewährt werden:

- Für die Vielfalt der im Filmprogramm vertretenen europäischen Nationalitäten.
- Für im Spielplan enthaltene Filme, die mit dem Europa Cinemas Label ausgezeichnet wurden.

Interessierte Kinobetreiberinnen und -betreiber sind aufgerufen, sich frühzeitig mit Europa Cinemas in Verbindung zu setzen, die deutschsprachige Projektkoordinatorin ist Noémie Levadoux, nlevadoux@europa-cinemas.org.

EWIP & IFDS

Mit offenen Armen empfangen

23. September 2025 • 09:15 • Marc Mensch

Für European Work in Progress und den International Film Distribution Summit beginnt eine neue Ära: als Teil der Industry Days des Filmfest Hamburg. Wie sehr die Branche hinter den Veranstaltungen steht, zeigt sich dabei eindrucksvoll.



Torsten Frehse initiierte 2018 European Work in Progress, 2022 folgte der International Film Distribution Summit (Credit: European Work in Progress)

Erst seit 2022 ergänzt der International Film Distribution Summit (IFDS) die deutsche Ausgabe von European Work in Progress (EWIP). Und doch ist das, wofür der IFDS primär steht – die Auseinandersetzung mit „best practices“ aus anderen Märkten, die gegenseitige Inspiration, der Anstoß, Bewährtes aufzugreifen und zu adaptieren – gleichzeitig im Grunde das, was EWIP 2018 erst nach Deutschland brachte. Denn es waren eigene Erfahrungen mit der Teilnahme an derartigen Formaten im Ausland, die Torsten Frehse – damals auch in seiner Eigenschaft als Vorstandsmitglied der AG Verleih – bewogen, auch hierzulande eine Umsetzung zu initiieren. Waren es die sprichwörtlichen offenen Türen, die er damit einrannte? Lässt sich auch rückblickend durchaus behaupten. In NRW zeigte man sich einst schnell für die Idee begeistert, seit der Erstausgabe fallen Rekordmeldungen zu den Einreichungen beinahe schon in die Kategorie „business as usual“.

Dass es sich damit auch in diesem Jahr ganz und gar nicht anders verhält; man neben einem Einreichrekord vielmehr auch noch neue Partnerschaften verkünden durfte, dank derer die Preisgelder gegenüber dem Vorjahr mehr als verdoppelt werden konnten, ist ein klares Indiz dafür, dass die Industry Days des Filmfest Hamburg, an die EWIP und IFDS nun erstmals (auch mit Unterstützung der MOIN Filmförderung und von **Creative Europe MEDIA**) angedockt werden, einen hervorragenden Rahmen für die Zukunft und eine perspektivische Fortentwicklung der Branchenevents liefern. Gerade die Unterstützung durch die Branche selbst ist es, die Frehse mit besonderer Vorfreude auf die achte deutsche Ausgabe einer Veranstaltungsform blicken lässt, von der übrigens auch der unlängst von Neue Visionen mit großem Erfolg in die Kinos gebrachte Oscar-Beitrag „In die Sonne schauen“ profitierte. Produzentin Maren Schmitt (Studio Zentral) wiederum zählt in diesem Jahr zur hochkarätig besetzten Jury von EWIP. Ein Erfolgsmodell, bei dem man sich eher über Kapazitäten als revolutionär neue Ideen Gedanken machen muss. Schließlich ist das Konzept, potenziellen Interessenten die Investition in bzw. den Erwerb von künftigen Filmhighlights anhand konkreter Eindrücke zu erleichtern, geradezu zeitlos.

Letzteres gilt grundsätzlich auch für die mit dem IFDS verfolgten Ziele – wobei man sich durchaus der Herausforderung stellt, auch bei der mittlerweile vierten Auflage (und darüber hinaus) frisch bleiben zu wollen. Gerade das breite Spektrum an Themen mache es erforderlich, sich intensiv nach neuen, innovativen Ideen umzusehen. „Wir wollen uns nicht Jahr für Jahr wiederholen, sondern lieber mit etwas Abstand zu bestimmten Ansätzen zurückkehren, um dann deren Wirkung noch besser beurteilen zu können“, so Frehse. Unabhängig davon würden sich auch die Themenfelder verschieben, die es zu adressieren gelte. So stehe die aktuelle Auflage nicht zuletzt im Zeichen einer „Post-Social-Media“-Welt. Womit er eine Zeit beschreibt, in der es zunehmend schwieriger und vor allem kostspieliger werde, auf den entsprechenden Wegen noch zum Publikum durchzudringen – was wiederum nicht zuletzt mit einem Wandel der Monetarisierungsstrategien (und damit einhergehenden Reichweitenbegrenzungen) der entsprechenden Plattformen zusammenhänge.

Die Veränderung der Kommunikationswege wird eines der bestimmenden Themen des IFDS sein – eines, bei dem das Label-Building als Strategie eine zentrale Rolle einnehmen wird. „Die Fragen, wie man die Menschen wieder besser erreichen kann, wie viel Engagement auf welcher Plattform Sinn macht – und wie man Bindungen über Markenbildung schaffen kann, werden uns sicherlich stark beschäftigen“, so Frehse. Und das idealerweise über den IFDS hinaus, denn nicht zuletzt die Verknüpfung mit der Explorer Konferenz verspreche weitere Impulse. Die auch noch von weiteren Partnern kommen werden, deren Beteiligung zum Redaktionsschluss noch nicht endgültig spruchreif war. Man darf gespannt sein.

Einreichungsrekord und neue Sponsoren beim 8. European Work in Progress

Mehr Einreichungen denn je konkurrierten in diesem Jahr um einen der begehrten EWIP-Plätze: Über 240 Projekte wurden ins Rennen geschickt – für das EWIP-Team „ein klares Zeichen für die stetig wachsende Relevanz des in der Branche einzigartigen Events“. Hinzu kommt eine weitere Erfolgsmeldung: Neben den langjährigen Preis-Sponsoren K13 Studios, Gruvi, WayFilm und mm filmpresse konnte man eine neue Partnerschaft mit OneGate Media schließen und die Unternehmen der „Northern Stars – Hamburg Film Partners“ (Loft Tonstudios, CineGate, Zeigermann_Audio, Optical Arts und Zeitkostüm GmbH) sowie The Post Republic und D-Facto Motion als (weitere) Sponsoren gewinnen. Ermöglicht wurde dadurch eine Aufstockung der Preisgelder um ganze 75.000 auf 140.000 Euro. Allein 40.000 Euro kommen von Northern Stars, 20.000 von OneGate Media. European Work in Progress 2025 findet erstmals als Teil der Industry Days des Filmfest Hamburg vom 29.09. bis 01.10. statt, eng begleitet wird es vom vierten International Film Distribution Summit (30.09. bis 02.10.).

Creative Europe MEDIA: 1,2 Millionen Euro für deutsche Filmfestivals

Geschrieben von: Redaktion - Dienstag, 04. November 2025 um 17:18 Uhr

Der hohe Bedarf der Branche an Unterstützung aus Europa setzt sich auch bei der Förderung für Filmfestivals fort: 2025 gab es 166 Einreichungen in Brüssel, das ist eine Steigerung um 15% im Vergleich zu 2023 und entspricht gleich 41% mehr Anträgen als noch 2021.

Die nächsten beiden Ausgaben von 91 europäischen Festivals aus 31 Ländern werden nun mit knapp 9,9 Millionen Euro gefördert, eine erfreuliche Förderquote von 55%. Prognostiziert wird eine Gesamt-Zuschauerzahl von 5,3 Millionen quer durch die Lande, hinzu kommen noch ca. 6,6 Millionen, die an den ganzjährigen Aktionen der Festivals teilnehmen.

Rund 70.000 akkreditierte Filmschaffende werden sich auf diesen Festivals vernetzen.

„Wir freuen uns sehr, dass wir durch die Unterstützung von Creative Europe MEDIA viele europäische Filme, Filmschaffende und Akteur:innen nach Hamburg einladen können“, so Sven Schwarz, Organisatorischer Leiter des Kurzfilm Festivals Hamburg. "Durch den direkten Austausch vor Ort entstehen wertvolle Kooperationen und Ideen. Über Festivals schaffen wir es, Inhalte über viele Grenzen hinweg zu transportieren, somit sind Festivals der beste Ort, um zu zeigen, wie grandios Zusammenarbeit funktionieren kann.“

Die Förderungen im Überblick:

150.000 Euro - Internationales Trickfilmfestival Stuttgart

150.000 Euro - Schlingel Internationales Filmfestival

150.000 Euro - Nordische Filmtage Lübeck

126.000 Euro - Internationales Filmfest Braunschweig

126.000 Euro - DOK Leipzig

110.000 Euro - DOK.fest München

110.000 Euro - Filmfestival Cottbus

66.000 Euro - Interfilm Berlin

66.000 Euro - Filmfest Dresden

66.000 Euro - Internationale Kurzfilmtage Oberhausen

66.000 Euro - Kurzfilm Festival Hamburg

Die gesamte Förderliste finden Sie hier auf der [Website \(PDF\)](#).

Quelle: Creative Europe Desk

- Förderrunde 2025

Creative Europe MEDIA schüttet 1,2 Mio. Euro für deutsche Filmfestivals aus

- 04. November 2025 • 15:3 • Damian Sprenger

Creative Europe MEDIA fördert erneut deutsche Filmfestivals. Elf deutsche Festivals profitieren 2025 von Zuschüssen aus Brüssel.



Zu den geförderten Festivals gehört auch das Kurzfilm Festival Hamburg (Credit: Claudia Höhne)

Für die diesjährige Runde der Festivalförderung von Creative Europe MEDIA gingen in Brüssel 166 Anträge ein – ein Plus von 15 Prozent gegenüber 2023 und sogar 41 Prozent mehr als 2021. Gefördert werden 91 Festivals aus 31 Ländern mit insgesamt knapp 9,9 Millionen Euro. Auf sie entfällt eine geschätzte Zuschauer:innenzahl von 5,3 Millionen, hinzu kommen rund 6,6 Millionen Teilnehmende an ganzjährigen Aktionen. Etwa 70.000 akkreditierte Filmschaffende werden sich bei den geförderten

Veranstaltungen vernetzen – ein deutlicher Hinweis auf den nachhaltigen Beitrag der Festivals zum europäischen Filmökosystem.

Aus Deutschland erhalten elf Festivals Zuschüsse in Höhe von insgesamt rund 1,2 Millionen Euro. Die Spannweite reicht dabei von traditionsreichen Dokumentarfilmplattformen wie dem DOK Leipzig über renommierte Kurzfilm-Events wie die Kurzfilmtage Oberhausen bis zu Festivals mit klarer internationaler oder regionaler Ausrichtung, darunter auch die Nordischen Filmtage Lübeck, die diese Woche starten.

„Wir freuen uns sehr, dass wir durch die Unterstützung von Creative Europe MEDIA viele europäische Filme, Filmschaffende und Akteur:innen nach Hamburg einladen können“, sagt Sven Schwarz, Organisatorischer Leiter des Kurzfilm Festivals Hamburg. „Über Festivals schaffen wir es, Inhalte über viele Grenzen hinweg zu transportieren – sie sind der beste Ort, um zu zeigen, wie grandios Zusammenarbeit funktionieren kann.“

Geförderte deutsche Festivals 2025:

- 150.000 € – Internationales Trickfilmfestival Stuttgart
- 150.000 € – Schlingel Internationales Filmfestival
- 150.000 € – Nordische Filmtage Lübeck
- 126.000 € – Internationales Filmfest Braunschweig
- 126.000 € – DOK Leipzig
- 110.000 € – DOK.fest München
- 110.000 € – Filmfestival Cottbus
- 66.000 € – Interfilm Berlin
- 66.000 € – Filmfest Dresden
- 66.000 € – Internationale Kurzfilmtage Oberhausen
- 66.000 € – Kurzfilm Festival Hamburg

BLICKPUNKT:FILM

- Förderrunde 2025

Creative Europe MEDIA schüttet 1,2 Mio. Euro für deutsche Filmfestivals aus

- Creative Europe MEDIA fördert erneut deutsche Filmfestivals. Elf deutsche Festivals profitieren 2025 von Zuschüssen aus Brüssel.
- Damian Sprenger 05.11.2025 08:08



- Zu den geförderten Festivals gehört auch das Kurzfilm Festival Hamburg Claudia Höhne
- Für die diesjährige Runde der Festivalförderung von [Creative Europe MEDIA](#) gingen in Brüssel 166 Anträge ein – ein Plus von 15 Prozent gegenüber 2023 und sogar 41 Prozent mehr als 2021. Gefördert werden 91 Festivals aus 31 Ländern mit insgesamt knapp 9,9 Millionen Euro. Auf sie entfällt eine geschätzte Zuschauer:innenzahl von 5,3 Millionen, hinzu kommen rund 6,6 Millionen Teilnehmende an ganzjährigen Aktionen. Etwa 70.000 akkreditierte Filmschaffende werden sich bei den geförderten Veranstaltungen vernetzen – ein

deutlicher Hinweis auf den nachhaltigen Beitrag der Festivals zum europäischen Filmökosystem.

- Aus Deutschland erhalten elf Festivals Zuschüsse in Höhe von insgesamt rund 1,2 Millionen Euro. Die Spannweite reicht dabei von traditionsreichen Dokumentarfilmplattformen wie dem [DOK Leipzig](#) über renommierte Kurzfilm-Events wie die [Kurzfilmtage Oberhausen](#) bis zu Festivals mit klarer internationaler oder regionaler Ausrichtung, darunter auch die [Nordischen Filmtage Lübeck](#), die diese Woche starten.
- „Wir freuen uns sehr, dass wir durch die Unterstützung von Creative Europe MEDIA viele europäische Filme, Filmschaffende und Akteur:innen nach Hamburg einladen können“, sagt [Sven Schwarz](#), Organisatorischer Leiter des [Kurzfilm Festivals Hamburg](#). „Über Festivals schaffen wir es, Inhalte über viele Grenzen hinweg zu transportieren – sie sind der beste Ort, um zu zeigen, wie grandios Zusammenarbeit funktionieren kann.“
- **Geförderte deutsche Festivals 2025:**
 - 150.000 € – Internationales Trickfilmfestival Stuttgart
 - 150.000 € – [Schlingel Internationales Filmfestival](#)
 - 150.000 € – Nordische Filmtage Lübeck
 - 126.000 € – [Internationales Filmfest Braunschweig](#)
 - 126.000 € – DOK Leipzig
 - 110.000 € – [DOK.fest München](#)
 - 110.000 € – [Filmfestival Cottbus](#)
 - 66.000 € – Interfilm Berlin
 - 66.000 € – [Filmfest Dresden](#)
 - 66.000 € – Internationale Kurzfilmtage Oberhausen
 - 66.000 € – Kurzfilm Festival Hamburg
 -

Start am 18. November

Premiere für European Award Season

- 17. November 2025 • 11:00 • Jochen Müller

In den vergangenen Jahren hat die European Film Academy dem europäischen Film im Rahmen des „Month of European Film“ im Vorfeld der Verleihung der European Film Awards mehr Sichtbarkeit verschafft. Durch die neue Terminierung der Verleihung im Januar dauert die Aktion, die künftig als „European Award Season“ firmiert, in diesem Jahr zwei Monate.



Aus dem Month of European Film wird in diesem Jahr die European Award Season (Credit: European Film Academy)

100 Städte in Europa haben sich mit einer Rekordzahl von insgesamt 16.000 Vorführungen und 467.000 verkauften Tickets [im vergangenen Jahr](#) am Month of European Film beteiligt, mit dem die European Film Academy dem europäischen Film mehr Sichtbarkeit verschaffen will.

Im fünften Jahr der **von Creative Europe MEDIA** unterstützten Initiative wird der Month of European Film nun infolge der neuen Terminierung der bisher im Dezember verliehenen European Film Awards für den 17. Januar 2026 nicht nur auf zwei Monate verlängert, sondern bekommt mit European Award Season auch einen neuen Namen.

Doch nicht nur der Name ist neu, es gibt in diesem Jahr auch neue Teilnehmerstädte und -länder. So sind mit Hongkong, Santiago de Chile, Hanoi und Ho-Chi-Minh-Stadt erstmals auch Städte außerhalb Europas mit von der Partie. Neu dabei sind außerdem Liechtenstein mit dem Kino Skino in Schaan, das Thule Kino in Kuressaare auf der estnischen Insel Saaremaa, das historische Grand Skandia in Stockholm, vier weitere Partner in Frankreich – das Bel Air in Mulhouse, das Café des Images in Hérouville, das Le Studio 43 in Dünkirchen und das Les

Carmes in Orléans – sowie in Polen – das Gdynia Film Centre, das Kameralne Café in Danzig, das Kino Kultura in Warschau und das Pionier1907 in Stettin.

Teil der European Award Season ist auch der von der CICAIE organisierte [European Arthouse Cinema Day](#) am 23. November.

Matthijs Wouter Knol, Geschäftsführender Direktor der European Film Academy, erklärt: „Die European Award Season knüpft nahtlos an die internationale Award Season an und rückt europäische Filme ins Rampenlicht, die das Potential haben, bei Preisverleihungen außerhalb Europas eine Rolle zu spielen. Wir wollen diesen Zeitraum nutzen, die Sichtbarkeit des europäischen Kinos zu stärken und damit die Neugier der Menschen für die europäischen Filme wecken, die sie bis dahin verpasst haben. Das ist eine Chance, die wir gemeinsam mit unserem breiten Netzwerk europäischer Partner:innen nutzen möchten.“

Start der European Award Season ist mit der morgigen Bekanntgabe der Nominierungen für die European Film Awards. Von da an haben nicht nur die Mitglieder der European Film Academy einen Monat länger Zeit, die Filme zu sichten und ihre Stimme abgeben, Verleiher und Kinobetreiber haben auch länger Zeit, die nominierten Filme beim Publikum zu bewerben. Den Auftakt bildet ein Pilotprogramm der Berliner Yorck-Kinogruppe, in dessen Rahmen in jeder Woche von einem in Berlin lebenden Mitglied der European Film Academy einer der nominierten Filme in einem der Kinos der Gruppe vorgestellt wird.

Neben den für die European Film Awards nominierten Filmen zeigen die an der European Award Season teilnehmenden Kinos auch andere europäische Filme wie beispielsweise die für den LUX-Publikumspreis 2026 und den European Young Audience Award nominierten.

Die bereits beim Month of European Film bestehenden Kooperationen mit der Streaming-Plattform MUBI, mit der Dokumentarfilmplattform DA Film und mit FestivalScope, wo die Kurzfilmkandidaten für den European Film Award präsentiert werden, werden auch in der European Award Season fortgesetzt. Neu ist hingegen die Zusammenarbeit mit der Bibliotheksplattform filmfriend, die mit 862 öffentlichen Bibliotheken in deutschsprachigen Ländern Europas verbunden ist. Alle Bibliotheksmitglieder können auf dieser Plattform im Rahmen ihres Abonnements europäische Filme aus der Geschichte der European Film Awards ansehen. Im Januar 2026 wird Arte Filme der Ehrenpreisträgerinnen Liv Ullmann und Alice Rohrwacher auf seiner digitalen Plattform sowie im linearen Programm präsentieren.

- Jubiläum

Zwei deutsche Beiträge im Programm des 10. ArteKino Festivals

- 20. November 2025 • 12:13 • Damian Sprenger

Das Programm der Jubiläumsausgabe des ArteKino Festivals steht. Zu den zwölf Titeln bei der zehnten Edition des europaweiten Online-Festivals gehören mit Sara Summas „Arthur & Diana“ und Nicole Medveckas „Who If Not Us“ auch zwei deutsche Filme.



Das Programm des zehnten ArteKino Festivals steht (Quelle: Arte)

Das ArteKino Festival startet 2025 in seine zehnte Ausgabe und fördert erneut junge europäische Filmschaffende mit einer großen Online-Bühne. Vom 1. bis 31. Dezember sind zwölf neue Spiel- und Dokumentarfilme aus acht Ländern auf arte.tv/artekinofestival kostenlos abrufbar – in 32 Ländern und sechs Sprachfassungen.

Zwei Preise werden im Rahmen des ArteKino Festivals vergeben: Der Europäische Publikumspreis ist mit 20.000 Euro dotiert und wird online vergeben. Die zweite Auszeichnung, der Preis der Jugendjury, ist mit 10.000 Euro ausgestattet und wird von 15 Europäer:innen zwischen 18 und 25 Jahren bestimmt. Beide Trophäen wurden vom Kunsthause Goossens gestaltet und das Festival wird **von Creative Europe** sowie der Modemarke Chanel unterstützt.

Im Programm besonders sichtbar: zwei deutsche Beiträge. „Arthur & Diana“ (Regie: Sara Summa) verfolgt einen chaotischen Roadtrip, der familiäre Rollenbilder und Abstiegsängste

verhandelt. „Who If Not Us“ (Regie: Nicole Medvecka) beobachtet junge ukrainische Künstler:innen, die im Kriegsalltag von Entwurzelung, Kreativität und Selbstbehauptung erzählen – ein Dokument, das Intimität herstellt, statt politisch zu erklären.

Das Programm im Überblick:

Arthur & Diana

Spielfilm – Deutschland, 2023, 108 Min

Regie: Sara Summa

Produktion: DFFB, rbb, Butternut Productions

Mit: Lupo Piero Summa, Robin Summa, Sara Summa, Livia Antonelli, Claire Loiseau

Cidade Rabat

Spielfilm – Portugal, 2023, 101 Min

Regie: Susana Nobre

Produktion: Terratrema, Kinoelektron

Mit: Raquel Castro, Paula Barcia, Laura Afonso, Sara de Castro, Américo Silva

Have You Seen This Woman? (Haben Sie diese Frau gesehen?)

Spielfilm – Serbien/Kroatien, 2022, 79 Min

Regie: Dušan Zorić & Matija Gluščević

Produktion: Non-Aligned Films, Dinaridi Film u.a.

Mit: Ksenija Marinković, Isidora Simijonović, Boris Isaković

Fréwaka

Spielfilm – Irland, 2024, 90 Min

Regie: Aislinn Clarke

Produktion: DoubleBand Films, Wildcard

Mit: Clare Monnelly, Bríd Ní Neachtain, Aleksandra Bystrzhitskaya, Olga Wehrly

Je suis déjà mort trois fois (Ich bin schon dreimal gestorben)

Dokumentarfilm – Frankreich, 2025, 64 Min

Regie: Maxence Vassilyevitch

Produktion: Venin Films

Mit: Jacques Nolot

Leicht wie Federn (Light as Feathers)

Spielfilm – Niederlande, 2018, 85 Min

Regie: Rosanne Pel

Produktion: Family Affairs Films

Mit: Eryk Walny, Ewa Makula, Klaudia Przybylska

Paradies und Wildnis (Longe da Estrada)
Spielfilm – Frankreich/Portugal, 2024, 105 Min
Regie: Hugo Vieira da Silva
Ko-Regie: Paulo Milhomes
Produktion: Leopardo Filmes, Alfama Films u.a.
Mit: Antoine de Foucauld, Cédric Tchan, Laurent Bur

Maoussi
Spielfilm – Frankreich, 2024, 75 Min
Regie: Charlotte Schiøler
Produktion: CSE Productions
Mit: Moustapha Mbengue, Charlotte Schiøler, Elsa Wolliaston, Olivier Rabourdin

Ein Sommer zu Hause (Notas sobre un verano)
Spielfilm – Spanien, 2023, 83 Min
Regie: Diego Llorente
Produktion: Failo Cine, Báltico
Mit: Katia Borlado, Antonio Araque, Álvaro Quintana, Rocío Suárez

Vergiss nicht zu blinzeln (Remember to Blink)
Spielfilm – Litauen, 2022, 109 Min
Regie: Austėja Urbaitė
Produktion: Fralita Films
Mit: Arthur Igual, Anne Azoulay, Ajus Antanavicius

Ich suche sie (Yo la busco)
Spielfilm – Spanien, 2022, 85 Min
Regie: Sara Gutiérrez Galve
Produktion: Nanouk Films
Mit: Dani Casellas, Laia Vidal, Oriol Esquerda, Marta Cañas

Who If Not Us?
Dokumentarfilm – Deutschland/Ukraine, 2023, 66 Min
Regie: Nicole Medvecka

4. BUSINESS CLUSTER

BLICKPUNKT:FILM

S. 32 / 33

DAS INTERVIEW

TANJA MEISSNER VEREINT HANDEL, KULTUR UND KREATIVE

»Der Markt ist das Herz – aber nicht alles«

Tanja Meissner hat als neue Leiterin des European Film Market (EFM) klare Ziele: Den Einzelhandel stärken, neue Vernetzungsformate schaffen und die Sichtbarkeit europäischer Produktionen erhöhen. Mit uns spricht sie über Wachstum, IPs und Brückenschläge.

Sie haben die Leitung in einer bewegten Zeit übernommen – nach dem Koalitionsbruch, mitten im Umbruch der Filmförderung und mit einem Neustart der Berlinale unter Tricia Tuttle. Was sind für Sie die größten Herausforderungen und welche Visionen haben Sie für die Zukunft von Berlinale Pro und EFM? Seit 25 Jahren habe ich den Eindruck, dass sich die Filmbranche ständig stark verändert. Insofern liegt das vielleicht in der DNA der Filmindustrie. Die Branche muss sich ohnehin ständig anpassen. Die größte Herausforderung war, mich in kürzester Zeit mit allem vertraut zu machen, das bereits existiert, und gleichzeitig kreativ zu werden. Neue kreative Ansätze brauchen Zeit und Geld, und beides ist begrenzt. Deshalb musste ich meine Prioritäten setzen – »Choose your battles«. Gleichzeitig habe ich neue Partner gefunden, um zusätzliche Finanzierung für die vielen Aktivitäten zu sichern. Das ist ein großer Erfolg, über den ich mich sehr freue.

Welche neuen und alten Partner haben Sie gefunden?

Bei uns sind es vor allem die regionalen Förderer, aber auch die FFA und Creative Europe Media, ohne die viele unserer erfolgreichen Projekte gar nicht möglich wären. Das kann man nicht oft genug betonen. Ein großer Dank geht an das Medienboard Berlin-Brandenburg, die Film- und Medienstiftung NRW, aber auch an den MDM, der eine zentrale Rolle bei der Umsetzung unseres Koproduktionsmarktes spielt, sowie an die Hessische Filmförderung. Neu hinzugekommen ist der FilmFernsehFonds Bayern. Die Unterstützung all dieser Partner ist essenziell für unsere Arbeit.

Was konnten Sie damit erreichen?

Dank der Unterstützung durch den FFF Bayern konnten wir den DocSalon wieder ins Leben rufen – unsere zentrale Netzwerkplattform für Dokumentarfilmer:innen und Produzent:innen. Damit haben wir eine wichtige Austausch- und Vernetzungsmöglichkeit reaktiviert, die für die Branche essenziell ist.

Welche neuen Impulse möchten Sie setzen, um diese Plattform weiterzuentwickeln und die Bedürfnisse der Branche noch gezielter zu adressieren?

Ich muss das Rad nicht neu erfinden. Der EFM ist eine hocheffiziente Infrastruktur, aufgebaut von meinen Vorgängern und meinem großartigen Team – das weiterhin hier ist. Ich mache das nicht allein. Vielleicht habe ich eine andere Perspektive, weil ich lange selbst Teil der Zielgruppe war. Daher steht für mich die Zielgruppenökonomie an erster Stelle. Die zentrale Frage ist: Warum machen wir das alles? Was brauchen unsere Teilnehmer:innen vom EFM und Berlinale Pro? Zum Start im Sommer habe ich viele Gespräche mit Branchenvertreter:innen geführt, um gemeinsame Ziele zu synchronisieren – und die gibt es. Mir ist aufgefallen, dass es vor allem noch viel Potenzial gibt, gerade die deutsche Branche besser im EFM abzubilden. Mein Ziel ist es, dass die deutsche Film- und TV-Branche gestärkt aus einem dynamischen heimischen Markt hervorgeht.

Wie wollen Sie den Produktionsstandort Deutschland innerhalb Ihres Marktes noch stärker positionieren und diese Vernetzung ausbauen?

Es ist mir wichtig, den Produktionsstandort Deutschland angemessen zu präsentieren – gerade beim EFM. Das ist gegenwärtig noch ein work in progress. Was die Zukunftsvisionen betrifft: Der Hauptfokus liegt klar auf dem Marktplatz für Handel und Lizenzen. Das ist das Herzstück des EFM und entscheidend für Käufer:innen und Verkaufsfirmen. Diese Priorität muss bestehen bleiben, denn genau das ist die Zielgruppenökonomie, von der ich gesprochen habe. Aber der Markt ist mehr als das. Wir wollen auch kulturell relevant bleiben und ein Forum für Debatten und Themen bieten, die die Branche bewegen. Unser reiches Konferenzprogramm spielt dabei eine zentrale Rolle, da es genau diese Fragen aufgreift.

Besonders wichtig ist mir, neue Netzwerkformate zu schaffen. Das ist essenziell – nicht nur für Produzent:innen, sondern auch für Branchenneulinge und den Nachwuchs. Networking ist das größte Kapital in jeder Karriere. Gerade in der Filmbranche ist es entscheidend, ein belastbares Netzwerk aufzubauen. Ein gutes Adressbuch ist das wichtigste Asset. Zudem müssen wir am Puls der Zeit blei-

ben, um unsere Wettbewerbsfähigkeit in Europa zu sichern. Das ist für die Weiterentwicklung des Marktes unerlässlich.

Stichwort Innovation – was sind Ihre ersten Schritte, um dieses Ziel zu erreichen?

Der erste Schritt in Richtung Innovation ist der Innovation-Hub, den ich im nächsten Jahr weiter ausbauen möchte. Das ist derzeit noch ein laufender Prozess. Eine weitere zentrale Priorität muss auf der Förderung von europäischer IP liegen. Europäische Kreativität muss einen festen Platz bei uns haben. Denn die Wertschöpfung für Weltvertriebe und Produzent:innen liegt im Besitz dieser IP und der daraus resultierenden Einnahmen. Aktuell kann sich europäische IP ja größter Beliebtheit erfreuen.

Gleichzeitig dürfen wir Länder mit begrenzten Ressourcen nicht ausklammern. Mittelfristig ist es mir zudem wichtig, Brücken zwischen Kino und anderen Kreativbranchen zu bauen. Das ist ein langfristiges Ziel, das noch weiterentwickelt werden muss.

Ein weiteres großes Anliegen ist es, die nächste Generation stärker einzubinden. Ich war im Austausch mit Nachwuchssektionen von Produzentenverbänden, Hochschulen und anderen Institutionen. Das ist auch der Hintergrund dafür, warum ich den GenZ Audience-Award initiiert habe, der im Produktionsmarkt verliehen wird. Ich finde es spannend, ein Produktionsforum zu schaffen, bei dem Projektideen nicht nur Produzent:innen vorgestellt werden, sondern auch direkt Vertreter:innen der potenziellen Zielgruppe.

Sie wollen also die Perspektiven von Angebot und Nachfrage verbinden, um in die Zukunft zu investieren?

Die Branche diskutiert intensiv darüber, wie junge Zielgruppen wieder für das Kino begeistert werden können. Ein generationsübergreifender Austausch und die gezielte Integration junger Fachkräfte in unseren Markt sind dabei entscheidend, um unsere Veranstaltungen relevant zu halten und zu validieren. Es geht darum, neue Perspektiven einzubringen und sicherzustellen, dass der Markt auch kulturell zukunftsfähig bleibt.

GAMESMARKT

Co-funding & self-investment

Second Stage Received €560,000 in Creative Europe Media Funding

Creative Europe Media has awarded €560,000 to Second Stage to further develop Tracks, a marketing intelligence platform designed specifically for the games industry. The company is also investing €370,000 of its own capital in the platform.

[Marcel Kleffmann](#) 12.06.2025 11:09



The three co-founders of Second Stage: Matthias Mirlach / Christian Szymanski / Egemen Arslan Second Stage

Second Stage, a Berlin-based marketing and ad tech company, has announced that it has secured €560,000 in funding for its marketing intelligence platform, Tracks, through the European Union's Creative Europe Media programme. [Second Stage](#) is also investing an additional €370,000 of its own capital. This investment underscores Second Stage's commitment to accelerating Tracks' development. The company intends to use the funding to increase Tracks' reach, improve its functionality, grow the team and provide support for more game campaigns, from Early Access to post-launch growth.

"With this combined investment, we're excited to expand Tracks' capabilities and deliver greater insights and efficiency to game marketers," said [Christian Szymanski](#), Second Stage's co-founder. "With the support of Creative Europe Media, paired with our own funding, we can invest in deeper integrations, additional features and more actionable insights for our partners."

[Tracks](#) is used by over a dozen developers, publishers and agencies worldwide to optimise the marketing strategies and performance outcomes of indie and AAA PC and

console games throughout their product lifecycle. It offers a comprehensive solution combining a marketing analytics suite that delivers detailed insights into media performance, influencer campaigns, website analytics and brand health, as well as attribution tracking for PC and console games.

This funding supports the EU's strategic goal of promoting progressive technologies that strengthen Europe's digital and creative sectors. Tracks is one of the tools selected to receive part of the €8 million Creative Europe Media investment earmarked for innovation in the games and audiovisual industries in 2025.

Auswahl steht im Dezember

Jury für die European Shooting Stars steht

- 12. November 2025 • 10:47 • Heike Angermaier

Der Oscar-prämierte Filmemacher Danis Tanović und die renommierte Schauspielerin Danica Ćurčić, die 2014 dänischer European Shootingstar war, wählen mit drei weiteren Kolleg:innen die interessantesten Schauspieltalente aus Europa aus, die bei der nächsten Berlinale Branche und Publikum präsentiert werden.



Danica Ćurčić, Danis Tanović, Leila Latif, Jo Monteiro and Jacques-Henri Bronckart bilden die Jury für die European Shooting Stars 2026 (Credit: EFP)

Der für sein Debüt „No Man’s Land“ Oscar-prämierte Filmemacher Danis Tanović und die renommierte Schauspielerin Danica Ćurčić, die 2014 dänischer European Shootingstar war, gehören zur Jury, die die Shooting-Stars aus Europa auswählen, die bei der kommenden Berlinale im Februar 2026 Branche und Publikum vorgestellt werden. Zu den Jurymitgliedern, die die European Film Promotion heute ankündigte, gehören auch der Gründer der belgischen Versus Production, Jacques-Henri Bronckart, dessen (Ko-)Produktionen regelmäßig auf A-Festivals präsentiert werden, wie u.a. „Vermiglio“ in Venedig, und die Casting-Direktorin und Filmemacherin Jo Monteiro aus Portugal, die u.a. den ARD-Krimi „Lost in Fuseta“ castete. Außerdem nutzt die Londoner Film- und TV-Kritikerin und Podcasterin Leila Latif, die u.a. für „Sight & Sound“ und „Total Film“ tätig ist, ihre Expertise, die spannendsten Schauspieltalente zu finden. Zum traditionellen Event gehören eine Gala, Pressetermine und Networking-Meetings.

Die European Shootings Stars 2026 werden Mitte Dezember bekanntgegeben. Dieses Jahr war Devrim Lingnau, preisgekrönt für ihre Hauptrolle in „Die Kaiserin“ die deutsche Vertreterin. Sie stellte das Drama „Hysteria“ beim Festival vor, das seit einer Woche in den deutschen Kinos zu sehen ist.

Creative Europe, Medienboard BB, MOIN und Hessen Film unterstützen das Event, mit dem Europas Schauspielernachwuchs promotet wird.

5. CROSS SECTORAL



Europäische Fördergelder 2024: Gelegenheiten für Innovation und Wachstum in der Medien- und Digitalbranche

Das Jahr 2024 bietet wieder spannende Fördermöglichkeiten für Unternehmen und Projekte in der Medien- und Digitalbranche. Für die Branche gibt ein Gesamtfördervolumen von 320 Millionen Euro.

In diesem Blogpost geben wir einen Überblick über die aktuellen Calls und beleuchten inspirierende Projekte aus den vergangenen Förderperioden. Zudem geben wir euch wertvolle Informationen zu kommenden Infosessions.

Perspektivisch sind bereits weitere Förderprogramme in der Vorbereitung, die in den kommenden Jahren veröffentlicht werden.

Eine Übersicht der aktuell ausgeschriebenen Calls mit den wichtigsten Informationen haben wir für euch zusammengestellt:

Hier haben wir euch eine Übersicht vertiefter Beispiele der letzten Förderperioden zusammengestellt:

Zu den verschiedenen Calls finden Infosessions statt oder haben bereits stattgefunden und können online nachgeschaut werden:

- Innovative Tools and Business Models: Webinar am 24.11. angeboten von der Agentur in Brüssel: [Details hier](#).
- Media Literacy und Journalism Partnerships:
Online Info-Sessions am 4.12.23 bzw. 6.12.23 durch die Agentur in Brüssel. [Aufzeichnungen verfügbar](#).
- Generelle Infos zu Creative Europe:
Online-Seminar am 30.11. [Anmeldung erforderlich](#).
- Individuelle Beratung:
Der Creative Europe Desk Hamburg bietet persönliche [Antragsberatung](#) an.

Natürlich könnt ihr euch auch bei Fragen an uns im nextMedia-Team wenden. Nutzt dafür einfach unsere regelmäßig stattfindende [Sprechstunde](#).

6. Regional: CED HAMBURG

Oscargewinner „Flow“ eröffnet ZACK! Europäische Animationsfilmtage 7. bis 12. April

- 03. April 2025 • 10:58 • Jochen Müller

Vom 7. bis 12. April finden im Hamburger Metropolis Kino die ZACK! Europäischen Animationsfilmtage statt. Eröffnet werden sie mit Gints Zilbalodis Oscargewinner „Flow“.



„Flow“ von Gints Zilbalodis eröffnet am 7. April die ZACK! Europäischen Animationsfilmtage in Hamburg (Credit: MFA+)

Gints Zilbalodis' in diesem Jahr mit dem Oscar ausgezeichneten Animationsfilm „Flow“ eröffnet am 7. April die ZACK! Europäischen Animationsfilmtage, die bis zum 12. April im Hamburger Metropolis Kino stattfinden.

Einer Mitteilung des **Creative Europe Desk Hamburg**, das neben dem portugiesischen Camões – Instituto da Cooperação e da Língua, dem Hamburg Animation Club, Animator, Green Film Shooting, dem Kinemathek Hamburg e.V. und dem Metropolis Kino als Partner an dem Event beteiligt ist, sind die ZACK! Europäischen Animationsfilmtage eine Initiative von EUNIC Hamburg, zu der sich die europäischen Kulturinstitute Instituto Cervantes, Institut français, Istituto Italiano di Cultura und das Goethe Institut zusammengeschlossen haben.

An sechs Abenden werden im Metropolis Kino in Hamburg Animationsfilme gezeigt, zu denen neben dem Eröffnungsfilm u.a. auch Pablo Bergers „Robot Dreams“, „Die Schwalben von Kabul“ von Zabou Breitman und Eléa Gobbé-Mévellec und Alessandro Raks „Yaya e Lennie: The Walking Liberty“ gehören.

Zum Abschluss von ZACK! Europäische Animationsfilmtage präsentieren die Macher des Animator-Festivals in Polen am 12. April eine Reihe dort ausgezeichneten Kurzfilme und werden ebenfalls in einer Gesprächsrunde zu Gast sein wie tags zuvor der deutsche Animationskünstler Jonatan Schwenk.

Das Programm von ZACK! Europäische Animationsfilmtage [im Überblick](#)

ZACK ! Europäische Animationsfilmtage vom 7. – 12. April 2025 im Metropolis-Kino

7. April 2025



Zeit: 19:00

Ort: Metropolis-Kino

Eintritt 9 Eur / 6 Eur (ermäßigt), Cineville-Abo gültig,
Karten beim Metropolis-Kino

Von : Creative Europe Desk Hamburg, EUNIC Hamburg

Ihre Anmeldung ist erforderlich.

[Jetzt anmelden](#)

Beschreibung

Europäische Animationsfilme sind von enormer Vielfalt und einem sehr großem Ideenreichtum geprägt. Der Zauber von Animation und Cartoons im Kino - ZACK! wird auf der großen Leinwand erlebbar, die an sechs Abenden Animationsfilmen aus ganz Europa gehört. Es geht um Themen

wie Freundschaft, Liebe, Freiheitsentzug und mitunter um das Überleben – und zwar sowohl in der Natur als auch mitten in New York City – in kurzen und langen Formaten.

Ein ganzes Paket preisgekrönter Kurzfilme präsentieren zum Abschluss die Macher des Animator-Festivals aus Polen, die zu einer Gesprächsrunde zu Gast sind – wie auch am Freitag der deutsche Animationskünstler Jonatan Schwenk.

Die europäischen Animationsfilmtage ZACK! sind eine Initiative von EUNIC Hamburg, zu der sich die europäischen Kulturinstitute Instituto Cervantes, Institut français, Istituto Italiano di Cultura und das Goethe-Institut zusammengeschlossen haben.

Als Partner an diesem Event beteiligt sind Creative Europe Desk Hamburg, das portugiesische Camões – Instituto da Cooperação e da Língua, der Hamburg Animation Club, Animator, Green Film Shooting und die Kinemathek Hamburg e.V. mit dem Metropolis Kino.

Karten für ZACK! gibt es direkt im [Metropolis-Kino](#) zum Preis von 9 Euro/ 6 Euro ermäßigt oder mit dem [Cineville](#) Abo.

Preis an französischen Vertrieb

Charades erhält IFDS-Innovationspreis

- 17. September 2025 • 15:01 • Damian Sprenger

Der französische Weltvertrieb Charades wird beim International Film Distribution Summit 2025 in Hamburg ausgezeichnet. Mitgründer Yohann Comte nimmt den Best International Innovation Distribution Award entgegen. Charades zählt aktuell zu den erfolgreichsten Playern im internationalen Arthouse- und Animationsvertrieb.



Das Gründer-Trio von CHARADES, dem Gewinner des Best International Innovation Distribution Award 2025: Pierre Mazars (l.), Carole Baraton (Mitte), Yohann Comte (rechts) (Credit: Charades)

Der französische Weltvertrieb Charades wird in diesem Jahr mit dem Best International Innovation Distribution Award des International Film Distribution Summit (IFDS) ausgezeichnet. Die Preisverleihung findet am 1. Oktober 2025 in Hamburg statt, im Rahmen der erstmals unter das Dach der Filmfest Hamburg Industry Days gestellten Branchenplattform.

Charades, 2017 von Carole Baraton, Yohann Comte und Pierre Mazars gegründet, hat sich binnen weniger Jahre als eine der prägendsten Kräfte im internationalen Arthouse- und Animationsvertrieb etabliert. Mit strategisch klug platzierten Festivalerfolgen und einer Mischung aus Autorenkino und international auswertbaren Animationen konnte sich das Unternehmen ein beachtliches Profil erarbeiten. Herausragende Titel der vergangenen Jahre reichen von Gabriel Abrantes' „Diamantino“ (Nespresso Grand Prize Cannes 2018) über Charlotte Wells' „Aftersun“ (großer Festival- und Publikumserfolg 2022) bis hin zu Giacomo

Abbruzzeses „Disco Boy“ (Silberner Bär 2023) und Kamal Lazraqs „Hounds“ (Un Certain Regard-Preis Cannes 2023).

Ein Höhepunkt: 2025 schaffte Charades gleich mit fünf Titeln – darunter „Vermiglio“, „Armand“ und „The Glassworker“ – den Sprung in die Oscar-Auswahl für den besten internationalen Film. Gints Zilbalodis’ „Flow“ gewann den Academy Award als bester Animationsfilm. Auch in Cannes ist das Label längst Stammgast: Zuletzt nahmen Werke von Julia Ducournau („*Alpha*“) und Dominik Moll („*Case 137*“) am Wettbewerb teil.

Mitgründer Yohann Comte, der den Preis in Hamburg entgegennehmen wird, blickt auf eine Karriere mit Stationen bei Gaumont, Wild Bunch und StudioCanal zurück. Als Koproduzent war er u.a. an Coralie Fargeats „*Revenge*“, Mamoru Hosodas „*Mirai*“ und jüngst an Zilbalodis’ „*Flow*“ beteiligt.

Der IFDS, getragen von **Creative Europe MEDIA**, Filmfest Hamburg, MOIN Filmförderung und FFA, versteht sich als zentrale Diskussions- und Netzwerkplattform für Verleiher und Weltvertriebe. Mit Formaten wie Panels, Masterclasses und Networking-Sessions adressiert die Veranstaltung dezidiert die Herausforderungen und Umbrüche in der internationalen Distribution. Frühere Preisträger des Innovationspreises waren Elissa Federoff (NEON), Enrique Costa (Elastica Films) und Andrea Occhipinti (Lucky Red).

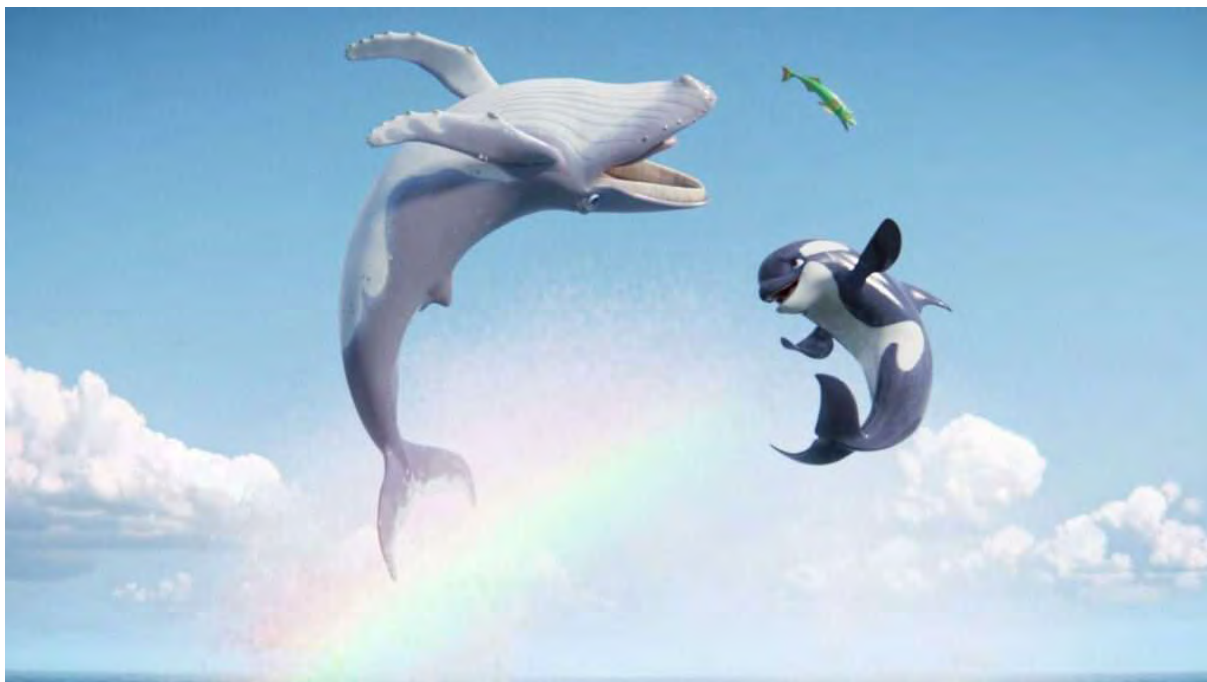
Die große SPOT-Umfrage

Ein echtes Stück Hamburg, diesmal mit Christiane Siemen: „Von lokal zu global“

- 28. September 2025 • 14:47 • SPOT Redaktion

Gibt es für die Vertreterinnen und Vertreter der Hamburger Filmbranche einen Film, den sie mit der Stadt in Verbindung bringen, der sie an ein ganz persönliches Erlebnis erinnert, der ihnen, wenn sie „Hamburg“ hören, sofort einfällt? Oder eine Serie? SPOT hat einmal rumgefragt. Hier antwortet Christiane Siemen vom Creative Europe Media Desk Hamburg.

Christiane Siemen, Leitung Creative Europe Desk Hamburg: „Als Anlaufstelle für die europäische Filmförderung geht mein Filmblick vor allem zu den Filmen, die reisen. Ich freue mich auf den „Walsänger“, produziert von der Hamburger Telescope, der in seinen sämtlichen Formaten von Film über Serie und Game von MEDIA profitiert. Die zauberhafte Geschichte wird mit Sicherheit ihren Weg in die Welt finden! Natürlich liebe ich auch den filmischen Blick auf meine Heimatstadt, wie in „Aus dem Nichts“ von Fatih Akin, der ein multikulturelles St. Pauli zeigt. Dank der MEDIA Verleihförderung lief der Film in zahlreichen europäischen Ländern. Immer von lokal zu global.“



„Der letzte Walsänger“ (Credit: Telescope Animation)

Series Lab Hamburg steigt am Comer See

• 09. Oktober 2025 • 14:14 Frank Heine

An illustrierter Stätte treffen 21 europäische Teams mit ihren Serienentwicklungen zusammen, um ihre Projekte unter professioneller Beratung voranzutreiben. Das Koproduktions- und Finanzierungstreffen ist eine Kooperation mehrerer Creative Europe Desks aus verschiedenen Ländern.



21 Projekte werden vorgestellt (Credit: Creative Europe Desk Hamburg)

Geschichten aus Europa für die ganze Welt: Schöner lässt sich die Quintessenz des bevorstehenden Series Lab Hamburg nicht beschreiben. Am 20. Oktober startet die neue Ausgabe am Comer See. 21 europäische Projekt-Teams kommen mit einer Dramaserie in Entwicklung zusammen, um Drehbuchberatungen in Anspruch zu nehmen, Netzwerke zu knüpfen und sich mit internationalen Finanzierern zu treffen.

Das Koproduktions- und Finanzierungstreffen wird organisiert von Creative Europe Desk Hamburg, Media Desk Suisse und Creative Europe Desk Italy. Weitere Kooperationspartner sind die Creative Europe Desks aus Österreich, Dänemark, Finnland, Flandern, Luxemburg, den Niederlanden, Norwegen, Schweden, Spanien und Wallonie-Bruxelles.

Das Spektrum der Geschichten ist vielfältig und umfasst Themen der Gegenwart und Vergangenheit. Thriller und Crime bleiben als Genres zwar führend, am Comer See sind aber auch Geschichten aus den Bereichen Mystery, Social Drama und Comedy vertreten. Die Serienproduktion ist von 2022 bis 2024 um fast ein Viertel zurückgegangen, dennoch gibt es weltweit weiterhin knapp 600 Serienproduktionen je Quartal. In Anbetracht zunehmender Restriktionen in den USA geht der Blick deutlich mehr in Richtung Europa. Dabei gewinnen Koproduktionen mit der Beteiligung des öffentlichen Rundfunks eine immer stärkere Rolle, u.a. weil viele Streamer ihre Investitionen gedrosselt haben.

„Originelle, diverse und relevante Geschichten gibt es von europäischen Kreativen reihenweise, und eine besondere Auswahl reist damit an den Comer See. Dank der engen Zusammenarbeit der Creative Europe Desks in Europa garantieren wir, dass alle Stoffe von Anfang an für den europäischen Markt gedacht sind“, sagt Christiane Siemen vom Creative Europe Desk Hamburg. Die gestiegene Zahl an Bewerbungen zeige, dass man weiterhin ein wichtiger Partner bei der Entstehung europäischer Serien sei, so Siemen.

Erstmalig ist das Lab eine originäre Kooperation zwischen den Ländern Schweiz, Italien und Deutschland. Alle Teams und ihre Projekte werden zwei Tage lang in kleinen Gruppen von fünf renommierten Script-Consultants betreut. Am dritten Tag haben die Teams die Möglichkeit, in Speed-Dating-Sessions mit Vertretern von Weltvertrieben, Fernsehsendern und Plattformen aus ganz Europa ihre Konzepte zu pitchten.

Partner des Series Lab Hamburg sind: MOIN Filmförderung, Letterbox Filmproduktion, SRG SSR, Film Kommission Lombardei, NDR, ARF/FDS, GARP, Independent Swiss Film Producers, SFP Swiss Film Producers Association und Villa Vigoni.



INDUSTRY / MARKET [Germany](#) / [Switzerland](#) / [Italy](#)

Series Lab Hamburg heads to Lake Como for this year's edition

by [Cineuropa](#)

14/10/2025 - Over three days, participants will receive mentorship from renowned script consultants, and pitch their projects to international financiers and distributors



The new edition of Series Lab Hamburg will unfold on Lake Como from 20 October, bringing together 21 European project teams developing drama series. Organised by [Creative Europe Desk Hamburg](#), [Media Desk Suisse](#) and [Creative Europe Desk Italy](#), the event aims to foster cross-border collaboration in European television production.

Amid a changing market in which series production has dropped by nearly one-quarter since 2022, the Lab highlights the growing importance of European co-productions, especially those involving public broadcasters. The projects selected span genres from thriller and mystery to social drama and comedy.

(The article continues below - Commercial information)

“This year’s line-up shows the wealth of original, diverse and relevant stories being created across Europe,” noted **Christiane Siemen**, of Creative Europe Desk Hamburg. The initiative marks the first joint edition between Germany, Switzerland and Italy, hosted in partnership with the Lombardy Film Commission at Villa Vigoni in Menaggio.

Over three days, participants will receive mentorship from renowned script consultants, and pitch their projects to international financiers and distributors. The Lab is supported by numerous Creative Europe Desks and regional partners across Europe, including [MOIN Filmförderung](#) and [SRG SSR](#).

The companies taking part in this year’s edition are as follows:

[Akka Films](#) (Switzerland)
[Banijay](#) Finland (Finland)
[Catpics](#) (Switzerland)
[Citrullo International](#) (Italy)
[Deal Productions](#) (Luxembourg)
[Filmgerberei](#) (Switzerland)
[Ginger Film Flanders](#) (Belgium)
[Glitter and Doom](#) (Austria)
[Letterbox Filmproduktion](#) (Germany)
[made in copenhagen](#) (Denmark)
[Matrioska](#) (Italy)
[Need Productions](#) (Belgium)
Nordic Drama Queens (Sweden)
[Oma Inge Film](#) (Germany)
[Rubicon Produksjon](#) (Norway)
Signed Media (Germany)
[Tamtam Film](#) (Germany)
[tellfilm](#) (Switzerland)
[Topkapi Films](#) (Netherlands)
Writing Box (Italy)

Hamburger Abendblatt

Film, Kino, TV

NIKI DE SAINT PHALLE

Dienstag, 27.05.2025 / 17:00 Uhr / [3001 Kino](#)

Zu Beginn der 1950er Jahre reist die junge Niki de Saint Phalle, die in den USA lebt, gemeinsam mit ihrem Ehemann und ihrer Tochter, in ihre Heimatstadt Paris. Weit weg von ihrer restlichen Verwandtschaft will sie sich hier ein neues Leben aufbauen. Doch die Erinnerungen an ihre schreckliche Kindheit holen sie immer wieder ein. Schließlich findet sie in der Kunst eine Möglichkeit, sich auszudrücken und das Erlebte zu verarbeiten.

Weitere Informationen:

Sprache/Fassung: Originalfassung mit Untertiteln (OmU)

Darsteller: Charlotte Le Bon, Damian Bonnard, John Robinson

Regie: Céline Sallette

Genre: Biografie

Land: Frankreich, Belgien, 2023

Länge: 98 Minuten

FSK: 12

Eintritt frei, bitte Tickets reservieren unter: [3001 KINO](#)

Präsentiert von Creative Europe Desk Hamburg und Senatskanzlei Hamburg im Rahmen der Europawoche 2025

Im Zeichen der Vielfalt

Hamburger Europawochen 2025

27. Mai 2025, 17:00 Uhr: Kinoabend, 3001 Kino, Schanzenstraße 75

Kostenloser Filmabend anlässlich der Europawochen 2025. Gezeigt wird der Film „Niki de Saint Phalle“ von Céline Sallette. Er porträtiert das Leben der gleichnamigen Künstlerin, die durch ihre farbenfrohen Nana-Skulpturen bekannt geworden ist. Französisches Original mit Untertiteln.

Bitte Tickets reservieren unter: [3001 KINO](#)

Präsentiert von Creative Europe Desk Hamburg und Senatskanzlei Hamburg



AUDIENCE DEVELOPMENT AND FILM EDUCATION

Deadline: 27 March 2025

Audience Development. Foto: © European Commission

EUROPEAN
CINEMAS
Creative Europe MEDIA

10.30 Uhr: Audience Development & Film Education (Einreichtermin 27.03.25)

11.30 Uhr: European Co-Development — für Produzent*innen (Einreichtermin 12.02.25)

12.30 Uhr: Skills and Talent Development — für Trainings-Initiativen (Einreichtermin 24.04.25)

Ort: EFM Conference Lounge im Gropius Pavillon, es wird zur Teilnahme weder eine Anmeldung noch eine Akkreditierung benötigt.

ShareDoc - empower your audience!

Die Audience Development Förderung von MEDIA

Vom European Arthouse Cinema Day bis hin zum European Filmclub — MEDIAs „Audience Development and Film Education“ Förderung unterstützt kreative Projekte, die zum Ziel haben, ein breites und vielfältiges Publikum für europäische Filme zu begeistern. Aber auch soziale Aspekte können im Fokus stehen, so wie bei der Initiative Share Doc, die von MEDIA mit 165.000 Euro gefördert wurde.

Share Doc — kleiner QR Code mit großer Wirkung

Dokumentarfilme greifen häufig brisante Themen auf, nehmen uns mit in die Katastrophen- und Krisengebiete dieser Welt — und sie lassen uns zwar informiert, aber häufig ratlos zurück. Was können wir tun gegen dieses schale Gefühl, das oft nachklingt? Die niederländische Dokumentarfilm-Regisseurin und Produzentin Anne-Marie Borsboom hatte vor Jahren eine zündende Idee: Sie gründete ShareDoc, eine Peer-to-Peer-Plattform, auf der die Zuschauer*innen aktiv werden können, noch während der Abspann läuft.

Dort wird ein QR-Code angezeigt, mit dessen Hilfe Spendenwillige schnell und unproblematisch beispielsweise bestimmte Protagonist*innen oder auch Wohltätigkeitsorganisationen unterstützen können. Das Publikum kann ebenfalls konkrete Maßnahmen ergreifen wie die Unterzeichnung einer Petition — oder gleich die Organisationen eines Protests, um das Bewusstsein für das Anliegen des jeweiligen Films zu schärfen.

Gespendet werden kann, was immer möglich ist — jeder noch so kleiner Beitrag zählt. Was bisher zusammenkam, reicht von 10 Euro für EREN von Maria Binder über das Leben der türkischen Aktivistin Eren Keskin, die sich für die Rechte von Frauen, Minderheiten und der LGBTIQ Community in ihrem Land einsetzt, bis hin zu über 30.000 Euro für DAUGHTERS OF

THE SUN der niederländisch-kurdischen Filmemacherin Reber Dasky. Der Film erzählt die Geschichte neun junger Yazidi Frauen, die vom IS gekidnappt wurden und nach ihrer Befreiung wieder zurück ins Leben finden.

Mitmachen: So geht's

Nach der Registrierung können Filmemacher*innen bei ShareDoc eine Seite für ihren Film anlegen: Trailer und/oder Fotos, Synopsis und andere Materialien werden hochgeladen, zusammen mit einer Beschreibung, warum Protagonist*innen oder eine Wohltätigkeitsorganisation Hilfe benötigt. Sobald die Seite fertig und veröffentlicht ist, gibt es einen QR-Code, über den das Publikum spenden kann. Ergänzend dazu kann eine Mikro-Werbekampagne auf den Festivals, die den Film zeigen, hilfreich sein.

Die Plattform ist für Filmemacher*innen kostenlos, es fallen lediglich die Kosten des Zahlungsverkehrs an.

Alle Informationen auf Share-Doc.org/de.

Und wer selbst eine kreative Idee für „Audience Development and Film Education“ hat: Der nächste Einreichschluss für die Förderung ist der 27. März 2025.

Alle Details finden Sie auf unserer Website.

MEDIA auf der Berlinale

Am Montag, 17. Februar, gibt es auf der Berlinale diverse Info-Sessions über verschiedene Förderlinien:

9.30 Uhr: European Festivals (Einreichtermin 11.03.25)

European Shooting Stars

Auch in diesem Jahr bringt die MEDIA geförderte Initiative European Film Promotion zehn vielversprechende europäische Schauspieltalente auf die Berlinale. Die Youngster werden ins rechte Branchenlicht gerückt und treffen unter anderem Casting-Direktor*innen, Talent Scouts und Produzent*innen. Deutscher Shooting Star in diesem Jahr ist Devrim Lingnau, die vielen bekannt ist als Gesicht der mit dem Emmy ausgezeichneten Netflix-Dramaserie DIE KAISERIN (2022), für die sie 2023 mit dem Deutschen Schauspielerpriis in der Kategorie Nachwuchs geehrt wurde.

Creative Europe Desk Hamburg steht für alle Fragen rund um die Antragstellung und für Neuigkeiten aus der Film- und Medienbranche Europas bereit. Darüber hinaus informiert Creative Europe Desk Hamburg im monatlichen Newsletter und in weiteren Publikationen über das MEDIA Programm. Alle offenen MEDIA Aufrufe mit ihren Einreichterminen entnehmen Sie bitte unserer Website und kommen Sie bei Bedarf gern auf uns zu!

Britta Erich

Creative Europe Desk Hamburg

Tel. 040/390 65 85

info@ced-hamburg.eu

www.creative-europe-desk.de

Shooting Stars 2025. Foto: © European Film Promotion



Nichts für schwache Nerven: Das Full Moon Creative Lab

Thriller, Horror und Fantasy stehen im Fokus des EU-unterstützten „Full Moon Creative Lab“ für Serien, das von der rumänischen Filmförderung und dem Transilvania International Film Festival (TIFF) ins Leben gerufen wurde. Die EU-Förderung „Writing European“ ermöglicht europäischen Drehbuchautor*innen, die sich auf Genre-Fernsehserien spezialisiert haben, unter Anleitung von internationalen erfahrenen Fachleuten fesselnde High-End-Serien zu entwickeln. In drei einwöchigen Präsenz-Workshops im idyllischen Transilvanien geht es um Gänsehaut bis zum Schluss: Die Projekte werden in Writers Rooms zur Finanzierungsreife gebracht, krönender Abschluss mit viel Nervenkitzel ist das Pitching vor internationalen Entscheider*innen auf dem Transilvania Filmfestival im Juni 2025.

Für das aktuelle Full Moon Creative Lab konnten der Drehbuchautor und Produzent Frank Spotnitz (USA), die Produzentin und Autorin Agathe Berman (Frankreich) und die Autorin und Regisseurin Geo Doba (Rumänien) als Mentor*innen gewonnen werden. Claudia Droc vom TIFF erklärt: „Aufbauend auf den Erfahrungen des Full Moon Script Contest und dem Full Moon Horror & Fantasy Film Festival wissen wir, dass es einen florierenden Markt für Genre-Inhalte gibt, insbesondere in den Bereichen Thriller, Fantasy und Horror. Es besteht eine große Nachfrage nach Inhalten mit lokalen Elementen, die das Publikum über Grenzen, Sprachen und Kulturen hinweg ansprechen können.“



Daria Stilin. Foto: © Daria Stilin

Autorin und Regisseurin Daria Stilin aus Kroatien ist begeistert:

„Das Full Moon Creative Lab ist eine wunderbare Gelegenheit, die Arbeit in einem wirklich internationalen Writers Room zu erleben. Das Besondere: Alle hier sind interessiert an Serien, die sich um Horror und Nervenkitzel drehen. Wir sind zwölf Teilnehmer*innen, die in Writers Rooms an insgesamt drei ausgewählten Projekten arbeiten. Die Leitung der Writers Rooms

liegt bei erfahrenen Headwriters, aber die Verantwortung – und die Freude – an der Gestaltung der behandelten Projekte wird gleichmäßig auf die Gruppe verteilt. Jede Gruppe wird von engagierten Mentor*innen unterstützt, von denen wir viel lernen können. Auch dieser sagenumwobene Ort trägt natürlich zu der besonderen Stimmung bei! Ich weiß, das alles klingt wie ein großes Lob, aber es ist wohlverdient.“ Daria Stilin ist unter anderem Absolventin des ebenfalls MEDIA-geförderten European Showrunner Trainings der IFS Köln.

Über Writing European

Ziel der „Writing European“-Förderung der Europäischen Kommission ist die Unterstützung europäischer Talente bei der gemeinsamen Arbeit an High-End-Dramaserien. Im Fokus stehen dabei alle Themen des kreativen Schreib- und Entwicklungsprozesses, vom Storytelling über das Pitching bis zum erfolgreichen Verkauf, immer unter Berücksichtigung der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit.

Ob es ein nächstes „Full Moon Creative Lab“ gibt, stand bei Redaktionsschluss noch nicht fest. An Bedarf zumindest mangelt es nicht – für die laufende Edition hat es 80 Bewerbungen gegeben.

Und wer auf den Geschmack gekommen ist: Transilvania International Filmfestival

Das 2002 gegründete Transilvania International Film Festival ist das erste und größte internationale Filmfestival in Rumänien und eines der wichtigsten Filmereignisse in der Region mit über 100.000 Besucher*innen bei jeder Ausgabe. Es findet jährlich im Juni im Herzen Siebenbürgens statt, in Cluj-Napoca, einer modernen Stadt mit einer reichen Geschichte. Seit 2021 gehört der Ort dank des TIFF zum Netzwerk der UNESCO City of Film.

Das Festival hat es sich zur Aufgabe gemacht, neue Stimmen im Kino zu entdecken, aber es zeigt auch die am meisten erwarteten und preisgekrönten Filme der Saison sowie provokante und kontroverse Produktionen.

Immer aktuell: MEDIA-Trainings

MEDIA fördert eine Reihe von Weiterbildungsmaßnahmen für die Branche: Für Script- und Projektentwicklung, für Postproduktion, Marketing und mehr. Eine Übersicht finden Sie auf unserer Website: www.creative-europe-desk.de/get-trained

FULL MOON
CREATIVE LAB
2nd EDITION

Thriller, fantasy
and horror writing
for series

Apply on tiff.ro
Deadline: **15 Sept 2024**

FIND OUT MORE ON www.tiff.ro OR GET IN TOUCH: fullmooncreativelab@tiff.ro

Co-funded by the European Union

ROMANIAN FILM FESTIVAL

Creative Europe MEDIA: Neue Aufrufe im Herbst

Die meisten Aufrufe sind zur Zeit geschlossen, die neuen Calls, auch für Produzent*innen, werden im Herbst erwartet.

Creative Europe Desk Hamburg steht für alle Fragen rund um die Antragstellung und für Neuigkeiten aus der Film- und Medienbranche Europas bereit. Darüber hinaus informiert Creative Europe Desk Hamburg im monatlichen Newsletter und in weiteren Publikationen über das MEDIA-Programm. Alle offenen MEDIA-Aufrufe mit ihren Einreichterminen entnehmen Sie bitte unserer Website und kommen Sie bei Bedarf gern auf uns zu!

Britta Erich

EUROPEAN CINEMAS
Creative Europe MEDIA

Creative Europe Desk Hamburg

Tel. 040/390 65 85

info@ced-hamburg.eu

www.creative-europe-desk.de



Find a film friend: Kino aus der Leihbücherei

Kein Kino in der Nähe und auch keine Stadt mit einem Kino? Keine Lust mehr auf Netflix & Co? Aber einen Bücherei-Ausweis? Wir hätten da einen Tipp für Sie: **filmfreund.de**, von Creative Europe MEDIA mit 270.000 Euro gefördert im Bereich „Audience Development“.

Filmfreund.de ist das VoD-Filmportal der öffentlichen Bibliotheken. Gestartet 2017 in Deutschland, der Schweiz und in Österreich, sind mittlerweile auch Bibliotheken in Luxemburg, Belgien, Frankreich und Liechtenstein hinzugekommen. Und auch jenseits des großen Teichs streamen inzwischen zahlreiche filmfriends über beteiligte Libraries in den USA und Kanada und bibliotecas municipales in Mexiko. Das Portal, entwickelt von der Potsdamer filmwerte GmbH, erreicht mit einem herausragenden Konzept sowie hochwertigen Programmen und Partner*innen eine interessante Schnittmenge zweier Zielgruppen: Lesende und Kino begeisterte.

Wer Mitglied einer der 858 teilnehmenden Bibliotheken ist, kann bei **filmfreund.de** auf ca. 3.000 Filme und 180 Serien zugreifen – und zahlt nicht mehr als die normalen Gebühren der Bibliothek. Es sind nicht nur die Büchereien der größeren Städte, die bei **filmfreund.de** vertreten sind, sondern gerade auch kleinere und mittlere Orte, wo Arthouse-Kinos kaum oder weniger präsent sind.

Viel Genie, ein Klecks Wahnsinn: Die Figuren des Mads Mikkelsen

Das Angebot reicht von deutschen Klassikern über anspruchsvolle Dokumentarfilme bis hin zu internationalem Arthouse-Kino und Kinderserien. Der Katalog wird stetig erweitert, und zu entdecken gibt es neben zahlreichen Perlen der europäischen Filmkunst wie *PETITE MAMAN* von Céline Sciamma oder *WO IN PARIS DIE SONNE AUFGEHT* von Jacques Audiard auch ganze Kollektionen: Der Titel „Viel Genie, ein Klecks Wahnsinn: Die Figuren des Mads Mikkelsen“ bietet

eine Reihe mit Filmen des dänischen Darstellers bis hin zu einem Werk aus dem Jahr 2002 *DINA – MEINE GESCHICHTE* von Ole Bornedal, in dem Mikkelsen bereits an der Seite von Pernilla August und Gérard Depardieu spielte.

Aber auch der Nachwuchs ist vertreten: „Junge Filmkünstler*innen und ihre ersten Werke“ heißt die Reihe, und der Klick zur entsprechenden Seite verspricht großes Filmvergnügen.

Parallel zu den Filmen vermittelt **filmfreund** Hintergrundinformationen zu den Filmschaffenden, insbesondere den Regisseur*innen, Produzent*innen und Darsteller*innen. Und auch, wenn der Schwerpunkt auf Arthouse liegt, ist das Programm bewusst vielfältig kuratiert und legt großen Wert auf Qualität und Auswahl für unterschiedliche Zielgruppen – vom Kinderzimmer bis zur cineastischen Entdeckungstour.

Und wie gesagt, **filmfreund** ist für Mitglieder der angeschlossenen Bibliotheken kostenlos. Und sehr benutzerfreundlich noch dazu!

Melden Sie sich einfach wie gewohnt mit Ihrer Bibliotheks-Ausweisnummer oder Ihrem Hochschul-Account sowie Ihrem Passwort an. Wer wissen möchte, ob die Bibliothek des Vertrauens dabei ist, wird hier fündig: weristdabei.filmfreund.de.

Oder vielleicht doch mal wieder ins Kino?

Wo wir gerade beim Thema sind: Am 23. November findet zum zehnten Mal der **European Arthouse Cinema Day** statt. Seit 2016 haben mehr als 700 Kinos in weltweit über 40 Ländern an diesem Feiertag des Arthouse Kinos teilgenommen. Geboten wird stets ein großartiges Programm mit Vorpremieren, Filmen für

ein junges Publikum und Klassikern der europäischen Kinogeschichte. Organisiert wird der Tag von der CICAIE – dem internationalen Verband der Filmkunsttheater – in Zusammenarbeit mit Eurimages und dem Netzwerk Europa Cinemas.

Die diesjährige Ausgabe bietet die Gelegenheit, eine starke politische Botschaft zu senden: „Arthouse-Kinos sind zentrale Orte der Demokratie, an denen Dialog und Gemeinschaft gedeihen und zu einer gesunden Gesellschaft beitragen“, so heißt es auf der Veranstalter-Website. Auch in Deutschland sind zahlreiche Kinos dabei, in großen wie in kleinen Städten.

Alle aktuellen Einreichtermine des MEDIA Programms und viele Informationen rund um die Calls finden Sie auf unserer Website www.creative-europe-desk.de. Creative Europe Desk Hamburg steht für alle Fragen rund um die Antragstellung und für Neuigkeiten aus der Film- und Medienbranche Europas bereit. Darüber hinaus informieren wir im monatlichen Newsletter und in weiteren Publikationen über das MEDIA Programm.

Britta Erich

Quelle: filmfreund.de

**EUROPEAN
CINEMAS**
Creative Europe MEDIA

Creative Europe Desk Hamburg

Tel. 040/390 65 85
info@ced-hamburg.eu
www.creative-europe-desk.de

20
NOV
–
30
NOV

FILMFEST-GOETTINGEN.DE

46. europäisches
filmfestival
göttingen

Gefördert von:

nordmedia
■■ ■■ ■■■ ■■■■

**LANDSCHAFTS
VERBAND**
SÜDNIEDERSACHSEN

GÖTTINGEN
STADT, DIE WISSEN SCHAFFT

LANDKREIS GÖTTINGEN