



## **Berlinale 2006: Ein erfolgreiches Public Private Partnership**

Das kommende Festival wird erstmalig von insgesamt fünf Co-Partnern unterstützt. Diese Entwicklung unterstreicht die gestiegene Attraktivität der Berlinale für die Wirtschaft. Neben den Hauptpartnern ZDF, L'ORÉAL PARIS, und Volkswagen tragen die Co-Partner wesentlich dazu bei, den technischen Standard und das Serviceangebot der Berlinale kontinuierlich zu optimieren.

### **Arts Alliance Media, London**

Arts Alliance Media bietet ein europaweites, digitales Distributionsnetzwerk (LOVEFiLM PRO) für die Filmbranche an. Mit erweitertem Engagement setzt Arts Alliance Media die Kooperation mit dem *European Film Market* fort: Arts Alliance Media stellt mit der „AAM Screening on Demand Lounge“ im EFM ein innovatives Serviceangebot für die Teilnehmer des Marktes zur Verfügung.

### **Canon**

Canon wird mit digitalen Kameras und seiner neuesten HD-Technologie verschiedene Festivalbereiche ausstatten, sowie mit großformatigen Fotodrucken der Stars im Berlinale Palast präsent sein. Im erleuchteten Canon Dome am Leipziger Platz wird Canon während des Festivals den Akkreditierten und dem Publikum seine neuesten Produkte präsentieren. Am 12. Februar wird hier der renommierte Kameramann Anthony Dod Mantle (*Manderlay*, 2005) eine Rohfassung seines neuen Dokumentarfilms über die Berliner Philharmoniker *Trip to Asia: The Quest for Harmony* vorstellen.

### **HUGO BOSS**

Neben der Einrichtung eines VIP-Showrooms für die Regisseure und Schauspieler der Wettbewerbsfilme und die Internationale Jury, wird HUGO BOSS auch 2006 wieder Sweatshirts, T-Shirts, und Accessoires für das erweiterte Berlinale-Merchandising-Angebot und Sweatshirts für die 500 Teilnehmer des *Berlinale Talent Campus* produzieren. Als exklusive Gastgeschenke werden gestreifte Kaschmirschals in den diesjährigen Berlinale-Plakatfarben gefertigt.

### **Sony**

Hoch auflösende Aufnahmen (HD) werden in den Bereichen Kino und Home Entertainment in Zukunft Maßstäbe setzen. Während der Berlinale beweist Sony seine Kompetenz in der High-Definition-Technologie durch die Präsentation seiner umfassenden HD-Produktwelt im Sony-Center, das in unmittelbarer Nähe des Berlinale-Palasts liegt. In der HD-Lounge im Sony-Center kann sich der Berlinale-Besucher mit Sonys High Definition-Welt bekannt machen und sich über die neuesten HD ready-LCD-Fernseher, HD-Handycams und VAIO-Notebooks informieren.

**56. Internationale  
Filmfestspiele  
Berlin  
09. – 19.02.2006**

### **Presse**

Potsdamer Straße 5  
10785 Berlin

Tel. +49 30 259 20 707

Fax +49 30 259 20 799

press@berlinale.de

www.berlinale.de

Ein Geschäftsbereich der  
Kulturveranstaltungen des  
Bundes in Berlin (KBB) GmbH

### **Geschäftsführung:**

Dieter Kosslick

(Intendant Internationale  
Filmfestspiele Berlin),

Dr. Thomas Köstlin

(Kaufmännischer Geschäftsführer),

Dr. Bernd Scherer,

Dr. Joachim Sartorius

Vorsitzender des Aufsichtsrats:

Bernd Neumann

Handelsregister: Amtsgericht  
Charlottenburg Nr. 96 HRB 29357  
USt ID DE 136 78 27 46



## *Pressemitteilung*

### **T-Online**

Für den Festivalzeitraum hat T-Online für ihr neues Angebot T-Online Vision ein „Special“ für die Berlinale entwickelt. Informationen zu den Wettbewerbsfilmen und Highlights vom Roten Teppich werden direkt in das heimische Wohnzimmer übertragen. Die Zuschauer der Berlinale vor Ort können den Dienst von T-Online Vision in eigens dafür gestalteten T-Online Vision-„Wohnzimmern“ im International, der Urania sowie in den Potsdamer Platz Arkaden kennen lernen.

Presseabteilung  
27. Januar 2006