



Wer sind wir? *Uli Brandt, Matthias Dinter,
Georg Heinzen, Ulrike Maria Hund, Martin Maaß, Mo Sandmann,
Holger Karsten Schmidt, Markus Stromiedel, Uwe Wilhelm ab S. 3*



WERKSTATT Kein Drehbuch. Kein Film. – Unsere Kampagne.....	20
Putzfrau mit Fachabschluss – Roland Zag-Interview.....	25
INFORMATION Treffen.....	33
HONORAR UND RECHT Unbekannte Nutzungsarten.....	24
CHECK UP Szenario 2.....	28
INTERN Editorial.....	3
Lichtenstein? – Autoren und die Altersvorsorge.....	30
Rechtsberatung, Impressum.....	38



Editorial

von Xaō Seffcheque

Ein bekannter Kollege sagte, wir Filmautoren sollten uns vor übertriebenem Sentiment in unseren Werken hüten. Dennoch darf man schon ein bisschen sentimental sein, wenn es ans Schreiben des Editorials für das letzte SCRIPT geht. Denn zum einen bin ich da nicht als reiner Filmautor gefragt, zum anderen habe ich SCRIPT immer als Werk jener verstanden, die bereit waren – und es bis zur aktuellen, letzten Ausgabe sind – mit ihren Gedanken, Reflexionen, Diskursen und Ideen SCRIPT zu dem zu machen, was es ist: zur einzigen Drehbuchzeitschrift des deutschsprachigen Raums. Diesen KollegInnen möchte ich dafür danken, dass sie – nach alter Väter Sitte natürlich ohne Entgelt – recherchiert, telefoniert, gegoogelt, gelesen, geschrieben und gezeichnet haben, was quartalsmäßig VDD-Mitglieder, Anzeigenkunden und stille Mitleser in den Trittschall gedämpften Redaktionsfluren und busy Produktionsbüros – hoffentlich! – immer wieder zu interessieren vermochte.



Einige von ihnen haben sich, trotz oder auch gerade wegen der Frustration, die das Wissen um die Einstellung von SCRIPT mit sich bringt, bereit erklärt, zum Schwerpunktthema dieser Ausgabe „Wer sind wir?“ nochmals ihre persönliche Meinung dazu, und ihre Haltung zu unserem Beruf, zu unserem Geschäft, unserem Selbstverständnis generell zu formulieren. Es sind durchwegs Beiträge, die als Ergebnis einer längeren Reflexion gesehen werden müssen, die folglich so in keinem *newsletter* zu finden sein werden, mag er sich auch noch sehr als das kostengünstigere Substitut des Print-Magazins gerieren. Denn die *newsletters*, die *blogs*, die *e-papers*, sie alle entstehen unter einer Meta-Bedingung – sie müssen in Eile gemacht werden, um entsprechend schnell beim Adressaten anzukommen. Mit einem Wort: Das gedruckte Meinungsforum kann nicht durch eine Netzdebatte ersetzt werden. Das liegt weniger an den

Benutzern des Mediums als am Medium selbst, das spontane, oftmals hitzige, manchmal eben auch übersteigerte Reaktionen fördert: Aus dem an sich guten Gefühl heraus, sofort reagieren zu können, reagiert man eben auch sofort. Sofort bedeutet aber eben leider nicht mit jener klugen Abgeklärtheit, Überlegtheit und jenem Maß an Selbstreflexion, wie sie als aktuelles Beispiel die Beiträge zum Titelthema auszeichnen.

Die weisen, wenn auch durchaus heterogen in ihrer Herangehensweise, doch zwei entscheidende Schnittmengen auf. Zuerst mal: Die AutorInnen sind mit der Behandlung unzufrieden, die uns als den Müttern aller Filmurheber permanent widerfährt. Aber auch: Sie bejahen ihren Beruf, schätzen ihre Arbeit und die unstrittigen Vorteile, die diese mit sich bringt.

Das sind auch Indizien dafür, dass es hier nicht um schnödes Lamentieren geht, sondern vielmehr andauernde fatale Missstände immer wieder zu Recht angeprangert werden. Dahinter steht die Erkenntnis, dass es nötig ist, selbstbewusster, fordernder, bestimmter im Filmdiskurs und -Geschäft aufzutreten. Dafür muss zunächst einmal verhindert werden, dass wir weiter den Weg in die Unsichtbarkeit gehen. Nicht nur, damit wir die werden, als die wir uns als Filmautoren eigentlich immer sehen, sondern auch um als jene von außen wahrgenommen zu werden. Dazu aber ist mehr denn je eine moderierte Kommunikation, ein identitätsstiftender Meinungs-austausch unter uns erforderlich.

Es ist allerdings einfacher, eine funktionierende Plattform niederzureißen als eine neue aufzubauen. Bleibt also zu hoffen, dass der VDD geeignete Mittel und Wege findet, die Leerstelle zu füllen, die das Ende seiner fast 18 Jahre alten Verbandszeitschrift hinterlässt.

Das Zitat

»Mögest Du in einer interessanten Zeit leben!«

(alter chinesischer Fluch)

Die Frage wer wir sind hat zuerst mal mit der Frage zu tun „Wer bin ich?“
 Gute Frage - ja, wer denn nun? Telenovela-Tussi, Vorabend-Shakespeare, Krimi-Fuzzi, Drama-Queen, Werberahmenprogrammentwickler, Bleistift der Redaktion, Schreibnutte? Dramatiker, Künstler, Filmautor, Schöpfer sozialer Skulpturen, unbequemer Denker, kreativer Psychologe? Oder einer der unzähligen Bastarde, die diese unvollständige Aufzählung gängiger externer- und interner Klischees unseres Berufes vorstellbar macht? Die weiteren Fragen, die sich daraus ergeben: „Warum bin ich so?“ und „Wie will ich sein?“ haben ursächlich mit dem Hintergrund des Berufsbildes „Drehbuchautor, deutschsprachig“ und den perspektivischen Möglichkeiten zu tun, diese Klischees aufzubrechen. Neun KollegInnen geben ihre persönliche Antwort.

Wer sind wir?

HOLGER KARSTEN SCHMIDT

Drehbuchautor für das Kino (u.a. „14 Tage lebenslänglich“, „Sass“) und TV (u.a. „Tatort“, „Die Sturmflut“, „Der Mörder ist unter uns“, „Ein starkes Team“, „In Sachen Kaminiski“, „Der Stich des Skorpions“, „Der Elefant“). Lebt in Asperg.



Wir sind eine weitgehend anonyme Masse, von der sich etwa ein Drittel im VDD organisiert hat. Eine gesichtslose Masse, deren Arbeit in den Medien und damit auch in der Öffentlichkeit kaum oder keinerlei Beachtung findet.

Warum ist das so?

Vielleicht, weil wir es mit einem visuellen Medium zu tun haben. Uns kann man nicht wieder erkennen – es sei denn, man hat sich unseren Namen gemerkt, was ich gelinde gesagt als „optimistisch“ bezeichnen würde.

Vielleicht, weil wir außer Filmkritikern über kein Sprachrohr verfügen; und mit ihnen auch nur über ein indirektes. Kombiniert mit dem Umstand, dass offensichtlich 80% der Filmkritiker schlicht nicht wissen, was ein Drehbuch überhaupt für eine fundamentale Bedeutung für den späteren Film hat („Ah, Herr Schmidt, Sie sind dann also der, der die Dialoge schreibt?“), ist das fatal.

Vielleicht, weil unser Verband leider nicht nahezu alle Autoren vertritt und daher auch nicht die Schlagkraft einer WGA besitzt.

Vielleicht, weil uns eine gute Geschichte wichtiger ist als ein Blitzlichtgewitter.

Es mag aber auch an dem Bild liegen, das wir im Zuge unserer Arbeit bei Produzenten, Redakteuren und Regisseuren hinterlassen.

Wie oft muss ich in Gesichter mit offenen Mündern blicken, wenn ich bei einer Drehbuchbesprechung klar artikuliere, dass mein Buch keine beliebige Verhandlungsmasse darstellt. Oder, wie es ein Produzent, der sich –

man höre und staune – schützend vor mein Buch stellte, es einmal formulierte: „Das ist keine Garnisonshure, über die jeder mal rüber kann.“ (Der Mann ist heute kein Produzent mehr).

Wie oft höre ich den Satz „Das hat aber noch keiner verlangt“, wenn ich bereits in meinem Drehbuchvertrag die Nennung „Ein Film von...“ ausschließe. Bis auf einen hat sich kein Regisseur je bei mir darüber beschwert. Dem einen habe ich dann auseinandergesetzt, dass ein Film eine Gemeinschaftsleistung darstellt und diese Nennung die Arbeit aller anderen Beteiligten auf eine Weise herabwürdigt, die er nicht ernstlich in Betracht ziehen möchte. Mochte er dann auch nicht.

„Ihr Drehbuch ist leider nicht frauenaffin“. Ja, und?

Heißt das im Umkehrschluss, dass ich als ein Fan von „Grüne Tomaten“ also stockschwul bin? Wen bitte schert es, ob ein Stoff frauenaffin ist, wenn die Geschichte und die Figuren so einzigartig, herzerwärmend, tragisch und schön sind wie in besagtem Film?

Ist etwa „Der Pate“ frauenaffin? Oder „Goodfellas“, „Die hard“, „The Deer Hunter“? Zeichnet sich vielleicht „Saving Private Ryan“ durch seine Frauenaffinität aus? Oder „French Connection“, „Jaws“ oder „No Country for Old Men“? Haben da etwa alle Frauen weggeschaut? Waren das Flops? Nein, waren sie nicht, denn gute Geschichten und Figuren funktionieren *geschlechterübergreifend!*

„Ihr Drehbuch ist leider nicht frauenaffin“. - Ja, und?



Wer sind wir?

Plötzlich schaut die Redakteurin nicht mehr auf mich, sondern auf die ungemein spannende Maserung der Tischplatte. „Trotzdem“, sagt sie. Und bei dem Wort bleibt's: *trotzdem*.

Mehr kann sie dazu nicht sagen, denn bei genauerer Betrachtung ist diese Kritik im Allgemeinen substanzlos. Dieser Nonsens wird einfach nur unreflektiert nachgeplappert.

Natürlich gebe ich da gerne Contra, denn soll ich mir – weil jemand es schick findet, das Gespräch mit einer ebenso neuen wie überflüssigen Wortschöpfung zu „bereichern“ – deswegen eine Menge Arbeit aufhalsen und – viel schlimmer – meine Geschichte verwässern lassen? Nein. Kommt nicht in die Tüte. Man muss dort, wo es an die Substanz geht, auch ohne Wenn und Aber für seinen Stoff einstehen.

Was ich damit sagen will: Wir müssen manchmal eben auch bei uns selbst anfangen, damit sich – wenn auch im Kleinen – etwas ändert.

Ein klein wenig Selbstbewusstsein schadet da nicht.

Denn wir sind die, auf die all die anderen nicht verzichten können. In unseren Köpfen befindet sich der Rohstoff, den sie alle haben wollen. Ohne uns geht nichts.

Wir denken uns die Geschichte aus, wir erfinden die Figuren, wir erarbeiten die Wendungen, wir schreiben die Dialoge und kreieren die Entwicklung unserer Figuren. Wir bestimmen mit unseren Drehbüchern den Ton, den Rhythmus, die Schauplätze.

Und wir sind in dem Sinne die Kreativsten der am Filmprozess Beteiligten, indem wir die einzigen sind, die etwas aus dem Nichts schaffen. Alle anderen, die dann kommen, bauen mit ihren Fertigkeiten auf unserem Buch, unserer Vision auf.

Mehrheitlich gehen Produzenten in Form von eilfertigen Kniefällen vor der Redaktion inhaltliche Kompromisse ein, die das Drehbuch nicht eben verbessern. Weil in ihrer Brust im Zweifelsfall eher HU und Gewinn denn ein Cineastenherz schlägt.

Viele Regisseure sagen ihre Mitarbeit auf Drehbücher zu, die sie zunächst in den höchsten Tönen loben, obwohl die Geschichten sie überhaupt nicht entflammt haben; um sich aber das Regiehonorar zu sichern und in der Hoffnung – wenn man erstmal an Bord ist – die Geschichte noch so zurechtkneten zu können, dass es für sie einigermaßen Sinn ergibt.

Oder eben mehrheitlich jene Regisseure, die das Drehbuch als eine Art „Vorschlag“ begreifen, dem man folgen kann, wenn man will, aber eben nicht wirklich sollte oder gar muss. Und die dann am Set die Geschichte nach Strich und Faden verhunzen.

Leider habe ich in der Überzahl Redakteure erlebt, sowohl solche bei den Privaten, die ihren Kopf hinhalten müssen, wenn die Quote nicht stimmt, als auch solche bei den Öffentlich-Rechtlichen, die das nicht müssen und sich trotzdem ins Hemd machen (obwohl sie recht

bequem und verbeamtet auf exakt jenen Stühlen sitzen, die wir Gebührenzahler ihnen finanzieren), die mir vor allem als Bedenkenträger im Gedächtnis geblieben sind.

Die für eine Drehbuchentwicklung zumindest nervenaufreibende wenn nicht sogar tödliche Kombination besteht bei ihnen aus dramaturgischer Unkenntnis und, ja, Angst vor Verantwortung.

Die Absicherung durch ein Lektorat oder durch ein Wochenendseminar ist da nicht wirklich hilfreich, oftmals brockt uns Autoren das dann die richtig fieseren Sachen ein („Eine Geschichte hat ja einen Anfang, eine Mitte und ein Ende“ – Na, Donnerlittchen. Da haben wir dann den Salat und die Wochenend-Drehbuchgurus ihre 1.000 Euro pro Nase).

Die meisten Redakteure sind primär darum bemüht, jedes Risiko zu minimieren, das ihrem Ruf oder ihren Arbeitsplatz gefährden könnte, wenn's denn daneben geht. Damit nehmen sie dem Drehbuch aber auch oftmals seine Ecken und Kanten, sie ersticken Innovation im Keim, de facto nehmen sie der Geschichte und den Figuren all das, was sie hätte besonders werden lassen können.

Was mich betrifft, haben sich über die Jahre einige für mich sehr fruchtbare Konstellationen ergeben, auf die ich gerne immer wieder setze, weil die beteiligten Regisseure, Produzenten und Redakteure mit ihrem Engagement und ihrer Arbeit mein blindes Vertrauen gewonnen haben.

Denn es gibt sie, die Produzenten, Redakteure und Regisseure, die unsere Arbeit respektieren und mit denen uns etwas Essentielles verbindet: Leidenschaft. Die Leidenschaft fürs Filmmachen, die Leidenschaft für Geschichten.

Sie befinden sich meines Erachtens zwar in der Minderheit, aber wirklich rar sind sie wiederum auch nicht gesät.

Wer diese Leidenschaft besitzt oder sich von ihr anstecken lässt, ist auch bereit, für die gemeinsame Vision zu kämpfen, sich zu engagieren, ein Risiko einzugehen. Mit ihnen führt man keinen Dreifrontenkrieg, sondern man hat plötzlich Mitstreiter an seiner Seite, die für eine gemeinsame Sache einzustehen bereit sind und zwar auch dann, wenn es mal Gegenwind gibt.

Da ist der Produzent, der beispielsweise so sehr an die Geschichte glaubt, dass er einen Entwicklungsauftrag nicht erst abwartet, sondern von sich aus entwickeln lässt. Dem es gelingt, die in der Kalkulation ausgewiesene Budgetüberschreitung nicht durch den simpelsten Einfall („Da müssen wir wohl das Buch vereinfachen“) in den Griff zu bekommen, sondern durch eigenständige kreative Handlungen.

Da ist der Regisseur, der das Drehbuch als Vision so durchdrungen hat, dass er am Set diese Vision durch seine ergänzt, ohne den Ton der Geschichte zu verändern. Der um die Besetzung kämpft und streitet, der mit dem Kameramann ein Konzept entwirft, das die Geschichte

auch noch visuell abrundet.

Und da ist der Redakteur, der – wenn er mal keine Idee zu etwas hat – nicht diffuses Zeug von sich gibt („Da fehlt irgendwie der Zauber“), sondern in solchen Augenblicken einfach schweigt und einem stattdessen mit Vertrauen begegnet.

Es gibt sie, die Redakteure, mit denen die Entwicklung eines Stoffes eine mich bereichernde Arbeit ist, Redakteure, die zielgenau ihre Finger in die dramaturgische Wunde legen und sogar noch (man wird ja so dankbar mit der Zeit) mit konstruktiven Lösungsvorschlägen aufwarten, die wiederum mich anspornen.

Wer sind wir? Das war die Eingangsfrage.

Für mich liegt auf der Hand, dass wir für das Entstehen eines Filmes unverzichtbar sind und an seinem Gelingen (oder auch Scheitern) einen großen Anteil tragen. Diesem wird in der Öffentlichkeit – warum auch immer – kaum oder gar keine Rechnung getragen.

Ob es die Zuschauer nicht interessiert, kann man schwerlich sagen. Auf jeden Fall aber interessiert es die Medien – bis auf wenige Ausnahmen – nicht.

Wir stehen in der Regel, wie eingangs angemerkt, also außerhalb eines öffentlichen Bewusstseins.

Ist das schlimm? Wenn unsere Leistung anderen zuerkannt wird („Grandios auch die Szene mit dem Foxtrott, die sich Regisseur XY da ausgedacht hat“, „XY inszeniert ihren Film mit viel Dialogwitz“, „Der Sender XY hat sich hier eines brisanten Themas angenommen“,

„Regisseur XY erzählt wendungsreich die Läuterungsgeschichte von...“), empfinde ich das bisweilen als ärgerlich und weiß von Kollegen, denen das ähnlich geht.

Aber es kann und sollte die Freude darüber nicht trüben, dass die Geschichte, die in unseren Köpfen entstanden ist, verfilmt wurde und nun einem großen Publikum präsentiert wird.

Wichtig ist doch vielmehr, dass sich aufgrund eines gelungenen Filmes alte Kontakte vertiefen oder sich neue mit Menschen in der Branche ergeben, die ähnlich ticken wie wir.

An unserer augenblicklichen Situation wird sich in naher Zukunft nichts Wesentliches ändern. Zum einen hat niemand außer uns selbst daran Interesse, den status quo zu ändern, zum anderen können wir als Verband nicht genug Druck ausüben.

Wir können nur in unserem persönlichen Umfeld etwas ändern, indem wir uns auf die Seite der Macher und Visionäre schlagen und im gleichen Atemzug die Bedenkenträger und Schaumschläger konsequent meiden – bloß ist das Wunschdenken, weil finanzielle Realitäten viele von uns in die Zusammenarbeit mit Leuten zwingen, mit denen ein Spießbrutenlauf und ein zweifelhaftes Endprodukt schon vorprogrammiert sind. Leider. Also sind und bleiben wir eine anonyme Masse, deren einzige Plattform für den Austausch mit Kollegen diese Verbandszeitschrift „Script“ ist, bzw. war, denn ihre leider letzte Ausgabe liegt hiermit vor.

GEORG HEINZEN

Romanautor („Von der Nutzlosigkeit, erwachsen zu werden“), schreibt Essays und Reportagen (u.a. „Stern“, „Die Presse“, „Zürcher Tagesanzeiger“), Drehbücher für TV-Serien (u.a. „SK Kölsch“) und Kino („Gran Paradiso“), Theaterstücke („Deconstructing Kafka“), führt Regie („Take Away“) und unterrichtet Filmdramaturgie an der ifs in Köln. Lebt in Düsseldorf.



Fliegende Steine

In „Fight Club“ gibt es diese Szene, wenn Edward Norton wegen seiner Schlaflosigkeit von einem Arzt zu der Hodenkrebsgruppe geschickt wird, die sich jeden Donnerstag in einer Methodistenkirche trifft. Dort erzählt gerade ein Mann, dass seine Frau endlich das Baby bekommt, das er sich immer gewünscht hat. „Mit ihrem neuen Mann, und ich freue mich!“ sagt Thomas und bricht in Tränen aus. Der Gruppenleiter lobt Thomas für seinen Mut, sich zu öffnen, und erklärt: „Wir sind Männer!“ Und die Gruppe wiederholt brav: „Ja, wir sind immer noch Männer!“

Kommt uns diese Situation irgendwie bekannt vor? Ich meine nicht nur die Erfahrung, dass jemand anderes unser Baby zur Welt bringt, weil wir aus unserem eigenen

Projekt geflogen sind. Sind wir nicht auch so eine Selbsthilfegruppe kastrierter Autoren, denen man die Eier, beziehungsweise die Eierstöcke entfernt hat?

Der Begriff „Autor“ leitet sich von dem griechischen Wort „autos“ ab, und das bedeutet „selbst“.

Wie autonom sind wir Autoren noch in einer Zeit, wo sich das Fernsehen dramatisch verändert und den bitteren Abstieg nimmt, den das Radio längst hinter sich hat, das zu einem Hintergrundrauschen in Tankstellen und Zahnarztpraxen verkommen ist. Das Fernsehen wurde vom Publikum geachtet, heute wird das Fernsehen verachtet und mit ihm jene, die dafür arbeiten. Wir kochen für ein Restaurant, in dem wir selber nicht essen würden.



Wer sind wir?

Das Fernsehen hat sich im Kampf um Quoten und Marktanteile auf niedrigstem Niveau synchronisiert und sich bis auf wenige Ausnahmen aus dem gesellschaftlichen Diskurs verabschiedet. Das Fernsehen betreibt inzwischen das genaue Gegenteil von Aufklärung und kritischer Teilhabe, sondern inszeniert eine Gegenwelt, die so nur noch im Fernsehen existiert. Zurück in die Vergangenheit, allerdings in 16:9 und Dolby Surround.

Dabei haben wir Autoren uns in den letzten Jahren unbestritten professionalisiert. Wir beherrschen unser Handwerk, wir sind teamfähig geworden, wir schreiben um und verteidigen nicht länger eine überholte Autoren-Theorie. Wir arbeiten in einer arbeitsteiligen Industrie, vor allem beim seriellen Erzählen. Wir bändigen unsere Egos und kollaborieren im Writers Room. Wir führen Teams als Headwriter und halten als Storyliner und Dialogcoach unsere taktische Position.

Originellerweise gebiert diese Professionalisierung von uns Autoren keine Verbesserung der inhaltlichen Qualität.

Man könnte im Gegenteil ein mathematisches Gesetz aufstellen, dass mit steigender Anzahl der beteiligten Entscheider die Qualität sinkt. Wer sich im Kino die Dialoge in einem Film wie „Der Krieg des Charly Wilson“ auf der Zunge zergehen lässt und zuhause das Fernsehen einschaltet, dem kommen die Tränen. Das tut weh. Dabei können wir das auch, Dialoge schreiben, die cool und sexy sind und in denen der Text nicht den Subtext erklärt. Nur scheint es ein weiteres mathematisches Gesetz zu geben, dass in der Konsenskultur des Fernsehens immer die intelligenten Dialoge, die ungewöhnlichen Szenen und die sperrigen Charaktere mit traumwandlerischer Sicherheit aus dem Script gestrichen werden.

Wie gehen wir Autoren mit dieser feindlichen Übernahme unserer Arbeit um?

Wir legen uns eine Mentalität zu wie die US-Truppen im Irak. Irgendwie passt uns dieser Krieg nicht, aber jetzt sind wir nun mal mitten drin in dem Schlamassel und machen unseren Job. Was bleibt uns auch anderes übrig? Dabei werden wir Opfer unseres eigenen Erfolgs. Es geht uns ein bisschen wie der deutschen Stahlindustrie. Die hat in den 70er Jahren damit begonnen, nicht nur Stahl in alle Welt zu verkaufen, sondern ganze Stahlwerke, so dass wir heute unseren Stahl für teures Geld aus Korea oder Brasilien importieren müssen. Noch schreiben nicht die Inder in Bangalore die Drehbücher für die Degeto, aber wir haben das, was unsere Kompetenz als Autoren ausmacht, externalisiert.

Während ich das hier schreibe, findet unter Garantie irgendwo gerade ein Serienworkshop statt, eine Figurenaufstellung oder ein Drehbuchcamp. Mit dem Ergebnis, dass der Markt überschwemmt wird mit Projekten und es den Sendern so geht, wie der Prinzessin auf der Erbse, die sich vor lauter schönen Rittern nicht entscheiden kann und am Ende keinen erhört. Die andere Seite der Medaille: Die Sender und ihre Entscheider werden selbst zu Autoren. Sie entwickeln Ideen, haben klare Vorstellungen von ihrem Programm, wollen den Konkurrenten Marktanteile abjagen, sich neu positionieren. So werden wir Autoren immer mehr zu Textverarbeitungssystemen.

Ein Drehbuch ist ein ähnlicher Organismus wie die Hummel, die aerodynamisch so konstruiert ist, dass sie eigentlich gar nicht fliegen kann.

Aber ist denn das so schlimm?

Wenn man nur Geld verdienen möchte, nicht, wenn man was zu sagen hat, schon. Das Verhältnis Autor – Sender hat sich auf den Kopf gestellt. Wir werden gerufen und beauftragt. Und selbst ist bei den Projekten, die wir entwickeln, der Respekt verloren gegangen, dass es unser

Projekt ist. Drehbücher sind heute eine Einladung an die immer größer werdende Runde der Entscheider, eigene Ideen zu entwickeln. Kein Werk mehr, sondern eine Loseblattsammlung, die nach Belieben dekonstruiert und wieder neu zusammengebaut werden kann. Es ist so wie beim Friseur: Egal, wie oft man sagt – Nicht zu kurz! – man kommt unter Garantie nicht mit dem Haarschnitt heraus, den man haben wollte. Dazu kommt der Narzissmus des Neinsagens. Da alle auf dieser Party den gleichen Sprech beherrschen, schafft es Distinktionsgewinn, wenn ich herausfinde, dass es ein Problem im dritten Akt gibt. Natürlich gibt es Probleme im dritten Akt und nicht nur dort. Ein Projekt, das am Anfang steht, ist ein einziges großes Problem. Ohne Vertrauen und Wohlwollen geht gar nichts. Ein Drehbuch ist ein ähnlicher Organismus wie die Hummel, die aerodynamisch so konstruiert ist, dass sie eigentlich gar nicht fliegen kann. Trotzdem brummt die Hummel munter durch die Welt. Warum? Weil die glückliche Hummel nicht weiß, dass sie eigentlich nicht fliegen kann.

Wir Autoren sind auch solche fliegenden Steine. Leider gibt es immer mehr Menschen, die uns herunterholen vom Himmel der Phantasie, weil sie uns einreden, unsere Geschichten würden nicht funktionieren. Es sind die grauen Männer, wobei es inzwischen meist Frauen sind, die vom Paradigma erleuchtet wurden und die Drei-Akt-Struktur an unsere Arbeit legen, wie TÜV-Mitarbeiter ihre Messgeräte an die Auspuffanlage eines Autos. Ein Prokrustesbett, wo gestreckt wird, was zu kurz ist und



abgeschnitten, was überragt. Während es mehr Dinge gibt zwischen Autor und Text, als sich ein Drehbuchworkshop träumen lässt, herrscht in immer mehr Projekten eine Gerichtsatmosphäre, wo man sich als Autor in der Situation des Angeklagten fühlt, dem schwere Verbrechen vorgeworfen werden: Mord an Syd Field, Vergewaltigung von Robert McKee und schwere Körperverletzung an Schlesinger & Cunningham. Wir werden zu Fremden in unseren eigenen Geschichten. Wir jagen einem dramaturgischen Ideal nach, das am Ende alles erstickt. Der große Gleichmacher. Die Kopie, der Kopie, der Kopie. Und am Ende entscheiden 12 verkabelte Weltraumaffen hinter einer Glasscheibe über unsere Jahre lange Arbeit.

Ja, wir sind immer noch Autoren! Wir machen unseren Job so professionell wie nie zuvor. Und wir werden beachtet. Wir werden genannt in TV-Zeitungen, und wenn nicht, gibt es eine Entschuldigung. Wir gewinnen Preise und gewinnen an Einfluss, und seitdem die Kollegen in Hollywood gestreikt haben, wissen die Leute auf der Straße, dass nicht die Schauspieler oder Schmidt & Pocher ihre Texte erfinden, sondern wir Autoren sie schreiben. Wir werden immer mehr zu gleichwertigen Partnern in den Projekten, statt weiter schreibende Tagelöhner zu sein. Allerdings hat diese unternehmerische Freiheit ihren Preis. Partner bezahlt man nicht, die werden beteiligt, wenn es denn etwas zu verteilen gibt. Als Partner tragen wir nicht nur wie bisher das kreative Risiko, sondern auch das finanzielle Risiko wird auf uns Autoren abgewälzt. So gibt es immer mehr Kolleginnen und Kollegen, die die Reisekosten zu den Meetings selbst bezahlen dürfen und auch die Übernachtung. Vielleicht wäre das hier eine Gelegenheit, eine Initiative zu starten – „Autoren übernachten bei Autoren“ – und eine Bettenbörse einzurichten. Und natürlich schreiben wir das Exposé umsonst, wobei das Exposé inzwischen ein Treatment ist, aber nicht so genannt wird, und dann gibt es noch tausend Überarbeitungen, auch alle ohne Honorar.

„Sie reden immer von Geld. Reizt Sie nicht vor allem die Aussicht, eine spannende Geschichte zu erzählen?“

Sorry, aber wenn ein Produzent oder Sender mit so einem Spruch kommt, fühle ich mich als Autor wie eine Nutte, von der verlangt wird, dass sie es umsonst macht, weil der Freier behauptet, er hätte sich in sie verliebt.

Aber was ist denn mit Heroes Journey, Kollege, Krise als Chance?!

Vielleicht ist das die erste Krise, die keine Chance mehr bietet, so wie wir gerade in Deutschland den ersten Aufschwung erleben, der bei der Mehrheit nicht mehr ankommt? Das Fernsehen sendet zwar rund um die Uhr auf immer mehr Kanälen, macht sich aber langsam unsichtbar. Irgendwann werden die älteren Zuschauer, die der Bergdoktor noch am Leben erhält, gestorben sein. Die Jungen sind längst ans Internet und das Home Cinema verloren. Und die viel beschworene Mitte hat begriffen,

dass die Eisenbahnen nicht von den Brücken fallen und die Dachdecker von den Häusern, wenn mal die Glotze kalt bleibt und man sich selbst unterhält. Aber was wird dann aus uns Autoren?

Das ist die letzte Ausgabe des „Script“, eine Entscheidung, die ich nach wie vor für falsch halte. Wenn man also das Licht ausknipst, sollte man dann nicht ein bisschen Hoffnung verbreiten? Haben wir nicht den schönsten Beruf der Welt?!

Okay, geschenkt, war halt ein Versuch.

„Weißt du, was ein Plaid ist?“ fragt Tyler Durden in Fight Club den namenlosen Charakter, der von Edward Norton gespielt wird. „Eine Decke oder so was in der Art“, antwortet Edward Norton. Tyler Durden nickt zustimmend. „Eine Decke. Aber warum wissen Männer wie wir, was ein Plaid ist? Ist das wichtig, rein Jäger-und-Sammler-technisch?“

Warum wissen wir Autoren, was ein Unique Selling Point ist? Ist das wichtig, rein Charakter-und-Plot-mässig?

Die Dotcom-Blase der 90er Jahre, in der sich das TV-Business Dank der Eigenproduktionen der Privatsender rasch entwickelte, war nur ein kurzes Feuerwerk. Die Party ist vorbei. Heute leben wir prekär. Das Beruhigende dabei ist, wir tun das nicht allein. Alle sind prekär. Wir Autoren, aber auch die Produzenten und Sender. Es gibt keine Sicherheit mehr. Wenn man früher ein gutes Meeting hatte, gab es einen Auftrag. Heute trifft man sich, um sich zu treffen. Es ist wie im „Fight Club“, über den Edward Norton sagt: „Nach einem Kampf ist nichts gelöst, aber nichts mehr von Bedeutung.“

Kämpfen wir weiter! Schreiben wir, ob mit Auftrag oder ohne, damit wir uns spüren. Denn wir sind immer noch Autoren! Arm aber sexy.



Wer sind wir?

MARKUS STROMIEDEL

Drehbuchautor (u.a. „Tatort“, „Stubbe – Von Fall zu Fall“, „Doppelter Einsatz“, „SoKo Leipzig“), Romanautor, Regisseur („Requiem“/Kino), Essayist („Die Zeit“, „Frankfurter Rundschau“). Lebt in Bonn.



Es war ein bemerkenswertes Erlebnis, dessen Bedeutung den anderen Beteiligten überhaupt nicht klar war – wie auch, war ich doch der Einzige aus der Fernsehbranche im Raum. Es war im vergangenen Herbst, bei der Vertreterkonferenz von Droemer-Knaur, jenem Verlag, in dem in diesem Jahr mein erster Roman erscheinen wird. Ich war eingeladen, die trockene Programmpräsentation für die Vertriebsmitarbeiter mit meinem Erscheinen und einem kurzen Podiumsgespräch über mein Buch aufzulockern. Die Verlagschefin begrüßte mich, stellte mich den Vertretern vor und beendete ihre kurze Rede mit den sagenhaften Worten: „Herzlichen Dank, Herr Stromiedel, dass Sie uns Ihr Werk anvertrauen.“

Herzlichen Dank, dass Sie uns Ihr Werk anvertrauen. Einen solchen Satz hatte ich in den zehn Jahren, die ich als Drehbuchautor in der TV-Branche unterwegs bin, noch nie gehört. Hier klang das ganz anders. Meine erste Regiebesprechung zum Beispiel, ein Tatort. Der Regisseur begrüßte mich knapp und sagte dann – sinngemäß – mit Blick auf mein Debüt-Drehbuch, er hätte noch nie zuvor eine solche Scheiße gelesen. Schlimmer, dachte ich damals, kann es nicht kommen. Ein Irrtum. Legendar in meiner Erinnerung ist auch jene Drehbuch-Besprechung, bei der mir die überraschend dazugeladene Hauptdarstellerin einen Stapel mit Manuskriptseiten in die Hand drückte, auf denen sie kurzerhand einen erheblichen Teil meines Drehbuchs umgeschrieben hatte, goutiert von der Redaktion, die dieses Vorgehen vollkommen in Ordnung fand. Nächtelang träumte ich damals davon, schlagfertiger als mit schierer Fassungslosigkeit auf diesen Übergriff zu reagieren und eine VHS-Kassette aus der Tasche zu ziehen, die ich in meinem Traum der Schauspielerin mit den Worten überreichte, ich hätte ihr einige ihrer Szenen vorgespielt, zur freundlichen Übernahme in ihr Spiel. Gefühlter Höhepunkt jener bizarren Hitliste ist sicherlich der 11. September 2001, als die Welt geschockt vor dem Fernseher saß und erlebte, wie in New York die TwinTowers einstürzten, während ich mit meinem Co-Autor in einem Büro der Produktionsgesellschaft saß, um auf Wunsch der Produzentin ein Buch umzuschreiben, ganz dringend und ganz ganz wichtig, eine groteske Situation, die ich nie vergessen werde. Das Buch wurde übrigens nie realisiert.

Derartige Situationen – ich könnte so wie jeder Kollege und jede Kollegin eine ganze Reihe solcher Erlebnisse schildern – sind sicherlich der traurige Höhepunkt meiner Arbeit als Fernseh-Drehbuchautor, dem auf der anderen Seite positive Erlebnisse und Begegnungen gegenüberstehen. Zum Beispiel das Verhalten der Redakteurin jenes Tatortes zu Beginn meiner Karriere, die in der ein Jahr währenden Umschreib-Phase mein Debüt-Drehbuch vehement gegen Regisseur und Produktion verteidigte, so dass das Buch weitestgehend so verfilmt wurde, wie ich es geschrieben hatte. Die Krimi-Farce wurde seinerzeit der erfolgreichste Fernsehfilm des Jahres. Auch den anderen geschilderten (und auch den vielen nicht geschilderten) Situationen stehen positive Erlebnisse gegenüber, so wie auch mein Verlag, der mich als Drehbuchautor vertritt, in all den Jahren immer eine gute und verlässliche Instanz war.

Doch jene geschilderten Negativ-Erlebnisse sind symptomatisch für einen Geist, der in der Fernsehbranche herrscht und der meines Erachtens die Schuld daran trägt, dass wir mit

unserem fiktionalen Fernsehprogramm immer mehr Zuschauer verlieren, schleichend, aber doch deutlich sichtbar. Im Selbstverständnis vieler Macher und Entscheider sind Fernsehautoren Erfüllungsgehilfen ihrer konkreten Vorstellungen. Nicht das Unerwartete, Überraschende wird gesucht, sondern das Vertraute, das Gewohnte, zwar mit immer neuem Gewand, im Kern aber immer gleich. Nicht Neugier und Wagemut bestimmt das Handeln, sondern der Wunsch, einen kreativen Prozess fest im Griff zu haben, von der ersten Idee an bis zum fertigen Produkt.

Ganz anders die Buchbranche, so wie ich sie erlebe: Noch vor dem Erscheinen meines Romanes, bald nach Abgabe des Manuskriptes, hat mir mein Verlag die Verträge für zwei weitere Bücher angeboten, sehr gute Verträge, die fest von einem Erfolg des ersten Buches ausgingen. Weder gab es einen Pitch, noch gab es ein Exposé oder gar einen Textentwurf, es gab einfach nichts außer dem Wunsch, weiter mit diesem Autor zusammenzuarbeiten. Ein Buchvertrag ohne Vorleistung? Ein solches Vertrauen in die Kreativität eines Autors ist in der Fernsehbranche nicht vorstellbar.

Nicht Neugier und Wagemut bestimmen das Handeln, sondern der Wunsch, einen kreativen Prozess im Griff zu haben.



Im Gegenteil: Selbst große und sehr große Erfolge sind kein Garant für ein Folgeprojekt. Entspricht der Pitch nicht den Vorstellungen, werden andere gesucht, die die Erwartungshaltung erfüllen müssen. Das Risiko, eine Reise in das Ungewisse zu starten, wagen nur wenige.

Jetzt, während ich diese Zeilen schreibe, wird mir klar, dass aus zwei Filmfiguren aus meiner Feder Reihen geworden sind. Ich habe für diese Reihen keinen einzigen weiteren Film geschrieben. Und das, weiß ich von Kollegen, ist kein Einzelfall.

Woran liegt das? Warum erfahren Autoren innerhalb der Fernsehbranche nicht eine ähnliche Wertschätzung wie in der Buchbranche? Meine Antwort ist einfach, und ich fürchte, sie stimmt: Der Erfolg und die Qualität eines Filmes – und nur der wird am Ende beurteilt – ist in unserer Branche entkoppelt von der kreativen Leistung des Autors oder der Autorin, trotz aller gegenteiligen Behauptungen. In den meisten Fällen sehen sich die Beteiligten von Produktionsgesellschaft und Sender während des Entstehungsprozesses eines Drehbuches nicht als Geburtshelfer einer originären kreativen Leistung, sondern als Lenker und Entscheider des Prozesses. Ganz anders der Lektor eines Buchverlages, mit ähnlich viel Macht ausgestattet wie ein Producer: Er versteht sich als Begleiter des Autors bei der Suche nach der Geschichte, er steht ihm helfend und fördernd zur Seite. Ein Producer oder Produzent im Fernsehbusiness hingegen ist der Kutscher, der sich von Autoren den von ihm vorgegebenen Weg hinaufziehen lässt. Lahmt ein Pferd oder kommt von den ausgetretenen Pfaden ab, wird es ausgetauscht. „Das ist meine Film-Reihe!“, hat mir einmal eine Produzentin gesagt, nachdem es zwischen uns einen grundlegenden Dissens über Stil und Inhalt der weiteren Folgen des erfolgreichen ersten Filmes gab. Das Gefühl „Das ist meins!“ nährte sich allein aus dem Umstand, dass sie die Idee oder den Auftrag hatte, einen Film mit einem bestimmten Schauspieler an den Start zu bringen.

Nun bin ich ein Autor, der sich nicht beklagen darf: Ich habe gut zu tun, habe keine Drehbuchkrise gespürt, konnte im Rahmen des Möglichen schöne und zumeist erfolgreiche Projekte realisieren, und inzwischen kann ich mir aussuchen, mit wem ich arbeite und für wen ich schreibe und für wen nicht. Trotzdem frage ich mich manchmal, ob ich etwas falsch gemacht habe in den vergangenen Jahren, als ich die beschriebenen Grenzen akzeptiert und mich den Erwartungen angepasst habe, die an mich herangetragen worden sind. Jeder Autor, der

– so wie ich – eine Familie hat, wird mir widersprechen: Ein Drehbuchvertrag ist besser als kein Drehbuchvertrag, und aus wirtschaftlicher Sicht ist das auch richtig. Aber aus künstlerischer Sicht? Hätte ich mehr widersprechen müssen und die eigene Sicht konsequenter durchsetzen?

Meine Erfahrung ist: Es macht keinen Sinn. Dort, wo ich es mit Nachdruck versucht habe (zweimal in den zehn Jahren), entstanden zwar nach langen anstrengenden Auseinandersetzungen gute Bücher für sehr gute und erfolgreiche Filme. Aber ich gelte dort nun als schwieriger Autor – und wer möchte schon mit schwierigen Autoren zusammenarbeiten? Fazit: kein weiterer Auftrag. Meine Energie, mit der ich meine Ideen und Erzählweisen verteidigt habe, in Kreativität und Schub für das Projekt umzuwandeln, auf diese Idee ist keiner der Verantwortlichen gekommen.

Es ist eine bittere Erfahrung, dass ich mir eine zusätzliche Branche aufbauen musste, um das zu schreiben, was ich wirklich möchte und von dem ich fest überzeugt bin, dass es Erfolg haben würde, auch im Fernsehen. Mein Aufbruch in die Buchbranche war ein richtiger Schritt, der mich hat ruhiger werden lassen und der meine Arbeit als Drehbuchautor, die ich auf keinen Fall aufgeben möchte, erträglicher macht. Dennoch ist es für mich, der den Film und die Möglichkeiten des filmischen Erzählens so sehr liebt, äußerst hart, zu erleben, wie das Fernsehen mit seinen im Grund so großen Möglichkeiten in ängstlicher Stagnation zugrunde geht. Wo ist die Lust am Neuen, wo ist die Begeisterung, wo der Wagemut? Doch, es gibt ihn, aber er wird verschlissen in Konferenzen und Entscheidungsgremien, er wird nivelliert, besser: plattgemacht durch Quotendruck und die Angst vor Misserfolg.

Es gibt ein paar großartige Projekte und Filme, aber es könnten noch so viel mehr sein, wenn man sich die Zeit nehmen würde, Autoren zuzuhören und ihren möglicherweise abwegigen Ideen Raum zur Entwicklung zu geben, frei und ungebremst. Es könnten Dinge entstehen, die wir nicht erwarten, es könnten Filme und Serien realisiert werden, die uns von den Socken hauen. Es müsste nur – so wie in den USA – die Bereitschaft aufgebracht werden, Autoren Verantwortung zu übergeben, es bräuchte den Mut, Projekte an den Start zu lassen, die anders sind als alles, was bisher erfolgreich war.

Möglicherweise irre ich mich, und das Programm wird nicht erfolgreicher. Aber eines wäre es auf jeden Fall nicht: langweilig.

Ein Drehbuchvertrag ist besser als kein Drehbuchvertrag – aus wirtschaftlicher Sicht richtig. Aber auch aus künstlerischer?



Wer sind wir?

ULRIKE MARIA HUND

Drehbuchautorin u.a. der Kinofilme „Gefangene“ und „Swetlana“, Theaterautorin („Die verlorene Melodie“) und sozial aktiv (u.a. Betreuung langzeitarbeitsloser Jugendlicher, jüdischer Emigranten aus Russland, Streetwork mit russlanddeutschen Jugendlichen). Lebt in Bonn.



Heute morgen ist es passiert. Ich war nervös, hektisch, unsicher wegen einer bevorstehenden Drehbuchbesprechung. Ich packe also eine neue Strumpfhose aus, ein zusammengefaltetes, zartes Gebilde, ich dehne und ziehe daran, streife es über mein Bein, unvorsichtig, ungeduldig, zack, da ist es passiert: Eine Laufmasche ist drin. Am Anfang ist sie ganz klein. Quasi unsichtbar. Je mehr ich aber mit spitzen Fingernägeln daran ziehe, desto größer wird sie, und bald ist die ganze Strumpfhose ruiniert.

Am Abend musste ich wieder daran denken. Als ich nach stundenlangem Gespräch nach Hause kam und in meinem Drehbuch, auf das ich am Morgen noch so stolz gewesen war, nur noch Löcher sah. Das Ganze hatte sich verflüchtigt, der Sinn. – Eigentlich sind Dramaturgen dafür da, einem den Blick auf das Ganze zurückzugeben, wenn man sich zu sehr im Detail verliert. Oft machen sie es genau umgekehrt. Sie suchen das Loch, drehen und ziehen daran. Und irgendwann ist die ganze Strumpfhose, pardon, das Drehbuch ruiniert. Ein gewagter Vergleich? Vielleicht.

Drehbuchschreiben soll wieder sexy sein, wurde auf der letzten VDD-Versammlung proklamiert. Sind wir das nicht? Gehe ich auf eine Party und sage: Ich bin Drehbuchautorin, werde ich den ganzen Abend umlagert. Drehbuchschreiben ist hipp. – Vorausgesetzt, es handelt sich nicht um eine Filmparty, denn: In der Branche sind wir weniger hipp. Warum? Weil wir etwas verkaufen wollen? Und damit ebenso willkommen wie Versicherungsmakler oder Zeugen Jehovas sind? Weil wir Verbündete brauchen, andere überzeugen müssen, weil ein Drehbuch eben nur ein Drehbuch und kein Film ist, solange niemand in uns, in unsere Idee investiert. – Aber geht es den andern wirklich besser? Regisseure brauchen Aufträge. Schauspieler verkaufen sogar ihre Haut. – Kann man das Ganze nicht anderes sehen? Wir haben immerhin etwas zu bieten. Unser Buch. „Ohne Drehbuch kein Film.“ Ist unser ganzes schlechtes Image nur falsche Selbstwahrnehmung?

Warum bin ich Autorin? Weil ich das weiße Papier, den weißen Bildschirm liebe. Ja wirklich, ich liebe ihn.

Deshalb schreibe ich. Jedes Mal eine neue Welt. Und diese neu geborene Welt gerät – wenn man Glück hat – in die Produktionsmaschinerie, an der der ganze Film-Abspann beteiligt ist. Wer schützt sie dann? Der Regisseur? Ist es naiv, ihn als unseren natürlichen Verbündeten zu sehen? Manchmal sind wir auch gleich selbst Regisseur, sicherheitshalber, denn das hat viele Vorteile. Vor allem: Ich nehme mir ein Buch und kann damit machen was ich will. Im schlimmsten Fall eine Vergewaltigung, im besten Fall Liebe.

Regisseur und Autor wollen beide bestimmen. (Entgegen anderer Beteuerungen.) Ich über meine Geschichte. Der Regisseur über meine Geschichte, die Schauspieler und das Geld. Kann er aber nicht. Denn Geld hat er nicht. Das gibt der Produzent. Nein, die Redakteure, die Sender, nein, die Filmstiftung, und noch eine Filmstiftung und noch eine Filmstiftung...

Ich nehme mir ein Buch und kann damit machen was ich will. Im schlimmsten Fall eine Vergewaltigung, im besten Fall Liebe.

Und die? Wonach fragen die? Nach der Dramaturgie? Den Werbeeinnahmen? Dem Publikum? Film ist ein Geschäft. Für wen produziere ich eigentlich? Mache ich Massenware oder Avantgarde? Was will die Masse? Trends werden gesetzt und verschwinden wieder. Mancher Film ist ein Ladenhüter. Andere finden reißenden Absatz. – Machen

wir unseren Film für ein Publikum oder gleich für die Festivals? Da sind wir unter uns. Und verstehen uns gegenseitig.

Je undurchsichtiger der Prozess ist, je ratloser die Akteure, desto mehr wird am Drehbuch gefeilt. Das einzige, das von Anfang an da ist, sozusagen feststeht, ist ja das Buch. Das gibt es schwarz auf weiß. Je unberechenbarer der Prozess der Filmentstehung, desto berechenbarer muss das Drehbuch sein. Sozusagen laufmaschenfrei. Dafür gibt es im Idealfall Förderung. Also wird das Buch nach allen Seiten abgeklopft. Es wird in Dramaturgen investiert, in Scriptdoktoren, Fortbildungsakademien, Ratgeber und Gremien. Es wird gestopft und gezogen, umgestrickt und gekürzt. Und nicht immer kommt am Ende dieses

Prozesses eine tragbare Strumpfhose heraus. Von einem Kunstwerk ganz zu schweigen. – Also schmollen und sich in die Ecke zurückziehen? Gibt es einen andern Beruf, in dem man sich so viel abfinden, ääh abstimmen muss? Ist der Drehbuchautor also ein Masochist?

Was habe ich beim Schreiben als erstes gelernt: Eine gutes Buch braucht Konflikt, Konflikt, Konflikt! Warum also sich in die Ecke stellen? Warum die Auseinandersetzung scheuen? Warum nicht selbstbewusst und zuweilen auch egozentrisch sein. Hat jemand schon mal einen Künstler ohne Ego gesehen? Selbstverleugnung ist ein Fremdwort im Filmgeschäft. Warum versuchen ausgerechnet wir uns daran? Warum passen wir uns immer neuen Meinungen

an? Lassen uns von Ratlosigkeit infizieren? Warum treten wir nicht selbstbewusst für unsere Ideen ein, anstatt auf potentielle Schwächen zu schielen? Das tun die anderen schon zur Genüge. Wenn wir nicht zu unserer Geschichte stehen, wer tut es dann?

Eigentlich wollen wir doch nur eins, einen guten Film. Das ist vermessen und schön. Und dafür brauchen wir die andern: die hassgeliebten Regisseure, Dramaturgen, Produzenten und Redakteure. Und sie uns.

Und wenn's doch mal schief geht? Wenn man wirklich Mist geschrieben hat? – Jede Frau hat sich schon einmal mit einer Laufmasche blamiert. Da hilft nur Nonchalance. Oder Sexappeal.

ULRICH BRANDT

Drehbuchautor („Der Fahnder“, „Parkhotel Stern“, „Die Anrheiner“, „Jede Menge Leben“), Producer („Der Fahnder“), Romanautor („Schweigen in der Stadt“).



Was wir wollen? – Geld, Rechte ... und bessere Bücher schreiben

Geschichten erzählen ist eine der befriedigendsten Tätigkeiten der Welt. Sie erlaubt es, uns mit den tiefsten Fragen zu beschäftigen („Was ist der Sinn des Lebens?“, „Was bewegt einen Menschen zu seinen Taten – und Untaten?“, „Was macht ein erfülltes Leben aus?“, „Woran erkennt man den Moment vollkommenen Glücks – und wie viele Aggregatzustände davon gibt es?“), und dafür auch noch Geld zu nehmen. Tatsächlich ist Drehbuchschreiben angewandtes Weltwissen und umgesetzte Lebenserfahrung. Wenn ich eine Situation glaubwürdig beschreiben kann, dann muss ich sie einigermaßen durchschaut haben. Wenn ich weiß, was einen Menschen zu seinem Handeln bewegt, dann kann ich die Figur auch schreiben. Schreiben und Erleben gehen nur zusammen. Und zugleich kann ich mich im Schreiben in Welten und Personen versetzen, in die ich im richtigen Leben niemals käme – oder kommen wollte. Geschichten entwerfen ist ein bisschen wie Gott spielen. Wie ein Kleinkind mit seinen Bauklötzen, nur eben mit „richtigen“ Menschen und „richtigen“ Requisiten und richtigen Gefühlen. Doch mit kleinkindhafter Begeisterung.

Kein Wunder also, dass ein derart wunderbarer Beruf von allen, auch den Beteiligten, geradezu mythisch überhöht wird. Die dazu passenden Claims und Sprüche für's Poesiealbum haben wir alle auf Lager. Etwa: „*If the script is right, lots of things can go wrong. But if the script is wrong, nothing will ever go right.*“ oder: „*Drei Dinge braucht es für einen guten Film: ein gutes Buch, ein gutes Buch und ein gutes Buch.*“

Nur: keiner weiß, wovon die Rede ist. Jeder versteht unter einem guten Buch etwas anderes. Auch wir sind oft nicht kritisch genug mit unseren Erzeugnissen. Wären unsere Drehbücher so gut, wie wir immer tun, hätten wir eine Menge unserer Probleme nicht. Will sagen (These 1): *Die Hochachtung vor dem guten Buch ist geheuchelt.*

Für die Abnehmerseite formuliert: Niemand in der Branche ist in der Lage, ein gutes Buch auf Anhieb zu erkennen, die beste Fassung zu kaufen und sie unverändert zu realisieren. Für uns Autoren formuliert: Keiner ist in der Lage, auf Anhieb ein gutes Buch zu schreiben, auf der besten Fassung zu bestehen und die Umsetzung zu kontrollieren. Wäre dies anders, wären wir weiter. Dann gälte, woran jeder heute schon glaubt: dass sich gute Bücher (irgendwann einmal) durchsetzen.

Ich bin mir nicht ganz sicher, ob das ein wirklich wünschenswerter Zustand wäre, in dem wirklich gute Bücher so alleingestellt und besonders wären, dass jeder und jede sie als etwas Außergewöhnliches und Wertvolles zu schätzen wüsste. (Ich z.B. müsste mir dann wohl eine andere berufliche Orientierung suchen.) Aber viele unserer Klagen hätten sich dann erledigt. Dann käme z.B. nicht mehr jeder Tropf auf die Idee, selbst Drehbücher schreiben zu wollen (und das zu können). Dann bräuchten wir uns über Geld und Rechte nicht mehr so viele Gedanken zu machen. Dann hätten die Genies in unseren Reihen keine Probleme. Eigentlich ein Zustand wie er heute vorherrscht, oder etwa nicht? Will sagen (These 2):



Wer sind wir?

Nur schlechte Autoren werden schlecht behandelt.

Schlecht sind Autoren auch dann, wenn sie ihre Rolle als Teil eines Teams nicht akzeptieren. Einerseits können wir niemals Teil des Drehteam sein. Ich weiß noch nicht mal, ob wir das wollen sollten. Drei, vier, zwölf Wochen lang sechzehn Stunden am Tag, auch am Wochenende, aufeinander zu hängen, lebensbedrohlichen Stress und tödliche Langeweile durchzustehen, ohne den Verstand zu verlieren – das ist kein Zuckerschlecken. Klar, dass dann die Parties zu Drehbeginn, Bergfest, Drehschluss atemberaubend und exzessiv sind (und wir Autoren neidvoll am Rand stehen). Aber ist das wirklich ein Umfeld, in dem Ideen reifen können? Wir werden dem Team immer als Fremdkörper gegenüberstehen. Dabei halten wir es aus, dass sich die gesamten hundert Mann über unser dussliges Buch mokieren – solange sie es treu in Geist und Buchstaben umsetzen. Und wenn das nicht geht, etwas besseres daraus machen.

Denn Teamwork heißt andererseits auch, dass alle nach ihrem besten Wissen zum Gelingen beitragen – und also Änderungen vornehmen können. In jeder meiner Verfilmungen war eine Idee, ein Detail, ein Nuance, die besser war als das, was ich geschrieben hatte. So muss das auch sein! Wenn allerdings Schauspieler glauben, sich ihre Dialoge „mundgerecht“ machen zu müssen, dann war ich als Schreiber nicht gut genug. Wenn sie's nicht müssen, dann sollen sie's gefälligst lassen. Normalerweise sollten alle Beteiligten Profis genug sein, um denjenigen das Schreiben und Umschreiben zu überlassen, die dafür bezahlt werden. Und hoffentlich klug genug zu erkennen, wenn sie ein gutes Buch/eine gute Geschichte/gute Dialoge vor sich haben. Eine einfache Möglichkeit, diese Einsicht zu befördern, wäre die bessere Vergütung guter Bücher – nur was richtig teuer kommt, ist uns wirklich lieb. So lange wir im Kapitalismus leben, ist ein teures Buch mehr wert als ein billiges; ist der hoch bezahlte Autor ein teurer Spezialist und kein beliebig ersetzbarer Fließbandschreiber. Je teurer sein Produkt gehandelt wird, umso ernster wird es genommen, umso eher realisiert, umso besser ist es. It's the money, stupid! (These 3:) *Nur schlecht bezahlte Drehbuchautoren werden schlecht behandelt.*

Wie in jeder Branche gibt es Ausnahmen, weiße Wölfe sozusagen. Schauspieler, die ihre Drehbücher und ihre Dialoge ernst nehmen (und nachfragen, bevor sie etwas ändern). Regisseure, die ihren Drehbuchautor als Verbündeten (zum Beispiel gegenüber der Redaktion) betrachten und darauf bestehen, dass das Buch in *gemeinsamen* Besprechungen überarbeitet wird – und das sind *nicht* immer nur die Regisseure, die nicht selber

schreiben können (oder das glauben). RedakteurInnen, die ihre Vorschläge als zielgerichtete Hinweise verstehen und eine gleich gute oder bessere Version, die zum selben Ziel führt, erkennen und akzeptieren können. Redaktionen, die sich an die Vorgaben *erinnern*, die sie aus der vorangegangenen Fassung abgeleitet hatten. Drehbuchschreiber müssen sehr milde, genügsam, geduldig und pädagogisch sein. Sie müssen uninteressierten und oft begriffsstutzigen Gesprächspartnern Ideen verkaufen, ohne herablassend zu wirken. Sie müssen unterirdische Kritik einstecken können ohne eine Miene zu verziehen. Sie müssen diskret sein. (These 4:) *Nur gut erzogene Drehbuchautoren werden schlecht behandelt.* Wer seinem Regisseur nicht nachvollziehbar glaubhaft damit drohen kann, ihm bei Textänderungen empfindliche Weichteile abzuschneiden, wird ihn nicht dazu bringen, das Drehbuch zu respektieren. Wer das allerdings kann, ist gut dran (These 4a): schlechte, überteuerte, schlecht erzogene und intrigante Drehbuchautoren werden (trotzdem? gerade deswegen?) gut behandelt.

Kleiner Exkurs über das Wehklagen.

Leider verbreitet sich unter den Drehbuchautoren eine lästige Angewohnheit der Branche endemisch wie Herpes: das Großtun. Was dazu führt, dass wir uns die Hücke voll lügen darüber, wie gut wir im Geschäft sind, wie toll es uns geht, wo überall wir uns Häuser gekauft haben und wie viel Wiederholungshonorare wir jedes Jahr einstreichen, ohne überhaupt aus dem Bett aufzustehen. Was einen einigermaßen

selbstkritischen Schreiber wie mich schon neidisch und niedergeschlagen machen kann. Wozu das alles? Weil irgendein Erfolgsautor irgendwann einmal die These aufgestellt hat: Wer klagt, ist schlecht; wer klagt hat Unrecht? Umgedreht wird ein Schuh draus (These 5): *Wer nicht klagt, schwindelt.*

Beneiden wir die wohlbestallten Redakteure und Redakteurinnen in ihren beamtenähnlichen Verhältnissen? Also soo dreckig geht's uns dann doch nicht. Ist der Beruf des Drehbuchautors ein Steckenpferd, eine literarische Nebentätigkeit, von der in gesicherten Verhältnisse zu leben man nicht erwarten darf? Wohl möglich.

Drehbuchautor kann eigentlich nur werden, wer absolut und felsenfest davon überzeugt ist, dass er originale, nie da gewesene Stoffe mit bis dato ungesehenen Bildern draufhat, sie zwingend-überzeugend erzählen und atemlos spannend schreiben kann. Talent hilft, ist aber keine Bedingung. Im Zweifelsfall bringt einen sogar eine völlig realitätsferne Selbstüberschätzung weiter als noch so großes Schreibtalent. Schmerzfreiheit und Anspruchslosigkeit helfen. Und: Wennste dich beklagst,

***So lange wir im
Kapitalismus leben, ist
ein teures Buch mehr
wert als ein billiges.***

hastes eben nicht drauf (siehe oben). Das ist zwar kompletter, hoch aufgehäufter Bullshit. Aber zugleich leider unwiderlegbar. Wer hat nicht schon an sich und seiner Schreibe gezweifelt, wenn es wirklich nicht lief? Und wer noch nie an sich gezweifelt hat, ist sowieso falsch in diesem Job.

Vielleicht täte uns allen, wo wir doch sowieso die Außenseiter, die Fremdkörper im Filmgeschäft sind, ein wenig mehr Ehrlichkeit nicht schlecht. Vielleicht sollten wir einfach eingestehen, dass es in unserem Beruf, wie in jedem anderen, sehr viel Mittelmaß gibt, mittelmäßiges Schreiben und mittelmäßiges Erzählen. Dass es andererseits in der Branche sehr viel Selbstüberschätzung gibt, dass die auch strukturell notwendig ist – ohne ein gerüttelt Maß gotteswürdiger Allmachtsphantasien ließen sich

die entscheidenden Berufsrollen gar nicht durchhalten – und dass das alles diese Branche ebenso liebenswert wie völlig unerträglich macht.

Gute Bücher sind die beste Voraussetzung für gute Umsetzungen. Das ist unser Job und unser Kerngeschäft. Darauf sollten wir uns konzentrieren. Und alles andere – Nennungen, Umarbeitungsrechte, Geld, Abgeltungen, Preise und Berufspolitik nicht vernachlässigen. Wir brauchen mehr Geld, wir brauchen bessere Kontrolle über unsere Rechte (an Idee und Verwertung), vor allem aber müssen wir Bücher schreiben, die so gut sind, dass sie für sich selbst sprechen (auch für geistig Taube und emotional Blinde). Und wir brauchen den naiven Kinderglauben daran, dass sich gute Stoffe irgendwann durchsetzen.

MARTIN MAAß

Drehbuchautor u.a. des Kinofilms „Planet B – CIAngel“, Fernsehjournalist (Deutsche Welle). Lebt in Berlin.

Wer sind wir? Ich bin in viele Richtungen versucht gewesen angesichts dieser Frage. Zuerst wollte ich sie politisch beantworten, im Gefolge der Entwicklungen seit der zweiten Hälfte letzten Jahres, in der sich vieles in Bewegung gesetzt hat. Ich könnte auch soziologisch an sie herangehen. Oder eine Definition von „Wir“ versuchen – und von dem, was einer solchen entgegensteht.

Aber mir scheint, dass an dieser Stelle etwas anderes angebracht ist, etwas, das über das Tagesgeschäft hinausgeht. Das tiefer zielt. Denn die an sich so harmlose Frage „Wer sind wir?“, diese Frage, die und der sich jeder stellen muss, der einer irgendwie gearteten Vereinigung beiträgt, hat in unserem Fall eine weit größere Bedeutung. Sie ist nämlich konstitutiv für eben dieses „Wir“.

Wenn ich in mich schaue und mich frage, was mich in die Lage gebracht hat, für genau diese Publikation genau diesen Artikel zu schreiben, stelle ich fest, dass es diese Frage ist, die mich umtreibt, seit ich denken kann. Natürlich habe ich sie anfangs eher in der Form „Wer bin ich?“ gestellt. Aber je mehr ich über das Leben lerne, je mehr Gemeinsamkeiten ich zwischen den Menschen entdecke – die individuelle Unterschiede nur um so mehr hervortreten lassen – desto mehr bin ich an all den möglichen Definitionen eines solchen „Wir“, mit anderen Worten: an der guten alten *conditio humana*, interessiert.

Ich vermute mal, dass es vielen von uns ähnlich geht. Und wenn ich das zu Recht tue, dann haben wir auch eine der vielen möglichen Antworten. Wir, die Drehbuchautoren sind – nicht exklusiv, aber für unser Medium oder unsere Kunstform – nämlich diejenigen, die diese Frage stellen. Wir stellen diese Frage öffentlich. Wir

stellen sie laut, mit all dem Aufwand, den es erfordert, ein Drehbuch zu schreiben und einen Film zu machen. Wir stellen sie in all ihrer Einfachheit, die zu irrsinnig komplexen Antworten führen muss.

Ich persönlich glaube mit zunehmender Dauer meiner Beschäftigung mit dieser Frage zu erkennen, dass sie eine unbeantwortbare ist. Unbeantwortbar jedenfalls in dem Sinne, dass man kaum eine Definition zusammenschustern kann und sagen: Das ist es. Ich habe den Menschen in seinem Wesen erfasst. Die einzige Möglichkeit zu einer Antwort liegt, so wie ich es sehe, in exemplarischen Beschreibungen. Und genau damit beschäftigen wir uns tagtäglich.

Damit folgen wir aber nicht nur einem Ruf unserer Seele. Sondern wir legen auch Zeugnis ab über unsere Gegenwart. Implizit und explizit sind wir Chronisten unserer Zeit und Gesellschaft. Und das ist eine Funktion, deren Wichtigkeit kaum überschätzt werden kann. Und übrigens einer der Gründe, weswegen wir klar und selbstbewusst zu unseren politischen und wirtschaftlichen Forderungen stehen sollten.

Mit dieser so simpel, so harmlos, so offenkundig anmutenden kleinen Frage haben wir die Aufgabe und Verantwortung, neben der Lieferung allfälliger Unterhaltungsaspekte auch unsere Finger zu heben und sie dann zielgenau und so tief wie möglich in die Wunden täglicher Existenz zu versenken. Es ist unser Auftrag, zu beschreiben, aber auch, Visionen und Utopien zu entwickeln. Wir sind die hellwachen Träumer, die Wege aufzeigen, die bloßen Berechnern verschlossen bleiben.





Wer sind wir?

Wir sind auf unserer Ebene nicht weniger als das Gewissen unserer Gesellschaft. Die Hygienebeauftragten sozusagen, denn wir haben wichtige Selbstreinigungsfunktionen zu erfüllen. Wir sind, nachhaltiger noch als jeder Journalist, kritische Beobachter und Berichterstatter. Wir sind die Wächter all dessen, das keine Schlagzeilen produziert. Wo alle anderen nur ahnen, dass irgendetwas im Busch ist, müssen wir es in Handlungen kleiden, die nicht nur jeder wieder erkennt, sondern die auch ein präzises Bild abgeben dessen, was uns erzählenswert erscheint. Damit erfüllen wir die Aufgabe, die Geschichtenerzähler seit jeher hatten: Den Menschen einen Spiegel vorzuhalten.

Natürlich ist das heute mehr als alles andere ein Geschäft. Das Bewusstsein, eine wichtige gesellschaftliche Rolle zu spielen, geht in den Zwängen und Strukturen, die uns betreffen, nur zu leicht unter. Aber ich meine, wir sollten nicht vergessen, dass es das ist, wozu wir tun, was wir tun. Bestimmt hat jeder von uns das mindestens

einmal schon gespürt.

Ich finde, es lohnt sich, dafür zu kämpfen, dass wir in dieser Rolle wahrgenommen, unterstützt und gewürdigt werden. Irgendwann, irgendwo werden wir daran gemessen. Wir sollten darauf hinarbeiten, dass das von Seiten einer möglichst großen Öffentlichkeit geschieht, denn der sind wir unsere Arbeit schuldig, nicht nur ein paar Redakteuren und Produzenten.

Wir können als „Wir“, etwas bewegen. Wenn man uns lässt. Und das müssen wir einfordern und durchsetzen. Dafür haben wir diesen Verband und dieses SCRIPT.

Leider ist dies die vorerst letzte Ausgabe. Aber auch diese Geschichte mag eine unerwartete Wendung nehmen. Ich bin überzeugt, wenn wir uns auf unsere Gemeinsamkeiten und unsere Aufgaben besinnen und unsere Angelegenheiten in die Hand nehmen, dann stehen uns alle Möglichkeiten offen, irgendeine Art von Happy End zu finden.

Wir sind auf unserer Ebene das Gewissen unserer Gesellschaft. Die Hygiene- beauftragten – wir haben wichtige Selbstreinigungsfunktionen zu erfüllen.

MONIKA SANDMANN

Drehbuchautorin (u.a. „Die Anrheiner“, „Mallorca“, „Jede Menge Leben“, „Unter uns“, „Verschollen“), Hörfunk-Journalistin (u.a. DLF, WDR). Lebt in Köln.

,sagen? Denn, was ich noch zu sagen hätte, dauert nicht nur eine Zigarettenlänge. Und wäre vermutlich ein einziges Wehklagen. Aber will ich mich in die Kette der ewigen Jammerer einreihen? Nein. Einziger Haken, jammern wäre ehrlich.

Dabei geht es mir doch gut. Ich lebe vom Schreiben und das schon seit genau – upps – 14 Jahren! Mal besser, mal schlechter. Eigentlich könnte ich mich als „alte Häsin“ bezeichnen und doch liefere das völlig konträr zu meiner Selbstwahrnehmung. Wo ist die Anerkennung? Wo sind die großen Preise? Wo die Produzenten und Redakteure, die mein Telefon heiß laufen lassen?

So hatte ich mir das zu Beginn meiner Karriere eigentlich gedacht. Irgendwann bin nicht mehr ich diejenige, die den Auftraggebern hinterher läuft, sondern die Auftraggeber bitten mich um einen neuen genialen Stoff. Oder ist es mit meiner Genialität gar nicht so weit? Aber muss ich überhaupt geniale Stoffe verkaufen? Warum ruhe ich mich nicht auf meinen gemächlichen Aufträgen aus? Deren Welt kenne ich wie meine Westentasche und meine eigene könnte ich en passant genießen?

Aber tue ich das nicht schon längst? Ich stehe auf, wann es mir gefällt. Ich teile meine Zeit ein, wie es mir und nicht dem Arbeitgeber passt. Ich kann spontan, jederzeit, einen Kaffee mit einer Freundin trinken. Ich kann mitten in der Woche bis in die Puppen tanzen. Ich kann am nächsten Morgen ausschlafen. Ich kann schreiben, wann und wo ich will. Ich kann in meinen Geschichten in die abstrusesten Welten abtauchen. Wenn das kein Genuss ist? Es ist Luxus pur, schaue ich aus meinem Fenster zum Gebäudekomplex der Allianz gegenüber und sehe dort Leute hinter ihren Computern sitzen und schwitzen. Morgens um 7.00 sind die ersten schon fleißig, selbst an Samstagen wird drüben geschafft. Und doch werden diese Leute auf der Straße sitzen. Der Konzern hat längst beschlossen, dass der Standort Köln trotz steigender Gewinne nichts mehr hergibt. Da geht's mir doch gut. Denn ich bin für alle Eventualitäten gewappnet. Ich wusste von Anfang an, dass ich heute einen Job habe und





morgen keinen. Übermorgen würde mir die Arbeit schon wieder über den Kopf wachsen.

Was die drüben, hinter den Allianz-Fenstern, wohl von mir denken? Ich meine, die ganz normale Zielgruppe? Sind sie neidisch, wenn ich am späten Vormittag mein Fenster öffne und noch verschlafen zu ihren rüber sehe. Oder denken sie, die ist auf Hartz IV und lässt den lieben Gott lieben Gott sein? Vielleicht wären sie auch von meiner Arbeit beeindruckt? Kennen sie die überhaupt? Ich weiß es nicht.

Meine nicht Film schaffenden Freunde allerdings beneiden mich, auch wenn die meisten keinen blassen Dunst von meiner Serie haben. Ach ja, die wollte ich mal anschauen, sagen sie, aber tun es dann doch nicht. Ich nehme es ihnen nicht übel. Hätte ich nicht berufsmäßig damit zu tun, würde ich sie auch nicht gucken. Neidisch auf das, was ich tue, sind sie also eigentlich nicht. Der Neid rührt aus oben erwähnten Gründen: Kann aufstehen, wann sie will, kann mit netten Leuten zusammen arbeiten, hat ihre Ruhe, aber auch aus eingebildeten Gründen: Im Film sind die ja alle so cool. Man duzt sich und trägt *casual*. Man trifft sich zu Buchbesprechungen in Cafés und Restaurants, jettet zum Arbeiten mal eben nach Berlin, München, Island, Schweden und Dänemark. Treibt sich auf Filmfestivals und Filmpartys herum. Trifft coole Leute aus Hollywood, Clint Eastwood und Paul Haggis (den ersten nur gesehen, mit dem zweiten immerhin geplauscht).

Alles stimmt – und doch trifft es nicht den Kern. Denn da ist noch die andere Seite. Die Innensicht sozusagen, die Sicht der anderen Filmschaffenden. Als Serienautorin rangiert man unter *ferner liefern*. Das merkt man auf Weihnachts- oder Sommerfesten. Gedankt wird einem da gern erst, wenn alle schon zum Büffet streben. Man ist nicht mehr (aber auch nicht weniger) als Rädchen im großen Getriebe.

Damit kann ich leben. Gut sogar. Denn nicht anders fühle ich mich im Serienbetrieb. Die Vorgaben lassen nur begrenzt Raum für eigene Imaginationen und genau deshalb hat sich mein Selbstverständnis als Autorin so schizophren geteilt: Einerseits lebe ich gut, andererseits nagt in mir der Mangel. Der Mangel daran, nicht das schreiben zu können, was in mir ruht, nicht die Geschichten so erzählen zu können, wie ich es will, sondern mich plötzlich auf die Ideen anderer einlassen zu müssen. Was nicht per sé das Schlechteste ist. Es ist bloß etwas anderes. Etwas, was ich eigentlich nicht erzählen wollte. Dann kommt der schmale Grat: Wie weit gebe ich meine Idee auf? Wie weit lasse ich mich auf die Idee der

Geldbeschaffer ein?

Warum beschaffe ich eigentlich nicht selbst mein Geld? Warum müssen sich Autoren eigentlich immer so klein machen? fragte mich ein Freund, der lange als Dramaturg gearbeitet hatte und nun selbst schreibt. Warum kriechen die den Produzenten fast in den Allerwertesten? Das sei doch grauenhaft. Gemeinsam beschlossen wir, das nicht (mehr, in meinem Fall) mitzumachen. Die Produzenten, die er während der Berlinale treffen wollte – man hatte locker vereinbart sich „zusammen zu telefonieren“, was im Klartext bedeutete, dass die Produzenten angerufen werden wollten – rief er auch nicht an. Ich halte es jetzt genauso. Zum Beispiel mit einer Produzentin, die meinen Stoff ganz toll fand und meine Recherche-Ergebnisse hoch goutierte, um alsdann nie wieder einen Piep von sich zu geben.

Stattdessen wächst der Wunsch, meine Stoffe selbst zu produzieren. Einige befreundete Autoren und Autorinnen haben schon ihr Interesse angemeldet. Bloß, dann müsste ich mich wohl von meinem angenehm geruhsamen Leben (siehe oben) verabschieden. Dann müsste ich auf alle Hochzeiten tanzen und müsste mich wahrscheinlich in den Allerwertesten ganz anderer Leute... Oh nein!! Ich mag gar nicht weiter darüber nachdenken.

Stattdessen schaue ich auf meinen ersten und (bislang noch) einzigen Autogrammwunsch. Den Brief dieses

Herrn, mit frankiertem Rückumschlag, hatte mir meine Produktionsfirma weitergeleitet. Ich bin seinem Wunsch nachgekommen, auch wenn mir sofort durch den Kopf schoss: Was will der mit einem unterschriebenen Foto von mir? Was ist das überhaupt für einer? Stalker? Perverser? Warum mir gerade diese Gedanken durch den Kopf gingen? Haben sie viel-

leicht auch mit meinem Selbstverständnis als Autorin zu tun? Damit, dass ich mich innerhalb meines Berufsfeldes nicht wirklich angenommen fühle? Eher als Austauschware. AutorInnen gibt es genug. Irgendeinen Dummen findet man immer, der für wenig Geld da weitermacht, wo man mich entsorgt hat. Und zur Not schreiben es Produzent, Redakteur oder Regisseur eben selbst. Irgendwas kriegen sie schon auf die Leinwand oder Mattscheibe. Wer braucht schon AutorInnen?

Da schiele ich traurig nach Amerika. Die vereinte Front (ziemlich) aller AutorInnen der „American Writers Guild“, die ihre Finger solange haben ruhen lassen, bis ihre Forderungen durchgesetzt wurden. Diese Macht fehlt in Deutschland und wird's bedauerlicherweise so schnell auch nicht geben.

Irgendeinen Dummen findet man immer, der für wenig Geld da weitermacht, wo man mich entsorgt hat.



Wer sind wir?

UWE WILHELM

Drehbuchautor u.a. für die Kinofilme „Bandits“, „Dee Jays Day“, „Die Gebrüder Sass“, TV (u.a. „Es geschah am helllichten Tag“, „Extreme“, „Das Mädchen Rosemarie“, „Geliebte Feindin“, „Auf Achse“, „Marienhof“, „Wolffs Revier“, „Trotzki“), Theaterautor (u.a. „Mayday, Maitag“) und Script-Doctor.
Lebt in Berlin.



Gibt es in eurem Verband schöne Drehbuchautorinnen?

Interview mit dem Drehbuchautor Max Jünger, geführt von Uwe Wilhelm im Auftrag des VDD, für die letzte Ausgabe des „SCRIPT“, eine Stunde nach der Verleihung des Drehbuchpreises anlässlich der Berlinale 2008, auf Wunsch von Max Jünger in der Bar des „Hotel Hyatt“ am Potsdamer Platz.

UWE WILHELM: Was hältst du von dieser schönen Kampagne des VDD: Kein Drehbuch, kein Film?

MAX JÜNGER: Schlecht, undurchdacht, reaktiv. Kein Drehbuch, kein Film, ist als Feststellung richtig, bedeutet aber nicht kein Drehbuchautor, kein Film. Drehbücher werden von Autor-Schauspielern, Autor-Regisseuren, Autor-Produzenten, Autor-Redakteuren geschrieben. Keiner von denen würde sich als Drehbuchautor bezeichnen. Und das weist darauf hin, dass im Film- und Fernsehgeschäft der Autor an sich keine originäre Größe ist. Wir sind keine „Autoren“, wir sind Teil eines Teams, wir sind Zuarbeiter in einer Manufaktur. Wer heute einen Film „schreiben“ will, muss Regisseur werden.

UW: Wir haben vor der Verleihung des Drehbuchpreises kurz miteinander gesprochen, und ich hatte dich gefragt, wie du deine Chancen einschätzt. Du warst sicher, dass du den Preis gewinnst, dass du das beste Drehbuch geschrieben hast

MJ: Ich habe das beste Drehbuch geschrieben, ich habe lediglich den Preis nicht gewonnen.

UW: Was dich enttäuscht?

MJ: Nein, Preise sind immer Ausdruck des Mittelmaßes. Es gilt, was Jonathan Littell dazu sagt: Preise spielen ein Drehbuch gegen das andere aus. Drehbücher werden aber nie gegeneinander geschrieben. Ich habe Costa Gavras (Vorsitzender der Berlinale Jury, UW) in einem Brief erklärt, dass ich nicht gegen andere Autoren angeschrieben habe. Mein Drehbuch steht nur gegen sich selbst, es arbeitet gegen seine eigene Forderung, der es aber natürlich nie gerecht werden kann.

UW: Warum hast du trotzdem an der Preisverleihung teilgenommen?

MJ: Weil der Produzent mein Buch eingereicht hat und gehofft hat, dass er mir einen Teil des Preisgeldes abknöpfen kann.

UW: Du hättest zuhause bleiben können.

MJ: Ich hatte vergessen, was zu essen einzukaufen.

Weißt du übrigens, wer den Silbernen Berlinale-Bären für das beste Drehbuch gekriegt hat?

UW: Nein, muss ich im Moment passen.

MJ: Großartig, der Vertreter des VDD weiß nicht, wer den Silbernen Bären für das beste Drehbuch erhalten hat. Es war Wang Xiaoshuai für sein Drama „In Love We Trust“.

UW: Stimmt, du hast Recht.

MJ: Und weißt du, was das besondere an Wang Xiaoshuai ist?

UW: Er ist Chinese.

MJ: Oh Gott! Noch eine blöde Bemerkung wie diese und ich breche das Interview ab. Ich werde euren Vorstand über dieses lächerliche Interview informieren. Wie heißt du noch mal?

UW: Uwe Wilhelm. Ich bin auch Autor. Ich habe Bandits, Sass und ...

MJ: Mir doch egal. Das nächste Mal will ich jemand kompetenten hier haben. Oder wenigstens eine schöne Frau. Gibt es in eurem Verband schöne Drehbuchautorinnen.

UW: Sehr viele.

MJ: Kannst du mir ein paar Telefonnummern geben?

UW: Habe ich jetzt nicht parat. Ich kann sie dir aber mailen. Also, was ist denn das besondere an Wang Xiaoshuai?

MJ: Er ist Regisseur, du Idiot! Damit komme ich auf meine Antwort zu Beginn unseres Interviews zurück. Gibt es hier auch was zu trinken, oder soll ich mir selbst was holen, verdammte Sauerei.

UW: Was möchtest du? Apfelsaftschorle?

MJ: Apfelsaftschorle? Trinkst du Apfelsaftschorle? Oh Mann, jetzt versteh ich, wieso du so eine Scheiße schreibst. Kann sich dein alberner Verband nicht mal ordentlichen Champagner leisten?

UW: Natürlich. (*Ich rufe nach dem Ober*) Herr Ober! (*War das jetzt redundant?*) Ein Glas Champagner für Herrn Jünger und für mich ein Wasser. (*Ich halte den Ober am Ärmel fest, flüstere ihm ins Ohr:*) Nicht den Teuren, haben Sie Prosecco? Und mein Wasser aus der Leitung.

MJ: Wir können froh sein, wenn der Regisseur oder der Produzent nicht auf Nennung besteht, wenn er dar-



auf verzichtet, für seine Ideen einen Titel zu erhalten. Stellen wir uns folgenden Vorspann vor. Idee: Produzent, Redakteur, Darsteller, Regisseur, Drehbuch: Autor, Bearbeitung des Drehbuches: Produzent, Redakteur, Darsteller, Regisseur, Kameramann, Ausstatter, Kostüm, Maske, Komponist. Das ist die Realität.

UW: Das ist für einen Künstler eine niederschmetternde Realität.

(Der Ober bringt zwei Champagner und die Rechnung: 42 Euro.)

MJ: Das Perverse ist doch, dass dem Drehbuchautor permanent das Rückgrat gebrochen wird.

UW: Empfindest du es so?

MJ: Jedes Mal.

UW: Vielleicht liegt es an der Leidenschaft mit der du schreibst.

MJ: Ohne Leidenschaft ist man kein Autor, sondern eine Schreibmaschine. Dann kann deine Arbeit auch von Computerprogrammen erledigt werden, was zum Teil in Amerika bei Daily Soaps schon geschieht. Man gibt die Parameter der Figuren ein und das Programm spuckt Dialoge aus. Es sind beschissene Dialoge, aber sie sind nicht beschissener als das, was vorher die Autoren geschrieben haben.

UW: Muss es immer Kunst sein?

MJ: Kunst! Kunst! Was ist schon Kunst? Es muss wahrhaftig sein, es muss aus den Tiefen deiner Seele kommen, du musst deine Eingeweide links machen. Du musst dir das Herz aufreißen. Sonst ist es Kitsch.

UW: Gilt das auch für Dailys oder Gerichtsshow?

MJ: Es gilt für alles, was geschrieben wird.

UW: Wie geht man dann mit einer Absage oder Niederlage um, wenn man zum Beispiel einen Preis nicht bekommen hat?

MJ: Suizid. Bestell mir noch einen Champagner. Aber nicht wieder so eine Prosecco-Pisse.

(Ich rufe den Ober.)

UW: Herr Ober, das hier war kein Champagner, das war Prosecco.

OBER: Sie wollten Wasser aus der Leitung, wieso beschwerten Sie sich?

UW: Sie haben uns Prosecco gebracht, und Champagner berechnet.

OBER: Woher wollen Sie denn wissen, wie Champagner schmeckt. Sie sind doch Drehbuchautor.

(He! Ich muss zugeben, ich bin augenblicklich geschmeichelt, der Ober hat mich erkannt. Ob er auch Max Jünger kennt?)

UW: Woher wissen Sie das?

OBER: Sie haben vorhin versucht mit meiner Kollegin anzubändeln und haben ihr gesagt, dass sie Autor wären und ihr was beim Film verschaffen könnten.

MJ: He, jetzt hörst du mal zu, du kleiner Pinguin. So geht das nicht. Weißt du überhaupt, wer ich bin?

OBER: Nein.

MJ: Ich bin Max Jünger, ich bin einer der meistbeschäftigten und renommiertesten Drehbuchautoren in Deutschland.

OBER: So ein Zufall. Ich hab auch ein Drehbuch geschrieben. Die Constantin wird es verfilmen. Mit Hillary Swank und Johnny Depp.

(Der Ober geht und kommt während des Interviews nicht wieder, dafür werde ich später auch nicht die Rechnung bezahlen.)

UW: Wo waren wir stehen geblieben?

(Max Jünger antwortet nicht)

UW: Ich glaube, es war dein Aufruf zum Suizid. Du lebst aber noch.

MJ: Abwarten. Wodka.

UW: Wie bitte?

MJ: Wodka! Sonst ist das Interview beendet.

(Ich bestelle bei einem weiblichen Ober, (sagt man Oberin?) eine Flasche Wodka. Einhundertzwanzig Euro. Ich bin gespannt, was Katharina Uppenbrink sagen wird.)

UW: Vielleicht sollten Drehbuchautoren sich antrainieren, die Kritik, einen Rauswurf, eine Absage nicht persönlich zu nehmen.

MJ: Soll das heißen, dass eine Absage nicht persönlich ist? Vielleicht ist sie es nicht für den Regisseur, der dir in den Arsch tritt oder den Produzent oder den Redakteur. Für einen Autor ist es immer persönlich. Es sind meine Sätze, meine Gedanken, meine Gefühle. Ich bin jede einzelne Figur. Während ich geschrieben habe, war ich am Ort des Geschehens, habe gelacht, gefickt, getötet, bin gestorben, habe geweint. Ich hatte Krisen und habe um den Stoff gerungen. Und dann werde ich rausgeschmissen. Das soll nicht persönlich sein? Das ist nur eine Ausrede, um sich nicht damit auseinandersetzen zu müssen, dass ein Künstler lebt, dass er leidet und um zu verhindern, dass er eine .38er nimmt und dem Verantwortlichen die Eier wegschießt.

(Die Oberin bringt den Wodka. Max gießt ein Wasserglas voll und trinkt es in einem Zug leer. Dann sieht er mich mit einem eigenartigen Funkeln in den Augen an.)

MJ: Was glotzt du so?

UW: Wolltest du schon einmal eine .38er nehmen?

MJ: Nein.

UW: Wieso nicht?

MJ: Weil ich noch nie rausgeschmissen wurde.

UW: Was ist mit „Der kleine Diktator“?

MJ: Da bin ich gegangen. Nächste Frage.

(Er trinkt jetzt direkt aus der Flasche)

MJ: Weißt du, was das Problem ist? Früher waren Autoren noch richtige Alkoholiker. Und heute ... heute gehen sie zu Yoga und Familienaufstellungen.

UW: Vielleicht solltest du berücksichtigen, dass jeder am Film Mitwirkende am Ende einfach nur das bestmögliche Drehbuch haben will.

MJ: Dazu müssten diese Wichser wissen, was ein gutes und was ein schlechtes Drehbuch ist.

MATTHIAS DINTER

Drehbuchautor für Kinofilme (u.a. „Fußball ist unser Leben“, „Was nicht passt wird passend gemacht“), TV (u.a. „Das Biest im Bodensee“ „Tatort“, „Die Bademeister“, „Schulmädchen“), Kino-Regisseur (u.a. „Feuer, Eis und Dosenbier“, „Die Nacht der lebenden Loser“).
Lebt in Köln.





Die Frage, wer wir sind, führt erfahrungsgemäß zu oft völlig anderen Antworten, wenn wir sie uns nicht selber stellen, sondern mal der Putzfrau, dem Waisenkind oder dem Kleinen Mann. Unsere PR-Aktion „Kein Drehbuch. Kein Film.“ soll erst der Auftakt des nachgerade historischen Unterfangens sein, unsere Leistung sichtbar zu machen. Oder, wie ANNE MÜLLER, eine der KoordinatorInnen der Aktion die Gegenfrage stellt: Wer sind wir, wenn wir nicht streiken, sondern arbeiten?

So sexy wie Drehbuchschreiben

Bei einem ersten Treffen der AG Image (die damals noch nicht so hieß) Ende August letzten Jahres ging es im kleinen Kreis darum zu beschreiben, was wir eigentlich genau tun als Drehbuchautoren und wie man unsere Arbeit veranschaulichen kann in einer Imagekampagne. Ein erstes Briefing der Werber von M+C Saatchi stand bevor und es sollte Material gesammelt werden, damit sich die Kreativen für uns eine Kampagne überlegen konnten. Kollege Xaõ Seffcheque hatte zwei Jahre lang seinen Freund Todd Schulz, Geschäftsführer von M+C Saatchi, zu dieser Kampagne für uns Drehbuchautoren zu überreden versucht und dankenswerter Weise den Kontakt zu der Agentur hergestellt. Ehrlich gesagt: Die Vorstellung, mal eine Werbeagentur (und deren Arbeit) von innen zu sehen, war für mich ein nicht unwesentlicher Beweggrund, in die AG Image zu gehen. Es reizte mich u.a., an diesem Prozess der Kampagne teilzuhaben und etwas für unser real nicht existierendes Image (vermutlich ist das schlimmer als ein schlechtes) zu tun. Ich wollte die Diskrepanz zwischen unserer Leistung und deren Würdigung a) etwas besser verstehen und b) das Problem angehen. In einer Kampagne sollte selbstbewusst hervorgehoben werden, was unser Anteil an einem Film ist, hat man doch oft den Eindruck, dass nach dem Dreh mit dem Stapel von ca. 100 Seiten Papier, dass mit dem Drehbuch gleich die ganze Leistung des Autors in die Tonne getreten, zumindest ab jetzt nicht mehr wirklich gewürdigt wird. Ausnahmen bestätigen die Regel.

Im Grunde ging es damals und geht es immer noch um die spannende Frage: Wie kann man das, was Drehbuchautoren tun, unsere originäre Arbeit, veranschaulichen bzw. was passiert, wenn wir das, was wir tun, nicht tun? Ein Streik erzeugt in unserer komplexen Welt viel Aufmerksamkeit (siehe Lokführer und WGA), weil plötzlich etwas, was vorher war und an das man sich gewöhnt hat, auf einmal nicht mehr ist (Züge fahren nicht mehr, ein Entertainer hat keine Gags, im wahrsten Sinne kein Futter mehr), das ist vielleicht die einfachste Art, Aufmerksamkeit zu bekommen. Doch in der Situation stehen wir deutschen Drehbuchautoren nicht, bei uns ging und geht es – zumindest momentan – nicht um Ausstand.

Nach dem ersten Briefing war den Werbern schnell der Slogan für uns Drehbuchautoren klar. Sie hatten ver-

standen: Ohne Drehbuch gibt es weder Finanzierung, noch Schauspieler, es ist die Basis für das Kultur- und Wirtschaftsgut Film. Daraus entstand der Slogan: Kein Drehbuch. Kein Film. Ganz nach dem Gesetz der Agentur „so brutal simpel wie möglich“ zu texten.

Bei der ersten Präsentation ihrer Ergebnisse in der Agentur letzten Oktober waren wir mit dem Slogan sofort einverstanden. Ein kleines Team bei M+C Saatchi hatte sich für uns eine Art Guerilla-Kampagne überlegt, überraschend, mit schrägen, nicht sehr kostspieligen Aktionen (Plakate, Sticker, Lichtprojektionen, Kreidesprayschablonen). Wir sollten, so Todd Schulz, die Kampagne unbedingt zur Berlinale lancieren, da wir da mit einer großen, medialen Berichterstattung und Resonanz rechnen könnten und der Boden durch den Streik der US-Kollegen enorm gut bereitet sei. Überhaupt kam der Streik der WGA seit Herbst 07 wie gerufen für uns, da in den Medien – auch den deutschen – seit Wochen so viel wie nie zuvor über Drehbuchautoren berichtet wurde: eine historische Chance und selten gute Ausgangslage für unsere Imagekampagne und die Plakataktion. Mir war klar: Wenn wir diese Gelegenheit nicht ergreifen würden, wären wir wirklich bescheuert und hätten es nicht anders verdient, ewig unsichtbar in der Hölle zu schmoren (oder heißt es schmollen?!)

In einer Fotomontage zeigte man uns Entwürfe, wie diese Plakate aussehen könnten: Daniel Brühl als Bauarbeiter, Nina Hoss mit Kopfhörer und Mikro als Callcenter-Angestellte, Christiane Paul im OP-Chirurgenkittel. Die Idee: Die Schauspieler wären ohne Drehbücher arbeitslos und müssten in anderen oder ihren ehemaligen Jobs anheuern. Die Plakate sollten wild überall in der Stadt plakatiert werden, an Bauzäunen und Stromkästen, rundherum um die Berlinale. 2.500 mal würde mit dem Slogan „Kein Drehbuch. Kein Film.“ (sprich, ohne uns Drehbuchautoren läuft nichts!) auf unseren Stellenwert für den Film hingewiesen. Das erschien mir sehr sexy und erstrebenswert. Dafür wollte ich kämpfen!

Sofort gab es jedoch auch sicher berechnete, aber





Alternativen zum Beruf des Schauspielers oder Regisseurs gibt. Ferner hatten sie auch die Idee, in einer Aktion während der Berlinale Fatih Akin (oder einen anderen bekannten Regisseur) an eine Dönerbude in der Stadt zu schicken, damit er Döner runter schneidet (denn: Kein Drehbuch. Kein Film.), davon versprachen sie sich viel Medienaufmerksamkeit für unser Anliegen. Kurz: Sie hatten viele Ideen, die aber bei uns auf geteiltes Echo stießen (auch wegen begrenzter Mittel). Irgendwann blieb aber die Kernidee, Plakate, Sticker, T-Shirts und Buttons mit dem Slogan zur Berlinale heraus zu bringen.

Intern im Berliner Kreise des VDD, auch bei einem Jour fixe, wurde die Idee mit den arbeitslosen Schauspielern heiß diskutiert. Die Meinungen waren geteilt, einzelne fanden eine Imagekampagne komplett überflüssig, andere schlugen vor, dass ein schwarzes Plakat her muss oder eines, auf dem wir Drehbuchautoren selbst abgebildet sind. Dass es sinnvoll ist, bekannte Schauspieler als Werbeträger für unser Anliegen zu nutzen, leuchtete manchen partout nicht ein. Jeder wusste selbst im Grunde am besten, wie Werbung

von mir nicht geteilte Bedenken: Würden die Betrachter das Plakat wirklich verstehen? Würden sie nicht denken, das sei eine neue Rolle in einem neuen Film von diesem Schauspieler? Die Agentur versuchte zu beruhigen. Der Slogan sei deutlich genug, das ganze dürfe man nicht eins zu eins sehen, sondern es wäre um die Ecke gedacht und wir sollten darauf vertrauen, dass die Ästhetik der Bilder schon so sein werde, dass keiner auf die Idee käme, hier handele es sich um eine neue Rolle von Schauspieler/im Film XY.

Zwei Ideen für einen kurzen Kinospot hatte sich das Team auch einfallen lassen, die wir aber beide für nicht überzeugend hielten und daher ablehnten. Das Thema Werbespot wurde dann auch in Folge vorerst nicht mehr weitergedacht, auch weil uns klar war, dass wir das zeitlich bis zur Berlinale niemals schaffen.

Die Grundidee mit den arbeitslosen Schauspielern, das Augenzwinkernde und Humorvolle daran gefiel mir, die Saatchi-Werber hatten sogar vor, auf dem Empfang des VDD eine echte Kabine der „Agentur für Arbeit“ aufzustellen und dort „seriös“ zu beraten, was es für





So sexy wie Drehbuchschreiben

funktioniert (so wie andere immer besser wissen, wie man Drehbücher schreibt!). Die Debatte um die Entwürfe (einer weltweit erfolgreich arbeitenden Agentur!) erinnerte mich an Buchgespräche und ich fand, dass manche Kollegen sich das Verhalten der Gegenseite sehr gut angeeignet hatten! Ich habe selten so wenig Vertrauen in die Arbeit von Profis bzw. anderen Kreativen erlebt wie bei dieser Sache.

Ich verstand plötzlich ein bisschen besser, warum es in diesem Verband bislang noch nie zu einer solchen Kampagne gekommen war, in einem Klima der oft fehlenden gegenseitigen Wertschätzung und Würdigung einfach nichts Neues entstehen kann, Leute frustriert werden. Mit meiner Mitstreiterin Katharina Reschke verband mich da durchaus etwas sehr Amerikanisches: Wir hatten eine Vision, waren pragmatisch in der Umsetzung und versuchten immer wieder, die anderen zu überzeugen.

Erschwerend kam noch hinzu, dass die Kampagne sich finanziell selbst tragen musste und nicht die arg

gebeutelte Kasse des VDD belasten durfte! Das bedeutete, dass das Geld für die Druckkosten der Plakate, ihre Plakatierung, die Kosten für die Buttons, Kleber etc., eine Summe von insgesamt mindestens 4.000 – 5.000 Euro, durch Spenden finanziert werden musste. Aber wir waren optimistisch, dass wir auch das irgendwie hinkriegen würden (und wurden nicht enttäuscht!).

Endlich kam Anfang Januar das prinzipielle OK vom Vorstand für die Kampagne. Nun hieß es schnell handeln. Wenn wir möglichst prominente Schauspieler für das Fotoshooting so kurzfristig kriegen würden, dann wäre es zu schaffen bis zur Berlinale. Inzwischen hatte die Agentur den Fotografen Gregor Hohenberg gewonnen, der ebenfalls bereit war, umsonst zu arbeiten, und bei einem Treffen im Januar wurde ein neuer Entwurf für die Plakate (und Sticker) geliefert. Jetzt sollten die Fotos/Porträts der Schauspieler sehr ästhetisch und eigenwillig in Richard-Avedon-Manier fotografiert werden, Kunstwerke in schwarz-weiß, und oben drüber sollte in großen roten Kinobuchstaben „Kein Drehbuch. Kein Film“ stehen. Wir waren begeistert.



Ich begann nun systematisch, die diversen Schauspielagenturen anzurufen und entwarf ein Anschreiben, in dem ich darauf hinwies, wie sehr Schauspieler auf gute Drehbücher und Rollen angewiesen sind und dass auch in den USA sich die großen Stars mit den Drehbuchautoren solidarisiert hätten. Die erste Zusage kam prompt von Natalia Wörner, dann bekundete Andrea Sawatzki grundsätzlich Interesse. Fabian Busch sagte zu und Tim Bergmann war bereit, sich kurzfristig aus München einfliegen zu lassen. Es waren aufregende, stressige Wochen bis alle dann endlich durch ihre Agenten und Pressebetreuer ab- oder zugesagt hatten, ein Fulltime-Job für mich. Schön war es zu merken, wie viel Unterstützung wir doch letztlich erfahren und wie viele Schauspieler prinzipiell gern mitgemacht hätten, wenn sie nicht gerade durch einen Dreh, Theaterproben, Urlaub oder eine Zahn-OP verhindert gewesen wären. Wir waren eben auch verdammt kurzfristig dran.

Als das Shooting endlich vorüber und die Bilder im Kasten waren, startete Katharina Reschke den Spendenaufruf an alle Mitglieder. Gelobt sei das Internet, das für solche solidarischen Aktionen, die schnell und unbürokratisch gehen müssen, einfach genial ist! Die Resonanz war überwältigend. Innerhalb von 24 Stunden hatte Katharina schon die ersten 2.000 Euro zusammen und es folgten im Laufe der nächsten Tage und Wochen circa noch mal soviel. Dazu viele begeisterte Kommentare (endlich ganz viel positive Resonanz), die uns darin bestärkten, dass eine solche Kampagne von vielen Autoren gewollt, gewünscht und unterstützt wird. Auch viele Nichtmitglieder spendeten und signalisierten, dass der VDD für sie mit so einer



Todd Schulz

Aktion an Kontur gewinnt und deutlich attraktiver geworden ist.

Kurz bevor die Plakate in den Druck gingen, änderte das Team von M+C Saatchi dann noch mal das Layout, weil ihnen das alte nicht frech und schräg genug erschien und zu plakativ war. Auf die schönen Porträts hatten sie das Typoskript einer Drehbuchseite von Stanley Kubrick gelegt, statt Buchstaben/Text Unterstriche. Oben links stand „kein Drehbuch“, unten rechts dann „kein Film“. Zum Diskutieren

war nun aber keine Zeit mehr. Ich selbst hatte mein Herz an die vorige Version gehängt, meinen anderen Mitstreitern gefiel die neue Plakatversion aber prompt sehr gut und so segneten wir sie ab. Wir baten noch, die rote Schrift des Slogans etwas größer zu machen, es war aber klar, dass das jetzt keine Plakate mehr waren, die man aus dem vorbeifahrenden Bus heraus lesen kann! Die Saatchi-Leute hatten aber mit dem Layout auch die Aussage des Plakates verändert: Jetzt waren es Schauspieler in Rollen, die auf ihren Text warten. Also bekamen all jene, die die vorigen Plakate nicht eindeutig genug fanden, auf den letzten Drücker noch genau die Klarheit, die sie stets eingefordert hatten. Ich selbst fühlte mich von der Agentur ein kleines bisschen im Regen stehen gelassen, da ich eine derjenigen war, die wochenlang ihr Konzept nach außen hin vertreten, nach innen hin verteidigt hatte. Aber ich habe mir sagen lassen, dass es in Agenturen ganz normal ist, alles auf den letzten Drücker noch mal umzuwerfen. Ich mag die jetzigen Plakate trotzdem.

Auch wenn sie bei der Berlinale nicht überall und immer am richtigen Platz hingen, auch wenn unsere Aktion inmitten all der Filme und Stars (ich hasse die Rolling Stones!) etwas unterging und

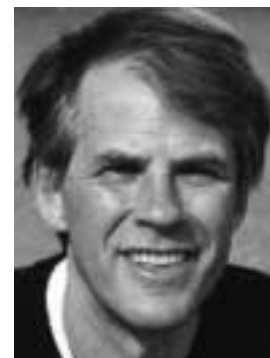
die Rechnung der Berichterstattung zur Berlinale definitiv nicht aufging, auch wenn es noch mal einer ganz anderen und intensiveren Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bedurft hätte, zu der wir weder personell noch kräftemäßig in der Lage waren, es gibt sehr viel positive, nicht immer sofort sichtbare Resonanz: Viele Schauspieler sind jetzt bereit, weiterhin mitzumachen, die Agenturen sind begeistert, die Plakate sind da und weiterhin verwertbar und ein paar Artikel hat es gegeben über die Aktion. Ein Anfang ist gemacht. Nicht mehr, aber auch nicht weniger.

Ein erster Schritt, weitere sollen folgen, auch für M+C Saatchi war das nur der Auftakt. Wir wollen in weiteren Aktionen darauf hinweisen, dass es uns gibt und dass mit uns zu rechnen ist. Als nächstes könnten wir uns vorstellen, die Idee mit dem Werbespot wieder aufzugreifen, ein kleiner, witziger Spot, der vor den großen Filmen läuft und alle im Kinosaal darauf aufmerksam macht, dass sich das, was sie gleich sehen werden, jemand ausgedacht und aufgeschrieben hat. Dass das ein Drehbuchautor oder eine Drehbuchautorin war. Ja, diese seltenen Wesen, die Unmengen an Papier bedrucken, die viel grübeln, recherchieren, erfinden und wieder verwerfen müssen, die sich in endlosen Sitzungen von anderen anhören müssen, was alles an ihrem Drehbuch noch nicht gut ist und dann wieder in ihre vier Wände zurückkehren, um umzuschreiben, umzuschreiben, umzuschreiben ... Die, die in Fernsehzeitschriften oft unterschlagen werden und manchmal gar nicht auf der Gästeliste bei der Premierenfeier zu ihrem eigenen Film stehen. Aber an all dem sind wir dran, die AG Image mit dem erfolgreichen Fahnderprojekt und mit der Entwicklung von VDD-Podcasts, die neue AG Mitgliederwerbung und viele andere und hoffentlich bald auch neue Mitstreiter. Vor allem aber hoffen wir natürlich auch auf potentielle neue Mitglieder, die nicht zuletzt durch diese Aktionen angesprochen werden sollen. Denn wir alle wissen, dass wir nur als großer Verband stark und überlebensfähig sind. Es muss sexy sein, in den VDD einzutreten. So sexy wie Drehbuchschreiben.





Der Dramaturg ROLAND ZAG ist den meisten Filmautoren spätestens durch sein kühnes Buch „Der Publikumsvertrag“ ein Begriff. In diesem formuliert er schlüssig die These, dass zwischen den Machern eines Films und den Zuschauern ein verbindliches Abkommen als vereinbart gilt. Das Publikum erfüllt dabei seinen Anteil durch Kauf der Kinokarte. Die Filmer, allen voran wir Autoren, haben ihre Vertragspflichten durch Befriedigung der Erwartungen, die der Film emotional weckt, zu erfüllen. Wird dieser Vertrag aus Sicht des Publikums gebrochen, ist Misserfolg die fast zwangsläufige Konsequenz. Roland Zag führt dafür gelungene wie auch missratene Beispiele an, die seine Überlegungen bestätigen. Inzwischen nehmen immer mehr Produzenten und Autoren seine Dienste in Anspruch. XAÏ SEFFCHEQUE sprach mit dem Dramaturgen, der sich selbst eher unscheinbar definiert, als



Putzfrau (mit Fachabschluß)

SCRIPT: Wer nimmt Dich als Berater überwiegend in Anspruch?

ROLAND ZAG: Hauptsächlich Produzenten, Autoren und Verleiher. Redaktionen sind eher die Ausnahme.

Du erstellst ja auf Deiner Page auch Prognosen was die Erfolgchancen anlaufender Kinofilme betrifft. Das ist mutig, denn dadurch machst Du Dich ja auch kritisier- und angreifbar. Andererseits stellt sich die Frage, ob die Idee des „Publikumsvertrags“ nur in den Zahlen glaubhaft Niederschlag findet?

Entscheidend sind für mich nicht die Zahlen. Sie sind ein Mittel zum Zweck der Durchsetzung eines bestimmten Denkens. Ich versuche anhand dessen, was ich auf meiner Internetplattform publiziere, zu zeigen, dass es einen Zusammenhang gibt zwischen gewissen emotionalen Prozessen zwischen dem Film und den Zuschauern. Ich versuche, mit den Zahlen zu operieren, um meine Ideen zu untermauern. Es geht mir dabei um die Entwicklung von emotional stimmigen Geschichten, das ist mein Kerngeschäft. Der Zweck ist eigentlich das Arbeiten an Geschichten, die zu einem starken emotionalen Kern vordringen und dazu kann man sich der Mittel bedienen, die ich in meinem Buch beschrieben habe. Der Erfolg meiner Beratungstätigkeit zeigt mir, dass da was dran ist und die Erfolgsquote meiner Prognosen im Netz zeigt es auch.

Das müsstest du ja nicht machen. Steckt da auch eine PR-Absicht dahinter?

Ja, das mache ich vor Allem um PR für mich und meine Arbeit zu machen, keine Frage. Aber auch, weil es mich leidenschaftlich fasziniert. Und weil ich mich gerne mittei-

le. Dieses Online-Magazin hat mir sehr viele Kontakte gebracht.

Stichwort PR: Welche Filme hast du innerhalb der letzten Zeit betreut, bei denen die Prognosen eingetreten sind?

Die Filme die ich betreut habe, und wo sich herausstellen wird, inwieweit meine Prognosen zutreffen, sind entweder im Dreh oder in der Vorbereitung, oder aber sie sind eigentlich noch nicht am Markt. Zum „Leben der anderen“ hatte ich damals für die Produzenten was geschrieben. Ich möchte jetzt aber nicht so tun als hätte mein Beitrag etwas zum Erfolg des Films beigetragen.

Du hast den Film positiv eingeschätzt?

Ja, sicher. Ich hatte aber Änderungsvorschläge gemacht, die allesamt, glaube ich, nicht übernommen worden sind. Es gibt schon so Filme wie „Emmas Glück“, wo ich mir einbilde, dass etwas von dem, das ich angemahnt hatte, auch wirklich umgesetzt wurde und das dem Film geholfen hat. Aber so 1:1 darf man das nicht sehen. Es ist nicht so, dass meine Arbeit schon automatisch zu einer Erhöhung der Erfolgsaussichten beiträgt. So eine Behauptung wäre auch absolut unseriös. Es geht nicht in erster Linie um den Erfolg an der Kinokasse und dessen Kalkulierbarkeit. Vielmehr stellt für mich das Arbeiten mit dem Publikumsvertrag ein probates Mittel dar, mit dem die Filmwelt auf bestimmte Prinzipien aufmerksam gemacht werden kann, die bisher wie mir scheint, unterschätzt wurden. Man darf aber nicht die Tatsache außer Acht lassen, dass jeder Film wahnsinnig komplex ist. Diese Komplexität ist nicht wegzudiskutieren. Auch der „Publikumsvertrag“, das Drehbuch und alle die damit zusammenhängen Aspekte, auf die es mir ankommt, sind



Putzfrau (mit Fachabschluß)

nur ein Teil des ganzen Filmherstellungs- und Filmvermarktungsbetriebs – allerdings ein sehr wesentlicher.

Als eines der obersten Prinzipien lese ich aus dem „Publikumsvertrag“ die Sehnsucht des Publikums nach „Wahrheit und Gerechtigkeit“. Ist das einer der Gründe, warum es „Film im Film“/„TV im TV“-Geschichten bei uns so schwer tun, Beispiele zuletzt „Free Rainer“ oder „Pornorama“?

Das Prinzip der Wahrheit wird im Prinzip ständig die ganze Zeit hinterfragt, wenn man mit Medien zu tun hat. Wir wissen: Medien können manipulieren. Mit dieser manipulativen Macht umzugehen ist auf eine bestimmte Art und Weise unbefriedigend für ein normales Publikum. Denn es hat gerne klare, sichere Verhältnisse. In „Free Rainer“ wird das Manipulative noch einmal manipuliert – das ist kompliziert und von daher ist es schwierig, da ganz elementare Sehnsüchte zu befriedigen.

Bedeutet das, auch wenn man alle emotionalen Voraussetzungen erfüllt, ist dennoch schon die Grundausswahl des Stoffes der ausschlaggebende Faktor für den Publikumserfolg?

Das realistische Ziel eines Films kann nicht sein, möglichst viele Zuschauer zu haben, sondern den Film möglichst plastisch und emotional nachvollziehbar genau jenen Zuschauern nahe zu bringen, die sich für diesen Stoff interessieren lassen. Das kann ein Arthouse-Film sein, oder ein Blockbuster.

Das sehen Produzenten und Verleiher immer anders, die wollen besonders viele Zuschauer und nicht eine Auswahl.

In Deutschland ist das allererste Ziel, dass ein Film überhaupt produziert wird. Schon wenn er gemacht wird, hat er hier seinen Zweck erfüllt: Den Erfolg beim Zuschauer sucht man anschließend.

Es gibt eigentlich zwei Märkte: den Binnenmarkt mit den Förderern, Redaktionen und Finanziers. Und dann das eigentliche Kinogeschäft. Oft werden Filme nur gemacht, weil sie dem Binnenmarkt gefallen. Der ist nicht identisch mit der Realität an der Kinokasse.

Damit nimmt man den Zuschauer aber eigentlich nicht wirklich ernst.

Es ist aber enorm wichtig, dass man ihn als Vertragspartner anerkennt, egal ob Mainstream- oder Arthouse-Film. Ich bin total für Vielfalt. Ich nehme da keine Wertung im moralisch-ästhetischen Sinne vor. Ich versuche nur, was im Stoff drinsteckt, in Zusammenarbeit mit den Autoren und den Produzenten so emotional nach-

vollziehbar zu machen wie es möglich ist, und jede Geschichte so optimal erzählbar zu machen, dass sich die jeweilige Zielgruppe in vollem Umfang angesprochen fühlt.

Inwiefern spielt der PR-Effekt – Stars, Besetzung, Regie etc – da eine Rolle?

Die Frage, welche Stars, welche Regisseure, welche Geschichten gehypt werden, spielt fürs große Publikum keine Rolle. Den Leuten ist es egal, wie der Regisseur heißt. Das, was Publikum tatsächlich will, ist: Bewegung, Emotion, Empathie, um mal nur die elementarsten Dinge anzusprechen...

Das sind auch die Elemente, die Filmautoren erstmal am meisten interessieren, wenn sie ihre Geschichten entwickeln. Aber können sich Autoren es leisten, ohne Produktion oder Redaktion mit ihrem Stoff auf Dich zuzukommen und eine entsprechend ausführliche Beratung in Anspruch zu nehmen?

Es sind verschiedene Modelle, die ich da anbiete. Klar: wenn ein Produzent oder eine Redaktion mit einem Autoren kommt, gibt es feste Sätze. Aber bei Autoren, die mit einem nicht finanzierten Buch zu mir kommen, gehe ich in Vorleistung, wenn mich der Stoff interessiert. Du zahlst eine gewisse kleine Summe als Anzahlung – wir sprechen von etwa 250 bis 500 Euro – und wir vereinbaren, wenn ich dich längerfristig berate, eine bestimmte Art von Beteiligung an den möglichen Umsätzen. Ich betreue das Projekt dafür auch bis zum hoffentlich guten Ende. Das sind für auch mich oftmals abenteuerliche Unternehmungen, weil es eben oft nicht klappt. Aber ich halte mich da an einen Spruch: Angeblich ist bei den Wölfen jeder zehnte Beutezug erfolgreich – und so ist ungefähr bei mir auch. Ich investiere viel auch vergebens, aber ich lerne daraus auch sehr viel.

Du delegierst nicht, Du machst alles selbst, die Kunden können mit Dir persönlich rechnen?

Ein Buch schreiben ist eine Sache, eine Theorie haben ist wunderschön, aber wirklich damit konkret am lebendigen Objekt zu arbeiten ist ganz was anderes, und das ist mein eigentlicher Job und meine eigentliche Herausforderung: Mit jedem Autoren die Sprache zu finden, die ihm und seinem Stoff gemäß ist. Und dabei spielen die Begriffe des „Publikumsvertrags“ im Grunde erstmal gar keine Rolle. Ich muss mit jedem Autoren emotional erfassen „Wer bist du, was willst du, und wie reagiere ich auf dich?“, und das ist sehr schwierig. Wichtig ist, dass ich mich nicht verschanze hinter einem Theorie-Apparat „so muss das sein“. Nichts muss irgendwie sein, sondern es ist alles offen und es kommt immer nur auf die Frage an: erreichen



wir die gleiche Ebene oder nicht?.

Wie funktioniert der Prozess in concreto?

Ich schreibe einen Text, der ist ziemlich ausführlich, dann schreibe ich die wichtigsten Sachen die mir auffallen rein, und dann müssen wir uns unterhalten.

Ähnlich wie bei einem Lektorat?

Kann man damit nicht vergleichen. Es ist eine Einschätzung, etwa 12 – 15 Seiten lang, in der ich durchgehend das formuliere, was mir als Schwierigkeit erscheint. Ich gehe immer vom Potential aus: Wo kann der Stoff hin, wo sehe ich ihn am Markt, wo sehe ich seine Marktauglichkeit? Dabei ist immer die wichtigste Frage: Wo ist das Potential noch nicht ausgeschöpft? Das versuche ich zu formulieren, und anhand dessen kann der Autor sehen, ob wir auf einer Linie liegen oder nicht. Dann war es das – oder wir gehen weiter und dann treffen wir uns so oft wie nötig, und ich lese so viele Fassungen wie nötig, und wir besprechen dann jedes weitere Vorgehen. Es ist mir wichtig, dass wir das gemeinsam artikulieren. Ich bin zwar kein Agent, aber ich kann durchaus mit meinen Kontakte, die ich habe, Wege öffnen bzw. versuchen zu öffnen.

Als was also fungierst Du tatsächlich: Als Co-Writer, Script-Doctor oder Dramaturg?

Ich bin ein Verfechter des Dramaturgen, das heißt ich sehe mich etwas vereinfacht als die Putzfrau (mit

Fachabschluss), der man seinen Stoff zu lesen gibt. Mein Job ist es, so echt emotional zu lesen wie ich nur irgendwie kann.

Das ist die Reduktion auf die alles entscheidende Frage, die vor der Umsetzung geklärt sein muss: Was setzt diese Geschichte beim Zuschauer in Gang? Ich versuche das für mich ganz genau nachzuvollziehen. Das ist die erste, die wichtigste Stufe. Und dann kommen aus meiner Erfahrung, aus meiner Fantasie heraus Verbesserungs- oder Alternativvorschläge.

Die du rein als Dramaturg und nicht als Co-Autor einbringst?

Es ist scheußlich was da passiert, welcher Missbrauch da getrieben wird, wie sich manche Leute da als Urheber mit reinrücken. Und da will ich als Dramaturg außen vor bleiben. Wenn wir uns stofflich, inhaltlich nicht erreichen – kein Thema. Das passiert. Ich beanspruche keine Urheberrechte am Werk.

Roland Zag, danke für das Gespräch.

*Roland Zag, Auenstraße 25, 80469 München
089/2015901, 0172/8683464*

Der Publikumsvertrag – Emotional wirksames Drehbuchschreiben mit 'the human factor' EUR 19,95 zu beziehen über www.the-human-factor.de

*Vorstandsmitglied des Verbandes deutscher Film- und Fernseh-dramaturgen e.V. VeDra
www.dramaturgenverband.org*



Gesehen in Bogota März 2008

SCENARIO No. 1 fanden wir gut. Erstens weil es gut war, zweitens weil es so etwas plötzlich gab, einen richtigen Almanach für uns, ein Drehbuch-Jahrbuch! Und weil wir eben auch ziemlich sicher waren, dass es ein weiteres wohl kaum geben würde: mehrere hundert Seiten zum Thema, als Hard Cover, reich illustriert, intellektuell, gut geschrieben, abwechslungsreich – zu teuer, zu gut, zu spezial interest, um ein Renner zu werden.

Und dann erscheint während der Berlinale SCENARIO No.2...

Anspruch mit Folgen

Ich hatte Mühe, überhaupt noch ein Exemplar zu ergattern, da ich Vorabendparty bedingt zu spät zur Präsentation kam. Herausgeber Jochen Brunow hat dann einem Käufer eine von dessen zwei erworbenen Ausgaben wieder abgeschwatzt. Was ein Glück, denn ich habe den Almanach so ziemlich in einem Zug durchgepowert.

Das ist nicht unbedingt eine ganz einfache Aufgabe; die Vielschichtigkeit und Vielfältigkeit der Themen und Beiträge, die Unterschiedlichkeit der BeiträgerInnen, ihre divergierenden Herangehensweisen und Positionen sind

eine Herausforderung, machen dieses Jahrbuch aber gerade so spannend und abwechslungsreich zu lesen.

Strukturell geht diese Folgeausgabe des „Film- und Drehbuchalmanachs“ indes den bewährten Weg der ersten, der Slalomkurs durch die Buckelpiste der filmnarrativen Begleitumstände ist ähnlich gesteckt wie in Ausgabe eins. Und wird mit der nämlichen Bravour genommen. Die Rubrizierung ist hilfreich und bietet wie bei einem Periodikum („Scenario“ scheint in der Tat eines zu werden – gut so!) die Möglichkeit, quer durch die 336 Seiten zu schmökern.

Es beginnt mit einem „Werkstattgespräch“, das der Herausgeber mit der Autorin *Ruth Toma* führt. Neben der Darstellung ihrer Arbeitsweise erhält der Leser einen Einblick in ihre persönliche Historie und ihren Weg hin von der Theaterschauspielerin zur Autorin immerhin so bekannter Filme wie „Gloomy Sunday“, „Die weiße Masai“ oder „Solino“. Ist auch immer interessant, einen neugierigen Blick in die Gewürzschränke anderer Köche werfen zu können, ungeachtet der Tatsache, dass alle mit demselben Wasser kochen.

Richtig Zug bekommt die Sache dann mit dem Essay-Block: Die Bekenntnisse des jungen Autoren *Benjamin Hessler*, der sich als Grusel-Fan outet, vor Allem aber als einer der ersten schlüssig und nachvollziehbar und amüsant vermittelt, dass Horror ein wertvolles, Stil bildendes und im Film nicht mehr wegzudenkendes Genre ist, haben mich zugegeben mehr gefesselt, als *Michael Tötebergs* Würdigung *Peter Märthesheimers*, auch wenn ich es mir vorher genau anders rum vorgestellt hatte.

Lars-Olav Baiers Beitrag über die Filme „Amorres perros“, „21 grams“ und „Babel“ (*Guillermo Arriaga – Drehbuch und Alejandro González Iñárritu – Regie*) hat mich dann schier verblüfft: Es kommt nur ganz selten vor, dass ich etwas lese und mit jeder Zeile das Gefühl stärker wird, ich hätte mit dem Autor eine ausführliche Diskussion zum Thema geführt, dessen gelungenes Protokoll mir nun plötzlich gedruckt vorliegt! So überdeutlich finde ich mich in Allem, was ich zu diesen Filmen denke, in Baiers Analyse wieder: Er decouvriert die Figuren dieser Filme als das was sie wirklich sind – Marionetten, deren Handeln einzig und allein von der Willkür jener, die sie gebaut haben, abhängt und die einer der Immanenz der Charaktere entspringenden Logik allenfalls noch dann gehorchen, wenn es den Machern in den Kram passt. Ein Muss besonders für jene, die den modischen mosaikhafte Multi-Plot gerne gegen das Akt, bzw. Sequenz orientierte Erzählen ausspielen.

In „Blume, Mond und Schnee oder die Ekstase des Moments“ beschäftigt sich *Jochen Brunow* mit einem Gegenstand, der im Filmkontext erstmal abgehoben und esoterisch anmutet, dem japanischen Bildgedicht Haiku. Tatsächlich, und das ist das Faszinierende an dieser Betrachtung, existieren zwischen Wort und Bild mehr Metamorphosen als in den meisten Filmhochschulen vermittelt wird und wir uns im Schreiballtag vorstellen. Das Haiku kann dem Aufgeschlossenen eine neue filmische Denkweise entwickeln helfen, und zwar auf der Ebene von nichts Geringerem als der Poesie. Und es wäre nicht Brunow, würde er es nicht schaffen, zur Unterfütterung seiner Thesen Arnheim und Kracauer, Beckett und Tarkowski bis hin zu Wenders ins Feld zu führen, und dies überzeugend.



„Amores perros“

„Scenario-2“ bietet aber selbstverständlich auch gute Education, beispielsweise „The Schreiber Theory“ (David Kippen) und „Talking Pictures“ (Richard Corliss), die *Gerhard Midding* vergleicht. Eine kleine Bestandsaufnahme der gegenwärtigen amerikanischen Filmdramaturgie („Old School – New School“), die *André Georgi* kundig und gut lesbar vornimmt. Oder *Christoph Fromms* „Mein Herz im fremden Land“, vor Allem eine Chronik, aber im Subtext auch wieder eine wahrhafte Thesenaufstellung über den verhängnisvollen Einfluss der Sender, die er da an die Türen der Programmkirchen in Köln und anderswo nagelt. Aber eben nicht nur das: Die kleinen Freuden, die er auf der Lesereise mit seinen Studenten erlebt, scheinen ihn glaubhaft für viel erlittenes Unbill zu entschädigen.

Nach mehreren interessanten Besprechungen aktueller Film begleitender Sachliteratur und Belletristik dann endlich wieder das „Drehbuch des Jahres“, das auch die LOLA für das „Beste unverfilmte Drehbuch“ erhalten hat: „Sierra“ von *Christoph Fromm* – ein mutiges, reifes Drehbuch, dem man wünscht, das es damit weiter geht!

Was wir uns übrigens auch für „Scenario“ insgesamt wünschen...

Xaõ Seffcheque

SCENARIO 2
 Film- und Drehbuchalmanach
 Verlag Bertz + Fischer / Berlin
 Herausgeber Jochen Brunow
 ISBN 978-3-86505-185-1



Sogar unter den zwölf Aposteln war einer – Matthäus – Steuereintreiber. Das Berufsbild zählt also durchaus zum stringenten christlichen Archetypen-Kanon. Trotzdem ist Steuern zahlen nichts Gott Gegebenes, und schon gar nicht in dieser Höhe. Meint zumindest pact, die Freiberuflern mit ihrem Finanz-TÜV rät:

Altersversorgung auf den Prüfstand!

„Es begab sich aber zu der Zeit...“ – auch wenn wir schon wieder Ostern hinter uns gebracht haben: Wer erinnert sich nicht an die zitierten Worte, mit denen die ein historisches Migrantenschicksal in der Überlieferung eines gewissen Lukas beginnt. Viele erinnern sich vielleicht auch noch daran, dass unmittelbar im Anschluss die Rede von einem Gesetz war, erlassen vom damaligen römischen Kaiser Augustus, von einem Gesetz, das irgendetwas mit der Erhebung von Steuern zu tun hatte. Zugegeben, die Versuchung von der Steuerproblematik der Antike einen Bogen in die heute Zeit zu schlagen, ist schon verführerisch. Nur müssen die heutigen Steuerpflichtigen zur Erfassung nicht mehr ihren Geburtsort aufsuchen, das besorgt effektiver, schneller und bequemer nach entsprechendem Datenabgleich das Wohnsitzfinanzamt. Ja, künftig wird mit der Einführung einer individuell vergebenen, lebenslang gültigen Steuernummer die totale Erfassung und Verarbeitung aller steuerlich relevanten Daten nochmals verbessert. Sage niemand, die Steuerbehörden gingen nicht mit der Zeit und nutzten nicht die neuen technischen Möglichkeiten.

Nun sind zweitausend Jahre eine Zeitspanne, die für die konkrete Rück- und Vorschau des eigenen, im Vergleich hierzu unbedeutend kurzen Lebens nicht viel hilft, sieht man einmal davon ab, welche Lebenshilfe die christliche Spiritualität für diejenigen bereithält, die daran glauben. Betrachtet man vor dem Hintergrund einer zweitausendjährigen Geschichte ein heutiges durchschnittliches Menschenleben, so stellt man zunächst erfreut fest: die Menschen leben länger! Dies gilt nicht allein für ihr biologisches Alter, sondern auch – und das ist die zweite, häufig verdrängte Erkenntnis – für sie als Steuerzahler. Beides hat miteinander zu tun, da der viel zitierte demografische Wandel, d.h. immer mehr Alte, aber immer weniger Junge, nur noch unter erheblich gestiegenem und wohl künftig noch weiter steigendem Aufwand zu finanzieren ist.

Doch so viel Geld der Staat und die gesetzlichen Sozialversicherungsträger in Form von Steuern und Beiträgen auch einnehmen werden, es wird nicht reichen, den schneller als diese Einnahmen objektiv wie subjektiv wachsenden Bedarf in unserer Gesellschaft zu befriedigen. Da hilft es auch nicht, die unausweichlichen Kosten

für Alter und Krankheit, für Pflege und Tod zu verdrängen, wie wir es uns angewöhnt haben. Die Augen hiervor zu verschließen, bedeutet eben nicht, den Kosten zu entkommen, sondern erst recht in der Kostenfalle fest zu sitzen. Deshalb noch einmal: Die Hoffnung auf den Staat und seine Einrichtungen ist trügerisch und bleibt ohne Erfüllung. Der Staat nämlich sind wir, und nur das, was er von uns erhält, kann er wieder unter uns verteilen. Und das ist und bleibt zu wenig!

Daraus folgt nicht, dass ich jetzt weiteren Steuer- und Beitragserhöhungen das Wort rede. Leider werden diese ohnehin kommen, aber genauso sicher nichts zur Lösung dieses großen gesellschaftlichen Problems beitragen. Die Grenze dieser staatlich verfügten Belastung des Einzelnen ist längst erreicht. Wenn man überdies die verschiedenen indirekten Steuern wie die Mehrwertsteuer oder die Mineralölsteuer – um nur zwei Beispiele zu nennen – in den Blick nimmt, werden viele sagen, die Grenze ist nicht nur erreicht, sie ist bereits längst schon überschritten. Die fällige Schlussfolgerung kommt nicht überraschend: Zur privaten Vorsorge gibt es keine Alternative!

Dem Alt-Bundeskanzler Helmut Schmidt werden die Worte zugeschrieben: „Wer immer pflichtgemäß Steuern zahlt, der hat auch das Recht, Steuern zu sparen.“ Schauen wir also, wo es Steuern zu sparen gibt, wo der Staat etwas zurückgibt und damit für mehr Netto in der Tasche sorgt. Und in der Tat hat der Gesetzgeber durch das seit 2005 gültige **Alterseinkünftegesetz** eine Möglichkeit geschaffen, völlig legal, ja gewissermaßen staatlich verbrieft und gesichert Steuern in einem ganz beträchtlichen Maße zu sparen.

Alle diejenigen, die heute etwas für ihre spätere Rente zurücklegen wollen, erhalten bis zu einer Beitragssumme von EUR 20.000 (Ledige) und EUR 40.000 (Verheiratete) eine **steuerliche Minderung** ihres eingesetzten Kapitals von **64%**. In den nächsten Jahren steigt diese steuerliche Verlustzuweisung um jeweils weitere 2%, bis im Jahre 2025 die gesamten Höchstbeiträge abzusetzen sind. Wo verbirgt sich bei so vielen Vorteilen der Pferdefuß? Ebenfalls seit 2005 müssen alle Alterseinkünfte versteuert werden, beginnend mit 50%, bis 2020 ansteigend auf 80% und im Jahre 2040 endend bei der vollständigen nachgelagerten Besteuerung. Mit anderen Worten: Die



Steuervorteile, die mir der Staat heute gewährt, holt er sich im Alter durch die Besteuerung meiner Rente wieder zurück.

Wer nun voreilig daraus schließt, das Ganze lohne sich dann ja überhaupt nicht, der sei daran erinnert, dass die steuerlichen Abzüge im Alter schon heute gültiges Gesetz sind, d.h. abgezogen wird in jedem Fall. Die Frage ist nur, ob ich mir heute durch zusätzliche Steuervorteile einen Ausgleich für die späteren Abzüge verschaffe. Was auch immer ich für die Sicherung eines auskömmlichen Lebensabends unternehme, in keinem Fall darf ich diese staatlich eingeräumte Chance zur Verbesserung meiner Rente ignorieren.

Apropos Steuern! **Ab dem 01. Januar 2009** gibt es eine weitere neue Steuer: die **Abgeltungssteuer**. (Ein Hinweis auf die Weihnachtsgeschichte in diesem Zusammenhang verkneife ich mir, um nicht der Gefahr des Kalauerns zu erliegen). Was bedeutet diese neue Steuer konkret?

Ab dem genannten Zeitpunkt werden alle, den geringen Sparerfreibetrag übersteigende Kapitalerträge pauschal mit 25 % zuzüglich Solidaritätsbeitrag und Kirchensteuer versteuert. Dies bezieht sich nicht allein auf Erträge aus Dividenden und fest verzinslichen Papieren, sondern auch auf die bisher steuerfreien Kursgewinne unabhängig von der Haltedauer. Für alle Investitionen vor dem 01.01.2009 gilt die zurzeit gültige steuerliche Regelung.

Vor diesem Hintergrund ist es unbedingt empfehlenswert, Ziel und Zweck des bisherigen Anlage- und Sparverhaltens gründlich zu überprüfen und gegebenenfalls durch Wechsel von Fonds oder Umstellung von Sparplänen die künftigen negativen steuerlichen Folgen zu mildern. Besondere Bedeutung gewinnt hier das „Fonds-Sparen im Versicherungsmantel“. Auf diesem Wege lassen sich nicht nur Steuern vermeiden, sondern zusätzlich

sogar Steuern sparen. Und dieses Sparen von Steuern wird nicht erreicht durch teilweise risikoreiche Unternehmensbeteiligungen mit hohen Renditeversprechungen, aber ungewissem Ausgang. Wir können heute mit einer umsichtigen Disposition und unter Nutzung aller gesetzlich eingeräumten Möglichkeiten unsere Vorsorgeaufwendungen und Sparanstrengungen für ein materiell unabhängiges Leben im Alter steuerlich optimieren. Leider stellen sich diese Vorteile nicht von selbst ein. Unerlässliche Voraussetzung zur Gewinnung und Sicherung dieser steuerlichen Vorteile sind die eigene Initiative und Aktivität.

Hierbei können wir helfen, denn wir beschäftigen uns von Berufs wegen mit der optimalen Lösung dieser und ähnlicher Probleme. Eine Hilfe bietet der von uns entwickelte **pactFinanzTÜV**. In wenigen, leicht nachvollziehbaren Schritten werden hier der bisher erreichte Stand an Renten- und anderen Versorgungsansprüchen ebenso ermittelt wie die Lücke, die sich gemessen am gewünschten Bedarf im Alter ergibt. Wie diese Lücke dann optimal zu schließen ist, zeigen wir gern auf.

Dabei ist für die von uns angebotene Hilfe wichtig zu wissen, dass die Berufsausübung als unabhängiger Makler inzwischen gesetzlich geregelt ist. Sie verpflichtet uns zu einer Beratung, die ausschließlich an den Interessen der Kunden orientiert ist. Der Makler vertritt den Kunden gegenüber Versicherungs- und Kapitalgesellschaften, während umgekehrt der Vermittler gehalten ist, die Interessen der verschiedenen Gesellschaften gegenüber dem Kunden zu vertreten. Ein entscheidender Unterschied, aber auf den Unterschied kommt es eben an!

Sie erreichen die **pact** über die Geschäftsstelle des Verbandes oder direkt unter Tel. 0211-4403090 bzw. mailto: verwaltung@pact-online.de, verwaltung@pact.eu



Treffen

Treffen

Die **Münchner** Mitglieder des VDD treffen sich jeden ersten Montag eines Monats ab 20.30 Uhr im Lokal KREUZBERGER in der Westermühlstr. 32, 80469 München.

Die **Hamburger** treffen sich alle 3 Monate, die Einladung erfolgt per Email.

Die **Berliner** Drehbuchautoren treffen sich in der Regel um 20 Uhr am letzten Mittwoch des Monats. Sie testen verschiedene Lokalitäten - per Email wird der jeweilige Ort bekannt gegeben.

Der VDD-Autorentreff in **Köln** findet unregelmäßig statt, normalerweise am 2. Donnerstag des Monats. Die Einladung nebst Info über den jeweiligen Treffpunkt erfolgt per Mail. Interessenten, die nicht bereits im Verteiler sind, wenden sich bitte an falkenroth@drehbuchautoren.de.

Die nordrhein-westfälischen AutorInnen innerhalb der Deutschen Filmakademie, auch und besonders die im VDD organisierten, treffen sich das nächste Mal am Montag, den 21. April 2008 um 20:00 Uhr im Kölner „Café Central“ in der Lindenstraße zum jour fixe.



Rechtsberatung, Impressum

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.

Für Juniormitglieder gelten Sonderbestimmungen.

SCRIPT

Mitgliederzeitschrift des Verbands deutscher Drehbuchautoren e.V.
Erscheinungsweise: vierteljährlich
22. Jahrgang, Ausgabe 1
Herausgeber:
Verband deutscher Drehbuchautoren e.V., vertreten durch den Vorstand

Die Beiträge der einzelnen AutorInnen geben nicht notwendigerweise die Meinung der Redaktion oder 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:
Uli Brandt, Matthias Dinter,
Georg Heinzen, Ulrike Maria Hund,
Clara Kollmorgen, Martin Maaß,
Anne Müller,
Julia Rand, Monika Sandmann,
Holger Karsten Schmidt,
Xaõ Seffcheque, Markus Stromiedel,
Katharina Uppenbrink, Uwe Wilhelm

Redaktionelle Beratung:
Jürgen Starbatty

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

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

Vorstand

Pim G. Richter
Geschäftsführender Vorstand
richter@drehbuchautoren.de

Dr. Knut Boeser
Geschäftsführender Vorstand
boeser@drehbuchautoren.de

Dr. Christoph Falkenroth
falkenroth@drehbuchautoren.de

Christina Kallas
kallas@drehbuchautoren.de

Sebastian Andrae
andrae@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

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



Rente mit staatlicher Förderung



Ich berate Sie individuell bundesweit über:

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

Michael Weber

Geprüfter Versicherungsfachmann (BwV)
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 

www.drehbuchcamp.de

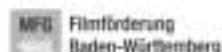
Aus, Fort, Weiter!

Seit über 10 Jahren Drehbuch-Seminare
in den Bereichen Fiction und Doku

2008 28. April – 4. Mai in Freiburg
1.-6. September in Wiesbaden

Eine Kooperationsveranstaltung von
Filmförderung Baden-Württemberg (MFG), Hessischer Filmförderung
und ARD.ZDF Medienakademie,
unterstützt von

ARD Degeto und der Freiburg Wirtschaft Touristik Messe GmbH (FWTM)



Hessische Filmförderung



ARD Degeto®



DrehbuchCamp

Telefon 07634-591 316



WEINGUT MARKUS SCHNEIDER - PFALZ

DER ERSTE 2007ER RIESLING VON MARKUS SCHNEIDER
MIT DEM SCHÖNEN NAMEN "BERGEL".

EIN FRISCHER, KNACKIGER RIESLING MIT APFEL- UND
MELONENFRUCHT. MINERALISCHE NOTEN UND

EIN FEINES CITRUSAROMA. EIN WEIN DER

MIT 12 % VOL. ALKOHOL LEICHT UND FRISCH WIRKT.

PREIS P. FL.: 6,90 EUR

www.ilbarile.com

PODERE IL BRANCAIA - TOSCANA

"TRE" IST DER EINSTEIGERWEIN DER PODERE BRANCAIA, EINE CUVÉE AUS SANGIOVESE, MERLOT UND
CABERNET-SAUVIGNON. FÜR 12 MONATE AUSGEBAUT IN TONNEAUX (500 L - FÄSSERN). FRUCHTIGES
BOUQUET MIT WÜRZIGEN NUANCEN, BROMBEERE UND WEICHSELN. IM GESCHMACK DICHT, KRAFTVOLL
UND WEICH ZUGLEICH. WUNDERSCHÖNER WEIN MIT FEINSTEN TANNINEN, ELEGANT IM ABGANG.

PREIS P. FL.: 12,50 EUR



www.ilbarile.com Fon 0202 552750 Fax 0202 552751 e-mail ilbarile@t-online.de

Das Angebot ist freibleibend. Zwischenverkauf vorbehalten.

