

Skript
Sommer
2007

Marke Drehbuchautor oder *Underdogs der Branche?...4*

BERUFSPOLITIK Begabt und berühmt: Fatih Akin – „Heute wäre Goethe Drehbuchautor.“	4
Hart aber gerecht: Ansehen nur durch Öffentlichkeit?.....	8
Klar und wahr: Warum wir unbedingt PR brauchen.....	12
Edel und stark: Am Anfang war das Wort!.....	13
Ent oder weder: Image Lifting ist überfällig!.....	18
Billig und Recht: Referenzgelder für Autoren – in der Schweiz.....	20
INTERN Editorial.....	3
Impressum.....	37
INFORMATION Preise.....	33
Wettbewerbe, Termine.....	34



Krimifestival für Autoren und Filmemacher 18. bis 23. September 2007

Tatort Eifel lädt vom 18. – 23. September wieder sehr herzlich alle Autoren und Filmemacher ein, nach Daun in die Vulkaneifel zu kommen, zu Vorträgen und Werkstatt-Gesprächen, Pitch und Lesungen, Podiumsgesprächen und Fernseh-Premieren.

Referenten und Experten u.a.: Klaus Bassiner, ZDF; Carl Bergengruen, SWR; Gloria Burkert, BurkertBareiss Development; Martin Compart, Journalist und Autor; Marc Conrad, Typhoon Films; Dr. Alexander Coridaß, ZDF Enterprises; Orkun Ertener, Autor; Gebhard Henke, WDR; Joachim Kosack, SAT1; Kerstin Ramcke, Studio Hamburg; Maris Pfeiffer, Regisseurin; Alicia Ramirez, producers at work; Prof. Dr. Markus Rothschild, Uni Köln; Barbara Thielen, RTL; Jörg Winger, UFA; Melanie Wolber, SWR.

Info: www.tatort-eifel.de, Bettina Buchler, bettina.buchler@gmx.de, 0611 – 30 42 32



Die neue Zeitschrift



**Recherche
Film und Fernsehen**
Hg.: Rainer Rother /
Deutsche Kinemathek
zweimal jährlich,
ca. 68 Seiten,
Einzelheft: Euro 8,-
Jahresabo: Euro 12,-
plus Versand

»RFF« widmet sich mediengeschichtlichen Themen, richtet den Blick aber auch auf aktuelle Ereignisse, Produktionen und Tendenzen. Jedes Heft hat einen thematischen Schwerpunkt: Die erste Ausgabe nimmt sich der Vielzahl der filmischen Unternehmungen an, die auf die DDR zurückblicken: »Nachspiel DDR«. Zudem gibt es u.a. Buch- und DVD-Besprechungen.

Infos und Abos unter:
www.beritz-fischer.de/rff.html

Der neue Almanach



Jochen Brunow (Hg.)
**Scenario 1.
Drehbuch-Almanach**
368 Seiten, 195 Fotos,
Hardcover, 17 x 23 cm
Euro 22,90 [D] / 23,60 [A]
ISBN 978-3-86505-175-2

»Total spannend zu lesen,
weitgreifende Themen.«
(Dominik Graf)

Der Almanach enthält ein ausführliches Werkstattgespräch mit Wolfgang Kohlhaase, thematisch breit gefächerte Essays, die sich mit dem Erzählen in Bildern und dem konkreten Alltag von Autoren beschäftigen, sowie einen umfassenden Rezensionsteil; zudem ist das mit der »Goldenen Lola« prämierte »Beste unverfilmte Drehbuch des Jahres« vollständig abgedruckt.

Weitere Infos unter:
www.beritz-fischer.de/scenario1.html

www.beritz-fischer.de

Bertz + Fischer, Wrangelstr. 67, D-10997 Berlin, Tel. +49 (0)30 / 6128 67 41, Fax -51, mail@beritz-fischer.de

Editorial

von Xaō Seffcheque

Günther Rohrbach beklagt die „Ohnmacht der Drehbuchautoren“. Ohnmacht ist jedoch kein vom Ohnmächtigen gewollter, sondern ein durch äußere Kräfte und Umstände herbei geführter Zustand. Wir wollen, nein, wir müssen anfangen, diesen Zustand zu beenden, von innen her. Das geht nicht mit einem Schmusekurs, denn wir müssen den Verursachern Berechnung und Absicht, mindestens jedoch Ignoranz und fehlenden Respekt unserer Kunst, unserem Können, unserem Handwerk gegenüber unterstellen.

In der Hauptsache geht es um zwei Themen: zweitens Geld. Und erstens um die grundsätzliche Überlegung, welcher Status uns innerhalb unserer Branche, und welcher uns in der Außendarstellung zukommt und zusteht. Diese offenbar unerschöpfliche Debatte mündet mit unerschöner Regelmäßigkeit in die Frage: Wem gehört „Ein Film von...“? Sie wurde bislang stets mit „dem Regisseur“ beantwortet. Wenn wir der im Augenblick äußerst kämpferisch eingestellten Drehbuchsektion der Deutschen Filmakademie vertrauen wollen, wird in dieser Frage unsere Stunde noch schlagen. Nur wann? Und wollen wir so lange warten? Denn für das überfällige upgrading unseres Status sind wir in hohem Maße selbst zuständig. Mehrere KollegInnen befassen sich deshalb in dieser Ausgabe von SCRIPT intensiv mit den Chancen, die ein grundlegender Image-Relaunch für uns bietet.

Best case scenario: Wir schaffen es tatsächlich, unseren Berufsstand zukünftig cool, interessant und sexy zu verkaufen. Dann werden sich auch plötzlich Zweitens-Baustellen schneller schließen lassen, die bisher länger als die Erweiterung des Kölner Autobahnringes dauern. Die Honorar-Baustelle beispielsweise, deren Eisbergspitze für viele die GVR-Verhandlungen darstellen. Nun ist es nicht so, dass die Verwerter mehr zahlen, nur weil jemand sexy ist: Die Regisseure gelten als cooler als wir – und hängen in den Verhandlungen ebenso im Schacht! Das allein macht es also noch nicht.

Auch deshalb muss die Reflexion über die Frage erlaubt sein, ob es noch sinnvoll und vorteilhaft, und vor allem den Mitgliedern (noch) kommunizier- und vermittelbar sein kann, mit dem schweren Flugzeugträger ver.di gegen das Verwerter-Imperium zu kämpfen. Oder könnte es möglicherweise effizienter sein, mit vielen lose

verbundenen kleinen Schnellbooten eine gemeinsame Invasion zu planen? Und: In welcher Form lohnt dieser Kampf insgesamt, gemessen an den Erfahrungen in entsprechenden Verteilungskämpfen, die ja auch mal (in anderen ver.di-Bereichen) 15 Jahre dauern können? Muss ich als einzelner dann nicht viel mehr als offensiver Sachwalter einer bestimmten Zielstellung (= Funktionär) denn als Autor agieren? Will ich das? Erlebe ich das überhaupt noch? Gibt es alternative Strategien zur Durchsetzung unserer Interessen? Wie könnten die aussehen? Oder ist es nicht auch ein, wenn nicht DAS Problem, dass die Strategien für junge Autoren und die Alteingesessenen gar nicht (mehr) identisch und deckungsgleich sein können? Stehen sich in diesem Verteilungskampf also auch Gründungs- vs. Juniormitglied gegenüber?

Die Ablehnung der Mindestvergütung als Idee hat bei den älteren Kollegen stark mit der (womöglich berechtigten) Befürchtung zu tun, dann vielleicht seitens der Auftraggeber genau diese unter die Nase gerieben zu bekommen. Die renommierten Kollegen wollen nun mal für diesen Tarif nicht schreiben. Gleichzeitig mutmaßen sie – wohl auch zu Recht – dass eine Mindestvergütung, die den Verwertern weh tut, eine gleichzeitige Deckelung auf der bisher nach oben offenen Honorarskala nach sich zieht, da der Gesamtkuchen ja kaum größer werden wird.

Doch wie soll der VDD den „Nachwuchs“ und dessen Interessen einbinden und fördern, wenn er die legitimen Interessen des Autoren-Prekariats – es existiert bereits, machen wir uns nichts vor! – aus Rücksichtnahme auf seine Altvorderen immer wieder relativiert? Und wie gehen wir mit diesem Spagat um, und zwar so, dass er uns nicht mittendurch auseinander reißt?

Als kleinem Bub in der Steiermark hat man mir erklärt: „Wenn du die Kuh nicht retten kannst, wird auch das Kalb sterben.“ Bringen wir also die Kuh vom Eis! Erste anregende Gedanken und Vorschläge gibt es im aktuellen Heft, weitere werden erwartet! Von Euch!



© Gerlind Amos

Das Zitat

Wenn die Wahrheit zu schwach ist, sich zu verteidigen, muss sie zum Angriff übergehen.

Bert Brecht



FATIH AKIN ist nicht nur der einer der begabtesten Drehbuchautoren und Regisseure in Deutschland, er ist auch einer erfolgreichsten. Nach „Gegen die Wand“, womit er 2004 Berlinale-Sieger wurde, holte er in diesem Jahr mit „Auf der anderen Seite“ in Cannes den Preis für das beste Drehbuch. Zu seinem Selbstverständnis als „Geschichtenerzähler“ passt, dass er als einer der ersten das „Manifesto“ unterzeichnete.

XAÏO SEFFCHEMEQUE unterhielt sich mit Fatih Akin über die Entstehung des Buches, des Films, über den Kontext von Dramaturgie und Schnitt, die inakzeptable Position der Drehbuchautoren in Deutschland, aber auch über die traurige Ironie, dass Fatih's Freund, Dramaturg und Produzent ANDREAS THIEL während der Dreharbeiten zu diesem großartigen Film über den Tod starb.

Heute wäre Goethe Drehbuchautor

XAÏO SEFFCHEMEQUE: Fatih, dicke Gratulation erst mal. Wir haben uns sehr für Dich gefreut – wann hat ein deutschsprachiges Drehbuch zuletzt eine derartige Auszeichnung auf einem internationalen Festival erhalten? Vielleicht Carl Meyer in den 20er Jahren?

FATIH AKIN: Stimmt, darüber hab ich noch gar nicht nachgedacht. (lacht)

War es denn überraschend für Dich, gerade den Drehbuchpreis zu bekommen?

Ich habe natürlich auf eine Goldene Palme für den Film gehofft, wie jeder der 22 Teilnehmer. Als dann irgendwann eine Einladung kam, war ich froh, dass ich überhaupt zu den Gewinnern gehöre. Das hat auch damit zu tun, dass ich vor zwei Jahren in der Jury war und also weiß, wie es hinter den Kulissen abgeht und es dazu kommt, dass Filme für Palmen nominiert werden. Insofern war ich auch nicht enttäuscht, die Goldene Palme nicht für den Film als Ganzes, sondern eben für das Drehbuch bekommen zu haben.

Ist die Auszeichnung für das beste Drehbuch auch gleichzeitig der Preis für Andreas Thiel? Er war doch von Anfang an in die Entstehung des Buches und des Films involviert?

Ja, auf jeden Fall, definitiv. Auch deshalb ist der Film ihm gewidmet. Jetzt gerade fehlt mir Andreas wieder besonders... Wir hatten mit unserer Produktionsfirma *corazon* nach dem Erfolg von „Gegen die Wand“ ja nach einem neuen Projekt gesucht. Ich hatte eine Idee für „Auf der anderen Seite“. Andreas konnte erstmal nicht soviel damit anfangen. Eigentlich war seine ablehnende Haltung ganz gut. Unsere Freundschaft und Zusammen-

arbeit hat ja oft so funktioniert: Ich musste immer erst Andreas überzeugen, bevor ich irgendjemand anderen überzeuge. Es ging nicht, dass ich von etwas überzeugt war und Andreas nicht.

Also kann man sagen, Andreas Thiel war eine Instanz?

Ja, das war er, und er war auch die erste Instanz. Keiner kann ja in meinem Kopf Mäuschen spielen, auch Andreas konnte das nicht. Er hätte es vielleicht noch am ehesten gekonnt, mehr als alle anderen. Aber da gibt es eben einen Punkt in meinen Kopf, wo auch er nicht die Maus sein konnte. Irgendwann haben wir uns furchtbar über das Drehbuch gestritten. Und wie das oft so ist, ist der Streit über die Arbeit eine Katharsis für etwas anderes, das gerade im Busch ist. Oder etwas anderes, das im Busch ist, wird über die Drehbucharbeit ausgetragen. Das war so eine Form von Symbiose: Jeder Streit den wir hatten, hat uns immer wieder ein bisschen weiter gebracht. Das war nie destruktiv, immer konstruktiv. Einmal hatten wir nachts um zehn angefangen über „Auf der anderen Seite“ zu streiten, um dann bis zum Morgengrauen über ein völlig verrücktes Gespräch auf eine völlig verrückte Drehbuchentwicklung zu kommen.

Der Film ist ja strukturell eine Geschichte aus drei verknüpften Teilstories. Nun gibt es ja in letzter Zeit einige Filme, die im weitesten Sinne mit diesem Metrum agieren, „Syriana“ zum Beispiel, oder „Babel“ machten mit dieser Methode Furore.



Fatih Akin (Foto: Achim Kröpsch)



Andreas Thiel † 23.9.06 (Foto: Julia Strauß)



Wir hatten das Drehbuch entwickelt und waren am Ende wirklich stolz drauf. Ab dem Moment wo das Treatment saß, ging alles ganz schnell. Ich schrieb in fünf Tagen die erste Drehbuchfassung. Andreas gefiel sie, ging damit auch gleich schon in die Finanzierung. Danach haben wir das Buch immer weiter entwickelt, es wurde immer besser, und alle mochten es, wirklich alle: in Deutschland, in der Türkei, in Frankreich, in Italien, in Griechenland, in Spanien.

Das meint, Ihr habt Auslandsverkäufe allein schon auf Grund des Drehbuchs geschafft?

Ja, zum ersten Mal! – Das Buch war in der Tradition von „Babel“ und „21 Gramm“ geschrieben, insofern, dass so vieles parallel, gleichzeitig passiert, dass Perspektiven und Zeit wechseln, dass die Zeit nicht chronologisch abläuft.

Du hast es buchgetreu gedreht?

Ja, total. Und auch so geschnitten. Wie es geschrieben war. Am Ende der Dreharbeiten ist Andreas in Istanbul gestorben. Dadurch hat er nicht mehr erleben können – oder müssen – dass das Ganze so im Schnitt überhaupt nicht funktionierte.

Was macht man in so einer Situation?

Da habe ich viel übers Filmemachen gelernt. Ich würde sogar sagen, ich habe das Filmemachen noch mal komplett neu gelernt. Unser eigenes Drehbuch hatte für den Film plötzlich keine Relevanz mehr, denn so wie Billy Wilder das immer verfochten hatte – „Erstens Drehbuch, zweitens Drehbuch, drittens Drehbuch!“ – hat das bei mir überhaupt nicht mehr funktioniert.

Warum?

Ich glaube, der Film ist vor allem Film, und das Drehbuch vor allem Literatur. Gerade bei so verschachtelten Geschichten, wo die Architektur des Drehbuchs so wichtig ist, da gehst du davon aus, du kannst da nicht von abweichen. Aber hier ergab sich plötzlich die größte Abweichung, mit der ich es jemals vom Drehbuch bis zum fertigen Film zu tun hatte. Zum Beispiel steht im Drehbuch eine Szene HAMBURG/PARK/BÜRO. So steht das im Buch und ich weiß, dass ich jetzt in Hamburg bin, und in der nächsten Szene steht BREMEN, oder ISTANBUL. Da ich das lese und sogar beim Lesen zurückblättern kann, ist das natürlich ein ganz anderes Erlebnis, die Geschichte

aufzunehmen, als wenn ich das im Film sehe. Ich kann ja schlecht unter jede Szene einen Untertitel setzen mit „Bremen“ oder „Istanbul“.

Hamburg und Istanbul wären ja visuell noch unterscheidbar, zwischen Bremen und Hamburg ist das schwieriger.

Ja, und bei Innenaufnahmen erst recht. Ich hatte den ersten Schnitt einem Freund gezeigt – der hat ihn mir um die Ohren gehauen. Er fragte sich dauernd, wer ist hier wer, wo ist hier wo?

Hat das vielleicht auch damit zu tun, dass es eben keine Archeplot orientierte drei- oder fünftaktige Geschichte ist, sondern eine mit zum Teil episodischen Charakter?

Wir hatten einen sehr großen Anspruch an uns selbst, was wir dem Zuschauer erzählen wollten. Alles passiert ja sozusagen gleichzeitig, und wenn ich jetzt nicht den Zuschauer überfordern, ihn nicht verwirren möchte, wenn ich will, dass er mir folgt, dass er weiß, wer wer und wo wo ist – wie bekomme ich diesen Anspruch – noch dazu Abend füllend umgesetzt? Nach dem Rohschnitt kam eine Studentin

von mir vorbei. Nachdem sie ihn sich angesehen hatte, meinte sie, das Hauptproblem des Films wäre für sie, dass durch die Tatsache, dass alles gleichzeitig passiert, der Zuschauer keine emotionale Bindung zu irgendeiner Figur aufbauen könnte. Genau deshalb funktioniert – im Gegensatz zu „21 Gramm“ und „Amores Perros“ – auch „Babel“ in seiner Architektur *nicht*. Und zwar aus demselben Grund, den mir meine Studentin genannt hat: Der Film schafft es nicht, eine emotionale Bindung zu irgendeiner Figur aufzubauen; immer wenn eine Figur anfängt interessant zu werden, schneidet der Film bereits zur nächsten Figur.

In dieser Phase habe ich meinen Fehler erkannt und den Film komplett umgeschnitten. Stell dir vor, du guckst „Babel“, alle drei Geschichten hintereinander weg – so habe ich „Auf der anderen Seite“ geschnitten. Ab dem Moment, an dem ich gemerkt hatte, dass der Film nicht wie meine Vorbilder funktioniert, hab ich danach gesucht, eine eigene Form zu finden. Was ich, glaube ich, letztlich auch auf die Reihe gekriegt habe, nicht zuletzt Dank dieser Hilfen.

Ist das nicht eine Ironie, wenn du für das Drehbuch, das du im Schnitt noch mal völlig neu definiert hast, die Siegespalme bekommst?

Einen Film machen, der der Redaktion der SZ gefällt, aber auch meiner analphabetischen Tante



Heute wäre Goethe Drehbuchautor



Fatih Akin (Foto: Kerstin Stelter)

Richtig, es ist eigentlich der Preis für den besten Schnitt einerseits, andererseits ist das auch der Preis für alle Leute, die mich im Schneiderraum besucht haben und ihren konstruktiven Senf dazu abgegeben haben.

Du definierst dich vor allem als Geschichtenerzähler. Wann aber ist man eher ein Geschichtenerzähler – als Regisseur oder als Autor? Oder kannst du diese Funktionen bei dir untereinander gar nicht mehr trennen?

Ich glaube ich bin Filmemacher.

Im Sinne des Autorenfilms?

Ich bin Autorenfilmemacher, auch wenn das ja ein weitläufiger Begriff ist, ein Begriff der gern mit anspruchsvoller intellektueller Filmkunst in Verbindung gebracht wird. Dagegen ist nichts einzuwenden, ich bin gerne ein anspruchsvoller intellektueller Filmkünstler. Allerdings darf man den Zuschauer nicht außen vor lassen. Es gibt ja das Klischee vom Autorenfilmer, der nicht an den Zuschauer denkt.

Ich finde, die Filmkunst muss sich mit dem ganz normalen Kinogänger identifizieren. Ich muss also einen Film machen, der der Redaktion der SZ gefällt, aber auch meiner analphabetischen Tante.

Kino als Entertainment?

Ich glaube daran, dass Kino ein Ort der Unterhaltung ist. Natürlich, Kino ist eine Kunstform, die die Gesellschaft reflektiert, aber es muss dabei immer unterhaltend sein. Ich finde, das beste Kino ist jenes, das die Gesellschaft am kritischsten reflektiert, gleichzeitig aber am unterhaltsamsten ist – das ist für mich „New Hollywood“.

Du hast ja nahezu alle Filme selbst geschrieben und gedreht. Mit Ausnahmen: Bei „Solino“ warst du „nur“ für die Inszenierung verantwortlich.

Da war ich Regisseur und kein Filmemacher. Denn Filmemacher ist für mich das Paket *Schreiben und Inszenieren und am Ende vermarkte ich es auch*. Und bevor ich es schreibe plane ich es, das heißt ich produziere es auch. Wenn ich produziere, schreibe und inszeniere, dann bin ich ein Filmemacher, ein Autorenfilmemacher.

Warum hast Du Dich dann bei „Solino“ auf die Regie konzentriert?

Nun, ich experimentiere gerne und zu der Zeit war ich noch auf der Suche: Wo gehöre ich als Filmemacher hin, was kann ich? Und es war für mich eine Herausforderung ein Drehbuch zu inszenieren, das ich nicht geschrieben hatte, der Versuch nur als Regisseur zu arbeiten.

Wie bewertest Du das Ergebnis?

Man wächst an den Fehlern die man macht, nicht wahr? Ich mag an dem Film streckenweise einiges ganz gerne. – Irgendwann, werde ich sicher wieder mal Lust haben, einen Film „nur“ zu inszenieren, oder „nur“ das Drehbuch dafür zu schreiben.

Wie bei „Kebab Connection“? Wie war das für Dich, die Inszenierung des eigenen Stoffs durch einen anderen Regisseur zu sehen?

Sehr interessant. Das macht eigentlich Spaß. Ich saß auch nicht im Kino und schlug die Hände überm Kopf zusammen. Zumal da ja auch noch vier andere Autoren dran waren, u.a. Jens Lager und Ruth Toma. Ich kann mich auch daran erinnern, dass ich das Buch eine Zeit lang gemeinsam mit Ruth weiter entwickelt hatte, und es gab dann später tatsächlich Momente, wo ich mich nicht mehr daran erinnern konnte, wer was geschrieben hatte. Dialoge, da dachte ich: Oh die sind aber jetzt gut! Von wem sind die, von mir? Dabei waren sie von Jens Lager. Bei anderen war ich mir sicher, die sind ganz bestimmt nicht von mir, und dann waren sie es eben doch. (lacht)

Wie bewertest du die Tatsache, dass Regisseur und Produzent den ganzen Ruhm und alle Aufmerksamkeit einheimen, während die Drehbuchautoren praktisch keine Erwähnung mehr finden?

Es erstaunt mich immer wieder, wie stark die Autoren in Deutschland unterschätzt werden.

Ich glaube, dass wir in Deutschland immer noch nicht verstanden haben, den Drehbuchautoren den nötigen Respekt zu zollen. Da fallen wir bereits bei der Ausbildung in den Filmhochschulen weit hinter die Amerikaner zurück, die das ja am vorbildlichsten praktizieren. Der Drehbuchautor ist eben ein Autor – und kein verkappter Regisseur!

Es erstaunt mich immer wieder, wie stark die Autoren in Deutschland unterschätzt werden. Deutschland ist ja ein literarisches, hoch alphabetisiertes Land. Die Liste gerade berühmter deutscher Autoren, die der Dramaturgie einen enormen Wert beigemessen haben, ist endlos. Wenn Goethe heute leben würde, wäre er Drehbuchautor! Umso mehr ist es mir ein Rätsel, dass leider auch die Deutsche Filmakademie in diesem Zusammenhang nichts Vernünftiges unternimmt.

Wir sprechen von der Missachtung des Drehbuchautors.

Ich stelle jetzt mal etwas Provozierendes in den Raum: Diese Missachtung des Drehbuchautors, die Missachtung des Drehbuches, die Missachtung dieser Kunst, das deckt sich irgendwo mit dem Bild der Verbrennung von Büchern im III. Reich. Man müsste mal untersuchen, ob die Diskriminierung des Drehbuchautors und seines Werks in Deutschland einerseits, und die Hochschätzung des Drehbuchautors in Amerika andererseits tatsächlich nicht damit zu tun hat. Und es war exakt die Zeit, als die besten deutschen Drehbuchautoren in Hollywood anfangen, Fuß zu fassen. Billy Wilder beispielsweise, der ja erst Drehbuchautor war, bevor er Filmemacher wurde.

Nicht zuletzt die inakzeptable Behandlung der Drehbuchautoren bei der Deutschen Filmpreis Gala hat die Diskussion darüber weiter angeheizt, wem der Film gehört. Gleichzeitig setzt inzwischen jeder mittelbegabte Regieabgänger unter seinen Hochschul-Abschlussfilm das Label „Ein Film von“.

Bei mir steht dieses „Ein Film von“ weder im Vor- noch im Abspann. Und dass es auf den Plakaten auftaucht, hat mit der Verkaufsstrategie des Verleihers zu tun. Denn „Ein Film von...“ ist niemals nur „Ein Film von...“ – es sei denn der Macher hat alle Positionen selbst ausgeübt. Film ist Teamarbeit!

Es gibt ja wieder die Forderung der Drehbuchautoren dieses Label „Ein Film von...“ im Kontext der Nennung der Regie abzuschaffen, außer wenn darin neben der Regie noch andere Positionen dabei genannt würden, die entscheidend mitgewirkt haben.



Fatih Akin (Foto: Kerstin Stelter)

Ich mag ja Prince als Musiker gerne. Bei dem steht immer *written, produced, composed, performed and arranged by Prince*. Das finde ich cool.

Ich mag es nicht, wie Almodovar das handhabt: ein Film von Almodovar UND Regie Almodovar, Drehbuch Almodovar. Da finde ich ein Mal Almodovar zuviel. Okay, zu Beginn meiner Karriere habe ich das auch noch gemacht, aber spätestens seit „Gegen die Wand“ will ich das nicht mehr. Auf dem Ab- oder Vorspann steht, was ich zum Film beigetragen habe: *produziert, geschrieben und inszeniert von Fatih Akin*. Und nicht „Ein Film von Fatih Akin“ – denn Film ist eine kollektive Arbeit, da arbeiten viele dran. Ich habe 700 oder 800 Leute im Abspann stehen. Und das wird auch bei den nächsten Filmen nicht

anders sein.

Was werden das für Filme sein?

Ich bin ja wieder auf Dreh, und zwar für einen Dokumentarfilm über ein türkisches Dorf. Der türkische Staat versucht dort seit zehn Jahren eine Mülldeponie zu bauen. Ich portraitiere den Kampf um das Dorf. Denn da brennt es!!! Eigentlich versuche ich das Dorf durch diese Aktion zu retten. Sollte das gelingen, und der türkische Staat stellt die Bauarbeiten inzwischen ein, dann kann es gut sein, dass es vielleicht gar keinen Film gibt.

Und ich arbeite an einem Western. Das soll der dritte Teil der thematischen Trilogie Liebe („Gegen die Wand“), Tod („Auf der anderen Seite“) und Teufel, (also das Böse) werden. Nicht mehr und nicht weniger.

Fatih, besten Dank für das Interview.

Film ist eine kollektive Arbeit. Ich habe 700 oder 800 Leute im Abspann stehen.



Es sind jetzt fünf Jahre, seit der VDD begonnen hat, für die Drehbuchautoren in Deutschland mit den Verwertern um Gemeinsame Vergütungsregeln zu ringen. Der Ausstieg der Fernsehproduzenten hält diesen Prozess erst einmal an. Und gibt uns damit auch Zeit und Gelegenheit für eine – nach einer solch langen Zeit dringend notwendige – ausführliche Standortbestimmung.

MARTIN MAAß beleuchtet kritisch Stellenwert, Haltung und Position der Drehbuchautoren in diesem Prozess und diagnostiziert dabei auch innerhalb der Autorenschaft die typischen bundesrepublikanischen Konsensherstellungsreflexe. Dabei täte uns – und da ist er sich inzwischen mit immer mehr KollegInnen einig – jetzt erstmal eine forschere PR gut, denn Ansehen ergibt sich in dieser Welt nicht mehr aus Leistung,

Ansehen ergibt sich aus Öffentlichkeit

Ich denke, dass zu einer Standortbestimmung der Input eines jeden Verbandsmitglieds relevant und erwünscht ist. Deshalb äußere ich mich hier, obwohl ich viel zuwenig über Details oder unsere Verhandlungstaktik weiß. Ein Fakt übrigens, den ich selber zu verantworten habe und der mich gleichzeitig beunruhigt. Wieso kümmere ich mich nicht um meine Belange; wieso frage ich nicht nach; wieso habe ich das Ohr nicht am Puls der Verhandlungen?

Es wäre ja ein Thema: Schauen wir auf die Zahlen. Seit den Neunziger Jahren haben sich unsere Honorare nach unten entwickelt, im Gegensatz zu denen von Regisseuren und Schauspielern. Im selben Zeitraum steigen die durchschnittlichen Budgets der Filme, nur unser Anteil an ihnen sinkt stetig. Und schon seit den Siebziger Jahren steht unter „Ein Film von“ nicht mehr der Autorennamen. Gefühl nimmt unsere Bedeutung, das heißt auch die des Drehbuchs, sogar noch stärker ab. Nicht nur beim einzelnen Projekt, sondern selbst in einer Institution wie der Deutschen Filmakademie. Anlass genug also, aus dem Sessel zu springen. Warum berühren mich dann die GVR-Verhandlungen so wenig?

Die Wahrheit ist: Ich glaube unterschwellig, diese Verhandlungen gingen mich eigentlich nicht viel an. Das mag sich als entsetzlicher Irrtum herausstellen – aber so ist mein Gefühl. Und ich habe die Vermutung, dass ich damit nicht ganz allein dastehe. Schon gar nicht in meiner Position als eher junges, noch nicht etabliertes und mit recht dünnen Meriten ausgestattetes Verbandsmitglied.

Es ist schwer, diese diffuse, einlullend neblige, latent bedrohliche Gefühlslage in sinnvolle Worte zu fassen. Ich will es mit Analogien versuchen, wie es einem Ex-Biologen und Autoren geziemt. Also erstens: Die GVR-Verhandlungen lösen in mir ähnliche Empfindungen aus wie der G8-Gipfel. Angesichts der G8 habe ich den wachsen-

den Eindruck, dass da Menschen tagen, die das Leben der wirklich relevanten anderen sechs Milliarden gar nicht kennen. Zum einen haben sie mit ihnen keine direkte Kommunikation; zum anderen sind sie weder von den Konsequenzen ihrer eigenen Politik betroffen noch jemals persönlich zur Rechenschaft zu ziehen. Zudem haben sie kaum mehr den Einfluss, den man ihnen aus Gewohnheit noch unterstellt. Unter Umständen wirken sich die Entscheidungen der Herren Aldi und Daimler auf mein Leben viel gravierender aus als die der Damen und Herren Merkel und Bush. In jedem Fall beeinflussen Herr Aldi und Herr Daimler Merkels und Bushs Handlungen viel stärker als ich. Trotzdem tun wir



alle weiterhin so, als wären sie die Entscheider und ich der Souverän. Was sollen wir auch sonst tun? Wir lernen die schöne neue Welt erst kennen, während sie entsteht. Und stellen an einigen Punkten mit Entsetzen fest, dass sie so neu und so schön gar nicht ist.

Analog – nicht gleich – mein Gefühl bei den GVR-Verhandlungen. In Form, Zeitpunkt und Sitzordnung scheinen sie mir von guten alten bundesrepublikanischen Konsensherstellungsreflexen gesteuert zu sein. Die passen für mich aber ebenfalls nicht mehr in unsere Zeit und nicht auf unsere Lage. Ich fürchte, dass auch hier die Politik der Realität zunehmend hinterherhinkt. Trotzdem findet dieses Zusammensitzen von Verbänden und Gewerkschaften ungeachtet ihres Bedeutungsverlustes weiter nach den alten, eingeübten, ritualisierten Regeln statt.

Eine wachsende Aufspaltung: hier der klassische Autor, dort der Textarbeiter.



Wer sitzt da eigentlich auf VDD-Seite? Wir als Drehbuchautoren sind ja an sich schon schwer zu fassen, haben immer schon irgendwie einen Dualcharakter. Einerseits Urheber, andererseits Zulieferer fürs Gesamtwerk. Einerseits Unternehmer, andererseits in unserer Arbeit längst nicht frei von Weisungen. Entlang dieser Bruchstellen erleben wir zur Zeit eine wachsende Aufspaltung: hier der klassische Autor, dort der Textarbeiter. Kein Wunder, dass keiner so recht was mit uns anzufangen weiß und dass auch wir selber nach der Formel suchen, woran und was wir eigentlich sind. Wegen dieser Diversifizierung seiner Mitglieder wird auch der Verband zusehends komplexer und muss immer zäher ringen, um Konsens herzustellen. Autor ist eben nicht mehr Autor, fürs Fernsehen arbeiten wir anders als fürs Kino, mancher schreibt hier und da einen Film, lebt aber sonst von anderen Jobs...

Also, zweite Analogie: Nicht nur die Globalisierung hat uns eingeholt, sondern sozusagen auch der Klimawandel. Wieder ein schwer zu fassendes Syndrom! Aber so ist es: Autoren leben heute in einer ganz anderen Vielfalt von Biotopen und Daseinsformen als noch vor 20 Jahren. Unsere innere Auseinandersetzung zeigt das ganz deutlich.

Wenn meine Analogien stimmen, dann bedeutet das: Nicht nur die Welt um uns herum dreht sich zu schnell, als dass wir ihr mit unseren althergebrachten Lösungsansätzen folgen könnten – geschweige denn voraus sein. Sondern auch wir selber als Berufsgruppe wandeln uns schneller, als wir es erfassen können.

Unser Platz in den GVR-Verhandlungen ist zweifellos Ausdruck erreichter Erfolge. Aber er ist auch ein Preis aus einem veralteten Wettbewerb, der nur einigen von uns Vorteile bringt. Mit unserer Rolle als Berufsvertretung wären wir in der alten Welt noch im Olymp der Verteilungskämpfe angekommen. Aber heute, fürchte ich, finden das Leben und der Kampf ohne große Berücksichtigung der Götter ganz dreckig auf der Straße statt.

Gebet und Opfer helfen da nicht mehr, Rituale verlieren ihre Bedeutung. Was entscheidend ist, ist das Gewicht des Einzelnen. Deshalb, nehme ich an, stehen auch Schauspieler und Regisseure besser da als wir. Sie sind bekannter, mehr im Licht der Öffentlichkeit. Bessere Abschlüsse dagegen haben sie meines Wissens auch nicht. Ganz grundsätzlich bin ich der Meinung, dass die altbundesrepublikanische Verhandlungsrundenlösungsmentalität an sich ungeeignet ist, der Vielfalt und Individualität unserer Lebensentwürfe gerecht zu werden.

So zweifele ich nach den Erfahrungen mit meinem ersten Drehbuch an der Alltagsrelevanz Gemeinsamer Vergütungsregeln. Ich habe für mein Buch einen lächerlichen, offenbar aber keineswegs unüblichen Preis bekommen. Keinen, der im Honorarspiegel des VDD erscheint. Ich habe es für diesen Preis geschrieben, weil mir einfach die Chance, einen Kinofilm zu machen, wichtiger war. Ich denke, das können viele Mitglieder nachvollziehen. Es ist keine glückliche Lage gewesen, sondern Ausdruck meiner schwachen Verhandlungsposition (und vielleicht der Verschrobenheit des Werkes an sich).

Ich hätte mir gewünscht, es wäre anders gewesen, und hätten wir eine Writer's Guild of Germany mit Zwangsmitgliedschaft, dann wäre es das auch. So aber habe ich – nach meinem besten Wissen und Gewissen – nach den Tatsachen meiner Existenz gehandelt. Mir war bewusst, dass ich sozusagen den Honorarspiegel unterlaufe, natürlich habe ich mich im Vorfeld informiert. Aber ich habe für mein Projekt keinen anderen Weg gesehen und das war das Entscheidende.

Nun weiß ich nicht, ob ich anders gehandelt hätte, wenn es keinen Honorarspiegel, sondern Gemeinsame Vergütungsregeln gegeben hätte. Meine Befürchtung ist, nein. Niemand hat mich gezwungen, zu diesen Bedingungen zu arbeiten, die vielleicht sittenwidrig waren. Hätte ich, wenn ich dessen sicher gewesen wäre, geklagt? Nein. Ich war und bin überzeugt, der Film kommt mit diesem Produzenten zustande oder gar nicht. Also habe ich für etwas, das ich wollte, den Preis gezahlt. Und weil ich durch diesen Film zufällig nicht in eine Schiene gerutscht bin, die mir viele Kontakte und weitere Aufträge verschafft hat, ist es sehr gut möglich, dass ich mich beim nächsten Projekt wieder in einer ähnlichen Lage finde. Ich würde dann anders reagieren. Aber GVR-konform? Ich weiß es nicht! Meine Projekte sind meine Babies. Ihre Bedürfnisse gehen über meine eigenen.

Unter erfahreneren, etablierteren Mitgliedern geht dagegen wohl eher die Befürchtung um, die Mindestvergütungen würden auch ihre Honorare drücken. Bei der Beziehungslastigkeit unserer Branche wird das sicherlich nicht der Regelfall sein. Aber auch die ist meiner Meinung nach einem Wandel unterworfen, einem ebenfalls Globalisierungsregeln unterworfenen Generaltrend, den wir stoppen müssen: Der sich ausbreitenden Meinung, jeder-mann könne ein Drehbuch schreiben – und jeder Regisseur, Producer und Redakteur sowieso. Auch dafür taugt das Instrument GVR letztlich nicht.



Ansehen ergibt sich aus Öffentlichkeit

Weitere Bedenken habe ich, weil wir in unserer spezifischen Verhandlungsrunde vom Gesetzgeber in eine Allianz mit einem Konkurrenten um unseren Vertretungsanspruch gezwungen worden sind, nämlich mit ver.di. Dieses Zusammengehen betrachte ich mit äußerster Skepsis. Denn als Autor bin ich ebenso ein selbständiges unternehmerartiges Wesen, wie ich es als freier Journalist schon einige Jährchen früher war. Ich weiß, wovon ich rede: Ich war ver.di-Mitglied, bis ich sehr bewusst dort aus- und beim VDD eingetreten bin.

Ich habe mir von meiner Gewerkschaft Vertretung und Unterstützung versprochen.

Aber ich musste feststellen, dass sämtliche gewerkschaftlichen Aktivitäten in dem Funkhaus, in dem ich tätig bin, lediglich auf die Besitzstandswahrung der Festangestellten zielen. Auch auf einen Rechtsberatungstermin bezüglich eines Drehbuchvertrags sollte ich einen Monat warten! Unmöglich in meiner damaligen Lage.

Freie, das ist mir sehr anschaulich klar geworden, sind für die meisten Gewerkschafter eine Art unerklärliche, unappetitliche Aberration, die in eine höhere Daseinsform überführt werden muss, statt in ihrer Umwelt gefördert zu werden. Und das ist von den Ver.dianern, die sich in diesem Sinne besonders hervortun, nicht einmal böse gemeint. Es beruht auf einer Art kolonialem Reflex: Bei ver.di kann sich einfach niemand vorstellen, dass jemand freiwillig ein Einmann- oder -frau-Unternehmen ist. Wer das doch möchte, ist für Vertreter dieser Geisteshaltung ein erbarmentenswertes Geschöpf unterentwickelten Bewusstseins, das zur Not zu seinem Glück gezwungen werden muss. Mit dem Daseinszustand des Freien kann eine solche Gewerkschaft im Grunde ihres Wesens nicht nur nichts anfangen, sie lehnt ihn sogar ab.

Deshalb schimmert bei allem, was sie tut, um vermeintliche und tatsächliche Ungerechtigkeiten abzubauen, verschwommen das Ziel des lebenslang fest Angestellten, ständig Beschäftigten mit geregelter und gesicherter Arbeitszeit und Altersversorgung durch. Das ist kein schlechtes Ziel; aber leider weder ein realistisches noch ein erstrebenswertes für Menschen wie freie Journalisten oder Drehbuchautoren, die vielleicht nicht auf jeden Bestandteil davon Wert legen. Ich persönlich glaube, dass sich ver.di in dieser Hinsicht weniger bewegt

hat als es nötig wäre, um Sachwalter unserer ureigenen Interessen sein zu können.

Zudem sind wir natürliche Konkurrenten um Mitglieder, was uns, fürchte ich, sehr viel weniger bewusst ist als ver.di. Der Name dieser Organisation verdeutlicht ihren Anspruch. Ich bin sicher, im Grundsatz hätte sie nichts dagegen, den VDD als Ganzes zu vereinnahmen. In diesem Sinne habe ich auch den Auftritt ihres Gesandten auf unserer Mitgliederversammlung vor zwei Jahren verstanden: Wir können nicht ohne ver.di, aber ver.di kann durchaus ohne uns. Es wäre mir eine persönliche Freude wie ein

wirtschaftliches Bedürfnis, diesen Goliath eines Besseren zu belehren.

Es ist ja interessant und bezeichnend, dass viele andere Urheber ebenfalls nicht, oder nur in Teilen, in ver.di organisiert sind. In diesen sehe ich unsere natürlichen Alliierten, auch wenn das in manchen Fällen bedeutet, dass wir erst einmal einige grundsätzliche Konflikte lösen müssen: Stichwort Regisseure und Credits. Wir alle wissen oder ahnen, wie schwierig es allein schon ist, eine echte, schlagkräftige Allianz der Urheber zu schmieden. Doch wir teilen mit ihnen allen sowohl, dass wir solche sind, als auch dass wir in der Form des Individuums auftreten – und: Dass beides entscheidend für unsere Arbeit ist!

Der wesentliche Unterschied zwischen den Verwertern unserer Arbeit und ver.di ist für mich tatsächlich nur, dass Erstere uns im Prinzip die Urheberschaft streitig machen, Letztere die Individualität. Mit anderen Worten: Beide wollen uns, als Endziel, in das graue Heer der austauschbaren Dienstleister einreihen, nur im einen Falle stündlich kündbar, im anderen mit Ewigkeitsvertrag ausgestattet. Ich kann für mich nur sagen:

Beides müssen wir um jeden Preis verhindern, bis auf den letzten Blutstropfen. Denn auch wenn das, was ich oben „Textarbeiter“ genannt habe, nicht ehrenrührig ist und im VDD seinen Platz finden muss, so denke ich doch, dass keiner von uns darauf festgelegt sein möchte.

Da ist es übrigens gefallen, das V-Wort. Die Verwertungsstrukturen in unserem Land lassen mich als Drittes an der Bedeutung dieser GVR-Verhandlungen zweifeln. Ich fürchte nämlich, wir sitzen in der falschen Runde. Die wahren Verwerter der Rechte, die wir zu verkaufen haben, sind schließlich nicht die Produzenten. Sondern

Bei ver.di kann sich einfach niemand vorstellen, dass jemand freiwillig ein Einmann- oder -frau-Unternehmen ist.

Das Ausscheren der Fernsehproduzenten aus den GVR-Verhandlungen ist das deutlichste Anzeichen ihrer Schwäche.



natürlich die Sender, ohne die ja selbst in der Kinolandschaft wenig geht.

Wir verhandeln zwar mit den Produzenten über Geld, Rechte und grundsätzliche Elemente wie Credits (die ja nicht nur eine Frage von Vor- und Abspann sind, sondern durchaus die Einstellung der Gegenseite wiedergeben). Doch wie mir scheint, sind die Produzenten – so sehr ihre Positionen genuin mit den unseren differieren mögen – in keinem dieser Punkte auch nur annähernd frei in ihrer Vertragsgestaltung. Das Geld und viele der Konditionen, über die wir verhandeln, kommen in der Regel eben letztlich aus den Sendern. Und die engen den Spielraum der Produzenten mehr und mehr ein. Meines Erachtens ist das Ausscheren der Fernsehproduzenten aus den GVR-Verhandlungen das deutlichste Anzeichen ihrer Schwäche, das sie geben können. Darin liegen für uns Chancen, wenn wir entschlossen reagieren.

Wir stecken, glaube ich, in einer klassischen Graue Eminenz-Konstellation. Wahrscheinlich lehnen sich die Sender gerade zurück und sehen angetan zu, wie sich ihre Zulieferer gegenseitig kannibalisieren. Und ich vermute, dass es diese Situation ist, die die Fernsehproduzenten zum Abbruch der Verhandlungen veranlasst hat. Ich vermute, sie sind dabei, ihr Gewicht zu verstärken, um nicht wirtschaftlich zwischen Urhebern und Sendern zerrieben zu werden.

Auch in diesem Punkt ist mein Erfahrungsschatz begrenzt und ich lasse mich gern eines Besseren belehren. Aber viele Indizien sprechen dafür, so auch, dass die Sender durch die Degetos dieser Welt ihre eigenen, lästig gewordenen Regeln unterlaufen. Was aber gern vergessen wird ist, dass sie die Produzentenseite dadurch nicht minder bedrängen. Und das kann eine Voraussetzung dafür sein, sich später einmal zu verbünden.

Berührungspunkte gäbe es sicher genug. Nicht umsonst wird ja bei uns der amerikanische Writer-Producer immer wieder diskutiert.

Ich will die GVR-Verhandlungen weder verteufeln noch plädiere ich für ihren Abbruch. Der Pragmatismus hat geboten, in sie einzutreten und gebietet, sie fortzusetzen. Die Sitzordnung ist vom Gesetzgeber festgelegt. Und unsere Unterhändler haben viel Arbeit, Schweiß und Herzblut in sie investiert und mit Sicherheit viel erreicht und gelernt, was uns zugute kommt. Ich denke nur, dass in diesen Verhandlungen begrenzte Möglichkeiten für uns stecken. Denn mit ver.di und den Fernsehproduzenten werden wir nur Mindeststandards für standardisierte Arbeitsverfahren setzen können. An etwas anderem sind nämlich beide nicht interessiert und etwas anderes kön-

nen beide auch gar nicht. Da kann es eben nur um Textarbeit gehen: Tätigkeiten, bei denen der Dienstleistungscharakter überwiegt und die einem Angestelltenverhältnis angenähert sind. Dafür müssen wir weiterverhandeln.

Wir sollten uns aber hüten, darüber hinaus gehende Regeln festzulegen, es sei denn mit einem Gegenüber, das uns weiter entgegenkommt. Wie es derzeit scheinbar die Kinoproduzenten tun, mit denen ein Abschluss möglich scheint. Gerade die Kinoproduzenten sehe ich übrigens als künftige potentielle Verbündete gegen die Sender. Wie dem auch sei, klar ist: Wir stehen auch auf der Gegenseite einem weiteren Interessenspektrum gegenüber als zuvor.

Um nun dieser wachsenden Vielfalt gewachsen zu sein, müssen wir einsehen: Die strategische Lage wandelt sich so fundamental, dass wir zusätzlich zu Verhandlungen andere, neue Wege beschreiten müssen, und zwar schnell und mit Macht. Leider waren nicht wir die ersten, die das erkannt haben, sondern die Fernsehproduzenten. Ich bin zutiefst überzeugt, dass ihr Ausstieg die Konsequenz aus den oben beschriebenen Entwicklungen ist und nicht etwa Teil ihrer Ursache.

Ich denke, sowohl unsere gesamte Berufsgruppe wie der VDD stehen und fallen mit unserem Erfolg, die allgemeine Tendenz zur Abwertung unserer Arbeit zu stoppen. Ich finde diese Tendenz offensichtlich und glaube, wir können ihr nur entgegenwirken, indem wir das Ansehen des Drehbuchautors aufwerten.

Das macht die Welt nicht einfacher, aber es erhöht unser Gewicht als Einzelne in unseren Projekten, als Teilurheber gegenüber anderen Teilurhebern, als Verband gegenüber ver.di, Verwertern und Politik und als Künstler wie als Dienstleister. Letztlich ließe sich alles Voranstehende in einem Satz zusammenfassen: Ansehen ergibt sich in dieser Welt nicht mehr aus Leistung, Ansehen ergibt sich aus Öffentlichkeit. Und die müssen wir noch weit mehr schaffen, wir als Einzelne und wir als Verband.

Leider haben gerade wir Autoren da sehr viel Nachholbedarf. Aber unsere einzige echte Chance ist es, uns selbst und den wirtschaftlichen Souverän – nämlich das Publikum – zu überzeugen, dass wir als Urheber so wichtig für den Film sind, wie wir selber immer behaupten. Das ist unsere herausragende Aufgabe. So sehr es uns als Personen widerstreben mag: Wir brauchen PR, PR und noch mal PR. Die jüngsten Texte Berliner Kollegen geben mir persönlich da Anlass zum Optimismus. Nur: Ideen müssen Konzepte, Konzepten Taten folgen. Wir müssen die Augen weit aufmachen und wir müssen handeln.



„Why should I kehr?“ fragt sich KATHARINA RESCHKE. Und meint damit allegorisch die PR-Kampagne der Berliner Müllabfuhr, die sie in Wahrnehmungsproblematik und Missachtung von Leistungen und Qualitäten fatal an die Drehbuchautoren erinnerte. Wobei bei den städtisch bestellten Wertstoff-Nomaden die Unentbehrlichkeit ihres Berufstandes spätestens beim Streik evident wird – dieses Kampfmittel haben wir ja bislang noch nicht ausprobiert. Aber sind wir wirklich die Müllmänner der Branche? Und was können wir endlich wirklich tun, um uns zu präsentieren, als die

Marke Drehbuchautor – oder die Underdogs des Filmgeschäfts?

Im Hinterzimmer einer Berliner Kneipe trifft sich monatlich eine Gruppe von Drehbuchautorinnen und -autoren ebenso wie es ihre Kollegen in den drei anderen großen Städten der Republik tun. Sie alle sind Teil einer Selbsthilfegruppe: Gemeinsam sind wir stark! Seit vielen Jahren kämpft man jetzt schon um die eigenen Rechte, darum, dass man endlich gesehen, anerkannt und respektiert wird; dass die mit so viel Herzblut geborenen Drehbücher sich auch noch im Endprodukt Film wieder finden; dass die Regisseure mit einem sprechen, bevor sie einfach das bis ins kleinste Detail Durchdachte eigenmächtig umschreiben und verhunzen; ja, dass sie endlich als das gesehen werden, was sie sind: Der Anfang von allem, ohne den kein Film ist, ohne den keine Arbeitsplätze entstehen, ohne den die Leinwände und Fernsehschirme leer wären!

Doch irgendwie will sie keiner hören. Und so kommt es, dass nach und nach ihre Rücken immer gebeugter werden, die Gesichtszüge immer verbitterter, und die Klammerung an die Weizenbiertgläser immer fester. Auf der Suche nach neuer Hoffnung schielt man hinüber in andere Länder, besonders Amerika, wo das Ansehen ihresgleichen doch so viel besser scheint und findet dabei jedes Mal die wahren Schuldigen für ihre Misere: Es sind die Produzenten, Redakteure und Regisseure oder gar die Dramaturgen, die eine Verbesserung ihrer Lage konsequent verhindern. So trennt man sich am Ende des Abends zumindest im Konsens und hat wieder einen Keim an Hoffnung zurück erlangt, dass beim nächsten Drehbuch vielleicht doch alles besser werde, die Schuldigen endlich einsichtig, das Urheberrechte novelliert werden, und die gemeinsamen Vergütungsregeln schließlich den Durchbruch bringen mögen.

Nobody kehrs for us!

Wie kann Respekt erwirkt werden, wo keiner ist? Diese Frage hat sich auch die Berliner Stadtreinigung (BSR) gestellt und ließ eine Umfrage durchführen. Welche/r Drehbuch-

autor/in fühlt sich angesichts der folgenden Sätze nicht an die eigene Situation erinnert? In der Umfrage wurde festgestellt, dass „die BSR-Mitarbeiter kaum oder gar keine Anerkennung bekamen und wenn, dann nur, wenn etwas nicht ‚funktionierte‘. Die Müllbeseitigung wurde nicht als erbrachte Leistung empfunden, jedoch aber das Vorhandensein von Müll als nicht erbrachte Leistung registriert. Außerdem waren laut der Umfrage des Meinungsforschungsinstitutes Forsa die einzelnen Dienstleistungen der BSR nicht bekannt.“ Konsequenz daraus waren Klagen allerorts sowie missmutige und unzufriedene Mitarbeiter.

Da der BSR ihr eigenes Ansehen sowie der Respekt von außen und die Zufriedenheit ihrer Mitarbeiter wichtig war, ging sie das Problem pro-aktiv an. Sie machte Werbung für sich selbst und brachte sich und ihre Arbeit ins Augenmerk der Mitbürger. Auf Trailern und Postern in ihren orangenen Anzügen mit Besen und Mülltonnen unter witzigen Slogans wie „Dirty Harry“ und „Saturday Night Feger“ posierend, wurden die einst missachteten Müllmänner plötzlich zum Kult und Stadtgespräch, heimsten Preise ein und genossen fortan Respekt und Aufmerksamkeit für sich und ihre Arbeit – die Zufriedenheit und Motivation unter den BSR-Mitarbeitern stieg rasant. So heißt es in einer abschließenden Studie: „Durch die Aufwertung des eigenen Berufs, wurden die BSR-Mitarbeiter motiviert

zur Einlösung der Werbeversprechen in der Realität. Insgesamt seien sie mit sich und ihrer Arbeit zufriedener als zuvor und könnten sich durch das neugewonnene „Gute-Laune“-Image mit der BSR besser identifizieren.“





Wenn man Drehbuchautoren und -autorinnen auf das Thema Werbung und Marketing anspricht, so winken diese immer müde und verbittert ab. „Das ist nichts für uns. Wir wollen ja nur schreiben und uns nicht vermarkten. Wir wollen ja nur anerkannt werden und unsere Ruhe haben.“ Man kann sich vorstellen, dass die Mitarbeiter der BSR am Anfang ähnlich sprachen, als ein schicker Werber bei ihnen auftauchte und ihnen sagte, welches Potential in ihrer Vermarktung liege und dass sie schon in wenigen Wochen mit ganz neuen Augen betrachtet werden könnten und sich endlich die ersehnte Anerkennung und der Respekt einstellte. Dafür mussten sie jedoch in die Offensive gehen, und – wie Berlins Bürgermeister es ausdrücken würde –: sexy werden.

Let's kehrl!

Ende April tagten mal wieder die Drehbuchautoren/innen, doch wurde das bekannte Lamentieren diesmal durch die Frage durchbrochen, warum man eigentlich nicht einfach bei sich selbst ansetzt und das eigene Image aufpoliert, um endlich besser gesehen zu werden?! Als die erste Abwehr und die besorgtesten Einwände überwunden waren, ließ man plötzlich doch die eigene Zunft auszeichnende Phantasie und Schöpferkraft zum Zuge

kommen und sprudelte los: Was wäre eigentlich, wenn auch wir Drehbuchautoren/innen mal einen Werbefach-Profi einluden? Wie wäre es mit Baseball-Caps auf denen steht: „Hier entsteht ein Film“ und auf der Rückseite „www.drehbuchautoren.de“? Oder gute T-Shirts mit Slogans wie „Am Anfang war das Drehbuch“. Stimmt, warum macht man beim Laufen eigentlich nicht mal für sich selbst Werbung anstatt für Nike und Co.? Wie wäre es, wenn man den PR-Agenturen Filmmaterial und Interviews mit den Drehbuchautoren/innen schickt, damit sie beim Herauskommen des Films auch in Erscheinung treten? Warum versendet nicht jedes Mitglied des Verbands eine Mail, wenn es darum geht, auf die Drehbuchautoren aufmerksam machen?

Die BSR hat uns vor gemacht, wie es gehen kann. Und da wir selbst zu den Kreativen gehören, brauchen wir noch nicht einmal teure Werbeagenturen. Wenn sich also jede/r hinsetzt und ein paar originelle Ideen überlegt und diese beim nächsten Stammtisch diskutiert oder an die Geschäftsstelle des Verbandes schickt, könnten wir schon bald einen deutlichen Schritt weiter sein...

because we kehrl for us!

Beim letzten jour fixe der Berliner Autoren wurde angeregt, dass wir Ideen zusammentragen, wie die Autoren ihre Position verbessern können. WERNER KLIEß hat mehrere Vorschläge dazu unter dem Sub-Titel „Was tun!“ zusammengestellt. Einiges ist nicht neu, anderes schon gesagt worden (beispielsweise von HARTMANN SCHMIEGE, der bereits im Rahmen der Nennungsdebatte „Ein Film...?“ in SCRIPT 03 + 04/03 Wesentliches dazu geschrieben hatte). Im Zuge einer – endlich! – einsetzenden, Ernst zu nehmenden Debatte um Chancen der Public Relation wie auch der individuellen Außendarstellung und Präsentation der DrehbuchautorInnen kommen wir nicht umhin, über die Möglichkeiten, die wir abseits der virtuellen Papierfabrik noch haben, wieder und wieder nachzudenken. Wir sollten diese Auflistung auch nicht unbedingt als vollständig begreifen. Vielmehr sind wir alle dringend aufgerufen, sie sinnvoll und Erfolg versprechend zu ergänzen, anstatt uns sofort (wieder mal) in larmoyantem Gemoser und Detailkritik zu verschwenden. Setzen wir doch wie Werner Kließ lieber unsere oft beschworene Kreativität ein, um ein für alle Mal klarzustellen:

Am Anfang war das Wort. Und das Wort war Gott!

Was den Einzelnen dabei im Einzelnen helfen wird:

1. Nennung der Autorennamen durchsetzen

Ich lasse hier die Punkte weg, die vertragstechnisch sind, also vertraglich vereinbarte Nennung im Vor- und Nachspann, inklusive des Platzes im Vor- oder Nachspann, auf Werbematerial etc. Hartmann Schmige kann dazu alles beitragen, was wichtig ist. Wo man es vertraglich durchsetzen kann, wird man das machen. In der

Regel wird man nicht weit kommen, weil man in einer schwachen Position ist. Zukunftsweisend, praktikabel und im Endeffekt die vertragliche Festlegung befördernd ist es, wenn wir erreichen, bei den Journalisten die Aufmerksamkeit für den Drehbuchautor zu schärfen. Dazu kam der Gedanke, man sollte die Journalisten mit Mails bombardieren, wenn wieder mal Autoren nicht genannt wurden. Den Gedanken möchte ich aufgreifen und modifizieren.



Am Anfang war das Wort. Und das Wort war Gott!



Werner Kließ (Foto: Steve Brown)

Man sollte sich das Bombardement (400 Emails!!) für ganz besondere Fälle aufsparen, für den Alltag sind gezielte Pistolenschüsse effektiver. Wenn in der SZ, FAZ, aber auch in HörZu oder Brigitte referiert wird, wie Frau Fendel oder Frau Berben oder wer weiß nicht wer ihre Rolle entwickeln, vielleicht wird sogar erwähnt, dass ein Autor dabei war, aber der Name fällt nicht, dann sollten die Redaktionen (bzw. der Autor des Artikels) drei oder vier Mails bekommen, in denen sie auf die Rolle des Autors hingewiesen werden. Ich denke, dass wenige individuell

geschriebene Mails ausreichen. Die Journalisten sind nicht unsere Feinde. Sie nehmen das Pressematerial und fummeln sich daraus eine Story. Der Autor ist nicht in ihrem Blickfeld. Da er im Pressematerial nicht herausgestellt wird, übersehen sie ihn. An sich hat jeder Journalist sofort Verständnis für uns. Und wenn er/sie nachfragt, z.B. bei Presseführungen, wo denn der Autor ist, dann werden die Sender, die Firmen, die Presseabteilungen darauf reagieren.

Das Bombardement mit 400 Emails sollte bei ganz besonderen Anlässen losgelassen werden. Wir sollten zusammen spinnen, welche Anlässe das sein sollten.

Und noch etwas: nicht jammern! Fürs Abjammern ist „Script“ da. (Auch da werden in Zukunft neue, strengere Jammekriterien greifen! Anm. der Red.) Nach draußen sollte der Hinweis auf den Autor nichts weiter als eine Erinnerung sein, vielleicht humorvoll, wenn einem was einfällt, gewiss auch mal bissig, aber nicht beleidigt, gekränkt, wehleidig, sondern kraftvoll selbstbewusst. Vielleicht mit einem Zitat gewürzt (nach dem Muster von Hitchcocks berühmtem Wort, was man für einen guten Film braucht: Drehbuch..., Drehbuch..., Drehbuch). Oder was in der Art.

Eine Frage: Ist nicht für manche Fälle der traditionelle Post-Brief angebracht? Er hat eine gewisse Feierlich-

keit. Und bei Reaktionskonferenzen z.B. spielt das vorgelegte Papier doch nach wie vor eine besondere Rolle. Oder sehe ich das zu altmodisch?

2. Nutzung des Internet

Das Internet ist (neben vielem anderen) ein perfektes Archiv. Ich bitte die Kollegen, die sich da besser auskennen als ich, all das auf einer Seite aufzulisten, was es an Möglichkeiten gibt, die Präsenz im Internet zu verbessern. Auch das, was einem selbstverständlich erscheint. Es ist für andere vielleicht nicht selbstverständlich. So fiel neulich als Stichwort eine Adresse, die neben (konkurrierend?) zu Wikipedia existiert. Ich kannte das nicht. Andere vielleicht auch nicht.

Wir sollten uns aber nicht täuschen: So perfekt das Internet ist, so toll die persönlichen Webseiten auch sein mögen, mit Fotos, Filmausschnitten, Animation etc., so zahlreich die Nennungen beim Google-Abruf auch sein mögen: Das befördert an sich noch keine bessere Nennung der Autoren, das poliert nicht einmal das Image, es ist nichts weiter als heutiger Standard. Erst wenn der Autor durch andere Mittel ins Spiel gebracht wurde, bewährt sich das Internet als Quelle.

Zu den kreativen Möglichkeiten des Internet weiter unten.

3. Der Autor als Unternehmer

Auf dem Höhepunkt der ideologischen Diskussion der 70er Jahre wurde von Theoretikern die Abschaffung der Autorentantiemen gefordert. Und zwar, weil der (Buch-) Autor mit seinem Anteil am Verkaufserlös ja Mit-Unternehmer ist. Da Unternehmertum an sich des Teufels ist, sollten die Autoren den gewöhnlichen Arbeitern und Angestellten gleich gestellt und mit Gehältern entlohnt werden. Wir müssen nicht diskutieren, ob die Idee der Siebziger sinnvoll ist, eines aber hat sie mir ganz persönlich gebracht: Sie hat mein Bewusstsein dafür geschärft, dass der klassische (Buch-) Autor ja tatsächlich alle Cha-

rakteristika eines Unternehmers hat. Wie ein richtiger Unternehmer investiert er Jahre seines Lebens, um einen Erfolg (Ehre oder Geld oder beides) zu erlangen. Wie ein Unternehmer, der mit nichts als seiner guten Idee ins Geschäft will, nimmt er relative oder wirkliche Armut auf sich, verschuldet sich, beutet

seinen Lebenspartner aus oder lebt von einem Brotberuf.

Das müssen wir uns mit aller Macht einhämmern: Der klassische Autor, der vielen als der Idealtypus des Autors erscheint, ist Mit-Unternehmer (bzw. wünscht es zu sein). Je idealistischer er sich definiert, je entschiedener er all die Faxen wie Marketing, Publicity etc. ablehnt, desto mehr entspricht er dem Typus des Kapitalisten, von

Der Autor als Unternehmer muss investieren.

Niemand nimmt ihm das Risiko des Scheiterns ab.



dem er sich am weitesten entfernt glaubt, dem Spekulant. Der Unterschied ist, dass der Spekulant allein auf Geld aus ist, während der Autor den Ruhm will und das Geld bloß billigend in Kauf nimmt. Dieser kleine Unterschied ermöglicht ihm, sich in idealem Glanz zu sehen. Wenn ich nachfolgend für den Autor als Unternehmer bzw. Mit-Unternehmer plädiere, wenn ich im Kopf habe, was uns immer wieder von amerikanischen Autoren berichtet wird, die mit ihrem Serienkonzept zum Produzenten werden, dann ist überhaupt nichts Revolutionäres dabei. Der amerikanische Autor-Produzent ist nichts weiter als die Anpassung der klassischen Autoren-Rolle an die Gegebenheiten des amerikanischen Fernsehens.

Wie aber der amerikanische Autor-Produzent zwar ähnlich, aber nicht identisch ist mit dem klassischen Buchautor, so kann auch der deutsche Autor-Produzent nicht identisch sein mit dem amerikanischen Kollegen. Die Verhältnisse sind anders. Welche Möglichkeiten gibt es für deutsche Autoren?

Falsch ist, wenn Autoren erst einmal eine Firma gründen und sich dann um Aufträge bemühen. Selbst wenn einem ein guter Onkel genug Geld vorstreckt, um zwei Jahre zu überstehen, ist das Scheitern vorprogrammiert. In der Anfangsphase des Jungen Deutschen Films galt, dass man als Autorenfilmer selbst produzieren müsse. Alexander Kluge: „Nur als Kapitalist änderst du was ist“. Kluge und einige andere sind erfolgreiche Unternehmer geworden, sehr viele Filmmacher aber sind gescheitert, was nicht recht öffentlich wurde. Manch einer musste Jahre, Jahrzehnte lang seine Schulden abbezahlen. Man glaubte, es komme vor allem darauf an, den bösen-bösen Produzenten abzuschaffen, dann würde sich der Rest von allein ergeben („schließlich sind wir doch die Kreativen, schließlich kommt der Auftrag doch wegen meines guten Namens...“).

Zum Glück haben sich die Verhältnisse gebessert. Man muss, um die Funktion des Produzenten auszuüben, nicht unbedingt eine Firma gründen. Man kann als Producer/Produzent innerhalb einer Firma arbeiten, man kann als Kleinproduzent unter dem Dach eines Konzerns sich sehr gut auf das Eigentliche konzentrieren. Ja, es hat nicht jeder überhaupt das Talent zum Produzenten im wirtschaftlichen Sinne, es kann aber einer als Autor in einer Firma so verwurzelt sein, dass er sich ganz und gar mit Schreiben und Dramaturgie beschäftigen kann und dabei eine sehr einflussreiche Position inne hat. Aber er muss das auch können.

Für die amerikanischen Autoren-Produzenten kann ich es nicht verbürgen, aber ich gehe jede Wette ein, dass

jeder dieser Leute, die ihre Serien selbst produzieren (fast ausnahmslos unter dem Schirm großer Studios) seine Erfahrungen als Story-Editor (mindestens) oder Producer hat. Die Autoren-Produzenten Althammer/Willschrei/Kließ haben jahrelang als angestellte Produzenten (nach heutigem Sprachgebrauch: Producer) gearbeitet, bevor sie sich selbständig machten.

Also was tun? Jeder Autor sollte sich darum bemühen, für einige Zeit einen Job in einer Firma auszuüben, sei es angestellt, sei es auf Honorarbasis, seien es mehr dramaturgisch oder mehr organisatorisch orientierte Jobs. Man muss sich dabei vor Augen halten, dass solche Jobs mit einem temporären

Verzicht bei der Autorenkarriere verbunden sein können. Wenn es bei einem Autor gut läuft, verdient er mehr als in jedem Dramaturgen-Job. In der Zeit, die ein Autor mit der Reparatur mäßiger Drehbücher zubringt, schreibt er unter Umständen locker einen eigenen Stoff. Das bringt mehr Spaß und mehr Geld. Darüber hinaus wird der Job, der einem angeboten wird, in der Regel bei einer Serie, mit großer Wahrscheinlichkeit gerade nicht der sein, den man sich erträumt. Aber, erinnern wir uns, es geht darum, dass Autoren sich als Unternehmer definieren sollten. Der Unternehmer muss investieren. Niemand nimmt ihm das Risiko des Scheiterns ab. Und er muss Kärnerarbeit leisten. Jeder.

Diese Dinge bewegen sich im traditionellen Rahmen. Ich sehe darüber hinaus noch ganz andere Chancen. Und zwar im Internet.

4. Das Internet kreativ nutzen

Zum Thema Internet werden sicher einige Kollegen mehr wissen als ich. Wenn ich bewirke, dass Sie mir heftig widersprechen und mit viel besseren Ideen kommen, haben meine Anmerkungen ihren Zweck erfüllt.

Anlässlich jeder Messe, jeder Funkausstellung verkünden alle einflussreichen Manager, dass Internet-Fernsehen die ganz heiße Sache ist. Und dass das Problem im Bereich des „content“ liege. Da müsse man was machen, da wolle man investieren. So wird seit Jahren geredet.

Typisch ist das Interview mit Herrn Zeiler (RTL Group) im SPIEGEL vom 23.4.07. Er macht sich beinahe lustig über Murdoch („der wohl mächtigste Medienmanager der Welt“), der eine Milliarde in Internet-Unternehmen gesteckt hat. RTL gehe, sagt er, einen anderen Weg, man entwickle „Inhalte“. Schön und gut. Kluger Mann, möchte man meinen. Doch dann kommen seine Beispiele, nämlich „Marken wie RTL“ und „M6“. Und dann doch tatsächlich das abgekupferte Format



Am Anfang war das Wort. Und das Wort war Gott!

„Deutschland sucht den Superstar“. Es geht hier nicht um Fragen des Geschmacks – „Superstar“ ist eine erfolgreiche Sendung und ein Sender wie RTL braucht so etwas. Man muss sich das aber auf der Zunge zergehen lassen, wenn man verstehen will, was einer der führenden deutschen Medienmanager meint, wenn er davon spricht, in „Inhalte“ zu investieren, er nennt diese – und nur diese! – Beispiele: die „Marke RTL“, „M6“ und „Superstar“!!!

Während Murdoch anscheinend erkannt hat, dass das Internet ein neues Medium ist, das Chancen eröffnet, die weit vom bisherigen Fernsehen entfernt liegen, sieht Zeiler, das durchzieht das Interview wie ein roter Faden, darin nur eine weitere Abspielmöglichkeit für Fernsehen. Das wird es natürlich auch sein (ist es teilweise schon), aber erst wenn die eigentümlichen Chancen erkannt, ausgebaut, genutzt werden, ist das Internet wirklich interessant. Zeilers Linie entspricht genau den Erfahrungen, die ich bei einem Projekt Handy-Filme gemacht habe. RTL wie ProSiebenSat.1 sind nicht bereit, auch nur einen Cent in die Entwicklung von Ideen zu investieren. Bei meinem Geschäftsmodell hätten sie nicht einmal Bargeld in die Hand nehmen müssen, die Produktion hätte sie nichts gekostet, aber allein schon in die Promotion, für die sie die Kompetenz ja haben und an deren Erfolg sie beteiligt gewesen wären, wollten sie nichts stecken. Sie starren nur auf die Verwertungsmöglichkeit altbekannter Sachen. (Ich kann über meine Erfahrungen mündlich referieren, wenn Sie das möchten.)

Nein, so kommt man nicht weiter. Der richtige Weg ist „Ehrensief“. Ich sage Ihnen damit natürlich nichts Neues. Und Sie wissen so gut wie ich, dass mit Sachen wie „Ehrensief“ kein Geld verdient wird. Trotzdem ist so ein Internetfernsehen das, was Sie machen sollten. Wenn Sie als Autoren offen für neue Formen sind. Wenn Ihr Traum der Abend füllende Spielfilm ist, eigentlich sogar der große Roman, dann sollten Sie die Finger davon lassen. Sie sollten sich darauf nur einlassen, wenn Sie spontane, kindliche Freude an pfliffigen neuen Sachen haben. Wenn es denn gut wird, wird sich schon was draus ergeben. Sei es, dass mit Internet-Fernsehen dann doch was verdient werden kann (woran weltweit alle arbeiten), sei es, dass sich aus einem Berliner Ehrensief was anderes ergibt, meinetwegen (falls die Entwicklung noch Zeit braucht) dann doch zunächst traditionelles Fernsehen. Aber ich bin mir sicher, dass das, was sich da ergeben wird, eben doch im Endeffekt ganz anders aussehen wird als durchschnittliches Fernsehen.

Im Grunde steckt im Internet-Fernsehen, wie es heute schon existiert, nichts anderes als die gute alte Idee des Autorenfilms. Mit dem Unterschied, dass der Auto-

renfilm von Regisseuren kam, die die Autorschaft usurpiert haben, während Internet-Fernsehen echtes Autoren-Fernsehen ist. Einmal ist der technische Aufwand nun wirklich so gering, wie sich kein Autorenfilmer es je erträumen konnte, zum anderen ist das, was da bisher läuft, sehr stark vom Wort bestimmt. Was im Bild stattfindet, kann jeder von uns leisten.

Heinrich von Kleist hat eine Tageszeitung herausgegeben. Er ist nicht etwa gescheitert, weil das Blatt zu anspruchsvoll war, es war journalistisch innovativ, populär und zunächst außergewöhnlich erfolgreich, es scheiterte an Zensur und politischer Intrige. Es versteht sich, dass Kleist nicht etwa die blöde Idee hatte, die Tageszeitung wäre vor allem eine Möglichkeit zur Verbreitung seiner Werke. Seien wir so klug wie er und erkennen, dass mit dem Internet heute ein neues Medium entsteht mit eigenen Chancen, eigenen Begrenzungen, eigenem Quatsch, eigenem Tiefsinn.

Ich möchte das oben Gesagte (Finger davon lassen, wenn einer partout auf den Spielfilm zusteuern will) revidieren. Sie müssen als Autoren vom Status des Papierchen-Verschickers wegkommen. Wenn Sie Internet-Fernsehen machen, qualifi-

zieren Sie sich als Macher. Wohin das führt, weiß keiner. Es kann im Internet eine wirtschaftliche Basis finden, es kann eine Vorstufe für Fernsehen oder Kino sein, es kann sein, dass Sie erkennen, dass ihre eigentliche Berufung gar nicht das Schreiben ist, sondern das Produzieren. Mein Partner Georg Althammer hat als Autor angefangen, später dann war er nur noch Produzent. Nicht weil er nicht schreiben konnte, durfte oder sollte, sondern weil er das tat, was ihm am meisten Spaß machte. Es kann sein, dass inhaltlich nichts von dem, was Sie konkret machen, in spätere Projekte einfließt (deshalb sollten Sie beim Ausprobieren neuer Inhalte, Formate, Spielereien nicht pingelig sein), die Erfahrungen, die Sie für sich selbst machen, werden auf alle Fälle kostbarer sein als Gold.

Vielleicht ergibt sich eine Möglichkeit des genuinen Berliner Internet-Fernsehens in Zusammenarbeit mit Leuten, die ich im nächsten Abschnitt erwähne:

5. Das Live-Spektakel

Die folgenden Gedanken sind Fetzen, Splitter, Einfälle. Ich kann das, was ich meine, nur unbestimmt ertasten, ich bitte Sie, liebe Kollegen, um Hilfe, Belehrung, Anregung, gedankliche Ordnung:

In dem Maße wie der Alltag technisch durchrationalisiert und zugleich von körperlicher Mühsal entlastet wird, wächst das Bedürfnis nach realem Erlebnis. Man kann das an tausend Dingen ablesen, am Sport (ausübend und – vor allem! – rezipierend), an der Kneipen-



kultur, bis hin zu den künstlichen Sandstränden in Berlin, an kulturellen Live-Spektakeln. Ich will den Blick lenken auf das, was uns und unseren Möglichkeiten nahe liegt. Es ist, besonders in Berlin, eine sehr breite Kultur von literarischem Live-Event entstanden. In den Zeitungen liest man vor allem, wenn ein aus Funkfilmfernsehen bekannter Schauspieler Kafka oder Tucholsky liest. Oder der preisgekrönte Dichter aus seiner Neuerscheinung bei Suhrkamp.

Nun, das hat natürlich seine Berechtigung, regt mich aber nicht an. Neu und spezifisch sind die Lesebühnen und die Slam-Poetry-Wettbewerbe. Dort lesen Autoren ihre eigenen Produktionen. Sie sind in der Regel genau für diesen Zweck, für den Vortrag, geschrieben. Deshalb tun sich Verlage damit auch schwer. Die Sachen leben vom Vortrag. Nicht alles eignet sich, zwischen zwei Buchdeckeln zu existieren. Aber Gemach! Jeder sagt, dass Gedichte eigentlich laut gelesen werden sollten. Wer aber liest Gedichte wirklich laut? Tatsächlich existieren Gedichte eben doch nur zwischen Buchdeckeln. Lyriker können sich schon als erfolgreich sehen, wenn hundert Exemplare tatsächlich und wirklich und ungemogelt verkauft werden. In Slam-Wettbewerben aber blüht plötzlich das vorgetragene Gedicht auf. Natürlich ist das nicht Suhrkamp'sche Jahrhundertlyrik, es ist witzig, absurd, dann wieder sentimental, bekennerrisch, peinlich, obszön, dann wieder besinnlich-freundlich, immer pointiert, immer unverkrampft. Nein, das stimmt nicht, es ist durchaus oft verkrampft. Aber der Kampf eines Autors mit seinem Text vor Publikum kann viel Charme haben, auch wenn der Text an sich nicht so bedeutend ist.

Was bedeutet das alles nun für den Drehbuchautor? Vom Poetry Slam, von der Lesebühne führt doch kaum ein Weg zu dem großen Kinofilm?

Nun, nicht direkt, aber selbst das ist nicht ausgeschlossen. Bedenken Sie, dass der Poet Robert Gernhardt und seine Freunde von „Titanic“, also Verfasser von Texten, die dem Geist der Lesebühnen verwandt sind, die Autoren der Otto-Filme waren. Wenn zum Talent für den Witz auch filmisches Verständnis gekommen wäre, hätten die Otto-Filme Meisterwerke sein können. Minutenweise blitzt das Talent da ja immer auf. Wichtig erscheint mir, dass wir Autoren, deren eigentliches Metier das Dramatische ist, uns überlegen, ob wir nicht dramatische Live-Spektakel produzieren sollten. In Wedding gab es oder gibt es eine Soap in einem Mini-Theater, Titel ist mir entfallen („Gutes Wedding, schlech-

tes Wedding“???) . Die Texte schreibt eine TV-Autorin. Leider ist die Realisierung mäßig. Die Vorstellungen sind ausverkauft. Geld wird da trotzdem nicht doll verdient. Das liegt aber auch daran, dass wegen der geringen Qualität der Performance eine weitere Verwertung nicht angebracht erscheint. Das muss ja nicht so sein. Eine meiner Lieblingsbühnen ist die Neuköllner Oper. Unterhaltung auf höchst professionellem Niveau. Warum ist das nicht mit Wort-Stücken zu machen? Vielleicht mit Live-Musik dazu? Manche Lesebühnen bieten da Erstaunliches.

Mindestens eine Lesebühne (jeden Sonntag, Kulturbrauerei) bietet (häufig? immer?) selbst gebasteltes „Fernsehen“ an, „Woltersdorfer Fernsehen“ oder so heißt es. Miserabel getextet, schwach ausgeführt. Aber die Idee ist gut. Und dass es auch im höchst professionellen Fernsehen entsetzlichen Quark gibt, hindert uns nicht, für das Fernsehen zu arbeiten.

All das sind, wie gesagt, ungeordnete Einfälle, Splitter, Impressionen. Vielleicht fällt Ihnen dazu was ein. Ich war noch nie bei einem Drehbuch-„reading“. Ist das was? Mumpitz oder kreative Möglichkeit?

Jeder Autor, der bei dem (noch zu erfindenden) „Wilmers Dorftheater“ oder an der „Prenzlauer Bergbauernbühne“ mitmisch, hat sich über den bloßen Status des Papierchen-Verfassers hinausgehoben. Das zählt bei der Karriere. Für andere. Aber vor allem für einen selbst. Und wenn man Glück hat, dann wird die Prenzlauerberg/Wilmersdorfer/Kreuzberger Sumpflume selbst zu einem Markenzeichen im TV oder im Internet. Keiner weiß das. Niemand kann sagen, dass dort die großen Karrieren gemacht werden. Aber wie der Musiker den Auftritt braucht, auch wenn die relevanten Einnahmen aus ganz anderen Quellen kommen, gewinnt der dramatische

Autor, wenn er sich mit realer Präsentation auskennt. Er wird zum Macher. Und damit mehr oder weniger zum Mit-Produzenten. Kaufmännisches Wissen im professionellen Sinne braucht er nicht, es genügt die Solidität eines guten Hausväterchens (oder Mütterchens). Produzent im wirtschaftlichen Sinne muss man nicht werden. Wie ja auch der klassische Romanautor nicht Verleger sein will. Er ist einverstanden damit, dass diese Arbeit von Leuten gemacht wird, die was davon verstehen. Wenn der Film- und Fernsehautor in eine Rolle kommen will, die der des klassischen Autors entspricht, dann muss er sich als Macher qualifizieren.

Vom Poetry Slam, von der Lesebühne zum großen Kinofilm?

Dass es im höchst professionellen Fernsehen entsetzlichen Quark gibt, hindert uns ja auch nicht, dafür zu arbeiten.



Katharina Reschke beschäftigt sich mit dem Grundsätzlichen. Werner Kließ denkt über alternative Autorenmodelle nach. FRANK ZELLER geht ergänzend davon aus, dass wir endlich anfangen müssen, unser Öffentlichkeits-Potential, das uns zur Verfügung steht, auszuschöpfen. Er fordert dabei nicht mehr und nicht weniger als ein

Image Lifting

Meine volle Zustimmung findet der Grundsatz, dass Jammern nicht hilft. Und ebenso wenig dient es uns, „Feinde“ zu identifizieren bei Produzenten, Regisseuren, der Presse etc. Wer nicht genug geliebt und beachtet wird, dem nützt es meistens nichts, den anderen nachzulaufen mit dem Vorwurf: Warum beachtet ihr mich nicht? Es bringt eher was, sich auf irgendeine Weise wieder interessant zu machen. In der Mediengesellschaft ist unsere Bedeutung und unsere Stellung in erheblichem Maße davon abhängig, ob überhaupt und wie wir öffentlich wahrgenommen werden. Unser Berufsstand braucht mehr Präsenz in den Medien.

Der Verband hat in der Vergangenheit für mein Gefühl tatsächlich gute Öffentlichkeitsarbeit gemacht. Aber eben nur als Verband, als Berufsstand, im Sinne von Berufspolitik. Das ist ein begrenzter Blickwinkel, der natürlich nur von wenigen Interessierten beachtet wird. Auf diesem Feld allein können wir niemals breitere Kreise interessieren – für uns und das, was wir tun, warum wir es tun, was daran wichtig ist etc.

Regisseure finden auch deshalb viel Beachtung und haben somit viel Gewicht in der Produktion, weil die Zuschauer zumindest einige Herausragende von ihnen kennen, ihre Gesichter, ihren Werdegang, ihre Vorlieben und Gedanken, ihre Stories und Anekdoten zum Dreh etc. Weniger prominente Regisseure profitieren dabei eindeutig von der großen Bedeutung der Prominenteren. Analog dazu würde es dem ganzen Berufsstand der Autoren zu Gute kommen, wenn zumindest einige von uns es schaffen könnten, öffentlich in Erscheinung zu treten. Natürlich diejenigen, von denen ein Werk gerade im Blickpunkt steht, also ein Kinorelease, eine wichtige Fernsehstrahlung, die Beachtung findet, ein Serienstart etc. Eigentlich gibt es keinen sachlichen Grund, warum das nicht geschehen sollte. Etwas zu sagen haben wir allemal zu unseren Produkten.

Nach dieser Vorrede hier meine konkreten Vorschläge:

1. Wir wollen in die Pressearbeit der Produktion eingebunden werden

Wie schon an anderer Stelle gesagt wurde, läuft die normale Pressearbeit der Produktionsfirmen nach einer Routine, in der Autoren nicht vorkommen. Es wird während

der Dreharbeiten ein Pressetermin am Set vereinbart, an dem Regie und Hauptdarsteller für die Journalisten zur Verfügung stehen. Wir sollten sowohl als Verband als auch als Individuen darauf dringen, dass wir dazu eingeladen werden. Eigentlich spricht wenig dagegen. Weiterhin müssen wir darauf drängen, auch bei den Pressekonferenzen berücksichtigt zu werden. Der Verband könnte hier eine kleine Kampagne organisieren, wo Produktionsfirmen und ihre Presseabteilungen, Presseagenten sowie Zeitungs- und Rundfunkredaktionen auf dieses Problem aufmerksam gemacht werden. Möglicherweise ist der Widerstand gar nicht so groß, es mag in der Vergangenheit auch daran gemangelt haben, dass wir diesen Wunsch (und unsere Bereitschaft zur Mitarbeit) nicht klar genug vertreten haben.

2. Wenn nötig organisieren wir zusätzlich eigene Pressearbeit

Falls wir auf diesem Weg nicht weiter kommen, sollten wir eigene Pressearbeit zu organisieren versuchen. Vielleicht können wir einen der professionellen Presseagenten für die Beratung gewinnen. Immer dann, wenn eine Produktion in die Vermarktungsphase geht und ins Medieninteresse vorrückt, sollte auch Infomaterial über den Autor verschickt werden etc. Die Rolle des Verbandes dabei: er sollte unterstützen bei der Verteilung des Materials, z. B. in Form einer gepflegten Adresskartei; er sollte flankierend auch dem Mitglied den Rücken stärken, indem er das Material versendet (der einzelne Autor sollte nicht als peinlicher Wichtighuber dastehen); und er könnte die Erstellung solcher Materialien auch unterstützen in Form von Beratung etc.

3. Wir müssen uns verfügbar machen für die Medien

Regisseure und Darsteller sind in der Phase der Vermarktung stets beliebte Interviewpartner für alle möglichen Medien, auf jedem Niveau, von „Süddeutsche“ bis „Frau im Spiegel“ oder was auch immer. Allerdings können diese Leute auch nur eine begrenzte Zahl von Interviews absolvieren. Wir sollten uns Lücken suchen, wo auch wir auftauchen können. Kleinere Tageszeitungen, Kundenzeitschriften usw., die keine eigenen Termine mit den Stars bekommen, könnten Interesse an einem Original-



interview mit einem Autor haben. Wir müssen uns Wege erarbeiten, wie wir das den Redaktionen schmackhaft machen können. Wir sollten keine Angst haben, dabei klein anzufangen. Wichtig ist, dass wir dann möglichst gut sind, also uns spannend und unterhaltsam präsentieren. Dann könnte der Effekt eintreten, dass größere Redaktionen

sich die Frage stellen, warum sie eigentlich nie die Autoren fragen.

4. Coaching

All das hat wie gesagt nur Sinn, wenn wir dann auch wirklich was Spritziges auf Lager haben. Da liegt ein Problem, die wenigsten von uns sind schon als begnadete Selbstdarsteller geboren. Vor einem laufenden Tonband oder gar einer Kamera zu sitzen bedeutet für die meisten von uns erheblichen Stress.

Natürlich gibt es für solche Fälle in der Wirtschaft teure Coaching-Seminare, doch wir können sie uns kaum leisten. Aber: Wir haben unter unserer Mitgliedschaft Regisseure, Kameraleute, und vor allem Journalisten. Da ist genug Expertise, um fürs Erste allein mit unseren Bordmitteln ein Training auf die Beine zu stellen. Entweder als Wochenendseminar für interessierte Mitglieder, oder als Service nach Bedarf für diejenigen, für die absehbar ist, dass sie bald in die entsprechende Situation kommen könnten.

5. Screenings

Die Agentur „Barbarella“ macht sich bekanntlich verdient, indem sie Drehbuch-„readings“ veranstaltet. Dort wird ein unverfilmtes Drehbuch von oftmals sehr prominenten Schauspielern mit verteilten Rollen vor einem Publikum live gelesen. Das ist ein guter Ansatz, zumal sich diese Veranstaltungen tatsächlich zu einem informellen Branchentreff entwickeln. Einwenden könnte man, dass durch die Auswahl von meistens ziemlich „unkonventionellen“ Arthausstoffen ungewollt der Eindruck verstärkt wird, dass Drehbuchautoren eher diese verkopften Typen sind, die, wenn man sie mal machen lässt, schwer verdauliche Kost produzieren.

Seit einiger Zeit lade ich mir aus dem Internet die Podcasts der amerikanischen „Variety Screenings“ herunter. Was

dort gemacht wird: Von einer Fachzeitschrift werden die Filme, die gerade neu veröffentlicht sind, in einer Sondervorstellung präsentiert – für die Fachöffentlichkeit und in Anwesenheit des Autors. Anschließend findet ein Podiumsgespräch zwischen einem Redakteur und dem Autor statt. In lockerem und unterhaltsamem Gesprächsstil werden zunächst der Autor und sein Werdegang kurz vorgestellt, dann geht es zur Geschichte des konkreten Projektes (woher kommt die Idee, was geschah bei der Recherche, welche Entwicklungen durchlief das Buch etc.) und schließlich in eine fachliche Diskussion über Charaktere, dramaturgische Fragen etc. Im amerikanischen Plauderton gelingt es erstaunlich gut, die Diskussion sowohl für Autorenkollegen als auch für andere Film-schaffende und interessierte Zuschauer interessant zu halten.

(Wer sich die Originalformate anhören will:

<http://creativescreenwritingmagazine.blogspot.com>

oder <http://www.variety.com/index.asp?layout=podcast>)

Wir könnten uns dieses Modell zum Vorbild nehmen und VDD-Screenings veranstalten. Man braucht dafür Sponsoren, die z.B. einen Kinosaal und eine kleine Mikroanlage zur Verfügung stellen, und natürlich kann es schwierig sein, die Vorführrechte zu bekommen. Sollte aber alles lösbar sein. In diesem Fall sollte man als Autoren ev. auch Nichtmitglieder berücksichtigen, Hauptsache sie haben eine interessante Produktion im Gepäck, die geeignet ist, das gute Drehbuch öffentlich zu zelebrieren.

6. „In Anwesenheit des Autors“

Jeder Schriftsteller wird nach Erscheinen seines Buches vom Verlag auf Lesereise geschickt quer durch die Buchhandlungen der Republik. Das ist offensichtlich ein unverzichtbares Marketinginstrument – und für manche Autoren auch eine ganz gute Einkommensquelle.

Regisseure werden von Kinos, gern auch aus der Provinz, ebenfalls eingeladen, um die eine oder andere Vorstellung durch ihre Präsenz zu adeln („In Anwesenheit des Regisseurs!“) und im Anschluss mit dem Publikum zu plaudern.

Warum machen wir das nicht? Wer immer von uns eine geeignete Produktion am Start hat, sollte signalisieren, dass er auch für so was bereit steht, also ab jetzt „in Anwesenheit des Autors.“ Der VDD könnte dabei organisatorische Hilfe leisten, indem er z.B. solche Möglichkeiten in der Fachpresse der Kinobetreiber oder wo auch immer bekannt gibt o. ä. Auch hier sollte es kein Problem sein, wenn wir erstmal klein anfangen, denn allein die Tatsache, dass es diese Art von Veranstaltungen gibt, verändert schon etwas.



Am 1. Januar 2003 trat in der Schweiz eine reformierte Verordnung zur Filmförderung in Kraft. Das Modell „Success Cinema“, die sogenannte „Erfolgsorientierte Filmförderung“ basiert vor allem auf zwei innovativen Punkten:

1. Neben dem Hersteller können auch Drehbuchautoren und Regisseure Anträge auf Projektförderung stellen.
 2. Drehbuchautoren und Regisseure erhalten Referenzgelder.
- Für MARIA THERESIA WAGNER stellt sich dabei die Frage:

Mehr künstlerische Freiheit = mehr Erfolg?

Stellt ein Drehbuchautor selbst einen Antrag auf Projektförderung, sind diese Gelder bei Bewilligung an ihn gebunden. Vorteil für den Autor ist ein damit einhergehender Co-Produzenten-Status, ohne dass er dazu gleich eine eigene Produktionsfirma gründen müsste.

Strukturen auf Augenhöhe

Die Bindung der Gelder an den Autor schafft neue Strukturen – auf Augenhöhe statt in der alt gewohnten einseitigen Abhängigkeit. Anfangs gab es dagegen Vorbehalte von Seiten der Produzenten. Inzwischen, so heißt es, habe sich das geändert. Auch von Produzentenseite werde das neue Modell begrüßt. Die Erfahrungen damit seien durchwegs positiv. Nach einer Evaluation der ersten Förderkonzepte aus den Jahren 2003 bis 2005 wurden deshalb die neuen Grundlagen auch für die Konzepte 2006 bis 2010 übernommen. Empirisch belegt wird die Beobachtung der Auswirkungen des Reformmodells durch eine Studie der Universität St. Gallen – hoch renommiert vor allem im Bereich der Wirtschaftswissenschaften - im Auftrag des Bundesamtes für Kultur.

Anstieg der Zuschauerzahlen

Fazit der Berichte ist vor allem eines: Das neue Modell, dessen Kern eine Stärkung der Position der Autoren ist, bringt einen Anstieg der Zuschauerzahlen. Der Marktanteil der Schweizer Filme ist in relevantem Ausmaß gestiegen.

Alte Klischees greifen nicht mehr. Das gilt vor allem für die traditionelle Unterteilung in „Kunst und Kommerz“, die nicht selten eine Rechtfertigung dafür lieferte, dass künstlerische Freiheit beschnitten werden müsse, weil sonst angeblich der wirtschaftliche Ruin drohe. Die aktuellen Erfahrungen aus der

Schweiz zeigen ein neues Bild. Im Gegensatz zu den alten Vorurteilen und Behauptungen scheint es geradezu explizit einen Zusammenhang zwischen künstlerischer Freiheit und Erfolg beim Publikum zu geben. Anders ausgedrückt: Die Verbesserung der Stellung der Drehbuchautoren und die Stärkung ihrer Unabhängigkeit hat offensichtlich einen direkt proportionalen Bezug zum Erfolg an der Kinokasse.



Kontinuität und Professionalisierung

In Deutschland ist – mit Ausnahme von zwei Länderförderungen, der Filmstiftung NRW und der Hessischen Filmförderung – bisher ausschließlich beim Kuratorium Junger Deutscher Film eine Antragstellung durch den Autor möglich. Einziger Ausweg aus dem Dilemma: Wenn er eine eigene Produktionsfirma gründet und seine Filme selbst produziert. Dass dieser Weg nicht für jeden Autor oder schreibenden Regisseur die passende Lösung sein kann, liegt auf der Hand.

Das neue Modell, dessen Kern eine Stärkung der Position der Autoren ist, bringt einen Anstieg der Zuschauerzahlen.

Die Tendenz, Förderkonzepte hinsichtlich der Stärkung der Produzenten auf Kontinuität, hinsichtlich der Förderung von Autoren und Regisseuren dagegen überproportional auf Debüts auszurichten, scheint eines der in der



Vergangenheit häufiger übersehenen Probleme des Europäischen Filmes zu sein. Vor diesem Hintergrund fällt auf, dass zu den Zielen des Schweizer Reform-Modells ausdrücklich die Ausrichtung auf Kontinuität und Professionalisierung gehört. Einen Antrag auf Förderung bei der erfolgsabhängigen Filmförderung stellen, können nur nachweislich professionelle Drehbuchautoren. „Die gesuchstellenden Personen sowie ihr leitendes Personal müssen professionelle Filmschaffende sein und für die Tätigkeit, für die sie Finanzhilfe beantragen, über eine entsprechende Ausbildung und über Berufserfahrung verfügen“ (Artikel 3).

Erfolgsbeteiligung für Drehbuchautoren

Der Name „Erfolgsabhängige Filmförderung“ hat die Idee zur Grundlage, dass erfolgs- und publikumsbezogenes Denken unterstützt und belohnt wird. Dass neben den Herstellern auch Drehbuchautoren und Regisseure einen Anspruch auf einen Anteil an Referenzgeldern haben, bedeutet eine unmittelbare Beteiligung am Erfolg eines Filmes. Berechnet wird dies nach der Zahl der Eintrittskarten, die im Kino verkauft werden. Das heißt, nach Überschreiten einer bestimmten Anzahl von Zuschauern, werden nach einem festgelegten Schlüssel Referenzgelder verteilt. Den größten Teil erhält der Hersteller, also die Produktionsfirma, nämlich 3 Franken pro Eintrittskarte. Der Verleih erhält 2 Franken pro Eintritt. Der Regisseur erhält 80 Rappen. Der Drehbuchautor erhält ebenfalls 80 Rappen. Bis zu 50.000.- Franken können insgesamt an einen Autor oder an einen Regisseur als Einzelperson ausbezahlt werden. (Artikel 41). Beträge, die darüber hinausgehen, können ausschließlich Produktionsfirmen zufließen.

In Euro umgerechnet kann nach dieser Regelung eine natürliche Person (im Gegensatz zu einer Firma) bis zu einer Höchstgrenze von 75.000.- Euro Referenzgelder erhalten, wenn sie gleichzeitig Autor und Regisseur ist. Bis zur Hälfte dieses Betrages können an eine Person ausbezahlt werden, wenn sie entweder Autor oder Regisseur ist. Dieses Geld nennt sich „Drehbuchgutschrift“ oder „Regiegutschrift“ und ist zweckgebunden zu verwenden: Für den Drehbuchautor zum Schreiben eines neuen Drehbuches, dessen Thema er selbst bestimmen kann. Für den Regisseur zur Projektvorbereitung oder auch z.B.

dafür, selbst in die Drehbuchentwicklung zu investieren. (Artikel 45)

Die Relation dieser Aufteilung der Referenzgelder basiert auf der Überlegung, dass es für die Stärkung der gesamten Branche wichtig ist, Produktionsfirmen die Möglichkeit zu geben, eigenes Kapital zu bilden – das zur Herstellung neuer Filme verwendet werden kann. Und dass gleichzeitig die Unabhängigkeit und Eigenverantwortlichkeit von Autoren und Regisseure gestärkt wird – was sich vor allem auf den Bereich der Stoffentwicklung bezieht.

Ausblick

Die Frage, inwieweit Aspekte des erfolgreichen Schweizer Modells auch in Deutschland neue Impulse setzen können, gehört zu den Schwerpunkt-Themen des VDD im Rahmen der Novellierung des Filmförderungsgesetzes. Vorbilder für neue Konzepte gibt es zudem auch aus anderen Ländern Europas, zum Beispiel aus England, Norwegen, Irland und Österreich. Vorrangige Themen sind auch hier die Stärkung und Professionalisierung der Stoffentwicklung, mit dem Focus auf mehr Unabhängigkeit für die Autoren.

Wenn Produzenten inzwischen immer deutlicher äußern und fordern, dass sie auch als kreative Partner gesehen werden wollen, ist das ja möglicherweise Ausdruck derselben Schiefelage einer überholten Struktur, wie die

traditionelle Ohnmachtsposition der Drehbuchautoren. Aus der Schweiz jedenfalls ist Folgendes zu hören: Ein „Nebeneffekt“ der Reform sei, dass alte Feindbilder zwischen Drehbuchautoren, Regisseuren und Produzenten sich auflösen. Ob und wie das geschehen kann, hängt offenbar eng mit der Frage zusammen, ob es gelingt, Strukturen zu entwickeln, die nicht nur einen Umgang auf Augenhöhe möglich machen, sondern auch allzu starre Rollenverteilungen in zeitgemäßere Modelle weiterentwickeln. Eine Struktur, die darauf beruht, dass auf der einen Seite die Macht den alleinigen Zugriff auf die Geldkasse für sich beansprucht, und auf der anderen Seite ohnmächtig die Kreativität strampelt, verkrustet. Filme aber sind bewegte Bilder. Und an der Bewegung lieben wir bekanntlich die Lebendigkeit. Das könnte auch für Geschichten gelten – und für die Frage, wonach der Zuschauer entscheidet, ob er wieder mal ins Kino geht.

***Die „Erfolgsabhängige
Filmförderung“ hat
die Idee zur Grundlage,
dass erfolgs- und
publikumsbezogenes
Denken unterstützt und
belohnt wird.***

Preise

Preise

Drehbuchpreis Emden - „Grimme- preis für Drehbuchautoren“

Am Freitag, dem 15. Juni 2007 wurde im Rahmen des 18. Internationalen Filmfestes Emden-Norderney zum dritten Mal der Volkswagen Drehbuchpreis verliehen. Die Jury wird vom Adolf-Grimme-Institut berufen und gilt deshalb in der Szene als „Grimmepreis für Drehbuchautoren“. Der VDD freut sich darüber, dass in diesem Jahr alle drei Nominierten Mitglieder des VDD waren: Der Volkswagen Drehbuchpreis ging in diesem Jahr an den Berliner Autor **Hardi Sturm**. Die mit 10.000 Euro dotierte Auszeichnung wurde ihm beim Internationalen Filmfest Emden-Norderney für das Buch „Up! Up! To the sky!“ verliehen. Jeweils 1.000 Euro erhielten **Daphne Großmann** („Ich bin nicht aus Stein“) und **Ulrike Maria Hund** („Das letzte Goldhamstergeheimnis“).

Der Volkswagen Drehbuchpreis gehört mit seinen insgesamt Euro 12.000 Preisgeld zu den höchstdotierten Drehbuchpreisen in Deutschland. Volkswagen-Sprecherin Christiane Krebs-Hartmann bekräftigte bei der Verleihung im Emden „Klub zum guten Endzweck: „Die Jury hat einen guten Riecher bewiesen. Der Erfolg der Preisträger zeigt, was für eine hohe Qualität die nominierten Drehbücher haben.“

Der VDD gratuliert den Preisträgern herzlich zu ihrem Erfolg.



v.l.: Ulrike Maria Hund, Hardi Sturm, Daphne Grossmann
(Foto: Abdruck genehmigt d. VW-Drehbuchpreis)



Preise, Wettbewerbe, Termine



Monika Bleibtreu und Hanna Herzprung in „Vier Minuten“

„GOLDENE LOLA“ für Chris Kraus „Vier Minuten“, Drehbuch und Regie von VDD-Mitglied Chris Kraus, wurde mit der GOLDENEN LOLA in der Kategorie BESTER FILM ausgezeichnet!



Wir freuen uns mit ihm und gratulieren herzlich zu diesem großartigen Erfolg!

Chris Kraus hat sie endlich - die fescche Lola

Wettbewerbe

5. éQuinoxe Screenwriters' Workshop

Bis zum **15. Juni 2007** können sich Autoren für die Teilnahme am 30. éQuinoxe Screenwriters' Workshop, der im Herbst voraussichtlich wieder in Evian stattfinden wird, bewerben. Die eingereichten Drehbücher müssen mindestens bis zur 3. Drehbuchfassung entwickelt sein und der Autor sollte bereits einen Film realisiert haben.

Die Teilnahme am ca. einwöchigen Workshop ist für Autoren kostenfrei. Weitere Informationen zum Workshop und die Bewerbungsunterlagen finden Sie im Netz: www.equinoxegermany.de

4. Norddeutscher Filmpreis 2007

Die Filmförderung Hamburg und die MSH schreiben auch in diesem Jahr wieder den Norddeutschen Filmpreis aus.

Bestes Drehbuch:

- Autorenpreis
 - 10.000 Euro Preisgeld
 - Es können verfilmte oder in Realisierung befindliche Drehbücher eingereicht werden.
 - Die Autorin bzw. der Autor ist aus Hamburg oder Schleswig-Holstein ODER
 - die Geschichte muss inhaltlich einen eindeutigen Bezug zu Hamburg und/oder Schleswig-Holstein haben. Ihre Bewerbung mit den geforderten Unterlagen schicken Sie bitte bis zum **31. Juli 2007** an die FilmFörderung Hamburg GmbH, Stichwort: Norddeutscher Filmpreis Friedensallee 14 - 16, 22765 Hamburg
- Ansprechpartner für weitere Informationen: Antje Reimer, MSH GmbH, Tel: 0451/790 7665 reimer@mshfoerderung.de Julia Grosch, FilmFörderung Hamburg, Tel: 040/398 3714

Drehbuchwettbewerb Altötting

Der Landkreis Altötting schreibt mit Unterstützung des FFF Bayern einen Drehbuchwettbewerb für einen 90-Minüter aus (Kino, TV-Movie oder Pilot für eine TV-Serie) aus.

Der Stoff soll einen Bezug zum Landkreis Altötting haben.

Einreichschluss **1. Oktober 2007**

Die besten drei Stoffe werden mit 10.000, 3.000,- und 2.000 EUR prämiert.

Exposés in 9-facher Ausfertigung an: Landratsamt Altötting

z. Hdn. Landrat Erwin Schneider „Drehbuchwettbewerb“

Bahnhofstr. 38, 84503 Altötting

Infos: Ulla Stadler

Tel: 08671 – 502106

www.lra-aoe.de

Termine



18. – 23. September 2007

Dienstag, 18.9.

10.00 – 16.00 Uhr
Präsentationstraining für die Autoren der Krimi Stoffbörse (am Do)
Sibylle Kurz, Pitching-Expertin

11.00 – 17.00 Uhr
Werkstatt-Gespräch der MONACO Film zu „Der Kriminalist“

Ein kleiner Arbeitskreis vorausgewählter Autoren entwickelt gemeinsam mit der Produzentin die mitgebrachten Drehbuchideen weiter
Leitung: Claudia Schneider, Produzentin MONACO Film Prof. Thomas Feltes/ Viktimologe, Lehrstuhl an der Ruhr-Universität Bochum Christian Berkel, Filmschauspieler und Hauptdarsteller (abhängig vom Dreh)

Mittwoch, 19.9.

10.00 – 16.00 Uhr
RTL Werkstatt-Gespräch Zu „Alarm für Cobra 11“ und „post mortem“

Ausgewählte Drehbuchideen werden gemeinsam analysiert und fortgeschrieben

Leitung: Barbara Thielen / RTL Fernsehspielchefin Hermann Joha / Produzent action concept

10.00 – 16.00 Uhr
Präsentationstraining für die Autoren der Krimi Stoffbörse (am Do)
Sibylle Kurz, Pitching-Expertin

20.00 Uhr
Filmpremiere: WDR Tatort „Verdammt“

Termine

Filmgespräch mit: Gebhard Henke / WDR, Sonja Goslicki / Colonia Media, Maris Pfeiffer / Regisseurin, Andrea Hanke und Katja De Bock / WDR

Donnerstag, 20. 9.

9.00 – 10.30 Uhr

Der Krimi boomt – wer gewinnt die Zuschauer?

Klaus Bassiner / ZDF; Gebhard Henke / WDR; Carl Bergengruen / SWR
Barbara Thielen / RTL ; Joachim Kosack / SAT1

Moderation: Georgia Tornow / film20

10.30 – 12.00 Uhr

Laufen dem deutschen Fernsehkrimi die Zuschauer davon?

Deutsche Krimis im internationalen Markt, ausländische Krimis im deutschen Markt. Dr. Dirk Schweitzer / RTL; Dr. Alexander Coridaß / ZDF
Enterprises Alicia Ramirez / producers at work; Klaus Bassiner / ZDF
Marc Conrad / typhoon, Moderation: Georgia Tornow / film20

13.00 – 14.30 Uhr

Krimi Stoffbörse (60 Minuten Pitch und anschl. Gespräche) Ausgewählte Drehbuchautoren präsentieren ihre Ideen zu 90-Minütern und Serienkonzepten

Auswahl: Katja de Bock / WDR, Kerstin Ramcke / Studio Hamburg, Stephan Ottenbruch

15.00 – 17.30 Uhr

Kurzfilm-Wettbewerb (Krimi, Thriller, Mystery und Artverwandtes)

In Kooperation mit dem SWR und der MFG Filmförderung Baden-Württemberg: Ausgewählte Kurzfilme von Hochschülern und Krimidebütanten werden in Anwesenheit ihrer Macher auf großer Leinwand präsentiert. Die Jury zeichnet vor Ort die drei besten Beiträge aus.

Dotierung: 4.000 Euro Wettbewerbsbeiträge noch bis: 30. Juli 2007

18.00 – 19.30 Uhr

Die Zukunft: Rechtemehrwert Profitable Folgeverwertungen

Jörg Winger / UFA; Dirk Figge / zeec; Isa Ostertag / ZDF Neue Medien; T-Mobile / N.N.; RTL interactive / N.N. Moderation: Georgia Tornow / film20

20.00 Uhr

Preisverleihung Kurzfilm-Preis

In Kooperation mit dem SWR und der MFG (Filmförderung Baden-Württemberg) 21.00 Get Together - Konspirativer Treff der Medien- und Krimibranche

Freitag, 21.9.

9.00 – 10.30 Uhr

KDD – Der neue Realismus

Kathrin Breininger / Produzentin Hofmann & Voges; Orkun Ertener / Drehbuchautor; ZDF- Hauptredaktionsleiter Klaus Bassiner; der zuständige Redakteur: Axel Laustroer
Gesprächsleitung: Eva Marz, Süddeutsche Zeitung

10.45 – 12.15 Uhr

Zwischen Sektionstisch und Elektronenmikroskop

Neueste Methoden der Rechtsmedizin Prof. Dr. Markus Rothschild, Rechtsmedizin Uni Köln

13.00 – 14.00 Uhr

Wie vermarkte ich mein Drehbuch?

Gloria Burkert, Produzentin

14.15 – 15.45 Uhr

Der neue Krieg in den Städten Der gesellschaftliche Kampf um Abschluss und Anerkennung von Jugendlichen aus der Innenperspektive von Jugendgangs Kemal Özbaşı, Streetworker in Berlin

16.00 – 17.30 Uhr

Länderschwerpunkt USA: Trends und Entwicklungen im amerikanischen Krimi Susanne Müller / ZDF
Enterprises, NY

17.45 – 18.45 Uhr

Video- und Computergames – Perspektiven in einem neuen Markt (In Planung)

20.00 Uhr

RTL Film Premiere: Frank Schätzing's „Mordshunger“

Anschließend: Filmgespräch mit den Machern

Samstag, 22.9.

9.00 – 11.00 Uhr

Böse Gene? (AT)

Joe Bausch, Filmschauspieler und Arzt

11.15 – 12.45 Uhr

„Zwischen Zivilisation und Chaos - Die Cop Serie THE SHIELD“ Martin Compant, Journalist und Autor

14.30 – 16.00 Uhr

Lesung Deutscher Kurzkrimi-Preis Grusche Juncker, Rowohlt-Verlag
Anne Caplet, Autorin Gisbert Haefs, Autor

20.00 Uhr

Abendgala

Festlicher Abschluss mit großem Unterhaltungsprogramm und zahlreichen prominenten Gästen - Preisverleihung der ROLAND – Filmpreis für Innovation im Krimigenre Preisträger 2007: Rolf Basedow / Drehbuchautor Jury: Gloria Burkert / Filmproduzentin, Hajo Gies / Krimiregisseur, Martina Kalweit / TV Spielfilm-Redakteurin, Prof. Dr. Karl Prümm / Filmwissenschaftler, Jacques Berndorf / Autor

Preisverleihung Deutscher Kurzkrimi-Preis





Rechtsberatung

Rechtsberatung

Die kostenfreie Rechtsberatung des VDD bezieht sich auf Rechtsprobleme der Verbandsmitglieder, die aus ihrer beruflichen Tätigkeit als Drehbuchautor entstehen. Vor Abschluss eines Vertrages sollte jedes Mitglied diesen zur Prüfung an die Geschäftsstelle übersenden. Dr. Henner Merle, Justitiar des VDD, wird das juristische Management übernehmen und eine schnellstmögliche Überprüfung sicherstellen. Diese kostenfreie Beratung erstreckt sich auf die Vertragsüberprüfung oder damit in Verbindung stehende Maßnahmen. Sie schließt keine schriftlich zu fertigenden Gutachten, Schriftwechsel mit dem Produzenten/Sender oder Prozesskostenbeihilfe ein. In Fällen, die grundsätzliche Arbeitsprobleme von Drehbuchautoren berühren, kann der Vorstand des VDD auf Antrag des Mitglieds eine Beihilfe für Prozesskosten oder Gutachten gewähren, wenn der zugrunde liegende Vertrag zum Vertragscheck vorgelegt worden ist.

Bitte senden Sie den zu überprüfenden Vertrag per e-mail, Fax oder per Post zunächst an die Geschäftsstelle.

Die Geschäftsführerin wird eine Vorprüfung vornehmen und die weitere Bearbeitung durch die juristischen Berater organisieren. Durch diese zentrale Organisation der Vertragsberatung wird der VDD frühzeitig Veränderungen in der Vertragspraxis wahrnehmen und seine Mitglieder darüber informieren können. Wir werden Verträge genau darauf hin überprüfen und die Usancen bzw. Veränderungen dokumentieren.

Impressum

SCRIPT

Mitgliederzeitschrift des Verbands deutscher Drehbuchautoren e.V.

Erscheinungsweise: vierteljährlich
21. Jahrgang, Ausgabe 2

Herausgeber:

Verband deutscher Drehbuchautoren e.V., vertreten durch den Vorstand

Die Beiträge der einzelnen AutorInnen geben weder die Meinung der Redaktion noch des VDD wieder. Für unverlangt eingesandte Manuskripte wird keine Haftung übernommen.

Verantwortlich im Sinne des Presserechts und für die Anzeigen:
Xaõ Seffcheque

Redaktion:

Xaõ Seffcheque
seffcheque@drehbuchautoren.de

Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Gerlind Amos, Uli Brandt, Steve Brown, Bettina Buchler, Matthias Dinter, Werner Kließ, Achim Kröpsch, Martin Maaß, Stefanie Probst, Katharina Reschke, Monika Schmid, Kerstin Stelter, Wolfgang

Tegude, Katharina Uppenbrink, Maria Theresia Wagner, Andrea Zeitinger, Frank Zeller

Redaktionelle Beratung:
Jürgen Starbatty

Druckerei:

Copy Print Kopie- & Druck GmbH, Ernst-Reuter-Platz 3-5, 10587 Berlin

Layout: Katja Clos | GrafikDesign
Obentrautstr. 32/5, 10963 Berlin
katja@clos.de

Rente mit staatlicher Förderung



Ich berate Sie individuell bundesweit über:

- Künstlersozialkasse
- Versorgungswerk der Presse
- Riester-, Rürup-, Privatrente

Michael Weber

Geprüfter Versicherungsfachmann (BWW)
Beauftragter der Presse-Versorgung

Allianz Generalvertretung · Spezialorganisation
Kardinal-Wendel-Str. 55, 67346 Speyer
Tel. 0 62 32.7 84 56, Fax 0 62 32.7 29 70
E-Mail: weber.vdp@t-online.de

Allianz 



Vorstand

Pim G. Richter
Geschäftsführender Vorstand
richter@drehbuchautoren.de

Dr. Knut Boeser
Geschäftsführender Vorstand
boeser@drehbuchautoren.de

Dr. Christoph Falkenroth
falkenroth@drehbuchautoren.de

Dr. Christina Kallas
kallas@drehbuchautoren.de

Carolin Otto
otto@drehbuchautoren.de

Marietheres Wagner
wagner@drehbuchautoren.de

Geschäftsführung
Katharina Uppenbrink
uppenbrink@drehbuchautoren.de

Geschäftsstelle
Verband Deutscher
Drehbuchautoren e.V.
Charlottenstr. 95, 10969 Berlin
Tel. 030 – 2576 2971
Fax 030 – 2576 2974
www.drehbuchautoren.de

Berliner Bank
BLZ: 100 200 00
Kto: 038 43 43 200
Postbank
BLZ: 100 100 10
Kto: 3978-101

Redaktionsschluss für die
nächste Ausgabe ist (auf
Grund des Krimiforums
„Tatort Eifel“ in Daun)
diesmal bereits Montag,
der 13. August!

iSFF
Institut für Schauspiel
Film- und Fernsehberufe
an der VHS Berlin Mitte

**Jetzt
bewerben!**

**Weiterbildung für professionelle
Schauspieler/-innen,
Film- und Fernschaffende**

Tel: 030/200 92 74 42 oder www.isff-berlin.de



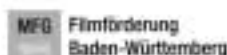
City VHS

www.drehbuchcamp.de



DrehbuchCamp

3.- 8.9.2007 in Wiesbaden



ARD Degeto®

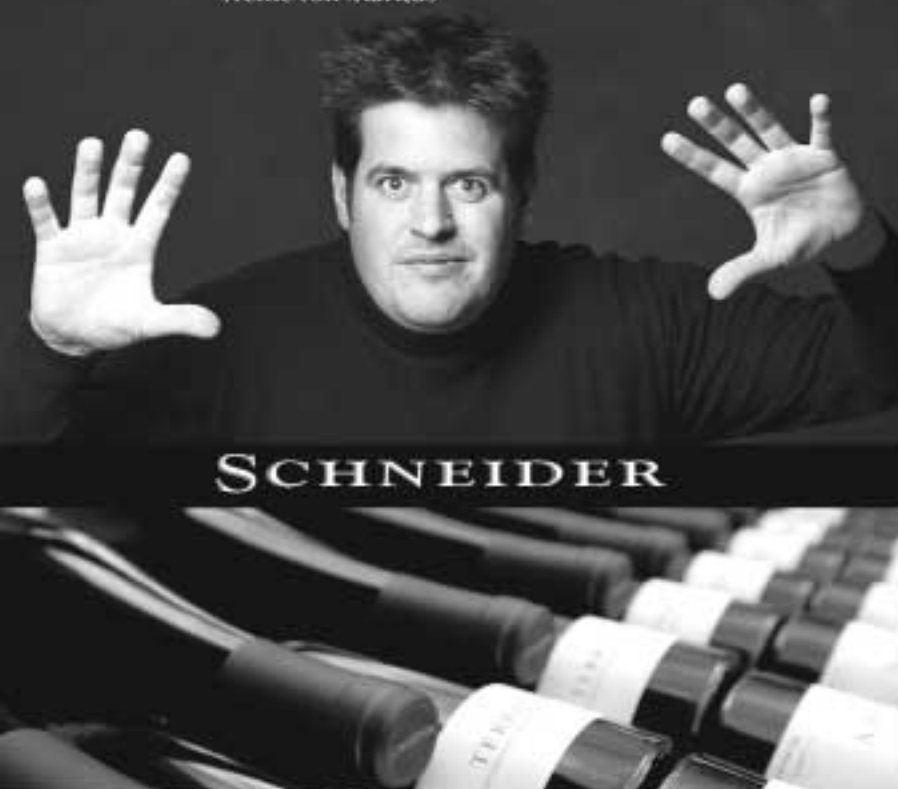
Tel. 07634 / 591 316
Fax 07634 / 591 317

DIE TRAINER

- Keith Cunningham (München/Chicago)
Reinhild Dettmer-Finke (Freiburg)
Andreas Hausmann (Stuttgart)
Christa Hein (Berlin)
Andreas Kirchgäßner (Merdingen)
Wolfgang Kirchner (Berlin)
Sibylle Kurz (Erbach)
Willy Meyer (Allensbach)
Tom Schlesinger (München/San Francisco)
Bernd Storz (Reutlingen)
Andres Veiel (Berlin)
Christoph Weber (Köln)
Dominik Wessely (Stuttgart)
Klaus-Peter Wolf (Norden)

· www.ilbarile.com ·

Weine von Markus



SCHNEIDER

Ursprung Magnum 2005

Preis: 15,00 Euro

Ein Rotwein aus den heißen Rebparzellen des Feuerberges. Er zeigt sehr früh ausladende rote und dunkle Beerenfrüchte sowie Aromen von Schokolade und Kräutern.

Kirchenstück 2005

Preis: 13,00 Euro limitiert

In der Nase leichte, frische Erdbeertöne. Am Gaumen reife Ananas, feine Rieslingfrucht mit Noten von gelbem Kernobst; sehr mineralischer Abgang, dabei schmelzig und dicht. Ein Gedicht.

Einzelstück 2004

Preis: 20,00 Euro limitiert

Von den ältesten Portugieser Rebparzellen, welche Ende der 20er Jahre des letzten Jahrhunderts gepflanzt wurden. Ein elegantes Wesen von zupackender Art mit Frucht und Tanninkomponenten in vollendetster Form.

Blackprint 2005 - Schokolade und Wein Preis: 14,50 Euro

Das Präsent besteht aus einer Flasche Blackprint sowie der gleichnamigen Schokolade, die von der Firma Zotter hergestellt wird. Charakteristisch an der Schoki: 70% Kakao mit einer Füllung aus Johannisbeergelee und Johannisbeertrester (also mit Alkohol). Der Wein beeindruckt mit seiner tiefen Art, seinen dunklen Reflexen und seinen Aromen von dunklen Früchten. Eine Cuvée aus St. Laurent, Syrah, Merlot und Cabernet Sauvignon.

· Il Barile · Eduardstraße 3 · 42275 Wuppertal · Telefon 02 02 · 55 27 50 · Fax 02 02 · 55 27 21 ·

ILBARILE



Weindistribution

· E-Mail ilbarile@t-online.de ·



Der neue Baustein zur Sicherung Ihrer Zukunft.

Eine Kombination, die sich auch für Selbstständige rechnet:
Basisrente und Berufsunfähigkeitsschutz.

Als unabhängiger Finanzdienstleister entwickeln wir intelligente Vorsorgekonzepte. Profitieren Sie von den Möglichkeiten der privaten Altersvorsorge und sichern Sie sich bereits heute Ihre Grundversorgung im Alter. Für ein individuelles Beratungsgespräch steht Ihnen Ihr MLP-Berater jederzeit gerne zur Verfügung.

MLP Finanzdienstleistungen AG
Geschäftsstellen Düsseldorf VI
Wolfgang Tegude
Liesegangstraße 17 a, 40211 Düsseldorf
Tel 0211 • 36972 • 14
wolfgang.tegude@mlp.de
www.mlp.de

Jetzt staatliche Förderung
für 2007 mitnehmen!

Sie verdienen das Beste.

 **MLP**
Private Finance