



NIFFF-SONDERAUSGABE: LETZTER TAKE FÜR NIFFF TV

Nach 9 Tagen intensiver audiovisueller Arbeit schliesst das Neuchâtel International Fantastic Film Festival (NIFFF) heute Abend seine Online-Sonderausgabe ab. Diese exklusive Form war ein Wagnis, entwickelt vom Festivalteam im Semi-Lockdown innert zwei Monaten. Heute Abend endet der Anlass um 21:00 Uhr mit der Verleihung des RTS-Publikumspreises an die anarchisch-punkige Komödie **DINNER IN AMERICA** (Erwerb der Ausstrahlungsrechte des Films durch die RTS). Ausserdem zugeschaltet ist der legendäre New-Hollywood-Regisseur und -Autor Paul Schrader, dessen Kreativität die Filmwelt bis heute prägt: Er empfängt den ersten Ehren-Narcisse H. R. Giger.

Die vom Festival mit Cinefile bereitgestellte VOD-Plattform hat bis heute die Marke von 4'000 verkauften Filmen überschritten, gleichmässig auf die Auswahl verteilt. Das exklusive Panorama erreichte ein treues Festival- und Genrekino-Publikum, das sich mehrheitlich für Abonnements mit Multi-Tickets entschied (85% der Einkäufe). Das entmaterialisierte Format und die Feedbacks des Publikums während der Veranstaltung sind die Basis für neue Überlegungen und Perspektiven des NIFFF.

Das NIFFF-TV-Programm bot in Anwesenheit von 77 Gästen (davon 23 im Studio) eine tägliche Show von insgesamt 9 Stunden, zusammengestellt aus 31 Stunden Rushes - notwendig waren 450 Stunden Untertitelung, 3,5 Kilometer Kabel und 33 Monitore. Das ehrgeizige Angebot vereinte ein grosses Publikum: zwischen 1'500 - 2'000 Views täglich, insgesamt 15'000 Views. Das Festivalteam ist stolz auf die redaktionelle Qualität der Präsentationen in einem innovativen und entspannten Format, das dem Ethos des NIFFF treu geblieben ist.

Der Event reiht sich als wertvolles Erbe in die Festivalgeschichte ein: Trotz der Krise bestätigte das NIFFF seine Bedeutung im Herzen der internationalen audiovisuellen Branche und legte hiermit eine experimentelle und innovative Basis für die 20. Ausgabe des NIFFF.

DIE NIFFF-SONDERAUSGABE IN ZAHLEN

Budget: 1'190'000 CHF

4'000 Filmeinkäufe auf der Plattform Cinefile

9 TV-Shows à 60 Minuten, gedreht mit 31 Stunden Rushes

Zwischen 1'500 und 2'000 tägliche Views für die NIFFF-TV-Shows

77 Gäste aus 18 Ländern, davon 23 im Studio

51 bezahlte Mitarbeitende (75 in normalen Zeiten), 3,5 km Kabel und 33 Monitore

450 Stunden Untertitelung

750 Downloads der Mobile-App

EIN CINEASTISCHES ANGEBOT FÜR EIN TREUES PUBLIKUM

Die Filme der Selektion 2020 wurden über 4'000 Mal eingekauft, 85% davon mit Multi-Ticket-Abonnements. Diese Zahlen unterstreichen die loyale Unterstützung eines Festivalpublikums, das sich wiedergefunden hat in einem Online-Angebot mit dem Ziel, die Verbindung zur Öffentlichkeit aufrechtzuerhalten und in einer ungewissen Zeit Kultur zu vermitteln. Die Veranstaltung spürte auch die Bindung des Festivalpublikums an die physische Form der Veranstaltung und ihre Verankerung im Herzen der geschichtsträchtigen Stadt Neuenburg.

NIFFF TV: EIN VERBINDENDES PROJEKT

Der NIFFF-TV-Marathon vereinte sein Publikum und erzielte durchschnittlich 1'500 bis 2'000 Aufrufe pro Sendung und Tag. Das Projekt kam zustande dank dem Ehrgeiz eines Teams, das zwar nie zuvor ein TV-Programm produzierte, sich aber mit Leib und Seele einbrachte in dieses kollaborative, ehrgeizige und komplexe Projekt. Anspruchsvolle redaktionelle Inhalte wurden zusammengehalten von der lebhaften Moderation der Schauspielerin Audrey Cavelius, dem Herzen des audiovisuellen Dispositivs. In Erinnerung bleiben die Teilnahme bedeutender Persönlichkeiten der Filmindustrie und der Literatur wie Luca Guadagnino, Nicolas Winding Refn, Eli Roth, Carolina Bang, Alex de la Iglesia, Antoinette Rychner, Pierre Bordage, ZEP und vielen anderen. Die Show hinterlässt ein reiches Erbe im Einklang mit der Mission des Festivals im Hinblick auf die 20. Ausgabe. Die Replays sind auf der Website niff.ch verfügbar!

EIN DIGITALES ÖKO SYSTEM IM STÄNDIGEN WANDEL

Die neue digitale Form des Festivals, bestehend aus einer VOD-Plattform, einer App und einem allabendlichen TV-Programm, erforderte erhebliche Anpassungskapazitäten und stellte die Teams vor eine tägliche Herausforderung. Die Mobile-App, das Herzstück des digitalen Dispositivs, wurde in nur 10 Tagen 750 Mal heruntergeladen, und das Publikum erweckte sie durch die Teilnahme an den täglichen NIFFF Challenges zum Leben. Das digitale Ökosystem der Ausgabe erforderte ständige Anpassungen und das kontinuierliche Erlernen neuer Technologien: Vieles davon war Neuland für die Teammitglieder.

NEUER HORIZONT AM NIFFF

Die Sonderausgabe markiert den Abgang der allgemeinen und künstlerischen Leiterin Anaïs Emery am 31. Oktober. Die künstlerische Leitung übernimmt ad interim Loïc Valceschini, seit acht Jahren Mitglied des Programmationsteams des Festivals. Bis zur Ernennung der neuen Direktion im Jahr 2021 ist er verantwortlich für den künstlerischen Inhalt der 20. Ausgabe, wovon einige Elemente bereits bestehen.

«Es ehrt mich, dass mir der Vorstand diese Teilhabe an der Programmation der Jubiläumsausgabe anvertraut. Gerne nehme ich die Herausforderung an, diese symbolisch wichtige Ausgabe des Festivals zu organisieren und gemeinsam die Wesenszüge des NIFFF zu pflegen.» - Loïc Valceschini, künstlerischer Leiter ad interim des NIFFF

«Freudig gebe ich meine Aufgaben an Loïc Valceschini weiter, mit dem ich acht spannende Jahre verbracht habe. Er hat das NIFFF im Blut, und ich bin überzeugt, dass er nächstes Jahr ein inspiriertes und flamboyantes Programm vorstellen wird. Freuen wir uns auf diese 20^{ste} Ausgabe!», - Anaïs Emery, scheidende Leiterin des NIFFF

Kontakt:

Bastien Bento | Head of press | press@niff.ch | M: +41 79 934 34 63

Christian Ströhle | Presse Deutschschweiz | christian.stroehle@niff.ch | M: +41 79 390 47 69