

»Ooops!«

Emely Christians ist eine der erfahrensten und erfolgreichsten Filmproduzentinnen der europäischen Animationszene. Ob bekannte Marken wie Schleichs Bayala-Elfen oder originäre Stoffe wie »Ooops! Die Arche ist weg...«, zusammen mit ihrem Ulysses-Team in Hamburg produziert sie qualitativ hochwertiges Family Entertainment und das immer mit Partnern aus Europa.

Interview Lisa Emer

An internationalen Branchenevents, wie denen von »Cartoon«, nimmt Emely Christians regelmäßig teil und wird dort dann auch mal eben zum »European Animation Producer of the Year« gekürt. Mit ihrer Ulysses Filmproduktion hat sie schon mit mehreren MEDIA Förderungen Animationsfilme und -serien entwickelt. Aktuell auf der To-do-Liste steht die Adaption von Terry Pratchetts »The Amazing Maurice«.



Emely Christians © Ulysses Filmproduktion

Ein Kinostart in 2020, daran denken viele eher mit Schrecken. Wie war die Erfahrung mit dem zweiten Teil der wahnsinnig erfolgreichen »Ooops!«-Filme? Und wie läuft der weltweite Verkauf? Emely Christians: Wir haben uns die Entscheidung, den Film im Herbst 2020 zu starten, nicht leicht gemacht, aber in intensivem Austausch mit dem Verleih, haben wir es dann gewagt, und das war auch genau richtig. Die Menschen, Familien und Kinder haben sich nach dem ersten Lockdown nach Unterhaltung, einem »normalem« Leben und Leichtigkeit geseht. Für die Kinoauswertung von »Ooops! 2 – Land in Sicht« haben wir dann sogar ein sehr gutes Kinofenster erwirbt, von Ende September 2020 bis zum zweiten Lockdown hat der Film mehr als 240.000 Zuschauer in Deutschland erreicht, darüber freuen wir uns! Aber der weltweite Release-Plan hat schon sehr gelitten. UK und Irland (eOne) haben den Film im Herbst 2020 gestartet und wir sind auf Platz 1 der UK Box Office Charts eingestiegen, das Ende kam dort allerdings zu schnell, nun müssen wir sehen, wie es nach Lockerungen und Öffnung der Kinos weitergeht. Aber wir sind sehr zuversichtlich, dass wir in 2021 viele Kinostarts haben werden, zunächst halten wir an dieser Strategie fest, sind aber durchaus offen für andere Auswertungsformen. Das gute

an unserem Film und dessen Thema ist, dass das nicht schnell »alt« wird. Die Geschichte der Arche hat ja schon einige Jahre auf dem Buckel, da kommt es nicht auf einige wenige Monate an.

Das Arbeiten mit europäischen Partnern scheint bei euch in der DNA verankert. Worauf kommt es dabei an?

Unser Team bei Ulysses, aber auch unsere langjährigen Partner von Studio Rakete, teilen unseren Ansatz: Wir glauben an Zusammenarbeit und Koproduktionen und sehen dies nicht als notwendiges Übel, sondern

als Chance, die Filme schon im frühen Stadium von verschiedenen Seiten aus zu beleuchten, zu bewerten und fortwährend zu verbessern. Es ist nie verkehrt, über den Tellerrand zu schauen und andere Meinungen gelten zu lassen. Gerade im kreativen Bereich sind Koproduktionen eine riesige Bereicherung. Und auch wenn diese Konstellationen sicher komplizierter und manchmal auch etwas »anstrengend« sind, überwiegen die



»Luis und die Aliens«

© 2018 Ulysses Films, Fabrique d'Images and A. Film Production

Vorteile. Auch aus der Sicht des Budgets ist das eine gute Möglichkeit, eine solide Finanzierung zusammenzubekommen, denn Animationsfilme kosten viel Geld. Unsere Budgets bewegen sich zwischen 7 und 11 Millionen Euro, das wäre allein aus Deutschland heraus für uns nicht machbar. Wir haben

schon mit Leuten und Firmen in vielen Ländern zusammengearbeitet, momentan produzieren wir unseren zwölften Film in internationa-

ler Koproduktion, da lernt man über die Zeit, welche Länder und Partner gut für das Projekt sein werden – und das müssen gar nicht immer die gleichen sein.

Ich denke, die ersten Development-Schritte sind essentiell für den Erfolg eines Projektes. Deshalb wünschen wir uns von MEDIA auch für die Zukunft einen starken Fokus auf Entwicklung.

Welche Fortbildungen von MEDIA und Märkte kannst du

empfehlen und wie bereitest du dich zum Beispiel auf Pitchings dort vor?

Als Animationsproduzentin sind für uns »Cartoon Movie« und »Cartoon Forum« die wichtigsten Branchenevents des Jahres. Dort treffen wir Koproduzenten und können unsere Projekte pitchen – oder finden auch Film- und Serienkonzepte, bei denen wir uns vorstellen können, als Koproduzent an Bord zu kommen. Das sind immer vier Tage des intensiven Austauschs mit Verleihern, Sendern und Weltvertrieben. Zudem

sind natürlich die MEDIA-Events und Programme rund um die Berlinale und das Cannes-Film-Festival wichtige Märkte. Da wir international arbeiten, sind das die besten Gelegenheiten, neue Leute zu treffen und an Gespräche anzuknüpfen.

Was wünschst du dir vom neuen MEDIA Programm?

Was an den MEDIA Programmen bislang so hilfreich war und wir uns auch für die Zukunft wünschen, ist der starke Fokus auf Entwicklung. Ich denke, die ersten Development-Schritte sind essentiell für den Erfolg eines Projektes. Das Script ist die Basis für alles Weitere, darauf müssen

wir uns am Anfang konzentrieren. Dann kommt der visuelle Ansatz, Character- und Set-Designs und eventuell ein erster Teaser, in der Animation recht teuer, aber unabdingbar, um potenzielle Finanzierungspartner zu gewinnen. Hier wünschen wir uns gute finanzielle Mittel, um qualitativ hochwertige Filme und Serien aus Europa heraus zu entwickeln. Zudem wäre es erfreulich, wenn MEDIA, wie in der Vergangenheit bereits mehrfach getan, die Finanzierung der Projekte hinsichtlich Sicherheiten und Zugangsmöglichkeiten zu Gap Finanzierungsmöglichkeiten im Auge behält.



»Oops! Die Arche ist weg«

Die Geschichte um all die Tiere, die leider die Arche Noah verpassten und was aus ihnen wurde, hat sich in fast alle Länder der Welt verkauft.

»Oops! 2 Land in Sicht« © Ulysses Filmproduktion, Fabrique d'Images, Moetion Films, 2020