

**Diagonale**  
**2014**

# Diagonale-Branchentreffen 2014 // Industry Meeting

## Digital Revolution meets Reality

### **Programm // Program**

19. & 20. März 2014 // 19 & 20 March 2014

Hotel Weitzer

Grieskai 12–16, 8020 Graz

## Mittwoch, 19. März // Wednesday, 19 March

---

9:30 **Anmeldung // Registration**

9:45 **Begrüßung // Opening**

Barbara Pichler, Festivalleitung Diagonale

**Tagungsüberblick // Program overview**

Salma Abdalla, Diagonale-Branchentreffen 2014

10:00 **Keynote**

**Digital Revolution – Audience in the Mind**

*Audience in the Mind* is the latest study in the Digital Revolution series of reports. Over the years, Michael Gubbins has debated the dangers of applying a scarcity economic model to the traditional film industry in a new demand-driven era. His message is clear: new models are dependent on the adaptation and engagement with new patterns of audience behavior. This latest report focuses strongly on the relationship between audience and content. He argues that, today, any project looking to make money or to have a real cultural impact must consider three areas of consumer expectation: experience, access and ownership. Cine-Regio, a network of 43 European film funds, including the Vienna Film Fund, commissioned the study.

**Michael Gubbins** (Chair of the Film Agency for Wales, Co-founder of SampoMedia, former editor of Screen International, UK)

Followed by Q&A, *in English*

10:45 **Kaffeepause // Coffee break**

11:00 **Panel**

**Day and Date Release in Europe – proven and tested?**

Despite being a popular practice in North America, day and date releases are facing difficulties in Europe. Soda Pictures, UK-based film distributor of independent and world cinema (*Paradise-Trilogy*, *Hannah Arendt*, *Wadjda*), has experimented with day and date releases and recently took part in the TIDE Experiment. Funded by MEDIA, they organized simultaneous Pan-European releases for independent films.

Imagine Film Distribution (current releases: *More Than Honey*, *Michael Kohlhaas*, *Mud*, *In Bloom*) is a committed distributor for arthouse films in Benelux, where exhibitors/cinemas protest against day and date releases rather than welcome it. Head of Distribution Tinne Bral is currently testing alternatives like Cinema on Demand and Clap Preview.

Daniela Elstner, Managing Director of the World Sales Doc & Film International,

initiated IFFR Live! that was launched at Rotterdam Film Festival in January. Selected films will be released simultaneously at “event” screenings in Rotterdam as well as in cinemas across Europe, on VoD and Pay TV.

**Daniela Elstner** (Managing Director of Doc & Film International, FR)

**Edward Fletcher** (Co-founder & Managing Director of Soda Pictures, UK)

**Tinne Bral** (Associate Manager & Head of Distribution of Imagine Film Distribution, Benelux)

Followed by Q&A, *in English*

12:15

### **Interview mit Daniela Elstner**

Ein Interview mit der Geschäftsführerin und Gründerin von Doc & Film International (Worldsales für Arthouse- und Kinodokumentarfilme). Elstner stellt sich Fragen zu den veränderten Anforderungen an Filmemacher/innen, erklärt die Praxis im Vertriebswesen Zeitfenster zu lizenzieren und skizziert damit einhergehende Risiken sowie Chancen für den europäischen Film.

**Daniela Elstner** (Gründerin, Geschäftsführerin Doc & Film International, FR)

*In deutscher Sprache*

12:45

### **Mittagspause // Lunch Break**

14:15

### **Presentation CineLine**

Vienna-based production company “Nina Kusturica Projects” is currently developing the project CineLine. It aims to create a dynamic catalog of measures and tools to compensate the competitive disadvantage of distributing an independent film. They will create a pool of experts experienced in film exploitation who will train filmmakers and will work with young people on their film literacy education. CineLine develops and implements tailored strategies for each individual project, in close cooperation with the filmmakers.

**Petar Mitric** (Project Coordinator for CineLine, Producer for IGNIS, AT/RS)

Followed by Q&A, *in English*

14:45

### **Panel Social Media und Marketing – Wie viel Branding braucht ein Film?**

Der Kampf um die Aufmerksamkeit für eine Filmproduktion beginnt bereits bei der Projektentwicklung: Für Elisabeth Scharangs *Kick Out Your Boss* (Uraufführung: Diagonale 2014) hat der World Sales filmdelights schon bei Drehbeginn eine interaktive Onlineplattform installiert. Christa Auderlitzky bespricht deren Einsatz als Marketingtool und Diskussionsplattform sowie den daraus resultierenden Mehrwert für das Projekt.

Marcus Mittermeier, zuständig für Marketing und E-Commerce bei HOANZL, etablierte die Marke „Der Österreichische Film“ u. a. über den eigenen iTunes-Shop

sowie auf Amazon. Hier sollen bis 2015 zweihundertvierzig Filme erhältlich sein – eine finanzielle und/oder kulturpolitische Initiative?

Zu Beginn des Panels gibt Harald Grabner (Experte im Online- und Social-Media-Marketing für Filme und Kinos) am Beispiel seiner Plattform „The Austrian Film“ einen Impuls zum Thema Branding. Er analysiert aktuelle Kampagnen für österreichische Filme, zieht Vergleiche mit dem US-Markt und skizziert Zukunftstrends für das Filmmarketing.

**Christa Auderlitzky** (Gründerin und Geschäftsführerin filmdelights, AT)

**Harald Grabner** (Gründer und Geschäftsführer 123Consulting, AT)

**Marcus Mittermeier** (Marketing und E-Commerce HOANZL, AT)

Im Anschluss Q&A, *in deutscher Sprache*

16:00 **Kaffeepause // Coffee break**

16:15 **Case Study**  
**Museum Hours**

Edward Fletcher will discuss the UK release of the film *Museum Hours*, set in Vienna, by New York-based filmmaker Jem Cohen. The film release was screened in a variety of venues including galleries and museums, which helped reach new audiences beyond regular cinemas. This reaffirmed the suggestion that the current releasing patterns are different for each film.

**Edward Fletcher** (Co-founder & Managing Director of Soda Pictures, UK)

Followed by Q&A, *in English*

17:00 –  
18:00 **Case Study**  
**I Am Breathing**

Ben Kempas talks about the release of *I Am Breathing*. With TV rights handled by a sales agent, he built a worldwide community outreach campaign in combination with a newly developed fundraising toolset. A global awareness day triggered more than 300 screenings in over 40 countries, billboards throughout England, and comprehensive coverage across mainstream media.

**Ben Kempas** (Marketing & Distribution for the Scottish Documentary Institute, UK)

Followed by Q&A, *in English and German*

## Donnerstag, 20. März // Thursday, 20 March

---

9:45

### Präsentation

#### CREATIVE EUROPE, MEDIA Desk Österreich

Esther Krausz präsentiert die neuen Elemente des CREATIVE-EUROPE-Programms.

**Esther Krausz** (MEDIA, AT)

*In deutscher Sprache*

10:00

### Panel

#### TV vs. VoD

Film producers often find themselves strongly dependent on TV broadcasters. The first step towards more independence is the development of an intelligent digital exploitation strategy that opens up new and steadily growing revenue sources. A presentation by Antoine Schmidt-Roy will focus on what a digital exploitation of that kind might look like.

Since 2008, Beatrice Cox-Riesenfelder, Managing Director of ORF-Enterprise, has focused on digital distribution. She will analyze digital exploitation of their catalog based on genres and territories and the challenge for content producers.

Astrid Sofie Jelstrup represents the view of broadcasters. As an acquisition executive at the Danish Broadcasting Corporation, she established a very popular weekly documentary primetime slot. She will explain how digital changes affect the acquisition department due to the market entry of VoD platforms like Netflix.

Christian Haider, lawyer at FERNSEHFONDS AUSTRIA, will discuss the development of co-production contracts between film producers and broadcasters. He will present a forecast on the changing relevance of secondary rights (as VoD).

Matthias Mücke released quality arthouse films in German speaking countries (*Paulette, Take this Waltz, Paradise-Trilogy, Barbara, Renoir, Nokan ...*). He confirms that German distributors are able to generate significant sales revenue from arthouse films in the VoD-sector, but only if distributors develop a specific release strategy for every single title. Visibility and recognition (given through theatrical release) are essential. VoD can compensate for a low box office return, but a strong theatrical release does not automatically lead to strong VoD sales.

**Beatrice Cox-Riesenfelder** (Managing Director ORF-Enterprise, AT)

**Astrid Sofie Jelstrup** (Acquisitions Executive Danish Broadcasting Corporation, DK)

**Matthias Mücke** (Digital Sales Neue Visionen, Managing Director good!movies, DE)

**Antoine Schmidt-Roy** (Managing Director nikita ventures / YouTube MCN „wocomo“, DE)

**Christian Haider** (Lawyer FERNSEHFONDS AUSTRIA, AT)

*Followed by Q&A, in English*

11:30 **Kaffeepause // Coffee break**

12:00 **Case Study**  
**The Pirate Bay – Away From Keyboard**

Produced by Final Cut For Real (Academy Award nominated film *The Act Of Killing*) *The Pirate Bay – Away From Keyboard* premiered at the Berlinale 2013 and was simultaneously released online for free on YouTube and The Pirate Bay. Despite the free online release, funders and public broadcasters (DR, NRK, ZDF/ARTE, SVT, BBC) fully financed the film. Producer Anne Köhncke provides insight on this exceptional process of financing and distribution, which raised 49,000 USD in donations.

**Anne Köhncke** (Producer Final Cut For Real, DK)

Followed by Q&A, *in English*

12:30 **Panel**  
**Sprungbrett Festival**

Vier Perspektiven auf die Rolle von Filmfestivals in der Filmverwertungskette: Der Featurefilm *Soldate Jeanette* wurde als erster österreichischer Spielfilm für den Wettbewerb in Sundance ausgewählt und konnte als „echte“ Low-Budget-Produktion (Budget: 65.800 Euro) im Zuge ihrer Festivalkarriere (u. a. Tiger Award Rotterdam) kommerzielle Erfolge feiern. Eine Best-Case-Study von Produzentin Katharina Posch.

Im Anschluss daran sprechen Birgit Kohler (Auswahlkomitee Berlinale Forum) über die neuen Anforderungen an das Berlinale Forum sowie Daniel Ebner und Doris Bauer (beide FÖFF – Forum österreichischer Filmfestivals) über die Wirksamkeit von Festivals im Allgemeinen: Festivalselektionen schaffen Öffentlichkeit und legitimieren Förderentscheidungen. Sie steigern den Wert, definieren das Kinopotenzial eines Films und schaffen so kulturelles Kapital.

Schließlich widmet sich Youn Ji (Festivalmanagerin Outlook Filmsales) der Frage, unter welchen Umständen internationale Festivalselektionen als Einnahmequelle fungieren können.

**Katharina Posch** (Produzentin European Film Conspiracy, Produktionsleitung NGF Nikolaus Geyrhalter Filmproduktion, AT)

**Daniel Ebner** (Gründer FÖFF – Forum Österreichischer Filmfestivals, künstlerische Leitung VIS Vienna Independent Shorts, AT)

**Doris Bauer** (Gründerin FÖFF – Forum Österreichischer Filmfestivals, Festivalleitung espressofilm, Programmierung VIS Vienna Independent Shorts, AT)

**Birgit Kohler** (Ko-Direktorin Arsenal – Institut für Film und Videokunst in Berlin, Mitglied im Auswahlkomitee des Forums der Berlinale, DE)

**Youn Ji** (Festival Managerin Outlook Filmsales, AT)

Im Anschluss Q&A, *in deutscher Sprache*

13:30 – **Impuls**

14:00 **ÖFI und BKA – Abteilung Film**

Roland Teichmann (Geschäftsführer ÖFI) und Barbara Fränzen (Leiterin der Abteilung Film im BKA) schließen das Diagonale Branchentreffen 2014 mit einem Kurzstatement zur Reaktion der Förderinstitutionen auf die Entwicklungen in der digitalen Verwertung des österreichischen Films.

**Barbara Fränzen** (Leiterin Abteilung Film BKA – ehemals bm:ukk, AT)

**Roland Teichmann** (Geschäftsführer ÖFI, AT)

*In deutscher Sprache*

15:00– **Marketplace: One-on-One Meetings**

17:00 **mit Podiumsgästen und Vertreter/innen der Förderinstitutionen**

---

**Anmeldung Branchentreffen** bis 14. März 2014 an [gaeste@diagonale.at](mailto:gaeste@diagonale.at)

**Registration Industry Meeting:** [gaeste@diagonale.at](mailto:gaeste@diagonale.at) (Deadline 14 March 2014)

---

**Das Branchentreffen wird unterstützt von** FISA – Filmstandort Austria, Fernsehfonds Austria / CREATIVE EUROPE, MEDIA Desk Österreich / Canon und ecoversum (Sponsor der Green Meeting Austria Zertifizierung für das Branchentreffen im Hotel Weitzer).

Das Diagonale Branchentreffen ist als Green Meeting zertifiziert.

Schonen Sie schon bei Ihrer Anreise die Umwelt! Nutzen Sie den öffentlichen Verkehr, bilden Sie Fahrgemeinschaften oder kompensieren Sie die CO<sub>2</sub>-Emissionen Ihres Fluges durch die Unterstützung klimafreundlicher Projekte von [www.atmosfair.de](http://www.atmosfair.de) oder <http://ch.myclimate.org/de.html>.

Gratis mit der Straßenbahn durch die Grazer Altstadt: zwischen Jakominiplatz und Hauptplatz plus eine Station in beide Richtungen – beispielsweise Festivalzentrum Kunsthaus Graz bis Finanzamt (KIZ RoyalKino) oder Kaiser-Josef-Platz (Rechbauerkino).