

COLOR GRADING

SpeedGrade

COMPOSITING

Nuke

EDITING

Avid & Apple

PRESENTATION & ONAIR GRAPHIC

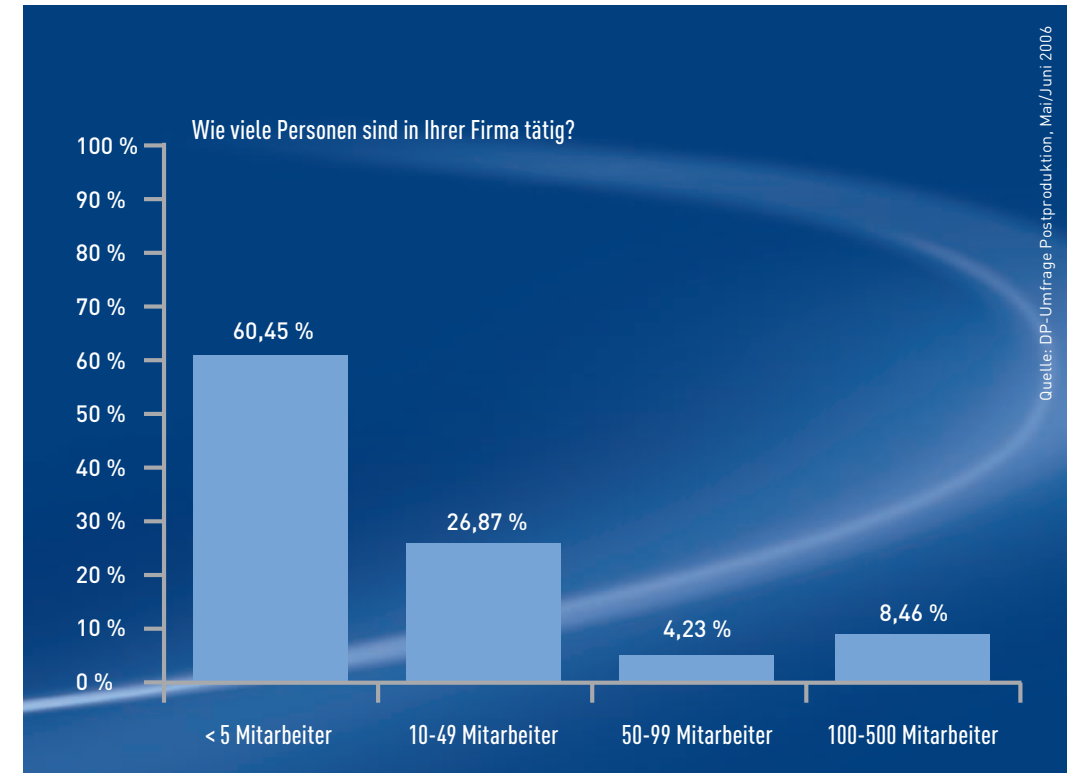
Ventuz

SOLUTIONS.

www.dve.de



for more information please call + 49.89.608.555.90 + 49.2103.396.480 www.dve.de



Deutsche Postproduktions-Häuser sind gemessen an der Mitarbeiterzahl zumeist Kleinbetriebe

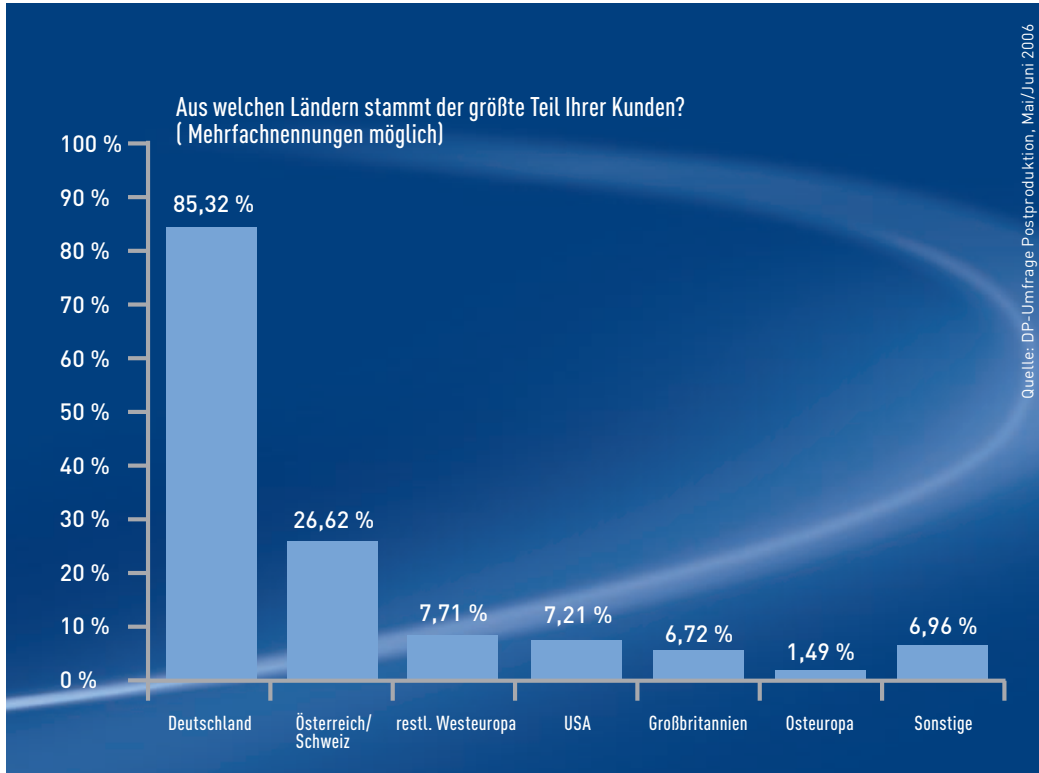
MEHR „MADE IN GERMANY“

Trotz struktureller Probleme: Im Umfeld steigender Filmproduktionszahlen und eines wachsenden Bedarfs an digitalen Effekten und Animationen hellt sich die Stimmung im Postproduktions-Markt auf.

Seit nunmehr drei Jahren bewertet die DIGITAL PRODUCTION im Rahmen dieser Beilage den Postproduktionsstandort Deutschland. Und noch nie schien die Marktsituation so aussichtsreich wie im Zeitraum 2005/6. War der Rückblick auf das Jahr 2003 noch von den Insolvenzen zahlreicher Medienunternehmen geprägt, ließ sich 2004 bereits ein Aufwärtstrend in der Branche erkennen. Für das Jahr 2005 schätzt die Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (www.obs.coe.int) die Gesamtzahl der in den 25 EU-Staaten produzierten Filme auf knapp 800, 37 Filme mehr als 2004. Die meisten Länder der EU melden stabile oder steigende Produktionszahlen. Frankreich, Spanien und Deutschland erreichten sogar Rekordmarken:

Allein hierzulande wurden nach Angaben der Informationsstelle im Jahr 2005 insgesamt 146 Filme uraufgeführt.

So gesehen, sollte man davon ausgehen, dass die Postproduktions-Industrie in ähnlichem Maße vom Anstieg der europäischen Filmproduktion profitiert. Denn die von ihr angebotenen Dienstleistungen wie Compositing und Farbkorrektur, aber auch Animation und VFX sind bei modernen Filmproduktionen längst so unerlässlich wie der klassische Schnitt. In den USA gilt noch immer die eiserne Regel: 25 Prozent des Gesamtbudgets fließen in die Postproduktion. Diese Größenordnung lässt sich allerdings nicht auf den deutschen Markt übertragen. „Deutschland liegt zwischen Hollywood und Bollywood, so auch die VFX-Budgets“, konstatiert Michael Coldewey, Geschäftsführer der Münchener Produktionsfirma Trixter und nebenberuflich Vorstand des Vereins deutscher Animationsproduzenten (VdAP): „Wir können aber durch intelligente Organisationen und Strukturen



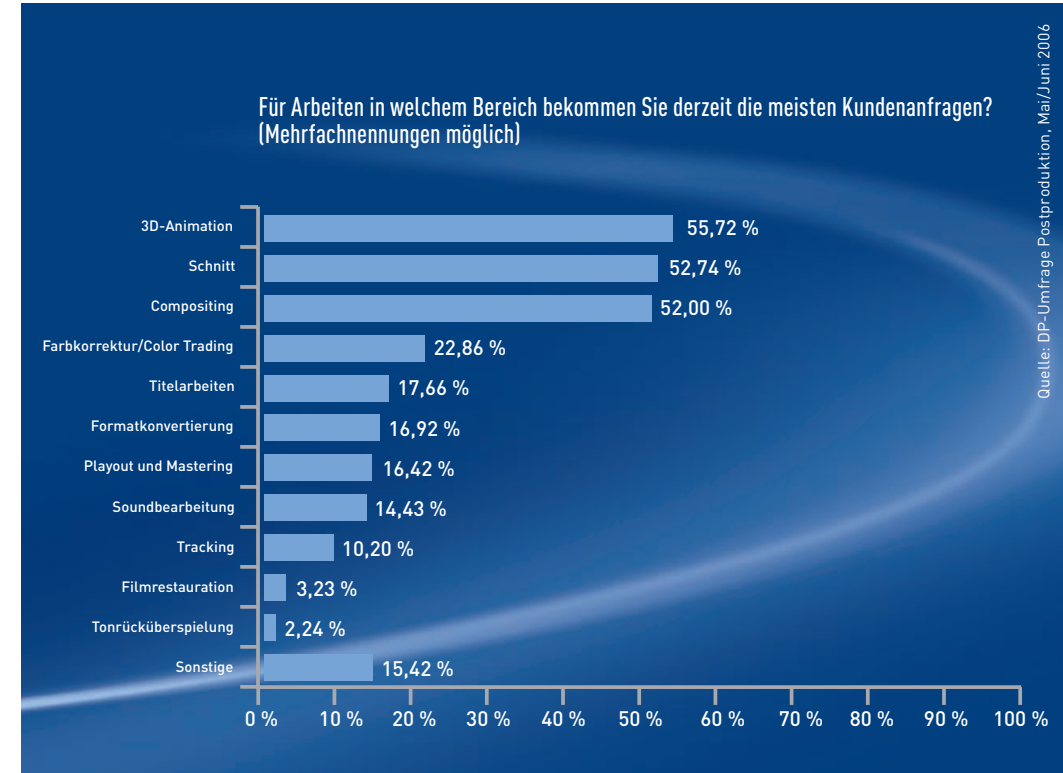
Die Post-Häuser bedienen vorrangig den deutschsprachigen Markt, Resteuropa hat nur geringe Bedeutung

wesentlich mehr aus einem Budget herausholen als zum Beispiel die US-Postproduktionen.“ Ein prominentes Beispiel dafür ist „Hui Buh“, der neue Film mit Michael „Butly“ Herbig als Schlossgespenst. Das Besondere am Film sind nicht nur die geschätzten 10 Millionen Euro Produktionsbudget, sondern auch die Tatsache, dass mit Hui Buh der erste komplett in 3D animierte Hauptdarsteller in einem deutschen Kinofilm zu sehen ist. Die digitalen Effekte hierfür schufen die Münchner Firmen CA Scanline und Trixter Film in einer Gemeinschaftsarbeit (siehe DP 05:06).

GROSSE UNTERSCHIEDE BEI DER FÖRDERUNG

Der größte Teil der deutschen Kinofilme muss aber mit weit geringeren finanziellen Mitteln auskommen. Nur etwa 15 Prozent der deutschen Produktionen haben ein Gesamtbudget von über 5 Millionen Euro zur Verfügung. Ohne Fördermittel würde es kaum ein deutscher Film in seiner Originalfas-

sung ins Kino schaffen. Auch Hui Buh erhielt bundesdeutsche und bayerische Produktionsförderung in Höhe von 2,2 Millionen Euro (laut „Blickpunkt Film“ 1,6 Millionen Euro FilmFernsehFond; 0,6 Millionen Euro BFA). Dennoch gibt es zahlreiche Produzenten, die den Mangel an zielorientierten Förderprogrammen in Deutschland beklagen. So werden zum Beispiel Zeichentrickserien in Ungarn mit 20 Prozent, in Kanada und Australien mit bis zu 50 Prozent und in Frankreich sogar mit 80 Prozent des jeweiligen Budgets gefördert. „Man darf nicht neidisch in die Länder der aufgehenden Sonne blicken, sondern muss das Ruder herumreißen“, relativiert Col-dewey jedoch: „Wir haben hier ausgezeichnete Möglichkeiten und einen FilmFernsehFonds, der viel dafür getan hat, Film- und TV-Produktionen in Deutschland möglich zu machen.“ 2005 sind fast 18 Millionen Euro Förderbeiträge in die Top-20-Titel der besucherstärksten Filme in Deutschland geflossen. Unter dem Titel „Anreiz zur Stärkung der Filmproduktion in Deutschland“



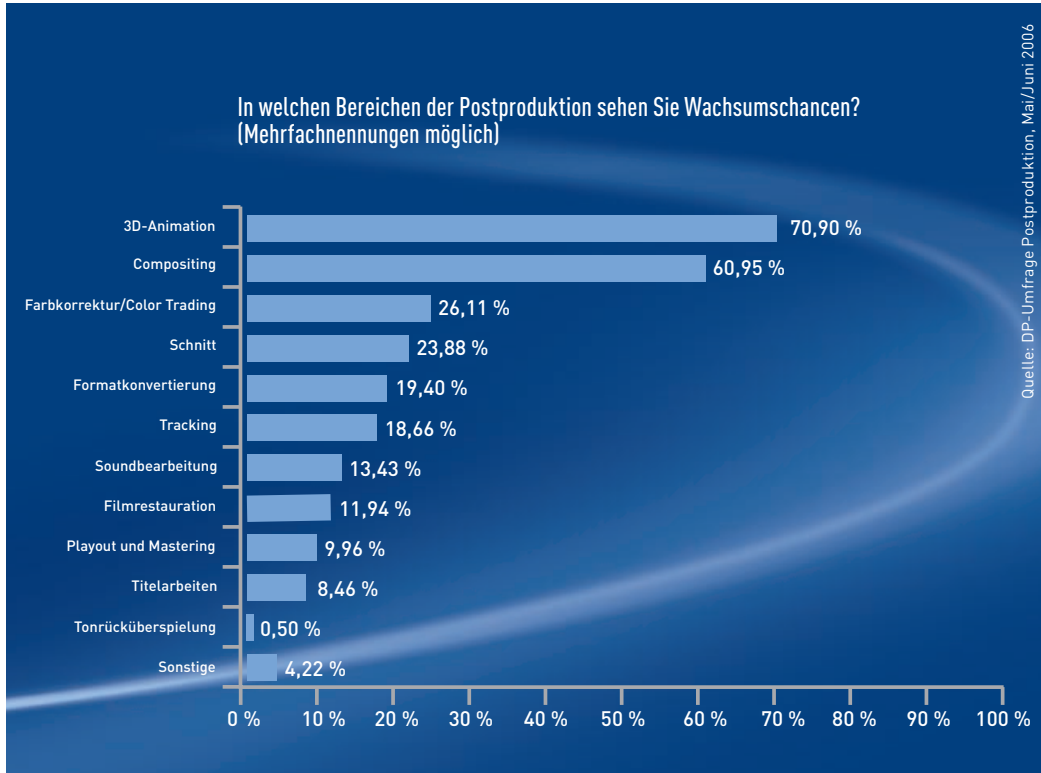
3D, Schnitt und Compositing bilden das Brot-und-Butter-Geschäft deutscher Post-Dienstleister

sollen ab 2007 jährlich gar 60 Millionen Euro für ein neues Finanzierungskonzept zur Unterstützung der hiesigen Filmproduktion zur Verfügung gestellt werden. Europäische Fördermittel sind hier noch nicht mit eingerechnet. 2005 lag das Budget des Media-Plus-Filmförderprogramms der Europäischen Union bei fast 18 Millionen Euro. Die Kommission erwartet für das Jahr 2006 die Freigabe einer ähnlichen Summe – davon träumen wiederum US-amerikanische Produzenten. Unter anderem in der Hauptstadt wurde in den vergangenen Monaten fleißig animiert: Mit einem Budget von rund 44 Millionen Euro gilt „Happily N´Ever After“ als der aufwändigste Film, der bislang in Europa komplett in 3D produziert wurde. Er entstand bei der BFC Berliner Film Companie Productions GmbH in Zusammenarbeit mit John H. Williams, dem Produzenten von „Shrek“. „Bei der Produktion kamen zirka 800 internationale Kreative und technische Profis zum Einsatz. Knapp 200 davon arbeiteten während der Produktion in Berlin“, summiert Rainer Soehnlein, Co-CEO der Ber-

liner Film Companie. Für Chad Hammes, Co-Produzent von „Happily N´Ever After“, bieten Deutschland und speziell der Standort Berlin die ideale Plattform zum Durchführen internationaler Großproduktionen: „In Deutschland war es für die Produktion problemlos möglich, Talente aus verschiedenen EU-Ländern zum Arbeiten nach Berlin zu holen. In den USA wäre das – wenn überhaupt – nur mit einem erheblichen Mehraufwand realisierbar gewesen“, stellt Hammes fest.

WENIGER FERNSEHFILME, MEHR EFFEKTE

Die deutschen Sender produzieren mit etwa 200 Fernsehfilmen jährlich zwar zirka ein Drittel weniger als noch vor fünf Jahren. Dafür zeigt sich jedoch vor allem im vergangenen Jahr ein Trend zum effektgeladenen Genre: Animationen und VFX „Made in Germany“ unterhielten die Zuschauer von „Die Sturmflut“, „Hai-Alarm auf Mallorca“, „Staufenberg“, „Dresden – der Brand“, „Das Gespenst von Canterville“, „Die Hexe Lilly“ oder „Die Hexen



Keine Überraschungen: Die größten Wachstumschancen sehen Post-Häuser in ihrem Kernarbeitsfeld

vom Prenzlauer Berg“, um nur einige der zahlreichen Produktionen zu nennen. Im WM-Jahr 2006 kamen zahlreiche Arbeiten rund um das Thema Fußball hinzu, zum Beispiel eine Umsetzung der deutschen Nationalkicker für ProSieben Online, von der Scopas Media AG mit witzigen Stop-Trick-Animationen und Knetmasse in Szene gesetzt. Sogar täglich produzierte die Plazamedia-Tochter Creation Club für Premiere die „WM-Experten“ (siehe DP 04:06), die erste Flash-animierte Serie im deutschen Fernsehen.

STARKE KONZENTRATION AUF DEN HEIMATMARKT

Auch wenn sich die nationale Nachfrage nach Animationen und VFX grundsätzlich positiv entwickelt, fallen die Produktionsvolumina im Vergleich zum internationalen Markt deutlich geringer aus. Über 90 Prozent der Unternehmen in Deutschland arbeiten zu 95 bis 100 Prozent nur für den nationalen Markt. Die restlichen Aufträge stammen ausschließlich aus den EU-Ländern. Woran kann das liegen? „Die Einbindung von Dienstleistern in in-

ternationale Koproduktionen folgt natürlich immer den Intentionen der jeweiligen Koproduzenten. Diese haben sehr oft Anforderungen aus zu erbringenden Regionaleffekten“, argumentiert Trixter-Chef Coldewey: „Stammt keiner der Produzenten aus Deutschland, was aufgrund des durch die Gesetzgebung verursachten Einbruchs deutscher Beteiligung an internationalen Koproduktionen sehr wahrscheinlich ist, kann ein solcher Regionaleffekt natürlich kaum durch deutsche Dienstleister erbracht werden. Insofern leiden hiesige Dienstleister unmittelbar unter einer gegen die nationale Filmwirtschaft gerichteten Gesetzgebung in Deutschland.“

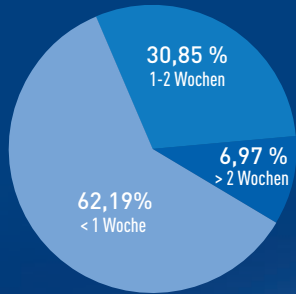
Trotz aller Schwierigkeiten blicken deutsche Postproduktions-Häuser aber vergleichsweise zuversichtlich in die Zukunft: Über 47 Prozent erwarten, dass die Geschäftsentwicklung ihrer Firma „besser“ verläuft, von einer „schlechteren“ Entwicklung gehen nur rund 7 Prozent aus. Das zeigt die große Online-Umfrage der DIGITAL PRODUCTION zum Thema Postproduktion, die von Ende Mai bis Mitte Juni 2006 die Stimmung im Markt ermittelte (siehe Grafiken). Vor allem in den Bereichen 3D-

Realsoft 3D^{5.1}

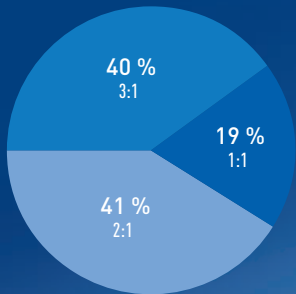
professional modeling, rendering and
animation tools for production of high quality,
photorealistic computer graphics

www.realsoft3d.de

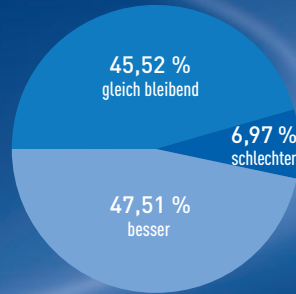
Wieviel Zeit investieren Sie durchschnittlich in Layout-Projekte, um Pitches zu gewinnen?



Wie ist Ihr Verhältnis von kalkulierten Anfragen zu erteilten Aufträgen bei Ihnen/Ihrer Firma im Durchschnitt?



Wie beurteilen Sie die Geschäftsentwicklung Ihrer Postproduktions-Firma?



Quelle: DP-Umfrage Postproduktion, Mai/Juni 2006

Im Rahmen ihrer Wettbewerbsbedingungen blicken Post-Dienstleister meist positiv in die Zukunft

Animation und Compositing sehen demnach viele Posthäuser noch Wachstumchancen für sich.

Für eben diese Aufgabengebiete entstehen derzeit neue Ausbildungsangebote, um die nötigen Qualifikationen zu vermitteln. Professor Dr. Gabriele Gorderbauer-Marcher, Geschäftsführerin des MedienCampus' Bayern, sieht beispielsweise „ein großes Zukunfts- und Wachstumspotenzial in der Animationsbranche“. Gemeinsam mit der Bayerischen Akademie für Fernsehen engagiert sich der MedienCampus Bayern – 1998 als gemeinnütziger Verein vom Freistaat Bayern in Zusammenarbeit mit Institutionen für Medienaus- und -weiterbildung gegründet – für ein neues Lehrangebot, das sich stark an den Marktbedürfnissen orientiert. Das Studium soll Techniken der 2D/3D-Animation vermitteln, den Umgang mit Software wie Cinema 4D, Maya und Shake, Grundwissen in der Bild- und Tonaufzeichnungstechnik sowie bildästhetisches Urteilsvermögen und dramaturgische Kenntnisse: Studienbeginn ist der 4. Oktober 2006.

Abseits der Debatten um Finanzierung und Fördermittel geht die Arbeit im Postproduktionsmarkt weiter. Unter dem Arbeitstitel „Tornado“ werden beispielsweise bei Elektrofilm die Auswirkungen einer Naturkatastrophe in Berlin visualisiert. Bei Hahn Film in Berlin soll in den kommenden Monaten die Serie „Arabian Nights“ in Produktion gehen. Pressemeldungen und Branchengeflüster nach zu urteilen, sind derzeit zahlreiche weitere Firmen mit aktuellen Projekten beschäftigt. Man

darf also gespannt sein, wie sich die Postproduktions-Branche weiter entwickelt – kreativ und kommerziell.

► Gert Zimmermann

Der Autor ist Geschäftsführer des Beratungsunternehmens Filmtools Consult in München. Zu dessen Dienstleistungsspektrum zählen Aus- und Weiterbildung und technisches Marketing sowie Unternehmensfach- und Produktberatungen bei Film- und TV-Produktionen. Es war an diversen deutschen Fachkongressen beteiligt und hat sich als fachberatender Dienstleister etabliert.

IMPRESSUM

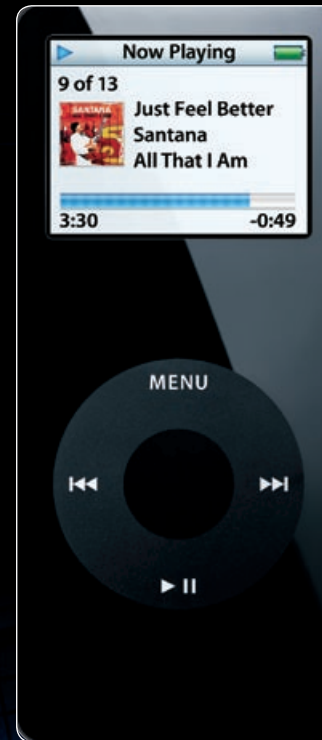
„DPCOMPACT“ ist eine Sonderveröffentlichung zur DIGITAL PRODUCTION 05:06

Titel: Avid/punchin.pictures; Quantel/tweaklab

Verantwortlich für den Inhalt: Ralf Gruber
Anzeigenleitung: Jürgen Pfister (verantwortlich für Anzeigen)
Anzeigenverkauf: Heidrun Grasser,
 Telefon: +49 (0)89 – 89817 – 337, hg@rbi.de

Reed Business Information GmbH
 Gabrielenstraße 9, 80636 München
 Telefon: +49 (0)89 – 89817 – 0
 Telefax: +49 (0)89 – 89817 – 350

DIESE TREND-PRÄMIE GEHÖRT BALD IHNEN, WENN SIE UNS EINEN NEUEN ABONNENTEN EMPFEHLEN. EINE EMPFEHLUNG, DIE SICH LOHNT!



APPLE IPOD NANO 4 GB (1.000 Songs)

Alles, was den iPod auszeichnet, gibt es jetzt kleiner. Überraschend klein. Der iPod nano ist so flach wie ein Bleistift und bietet alle beliebten iPod-Funktionen in einem unglaublich kompakten Design. Er ist so klein, dass Sie Ihre Musik an Orte mitnehmen können, die Sie sich nie hätten träumen lassen. Sie hören richtig! Nennen Sie es erstaunlich. Unglaublich. Oder sogar unmöglich. Nehmen Sie ihn dann in die Hand. Sehen Sie sich das brillante Farbdisplay an. Setzen Sie die Ohrstöpsel ein und drehen Sie Ihre Musik auf. Und auf einmal wird unmissverständlich klar: Es ist ein iPod. Zuzahlung für Jahresabo 145 Euro! Zuzahlung für 2-Jahresabo 90 Euro!

EXKLUSIVE TREND-PRÄMIE MIT KULT-FAKTOR!



Rufen Sie jetzt an und bestellen Sie noch heute DIGITAL PRODUCTION:
Telefon-Serviceline
+49 (0) 61 23/92 38 213

oder bestellen Sie Ihr Abonnement einfach und bequem im Internet unter:
www.digitalproduction.com