

IMZ: Avant Première

Die jährlich vom IMZ (International Music + Media Centre) veranstaltete Fachmesse „Avant Première“ ging mit großem Erfolg während der diesjährigen Berlinale über die Bühne. Die neue Geschäftsführerin Katharina Jeschke erläutert im Film, Sound & Media-Interview künftige Projekte und Strategien des IMZ.



Katharina Jeschke

„Hier treffen Fernsehmacher, Produzenten, Distributoren, Künstler, Wissenschaftler aufeinander und können intensiv networken.“



Atemberaubendes Seherlebnis bei der Avant Première

Welches Konzept steckt hinter Ihrer Fachmesse „Avant Première“?

KATHARINA JESCHKE: „Avant Première Music + Media Market Berlin“ ist die weltweit einzige Fachmesse für Kulturfernsehen, speziell für Performing Arts, Musik- und Tanzproduktionen. Heuer fand das Event zum vierten Mal in Berlin statt, davor waren wir 30 Mal in Cannes während der Midem präsent. Der Standort Berlin und der Termin während der Berlinale und dem Europäischen Filmmarkt sind sehr gut gewählt, wir versammeln die gesamte Branche und ihre Entscheidungsträger an vier Tagen an einen Ort wo gezielt und konzentriert die aktuellen Themen diskutiert und Programme ausgetauscht werden.

Was waren die Highlights in diesem Jahr?

JESCHKE: Die Avant Première 2017 stand unter einem Innovations- und Technik-Schwerpunkt. So präsentierte der japanische Fernsehsender NHK seine 8 K-Technologie, ein wirklich atemberaubendes Seherlebnis, 16 mal hochauflösender als HD, 33 Millionen Pixel auf einem 220 Zoll-Bildschirm. Das in Kombination mit einem dreidimensionalen 22.2 Mehrkanal Soundsystem erlaubt dem Betrachter einen realistischen Einstieg in Virtual Reality. Die über 500 Teilnehmer der Avant Première kamen aus dem Staunen nicht heraus und NHK hat bewusst unsere Messe gewählt, um diese neueste Technologie zu präsentieren und Ansätze zu liefern, welchen Einfluss Virtual Reality künftig auch für die Performing Arts haben wird.

Aus welchen Branchen setzen sich die Teilnehmer der Avant Première zusammen?

JESCHKE: Die Teilnehmerstruktur macht die Avant Première so einzigartig. Hier treffen Fernsehmacher, Produzenten, Distributoren, Künstler, Wissenschaftler aufeinander und können intensiv networken. Wir haben an vier Tagen 550 Filme präsentiert, die Avant Première ist der ideale Ort für Produktion, Vertrieb und Programmierung von klassischen Musikfilmen. Der Erfolg und die stetig steigende Teilnehmerzahl geben dem Konzept recht.

Wie wird die Avant Première finanziert?

JESCHKE: Durch die Teilnehmer, wie jede andere Messe auch. Es gibt keine Förderung, mit Ausnahme einer Anschubförderung seitens der Stadt Berlin vor vier Jahren.

Sie sind seit wenigen Wochen die neue Geschäftsführerin des IMZ, welche Ziele haben Sie sich gesteckt?

JESCHKE: Das Ziel des IMZ ist, die Musikkultur und die Performing Arts in den Medien zu fördern, den Wert des kulturellen Erbes hochzuhalten und diesem den entsprechenden Stellenwert in der Gesellschaft zu geben. Wichtig dabei sind auch die Ausbildungsmöglichkeiten für den künstlerischen Nachwuchs und die Vermittlung unserer Inhalte an ein interessiertes Publikum. Diese Ziele verfolgt das IMZ seit 1961 mit unterschiedlichen Aktivitäten. Eine zentrale Rolle spielt die Avant Première, daneben versuchen wir stetig unser Network weiter zu professionalisieren und auszubauen bspw. mit unserer IMZ-Academy, in deren Rahmen Profis aus unserem Experten-network über aktuelle Themen und Trends referieren.



Virtual Reality für die Performing Arts

Wie ist das IMZ strukturiert?

JESCHKE: Das IMZ, mit Sitz in Wien, hat 150 Mitgliederorganisationen weltweit und betreut dieses Netzwerk mit sieben Mitarbeitern. Ein wichtiger Bestandteil unserer Tätigkeit ist die Kuratierung von Filmfestivals - vom Wiener Rathausplatz bis hin zu ähnlichen internationalen Events in Russland und Buenos Aires. Auch organisieren wir zum wiederholten Male gemeinsam mit dem ORF und Inter-spot Film in Wien die Semifinal-Jurysitzungen der prestigeträchtigen I-Emmys. Außerdem bieten das IMZ für 10.000 Abonnenten einen Branchen-Newsletter an, der über neueste Produktionen, Projekte etc. informiert. Seit Kurzem haben wir einen B2C-Newsletter, der sich an kulturinteressierte Privatpersonen richtet.