

„KLARE PERSPEKTIVE“

Die Schweriner Branchenkonferenz Film und Medien 2017 im Rückblick.

Die Gelegenheit, sich am Rande des FILMKUNSTFESTES MV über aktuelle Trends der Medienwelt zu informieren, ließen sich die Filmschaffenden des Landes und viele Gäste nicht entgehen. Insgesamt 160 Teilnehmer und Experten kamen am 3. und 4. Mai zu den Diskussionsrunden in die IHK zu Schwerin.

In fünf moderierten Talkrunden ging es um Fragen der regionalen Filmförderung, um spezifische Stoffe aus MV, um Bilder und Virtual Reality, um die Entwicklungen bei Dokumentarfilmen und Serien. Wie ein roter Faden stand überall der schnelle Wandel des globalen digitalen Marktes im Fokus, der Medienschaffende und Unternehmen vor neue Herausforderungen stellt. Gleich bei der Einführung machte Prof. Olaf Jacobs die Dimension der globalen Onlinemarktes deutlich: „jede Minute werden ins Internet 500 Stunden audiovisuelles Material hochgeladen“.

Angesichts dieser enormen Größenverhältnisse wurde schnell klar, warum der FILM COMMISSION MV die zukünftige audiovisuelle Wahrnehmung Mecklenburg-Vorpommerns wichtig ist und warum sie mit der inhaltlichen Ausrichtung der Branchenkonferenz zur Stärkung des Standortes beitragen will.

Prof. Oliver Castendyk von der Deutschen Produzentenallianz stellte das Land in seinem Impulsreferat zur „Filmförderung“ etwas provokativ als weißen Fleck in der Relevanz der deutschen Filmstandorte dar. Doch in Mecklenburg-Vorpommern stehen die Zeichen auf Erneuerung. Die Staatskanzlei des Landes ist seit 2016 für Film und Medien zuständig, will neue Impulse setzen und förderte auch die Branchenkonferenz.

Gleich im **1. Panel** stand die Weiterentwicklung des Standortes Mecklenburg-Vorpommern im Mittelpunkt.

Alle Beteiligten machten den Wachstumswillen der professionellen Szene des Landes deutlich, stellte allerdings auch klar, dass es einer verstärkten Filmförderung bedarf, um die Wettbewerbsfähigkeit adäquat zu Produzenten anderen Bundesländern zu erreichen und den Zugang zu bundesweiten und europäischen Finanzierungsquellen zu verbessern.

Roland Possehl, Vorsitzender des Berufsverbandes der Film- und Medienproduzenten MV sprach für seine Verbandsmitglieder: „Eine stabile Filmförderung für unsere Branche ist sehr wünschenswert, auch mit einer Ausstattung, die der nachhaltigen Entwicklung der Branche entspricht, ...wenn wir nicht langsam, 27 Jahre nach der Wende anfangen, die Grundsteine zu legen, das die Leute auch hier bleiben und hier Arbeit finden, dann werden sie uns weiter abhauen.“

Bert Lingnau, Direktor der Medienanstalt MV unterstütze diese Haltung: „Wir haben sehr viele richtig talentierte junge Leute, die kommen ganz unten im Anfangsstadium in die offenen Kanälen, zu den Medienwerkstätten, sind vielleicht noch 1-2 Jahre beim Institut für Neue Medien tätig. Dann merken sie, das sie damit nicht ihre Familie und ihren Lebensunterhalt verdienen können und gehen nach Hamburg. Berlin oder München. Was kann man machen? Es muss mehr Geld ins System, da ist mir relativ egal, wo das herkommt, ob das von der Filmförderung kommt oder ob das aus sich heraus aus der Wirtschaft erwächst.“

Klaus Blaudzun vom Institut für Neue Medien Rostock findet ebenfalls richtig, wenn die Landesregierung verstärkt Film und Medien fördert, weil seine Absolventen so mehr Arbeit und Beschäftigung finden können. Er plädiert insbesondere dafür, „das wir wegkommen von einer Filmförderung der letzten 10 Jahre, die auf indirekte Effekte gesetzt hat, was die wirtschaftliche Filmförderung angeht, hin zu einer intelligenten ideenvollen Filmförderung, die nachhaltige Effekte im Land sichert, sowohl wirtschaftliche als auch kulturelle Aspekte.“

Für Horst Conrad, Chef des Kinos und der Basiskulturfabrik Neustrelitz geht es zukünftig darum, die Rolle der Festivals und der Kinos als kulturelle Leuchttürme in der Fläche unbedingt zu erhalten. Er sieht seine Institution als Touristenmagnet für die gesamte Region. Es geht um das Gesamterlebnis Kino, Architektur, Gastronomie und Hotel. „Kino als kulturelles Gut und Kino als sozialer Ort – diese Funktion der Kinos ist wichtig, deshalb ist auch die Kinoförderung in MV eine unglaublich wichtige

Angelegenheit.“ Wichtig ist Horst Conradt auch, auf den Investitionsbedarf bei den Kinos hinzuweisen. Es droht durch die schnelle Abnutzung der Beamertechnik in den kommenden 3-4 Jahren eine nächste Digitalisierungswelle.

Für die Vorsitzende der Landesarbeitsgemeinschaft Medien MV Katharina Bluhm ist eine andere Unterstützung wichtig, die über das Kino hinaus reicht: „In den sozialen Netzwerken gibt es immer mehr Bewegtbild-Communitys. Wir müssen aber sehen, was Menschen damit darstellen. Wie reden wir darüber, wie stellen wir uns da, was bedeutet das, was produzieren wir da eigentlich? Wie können wir das kritisch konsumieren? Da kommen wir, die für Medienkompetenz einstehen, ins Bild. Wir haben in MV ganz verschiedene Akteure der Medienbildung und Medienkompetenzbildung, Medienwerkstätten bis freie Medienpädagogen. In der unterschiedlichen Ausstattung sind sie auch sehr unterschiedlich von Projektgeldern abhängig. Das macht, dass wir uns immer wieder neu erfinden müssen und auch können. Damit ist aber eine langfristige Planung a) von Arbeitsplätzen und b) von Nachwuchsförderung und Medienkompetenzbildung schwierig.

Herr Escher der als Vertreter der Staatskanzlei MV vor Ort war, hatte dem Panel interessiert zugehört. Ihm zeigte die Diskussion die ganze Bandbreite dessen, was an Film- und Medienproblematik im Land existiert, welche Chancen es gibt und auch das, was für wünschenswert erachtet wird. „Vieles hatten wir schon gehört, und wir freuen uns, dass da ein roter Faden drin ist. Auch wenn bei gewissen Themen, bei denen es um Nachhaltigkeit geht, die Einigung noch nicht zu greifen war und Rufe wie ‚es muss mehr Geld ins System‘ von Seiten einer Landesregierung aus anderer Sichtweise betrachtet werden müssen, werden wir dennoch unseren Weg weiter gehen. Wir wollen gerne die verschiedenen Impulse, die wir jetzt und in den letzten Monaten bekommen haben, aufgreifen, wir wollen dazu beitragen, dass es eine gute Lösung gibt, wir glauben, dass wir auf einem guten Weg sind.“

Nun kommt es darauf an, nicht nur über die Höhe des Fördergeldes nachzudenken, sondern darüber, was für eine Grundstruktur gebraucht wird, um in Zukunft eine vernünftige Filmförderung aufzubauen und darauf „das man einfach mal anfängt“.

Auf dem **2. Panel** standen Themen und Stoffe aus MV im Mittelpunkt der hochrangigen Expertenrunde. Moderatorin Skadi Loist vom Rostocker Institut für Medienforschung interessierte zunächst die Sicht der regionalen Sendervertreterinnen.

Landesfunkhausdirektorin Elke Haferburg vom NDR aus Schwerin verfügt neben den Magazinsendungen aus Mecklenburg-Vorpommern über etwa 90 Formate, die 30 Minuten und länger sind. In denen lassen sich unterschiedlichste Themen darstellen: „Wir machen u.a. Sachen, die in der Wirtschaft oder in der Landwirtschaft spielen, wir machen auch bunte Geschichten, die touristisch interessant sind, also eine ganz große Vielfalt. Das hat immer den Anspruch, wirklich MV nicht nur zu zeigen, sondern interessante Geschichten zu erzählen, die relevant sind, die spannende Persönlichkeiten zeigen, die Emotionen wecken, usw.Wir suchen natürlich immer auch nach Lebensrealität, nach Wirklichkeit, nach Themen, die vielleicht noch nicht dran waren, nach Menschen, die das auch hergeben und spannend sind, eigentlich das, was jeder andere Filmemacher auch sucht“.

Für den NDR sind die Produzenten des Landes Partner, die Themen anbieten können und sollen. Oft lässt sich ein Stoffvorschlag unkompliziert im Vorfeld mit der Redaktion abstimmen. Das man sich gut kennt, macht die Sache in MV einfacher als z. B. in Berlin. In Bezug auf den Länderverbund des NDR wird auch der Ehrgeiz des Senders klar: „Wir haben schon das Anliegen, dass MV möglichst häufig vorkommt und zwar nicht, weil wir das Land immer nur schön malen wollen, sondern weil hier auch Platz ist, um kritische Stoffe unterzubringen.“

Für das Regionalbüro des ZDF stellt sich die Lage anders da. Die Leiterin des Studios in Schwerin, Silvia Blessmann und ihre Korrespondenten haben keine eigenen Sendungen, sie bieten wöchentlich Themen in Mainz an. „Wir sind in einer Wettbewerbssituation mit Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Sachsen - wir müssen permanent anbieten: unsere ostdeutschen Themen, aber natürlich auch die bundesweiten Themen, die auch die alten Bundesländer betreffen.“ Wichtig bleibt deshalb neben dem tagesaktuellen Geschäft Unbekanntes aus dem Land und Alleinstellungsmerkmale zu zeigen.

Top-Themen sind Tourismus, Schiffe, Gutshäuser oder Werften, gefragt werden allerdings auch immer Geschichten aus dem sozial schwachen Milieu oder osteuropäische Themen, z.B. die polnische Grenze.

Spezielle Dinge wie der Rückbau des AKW Greifswald sind Alleinstellungsmerkmale, Selbstläufer sind allerdings auch solche Themen nicht wie z.B. Caspar David Friedrich, Otto Lilienthal oder 125 Jahre Künstlerort Ahrenshoop. Dort muss man den speziellen Aufhänger finden.

Insgesamt arbeiten deutschlandweit ca. 500 Produktionsfirmen für das ZDF mit einem Auftragsvolumen von jährlich 600 Mio. Euro. Allein in den letzten 2 Jahren sind 150 Unternehmen dazu gekommen.

Aus internationaler Perspektive schauten die drei anderen Expertinnen auf MV. Welche Stoffe auf dem Weltmarkt entwickelt und behandelt werden, war für einheimische Produzenten äußerst interessant:

Bettina Offermann (Weltvertrieb LOOKS International) berichtete zunächst darüber, was zu beachten ist, um den Markt zu erobern: „Wir versuchen im Ausland herauszufinden, was die internationalen Einkäufer und Programmredakteure suchen. Dafür müssen wir schauen: was sind die Sendeplätze, was sind die Formate die dort erfolgreich gelaufen sind, was sind die Themen, die die Menschen in diesen Ländern bewegen. Dabei spielt Aktualität eine ganz große Rolle.“

Als Botschaft an einheimische Produzenten hatte Bettina Offermann einige gute Anregungen von den wichtigsten Verkaufsmessen mitgebracht: „alle Regeln und Trends werden immer wieder außer Kraft gesetzt, wenn man eine starke Geschichte hat. Das ist das absolut oberste Kriterium. Häufig kommt dann noch „heartwarming“ hinzu, also Geschichten, die einen emotional positiv berühren, die eine Verbindung zwischen Zuschauer und Protagonist herstellen. International gesehen sind Natur- und Tierfilme das Genre, das am besten über die Grenzen hinweg reist. Da gibt es keine Probleme mit der Sprache der Protagonisten, es gibt auch wenig politische Aspekte, die stören könnten. Das gilt als das am besten international gehandelte Thema. Wissenschaft ist ebenfalls sehr weit oben angesiedelt. Bei Geschichte gibt es immer wieder besondere Aufhänger, Themen, die nicht allzu lokal begrenzt sind, sondern eine große Wirkung hatten. Z.B. die großen Kriegsjahrestage, Revolutionen, Industriegeschichte, Medizingeschichte oder ähnliches. Solche Themen schreiten auch über die Genre-Grenzen hinüber.“

„Es gibt Unterschiede im geschichtlichen Bereich dabei, welche Epoche interessant ist. Die große Mehrheit der Geschichts-Sendeplätze betreffen die moderne Geschichte. Da wird hauptsächlich vom 20. Jahrhundert an gerechnet, und man endet häufig schon bei dem 2. Weltkrieg oder nicht allzu spät danach. Dauerbrenner sind aber auch Römer, Ägypter, Kelten, Wikinger und Griechen. Die sind immer wieder sehr erfolgreich, häufig in Kombination mit einer archäologischen Herangehensweise, oft auch als Dokudrama.“

Über aktuelle Trends am Filmmarkt im fiktionalen Bereich berichtete Suzanne Pradel, die sich mit ihrer Agentur für filmische Adaption und Script-Consulting auf internationale Koproduktionen, Romanadaptionen und anspruchsvolle Fernsehfilme spezialisiert hat: „Ich kann für mich aus europäischer Sicht sagen, dass es einen klaren Paradigmenwechsel gibt von den westdeutschen Befindlichkeitsgeschichten im Sinne: alles ist fein, das Leben ist gut und wir gehen in die Innenschau der Figuren, weil es im Außen nix gibt. Jetzt hat sich das verändert, es geht wieder um Themen und Gefahren im Außen, d.h. die Leute gehen hin zum politischen Erzählen, sei es ökologisch, seien es in irgendeiner Form Themen die die Menschen bewegen. Soziale Themen sind ein neues Thema, soziale Gerechtigkeit wird aufgegriffen werden, das sieht man auch schon am Buchmarkt.“

Suzanne Pradel redet auch über Spielfilmstoffe aus MV, die sie interessieren würden: „Wie leben die Leute, wer sind diese ganzen Leute. Von denen würde ich gern Geschichten sehen, womit beschäftigen sie sich, wofür brauchen diese Menschen Mut, für was engagieren sie sich und wie leben sie. Das ist etwas, das fehlt in der Film- und Medienlandschaft.“

Den Produzenten aus MV rät Suzanne Pradel, sich auch international aufzustellen. „Sie können in MV sitzen, aber Sie müssen gut vernetzt sein. Wenn Sie die internationalen Kontakte nicht haben, kommen Sie an die Budgetgelder nicht ran, die da sind und die verteilt werden. ... Wenn Sie nicht verstanden haben, das Marketing, Crowdfunding, Distribution wichtig ist, da können Sie den besten Stoff der Welt haben, wenn Sie nicht wissen, wer ist Ihr Kunde, wo ist Ihr Kunde, wo ist der Zuschauer exakt und nicht nur der Sender. Man muss sich da auch ein bisschen frei machen, weil die Sender nur ihr Publikum haben, aber kein internationales Publikum.“

Mit dem Publikum hat sich Dr. Susanne Eichner in einem Forschungsprojekt der Universität Aarhus beschäftigt. Wie schafft es Dänemark, Stoffe zu produzieren die in der ganzen Welt erfolgreich sind?

„Aus Publikumperspektive haben wir festgestellt: die ganze Welt ist fasziniert von dänischen Geschichten, in denen starke ambivalente Frauenfiguren als Handlungsträgerin im Mittelpunkt stehen, die das auf ganz authentische Art und Weise machen. Frauenfiguren wie z. B. Kommissarin Lund stoßen immer wieder an ihre Grenzen, sind nicht immer von Anfang an erfolgreich, müssen immer wieder ihre Thesen überarbeiten, habe damit zu kämpfen, das sie alleinerziehende Mutter sind u.a. Dazu kommt immer noch eine zweite, gesellschaftspolitische Ebene. Die komplexen Drehbücher werden in einem Writers´Room entwickelt – von Anfang an geht es um ein (One Vision) Storytelling mit sozial politischer Relevanz.

Dr. Susanne Eichner sieht bei dänischen Stoffen internationalen Appeal, etwas, das ihr bei der heimischen Serie SOKO Wismar fehlt.

Das **3. Panel** stellte das Geschäftsmodell des Dokumentarfilms in den Mittelpunkt der Diskussion. Gerade in MV ist der Dokumentarfilm traditionell ein Schwerpunkt, deshalb gab es viel Aufmerksamkeit für das hochwertige Einstiegsreferat von Martin Hagemann, international erfolgreicher Produzent und Professor an der Filmuniversität Babelsberg. Er bestätigt, international beginnt der lange Dokumentarfilm eine größere Rolle zu spielen. Auffällig ist dabei, das im Ausland besonders die Entwicklungsbudgets extrem gestiegen sind, das es stärker Experimente in unorthodoxen Auswertungswegen gibt und das größere inhaltliche und ästhetische Risiken gegangen werden, um den Weg zum Publikum zurück zu erobern. Es gibt zum Beispiel einen Trend zur zunehmenden Festivalisierung, (siehe FILMKUNSTFEST MV) und die Eventisierung des Kinos.

In Deutschland muss sich aus seiner Sicht das dokumentarische Arbeiten, wenn es eine Zukunft haben will, von drei Fesseln befreien. Drei Fesseln, die den Dokumentarfilm inhaltlich und ästhetisch stark einschränken. Alle diese Aspekte sind auch mit der Finanzierung verbunden.

Es sind zum einen die Gremienentscheidungen der Filmförderer, die Risiko scheuen und lieber nach dem „kleinsten gemeinsamen Nenner“ entscheiden. Als zweites sieht Prof. Hagemann die Rolle des quotengetriebenen Fernsehens kritisch. Die öffentlich-rechtlichen Sender finanzieren die meisten Filme mit und fördern deshalb eher Themen, die viele verstehen, die aber wenig ästhetische Risiken bergen. Diese Einzigartigkeit wird im Kino jedoch gebraucht.

Drittens nennt er als Grund der Krise die Selbstkorrumpierung der Filmemacher und Produzenten durch Förderung. „Da werden keine Bestechungen gezahlt, aber wir leben in der Förderstruktur heute nur aus der Produktion selber. Das heißt, wir müssen aus der Produktion heraus leben, aus der Verwertung leben wir in der Regel nicht, wir haben nichts von der Verwertung. Und damit bedienen wir letztlich etwas, das man eine Angebotsstruktur nennt, wir bedienen letztendlich bestimmte Förder- und Redaktionsstrukturen, und wir sind nicht- wie es eigentlich sein sollte, in einer Nachfragestruktur mit unserem Publikum verbunden.“

Prof. Hagemann ist davon überzeugt, dass der Dokumentarfilm eine Zukunft hat, die aus der Krise der Digitalisierung erwachsen wird. Die Chance zur tiefen Auseinandersetzung mit der Wirklichkeit, der kollektive, analoge, regionale Ort des Kinos und die digitalen globalen Chancen der direkten Verwertung zwischen Produzenten, Filmemachern, Filmemacherinnen und ihrem Publikum sind das Geschäftsmodell, an dem wir arbeiten müssen. Das Kino und die staatliche Finanzierung, also Förderungen und öffentlich- rechtliches Fernsehen müssen dazu dringend umgebaut werden.

Das anschließende Gespräch mit der dänischen Filmemacherin Signe Astrup (u.a. „Die vergessene Armee“) und dem Mecklenburger Regisseur Dieter Schumann (u.a. „Neben den Gleisen“) sowie dem Verleiher Jürgen Pohl von Edition Salzgeber bestätigte die Schwierigkeiten, denen sich kleinere Dokumentarfilme im Kino ausgesetzt sehen. Die Auswertung ist schwierig, das Publikum schwindet, die Kinos machen kaum geeignete Zielgruppenarbeit. Nur mit Events in den lokalen Filmtheatern, mit themenorientierten Partnern und mit gezieltem Marketing lässt sich Publikum für dieses Genre gewinnen. Neue Formen der Präsentation sind gefragt, um insbesondere junge Zuschauer anzusprechen.

Im **4. Panel** ging es unter der Überschrift „Attraktive Filmsets und Virtuelle Realitäten“ um ein Thema, das für Mecklenburg-Vorpommern als gefragte Kulisse wichtig ist. Für Szenenbildnerin

Adrienne Zeidler, die u.a. bei der „SOKO Wismar“ gearbeitet hatte, bietet das Land attraktive Drehorte, die anderswo kaum zu finden sind. In der Altstadt Wismars entdeckt sie nicht nur die schönen hanseatischen und modernen Ecken der Stadt, sondern immer wieder leere Läden, die für den Film eingerichtet werden können. Krimis brauchen auch ständig Orte, an denen „die Leiche“ gefunden werden kann. Da bietet sich das Wasser an. Schwierig wird es, wenn ein alleinstehendes Haus am Meer gebraucht wird, davon gibt es an der gesamten deutschen Ostseeküste wenige.

Seth Turner, Art Director von internationalen Spielfilmen und Werbeproduktionen (u.a. der oscar-nominierte Film „Unter dem Sand“ aus Dänemark) empfahl, sich bei der Suche nach einem alleinstehenden Haus am Meer in Dänemark umzusehen, dort findet sich sowas leicht.

In welcher Weise visuelle Effekte helfen können, originale Drehorte durch Computerbilder zu ergänzen oder zu verlängern, konnte VFX-Experte Olaf Skrzypczyk (FXTOGO) aus Babelsberg berichten.

Für ihn kommt es darauf an, das abzubildende Objekt oder Lebewesen zunächst genau zu studieren, um es dann naturgetreu nachzubilden. Oft macht es Sinn, so viele reale Elemente wie möglich in einer Szene zu belassen und nur virtuell zu ergänzen, um den Eindruck von Echtheit zu erzeugen, insbesondere wenn die Budgets gering sind. Der Trend zur Virtual Reality / 360 Grad ist für ihn schon lange Thema, neu sei vor allem die Hardware (wie VR-Brillen, Anwendersoftware), die mittlerweile den Konsumermarkt erreicht hat. Inhaltlich gibt es weltweit große Chancen, neue Erzählideen für diese Zukunfts-Technologie zu entwickeln und zu produzieren.

Einer der Aktivisten aus Mecklenburg-Vorpommern, der mit 360 Grad Technologien arbeitet, ist Bert Scharffenberg (Videoredakteur). Er sieht insbesondere im Tourismus vielfältige Einsatzchancen für die neue Technik. Anhand von 360-Grad-Beispielvideos aus der „EISSKULPTUREN-AUSSTELLUNG“ von „Karls Erdbeerhof“ oder den Rundumaufnahmen aus Warnemünde inklusive der Einbindung von Zusatzinformationen (Augmented reality) zeigte er neue Einsatzmöglichkeiten. Mitgebracht hatte er auch Technik wie die PANONO 360* Camera, bei der er nicht nur die Funktionen erklärte, sondern auch Schnittstellen zum Social-Media-Einsatz für Kunden zeigte.

Eine der am stärksten besuchten Veranstaltungen der Branchenkonferenz war das **5. Panel** zum Thema High-End Serien. Daniela See, Geschäftsführerin des in Schwerin ansässigen SKY Deutschland Service Center begrüßte die Gäste. SKY hatte zu diesem Anlass erste Bilder der mit Spannung erwarteten Serie BABYLON BERLIN mitgebracht und zeigte darüber hinaus ein Making of und Gespräche mit den drei Regisseuren Tom Tykwer, Achim von Borries und Hendrik Handloegten. Die bisher teuerste deutsche Serie verantworten als Produzent u.a. Michael Polle von X-Film Creative Pool und Redakteurin Carolin Haasis von ARD-Degeto. Sie machten in einem Gespräch mit SKY-Moderator Ralph Fürther deutlich, in welcher internationalen Konkurrenz das Projekt steht, das im Oktober 2017 mit 2 Staffeln á 8 Folgen startet.

Aktuell werden weltweit pro Jahr 500 Serien produziert. Um auf diesem Markt erfolgreich zu sein, wurde besonders intensiv an den Drehbüchern gearbeitet und großer Aufwand bei Cast und Ausstattung betrieben. (Hauptdarstellerin Liv Lisa Fries war eine der Gäste des FILMKUNSTFESTES 2017). Wichtig ist für Carolin Haas, nicht andere Serien zu kopieren, sondern eigene Geschichten zu machen und eigene Visionen zu vermitteln. Serien haben für Michael Polle viel mit Identität zu tun, man muss die Welt kennen, von der man erzählt. Beispielhaft dafür stehen die skandinavischen Serien. Große Figuren und große Geschichten – genau das macht auch der Reiz für bekannte Regisseure aus, bei Serien zu arbeiten.

Insgesamt hinterließ die Branchenkonferenz FILM und MEDIEN 2017 bei allen Teilnehmern erneut einen starken professionellen Eindruck, gute Gespräche, Inspiration und nachhaltigen Informationsgewinn. Keine andere Fachveranstaltung in MV bespricht auf diesem hochwertigen Niveau Fragen der FILM und Medien.

Die FILM COMMISSION MV dankt sehr herzlich allen Unterstützern und Helfern, insbesondere der Staatskanzlei MV, der Landeshauptstadt Schwerin, der IHK Schwerin und der Konrad-Adenauer-Stiftung MV sowie allen Mitarbeitern und Experten für die erfolgreiche Veranstaltung.

Schwerin, Mai 2017