



Sonntag, 29. April 2012 (20:05-21:00 Uhr), KW 17

Deutschlandfunk / Abt. Musik und Information

- Wiederholung immer samstags 07:05-08:00 Uhr auf Dradio Wissen -

FREISTIL

Hier werden Träume produziert

Das Bavaria Filmstudio

von Markus Metz und Georg Seeßlen

Redaktion: Klaus Pilger

[Produktion SWR 2010]

Manuskript

Urheberrechtlicher Hinweis

Dieses Manuskript ist urheberrechtlich geschützt und darf vom Empfänger ausschließlich zu rein privaten Zwecken genutzt werden.

Die Vervielfältigung, Verbreitung oder sonstige Nutzung, die über den in §§ 44a bis 63a Urheberrechtsgesetz geregelten Umfang hinausgeht, ist unzulässig.

© **Deutschlandradio** ||

- ggf. unkorrigiertes Exemplar -

GERÄUSCH

Atmo Dreharbeiten von „Girl on a Bicycle“: Stimmen, englisch, deutsch, französisch

DARÜBER SPRECHER

Bavaria Film-Studios, Grünwald-Geiseltal vor den Toren Münchens. Das Gebäude 134 wird „Bavaria Jet Set“ genannt. Ein fast 30 Meter langer Flugzeugrumpf in Originalgröße nimmt es fast vollständig ein. Von außen sieht er mit seinen Holzverstrebungen etwas improvisiert aus, innen dagegen einem echten Flugzeug täuschend ähnlich: Economy- und Businessclass-Sitzreihen auf Schienen, Fenster mit Abdeckungen, Bordküche, Bordtoilette. Auf dem "Bavaria Jet Set" herrscht hektische Betriebsamkeit, englische, französische und deutsche Sätze fliegen im internationalen Team hin und her, die Dreharbeiten für die deutsch-französische Filmkomödie „Girl on a Bicycle“ sind in vollem Gange. Außen am Flugzeugrumpf ist auf Höhe der Bordtoilette die Flugzeugwand abgenommen. Kameramann Robert Fraisse und Regisseur Jeremy Leven überlegen, wie die Kamera positioniert sein muß, um eine Schlüsselszene des Films, die in der Bordtoilette spielt, optimal ins Bild zu rücken.

GERÄUSCH HOCH

SPRECHERIN

Das Innere der Passagiermaschine, detailgenau aber filmgerecht nachgebaut, kann sich je nach Bedarf vom Langstrecken-Airbus in eine schmalere Kurzstrecken-Maschine verwandeln. Seit 2009 bereichert das Jet Set die sogenannten Standard-Dekorationen der Bavaria, zu denen auch ein Gerichtssaal und eine Villa zählen. So ein Meisterstück des Kulissenbaus ist für einen Film mit Darstellern aus Fleisch und Blut auch im Zeitalter digitaler Bildbearbeitung unerlässlich. Das Bavaria-Flugzeug, bereits als Kulisse genutzt für „Männerherzen“ oder „Der Doc und die Hexe“, wird noch in vielen Filmen und Fernsehserien auftauchen. Und irgendwann vermutlich neben dem Unterseeboot aus Wolfgang Petersens „Das Boot“ und den Figuren aus der Michael Ende-Verfilmung „Die unendliche Geschichte“ zu einer weiteren Attraktion der Bavaria-Filmtour werden, die Besuchern einen Einblick gewährt in die faszinierende Welt des Filmemachens, in das Funktionieren einer Traumfabrik.

GERÄUSCH HOCH

Ansage:

Hier werden Träume produziert

Das Bavaria Filmstudio

Von Markus Metz und Georg Seeßlen

SPRECHER

Im aufgeregten Durcheinander der Drehvorbereitungen hält sich ein junger Mann im dunklen Anzug im Hintergrund: Max Wiedemann, der Produzent. Mit seinem Schulfreund Quirin Berg gründete er 2003 die „Wiedemann & Berg Filmproduktion“. Gleich der erste Kinofilm der jungen Firma, Florian Henckel von Donnersmarcks „Das Leben der Anderen“, wurde mit einem Oscar ausgezeichnet. Die Bavaria ist für Max Wiedemann seit der Kindheit ein Traumort.

O-TON 1 Max Wiedemann

Als geborener Münchner bin ich mit der Bavaria-Filmstadt bzw -Filmtour groß geworden. Ich kann mich erinnern, als ich als Kind auf dem Drachen Fuchur geritten bin und mit großen Augen die Kulissen von „Das Boot“ angesehen habe. Als Filmproduzent kommt man natürlich an der Bavaria nicht vorbei: Es gibt zahlreiche Kulissen, in denen man drehen kann, große Studiohallen, in denen man Bauten realisieren kann, es gibt jede Form der technischen Unterstützung. Von dem Equipment über die Postproduktion bis zum Kostüm- und Ausstattungsverleiher ist alles auf einem Gelände, was man benötigt, um einen Film herzustellen.

SPRECHER

Bavaria-Filmstadt Geiseltal: Über 1.000 Menschen arbeiten auf dem Areal von 300.000 Quadratmetern mit zwölf Studios unterschiedlicher Größen, mehreren Kulissenstraßen, Drehvillen sowie Standard-Motiven wie Gefängnis, Gerichtssaal, Polizeirevier. Im Fundus der Bavaria Film- und Theaterausstattung stehen 13.000 Möbel, 110.000 Kostüme und 72.000 Requisiten zur Verfügung.

SPRECHERIN

Gegründet im Jahr 1919 als „Münchener Lichtspielkunst AG“ haben die Bavaria Filmstudios eine wechselvolle Geschichte hinter sich. Hier entstanden Komödien und Monumentalfilme in der einzig ernst zu nehmenden Konkurrenz zur Berliner Ufa. Hier arbeiteten Regisseure wie Alfred Hitchcock und Ingmar Bergman; hier spielten Stars wie Sophia Loren oder Elizabeth Taylor. Hier begegneten einander das alte deutsche Kino und der neue deutsche Film, hier sah man einen Fritz Umgelter mit „Jerry Cotton“-Filmen ebenso am Werk wie Rainer Werner Fassbinder.

O-TON 2 Matthias Esche

Das ist ein ganz wichtiges Element und eine erste Ableitung für mich zu sagen, dass die Filme, die wir herstellen, aus einer Traumfabrik kommen. Natürlich sind Filme auch Verwirklichung von Träumen oder regen zu Träumen an.

SPRECHER

– Matthias Esche, Geschäftsführer der Bavaria Film GmbH –

O-TON 3 Matthias Esche

Aber Film ist viel mehr, es ist im weitesten Sinne ja auch die Abbildung von Realitätspartikeln, Film ist Kunstform genauso wie eine unterhaltende. Das, was die Bavaria auszeichnet als Studio, als Gruppe mit zahlreichen Tochterfirmen der Produktion und der Dienstleistung, ist, dass sie das ganze Segment visueller Produktion umfasst.

MUSIK „Somewhere over the Rainbow“ aus „The Wizard of Oz“

DARÜBER SPRECHER 2

Prolog: Traumfabrik! Von kritischer Abscheu zu postmoderner Zärtlichkeit. Wie ein Begriff seinen Wert veränderte

MUSIK HOCH

SPRECHER

Ursprünglich war der Begriff „Traumfabrik“ das Leitmotiv einer radikalen Kritik.

SPRECHER 2

„Die Traumfabrik ist ein Teil der riesigen kapitalistischen Verdummungsmaschinerie, die für die Profitinteressen oder in anderen Worten die „heiligsten Güter“ zu arbeiten hat. Der kapitalistische Mensch rettet sich aus dem Stumpfsinn der Realität in das Reich der am laufenden Band erzeugten Träume.“

SPRECHER

Schrieb 1932 in der Zeitschrift „Der Freidenker“ der marxistische Schriftsteller Paul Mattick über das Buch „Die Traumfabrik – Chronik des Films“ des russischen Schriftstellers und Journalisten Ilja Ehrenburg, das gerade in Deutschland erschienenen war.

SPRECHER 2

„Hier werden die „Seelen“ spezialisiert und die Gefahren der ideologischen Entwicklung gehemmt. Der herrlich servierte Stumpfsinn hat zwei Dinge auf einmal zu erzeugen: Dollars und die Voraussetzungen zu immer mehr Dollars. Der Arbeiter bezahlt nicht nur, er reproduziert auch immer wieder selbst den wirklichen und geistigen Zustand, in dem er stets der Blechende bleibt.“

SPRECHERIN

Mit dem direkten Weg von der Filmkritik zur Kapitalismuskritik hat es Ilja Ehrenburg selber sich und seinen Lesern nicht ganz so einfach gemacht, genauer gesagt, er hat sich, wie die meisten großen Kritiker der Traumfabriken, heillos verstrickt zwischen Faszination und Abscheu, zwischen

der Bewunderung für die technischen und ästhetischen Möglichkeiten und der Kritik der bösen ideologischen und ökonomischen Absichten. Aber anders ist nun mal das Kino nicht zu haben.

SPRECHER

Ernst Bloch nahm Ilja Ehrenburgs Begriff von der Traumfabrik wieder auf. Abfällig nannte er die Produkte der Traumfabrik Hollywood...

SPRECHER 2

...„bloße Ablenkungsfilme mit verrottetem Glanzlicht“.

SPRECHER

Und Theodor W. Adorno verschärfte diese Kritik noch:

SPRECHER 2

„Als Zentralstelle für Regression besorgt die Massenkultur fleißig die Herstellung jener Archetypen, in deren Überleben die faschistische Psychologie das zuverlässigste Mittel zur Fixierung der modernen Herrschaftsverhältnisse sieht. Urzeitliche Symbole werden am laufenden Band zusammengesetzt. Die Traumfabrik fabriziert nicht so sehr die Träume der Kunden als dass sie den Traum der Fabrikanten unter die Leute bringt“.

MUSIK Bernard Hermann (z.B. „Vertigo“)

DARÜBER SPRECHERIN

Nach diesem donnernden Verdikt ließen sich kritische Zeitgenossen nur ungern beim Genuß von Traumfabrik-Produkten erwischen, sei es der neueste Hollywood-Schinken oder gar der „Förster vom Silberwald“ aus heimischer Fabrikation. Aber ganz allmählich wandelte sich der Begriff, er lud sich, auch bei jenen, die es eher kritisch meinten, mit einer gewissen Zärtlichkeit auf. Hatten wir nicht mit Humphrey Bogart lakonischen Trotz, mit Katherine Hepburn weibliche Selbstbestimmung, mit James Dean jugendliche Rebellion und mit Alfred Hitchcock das Misstrauen erprobt – im Traum wenigstens?

MUSIK HOCH

DARÜBER SPRECHERIN

Noch immer ist uns die Macht der Traumfabriken über unsere Hoffnungen und Ängste gehörig unheimlich. Aber kaum jemand glaubt mehr so recht an ein einfaches Schema von Verführern und Verführten, Ausbeutern und Ausgebeuteten.

GERÄUSCH

Atmo Dreh „Girl on a Bicycle“

DARÜBER O-TON 4 Max Wiedemann

„Girl on a Bicycle“ ist eine romantische Komödie: Es geht um einen Italiener, der mit seiner deutschen Freundin in Paris lebt, sie liebt und heiraten möchte und der kurz vor der Heirat verwirrt wird von einem bezaubernden französischen Mädchen. Sein Leben gerät aus den Fugen, es geht um seinen Kampf um die wahre Liebe.

DARÜBER SPRECHER

– Produzent Max Wiedemann –

DARÜBER O-TON 5 Max Wiedemann

Somit mussten alle Außendreharbeiten in Paris stattfinden an Original-Locations. Weil wir aus Deutschland kommen und auch ein Großteil der Finanzierung, lag es nahe, alle Dreharbeiten, die nicht zwingend in Paris stattfinden mussten, in Deutschland zu realisieren. Hier hat es sich angeboten, in der Bavaria zu drehen: von 43 Drehtagen finden 22 in Deutschland statt, 20 davon auf dem Gelände der Bavaria-Filmstudios.

GERÄUSCH HOCH

Atmo Dreh „Girl on a Bicycle“

MUSIK

Somewhere over the Rainbow

DARÜBER SPRECHERIN

Man kann von einer Traumfabrik sagen, was man will. Es sind, so oder so, unsere Träume, die da produziert und reproduziert werden.

DARÜBER SPRECHER

Wenn man eine Traumfabrik verstehen will, dann muss man erst einmal wissen, wie sie funktioniert.

MUSIK HOCH

DARÜBER SPRECHER 2

Die drei Hauptbereiche einer Traumfabrik

MUSIK HOCH

DARÜBER SPRECHERIN

Eine Traumfabrik ist eine Fabrik, die herstellt, was Jean Luc Godard den „reve exterieur“, den äußeren Traum nennt, den Traum, den wir im Kino oder vor dem Bildschirm zugleich ganz individuell und gemeinsam träumen, den Traum vor aller Augen. Die Fabrik kann gute oder schlechte Träume herstellen, Qualitätsware, Massenware oder Ramsch. Und natürlich kommt es neben dem Inhalt auch auf die Verpackung, neben der Herstellung auch auf die Vermarktung an. Ob ein Produkt zum Erfolg oder zum Misserfolg wird, hängt jedenfalls von vielen Faktoren ab.

O-TON 6 Max Wiedemann

Ganz distanziert und pragmatisch betrachtet gibt es eine ganze Reihe von Erfolgsfaktoren bei einem Kinofilm: Ist das Thema für ein großes Publikum interessant? Ist die Geschichte spannend? Ist der Film gut besetzt, ist das Buch gut geschrieben? Guter Regisseur? Es hängt auch mit dem Herausbringen zusammen, mit der Kampagne, ob man es schafft, dem Zuschauer eine Erwartungshaltung für die Produktion zu vermitteln. Natürlich ist man als Filmproduzent ständig mit diesen Themen beschäftigt und hinterfragt sie auch. Am Ende des Tages gibt es den entscheidenden Faktor des Bauchgefühls, ob man das Gefühl hat, dass ein Film erfolgreich werden kann.

SPRECHERIN

In einer Filmproduktion begegnen sich also stets sehr vernünftige und sehr irrationale Elemente, eben Dinge, die eher fabrikmäßig ablaufen und Dinge, die mehr von Träumen und manchmal Alpträumen bestimmt scheinen. Fangen wir der Einfachheit halber mit den vernünftigen Dingen an, zum Beispiel mit der Organisation einer Traumfabrik.

MUSIK

Klaus Doldingers Score zu „Das Boot“

DARÜBER SPRECHER 2

Erster Bereich: Die Entwicklung von Film-Stoffen

MUSIK HOCH

SPRECHER

Das heißt: Es müssen aktuelle und populäre Themen gefunden und in Drehbücher verwandelt werden. Es müssen Rechte eingekauft, Autoren gefunden, Teams zusammengestellt werden.

O-TON 7 Philip Kreuzer

Wenn ich ein Drehbuch habe, stellt sich erstmal die Frage, für wen möchte ich den Film machen? Wer ist mein Auftraggeber? Mache ich den Film fürs Fernsehen oder fürs Kino?

SPRECHER

Philip Kreuzer leitet die Bavaria Media Television und ist als produzierender Geschäftsführer der Bavaria Picture GmbH tätig.

O-TON 8 Philip Kreuzer

Wenn ich den Film fürs Fernsehen mache, dann ist mein erster Ansprechpartner für die Finanzierung der Sender: Das heißt ich muss als Produzent sehen, welchen Programmplatz könnte der Film bedienen, welche Zielgruppe möchte der Sender und ich versuche, dort den Stoff einzuordnen und dann schon in einer frühen Phase an eine Redaktion heranzutragen. Wenn der Sender seine Zusage gegeben hat, einigt man sich über ein Produktionskonzept, über Schauspieler. Bei anspruchsvolleren, teureren Fernseh-Produktionen arbeitet man auch mit Förderung und Koproduktion.

SPRECHERIN

In einer Traumfabrik wie der Bavaria wird viel geplant, gerechnet, organisiert und vielleicht, wie Kritiker meinen, auch getrickt und verhindert. Doch am Ende kommt es immer nur auf eines an: Ob ein Film uns, den Kinogängern und Fernsehzuschauern, gefällt oder nicht. Schließlich ist das, ganz einfach gesagt, die Aufgabe jeder Fabrikation: das richtige Produkt mit den richtigen Partnern für die richtigen Konsumenten am richtigen Ort herzustellen.

O-TON 9 Philip Kreuzer

Bei Kinoproduktionen ist es z.T. ähnlich, auch der deutsche Kinofilm hat im deutschen Fernsehen einen starken Partner. Auch da spricht man im frühen Stadium mit einem Sender. Auch da einigt man sich, was wird der Film kosten, was muss ich machen, um den Film effizient herzustellen, was kostet die Besetzung, die Drehorte? Kann ich den Film in Deutschland finanzieren oder muss ich mit einem ausländischem Partner reden? Letztendlich ist es ein Paket: Man arbeitet mit Sendern, Förderern und im Kinobereich ein wichtiger Partner ist auch der Verleih. Entscheidend ist immer, dass in den Abstimmungsprozessen nicht verloren geht, was man hat, das Drehbuch, die Geschichte, dass der Film nicht leidet. Wichtig ist für mich: Es muss immer das Projekt sein, das die Finanzierung antreibt. Natürlich muss man immer wieder Kompromisse machen, um den Finanzierungskriterien gerecht zu werden, aber man darf nie das Ziel verlieren: ein Film, der seinem Publikum gefallen muss.

SPRECHERIN

Ist eine Traumfabrik also ein Moloch, der Autoren-Talente anzieht, ausquetscht und fallen lässt?
Eine Instanz, die sorgfältig alles Eigensinnige und Querschießende ausfiltert und am Ende nur das
Mainstream-Projekt übrig lässt?

O-TON 10 Christian Wagner

Das Entwickeln eines Kino- oder TV-Films braucht lange Zeit, man braucht Geld, um Autoren zu bezahlen, Stoffe zu acquirieren, Rechte zu kaufen. Da hat eine Bavaria mehr Geld im Kreuz als ein kleiner unabhängiger Produzent.

SPRECHER

– Christian Wagner, Regisseur und Produzent von Kino- und Fernsehfilmen sowie Professor an der Filmakademie Baden-Württemberg in Ludwigsburg –

O-TON 11 Christian Wagner

Im Sinne von Vision oder Traum könnte da mehr drin sein, auch im internationalen Kontext finde ich das eine eher schlichte Veranstaltung, die in den letzten Jahren entstandenen Filme sind nicht so aufregend. Aber die Firmenpolitik wirkt nach außen so, als würden sie sich stark auf ihre Soaps und TV-Geschichten konzentrieren, nicht als würden sie innovative Zukunftsfilm kreieren wollen. Klar gibt es einen Bürotrakt für Jungproduzenten, die Büros gesponsert bekommen, aber ich weiß nicht, ob das sehr durchschlagend ist. Interessant wäre es, wenn sich die Bavaria einer jüngeren Generation annehmen und im Jahr vier Independentfilme machen würde, nach dem Motto: wir versuchen, da richtig Gas zu geben und für die Zukunft neue Talente ans Haus zu binden.

SPRECHERIN

Gefahr Nummer 1 für die Traumfabrik: Schon bei der Stoffauswahl geht es darum, Risiken zu vermindern und möglichst allen Beteiligten den Kompromiss schmackhaft zu machen. Doch bei alledem: Eine „Nummer Sicher“ gibt es hier kaum, und die persönliche Verantwortung der Produzenten bleibt auch im Zeitalter von Marktforschung und Merchandising der Schlüssel zum Erfolg.

O-TON 12 Matthias Esche

Das Wichtigste für uns sind Produzenten, die die wesentlich verantwortlichen Treiber sind, die in sich beides möglichst vereinigen: das künstlerische Empfinden, die Geschmackssicherheit – und den wirtschaftlichen Blick, das Augenmaß für das Machbare.

SPRECHER

– Matthias Esche, Geschäftsführer der Bavaria Film GmbH –

O-TON 13 Matthias Esche

Diese Güterabwägung muss in einer Brust stattfinden: dass man es künstlerisch wertvoll und gut macht und trotzdem finanziell hinbekommt. Inwieweit ein Produkt dann auch am Markt ankommt, sei es im Produkt, sei es in Anerkennung, Quote, Wiederholungsfähigkeit oder Branchenkritik, das sind unterschiedliche Parameter des Erfolges, das ist eine Frage, die doch sehr viel mit eigenem Bauchgefühl zu tun hat. Natürlich gibt es Marktforschung. Aber ich kannte einen Programmgeschäftsführer eines kommerziellen Senders, der mir sagte: Ich mache jetzt nur noch, was die Marktforschung mir empfiehlt – und acht Wochen später war er weg. Im Kino ist es ähnlich, es gibt Screenings, danach sagt der Verleiher: Pass auf, macht das hier noch 20 Minuten kürzer, und bitte jenes verstärken, hier das Frauenelement – das haben wir bei „Die Buddenbrooks“ erlebt. Solche Maßnahmen der Feinkorrektur, der Optimierung tragen sicherlich zum Erfolg bei, aber der Erfolg ist immer nur begrenzt berechenbar.

GERÄUSCH

Atmo Dreharbeiten „Girl on a Bicycle

MUSIK

„Das Boot“

DARÜBER SPRECHER 2

Zweiter Bereich: Die große Logistik der Traumfabrikation

MUSIK HOCH

SPRECHER

Dazu gehören vor allem die eigentlichen Studios für Innenaufnahmen, in denen Königspaläste und Bettlerhütten, Hochhäuser und Raumschiffe nachgebaut werden. In den großen Zeiten glänzten die Produktionsstätten mit der Größe der Studiogelände, mit der Anzahl der Requisiten und Kostüme, mit Wasserbecken und Freilichtgeländen, mit Modellwerkstätten, Schneidereien, Kulissenmalern und Haarkünstlern. Und was hatten die Traumfabriken für mythische Ausstrahlungen: Hollywood, Cinecittá, Babelsberg, Pinewood...

O-TON 14 Matthias Esche

Die Bavaria-Gruppe ist unter den ersten fünf Unternehmen der Republik im Bereich audiovisueller Tätigkeiten anzusiedeln. Kino, Fernsehen, Reihen, allein 20 Tatorte werden von unseren Häusern produziert jährlich von Saarbrücken über den gesamten Süden, Bremen, Leipzig. Wir haben eine Tochterfirma Motion Works in Halle, die wunderbare Animationen macht. Alle Segmente sind da. Das Einzige, was wir nicht betreiben, ist ein Verleih, weil das ein hochspekulatives Geschäft ist.

Bestimmte Risiken müssen wir vermeiden, um all das andere, was auch mit Risiken behaftet ist, weiterleiten zu können. Der Umsatz liegt konsolidiert bei 250 Millionen, das ist ein mittelständisches Niveau, Tendenz leicht steigend.

SPRECHER

Nur in einer Traumfabrik mit einer gewissen Marktposition sind künstlerische Entscheidungen in einer politisch und wirtschaftlich vernetzten, zunehmend internationalen Produktion überhaupt noch möglich.

O-TON 15 Matthias Esche

So schwierig unterschiedliche Länder, unterschiedliche Sender, unterschiedliche Finanzinteressen unter einen Hut zu bringen sind, das Schlimmste sind ja die Kollektive der Weisheit.

SPRECHERIN

– Bavaria Geschäftsführer Matthias Esche –

O-TON 16 Matthias Esche

Künstlerische Entscheidungen sind kühl, sie können nicht in einem demokratischen Prozess zerredet werden. Wenn nun eine Gruppe von Menschen mitredet, dann ist darauf zu achten, daß auch noch das Bestmögliche für Film herauskommt, das ist Riesenverantwortung. So kommt es, daß wir manche Projekte mit einer besonderen Leidenschaft betreiben müssen, sonst scheitern sie auf dem Wege: eines davon ist diesen Sommer gedreht worden, das ist das erste fiktionale Projekt über Tschernobyl, eine russisch-ukrainisch-deutsche Koproduktion, die zum Jahrestag 2011 in die Kinos kommen soll. Das sind Projekte, die erfordern sehr viel Zeit und Kraft, gleichzeitig muß das Tagesgeschäft, in dem verdient wird, auch noch bewältigt werden. Deshalb haben wir alle Doppelfunktionen, nur so ist es zu leisten.

SPRECHER

In den sechziger Jahren arbeiteten in Geiseltal Oliver Storz oder Franz Peter Wirth an Fernsehfilmen, die Bavaria produzierte aber auch die „Marika Röck-Show“ und die legendäre Science Fiction-Serie „Raumschiff Orion“. Nachdem 1965 das Filmgelände in den Besitz der Bavaria Atelier GmbH übergegangen war, wurden hier auch wieder verstärkt Kinofilme produziert. 1987 wurde daraus die Bavaria Film GmbH, aus der sich zehn Jahre später die „Bavaria Media GmbH“ ausgliederte, die für internationale Koproduktionen steht. Die „Bavaria Film International“ betreibt den Weltvertrieb der Filme. 2007 kam es zu einer erneuten Ausgliederung; die Bavaria Fernsehproduktion GmbH nahm ihre Arbeit auf. Die Bavaria Film GmbH hält heute als operative Holdinggesellschaft diese mehr oder weniger autonomen Tochterunternehmen zusammen. Dazu gehören unter anderen...

SPRECHER 2

...Askania Media (Berlin), Bavaria Film Interactive (München / Ingolstadt), Bavaria Media (München), Bavaria Media Italia (Rom), Bavaria Pictures (München), Bavaria Production Services (München / Köln / Stuttgart / Berlin / Hamburg / Prag / Wien), Bavaria Sonor (München), Bavaria Studios & Production Services (Geiselgasteig / Unterföhring), Bremedia (Bremen), CineMedia Film (München), Colonia Media (Köln), DREFA Immobilien Management (Leipzig), Eurotape Media Services (Berlin), EuroVideo (Ismaning), First Entertainment (München/ Köln)...

O-TON 17 Matthias Esche

Wer heute den Begriff eines Filmstudio hört, neigt dazu, vielleicht doch noch die Vorstellung zu haben, da gibt es Bosse, die sehr viel Macht haben, die willkürlich Entscheidungen treffen, da gibt es Stars, die verhätschelt werden müssen, die sehr anspruchsvoll sind – also ein verlottertes elitäres Häufchen, was da allerdings viel Geld bewegt.

SPRECHER

Mit einem Studiosystem wie es uns in Romanen von F. Scott Fitzgerald oder Filmen wie „Barton Fink“ begegnet, hat die deutsche Traumfabrik nur noch wenig gemein. Hier entsteht keine Parallelwelt mit eigenen Gesetzen nach dem Willen der Mogule, hier werden weder Autoren in Kellerbüros eingesperrt noch Stars aus dem Nichts geformt. Aber auch der Extravaganz und der filmischen Verrücktheit sind hier Zügel angelegt.

SPRECHERIN

Die Produktionsmittel einer Traumfabrik haben den Studios stets mehr Macht gegeben, als junge Filmemacher akzeptieren wollen. Schon deswegen war die Losung jeder Art von Neuer Welle, von jungem und unabhängigem Kino: Raus aus den Studios! Filmt auf der Straße! Keine Kulissen, die Wirklichkeit ist der ideale Kino-Raum! Nieder mit der Fabrik, es lebe die Kunst!

SPRECHER

Aber auch eine Traumfabrik, so kommerziell sie auch sein mag, braucht neue Ideen, braucht gute Stoffe, braucht wildes Talent. Es kommt darauf an, wo man die Grenzen zieht.

O-TON 18 Christian Wagner

Ich glaube, daß ein Lars von Trier oder Schlingensief mit so einem großen Studio nicht wirklich kompatibel sind. Leute wie Faßbinder haben das eher geschafft, weil sie gewisse historische Großprojekte machen wollten.

SPRECHERIN

– Christian Wagner, Regisseur und Professor an der Filmakademie Baden-Württemberg –

O-TON 19 Christian Wagner

Natürlich ist der Realismus, der über das Fernsehen kommt, über die ständige Soap-Produktion, wo immer Geld und Effizienz zählen, das ist nicht wo ich Inkubationsraum habe für verrückte, innovative Ideen mit Blick über den Tellerrand. Ich glaube, dass der Markt ganz viel richtet: „Buddenbrooks“ ist ein richtiger Studiofilm, aber er wird höchstwahrscheinlich in 10-20 Jahren nicht mehr so von Interesse sein. Obwohl der über 1 Million Zuschauer gemacht hat, ist er aber nicht wirklich ein kommerzieller Erfolg, wenn man die Produktionskosten dagegen sieht. Da hat wie bei „Henri IV“ etwas Bildungsbürgerliches aufgeleuchtet, der Kulturauftrag, aber das sind leider teure Filme, die letztlich ästhetisch, inhaltlich und auch beim Publikum gescheitert sind. Sich dann an bestimmten Dingen mal zu beteiligen, ist ein bisschen zu wenig, die müssten sich schon um ihre Talente selber kümmern. Ich bin in einer der größten Talentschmieden Deutschlands tätig, und ich sehe die Talente – da könnte man sehr viel machen.

SPRECHERIN

Gefahr Nummer 2 für die Traumfabrik: Immer wieder einmal verwandelt sie sich in ein Bollwerk der Arrivierten und der Routiniers gegen den wilden und verwegenen Nachwuchs. Immer wieder kann der hohe technische Aufwand und damit das hohe finanzielle Risiko als Argument gegen künstlerische Wagnisse eingesetzt werden.

GERÄUSCH

Atmo Dreharbeiten „Girl on a Bicycle“

DARÜBER SPRECHER

Auf dem Bavaria Jet Set sind jetzt auch die Schauspieler bereit, gleich läuft die Kamera für eine der entscheidenden Szenen des Films: Paolo, gespielt von Vincenzo Armato, schließt sich in der Flugzeugtoilette ein und will sie nicht mehr verlassen, bevor ihm seine Freundin die Stewardess Greta, gespielt von Nora Tschirner, das Ja-Wort gegeben hat.

GERÄUSCH

Atmo Dreharbeiten „Girl on a Bicycle“: Take 1

MUSIK

DARÜBER SPRECHER 2

Dritter Bereich: Die technische Produktion

O-TON 20 Matthias Esche

Der Ausstoß an Produktion allesumfassend sind 800 Stunden im Jahr. Das ist nicht so einfach quantifizierbar: ein Teil sind Serien, da gibt es langlaufende und solche, die nur 13 Folgen haben, dann Telenovelas, Dailys, das ist der größte Teil dieser 800 Stunden, etwa die Hälfte. Dann gibt es eine Reihe von 90'-Fernsehfilmern, und neu ist in den 5 Jahren, die ich da bin, dass wir unsere Kinoproduktion stark ausgebaut haben. Es sind mindestens 30 Fernsehfilme à 90 Minuten im Durchschnitt, fünf Kinofilme und eine große Zahl von Reihen.

SPRECHER

Entweder tritt die Traumfabrik selber als Produzent auf. Oder sie fungiert als Dienstleister für Produzenten, die die Studios und ihre Logistik für die Dauer einer Filmproduktion anmieten. Doch für beides gibt es strenge Regeln, die mit einer klassischen „unabhängigen Produktion“ wohl nicht zu vereinen sind. Matthias Esche:

O-TON 21 Matthias Esche

Es gibt die Welt der tarifgebundenen größeren Einheit, die alles aus einer Hand anbieten kann und dadurch attraktiv ist wie etwa Arri oder Bavaria. Und es gibt die Welt der klassischen, sich selbst ausbeutenden kleinen Firmen, die hemmungslos arbeiten können, weil sie nicht den tariflichen Regeln und Rechnungslegungen ausgeliefert sind – diese beiden unterschiedlichen Welten kann man wahrscheinlich nicht verbinden. Verschwimmende Grenze zwischen Produktion und Dienstleistung ist ein Hoffnungsschimmer. Wir haben die Tochterfirma Scanline mit Weltgeltung in Sachen Animation, die können etwa einen Tsunami machen oder einen Hauch des Grauens für das Tschernobyl-Projekt, was man früher überhaupt nicht herstellen konnte. Aber das Wichtigste sind die Menschen, die man gewinnt und die in einer Firma bleiben. In unserer Bavaria haben wir eine geringe Fluktuation, gerade im kreativen Bereich zeichnen Motivation und Firmentreue die Bavaria aus, die Firma wird von vielen im weitesten Sinne auch als Familie begriffen.

SPRECHER

Das Technisch-handwerkliche und das Künstlerische müssen sich also schon aus juristischen und wirtschaftlichen Gründen in dieser Familie in der Traumfabrik immer mehr verzahnen. Das hat Vorteile und Nachteile.

SPRECHERIN

Die Vorteile liegen auf der Hand. Eine Traumfabrik, die mit Fernsehserien, Daily Soaps und Unterhaltungssendungen eine solide wirtschaftliche Basis hat, kann immer mal wieder und in verschiedensten Formen der Zusammenarbeit auch größere, anspruchsvollere Projekte wie „Die Buddenbrooks“ verwirklichen. Und in einer Firma wie der Bavaria sind die unterschiedlichen

Institutionen und Interessen auf dem Medienmarkt vereint. Ein Nachteil: Eine solche Fabrik muss unablässig unter Dampf stehen. Christian Wagner:

O-TON 22 Christian Wagner

Im Vergleich zu kleineren Anbietern ist die Bavaria ein großer Gemischtwarenladen, das ist bestimmt ein Raumschiff, das nicht einfach zu navigieren ist. Von Serie bis Kinofilm alles abdecken zu müssen, ist schwierig, ich finde, dass daraus wenig Charismatisches ausgeht. Buddenbrooks einmal in 5 Jahren, das kann es nicht sein. Und wenn sich die Bavaria mit Asterix & Obelix an einem französischen Film beteiligt, ist das wirtschaftlich legitim. Aber die Zeiten, als hier Bergmann gedreht hat und welche großen Regisseure noch in München waren, die sind vorbei.

SPRECHERIN

Gefahr Nummer 3 für die Traumfabrik: Sie verwandelt sich in ein träge und unbeirrbar dahingleitendes Raumschiff, das von der Kommandostruktur und der Logistik her unfähig wird, kleine, aber interessante Planeten anzusteuern.

SPRECHER

Um gegenzusteuern gegen die Trägheit der Masse, hat sich das Raumschiff Bavaria eine klare Architektur gegeben.

O-TON 23 Matthias Esche

Die Bavaria ist klar strukturiert, sie steht auf vier Säulen: die erste Säule, die größte und wichtigste, ist die Produktion von allem, was man sich visuell vorstellen kann. Die zweite Säule ist der Vertrieb, Rechte und Lizenzen, diesen Vertrieb gibt es seit 50 Jahren, das sind erfahrene Menschen, die etwas gut verkaufen können – nicht nur das Eigene, sondern auch das Anvertraute. Die dritte Säule ist die Dienstleistung: früher gab es noch mehr Gewerke, große Tischlereien, die Verbindung von Handwerk und filmischem Geschehen war noch stärker. Heute spielt Technik eine noch viel größere Rolle. Und die vierte Säule ist Home Video, in Beteiligungsfirma mit DVD- und Videogeschäft. Die Säulen arbeiten zusammen, aber auch in freiem Tun in Feldern ohne Berührungspunkte. Es hat sich als sinnvoll erwiesen, mit Tochterfirmen da zu sein, wo der Markt ist. Ob in Köln, Bremen, Baden-Baden, auch in Rom, da wurde der erste italienische Spielfilm von der Bavaria ohne deutschen Bezug gedreht.

SPRECHERIN

Längst geht es bei der Produktion von Filmen nicht mehr allein darum, den richtigen Stoff für die richtige Art der filmischen Verwirklichung zu finden und dann noch am richtigen Abspiel- und Sendeort mit ein wenig Werbung und PR für den Erfolg zu sorgen. In der multimedialen Welt von heute gibt es noch größere Zusammenhänge der Vermarktung: Romane werden schon in Hinblick

auf ihre Verfilmung geschrieben, Agenturen treiben die Preise für Bestseller in schwindelerregende Höhen, Film- und Fernsehversionen werden zugleich geplant, dazu das Buch zum Film, die Comic-Serie, das Making Of, das Bonus-Material für die kommende DVD-Veröffentlichung. Das ideale Produkt einer Traumfabrik von heute ist nicht auf einen einzigen erfolgreichen Vermarktungszyklus ausgerichtet, sondern auf ökonomische Nachhaltigkeit in Fortsetzungen, in Wiederholungen, in medialer Ausbreitung.

GERÄUSCH 5

Atmo Dreharbeiten „Girl on a Bicycle“: Take 2

MUSIK „Das Boot“

DARÜBER SPRECHER 2

Die Traumfabrik und der Medienmarkt

MUSIK HOCH

SPRECHER

Nach Nazidiktatur und Zweitem Weltkrieg konnte – nach einer Phase unter amerikanischer Aufsicht – die Wiederauferstehung der Bavaria nur mit Beteiligung des Fernsehens gelingen. An der Gründung der Bavaria Atelier GmbH am 1. August 1959 waren die Werbe-Töchter des Süddeutschen Rundfunks und des WDR beteiligt, folgerichtig stand in den nächsten Jahren die Produktion von Fernsehfilmen, Serien und Shows im Vordergrund. Daran hat sich bis heute nichts geändert.

O-TON 24 Matthias Esche

Fernsehen ist die Hauptsäule und umfasst 80 bis 90 Prozent unseres Umsatzes. Der Rest, aber ein bedeutender Rest, ist Kino, sind aber auch Filme zur Ausbildung in der Industrie, Schulungsfilme, alle möglichen Formen, die da denkbar sind.

SPRECHER

Die Gesellschafter der Bavaria Film sind heute der Westdeutsche Rundfunk mit 35 Prozent, der Südwestrundfunk, der Mitteldeutsche Rundfunk, der Freistaat Bayern und die Bavaria Filmkunst mit je 16 Prozent.

O-TON 25 Matthias Esche

Entscheidend ist für eine Kinofilmproduktion, ob man das geistige Bestimmungsrecht hat, als Produzent, als Firma, den Film so zu machen, wie man ihn gerne haben will. In dem Moment, in dem Sender beteiligt sind, wird man natürlich auf eine TV-Fassung Rücksicht nehmen müssen, aber in der Kinofassung ist man frei. Ob das zu 20 Prozent, 30 Prozent, 50 Prozent von anderen Quellen gespeist wird – sei es Pre-Sales, Förderung, ein Koproduktionspartner in einem anderen Land – ist dann sekundär. Natürlich ist es schön, wenn man den Film so herstellen kann, wie man ihn vor seinem geistigen Auge hat und kann dann noch fremde Gelder mitnehmen – das halte ich für die Verwirklichung des ökonomischen Prinzips.

SPRECHERIN

Natürlich spiegelt auch die Bavaria die Übermacht des Fernsehens über das filmische Geschehen in Deutschland wieder. So segensreich im wirtschaftlichen und manchmal auch im kulturellen Sinne diese Verknüpfung bisweilen sein mag, sie erzeugt gewiss auch einen Sog zum Gefälligen, zum Konventionellen, zum Quotenbringenden. Eine Traumfabrik wie die Bavaria kann letztlich immer nur so mutig sein wie ihre Haupteigentümer und Hauptauftraggeber in den Fernsehanstalten. Was das anbelangt, zeigt sich – auch aus eigenen Erfahrungen – ein Regisseur und Ausbilder wie Christian Wagner skeptisch.

O-TON 26 Christian Wagner

Es gibt Großprodukte im TV, historische Mehrteiler mit mehreren Länder, da ist die Bavaria stark orientiert. Das ist auch die Zukunft: wenn ein 90'-Fernsehspiel rund 1,5 Mio Euro kostet, kann ich 90' Kochshow mit 10 Prozent des Budgets machen. Habe dann zwar nicht ganz die Quote, aber das ist der Werbewirtschaft egal. Natürlich werden Leute auf Dauer nicht Kochshows gucken wollen, aber das zieht die Budgets. Also muss man versuchen, aus dem Ausland Geld zu akquirieren, und es gibt aufgeblasene, aber inhaltlich nicht mutige Projekte. Es gibt europäische Koproduktionen, die immer wichtiger werden, aber ich kann mir nicht vorstellen, dass sich die Bavaria oder Babelsberg darum kümmern, mit einem mazedonischen Regisseur eine Koproduktion zu machen.

SPRECHERIN

Besonders mutig zu sein, scheint in der derzeitigen Situation des Medienmarktes weder bei den großen Sendeanstalten noch bei ihren Traumfabriken sehr hoch im Kurs zu stehen. Dennoch bleibt, zumindest was die Produktion für das Kino anbelangt, auch in einer Traumfabrik ein gewisser Spielraum der Kreativität. Zumal das Verhältnis zwischen Fernseh- und Filmproduktion ökonomisch nicht so eindeutig scheint, wie es die reinen Umsatzzahlen nahe legen.

SPRECHER

Philip Kreuzer, Bavaria Media und Bavaria Pictures:

O-TON 27 Philipp Kreuzer

Es ist von Jahr zu Jahr verschieden, der Großteil des Produktionsumsatzes wird im Fernsehen erwirtschaftet. Eine andere Frage ist die Erlössituation: im Fernsehen muss man in der Regel aus Produktion verdienen, weil man keine Rechte bekommt. Im Kinobereich verdient man an der Produktion in Regel wenig bis gar nichts, das Risiko liegt dann in der Auswertung: Kino, Video, TV, Weltvertrieb usw.

SPRECHER

Mit anderen Worten: In einer modernen Traumfabrik muss schon aus Gründen der ökonomischen Vernunft das sichere, aber begrenzte Geld, das mit Fernsehproduktionen verdient wird, zu einem gewissen Teil in das risikoreichere, aber auch gewinnversprechende Geschäft mit eigenen Filmproduktionen fließen. In dieser Mischkalkulation bleiben zwar stets Unwägbarkeiten, es kommt ganz gewiss auch gelegentlich zu Fehlentscheidungen.

SPRECHERIN

Und es gibt Projekte, die mit viel persönlicher Leidenschaft voran getrieben werden mit der einen oder anderen schlaflosen Nacht für alle Beteiligten.

SPRECHER

Was aber keinen Platz findet, ist eine radikale künstlerische Geste, sind Autoren und Regisseure, die sich vor dem grandiosen Scheitern nicht fürchten, sind die kleinen gewagten Projekte, die weniger dem Geschäft oder der Reputation der Traumfabrik selber dienen, als dem Ausprobieren von Nachwuchs und neuen Ideen.

SPRECHERIN

Dass eine Traumfabrik nicht der ideale Ort für radikale Filmkunst ist, ist auch nicht gerade überraschend. Ebenso wenig wie der Umstand, dass die Nachwuchspflege, die durchaus auch betrieben wird, mehr auf das künftige Teamwork als auf den cineastischen Egotrip abzielt. Für die Zukunft der deutschen Filmkultur spielt es dennoch eine wichtige Rolle, inwieweit neben der TV-Massenware und der gehobenen Mainstream-Unterhaltung, neben Weltmarkt und Kulturauftrag noch Platz sein wird für das Unfertige und Widerspenstige. Die fiktive „Nummer Sicher“, das ist zugleich der Traum und der Alptraum jeder Filmkultur.

O-TON 28 Christian Wagner

Das Entwickeln von Filmen gehört zum Schwierigsten. Das größte Geld wird verbrannt im Development, im Risiko, eine Geschichte zu erfinden fürs Kino. Deshalb ist es einfacher, sich auf einen Bestseller zu stürzen, der schon als Marke bekannt ist. Die Bavaria hat viele Kinderfilme gemacht, die Marken wie Kästner nutzen. Könnte mutiger sein. Der Einfluss des deutschen Fernsehens ist so stark, weil das sind die Gesellschafter der Bavaria, die haben bestimmte Interessen, die setzen sie durch. Es geht nicht wirklich um den deutschen Kinofilm, das läuft mit, man beteiligt sich daran und unterstützt schon mal, und der Weltvertrieb ist wirklich gut, aber das hat nichts mit Substanz zu tun, was man mit einem solchen Studio auch noch erreichen könnte.

SPRECHER

Natürlich gibt es keinen Markt, der weniger berechenbar wäre als der Markt der Träume. Trotzdem hat man von Anfang an versucht, die Wünsche des Publikums nicht nur zu manipulieren, sondern auch vorauszuahnen. Das Verhältnis der Produzenten zu solchen Berechnungsversuchen, zu Marktforschung und Demoskopie ist zwangsläufig widersprüchlich.

O-TON 29 Philipp Kreuzer

Wenn ein Drehbuch nicht umgesetzt wird, ist das einfach verlorenes Geld. Vor allem im Fernseh-Bereich bei größeren Telenovelas, Dailys ist es immer mehr erforderlich, auch als Produzent eine Zielgruppenanalyse zu liefern, eine Marktanalyse, um Fragen des Auftraggebers schon zu antizipieren. Im Kinobereich ist es im Vertrieb gang und gebe, daß man, bevor man Risiken eingeht, eine Marktanalyse macht, sogenannte Vertriebseinschätzungen, ein Programm vergleicht, wie haben sich vergleichbare Filme im Ausland verkauft – eine sehr detaillierte Analyse, die man mit Produzenten teilt und die zeigt, was könnte so ein Film einbringen oder nicht. Entsprechend dieser Einschätzungen kann man dann die Risiken eingehen, sagen, soviel investiere ich, ich weiß, daß ich z.B. die Fernseh-Rechte in 5 oder 7 Jahren wiederbekomme, was ist die Wiederlizenzierung wert, hat der Film das Potential, wiederlizenziert zu werden? So muß man als Produzent auch unternehmerisch an die Entwicklung und Umsetzung rangehen, das noch unabhängig davon, daß der eigentliche Produktionsprozeß wirtschaftlich gestaltet sein muß.

SPRECHERIN

Die Rolle des Produzenten hat sich in den neuen europäischen Traumfabriken gewandelt: vom autarken Studioboss und legendären Ego-Produzenten, der, wie einst ein Dino de Laurentiis, ein paar mal im Leben pleite geht und wieder aufersteht und der am liebsten verrückte Filme mit verrückten Leuten macht, hin zu einem kreativen Moderator zwischen Publikumerwartung, Medieninteressen und Kunstanspruch. Und kaum hat man hier Erfolgsrezepte, Kooperationen und Kompromisse gefunden, da kommen auch schon wieder neue Herausforderungen.

SPRECHER

Die Digitalisierung und nicht zuletzt der 3-D-Boom verlagern die Akzente von der Produktion auf die Post-Produktion, die technische Nachbearbeitung des Filmmaterials, und von der Studio-Arbeit auf die Arbeit in den Computerlabors. Ohne digitale Bearbeitung kommt heute nicht einmal ein Film aus, der sich auf einen zeitgenössischen, realistischen Stoff bezieht. Das verändert auch ganz direkt die Arbeit in einer Traumfabrik.

O-TON 30 Matthias Esche

Der Dienstleistungsbereich nimmt die notwendigen technischen Nachrüstungen vor, um z.B. die erfolgreichste Telenovela Europas, „Sturm der Liebe“, im nächsten Sommer, abgesprochen mit unseren Auftraggebern, auch auf HD zu senden, das ist der Standard, der kommen wird. Die technische Entwicklung führt dazu, dass bestimmte Postproduktionsprozesse näher an die Produktion heranrücken. Kameraleute bringen etwa ihre Kamera mit, der klassische Schneiderraum findet heute häufig auf kleinem Display bereits in der Produktion statt. Das sind Veränderungen, die auch die Geschwindigkeit erhöhen, wenn ich denke, wie früher Muster verschickt wurden. Aber bleiben und immer wichtiger wird, und da ist das Studio gefragt: die Endstufe der Postproduktion, die Sicherung und Archivierung der Endkopie in höchster Qualität, dass das kostbare Wirtschaftsgut nie untergeht, das wird in Studios weiter gemacht werden.

SPRECHER

Je mehr in der Traumfabrik die Technologie dominiert, einen desto schwereren Stand haben die Kreativen: die Autoren, Regisseure und Schauspieler. Je mehr aber auch die technischen Möglichkeiten der Studios durch ökonomische Erwägungen gebremst werden, desto mehr verlegen sich die Kreativen auf andere Arbeitsfelder, zum Beispiel auf die Entwicklung von Computerspielen, oder sie gehen ins Ausland.

SPRECHERIN

Einmal mehr zeigt sich darin die Schlüsselrolle der Traumfabrik. Hier entscheidet sich am Ende nicht bloß, welche Filme gedreht werden und welche nicht. Hier werden Geschmacksgrenzen gezogen, gegenüber Trash und Sex & Crime auf der einen Seite – Pornos und Trashfernsehen wird man bei der Bavaria gewiss nicht produzieren –, auf der anderen Seite gegenüber ästhetischem und inhaltlichem Rebellentum. Hier wird entschieden, wie mutig die nächste Generation der Filmemacher sein darf und wie angepasst sie sein muss. Hier werden die Trends und Technologien vorbereitet und verhandelt, die die audiovisuelle Kultur von morgen bestimmen. Ziemlich viel Verantwortung für eine Fabrik, die eigentlich doch nur Unterhaltung, Fiktionen, Bilder und Abbilder, eben Träume, produzieren soll.

GERÄUSCH 6 Atmo Dreharbeiten „Girl on a Bicycle“: Take 3

MUSIK „Somewhere over the Rainbow“

DARÜBER SPRECHER 2

Epilog: Traumfabrik! Vom ewigen Widerspruch von Kunst und Kommerz

MUSIK HOCH

SPRECHERIN

Wie jede Fabrik, so kann auch eine Traumfabrik nicht anders existieren als durch das gesellschaftliche System, das sie hervorbringt.

O-TON 31 Matthias Esche

Die Bavaria spiegelt die föderale Struktur der BRD wieder: Wir sind in fast allen Regionen mit Tochterfirmen verankert: Acht Firmen in Mitteldeutschland, wir betreiben in einer gemeinsamen Gesellschaft alles, was Radio Bremen macht, wir haben eine Beteiligung im Saarland, mit dem SWR Maran Film in Baden-Baden. Wir haben eine Firma, die wir mehrheitlich führen, in Wien, die zu den wichtigsten Playern dort zählt. Insofern ist das ein großes Netzwerk.

SPRECHER

Wie jede Fabrik, so muss auch die Traumfabrik auf die neuesten Entwicklungen in Wissenschaft, Kultur und Technik reagieren.

O-TON 32 Philip Kreuzer

Wir drehen gerade die deutsch-irische Koproduktion „Superhero“ über einen Jungen, der eine Parallelwelt besitzt und ein begnadeter Zeichner ist. Diese Zeichnungen werden im Film lebendig. In der Vorbereitung der Produktion sieht man, was digital möglich und wo die Grenzen sind. Wir haben bemerkt: Es ist doch nicht alles möglich, der Schauspieler ist weiterhin nicht verzichtbar. Wir drehen komplett digital, die digitalen Kameras sind so gut, dass sie den Film ablösen. In der Vergangenheit gab es immer noch Probleme mit Licht usw., die sind jetzt gelöst, es gibt viele Vereinfachungen in Produktion und Postproduktion, aber es ist mit zusätzlichen Kosten verbunden. Die Abläufe sind kompliziert, man muss während der Dreharbeiten darauf achten, dass dann die digitalen Spezialffekte auch möglich sind wie etwa die Green Screen. Aber es entstehen auch kreative neue Möglichkeiten, weil man flexibler ist.

SPRECHERIN

Wie jede Fabrik, so hat auch die Traumfabrik die Tendenz, mit dem eigenen Wachstum in den traditionellen Künsten und im Handwerk auch Verlierer zurückzulassen.

SPRECHER

Und wie bei jeder Fabrik geht es auch bei einer Traumfabrik darum, mit dem kostbarsten Gut umzugehen, der menschlichen Kreativität.

O-TON 33 Christian Wagner

Man kann sagen, dass die letzten 20 Jahre kontinuierlich der Druck des Marktes vor allem auf anspruchsvolle künstlerische Filme gewachsen ist. Bei uns ist es enorm, wie auch innerhalb des Fernsehens der Kinofilm beeinflusst wird, nur durch Fernsehbeiträge kann man als Produzent einen Kinofilm stemmen. D.h. die Sendeplätze sind da extrem unter Druck, weil das Publikum sich bestimmte Dinge angeblich nicht mehr anschaut und man sehr stark auf Einschaltquoten schießt. Und der andere Punkt ist, dass die Filme in der Produktion immer teurer werden durch Digitalisierung, durch Sound-Effekte, Mitarbeiterkosten generell sehr viel Geld usw. D.h. die Schere geht auseinander, das ist Gift für die Kreativität. Einen Fernsehfilm soll man heute in 21 statt in 29 Tagen herstellen, gleiche Länge, allerdings technisch perfekter und im Ergebnis anspruchsvoller, mit gleichviel Geld. Da gehen die Leute immer mehr auf Nummer sicher, weil der Druck auf Redakteure und Produzenten enorm ist. Das ist ein schleichender Prozeß, der nicht aufzuhalten ist. Selbst Spartensender wie Arte versuchen, auf die Quote zu gucken. Da wäre gerade so ein Unternehmen wie die Bavaria ideal, um einen gewissen Rahmen zu bilden, wo Anderes entstehen kann.

MUSIK

„Somewhere over the Rainbow“

DARÜBER SPRECHERIN

Wie jede Fabrik, so hat auch die Traumfabrik ihren ganz eigenen Mythos, ihre ganz eigene Geschichte, ihr ganz eigenes Flair.

DARÜBER O-TON 34 Max Wiedemann

Als Münchner Kindl hat mich die Bavaria seit frühester Kindheit begleitet. Es war schon damals ein Traum, irgendwie in diesen Mikrokosmos der Filmwelt einzutauchen. Das ist natürlich auch ein Gelände, das Filmgeschichte atmet, das schwingt immer mit. Es ist die Geschichte der Bavaria, die zurückblicken kann auf viele Jahrzehnte erfolgreicher Film- und Fernsehproduktion. München war schon immer die heimliche Filmhauptstadt Deutschland, und die wurde maßgeblich geprägt von den Bavaria Filmstudios.

MUSIK HOCH

GERÄUSCH

Dreharbeiten: „Cut! I think we finished that scene.“

ABSAGE

Hier werden Träume produziert

Das Bavaria Filmstudio

Von Markus Metz und Georg Seeßlen

Regie: Günter Maurer

Redaktion: Wolfram Wessels

Eine Produktion des Südwestrundfunks 2010

ENDE