

Interview mit Benno Friebe, Mitgründer und Geschäftsführer von Tof Intermedia

"Flüchtlings-Kinder durch die deutsche Bürokratie begleitet"

Die klassische Produktionssparte blüht wieder. Nicht nur große Player wie **Endemol**, **FremantleMedia** oder **ProSiebenSat.1** gründen oder kaufen kleinere kreative Produktionsfirmen, sondern auch kleinere Unternehmen selbst werden hier aktiv. So erweitert gerade der Düsseldorfer TV-Technik-Dienstleister **Segami** mit der Übernahme der **crossmotion Medienagentur** sein Portfolio auf den Produktionsbereich. Die bislang auf Promotion spezialisierte **Tof Intermedia** präsentiert Ende Mai auf **Arte** ihre erste eigene Dokumentation. Seit der Gründung des Kölner Unternehmens 1995 durch die beiden Brüdern

Benno und **Thomas Friebe** konzentriert sich Tof auf den Kinderbereich. Wichtigstes Standbein waren bisher Trailer, Kampagnen und Werbespots u.a. für **Super RTL**, **KI.KA** und **Nickelodeon International**. Für die Spots "Fair Play mit Philipp Lahm – Eine Aktion gegen Gewalt im Sport" erhielten die Kölner den **Bayerischen Kindermedienpreis 2007**. Künftig will sich Tof Intermedia auch in den Bereichen Formatentwicklung und Produktion (Magazine, Dokumentationen, fiktionale Stoffe) engagieren. Ziel ist es, anspruchsvolle, bewegende und qualitativ hochwertige Produktionen für den deutschen Markt zu realisieren. Ein erster Schritt in diese Richtung war die Beteiligung an dem preisgekrönten Kurzfilm "**Lisanne**" von **Lars Gunnar Lotz** 2005. Das nächste Projekt wurde soeben abgeschlossen und verdient mit seinem Thema alle Aufmerksamkeit: Die Dokumentation "**Nur geduldet: Flüchtlingskinder in Deutschland**" läuft am 31. Mai um 18.00 Uhr auf **Arte**. *medien aktuell* sprach mit Tof-Geschäftsführer **Benno Friebe**.



medien aktuell: Wie kam es dazu, sich so stark auf den Kinderbereich zu konzentrieren?

Benno Friebe: Tof Intermedia hat von Anfang an für Kindersender gearbeitet. In den ersten Jahren von 1995 bis 1998 waren wir die "Haus und Hof"-Produktion für Nickelodeon Deutschland. Danach hat Tof Intermedia den Aufbau der On-Air-Promotion von Nickelodeon Russland begleitet und die ersten Kampagnen für den Sender in Moskau und Kasachstan realisiert. Seit 2000 produzieren wir regelmäßig für Super RTL Trailerkampagnen, Image- und Werbespots sowie redaktionelle Beiträge. Durch diese inzwischen 13-jährige Erfahrung in der Produktion für und mit Kindern hat sich natürlich ein großes Know-how für diese Zielgruppe herausgebildet. Und das wollen wir nun auch für andere Bereiche nutzen.

ma: Sie erweitern jetzt ihr Spektrum auf den klassischen Produktionsbereich. Wie kam es zur Produktion der Dokumentation?

Friebe: 2003 haben wir zusammen mit verschiedenen freien Realisatoren aus dem Kinderbereich versucht, das Filmnetzwerk "kinderdoc" zu etablieren, das Dokumentationen für Kinder und mit Kindern produziert. Leider ist dieser Versuch gescheitert, da kein Sender an das Netzwerk geglaubt bzw. den Bedarf für Dokumentationen für Kinder gesehen hat. Unter anderem hatten wir auch das Projekt **AHA**, "Angekommen – Hiergeblieben – Abgeschoben", angedacht. Die Gruppe hat sich zwar wieder aufgelöst, aber das Projekt ist geblieben, und nach langem Durchhaltevermögen konnte eine Finanzierung auf die Beine gestellt werden.

ma: Was ist das Thema des Beitrags?

Friebe: Die Langzeitdokumentation **AHA**, die mittlerweile nun den Titel "Nur geduldet" trägt, hat elternlose Flüchtlings-Kinder und -Jugendliche hier zwei Jahre lang bei ihrem Marsch durch den Dschungel der deutschen Bürokratie begleitet. Zwischen Bangen und Hoffnung erzählt der Film davon, wie **Eduine** und **Mamadou**, **Celso** und **Nora**, **Neves** und **Otilya** ein fremdes Land – nämlich unseres – entdecken, wie sie eine fremde Kultur und Sprache erlernen und wie sie versuchen, sich allein hier in Deutschland zu behaupten. Der Film erzählt aber auch von einem humanitären Problem inmitten unserer Gesellschaft, das nach einem angemessenen Umgang verlangt.

.....produktion & programm

■ **COMEDY AUF SAT.1:** **Sandy Mölling**, als "**No Angels**"-Sängerin in diesem Jahr beim Eurovision Song Contest dabei, ist in der neuen **Sat.1-Comedy-Serie "Sketch for Fun"** erstmals auch als Schauspieler zu sehen, ab 9. Mai, 22.15 Uhr, freitags. Erfahrung als TV-Moderatorin hat sie bereits vom "**Crazy Dienstag**" auf Das Vierte.

■ **TIER-TALKSHOW:** Deutschlands erste Tier-Talkshow "**Vom Tier zum Wir**" startete auf **Tier.TV**. Moderator **Hans-Joachim Herrmann** ist auch Herausgeber des zweimonatlichen "**Aquaristik-Fachmagazins**", dessen gleichnamige monatliche TV-Sendung ebenfalls letzten Freitag erstmals auf **Tier.TV** lief und bis zur nächsten neuen Ausgabe am 30.5. noch siebenmal wiederholt wird.

■ **CGS-GAMES AUF EUROSPORT 2:** Durch einen Vertrag mit **BSkyB** sicherte sich **Eurosport** die kontinentalen Exklusivrechte zur Ausstrahlung der **Championship Gaming Series**. Die neun eineinhalbstündigen Sendungen laufen in dieser Woche vom Achtfinale am 28.4. bis zum Finale am 3. Mai. Ab 29. Mai ist **Eurosport 2** integriert im Pay-TV-Paket **Premiere Star** als zweiter Sportsender neben **NASN** und füllt als Kanal Nr. 18 die von dem insolventen Kanal **lettra** hinterlassene Platzlücke.

.....iptv & web-video & mobile

■ **"BALLANTINE'S"-CLIP VOM WEB IN TV:** 14.000 Clips wurden für die von **Neonred** realisierte "**Ballantine's**"-Webkampagne "**Leave an Impression**" eingesandt. Die User konnten dabei ihre eigenen Gesichter in den aktuellen TV-Spot der Whisky-Marke integrieren. Am 20.4. wurde der meistgeklickte Spot als Sieger auf **ProSieben** gezeigt. 180.000 Besucher verzeichnete die Microsite in drei Monaten.

■ **MOBILE VIDEO AUF SPOX.COM:** Letzte Woche startete die Sportplattform **SpoX.com** (Premiere) ihr mobiles Informationsportal mit Videos, News und Live-Ticker. Die technische Umsetzung erfolgt mit der **Cellular-Systemarchitektur**, die Vermarktung liegt bei **Tomorrow Focus**.