

»Wir machen drehfertig!«

Filmproduktionen aus der Bauhaus-Schmiede

Es gibt Menschen, die suchen im November einen gerade schlüpfenden Schmetterling. Oder auch solche, die versuchen, mitten im Thüringer Wald ein totes, durchnässtes Reh trocken zu fönen. Oder jene, die sich vorgenommen haben, die äußersten Punkte Europas zu finden und bekannt zu machen. Was sich nach bizarren Liebhabereien und außergewöhnlichen Hobbys anhört, sind Situationen, die bei Dreharbeiten des Weimarer Filmnachwuchses schon mal vorkommen können.

Absolventen der Bauhaus-Universität haben bereits mit vielen erfolgreichen Projekten von sich reden gemacht. Kurzfilme wie »Kalkheim« von sonnendeck.tv oder »Die Gelegenheit« von der ostlicht filmproduktion heimsten Preise ein und reisten auf renommierte Filmfestivals. »Neon Eyes«, ein Film von Kaliber 16, lief auf den Filmfestspielen in Venedig, der in Weimar gedrehte Kurzfilm »Mozartbrot« von EreK Kühn wurde auf Festivals in Brasilien, Indien und Luxemburg gezeigt. Dieser Erfolg spornt an. Inzwischen hat eine ansehnliche Reihe von Jungfilmern mit einem Diplom der Bauhaus-Universität eine eigene Filmproduktionsfirma auf die Beine gestellt. Jüngstes Beispiel: septemberfilm thüringen, für deren Kurzfilm »Voller Augen« im Herbst die letzte Klappe in Erfurt fiel.

Am Anfang steht immer eine Idee, die dann während des Studiums zu einem Projekt reift. Die in der Unizeit entste-

henden Filme sind eine gute Schule, meint Marc Olf von sonnendeck.tv. Meist sind die Studenten bei ihren Debütfilmen alles in einem: Drehbuchautor, Regisseur, Produzent. Wochen- oder monatelang stehen die Jungfilmer unter Stress, doch wer einmal Feuer gefangen hat, bleibt dabei.

Die studentischen Filmvorhaben müssen zum größten Teil selbst finanziert werden, die Universität stellt gewöhnlich nur die Technik. Jedem wird schnell klar: Filmedrehen ist nervenaufreibend und vor allem aufwändig. Die Drehtage sind von der ersten bis zur letzten Minute durchgeplant. Die Schauspieler und Statisten, das Team und die Drehorte, die Technik und die Requisiten: Alles muss exakt zur richtigen Zeit am richtigen Ort sein. Ein Drehtag ist ein sensibles Gefüge, bei dem jede unbekannte Größe zu unangenehmen Überraschungen führen kann. Marcel Lenz von der ostlicht filmproduktion hat es bei den Dreharbeiten zum Film »8. Juni« erlebt. »Wir hatten drei Drehtage am Gletscher in Island vorgesehen. Was wir nicht erwartet hatten, war der dichte Nebel, der uns von früh bis spät umgab. Und dann ging auch noch die Kamera kaputt.« Irgendwann an einem der 18-Stunden-Tage lichtete sich jedoch der Nebel, konnte die Kameraelektronik eigenhändig repariert werden.

Obwohl die Bauhaus-Universität keine klassische Filmhochschule ist, erhalten

die Absolventen in den Studiengängen Mediengestaltung und Visuelle Kommunikation das wichtigste Rüstzeug für die Arbeit in der Filmbranche. Die handwerkliche Ausbildung im Projektstudium ist dabei das A und O. Nur ein Produzent, der die Drehabläufe bestens kennt und weiß, was etwa ein Motivaufnahmeleiter richtig oder falsch machen kann, hat später ein Gespür dafür, wer dieser Aufgabe gewachsen ist und wer an anderer Stelle besser aufgehoben ist. EreK Kühn von Randlicht Film wünscht sich, dass das Projektstudium um BWL-Kurse und um die professionelle Arbeit mit Schauspielern erweitert wird. Als Regisseur werde er oft danach gefragt, mit welchen Schauspielern er schon zusammen gearbeitet habe. Dann könne er nur auf wenige Referenzen verweisen. Juristische und kaufmännische Grundlagen habe er sich mühevoll über Weiterbildungsangebote oder nach dem Prinzip Learning by doing aneignen müssen.

Der eigentliche Motor zum Weitermachen sind jedoch die ersten erfolgreich gelaufenen Kurzfilmprojekte. Die kleinen Kunstfilme sind selten dafür geeignet, Geld mit ihnen zu verdienen. Vielmehr dienen sie als Referenz und Visitenkarte, um Förderer, Sponsoren oder Auftraggeber zu gewinnen und in die Branche einzusteigen. Doch es gibt sie, die besonders gelungenen Kurzfilme, dann fließt sogar Geld an die Macher zurück. So kaufen



»Voller Augen« von septemberfilm thüringen



»Mozartbrot« von RANDLICHT FILM

3sat, MDR oder arte regelmäßig Fünf- bis Zwanzigminüter an, um damit ihre Kurzfilmformate zu füllen. Mit den Erlösen finanzieren die Jungfilmer ihre nächste Idee. Üblich ist es auch, neben der Produktion eigener Projekte kommerzielle Auftraggeber zu bedienen – Imagefilme und PR-Videos für Firmen, Musikvideos für Musiklabels. Neben allem künstlerischen Anspruch ist eben auch eine gute Portion Geschäftssinn vonnöten, um sich in der Branche zu etablieren.

Die großen regionalen Filmförderungen – die Mitteldeutsche Medienförderung und die Kulturelle Filmförderung der Thüringer Staatskanzlei – setzen voraus, dass ein junger Produzent in der Lage ist, Projekte selbst zu finanzieren, bevor sie ihre begehrten Fördergelder ausschütten. Eine nächste Hürde bedeuten dann die Stapel von Antragsunterlagen, die ausgefüllt werden müssen. Kontakte, die schon während des Studiums entstanden sind, sind jetzt unbezahlbar. Irgendwer kann immer weiterhelfen und Erfahrungen weitergeben. Alle Nachwuchsfilmemacher betonen, wie wichtig es sei, über den Weimarer Tellerrand hinaus zu schauen und Verbündete in anderen Filmhochschulen zu finden.

Die größte Klippe, die es für die jungen Produzenten zu überwinden gilt, ist die Finanzierung des ersten großen Langfilms. Verhandlungen mit Banken stehen

an, sehnsüchtig werden Förderzusagen erwartet. Ohne Sponsoren geht nichts. Große Schauspielernamen gelten als Türöffner, und meist ist das erste Spielfilmprojekt nur über eine Koproduktion mit einer anderen Filmfirma zu realisieren. Nur wer auch lange Durststrecken aushält und sich immer wieder aufrappelt, kommt weiter. »Nahezu jedes Projekt kommt an den kritischen Punkt, an dem es so aussieht, als wäre alles verloren. Wer dann ohne Plan B da steht, sieht alt aus, da Plan A fast immer schief geht«, weiß Guido Schwab von ostlicht. Für ihn gehört neben Organisationsgeschick und Ausdauer vor allem gute Menschenkenntnis zum Beruf des Filmproduzenten und verweist auf den ansehnlichen Stab von Leuten, mit denen er immer wieder zusammenarbeitet.

*Claudia Weinreich,
Universitätskommunikation*

Kontakte:

RANDLICHT FILM, www.randlicht.de

sonnendeck.tv, www.sonnendeck.tv

septemberfilm thüringen,
www.septemberfilm.de

ostlicht filmproduktion, www.ostlicht.de

GeoLoco

www.geoloco.de

Gründerpersönlichkeiten:

Andreas Feddersen, Johannes Romeyke, Irina Thoss, Sascha Ahmann, Martin Hackl

Geschäftsidee

- GeoLoco entwickelt und produziert positionsbezogene multimediale Stadtführungen und Leitsysteme für Besucher fremder Städte als digitale Begleiter
- das herausragende technologische Merkmal ist die Einbindung der GPS-Technologie und die Verknüpfung mit einem serverbasierten Content Management System im Internet.
- Angebot spezifischer, aktueller Informationen zum jeweiligen Standort des Anwenders
- Ausgabegeräte sind handelsübliche PDAs und Smartphones

Probleme

- Anschaffung der Hardware als sehr kostenintensiver Faktor

Tipps für Neugründer

- nicht von konjunkturellen Schwankungen beeinflussen lassen, sondern sich lieber auf das Kreative und Besondere der eigenen Idee zu verlassen und diese konsequent verfolgen



»Casino 2001« von sonnendeck.tv



Foto: Martin Tuch