

Von der Idee zum Film – vom Film zum Zuschauer

a) Von der Idee zum Drehbuch und Treatment

Film ist ein Medium das zu faszinieren vermag: beeindruckende Geschichten, große Emotionen, tolle Bilder, schillernde Stars und glanzvolle Premieren ziehen viele von uns regelmäßig in ihren Bann. Von der Idee zur Kinopremiere auf der Leinwand ist es allerdings ein weiter Weg, an dem viele Menschen beteiligt sind. Im Folgenden kann deswegen auch nur ein Überblick über diesen meist mehrere Jahre dauernden Prozess gewährt werden.

Egal, ob für einen Hollywood *Blockbuster* wie „Star Wars“ oder für einen Kunst-Film wie „Alles über meine Mutter“, am Anfang steht eine Idee. Diese Idee kann ihren Ursprung im persönlichen Umfeld, in einer Zeitungsmeldung, in einem literarischen Werk oder in anderen Filmen haben. Wie sie zustande kommt, spielt eigentlich auch keine Rolle, solange sie nicht in ihrer Gesamtheit aus bereits existierenden (geschützten) Werken gestohlen wird. Aus der Idee entwickelt der zukünftige Drehbuchautor eine fiktive (erfundene) Geschichte mit handelnden Charakteren: das Drehbuch.

Um dieses Drehbuch umsetzen zu können, bedarf ein Autor der Dienste eines *Produzenten* (und dieser der Hilfe eines *Regisseurs*). Der Filmproduzent ist jene Person, die den Weg vom Drehbuch zum fertigen Film organisiert. Der Autor verfasst zumeist ein zwei- bis fünfseitiges *Exposé*, das die wichtigsten Handlungsabläufe und Konflikte zusammenfasst. Oft verfassen Autoren auch ein so genanntes *Treatment* (also eine szenisch aufgelöste, genauere Beschreibung der Handlung), da ein Treatment den Rhythmus und die Atmosphäre des Films besser verdeutlicht. Gerade in dieser Phase ist für viele Autoren professionelles Feedback wichtig. Oft werden Dramaturgen oder Script Consultants herangezogen, die den Drehbuchautoren bei der Überarbeitung der Geschichte helfen. Die meisten Produzenten und auch Fernsehanstalten beschäftigen Lektoren, die einen ersten Blick auf die angebotenen Stoffe werfen. Diese beurteilen die Werke nach verschiedensten Kriterien:

- Ob sie zur jeweiligen Produktionsfirma passen: Bevor ein Autor ein Treatment anbietet, sollte er überlegen, welche Produktionsfirma am geeignetsten erscheint. Üblich ist es, sein Drehbuch oder Treatment exklusiv einem Produzenten anzubieten und erst, wenn dieser es ablehnt, dem nächsten zu schicken.

- Ob die Dramaturgie stimmt: Die meisten Genrefilme funktionieren nach relativ strengen dramaturgischen Regeln wie der Drei-Akt-Struktur. Auch für Autoren von cineastischen Meisterwerken zählt es sich aus, diese Regeln, die größtenteils auf denen der griechischen Tragödie basieren, zu kennen, denn nur dann kann man sich bewusst über sie hinwegsetzen.
- Ob sich der fertige Film gut verkaufen könnte: Dieser Aspekt darf nicht unterschätzt werden, schließlich muss der Produzent mit dem Produkt Geld verdienen, nicht nur durch die Einnahmen an der Kinokasse, sondern auch durch Fernsehausstrahlungen, DVD-Veröffentlichung usw.

b) Vom Buch zum Dreh

Ist ein Produzent gefunden, wird ein Optionsvertrag unterschrieben, mit dem der Autor die Rechte an dem Stoff für eine gewisse Zeit an den Produzenten abtritt. Ab diesem Zeitpunkt darf er das Projekt keinem anderen Produzenten mehr anbieten. Dann macht sich der Autor an die Arbeit, ein Treatment zu erstellen oder das bestehende Treatment zu verbessern.

Der nächste Schritt ist, bei den Förderstellen um Projektförderung anzusuchen. Wird das Projekt als förderungswürdig eingestuft, erhält der Drehbuchautor eine Gage zur Fertigstellung des Drehbuchs, der Rest der Fördersumme wird dafür verwendet, die Produktion zu planen, *Locations* (Drehorte) auszusuchen, Schauspieler zu *casten* (besetzen) und eine Crew zusammenzustellen. Meist werden mehrere Fassungen eines Drehbuches hergestellt, oft auch weitere Autoren und Dramaturgen beigezogen, bis der Produzent mit dem Ergebnis zufrieden ist und für den nächsten und entscheidenden Schritt bereit ist: die Einreichung um Herstellungsförderung. Denn ohne Förderung staatlicher und föderaler Stellen entsteht im Unterschied zu den USA in Österreich zumeist kein Spielfilm, auch nicht mit niedrigstem *Budget*.

Zu diesem Zeitpunkt muss das Drehbuch mit allen Dialogen fertig sein, der Regisseur sollte ein visuelles Konzept zur Umsetzung des Drehbuches geschrieben haben, die wichtigsten Schauspieler ausgewählt sein, und die Hauptdrehorte feststehen. Die Produktionsfirma erstellt ein Budget (also wie viel ein Drehtag an einer bestimmten Location kostet), damit die Summe der Herstellungsförderung festgelegt werden kann.

Ist der Film finanziert – die Herstellungsförderung ist meist nur ein Teil des benötigten Kapitals – steht dem Drehbeginn (fast) nichts mehr im Wege. Die Arbeit des Drehbuchautors ist zu diesem Zeitpunkt beendet. Für den Großteil des Filmteams aber geht jetzt die Arbeit erst richtig los. Der *Produktionsleiter* koordiniert die Drehvorbereitungen, erstellt einen *Drehplan*, der Kameramann macht erste Lichttests an den zukünftigen Drehorten und der Regisseur überlegt sich für jede einzelne Szene die visuelle Umsetzung.

c) Vom Dreh zur Post-Produktion

Die Produktionsfirma engagiert zunächst die notwendige Crew und die Darsteller. Ist die gesamte technische und kreative Crew vollständig, kann der Film gedreht werden. Der Dreh kann an Originalschauplätzen stattfinden, aber auch im Filmstudio, weil dadurch die Unwägbarkeiten eines Außendrehes (Wetter, Drehgenehmigungen, Verkehr, Lärm, etc.) minimiert werden können. Jeder übernimmt nun die ihm zugedachte Funktion am arbeitsteiligen Prozess. Der Produktionsleiter koordiniert alle Beteiligten während der Regisseur für die künstlerische Umsetzung verantwortlich zeichnet. Der *Kameramann* ist für die Qualität der Bilder zuständig (obwohl er auf Anweisung des Regisseurs handelt, ist er für die Lichtsetzung und für viele Detailfragen zuständig). Der *Tonmeister* sorgt dafür, dass jedes kleine Nebengeräusch eliminiert wird und der Sound optimal passt. Die Departments Ausstattung, *Maske* und *Kostüm* versuchen, den Film möglichst gut aussehen zu lassen. Die Schauspieler proben meist mit dem Regisseur bevor die Kameras zu laufen beginnen und müssen innerhalb der wenigen Stunden „wirklicher Drehzeit“ (die meiste Zeit am Set vergeht mit Umbauten, Licht- und Kameraeinstellungen) ihre beste Leistung bringen. Die Aufgabe der vielen Assistenten (Regie, Kamera, Aufbau usw.) ist es, den Ablauf zeitlich und qualitativ zu optimieren. Der Produktionsleiter überwacht den gesamten Ablauf, er kontrolliert vor allem die Einhaltung des Budgets. Oft ist natürlich auch der Produzent am Set anwesend, um sich über den Fortschritt der Arbeit vor Ort zu informieren.

Nach Ende der Dreharbeiten folgt die dritte wichtige Phase: die Post-Produktion. In dieser Phase sucht der Regisseur mit dem Cutter die besten Einstellungen aus dem gedrehten Material und „schneidet“ aus diesen die endgültige Form des Films. Manchmal merkt man erst am elektronischen Schnittplatz (die Zeit der Schneidetische ist vorbei, heute werden alle Filme am Computer geschnitten), dass Szenen nicht wie geplant funktionieren oder wichtige Elemente für die Geschichte fehlen. Schlimmstenfalls müssen Szenen nachgedreht werden.

Entweder ist die Filmmusik aufgrund des Drehbuchs bereits vorbestimmt oder sie wird anhand einer vorläufig erstellten Rohschnittfassung komponiert. Wird keine eigene Filmmusik komponiert, werden bereits existierende Musikstücke (z.B. Klassik, Pop-Hits etc.) ausgesucht. Den letzten Schliff bekommt der Film schließlich in der digitalen Nachbearbeitung. Jetzt werden Spezialeffekte hinzugefügt, die relativ aufwändige Tonspur erstellt (Originalgeräusch, Nachsynchronisation, Tonmischung) sowie die Farbbestimmung der endgültigen Kopie vorgenommen. Dann muss nur noch die Filmkopie hergestellt werden. Auch bei diesem technischen Prozess können – im Einvernehmen mit dem Regisseur, den entsprechenden Mitarbeitern (Tonmischmeister, ev. Sound Designer, Kopierwerksmeister, Kameramann) und dem Produzenten – noch kreative Änderungen (z. B. die genauen Farbtöne) vorgenommen werden. In nicht allzu ferner Zukunft werden die hohen Kosten für derartige Kopien wahrscheinlich entfallen, da Filme dann digital projiziert werden können.

d) Die Verwertung

Doch damit, dass der Film endlich fertiggestellt ist, ist es noch lange nicht getan. Nun tritt eine weitere große Gruppe von Menschen auf den Plan, die mit der Herstellung des Films gar nichts oder nur wenig zu tun hatte: jene Menschen, die sich mit der Verwertung des Films beschäftigen. Der Begriff „Verwertung“ sagt schon, dass das etwas mit Geld zu tun hat. Der Produzent muss das in den Film investierte Geld durch die Verwertung (z.B. Kino, Video, Fernsehen) wieder zurückerhalten. Denn der Produzent trägt ein hohes finanzielles Risiko und benötigt Kapital zur Entwicklung und Herstellung weiterer Filme.

Zumindest auf dem internationalen Markt beginnt die Verwertungskette schon sehr früh: In Hollywood sowieso, denn die großen Hollywood-Studios (Universal, Paramount, Disney, Warner, Sony, 20th Century Fox) haben ihre Verleihfirmen in vielen Ländern und vertreiben auf diesem Weg ihre Filme direkt, ohne Zwischenhändler. Die neueste Entwicklung geht dahin, dass Hollywood diesen Zweigstellen alles vorgibt – von der Werbelinie, die eingeschlagen wird, über das Werbebudget bis hin zum Starttermin, der in letzter Zeit immer öfter – als Reaktion auf die meist wenige Tage nach dem Filmstart in den USA von Filmpiraten veröffentlichten Raubkopien – weltweit am selben Tag erfolgt, ist alles reglementiert.

e) Der Weltvertrieb

Wo dieses Modell nicht angewandt wird – und das ist die überwiegende Mehrzahl der Filme (vor allem die europäischen Filme) – befassen sich Weltvertriebe (World Sales Agents) mit der Erstverwertung. Sie zahlen an die Produktionsfirma so genannte Minimumgarantien (oft wird diese Summe zur Finanzierung des Films verwendet), um sich Weltrechte für einen Erfolg versprechenden Film schon sehr früh zu sichern. Auf großen Filmmessen (etwa dem American Film Market in Santa Monica oder bei der MIFED in Mailand), bei Festivals (Cannes), aber auch mit Hilfe einer Art „Stammkundensystem“ versucht nun der Weltvertrieb, den Film zu einem möglichst guten Preis an die Vertriebe in den einzelnen Ländern (bzw. „Territorien“ – Österreich, Deutschland und die Schweiz etwa bilden im Fachjargon ein „Territorium“) zu verkaufen. Österreich ist dabei meist vom deutschen Markt abhängig; Filme, die in Deutschland keinen Vertrieb finden, kommen in der Regel auch nicht nach Österreich.

Man darf sich keineswegs der Illusion hingeben, ein Film, wenn er einmal fertig ist, würde auf jeden Fall ins Kino kommen – ganz im Gegenteil. Manche werden immerhin von Fernsehstationen gekauft, die einen immer größeren Programmbedarf haben, aber nur ein verschwindender Bruchteil aller weltweit produzierten Filme schafft es überhaupt auf die große Leinwand, und wenn, dann meist nur in ihrem Heimatland. In

Europa verlässt ein hoher Prozentsatz (bis zu 80%) der Filme nicht den eigenen nationalen Markt. Europäische Filme leiden – trotz verschiedener vertriebsfördernder Maßnahmen seitens der EU – manchmal darunter, dass sie schon wenige Kilometer jenseits ihrer Grenzen nicht mehr interessant oder nicht mehr verständlich sind, z. B. weil sie von einer regionalen Art von Humor geprägt sind, die man anderswo in Europa nicht zu teilen vermag. Dieses Schicksal teilt auch der österreichische Film, der in den seltensten Fällen über Deutschland bzw. die Schweiz hinauskommt – die wenigen Ausnahmen bestätigen die Regel. Dokumentarfilme, besonders solche, die ein globales Anliegen haben, haben es da meist leichter.

f) Die Festivals

Vor allem in den letzten eineinhalb Jahrzehnten haben sich weltweit Filmfestivals als eine Art „Parallelmarkt“ für Filme aller Art entwickelt. Nicht nur die großen Festivals (z. B. Sundance im Jänner, Berlin im Februar, Cannes im Mai, Venedig im August/September), sondern vor allem die zahlreichen kleineren Filmfestivals (in Österreich z.B. Viennale, Diagonale) garantieren zwar keinen nachfolgenden „regulären“ Kinoeinsatz im jeweiligen Land, aber zusammengenommen (manche Filme bringen es auf über 40 Festivaleinladungen pro Jahr oder sogar mehr) ergeben sie eine ansehnliche Plattform für Filme, die im kommerziellen Kino- und Vertriebsgefüge gar keinen Platz hätten. Viele Regisseure, die heute auch – in ihrem Rahmen jedenfalls – kommerziell erfolgreich sind, sind durch Filmfestivals groß geworden und werden seither immer wieder eingeladen, ihre neuesten Filme zu zeigen. Zu den bekanntesten zählen Wong Kar-wai, Lars von Trier, Aki Kaurismäki, Mike Leigh, Olivier Assayas, Takeshi Kitano, Ang Lee, um nur einige zu nennen, aber auch die Österreicher Michael Haneke und Ulrich Seidl. Viele amerikanische Regisseure, die mit „unabhängigen“ Filmen begonnen haben, mit kleinen Budgets außerhalb der großen Industrie gearbeitet haben, haben über ihre Festivalerfolge den Sprung nach Hollywood geschafft: dazu gehören Gus Van Sant, Steven Soderbergh, James Mangold, Robert Rodriguez oder Spike Lee.

g) Der Kinostart

Den internationalen Filmmarkt dominieren die USA, also Hollywood. Im Durchschnitt (Österreich ist ein typisches Beispiel dafür) schöpfen amerikanische Filme (und von diesen wieder nur zehn bis zwölf pro Jahr, die so genannten Blockbuster) an die 90 Prozent der Einnahmen an den Kinokassen ab. Selten gelingt es einem europäischen oder österreichischen Film, sich unter den zehn kommerziell erfolgreichsten Produkten eines Jahres zu etablieren. Im Regelfall sind neun von zehn Top-Ten-Filmen eines Jahres amerikanischen Ursprungs, oft aber auch alle zehn.

Im Idealfall erwirbt ein nationaler Vertrieb den Film vom Weltvertrieb: Diese nationalen Vertriebe heißen Filmverleiher, weil sie den Film – für einen prozentuellen Anteil am Kinoumsatz – an die Kinos verleihen. Der Anteil ist abhängig vom erwarteten Erfolg des Films, von der Anzahl der Wochen, die der Film laufen soll etc. Übliche „Schlüssel“ liegen zumeist zwischen 40 und 50% – das heißt, der *Verleih* bekommt etwa 40% der Kasseneinnahmen, dem Kino verbleibt der Rest.

Nun steht dem Kinostart nichts mehr im Wege – sollte man glauben. Doch die Vorbereitungen eines solchen Starts sind erneut sehr aufwändig. Zunächst muss ein günstiger Termin gefunden werden – ein Termin, an dem nicht thematisch ähnliche oder von der erwartbaren Zuschaueranzahl her übermächtige Filme starten. Dann müssen natürlich die Kinos zu diesem Termin frei sein – gerade für Filme, die nicht aus Hollywood stammen, ist es in Österreich gar nicht so leicht, Kinos zu finden. Der Verleih muss sich überlegen, mit wie vielen Kopien, d. h. in wie vielen Kinos der Film starten soll, ob er einen (ausländischen) Film synchronisieren oder Untertiteln lässt, usw.

Danach beginnt die strategische Planung, mit welchen Slogans, mit welchen Motiven, mit welchen werbetechnischen Maßnahmen ein Film ins Bewusstsein der Öffentlichkeit gerückt wird. Diese Strategien setzen vor allem in Hollywood schon recht früh ein – mit so genannten Teasern oder Trailern, die im Internet bereitgestellt werden, um die Erwartungshaltung zu schüren. Für einen europäischen, asiatischen oder österreichischen Film ist das nicht ganz so leicht, da sind Kreativität und Überzeugungsarbeit gefragt. Man kann und muss versuchen, einen Film anhand seines Themas, anhand des Regisseurs oder der Schauspieler interessant zu machen. Oder aber mit Dingen, die zunächst mit dem Film gar nichts zu tun haben. Vor allem Hollywood bedient sich dazu des „Merchandising“, das heißt, Produkte mit Filmmotiven werden lanciert – vom Sticker über die Kaffeetasse bis hin zum Federpennal. Der Fantasie sind dabei kaum Grenzen gesetzt. Viele Filme werden auch durch Kooperationen beworben – mit Autofirmen (wie im Falle von King Kong), Herstellern von Frühstücksflocken, Schokoriegeln usw.

Wenige Wochen vor dem Kinostart wird der Film den Journalisten (zumindest jenen, die ihn nicht ohnehin schon bei einem Festival gesehen haben) in Pressevorführungen gezeigt – oder auch nicht. Wie oben erwähnt, werden die großen Blockbuster kaum noch vor dem Start präsentiert, aus Angst, jemand könnte den Film bei einer Vorpremiere oder Sneak Preview abfilmen und im Internet verbreiten. Wie wichtig die Presse für einen Film ist, hängt von deren Potenzial ab. Ob jemand gut oder schlecht über Mission: Impossible 3 oder The Da Vinci Code schreibt, ist im Prinzip unerheblich – so sehr hat die Marketingmaschinerie schon im Vorfeld dafür gesorgt, dass die Menschen in diese Filme strömen – und sei es nur, um mitreden zu können, wenn sie breit diskutiert werden.

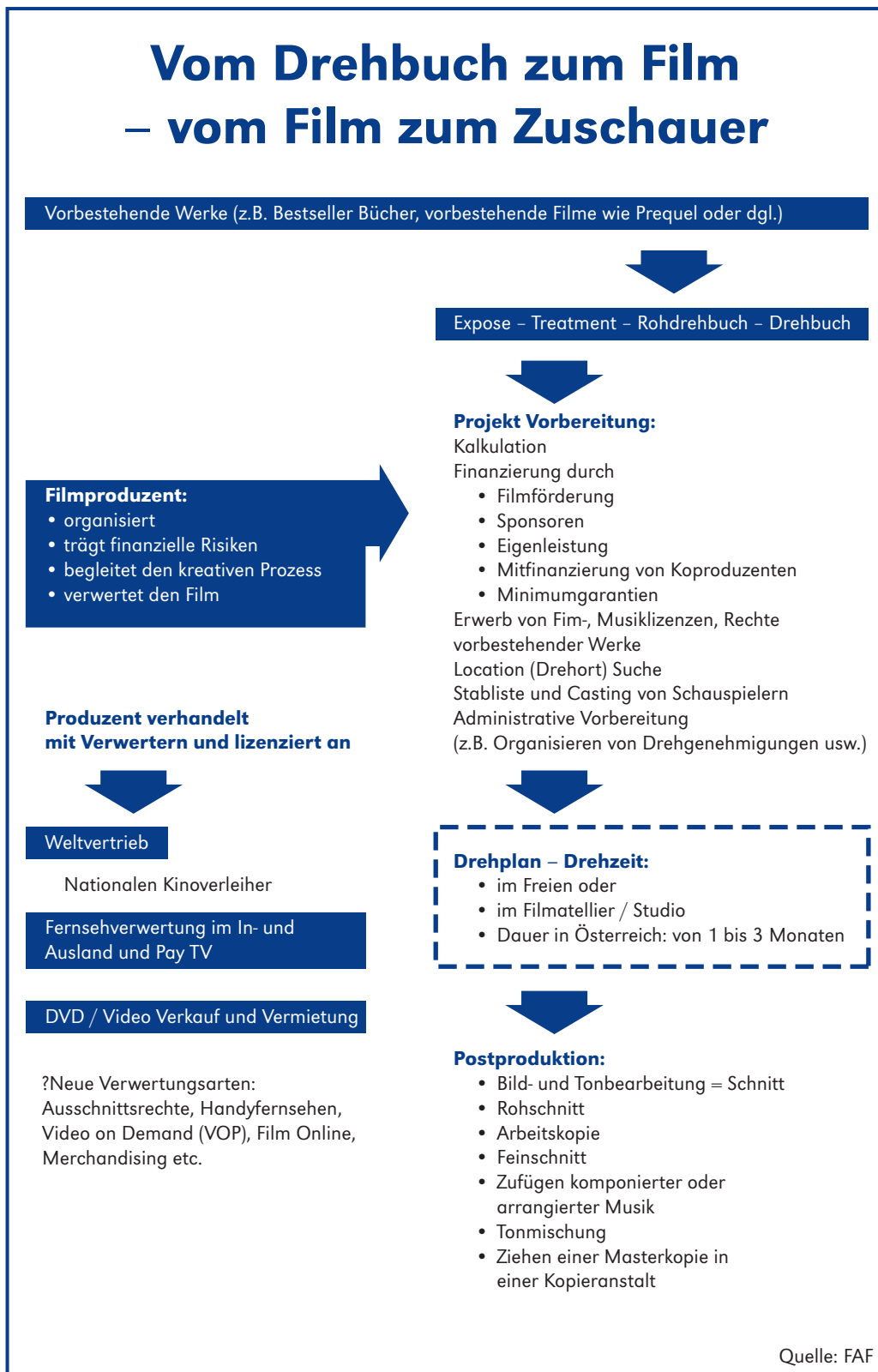
Bei kleineren Filmen und natürlich bei österreichischen Filmen ist es hingegen immer noch wichtig, was das Fernsehen berichtet oder die Zeitungen und Zeitschriften schreiben. Viele Leute lassen sich vom Medium ihrer Wahl beeinflussen, sich einen Film anzusehen oder nicht. Darüber hinaus versucht der Verleih Journalisteninterviews mit dem Regisseur, mit dem Produzenten oder mit den Schauspielern zu ermöglichen – in der Hoffnung, dass dann über den Film berichtet wird. Die meisten Zeitungen haben leider wenig Platz für Filmberichterstattung, daher ist es nicht immer leicht, eine Reportage über einen „kleineren“ Film unterzubringen. Mit Kinospots, Fernsehspots und Anzeigen in den Printmedien versucht der Verleih – je nach verfügbarem Budget – weitere Werbung für seinen Film zu machen.

Kommen österreichische oder deutsche Filme in die heimischen Kinos, dann wird oft eine Premiere, meist für geladene Gäste (Förderer, Mitglieder der Filmbranche, Politiker, so genannte VIPs) veranstaltet. Bei Filmen, die aus anderen Ländern kommen, ist es natürlich eine Kostenfrage, eine Frage der Verfügbarkeit der Schauspieler und eine Frage, ob sich der Aufwand für den österreichischen Verleiher überhaupt lohnt. Nun also sollte der Film endlich im Kino sein – und ab jetzt entscheidet vor allem Mundpropaganda darüber, ob der Film ein Erfolg wird. Aber das ist nicht alles: auch schönes Wetter z. B. kann ein „Störfaktor“ sein. Je schöner und heißer es draußen ist, desto weniger haben die Leute Lust, ins Kino zu gehen. All das muss man bei der strategischen Planung eines Kinostarts mit überlegen.

h) Die Kinostartförderung

Bei österreichischen Filmen, die es im Kino ohnehin schwer haben, kann der Verleiher des Films bei den großen Förderinstitutionen (z.B. Österreichisches Filminstitut, Filmfonds Wien) um eine finanzielle Starthilfe ansuchen, die in den allermeisten Fällen auch gewährt wird. Der Grund: Wie schon beschrieben, ist der Kinostart enorm kostenintensiv und von einer kleineren Firma (die meisten österreichischen Filme werden von wenigen kleinen bis mittelgroßen Verleihfirmen vertrieben) kaum zu bewältigen. Auch europäische Filme haben die Chance auf Kinostartförderung – die EU versucht, das europäische Filmschaffen gegenüber dem amerikanischen zu stärken.

Das Programm MEDIA der EU fördert den Verleih durch finanzielle Unterstützungen, wobei das Hauptaugenmerk auf einer Kinoveröffentlichung außerhalb des jeweiligen Ursprungslandes liegt. Dadurch soll sichergestellt werden, dass Filme in möglichst vielen europäischen Ländern gezeigt werden können.



Trotz der enormen technischen Veränderungen der letzten Zeit (Stichwort: Digitalisierung) ist Film noch immer ein extrem kostspieliges Medium. Die durchschnittlichen Produktionskosten eines österreichischen Spielfilms liegen bei ca. 1,5 - 2 Millionen Euro.

Film für wenig Geld: No-(Low-)Budget-Filme

Dokumentarfilme können in der Regel mit geringerem Budget hergestellt werden. Bei Dokumentarfilmen stehen die Chancen, auch als „Anfänger“ einen Produzenten und damit Zugang zu einer Bezahlung für die Arbeitsleistung zu finden, wesentlich besser als beim ungleich teureren Spielfilm. Außerdem besteht die Möglichkeit, auch als Einzelperson einen Antrag zur Förderung bei der Kunstsektion des Bundeskanzleramtes einzureichen. Dazu wird auch eine Arbeitsprobe, vergleichbar mit einem Trailer, verlangt. Darauf sollte man sich nur einlassen, wenn man die technischen Möglichkeiten hat, dass das Bild nicht immer verwackelt ist und der Ton einwandfrei zu verstehen ist, sonst nützt einem auch die beste Idee nichts. Ist das Material jedoch gut und die Idee dahinter interessant, gibt es gerade im Dokumentarfilmbereich engagierte und kreative Produzenten, die dem Nachwuchs gerne eine Chance geben. Die weitere Entstehung des Films folgt den zuvor beschriebenen Schritten, normalerweise ist die Recherchephase länger und aufwändiger als bei einem Spielfilm, und es gibt kein so detailliertes Drehbuch, weil man klarerweise oft gar nicht voraussehen kann, was am Drehort genau passieren wird. Die meisten Dokumentationen werden heute schon auf allen möglichen Videoformaten wie HD oder auch DV gedreht und werden zumeist vor dem Kinostart auf 35mm-Film umkopiert, eine kostspielige Angelegenheit. Einige Kinos können bereits digitale Formate abspielen.

Auch Spielfilme kann man mit wenig Geld produzieren. Der Ablauf von der Grundidee zum fertigen Film ist dem zuvor beschriebenen Weg prinzipiell sehr ähnlich, mit dem großen Unterschied, dass das mangelnde Budget sich meist auf die technischen und handwerklichen Voraussetzungen, die Qualität der Schauspieler, der Schauplätze und auch auf das Durchhaltevermögen aller Beteiligten (womöglich auch auf die Qualität des Endprodukts) negativ auswirkt. Es werden aber immer wieder Spielfilme mit einem geringen Budget in Österreich gedreht, die auch vereinzelt den Weg in auf „Nachwuchsfilme“ spezialisierte Kinos wie dem Schikaneder in Wien finden, wenn sie auch fast ausnahmslos keinen Verleih finden. Trotz der ungünstigen Rahmenbedingungen gibt es Beispiele, die belegen, dass man mit viel Talent, Einsatz und Engagement auch mit No-Budget-Filmen internationalen Erfolg haben kann und sogar den Durchbruch in Hollywood schaffen kann. Die Billigproduktion „El Mariachi“ von Robert Rodriguez´ („Sin City“) war von der Story und der filmischen Auflösung her so überzeugend, dass ihm danach viele Türen in Hollywood offen standen. Ähnliches gilt für Christopher Nolan („Batman Begins“), der seinen ersten Film „Following“ über einen längeren Zeitraum mit Freunden am Wochenende gedreht und mit einer außergewöhnlichen Idee, die er in ein gutes Drehbuch umsetzte, Aufsehen erregt hatte. Demgegenüber steht natürlich eine große Anzahl von Filmen, die mit gutem Grund außer den unmittelbar Beteiligten niemand gesehen hat. Wer ernsthaft in der Filmbranche Fuß fassen will, geht idealerweise einen der bewährten Ausbildungswege und versucht, z.B. an der Filmakademie in Wien aufgenommen zu werden (siehe Kapitel 5).

Einige Gedanken zum Thema Filmkanon ...

Immer wieder spricht man von Filmen, die man gesehen haben „muss“: Was ist jedoch unter dem Begriff „Filmkanon“ zu verstehen – was müssen die dort enthaltenen Filme können und vor allem wer bewertet und nach welchen Kriterien? Schließlich ist die Bewertung, was einen „guten“ Film ausmacht, zwischen Filmkritiker, Cineast oder gewöhnlichem Kinogeher oft sehr unterschiedlich.

„A canon has the weight of impersonal, collective, institutional authority [...] A canon is always the result of a broad survey of serious opinions.“

Adrian Martin, Filmkritiker „the age“

Die Beschäftigung mit Filmgeschichte kann immer als Versuch gewertet werden, Wichtiges, Typisches, Hervorragendes oder Relevantes zu bestimmen, um eine Ordnung und Hierarchie zu schaffen. Nicht alles, was ein Kanon enthält, muss unbedingt relevante Filmgeschichte sein. Oftmals bevorzugen solche Filmlisten Spielfilme gegenüber Dokumentar- oder Avantgardefilmen. Die Differenzierung erfolgt entweder nach wirtschaftlichen Kriterien (z.B. nach Box Office Zahl und offiziellem Erfolg – der sog. „Star Wars-Kanon“) oder reflektiert bestimmte, historisch für bedeutsam gehaltene Filme (so genannter „Citizen Kane-Kanon“). Im Juli 2003 wurde beispielsweise eine solche „verbindliche“ Liste von 35 Filmen von einer 19-köpfigen Expertenkommission für die Schule geschaffen, um eine Basis für die Auseinandersetzung mit dem Medium Kino zu bieten (siehe auch: <http://www.bpb.de/veranstaltungen/QUFU7Z,0,0,Filmkanon.html>).

Diese Liste enthält – wenig überraschend – von Murnaus „Nosferatu“, Chaplins „Goldrausch“, den russischen Klassikern wie Eisenstein, Orson Welles` „Citizen Kane“, Kurosawas „Rashomon“ usw. alles, was für den Cineasten audiovisuelle „Pflichtlektüre“ darstellt. Normalerweise werden folgende Kriterien für eine Auswahl herangezogen:

1. technische Innovationen, die das Ausdruckspotenzial des Films erweitert haben
2. formale Innovationen, die als Beitrag zur Entwicklung der Filmsprache eingestuft werden
3. wichtige Vertreter zur Konstitution und Weiterentwicklung eines Genres
4. Werke, die ein charakteristisches Beispiel für Thema oder Stil eines bedeutsamen Regisseurs darstellen
5. Filme, die zwar keine besonderen künstlerischen oder technischen Qualitäten aufweisen, jedoch ideologische oder kulturelle Relevanz besitzen

„In der Sehnsucht nach einem Kanon verbirgt sich die Angst vieler Zeitgenossen, überinformiert und dennoch unwissend zu sein, und daraus ergibt sich die Sehnsucht nach einer Ordnung“, so Reich-Ranicki über das Zusammenspiel zwischen Kanon-„Hersteller“ und „Nutzer“.

Verschiedentlich wurden Versuche gemacht, auch das „gewöhnliche“ Publikum bei der Wertung von Filmen und ihrem Wissen zu evaluieren – beispielsweise bei der so genannten „Citizen Kane“ Befragung, die das Filmmuseum als jener Ort, dessen Retrospektiven bedeutenden Filmkünstlern und Epochen des Filmes gewidmet sind, durchgeführt hat, sowie bei einer Befragung von etwa 300 Schüler/Innen 2005. Wenig überraschend war das Ergebnis von der oben genannten Cineastenliste weit entfernt: Aufgrund des offensichtlich fehlenden Basiswissens wurden nahezu ausschließlich Filme genannt, die dem aktuellen, vom US-Film dominierten Blockbusterkino entnommen sind („Lord of the Rings“, „Matrix“, „Pulp Fiction“, „Kill Bill“, „Sin City“ usw.) – d.h. den meisten Jugendlichen sind Klassiker der Filmgeschichte tendenziell eher unbekannt, ein differenziertes Urteil dadurch kaum möglich.

Filmische Urteile fördern nicht nur die geschichtliche Kenntnis, sondern entwickeln auch einen Sinn für Ästhetik und vermitteln visuelle Bildung. Besonders heute, in einer von Medien dominierten Welt, ist das Medium Film ständig präsent. Gerade für Jugendliche ist ein bewusster Umgang mit Film unverzichtbar. Es sollte aber auch darauf geachtet werden, dass die filmische Bildung nicht alleine darauf beruht, Klassiker einfach zu zeigen - ausschließlich programmatische Vermittlung ohne Begeisterung ist Zeitverschwendung. Die Schule könnte die Aufgabe übernehmen, Schülern beizubringen nach welchen Gesetzmäßigkeiten und mit welchen Mitteln Filme gemacht und gelesen werden. (Vgl. dazu: <http://www.lernortkino.de/>)

Filmästhetik

Der Film ist 110 Jahre alt und gilt als die einflussreichste Kunstform des 20. Jahrhunderts. Die digitale Revolution wird vieles verändern, sowohl bei der Arbeit am Film als auch bei der Auswertung. In vielen Ländern, sehr engagiert in den USA, werkt man heftig an der Umsetzung von Ideen zur digitalen Projektion, die neben vielen anderen Vorteilen die Kosten für die Filmkopien, die heutzutage hergestellt werden, einsparen helfen soll. Aber abgesehen von technischen Neuerungen, die den Film seit seiner „Geburt“ begleiten (vom Stummfilm zum Tonfilm, vom Schwarz-Weiß-Film zum Farbfilm, die Einführung von Cinemascope und ähnlichen Breitwand-Formaten, der massive Einsatz von Video und Computereffekten) und ungeachtet aller künstlerischen „Erneuerungen“ (Autorenfilm, Nouvelle Vague, New Hollywood) ist dies ein erstaunlich konservatives Medium, vor allem, wenn man den Spielfilm betrachtet, jene Filmgattung also, die die überwiegende Mehrheit der Kinobesucher (und DVD-Konsumenten) interessiert.

Genres

Die großen und bedeutenden Genres des Films haben sich mehr oder weniger unverändert seit der Erfindung des Films erhalten: Gangsterfilm, Western, Actionfilm, Komödie, Melodrama, Musical, Horrorfilm, Abenteuerfilm – und natürlich diverse Mischformen und Varianten. Diese Genres waren und sind deshalb so erfolgreich, weil sie im Wesentlichen nach immer denselben Grundmustern funktionieren, entlang derer sich die Zuschauer orientieren und auf einen Film erst so richtig einlassen können. Genregesetze sind hartnäckig. Jeder Versuch, sie zu sprengen, ist schwierig und muss sich im Laufe des Films gut begründen lassen. Man könnte es auch so ausdrücken: Um die Genreregeln brechen zu können, muss man sie aus dem ff beherrschen. Die Mehrheit der (kommerziellen) Filmemacher beherrscht sie wohl, umgeht sie aber eher ungerne und selten. Der negative Effekt: Filme, vor allem aus Hollywood, unterliegen einer gewissen Formelhaftigkeit. Man kann sich relativ leicht ausmalen, wie ein Film ausgeht, wenn man die Grundmuster kennt.

Erzählweise

Der „klassische“ Spielfilm hollywoodscher Prägung hat eine streng reglementierte Erzählweise, die sich über die Jahrzehnte bewährt hat und bis heute in Drehbuchseminaren gelehrt wird. Im Wesentlichen handelt es sich um eine dreiaktige Struktur (ähnlich einem Drama): Etablierung der Personen, der Handlung und der Konflikte – „Haupthandlung“ – angestrebte Lösung und Ende. Mit Hilfe so genannter „plot points“ kann man sogar anhand abgezahlter Minuten nachvollziehen, wie die Handlung entwickelt wird. Der Spannungsbogen muss dabei stets erhalten bleiben, und die Lösung muss plausibel sein. Ein letzter Moment der Spannung (in dem es plötzlich so aussieht, als könnte der Held/die Heldin „es nicht schaffen“) hilft, das Interesse der Zuschauer bis zum Schluss aufrechtzuerhalten, obwohl im Grunde alle wissen, dass der Film zur Zufriedenheit der Zuschauer ausgehen wird: Liebende finden sich, verlorene Kinder kehren zurück, Geiseln werden befreit, Katastrophen verhindert, die Bösen bestraft.

Viele erfolgreiche Filme, vor allem seit etwa Anfang der 60er-Jahre, haben diese Grundmuster des Erzählens und damit die Erwartungshaltung des Publikums radikal unterlaufen: Filme werden von hinten nach vorne oder unter Zuhilfenahme zahlreicher Rückblenden, Vorausblenden, Parallelhandlungen, Exkurse erzählt. Über die Jahre hat sich ein eigenes Publikum herausgebildet, das sich an solchen narrativen Herausforderungen erfreut – mit dem breiten Geschmack der Masse hat das wenig zu tun. In der Filmwirtschaft, hat man dafür den schönen Ausdruck „Arthouse Film“ (Autorenfilm) gefunden.

Kamera und Schnitt

So konservativ wie die Erzählweise sind in der Regel auch Kamera- und Montagearbeit. Ein Film beginnt möglichst mit dem so genannten „establishing shot“: Wie der Name schon sagt, wird damit der Schauplatz etabliert (Berge im wilden Westen, das Weltall im Science-Fiction-Film, die endlose Weite des Meeres im Abenteuerfilm, usw.). Wenn die historische Periode nicht unmittelbar klar wird, verwendet man ein Insert („Texas, 1861“). Heute sind es oft aus der Hubschrauber-Perspektive aufgenommene Großstädte, die einen Film eröffnen, und von hier aus geht es weiter in die Handlung und ihren Kern hinein. Es gibt verschiedene Einstellungsgrößen und Auflösungsmöglichkeiten (Totale, Halbtotale, Schuss-Gegenschuss), die traditionell mit bestimmten Situationen verbunden sind. Schuss-Gegenschuss wird etwa bei Dialogen verwendet, die man abwechselnd aus der Sicht des einen und des anderen Gesprächspartners oder über die Schulter eines der beiden filmt. Großaufnahmen (Close-ups) sind üblicherweise für besonders dramatische Momente reserviert (jemand sitzt allein in einem Zimmer, ist möglicherweise bedroht – das Telefon läutet oder es klopft an der Tür) - eine Großaufnahme des Telefons oder der Tür oder des angsterfüllten Gesichts ist unausweichlich.

In Sachen Schnitt wird immer noch weitgehend – wenn auch mit modernsten Methoden – den alten Regeln gehuldigt. Wenn sich auch Geschwindigkeit und Rhythmus des Schnitts vielfach beschleunigt haben, gelten Kontinuität und Anschlussgenauigkeit immer noch als das Nonplusultra. Der berühmte „jump cut“, den vor allem Jean-Luc Godard mit seinem bahnbrechenden Film „Außer Atem“ (1960) etabliert hat, ist für den Großteil jener Filme, die in Hollywood hergestellt werden, unpassend – und konnte sich demgemäß nicht durchsetzen. Ähnliches gilt für die 180-Grad-Regel (optische Achse), die besagt, dass die Kamera der Handlungsachse (meist links-rechts) zu folgen habe. Eine Überschreitung der Achse und die Rotation zur rechts-links-Bewegung bewirkt Irritationen beim Zuschauer und war daher im klassischen Hollywoodkino verpönt.

Arbeitsblätter

Kapitel 3:

VON DER IDEE ZUM FILM – VOM FILM ZUM ZUSEHER

Lernziele:

Die Schüler sollen:

- erfahren, wie aus einer Idee ein fertiger Film gemacht wird
- die wirtschaftlichen und finanziellen Risiken einer Filmproduktion verstehen
- Filmfestivals kennen lernen

Arbeitsblatt 1

WIE EIN FILM ENTSTEHT

Arbeitsauftrag

Die Schüler sollen die angegebenen Schritte einer Filmproduktion in die richtige Reihenfolge bringen.

Lernzielkontrolle

Lösungsblatt als Folie

Arbeitsblatt 1

WIE EIN FILM ENTSTEHT

Arbeitsauftrag

Bringt die angegebenen Schritte einer Filmproduktion in die richtige Reihenfolge. Schreibt jeweils vor den Satz die fortlaufenden Nummern, sodass dann eine richtige Chronologie entsteht.

- ___ Produktionsplanung, Drehorte bestimmen, Schauspieler casten
- ___ Drehplanerstellung, Lichttests durch den Kameramann
- ___ Drehbuchautor verfasst eine fiktive Geschichte
- ___ Treatment wird nur einem Produzenten angeboten
- ___ Ansuchen um Projektförderung
- ___ Fertigstellung des visuellen Konzepts zur Drehbuchumsetzung durch den Regisseur
- ___ Hinzufügung von Spezialeffekten durch digitale Nachbearbeitung
- ___ Autor verfasst ein mehrseitiges Exposé oder ein Treatment
- ___ Herstellung von Filmkopien
- ___ Einreichung um Herstellungsförderung
- ___ Cutter wählt mit Regisseur die besten Einstellungen aus
- ___ Aufnahme von Szenen
- ___ Autor überträgt Rechte an den Produzenten durch den Optionsvertrag
- ___ Musikalische Untermalung des Films
- ___ Lektoren beurteilen die Filminhalte nach verschiedenen Kriterien

Arbeitsblatt 1 – Lösung

WIE EIN FILM ENTSTEHT

- 7 Produktionsplanung, Drehorte bestimmen, Schauspieler casten
- 10 Drehplanerstellung, Lichttests durch den Kameramann
- 1 Drehbuchautor verfasst eine fiktive Geschichte
- 4 Treatment wird nur einem Produzenten angeboten
- 6 Ansuchen um Projektförderung
- 9 Fertigstellung des visuellen Konzepts zur Drehbuchumsetzung durch den Regisseur
- 14 Hinzufügung von Spezialeffekten durch digitale Nachbearbeitung
- 2 Autor verfasst ein mehrseitiges Exposé oder ein Treatment
- 15 Herstellung von Filmkopien
- 8 Einreichung um Herstellungsförderung
- 12 Cutter wählt mit Regisseur die besten Einstellungen aus
- 11 Aufnahme von Szenen
- 5 Autor überträgt Rechte an den Produzenten durch den Optionsvertrag
- 13 Musikalische Untermalung des Films
- 3 Lektoren beurteilen die Filminhalte nach verschiedenen Kriterien

Arbeitsblatt 2

WO BEDEUTENDE FILMFESTIVALS STATTFINDEN

Arbeitsauftrag

Suche unter Verwendung des Internets Orte in Europa und den USA, wo bedeutende Filmfestivals stattfinden und benenne die Preise die dort verliehen werden.

mögliche Lösungen

Los Angeles, Hollywood	- Oscar
Venedig	- Löwen
Berlin	- Bär
Cannes	- Palme
Montreux	- Rose
Wien	- Wiener Filmpreis
München	- CineMerit
Rotterdam	- VPRO Tiger
Stockholm	- Pferd
Locarno	- Leopard