



© Valentin Desjardins/Image&Co

MIPTV 2017: Made in Austria höchst gefragt

Die Fernsehmesse an der Côte d'Azur war für den ORF ein voller Erfolg. Mittlerweile werden dort ORF-Produktionen gezielt nachgefragt.

••• Von Petra Steinke/Cannes

Die Fernsehmesse MIPTV ging vergangene Woche in Cannes zu Ende. Das kurze Resümee scheint auf den ersten Blick ernüchternd: Viele der neuen Formate, Shows und Serien sind entbehrlich für jeden, der seinen Kopf nicht nur zum Haare schneiden verwendet.

Wer sich aber dann genauer mit den Inhalten auf der MIPTV intensiv beschäftigte, der wurde wahrlich von den neuen Technologien überrascht: Allem voran mischt die virtuelle Realität zukünftig den TV-Markt auf. Die Werbewirtschaft wird es freuen,

prophezeit Alex South, Senior Producer bei Laduma, einer VR-Film-Agentur mit Sitz in Liverpool: „Wir bieten Brands ganz neue Möglichkeiten an, durch VR lebendiger zu werden.“ Simon Benson von Sony PlayStation/VR über seine Arbeit: „Wenn Sie Inhalte für die virtuelle Realität schaffen, gleicht das eher dem Theater als dem Kino.“

Interesse an „Universum“

Österreichische Produzenten und Verkäufer setzten in Cannes vor allem mal wieder auf eines: *Qualität*. Und damit lagen sie genau richtig, wie Marion Camus-Oberdorfer, Leiterin Content Sales International, bestätigte: „Unsere Kunden fragten

hier gezielt nach der qualitativen ORF-Reihe ‚Universum‘. Das internationale Interesse daran ist ungebrochen sehr groß.“

ORF-Enterprise verkaufte Serien in allen Genres, u.a. akquirierte der schwedische Broadcaster SVT „The Canary Islands“ (Die Kanarischen Inseln); auch Arte, SRF, RTL Niederlande, TV AD Vietnam und NHK Japan werden den Zweiteiler ausstrahlen.

Al Jazeera (Qatar) und AB (Frankreich) kauften „Smart Cities“ und „Techno Sapiens“, welche in „Newton“ – der wöchentlichen ORF-Wirtschaftssendung – ausgestrahlt werden. Der WDR Deutschland akquirierte die schwarz-humorige TV-Serie

„Boesterreich“ sowie die Familiensaga „Old Money“.

Die Filmreihen der Terra Mater Factual Studios zu den Themen Natur, Wissenschaft und Geschichte punkteten in der Vergangenheit immer wieder mit hohem inhaltlichen Content und ausdrucksstarker Bildqualität.

Doch spätestens seit der Oscar-Shortlist-Nominierung 2016 des Doku-Thrillers „The Ivory Game“ über den illegalen Elfenbeinhandel haben sich die Terra Mater Factual Studios zu einem fixen Star am internationalen Dokumentationsmarkt entwickelt.

CEO Walter Köhler empfing mit seinem Team am Sonntagabend rund 80 internationa-