

Einführung

Dieses Buch wendet sich an jeden, der in der Film- und Fernsehproduktion arbeiten möchte oder dort bereits arbeitet. Es richtet sich nicht ausschließlich an eine Berufsgruppe, sondern soll ein gründlicheres Wissen und Verständnis über Zusammenhänge vermitteln und so mögliche Karrierewege eröffnen.

Die Herstellung eines Kino- oder Fernsehfilms stellt einen äußerst komplexen Ablauf unterschiedlichster beruflicher Qualifikationen dar.

Ganz bestimmte Voraussetzungen, Kommunikationsstrukturen, Abhängigkeiten, Unwägbarkeiten und Risiken unter optimalen ökonomischen und logistischen Zeitplänen müssen organisiert werden, um zu einer künstlerischen Vision zu gelangen. In der Folge kann wirtschaftlicher Erfolg in Kinobesucherzahlen oder Fernsehquoten gemessen werden.

Immer geht es um die Polarität zwischen Film / Kunst einerseits und Wirtschaftlichkeit andererseits, immer geht es um künstlerische und dramaturgische Inhalte im Gegensatz zu einer Fertigstellung im vorgegebenen wirtschaftlichen und zeitlichem Rahmen – immer geht es somit auch um psychologische Abläufe und Balancen.

Prof. Bastian Clevé

1 Formate

- 1.1 Kinofilm**
- 1.2 TV-Film**
- 1.3 Fernsehserie/-reihe**
- 1.4 Daily Soap/Telenovela**

1.1 Kinofilm

Die Entscheidung, einen Kinofilm herzustellen, hängt in erster Linie von dem Stoff und der Finanzierbarkeit ab. Ist es ein Stoff, der kinotauglich ist und wird das notwendige Geld zu beschaffen sein? Die Erfahrung der vergangenen Jahre zeigt aber auch, dass kleine Low Budget-Produktionen durchaus zu Achtungserfolgen geführt haben. Für Produzenten und alle beteiligten Personen war dies somit ein Startschuss für weitere wirtschaftlich lohnende Projekte.

Der Produzent sollte sich vor der Entscheidung, einen Kinofilm zu produzieren über die Risiken und Langatmigkeit der Entwicklung bewusst sein und nicht »blauäugig« einem Kinotraum hinterherlaufen. Dies kann nur zu einem finanziellen Fiasko führen und auf diese Art und Weise haben sich viele potenzielle Produzenten vor Beginn ihrer beruflichen Laufbahn diese schon verbaut.

Der Kinofilm, die »Königin der Produktionen«, bedarf somit einer noch gründlicheren Drehbuchentwicklung, die sich am verfügbaren Markt orientieren sollte.

Die Finanzierung eines Drehbuchs mit überdurchschnittlichem Finanzbedarf ist in Deutschland recht schwierig, wenn nicht sogar unmöglich und zieht daher meistens internationale Koproduktionen nach sich. So enden viele Projekte nach Wochen und Monaten der Arbeit, Geldausgaben, Hoffen und Bangen wieder in den Schubladen der Produzenten, da die Finanzierung nicht geschlossen werden konnte. Dies liegt nicht nur, wie allgemein immer gerne behauptet wird, an schlechten Vorlagen, sondern vor allem an der ungenügenden und unrealistischen Arbeit des Produzenten.

Der Herstellungspreis eines Kinofilms hängt wie bei allen anderen Formaten auch von den Drehbuchinhalten ab. Es nutzt nichts, sich die Inhalte schönzureden. Geht das Drehbuch in das Förderungskarussell, so sind sie schwarz auf weiß nachzulesen. Der Produzent ist dem Förderer und der evtl. beteiligten Fernseh-

redaktion gegenüber verpflichtet, die Drehbuchinhalte umzusetzen, für die er Geld bekommen hat. Hat hier vorab eine ungenügende Vorbereitung und Entwicklung stattgefunden, so wird der Produzent spätestens bei der Filmrealisierung an seine (wirtschaftlichen) Grenzen stoßen.

Bei den verschiedenen Förderungen kann man im Vorfeld alle Richtlinien anfordern. Auch gibt das Filmförderungsgesetz für den Produzenten ausreichend Antwort auf alle Fragen, sodass die Herstellung eines Kinofilms nicht zwangsläufig in eine Sackgasse führen muss.

Für die Länge eines Kinofilms gibt es keine Vorschriften. Jedoch sollte man sich selber in die Situation des Zuschauers begeben, um durch Überlängen diesen nicht zu langweilen oder zu strapazieren. Die Folge kann eine geringere Publikumsresonanz sein.

Ferner ist zu bedenken, dass bei der Verwertung der Filmrechte, zum Beispiel für eine Fernsehauswertung, die Länge des Films doch eine Rolle spielen könnte. Da für jede fertige Filmminute viel Geld aufgewendet wurde, bedeutet die Kürzung eines Kinofilms für die TV-Auswertung verschwendetes Kapital.

Die Wahl des Filmmaterials hat nicht nur mit dem Look zu tun, sondern schlägt sich auf die Kosten nieder. Ein scheinbar preiswerteres Produzieren mit digitaler Technik zieht enorme Postproduktionskosten nach sich, denn der Film muss wieder in ein Format gebracht werden, das die Filmtheater abspielen können. Auch hier empfiehlt es sich, alle Faktoren gegeneinander abzuwägen und vor allem zu berechnen.

Bei der Herstellung eines Kinofilms sollte der Produzent sich schon vorab mit den möglichen Verwertungsformen auseinandersetzen. Leider ist es in Deutschland immer noch sehr selten, dass der Produzent das Geld an den Kinokassen verdient.

1.2 TV-Film

Ursprung des TV-Films waren die Aufzeichnungen von Theaterstücken für das Fernsehen. Erst allmählich entwickelte sich ein eigenes Format für fiktionale Stoffe, die eigens für das Fernsehen hergestellt wurden.

Der Gegensatz zum Kinofilm definiert sich eher durch die Form als durch den Inhalt. Während Kinospielefilme (noch) auf 35mm-Filmmaterial produziert werden, verwenden TV-Filme 16mm-Material oder Video-Technik. Der Standard-Fernsehschirm braucht nicht eine so hohe Auflösung, wie die Kinoleinwand, allerdings hat sich durch den Einzug der digitalen Techniken hier einiges verändert. Somit ist der Unterschied in der Herstellung auch ein dramaturgischer.

Aufgrund der Größe des Bildes, bzw. des Bildschirms wird man bei reinen Fernseh-Produktionen eher auf Totalen verzichten, die für das Kino jedoch unumgänglich sind.

Bedingt durch große amerikanische Vorgaben sind die Stoffe für das Kino insgesamt »größer«, also aufwendiger und umfangreicher geworden. Resultierend daraus, sind die »kleineren« also weniger, sowohl inhaltlicher als auch finanzieller Art, aufwendigen Stoffe mehr in den Blickwinkel von TV-Produktionen gerutscht, was allerdings nicht mit einer geringeren oder minderen Qualität zu tun hat.

Seit einigen Jahren setzen sich auch in Deutschland Kino-Koproduktionen mit den Sendern durch, was die Finanzierbarkeit von größeren Stoffen auch für das Fernsehen verbessert. Man bezeichnet diese Form als amphibischen Film, der sowohl den Ansprüchen eines Kinofilms als auch denen eines Fernsehfilms gerecht wird.

Bei der Entscheidung, einen solchen amphibischen Film zu entwickeln, ist es wichtig, den Sender frühzeitig einzubeziehen. Geklärt werden müssen natürlich die Auswertungsrechte, d. h. wem gehört der Film bei einem eventuellen Weiterverkauf an andere Sender.

Der klassische TV-Film (oder auch das TV-Movie) ist in der Regel ein Auftragsfilm, d. h. der Produzent verkauft dem Sender ein Drehbuch samt Produktion. Der Produzent ist verpflichtet, das Drehbuch entsprechend den Sendervorgaben zu entwickeln oder zu verändern. Mittlerweile wird nach Sendeplatz produziert, denn jeder Sender hat seine eigenen »Schienen« (Montag = Fernsehfilm; Dienstag = Krimireihen, Mittwoch = romantic-comedy o. ä.).

Folglich muss also schon bei der Drehbuchentwicklung an einen potenziellen Sender und Sendeplatz gedacht werden, um die Verkaufschancen des Drehbuchs zu erhöhen.

Es gibt in Deutschland bestimmte Richtlinien von Filminhalten, die nicht im Fernsehen gezeigt werden dürfen. Dies liegt an den diversen Schutzgesetzen. Auch ist die Wahl des Senders, was die Sendezeit betrifft, nicht unerheblich für die Filminhalte. Eine enge Zusammenarbeit mit den betreffenden Redakteuren ist empfehlenswert, um überflüssige Arbeit bei der Entwicklung zu vermeiden.

Die Länge des Films ist wiederum eine Senderentscheidung und je nach Sender und Programmplatz vorgegeben, was für den Produzenten bedeutet, auf die Filmlänge schon im Vorfeld genauestens zu achten. Denn bei einem Fernsehfilm landet eine Überlänge auf jedem Fall im Mülleimer.

Die Kalkulation ist fester Bestandteil des Produktionsvertrags, eine Überziehung der Kosten geht ausschließlich zu Lasten des Produzenten.

Da weitere Filmverwertungen im Rahmen einer Auftragsproduktion für den Produzenten nicht möglich sind, muss der Produzent darauf achten, sein Geld mit der Filmherstellung zu verdienen. Aber Achtung: Einmal verkaufte Filminhalte müssen auch realisiert werden!

Die Sender haben das Recht, den fertigen Film verändern zu lassen, sofern er nicht den vereinbarten Vorgaben entspricht. Erst die endgültige Abnahme des Films garantiert die komplette Zahlung der vertraglich vereinbarten Raten.

1.3 Fernsehserie/-reihe

Die Fernsehserie ist ein gängiges Filmformat in der deutschen Fernsehlandschaft. Dieses Format wurde ursprünglich in den USA entwickelt und fand sehr schnell bei den deutschen Fernsehzuschauern eine große Beliebtheit.

Die Serie bindet den Zuschauer an die Protagonisten und/oder an das dramaturgische Konzept. Jeder Sender hat mittlerweile feste Programmplätze für seinen Krimi-, Unterhaltungs- oder Familienabend.

Man unterscheidet zwischen den Vorabendserien und den Abendserien. Während die Vorabendserien in erster Linie Familiengeschichten sind, sind im Abendprogramm sogenannte »Drama-Serien« zu sehen. Letztendlich handelt es sich aber immer um das gleiche Prinzip: Ein Problem oder Verbrechen muss gelöst, bzw. aufgeklärt werden. Es handelt sich bei einer Serie und auch bei einer Reihe um ein geschlossenes dramaturgisches Konzept. In jeder Folge wird der Fall bearbeitet und zu einem Ende gebracht. Daher bezeichnet man auch diese Form der Serie als Episodenserie.

Ein klassisches Serienformat der ersten Stunden war »Der Alte«, es folgten diverse andere Krimiserien (»Derrick«, »Ein Fall für Zwei« etc.), ein Ende ist nicht in Sicht.

Meistens wird in der ersten Ausstrahlung ein sogenannter »Pilot« gesendet. Hier werden die Protagonisten dem Zuschauer vorgestellt, die Form der Serie etabliert und versucht, somit die Wirkung eines Appetitanregers zu erzielen. Generell ist anschließend der Aufbau der Serienstaffeln gleichbleibend.

- Pilot ca. 75–90 Minuten
- 13 Folgen ca. 45–60 Minuten

jeweils abhängig vom Sendeplatz und Sender, abweichend durch evtl. Werbeblöcke.

Nach erfolgreichem Serienstart werden immer wieder weitere Folgen entwickelt, der Pilot bleibt jedoch einzigartig und wird auch kalkulatorisch als Einzelwerk betrachtet.

Die Entwicklung einer Serie ist langwierig. Der Sender entscheidet, ob ihm das Konzept gefällt. Der Produzent geht jedoch in eine enorme (kostenintensive und zeitaufwendige) Vorleistung, was Drehbuchentwicklung, Marktanalysen etc. betrifft.

Die Zuschauer entwickeln eine Bindung zu den Protagonisten, so dass sie jede Woche erneut den Fernseher anschalten. Der Sender kann daher mit einer relativ kalkulierbaren Einschaltquote rechnen. Entspricht die Einschaltquote allerdings nicht mehr den Anforderungen, so kann eine Serie bzw. eine Reihe jederzeit abgesetzt werden.

In der Serienentwicklung spielt es eine große Rolle, welches Zielpublikum erreicht werden soll. Die Sender haben spezielle Vorgaben, die an die Erwartungen der Werbepartner gekoppelt sind. So ist es unabdingbar vor der Serienentwicklung eine konkrete Marktanalyse zu erstellen mit der Maßgabe, das Zielpublikum zu verifizieren:

- Mann
 - Frau
 - Familie
 - Kinder
- } Alter der Zuschauer

daraus resultierend:

- Krimiserie
- Actionserie
- Beziehungsdrama/Comedy
- Tierserie etc.

Nach der Sendung des Piloten entscheidet häufig die Einschaltquote, ob der Produzent den Auftrag für die Serie erhält. Nicht selten sind aufgrund mangelnder Einschaltquoten auch schon sehr innovative und schöne Serienkonzepte nicht verwirklicht worden. Für den Produzenten rechnet sich der Pilot in der Regel nicht, denn der wirtschaftliche Erfolg stellt sich meistens erst mit der zweiten Serienstaffel ein. Das liegt daran, dass diverse Investitionen für die erste Staffel bereits getätigt worden sind.

Das sind z. B.

- Bau einer Studiodekoration
- Einrichtungen von immer wiederkehrenden Drehorten, die die Wiedererkennung gewährleisten (Wohnungen/Büros etc.)
- Kostüme der Protagonisten
- Fahrzeugankauf etc.

Kostensenkende Faktoren dagegen sind zum Beispiel Pauschalverträge mit Mitarbeitern und Dienstleistern, die immer dann abgeschlossen werden können, wenn Aussicht auf ein längeres Vertragsverhältnis besteht. Diese kommen infrage für:

- Darsteller
 - Filmschaffende
 - Equipmentverleiher
- } Pauschalverträge

Wiederkehrende und gleichbleibende Kostenfaktoren sind hingegen:

- Drehorte
- Studiomieten
- Büromieten
- Fahrzeuge etc.

Läuft die Serie sehr lang und die Protagonisten stehen keinen wirklichen neuen Aufgaben mehr entgegen, so wird die Begeisterung beim Zuschauer geringer werden, die Identifikation lässt nach und somit auch die Einschaltquote. Serien, die über viele Jahre unverändert laufen, sind eher die Ausnahme (z. B. »Lindenstraße« oder »SOKO 5130«)

Der Produzent wird seine Serie daher immer wieder verjüngen und verändern müssen, um ein abgewandertes Publikum durch ein neues zu ersetzen oder um die Stammzuschauer weiterhin zu binden. Oft hat ein Wechsel der Hauptprotagonisten die Bindung des Zuschauers zu der Serie enden lassen oder sogar genau das Gegenteil. In einem solchen Fall steht die dramaturgische Bindung an die Serie im Vordergrund.

Da es hier leider kein wirkliches Rezept gibt, denn entscheidend ist nur die Einschaltquote der entsprechenden Zielgruppe, ist der Produzent gezwungen, selbst bei einer erfolgreich laufenden Serie, sich immer Neuerungen einfallen zu lassen. Das bedeutet jedoch, es entstehen weiterhin Kosten für Drehbuchentwicklung etc.

1.4 Daily Soap/Telenovela

Die Daily Soap (soap opera) wurde ursprünglich für das Radio entwickelt. Im Rahmen einer Werbekampagne für ein Waschmittel wurde in regelmäßigen Abständen eine fortlaufende Geschichte erzählt, die kein dramaturgisches Ende hatte.

Dieses Konzept wurde daraufhin für das Fernsehen übernommen.

Neben der Daily Soap existiert das Format Telenovela, deren Namen von einem vergleichbaren südamerikanischen TV-Format stammt.

Im Gegensatz zur Daily Soap (z. B. »Marienhof«, ARD) ist die Telenovela auf ein Ende angelegt, das allerdings hundert und mehr Folgen auf sich warten lassen kann. Es handelt es sich um tägliche Ausstrahlungen, deren Geschichten weit mehr als die Episodenserie von den Protagonisten leben. Der Zuschauer entwickelt eine fast suchtartige Bindung an die Personen und ihr Lebensschicksal, sodass er auf keinen Fall eine Folge verpassen möchte.

Der dramaturgische Ursprung ist meistens eine Liebensgeschichte, die nach langen Irrwegen, Intrigen und Schicksalsschlägen zum Happy End führt. Der Zuschauer durchlebt alle Stationen auf diesem Weg mit, leidet und freut sich mit den Figuren.

Die übliche Telenovela bezog sich auf eine bestimmte Anzahl von Folgen, so dass es nach bis zu drei Jahren ein Ende, bzw. die Auflösung der Geschichte gab. Mittlerweile werden parallel zur eigentlichen Geschichte weitere dramaturgischen Szenarien aufgebaut, sodass es fließende Übergänge zwischen den Abschnitten gibt (z. B. »Sturm der Liebe«, ARD). Dieses Weitererzählen in parallelen Strängen erhält die Zuschauerbindung.

Jede Folge endet mit einem Cliffhanger, wie sie schon früher für Fortsetzungsromane verwendet wurden. Das bedeutet, dass eine laufende Handlung nicht abgeschlossen wird, sondern dass die Erzählung an einer besonders spannenden Stelle unterbrochen wird. Will der Zuschauer erfahren, wie die Handlung weitergeht, so bleibt ihm nichts anderes übrig, als am nächsten Tag erneut den Fernseher einzuschalten. So garantiert ein gut durchdachtes dramaturgisches Konzept dem Sender eine kontinuierliche Einschaltquote.

Anders als bei einer Episodenserie arbeiten mehrere Teams parallel, entwickeln die verschiedenen Handlungsstränge und die daraus resultierenden Drehbücher fließbandartig. Die Dreharbeiten finden leicht zeitversetzt statt, um auf eventuelle Zuschauer-Feedbacks Rücksicht nehmen zu können.

Während bei einem Episodenfilm acht bis zwölf Tage an einer Folge gearbeitet wird, wird bei der gängigen Telenovela pro Tag bis zu 50 Minuten Sendezeit produziert, was sich letztendlich natürlich auch auf die künstlerische Qualität auswirken muss.

Auch bei einer Telenovela ist der wirtschaftliche Erfolg vom Produzenten von der Dauer der Herstellung abhängig.