

MEDIA Ersatzmassnahmen - Projektentwicklung**Das Vertriebspotential bestmöglich darstellen: Anregungen zum Ausfüllen der
Formulare „Firma“ und „Projekt“**

MEDIA Desk Suisse hat eine Liste von Fragen/Erläuterungen zusammengestellt, die als Leitfaden beim Ausfüllen der Formulare „Firma“ und „Projekt“ der Entwicklungsförderung dienen.

Bei der Beurteilung der Anträge im Bereich der Entwicklungsförderung ist das internationale Vertriebspotential des Projekts von allergrösster Wichtigkeit. Mit einer detaillierten und kohärent dargelegten Strategie können bis zu 50 der insgesamt 100 möglichen Punkte erzielt werden.

N.B. Bei einem Antrag für ein Projektpaket (Slate) hat die Bewertung des Formulars „Firma“ (Teil A) deutlich mehr Gewicht als bei Anträgen für Einzelprojekte, bei denen das Projekt im Zentrum steht.

Bitte beachten Sie ferner, dass die Fragen 4 bis 7 des Formulars „Firma“ nur im Rahmen von Anträgen zur Projektförderung beantwortet werden müssen.

A. Formular Firma

1. Beschreiben Sie die Unternehmensführung und die Aktivitäten seit der Firmengründung. (max. 5000 Zeichen)

- Bisherige Erfahrung (wie ist die Firma zu dem geworden, was sie ist)
- Führungsstruktur, Mitarbeiter, Büroräume, Entscheidungsprozesse
- Produktionsvolumen, Umsatz, Fixkosten und wie werden sie gedeckt, Gewinnerwartung, Umgang mit Risiken (*Nur bei Anträgen Einzelprojekt, für Paketförderung siehe Fragen 4-7*)
- Wirtschaftliche Grundlage (Hauptaktivität, Nebenaktivitäten, Schwestergesellschaften etc.) (*Nur bei Anträgen Einzelprojekt, für Paketförderung siehe Fragen 4-7*)

2. Beschreiben Sie die aktuelle Stellung der Firma im Markt und die strategische Ausrichtung in Bezug auf Entwicklung und Produktion (max. 5000 Zeichen)

- Bestehende Partner im Heimatmarkt und international (TV-Sender, Verleiher, World Sales ...)
- Vorhandene Kenntnisse möglicher Finanzierungsstrategien des Independent Kinos
- Erfahrungen im Bereich der Koproduktion
- Fähigkeit, Talente zu gewinnen
- Gibt es eine Editorial Line, wenn ja welche?
- Produktionsplanung über die nächsten Jahre, wie wird das personell gelöst?
- Wachstumsstrategie (wie soll sich die Firma entwickeln?), Umgang mit Innovation und Marktentwicklungen (*Nur bei Anträgen Einzelprojekt, für Paketförderung siehe Fragen 4-7*)

3. Beschreiben Sie die Arbeitserfahrung des Teams, das die Entwicklung des eingereichten Projekts betreut (max. 5000 Zeichen)

- Konzentration auf das in der Firma mit dem Projekt befasste Kernteam, z.B. Verantwortlicher Produzent, Head of Development (*nicht zu verwechseln mit Frage 2 im Projektformular, wo der Focus auf dem künstlerischen Projektteam liegen soll*)
- Erläutern Sie, inwiefern die Erfahrung des Teams – insbesondere mit Filmen des gleichen Genres und mit ähnlichem Budget – zur Erreichung der Projektziele beiträgt
- Verweis auf CVs in der Anlage

Zusätzliche Fragen nur für Anträge im Bereich Paketförderung (Slate)

<p>4. Beschreiben Sie die aktuelle und zukünftig erwartete Finanzlage der Firma. (max. 2500 Zeichen)</p> <ul style="list-style-type: none">• Wirtschaftliche Grundlage (Hauptaktivität, Nebenaktivitäten, Schwestergesellschaften etc.)• Gesamtumsatz des Unternehmens• die gesamten Entwicklungsausgaben der letzten zwei Geschäftsjahre in CHF• Cashflow-Prognosen• Gewinn-und Verlust-Analyse	Nur für Slate
<p>5. Begründen Sie die Auswahl der vorgeschlagenen Projekte innerhalb Ihres Projektpakets (max. 2000 Zeichen)</p> <ul style="list-style-type: none">• Relevanz und Realisierbarkeit des Projektkatalogs• Vielfalt (in Bezug auf Genre, Format, kreative Vorgehensweise, Narration, Talente,...) innerhalb des Projektkatalogs	Nur für Slate
<p>6. Beschreiben Sie, wie das Projektpaket zur Verbesserung der Position des Unternehmens auf dem europäischen und internationalen Markt beitragen wird. (max. 3000 Zeichen)</p> <p>In Bezug auf :</p> <ul style="list-style-type: none">• Koproduktion• Präsenz auf ausländischen Märkten• Präsenz auf wichtigen Filmfestivals• Finanzlage• Fähigkeit mehrere Projekte parallel zu entwickeln	Nur für Slate
<p>7. Beschreiben Sie, wie das Projektpaket die Fähigkeit des Unternehmens zeigt, innovativ in seinen Aktivitäten zu sein und sich an den Wettbewerb in der audiovisuellen Landschaft anzupassen (max. 3000 Zeichen)</p> <ul style="list-style-type: none">• Neue Vorgehensweisen und Praktiken, die auch andere Genres, Plattformen und Geschäftsmodelle miteinbeziehen• Zusammenarbeit mit neuen Talenten• Kollaborationen und Synergieeffekte	Nur für Slate

Track Record

Der Track Record ermöglicht es, bis zu 10 fertiggestellte oder sich in Produktion befindende Projekte der antragstellenden Firma aufzuführen. Die Werke müssen dabei nicht zwangsläufig in chronologischer Reihenfolge genannt werden. Zuerst können auch die renommiertesten oder repräsentativsten Produktionen stehen sowie die, die am stärksten mit dem Projekt/den Projekten Ihres aktuellen Antrags korrespondieren.

B. Formular Projekt

1. Entwicklungsstrategie

1.1. Beschreiben Sie das Stadium, in dem das Projekt eingereicht wurde und die Bedürfnisse in Bezug auf die Projektentwicklung. (Max. 5'000 Zeichen)

- Was ist bis zur Antragstellung passiert?
- Welches sind die Schwachstellen des Projekts, die im Rahmen dieser Förderung eliminiert werden sollen?
- Wieso ist die Förderung nötig - Kann das Projekt dadurch sein internationales Potential erhöhen?

1.2. Beschreiben Sie die geplanten Aktivitäten während der Entwicklung des Projekts sowie den Entwicklungszeitplan bis zum Beginn der Produktion (einschließlich: Drehbuch, Recherchen-Arbeiten, Casting, Drehorte, Teilnahme an Märkten, geplanter Beginn der Dreharbeiten, usw.). (Max. 4'000 Zeichen)

- Konkrete geplante Schritte mit Terminplan bis zum ersten Drehtag benennen. Diese Schritte sollten über einen realistischen Zeitraum geplant sein und sich in den antragsberechtigten Kosten im Budget widerspiegeln.
- Gewünschte Beteiligung von Kreativen, die die internationale Strahlkraft des Projekts erhöhen
- Wie sollen diese Personen überzeugt und eingebunden werden
- Entwicklungsaktivitäten, die die Geschichte, die Botschaft, die Erzählweise, die Originalität und die universelle Gültigkeit stärken können
- Vorgesehene Strategien, um das Projekt bereits im Entwicklungsstadium aus der Masse hervorzuheben
- Märkte oder Weiterbildungsinitiativen finden, die wichtig für das Projekt sind
- Partner benennen, die das internationale Potential des Projekts stärken könnten

2. Projektteam

2.1 Präsentieren Sie die Arbeitserfahrungen der wichtigsten Mitglieder des kreativen Teams unter Angabe ihrer Rolle im Projekt (Name/ Nationalität/ Rolle im Team/ Erfahrung/ Festivalauszeichnungen) (Max. 4'000 Zeichen)

- Zusammensetzung des künstlerischen Teams (Drehbuch, Regie, Kamera, Berater, Partner / Koproduzenten, etc. *(Nicht zu verwechseln mit Frage 3 im Formular zur Firma, wo es um das Kernteam in der Produktion geht)* und ihre vergangenen Erfolge bzw. wieso sie für das Projekt geeignet sind
- Ist bereits jemand vorgesehen für den Verleih und das Marketing des Projekts, wer konzipiert das Werbematerial?
- Verweis auf CVs in der Anlage

3. Publikumspotential und Relevanz der Vertriebs- und Marketingstrategie

3.1 Beschreiben Sie, warum das Projekt eine transnationale Anziehungskraft und ein grenzüberschreitendes Potential aufweist (unter Berücksichtigung des kreativen Teams, des Casting, der vorgeschlagenen Umsetzung und der vorgestellten Strategien und Kollaborationsmethoden, insbesondere mit ausländischen Koproduktionspartnern) (max. 5000 Zeichen)

- Reichweite und Aktualität des Sujets und des Genres
- Internationalität, Potenzial und Attraktivität des Kreativteams und des Casts
- Fähigkeit der vorgestellten Partner (insbesondere nicht-nationaler Koproduktionspartner) das Projekt auf internationale Ebene zu bringen
- Benchmarking des eigenen Projekts (Nennen Sie vergleichbare Filme, unter Berücksichtigung von Genre, Sujet, Budget, Erfahrung der Regie)

- Internationale Anziehungskraft bereits in einer frühen Projektphase (Selektion für Koproduktionsmärkte oder internationale Weiterbildungsprogramme, Auszeichnungen, Interesse von World Sales usw.).

3.2 Beschreiben Sie die geplante Vertriebsstrategie auf nationaler und europäischer / internationaler Ebene sowie eventuell abgeschlossene Vertriebsvereinbarungen (Max. 5'000 Zeichen)

- Bestehen Business-to-business-Kontakte und wie sollen passende nationale und internationale Partner gefunden werden? An welchen Filmmärkten ist eine Teilnahme geplant? Nennen Sie bestehende Kontakte, die für dieses Projekt relevant sein könnten.
- Festivalstrategie. Wenn Sie auf ein Festival der Kategorie A oder B zielen, welche Sektion kommt in Frage? Wie planen Sie, in die engere Auswahl zu kommen? Welche anderen Festivals (z.B. Themenfestivals) wären für das Projekt passend? Wie und mit welchen Mitteln könnte das Projekt während des Festivals beworben werden?
- Vertriebskanäle und Terminierung (klassische Auswertungsfenster oder alternative Modelle? Kino, TV, VoD, ...). Wie erhalten Sie Zugang zu den verschiedenen Kanälen?

3.3 Erläutern Sie, welche Länder Sie für den Vertrieb Ihres Projekts für wichtig halten (Max. 2'000 Zeichen)

- Zeigen Sie Ihre Marktkenntnis auf nationaler und internationaler Ebene (im Hinblick auf das Genre des Films, die beteiligten Kreativen, vergangene Erfolge).
- Wichtige Länder aufgrund des Inhalts, der Finanzierung und der Partner oder der vorgesehenen Sprachversionen. Denken Sie dabei an alle möglichen Distributionswege, nicht nur an die Kinoauswertung.

3.4 Beschreiben Sie Ihre geplante Marketing-Strategie (national und international): welche Medien, welche Marketing-Tools (online und offline), welcher Zeitplan? Was ist Ihre wichtigste Zielgruppe und warum? (Max. 5'000 Zeichen)

Zielgruppe:

- Welches ist die Hauptzielgruppe? (Altersgruppe, Geschlecht, Bildung, Einkommen, Interessen, ...)
- Gibt es Nebenzielgruppen? Wer könnte sich noch für den Film interessieren? Unterscheiden sich die Zielgruppen je nach Vertriebsterritorium?
- Was bringt die einzelnen Zielgruppen dazu, sich soweit mit dem Film zu identifizieren, dass sie ihn sehen wollen? Wie konkurriert der Film mit den Werken, die sich zur gleichen Zeit an ein ähnliches Publikum richten?

Positionierung:

- Was ist das Produkt? Zu welchem Genre gehört es?
- **Was sind seine Eigenheiten, wodurch zeichnet es sich aus (USP)?**
- Welches ist die zentrale Botschaft des Films (in einem Satz)?
- Welche starken Momente des Films könnten im Zentrum der Werbung stehen?
- Identifizieren Sie Stärken und Schwächen, Möglichkeiten und Hindernisse bei der Vermarktung des Projektes und stellen Sie Ihre diesbezüglichen Strategien dar.
- Nennen Sie vergleichbare Werke, ihre Resultate und Erfolge.

Promotionsmaterial:

- Welche Promotionswerkzeuge und -mittel sollen eingesetzt werden (künstlerisches Material, Pitch, Clips & Bilder, Teaser/Trailer-Versionen, Testvorführungen und Vorpremieren, Merchandising-

Produkte wie Soundtrack, etc.).

Promotionsaktivitäten:

- Beschreiben Sie die geplanten Promotionsaktivitäten (Pressearbeit, Soziale Medien, Vorpremierer, Werbung, Sponsoren/Partner).
- Wie soll die Aufmerksamkeit der Presse und des Publikums geweckt werden? Welche Veranstaltungen könnten den Filmstart begleiten? Wie erreichen Sie eine gewisse Exklusivität Ihres Werks und seiner Premiere?
- Welche konventionellen oder alternativen Aktionen könnten für die Promotion geplant werden? Werden Sie Online-Medien nutzen und wie?
- Marketing-Partner und -Werkzeuge auf nationalem und internationalem Niveau, durch die der Film sein Publikum finden kann, egal ob breit oder spezialisiert (evtl. Bezug nehmen auf die Festivalstrategie)
- Wie sieht der geplante Ablauf der Vermarktung aus (gibt es wichtige Termine, die zu beachten sind)?

4. Finanzierungsstrategie

4.1 Beschreiben Sie die geplante Finanzierungsstrategie für die Entwicklung des eingereichten Projekts. (Max. 2'000 Zeichen)

- Bereits akquirierte Finanzierung sowie noch offene Posten nennen, welche Institutionen/ Partner sind für die restliche Finanzierung vorgesehen, Zeitplan, um die Finanzierung der Entwicklung abzuschliessen. Dieser Teil soll die Angaben im Finanzierungsplan widerspiegeln.
- Geplanter Besuch von Koproduktionstreffen passend zu den wichtigsten Verleihterritorien für den Film
- Passende Partner nennen
- Chancen der internationalen Finanzierung einschätzen
- Plan B
- N.B. Berücksichtigen Sie ein möglichst breites Spektrum an Finanzierungswegen.

4.2 Beschreiben Sie die geplante Finanzierungsstrategie, um die Produktion des eingereichten Projekts zu finanzieren und entwerfen Sie einen vorläufigen Finanzplan. Bitte erwähnen Sie die wichtigsten Optionen, die geeigneten potenziellen Partner sowie die bereits vorhandenen oder noch zu bestätigenden finanziellen Elemente. Erklären Sie, welche Länder Sie für wichtig halten im Hinblick auf mögliche Koproduktionen. (Max. 4'000 Zeichen)

- *Siehe oben (4.1.)*

Anhänge

Anregungen für das beizufügende Dossier:

- **Künstlerisches Material:**
 - Director's notes oder, wenn noch keine Regie feststeht, entsprechende Vorstellungen des Autors und der Produktion zur visuellen oder stilistischen Umsetzung des Projekts
 - Visuelle Herangehensweise, Ggf. Mood board
 - ggf. Story board
 - Treatment / Literary Bible / Drehbuch

- **Weitere Anhänge:**
 - Ausführliche CV's
 - Filmografie
 - Links auf vorherige Werke der Regie
 - Finanzierungsbelege
 - LOI's
 - Deal Memo und andere Verträge
 - ggf. Marketingstrategie
 - usw.

Evaluationskriterien Single

Kriterium	Gewichtung
1. Quality of the project and the potential for European distribution	55
Fiction and animation: 1a) Quality, premise, strength of idea and dramatic potential of the project Creative documentary: 1a) Strength of the subject matter, purpose and quality of the project focus	10
1b) Quality of the writing, narrative choices, character development and the world of the story	10
Fiction and Creative documentary: 1c) Creative potential of the project Animation: 1c) Quality of the visual approach and art work as well as the creative potential of the project	10
1d) Potential to reach audiences at European and international level	25
2. Quality of the development strategy	10
3. Quality of the European and international distribution and marketing strategy	25
3a) Quality of the European and international distribution strategy (B2B)	15
3b) Quality of the European and international marketing strategy (B2C)	10
4. Quality of the financing strategy and feasibility potential of the project	10

Evaluationskriterien Slate

Kriterium	Gewichtung
1. Approach of the Company to develop and produce at a European and international level a slate (package) of 3 to 5 projects and the capacity of the company to be innovative in its activities	30
1a) Approach of the Company to develop and produce at a European and international level a slate (package) of 3 to 5 projects	20
1b) Capacity of the company to be innovative in its activities	10
2. Quality of the slate of projects and quality of the development strategy	15
3. The potential to reach audiences at European and international level, and the European and international distribution and marketing strategy	35
3a) Potential to reach audiences at European and international level	15
3b) The European and international distribution strategy	10
3c) The European and international marketing strategy	10
4. Quality of the financing strategy and its European dimension, and feasibility potential of the slate of projects	20
4a) Quality of the financing strategy and its European dimension	10
4b) Feasibility potential of the slate of projects	10