

„Wir haben über die Jahre gute Partner in Babelsberg gefunden“

**Wirtschaftliche Situation der Animationsfilmer verbessert sich langsam wieder
Anteil europäischer Animationen ist bei TV-Sendern auf 40 Prozent gestiegen
Produzenten aus Osteuropa werden durch „Cartoon“ besonders unterstützt**



Marc Vanderweyer Stefan Thies

Seit 15 Jahren organisiert „Cartoon“ jährlich an wechselnden Orten europaweit den Finanzierungsmarkt für animierte Fernsehstoffe, Serien und Kurzfilme, in der Branche bekannt als das Cartoon Forum, sowie in Potsdam Babelsberg den Finanzierungsmarkt für den animierten Langfilm, „Cartoon Movie“. „Cartoon“ hat seinen Sitz in Brüssel. promedia traf Marc Vanderweyer, Geschäftsführer von „Cartoon“, der Plattform der europäischen Animationsindustrie in Brüssel und Stefan Thies, Geschäftsführer der Berliner NFP animation film GmbH und neugewählter Präsident von „Cartoon“ in Santiago de Compostela, wo in diesem Jahr das „Cartoon Forum“ stattfand und sprach mit ihnen über aktuelle Themen der zentralen Veranstaltungen der europäischen Animationsfilmer „Cartoon Forum“ und „Cartoon Movie“.

promedia: Das 15. „Cartoon Forum“ ist vorbei. Wie ist Ihr Fazit?

Vandeweyer: Sehr positiv! Alle Zutaten stimmten wieder. Mit der Xunta de Galicia, der hiesigen Regionalregierung stand uns ein sehr kooperativer Finanzierungspartner zur Seite. Wenn ich mich an die 14 vergangenen „Car-

toon Forums“ in immer anderen europäischen Orten erinnere, kann ich sagen, dass sich dieses 15. „Cartoon Forum“ durch die schnellste Finanzierung und leichteste Organisation ausgezeichnet hat. Auffallend und eine neue Erfahrung für mich ist die trotz politisch ideologischer Unterschiede ausgezeichnete Zusammenarbeit zwischen der Xunta de Galicia und der

Stadt Santiago de Compostela.

Thies: Ich konnte im Verlauf der drei Tage in Santiago feststellen, dass die Stimmung unter den Produzenten nach einigen schwierigen Jahren insgesamt wieder besser wird. Die Gespräche mit Sendern und Investoren nach den Pitches, bei dem die Produzenten ihre neuen Ideen und Projekte vorgestellt haben, waren so zahlreich wie lange nicht mehr und liefen gut, soweit ich das verfolgt habe. Die hier vorgestellten Projekte waren allerdings nicht sonderlich spektakulär. Ihnen ist ein relativ homogener Look zu eigen, von einer Vielfalt an Stilen, die ja gerade die Animation ermöglicht, war wenig zu sehen. Das entspricht aber den aktuellen Anforderungen der Sender.

promedia: Was konkret bietet „Cartoon Forum“, aber auch „Cartoon Movie“ den teilnehmenden Produzenten?

Vandeweyer: 260 Investoren! 3 Tage bzw. 2 Tage beim „Cartoon Movie“ im Cocoon zusammen mit Investoren und beinahe allen europäischen Sendern und Verleihern, die sich im Animationsbereich engagieren. Es gibt europaweit keine Veranstaltung, in der die Animationsbranche so konzentriert aufeinander trifft wie bei uns. Die Meetings nach den Pitches und die formlo-

sen Gespräche bei den extra dafür konzipierten geselligen Abendveranstaltungen helfen den Produzenten, die Probleme ihrer Ideen und Projekte zu erkennen: passen der Look oder die Charaktere zu den Programmvorstellungen der Sender, stimmt die Länge der vorgesehenen Episoden mit den Programmplätzen für Animation überein, ist 2-D oder 3-D oder CGI gefragt. Sollte ein Projekt keinen Erfolg versprechen, nach „Cartoon Forum“ weiß ein Produzent das. Und schließlich bietet das Cartoon Forum den Produzenten die einmalige Chance auf europäischer Ebene den Finanzierungsprozess für sein Projekt deutlich zu beschleunigen.

promedia: Was zeichnet das „Cartoon Forum“ vor ähnlichen Veranstaltungen, wie etwa der MIPCOM in Cannes aus?

Vandeweyer: Das Konzept des „Cartoon Forum“ und des „Cartoon Movie“ ist das Gegenteil von der Idee der MIPCOM oder der MIPTV. Dort haben die Größten in der Branche den größten Stand, das größte Boot, die tollste Party. Hier bei uns hat jeder 30 Minuten, seine Ideen zu vermitteln.

Der Ausgangspunkt ist für alle Produzenten gleich. Das erlaubt eben auch kleineren Studios, die es in der Animationsbranche durchaus noch gibt, für ihre Projekte europaweit Partner zu finden und sich zu vernetzen.

Thies: Außerdem präsentieren die Produzenten hier ihre Projekte in einem sehr frühen, unfertigem Stadium. Die Partner, auch die Sender, können noch entsprechend ihren Vorstellungen und ihrer Kreativität das Programm mitgestalten. Hier wird gleichsam der Samen für neues Programm in die Erde gedrückt. Bei der MIPCOM dagegen finden sie nur fertige Programme.

promedia: Welche Wirkung hatten 15 Jahre „Cartoon Forum“ und – im kommenden März - sieben Jahre „Cartoon Movie“ auf die Animationsbranche in Europa?

Vandeweyer: „Cartoon Forum“ und in den letzten Jahren zunehmend auch „Cartoon Movie“ sind Werkzeuge, die erst die Strukturen eines europäischen Animationsmarktes aufgebaut haben. Die Branche kannte sich vorher nicht, inzwischen ist sie komplett vernetzt. Vor 15 Jahren sendeten die europäischen Sender beinahe ausschließlich amerikanische und asiatische Animation, inzwischen haben europäische Programme mit einem Anteil von über 40 Prozent die Marktführerschaft erobert. Ich betrachte die Plattform „Cartoon“, die vom Media Programm der EU ins Leben gerufen wurde und von ihr unterstützt wird, und unsere beiden Veranstaltungen für die wesentlichen Motoren der recht gut funktionierenden europäischen Animationsindustrie.

Thies: Cartoon schuf zudem erst eine Aufmerksamkeit für die europäische Animation. Beispielsweise gab es in Deutschland früher eher verhalten ausreichende Förderung für Projekte im Bereich Animation. Live Action oder Dokumentationen dagegen hatten es leichter, öffentliche Förderung zu erhalten. Cartoon wurde seinerzeit geschaffen, um die europäische Animation zu stärken, das wurde erreicht. Ich glaube, Cartoon ist das erfolgreichste Programm, das Media je aufgelegt hat.

promedia: Herr Thies, Sie sind Produzent der „Mainzelmännchen“ außerdem auch Präsident von Cartoon. Was ist ihre Aufgabe, was sind ihre Ziele?

Thies: „Cartoon“, die Plattform für die europäische Animationsindustrie, ist ein Verein, eine Non-Profit Organisation, die teilweise durch das Media Programm der EU finanziert wird und sich durch die genannten Veranstaltungen teilweise selbst finanziert. Die Satzung sieht einen Beirat und dessen Präsidenten vor. Das macht auch Sinn, denn die Basis der Aktivitäten ist der Input der Produzenten aus den mittlerweile 25 Media-Ländern, ihrer Vorstellungen und Forderungen. Für mich als Präsident von Cartoon ist die aktuelle Herausforderung die Integration der zehn neuen Media Länder. Einige Produzenten aus Polen und der Slowakei z.B. sind bereits beim „Cartoon Forum“ in Santiago gewesen, aus Un-

garn waren Investoren da. Insgesamt fehlt der dortigen Branche aber noch 15 Jahre Erfahrung im Umgang mit den Werkzeugen der Vernetzung, die wir bieten. Die Animationsfamilie ist plötzlich viel größer geworden und wir müssen an der Integration der neuen Mitglieder arbeiten.

promedia: Was leisten Sie für die Integration dieser neuen Media-Länder?

Vandeweyer: Wir haben mit der Unterstützung des Media Programms beispielsweise 35 Produzenten aus diesen Ländern zu einem „Cartoon Master“, einem von uns organisiertem Fortbildungsworkshop, eingeladen, um sie auf den professionellen Stand ihrer europäischen Kollegen zu bringen. Bei „Cartoon Forum“ und „Cartoon Movie“ kommen wir den Produzenten mit den Teilnahmegebühren entgegen.

promedia: Herr Thies, Sie denken offenbar sehr europäisch. Was sollte sich denn in Deutschland im Hinblick auf ihre Branche noch verbessern?

Thies: Als deutscher Produzent von animierten Inhalten fällt mir auf, welchen niedrigen Stellenwert die kulturell und wirtschaftlich durchaus bedeutende Animation, insbesondere der animierte Kinofilm, noch hat. Schauen sie sich die erfolgreichsten deutschen Kinofilme der letzten Jahre an, es finden sich nicht wenige Zeichentrickfilme. Trotzdem gibt es keine eigene Kategorie beim deutschen Filmpreis. Die Förderpolitik könnte in diesem Bereich sicher auch noch verbessert werden.

promedia: Was hat „Cartoon Movie“, das anders als „Cartoon Forum“ kein „Wanderzirkus“ ist, sondern von Beginn an seit 2000 in Potsdam Babelsberg stattfindet, für den Standort gebracht?

Thies: Zumindest einen großen Image-schub. Die Veranstaltung hat sich in Babelsberg etabliert, europaweit spricht die Branche darüber. Die Marke „Cartoon Movie“ wird in einem Atemzug mit Potsdam-Babelsberg genannt. Für die Region ist es einfach von großem Vorteil, diese jährliche Veranstaltung zu haben. Auf der anderen Seite ist es nämlich ein weitaus größerer Mehraufwand, „Cartoon Forum“ in immer wieder anderen Städten Europas zu organisieren, als einfach an einem Ort zu bleiben. Es wäre uns schlicht unmöglich sowohl Cartoon Forum als auch Cartoon Movie

an wechselnden Standorten zu veranstalten. Um das abzuschließen: Die Location, an der jährlich das „Cartoon Movie“ stattfindet, das fx Center Babelsberg ist für unsere Zwecke optimal geeignet. Und wir sind überzeugt, dass die Verbindung des guten Rufs von „Cartoon Movie“ mit einem Filmstudio, wie es Babelsberg ja ist, eine ausgezeichnete Idee ist. Außerdem befindet sich Deutschland unter den Top 3 in Europa was den animierten Langfilm angeht und in Berlin sind erfolgreiche animierte Kinofilme wie zuletzt „Lauras Stern“ oder „Der kleine Eisbär“ entstanden. Im übrigen glaube ich, dass es auch dem Image von Babelsberg gut tut, eine derart erfolgreiche europäische Veranstaltung beherbergen zu dürfen.

promedia: Was sollte sich im Hinblick auf Cartoon Movie noch bewegen?

Vandeweyer: Es ist schon erstaunlich. Überall wo wir in Europa mit „Cartoon Forum“ hinkommen, öffnen sich die Türen. Eines unserer wesentlichen Veranstaltungselemente sind die Abendevents. Hier bilden sich auf formlose und lockere Weise die inzwischen engmaschigen Netzwerke zwischen europäischen Produzenten, Sendervertretern, Studio-betreibern und Investoren. Für die abendlichen Events bieten uns unsere regionalen Gastgeber immer einmalige Locations. In Santiago de Compostela konnten wir für das Abschiedsdiner den wunderschönen Kreuzgang eines historischen Klosters nutzen, das der Öffentlichkeit ansonsten nicht zugänglich ist. Uns wurde das dennoch ermöglicht. Wir wollten den Teilnehmern aus ganz Europa zeigen, was Santiago zu bieten hat. In Potsdam dagegen haben wir bei einigen Orten einfach keine Chance. Das wunderbare Sanssouci beispielsweise, die Orangerie. Aber da kommen wir nicht rein und das ist schade. Dennoch fühlen wir uns sehr wohl in Potsdam. Mit der Medienboard, früher der Filmboard, haben wir einen Partner, der von Anfang an an das Projekt glaubte und uns bei der Finanzierung unterstützte. Der jährliche Wechsel des „Cartoon Forum“ macht zwar Sinn, aber auch viel zusätzliche Arbeit.

Beim „Cartoon Movie“ haben wir über die Jahre in allen Bereichen, Finanzierung, Organisation und Durchführung, gute Partner gefunden, die es uns leicht machen, jedes Jahr aufs Neue nach Babelsberg zu kommen. (KM)

Sonne über Santiago

Der 15. europäische Markt für animierte TV-Serien fand im spanischen Gallizien, in Santiago de Compostela statt.

Dr. Bernd Willim pilgerte ebenfalls zu dem Forum, auf dem Zeichentrick- und 3D-Produzenten ihre neuesten Vorhaben präsentierten, um für die PP-Leserschaft einen Gesamteindruck zu gewinnen.

2004 ist für die katholische Kirche in Gallizien ein heiliges Jahr. Für das CARTOON FORUM, das diesmal in der spanischen Pilgerstadt Santiago de Compostela stattfand, war es ein Jubiläumsjahr. Die Region Gallizien ist vom Wetter her untypisch für Spanien. Obwohl es hier an 200 Tagen im Jahr regnet, schien die Sonne für die Pilger und Forums-Besucher diesmal besonders konstant. Während rund 800 europäische Teilnehmer/innen aus den Bereichen Animationsproduktion, Fernsehen, Vertrieb, Merchandising und Finanzierung zum alljährlichen Markt für Animations-TV-Serien angereist waren, pilgerten parallel dazu tausende von Gläubigen und Neugierigen aus zahlreichen Ländern zur weltberühmten Kathedrale von Santiago de Compostela, um der Botafumeiro-Zeremonie beizuwohnen.



3 Freunde

© MotionWorks

Bei diesem Ritus wird Bewegung wie beim Zeichentrick noch traditionell per Hand erzeugt. Der Botafumeiro ist ein übergroßer silberner Weihrauchkessel, der nach der Eucharistiefeier (Abendmahl) von sechs Tiraboleiros (Mitgliedern der Kirche) durch Ziehen an einem großen Tau, an dessen Ende der Kessel hängt, in Schwingung gebracht wird. Allmählich beginnt der mit Weihrauch qualmende Kessel nach links und rechts zu schwingen und in die beiden mit Pilgern überfüllten Seitenschiffe der Kathedrale zu schweben. So wie die Araber ihren fliegenden Teppich haben, erfreuen sich die Katholiken in Gallizien an ihrem fliegenden Kessel.

Diese körperlich anstrengende Life-Animation war jedenfalls beeindruckend. Ein Remake in 2D oder 3D würde langweilig aussehen.

Vorhaben

Auf dem diesjährigen Forum drehte sich alles wieder um animierte TV-Serien. Die eingereichten Vorhaben waren diesmal noch schärfer aussortiert worden. Übrig geblieben waren immer noch 69 Projekte mit einem Finanzvolumen von 246 Mio. Euro. An 16 Projekten waren Produktionsfirmen aus den neuen EU-Beitrittsländern beteiligt, und 32 Vorhaben sollen in Zusammenarbeit mit Firmen aus den kleineren EU-Ländern realisiert werden. Potentielle Geschäftspartner wie 133 Broadcaster und 65 Investoren, 382 mögliche Koproduzenten und 91 Personen, die sowohl als Produzent und Investor auftraten, waren aus 24 Ländern inklusive den USA und Kanada angereist. Eine bessere Chance gibt es für eine Produktionsfirma weltweit nicht, ihr Vorhaben vor einem so hochkarätigen Fachpublikum zu präsentieren. Das scheint jedoch einigen Machern offensichtlich immer noch nicht klar zu sein. Denn in diesem Jahr fiel es wieder mal besonders auf, wie wenig Kreativität und Professionalität einige Firmen bei ihren Präsentationen an den Tag legten.

Die Mehrheit der Serien befasste sich inhaltlich mit Abenteuern und Humor, aber es gab auch erfreulicherweise acht Projekte mit gezielter Wissensvermittlung. CARTOON-Chefin **Corinne Jenart** stellte fest: »Nach wie vor bilden die 2D-Projekte mit 38% den Löwenanteil bei den Pitchings. Aber auch der Anteil der 3D-Projekte ist in diesem Jahr auf 23% angestiegen.« Weitere 20% der Projekte sind ein Mix aus 2D und 3D, der Rest entfiel auf Puppentrick, Flash-Animation sowie 2D mit Live-action und Foto. Was die Zielgruppen für die geplanten Animationsserien betrifft, so waren 50 Projekte (73%) für Kinder von 6 bis 12, neun Projekte (13%) für Familien als Zielgruppe, sechs Projekte (8%) für Vorschulkinder und lediglich vier Vorhaben (6%) für Teenager und Erwachsene gedacht.

Betrachtet man die durchschnittlichen Produktionsbudgets, so kostete die Minute Animation (2D und 3D) bei 63% der Vorhaben unter 10 000 Euro. Acht Projekte davon wollten sogar mit unter 5000 Euro auskommen. Bei 37% der Projekte lag die Minute bei über 10 000 Euro, drei davon bei 15 000 und drei bei 20 000 Euro. Ein Drittel der präsentierten

Projekte mit einem Produktionsvolumen von 157 Stunden hatte nach den drei Tagen eine Aussicht auf den Abschluss ihrer Finanzierung in den kommenden Wochen. Darunter sind auch die Projekte mit maßgeblicher deutscher Beteiligung: »3 Friends« und »Pirate School«, das österreichische Vorhaben »Till Eulenspiegel«, sechs spanische, je vier britische und französische sowie zwei dänische Projekte.

Leider waren bei den Pitchings wieder geplante Serien dabei, die bei zahlreichen Teilnehmerinnen und Teilnehmern des Forums nur Kopfschütteln hervor-



Are we there yet?

© Siril Productions

riefen. In weiteren Gesprächen konnte man herausfinden, dass es für viele schwer nachvollziehbar ist, warum Sender-Verteter/innen solch ein dilettantisches Design, schlechte Geschichten und hektische Effektanimation überhaupt einkaufen. Will man unsere Kinder schon im Vorschulalter emotional abstumpfen lassen? **Sebastian Debertain**, Redaktionsleiter Fiction und Programmeinkauf des Deutschen Kinderkanals KiKa hofft, dass möglichst viele Eltern endlich wach werden, um einzugreifen und zu selektieren, was ihre Kinder im Vorschulalter zu Hause auf dem Bildschirm ansehen dürfen. Denn unkontrolliert sollte man Kindern den Konsum von Sendungen aus Kinderkanälen, nach Ansicht von weiteren Gesprächspartnern, nicht überlassen.

Dass es sich um einen Kinderkanal handelt, heißt noch lange nicht, dass man sich wie im Gemeinschaftskanal **KiKa** von **ARD** und **ZDF** besonders viel Mühe mit den Inhalten macht. Es ist schon eine Zumutung, was einige Kindersendungen an kaputten und gewalttätigen Fantasiewelten anbieten. Des Rätsels Lösung scheint die Aussage eines Produzenten zu sein, der namentlich nicht genannt werden

möchte. Er äußerte gegenüber PP, dass man doch häufig für den Geschmack der Broadcaster Serien entwickelt. Denn diese erwachsenen Entscheidungsträger legen schließlich fest, was in Auftrag gegeben und was gesendet wird. Diese Aussage wurde von einigen weiteren befragten Produzenten bestätigt.

Highlights des Forums

Diesjähriger Spitzenreiter des Interesses bei den Pitchings war die geplante TV-Serie »**Sex ABC – The secret Show**« von **Collingwood O'Hare** Entertainment aus Großbritannien mit 282 Interessenten,



Maze of Dreams

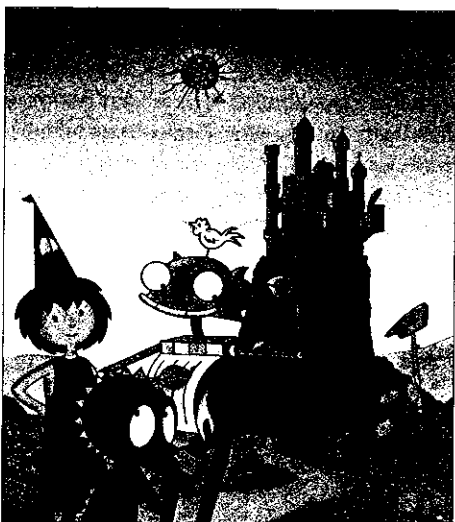
© Grándola Nova

darunter waren 147 Investoren anwesend. Der Zeichentrickstil war eher für Erwachsene geeignet als für die angepeilte Zielgruppe 8- bis 12-jährige Kinder. Platz zwei des Interesses belegte die 3D-Serie »**Minuscule**« von **Futurikon** aus Frankreich, an deren Präsentation 259 Personen teilnahmen, darunter 139 Investoren. Bei dieser geplanten Serie handelt es sich um Live-action-Szenen mit 3D-Insekten. Der äußerst witzige Pilotfilm erinnerte etwas an das Pod-Race in »Star Wars« und gleicht einer Verfolgungseinstellung aus der japanischen TV-Dokumentation »The Nature« von NHK Anfang der 90er Jahre. Ein Marienkäfer ärgert mit einem Trötenton mehrere hässliche Stubenfliegen, die darauf anspringen und die Verfolgung aufnehmen. Natürlich gewinnt der Marienkäfer die Verfolgung auf eine witzige und listige Art. Geplant ist eine 78 x 7-minütige Serie, die ohne Sprache auskommt und aufgrund der witzigen Geschichten international verstanden wird. Auch die digitale Umsetzung kann sich sehen lassen.

Das zweifelsohne beste Pitching bot wieder einmal **Robin Lyons** mit seinem Team von **Siril Productions** aus Cardiff (GB). Er präsentierte seine neueste Kinderserie als Hund verkleidet, auch die übrigen Teammitglieder waren kostümiert und sorgten mit ihrer Darbietung für viel lustige Situationskomik. Diesmal will der Produzent eine 26 x 10-minütige Serie für Kinder zwischen 6 und 8 Jahren realisieren, die Live-action mit Zeichentrick verbindet. »**Are We There Yet?**« heißt die Serie und handelt von einem kleinen Mädchen namens Milly, die real gedreht auf der Rück-

bank eines gezeichneten Autos sitzt und sich langweilt. »Sind wir endlich da?« fragt sie genervt und beginnt sich mit zum Leben erwachenden 2D-Figuren zu befassen, die ihr die Zeit bis zum Reiseziel vertreiben helfen. Das Budget liegt bei nur zwei Mio. Euro. 140 Besucher sahen dieses Pitching, darunter 73 Investoren.

Viel Ideenreichtum und eine bereits gut durchdachte narrative Struktur bietet die im Produktionsstadium befindliche 26 x 26-minütige 3D-Serie »**Enjo**«. Realisiert wird sie von **Funkhauser Film** Kopenhagen, **Stream Line** aus Belgien und **Magma Films** aus Irland. **Ralph Christians** von Magma Films: »Es geht bei Enjo nicht darum, unser tägliches Leben widerzuspiegeln. Die Zuschauer werden in eine völlig andere Welt entführt, in der es um Frieden und Harmonie geht und um die Achtung vor der Natur.« Führer der fremden Wesen ohne Nase ist ein Schamane, der mit seinem Nomadenstamm umherzieht. Sie müssen in jeder Folge in einer anderen bizarren Landschaft Abenteuer durchstehen. 134 Besucher waren anwesend, davon 55 Investoren. Zielgruppe sind Kinder von 8 bis 12 Jahren. Etwas zu lernen gibt



Ritter Rost

© Jürgen Egenolf

es aus der naturwissenschaftlich orientierten Zeichentrickserie »**LMN's**« von **Tons of Toons** und **Motion Pictures** aus Spanien. Das kalkulierte Budget liegt bei 5,6 Mio. Euro, 30% fehlen noch. Die im Edutainment-Bereich angesiedelte 52 x 13-minütige Serie eignet sich für Kinder von 7 bis 9 Jahren. In die Traumwelt entführt die Serie »**Maze of Dreams: Ventura in Hypnos Island**« von **Grándola Nova** aus der spanischen Stadt Brión. Auffallend ist das eigenwillige Design der komplett in 3D animierten Serie, in der Hauptdarsteller Ventura in seinen Träumen Abenteuer erlebt. Das Design stammt von **Miguel Robrero**, einem bekannten Comic-Artist aus Gallizien, der sich zum ersten Mal mit den Möglichkeiten der 3D-Animation auseinandergesetzt hat. Dass bei der 3D-Serie

mit Musikeinlagen gearbeitet wird, darauf bekamen die 153 Anwesenden (darunter 54 Investoren) einen Vorgeschmack präsentiert. Regisseur **José Garcia Sendón** sang zu Beginn des Pitchings zusammen mit Produzent **Ramón Bermejo** zweistimmig: »We need you, we need your money!« Von den 13 x 2,5-minütigen Folgen für Kinder ab sechs Jahren sind bereits sechs Folgen fertig. Das Produzententeam benötigt noch 40% des Budgets.

Deutsche und österreichische Pitchings

Auch von deutschsprachiger Seite gab es interessante Animations-Projekte. **Tony Loeser**, Chef von **MotionWorks** aus Halle, präsentierte die geplante 26 x 10-minütige Zeichentrickserie »**3 Freunde**« nach den gleichnamigen Kinderbüchern von **Helme Heine**. Die ersten Bücher kamen 1981 heraus und wurden im Laufe der Jahre in über 30 Sprachen übersetzt und in 35 Länder verkauft. Die Kinderbuchserie gehört zu den erfolgreichsten der vergangenen 50 Jahre. Die Serie wird zusammen mit der Firma Enanimation aus Turin und dem WDR koproduziert. Für den Weltvertrieb konnte Warner Bros. vertraglich eingebunden werden. In den Detektiv-Geschichten mit den drei Freunden Franz von Hahn, Waldemar dem dicken Schwein und der Maus Johnny geht es stets um Freundschaft, Abenteuer und das Lösen von Aufgaben auf dem Bauernhof Mullewapp. Zielgruppe sind Kinder von vier bis sieben Jahren. Die Serie soll im Oktober 2005 fertig sein.

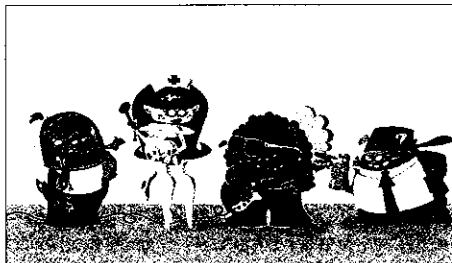


Till Eulenspiegels I. Str. © Cine Cartoon, Mini Film, Hahn Film

Eine besonders gelungene Präsentation bot **Michael Epstein** vor 94 Besuchern, darunter 32 Investoren. Weihnachten 2005 wird das 30-minütige Special »**Till Eulenspiegels lustige Streiche**« fürs Fernsehen fertig sein. Es basiert auf der Musik von Richard Strauss, gespielt in einer älteren Aufnahme der Wiener Philharmoniker noch unter der Leitung von Herbert von Karajan. Das Special wird koproduziert von den Wiener Firmen **Cine Cartoon Filmproduktion** und **Mini Film KEG** sowie von der **Hahn Film AG** aus Berlin. Zielgruppe sind 6 bis 11 Jahre alte Kinder. Das Anliegen ist, klassische Musik den Kindern nahe zu bringen. Die Gesamtkosten für das TV-Special und die Herstellung einer DVD liegen bei rund 550 000 Euro. Musikrechte müssen nicht

bezahlt werden, da alle musikalischen Beteiligten bzw. ihre Rechtenachfolger die Musik bzw. ihre musikalischen Leistungen kostenfrei zur Verfügung stellen, um die ungewöhnliche Idee zu fördern, die die Wiener Produzenten sich ausgedacht haben. Wenn der Film erfolgreich ist, sollen weitere Folgen mit der Musik von Vivaldi, Strawinski und anderen großen Komponisten folgen.

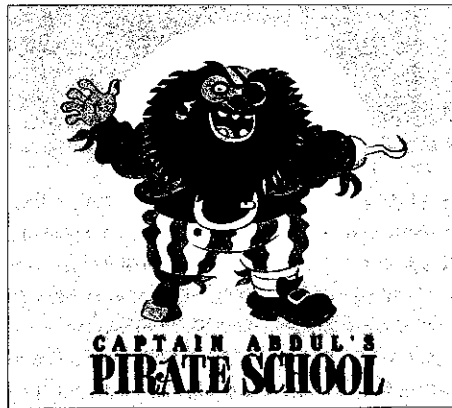
Für Kinder ab 11 Jahren will **Gerhard Hahn** eine Zeichentrickserie mit dem Titel »**The Loose Screws**« zusammen mit der **plan_b media AG** aus



The Loose Screws © Gerhard Hahn Film, plan_b media

Köln produzieren. 136 Besucher, darunter 51 Investoren, sahen sich den vom Design her äußerst schrägen und wilden Pilotfilm an. In England gibt es bereits großes Interesse an der Serie, ließ Gerhard Hahn durchblicken.

149 Besucher, darunter 70 Investoren, besuchten die Präsentation zur geplanten Serie »**Pirate School**«, deren Figuren und Stories vom britischen Kinderbuchautor **Colin Mc Naughton** stammen. Seine Bücher mit den beiden Hauptdarstellern Jolly Roger und Captain Abdul wurden in zwölf verschiedenen Ländern veröffentlicht und verkauften sich insgesamt über 425 000 mal. Produzieren wird die Serie **Michael Coldewey** von **Trixter Productions**



Pirate School © Trixter Productions

zusammen mit **Magma Films** und **Ten Pin Alley** aus Großbritannien. Das Budget liegt zwischen fünf und sechs Mio. Euro für 26 x 26 Minuten.

Produzent **Jürgen Egenolf** aus Köln stellte eine 26 x 30-minütige Sit-Com-Zeichentrickserie namens »**Ritter Rost**« vor, die für Sechs- bis Achtjährige

gedacht ist. 76 Besucher schauten sich das Pitching an, darunter 42 Investoren. Die Geschichten mit ihren Songs basieren auf den zwölf Musik-Büchern von **Jörg Hilbert** und **Felix Janosa**, von denen über 400 000 Exemplare verkauft wurden. Die Bücher verkaufen sich vor allem aufgrund der Musik so erfolgreich. In jedem Buch gibt es zur Story eine CD mit passenden Liedern. Die Zielgruppe der 6- bis 10-Jährigen liebt offensichtlich eigens für sie produzierte und gut gemachte Popmusik (in diesem Fall wohl manche der Eltern ebenfalls. Anm. d. Red).

Insgesamt gesehen, bot das diesjährige Forum wieder eine breite Palette an unterschiedlichsten Qualitäten im Zeichenstil und den Stories. Zahlreiche Produzenten konnten ihre Budgets wieder komplettieren.

Cartoon d'Or

Wie in jedem Jahr wurde auch diesmal der Animationskurzfilm-Preis Cartoon d'Or verliehen. Die Nominierungen ergaben sich aus den Gewinnern der Publikumspreise von sieben europäischen Animationsfilm-Festivals. In diesem Jahr kamen die Wettbewerbsteilnehmer aus Estland, Österreich/Luxemburg, Frankreich (2) und Norwegen. Den Cartoon d'Or 2004 gewann **Virgil Widrich** aus Österreich mit dem 14-minütigen Werk »**Fast Film**« aus dem Jahr 2003. Der Regisseur bekam ein Preisgeld in Höhe von 35 000 Euro für die Realisierung eines neuen Films. Das nächste CARTOON FORUM wird vom 21. bis 25.09.05 in der dänischen Stadt Kolding veranstaltet. **PP**

Ein persönlicher Appell an die Broadcaster

Als Vater von vier jungen Mädchen (10, 12, 14, 19) beschäftigt mich seit einigen CARTOON-Foren die schlechter werdende Qualität der geplanten Animations-Serien. Was ist eigentlich so verwerflich daran, Kindern in jungen Jahren eine halbwegs heile und geregelte Welt im Fernsehen anzubieten? Ganz besonders Kinder (auch Erwachsene) brauchen Kontinuität, Aufmerksamkeit und die Schönheit einer guten Welt. Die Realität holt sie doch früh genug ein. Die psychischen Schäden, die durch unsere hektische Umwelt, die ständigen Veränderungen und die wachsenden sozialen Belastungen für die Familien im Berufsleben verursacht werden, sind doch längst bekannt und kontraproduktiv für einen erfolgreichen Sozialisierungsprozess. Die Märchen vom Weihnachtsmann und Osterhasen haben uns doch auch eine schöne Zeit beschert und nicht geschadet! Kinder haben ein Recht auf harmonische Fantasiewelten, Geschichten über Freundschaft, richtiges soziales Verhalten und lustige Inhalte, mit denen sie ihr Gehirn und ihre Seele positiv beschäftigen können. Das sollten wir als Erwachsene nicht vergessen. Wir dürfen bei der Auswahl von animierten Kinderprogrammen, diese nicht durch die Brille unseres bereits zurückgelegten Lebens betrachten, denn mit dieser Vorbelastung kommen nicht unbedingt kindgerechte Serien zustande. Versuchen wir uns doch mal wieder an den heilen Teil unserer Kindheit zu erinnern. Dieses positive Gefühl sollten wir Kindern vorrangig weitergeben, nicht nur unsere Ängste und Sorgen. Es gibt ausreichend Produzenten, denen es nicht an Einfühlungsvermögen fehlt und die bestimmt mehr kindgerechte und friedfertige Serien entwickeln würden, wenn die Entscheider (Broadcaster) sie denn dann auch haben wollten.

Prof. Dr. Bernd Willim