

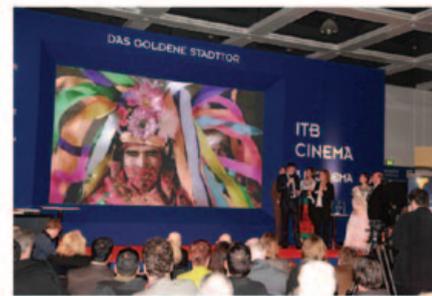
# film, art & tourism

QUARTERLY 2015 1 (23) ISSN 1897-869X

GRAND PRIX CIFFT 2014 FOR "BAROSSA. BE CONSUMED."  
CANNES CORPORATE MEDIA & TV AWARDS 5TH ANNIVERSARY  
10<sup>TH</sup> BIRTHDAY OF FILMAT FESTIVAL

*The great success of cosmofonia*

# DAS GOLDENE STADTTOR THE GOLDEN CITY GATE



Dear Readers,

It is a great pleasure for me to present a special edition of the Film, Art & Tourism magazine destined for ITB Berlin. This number presents our circle of International Festivals running within the International Committee of Tourism Film Festivals (CIFFT). These festivals work all year round selecting the Best Tourism and Cultural productions worldwide. We invite you to read the CIFFT Grand Prix Gala report with a presentation of the Best Films 2014.

Liebe Leser,

es ist mir eine große Freude Ihnen die Sonderausgabe des „Film-, Kunst- und Tourismusmagazins der ITB Berlin präsentieren zu dürfen. Diese Ausgabe widmet sich den Teilnehmern der „International Committee of Tourism Film Festivals“ (CIFFT). Diese Festivalreihe arbeitet das ganze Jahr an der Auswahl der weltweit besten Tourismus- und Kulturproduktionen. Wir laden Sie herzlich ein, den „CIFFT Grand Prix Gala“-Bericht und die Präsentation der besten Filme 2014 zu lesen.

This year, it's the Cannes Corporate Media & TV Awards 5th Anniversary, and we will talk with founder and director of the Festival, Alexander V. Kammel, about the spectacular success of this internationally famous Festival which is surrounded by the glamour of great cinema. The White Dolphin Grand Prix statuette has become a world symbol for the highest professionalism.

Ewa Kotus, Chef editor

In diesem Jahr feiert die „Cannes Corporate Media & TV Awards“ ihr 5. Jubiläum und aus diesem Anlass werden wir mit dem Gründer und Leiter des Festivals, Alexander von Kammel über den spektakulären Erfolg dieses international bekannten Festivals sprechen. Die im Rahmen dieses Festivals verliehene „White Dolphin Grand Prix Statuette“ hat sich weltweit den Ruf als wichtiges Symbol höchster Professionalität erworben.

Ewa Kotus, Chefredakteurin

2015 nr 1 (23)

Cover photo: Mateusz Paweł Kamiński

ISSN 1897-869X

**Publisher :**

Foundation Tourfilm Academy

www.filmat-festival.com

www.tourfilm-academy.com

www.tourfilmweb.com

**Address:**

01-523 Warszawa, ul. Śmiała 5/7/30

tel. + 48 (22) 299 34 44

e-mail: info@filmat-magazine.com

www.filmat-magazine.com

**Chief Editor:**

Ewa Kotus

tel. +48 881 598 818

ewa-kotus@touristic.com.pl

Deputy Chief Editor: Aleksandra Kotus

**Editorial Secretary:** Wojciech Jaworek

Editors: David C. Cooper (English), Anna Bubiak (English), Christian Stübe (German)

Collaborators: Andrzej Danowski, Francisco Dias, Irene Giannakopoulos, Wolfgang Jo Huschert, Alexander V. Kammel, Andrzej Łojko, Michał Ogródowczyk, Tomasz Ogródowczyk, dr Maria Pomianowska, Boško Savković, Spomenka Saraga, dr Josef Schütz, Paweł Stefan Kamiński, Zbigniew Żmudzki

**Design by:**

Marcin Popielarz

www.distortstudios.com

marcin@distortstudios.com

Magazyn wpisany do rejestru dzienników i czasopism – poz. Pr 13962



# Cannes Corporate Media &

# TV Awards 5<sup>th</sup> Anniversary

Copyrights : © Atout France/Robert Palomba



**Cannes**  
Corporate Media & TV Awards  
cannescorporate.com

**Ewa Kotus:** It's the Cannes Corporate Media & TV Awards 5th anniversary, so it's time for congratulations at the success of this international Festival which is transporting glamour to the corporate and television world. There are many things that have had an impact for this success, aren't there?

**Alexander V. Kammel:** Professionalism and a good portion of hard work were of course needed to establish a world-class festival like this, but we were quite confident we had the capacity to organize it. With over thirty years experience organizing the Grand Prix Victoria Festival, AutoVision in Francfort, assisting festivals in France and our own CIFFT Tourism Film Festivals, we believe we knew what to do. Nevertheless, we were more than pleased about the industry's positive reaction around the world. The choice of categories and an ultra prominent Jury including Oscar and Emmy Award winners, something unique in the world of Corporate Film Festivals, helped to establish our image as a high class Festival. And don't forget our specially designed trophy.

**E.K.:** This year's Festival with over 700 entries from 40 countries and five continents with difficult and responsible Jury decisions in order to select the best films and decide who will be awarded the Grand

Prix. On occasion of the Festival's 5th Anniversary it's worth mentioning all winners of the White Dolphin Award.

**A.V.K.:** Of course we feel proud of all Grand Prix White Dolphin Award winners. In 2010, it went to the Netherlands: Pieter-Rim de Kroon for his film "A Timeless Mystery" made for "Nolet Distillery. A film produced for a selected clientele in classical Hollywood style.

In 2011, the White Dolphin went to McCann Paris, France, for the film "Interviews of STI Stars: Chlamydia-Syphilis-Hepatitis HI-Virus-Gonococci" produced for the Institut National de Prévention et d'Éducation pour la Santé. The aim was to present the most common sexually transmittable diseases.

The 3rd White Dolphin, in 2012, was for the film "A Day of Reflection" made by Conspiração Filmes SA for Vale from Brasil. Directed by Daniel Lief, it shows in black and white portraits, persons who lost their loved ones, to remind Vale's employees of the importance of safety measures at work.

The 4th White Dolphin went to "Barossa. Be consumed" for KWP! Advertising. An impressive film with Music by NicCave, produced for the South Australian Tourism Commission, a film that started its winning

streak in Cannes and culminated at the end of 2014 by winning the "Grand Prix CIFFT" for the world's best tourism film 2014.

This year's White Dolphin went to Switzerland. Produced by Stories AG for Swiss Accident Prevention Insurance SUVA it was a very fine piece of storytelling that also received the Black Dolphin for best director.

**E.K.:** Congratulations to all Grand Prix winners. But we must also underline the importance of Gold and Silver Dolphin awards, because they show who is best in different categories. The Black Dolphins for Production Arts and Crafts are also very important.

**A.V.K.:** The Grand Prix is always the trade mark for the Festival. But the Gold and Silver Dolphins are also important trophies for the industry. We also take special care of our Production Art & Craft Categories. We appoint special Jury groups for each category.

**E.K.:** Cannes Corporate Media & TV Awards is really interesting, the result of your extensive experience in the film field and festival organization. But we must underline that Cannes Corporate Media & TV Awards was established by you with a special and unique character in many different aspects too.



*And Grand Prix Winner is ...*

photo: Filmservice International/Blaise Tassou and Filmservice International/Isabelle Saurer



White Dolphin for Stories AG/Swiss Accident Prevention Insurance SUVA for film "Das Leben braucht Mut"

photo: Filmservice International/Blaise Tassou and Filmservice International/Isabelle Saurer



Renate and Andreas Meschuh Art Media/Graz with Waltraud Langer and Christoph Feuerstein ORF/Wienna  
photo: Filmservice International/Blaise Tassou and Filmservice International/Isabelle Saurer

Your charismatic personal style can be seen in every detail of the Festival...

**A.V.K.:** Cannes is a mecca for film enthusiasts, encompassing the world's most important festivals for feature films and commercials. It was only logical to give corporate film and TV documentaries the same chance to have awards from Cannes on their desks.

**E.K.:** Fifth edition of the Festival. The Award Ceremony traditionally started with a spectacular sundown seen from the Casino Palm Beach Terrace. About 250 participants from five continents enjoyed meeting there with excellent Champagne. And?

**A.V.K.:** Starters on the Terrace together with Canard Duchene Champagne, the great weather we've enjoyed until now and our 2 DJ's.

**E.K.:** And traditionally, the frame for the award ceremony was a very elegant three course dinner with good wine.

**A.V.K.:** We have changed some details; a three course dinner but of very high quality. We improved the award ceremony with more screens, film intros and

much more on stage and an extra stage for pictures and films, everything to speed up the ceremony and give the attendants more time to meet. Parigo has supplied two famous French DJ's who entertained us in the Dolphin Lounge. And speaking of the Dolphin Lounge, we have served free drinks by some of the world's best bartenders; a show not to miss. We had to close at 3am despite most of the participants were still enjoying the great night. Next year we will keep open a bit longer and hope that everyone would like to come back on October 14-15.

**E.K.:** Can you already reveal some ideas for the 2015 Festival?

**A.V.K.:** We always have a lot of ideas, but we have to check if first they make sense and second if we can realize them. One idea is to make a small forum and invite some of the winners to not only show their films to their peers but also to comment it and to be available for a Q&A session. This would certainly improve the knowhow transfer especially over cultural borders. This is one of the ideas, but we have many more.

**E.K.:** Thank You.

## Der 5. Jahrestag der "Cannes Corporate Media & TV Awards"

**Ewa Kotus:** Es ist der 5. Jahrestag der "Cannes Corporate Media & TV Awards", der richtige Zeitpunkt Glückwünsche zum spektakulären Erfolg dieses international bekannten Festivals auszusprechen, umgeben vom großen Zauber des Kinos. Die Auszeichnung "White Dolphin Grand Prix Festival Statue" wurde weltweit zu einem Symbol höchster Anerkennung. Es gibt sicherlich mehrere Aspekte, die zu diesem Erfolg geführt haben, nicht wahr?

**Alexander V. Kammel:** Professionalität und ein gutes Stück harter Arbeit waren natürlich notwendig um ein Weltklasse-Festival wie dieses zu etablieren, aber wir waren von Beginn an zuversichtlich, die Kapazitäten zu besitzen, um es zu organisieren. Mit der mehr als 30-jährigen Erfahrung in der Organisation des "Grand Prix Victoria Festival", der "AutoVision" in Frankfurt am Main, den unterstützten Festivals in Frankreich und unseren eigenen "CIFFT Tourism Film Festivals", wussten wir was zu tun ist. Dennoch waren wir sehr erfreut über die positive Reaktion der Branche weltweit. Die Auswahl der Kategorien und die prominente Besetzung der namhaften Jury, unter anderem bestehend aus



Alexander V. Kammel - Director of Festival and Meherun Nessa Islam, Market Edge Ltd, Dhaka, Bangladesh  
photo: Filmservice International/Blaise Tassou and Filmservice International/Isabelle Saurer

"Oscar"- und "Emmy"-Preisträgern, einer einzigartigen Zusammensetzung in der Welt der Unternehmensfilm-Festivals, förderten zudem das Profil unseres hochklassigen Festivals zu festigen. Und nicht zu vergessen unsere speziell entworfene Trophäe für das Festival.

**E.K.:** Das diesjährige Festival, mit mehr als 700 eingereichten Beiträgen aus 40 Ländern aller Kontinente, war geprägt von einer starken Konkurrenz und so verbunden mit schwierigen und verantwortungsvollen Entscheidungen die die Jury zu treffen hatte, um die besten Filme auszuwählen und zu entscheiden, welcher Beitrag mit dem "Grand Prix" prämiert wird. Anlässlich des 5. Festivaljubiläums ist es erwähnenswert, dass alle bisherigen Gewinner den "White Dolphin Award" zu Recht verdient haben.

**A.V.K.:** Selbstverständlich sind wir stolz auf alle unsere "Grand Prix White Dolphin" Preisträger. Im Gründungsjahr 2010 ging er an den niederländischen Beitrag von Pieter-Rim de Kroon für seinen Film "A timeless mystery" über die "Nolet Destillerie". Ein Film, produziert für eine ausgewählte Kundschaft in klassischer Hollywoodmanier.

2011 erhielt ihn die Agentur "McCann Paris" für den

Film "Interviews of STI Stars: Chlamydia-Syphilis-Hepatitis HI-Virus-Gonococci" produziert für das „Nationale Institut für Prävention und Gesundheitserziehung“. Ziel war es, die am häufigsten sexuell übertragbaren Krankheiten aufzuzeigen. Der "Grand Prix White Dolphin" 2012 wurde dem Beitrag "A day of Reflection" verliehen, produziert von der "Conspiração Filmes SA" für den Kunden Vale aus Brasilien. Der Regisseur Daniel Lief zeigt in Schwarz/Weiß-Portraits, Menschen, die ihre Angehörigen und Liebsten verloren haben, um damit die Mitarbeiter des Bergbauunternehmens Vale daran zu erinnern, wie bedeutend Sicherheitsmaßnahmen bei der Arbeit sind.

2013 wurde dieser Preis der "kwp! Advertising" für den Beitrag "Barossa. Verbraucht" verliehen. Ein beeindruckender Film für die "South Australian Tourism Commission", unterlegt mit Musik von Nick Cave. Ein Beitrag, der seine Siegesserie in Cannes begann und seinen Erfolgsgeschichte am Ende des Jahres 2014 mit dem Gewinn des "Grand Prix CIFFT" für den weltweit bestproduzierten Tourismusfilm 2014 fortsetzte.

Der diesjährige "Grand Prix White Dolphin" geht in die Schweiz. Produziert von "Stories AG" für die "Unfallverhütung der Schweizer Versicherungs SUVA" ge-

wann der Beitrag "Das Leben braucht Mut", für seine schöne Erzählweise, zugleich den Preis "Schwarzer Delphin" für die beste Regie.

**E.K.:** Herzlichen Glückwunsch allen Grand-Prix-Gewinnern. Aber wir müssen auch die Bedeutung der "Goldenen und Silbernen Delfine" hervorheben, weil mit ihnen die besten Filme unterschiedlichster Kategorien gewürdigt werden. Die „Schwarzen Delfine“ für die "Production Arts & Crafts" sind auch sehr wichtig.

**A.V.K.:** Der "Grand Prix White Dolphin" ist immer das Markenzeichen für das Festival. Aber die "Goldenen



Ekaterina Boglaeva, SPN Communications St. Petersburg, Russia and Alexander V. Kammel

und Silbernen Delfine“ sind ebenso bedeutende Preise für die Branche. Besonderen Wert legen wir auf die Betreuung der “Production Arts & Crafts“ Kategorien. Wir beauftragen spezielle Jurygruppen für diese Kategorien.

**E.K.:** Das Festival “Cannes Corporate Media & TV Awards“ ist wirklich interessant, ein Ergebnis Ihrer persönlichen umfangreichen und langjährigen Erfahrung im Filmbereich und der Festivalorganisation. Und wir müssen hervorheben, dass sich das von Ihnen gegründete Festival “Cannes Corporate Media & TV Awards“ durch einen besonderen und einzigartigen Charakter auszeichnet. Ihren charismatischen, persönlichen Stil, das Sie dem Festival verleiht haben ist in jedem Detail zu erkennen. . .

**A.V.K.:** Cannes ist ein Mekka für Filmliebhaber und umfasst die weltweit wichtigsten Festivals für Spielfilme und Werbespots. Es war mich nur folgerichtig, den Wirtschaftsfilm und TV-Dokumentationen die gleichen Möglichkeiten zu eröffnen um Auszeichnungen aus Cannes mit nach Hause zu nehmen.

**E.K.:** Zur fünften Ausgabe dieses Festivals. Die Preisverleihung begann für die Gäste traditionell mit der Aussicht von der “Casino Palm Beach Terrace“ auf einen

wieder sehr eindrucksvollen Sonnenuntergang. Über 250 Teilnehmer aus fünf Kontinenten genossen dort das Zusammentreffen bei einem ausgezeichneten Champagner. Und womit noch?

**A.V.K.:** Mit Vorspeisen auf der Terrasse und dem erwähnten Champagner der Marke “Canard Duchene“, grossartigem Wetter, an dem wir uns bis jetzt erfreuen sowie unseren beiden DJ’s.

**E.K.:** Die Preisverleihung begann traditionell im Rahmen eines sehr eleganten Drei-Gänge-Dinner und gutem Wein.

**A.V.K.:** Wir haben zuvor einige Details geändert, unter anderem durch dieses Drei-Gänge-Menü von sehr hoher Qualität. Wir verbesserten zudem die Qualität der Preisverleihung durch eine Vielzahl mehr an Bildschirmen, Filmeinführungen und einer zusätzlichen Bühne für die Präsentation von Bildern und Filmen. Also alles in allem Maßnahmen, die zur Beschleunigung der Zeremonie beitragen, um so allen Teilnehmern ausreichend mehr Zeit zu bieten, sich zu begegnen. Der Musikverlag “Parigo“ hatte zwei berühmte französische DJ’s eingeladen, die in

der “Dolphin Lounge“ für Unterhaltung sorgten. Um bei der “Dolphin Lounge“ zu bleiben, dort haben wir kostenlose Drinks angeboten, serviert von einigen der besten Barkeeper der Welt – eine unvergessliche Show. Wir mussten das Fest leider um 3 Uhr morgens beenden, obwohl noch die meisten Gäste in dieser großartigen Nacht feierten. Nächstes Jahr werden wir etwas länger öffnen und wir hoffen, dass alle Teilnehmer am 14. und 15. Oktoberwiederkommenwerden.

**E.K.:** Können Sie schon einige Ideen für das Festival 2015 offenbaren?

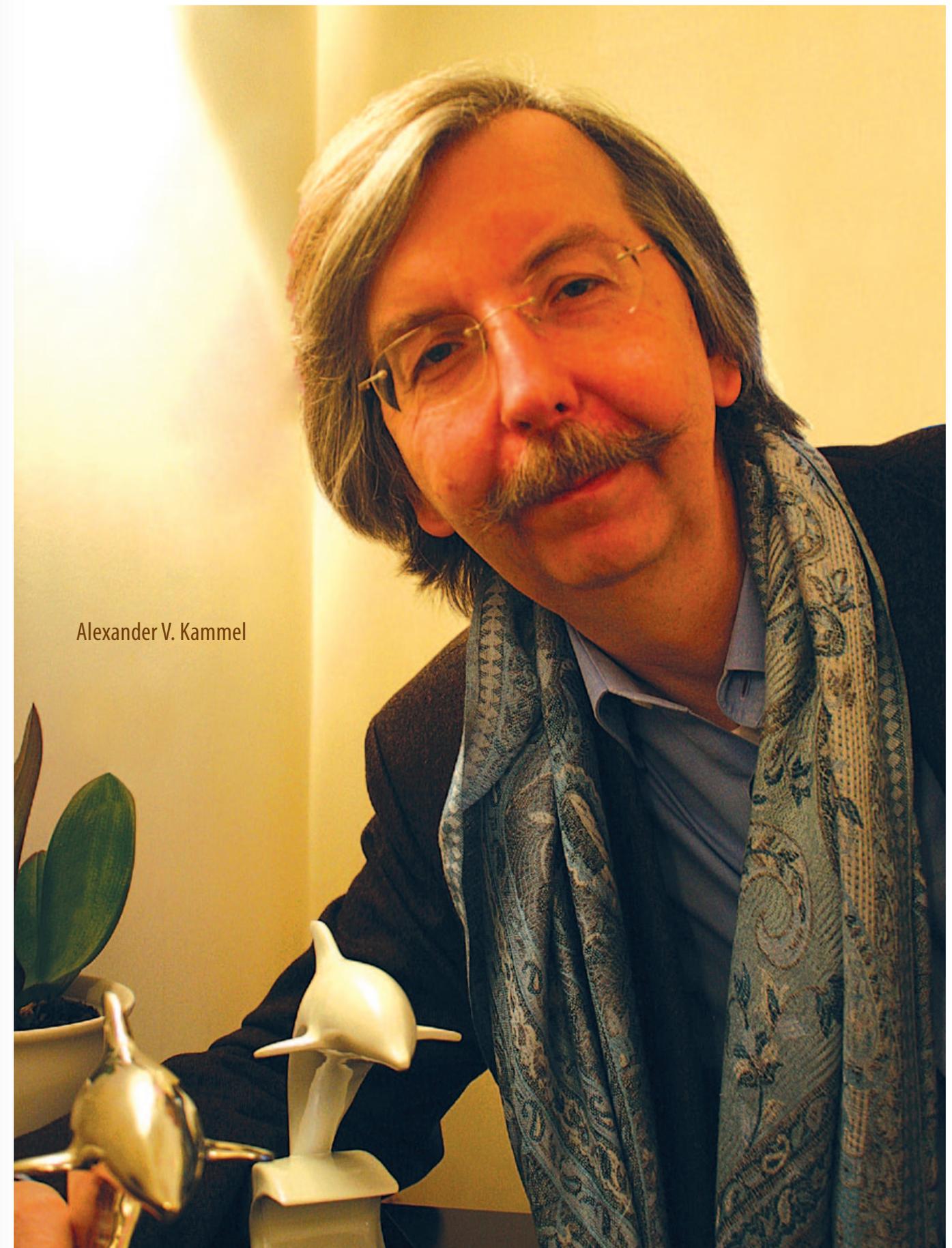
**A.V.K.:** Wir haben stets eine Menge Ideen, aber zuerst zu prüfen, ob sie sinnvoll und zweitens auch zu realisieren sind. Eine Idee ist es, ein Forum zu gründen, zu dem einige der Preisträger eingeladen werden, die den Kollegen nicht nur ihre Filme vorzustellen, sondern darüber hinaus Ihnen auch die Gelegenheit bietet, diese zu kommentieren und für eine Fragerunde zur Verfügung stehen. Dies wird sicherlich den Wissenstransfer vor allem über die kulturellen Grenzen hinaus verbessern. Das ist eine der Ideen, aber wir haben viele mehr.

**E.K.:** Ich danke Ihnen für das Gespräch.



ICF Mostra, Brussels Belgium and Alexander V. Kammel

photo: Filmservice International/Blaise Tassou and Filmservice International/Isabelle Saurer



Alexander V. Kammel

photo: Ewa Kotus



# THE GOLDEN

# CITY GATE



**Now a very important subject - ITB Berlin - the largest Tourism Trade Fair in the world; a most important meeting that pulls the whole world of tourism together. We asked Wolfgang Huschert - Director of The Golden City Gate about his programme for the ITB Cinema.**

The Golden City Gate Festival at ITB-Berlin 2015 – “we would like to be number one of worldwide Tourism Film and Multimedia Festivals” said Producer Wolfgang Jo Huschert. The synonym “Oscar of the Tourism-Industry” was used by many magazines to describe the value of these awards. “We now changed it to “Diamond of the Tourism-Industry”, he said. “We announced that change at our press conference and on stage at the ITB Cinema, by also presenting the new logo in which you can see the diamond itself. We hope this will lead the tourism industry to talk about the competition and use the term “Diamond of the Tourism Industry” and the “Golden City Gate” at the same level”. More than 1.500 films, videos, DVDs, prints and innovative tourism communication tools

were evaluated over the last twelve years by more than 400 judges representing specific fields in tourism, hotel, art, economics, management and policies. Over 50% of all judges were newly appointed each year by the President of the Federal Association of German Film and Audiovisuals - Producer Wolfgang Jo Huschert.

This year, around 35 countries will send their creative artwork to be judged by the International Jury.

### Two surprises during the 2014 Golden City Gate

Destination Dubai won the “DIAMOND AWARD” for its film “Ali’s Movie” for the 2nd time. The movie was produced to promote EXPO 2020 in Dubai, UAE. Sheikh Saleh Al Geziry, Director of Overseas Promotion & Inward Missions, and Sheikh Eyad Ali Abdul Rahman, Media Relation & Business Development Executive Director and Director of the Marketing Department for Tourism and Commerce, Mara Kaselitz, together with all other participants, were very pleased with the awards received at the ITB Cinema. The “DIAMOND AWARD” is always given to the film

which has reached the highest score at the “Golden City Gate” International Competition

### Surprising Regine Sixt

Regine Sixt of Sixt Rental Cars has won the “Golden City Gate” five times in a row with corporate videos. These films were produced by worldwide renowned advertising agencies and film production companies such as Constantin Film or Oliver Berben. Some were also directed by Regine Sixt herself. MS Germany received first prize in the category “WebTV” with their newly introduced board-magazine. To support their magazine, the German pop star “Heino” and the band “Wind” presented a short show on stage of the Golden City Gate at ITB Cinema.

### Modifications at the 2014 Golden City Gate

For the first time, 2014 Golden City Gate awarded an additional prize to singer/song writer Prince D. for his video “Easy Breezi” in the newly introduced “Tolerance” category. Guests at the Golden City Gate were so thrilled by his performance that he had to sing another song after the ceremony.

## Wir schaffen Synergien und neue interessante Kontakte!

**Das goldene Stadttor auf der ITB-Berlin, ist die Nr. 1 der weltweiten int. tourism Filmwettbewerbe. Der Name „OSKAR DER TOURISMUS WIRTSCHAFT“ den viele Magazine zur Beschreibung für die Wertigkeit des Stadttor – Preises international benutzen haben wir bei der Pressekonferenz und auch auf der großen Bühne im ITB-Cinema in „Internationaler DIAMOND DER TOURISMUS WIRTSCHAFT“ geändert. Ein großer Diamant als Logo macht es sehr anschaulich.**

So hoffen wir, dass in Zukunft vom Diamanten der Tourismuswirtschaft eigenständig bei gleicher Wertigkeit des Filmwettbewerbs “Das Goldene Stadttor” geschrieben und gesprochen wird. Den DIAMOND AWARD gibt es für den von der Jury mit der höchsten Punktzahl bewerteten Film, aller Kategorien. Mehr als 1533 Filme, Videos, DVDs, Prints und Innovationen wurden in den letzten 12 Jahren von über 400 internationalen, Juroren aus den Bereichen Touristik, Hotel, Kunst, Wirtschaft,

Management, bewertet. Es werden jährlich ca 50 % der Juroren vom Präsidenten des Bundesverbands deutscher Film und AV- Produzenten Wolfgang Jo Huschert neu berufen. Jährlich werden aus 36 Länder filme zur Bewertung eingereicht.

### Es gab in diesem Jahr 2 Überraschungen.

Dubai hat mit dem Film „Ali’s Film“ für die EXPO 2020 in Dubai, UAE, den DIAMOND-AWARD zum 2. x in Folge gewonnen. Scheich Saleh Al Geziry, Direktor, Overseas Promotion & Inward Missions und Scheich Eyad Ali Abdulrahman, Executive Direktor Media Relation & Business Development, Frau M. Kaselitz Direktorin, Department of Tourism and Commerce Marketing und alle anwesenden Beteiligte freuten sich sehr über die hohe Auszeichnung im ITB-Cinema. Der DIAMOND-AWARD wird von der Jury an den Filmbeitrag vergeben, der die höchste Punktzahl beim int. Wettbewerb „Das goldene Stadttor“ The Golden City Gate“ erreicht hat.

### Unglaubliche Regine Sixt.

Regine Sixt erreichte mit den von Sixt eingereichten

Imagefilmen den Award „Das Goldene Stadttor“ zum 5.x hintereinander. – 1 Bild- Die Imagefilme von Sixt werden weltweit von namenhaften Werbeagenturen und Produktionen wie z.B. Constantin Film- Oliver Berben-, und auch unter der Regie von Regine gestaltet Auch die MS Deutschland erhielt einen 1. Preis in der Kategorie WebTV mit dem eingeführten Board Magazin. Sie brachten zur Pressekonferenz den neuen deutschen Popstar “Heino” und die Gruppe Wind mit ins ITB-Cinema, die auf der Bühne des Goldenen Stadttors eine kurze Show präsentierten.

Neu war 2014 beim Stadttor.

2014 vergab Das Goldene Stadttor The Golden City Gate- zum 1. X einen zusätzlichen Preis an den Sänger Prince D. für das Video Easy breezi. in der neu eingeführten Kategorie - Toleranz – 2 Bilder. Die Gäste des Goldenen Stadttors waren von der musikalischen Darbietung so begeistert, dass Prince nach der Preisverleihung unter tosendem Beifall noch einige Zugaben geben musste. Die Videos von Prince sind bei YouToube zu sehen.



# film<sup>at</sup>

FILM, ART & TOURISM FESTIVAL IN WARSAW



THIS YEAR, IT'S FILMAT'S 10<sup>TH</sup> ANNIVERSARY, SO IT'S TIME FOR REFLECTION AND CELEBRATION. THE FESTIVAL WILL BE HELD IN MAY, POLAND'S LOVELIEST MONTH.



## WARSAW FILMAT – FILM, ART & TOURISM FESTIVAL

The beautiful interior of Prymasowski Palace was the frame of FilmAT Festival's IX Gala and Conference about 25 years of freedom. We welcomed the guests with a glass of Argentinean wine and a showing of Argentinean tango. These accents were meant to underline the achievement of Argentina. The international committee, with Zbigniew Żmudzki as the head, gave to highest award, GRAND PRIX TOURSIM, to the film "Imagina un pais que lo tiene todo". This year's high level of

art in the film entered by European Travel Commission allowed the committee to reward them with a statue GRAND PRIX ART, in the production of "Roll the Dice" which promoted Europe as a touristic destination.

GRAND PRIX in the National Contest went to the director of the film "The City of Sunken Gods" by Zdzisław Czac and the overseer of production, Wojciech Cielieński, president of Slavic and Viking Centre of Wolin Asso-

ciation – Jomsborg – Vineta. We have to acknowledge, that other than the Grand Prix this film was also recognized in several other categories, in the national contest as well as in the international contest.

The Academy recognized an animated film, as the event of year, created by young filmmakers from the studio Newborn – "Warsaw 1935". This digital reconstruction of Warsaw before World War II shows the charm

of the city which was once called "Paris of the North". The statutory GRAND PRIX ECOLOGY was rewarded to a series of films "Escape to nature 2009-2014", some of this family's films have received some of the greatest awards in the ecological category within the last 5 years. This year, there have been 290 entries to the festival's office, which represented 30 different countries. All these films were presented to 3 different committees. The international committee was lead by Zbigniew Żmudzki – the

president of the Oscar winning film studio "Se-ma-for" and the national committee by Joanna Tryniszewska – an experienced journalist and director. The last committee, in charge of the contest for children and young people's films, was lead by David Cooper, who is celebrated as the best producer of tourism films in the world. Honorary guests of the solemn Gala beside the winners were members of the diplomatic corps and representatives of polish and foreign culture and tourism institutions.

During the Gala, we had the pleasure of serving our guests Polish specialties, with which was served Argentinean wine. Other than the Argentinean dancers as entertainment, we also had the folk ensemble "Rokizanka" from the Lublin area; they were also the winners of awards in certain categories.

All winners you can see on the website: [www.filmat-festival.com](http://www.filmat-festival.com)



## “The City of Sunken Gods”

This unique, artistic vision of early-medieval Wolin emerges from the writings of chroniclers, Scandinavian sagas and legends, as well as from archaeological finds.



Zdzisław Cozac's film shows that this little unsuspecting town in the West Pomeranian region was once one of the biggest commercial emporiums near the Baltic Sea. Even if Jomsborg, a famous Viking fortress, or the rich, flooded Vineta did not exist there, scientists say that Wolin would still have been an enormous, fortified settlement complex. This complex is where Scandinavians, Saxons and Arabic buyers, as well as Slovaks, would have come to. It was the Scandinavians and the first Piasts (Mieszko I and Bolesław Chrobry) that fought for the control of Wolin.

The film has a painting-like form of staging: screen shots along with animation and CGI, create a kind of imagery, showing landscapes and characters from over a thousand years. Thanks to the fact that it shows the Wolin cultural inheritance, this documentary won the awards against other competing films promoting

cities and regions, because it was out of the ordinary. After the awards received at the 9th edition of the FilmAT Festival, “The City of Sunken Gods” documentary has received the Renaissance's Pearl award. It has also been named the best documentary at the 2nd Zamojski Film Festival. This fall it will compete at the Cannes Film Festival (France), Split (Croatia) and Roverto (Italy).

“The City of Sunken Gods” (44 min.)

Script and directed by: Zdzisław Cozac

Camera work: Zdzisław Cozac, Mariusz Gała, Grzegorz Józwiak

Editing and special effects: Marek Skrzecz

Computer-generated imagery (CGI): Marcin Orkisz

Screen staging: The Association of the Centre of Slovaks and Vikings in Wolin.

Sound: Krzysztof Praszkiwicz

Voice-over: Maciej Gudowski

Production: Media Promotion Zdzisław Cozac

Co-production: TVP History

9th FilmAT Festival 2014  
GRAND PRIX TOURISM  
for the Best Polish Film  
Best Documentary in National Competition  
Best Photography in National Competition  
Best Documentary about History in International Competition



## „Die Stadt der versunkenen Götter“

**Dieser einzigartige und künstlerische Dokumentarfilm präsentiert die frühmittelalterliche Stadt Wolin, der auf den Schriften der Chronisten, skandinavischen Sagen und Legenden und archäologischen Funden, fundiert.**

Der Film von Zdzisław Cozac zeigt, dass diese, heute eher unbedeutende Stadt, die sich in der Region Westpommern befindet, einst eines der größten kommerziellen Handelszentren im Ostseeraum war. Auch wenn „Jomsborg“, die berühmte Wikingerburg oder das überflutete Reich „Vineta“ nicht mehr existieren, gehen Wissenschaftler davon aus, dass Wolin heute noch immer ein bedeutender befestigter Siedlungskomplex sein würde. Dieser Komplex wurde von zugereisten skandinavischen, sächsischen und arabischen Händlern sowie Slowaken bewohnt. Es waren die Skandinavier und die ersten Piasten (Mieszko I. und Boleslaw Chrobry), die um die Herrschaft über Wolin kämpften. „The City of Sunken Gods“ ist einer gemäldeartigen Kunstform inszeniert:

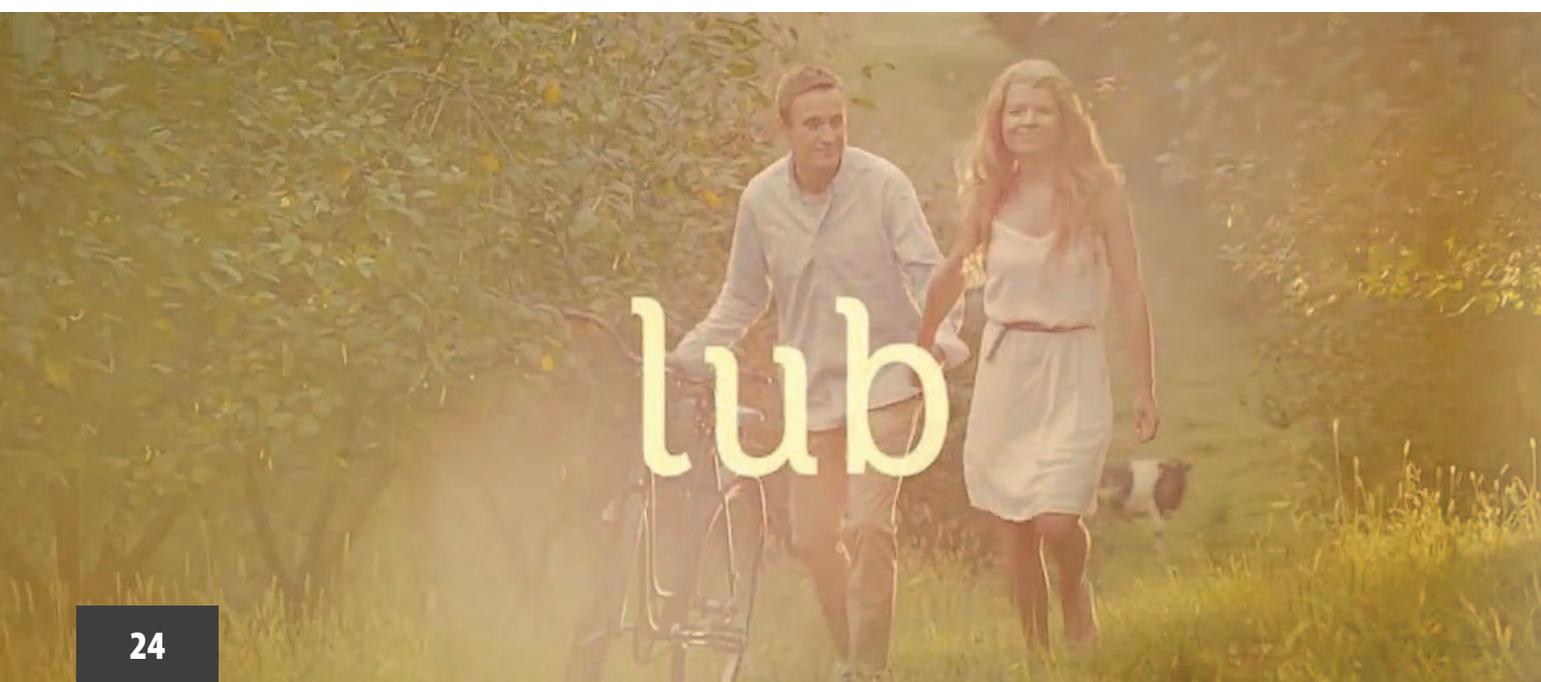
Screenshots in Kombination aus Animation und CGI, erzeugen Bilder Landschaften und Persönlichkeiten, die die mehr als tausendjährige Geschichte erlebbar machen. Dank dieser Tatsachen, die das Kulturerbe Wolins so eindrucksvoll wiedergeben, setzte sich dieser Dokumentarfilm auch gegen andere Wettbewerbsbeiträge, die sich ebenso mit der Förderung von Städten und Regionen beschäftigen, durch. Nachdem „The City of Sunken Gods“ bei der 9. Ausgabe des „FilmAT“-Festivals ausgezeichnet wurde, erhielt er zudem die „Renaissance Pearl“. Er wurde als „Bester Dokumentarfilm“ beim 2. „Zamojski“-Filmfestival prämiert und wird auch bei den Filmfestspielen in Cannes (Frankreich), Split (Kroatien) und Rovereto (Italien) vertreten sein.





**lubelskie**  
*Smakuj życie!*

**a photogenic Crossing of Cultures!  
eine fotogene Symbiose der Kulturen!**



The Lubelskie Voivodeship is a region which has been at the crossing point of cultures of the West and East for centuries, combining Catholic, Orthodox and Jewish traditions, as well as oriental ones arriving from Greece and Armenia, the Tatar ethnic groups... Representatives of these cultures used to live in the Renaissance city of Zamość, which is often referred to as the "Padua of the North", due to its architectural beauty. They helped to create the power behind the city of Lublin, the region's capital city, which is Poland's easternmost largest city and one of the most important centers for culture and science. Evidence of the city's multicultural past is the Holy Trinity Chapel at Lubel-

ski Castle. It is a world-class heritage site, combining elements of the Gothic architecture with Russian and Bizantine paintings.

Currently, building is near completion of the "Meeting of Cultures" Centre in the heart of Lublin. This place, dedicated to the arts and culture will underline multicultural traditions of the region, hoping to attract artists from all over the world.

The Lubelskie Voivodeship is a region enjoying pristine nature, numerous folk traditions and craftsmanship, and many exceptional historical sites, turning it into a very photogenic corner of Europe. Regional and

local authorities are aware of these factors. Lubelskie is one of the most active regions for film promotion, not only the regional governmental city of Lublin, but also in small municipalities like Lubartów, Jeziorzany or Józefów, producing attractive promotional films about this extraordinary territory.

Films presenting unique landscapes, traditions and cheerful people, who invite tourists and present economic opportunities showing it's a place to visit, a place to live in! And confirmed by jury committees and the public at tourism film festivals, at home and abroad!



na chwilę **lub** na dłużej

Die Woiwodschaft Lubelskie ist eine Region, die sich durch die Symbiose östlicher und westlicher Kulturen auszeichnet. Sie vereint seit Jahrhunderten katholische, orthodoxe und jüdische Traditionen mit orientalischen Traditionen, der aus Griechenland, Armenien und Tatarstan eingewanderten Volksgruppen. Die Vertreter dieser Kulturen erschufen die Renaissancestadt Zamość, die ihrer architektonischen Schönheit wegen zurecht „Padua des Nordens“ genannt wird. Sie machten Lublin, die Hauptstadt der Region Lubelskie und zugleich größte Stadt im östlichen gelegenen Polen, zu einem wichtigen Zentrum der Kultur und Wissenschaften. Ein Beweis für die multikulturelle Vergangenheit dieser Stadt ist

u.a. die Dreifaltigkeitskapelle auf der Burg Lubelski. Ein Weltkulturerbe, das Elemente der gotischen Architektur in Kombination mit russischen und byzantinischen Gemälden vereint. Zur Zeit befindet sich das „Zentrum für kulturelle Begegnungen“, das im Herzen Lublins entsteht, in der baulichen Endphase. Dieser Ort, der sich der Kunst und Kultur widmet, unterstreicht die multikulturelle Traditionen der Region und möchte Künstler aus der ganzen Welt anziehen. Die Woiwodschaft Lublin ist eine Region die aufgrund ihrer unberührten Natur, der traditionellen Vielfalt, Handwerkskünsten und ihrer außergewöhnlichen historischen Stätten, zu einer der fotogensten Ecken Europas gehört. Die regionalen und

lokalen Verwaltungen sind sich dieser Vorteile bewusst. Nicht nur die Landesregierung und die Stadt Lublin, sondern auch kleine Gemeinden, wie Lubartów, Jeziorzany oder Józefów produzieren eigene professionelle und sehr schöne Filme über diese außergewöhnliche Region. In ihren Bildern zeigen sie einzigartige Landschaften, Traditionen, glückliche Einwohner und Touristen und präsentieren zudem die wirtschaftlichen Möglichkeiten dieser Region. Ein Platz, den es sich zu besuchen lohnt, ein Ort der Lebensfreude! Die Begeisterung der Jurykommissionen und der Erfolg auf touristischen Filmfestivals im In- und Ausland unterstreichen den Wertgehalt dieser Filme zurecht!

# “Wolsztyn

## Film

There are a lot of cities that have similar elements; their charming streets, a square with the town hall, a parochial church, a park, a regional museum, and monuments with memories. Then there's nature: forests, lakes, and rivers. When we look through travel books, it's not hard to find places like this; nonetheless, this city is different from all others because of its variety. This place is Wolsztyn, a city that can be found in Western Greater Poland greeting its visitors with the slogan: "Wolsztyn, Full Steam Ahead".

This city is notable thanks to the steam that was just mentioned. It is unique because it's the only city in Europe which is home to the only still-working steam locomotive shed. It is here that you can still see a working steam engine, either during the preparation process for a journey or during the May steam locomotive parade.

This unique attraction has become the center of attention in the new film that has been made to promote Wolsztyn. The city's Authorities, knowing that steam locomotives are what makes them stand out, bringing enthusiasts from all over the world has decided to use this to its advantage.

Everyday life in Wolsztyn is filled with black and white smoke, the hiss of steam, and the characteristic sound of a steam engine whistle. As from the first steps in preparing the screenplay, steam locomotive "elements" on the one hand, were meant to give the film its original touch. On the other, this can be seen in the sounds and pictures that become the film's focus. That's why "Wolsztyn Inspires" is a day in the life of the city, all centered on these locomotives. The beginning shows a sleepy morning, preparing

the trains to leave the station. Next, they're shown as they labour during the working day on the railway stretch between Leszno and Poznań. The ending shows the city slowly falling asleep, lulled into a dreamlike state by the last couple of hisses made by these steam engines. At dusk, we can see the steam locomotive's shed large garage doors closing up.

To make sure that the typical Wolsztyn atmosphere was presented accurately, it was decided to ask the most outstanding Polish accordionist and bandoneonist, Wiesław Prządka, the winner of the International Contest of Intimate Groups in Paris, to participate. Born in Wolsztyn, this artist is strongly identified with the city and gives concerts there often. Can there be anything more original than a duet between an accordionist and a steam locomotive? It's safe to assume that the answer is no. These two very vital city symbols were the perfect motivation to make a new film promoting unique Wolsztyn. Another thing that was decided was not only to make a film that would encourage tourists to wish to visit Wolsztyn, but also for the residents to see the city in a different light, not taking it for granted and being proud of its uniqueness.

The film's storyline with its steam locomotive motif and the accordionist's music still left some room to be filled with other attractions that the city has to offer, like the Robert Koch Museum. Koch was a district doctor between 1872 and 1880 who was awarded the Nobel Prize in 1905 for the discovery of the tuberculosis mycobacterium. The museum of sculptor and painter Marcin Rożek is also shown in the film. With its beautiful garden that looks out onto Wolsztyński Lake, it not only shows the local artist's life work, but is

also the birthplace of many famous sculptures found in Greater Poland, such as a bust of Chopin in Poznań and the Bolesław Chrobry monumental statue that stands in front of Gnieźno Cathedral. Alongside the museums, a Wolsztyn parish church can be seen together with its baroque interior and beautiful rococo frescos, illustrating the city's past like the image of a Cistercian monk or a musician playing bagpipes. Additionally we can also see the Western Greater Poland Folk Architecture open-air museum showing the region's past and its developments, farmsteads and also its cultivated bread baking, butter and cheese making traditions together with blacksmiths and coopers. The film in its entirety is riddled with local attractions: Cistercian Odra, park and castle reserves, cycling, pedestrian trails and waterways, and views of the city by day and night.

The film's essence was in the consciousness of all these qualities the city has to offer: tourist attractions, the city's aesthetical layout, different forms of recreation (tourist trails, a city pool, a skating park).

The script's authors were very happy to find approval from different spheres. People living in the city who know it well, and people who don't live there but said they liked the way the film showed exactly how the city is on a day-to-day basis. The highest form of approval for the film-makers was of course recognition by the FilmAT Festival Committee by giving "Wolsztyn Inspires" an award.

Text: Katarzyna Jęczmionka – Wolsztyn Municipal Information Centre

# Inspires”

## Der Film

Es gibt eine Vielzahl von Städten mit ähnlichen Merkmalen: bezaubernden Straßen, einem Rathausplatz, einer Pfarrkirche, einem Park, Museen und Denkmälern. Auf der anderen Seite gibt es die Natur: Wälder, Seen und Flüsse. Wenn wir in die Reisebücher schauen, ist es leicht Orte wie diese zu finden. Dennoch unterscheidet sich eine Stadt durch ihre Vielfalt von vielen anderen. Dieser Ort heißt Wolsztyn, eine Stadt die sich im westlichen Großpolen befindet und ihre Gäste mit dem Motto „Wolsztyn, Volldampf voraus.“ begrüßt. Diese Stadt ist bemerkenswert, dank dem erwähnten Dampf. Sie ist einzigartig, denn hier werden, einmalig in Europa, Dampflokomotiven noch im Plandienst eingesetzt. Hier ist es möglich, die funktionierenden Dampfmaschinen, entweder während der Vorbereitungen auf die Fahrt oder während der „Dampflokomotiven-Parade“ im Mai, zu sehen. Diese einzigartige Attraktion steht im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit zu einem neuen Film, der zur Förderung der Stadt Wolsztyn gedreht wurde. Die Stadtverwaltung, wohl wissend um die Besonderheit der Dampflokomotiven, nutzte diesen Vorteil um damit die Enthusiasten aus aller Welt zu locken.

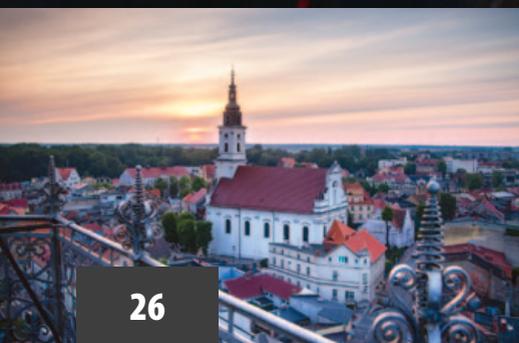
Der Alltag in Wolsztyn ist von schwarzem und weißem Rauch, dem Dampfzischen und dem charakteristischen Sound des für die Dampflokomotiven so typischen Nebelhorns, geprägt. In der ersten Phase Drehbucherstellung wurden insbesondere diese „Elemente“ einbezogen, um dem Film eine besondere Note zu verleihen. Auf der anderen Seite stehen die Bilder im Fokus, die im Einklang mit der Akustik stehen. Der Film „Wolsztyn begeistert“ beschreibt das alltägliche Leben einer Stadt, in deren Zentrum die Lokomotive steht. Der Anfang des Film zeigt einen verschlafenen Morgen, die Fahrtvorbe-

reitungen der Züge und wie sie anschließend die Station zu verlassen. Danach wird der Arbeitsalltag an der Eisenbahnstrecke zwischen Leszno und Posen dokumentiert. Das Ende zeigt, wie die Stadt allmählich im Schlaf versinkt, untermalt vom Sound der letzten zischenden Dampflokomotiven. In der Abenddämmerung sieht man noch einmal die dampfenden Maschinen bei der Einfahrt in die Lokschuppen, bis sie schließlich hinter den großen Garagentoren verschwinden.

Um sicherzustellen, dass die typische Atmosphäre Wolsztyns auch authentisch dargestellt wird, entschied man sich, den hervorragenden polnischen Akkordeonisten und Bandoneonspieler Wiesław Prządka (Gewinner des „International Contest of Intimate Groups“ in Paris) mit der Filmmusik zu beauftragen. Der in Wolsztyn geborene Künstler identifiziert sich stark mit seiner Heimatstadt und veranstaltet dort viele Konzerte. Kann es etwas Originelleres geben als ein Duett mit einem Akkordeonisten und einer Dampflokomotive? Mit Sicherheit nicht. Diese beiden, für die Stadt sehr wichtigen Symbole in einem Film zu vereinen, war die perfekte Motivation um so die Einzigartigkeit Wolsztyns hervorzuheben. Eine andere Intention war es mit diesem Film nicht nur die Touristen zu einem Besuch der Stadt Wolsztyn zu animieren, sondern auch den Bewohnern ihre Heimatstadt in einem andern Licht zu zeigen. Es nicht immer selbstverständlich die Einzigartigkeit im Alltag zu entdecken. Der Geschichte des Films lasst zwischen dem Dampflokomotivmotiv und der Akkordeonmusik genügend Platz, um anderen Attraktionen der Stadt zu zeigen, wie das Robert-Koch-Museum hat gefüllt verlassen. Robert Koch war Bezirksarzt in den Jahren zwischen 1872 und 1880. Den Nobelpreis erhielt er 1905 für die Entdeckung des Tuberkulose Mycobacterium. Das Museum des Bildhauers und Malers Marcin Rożek wird auch im Film gezeigt. Der schöne Garten,

mit Ausblick auf den Wolsztyński See, beherbergt nicht nur das lokale Lebenswerk des Künstlers, sondern auch viele der berühmten, in Grosspolen gefundenen Skulpturen. Eine Büste von Chopin aus Poznań oder die von Boleslaw Chrobry erschaffene monumentale Statue, die vor der Kathedrale in Gniezno stand. Neben den Museen ist die Pfarrkirche von Wolsztyn zu sehen, ausgestattet mit Barock-Interieur und schönen Rokoko-Fresken und filmisch illustriert mit einem Zisterziensermönch und einem Dudelsack spielenden Musiker. Zudem zeigt der Film auch das „Poland Folk Architecture Open-Air Museum“. Es bietet einen Überblick auf die Vergangenheit der Region und ihre Entwicklung: Gehöfte, in denen nach traditioneller Art Brot, Butter und Käse hergestellt wurden, sowie Schmiedereien und Molkereien. Der Film präsentiert zudem die Gesamtheit der lokalen Attraktionen, wie das Zisterzienserkloster „Odra“, den Park und das Schloss. Rad- und Wanderwege sowie Wasserstraßen und ein Blick auf die Stadt bei Tag und Nacht werden auch vorgestellt.

Im der Substanz möchte der Film alle Vorzüge dieser Stadt aufzeigen, die Sehenswürdigkeiten und ästhetische Gestaltung der Stadt sowie die verschiedenen Formen der Freizeitgestaltung u.a. die Wanderwege, das Stadtbad und den Skatepark. Die Drehbuchautoren waren sehr glücklich, die Drehgenehmigungen für die verschiedenen Orte zu bekommen. Die Einwohner, die ihre Stadt gut kennen und Touristen kommen zur übereinstimmenden Erkenntnis, dass der Film in seiner Art und Weise ziemlich genau das alltägliche Leben in dieser Stadt wiedergibt. Die jedoch höchste Form der Anerkennung, die den Filmemacher für ihren Beitrag „Wolsztyn Inspires“ zuteil wurde, war die vom „FilmAT“-Festkomitee verliehene Auszeichnung. Text: Katarzyna Jęczmionka, Städtisches Informationszentrum Wolsztyn





Gala FilmAT - David Cooper - president of Jury with children



Jury meeting - Alexander V. Kammel

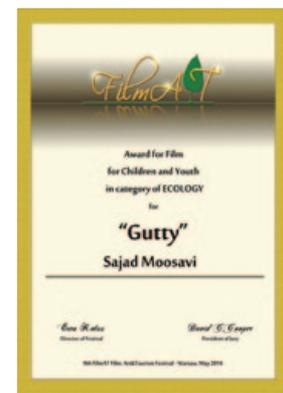
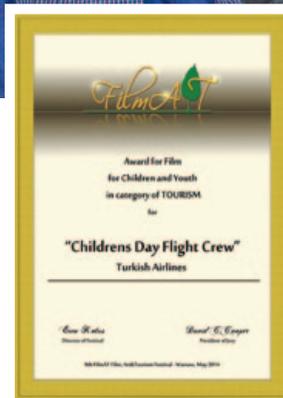
## Films for Children and Youth New Strategic World Program

The 9th FilmAT Festival has established a new category called „Films for Children & Youth“, giving rise to a broad programme strategy with international reach, and which has been accepted by Alexander V. Kammel, CIFFT architect and director. It’s also a great honour for the Festival that he accepted the invitation to be part of the first Jury in this category.

This educational programme opens the door for cooperation with the younger generation in many aspects. They learn to appraise, perceive and understand films, learning how tourism, ecology, art, photography, production, direction and music subjects are treated. The programme shows these young people how to discuss about film-making, encouraging them to give it a try. We are looking for sincere and determined young

people; we invited students from one of the schools in Kobyłka just outside Warsaw, to be members of the Jury and they participated together with top specialists during the official Jury meeting. Alexander Kammel, who for over 25 years has cooperated with many international film festivals throughout the world and participated in many Jury meetings, provoked the students into a very interesting discussion.

David C Cooper, a well known film producer, specialized in tourism films, was president of the Jury, taking account of the youngest judges too. Here (pages 70, 71) you can see David and his multinational partners in Readmore. Their films are always of the highest quality in all areas and are a delight for every international Jury.



„Kaktus i mały“

## Filme für Kinder und Jugendliche Neue Strategien für das weltweite Programm

Das „9. FilmAT“- Festival hat eine neue Kategorie unter dem Titel „Filme für Kinder und Jugendliche“ gegründet, das zu einem Programm mit internationaler Reichweite aufsteigen kann und zu unserer Begeisterung von Alexander von Kammel, dem Gründer und Direktor der „CIFFT“-Festivalreihe, gefördert wird. Wir waren sehr stolz darauf, erster Gastgeber dieser Kategorie sein zu dürfen.

Das Bildungsprogramm bietet viele Aspekte und eröffnet das Tor zu einer Zusammenarbeit mit der jungen Generation. Sie erlernen hier Filme zu beurteilen,

wahrzunehmen und die Thematik rund um Tourismus, Ökologie, Kunst, Fotografie, Produktion, Regie und Musik, zu verstehen. Das Programm verschafft den Jugendlichen Einblick in das Filmemachen und ermutigt ihnen zugleich es selbst einmal auszuprobieren.

Wir waren auf der Suche nach entschlossenen jungen Menschen und luden Studenten der Hochschule in Kobyłka, etwas außerhalb von Warschau gelegen, ein um sie als gleichberechtigte Partner an einer Jury-sitzung teilnehmen zu lassen. Alexander von Kammel, der seit mehr als 25 Jahren als Jurymitglied an vielen

internationalen Filmfestivals teilnimmt, führte sehr interessante Diskussionen mit den Studenten.

David C. Cooper, ein bekannter Filmproduzent und ausgewiesener Spezialist für Tourismusfilme war Präsident dieser Jury und ließ die Entscheidungen der jungen Teilnehmer in das Ergebnis einfließen. Hier können Sie David und seine multinationalen Partner von „Readmore“ sehen. Ihre Filme sind immer von höchster Qualität und ein Genuss für jede internationale Jury.



# GRAND PRIX CIFFT

Schonbrunn Palace in Vienna



photos: CIFFT/APA-Fotoservice/Hörmandinger



photos: CIFFT/APA-Fotoservice/Hörmandinger



„Barossa. Be Consumed“ Best Tourism Film 2014 from Australia

The CIFFT Grand Prix Awards Gala was held on last November 26th. As happens every year, guests from all over the world, official representatives from many countries, the best tourism filmmakers and producers, photo reporters, journalists, as well as festival directors associated to the International Committee of Tourism Film Festivals (CIFFT) were invited to Vienna.

The ceremony was traditionally opened with an exquisite party at the Kammel Family's residence, in an atmosphere that only the Kammel's can put

together, each year consistently building a greater international community.

The solemn Gala is traditionally organized at the Austrian Chamber of Commerce. The CIFFT Grand Prix went to Australia for the film „Barossa. Be Consumed“ produced by the South Australian Tourism Commission kwp! Advertising Moth Project. I must repeat Alexander V. Kammels' words – CIFFT founder and director – who led the Gala: „Good wine, good food, good music and brilliant minds. That and more you can find in Barossa. Be consumed“. So at the Festival of Festivals, the accent was on award winning Australia. The South Australian Tourism Commission invited everyone to an elegant traditional evening dinner en-

riched with the best wine from this region in the world. We will not forget this bouquet.

The Festival of Festivals is not only fun but also hard work. The directors of different Festivals held a meeting at which they discussed current issues and made several important decisions.

The Festival is always accompanied by interesting trips. This time it was the refined Schonbrunn Palace in Vienna, one of the most beautiful in the world. We remember the lovely interior of the Imperial Palace and above all the extraordinary life story of the Imperial Family.

Ewa Kotus

# Grand Prix CIFFT 2014

for

## Barossa.

“ Be consumed. ”

South Australian Tourism Commission  
kwp! Advertising  
Moth Project





photos: CIFFT/APA-Fotoservice/Hörmandinger



photos: CIFFT/APA-Fotoservice/Hörmandinger

## Films awarded with a “Nominee for the Grand Prix 2014”

### Roll the Dice (Belgium)

ETC, European Travel Commission  
Ant House Productions  
Marija Jacimovic & Benoit Detalle

### The Magic of Schönbrunn (Austria)

Schloß Schönbrunn Kultur- u. Betriebsges.m.b.H.  
Riha Filmproduktions GmbH  
Georg Riha

### Escape to Vanuatu (Czech Republic)

Libor Špacek & Petra Doležalová  
Escape to Nature

### Istanbul Unveiled (Turkey)

Serif Yenen and Levent Ayasli

### Beautiful Bangladesh. Land of Stories (Bangladesh)

Bangladesh Tourism Board  
Market Edge Ltd.

### The Moment (Austria)

Kärnten Werbung  
Airborne Motion Pictures  
Bernd Pflingstmann

### The Lake (United Kingdom)

Geoff Tompkinson Photography  
Geoff Tompkinson & Liz Tompkinson

### GOSSAU – ZH, a journey of discovery (Switzerland)

Gemeinde Gossau ZH  
A.A. Kreativ, CH  
Roland Koch

The marriage of Franz Joseph I and his wife Elisabeth was not successful. Emperor Franz Joseph loved his wife and admired her beauty immensely, but his feelings were not returned. Undoubtedly, they were one of the most famous couples the world has known where legend lies not only in the walls of this palace, but is continued as a symbol of Austria, especially the Sissi portrait, which can be seen by visitors to Vienna. Where did this great fame come from? After the birth of her children, her beauty blossomed. In the second half of the nineteenth century, Sissi was generally regarded as the most beautiful woman in the world, a matter commented at a number of European courts.

It's important to note that this appearance was owed to Elizabeth's hard work; every day, she would get up early and hold a toilet, often practiced fasting to avoid gaining weight, riding recklessly, and even had a gymnasium built in the Imperial Palace where she spent long hours. Emperor Franz Joseph was internationally successful by coincidence. He was an extremely busy monarch. He got up very early and worked hard all day until dinner time.

I think that for modern travelers, this famous couple can definitely impress and remain in their memory.

# Small community, imaginative movie, big success.

Gossau is a small community in the Zurich uplands with just under 10.000 residents, a part of the German speaking area of Switzerland. Despite its size the town has managed to get international recognition. A corporate video, which won eight national tourism film awards in 2013/14, has put Gossau in the spotlight. The film managed to finish the season among the seven best image and tourism films worldwide in November 2014, awarded by the International Committee of Tourism Film Festivals (CIFFT).



Image and tourism films often praise the location, describing it in glowing terms, showing especially beautiful pictures of happy people and pristine landscapes. One gets the impression that there is always sunshine, and problems are unknown. It is understood that such one-dimensional representations generate neither emotion nor interest.

With the 17-minute film «Gossau - a Journey of Discovery» things are different: the screenplay by Flavien Allenspach tells the story of a «movie star» who should present Gossau, but does not make it to the film set due to different reasons, therefore the director must take over. This dramaturgy makes tension arise («When will the «famous» actor turn up?») which keeps up interest in the film subject. The production (A.A. Kreativ Factory GmbH, Roland Koch, Flaach) adds the best to a perfect result, thanks also to good cooperation with the authorities of the community.

And the Gossau community is well worth to be presented in an attractive manner. The town is divided into five separate parts (so-called Wachten), each with its own distinctive character. Gossau ZH is rural, quiet and contemplative, but also has a number of versatile jobs, lively village life (over 70 active associations) as well as cultural offerings with supraregional reputation. In addition, the town is well connected to the public and private transport networks and is accessible from the Zurich-Kloten intercontinental airport within 20 minutes.

The film can be viewed on the website Gossauer:  
<http://www.gossau-zh.ch/gossau/portraet-der-film.html>



# Kleine Gemeinde, origineller Film, grosser Erfolg

Gossau im Zürcher Oberland im deutschsprachigen Teil der Schweiz ist mit knapp 10 000 Einwohnern eine kleine Gemeinde. Doch für einmal hat es die Ortschaft zu internationaler Bekanntheit geschafft. Grund ist ein Image-Film, der 2013/14 acht nationale Tourismusfilme gewann und es im November 2014 zum Abschluss der Saison unter die sieben besten Image- und Tourismusfilme der Welt schaffte, verliehen vom International Committee of Tourism Film Festivals (CIFFT).



Charakteristisch für Image- und Tourismusfilme ist es oft, dass sie die zu beschreibende Gegend in den höchsten Tönen loben. Es werden vor allem schöne Bilder von glücklichen Menschen und makellosen Landschaften gezeigt. Der Eindruck entsteht, dort scheine immer die Sonne, und Probleme seien unbekannt. Es versteht sich, dass solch eindimensionale Darstellungen weder Spannung noch Interesse erzeugen.

Beim 17 Minuten dauernden Film «Gossau – eine Entdeckungsreise» ist dies anders: Das Drehbuch von Flavien Allenspach erzählt die Geschichte eines «Filmstars», der Gossau vorstellen sollte, es aus verschiedenen Gründen aber nicht auf das Filmset schafft, so dass der Regisseur diese Funktion übernehmen muss. Durch diese Dramaturgie entsteht eine Spannung («Wann kommt der «berühmte» Darsteller endlich?»), die das Interesse an der Filmthematik aufrecht erhält. Eine Produktion (A.A. Kreativ Factory GmbH, Roland Koch, Flaach), die dank der guten Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen der Gemeinde Gossau optimal zum Zug kommt, trägt das ihre zum perfekten Ergebnis bei.

Und die Gemeinde Gossau ist es durchaus Wert, auf ansprechende Weise vorgestellt zu werden. Die Ortschaft gliedert sich in fünf voneinander getrennte Teile (sogenannte Wachten), die alle ihren eigenen unverwechselbaren Charakter haben. Gossau ZH ist ländlich, ruhig und beschaulich, hat aber auch eine attraktive Anzahl von rund 2700 vielseitigen Arbeitsplätzen, ein lebendiges Dorfleben (über 70 aktive Vereine) sowie ein kulturelles Angebot mit überregionaler Ausstrahlung anzubieten. Zudem ist die Ortschaft hervorragend an die Netze des öffentlichen und des privaten Verkehrs angeschlossen und vom Interkontinentalflughafen Zürich-Kloten aus in 20 Minuten erreichbar.

Der Film kann auf der Gossauer Webseite angesehen werden:  
<http://www.gossau-zh.ch/gossau/portraet-der-film.html>





# Alexander V. Kammel

director of Festival of Festivals Grand Prix Cifft  
director of Cannes Corporate Media & TV Awards  
director of The Internationale Wirtschaftsfilmtage



[www.cifft.com](http://www.cifft.com)

[www.cannescorporate.com](http://www.cannescorporate.com)

[www.wirtschaftsfilmtage.com](http://www.wirtschaftsfilmtage.com)

photo Ewa Kotus

With over 30 years experience organizing Tourism Film Festivals Alexander V. Kammel is certainly one of the most eminent experts in the tourism film field. His advice is sought out by the scientific community, filmmakers, public institutions, organizations and agencies promoting countries, regions and cities through the use of promotional film. He has been honored with numerous awards from public institutions and global organizations for his international activities in the field of tourism film.

27 years ago, Alexander V. Kammel created the International Committee of Tourism Film Festivals - CIFFT - inviting the most important tourism film festivals from around the world for cooperation. And consistently, for more than a quarter of a century, he has been showing the world, films nominated for the title of Best of the Best Worldwide Tourism Film which receives the Grand Prix CIFFT Award at the "Festival of Festivals" in Vienna every year. This and his countless participation as Jury Member at Festivals also make him an expert in this aspect of tourism film.

Alexander V. Kammel is invited to conferences on tourism and tourism films at which he shares his knowledge and experience. His archive is a source of knowledge in the history of tourism films knowing how these evolved through more than a quarter of a century. He is an important help for filmmakers due to his knowledge of the requirements for today's video and rights which govern tourism film. He is also sought out by decision-makers at institutions, city halls, organizations, etc, who promote their destination (country, region, city, town ...) through film.

Most important is the fact that his work is continuously appreciated and that this international cooperation is increasingly expanding. Every year many state institutions, organizations, offices, famous filmmakers from all over the world entrust their films to participate at CIFFT festivals, taking part in the race for the top title. Alexander V. Kammel always emphasizes the professionalism of all



Alexander V. Kammel and Katarzyna Sobierajska - Deputy Minister of Sport and Tourism in Poland

## Alexander V. Kammel

festivals associated within CIFFT, which are now 17. He also notices professionalism of CIFFT festival directors; without their work and cooperation it would not be possible to select the best tourism film in the world. He is also director of three high standard Festivals: The Internationale Wirtschaftsfilmtage based in Vienna, a long tradition festival dating back to 1962, with the famous Grand Prix Victoria award.

AutoVision, the Festival for audiovisuals from the Automotive Industry, and Cannes Corporate Media & TV Awards based in Cannes, the European Capital of Cinema, one of CIFFT highlights and the number one Corporate Film Festival.



Mit seiner mehr als 30-jährigen Erfahrung in der Organisation von „Tourismus Film Festivals“ ist Alexander V. Kammel sicherlich einer bemerkenswertesten Experten auf dem Gebiet des Tourismusfilms. Sein Rat ist bei der Wissenschaftsgemeinde, bei Filmemachern, öffentlichen Institutionen, Organisationen und Agenturen, die den Tourismus der Länder und Regionen fördern stets gefragt.

Für seine internationalen Aktivitäten auf dem Gebiet des Tourismusfilm wurde er mit zahlreichen Auszeichnungen von öffentlichen Institutionen und globalen Organisationen geehrt.

Alexander V. Kammel hat vor 27 Jahren das „International Committee of Tourism Film Festivals“ (CIFFT) gegründet, mit der Zielsetzung, die Zusammenarbeit der weltweit wichtigsten Filmfestivals für Tourismusfilme zu fördern. Seit mehr als einem Vierteljahrhundert präsentiert das „CIFFT“ dem Publikum die besten, für den Hauptpreis nominierten Tourismusfilme, welcher jährlich beim „Festival der Festivals“ in Wien in Form des „Grand Prix CIFFT Award“ verliehen wird. Als Aus-

richter und Jurymitglied bei zahlreichen Festivals zählt Alexander V. Kammel zu den ausgewiesenen Experten auf dem Gebiet des Tourismus.

Alexander V. Kammel ist ein gern gesehener Gast auf Konferenzen, die sich mit den Themen Touristik und Tourismusfilm beschäftigen, um auf ihnen sein Wissen und seine Erfahrungen zu teilen. Er verfügt über umfangreiche Kenntnisse auf dem Gebiet der Filmgeschichte und Filmentwicklung, die er sich über einen Zeitraum von mehr als 25 Jahren angeeignet hat. Aufgrund seiner Vertrautheit mit den Film- und Videovorschriften, die den heutigen Tourismusfilm bestimmen, ist er ein wichtiger Partner für Filmemacher. Er betreut zudem in partnerschaftlicher Zusammenarbeit die Entscheidungsträger in den Institutionen, Büros, Rathäusern und Organisationen, die ihre Reiseziele (Länder, Regionen und Städten) über den Film fördern möchten.

Am wichtigsten ist die Tatsache, dass die Nachfrage in seine Tätigkeiten kontinuierlich steigt und sich in der zunehmenden internationalen Zusammenarbeit

widerspiegelt. Jedes Jahr bewerben sich unzählige staatliche Institutionen, Organisationen, Büros und berühmte Filmschaffende aus der ganzen Welt, um ihre Filme ins Rennen, um den Titel der besten Tourismusfilme, in die „CIFFT“- Festivalreihe zu entsenden.

Alexander V. Kammel betont immer wieder die Professionalität aller Festivals, die der „CIFFT“-Festivalreihe angehören und aktuell 17 Teilnehmer zählt. Er unterstreicht auch die qualifizierte Arbeit aller Festivaldirektoren, denn ohne ihre Leistung und Zusammenarbeit wäre es nicht möglich, eine Auswahl der besten Tourismusfilme weltweit zu treffen. Alexander V. Kammel ist Direktor von 4 höchst anspruchsvollen Festivals: dem Festival „Der Internationale Wirtschaftsfilm“, mit Sitz in Wien und dem dort seit 1962 traditionell verliehenen Hauptpreis „Grand Prix Victoria Statue“, der „Autovision“, dem „Festival für Audiovisuelle Medien“ der Automobilindustrie und der „Cannes Corporate Media & TV Awards“, ausgetragen in der europäischen Filmmetropole Cannes, dem Highlight in der „CIFFT“- Festivalreihe und zugleich Nummer 1 der Unternehmensfilm-Festivals.





## Lee Gluckman

President of CIFTT  
 Director of US International Film & Video Festival/Los Angeles  
[www.filmfestawards.com](http://www.filmfestawards.com)



Lee W. Gluckman, Jr. was elected CIFTT president in 2010. Having extensive experience in the field of film, he is a good friend and guide of all CIFTT Festival directors, always open for counseling and cooperation, admirably representing CIFTT worldwide.

Chairman of the prestigious advertising Mobius Awards and of the U.S. International Film & Video Festival, Lee Gluckman has spent his entire career in film and video production. He began in network and educational television and in 1967, founded Producers Group Ltd, a creative and film production company.

Producers Group is credited with more than 375 pro-

ductions shot worldwide and has won Film Festival and Emmy Awards in New York, San Francisco, Chicago and Los Angeles. He is a member of the International Quorum of Motion Picture Producers (IQ).

Lee W. Gluckman, Jr. wurde 2010 zum Präsidenten des „CIFTT“ gewählt. Mit seiner umfassenden Erfahrung auf dem Filmgebiet ist er zu einem angesehenen Leiter und guten Freund aller „CIFTT“-Festivaldirektoren geworden. Er ist stets offen für Beratung und Zusammenarbeit.

Er ist Vorsitzender der renommierten „Advertising Mobius Awards“ und des „US International Film & Vi-

deo Festival“. Lee W. Gluckman hat seine gesamte Karriere der Film- und Videoproduktion gewidmet. Er begann seine Arbeit im Bildungsfernsehen und gründete 1967 die „Producers Group Ltd.“, eine kreative Filmproduktionsgesellschaft.

Die „Producers Group Ltd.“ hat weltweit mehr als 375 Beiträge produziert und mit ihnen auf Filmfestivals in New York, San Francisco, Chicago und Los Angeles unzählige Preise, u.a. einige Emmy-Awards, gewonnen. Die Produktionsgesellschaft ist Mitglied des „International Quorum of Motion Picture Producers“ (IQ).



## Rose Anderson

Executive Director of International TV & Film Awards & International Radio Program Awards/New York Festivals  
[www.newyorkfestivals.com](http://www.newyorkfestivals.com)



Rose Anderson is Executive Director of International TV & Film Awards & International Radio Program Awards in the New York Festivals.

Rose manages all facets of NYF's TV & Film Awards and Radio Program Awards, overseeing the strategy to expand their footprint, assembling advisory boards and award-winning grand jury members from the international media communities, and initiating marketing and media partnerships. Since joining NYF in 2009, Rose has transformed the competitions to fit today's global programming by being responsive to current world-wide creative trends and by recognizing innovation and excellence in all areas of production, storytelling and performance, including new categories for travel and tourism.

Rose, an Emmy Award winning producer and member of the DGA, is the former Director of the Sports Emmy Awards and Director of Production for the National Academy of Television Arts & Sciences. Past production experience includes five Olympic Games for ABC, NBC and CBS. Her extensive background in TV includes news, sports, arts, and entertainment programming for ABC, NBC, CBS, PBS and ESPN. She received a MS in Broadcast Journalism from Boston University.

Rose Anderson ist Exekutiv-Direktorin der „International TV & Film Awards“ und „International Radio Program Awards“ der „New York Festivals“.

Rose leitet alle Abteilungen der „NYF TV & Film Awards“ und „Radio Program Awards“. Sie hat die Aufsicht über die strategische Ausrichtung, berät darüber hinaus u.a. preisgekrönte Grand-Jury-Mitglieder der internationalen Medienverbände und initiiert Marketing- und Medienpartnerschaften.

Seit sie dem „New York Festival“ im Jahr 2009 beigetreten ist, hat Rose die Wettbewerbe den heutigen globalen Verhältnissen angepasst, die auf weltweiten Trends beruhen und die sich in den Neuerungen und der Qualität all ihrer Produktionen, Geschichten und Darbietungen widerspiegeln, inklusive in den neuen Kategorien für Reisen und Tourismus.

Rose, mit einem „Emmy Award“ ausgezeichnete Produzentin und Mitglied der „DGA“, war zuvor Direktorin der „Sports Emmy Awards“ und Leiterin der Produktionsabteilung der „National Academy of Television Arts & Sciences“.

Frühere Produktionen beinhalten unter anderem Beiträge von fünf Olympischen Spielen für die ame-



rikanischen TV-Stationen ABC, NBC und CBS. Ihre langjährige Erfahrung im TV umfassen Produktionen in den Bereichen Nachrichten, Sport, Kunst sowie Unterhaltungsprogramme für ABC, NBC, CBS, PBS und ESPN. Sie erhielt einen Masterabschluss für Rundfunkjournalismus an der Boston University.



# Wolfgang Jo Huschert

Director of The Golden City Gate/ITB Berlin  
[www.das-goldene-stadttor.de](http://www.das-goldene-stadttor.de)



Wolfgang Jo Huschert is the "The Golden City Gate" Festival director - specialized in Tourism, and held during ITB Berlin – the largest Tourism Trade Fair in the world. He understands the power behind ITB Berlin; always cooperating with CIFFT Festival directors, and collaborating with Ewa Kotus – chef editor of the "Film, Art & Tourism" magazine, helping to promote CIFFT. Huschert feels films and film production from the inside because his whole life has been dedicated to this.

**Education and experience:** studies in "Photography direction" with Gerald Vandenberg and Michael Martin.

**1965** Started work at "E.M. Huschert Cartoon ateliers" company – producing many trailers and spots for "WDR", Germany, and making his masterpiece in the company working on cartoon animations for the movie "Das Millionen spiel" following an idea by Wolfgang Menge, under the direction of Rolf von Sydow. Involved in other productions for PlusMinus, Monitor, ARDeins, WDR-Sendezeichen under prominent directors such as Peter Scholl-Latour, Ralph Giordano, again

Rolf von Sydow, Pit Flick Stefan Böder and so on...

**1970** Founder, together with his father, of "Huschert Real Film", Wolfgang Jo Huschert produced Business films for the German industry, shooting in the US, Venezuela, Ghana, Italy, Spain, Switzerland, Japan, Hong-Kong, Austria, Germany, Norway, Jordan and Denmark.

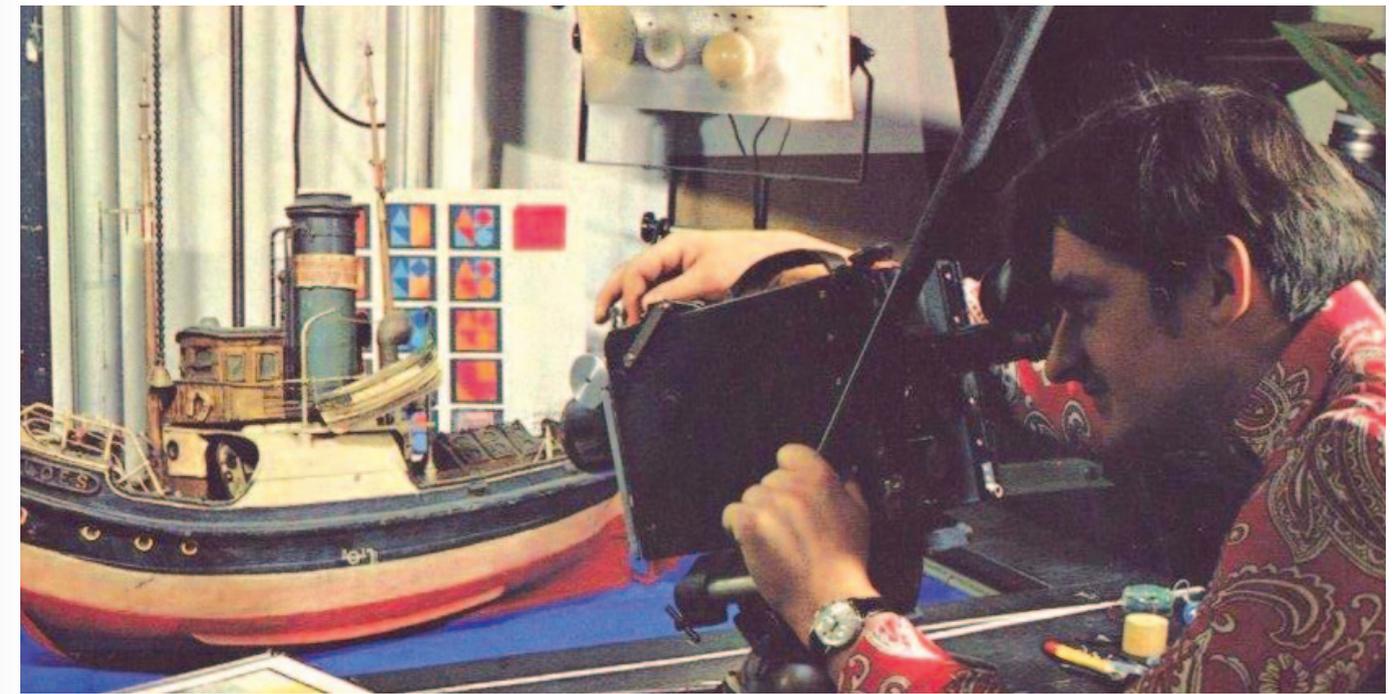
**1978** First "Grand Prix" for the "Henkel" advert "Der Qualität des Wasser wegen...", followed by more than 150 national and international awards, "1st Prize from the Federal Republic of Germany", 18 awards from the German "Department of Economy"

**1983** The movie "Die Kugel" given from the Arts patron Vera Röhm to the Guggenheim Museum N.Y.C. still constantly to show there.

**1985** Organizer of the "IQ-conference" in Dusseldorf.

**1990-2015** CEO of the "Federal Association of German Film and AV-producers"

**2001-2015** Organizer and president of the international Tourism Film-Print-Multimedia Festival at ITB-Berlin and "The Golden City Gate" at the ITB-Cinema.



Wolfgang Jo Huschert ist Leiter des Festivals „Das Goldene Stadttor“, das sich dem Tourismus verschrieben hat und während der „ITB Berlin“ stattfindet, der größten Tourismusmesse der Welt. Zudem fördert er auf der ITB Berlin die „CIFFT“-Festivalreihe, in Zusammenarbeit mit den „CIFFT“-Festivaldirektoren und insbesondere in Kooperation mit Ewa Kotus (Chefredakteurin des polnischen „Film-, Kunst- und Tourismusmagazins). Huschert ist ausgewiesener Experte für Filmproduktionen, denen er sich in seiner täglichen Arbeit widmet.

**1942** als Sohn von E.M.W.Huschert (Trick-Filmproduzent) in Berlin geboren Schule und Ausbildung Studium Ausgebildet zum Kameramann von Gerald Vandenberg und Michael Martin

**1965** Eintritt in die Firma E.M.Huschert Film-Trickateliers Viele Trailer und Titel für den WDR entworfen und gefertigt Sein Meisterstück waren Arbeiten an den Trick für den Film „Das Millionenpiel vom WDR „nach einer Idee von Wolfgang Menge unter der Regie von Rolf von Sydow. Weitere Arbeiten PlusMinus,Monitor,ARDeins,WDR-Sendezeichen unter namenhaften Regisseuren wie Peter Scholl Latour, Ralph Giordano, Rolf von Sydow, Pit Flick Stefan Böder usw..

**1970** Gründung neben der Firma des Vater „die Firma Huschert Realfilm Wolfgang Jo Huschert produzierte mit dieser Firma ausschließlich Wirtschaftsfilme für die Deutsche Industrie. Dreharbeiten in US, Venezuel,Ghana,Italien,Spanien,Schweiz,Japan,Hongkong, Österreich,Deutschland,Norwegen,Jordanien,Dänemark.

**1978** 1.Regiearbeiten für diverse weltweite Wirtschaftsfilme

**1980** 1. Grand Prix für den Henkefilm „Der Qualität de Wasser wegen...“ danach mehr als 150 nationale und internationale Auszeichnungen. Die höchste Auszeichnung der Bundesregierung Deutschland

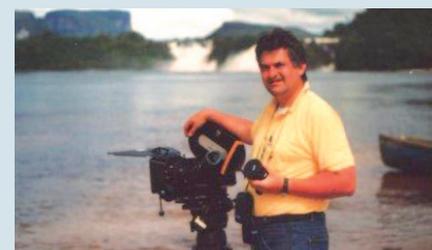
erhielt Huschert 18 x aus den Händen der jeweiligen Wirtschafts- Minister.

**1983** Der Film "Die Kugel" wurde von der Kunstmäzenatin Vera Röhm ans Guggenheim Museum NY vermittelt und zur ständigen Vorführung freigegeben.

**1985** Ausrichter der IQ-Konferenz in Düsseldorf

**1990-2015** Vorstandsvorsitzender des Bundesverbands Deutscher Film-und-AV-Produzenten e.V.

**2001-2015** Organisator und Präsident des internationalen tourism Film-Print-Multimedia Wettbewerbs auf der ITB-Berlin im ITB-Cinema. der ITB-Berlin. „Das goldene Stadttor“





# Michala Korintová

Director - TOURFILM Karlovy Vary  
www.tourfilm.cz



Michala Korintová is director of the oldest tourism film festival in the world - TOURFILM Karlovy Vary. With great success, she has continued along the path her father laid out, whom for many years was the Festival's Director and CIFFT President. She is one of the youngest CIFFT directors and is most talented. A great film festival requires top professionalism in film knowledge, organization and promotion. Michala organizes meetings and conferences with the most interesting and famous travelers. The Festival Gala is

truly royal. Congratulations on that half a century of success, and our best wishes to the Karlovy Vary Tourfilm Festival and keeping going as strong as it is today. Some information from Michala Korintová's CV

- 1992 Director, TOURFILM Festival, Karlovy Vary,
- 1995 Specializes in film festivals
- 1997 Founder Avant Promotion, together with my father
- 1998 VOŠ Graduate – Faculty of Journalism

- 1995 – 2012 Festival Coordination Manager, Avant Promotion
- 1995 - 2014 Festival Coordination Manager, TOUR REGION FILM Festival,
- 1999 – 2009 Manager, Filmservice, Czech Republic
- 2003 - 2014 Festival Coordination Manager, ARTS & FILM Festival Telč,
- 2012 – 2014 Executive Director, Avant Promotion



© J.K.Riesová & AVANT Promotion 09

Michala Korintová ist Direktorin des Festivals „TOURFILM Karlovy Vary“, dem ältesten Tourismusfilmfestival der Welt. Mit großem Erfolg, hat sie den Weg ihres Vaters fortgesetzt, der viele Jahre Festivaldirektor und „CIFFT“-Präsident war. Sie zählt zur Riege der jüngsten und talentiertesten „CIFFT“-Direktoren. Ein großes Filmfestival zeichnet sich insbesondere durch höchste Professionalität im Umgang mit dem Filmwissen, der Organisation und der Filmförderung aus. Michala organisiert Tagungen und Konferenzen mit den in-

teressantesten und bekanntesten Reiseexperten. Herzlichen Glückwunsch zu einem halben Jahrhundert Erfolg und unsere besten Wünsche dem „TOURFILM Karlovy Vary“-Festival. Weiter so!

### Kurzbiografie

- 1992 Direktorin des „TOURFILM Festival Karlovy Vary“
- 1995 Spezialisierung auf Filmfestivals
- 1997 Gründung der „Avant Promotion“, gemeinsam mit ihrem Vater
- 1998 Absolventin an der Fakultät für Journalistik

- 1995-2012 Festival Coordination Manager der Avant Promotion“
- 1995-2014 Festival Coordination Manager des „TOUR REGION FILM Festival“
- 1999-2009 Managerin des „Filmservice der Tschechischen Republik“
- 2003-2014 Festival Coordination Manager des „ARTS & FILM Festival Telč“
- 2012-2014 Vorstandsvorsitzende der „Avant Promotion“





# Fariz Ahmedov

Art Director of Baku International Tourism Film Festival  
[www.bitff.az](http://www.bitff.az)



Fariz Ahmedov – director of the Baku International Tourism Film Festival is the youngest of our directors but is highly experienced. He acquired good film and art education and he is a well-known director and producer of documentary, feature, animation, and tourism films. Having participated in prestigious festivals in over forty countries around the world, his films have won at more than thirty International Film Festivals. In 2012 he was named director of the State Film Studio AZANFILM, taking responsibility for development. In 2013 he was appointed director of the successful Baku International Tourism Film Festival, organized in close cooperation and in participation with the Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan. We have to give a deserved mention to him for organizing important meetings of great interest with academic young people alongside famous tourism film specialists and directors.

**BAKU INTERNATIONAL TOURISM FILM FESTIVAL**  
 Location: Baku / Azerbaijan

Baku International Tourism Film Festival (BITFF) is a non-profit cultural event that takes place yearly in Baku, the capital of Azerbaijan. The festival was set up to promote films that have different tourism aspects, identifying those that advocate domestic and international tourism, endorsing their authors and aiming to help these films find a broader international audience.

The festival also aims to draw attention to the tourism potential of Azerbaijan as one of the international centers of historical and cultural heritage.

The competition includes various tourism categories and a National Award. Films are judged by international professionals made up of film-makers and travel and tourism experts. No payment is needed for films to participate. Prizes amount to over 20,000 Euros, shared by the Grand Prix Award Winner and winners of the different categories. In addition to the festival's competitive and non-competitive programme, BITFF

includes seminars and conferences exchanging experience between filmmakers, experts on tourism as well as the media.

The festival's official languages are Azerbaijani and English.

The Baku International Tourism Film Festival's first edition was held on 20-24th November 2013, at the Nizami Cinema Center.

BITFF is supported by the Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan and is a member of the International Committee of Tourism Film Festivals (CIFFT) based in Vienna, Austria.

Contact: Fariz Ahmedov  
 Address: Moscow ave, 1. AZ1012, Baku / Azerbaijan.  
 Phone: +99412 4982046, +99412 4302382, +99455 8278483  
 Website: [www.bitff.az](http://www.bitff.az) | E-mail: [info@bitff.az](mailto:info@bitff.az)



Fariz Ahmedov – Direktor des „Baku International Tourism Film Festival“ ist der jüngste unter unseren erfahrenen Direktoren. Er studierte Film und Kunsterziehung und ist ein bekannter Regisseur sowie Produzent von Dokumentar-, Spiel-, Animations- und Tourismusfilmen.

Er hat an renommierten Festivals in über 40 Ländern weltweit teilgenommen und seine Filme wurden auf mehr als 30 internationalen Filmfestivals ausgezeichnet. Im Jahr 2012 wurde er zum Direktor des staatlichen Filmstudio „AZANFILM“ ernannt, für das er nun die Verantwortung trägt und seine Entwicklung vorantreibt.

Im Jahr 2013 wurde er zum Direktor des erfolgreichen „Baku International Tourism Film Festival“ gewählt, das in enger Zusammenarbeit und unter Beteiligung des Ministeriums für Kultur und Tourismus der Republik Aserbaidschan ausgerichtet wird. Unbedingt erwähnenswert sind seine Verdienste um die Organisation von Konferenzen, auf denen sich die akademische Jugend mit gestandenen Profis u.a. Regisseuren der Tourismusfilm-Branche treffen und austauschen können.

**DAS INTERNATIONALE BAKU FILM FESTIVAL**  
 Ort: Baku / Aserbaidschan

Das „Baku International Tourism Film Festival“ (BITFF) ist eine gemeinnützige kulturelle Veranstaltung, die jedes Jahr in Baku, der Hauptstadt Aserbaidschans stattfindet. Das Festival wurde gegründet, um Filme, die verschiedene Aspekte Tourismus haben, zu identifizieren diejenigen, die nationalen und internationalen Tourismus befürworten fördern, befürwortet deren Autoren und dem Ziel zu helfen, diese Filme zu finden ein breiteres internationales Publikum.

Der Wettbewerb beinhaltet verschiedene Tourismus-Kategorien und die Vergabe des Nationalpreises. Die Filme werden von einer internationalen Jury, bestehend aus Filmemachern und Touristik-Experten begutachtet. Für die Teilnahme am Wettbewerb wird keine Aufnahmegebühr verlangt. Die Preisgelder in Höhe von insgesamt 20.000 Euro werden unter dem „Grand Prix Award“-Gewinner und den Gewinner der verschiedenen Kategorien aufgeteilt.

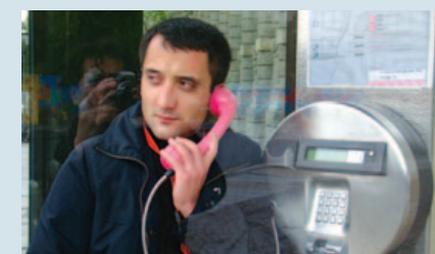
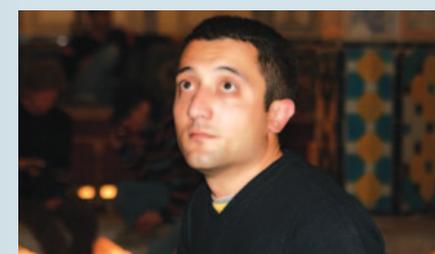
Neben dem offiziellen Festivalprogramm und dem außer Konkurrenz laufenden Programm bietet das „BITFF“ Seminare und Konferenzen auf denen der Erfahrungsaustausch zwischen Filmschaffenden, Tourismus-Experten und Medienschaffenden gefördert wird.

Die offiziellen Festivalsprachen sind Aserbaidschisch und Englisch.

Das erste „Baku International Tourismus Film Festival“ fand vom 20. bis 24. November 2013 im Nizami Cinema Center statt.

Das „BITFF“ wird durch das Ministerium für Kultur und Tourismus der Republik Aserbaidschan unterstützt und ist Mitglied des „Internationalen Komitees für Tourismus Film Festivals“ (CIFFT) aus Wien, Österreich.

Kontakt: Fariz Ahmedov  
 Adresse: Moscow ave, 1. AZ1012, Baku / Aserbaidschan  
 Telefon: +99 412 4982046, +99 412 4302382, +99 455 8278483  
 Homepage: [www.bitff.az](http://www.bitff.az) | E-mail: [info@bitff.az](mailto:info@bitff.az)





Fariz Ahmedov

## postscript

„And now look, they haven't seen each other since their days as a student, I believe some thirty years ago“ Fariz said to me looking to our famous Polish director Maciej Drygas and... Jury President at the II BITFF. It was a very touching, emotional and affective meeting with no end of talk. Fariz Ahmedov – BITFF Festival Director, is a very creative person, not only known as a good filmmaker, but also for inviting captivating people to the Festival. Two years ago he organized an academic “Master Class” held by Alexander V. Kammel and David C. Cooper (two top specialists in the tourism film industry and Jury Members at the first BITFF) with students from Baku Tourism School. Maciej Drygas

from Poland, an authority on the film subject, last year also held meetings with students, and gave numerous press conferences associated with the Festival. Maciej Drygas had the opportunity to see impressive Baku often called the „New Dubai“, the „Paris of the East“ or the „Caspian Diamond“, a city combining the historic with amazing futuristic buildings. “But I must see all the faces of Baku” stated Mr Drygas – a film director known for films with difficult themes. And so, on Fariz Ahmedov’s initiative and cooperation between Poland and Azerbaijan, the film „Baku from Dawn to Dusk“ was premiered at the famous Nizami cinema last February. We are all impatiently waiting to see it.



# BA

# KU

The place where water meets the flame  
Where East and West are just the same  
Where Sun and Wind are intertwined  
And magic legends grab your mind.

One of the oldest focal points of human civilization, Azerbaijan provides a cross-section of mankind’s history where all milestones can be traced. Ancient rock carvings and manuscripts as well as unique carpet designs with a history dating back to times immemorial convey profound messages about the country’s past. Baku is the capital of independent Azerbaijan, one of the oldest populated areas in the Orient bathed by the Caspian Sea’s friendly waters. Baku was one of the branches of the Silk

Way for centuries. Rock carvings and unique archeological finds testify to the cities millennial past that may still be traced in the mute, unfathomable and captivating Gobustan landscape. The inner town – Icheri Sheher – a town within a town like a kernel within a nut, Baku’s medieval citadel cradles above over fifty unique historical and architectural landmarks. The Shirvanshahs Royal Palace dating back to the 15th century and the Maiden Tower, Baku’s signature landmark, together with the walled Old City are now part of UNESCO’s World Cultural Heritage.

Magical knots evolving into the mystery of local carpets, deliver an encrypted message of the country’s history and culture through breathtaking colours and fascina-

ting designs. The time-tested art of carpet weaving is preserved intact and lives on to this very day. Azerbaijan, the Land of Fire. The coast of the Absheron peninsula breathes magic flames from beneath the earth, turning it into a mecca for Zoroastrians for centuries. Atashgah – a unique shrine of fire; a symbolic landmark revered for this day. Baku is a city of international events. 2015 is the year of the First European Games and this magnificent event will held in Baku.

2015 is Baku year.

It would be a pleasure to see you in Baku!  
Welcome to Baku!  
Welcome to Azerbaijan!

„Der Ort, wo das Wasser auf die Flamme trifft  
Wo Ost und West vereint  
Wo Sonne und Wind miteinander verflochten sind  
Und magische Legenden von Deinem Geist Besitz ergreifen.“

Als eines der ältesten Siedlungsgebiete der menschlichen Zivilisation, bietet Aserbaidshan einen Querschnitt der Menschheitsgeschichte der bis ins Detail zurückverfolgt werden kann. Alte Felszeichnungen, Handschriften sowie einzigartige Teppichdesigns erzählen Geschichten aus uralten Zeiten und geben Auskunft über die Vergangenheit des Landes.

Baku ist die Hauptstadt des unabhängigen Staates Aserbaidshan, eines der ältesten bevölkerten Gebiete im Orient, eingebettet in die Gewässer des Kaspischen Meeres.

Baku war über Jahrhunderte einer der Hauptknotenpunkte der Seidenstraße. Felszeichnungen und einzigartige archäologische Funde zeugen von der tausendjährigen Geschichte der Städte, die besonders in der fesselnden Gobustan-Landschaft zurückverfolgt werden kann. Die Innenstadt – Icheri Sheher – eine Stadt in der Stadt, wie ein Kern in einer Nusschale birgt Bakus mittelalterliche Zitadelle und über fünfzig weitere einzigartige historische und architektonische Wahrzeichen. Der „Shirvanshahs“ Königspalast aus dem 15. Jahrhundert und der Jungfrauenturm, Bakus Wahrzeichen, zählen gemeinsam mit der ummauerten Altstadt zum UNESCO-Weltkulturerbe. Magische Knüpfereien sind das Geheimnis der hiesigen Teppiche, sie überliefern verschlüsselte Botschaften über die Landesgeschichte und der Kultur unter Verwendung atemberaubender Farben und faszinierender Designs. Die bewährte Technik der Teppichweberei ist vollständig

erhalten geblieben und lebt bis in die Gegenwart weiter.

Aserbaidshan wird auch das Land des Feuers genannt. Unter der Küste der Halbinsel Absheron speit die Erde magische Flammen und machte sie damit zum Mekka der Zoroastrier, einer jahrhundertealten Religionsgemeinschaft. Atashgah, der Tempel der Zoroastrier und Heiligtum des Feuers wird bis zum heutigen Tag als Symbol verehrt. Baku ist eine Stadt der internationalen Veranstaltungen. 2015 ist das Jahr der Europaspiele und dieses großartige, zum ersten Mal ausgetragene, Sportereignis wird in Baku stattfinden.

2015 wird das Baku-Jahr.  
Wir freuen uns auf Sie!  
Willkommen in Baku!  
Willkommen in Aserbaidshan!



**Sandra Inkena**  
 Director of Tourfilm Riga  
[www.tourfilmriga.lv](http://www.tourfilmriga.lv)

Director of The International Tourism Film Festival "Tourfilm Riga" in Latvia, is aware of how unique and beautiful the city she holds the festival in is. For many years Sandra has been working for the Riga City Council, firstly as the Director of the Tourism Centre of the Riga City, thus promoting the city worldwide and now representing the Foreign Affairs Office of the city and is a great admirer of the city's cultural inheritance.

"Tourfilm Riga" is developing all the time. Tourism films presenting tourism products or specific cities, regions, states as tourism destinations are participating at the Festival in the following categories: cultural tourism, eco-tourism, adventure tourism, commercial spots and Latvian tourism product. Films are judged by professional international jury and the awards are given in each category and the main award – the Grand Prix is selected from the award winners. Sandra always combines her festival with illustrating Old Town Riga (included in the UNESCO World Heritage Site listing) which possesses absolutely unique, one-of-a-kind eclectic and classic architecture combined with art nouveau and national romanticism, with presenting traditions and delicious cuisine. Sandra Inkena is convinced that whoever sees Riga for the first time, will definitely come back although it's not always "on the route". As the festival's director she focuses a great deal on presenting the best participating worldwide films to Riga's residents. Projections always take place at the oldest and most beautiful cinema of Riga – "Splendid Palace" with a frequency something to be envious about.

Direktorin des Internationalen Tourismus Film Festival „Tourfilm Riga“ in Lettland ist sich bewusst, wie einzigartig und schön ihre Stadt als Gastgeber des Festivals, ist. Seit vielen Jahren ist Sandra für die Stadtverwaltung in Riga tätig, zunächst als Direktorin des Tourismuszentrums der Stadt, das für die weltweite Vermarktung zuständig ist und nun für das Auswärtige Amt. Sie ist eine große Bewunderin des kulturellen Erbes der Stadt.

Das „Tourfilm Riga“-Festival befindet sich in ständiger Entwicklung. Die teilnehmenden Tourismus-Filme bewerben Städte, Regionen und Staaten als Tourismusziele. Folgende Kategorien werden präsentiert: Kulturtourismus, Ökotourismus, Abenteuerurlaub, Werbespots sowie lettische Tourismusprodukte. Die Filme werden von einer professionellen und internationalen Jury begutachtet und mit Preisen in jeder Kategorie prämiert. Der „Grand Prix“ wird unter den Preisträgern ermittelt. Sandra verbindet ihr Festival immer mit der Darstellung der Altstadt von Riga (die auf der Liste des UNESCO-Weltkulturerbes steht) und in ihrer Kombination aus eklektischer und klassischer Architektur, Jugendstil und nationaler Romantik, Tradition und köstlicher Küche, einzigartig ist. Sandra Inkena ist davon überzeugt, dass diejenigen die Riga zum ersten Mal besuchen, auf jeden Fall wiederkommen werden, obwohl die Stadt nicht immer auf der Liste der Top-Reiseziele steht. Als Leiterin des Festivals konzentriert sie sich sehr darauf den Bewohnern Rigas als Dank die weltweit besten Filme zu präsentieren. Die Aufführungen finden fast ausschließlich im ältesten und schönsten Kino Rigas statt, dem „Splendid Palace“, auf das man neidisch sein kann.



**Spomenka Saraga**  
 Director of Zagreb Tourfilm Festival  
[www.zagreb-tourfilm.com](http://www.zagreb-tourfilm.com)



SPOMENKA SARAGA is Zagreb Tourfilm Festival's director, a festival seated in Croatia's capital. Photographer, filmmaker, and an avid adventurer, Spomenka travels to the most exotic corners of the world. Her film experience, gained in the famous Jadran Film Studio - referred to at that time as European Hollywood – was won through holding highly responsible financial and production posts and making films together with famous directors, actors and other producers.

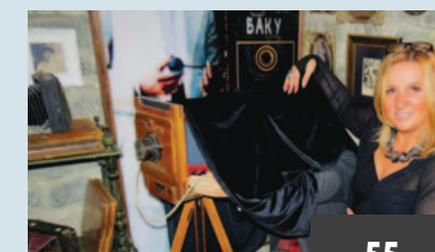
After that she founded her own company, BALDUČI FILM, producing many successful documentaries, feature and tourism promotional films. Spomenka has been awarded numerous prizes in Croatian and International Film Festivals and is a Member of the Croatian Association of Film Workers and the Croatian Producers Association.

Zagreb Tourfilm Festival is run in close cooperation with Zagreb Tourist Board, promoting the city's importance in Tourism. During the festival, tours presenting Zagreb cultural heritage and traditions are always conducted, as well as showing the tourism potential of the whole of Croatia. These issues are also analyzed at interesting conferences during the festival, as Spomenka Saraga proudly exposes to participants and visitors representing countries from far corners of the world.

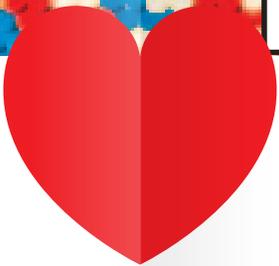
Spomenka Saraga ist Direktorin des „Zagreb Tourfilm Festival“, mit Sitz in Kroatiens Hauptstadt. Als Fotografin, Filmemacherin und begeisterte Abenteuerin, bereist Spomenka die exotischen Ecken dieser Welt. Ihre Filmkenntnisse hat sie am berühmten „Jadran Filmstudio“ erworben, das bis heute als europäisches Hollywood bezeichnet wird. Das Studio zeichnet sich durch die verantwortungsvolle Finanzierung ihrer Produktionen aus und kooperiert mit berühmten Regisseuren, Schauspielern und anderen Produzenten.

Nach dem Abschluss hat sie ihre eigene Firma „BALDUČI FILM“ gegründet. Das Studio produziert viele erfolgreiche Dokumentationen, Features und touristische Werbefilme. Spomenka wurde mit zahlreichen Preisen, auf kroatischen und internationalen Filmfestivals, ausgezeichnet. Sie ist Mitglied des kroatischen „Verbands der Filmemacher“ und des „Verbands der Produzenten“.

Das „Zagreb Tourfilm Festival“ findet in enger Zusammenarbeit mit dem „Zagreb Tourist Board“ statt, das sich mit der touristischen Förderung der Stadt beschäftigt. Während des Festivals werden Stadttouren veranstaltet, die das kulturelle Erbe und die Traditionen Zagrebs präsentieren und zugleich auf das Potenzial ganz Kroatiens verweisen. Diese Themen werden auch auf den interessanten Konferenzen, die das Festival begleiten, untersucht und es macht Spomenka Saraga besonders stolz, die ausländischen Teilnehmer und Besucher aus allen Ecken der Welt daran teilhaben zu lassen.



# ZAGREB



*The city with a heart!*

*Die Stadt mit Herz!*

**Z**agreb, the capital of Croatia, is the youngest European Union metropolis and a treasure trove of European culture and civilization. Located in the heart of Europe, Zagreb is less than a two hour flight from all major European cities, and Pleso International Airport is just a 25 minutes drive away from the city centre.

Zagreb has many surprises in store for all walks of life: great historical and cultural sites, numerous museums, many events and musical performances, exciting nightlife, restaurants with excellent food and wines, great shopping and sports facilities, beautiful parks and above all, friendly people. Its green surroundings and its fantastic connection to the scenic Adriatic coastline, by both air and highway, are a great additional value for all Zagreb visitors. Zagreb is the city of international trade-fairs, conventions, business meetings, as well as sporting events. There is accommodation for more than 6,000 at hotels, some of these belonging to world-famous hotel chains (Westin, Sheraton, Double Tree by Hilton, etc.). The number of small and family-owned hotels and hostels is increasing and all share the same level of professionalism and hospitality.

Getting around the city is easy. You can reach most of the attractions on foot as they are situated in the pedestrian zone. Public transport is well organized and there is a good and affordable taxi service. The impressions of many foreigners who live in Zagreb, business people and tourists who visit can be summed up in a single sentence: a large city which managed to stay romantic and safe. **Zagreb has a story to tell, and a heart – a Big Heart!**

#### **Zagreb Be There - Explore the coolest routes in the city**

Ever wanted a city guide who will show you awesome spots known only to insiders? With "Be There" you'll discover the coolest spots in Zagreb using the most insightful app available. We made discovering Zagreb easy; choose a route you want to explore, check in at locations, share your pics using the hashtag "#BeThereZagreb", and claim fun rewards as you explore the city. "Zagreb Be There" is available for iOS and Android devices and can be downloaded from microsites, betherezagreb.com or via the QR code on flyers that can be found in all major tourist points in the city. More information is available at: <http://www.betherezagreb.com/>

**Z**agreb, agreb, die Hauptstadt Kroatiens, ist die jüngste der EU-Metropolen und eine Schatzkammer der europäischen Kultur und Zivilisation. Die Stadt liegt im Herzen Europas und ist in weniger als zwei Flugstunden von allen großen europäischen Städten erreichbar. Der Internationale Flughafen „Pleso“ befindet sich nur 25 Autominuten von der Innenstadt entfernt.

Zagreb hat viele Überraschungen in allen Lebensbereichen zu bieten: bedeutende historische und kulturelle Sehenswürdigkeiten, viele Museen, zahlreiche Veranstaltungen und musikalische Darbietungen, ein aufregendes Nachtleben, Restaurants mit ausgezeichnetem Essen und guten Weinen, sehr guten Einkaufsmöglichkeiten und Sportanlagen, schönen Parks und vor allem freundlichen Menschen. Seine grüne Umgebung und fantastische Anbindung an die malerische Adriaküste, aus der Luft und über Landstraße gut erreichbar, bieten einen großen Mehrwert für alle Besucher Zagrebs. Zagreb ist die Stadt der internationalen Messen, Konferenzen, Meetings, aber auch großer Sportveranstaltungen. Die Hotels bieten Platz für mehr als 6.000 Gäste. Viele von ihnen gehören zu weltbekannten Hotelketten, wie Westin, Sheraton und Double Tree by Hilton, um nur einige zu nennen. Die Zahl der kleinen und familiengeführten Hotels und Jugendherbergen nimmt zu und

auch sie bieten die gleiche Professionalität und Gastfreundschaft. Es ist einfach die Stadt zu erkunden. Sie können nahezu alle Sehenswürdigkeiten bequem während eines Spaziergangs erreichen und sie befinden sich zumeist in Fußgängerzonen. Der öffentliche Nahverkehr ist gut organisiert und es gibt einen guten und günstigen Taxi-Service. Die Eindrücke der vielen Ausländer, die in Zagreb leben und Geschäftsleuten und Touristen, die die Stadt besuchen, lassen sich in einem Satz zusammenfassen: eine großartige Stadt, romantisch und sicher. Zagreb hat eine Geschichte zu erzählen und ein Herz — ein großes Herz!

#### **Zagreb Be There - Entdecken Sie die coolsten Routen der Stadt.**

Wollten Sie schon immer einen Stadtführer in den Händen halten, der Ihnen die besten Insider-Tipps verrät? Mit „Be There“ verfügen Sie über eine grossartige App, die Ihnen die besten Plätze Zagreb zeigt. Leicht handhabbar und übersichtlich gemacht: Wählen Sie eine Route, checken Sie an bekannten Orten ein, laden Sie Ihre Fotos, versehen mit dem Hashtag „#BeThereZagreb“, hoch und Sie erhalten kleine Belohnungen für die weitere Stadterkundung. Die App „Zagreb Be There“ ist für iOS- und Android-Geräte verfügbar und kann über die Internet-Seite [www.betherezagreb.com](http://www.betherezagreb.com) oder über, den auf Flyern enthaltenen QR-Code, heruntergeladen werden. Mehr Informationen finden Sie unter: [www.betherezagreb.com](http://www.betherezagreb.com)





## Bosko Savkovic

Director of Silafest in Serbia  
[www.silafest.com](http://www.silafest.com)



Bosko Savkovic is director to SILAFEST, a CIFTT Member Festival held yearly at Veliko Gradiste, the beautiful and very famous Serbian bathing-place on the River Danube.

Bosko is a well-known journalist, writer and filmmaker, whose works usually take up difficult, hard and serious topics, winning the highest awards at international film festivals.

SILAFEST Festival, which he established, stands out because it's carried through live; attendees can watch films participating at the Festival and observe how the Jury works and decides.

Press conferences at SILAFEST are very important. Film stars and filmmakers take part in these conferences every day. Bosko gives great importance to leaning of the young in Tourism and Ecological film subjects; SILAFEST is full of debates between filmmakers and young people during which interesting and constructive observations around filmmaking subjects are noted and remembered.

Bosko Savkovic ist Direktor des „SILAFEST“, einem ständigen Mitglied der „CIFTT“-Festivalreihe, das jährlich in Veliko Gradiste, einem der schönsten und berühmtesten serbischen Badeorte an der Donau, stattfindet.

Bosko ist zudem ein sehr bekannter Journalist, Schriftsteller und Filmemacher, dessen Werke in der Regel schwierigen und ernsthaften Themen gewidmet sind. Er gewann hohe Auszeichnungen auf internationalen Filmfestivals.

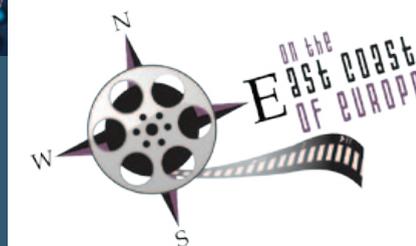
Das von ihm gegründete „SILAFEST“ zeichnet sich insbesondere durch seinen Live-Charakter aus. Die Teilnehmer können die Wettbewerbsbeiträge sehen und haben direkten Einblick in die Arbeits- und Entscheidungsprozesse der Jury.

Die Pressekonferenzen auf dem „SILAFEST“ sind sehr bedeutend. Filmstars und Filmemacher nehmen an den täglich stattfindenden Konferenzen teil. Bosko ist es besonders wichtig Themen des jungen Tourismus- und Ökologiefilm zu fördern. Auf dem „SILAFEST“ finden viele Diskussionsforen statt, auf denen Filmemachern und jungen Menschen die Gelegenheit geboten wird, interessante und konstruktive Beobachtungen rund um das Filmemachen zu erlangen und nachhaltig in Erinnerung zu behalten.



## Vessela Yaneva-Hristova

Foreign Relations Director of ITFF - Bulgaria  
[www.tourfilm-bg.com](http://www.tourfilm-bg.com)



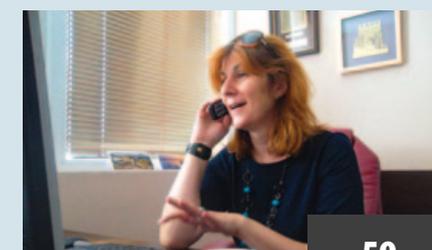
Vessela Yaneva-Hristova - Foreign Relations Director of the International Tourism Film Festival in Veliko Tarnovo, Bulgaria, „On the East Coast of Europe“, is a great professional and consistent in her drive. This Bulgarian Festival existed for a long time at national level, when Vessela, together with Maria Karagiozova, the Festival Director, decided to push the Festival out onto the international stage and apply for CIFTT membership. It was a great job for the Festival organizers which ended in success.

Vessela Yaneva-Hristova started her career in US based non-governmental organizations – the Citizens Democracy Corps, and later in a US consortium of other non-governmental organizations called FLAG. She also worked as marketing manager in software and computer companies such as Bourgas - BSE, and Practicorp. Over the last 10 years, Vessela has held the post of Sales Manager in a marketing, advertising and PR company specialized in tourism, operating three travel TV channels - „BG Info“ in Bulgarian, Russian and English. She has also produced tourism films, handled outdoor advertising activities in the largest Bulgarian resort - Sunny beach, PR and event management for municipalities, EU project development in communication and advertising. She is owner of the Voda Media Venture, Ltd. Media Agency.

Vessela Yaneva-Hristova ist Direktorin für Internationale Beziehungen des „International Tourism Film Festival“ in Veliko Tarnovo in Bulgarien. Das Festival „An der Ost-

küste Europas“, hat sie sich zu ihrer Lebensaufgabe gemacht. Das bulgarische Festival wurde lange Zeit auf nationaler Ebene ausgetragen, bevor Vessela gemeinsam mit der Festivaldirektorin Maria Karagiozova beschlossen, das Festival auf die internationale Bühne zu bringen und sich für eine „CIFTT“- Mitgliedschaft zu bewerben. Es war eine herausfordernde Aufgabe der Organisatoren des Festivals, die schließlich im Erfolg mündete. Vessela Yaneva-Hristova begann ihre Karriere in US-amerikanischen Nichtregierungsorganisationen, zuerst in der „Citizens Democracy Corps“ und später in einem US-Konsortium anderer Nichtregierungsorganisationen namens „FLAG“. Sie arbeitete zudem als Marketing Managerin in den Software- und Computerunternehmen „Burgas-BSE“ und „Practicorp“. In den letzten 10 Jahren bekleidet Vessela den Posten des Sales Managerin in einer Marketing-, Werbe-, und PR-Firma, die sich auf den Tourismusbereich spezialisiert hat und den Vertrieb von drei Reise-TV-Kanälen, der „BG-Info“ in den Sprachen Bulgarisch, Russisch und Englisch umfasst.

Sie produzierte zudem auch Tourismusfilme und begleitete Werbeaktivitäten für das größte bulgarische Ferienresort, „Sunny Beach“, leitete das PR- und Eventmanagement für Kommunen und war zuständig für die EU-Projektentwicklung in den Bereichen Kommunikation und Werbung. Sie ist Eigentümerin des „Voda Media Venture“, einem Medienunternehmen.





**Jorge Oro**  
 Director of Tourfilm Brazil  
[www.tourfilmbrazil.com](http://www.tourfilmbrazil.com)



Jorge Oro – director of International Tourfilm Festival, Brazil – a strategic CIFFT member – is a businessman with extensive knowledge, looking to open up new tourism possibilities for his huge country. When, with great zeal and dedication, he brought the Festival to life in Florianopolis, the capital of Santa Catarina province, he not only had to shape the tourism promotion programme for Brazil, but for all of South of America and many other countries worldwide. We must underline that he was building a very good image of CIFFT Festivals in South of America. His marketing activities and promotion always feature CIFFT, showing all the individual festivals that make up this organization. And he considers CIFFT a very important forum that allows festivals such as his own Tourfilm Brazil to learn from its experience, but most of all, he appreciates CIFFT for creating the platform that allows film professionals to meet, make friends, and cooperate with other festivals around the world. Between festivals, he visits relevant trade fairs in order to gain experience and carry out his extensive international cooperation programme in the best way possible.

Rio de Janeiro is the most famous city in Brazil, it's the dream of every tourist. Jorge Oro did great work speaking with the Ministry of Culture and Tourism, and the City Hall in Rio, to establish the Festival in this city. In the end he obtained national sponsorship and cooperation with these important Institutions; it was a good moment after the FIFA World Cup, when the eyes of the world were looking there. Jorge Oro decided to collaborate intensively in the strategic program, Film for Children and Youth with the FilmAT Festival in Poland where this programme started this year. He recognized its importance for the world's future.

Jorge Oro ist Direktor des „International Tourfilm Festival“ in Brasilien, einem ständigen Mitglied der „CIFFT“-Festivalreihe. Er ist ein Geschäftsmann mit umfangreichen Kenntnissen, auf der ständigen Suche nach neuen Möglichkeiten, den Tourismus in seinem großen Land zu erschließen. Als er mit großem Eifer und großer Hingabe das

Festival in Florianopolis, der Hauptstadt der Provinz Santa Catarina, ins Leben rief, hatte dies nicht nur Auswirkungen auf die Förderung des Tourismusprogramm in Brasilien, sondern auch auf die gesamte Region Südamerikas und anderen Ländern weltweit. Wir möchten betonen, dass er den mit dem Aufbau seines Festivals einen sehr guten Ableger der „CIFFT“-Festivals für Südamerika geschaffen hat. Seine Aktivitäten fördern das Gesamterscheinungsbild des „CIFFT“ und sein Festival zeigt stellvertretend für alle Festivals den jeweils individuellen Charakter, durch den sich die Organisation auszeichnet.

Jorge betrachtet das „CIFFT“ als wichtiges Forum, das für Festivals wie sein eigenes „Tourfilm Brazil“ den Rahmen schafft um mit anderen in regen Erfahrungsaustausch zu kommen. Vor allem aber schätzt er das „CIFFT“ als Plattform auf der sich Filmschaffende treffen, Freundschaften bilden können und die Zusammenarbeit mit anderen weltweit ansässigen Festivals ermöglicht. Zwischen den Festivals, besucht er relevante Messen, um Erfahrungen zu sammeln und seine internationalen Kooperationsprogramme zu erweitern und auszubauen. Rio de Janeiro ist die bekannteste Stadt Brasiliens, der Traum für jeden Touristen. Jorge Oro hat großartige Arbeit geleistet, indem er das Ministerium für Kultur und Tourismus und das Rathaus von Rio de Janeiro, überzeugten konnte das Festival in dieser Stadt zu etablieren. Am Ende gewann er nationale Sponsoren und die Zustimmung der damit verbundenen wichtigen Institutionen für sein Projekt. Es war zudem ein guter Zeitpunkt, unmittelbar nach der Fußballweltmeisterschaft, als die Augen der Welt auf diese Stadt gerichtet waren.

Jorge Oro entschloss sich auch zu einer intensiven und strategischen Zusammenarbeit mit dem Programm „Film für Kinder und Jugendliche“, das in diesem Jahr erstmals vom „FilmAT“-Festival in Polen ausgerichtet wurde. Er erkannte schon zuvor die zukunftsweisende Bedeutung dieses Festivals.



**Georges Pessis**  
 Director of Deauville Green Awards  
[www.deauvillegreenawards.com](http://www.deauvillegreenawards.com)



Georges Pessis is director to the Deauville Green Awards International Festival, in France, a man with considerable film-making experience, specializing for many years in the corporate and ecological film fields. He also has a broad knowledge of the film market in this subject.

After studying Cinematic Arts at Southern California University, he traveled to Brazil in 1955 to work with Alberto Cavalcanti as cameraman in feature films. After a while, he preferred to film his own works in the documentary field as director – cameraman. On returning to France in 1960, he founded Filmedia, specialized in corporate documentary production, and produced about 200 films for organizations such as the United Nations, CERN, the World Council of Churches, several Ministries in France, (Labour, Foreign Affairs, Tourism . . .), Universities, museums, as well as making industrial films for Nestlé, Renault, Total, Pirelli, Sanofi, etc. . . He was fortunate to work with famous actors like Yul Brynner, Ingrid Bergman, Jean-Pierre Aumont or Fernando Rey, musicians like Keith Jarrett and Ivry Gitlis, scientists like Niels Bohr, Werner Heisenberg or Louis de Broglie. The 70's and 80's were golden years for what was then called industrial film . . .

As he worked a great deal with industrial film archives, he created ANATEC, the National Archives for Technical and Corporate Films, in 1999. In the meantime, he gave lectures and taught corporate film production and direction and wrote several books on its history and technique.

Georges Pessis previously directed Le Creusot Corporate Film Festival and, as from 2010, the Deauville Green Awards Festival, encompassing documentaries, videos, commercials and TV programmes produced about the environment and sustainable development issues.





Georges Pessis ist Direktor des „Deauville Green Awards International Festival“ in Frankreich. Eine Persönlichkeit mit großer Filmerfahrung und seit vielen Jahren Experte für Unternehmens- und Ökologiefilme. Er kennt sich zudem sehr gut im Filmgeschäft aus. Nach dem Studium im Fach Filmkunst an der „Southern California University“, reiste George 1955 nach Brasilien, um als Kameramann in den Spielfilmen von Alberto Cavalcanti mitzuwirken. Nach einer Weile zog er es vor als unabhängiger Regisseur und Kameramann eigene Filme zu produzieren. Nach seiner Rückkehr nach Frankreich im Jahr 1960 gründete er die „Filmedia“, ein auf Dokumentarfilme spezialisiertes Unternehmen, das bisher etwa 200 Filme, u.a. für Organisationen wie die Vereinten Nationen, CERN, den Ökumenischen Rat der Kirchen, mehrere Ministerien in Frankreich (Arbeits-, Außen- und Tourismusministerium) sowie Universitäten und Museen, produziert hat. Des Weiteren zeichnet er sich für die Herstellung von Industriefilmen, u.a. für die Unternehmen Nestlé, Renault, Total, Pirelli und Sanofi, verantwortlich.

Er hatte das Glück mit berühmten Schauspielern, wie Yul Brynner, Ingrid Bergman, Jean-Pierre Aumont und Fernando Rey sowie Musikern, wie Keith Jarrett und Ivry Gitlis und Wissenschaftlern, wie Niels Bohr, Werner Heisenberg und Louis de Broglie, zusammenarbeiten zu können. Die 70er- und 80er Jahre waren das Zeitalter der Industriefilme. Danach kooperierte er mit Industriefilmarchiven und gründete 1999 das „ANATEC“, das Nationalarchiv für Technik- und Unternehmensfilme. Er hielt Vorlesungen, unterrichtete Unternehmensfilmproduktion und Regie und schrieb mehrere Bücher zu diesen Themenfeldern. Georges Pessis leitete zunächst das „Le Creusot“-Unternehmensfilmfestival. Seit 2010 steht er dem „Deauville Green Awards Festival“ vor, das jährlich umfassende Dokumentationen, Videos, Werbespots und TV-Programme zu Umweltthemen und Fragen der Nachhaltigkeit präsentiert.

## DEAUVILLE GREEN AWARDS

Deauville Green Awards is the first International Festival of audiovisual productions for sustainable development and the environment. The event aims to reward industry actors for audiovisual communication that engages the public on the topic of environment and sustainable development. An international event dedicated to corporate films, documentaries and promotional campaigns on the topic environment and sustainable development, the Deauville Green Awards takes place every June in Deauville, at the heart of la Côte Fleurie.

## DEAUVILLE GREEN AWARDS 2015: 4TH EDITION LAUNCHED!

The fourth edition of the Deauville Green Awards will take place from June 9 to 11, the Deauville Green Awards is an international festival of audiovisual productions for sustainable development and ecology. Only a few weeks to enter your best films, in the Deauville Green Awards 2015, The International Festival for Sustainable Development, Ecology and Social Responsibility!

In order to maximise chances for success, we recommend you to register your best films as soon as possible:

- Benefit from the support of the team: our analysis on the category or section.
- Ensure the good quality transmission of your video files.  
Take the time to refine and finalise your online application form, changes can only be made up until 29th March.
- Be a part of the first lot of films viewed by our International Jury, excited to discover your work!



The online registration page on our website.

## AUSTRIA HONORED

Austria, which this year will be the country honored and will be under the spotlight of the festival in terms of projections, and within the roundtables with the assistance of the Austrian Cultural Forum, Austrian Embassy in Paris. Austria has often played a leading role in the development of environmental legislation of the European Union and shows very satisfactory and qualitative assessment. Their quality of water is one of the best in the world, waste management is also very effective. Moreover, a large part of its territory has a conservation plan and the share of the agricultural area occupied by organic farming or GMO is the highest in the European Union. In terms of renewable energy, it covers a large part of the energy needs and contribute to a low-intensity carbon footprint. In Alpine regions, eco-farm tourism is developed and contributes to the multifunctionality of agriculture. The attachment of the Austrians to these social and environmental values is based on natural resource protection policy. Wishing you success in the 2015 competition!

Deauville Green Awards welcomes you ! Enter your corporate, educational, entertainment documentary films & TV programs now. Don't miss the chance to be rewarded by a unique competition that brings together the best of the international film industry on the subject of ecology and sustainable development.

Register your film on [www.deauvillegreenawards.com](http://www.deauvillegreenawards.com)





**Francisco Dias**  
 General Director of ART&TUR  
[www.aptur.net/artetur](http://www.aptur.net/artetur)



With ample experience in tourism, Francisco Dias is director of the ART&TUR Festival in Portugal. He initially established the festival in the lovely town of Barcelos although it has now moved to the famous city of Porto. He is Associate Professor and Course Coordinator of Tourism Recreation degree at the School of Tourism and Maritime Technology (ESTM), of the Polytechnic Institute of Leiria (IPL), Portugal. He is also visiting professor of MBA in Branding & Business at the UNIVATES University in Lajeado, Brazil. His empirical research is mainly focused on psychological and sociological aspects of tourism: imaginary, motivation, social representation, destination branding and consumer behavior. He is editor-in-chief of the European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation (EJTHR), ([www.ejthr.com](http://www.ejthr.com)). He has many contacts around the world and considerable charisma, architect of important international conferences in different countries. Nowadays, he is actively working on a very innovative project: the Euro-Asia Tourism Studies Association (EATSA). His ART&TUR Festival is not only an international competition for Best Tourism Films but also encompasses conferences that encircle important subjects referring to this wide term, Tourism.

Mit seiner langjährigen Erfahrung in der Tourismusbranche ist Francisco Dias die ideale Besetzung in der Position als Direktor des „ART & TUR“ Festivals in Portugal. Er etablierte zunächst das Festival in der schönen Stadt Barcelo, bevor das Festival

seinen Austragungsort in die berühmte portugiesische Großstadt Porto verlegte. Francisco ist Professor und Kursleiter für „Erholung und Freizeit“ an der Schule für „Tourismus und Meerestechnik“ (ESTM) am polytechnischen Institut von „Leiria“ (IPL) in Portugal. Außerdem ist er Gastprofessor für „Master of Business Administration“ (MBA) im Studiengang „Branding & Business“ an der „UNIVATES“ Universität in Lajeado, Brasilien. Seine empirischen Forschungen zielen vor allem auf die psychologischen und soziologischen Aspekte des Tourismus, wie Vorstellungskraft, Motivation, soziale Repräsentation, Reisezieloptimierung und Konsumverhalten.

Francisco ist Chefherausgeber der „Europa-Zeitschrift für Tourismus, Gastgewerbe und Freizeit“ ([www.ejthr.com](http://www.ejthr.com)). Durch seine charismatische Ausstrahlung hat er sich ein weltweites Netzwerk aufbauen können und ist Mitbegründer der vieler wichtiger internationaler Konferenzen in verschiedenen Ländern. Jetzt arbeitet er intensiv an einem sehr innovativen Projekt, der „Euro-Asia Tourism Studies Association“ (EATSA). Das von ihm gegründete „ART & TUR“-Festival ist nicht nur ein großer internationaler Wettbewerb für die besten Tourismusfilme, sondern begreift sich auch als Forum, das sich wichtigen Themen des weit umfassenden Begriffs „Tourismus“ widmet.



**Hugo Marcos**  
 Executive Director of ART&TUR  
[www.aptur.net/artetur](http://www.aptur.net/artetur)



Mirandese-born, headed early to Porto, studying Tourism and devoted to a professional career as an Event Planner, already developing informally in his homeland. Arrives at ART & TUR Festival in its first edition in 2008, taking over the role of the Secretariat and Logistics. In 2010, he takes on the Vice-presidency of APTUR. In 2014, he assumes the Executive Direction of ART & TUR, reaching general management, in partnership with Francisco Dias.

Has played roles as a jury member in several festivals: International Nature Tourism Film Festival - CINEXTUR (2012, Spain), Tourfilm Riga (2014 e 2015, Latvia), Zagreb Tourfilm Festival (Croatia, 2014), Deauville Green Awards (France, 2015), and has represented the ART & TUR Festival in international fairs. Recently assumed the functions of Executive Director in the latest APTUR project, CINETROFA - International Festival of Cinema and Literature of Trofa.

His communicative character and entrepreneurship are characteristics that mark his personality and allow to establish international contacts of high relevance to his functions in the in APTUR and its events.

Hugo wurde in Mirandese geboren, ging früh zum Touristik-Studium nach Porto und startete seine berufliche Karriere als Event-Planer und entwickelte bereits Formate

in seinem Heimatland. Mit der Führung der Bereiche „Sekretariat und Logistik“ 2008 übernahm er seine erste Funktion beim „ART & TUR“-Festival. 2010 wurde ihm die Vizepräsidentschaft der „APTUR“ anvertraut.

Im Jahr 2014 übernimmt er den Vorstandsvorsitz des „ART & TUR“-Festivals und führt seitdem das General Management in gemeinsamer Partnerschaft mit Francisco Dias.

Er arbeitete als Jurymitglied für diese Festivals: „International Natur Tourismus Film Festival“ (CINEXTUR) 2012 in Spanien, „Tourfilm“-Festival Riga 2014 und 2015 in Lettland, „Zagreb Tourfilm Festival“ 2014 in Kroatien, „Deauville Green Awards“ 2015 in Frankreich. Er hat zudem das „ART & TUR“-Festival auf internationalen Messen vertreten.

Kürzlich übernahm Hugo die Funktion des Exekutivdirektors beim neuesten „APTUR“-Projekt, der CINETROFA, dem „Internationalen Festival für Film und Literatur“ in Trofa.

Sein kommunikativer Charakter und Unternehmertum sind Merkmale, die Hugos Persönlichkeit auszeichnen und es ihm so ermöglichen, internationale Kontakte auf höchster Ebene herzustellen, die für seinen Aufgabenbereich in der „APTUR“ und ihren Veranstaltungen bedeutend sind.



## Ewa Kotus Director of FilmAT Festival [www.filmat-festival.com](http://www.filmat-festival.com)

Selection of the Best Worldwide Tourism Film each year; most importantly is good understanding of this responsible activity carried out consistently over a quarter of a century by the CIFFT architect as well as continuing and developing this enterprise.

I am a journalist who has become specialized in tourism promotion in all its wide-ranging fields ever since 1990. In 2006, I set up a Tourism Film Festival which quickly developed into FilmAT – the Film, Art & Tourism Festival. FilmAT became a CIFFT member right from the beginning, operating in accordance with CIFFT objectives. In 2007 I brought to life the Polish Tourfilm Academy, the purpose of which was to carry out multinational conferences, combining environmental scientists, filmmakers, festival organizers, tourism world representatives, film institutions and others, as well as all who are interested in tourism promotion through film at the highest level. I am very glad that Tourfilm Academy gradually started to cooperate with scientists, because I thought that consistent selection of the best films in the world must be due to great background knowledge of the development of tourism through the use of films and should be introduced to the scientific world. Step by step, I built-up the Academy, preparing scientific publications and summarizing the development of tourism films over the last 27 years. In 2012, together with Alexander V. Kammel I devised the "Tourist Owl" award for those who can help science.

In 2014 I started to work in a new and wide subject in the tourism film world: "Tourism Film for Children and Youth", organizing the very first Jury meeting during the 9th FilmAT Festival. I had talks to cooperate intensively in this



strategic program with the Tourfilm Brazil Festival and its director, Jorge Oro. I recognized its importance for the tourism world's future.

As from 2007, I am Editor-in-Chief of the "Film Art & Tourism" magazine which has international distribution. Through VIP's, its aim is to promote the rich cultural heritage, tourism and traditions of my own country and many other destinations from all over the world. The magazine also presents CIFFT Festivals and their award winners, talented filmmakers from all continents. I am very thankful that over the last four years I have had great cooperation from Wolfgang Jo Huschert – Director of The Golden City Gate Festival, in preparing the "Film Art & Tourism" magazine for ITB Berlin - the largest of the world's tourism fairs - the most important venue where CIFFT can be promoted.



Alljährlich eine Auswahl der besten Tourismusfilme weltweit zu treffen, setzt ein gutes Verständnis für diese verantwortungsvolle Tätigkeit voraus, die ich seit mehr als 25 Jahren als Gründungsmitglied des „CIFFT“ ausführe und somit auch zur Weiterentwicklung der Organisation beitrage.

Ich bin Journalistin und habe mich seit 1990 auf die Förderung des Tourismus in allen Bereichen spezialisiert. Im Jahr 2006 gründete ich ein Tourismus Film Festival, das binnen kurzer Zeit zur Gründung des „FilmAT“ Festival führte, dem „Film, Art & Tourism Festival“. Im selben Jahr wurde das Festival ständiges Mitglied der „CIFFT“-Festivalreihe, gemäß den Richtlinien dieser Organisation. Im Jahr 2007 habe ich die polnische „Tourismus Film Akademie“ ins Leben gerufen, deren Ziel es ist multinationale Konferenzen auszurichten, um Umweltwissenschaftlern, Filmemachern, Festivalveranstaltern, Tourismusvertretern, Filminstitutionen und allen Interessierten, die sich intensiv mit der Tourismusförderung beschäftigen, ein Podium zu bieten, das ihnen die Möglichkeit bietet ihre Beiträge auf höchstem Niveau zu präsentieren.

Ich bin sehr froh, dass die „Tourismus Film Akademie“ eng mit Wissenschaftlern kooperiert, und fester Überzeugung, dass es für die gründliche Auswahl der besten Filme aus aller Welt eines großen Hintergrundwissens bedarf. Die Filme sollten auf einem wissenschaftlichen Hintergrund basieren. Schritt für Schritt habe ich eine Akademie aufgebaut, die nun auf einen 27-jährigen Erfahrungsschatz auf dem Gebiet der

Tourismus-Filme zurückgreifen kann und die über ein umfangreiches Archiv sowie unzählige Publikationen verfügt. Im Jahr 2012 habe ich zusammen mit Alexander von Kammel, dem Gründer der „CIFFT“-Festivals, die Auszeichnung „Tourist Owl“ ins Leben gerufen, die Wissenschaftlern und ihrer Arbeit gewidmet ist.

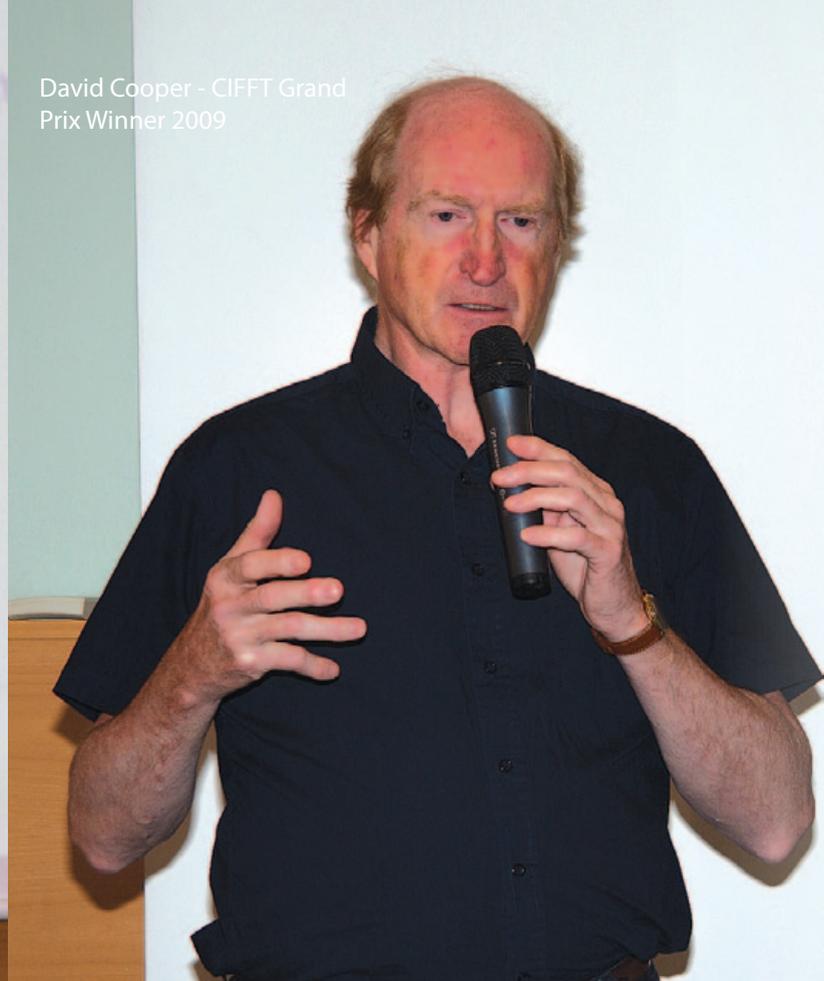
2014 begann ich an einem neuem großen Thema für die Tourismus-Filmwelt zu arbeiten, dem „Tourism Film for Children and Youth“, organisiert und erstmals ausgerichtet beim 9. „FilmAT“-Festival. Über die strategische Ausrichtung hatte ich zuvor intensive Gespräche mit dem Direktor des „Tourfilm Festival Brazil“ Jorge Oro geführt, aus denen im Ergebnis eine enge Zusammenarbeit entstanden ist. Ich erkannte die weltweite Bedeutung dieser Thematik für die Zukunft des Tourismus.

Seit 2007 bin ich Herausgeberin des „Film Art & Tourismus“-Magazins, das international vertrieben wird. Sein Ziel ist es, mit Textbeiträgen vieler bekannter Persönlichkeiten, das reiche kulturelle Erbe, den Tourismus und die Traditionen meines Landes und vieler anderer Reiseziele in der ganzen Welt zu fördern. Das Magazin präsentiert die „CIFFT“-Festivals und ihre Preisträger – die talentierten Filmemacher aus allen Kontinenten. Besonders dankbar für die Unterstützung und Umsetzung meines Magazins bin ich Wolfgang Jo Huschert, dem Direktor des „Goldenen Stadttor“-Festivals. Mit ihm entstand die „Film Art & Tourism“-Sonderausgabe für die ITB Berlin, der weltweit größten Tourismusmesse, dem idealen Ort um für das „CIFFT“ zu werben.





Alexander V. Kammel -  
President of International  
Tourfilm Academy



David Cooper - CIFFT Grand  
Prix Winner 2009

# International Tourfilm Academy Cultural Education



photos: Film archive of David Cooper



Over the last 26 years and at the end of each year, the International Committee of Tourism Film Festivals - CIFFT - has consistently shown the world the Best Tourism Films. With substantial international work it is also a source of knowledge for scientists and scholars, adding considerable information to the field of tourism film evaluation. Alexander V. Kammel - CIFFT founder and director - an eminent expert in the tourism film field, is president of the International Tourfilm Academy. For many years he has participated in conferences and meetings with scientists and scholars involved in the tourism film sphere. Three years ago he founded the "Tourist Owl", an award for the best paper that can help scientific Institutions.

Let's look over the last two years of his activity. In Baku Alexander V. Kammel and David C. Cooper - producer and CIFFT Grand Prix winner 2009 - held a master-class with students at the Institute for Tourism, presenting the mechanism for making successful tourism films, in theory and in practice, and explained what makes a tourism film effective and why it's so important for tourism promotion. Examples were shown of the best tourism films produced over the last quarter of the century and the master-class awoke great interest among the students.

The same year, the International Tourfilm Academy held a scientist's and scholars Conference-Seminar "25 years of World's Best Tourism Films" promoted by CIFFT, at Łódź University in Poland, conducted by Professor Dr. Hab. Tomasz Kłys from the Institute of Contemporary Culture. Professors from the Faculty of Geographical Sciences, and the Institute for Contemporary Culture also attended.

It was a presentation of some of the best worldwide tourism films. A broad debate was held among the honorary guests at the seminar, filmmakers, winners of CIFFT Grand Prix and scientists, the hosts at this meeting. The CIFFT Grand Prix winners were represented by David C. Cooper from Spain and Małgorzata Kamińska (CIFFT Grand Prix winner 2008) from Poland. The meeting was another successful step towards future cooperation with the scientific world and the event was very successful. This year the FilmAT Festival in Poland will give a copy of all its participating films to the Institute of Contemporary Culture in Łódź, for teachers to work with students. David C. Cooper will be asked to be a consultant on the Tourism Film subject so we are thinking of continued cooperation.

During the "Great Anniversary - 25 years of Freedom" conference at the FilmAT Festival last year in Poland, a new award was created for the Best Tourism Films for Children and Youngsters, giving rise to a new and important subject: education in the field of film. We may think that education in the film sphere is only a subject for children and youngsters; no - it's a subject for adults too - but first for the younger generation, because they are the future.

What is the theme of this year's conference? We have named it "Cultural Education". The International Tourfilm Academy presents one of the participants: David C. Cooper, Readmore's founder and Executive Producer.



# AN INTERNATIONAL GROUP ACCLAIMED WORLDWIDE

Exceptionally creative and experienced multinational Group specialized in all-powerful Cultural and Tourism Communication, with partners in different countries led by a team distinguished with over 100 international awards including the GRAND PRIX CIFFT for Best Tourism Film Worldwide. See: <http://vimeo.com/50588333>

Readmore's films are immediately recognized by the emotion they convey. Emotion sometimes producing joy, other times touching, always surprising, making you feel there is an experience to live out in the destination shown.

Also surprising is the universality of readmore's Team language although when you meet them they make you feel very much at home. David Cooper, Executive Producer, is an "industrious" Londoner who in his few free moments travels the world lecturing on tourism and audiovisual communication in tourism film festivals and universities. Hervé Tirmarche, Film Director, is an "extraordinaire" Frenchman from La Rochelle who cooks his films as if he were in Le CordonBleu: applying his five senses, textually. Antonio Atilano, Screenwriter, is a "formidable" Madridian who is able to feel the soul of places, the "Genius loci" and turn it into a concept from which all unfolds. Jalil Armijo, Technical and Post-production Director, is a charming North American of Mexican descent able to find the necessary technical means to put together what is needed. Or cook it, as Hervé says, adapting the means to the budget which is undoubtedly the most difficult part. Creative blending, fusion of talent, artistic efficiency; landscapes and cities are recognized in readmore's tourism films, as good portraits reflect not only appearances but feelings and fears. And viewers always feel a link attracting you to that destination. Because readmore's films are films for travelers; nobody can appreciate the films this team makes better than people who love traveling. Maybe that's the secret by which every production that leaves readmore's house accumulates awards internationally. But above all, it must also be the reason why readmore's

films continue to be seen ten years after, with the same emotion felt the first day; when you still didn't know the destination the film would show.

## readmore: Your best choice for Tourism Film Production LATEST PRODUCTION: SPANISH UNESCO WORLD HERITAGE CITIES: WORLDWIDE PROMOTION WITH NEW FILM

The Spanish UNESCO World Heritage Cities Group has awarded readmore the contract for making a new promotional film which will be presented to the media in Madrid, in June 2015.

Filming has already started and the cities involved are: Alcalá de Henares, Ávila, Baeza, Cáceres, Córdoba, Cuenca, Ibiza, Mérida, Salamanca, Santiago de Compostela, San Cristóbal de la Laguna (Tenerife), Segovia, Tarragona, Toledo and Úbeda. Production has begun in Toledo with filming in the Cathedral, the Greco Museum, cultural events related with the Greco 2014 Year, the Santa María la Blanca Synagogue and other sites. In Cuenca, the fabulous autumn colours were caught on film around the city.

The film will be presented at the main international Tourism & Cultural Film Festivals and channeled on Internet and TV stations worldwide.

Spanish UNESCO World Heritage Cities Group: <http://www.ciudadespatrimonio.org>  
readmore award winning films: <https://vimeo.com/readmoreglobal>

Please contact: David C Cooper, Executive Producer  
dcooper@readmoreglobal.com +34 646 454 786

## readmore:

# EIN WELTWEIT GEFEIERTES UND INTERNATIONALES UNTERNEHMEN



„readmore“ ist ein außergewöhnliches kreative, erfahrene und multinationale Unternehmen, das sich auf die Kultur- und Tourismuskommunikation spezialisiert hat und das mit seinen Partnern aus verschiedenen Ländern, für ihre Produktionen, bereits mehr als 100 internationale Auszeichnungen erhalten hat. Darunter den Grand Prix des „CIFFT“, für den weltweit besten Tourismusfilm, der unter: [www.vimeo.com/50588333](http://www.vimeo.com/50588333) abrufbar ist.

Die Filme von „readmore“ zeichnen sich insbesondere durch ihre emotionale Stärke aus. Emotionen erzeugen manchmal Freude, sie berühren und erzeugen das Gefühl Erfahrungen zu sammeln, die letztlich lohnenswert sind. Überraschend an „readmore“ ist auch die universelle filmische Sprache, in der man sich gut aufgehoben fühlt. David C. Cooper, Leitender Produzent, ist ein fleißiger Londoner, der seine wenige Freizeit darauf verwendet die Welt zu bereisen, um auf Festivals und Universitäten, Vorträge über den Tourismus und die audiovisuelle Kommunikation zu halten.

Hervé Tirmarche ist Filmregisseur und ein ganz außergewöhnlicher Franzose aus La Rochelle, der seine Filme so behandelt, als würde er in der Küche ein „Le Cordon bleu“ zubereiten. Er bedient mit seiner Filmsprache die 5 Sinne. Antonio Atilano ist Drehbuchautor, ein großartiger Madrilene und in der Lage, die Seele der Orte aufzuspüren, den „Genius loci“ zu fühlen und Konzepte zu entwickeln, von denen alle begeistert sind. Jalil Armijo, Direktor für Technik und Post-Production ist ein charmanter Nordamerikaner mexikanischer Abstammung, der die notwendige technische Arbeit leistet. Oder, um es mit Hervé's Worten zu sagen: „Kochen, mit denen im Haushalt befindlichen Zutaten, ist zweifellos die schwierigste Herausforderung.“

Die kreative Mischung, die Fusion aus Talent und künstlerischer Effizienz, die Landschaften und Städte aufleben lassen, finden sich in den Tourismusfilmen von readmore wieder. Die Beiträge zeigen nicht nur die äußere Fassade, sondern vermitteln zudem auch Emotionen. Der Zuschauer hat stets das Gefühl vom potenziellen Reiseziel angezogen zu werden. Denn die „readmore“-Filme sind Filme für Reisende. Niemand kann die Filme dieses Teams mehr würdigen, als diejenigen Menschen die

das Reisen lieben. Vielleicht ist es das Geheimnis, warum jede Produktion, die das „readmore“-Haus verlässt, internationale Auszeichnungen erhält. Vor allem lösen die Filme von „readmore“, 10 Jahre nach ihrer Erstveröffentlichung beim Betrachter immer noch die gleichen Emotionen aus, wie am ersten Tag. Allen, die den Film immer noch nicht kennen, sei es empfohlen sich ihn anzuschauen.

„readmore“: Die beste Wahl für Tourismusfilm-Produktionen!

Die neueste Produktion: Die spanischen UNESCO-Weltkulturerbestätten mit weltweiter Forderung.

Die spanische Abteilung der UNESCO-Weltkulturerbestätten hat dem Unternehmen „readmore“ den Auftrag für die Herstellung eines neuen Werbefilm erteilt, der im Juni 2015 erstmals den Medien in Madrid vorgestellt wird.

Die Dreharbeiten haben bereits begonnen und folgende Städte sind daran beteiligt: Alcalá de Henares, Ávila, Baeza, Cáceres, Córdoba, Cuenca, Ibiza, Mérida, Salamanca, Santiago de Compostela, San Cristóbal de la Laguna (Teneriffa), Segovia, Tarragona, Toledo und Úbeda.

Die Produktion begannen mit Dreharbeiten in der Kathedrale von Toledo, fortgesetzt im „Greco-Museum“ (das zahlreiche, dem „Greco“-Jahr 2014 gewidmete Veranstaltungen ausgeführt hat) und endete in der „Santa María la Blanca“-Synagoge und anderen Orten. In Cuenca wurden zudem die herrlichen Herbstfarben der Stadt für den Film eingefangen. Der Film wird auf den wichtigsten internationalen Tourismus- & Kulturfilmfestivals präsentiert und wird weltweit auf Internet- und TV-Stationen ausgestrahlt.

Mehr Informationen zu den spanischen UNESCO-Weltkulturerbestätten finden Sie unter: [www.ciudadespatrimonio.org](http://www.ciudadespatrimonio.org)

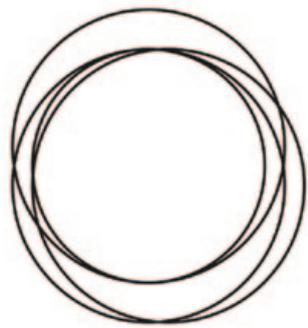
Preisgekrönte Filme von „readmore“ unter: [www.vimeo.com/readmoreglobal](http://www.vimeo.com/readmoreglobal)

Kontakt: David C. Cooper, Leitender Produzent

E-Mail: [dcooper@readmoreglobal.com](mailto:dcooper@readmoreglobal.com)

Telefon: 00 34 646 454 786





**cosmofonia  
ensemble**

*The great success  
of cosmofonia*



Born in Warsaw in 1988, Mateusz Paweł Kamiński began to play the cello at the age of seven. After studying with Mirel Iancovici in Maastricht and graduating with distinctions from the Chopin University of Music in Warsaw under Stanislaw Firlej, he continued his studies with Ivan Monighetti and Sol Gabetta at the Music Academy in Basel. Recently he joined the Roel Dieltiens soloist class at the Zurich University of the Arts.

His career as a soloist and chamber musician includes repertoire from the early baroque period played on a baroque instrument to modern music by Penderecki, Lutosławski and Trümpy, whose "Aufschwung" for Cello Solo was written for him. He has performed in such festivals as Kuhmo, Prades, the Holland Music Sessions, Culturescapes Festival, Viva Cello and the Verbier Festival.

Thanks to a generous grant by Pirolo Stiftung, Mateusz plays on a violoncello made in 1912 by Jules Merciolle in Paris.

# Cosmofonias grosser erfolg

Mateusz Paweł Kamiński wurde 1988 in Warschau geboren und begann im Alter von sieben Jahren Violoncello zu spielen. Nach dem Studium bei Mirel Iancovici in Maastricht und dem mit Auszeichnung abgeschlossenen Studium an der Chopin Universität für Musik bei Stanislaw Firlej, setzte er seine Studien mit Ivan Monighetti und Sol Gabetta an der Musik Akademie Basel fort. Kürzlich trat er in die Solisten Klasse von Roel Dieltiens an der Zürcher Hochschule der Künste ein. Seine Karriere als Solist

und Kammermusiker beinhaltet ein Repertoire vom frühen Barock bis zur modernen Musik von Penderecki, Lutosławski und Trümpy, dessen Komposition "Aufschwung" für Cello Solo für ihn komponiert wurde. Er war an Festivals, wie Kuhmo, Prades, die Holland Musik Sessions, Culturescapes Festival, Viva Cello und den Verbier Festival eingeladen. Dank grosszügigen Spenden der Pirolo Stiftung spielt Mateusz auf einem Jules Merciolle Violoncello aus dem Jahre 1912 aus Paris.



**Interview with Mateusz Kamiński - cellist and founding member of the newly established Cosmofonia Ensemble - a particularly exceptional chamber music ensemble.**

**Ewa Kotus:** Your concerts in Zurich and Basel in December last year were received enthusiastically. What is the secret of that rapid, and we must admit, huge success of your ensemble?

**Mateusz Kamiński:** It is due to the people and the choice of repertoire. Cosmofonia is a group of young, talented, passionate musicians who simply want to play together. I think the desire to explore and create music is a guarantee of the quality and vitality of our performances.

**E.K.:** Who is taking part in the ensemble?

**M.K.:** Eight musicians from five different countries: Poland, Spain, Portugal, France and Hungary, a cosmopolitan mix, so distinctive within the musical scene in Switzerland, where our various life paths met and we had the opportunity to get to know each other. Our instruments are the piano, the clarinet, two violins, two violas and two cellos.

**E.K.:** And - let me ask you - how do you select the repertoire?

**M.K.:** In this case we came up with a certain idea. At first the Chamber Music Masterpieces, like the string sextet "Souvenir de Florence" by Tchaikovsky that we recently played. With a choice of eight wonderful instrumentalists we can impress the public with Masterpieces in many different formations, starting with duos, then trios, string or piano quartets to sextets and even octets. Secondly we would like to explore and bring back to life unknown music. In our first project it was the Quartet for Piano, Clarinet, Viola and Cello from 1912, an early Opus by Heinrich Kaminski, a totally forgotten German composer of Polish origin. Finally we would like to cooperate with modern composers and encourage them to create new masterpieces. The idea is to invite a new composer every season, as a composer in residence. That annual cooperation would lead us - in a combined effort - to world premieres of ordered pieces. In the future those for us written pieces would be part of our permanent repertoire.

**E.K.:** Quite clearly defined plans for a recently formed ensemble...

**M.K.:** I think it is very important to know right from the beginning which direction you want to follow.

**E.K.:** "Aufschwung" is the title of your first project. With a title like this it must have been a success!

**M.K.:** The German word "Aufschwung" (upturn, boom), which contains huge en



**Ein Interview mit Mateusz Kaminski, Cellist und Initiator des neu gegründeten Ensembles Cosmofonia, einer ausserordentlichen Kammermusikgruppe.**

**Ewa Kotus:** Eure Konzerte in Zürich und Basel wurden enthusiastisch aufgenommen. Worin steckt das Geheimnis für einen so schnellen und großen Erfolg?

**Mateusz Kamiński:** An den Menschen und der Repertoirewahl. Cosmofonia ist eine Gruppe von jungen, besonders begabten und leidenschaftlichen Musikern, welche schlicht und ergreifend miteinander musizieren möchten. Ich denke, dass dieser Wille gemeinsam etwas zu entdecken und zu kreieren, für die Qualität und Lebendigkeit unserer Aufführungen verantwortlich ist.

**E.K.:** Wie ist das Ensemble beschaffen?

**M.K.:** Acht Musiker aus fünf Ländern: Polen, Spanien, Portugal, Frankreich und Ungarn. Ein kosmopolitischer Cocktail, sehr charakteristisch für die schweizerische Musikwelt. Denn gerade in der Schweiz haben sich unsere Wege gekreuzt und sind unsere Bekanntschaften entstanden. Unsere Instrumente: Klavier, Klarinette und jeweils zwei Violinen, Violas und Violoncelli.

**E.K.:** Und wie wählt Ihr Euer Repertoire?

**M.K.:** Dabei haben wir unser eigenes System erfunden. Zum einen sind es Meisterwerke der Kammermusik, wie das von uns zuletzt gespielte Sextett "Sou-

venir de Florence" von Tschaikowsky. Mit acht tollen Instrumentalisten steht uns vieles offen: Duos, Trios, Streich – oder Klavierquartette, Sextette oder sogar Oktette. Zum anderen wollen wir unbekannte, jedoch wertvolle Musikwerke zum Leben erwecken. In unserem ersten Programm stand ein Werk eines vollständig in Vergessenheit geratenen deutschen Komponisten polnischer Herkunft: Heinrich Kaminski; sein Quartett für Klavier, Klarinette, Viola und Violoncello, ein Frühwerk aus dem Jahre 1912. Dazu möchten wir mit zeitgenössischen Komponisten zusammenarbeiten und sie zum Anfertigen neuer Kompositionen motivieren. Ideal wäre, wenn wir für jede Saison einen anderen Komponisten als einen composer in residence einladen könnten. Während einer solchen Zusammenarbeit würden wir zu einer Uraufführung eines von uns bestellten Werkes kommen. In der Zukunft wären diese Werke ein Bestandteil unseres Repertoires.

**E.K.:** Ziemlich präzise und anspruchsvolle Pläne für ein Ensemble, welches gerade erst entstanden ist...

**M.K.:** Ich denke, dass es sehr wichtig ist, von Anfang an zu wissen, welche Richtung man einschlagen möchte.

**E.K.:** "Aufschwung", Euer erstes Projekt, war mit so einem Titel geradezu für einen Erfolg bestimmt.

**M.K.:** Das deutsche Wort "Aufschwung" und das energetische Potenzial, welches es beinhaltet, wurde Titel und Leitmotiv unseres ersten Projektes. Es wurde aus

ergetic potential, became the title and, at the same time, the main theme of our first project. The origin of this title comes from a piece for cello solo with the same title written by the well known Swiss composer – Balz Trümpy. This piece was performed in our first concerts. Balz Trümpy, a Professor of Composition at Basel Music Academy and for a certain time the Director of this prestigious University, from the beginning enthusiastically supported the idea of our ensemble and agreed to become our first composer in residence.

By the way I would like to mention that the piece "Aufschwung" was written by Balz Trümpy especially for me. I'm really proud to mention this.

"Aufschwung" is however first of all the beginning of Cosmofonia, an ascent into the musical cosmos.

**E.K.:** Before our meeting I did some research into the music scene to find out which other ensembles perform classical music. Your name sounds extraordinarily original and appealing. Where did "Cosmofonia" come from?

**M.K. (laughs):** It was a long but very interesting process. The idea of starting an ensemble emerged at the end of 2013. But if a formation should exist – there must be a name for it, one that tells something about us, describing us in a way. But we had to wait for a couple of months. There were loads of different ideas. I came up with this strategy: I wrote down all proposals on white A4-format

cardboard and, to make a selection, every time I met someone, I showed them around 30 ideas. After a while my friends didn't want to go out for coffee with me any more because they knew that they would have to go through "the test" again.

The "Cosmofonia" name itself is my own idea. It came to my mind very late, but everyone liked it immediately. It was finally, what we were looking for!

**E.K.:** If you had to say in two words – what Cosmofonia Ensemble means to you?

**M.K.:** It's a place where musical dreams come true.

**E.K.:** Any plans for the future?

**M.K.:** At present we are working on new projects and organising concerts in Switzerland, France, Germany, Spain and Poland.

**E.K.:** What can we wish you?

**M.K.:** That our future projects attract new audiences and that we will be able to offer not only good entertainment but also deeper reflection, so truly needed nowadays.



dem Titel einer Komposition, welche ich im Rahmen des Projektes aufführte, hergeleitet: ein Werk für Cello-Solo des bekannten Schweizer Komponisten Balz Trümpy. Balz Trümpy war Professor für Komposition und ehemaliger Direktor der renommierten Hochschule für Musik in Basel. Er reagierte von Anfang an enthusiastisch auf unsere Idee ein solches Ensemble zu gründen und gab uns die Ehre unser erster composer in residence zu werden.

Nebenbei möchte ich hinzufügen, dass die genannte Komposition speziell für mich als Cellisten geschrieben worden ist, was mich natürlich besonders stolz macht.

„Aufschwung“ war jedoch insbesondere Cosmofonias Durchbruch, ihr Aufschwung in den Kosmos der Musik.

**E.K.:** Vor unserem Treffen habe ich etwas den Musikmarkt erforscht und bin auf verschiedene Namen gestossen. „Comofonia“ klingt besonders originell und weckt automatisch ein Interesse. Wie seid ihr zu diesem Namen gekommen?

**M.K. (lacht):** Es war ein langer, aber sehr interessanter Prozess. Die Idee ein Ensemble zu gründen kam gegen Ende 2013. Doch ein Ensemble braucht einen Namen. Einen, welcher über uns etwas aussagt und uns auf gewisse Art und Weise bestimmt. Dies liess jedoch einige Monate auf sich warten. Es gab mannigfaltigste Ideen. Ich habe mir aus diesem Grund eine Strategie ausgedacht: ich habe all diese Einfälle auf A4 Kartons niedergeschrieben und jedesmal, wenn mir ein Bekannter über den Weg lief, habe ich ihm etwa 30 dieser Kartons gezeigt. So

ging die Selektion vorstatten. Nach einiger Zeit wollten meine Bekannte mich nicht mehr zum Kaffetrinken treffen, denn sie wussten, was sie dabei erwartete! Der Name „Cosmofonia“ ist meine Idee gewesen. Sie kam sehr spät, doch fand allgemein Zustimmung. Das war endlich das, wonach wir gesucht haben!

**E.K.:** Wenn Du in zwei Worten sagen solltest: Cosmofonia ist....

**M.K.:** Ein Ort der Erfüllung musikalischer Träume.

**E.K.:** Eure Pläne für die nächste Zukunft?

**M.K.:** Aktuell arbeiten wir an neuen Projekten und organisieren weitere Konzerte in der Schweiz, Frankreich, Deutschland, Spanien und in Polen.

**E.K.:** Was darf ich Euch wünschen?

**M.K.:** Dass unsere Projekte ein neues Publikum anziehen. Und, dass wir unserem Publikum nicht nur Amusement, sondern auch Möglichkeiten einer tieferen Reflexion bieten, was in unserem heutigen Zeiten so wertvoll wäre.

Cosmofonia Ensemble: Beatriz Blanco, Agnès Mauri, Léa Hennino, Joel Bardolet, Afonso Fesch, Pablo Barragán, Benedek Horváth, Mateusz Paweł Kamiński, composer in residence Balz Trümpy.



# The Museum of Mazovian Countryside in Sierpc answers questions of modern-day town-dwellers!



How did traditional Easter preparations look like? What is the ritual meaning of the Easter palm? Which way were Easter eggs decorated? What is the difference between pisanka and kraszanka? Why a Holy Sepulchre was protected by guards? Why and how śmigus-dyngus (Wet Monday) was celebrated?

How much work corn cultivation and processing requires for sowing and then turning into flour? What tools were used to do this with? How does a windmill look like inside? Was yeast used to bake bread? Which herbs were used as remedies to treat different diseases? What was used in cuisine to enrich the taste of food? Which magic ritual procedures accompanied herbal treatments? Horse shoes were not the only things made at forges. Black-smiths could make almost everything there: from nails to complicated mechanisms. How does a forge look inside? What did the black-smith use as tools? How were horseshoes forged? How to make butter

using traditional methods? What it is honey harvesting and what does it look like?

Anyone can find these answers in The Museum of Mazovian Countryside in Sierpc. A visit there is a true journey to the past with surprising discoveries, but above all it's an inspiring meeting with history and the rites of the Mazovian countryside in the 19th and 20th centuries. The Museum not only collects and protects memories from the past; a wide offer of educational programmes and open air events are its flagships. It's not only a place for knowledge but also for entertainment for all the family.

The Institution is visited by 60.000 visitors per year. Those who didn't yet see the Museum can do so by visiting its website: [www.mwskansen.pl](http://www.mwskansen.pl), where you can participate in a virtual tour or watch uploaded films. This way one can engage in honey harvesting or watch traditional Mazovian Palm Sunday from the comfort of home.

# SIERPC

# Das Museum des Landkreises Masowien in Sierpc beantwortet die Fragen eines modernen Stadtbewohners!

text: Wojciech Jaworek  
photo: The Museum of Mazovian Countryside in Sierpc

Wie sahen die traditionellen Ostervorbereitungen aus? Worin bestand die rituelle Bedeutung der Osterpalme? Wie wurden Ostereier dekoriert? Worin bestand der Unterschied zwischen „Pisanka“ und „Kraszanka“? Warum wurde die Grabeskirche bewacht? Warum wurde der „nasse“ Montag (śmigus-dyngus) gefeiert?

Wie viel Arbeit erforderte der Anbau und die Verarbeitung von Hühneraugen, um Samen für ein Mehl zu gewinnen? Welche Werkzeuge wurden dafür verwendet? Wie sah eine Windmühle im Innern aus? Warum wurde Hefe verwendet, um ein Brot zu backen? Welche Kräuter wurden zur Behandlung verschiedener Krankheiten verwendet, welche in der Küche, um den Geschmack von Lebensmitteln zu bereichern? Welche magischen Rituale begleiteten die Kräuterbehandlungen? In der Schmiede wurden nicht nur Hufeisen hergestellt, sondern vieles vom Nagel bis hin zu komplizierten Mechanismen. In einer Schmiererei konnte man fast alles produzieren. Wie sah eine Schmiede aus? Welche Werkzeuge verwendete der Schmied? Wie stellte er ein Hufeisen her? Wie stellte man Butter in der traditionellen Art und Weise her? Was es ist ein Honigernte und wie sieht sie aus?

Antworten auf diese Fragen findet man im Museum des „Landkreises Masowien“

in Sierpc. Ein Besuch dort verspricht eine Reise in die Vergangenheit, Begegnung mit der Geschichte, aber vor allen verspricht es eine Aufklärung über die Riten Masowiens im 19. und 20. Jahrhundert. Das Museum beherbergt nicht nur Erinnerungen an die Vergangenheit. Ein breitgefächertes Angebot aus Bildungsprogrammen und Open-Air-Veranstaltungen sind Flaggschiffe dieser Institution. Sie ist nicht nur ein Ort des Wissens, sondern bietet auch einen großen Unterhaltungswert für die ganze Familie.

Das Museum wird jährlich von 60.000 Gästen besucht. Interessierte, die bisher nicht die Möglichkeit hatten das Museum zu besuchen, können dies virtuell auf der Internetseite: [www.mwskansen.pl](http://www.mwskansen.pl) nachholen. So braucht z.B. für die Erklärung des traditionellen masowschen Palmsonntags nicht das Haus zu verlassen.





## Promotion of countries and regions how to communicate in an efficient way.

**CASE STUDY:** Pomerania's promotion in Sweden.

Poland is grey. There is not much to see there, no restaurants, no shops, no places to spend time at and most of all – there are no comfortable hotels! The average Swedish tourist will not even consider coming to Poland – he is so convinced of the above being true.

And yet here we are - in the Pomerania Region with fantastic beaches, picturesque cities and one of Europe's highest hotel standards. And just across the Baltic Sea, in Sweden, there is an attractive market of keen travellers with relatively good spending power.

Together with our client, Stena Line, interested in travellers going from Sweden to Poland, we asked ourselves why 25 years after communism and with countless Polish tourist campaigns, Swedes know nothing about what Poland has to offer.

Here is what we found out and how we decided to show Pomerania to Swedes and motivate them to travel there.

**We started with analyzing the following:**

- Who is our traveller and what kind of communication he absorbs the best.
- What are Swedes interested in?
- What are Swedes not interested in?
- What is Swedes perception of Poland?
- How can we turn Swedes perception and scepticism into our advantage?
- What technique to use to communicate our message?

We need to remember one fundamental rule while creating communication for regions or countries – a must

have factor is to address the traveller's interests instead of showing what we are proud of. As obvious as it sounds, it is still often omitted in promotional campaigns.

### ANALYSIS

When we analysed communication requirements in Poland and Sweden we realized that they are fundamentally different. Swedes are very pragmatic - Poles are more spiritual. What Swedes need and trust is information preferably delivered in an attractive way. Moreover - the vast majority of Swedish travellers only want to spend a relaxing time with friends or family in a nice environment. The historical and spiritual dimensions are only icing on the cake.

Having defined who our customers are and their needs related to travel, **we selected aspects of Pomerania to concentrate on:**

- Colors and joy of living
- Affordable luxury
- Comfortable hotels and SPAs
- Children welcome
- Modern, design restaurants with delicious food
- Beautiful beaches and landscapes
- New, big shopping malls
- Good infrastructure

Having analysed our customers' needs, we concentrated on the **feelings we want to provoke** with the film.

"There are so many things to do there!"

"It's so modern!"

"I want to be there" feeling

As we all know, we are less and less patient when watching commercials. We only watch those we are truly interested

in and that speak to us on an emotional level / show how to satisfy our needs. Knowing that, the selection of the content as well as the technique, must be done in the right way. In this case we've decided to use time lapse, hyper lapse and slow motion techniques. By observing the market's evolution towards time lapse videos, we have chosen to use this trend to Pomerania's advantage. We have also chosen to use hybrid lapse technique to boost the energy level of the video.

If you are interested in the result, I invite you to visit: [www.p49production.com](http://www.p49production.com).

The film's title has been placed at the very end, deciding to call the Pomerania Region (located on the Baltic seaside) Poland's Riviera. Nobody really calls it this way but... If you start to talk about Tricity, Pomerania or Pomorskie, you have already lost the receiver's interest, simply because they don't know what you're talking about. "Poland's Riviera" - gives you the location and connects it with a positive word that describes the atmosphere.

We often want to show what we are proud of, what we appreciate.

We started our work by analyzing Swedish customers' needs and fears about going to Poland. As we said before, taking customers' perspective is one of the crucial factors that impact directly on decision making.

If there is one thing to remember here is that you can never address your message to all of the tourists. Every nationality is different and has different needs. To be efficient with communication, the message needs to address specific needs of potential travelers.

Agnieszka Pająk

**Die Förderung von Ländern und Regionen – wie man auf effiziente Weise kommunizieren kann.**

**FALLSTUDIE:** Pommerns Förderung in Schweden.

Polen ist grau. Es gibt nicht viel zu sehen, keine Restaurants, keine Geschäfte, keine Orte die zum Verweilen einladen und vor allem – es gibt keine komfortablen Hotels! Für den durchschnittlichen schwedischen Touristen kommt es nicht in Betracht Polen zu besuchen, da er von diesen Vorurteilen und deren Wahrheitsgehalt überzeugt ist.

Und doch befinden wir uns hier – in Pommern, einer Region mit traumhaften Stränden, malerischen Städten und einer Gegend, die höchste europäische Hotelstandards gewährleistet. Über die Ostsee leicht zu erreichen, ist diese Region ein attraktiver Markt für zahlungskräftige schwedische Touristen. Zusammen mit unseren Kunden, dem Fährunternehmen „Stena Line“ sind wir sehr daran interessiert, den polnischen Markt für schwedische Touristen zu öffnen. Wir haben uns gefragt, warum es 25 Jahre nach der kommunistischen Ära und zahllosen Tourismuskampagnen nicht gelungen ist, schwedische Touristen von der Attraktivität Polens zu überzeugen. Folgend haben wir zusammengefasst, mit welchen Argumenten die Region Pommern schwedische Touristen zu einer Reise dorthin motivieren könnte.

**Ausgangspunkt war folgende Analyse:**

- Wer ist unserer potenzieller Kunde und welche Form der Kommunikation bevorzugt er?
- Woran sind Schweden interessiert?
- Woran sind Schweden nicht interessiert?
- Welche Wahrnehmung haben Schweden von Polen?
- Wie können wir die Wahrnehmung und die Skepsis der Schweden zu unserem Vorteil nutzen?
- Welche Möglichkeiten haben wir, um unsere Botschaft zu kommunizieren?

Dabei hatten wir uns bei der Wahl zu einer Kommunikationsstrategie, ausschlaggebend für die Bewerbung von Re-

gionen und Ländern, einer Grundregel zu erinnern – bei den Reisenden Interesse zu wecken, statt zu zeigen worauf wir stolz sind. So selbstverständlich es klingt, wird dieser Aspekt doch oft in Werbekampagnen vergessen.

### ANALYSE

Als wir die verschiedenen Erwartungen unter Polen und Schweden analysiert hatten, kamen wir zu der Erkenntnis das beide grundverschieden sind. Die Schweden sind sehr pragmatisch, die Polen eher spirituell. Die Schweden setzen Vertrauen voraus, vorzugsweise gebündelt in Informationen attraktiver Art und Weise. Insbesondere möchte die überwiegende Mehrheit der schwedischen Touristen, einfach eine erholsame Zeit mit Freunden oder der Familie, in einer schönen Umgebung verbringen. Die historischen und spirituellen Aspekte werden dabei nur als Sahnehäubchen wahrgenommen.

Nach unserer Definition, wählten wir für die Wünsche unserer Kunden spezifische Argumente, die in Einklang mit den Vorzügen Pommerns stehen und konzentrierten uns auf:

- Farben und Lebensfreude
- Luxus zum erschwinglichen Preis
- komfortable Hotels und SPAs
- Kinderfreundlichkeit
- moderne, hochklassige Restaurants mit erlesenen Speisen
- schöne Strände und Landschaften
- neue, große Einkaufszentren
- gute Infrastruktur

Nachdem wir die Bedürfnisse unserer Kunden analysiert hatten, konzentrierten wir uns nunmehr auf die Gefühle, die wir mit unserem Film erzielen möchten:

„Es gibt dort so viele Dinge zu erleben!“

„Es ist so modern!“

„Ich will da sein!“-Gefühl

Wie wir alle wissen, sind immer weniger Menschen an kommerzieller Werbung interessiert. Wir konzentrierten

uns deshalb nur auf das wirklich interessierte Publikum, das sich mit uns auf emotionaler Ebene bewegt. Aus dieser Erkenntnis heraus, hatten wir uns entschlossen einen Beitrag, der sich zwischen inhaltlicher Programmatik und moderner, visueller Technik u.a. Zeitraffer, „Hyper“-Zeitraffer und Zeitlupentechnik bewegt, zu erschaffen. Die aktuelle Beobachtung der Marktentwicklung zeigt, das insbesondere die Zeitraffer-Videos, die wir zur Förderung Pommerns einsetzten, im Trend liegen. Wir hatten auch entschieden, die „Hybrid lapse“-Technik zu verwenden, um das energetische Niveau des Videos zu erhöhen.

Wenn Sie am vollständigen Ergebnis interessiert sind, laden wir Sie recht herzlich ein unsere Seite zu diesem Thema zu besuchen: [www.p49production.com](http://www.p49production.com)

Am Ende stand die Wahl des Filmtitels.

Wir hatten beschlossen, den Beitrag über die an der baltischen Ostsee gelegene pommersche Region, „Polens Riviera“ zu nennen.

Niemand nennt sie wirklich so, aber wenn Sie über die Drei-Städte-Region und Pommern zu sprechen beginnen, haben Sie bereits das Interesse der Empfänger verloren, da niemand, die für uns so selbstverständlichen Bedeutung dieser Begriffe, erkennen kann. Der einprägsame Name „Polens Riviera“ aber verleiht der Region die atmosphärische Beschreibung, die diese verdient.

Denn wir möchten zeigen, dass wir stolz auf das sind, was wir zu schätzen wissen. Unsere Intention war es mit den Bedürfnissen und Ängsten der schwedischen Touristen gegenüber Polen sensibel umzugehen. Einer der entscheidenden Faktoren, unserem Beitrag Beachtung zu schenken.

Es gibt nie eine Formel, die für alle Touristen gilt. Jede Nationalität ist verschieden und hat andere Bedürfnisse. Um eine effiziente Kommunikation mit ihnen zu gewährleisten, muss sie spezifisch auf deren Erwartungen zugeschnitten sein.

Agnieszka Pająk

# Amorgos

## Big Blue



### Amorgos Big Blue

Can you think of a more romantic place to tie the knot than the dreamlike beauty of the island of Amorgos, setting for the famous 'Big Blue' movie?

It would be difficult to ask for a better advert of the island of Amorgos than "The Big Blue", a 1988 film by legendary Luc Besson. The first scenes in this unforgettable picture were shot on the island, which, deservedly so, is often referred to as the pearl of the Cyclades. It was the very place where the main characters of the movie, Jacques and Enzo, met and developed their lifelong friendship. The viewers may still remember boys running down the narrow streets, lined up with white houses in the town of Chora, or Jacques's romantic underwater world, his free diving as well as his love of nature. Of the film, "The Big Blue", the island was also a setting for the scene in which Enzo rescues a diver trapped in a ship wreck. The film features

the real wreck of Olympia, situated in picturesque Kalotaritissa Bay. Besides a wonderful cast, which includes Jean Reno (playing Italian diver, Enzo Maiorca, who is renamed in the film "Enzo Molinari") and Jean Marc Barr (playing the famous homo delphinus, Jacques Mayol), the movie depicts a spectacular underwater world shimmering with all shades of blue. The soundtrack was composed by Eric Serra.

The film charts the competition and friendship of real-life diving champions, their love for the sea, sport, freedom, and their escape into an unusual world, and has been successful in a number of countries. I for one believe that this is one of the most beautiful movies I have ever seen; one can find everything in it: real emotion, honour, friendship, love, dreams, and pristine nature... The Big Blue film is a classic, opening the door for these actors toward international stardom. It also introduced the island of Amorgos to the world featuring its pristine surroundings, fauna, flora, one-of-a-

kind clear blue waters, and an unbelievably unique natural environment created for lovers of the undersea world and sports, comparing it with Paradise on Earth. However, is the island's popularity due to the film, properly nursed and fostered, promoting the island worldwide? The island attracts crowds of tourists from around the globe wishing to experience "The Big Blue" first-hand. In recent years, the place where the movie characters started their great friendship has provided a perfectly romantic setting for couples to take their marriage vows. We can only wish newly-weds their love be as strong as that of the films' characters, toward the extraordinary beauty of the Aegean Sea's Big Blue. We thank the authors for the photographs.

#### HOTEL & SPA AEGIALIS

E-mail: [info@aegialis.com](mailto:info@aegialis.com)  
Website: [amorgos-aegialis.com](http://amorgos-aegialis.com)  
Ph: +30 22 850 73 393

# Tourfilm Web

- Vistula Warsaw „Enjoy the river!” - City of Warsaw



„Warszawski Węzeł Wodno-Rowerowy „Pedaluj i płyń” (bike & sail) - etap I” jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz budżetu państwa w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka.

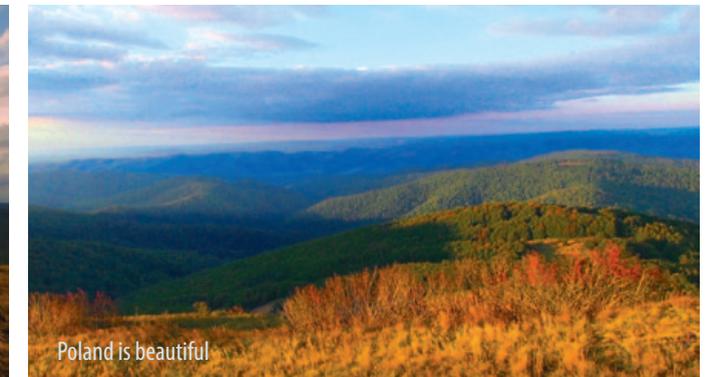
- „City and Commune of Sztum” - City and Commune Office in Sztum Sztum Commune
- Promotional film of The Museum of the Polish Army – Museum of the Polish Army in Warsaw
- „The Town and Commune of Grabów nad Prosną” – Municipality of Grabów nad Prosną
- „Białowieża Primeval Forest - where nothing happens by chance” - Psycho-media
- „Commune of Nowy Targ – space for your passions” – Commune of Nowy Targ
  - „Keys to the Castle” – The Royal Castle in Warsaw - Museum
  - „Człuchów – meet and fall in love” – Commune of Człuchów
- „Opolskie – you’re always invited” – Self-Government of the Opole Voivodeship
  - „Poland is Beautiful” - Bogaczewicz Film Studio
  - „Winter in Sierakowice” - StudioGO! Reklama & Marketing
    - „Gliwice – good city” - City of Gliwice
    - „Yes, in Białystok” – City of Białystok
  - „Invest in Wrocław” - Wrocław Agglomeration Development Agency SA
  - „Palace in Kamieniec Ząbkowicki” – Commune of Kamieniec Ząbkowicki
- „The gateway to East Carpathians” – Local Action Group „Wrota Karpat Wschodnich”
- „The Land of Extinct Volcanoes” – Local Action Group “Partnerstwo Kaczawskie”
- „Podkarpackie - Everything Goes Our Way” – Marshal Office of Podkarpackie Region
  - “Trail of the Eagles’ Nests” - The Jurassic Communities Association
    - Promotional film Bełchatów – City of Bełchatów



Poland is beautiful



Poland is beautiful



Poland is beautiful



Poland is beautiful



Poland is beautiful





"Danny Boy"/Se-ma-for Film Production



"Peter and the Wolf"/Se-ma-for Film Production



"Danny Boy"/Se-ma-for Film Production

## The City with three Oscar winners

This is the third time that the Academy of Motion Pictures Arts and Sciences ([www.oscars.org](http://www.oscars.org)) has awarded an Oscar for a film from the city of Lodz. „Ida“ by Pawel Pawlikowski has won an Oscar for Best Foreign Language Film. Congratulations to the winner!

- Two-times Oscar winner was Se-ma-for Film Studio:
- Oscar in 1983 for „Tango“ by Zbigniew Rybczynski,
  - Oscar in 2007 for the film „Peter and the Wolf“, made in co-production with Break Thru Films.

Is it possible to see a touch of creativity in the most im-

portant stop-motion animation expert in the world? Yes! Se-ma-for Film Studio invites everyone - children and adults, small and large - to the Se-ma-for Animation Museum in Lodz, which reveals some of the secrets of the art of animation. The highest level of professionalism combined with great passion; these feelings will accompany you in this extraordinary cultural scene.

The Se-ma-for Animation Museum has been hailed as the Best Tourism Product 2015, receiving an award from the Polish Tourist Organization.

## Die Stadt der 3 Oscar-Preisträger

Zum dritten Mal hat die „Academy of Motion Pictures Arts and Sciences“ ([www.oscars.org](http://www.oscars.org)) einen Oscar an einen Film aus der Lodz vergeben.

„Ida“ von Pawel Pawlikowski wurde in diesem Jahr mit dem Oscar für den „besten fremdsprachigen Film“ ausgezeichnet. Herzlichen Glückwunsch an den Gewinner!

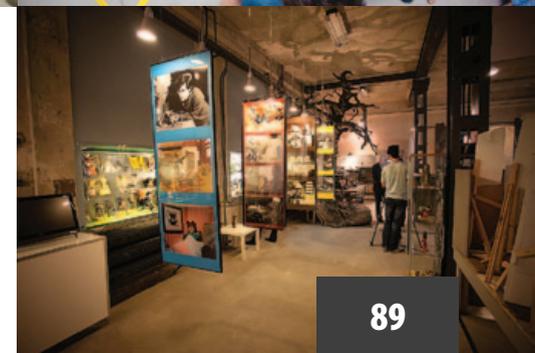
Zuvor wurden zwei Filme der „Se-ma-for Filmstudios“ mit je einem Oscar prämiert: 1983 für „Tango“ von Zbigniew Rybczyński und 2007 für den Film „Peter und der Wolf“, entstanden in Koproduktion mit dem Filmstudio „Break Thru Films“.

Ist es möglich, den Hauch von Kreativität einer der wich-

tigsten Animationsstudios der Welt einzufangen? Ja! Die „Se-ma-for Filmstudios“ laden alle Kinder und Erwachsene, kleine und große, in das „Se-ma-for Animation Museum“ in Lodz ein, das einen Einblick in die Geheimnisse der Animationskunst bietet — Professionalität und Leidenschaft. Die gezeigte Kombination aus beidem machen den Besuch dieser Institution zu einem einzigartigen Erlebnis.

Die Professionalität des Studios kombiniert mit großer Leidenschaft werden Sie beim Besuch dieser einzigartigen Institution fühlen.

Die „Se-ma-for Animation Museum“ wurde als bestes Tourismusprodukt 2015 mit einer Auszeichnung der polnischen Tourismusorganisation geehrt.





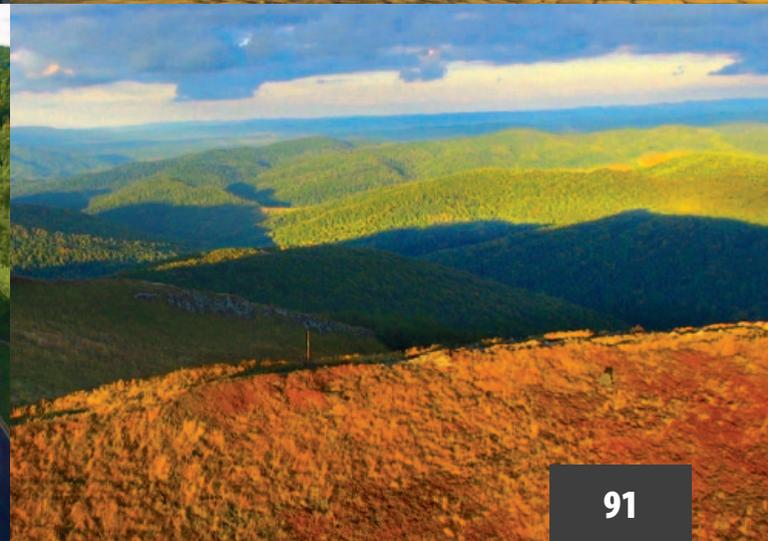
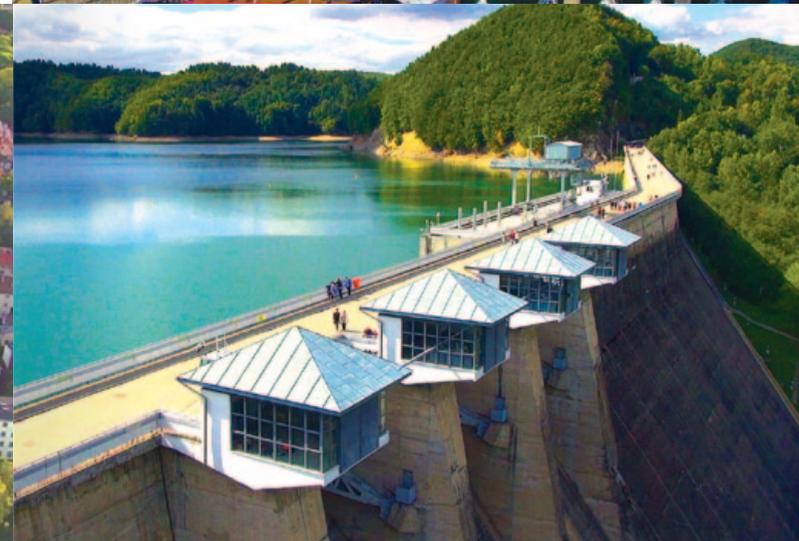
*Poland is*



*beautiful!*

Picturesque landscapes – from wide sandy beaches on the Baltic Sea in the north, to wild areas around the Bieszczady Mountains and Solina Lake in the south. With the use of a drone, all of it can be seen in amazing bird’s eye view in photographs taken by Grzegorz Bogaczewicz. The wild beauty of Polish nature and of historic cities such as Gdańsk

and Rzeszów, as presented in this short non-commercial film, has had over one and a half million views in Internet, in a year. Photographs taken mainly in the Pommerania, Podkarpacie and Małopolskie regions only show a small piece of Poland; Bogaczewicz Film Studio is planning to make a second part in order to present other Polish attractions!





INTERNATIONAL  
**Filmservice**  
THE FILM & VIDEO DISTRIBUTORS

Filmservice International  
is a worldwide agency specialized  
in the distribution of the audiovisual media.  
The aim of the agency is to bring the audiovisual productions  
to the targeted groups (education institutions, TV stations and Internet)  
within 14 countries in Europe and the United States of America.  
Filmservice International is also the organizer  
of different international corporate film festivals such as:

[www.wirtschaftsfilmtage.com](http://www.wirtschaftsfilmtage.com)

[www.cifft.com](http://www.cifft.com)

[www.auto-vision.org](http://www.auto-vision.org)

[www.cannescorporate.com](http://www.cannescorporate.com)