

Herausforderungen und Potentiale in der Produktion von österreichischen Kino-Dokumentarfilmen

Masterthesis

Ausgeführt zum Zweck der Erlangung des akademischen Grades
MA (Master of Art)

am Weiterbildungslehrgang **Film, TV & Media**

an der Fachhochschule St. Pölten

von:

Daniela Huber B.A.

1630076006

Betreuer/in und Erstbegutachter/in: FH-Prof. Mag. Dr. Rosa von Suess
Zweitbegutachter/in: Mag. Hannes Rauchberger

St. Pölten, 05.07.2018

Ehrenwörtliche Erklärung

Ich versichere, dass

- ich diese Arbeit selbständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfe bedient habe.

- ich dieses Thema bisher weder im Inland noch im Ausland einem Begutachter/einer Begutachterin zur Beurteilung oder in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe.

Diese Arbeit stimmt mit der vom Begutachter bzw. der Begutachterin beurteilten Arbeit überein.

St. Pölten, 12.7.2018

Ort, Datum

Daniela Huber

Unterschrift

Kurzfassung

Die vorliegende Masterthesis beinhaltet die Auseinandersetzung mit dem österreichischen Kino-Dokumentarfilm und untersucht worin die aktuellen Herausforderungen und Potentiale in der Produktion eines solchen liegen. Im ersten Teil der Arbeit leitet eine Begriffsdefinition das Thema ein. Anhand der Recherche von Daten aus den Jahren 2005 – 2016 aus den Filmwirtschaftsberichten des österreichischen Filminstituts wird der Stellenwert des österreichischen Dokumentarfilms nach Anzahl und nach Besucherzahlen in den heimischen Kinos dargestellt. Zur Strukturierung werden die einzelnen Produktionsphasen - Themenfindung und Konzepterstellung, Recherche, Finanzierung, Dreharbeiten, Postproduktion und Distribution – dargelegt, die mittels ausführlicher Literaturrecherche erhoben wurden. Das Ergebnis ist ein State-of-the-art Report, der die klassischen Produktionsphasen um die neuen Möglichkeiten der Digitalisierung erweitert, welche insbesondere das Crowdfunding, digitales Marketing in Social-Media-Kanälen und die Online Distribution sind.

Im Zuge der weiteren Forschung wurden leitfadengestützte Interviews mit den österreichischen Filmschaffenden Werner Boote, Mirjam Unger und Erwin Wagenhofer geführt. Die Ergebnisse der mittels qualitativer Inhaltsanalyse ausgewerteten Experteninterviews stellt den empirischen Teil der Arbeit dar. Anhand dieser Resultate wird dargestellt worin aktuell die Herausforderungen und Potentiale in der Herstellung eines österreichischen Kino-Dokumentarfilms liegen. Weiters wird untersucht worin die Chancen liegen, um ein Publikum erfolgreich zu erreichen.

Abschließend gibt die Arbeit eine Zusammenfassung über die Ergebnisse der herausgearbeiteten Herausforderungen und Potentiale, sowie einen Ausblick auf relevante Aspekte in der professionellen Produktion eines österreichischen Kino-Dokumentarfilms.

Abstract

The present master thesis deals with Austrian cinema documentary film and what the current challenges and potentials in the production of such are. In the first part of the thesis the topic will be introduced by a definition. Based on the research of datas from the years 2005 - 2016 from the film economics reports of the Austrian Film Institute. The significance of the Austrian documentary is represented by the number of documentary films and the number of visitors in the local cinemas. The production phases - topic finding and concept creation, research, financing, filming, postproduction and distribution - are presented, which were worked out by a detailed literature search. The result is a state-of-the-art report that broadens the traditional production phases with the new possibilities of digitalisation, which includes crowdfunding, digital marketing in social media channels and online distribution.

During further research, guided interviews were conducted with the Austrian filmmakers Werner Boote, Mirjam Unger and Erwin Wagenhofer. The results of the expert interviews are evaluated by qualitative content analysis which represents the empirical part of the work. Based on these results, the current challenges and potentials in the production of an Austrian cinema documentary film are presented. Furthermore, it also examines what the chances are to reach an audience successfully.

Finally, the paper gives a summary of the results of the identified challenges and potentials, as well as an outlook on relevant aspects in the professional production of an Austrian cinema documentary.

Inhaltsverzeichnis

Ehrenwörtliche Erklärung	II
Kurzfassung	III
Abstract	IV
Inhaltsverzeichnis	V
1 Einleitung	1
2 Der österreichische Kino-Dokumentarfilm 2005 - 2016	3
2.1 „Kino-Dokumentarfilm“ – eine Begriffsdefinition	4
2.2 Aktuelle Entwicklungen in Österreich	10
2.2.1 Anzahl der österreichischen Kino-Dokumentarfilme	10
2.2.2 Besucherzahlen österreichischer Dokumentarfilme	12
2.2.3 Österreichische Dokumentarfilme nach Besucherakzeptanz	15
2.3 Zwischenfazit	17
3 Die Produktionsphasen von Kino-Dokumentarfilmen	18
3.1 Themenfindung und Konzepterstellung	20
3.2 Recherche	22
3.3 Finanzierung	23
3.3.1 Klassische Finanzierung durch Fördergelder	23
3.3.2 Alternative Finanzierungsformen – Crowdfunding	26
3.4 Dreharbeiten	29
3.4.1 Drehplan	29
3.4.2 Während des Drehs	29
3.4.3 Interviews	30
3.5 Postproduktion	32
3.6 Distribution	33
3.6.1 Kino-Distribution	33
3.6.2 Filmfestivals	35
3.6.3 Online-Distribution	35
3.6.4 Formen des traditionellen Marketings	37
3.6.5 Nutzung von digitalem Marketing	37
3.7 Zwischenfazit	39

4	Experteninterviews	41
4.1	Auswahl der Methode	41
4.2	Auswahl der Experten und Definition des Expertenbegriffs	43
4.3	Durchführung	44
4.4	Auswertung der Experteninterviews	44
4.5	Ergebnisse aus den Experteninterviews	44
4.5.1	Kategorie I: Themenfindung für Kino-Dokumentarfilme	45
4.5.2	Kategorie II: Recherche und Stoffentwicklung	48
4.5.3	Kategorie III: Finanzierung	52
4.5.4	Kategorie IV: Dreharbeiten	55
4.5.5	Kategorie V: Postproduktion	60
4.5.6	Kategorie VI: Distribution	62
4.5.7	Exkurs-Frage: „Wie erreicht man sein Publikum am besten?“	66
4.6	Zwischenfazit	69
5	Fazit	71
	Literaturverzeichnis	74
	Abbildungsverzeichnis	78
	Anhang	79
A.	Interview-Leitfaden	79
B.	Qualitative Inhaltsanalyse	80

1 Einleitung

„Wie kann ich kommunizieren mit einem Film - mit dem Medium - mit dem ich arbeite? Wie kann ich mit Menschen in Kontakt kommen? Wie kann ich im Publikum etwas bewegen? Wie kann ich was verändern? Wie kann ich einen Diskurs entfachen? Das sind die Fragen, die mich interessieren.“

(Mirjam Unger, Filmregisseurin)

In der vorliegenden Masterthesis wird der aktuelle österreichische Kino-Dokumentarfilm thematisiert. Untersuchungsgegenstand ist worin die aktuellen Herausforderungen und Potentiale in der Produktion und Herstellung eines solchen liegen. Der Dokumentarfilm erlebte in den letzten 20 Jahren einen Aufschwung. Anfang des 21. Jahrhunderts wurde von einem regelrechten „Doku-Boom“ in der öffentlichen Diskussion gesprochen. Der Erfolg wird, wie in allen Genres, in Besucherzahlen vermessen. Einzelne Filme, u.a. von Werner Boote und Erwin Wagenhofer, konnten innerhalb der letzten Jahre große Erfolge erzielen. Die Forschungsthese der vorliegenden Masterthesis lautet, dass die Produktion von österreichischen Kino-Dokumentarfilmen, die letztendlich auch erfolgreich sind, sehr herausfordernd ist und durch Themen wie z.B. Digitalisierung und zunehmender Konkurrenz bei der Einreichung von Fördergeldern weiteren Herausforderungen unterliegt.

Die Masterthesis gliedert sich in 3 Teile. Zu Beginn wird in Kapitel 2 eine Begriffsdefinition über das Genre „Kino-Dokumentarfilm“ vorgenommen, in der des Weiteren ein geschichtlicher Überblick über die Entstehung des Dokumentarfilms dargelegt wird. Anschließend werden die aktuellen Entwicklungen in Österreich anhand von Analysen der Filmwirtschaftsberichte von 2005-2016 des österreichischen Filminstituts herausgearbeitet. Nach der

Darstellung des Verhältnisses zwischen Spielfilmen anderer Genres und dem Genre Dokumentarfilm wird die Anzahl der Dokumentarfilme in Relation zu den Besucherzahlen der Jahre 2005-2016 gestellt, um Zusammenhänge zu untersuchen.

Im weiteren Verlauf dieser Arbeit ist das Kapitel 3 den einzelnen Produktionsphasen in der Herstellung eines Kino-Dokumentarfilms gewidmet, mithilfe derer die Strukturierung der leitfadengestützten Interviews im Forschungsteil der Arbeit erfolgte.

Schließlich werden mithilfe der Auswertung einer qualitativen Inhaltsanalyse von leitfadengestützten ExpertInneninterviews mit den erfolgreichen österreichischen Filmschaffenden Werner Boote, Mirjam Unger und Erwin Wagenhofer die folgenden Forschungsfragen beantwortet: Welche Herausforderungen gibt es aktuell in der Produktion von österreichischen Kino-Dokumentarfilmen? Welche Potentiale sind neben den Herausforderungen in der Produktion eines erfolgreichen Kino-Dokumentarfilms enthalten?

Die umfangreiche, wissenschaftliche Auseinandersetzung – mit allen relevanten Herausforderungen und Potentialen in der Produktion eines Kino-Dokumentarfilms – soll zum weiteren Erfolg des Genres einen fundierten Beitrag leisten.

2 Der österreichische Kino- Dokumentarfilm 2005 - 2016

Nach Leitner, Sorg und Sponsel ist der Dokumentarfilm zurzeit das gesellschaftlich probateste und künstlerisch reichste audiovisuelle Medium, um über den Zustand der Welt und die Lebensumstände der Menschen Aussagen zu treffen. Die gestalterischen Freiheiten, die sich der Dokumentarfilm in den letzten zwei Jahrzehnten erarbeitet hat, machen ihn zur Kunst der Gegenwart. (Leitner, Sorg, & Sponsel, 2014, S. 15) Vor allem in Österreich spielt der Dokumentarfilm eine bedeutende Rolle, denn er macht laut aktueller Auskunft des Österreichischen Filminstituts fast die Hälfte des Kino-Angebots hierzulande aus. Die Bedeutsamkeit liegt unter anderem auch darin, dass es österreichischen FilmemacherInnen wie Erwin Wagenhofer oder Werner Boote in der jüngsten Vergangenheit gelang große Erfolge zu erzielen - auch international.

Die vorliegende Masterarbeit konzentriert sich auf die aktuellen Herausforderungen und Potentiale des Kino-Dokumentarfilms. Zur Eingrenzung des Begriffs wird in der Definition ein geschichtlicher Überblick gegeben, um die frühen Absichten zu verstehen und damit die Entwicklung des modernen Dokumentarfilms nachvollziehen zu können.

Im zweiten Abschnitt dieses Kapitels wird die aktuelle Entwicklung des Kino-Dokumentarfilms in Österreich anhand der Daten aus den Filmwirtschaftsberichten von 2005 – 2016 des Österreichischen Filminstituts dargestellt. Die Anzahl des Genres Dokumentarfilm wird mit der Besucherzahl pro Kalenderjahr in den nationalen Kinos miteinander verglichen und interpretiert. Abschließen werden in einem Zwischenfazit die Erkenntnisse aus der Literaturrecherche und der Analyse der Daten aus Österreich hervorgehoben.

2.1 „Kino-Dokumentarfilm“ – eine Begriffsdefinition

Dokumentarfilme gibt es in vielen verschiedenen Variationen: authentisch, inszenierend, weiter oder enger Themenzuschnitt. Es gibt Dokumentarfilme, die stundenlang einen Schlafenden zeigen, in denen jemand einen Text vorliest und sonst nichts passiert oder die aus Spielfilmartigen Szenen mit Bildern von Überwachungskameras kompiliert sind und solche, die sich nicht signifikant von klassischen Dokumentationen unterscheiden, wie beispielsweise Naturfilme. Von extremer Selbstbeschränkung bis hin zu fast beliebiger Breite ist in einem Dokumentarfilm fast alles möglich. Es geht beim Dokumentarfilm demzufolge weder um bestimmte Themenfestlegungen, noch um bestimmte Macharten. (Moj & Ordolff, 2016, S. 83) Der Dokumentarfilm arbeitet mit erprobter Dramaturgie des Spielfilms, er will unterhalten und emotional berühren. Hingegen der Spielfilm übernimmt auch Strategien des Dokumentarischen und versucht so realistisch wie möglich zu sein. So haben sich neben den klassischen Gattungen zahlreiche hybride Formen wie „Doku-Drama“, „Doku-Soap“ oder „Doku-Fiktion“ entwickelt. Die Begriffe werden allerdings uneinheitlich verwendet. Eine strikte Abgrenzung ist hier nicht klar definiert. (Hoffmann, Kilborn, & Barg, 2012, S. 11)

„Der Begriff Dokumentarfilm wird in der Diskussion gewöhnlich als abgrenzendes Qualitätsurteil benutzt und nicht als Gattungsbegriff, der ein einheitliches Genre definiert. Im Selbstverständnis der Dokumentarfilmer sind ihre Werke künstlerische Versuche des Umgangs mit der Wirklichkeit, die nicht über einen Kamm zu scheren sind und die sich der Kategorisierung weitgehend widersetzen.“ (Witzke & Rothaus, 2010, S. 77)

Der Begriff des „künstlerischen Umgangs mit der Wirklichkeit („Creative Treatment of Actuality“), der von John Grierson stammenden Auslegung, kann als kleinster gemeinsamer Nenner angesehen werden, auf den sich der Dokumentarfilm bringen lässt. (Moj & Ordolff, 2016, S. 84)

Bereits die Anfänge der Filmgeschichte waren dokumentarischer Natur. Als Louis Lumière im Jahr 1895 mit „Arrival of a train“ eine der ersten filmischen Aufnahmen präsentierte, sprang das Publikum schreiend von ihren Sitzen. Es war lediglich die Abbildung einer Alltagssituation, aufgenommen mit einer großen, schweren und unbeweglichen 35mm-Kamera. (Rieth, 2015, S. 18) Der Begriff „Dokumentarfilm“ wurde Mitte der 1920er Jahre geprägt und bezog sich damals auf Lehr- und Reisefilme. (Lindenmuth, 2011, S. 6)

Zu Beginn der Filmgeschichte zeigten die frühen „Ansichten“ dem Publikum Bilder von Ereignissen, bei denen es nicht dabei sein konnte oder von weit entfernten Ländern, die es nicht bereisen konnte. (Hohenberger, 2012, S. 9) Der älteste bekannte Dokumentarfilm aus Österreich stammt aus dem Jahr 1904 und lautet „Expedition nach Neuguinea“ von Rudolf Pöch. Dieser Film zeigte was er selbst wahrgenommen hat. (Büttner & Dewald, 2002, S. 17) Die „Authentizität“ der Bilder wurde nicht diskutiert, sondern ganz einfach vorausgesetzt. Erst in den Propagandafilmen des Ersten Weltkrieges wurde die Authentizität des filmischen Bildes ein Problem, weil es zu einer „Verschiebung der autonomen Aufnahme“ hin zu einer funktionalen Einstellungsfolge von Bildern kam, um verbale Aussagen „zu beweisen“.

Dziga Vertov und John Grierson waren die Ersten, die eine Begriffsbestimmung des Dokumentarfilms auf einen spezifischen Wirklichkeitsbezug bezogen. (Hohenberger, 2012, S. 9) Der zentrale Begriff in Vertovs Theorie ist der des „Kinoglaz“. Er meint zum einen die Erstellung des Films der Fakten, mit dem Ziel, *„im Leben selbst eine Antwort auf ein gestelltes Thema zu finden“*. (Vertov & Beilenhoff, 1973, S. 77) Grierson verortet wie Vertov die Affinität des Films zur Wirklichkeit, sein Ziel aber ist geradezu entgegengesetzt. Die Komplexität des Sozialen, die Vertov in Filmen auf eine Zukunft hin mitorganisieren will, möchte Grierson in der Reduktion auf eine filmische Story vereinfachen, um Einigkeit über eine bestehende Gegenwart zu erlangen. Von ihm stammt die Auslegung „creative treatment of actuality“ (= kreativer Umgang mit der Wirklichkeit). (Hohenberger, 2012, S. 13) Den wohl bekanntesten frühen Dokumentarfilm „Nanook of the North“ schuf der

amerikanische Dokumentarfilmregisseur Robert Flaherty im Jahr 1922. Für den Film lebte Flaherty eine Zeit lang bei einer Inuitfamilie, um deren alltägliches Leben zu dokumentieren. (Rabiger, 2008, S. 30) Mit Grierson etablierte sich der Dokumentarfilm auch als Alternative zu klassischen Filmen. Das sozial verantwortliche Genre stand im Gegensatz zum profitorientierten Hollywood-Spielfilm. (Hohenberger, 2012, S. 13)

Während des zweiten Weltkrieges und im Kalten Krieg wurde in Österreich, wie auch in anderen Ländern, der Dokumentarfilm für politische Zwecke missbraucht und hauptsächlich zu Propagandazwecken eingesetzt. Diese Zeit wird auch als „babylonische Gefangenschaft“ bezeichnet. Dominant war der Kommentar, der sich direkt an die Zuschauer wandte und dem Bilder illustrativ zugeordnet wurden. Dokumentarfilmtheoretische Positionen, die über Vertov oder Grierson hinausgingen, entstanden in dieser Zeit nicht. Erst das Fernsehen, als neues „Leitmedium“ der fünfziger und sechziger Jahre, führte zu einer Neubestimmung. Die Wahrnehmung wird gleichbedeutend mit der Teilhabe an der aufgenommenen Realität. Dieses Ziel hatten weder Grierson noch Vertov. Sie zielten viel weniger auf Realitätseratz ab: Griersons Hauptaugenmerk lag auf der Produktion sozialer Werte und Vertov wollte das Handeln in der Welt mit einem technologisierten Blick neu organisieren. (Hohenberger, 2012, S. 15ff)

Die technische „Revolution“ des „cinema direct“¹ und die „Philosophie“ seiner Regisseure, die den Dokumentarfilm mit Realitätsabbildung gleichsetzen, prägten das dokumentarische Schaffen ab den sechziger Jahren. (Hohenberger, 2012, S. 15ff) Der einst brisante Dokumentarfilm, der für sozial benachteiligte Gruppen und Personen Partei ergriff, verlor unter diesen Bedingungen seinen politischen Biss. Er mutierte vielfach zu einer „mitleidserregenden Betroffenheitsdramaturgie“, die vom Fernsehen breit vermarktet worden ist. Von frei arbeitenden FilmemacherInnen wurde dies in

¹ „Cinema Direct“ ist eine Form des Dokumentarfilms, der Ende der 1950er Jahre in Nordamerika entstand. Der Ursprung wird in der Regel auf die Erfindung leichter 16mm-Kameras und der tragbaren Synchronongeräte zurückgeführt.

den 1980er Jahren als „Krise des Dokumentarfilms“ bezeichnet. Die Hoffnung von vielen FilmemacherInnen, der Dokumentarfilm könne durch radikale Aufklärung über gesellschaftliche Missstände und Parteinahme zur Veränderung und Verbesserung der Gesellschaft beitragen, erwies sich zunehmend als Illusion. (Zimmermann & Hoffmann, 2006, S. 94)

Eine provozierende These stellte der Filmemacher Peter Krieg dazu im Jahr 1986 auf: *„Der Dokumentarfilm sei das einzige Schlafmittel, das man mit den Augen einnehmen könne, eine Mixtur aus Langeweile, mitleidiger Larmoyanz, Schulmeisterei und Scheinheiligkeit, bei der der Zuschauer aus Notwehr zur Fernbedienung greife.“* (Zimmermann & Hoffmann, 2006, S. 93–94)

Im Verhältnis zu anderen Ländern, entstanden in Österreich nur wenige Dokumentarfilme in dieser Zeit, aufgrund fehlendem Zugang zu Finanzierungen oder mangelnder Möglichkeiten das Filmhandwerk zu lernen. Dennoch ließen sich einige FilmemacherInnen nicht von ihrem Ziel abhalten einen „anderen Blick“, eine Gegenöffentlichkeit zu entwickeln. (Blümlinger, 1986, S. 52f) Wesentlich zur internationalen Erfolgsgeschichte des österreichischen Dokumentarfilms haben FilmemacherInnen wie Ruth Beckermann, Michael Pilz und Peter Schreiner beigetragen. Diese Generation um 1980 vertrat erstmals in Österreich eine moderne Auffassung von dokumentarischem Kino. Sie versuchten Vergangenes wieder in die Öffentlichkeit zu bringen und das Schweigen über die faschistische Vergangenheit zu brechen. In den 90er Jahren kamen durch FilmemacherInnen wie Ulrich Seidl, Egon Humer, Michael Glawogger und Nikolaus Geyrhalter neue kontroversiell diskutierte Arbeitsweisen im dokumentarischen Schaffen hervor, wie beispielsweise inszenierte Szenen mit DarstellerInnen im Dokumentarfilm. (Wulff, 2010)

Gestalterisch kam es zunehmend zu einer sogenannten „Fiktionalisierung“. Dies bedeutet, dass inszenierte Sequenzen in dokumentarisches Material eingebettet werden. Der Einsatz pseudodokumentarischer Bilder wurde usus, diente in der Regel der Dramaturgie und machte die Geschichte geschmeidiger. (Zimmermann & Hoffmann, 2006, S. 128) Diese Tendenz hat

in den letzten Jahren zu einigen dokumentarischen Mischformen geführt. (Zimmermann & Hoffmann, 2006, S. 131) In den letzten Jahren kommt es aber zu einer Skepsis was die Fiktionalisierung (auch „Dokufiktion“ genannt) betrifft.

Es könne sein, dass es in einigen Jahren eine Rückkehr zum puristischen dokumentarischen Film gibt., da es zunehmend schwieriger wird Wirklichkeit und Fiktion zu unterscheiden (Zimmermann & Hoffmann, 2006, S. 135)

Ein Trend, der dem Dokumentarfilm allerdings neue Potentiale eröffnen könnte, ist das Transmediale. Es werden hier nicht die Formen vermischt (Doku und Fiktion), sondern die mediale Verwertung. Beispielsweise steht im Zentrum ein Kinofilm, dazu wird ein eigenes Netzwerk im Internet aufgebaut mit Blog und Diskussionsmöglichkeit oder ein eigener YouTube-Kanal. Der lange Autorenfilm hat es im digitalen Kino immer schwerer gezeigt zu werden und sein Publikum zu finden. Da könnte das Öffnen zu neuen Formen hin eine neue Möglichkeit sein. (Leitner u. a., 2014, S. 34)

Die vorliegende Masterthesis bezieht sich ausschließlich auf den österreichischen Kino-Dokumentarfilm. Schadt vertritt die Meinung, dass die Unterschiede zwischen der Erschaffung eines Dokumentarfilmes fürs Kino im Vergleich zu einem Dokumentarfilm fürs Fernsehen groß sind.

„Jemand der ins Kino geht zahlt Eintritt und hat sich bewusst dafür entschieden von zu Hause aufzubrechen, um etwas zu erleben. Kino ist ein Ereignis, hat in dem dunklen Saal fast etwas Festliches. Jemand vor dem Fernseher hingegen zappt vielleicht nur zufällig hinein während nebenbei anderen Tätigkeiten wie Kochen oder Telefonieren nachgegangen wird.“ (Schadt, 2012, S. 218)

All das hat weitreichende inhaltliche, handwerkliche und dramaturgische Konsequenzen für einen Film. Ein Kinofilm kann am Anfang mit Ruhe erste Akzente setzen, weil der Zuseher nicht abgelenkt ist, wohingegen der Fernsehuseher spätestens nach 60 Sekunden wissen will worum es geht - um nur ein Beispiel für die Unterschiedlichkeit von vielen zu nennen. (Schadt,

2012, S. 217ff) Daher stützt sich die vorliegende Masterarbeit inhaltlich ausschließlich auf Kino-Dokumentarfilme. Gleichmaßen konzentrieren sich die leitfadengestützten ExpertInneninterviews ausschließlich auf die Herstellung von Dokumentarfilmen für das Kino.

2.2 Aktuelle Entwicklungen in Österreich

Die Interpretation und Analyse der Daten aus den Jahren 2005 bis 2016 aus den Filmwirtschaftsberichten des österreichischen Filminstituts skizzieren die aktuellen Entwicklungen des Kino-Dokumentarfilms in Österreich. Die Anzahl der BesucherInnen eines Kalenderjahres von Kino-Dokumentarfilmen wird im Vergleich zu der Anzahl an BesucherInnen des Genres Dokumentarfilm gegenübergestellt, da der Erfolg sich daran misst wie viele Besucherzahlen ein Film erreicht hat. Zur Veranschaulichung dienen Diagramme und Tabellen.

2.2.1 Anzahl der österreichischen Kino-Dokumentarfilme

Seit dem Jahr 2005 gibt es eine relativ konstante Anzahl an österreichischen Dokumentarfilmen im Vergleich zu österreichischen Spielfilmen anderer Genres im heimischen Kino-Angebot. Verglichen wurde die Anzahl der Erstaufführungen von österreichischen Dokumentarfilmen und Spielfilmen aller Genres in österreichischen Kinos.

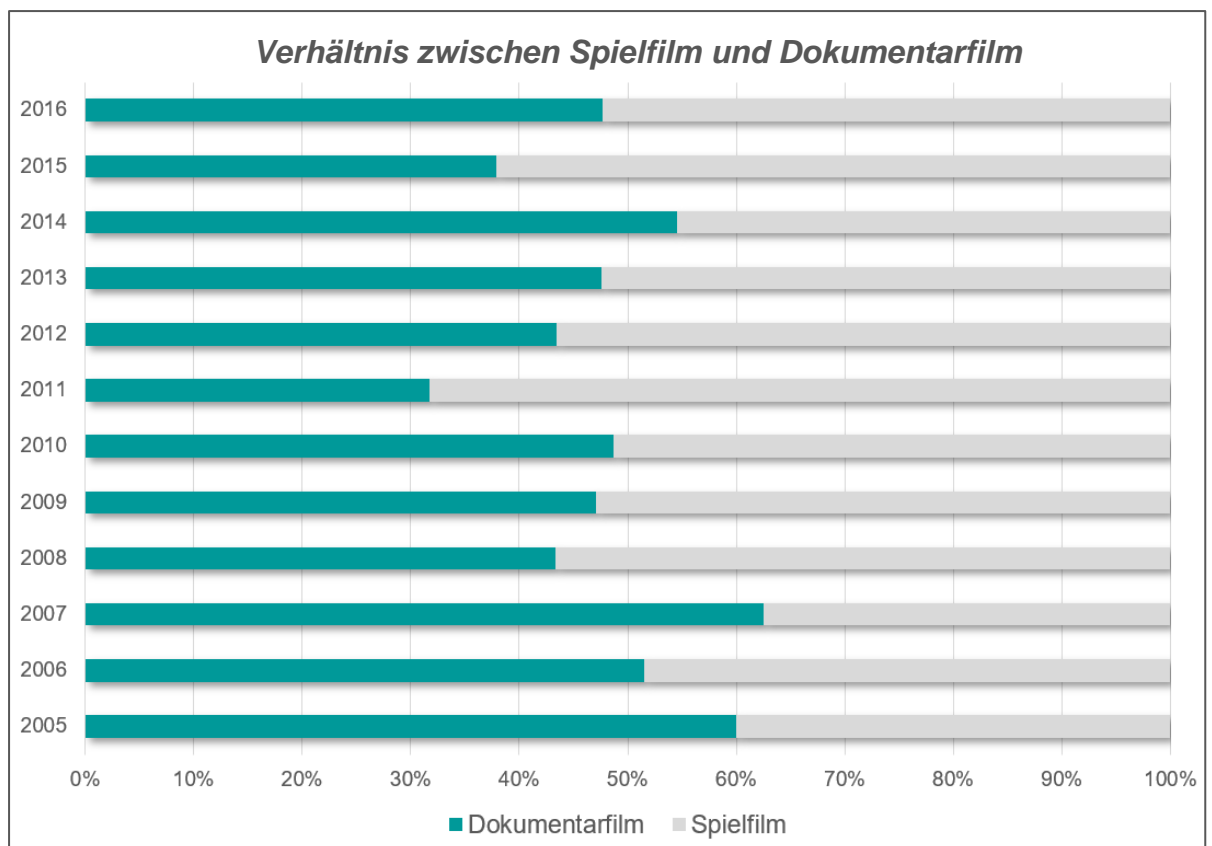


Abbildung 1. Verhältnis zwischen Spielfilm und Dokumentarfilm (eigene Darstellung nach den Filmwirtschaftsberichten 2006-2017, Österreichisches Filminstitut)

Laut dem Filmwirtschaftsbericht 2007 hat sich die Menge der Spielfilme von 2004 – 2006 zugunsten der Dokumentarfilme verschoben, während sich jene der Spielfilme deutlich reduziert hat. (Österreichisches Filminstitut, 2007, S. 16) Auch 2007 setzte sich dieser Trend fort bzw. hat sich dieser weiter verstärkt. Im dritten Jahr in Folge war die Anzahl der gezeigten Dokumentarfilme höher als jene der Spielfilme und 62,5% aller Erstaufführungen in den heimischen Kinos waren Dokumentarfilme. Allerdings geht aus dem Filmwirtschaftsbericht 2008 auch hervor, dass die Dokumentarfilme weit weniger kapitalintensiv waren. (Österreichisches Filminstitut, 2008, S. 10) Erstmals seit vier Jahren war 2008 die Anzahl der gezeigten österreichischen Spielfilme (17) höher als jene der österreichischen Dokumentarfilme (13) (Österreichisches Filminstitut, 2009, S. 10) Das Verhältnis zwischen Spiel- und Dokumentarfilm war 2009 darauffolgend ausgeglichen. Mit 16 österreichischen Dokumentarfilmen blieb das Genre aber weiterhin ein starkes Element des österreichischen Kinoangebotes. (Österreichisches Filminstitut, 2010, S. 41)

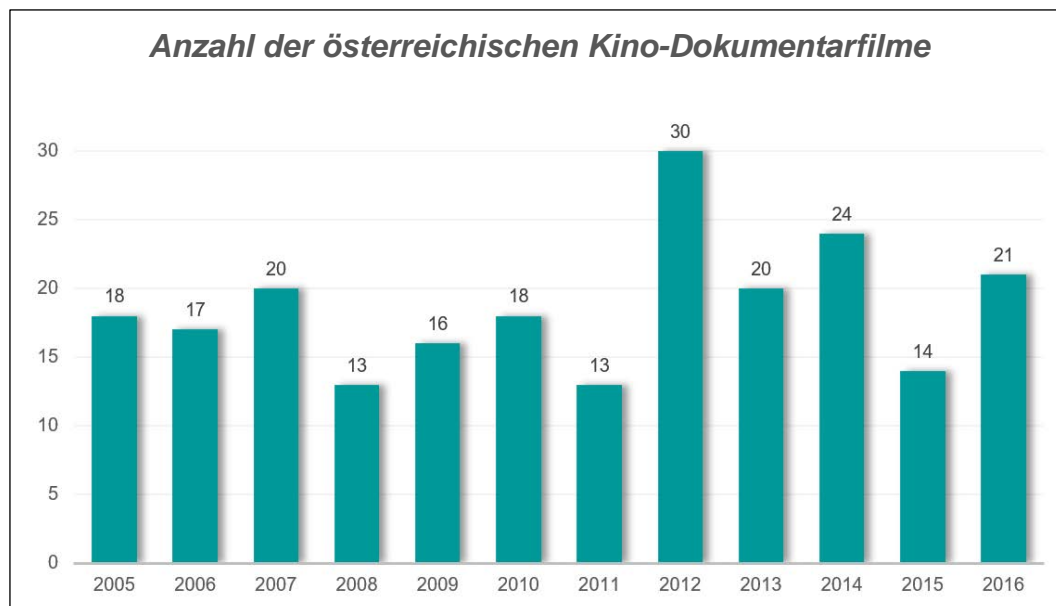


Abbildung 2. Anzahl der Kino-Dokumentarfilme in Österreich (eigene Darstellung nach den Filmwirtschaftsberichten 2006-2017, Österreichisches Filminstitut)

Im Jahr 2010 übertraf die Anzahl der Dokumentarfilme (25) wieder die der Spielfilme (21). (Österreichisches Filminstitut, 2011, S. 41) Nachdem 2011 vergleichsweise wenige Dokumentarfilme gestartet sind (13 Filme), wurde 2012 das heimische Filmangebot wieder durch Dokumentarfilme dominiert: Mit 30 Filmen im Kino machte dieses Genre 57% des Kino-Angebots aus. (Österreichisches Filminstitut, 2013, S. 42) 2015 ist die Dominanz der Dokumentarfilme nicht mehr so augenscheinlich wie im Jahr 2014 (24 Filme), was aber auf die geringe Anzahl an Kino-Erstaufführungen insgesamt in diesem Jahr zurückzuführen ist. Mit 14 Erstaufführungen im Jahr 2015 ist der Dokumentarfilm das Genre mit der höchsten Filmanzahl gewesen. Aktuell wurde 2016 die Dominanz des Dokumentarfilms weiter ausgebaut und macht derzeit fast die Hälfte des Kino-Angebots in Österreich aus. (Österreichisches Filminstitut, 2017, S. 40)

2.2.2 Besucherzahlen österreichischer Dokumentarfilme

Der Besucheranteil des Dokumentarfilms am gesamten österreichischen Kinomarkt beträgt unter 10% im Vergleich zum Spielfilm. Allerdings muss hier berücksichtigt werden, dass die durchschnittlichen Produktionskosten der Dokumentarfilme viel niedriger sind als die der Spielfilme. Außerdem werden weit geringere Werbebudgets und Kopiezahlen für den Dokumentarfilmvertrieb bereitgestellt. (Zimmermann & Hoffmann, 2006, S. 177) Der Dokumentarfilm spielt in Österreich eine besondere Rolle: Einerseits, weil er jährlich fast mehr als die Hälfte oder zumindest knapp die Hälfte aller österreichischen Kinoproduktionen ausmacht, andererseits, weil er pro Film nur eine unterdurchschnittliche Besucheranzahl erreicht im Vergleich zu Spielfilmen anderer Genres. (Österreichisches Filminstitut, 2008, S. 42) Nennenswert ist, dass vor allem einzelne Dokumentarfilme es schafften eine hohe Anzahl an BesucherInnen in die Kinosäle zu bringen. Besonders hervorzuheben ist 2005 „We feed the World“ mit 140.016 BesucherInnen und „Let’s make money“ mit 166.826 im Jahr 2008.

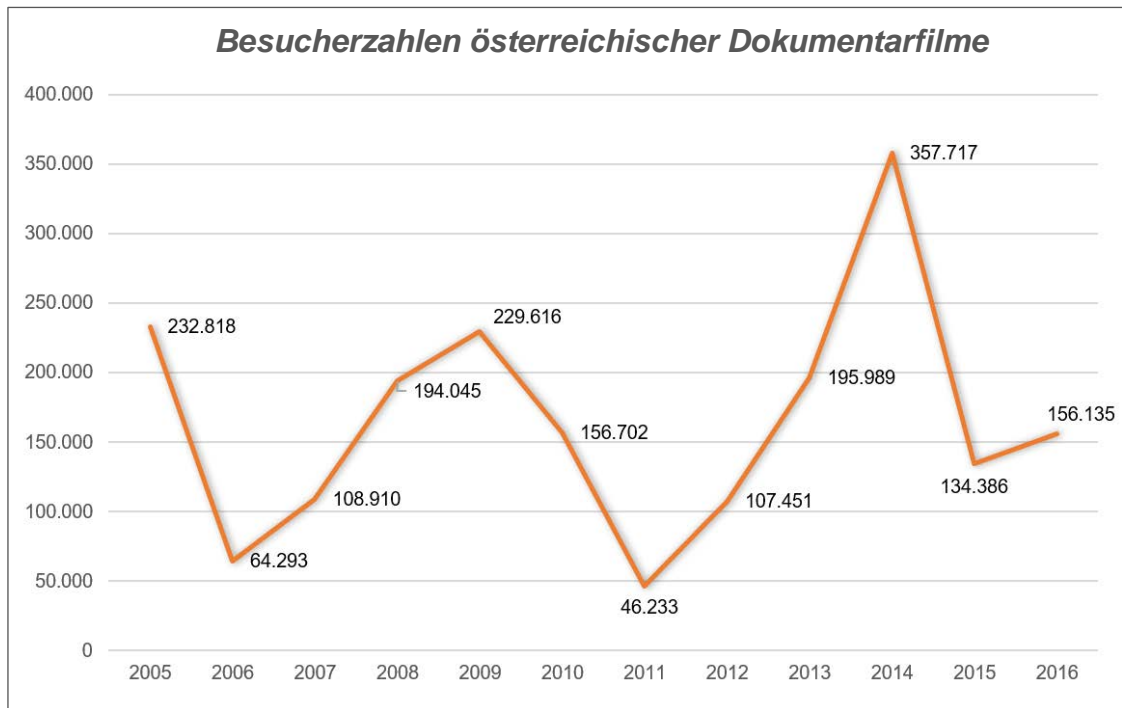


Abbildung 3. Besucherzahlen österreichischer Dokumentarfilme. (eigene Darstellung nach den Filmwirtschaftsberichten 2006-2017, Österreichisches Filminstitut)

Die Spitze der Besucherzahlen insgesamt lag im Jahr 2014 bei 357.717. In diesem Jahr schafften es gleich 5 Dokumentarfilme in die Liste der Top 10 der österreichischen Filme. (Österreichisches Filminstitut, 2015, S. 35) Der Tiefstand in den Vergleichsjahren lag bei 46.233 BesucherInnen im Jahr 2011, wobei aber darauf hinzuweisen ist, dass in diesem Jahr nur 13 Dokumentarfilme in den österreichischen Kinos liefen.

Ein Beispiel für eine sehr erfolgreiche Entwicklung der Anzahl an Kino-Besuchern ist in Abbildung 4 auf Seite 14 zu sehen. Zur Veranschaulichung dient der Dokumentarfilm „Alphabet“ mit insgesamt 105.919 BesucherInnen im Jahr 2013. Gestartet wurde mit 35 Film-Kopien in den Kinos, diese Zahl wurde durch das Publikumsinteresse in den nächsten Wochen deutlich erhöht. 35 Säle in der ersten Woche erreichen fast 14.000 Besuche, was zu einem deutlichen Nachziehen auf 43 Säle in Woche zwei und mehr als 50 Säle in den Wochen vier und fünf führt.

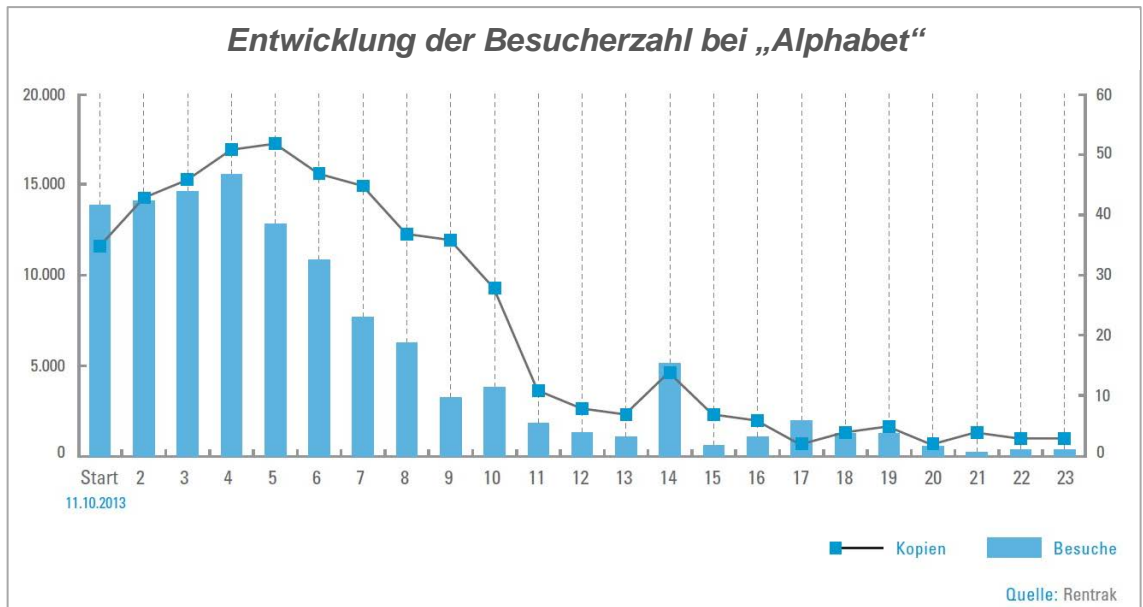


Abbildung 4. Entwicklung der Besucheranzahl bei „Alphabet“ (entnommen aus: *Filmwirtschaftsbericht 2013 - Österreichisches Filminstitut, 2014, S. 37*)

Die Besuchszahlen steigen mit dem höheren Saalangebot bis zur vierten Woche mit, sobald das dichteste Saalangebot zur Verfügung stand, sanken die Besuchszahlen wieder. (Österreichisches Filminstitut, 2014, S. 37)

2.2.3 Österreichische Dokumentarfilme nach Besucherakzeptanz

Was die Beliebtheit der Dokumentarfilme betrifft, wurde an dieser Stelle die grafische Darstellung der Besucherzahlen über die Balken der Anzahl an Dokumentarfilmen gelegt und diese miteinander in Verbindung gesetzt.

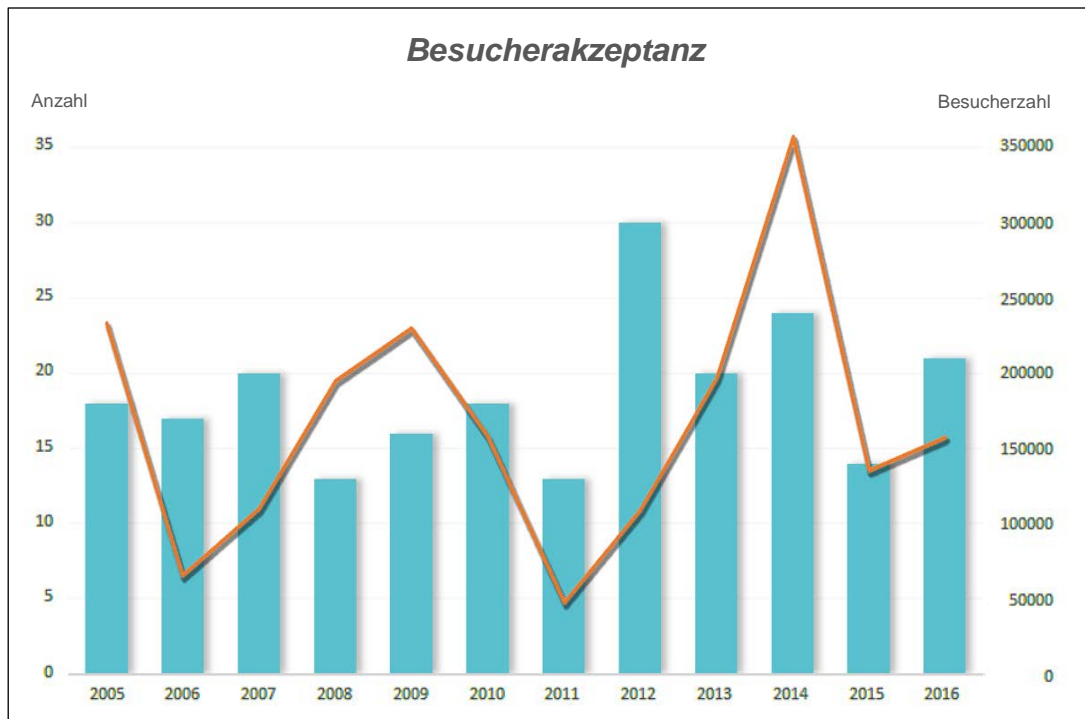


Abbildung 5. Österreichische Dokumentarfilme nach Besucherakzeptanz (eigene Darstellung nach den Filmwirtschaftsberichten 2006-2017, Österreichisches Filminstitut)

Erkennbar ist, dass die Besucherzahlen stark schwanken. Es zeigt sich, dass die Besucherzahlen eines Kalenderjahres einen Einfluss darauf haben wie viele Dokumentarfilme 2-3 Jahre später wieder in den Kinos starten werden. Erkennbar ist in den Kurven, dass immer dann, wenn Besucherzahlen im Genre Dokumentarfilm sanken, es in den darauffolgenden 2-3 Jahren weniger Dokumentarfilme in den Kinos gab. Erkennbar wird das im Vergleich 2006 mit 2008. Auch umgekehrt ist markant, dass ein Jahr mit hohen Besucherzahlen dazu beiträgt, dass es zwei-drei Jahre später eine höhere Anzahl an Dokumentarfilmen gibt. Besonders sichtbar wird dies beim Vergleich der Jahre 2009 und 2012.

Betrachtet man den internationalen Markt stellt sich heraus, dass der österreichische Kino-Dokumentarfilm auch weltweit eine Rolle spielt und aktuell unter den Top 100 der Weltrangliste für Dokumentarfilme vertreten ist. Einerseits mit dem sehr erfolgreichen Dokumentarfilm „Plastic Planet“ von Werner Boote, andererseits „More than Honey“, bei dem Österreich als Koproduktionsland beteiligt war.

Rank	Released	Movie	Worldwide Box Office	Domestic Box Office	International Box Office
1	2009	Michael Jackson's This Is It	\$252,091,016	\$72,091,016	\$180,000,000
2	1984	Grand Canyon: The Hidden Secrets	\$239,000,000	\$52,800,000	\$186,200,000
3	2004	Fahrenheit 9/11	\$221,148,959	\$119,114,517	\$102,034,442
4	2005	La marche de l'empereur	\$133,276,359	\$77,437,223	\$55,839,136
5	1998	Everest	\$127,990,128	\$87,178,599	\$40,811,529
6	2002	Space Station	\$126,513,186	\$93,231,060	\$33,282,126
7	1985	The Dream is Alive	\$125,900,000	\$125,900,000	\$0
8	2009	Earth	\$116,773,317	\$32,011,576	\$84,761,741
9	1998	Mysteries of Egypt	\$90,000,000	\$40,593,286	\$49,406,714
10	2006	Deep Sea 3D	\$88,042,920	\$46,264,738	\$41,778,182
...		...			
65	2005	Sharks 3D	\$14,000,000	\$8,500,000	\$5,500,000
66	2008	Waltz with Bashir	\$13,912,289	\$2,283,849	\$11,628,440
67	2008	Religulous	\$13,881,317	\$13,011,160	\$870,157
68	2011	Plastic Planet	\$13,568,699	\$3,164	\$13,565,535
69	2017	Nomoohyeonibnida	\$13,502,122	\$0	\$13,502,122
70	1998	Africa's Elephant Kingdom	\$13,485,455	\$13,485,455	\$0
...		...			
95	2012	More Than Honey	\$8,244,071	\$78,324	\$8,165,747
96	2003	Tupac Resurrection	\$7,808,524	\$7,718,961	\$89,563
97	2010	Inside Job	\$7,799,257	\$4,311,834	\$3,487,423
98	2008	Expelled: No Intelligence Allowed	\$7,720,487	\$7,720,487	\$0
99	2008	Young @ Heart	\$7,649,255	\$3,992,189	\$3,657,066
100	2018	Won't You Be My Neighbor?	\$7,619,057	\$7,619,057	\$0

Abbildung 6. Weltrangliste der Dokumentarfilme (entnommen aus: "All Time Worldwide - Box Office for Documentary Movies", 2018)

2.3 Zwischenfazit

Die ausführliche Recherche von Literatur und Online-Publikationen zur Definition „Kino-Dokumentarfilm“ hat ergeben, dass der Begriff des „künstlerischen Umgangs mit der Wirklichkeit“ als kleinster gemeinsamer Nenner angesehen werden kann, auf den sich der Dokumentarfilm definieren lässt. Im Verlauf der Geschichte hat sich das Genre verändert bzw. weiterentwickelt. Demzufolge wurde noch in den 80er Jahren von der „Krise des Dokumentarfilms“ gesprochen, wohingegen sich in den letzten Jahren der Begriff „Doku-Boom“ in der öffentlichen Diskussion etabliert hat. Einschränkend lässt sich konstatieren, dass nicht vorhersehbar ist ob dieser Trend anhält oder abnimmt.

Durch die Auswertung der Daten von den Filmwirtschaftsberichten 2005-2016 des Österreichischen Filminstituts kann im Kapitel „Aktuelle Entwicklungen in Österreich“ festgestellt werden, dass der österreichische Dokumentarfilm knapp die Hälfte des österreichischen Kinoangebotes abdeckt. Trotz schwankender Besucherzahlen gibt es seit 2005 immer wieder herausragende Erfolge unter den Kino-Dokumentarfilmen, wobei diese meist auf einzelne Filmemacher zurückzuführen sind. Beispielsweise erreichten Filme von Erwin Wagenhofer oder Werner Boote eine besonders hohe Anzahl an BesucherInnen. Auch im internationalen Markt spielt der österreichische Kino-Dokumentarfilm eine Rolle und ist unter den Top 100 der Weltrangliste für Dokumentarfilme vertreten.

Die Untersuchungsergebnisse des Datenvergleichs der Besucherzahlen mit der Anzahl an Dokumentarfilmen eines Kalenderjahres hat ergeben, dass es einen Zusammenhang gibt, sowie einen Einfluss auf die Anzahl der Kino-Dokumentarfilme in den Folgejahren, sowohl bei Einbrüchen als auch beim Anstieg der Anzahl an BesucherInnen.

3 Die Produktionsphasen von Kino-Dokumentarfilmen

Das folgende Kapitel beschreibt die Phasen der Produktion von Kino-Dokumentarfilmen. Die Ausarbeitung der grundlegenden Fachkenntnisse erfolgte primär durch die Literaturrecherche in Fachbüchern und Publikationen. Dabei ließ sich feststellen, dass die vorhandene wissenschaftliche Literatur nicht immer den aktuellen Stand abbilden kann, weil der Kino-Dokumentarfilm sich stetig weiterentwickelt und verändert. Um dem Anspruch auf Aktualität gerecht werden zu können, wurden die Ergebnisse der Literaturrecherche mit aktuellen Informationen aus Online-Publikationen komplettiert.

In der Literatur finden sich viele unterschiedliche Einteilungen der einzelnen Phasen. Für eine einheitliche Gliederung wird in 6 Kategorien unterschieden, die jeweils eine Prozessstufe beschreiben, die im Folgenden erläutert werden. Strukturiert durch diese 6 Phasen wurden auch die Interviews aufgebaut anhand derer in Kapitel 4 die aktuellen Herausforderungen und Potentiale in der Produktion von österreichischen Kino-Dokumentarfilmen aus der Praxis erfragt wurden.

Die erste Produktionsphase stellt die Themenauswahl und Ideenfindung dar. Steht das Thema für einen Kino-Dokumentarfilm fest, geht es im nächsten Schritt um die Finanzierung. Es wird ein Überblick über die österreichische Förderlandschaft gegeben, was aktuell die klassische Finanzierungsform eines Kino-Dokumentarfilms darstellt. Ergänzend dazu wird die neue alternative Finanzierungsform des „Crowd-Fundings“ vorgestellt. Anschließend wird auf die Dreharbeiten eines Dokumentarfilmes eingegangen, wobei ein Schwerpunkt auf Interviews und die Auswahl der richtigen InterviewpartnerInnen liegt. Nach Abschluss der Dreharbeiten oder

auch parallel dazu beginnt die Postproduktion – der Schnitt und die Tonbearbeitung. Ist der Film finalisiert geht es um die Distribution. Die vorliegende Masterthesis befasst sich insbesondere mit der Kino-Distribution. Da auch Festivals dazu beitragen, dass ein Film ins Kino kommen kann, ist diesem Thema ebenso ein Unterkapitel gewidmet. Im Zeitalter der Digitalisierung spielt aktuell auch die Online-Distribution eine zunehmend bedeutsame Rolle. Neben der Veröffentlichung spielen auch der Vertrieb und das Marketing eine wesentliche Rolle für einen Film. Es wird dabei zwischen traditionellen Formen des Marketings und der neuen Nutzung von digitalem Marketing unterschieden. Im Anschluss an dieses Kapitel folgen die ExpertInneninterviews, die auf diese Phasen der Produktion eines Kino-Dokumentarfilms aufbauen und in Bezug zueinanderstehen.

3.1 Themenfindung und Konzepterstellung

Die erste Etappe eines Kino-Dokumentarfilms ist die Ideenfindung. Bevor mit einer Drehplanung begonnen werden kann, muss genau festgelegt werden worum es in dem Dokumentarfilm gehen soll. („Ideen zu Papier bringen – Exposé & Treatment“, 2017)

Lindenmuth erläutert das im Dokumentarfilm fast alles möglich ist und es eine nahezu unendliche Anzahl an möglichen Inhalten gibt. Es kann ein kulturelles, historisches, wissenschaftliches oder naturkundliches usw. Thema sein oder Menschen porträtieren. Oder eine Vermischung verschiedener Problemstellungen. So individuell wie das Thema ist, ist auch der Stil des Filmes. Es gibt Filme in denen vorwiegend Interviews gezeigt werden, während in einem anderen die Bilder mit Begleitkommentaren unterlegt sind. Auch in der Gestaltung gibt es zahlreiche Möglichkeiten. Während in einigen Dokumentarfilmen minutenlange Einstellungen gezeigt werden, wird in anderen alle 20 Sekunden geschnitten. Der Stil eines Dokumentarfilms hängt dabei stark vom Thema ab. (Lindenmuth, 2011, S. 9)

In der Literaturrecherche ist markant, dass sich viele unterschiedliche Anstöße zur Ideenfindung finden, wobei vor allem dem Zugang über erste Fragestellungen eine große Bedeutung zukommt. Im Folgenden werden einige Beispiele angeführt. Der Filmemacher/die Filmemacherin sollte sich fragen:

- Warum will ich/wollen wir genau dieses Thema jetzt machen?
 - Was hat das mit mir/uns zu tun?
 - Gibt es eine gute Geschichte innerhalb dieses Themas zu erzählen?
 - Und vor allem: Wer sollte sich den Film letztendlich ansehen?
- (Rosenthal, 2007, S. 11f)

Der künstlerische Wille und der individuelle Aussagewunsch des Filmemachers/der Filmemacherin leiten den gesamten Dokumentarfilm. (Moj

& Ordolff, 2016, S. 85) Eine Filmidee muss darüber hinaus aber auch in den Markt passen, in dem sie realisiert, finanziert, produziert und ausgewertet werden soll.

Das Exposé ist der Grundriss der Geschichte und soll Klarheit über das Projekt verschaffen: Was ist die Kernidee und das Grundthema? Wie kann die Geschichte erzählt werden? Wie ist ihr roter Faden? Das Exposé legt außerdem die Filmlänge und den Stil des Films fest. („Ideen zu Papier bringen – Exposé & Treatment“, 2017) Es macht die Idee greifbar, diskutierbar und auch kritisierbar. Als starke Akquisitionshilfe dient es vor allem bei potentiellen Geldgebern als Vorlage. Im Exposé wird der Dokumentarfilm beschrieben und enthält erste Anhaltspunkte in welchem Umfeld der Film zu produzieren sein wird, an welchen Schauplätzen, mit welchen Personen, über welchen Zeitraum usw. Dadurch lassen sich erste Aussagen darüber treffen in welchem Kostenrahmen die Produktion später einmal anzusiedeln sein wird. (Wendling, 2008, S. 13f)

Die Wahl des Themas ist ein sehr individueller Prozess, der die Geschichte, den Stil sowie die Filmsprache der Dokumentarfilme sehr beeinflusst, wie später anhand der ExpertenInnen-Interviews in Kapitel 4.5.1. erläutert wird.

3.2 Recherche

Ist die Idee im Kern definiert und gibt es einen Auftrag, beginnt der innere und äußere Prozess des Hineintauchens in Fakten und Erlebnisse, die den eigentlichen Dreharbeiten als Erkenntnisprozess vorgelagert sind. Diese Phase der Weiterentwicklung einer Idee wird als Recherche bezeichnet.

Die Spannbreite des Vorgehens bei einem Kino-Dokumentarfilm reicht dabei von sehr genauem, jahrelangem Recherchieren und damit verbundenen Materialbergen bis hin zur absoluten Nicht-Recherche oder dem Fall, dass Recherche und Dreharbeiten identisch sind. Die Recherche hat in jedem Fall die Aufgabe eine angemessene Balance zwischen Wissen und Nicht-Wissen herzustellen bevor mit den Dreharbeiten begonnen wird. Es kann hier unterschieden werden zwischen der Faktenrecherche, der Ortsrecherche und der Personenrecherche. Manche FilmemacherInnen stellen auch ein Rechercheteam zusammen, um effizienter an Informationen zu kommen. Dabei ist der gesamte Recherche-Verlauf nicht nur eine Beschaffung dieser Informationen, sondern auch ein innerer Prozess, der dem Autor/der Autorin abverlangt persönliche Vorstellungen, Vorurteile und Erwartungen zu überprüfen, zu bestätigen oder zu verwerfen. Dazu kommt noch die Recherche der Drehbedingungen und der Logistik, sowie des Teams und der Ausrüstung. (Schadt, 2012, S. 108f) Die Recherche führt weiters dazu, dass neue Aspekte zur Idee hinzukommen oder verworfen werden. Der Dokumentarfilm wird konkreter und eine längere und konkretere Beschreibung als das Exposé wird möglich. Dieses wird als Treatment bezeichnet und ist für die Finanzierung unerlässlich. Dokumentarfilme sollen grundsätzlich informativ sein, was den Anspruch stellt, dass so viele konkrete und verlässliche Informationen wie möglich geliefert werden sollen. (Lindenmuth, 2011, S. 19) Die Sammlung dieser Informationen dient auch oftmals der Überprüfung einer anfänglichen Faszination, die trügerisch sein kann, und abklärt was machbar ist und was nicht. Besonders veranschaulichen dies einzelne Erlebnisse der befragten Interviewpartner, die im Kapitel 4.4.2 beschrieben werden.

3.3 Finanzierung

Hat der Filmmacher/die Filmemacherin ein ausgereiftes Konzept, so stellt sich bald die Frage der Umsetzung und dem notwendigen Produktionsbudget. In Österreich gibt es aktuell keine vorliegenden Daten wie viele FilmemacherInnen tatsächlich von Dokumentarfilmen leben können. Der Tagesspiegel (Deutschland) berichtete am 19.12.2012:

„Filmemacher, die sich dem Dokumentarfilm verschrieben haben, brauchen oft sehr viel Zeit, Geduld, Menschenkenntnis und Fingerspitzengefühl. Belohnt wird ihre Arbeit nicht: Sie rangieren in der Medienbranche am unteren Ende, eine Studie der AG Dok hat ergeben, dass 85 Prozent der Dokumentarfilmer von ihrer Arbeit nicht leben können.“ (Sasse, 2012)

Während in der Öffentlichkeit seit einigen Jahren vom „Doku-Boom“ gesprochen wird, zeigt der Blick hinter die Kulissen mit welch komplexen und schwierigen Prozessen die Entstehung eines Kino-Dokumentarfilms verbunden ist. (Rieth, 2015, S. 10) Im Folgenden wird ein Überblick über die Finanzierung gegeben, welches mitunter eine der größten Herausforderungen in der Produktion eines Kino-Dokumentarfilms in Österreich darstellt.

3.3.1 Klassische Finanzierung durch Fördergelder

Die klassischen Strukturen der Finanzierung bestehen in Österreich vor allem aus Förderstellen. Ohne die Filmförderung wären nahezu sämtliche österreichische Kino-Dokumentarfilme nicht realisierbar. In der Regel kommt es zu einer Kombination unterschiedlicher Geldgeber wie beispielsweise Fördergelder, Zuschuss durch Sendeanstalten (z.B. ORF) und Eigenmittel. Auch ist es möglich Fördergelder anderer Länder oder der EU im Rahmen von Koproduktionen zu beantragen. Innerhalb der jeweiligen Förderstelle wird entschieden welche Einreichungen gefördert werden und welche nicht. Die Anzahl der Einreichungen ist sehr hoch, was dazu führt, dass viele

Projektideen abgelehnt werden müssen. Für Kino-Dokumentarfilme ist die erste Anlaufstelle das österreichische Filminstitut. (Filminstitut, 2018b)

Im Folgenden werden die bedeutsamsten Förderstellen laut aktuellem Stand vom 28.05.2018 der Homepage des Österreichischen Filminstituts als Überblick aufgelistet:

Nationale Förderstellen:

- Österreichisches Filminstitut
- Bundeskanzleramt, Filmabteilung II/3 Film
- Film/Fernseh-Abkommen (ORF)
- Filmstandort Österreich
- Fernsehfonds Austria

Regionale Förderstellen:

Burgenland

- Landesregierung, Abteilung 7 – Kultur, Wissenschaft und Archiv

Kärnten

- CARINTHIA FILM COMMISSION
- Landesregierung, Abteilung 6 – Bildung, Wissenschaft, Sport und Kultur

Niederösterreich

- Landesregierung, Abteilung Kunst und Kultur

Oberösterreich

- LANDESREGIERUNG, ABTEILUNG WIRTSCHAFT UND DIREKTION KULTUR, INSTITUT FÜR KUNST UND VOLKSKULTUR

Salzburg

- LANDESREGIERUNG, ABTEILUNG 1 - WIRTSCHAFT, TOURISMUS UND GEMEINDEN
- LANDESREGIERUNG, ABTEILUNG 2 - KULTUR, BILDUNG UND GESELLSCHAFT

Steiermark

- CINESTYRIA FILMCOMMISSION & FONDS
- STEIERMÄRKISCHE LANDESREGIERUNG, ABTEILUNG 9 - KULTUR, EUROPA UND AUSSENBEZIEHUNGEN, CINE ART

Tirol

- CINE TIROL FILM COMMISSION
- LANDESREGIERUNG, ABTEILUNG KULTUR

Vorarlberg

- LANDESREGIERUNG, ABTEILUNG KULTUR

Wien

- FILMFONDS WIEN
- MAGISTRAT DER STADT WIEN, MAGISTRATSABTEILUNG 7 - KULTUR

Zusätzlich zu den österreichischen Fördermitteln können sich FilmemacherInnen um EU-Gelder der Programme CREATIVE EUROPE und EURIMAGES bemühen.

Die Förderung eines Dokumentarfilms erfolgt in den Bereichen: Stoffentwicklung, Projektentwicklung, Herstellung und Verbreitungsmaßnahmen. (Filminstitut, 2018a) Eine besondere Herausforderung stellt das aufwendige Antragsverfahren dar. Häufig wird gerade bei großen Dokumentarfilmen ein „Letter of Intend“ einer Produktionsfirma verlangt, der aussagt, dass der Film realisiert wird, sowie ein Verleih-Vertrag. Darin wird bestätigt, dass der Verleiher den Film nach der Fertigstellung im Kino präsentieren wird. (Rieth, 2015, S. 40) Aber einen langen Kino-

Dokumentarfilm mit Hilfe der österreichischen und europäischen Filmförderungen, sowie österreichischen Sendeanstalten zu finanzieren, ist aufgrund der Vielzahl der Einreichungen äußerst zeitaufwendig und hängt häufig vom erwartenden Markterfolg des Films sowie dem Bekanntheitsgrad des Antragstellers/der Antragstellerin ab. (Rieth, 2015, S. 10)

3.3.2 Alternative Finanzierungsformen – Crowdfunding

Immer mehr FilmemacherInnen suchen nach alternativen Finanzierungswegen und kreativen Lösungen, um ihre Projekte umsetzen zu können. Es gibt FilmemacherInnen, die ihre Filme mit Hilfe von Merchandising, Sponsoring, dem Verkauf einzelner Frames des Films, Privatinvestoren und anderen unkonventionellen Ideen zum Teil finanzieren konnten. (Rieth, 2015, S. 47) Abzuraten ist an dieser Stelle von Product-Placement. Nicht nur gerät der Film dadurch in den Verdacht, ein Infomercial² zu sein, sondern es gibt auch keine Chance den Kino-Dokumentarfilm zu einem späteren Zeitpunkt beim öffentlich-rechtlichen Fernsehsender unterzubringen. (Lindenmuth, 2011, S. 61)

Das Ausbrechen aus der finanziellen Klemme zwischen begrenzten Refinanzierungsmöglichkeiten der Verwertung einerseits und dem Angewiesen sein auf Förderung andererseits ist der Traum vieler Filmschaffender. Fraglich ist nur, als wie stabil sich sogenannte „Hoffnungsträger“ entpuppen. Derzeit wenig wahrscheinlich ist es, dass in absehbarer Zeit in Österreich neben der direkten (öffentlichen) Förderung auch indirekte Anreize für private Investitionen in Film durch sogenannte Steuermodelle etabliert werden. Gutverdienende Selbstständige – diese sind in vielen Ländern Zielgruppe Nr. 1 für Investments in Film – dürfen mit den Verlusten aus einer Film-Produktionsphase nicht ihre Steuerlast aus der Tätigkeit als Zahnarzt oder Steuerberater mindern. Daraus resultierend bleiben als förderunabhängige Finanzierung: Sponsoring, Spenden und das

² zusammengesetzt aus Information und Commercial (=Werbung), Fernsehwerbung in Form einer unterhaltenden Form, beispielsweise Teleshopping

momentan aufstrebende „Crowdfunding“. Am 19.5.2015 wurden in Österreich im Ministerrat die Eckpunkte für das AltFG (Alternativfinanzierungsgesetz oder auch „Crowdfunding-Gesetz) beschlossen. Mit dem „Crowdfunding-Gesetz“ können UnternehmerInnen auf alternative Finanzierungsmöglichkeiten zugreifen. („filmbiz“, 2015)

Rieth (2015, S. 83) definiert den Begriff folgendermaßen: *Crowdfunding bedeutet übersetzt so viel wie „Schwarmfinanzierung“, bei der die Masse (Crowd) mit vielen relativ kleinen Geldbeträgen etwas finanziert (funding).“*

Besonders für Dokumentarfilme ergibt sich durch Crowdfunding ein interessantes Potential, da sich Dokumentarfilme häufig mit Nischen-Themen beschäftigen oder Themen, welche nur für eine bestimmte Zielgruppe interessant sind. Daher ist es schwieriger im Kino sein Publikum zu finden. Für Dokumentarfilme gibt es hier besonderes Potential. Über Crowdfunding können Projekte mit Nischen-Themen und vor allem auch Nachwuchskünstler innerhalb kürzester Zeit ein großes Publikum erreichen. Dokumentarfilme sind beim Crowdfunding überproportional erfolgreich und gehören zu den Projekten mit sehr hohen Gewinnsummen. Da schon im Stadium der Projektentwicklung und Recherche eine Community aufgebaut wird, kann bereits früh herausgefunden werden, ob Thema und filmische Handschrift des Filmemachers/der Filmemacherin auf das nötige Interesse in der Öffentlichkeit stoßen. Crowdfunding ist daher nicht nur das „schnelle Einsammeln“ von Geld, sondern insbesondere deshalb attraktiv, weil schon vor Projektumsetzung eine eigene Zielgruppe ausgemacht und direkt angesprochen werden kann. (Rieth, 2015, S. 79f)

Aktuell gibt es vier große Plattformen, die vor allem für Filmprojekte relevant sind: Kickstarter, Startnext, wemakeit und Indiegogo. Der Ablauf ist folgender: In einem „Pitchingvideo“ werden in erster Linie die Personen vorgestellt, die hinter einem Projekt stehen. Diese erklären der Crowd warum das Projekt wichtig ist. In der Regel ist das Video das Erste, was man auf einer

Kampagnenseite zu sehen bekommt und häufig entscheidet dieser erste Eindruck darüber, ob die Zuschauer zu Unterstützern werden oder nicht. Durch Gegenleistungen gibt es für das Geld, das investiert wird einen Gegenwert. Die Kampagnenstarter denken sich individuelle Gegenleistungen aus und bieten diese für unterschiedlich hohe Summen an. Im Filmbereich sind es oft folgende: die namentliche Nennung, der „digitale Download“ des fertigen Films, DVDs/BlueRays, Premiertickets, Merchandisingprodukte, Beteiligung als Komparsen, Setbesuche, gegen hohe Beträge auch „Produzenten-Credits“. Es besteht hier allerdings die Gefahr, dass ein späterer Verkauf an einen Verleih bzw. Weltvertrieb ausgeschlossen ist, weil folglich keine „exklusiven“ Rechte mehr vorliegen. Es muss hier genau darauf geachtet werden welche exklusiven Rechte der gewünschte Verleih oder Weltvertrieb haben wird, um zu vermeiden, dass diese in einem Crowd-Funding vergeben werden. (Rieth, 2015, S. 93f)

Zu beachten ist, dass auch die Finanzierung über eine Kampagne mit einem sehr hohen Zeitaufwand verbunden ist. Man muss ständig im Austausch mit „seiner“ Crowd bleiben und sich ständig um neue „Investoren“ bemühen. In der Regel benötigt man ein halbes Jahr um eine gewisse Community aufzubauen, die eine bestimmte Größe erreicht. Fast alle Crowd-Funding-Plattformen funktionieren so, dass am Ende nur ausgezahlt wird, wenn eine Zielsumme, die zu Beginn festgelegt werden muss, zu 100 % erreicht wurde – nach dem Motto „Alles oder nichts.“ (Rieth, 2015, S. 94ff) Durch die Schwarmfinanzierung können zumindest Lücken in der Finanzierung geschlossen werden oder auch die von den Förderstellen verlangten Eigenmittel aufgebracht werden. (Leitner u. a., 2014, S. 114)

3.4 Dreharbeiten

Der Begriff „Dreharbeiten“ stammt aus den Anfängen des Films. Damals hatten Kameras noch keine Akkus, sondern funktionierten nur, wenn eine Kurbel gedreht wurde. Wenn alle Vorbereitungen abgeschlossen sind, beginnt das Filmteam Bild und Ton für den Dokumentarfilm aufzuzeichnen. Diese Phase der Filmproduktion wird als „Dreharbeit“ bezeichnet. Sie können für Kurzfilme ein paar Tage, für lange und aufwendige Filme – wie Kino-Dokumentarfilme – auch mehrere Monate dauern. Technik und Team kosten sehr viel Geld, deshalb müssen die Dreharbeiten in Form eines genauen Drehplans straff und strukturiert organisiert sein. („Dreharbeiten“, 2018)

3.4.1 Drehplan

Wenn es zu den Dreharbeiten kommt ist eine sehr gute Planung unerlässlich. Diese Planung wird als Drehplan bezeichnet. Dieser umfasst die Zeit- und Ortsplanung des kompletten Drehs, ähnlich einem Drehbuch. (Lindenmuth, 2011, S. 66) Der Drehplan definiert alles, was in planerischer und organisatorischer Hinsicht nötig ist, um die Fertigstellung in der angesetzten Drehzeit zu gewährleisten. Einerseits veranschaulicht er also die Umsetzung des Drehbuchs, andererseits wird nun ersichtlich, mit welchen Ressourcen (Material und Personal) kalkuliert werden kann und muss. Der Drehplan gibt dem Dreh ein planerisches Gerüst, um zeit- und kosteneffizient zu arbeiten. Zu diesem Zweck werden nach Datum und Uhrzeit die Reihenfolge der Dreharbeiten unter Angabe der Schauplätze, Dekorationen und Darsteller aufgelistet. Dabei muss beachtet werden, dass bestimmte Motive unter Umständen nur zu bestimmten Zeiten zur Verfügung stehen oder auch einzelne Protagonisten nicht immer zur gleichen Zeit verfügbar sein können. (Aspektheins, 2013)

3.4.2 Während des Drehs

Der Dokumentarfilm hat aber nicht tatsächlich ein Drehbuch, da die Gegebenheiten vor Ort nicht vorhergesehen werden können ebenso wie nicht kalkulierbar ist ob die Mitwirkenden verfügbar sein werden oder wie sie vor der

Kamera agieren. Es lässt sich also nicht zu 100 % planen, weshalb der Filmemacher/die Filmemacherin beim Dreh über genügend Flexibilität verfügen muss. (Lindenmuth, 2011, S. 66f) Die Tagesdisposition, kurz „Dispo“, ist die aktuellste Form der Drehplanung. Es werden neben der am nächsten Drehtag zu drehenden Bildern auch alle für den Tag relevanten sonstigen Angaben zusammengefasst. Arbeitsbeginn, Drehbeginn, Abholzeiten, Parkmöglichkeiten, Wegbeschreibungen, Motivinformationen usw. Auch kann der Wetterbericht enthalten sein und alle Details, die für den Film von Wichtigkeit sind. Darauf stützend kann sich das Filmteam rund um den Filmemacher/der Filmemacherin – Kamera, Ton, Licht – auf die Gegebenheiten vorbereiten, um die besten Bilder zu bekommen. (Wendling, 2008, S. 78f)

3.4.3 Interviews

Aber was hat der Dokumentarfilmer/die Dokumentarfilmerin von den schönsten Bildern, wenn es niemanden gibt, der dazu etwas Vernünftiges erzählen kann? Wenn er oder sie das nicht selbst tun will oder der Film nicht ohne Worte auskommen soll, dann müssen das sogenannte Protagonisten in Interviews tun. (Schadt, 2012, S. 168)

Es gibt bei Interviews unzählige Möglichkeiten. Er oder sie sitzt, geht oder steht beispielsweise vor der Kamera. Kritisiert wird dabei oft, dass die sogenannten „Talking Heads“ filmisch sind, da sie oft zu statisch und im Bildaufbau nur wenig attraktiv sind. Das kommt aber auch immer darauf an was genau erzählt wird. Eine Möglichkeit ist es, den Protagonisten/die Protagonistin bei einer vertrauten Tätigkeit zu filmen während er/sie interviewt wird. Während einem Interviewpartner das hilft locker sprechen zu können, weil er die Kamera vergisst, kann es eine andere Person wiederum zu sehr ablenken. Es bedarf also einer sehr gründlichen Vorbereitung, da die Interviews höchst individuelle und sensible Vorgänge sind. In der Regel will der Filmemacher/die Filmemacherin etwas aus der Person herausbekommen, was diese nicht so ohne weiteres erzählen will. Weiters zu beachten ist, abzusprechen wo das Interview stattfinden soll um störende Nebengeräusche zu vermeiden. Ein

sauberer Ton ist wichtig, weil das Gesagte später in der Postproduktion weiterläuft, wenn Bilder des Besprochenen gezeigt werden, ohne dass man den Protagonisten/die Protagonistin beim Sprechen sieht. (Schadt, 2012, S. 168ff)

Die Dreharbeiten sind im Allgemeinen natürlich der Mittelpunkt einer Filmproduktion und fordern von allen Beteiligten mehr als hundert Prozent Engagement. Da sich diese Phase nicht theoretisch erfassen lässt wurde in den Interviews insbesondere der Fokus auf die Herausforderungen und Besonderheiten während der Dreharbeiten gelegt.

3.5 Postproduktion

Was der/die ZuschauerIn in den ersten paar Minuten sieht und hört, entscheidet darüber, ob er/sie dranbleibt. Im weiteren Verlauf muss der Film fesselnd sein und den/die Zuschauer/in ins Thema ziehen. (Lindenmuth, 2011, S. 116)

Mit der Planung der Postproduktion (Nachbearbeitung) sollte frühzeitig begonnen werden, da die erforderliche Endbearbeitung des Dokumentarfilms bereits während der Dreharbeiten geplant werden kann. In der Postproduktion wird der gesamte Schnitt des Films, sowie gegebenenfalls Animationen und die Audibearbeitung gemacht. (Schmidt-Matthiesen, Clevé, Tröster, & Bug, 2010, S. 233f)

Die Phase der Postproduktion darf nicht unterschätzt werden, da hier der eigentliche Film erst entsteht. Viele Filmemacher/Innen arbeiten hier mit einem Cutter/einer Cutterin zusammen, dem/der sie großes Vertrauen entgegenbringen. In einem Rohschnitt wird das gesamte Material gesichtet und grob aussortiert. (Schadt, 2012, S. 211) Alles was geschnitten wird soll die Geschichte voranbringen und die Zuschauer fesseln. Es muss immer im Auge behalten werden welche Aussage getroffen werden will. (Lindenmuth, 2011, S. 110f)

Arbeitsintensiv ist die Postproduktion einerseits im Schnitt, aber auch dann, wenn darüber nachgedacht wird, welche Musik und/oder Texte eingesetzt werden sollen. (Schadt, 2012, S. 211) Die Musik und die Geräusche müssen zum Film passen, um seine Wirkung zu unterstützen. Aber es darf nicht vom Eigentlichen ablenken und die gesamte Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Erst gegen Ende des Schnitts wird deshalb die Audibearbeitung durchgeführt. (Schadt, 2012, S. 114f) Der gesamte Prozess kann sehr viel Zeit in Anspruch nehmen bis der fertige Film ausgespielt ist. Diese Zeitintensivität sprechen alle befragten InterviewpartnerInnen in Kapitel 4.4.5. an.

3.6 Distribution

Die Distribution meint die Verteilung, den Vertrieb und die Verbreitung des fertigen Films. Gegenstand dieser Masterthesis ist die Kino-Distribution. Der Spielfilm verfügt im Kino über weit mehr Zuschauer als der Dokumentarfilm. Wer vorwiegend eine hohe Zuschauerquote zu erreichen anstrebt ist im Fernsehen demzufolge besser aufgehoben. (Schadt, 2012, S. 217) Aber gerade österreichische FilmemacherInnen wie Erwin Wagenhofer und Werner Boote haben mit ihren Filmen gezeigt, dass durchaus große Erfolge – auch international, wie in Kapitel 2.3.3. dargestellt – möglich sind.

3.6.1 Kino-Distribution

Bei der Kinoauswertung eines Films geht es vornehmlich um finanzielle Interessen. Auf Grundlage der Besucherzahlen, die ein Film im Kino erreicht, wird entschieden, ob ein Film als „erfolgreich“ oder „nicht erfolgreich“ eingestuft wird.

In Deutschland gab es in jüngerer Vergangenheit vermehrt Stimmen, dass seit dem sogenannten „Doku-Boom“ bereits zu viele Dokumentarfilme in den Kinos laufen. Durch die Digitalisierung wird eine selbstorganisierte Premiere mit anschließender Kinotour immer einfacher und ermöglicht somit auch kleinen „Low-Budget-Produktionen“ im Kino gezeigt zu werden. Dazu die Verleiherin Heidrun Podszus:

„(...) Damit ein Dokumentarfilm das Zeug hat, im Kino irgendeine Spur zu hinterlassen, muss er ein interessantes Thema haben, muss visuell interessant sein und er muss eine Zielgruppe haben.“

(Rieth, 2015, S. 65ff)

In Österreich kommt der Film am besten über eine Verleih- /Vertriebsfirma in die Kinos und/oder auf Filmfestivals. Diese bringen den Film an verschiedene Käufer – Kinobetreiber, DVD-Verlage, VoD-Plattformen usw. oder reichen den Film bei Festivals ein, die sie nach Eignung für den Film auswählen. Die verschiedenen Verleih-Firmen haben dabei unterschiedliche Schwerpunkte.

Der Filmemacher/die Filmemacherin bzw. dessen Produzent/in vereinbart mit der Verleihfirma einen Distributions-Vertrag, in dem festgelegt wird welche Rechte an die Verleihfirma abgetreten werden und wie viel der Filmemacher/die Filmemacherin an den Verleih für die Distribution bezahlt. Deren Aufgabe ist neben dem Vertrieb auch das Marketing. (Vortrag von Salma Abdallah 30.11.2017)

Wobei es gerade beim Dokumentarfilm, da dieser eine sehr persönliche Note des Filmemachers/der Filmemacherin selbst trägt, gängig ist, dass das Marketing selbst betrieben wird. Der Vertrieb, das Marketing und die Publikumsgewinnung ist ein eigener Teil der Filmproduktion selbst. Diese Phase beinhaltet unter Umständen genauso viel Arbeit wie die Filmproduktion an sich. Der größten Fehler, der von Filmemacher/in oder Produzent/in begangen werden kann, ist, bis ans Ende der Produktion zu warten, um mit dem Marketing zu beginnen. (Rieth, 2015, S. 164)

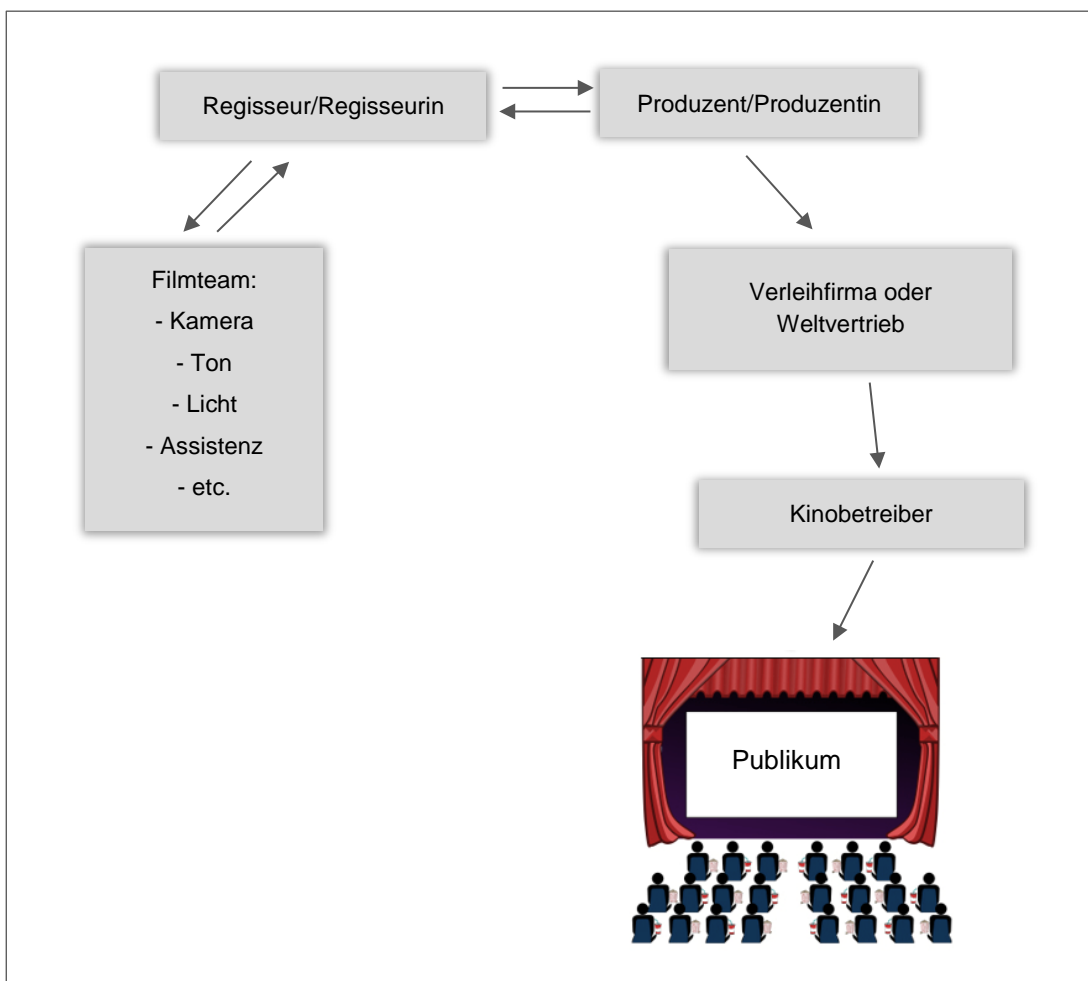


Abbildung 7. Kino-Distribution (eigene grafische Darstellung)

3.6.2 Filmfestivals

Den Film auf Festivals zu zeigen verschafft ihm Aufmerksamkeit und vielleicht noch einen Verleih, wenn nicht von Anfang an feststeht, dass der Film ins Kino kommt. Verleihfirmen senden regelmäßig MitarbeiterInnen zu den größeren Filmfestivals, um nach guten Filmen Ausschau zu halten. (Lindenmuth, 2011, S. 128)

Dokumentarfilme können auf zwei Arten von Filmfestivals gefunden werden. Zum einen gibt es Festivals, die sich auf kein bestimmtes Genre spezialisiert haben, dem Dokumentarfilm aber eigene Programme oder Wettbewerbe widmen. Zum anderen gibt es Dokumentarfilmfestivals, die sich ausschließlich auf dieses Genre spezialisiert haben. (Rieth, 2015, S. 54f) Zu beachten ist, dass nur sehr wenige Festivals kostenlos sind. Es kann eine ordentliche Summe zusammenkommen, wenn der Film auf mehreren Festivals eingereicht wird. Allein die Bewerbung heißt nicht, dass der Film dann auch ausgewählt wird, da er vielleicht gegen 1000 andere antritt. Wird er aber angenommen und gewinnt obendrein, dann kann das schneller zum Erfolg führen als alle sonstigen Werbemaßnahmen. (Lindenmuth, 2011, S. 128)

Nach Rieth (2015, S. 57f) sind neben den eigentlichen Festivals auch sogenannte Filmmessen und Programmmärkte interessant. Verleiher können dort Verträge abschließen, um die Rechte für internationale Kino- und/oder Fernsehdistributionen zu erwerben. Die beiden größten Veranstaltungen sind die MIPTV und die MIPDoc in Cannes. Allerdings ist hier zu beachten, dass vor allem Sender immer weniger Interesse am Ankauf fertiger Werke haben, sondern lieber Format-Konzepte kaufen, die sie selbst produzieren können.

3.6.3 Online-Distribution

Mittlerweile sind die Zeiten des vermeintlichen Gegensatzes von virtuellem und echtem Leben vorbei. Das Internet ist allgegenwärtig. Die vorliegende Masterthesis befasst sich zwar mit Dokumentarfilmen für das Kino, aber die

Digitalisierung hat auch in diesen Raum Einzug gehalten. Die Stichworte heißen „Crossmedia“ und „Transmedia“. (Leitner u. a., 2014, S. 68)

Crossmedial bedeutet einen Inhalt übergreifend auf unterschiedlichen Medien zu veröffentlichen. (z.B. Fernsehen, Kino, Internet) Transmedial bedeutet eine Strategie, einen bestimmten Inhalt in verschiedener Form über mehrere Medien hinweg zu erzählen. (z.B. Kinofilm + persönlicher Blog des Filmemachers online) Das Problem an dieser Entwicklung ist, dass die Medienlandschaft zunehmend zersplittert und polarisiert. Immer mehr Menschen tendieren dazu, sich nur Stories, Nachrichten und Informationen herauszusuchen, die zu ihrer eigenen Weltanschauung passen. Grundsätzlich ist an der modernen Technik nichts auszusetzen, dennoch besteht die Gefahr, dass es zu manchen filmischen Rückschritten kommt. Durch die vereinfachte „Self-Distribution“ (das eigene Hochladen von Filmen) kann kostengünstig und schnell ein Film veröffentlicht werden. Die Kluft zwischen Können und Wollen wächst. Auf der einen Seite bedienen sich immer mehr Laien an dem Medium Film. (Leitner u. a., 2014, S. 70) Jeder und jede kann zum potentiellen Filmemacher werden, und nicht alle haben nur Gutes im Sinn. So kursieren Filme über Erschießungen, Amputationen, Misshandlung von Kindern und Tieren, Selbstmordattentaten etc. im Netz. Es gibt also durchaus Schattenseiten. (Zimmermann & Hoffmann, 2006, S. 227) Andererseits lockt die vereinfachte Herstellungs- und Veröffentlichungsmöglichkeit auch jene Leute an, die talentiert sind und nach neuen Möglichkeiten suchen neue Felder für sich zu erschließen. (Leitner u. a., 2014, S. 71)

Was bedeutet das aber jetzt für den Kino-Dokumentarfilm? Einen Film erst online zu veröffentlichen und dann auf die Veröffentlichung im Kino zu hoffen, scheint aussichtslos. Dabei geht es vor allem um Verwertungsrechte der Verleihfirmen. Aber es spricht nichts dagegen einen Film erst im Kino zu starten und dabei die Internetplattformen zu verwenden, interessierten Menschen den Film näher zu bringen bevor zeitversetzt die Dritt- oder sogar Viertauswertung als Video-On-Demand erfolgt. „Community building“ wird diese Form der Kommunikation im Internet-Jargon genannt. Video-on-

Demand (VoD) bietet dem Internetnutzer die Möglichkeit unabhängig von Ort und Zeit Filme ansehen können und lediglich mit einem internetfähigen Gerät ausgestattet sein müssen – egal ob PC, Laptop, Tablet oder Smartphone. Mittlerweile haben sich eine Handvoll großer Player in Position gebracht wie beispielsweise NETFLIX, Amazon Prime Video, maxdome oder WACHEVER. Die Video-on-Demand Plattform des Österreichischen Rundfunks ist „FLIMMIT“, der seinen Schwerpunkt auf österreichische und europäische Produktionen legt. („Über Flimmit | Flimmit“, 2018)

3.6.4 Formen des traditionellen Marketings

Filmplakate und Flyer sind sehr wirksame Instrumente und sollten nicht vernachlässigt werden. Eine Pressemappe ist nicht kostenintensiv und kann, wenn sie sinnvoll und kreativ ausgestattet ist, bei Journalisten und auch Bloggern für ein gelungenes Marketing sorgen. Der Inhalt besteht aus Links, Filmbildern, Kontaktinformationen, positiven Rezensionen usw. Es ist alles möglich, was dem Film zuträglich ist. Ein weiterer wichtiger Bestandteil des traditionellen Marketings ist auch der Trailer. Einerseits wird er einem potentiellen Kinopublikum bereits im Vorfeld zugänglich gemacht, andererseits bietet er Content für Social-Media-Plattformen für das digitale Marketing. (Rieth, 2015, S. 161ff)

3.6.5 Nutzung von digitalem Marketing

Ein Mittel seine Zielgruppe direkt zu erreichen, ist neben dem traditionellen Marketing das Social Media Marketing. Über 70% der Internet-User weltweit nutzt soziale Medien wie Facebook, Twitter, Instagram, etc. und kann somit potentiell über Social Media Kampagnen direkt angesprochen werden. Daraus ergibt sich, dass soziale Netzwerke auch für die Filmvermarktung von großer Bedeutung sind. („Movies and Social Media“, 2015)

Wenn sich Inhalte immer weiterverbreiten und durch das Teilen von Beiträgen multipliziert werden, spricht man von viralem Marketing. Videoclips sind hierfür besonders gut geeignet. Das kann ein inszenierter Überraschungseffekt sein, also eine originelle Idee, die den Film ankündigt oder aber auch Making-of-

Clips und Recherche-Material. Diese Clips und Informationen können im Social Web und auf Blogs verbreitet werden. Eine regelmäßige Veröffentlichung steigert das Interesse der Zuschauer noch vor der eigentlichen Premiere des Films. Die Vermarktung des Films muss vor allem zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Filmes verstärkt werden.

Dazu gehört nach Rieth (2015, S. 167f) die Intensivierung:

- *des Social Media-Managements*
- *der Öffentlichkeitsarbeit*
- *des Kontaktes zu Organisationen*
- *der Sponsoren-Beziehungen*
- *der Online-Media-Planung und des E-Mail-Marketings*
- *der allgemeinen Werbemaßnahmen,*
- *von TV-Radio und ähnlichen Beiträgen*
- *von Trailer-Veröffentlichungen und anderen Video-Beiträgen*
- *von spezifischen, themen- und/oder zielgruppenbezogenen Marketing-Strategien*

FilmemacherInnen haben eine Reihe an Möglichkeiten um ihren Film an die Zuschauer zu bringen. Entscheidend ist, dass der Film überhaupt sein Publikum erreicht und das unter den jeweils besten erreichbaren Rezeptionsbedingungen. (Zimmermann & Hoffmann, 2006, S. 237)

3.7 Zwischenfazit

Anhand der Ergebnisse der eingehenden Literatur- und Onlinerecherche zu den Produktionsphasen eines Kino-Dokumentarfilms ergeben sich folgende Schlussfolgerungen: Die Wahl des Themas ist ein sehr individueller Prozess, der auf die Geschichte, den Stil sowie die Filmsprache Einfluss nimmt. Dokumentarfilme sollen grundsätzlich informativ sein, was den Anspruch stellt, dass so viele konkrete und verlässliche Informationen wie möglich geliefert werden sollen. Um dem Folge zu leisten werden Methoden der Faktenrecherche, der Ortsrecherche und der Personenrecherche angewandt. Dabei ist der gesamte Recherche-Verlauf nicht nur eine Beschaffung von Informationen, sondern auch ein innerer Prozess, der verlangt persönliche Vorstellungen, Vorurteile und Erwartungen zu überprüfen, zu bestätigen oder zu verwerfen.

Die Auswertung der Recherche zum Thema Finanzierung ergab, dass in Österreich vor allem aus Förderstellen Kino-Dokumentarfilme finanziert werden. Ohne die Filmförderung wären nahezu sämtliche Filme nicht realisierbar. Eine besondere Herausforderung stellt das aufwendige Antragsverfahren dar. Als wesentliche alternative Finanzierungsform kommt dem Crowdfunding relevante Bedeutung zu. Die Möglichkeit des Crowdfundings besteht nicht nur darin „schnelles Geld“ einzusammeln, sondern ist insbesondere deshalb attraktiv, weil schon vor Projektumsetzung eine eigene Zielgruppe ausgemacht und direkt angesprochen werden kann.

Ein strukturierter Drehplan ist unerlässlich für die Herstellung eines Dokumentarfilms und umfasst die Zeit- und Ortsplanung des kompletten Drehs, womit alles definiert ist, was in planerischer und organisatorischer Hinsicht nötig ist, um die Fertigstellung in der angesetzten Drehzeit zu gewährleisten. Eine Besonderheit bei den Dreharbeiten eines Dokumentarfilms stellt die Unvorhersehbarkeit von Gegebenheiten vor Ort ebenso wie die Unkalkulierbarkeit ob Mitwirkende verfügbar sein werden oder

wie sie vor der Kamera agieren dar, was eine hohe Flexibilität seitens des Filmmachers/ der Filmmacherin abverlangt.

Die Phase der arbeits- und zeitintensiven Postproduktion darf nicht unterschätzt werden, da hier der eigentliche Film entsteht. Alles was geschnitten wird muss die Geschichte voranbringen und die Zuschauer fesseln, wobei immer im Auge behalten werden muss, welche Aussage getroffen werden will.

Über eine Verleih- /Vertriebsfirma kommt der Dokumentarfilm in die Kinos und/oder auf Filmfestivals zur Distribution. Deren Aufgabe ist neben dem Vertrieb auch das Marketing, wobei es gerade der Dokumentarfilm gängig ist, dass das Marketing von den Filmschaffenden selbst betrieben wird, da der jeweilige Film eine sehr persönliche Note trägt. Neben der klassischen Kinodistribution und Festivals sind auch sogenannte Filmmessen und Programmmärkte interessant. Verleiher können dort Verträge abschließen, um die Rechte für internationale Kino- und/oder Fernsehdistributionen zu erwerben. Ein hohes Potential trägt die Online-Distribution in sich. Durch die vereinfachte „Self-Distribution“ (das eigene Hochladen von Filmen) kann kostengünstig und schnell ein Film veröffentlicht werden. Beispielsweise kann ein Film erst im Kino starten und parallel die Internetplattformen verwenden, um interessierten Menschen den Film näher zu bringen bevor zeitversetzt die Dritt- oder sogar Viertauswertung als Video-On-Demand, wie beispielsweise auf der VoD-Plattform FLIMMIT in Österreich, erfolgt.

Die Formen des traditionellen Marketings wie Filmplakate und Flyer haben aktuell nach wie vor Gültigkeit und sind unverzichtbar. Eine besondere Bedeutung kommt auch dem Trailer zu. Einerseits wird er einem potentiellen Kinopublikum bereits im Vorfeld zugänglich gemacht, andererseits bietet er Content für Social-Media-Plattformen für das digitale Marketing. Über 70% der Internet-User weltweit nutzt soziale Medien wie Facebook, Twitter, Instagram, etc. Daraus ergibt sich, dass soziale Netzwerke auch für die Filmvermarktung, insbesondere dem Kino-Dokumentarfilm, von großer Bedeutung sind.

4 Experteninterviews

In den vorliegenden Interviews veranschaulichen erfolgreiche österreichische Filmschaffende worin die Besonderheiten und aktuellen Herausforderungen in der Herstellung eines Kino-Dokumentarfilms liegen. Jede Person ist für sich herausragend und von hohem Stellenwert für die österreichische Filmlandschaft. Aufgrund der Bedeutsamkeit der Personen für den öffentlichen Raum wird auf die Anonymisierung der Experteninterviews verzichtet. Da keine Wertung über die getroffenen Aussagen stattfindet und keine Wertung des Erfolgs vorgenommen wird, werden die ExpertInnen im Folgenden nach alphabetischer Reihenfolge des Nachnamens genannt.

Werner Boote, Mirjam Unger und Erwin Wagenhofer geben anhand ihrer persönlichen Erfahrungen Einblicke wo die aktuellen Herausforderungen in der Produktion eines österreichischen Kino-Dokumentarfilms liegen.

4.1 Auswahl der Methode

Experteninterviews sind eine qualitative Befragungsmethode aus dem Bereich der empirischen Sozialforschung. Experteninterviews werden üblicherweise mit dem Ziel, qualitative Informationen über einen bestimmten Untersuchungsgegenstand zu gewinnen, durchgeführt.

Für die vorliegende Masterthesis wurde die Methode deshalb gewählt, weil die Filmproduktion eines Dokumentarfilms ein sehr individueller Prozess ist, der sich schwer theoretisch greifen lässt. Vor allem lässt sich nur durch Erfahrungsberichte feststellen worin die besonderen Herausforderungen liegen, da die Literatur dazu wenig bis keine Inhalte liefert.

Zur Auswertung wurde entschieden die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring anzuwenden, um aussagekräftige Ergebnisse zu erlangen und den Weg für weitere Forschungen offen zu halten. Die Interviews der vorliegenden

Masterthesis wurden anhand eines Interviewleitfadens erstellt, wobei die jeweilige Fragestellung offengehalten wurde. Vor allem diese offenen, wenig strukturierten Interviews bieten sich für sozialwissenschaftlich-hermeneutische Paraphrasen an. Der Einsatz von mehreren Interpreten und die Phase der kommunikativen Validierung sichern ein abgesichertes und sehr genaues Verständnis des Materials, auch wenn es aufwändig ist. Ein weiterer Vorteil ist, dass die Paraphrasen Ausgangspunkt für weitere Analysen sein können. Konkret wird nach der Methode „Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring“ vorgegangen. (Mayring, 2002, S. 112)

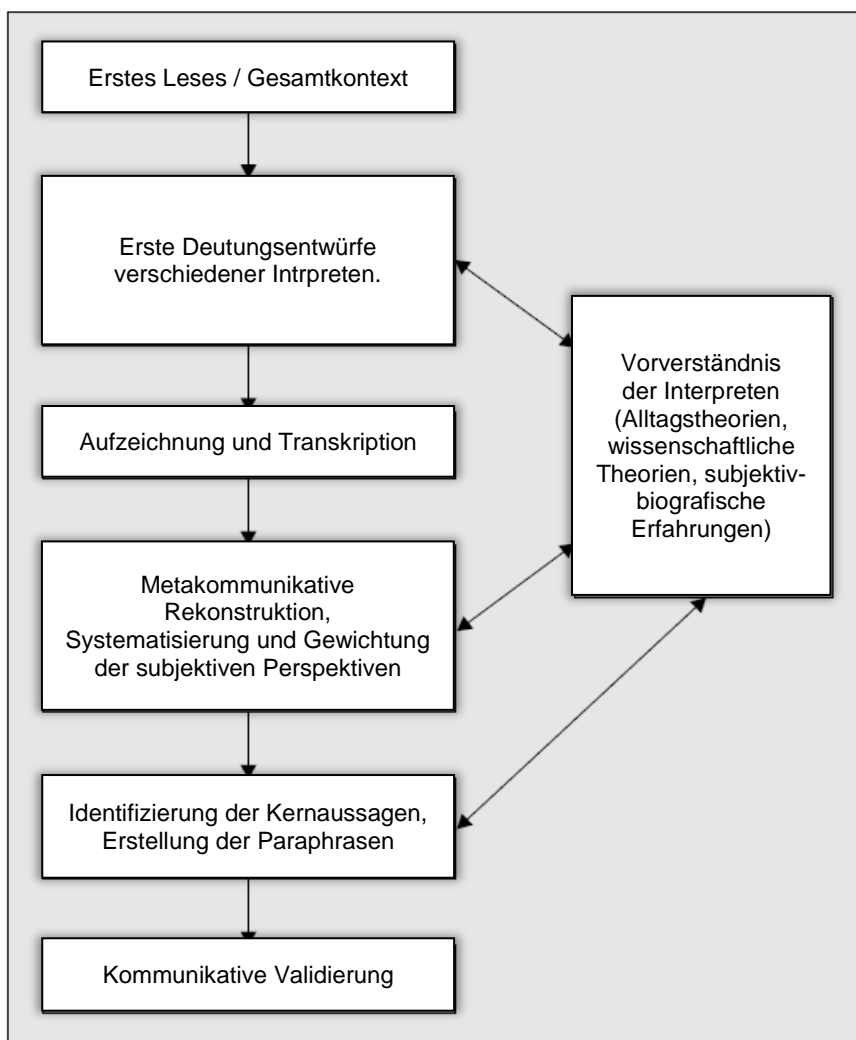


Abbildung 8. Ablauf der sozialwissenschaftlich-hermeneutischen Paraphrase nach Mayring, 2002, S. 112

4.2 Auswahl der Experten und Definition des Expertenbegriffs

Der Begriff des Experten/der Expertin scheint in Bezug auf die ausgewählten InterviewpartnerInnen eher fehl am Platz. Vielmehr müsste von KünstlerInnen-Interviews gesprochen werden. In der Wissenschaft gibt es jedoch keine empirische Forschung anhand von KünstlerInnen-Interviews, weshalb im Sinne der Wissenschaft in der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit der Begriff "ExperteInneninterview" verwendet wird.

Die Auswahl der Experten wurde anhand folgender Fragestellungen getroffen:

1. Trägt die spezifische Erfahrung des Experten/der Expertin dazu bei Aussagen über die Herausforderungen in der Herstellung eines österreichischen Kino-Dokumentarfilms zu erhalten?
2. Hat der Experte/die Expertin einen hohen Stellenwert für die Filmlandschaft in Österreich, insbesondere was den Dokumentarfilm betrifft?
3. Wurden von dem Experten/der Expertin bereits erfolgreich die Herausforderungen in der Herstellung eines Dokumentarfilms gemeistert und wurde der fertige Film/ wurden die fertigen Filme im Kino gezeigt?

4.3 Durchführung

Die Experteninterviews wurden zwischen dem 24. März 2018 und dem 03. Juni 2018 durchgeführt. Der Interviewprozess umfasste insgesamt 3 Gespräche, wovon zwei Interviews persönlich und ein Interview telefonisch stattfanden. Die Dauer der Interviews betrug 40 – 60 Minuten. Unter den Befragten waren 2 Männer und 1 Frau. Für die Experteninterviews wurde ein strukturierter Interviewleitfaden entwickelt, der sämtliche zuvor definierten Produktionsphasen abdeckt. Im Anhang können die einzelnen Interviewfragen nachgelesen werden.

4.4 Auswertung der Experteninterviews

Sämtliche ExpertInneninterviews wurden mit dem Smartphone, der App „Easy Voice Recorder“ und einem Lavalier-Mikrofon aufgezeichnet. Im Anschluss wurden alle Gesprächsprotokolle transkribiert und die Antworten anhand der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring tabellarisch ausgewertet. Im nächsten Schritt wurde das gesammelte Material verdichtet und den einzelnen Kategorien, die den Phasen der Produktion eines Kino-Dokumentarfilms entsprechen, zugeordnet. Anschließend wurde das gesammelte Wissen zu sinnzusammenhängenden und empirischen Ergebnissen zusammengefasst.

4.5 Ergebnisse aus den Experteninterviews

Zu Beginn wird die genaue Fragestellung erläutert. Darauf werden die jeweiligen Antworten beschrieben und in Zusammenhang zueinander gestellt. Vereinzelt werden Original-Zitate wiedergegeben, um die Aussagekraft zu verstärken. Die Auswertung der einzelnen Kategorien basieren auf den in Kapitel 3 erörterten Produktionsphasen von Kino-Dokumentarfilmen, auf die inhaltlich verwiesen wird.

4.5.1 Kategorie I: Themenfindung für Kino-Dokumentarfilme

Um Aussagen über die Themenwahl bzw. Themenfindung zu erhalten wurde gefragt, wann eine Idee nach Meinung des Experten/der Expertin filmreif für einen Kino-Dokumentarfilm ist. Die Erfahrungen ergänzen die erarbeiteten Ergebnisse der Literatur- und Online-Recherche in Kapitel 3.1.

Werner Boote: *„Wenn es eine persönliche, emotionale Lage erreicht, dann ist es meiner Meinung nach der Hinweis dafür, dass es als Kino-Dokumentarfilm tauglich sein kann.“*

Aus Sicht der Befragten weisen Kino-Dokumentarfilme eine starke emotionale Komponente auf. Die Auseinandersetzung mit der eigenen Geschichte bringt darüber hinaus eine persönliche Komponente in ein Thema hinein. Der Kinofilm soll demnach eine persönliche, emotionale Lage erreichen. Eine Idee muss außerdem länger im Kopf des Filmemachers / der Filmemacherin bleiben und emotional berühren. Es ist mehr eine intuitive Angelegenheit ein passendes Thema zu finden.

Mirjam Unger beschreibt dieses Phänomen folgendermaßen:

„Das hat sich so angespürt, dass der Film gemacht werden will. Ja, ich kann es nicht anders ausdrücken.“

Man muss in sich selbst hineinhören, um aus einem Thema etwas herauszuholen. Für eine geeignete Themenwahl spielen die eigene Vergangenheit, die eigene Haltung und die Intuition eine große Rolle. Wenn ein Thema persönlich ist, wenn es emotional wird eignet sich ein Thema es weiter zu verfolgen. Organisieren oder intellektuell lässt sich dieser künstlerische oder schöpferische Moment der Ideenfindung demnach nicht erklären.

Es wird das Phänomen beschrieben, dass viele DokumentarfilmerInnen versucht haben auf den sogenannten „Doku-Boom“ aufzuspringen. Es wurden Themen behandelt, von denen man dachte, dass sie gerade aktuell sind. Viele

dieser Filme sind jedoch gescheitert, weil das Persönliche fehlte. Man muss sich die Mühe machen in sich selbst hinein zu hören.

Erwin Wagenhofer: *„Ich kann nur das machen, was ich machen kann und Sie können nur das machen, was Sie machen können, das hat sehr viel mit unserer Vergangenheit zu tun logischerweise. Und dort sind wir aber am stärksten. Da sind wir am interessantesten.“*

Betont wird mehrmals von den Befragten die Wichtigkeit der Umsetzung eines Themas in Bildern, da der Film ein visuelles Medium ist. Erwin Wagenhofer beschreibt das was als Film entsteht als „Blick“ von jemandem, sodass nicht ein Film „von“ jemanden entsteht, sondern ein Film „durch“ jemanden. Es geht um die Haltung und das Bewusstsein des Filmemachers/der Filmemacherin. Reif ist ein Thema dann, wenn alle Faktoren zusammenspielen. Wenn die Gesellschaft reif dafür ist und der Film weder zu früh, noch zu spät veröffentlicht wird hat er gute Chancen anzukommen. Wenn eine Reaktion der Gesellschaft und der Leute, mit denen man über ein Projekt spricht spürbar ist, dann wird aus einer Idee am ehesten ein Film. Die Reaktionen in der Gesellschaft und ob die Idee auf Resonanz stößt trägt also ebenso viel zu der Themenwahl bei wie die eigenen Gedanken.

Mirjam Unger: *„Also das heißt jetzt nicht, dass es keine Rückschläge gibt, die gibt es immer und da heißt es auch "dranbleiben", aber wenn du ... grundsätzlich spürst, dass sich ein Projekt richtig anfühlt und siehst, das macht was mit der Gesellschaft und mit den Leuten, mit denen du dich austauscht, dann passiert am ehesten ein Film. Aber es ist trotzdem jedes Mal für mich auch eine Überraschung welcher Film was wird und welcher nicht.“*

Ob es letztendlich der richtige Stoff ist, kann jedoch niemand voraussagen. Das ist das eigentliche Geheimnis. Ansonsten wäre jeder Hollywood-Produzent der erfolgreichste, da jeder ein großes Interesse hegt einen möglichst erfolgreichen Film herzustellen.

Die Herausforderung bezogen auf die Themenfindung liegt also nach Aussagen der Interviewpartner darin, dass man bereit ist sich persönlich mit einem Thema auseinander zu setzen, mit seiner Geschichte und seiner Vergangenheit. Gleichzeitig beinhaltet das aber auch Potentiale, die man bei der Themenfindung hat, da jeder Mensch unterschiedlich ist. Auch bei ein und demselben Thema können zwei komplett unterschiedliche Filme entstehen.

4.5.2 Kategorie II: Recherche und Stoffentwicklung

Zur folgenden Kategorie wurde gefragt wie sich die erste Phase der Stoffentwicklung im Dokumentarfilm gestaltet und wie man sich die Recherchearbeit zum ausgewählten Thema vorstellen kann.

Am Anfang der Stoffentwicklung steht meist eine Frage, die der Film aufwirft. Die Auswertung der Interviews ergab, dass das Sammeln von Informationen der erste Schritt bei der Recherche ist, was auch in Kapitel 3.2. angeführt wird. Es werden verschiedene Möglichkeiten genannt wie das Lesen von Fachliteratur, Recherche im Internet, mit Leuten treffen oder relevante Orte aufsuchen. Anhand dieser Informationen wird ein erstes Konzept verfasst. Aus mehrerlei Antworten geht hervor, dass auch auf die Zusammenarbeit mit anderen Menschen zurückgegriffen wird und beispielsweise mit einem Rechercheteam gearbeitet wird. Es kann auf Fachwissen verschiedener Personen zurückgegriffen werden, die entweder aus dem Filmgeschäft oder aus den jeweiligen Spezialgebieten sind.

Je nach Film gestaltet sich der Zugang zur Recherche dabei unterschiedlich. Es kommt ebenso auf das Thema wie auch auf die Situation an wie konkret vorgegangen wird. Die Weiterentwicklung des Drehkonzepts führt dazu, dass sich manchmal Dinge im Verlauf des Prozesses ändern. Manchmal entpuppen sich Annahmen, die man vor der Entstehung des Films hatte, als falsch. Die individuelle Herangehensweise ist sehr unterschiedlich. Von minutiöser Planung bis zur freien Gestaltung ist vieles möglich. Aus den Befragungen geht hervor, dass während des Films eine Entwicklung stattfindet. Nicht nur die des Films, sondern auch eine persönliche Entwicklung.

Werner Boote führt dazu aus: *„Es passiert auch, dass viele Interviewpartner dann nicht mehr wichtig werden, dann auch nicht mehr wichtig sind im Film, ich dafür andere Interviewpartner suche und finde. (...) Bei mir ist es auch so, dass ich versuche mich mit dem Film mit zu entwickeln und dadurch, dass ich jetzt ja auch bei Kinofilmen quasi eine Hauptfigur im Film selbst bin, ist es auch wichtig, dass ich diese Entwicklung nicht nur zeige, sondern dass ich die auch*

selbst mache. Deswegen versuche ich auch immer bei jedem Interview auch weiterzukommen, als ich es eigentlich vorher war.“

Mirjam Unger arbeitet anfänglich mit Interviews. Indem sie Fragen stellt und zuhört. Dadurch, dass sie mit Menschen redet kommt sie einem Thema näher. Stehen die Personen, die im Film vorkommen sollen, erstmal fest, gibt es unterschiedliche Zugänge wie man sich auf Interviews vorbereitet. Entweder mit Vorgespräch oder ohne. Manchmal empfiehlt es sich schon beim ersten Gespräch eine Kamera einzuschalten, weil das spontan Gesagte sehr spannend sein kann. Möchte man ein vertrautes Gespräch, so empfiehlt sich ein Vorgespräch, weil ein anderes Vertrauensverhältnis aufgebaut werden kann.

Da der Film ein optisches Medium ist, muss vor allem überlegt werden wie ein Thema in Bildern umgesetzt werden kann. Ein Ansatz ist es beispielsweise gleich von Beginn an Bilder zu sammeln, um sogenannte „Moods“ (Stimmungsbilder) zu erstellen. Das Erstellen eines Exposé wird hier als hilfreich und unterstützend erlebt, da man gezwungen ist, die Idee zu konkretisieren. Während der Herstellung des Films wird nicht penibel an den Unterlagen festgehalten.

Mirjam Unger: *„(...) ich bin oft sehr überrascht, wenn ich einen Film fertig gemacht habe und dann auch einmal in die alten Unterlagen reinschaue, (...) merke ich da steht eigentlich schon alles drinnen. Also diese Ursprungsideen und diese Ursprungspapiere sind einfach sehr, sehr wichtig jedes Mal komme ich drauf.“*

Die Recherche und Stoffentwicklung geht Erwin Wagenhofer nach dem Prinzip von Albert Einstein „Simple as possible, but not simpler“ an. Für ihn muss ein Film vor allem Fragen stellen. Beantworten müssen es die Menschen können, die den Film sehen. Das wichtigste am Anfang ist also die Fragestellung.

Da nicht wie bei einem Buch zurückgeblättert werden kann, wenn etwas nicht verstanden wurde, ist es sehr wichtig, dass der Film die Zuseher nicht „verliert“. Wenn dies passiert, hat nach Erwin Wagenhofer der Filmmacher/die Filmmacherin etwas falsch gemacht. Ein Film muss daher vor allem emotionalisieren, die Zuseher berühren.

Es gibt Informationen, die leicht herauszufinden und andere Informationen, die schwerer zu ergründen sind. Beispielsweise kann man fragen: „Woher kommt das Essen – Bsp. Croissant?“ Mit dieser Frage kann man zu einem Bäcker gehen und fragen woher er die Zutaten hat. Anschließend geht man dann zu den Stellen, die die Zutaten liefern und fragt woher sie die haben und verfolgt so den Weg immer weiter zum Ursprung Herausfordernd ist es vor allem dann, wenn ein Thema komplexer wird. Damit wird auch die Recherchearbeit komplexer.

Erwin Wagenhofer hat beispielsweise einen ersten Anknüpfungspunkt für seinen Film „Alphabet“ während des letzten Drehtages des vorigen Films „Let's make Money“ entdeckt, womit nicht nur das Thema, sondern auch der erste Anhaltspunkt für eine Recherche gegeben war.

Erwin Wagenhofer: „Wir haben den letzten Drehtag gehabt bei "Let's make Money", (...) in "The City of London" damals 2008 im Sommer. Noch bevor der Film fertig war, hat man auch die Krise schon gespürt (...) in "City of London" - das ist der größte Geldplatz der Welt – (...) da arbeiten 100.000 Leute, 100.000 Menschen, junge Menschen aus aller Herrenländern im Finanzdienstleistungsgewerbe. Alle 100.000 Männer und Frauen haben die besten Universitäten dieser Welt abgeschlossen. Minimum einen Abschluss, meistens in Ökonomie. Sehr oft einen Zweiten noch in Recht, in JUS, da gibt es noch andere. Alle haben studiert. Harvard, Cambridge, St. Gallen, wenn es deutschsprachig ist. Wiener Wirtschaftsuniversität ist die größte im deutschsprachigen Raum mit 14.000 Studenten. Die kommen alle da her. Die Besten der Besten versammeln sich in „City of London“ mit den größten Diplomen. Und was machen die den ganzen Tag? (...) Die Welt in den Abgrund

stürzen. Das war mein Zugang. Das heißt die, die am gebildetsten sind, machen den größten Blödsinn. Die bringen uns um. Das war mein Zugang.“

Was dann den Film ausmacht ist vor allem die innere Haltung des Filmemachers/der Filmemacherin zu den gesammelten Informationen und zum Thema. Das führt auch dazu, dass der Film authentisch wird.

Die Herausforderung in der Recherche liegt darin, dass manche Informationen leichter herauszufinden und andere Informationen schwerer zu ergründen sind. Je komplexer ein Thema ist, desto schwieriger gestaltet sich die Recherche.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist, dass der Film die Zuseher „fesseln“ muss, da nicht wie bei einem Buch zurückgeblättert werden kann, wenn etwas nicht verstanden wurde. Während der Recherche kann man Interviewpartner finden, die später im Film aus verschiedenen Gründen nicht mehr wichtig werden.

Die Potentiale in der Phase der Recherche liegen darin, dass bereits Ursprungsideen sehr konkret im Film vorkommen können. Durch das Internet ergibt sich ein vielfältiges Potential, u.a. Kontaktmöglichkeiten um Personen für Interviews zu kontaktieren. Das Potential in der Gestaltung liegt auch hier wiederum in der Haltung des Filmemachers / der Filmemacherin zu den gesammelten Informationen, welche von Person zu Person sehr unterschiedlich sein können. Selbst, wenn zwei Personen die gleichen Informationen haben, können dementsprechend zwei unterschiedliche Dokumentarfilme entstehen.

4.5.3 Kategorie III: Finanzierung

Um Aussagen zur Finanzierung zu erhalten wurde erfragt welche Anlaufstellen, neben der Filmförderung des ÖFI, noch in Frage kommen, um einen Dokumentarfilm zu finanzieren und ob bei den Dokumentarfilmen des jeweiligen Filmemachers/der jeweiligen Filmemacherin auf die Möglichkeit einer Koproduktion zurückgegriffen wurde, um den Film zu finanzieren.

Mit der Auswertung der Antworten zu dieser Fragestellung wurde die Vorgangsweise für eine Förderung – wie in Kapitel 3.3.1. umrissen – praxisbezogen geschildert. Für die Einreichung einer Filmförderung, unabhängig davon welche Förderstelle, muss ein Drehkonzept geschrieben werden. Für eine Filmfinanzierung zu 100 % ist darüber hinaus ein genauer Finanzierungsplan notwendig. Es muss festgelegt werden wie viel vom jeweiligen Fördergeber kommt, also wie viel Anteil von der jeweiligen Förderstelle benötigt wird. Ein Teil davon muss durch Eigenmittel finanziert werden. Wobei diese Eigenmittel auch durch Sponsoring etc. abgedeckt werden können. Erst wenn diese Finanzierung vertraglich beschlossen ist, wird mit den Dreharbeiten begonnen.

Dabei ist zu beachten, dass einige Fördergelder daran geknüpft sind, dass an dem Ort gedreht wird, wo ausgezahlt wird, damit das Geld in der Region bleibt.

Werner Boote: *„Also ich schreibe ein Drehkonzept, das ist ein hübsches Textwerk, (...), was der Film inhaltlich hergeben soll. Wie er dramaturgisch aufgebaut ist.“*

Werner Boote entwickelt dieses Drehkonzept weiter in Form einer Szenenerarbeitung, wo teilweise auch Dialoge angeführt sind - mit dem Vermerk was diese Personen bereits in der Vergangenheit ausgesagt haben in Zeitungs- oder Fernsehinterviews. Außerdem empfiehlt es sich eine Absichtserklärung eines Weltvertriebs beizulegen, die aussagt, dass der Film nach Fertigstellung auch ins Kino kommt.

Die Kosten können durch die Kombination mehrerer Förderstellen abgedeckt werden. Eine besondere Herausforderung bei der Finanzierung stellt die harte Konkurrenz dar, unter denen man Förderungen beantragt.

Mirjam Unger: *„Es waren rein österreichische Produktionen. Also wir haben das Budget so gehabt, dass wir gesagt haben, okay, das können wir hier abdecken.“*

Mirjam Unger empfiehlt gerade jungen FilmemacherInnen ein Startstipendium beim Bundeskanzleramt zu beantragen. Sie war selbst dort als Jurymitglied tätig und weiß, dass auch Filme gefördert werden, die nicht sofort auf einen kommerziellen Erfolg abzielen, worunter Dokumentarfilmen fallen. Gefördert werden Personen unter 35 Jahren für die Dauer von 6 Monaten mit einem Förderbetrag in Höhe von 1.300 € monatlich.

Erwin Wagenhofer spricht einen besonderen Aspekt der Finanzierung an in dem er erläutert warum die Produktion eines Kino-Dokumentarfilms günstiger ist als ein Spielfilm. Der Dokumentarfilm unterscheidet sich vom Spielfilm unter anderem wesentlich, wenn es um das Geld geht. Wenn beispielsweise ein Bauer sich selbst spielt, bekommt er in der Regel kein Geld, sondern muss dafür begeistert werden, dass er mitmacht bei einem Filmprojekt. Hingegen, wenn ein Schauspieler einen Bauer spielt, ist natürlich seine Begeisterung wichtig, aber er bekommt auch viel Geld dafür. Das teuerste beim Spielfilm sind die Personalkosten – neben den Darstellern müssen auch Requisite, Kostüm, Maske etc. bezahlt werden. Das erklärt warum Dokumentarfilme um ein Vielfaches günstiger sind.

In einer Koproduktion sieht Erwin Wagenhofer nicht unbedingt finanzielle Vorteile, sondern eher Vorteile in Urheberrechtsfragen, da dieses in Österreich für Filmemacher schlechter ist als in anderen Ländern. Das Urheberrecht kommt aus einer Zeit, wo es noch keine Filmförderung gegeben hat. Die ersten Filmproduzenten waren reiche Unternehmer bzw. Industrielle, die sich Filme geleistet haben. Diese haben dafür jemanden beauftragt und haben praktisch

demjenigen Geld gegeben. Natürlich hat der fertige Film ihnen gehört. In der Zwischenzeit, seit 1980 gibt es Filmförderungsgesetze, wo das Geld immer aus Steuermitteln kommt. Derjenige der das Geld eines Filmes verwerten darf ist aber nach wie vor Produzent, was dazu führt, dass so getan wird, als ob das Geld von ihm/ihr kommen würde.

Heutzutage geht es für einen Produzenten aber hauptsächlich darum, den Film in die Welt hinaus zu tragen. Da er einen deutschen Produzenten gefunden hat, den er für sehr gut hält und der sehr gut vernetzt ist entstand eine Koproduktion.

Erwin Wagenhofer: „Bei einem Produzent oder einer Produzentin sind zwei Sachen wirklich wichtig: Er muss das Gespür haben den Film finanzieren zu können. (...) Und der muss die Connections haben zu den Verleihern, zu den Weltvertrieben, zu den Festivals.“

Die Herausforderungen in der Finanzierung liegen aus Sicht der Experten in der harten Konkurrenz bei Fördereinreichungen. Weiters ist es eine Herausforderung den richtigen Produzenten / die richtige Produzentin auszuwählen.

Als Potential in der Produktion kann definiert werden, dass durch eine Kombination von mehreren Förderstellen auch rein österreichische Filme möglich sind. Hat man eine Zusage von einer Förderstelle erhalten ist die Chance für Zusagen von anderen Förderstellen höher.

4.5.4 Kategorie IV: Dreharbeiten

Für die Erarbeitung der Herausforderungen und Potentiale während der Dreharbeiten wurden die Interviewpartner und die Interviewpartnerin gefragt, ob eine Art Drehbuch bzw. ein Drehplan für die Filme verwendet wurde und was die Besonderheiten bei den Dreharbeiten eines Dokumentarfilms sind. Darüber hinaus wurde nachgefragt ob besondere Herausforderungen im Unterschied zum klassischen Spielfilm bekannt sind.

Im Spielfilm hat man eine stärker kontrollierte Situation, die extra hergestellt wurde, was beim Dokumentarfilm nicht der Fall ist. Die Besonderheiten bzw. Herausforderungen, die in Kapitel 3.4.2. beschrieben wurden, werden durch praxisbezogene Beispiele von den InterviewpartnerInnen unterstrichen. Ist beispielsweise Lärm im Hintergrund, kann unterbrochen werden, bis der Lärm vorüber ist. Beim dokumentarischen Drehen ist das nicht möglich, weil ein Interview nicht einfach unterbrochen werden kann ohne das Gesagte oder die gerade geherrschte Stimmung zu verlieren.

Gemeinhin sahen die Befragten eine Herausforderung während den Dreharbeiten in den Interviews, welche in Kapitel 3.4.3. erläutert wurden. Es gilt immer mehr zu hören, als gesagt wurde. Etwas, das speziell für diesen Film passt. Andererseits kann es auch passieren, dass plötzlich Interviewpartner nicht mehr wichtig sind, dafür aber andere Interviewpartner gefunden werden. Manchmal erweist sich ein vermeintlicher Experte auch als „unbrauchbar“, weil er nicht authentisch ist, weil er vorgibt jemand zu sein, der er nicht ist, was ein Kino-Publikum sofort merken würde.

Michael Moore und vor allem auch die österreichischen FilmemacherInnen haben einen regelrechten Dokumentarfilm-Boom ausgelöst. Die Produktionsmittel zur Filmerzeugung haben sich in den vergangenen Jahren um ein Vielfaches vereinfacht. Mittlerweile kann man einen Kinofilm mit einem iPhone drehen. Das Problem, das Erwin Wagenhofer hier sieht ist, dass immer mehr Leute skeptisch sind aufgrund der „neuen“ Art des Dokumentarfilms. Viele Laien haben begonnen Dokumentarfilme zu diversen, teils irrelevanten

Themen zu machen. Nicht unbedingt fürs Kino oder fürs Fernsehen, aber für das Internet. Allen voran YouTube. Für Leute, die als Interviewpartner angefragt werden fällt die Unterscheidung zwischen seriösem und laienhaftem Dokumentarfilm zunehmend schwerer. Personen, die früher bereitwillig einem Interview zugestimmt haben, sagen daher häufiger ab als früher.

Bei Werner Boote ist es vorgekommen, dass der Film sich während der Dreharbeiten aufgrund neuer Erkenntnisse vor Ort komplett verändert hat, was eine neue Herausforderung für die restlichen Dreharbeiten darstellte.

Die Herausforderung erlebt er aber nicht nur innerhalb der Entwicklungen des Films, sondern auch in Form seiner persönlichen Entwicklung. Da er selbst als Protagonist in seinen Filmen auftritt und dadurch seine Entwicklungsphasen zeigt, ist es notwendig, dass er sich selbst stets hinterfragen muss, sich zum Teil auch lustig über sich selbst machen muss. Dadurch entsteht ein hoher Anspruch an sich selbst sich ständig weiterzuentwickeln, zu reflektieren und die Erkenntnisse dann festzuhalten, parallel dazu aber keinen Aspekt eines komplexen Themas zu übersehen.

Die Herstellung eines Dokumentarfilms wird von Werner Boote auf drei Ebenen erlebt: *„Was ich auch sehr interessant finde ist, dass ich festgestellt habe, dass ich bei der Erarbeitung eines Dokumentarfilmes den Film mit all seinen Emotionen und Ängsten und Schwierigkeiten drei Mal durchlebe. Das erste Mal beim Drehkonzeptschreiben. Da schreibe ich es auf, dann stelle ich mir selbst die Fragen und setze mich diesen Fragen und Ängsten und Problemen einmal aus(einander?). Dann kommt die Herstellung und ich durchlebe den Film ein zweites Mal. (...) Allerdings insofern tiefer, weil ich ja (...) vor Ort bin mit den Personen direkt (...) rede bzw. direkt auf Schauplätzen stehe, die genau das ausdrücken, die mich genauso (...) emotional berühren oder packen, weil ich (...) auch als Person selbst noch im Film bin. (...) dann schneide ich den ganzen Film, das ist natürlich durcheinander geworfen usw. und durchlebe jede Situation wieder und sehe wie ich mich in dem verhalten, was da für Standpunkte, was für Emotionen aufkommen usw. (...) bis der Film fertig ist und das ist die dritte Phase - diesen Film durchleben (...)“*

Auch von Mirjam Unger wird die Herstellung des Films in drei Phasen erlebt. Das Schreiben des Konzepts für die Förderstellen /Geldgeber ist eine erste Konkretisierung des Films. Vor allem geht es dabei auch um die Kommunikation nach außen, welcher Film gemacht wird. Beim Dreh selbst lässt sie dieses Konzept aber los und stellt sich auf die Gegebenheiten vor Ort ein. Während dem Dreh ist ihr vor allem wichtig die Realität möglichst so einzufangen wie sie ist, ohne zu viel gestalterisch einzugreifen. Herausfordernd ist das vor allem für das Team, insbesondere für die Kamera und den Ton, da es anstrengend ist lange laufen zu lassen und zu angeln. Am Ende der Dreharbeiten wird dann am Schneidetisch nur das Filmmaterial rausgenommen, welches letztendlich benötigt wird und es entsteht ein fertiger Film.

Im direkten Vergleich zum Spielfilm sieht Mirjam Unger die Besonderheiten bei der Herstellung eines Kino-Dokumentarfilms darin, dass kleiner gearbeitet wird und man selbst zu verschiedenen Leuten unterwegs ist, was sie selbst als positiv erlebt.

Mirjam Unger: *„Und das ist halt super, du spürst wieder die Straße und niemand holt dich ab oder hat ein Catering für dich vorbereitet, (...), sondern zu dritt in einem Auto fährst du zu der Adresse, schaust was dir begegnet. Du hast das Licht, das grad ist. Du kannst nicht groß Scheinwerfer aufstellen, du musst dir dein Essen selber besorgen.“*

Ein weiterer Gegensatz zum Spielfilm wird durch Erwin Wagenhofer angesprochen. Man weiß nicht minutiös was wann und wie gedreht wird. Beispielsweise ist beim Spielfilm klar, wie die Farbe des Vorhangs zu sein hat und im Idealfall hängt er bevor mit dem Dreh begonnen wird. Bei Dokumentarfilmen weiß man diese Details alle nicht. Man weiß zwar ungefähr Ort und Dauer- aber es sind keine Details bekannt. Es geht dann um den Moment während die Kamera läuft. Der Dokumentarfilm konzentriert sich auf die Menschen vor der Kamera so wie sie sind, auf die Stimmung, die herrscht,

die Zusammenarbeit im Team und die Atmosphäre die letztendlich der Film dadurch erzeugt. Die Bedeutsamkeit der Atmosphäre wurde von zwei Befragten angesprochen und als sehr wichtig definiert.

Einen weiteren Zugang zur Kategorie „Dreharbeiten“ wirft Erwin Wagenhofer auf: *„Wie komme ich in eine Situation, die es wert ist, eine Kamera einzuschalten? Dafür sind vier Parameter wichtig: „Der richtige Ort, zum richtigen Zeitpunkt, die richtige Person, die das Richtige sagt.“*

Es gibt, aufgrund der langen vorangegangenen Recherche, sehr konkrete Ideen wie etwas auszusehen hat. Die Auswahl der Personen ist nicht beliebig, sondern sehr genau geplant. Es geht darum, dass die Person jemand sein muss, der oder die etwas so vermitteln kann, dass es dem Film zuträglich ist. Dabei kommt manchmal viel mehr als erwartet, manchmal kommt aber auch viel weniger.

Als Beispiel führt er eine Situation angelehnt an „We feed the World“ an:

„Wenn ich zu einem Bauern sage: "Du weißt du was? Ich will mit dir drehen, weil mich interessiert das, wie du das mit den Hähnchen machst, aber wir drehen das Ganze in einem Helikopter. (...)" Das wird überhaupt nicht funktionieren. Der wird sagen: "Ich sitze nie in einem Helikopter." Oder wenn ich zu einem Firmenchef das Gegenteil sage: "Sie müssen jetzt auf einem Traktor sitzen. Und sie müssen mir da über das Feld fahren, (...), weil da kommt ja das ganze Zeug her und dann müssen Sie reden." Der wird nicht fähig sein. (...) Also: Wie komme ich in eine Situation, dass die Menschen wirklich das sein können, wer sie sind? (...) Wie kommt der Moment wo Resonanz entsteht? (...) Wo der Protagonist die "Kamera vergisst."

Als Besonderheit bzw. Herausforderung wird auch angesprochen, dass enorme Kräfte auftreten können, wenn man etwas sehr Brisantes aufgreift. Erwin Wagenhofer berichtet beispielsweise, dass die Firma „Nestlé“ versucht hat alles Mögliche zu unternehmen, um die Veröffentlichung des Films „We feed the World“ zu verhindern. Das gedrehte Material muss also auch rechtlich abgesichert werden. Als Herausforderung sieht er auch das aktuell in Kraft

getretene Datenschutzgesetz an. Es darf künftig auch im Hintergrund niemand mehr ohne Zustimmung gefilmt werden. In Zukunft können Firmen so auch versuchen den Film zu verhindern, indem sie Personen ausfindig machen, die einer Filmaufnahme nicht zugestimmt haben und mit den Anwälten der Firmen gegen den Film vorgehen können. Das führt dazu, dass nur mehr ganz spezielle Perspektiven eingenommen werden können. Die Bildsprache wird dadurch verändert.

Als Herausforderungen wurden mehrere Aspekte während der Dreharbeiten definiert. Man weiß nicht minutiös was wann und wie gedreht wird. Herausfordernd ist das vor allem für das Team, insbesondere für die Kamera und den Ton, da es körperlich sehr anstrengend sein kann.

Von allen Angesprochenen wurde die Auswahl der InterviewpartnerInnen bzw. wie eine ausgewählte Person tatsächlich vor Ort vor der Kamera agiert ebenso als herausfordernd beschrieben. Dies ist vor allem dann herausfordernd, wenn sich herausstellt, dass eine Person sich anders verhält als erwartet oder aufgrund neuer Erkenntnisse unwichtig wird.

Hinzu kommt, dass aufgrund vereinfachter Produktionstechniken und leichter Distribution im Internet viele Laien Dokumentarfilme machen. Für Personen, die als Interviewpartner angefragt werden fällt die Unterscheidung zwischen seriösem und laienhaftem Dokumentarfilm zunehmend schwerer. Die Bereitschaft einem Interview für einen Film zuzustimmen hat deshalb abgenommen.

Neue Erkenntnisse beim Dreh können auch dazu führen, dass sich der Film verändert. Wenn sehr brisante Themen aufgegriffen werden, kann eine zusätzliche Komplikation sein, dass Personen oder Unternehmen versuchen wollen einen Film komplett zu verhindern. Zusätzlich erschwert wird dies durch das neue Datenschutzgesetz.

4.5.5 Kategorie V: Postproduktion

In dieser Kategorie wurde die Fragestellung sehr offengehalten, indem nachgefragt wurde, wie sich die jeweilige Postproduktion bei den bereits umgesetzten Kino-Dokumentarfilm gestaltet hat. Worin die Phase der Postproduktion besteht wurde bereits in Kapitel 3.5. auf Seite 32 erörtert.

Die Arbeit im Schneiderraum wird von den Interviewpartnern und der Interviewpartnerin als zeit- und arbeitsintensiv beschrieben. Der Prozess dauert über mehrere Wochen, Monate oder manchmal auch Jahre an. Die Zeit- und Arbeitsintensivität, die aus der Literaturrecherche in Kapitel 3.5. hervorgeht, wird somit bekräftigt. Es wird tief im Material „gebohrt“. Es ist sehr wichtig das Thema in Bezug zu den ersten eigenen Gedanken und Gefühlen zu stellen. Die Phase des Schnitts wird auch als sehr emotional erlebt, da der ganze Film sozusagen noch einmal durchlebt wird.

Was Werner Boote hier als schön bzw. befreiend bezeichnet ist, dass er sein Filme nur noch besser machen kann.

Werner Boote: „(...) Einerseits ist es schön, also ich liebe den Schnitt, ja die Phase des Schnitts, weil sie auch so befreiend ist. Weil ich nur mehr Sachen besser machen kann. (...) Beim Dreh hab ich immer Angst, dass ich etwas nicht drehe was wichtig wäre oder etwas nicht so gelingt beim Drehen und beim Schnitt kann ich nur noch ausbessern und das Beste rausnehmen. Bei "The Green Lie" hatte wir 120 Stunden Drehmaterial und haben das dann runtergebrochen auf 90 Minuten.“ Der Schnitt dauerte in dem Fall eineinhalb Jahre lang. “

Er ist selbst während des gesamten Schnitts inklusive Colour Grading bis zur letzten Sekunde mit dem Film beschäftigt. Dabei hat er Unterstützung von zwei Cuttern.

Mirjam Unger arbeitet mit Cutterinnen und ist fast über die gesamte Dauer des Schnitts anwesend. Die Phase wird als langwieriger, intensiver Prozess beschrieben: „(...) und verbringe dann ganz, ganz viel Zeit mit der Cutterin

gemeinsam im Schneiderraum und das ist dann wirklich ein „verbündet sein“; wurscht was draußen ist. Gemeinsam im dunklen Kämmerchen - stundenlang. Und nichts ist wichtiger als der Schnitt zwischen zwei Einstellungen.“ Ist diese Phase vorangeschritten holt Mirjam Unger Feedback ein unter anderem mithilfe von Feedbackbögen. Vor dem sogenannten „Picture Lock“³ ist es wichtig den ganzen Film noch im Kino anzusehen, um die Wirkung auf der großen Leinwand sehen zu können. Danach geht es in die Tonbearbeitung. Da Mirjam Unger ursprünglich vom Radio kommt und ein sehr akustischer Mensch ist, ist ihr diese Phase besonders wichtig. Beim Dokumentarfilm ist der Ton oft eine Herausforderung, weil die Umgebung nicht so kontrolliert ist wie beim Spielfilm.

Erwin Wagenhofer schneidet seine Filme selbst. Unterstützung hat er hierbei von einem Assistenten und einer Cutterin. Aktuell arbeitet er mit einer 80jährigen DDR-Cutterin zusammen. *„Die ist super. Die schneidet gar nicht. Ich schneide, sie sitzt neben mir und sie sagt mir nur ob das passt oder nicht, ob es ihr auch gefällt. Oder wo man was verändern soll und wenn dann was. Und ich mache es dann handwerklich, also am Computer in der Zwischenzeit. Früher hat man das ja alles mit Filmen anders gemacht. Mechanisch. Und wenn ich diesen Schnittprozess nicht selbst im Griff hab, dann wird es ein Film der mit mir relativ wenig zu tun hat. (...) Das ist das Entscheidende.“* (Erwin Wagenhofer)

Als herausfordernd kann die Intensivität der Arbeit und vor allem der Arbeitszeit, die für den Schnitt gebraucht wird, definiert werden. Weiters besteht eine besondere Herausforderung in der Audionachbearbeitung, weil der Ton nicht so kontrolliert aufgezeichnet werden kann wie es beim Spielfilmen der Fall ist. Die Phase der Postproduktion wird als befreiender Prozess mit viel Potential in der Gestaltung des fertigen Films beschrieben, da aus dem ganzen Material nur nach dem Besten gesucht wird.

³ „Picture Lock“ bedeutet, dass der Bildschnitt bildfeldgenau feststeht und nicht mehr geändert wird. Der Film kann in die nächste Phase der Postproduktion (Ton/Sound Design)

4.5.6 Kategorie VI: Distribution

Um aussagekräftige Antworten zum Thema Distribution zu erhalten wurde nachgefragt ab wann feststeht, dass der Dokumentarfilm tatsächlich ins Kino kommt und wie sich der Vertrieb des fertigen Films gestaltet.

Wie in Kapitel 3.6.1. auf Seite 25 angeführt, wird die Möglichkeit eines „letter of intent“ von einem Kinoverleih zu erhalten beschrieben. Umso bekannter ein Filmmacher/eine Filmmacherin ist, desto leichter ist diesen „letter of intent“ zu bekommen.

Ergänzend zu den Kapiteln 3.6.4. und 3.6.5. wird die Praxis des Marketings beschrieben. Ca. ein halbes Jahr bevor der Film ins Kino kommt, wird ein Marketingplan aufgebaut. Erst werden wohl überlegte Fotos ausgewählt und veröffentlicht, sowie die Synopsis verraten. Währenddessen wird der Trailer gemacht, verschiedene Materialien wie z.B. Schulmaterialien vorbereitet, eine eigene Facebook-Seite erstellt etc.

Aus seiner Erfahrung berichtet Werner Boote, dass es am Anfang sehr schwierig ist, wenn man mit einem Dokumentarfilm ins Kino möchte. Man kann noch so eine gute Idee haben, man muss von sich aus Vielen hinterherrennen. Hat man dann aber Erfolg gehabt, dann laufen umgekehrt Leute hinter einem selbst her. Die Frage, die man sich dann stellen muss ist, wen man dann als Verleih auswählt, wer sich am besten einsetzt und wer ein gutes Standing hat.

Der Prozess von der ersten Idee bis zur Veröffentlichung des fertigen Films kann Jahre, oder sogar Jahrzehnte in Anspruch nehmen. Es fließt viel Energie und Lebenszeit in einen Kino-Dokumentarfilm.

Werner Boote: *„Also bei "The Green Lie" hatte ich die erste Idee 2010 zu dem Film. 2011, also am 24.01.2011 hatte ich mein erstes Meeting für diesen Film, mein erstes Recherchegespräch bei Fairtrade. (...) die letzten zweieinhalb Jahre/drei Jahre war ich fast pausenlos nur mit dem Film beschäftigt und dann ist es schon schön, wenn hinten nach der Film nicht nur in der Schublade*

landet, sondern schon mehrere Menschen erreicht. Also weil ich ja einen Film dafür mache, dass die Leute ihn anschauen.“

Man kann hin und wieder, Bilder von den Dreharbeiten auf Social-Media-Kanälen posten, wobei das aber sehr gut überlegt sein sollte. Vorsicht ist geboten, weil es darum geht das Interesse zu wecken, ohne dabei zu viel preis zu geben. Werner Boote vereinbart mit seinem ganzen Team, dass nichts nach außen dringt, was nicht genau kontrolliert worden ist. Generell gilt Verschwiegenheit und Diskretion während ein Film entsteht. Vor allem eindrucksvolle Bilder werden zurückgehalten. Einerseits sollen Konzerne nicht sehen, was bereits gedreht wurde, andererseits soll vieles natürlich dem Film vorbehalten sein. Beim Film „The Green Lie“ von Werner Boote beispielsweise ist noch vor der Veröffentlichung des Films eine große Handelskette durch das Marketing aufmerksam geworden. Diese wollten den Film im Vorfeld sehen, um ein Marketingkonzept für ihre Bio-Marke bezüglich Palmöl entwickeln zu können.

Festivals können sich als große Unterstützung erweisen. Beispielsweise wurde der Film „The Green Lie“ bei der Berlinale angenommen und für den Dokumentarfilmpreis nominiert. Das hat dazu geführt, dass auch andere Festivals den Film spielten und Kinoverleiher aus verschiedenen Ländern aufmerksam wurden.

Bei den Filmen von Mirjam Unger „Vienna’s Lost Daughters“ und „Oh Yeah, She Performs!“ war für die Veröffentlichung im Kino ausschlaggebend, dass Festivals den Film gezeigt haben. Dadurch, dass der Film „Vienna’s Lost Daughters“ auch den Publikumspreis bei der Diagonale gewann, berichtete auch die Presse vermehrt über den Film. Im Hintergrund waren es vor allem auch die ProduzentInnen, die sich um die Kino-Distribution bemüht haben.

Die Vermarktung der Filme wurde früh begonnen, um eine Fanbase aufzubauen. Beispielsweise kann schon ein erstes Posting gemacht werden, wenn die Finanzierung zugesagt wurde, um ein Publikum aufmerksam zu machen.

Von allen Befragten wird hervorgehoben, dass der Trailer besonders wichtig ist. Entscheidend ist auch zu welchem Zeitpunkt es einen Trailer gibt. Zudem entscheidend ist, dass er schon einem Kino-Publikum gezeigt wird. Im Kino sehen den Trailer Leute, die sich nach wie vor für den Raum „Kino“ interessieren, weil es etwas Spezielles kann, ein besonderes Erlebnis bietet. Der Trailer wird in der Regel nicht selbst angefertigt, weil jemand von außen nochmal einen ganz anderen Blick auf den Film hat.

Wenn ein Film fertig ist, arbeitet Mirjam Unger mit einem Pressebetreuer/einer Pressebetreuerin zusammen. Zusätzlich können ganz kurze Teaser erstellt werden, die dann wöchentlich online veröffentlicht werden und ebnet so den Weg, dass sich der Inhalt viral verbreiten kann. Neben dem Online-Auftritt spielt vor allem auch die Aufmerksamkeit der Presse eine sehr wichtige Rolle und idealerweise berichten Radio und Fernsehen von dem neuen Film. Die Vermarktung erfordert nochmals sehr viel Energie und Einsatz des Filmemachers / der Filmemacherin.

Zum Thema Verkartung und Vertrieb holt Mirjam Unger ihre Motivation daraus, dass sie durch ihren Film vor allem mit Menschen in Kontakt kommen will.

Mirjam Unger: *„Wie kann ich kommunizieren mit einem Film - mit dem Medium - mit dem ich arbeite? Wie kann ich mit Menschen in Kontakt kommen? Wie kann ich im Publikum etwas bewegen? Wie kann ich was verändern? Wie kann ich einen Diskurs entfachen? Das sind die Fragen, die mich interessieren.“*

Bei den Dokumentarfilmen von Erwin Wagenhofer kamen auch Screenings zum Einsatz. Sogenannte „Opinionleaders“ werden eingeladen, um sich den Film vor der Veröffentlichung anzusehen. Diese aktivieren ihr Umfeld, so dass beim Kinostart wirklich alles auf den Punkt gebracht ist.

Hat man bereits große Erfolge mit Kino-Dokumentarfilmen gehabt, kann man das Marketing auch darauf aufbauen und einen ersten Newsletter verschicken. Ein sehr heikler Punkt ist, zu welchem Zeitpunkt ein „Zweiminüter“

veröffentlicht wird. Es geht auch hier um den richtigen Moment. Nicht zu früh, weil es da noch niemanden interessiert, aber auch nicht zu spät. Auch bei erfolgreichen Filmen ist nochmal ein intensiver Einsatz notwendig.

Erwin Wagenhofer: „(...) *ich betreue meine Filme ja lange nach. Bei "Alphabet" habe ich 200 Veranstaltungen gehabt in ganz Europa. Wo ich dabei war. (...) da waren die Wenigsten davon in Wien.*“

In der Kategorie Distribution hat sich als Herausforderung herausgestellt, dass es am Anfang sehr schwierig ist mit einem Dokumentarfilm ins Kino zu kommen. Erst nachdem sich größere Erfolge eingestellt haben wird dies leichter möglich. Die Vermarktung erfordert nochmals sehr viel Energie und Einsatz, auch nach Veröffentlichung des Films. Gleichzeitig wird diese Phase aber zum Teil als sehr schön erlebt und beschrieben.

Das Potential, welches das Internet bietet, wird sehr vielfältig dargestellt, man kann schon sehr früh damit beginnen eine Fanbase aufzubauen und Leute auf ein Filmprojekt aufmerksam machen. Allerdings ist hier Vorsicht geboten, vor allem wenn man heikle Themen aufgreift. Diese könnten den weiteren Dreh gefährden.

4.5.7 Exkurs-Frage: „Wie erreicht man sein Publikum am besten?“

Da der Erfolg von Kino-Filmen anhand von Besucherzahlen gemessen wird wurde der Erhebung von Herausforderungen und Potentiale in den einzelnen Produktionsphasen eine Exkurs-Frage hinzugefügt. Es wurde nach der persönlichen Erfahrung gefragt, wie ein Publikum letztendlich am besten erreicht werden kann.

Auffallend war, dass sehr schnell von allen Befragten der Respekt vor dem Publikum angesprochen wurde, dass man dieses ernst nimmt und sich ihm gegenüber öffnet.

Werner Boote geht Fragen nach, die er sich als Bürger selbst stellt, von denen er annimmt, dass auch andere sich diese Fragen stellen. Dabei ist ihm wichtig, dass nicht bestimmte Gruppen an potentiellen KinobersuchInnen als Zuseher rausfallen. Ob ein Film letztendlich erfolgreich wird, hängt für ihn aber vor allem auch vom Thema und letzten Endes auch vom richtigen Zeitpunkt ab.

Als Beispiel wird hier ein Erlebnis rund um „Plastic Planet“ angeführt:

"Plastic Planet" z.B. war in Amerika erfolgreich, in Österreich erfolgreich, in Deutschland auch erfolgreich und in Frankreich ist er gefloppt. Warum? Wir hatten in Frankreich den Kinostart geplant und zwar im April muss das gewesen sein. Und wir hatten Zusagen von allen wichtigen TV-Sendern. Ich war eingeladen in die Hauptnachrichten. (...) Und dann passierte es: Fukushima, atomnukleare Katastrophe. Genau zehn Tage bevor wir im Kino gestartet sind. Und im Sekundentakt haben sich die Fernsehsender und Zeitungen gemeldet und haben gesagt: Sorry, aber wir haben jetzt anderes zu tun. (...) Die Welt war in nuklearer Angst und ich bin angekommen mit: Hallo, Plastik ist gefährlich! Das war einfach komplett der falsche Zeitpunkt."

Die Dauer einen Kino-Dokumentarfilm herzustellen beträgt oft mehrere Jahre. Niemand kann vorhersehen was in fünf oder in drei Jahren gerade für eine Stimmung ist und ob das gewählte Thema zum Zeitpunkt der Veröffentlichung ankommt.

Alle FilmemacherInnen begleiten ihre Filme lange über die Fertigstellung hinaus. Sie sind bei Premieren anwesend, sind bei Publikumsgesprächen dabei und begleiten ihre Filme beispielsweise auch bei Schulvorstellungen. Um mit einem Film anzukommen wird auch der persönliche Bezug zum Film angesprochen. Letztendlich ist das der Punkt an dem Leute feststellen, dass es der Filmemacher/die Filmemacherin ernst meint. Nicht nur, dass der Film dadurch authentisch wird, sondern auch weil man eine gewisse Verantwortung trägt.

Mirjam Unger: *„In Österreich musst du dich wirklich persönlich auch einbringen, damit du wirklich eine gewisse Reichweite hast und ich finde das entspricht dann auch der Verantwortung, dass du mit viel Steuergeld arbeitest. Also für mich ist es zumindest so.“*

Der Film soll die Leute inspirieren und dafür ist ein persönlicher Einsatz notwendig, auch nach Fertigstellung. Es ist nicht so zu verstehen, dass die Arbeit endet sobald ein Film abgedreht ist.

Erwin Wagenhofer sieht das Publikum als Teil des Films und seine Arbeit nur als erste Hälfte an. Die zweite Hälfte spielt sich im Kopf des Publikums ab. Wenn ein Film wirklich gelungen ist, dann passiert seiner Erfahrung nach ein interessantes Phänomen: Es erscheint das erste Bild auf der Leinwand, dann kommt der erste Schnitt, es erscheint das zweite Bild. Und wenn ein Film richtig gemacht wurde, erscheint im Kopf – im "Minds-Eye" – der Zuseherin/des Zusehers ein drittes Bild, welches im Ersten und im Zweiten nicht vorgekommen ist und im Film gar nicht drin ist. Hier beginnt die Fantasie des Publikums zu wirken.

Erwin Wagenhofer: „Es geht darum das Publikum zu inspirieren und mit einer „schöpferischen“ Energie berühren. Es geht darum, dass die ZuseherInnen einen Gedanken mit nach Hause nehmen, den sie vorher nicht hatten. Nicht im Sinne von aufdrücken, sondern im Sinne von dazu inspirieren. Erwin Wagenhofer vergleicht es mit einem Dialog: „Ich sage etwas, dann reagieren Sie darauf. Das inspiriert mich wieder etwas anderes zu sagen. Dann geht das hin und her und am Schluss haben wir mehr gehabt, als wir vorher hatten.“

4.6 Zwischenfazit

Anhand der qualitativen Auswertung der ExpertInneninterviews konnten im Ergebnis mehrere Herausforderungen und Potentiale des österreichischen Kino-Dokumentarfilms herausgearbeitet werden. In vielen Punkten gab es Übereinstimmungen in den Antworten, in anderen Fragen wiederum gab es sehr individuelle Zugänge. Insgesamt wird an dieser Stelle angemerkt, dass die Bereitschaft der ausgewählten Interviewpartner sehr hoch war Auskunft zu erteilen und die Fragen äußerst ausführlich beantwortet wurden. Dies führte dazu, dass die Ergebnisse dem qualitativen Forschungsanspruch gerecht wurden.

Als deutlich erweist sich, dass eine Herausforderung darin liegt, dass man bereit sein muss, sich persönlich mit einem Thema auseinander zu setzen, um dem Film eine emotionale Komponente zu verleihen. In der Phase der Recherche kann es schwieriger sein manche Informationen zu bekommen als andere, vor allem bei komplexen Themen. Als weitere Herausforderung, die bei der Herstellung eines Kino-Dokumentarfilms besteht ist, dass der Film die Zuseher trotz vieler Informationen „fesseln“ muss, da nicht wie bei einem Buch zurückgeblättert werden kann, wenn etwas nicht verstanden wurden. Während der Recherche kann man InterviewpartnerInnen finden, die später im Film aus verschiedenen Gründen nicht mehr wichtig sind. Ein anderes Problem verdeutlicht die Tatsache, dass es zunehmend schwierig für InterviewpartnerInnen ist zwischen seriösen und unseriösen Anfragen zu unterscheiden, da online viele laienhafte Dokumentarfilme kursieren. Daraus resultierend hat die Bereitschaft einem Interview für einen Dokumentarfilm zuzustimmen abgenommen. Die Ergebnisse der Auswertung zum Thema Finanzierung ergibt, dass die Herausforderungen insbesondere in der harten Konkurrenz bei Fördereinreichungen liegen und darin, den richtigen Produzenten / die richtige Produzentin auszuwählen. Bei den Dreharbeiten weiß man nicht minutiös was wann und wie gedreht wird, weil die Gegebenheiten vor Ort nicht kontrolliert werden können. Das ist vor allem für das Team, insbesondere für die Kamera und den Ton herausfordernd, da es

körperlich sehr anstrengend werden kann. Wenn sehr brisante Themen aufgegriffen werden, taucht das Problem auf, dass Personen oder Unternehmen versuchen wollen einen Film komplett zu verhindern. In der Postproduktion gilt vorwiegend die Zeitintensivität als herausfordernd.

Als weitergehend herausfordernd gilt, wenn man noch keine großen Erfolge hatte oder sich noch keinen Namen gemacht hat, dass es sehr schwierig ist mit einem Dokumentarfilm ins Kino zu kommen. Bei der Online-Vermarktung auf Social-Media-Kanälen ist Vorsicht geboten, vor allem wenn man heikle Themen aufgreift. Diese könnten den weiteren Dreh gefährden. Die Vermarktung erfordert nochmals sehr viel Energie und vermehrten Einsatz von dem Filmemacher / der Filmemacherin. Die Arbeit ist mit dem Zeitpunkt der Veröffentlichung des Films nicht abgeschlossen.

Dass die erfolgreiche Produktion von österreichischen Kino-Dokumentarfilmen aber auch viel Potential beinhaltet, war ebenfalls Ergebnis der qualitativen Auswertung der durchgeführten ExpertInnen-Interviews. Bei der Themenfindung ist die Auseinandersetzung mit sich selbst nicht nur eine Herausforderung. Daraus resultiert auch, dass jeder Mensch unterschiedlich ist und dementsprechend auch bei ein- und demselben Thema zwei komplett unterschiedliche Filme entstehen können. Durch das Internet ergeben sich viele Möglichkeiten in der Phase der Recherche. Bei gleichen Informationen können auch hier unterschiedliche Haltungen vorherrschen und demzufolge unterschiedliche Dokumentarfilme entstehen. Eine Option in der Finanzierung ist, dass durch eine Kombination von mehreren Förderstellen auch rein österreichische Filme möglich sind. Hat man eine Zusage von einer Förderstelle erhalten erweist sich die Chance für Zusagen von anderen Förderstellen als höher. Die Phase der Postproduktion wird durchwegs als befreiender Prozess beschrieben, da aus dem gesamten Film-Material nur das Beste aus den Aufnahmen gesucht wird. Das Potential, welches das Internet bietet wird als sehr vielfältig dargestellt und ein Filmemacher / eine Filmemacherin kann schon sehr früh damit beginnen eine Fanbase aufzubauen, um mehr Leute auf den Film aufmerksam zu machen.

5 Fazit

Zusammenfassend lassen sich folgende Ergebnisse der Masterthesis anführen: In der Begriffsdefinition kann der „künstlerische Umgang mit der Wirklichkeit“ als der kleinste gemeinsame Nenner ausgemacht werden. Aus dem geschichtlichen Überblick ergibt sich, dass in den 80er Jahren noch von der „Krise des Dokumentarfilms“ gesprochen wurde, wohingegen sich in den letzten Jahren der Begriff „Doku-Boom“ in der öffentlichen Diskussion etabliert hat. Schlussfolgern lässt sich daraus, dass das Genre von Höhen und Tiefen geprägt war und diesen weiter ausgesetzt sein wird.

Anhand der Daten in Kapitel 2.2. „Aktuelle Entwicklungen in Österreich“ kann festgestellt werden, dass der österreichische Dokumentarfilm auch laut aktuellsten Zahlen knapp die Hälfte des österreichischen Kinoangebotes ausmacht, trotz stark schwankender Besucherzahlen. Die Phasen in der Herstellung eines Kino-Dokumentarfilms – Themenfindung, Recherche, Finanzierung, Dreharbeiten, Postproduktion und Distribution – wurden erläutert, anhand derer die Grundlage für die Forschungsfragen geschaffen wurden. Welche Herausforderungen es aktuell in der Produktion von österreichischen Kino-Dokumentarfilmen gibt konnte anhand der Auswertung von den ExpertInneninterviews, aufgrund der Auskunftsbereitschaft der Befragten, sehr gut herausgearbeitet werden. Ein Kino-Dokumentarfilm, der auch erfolgreich sein soll, verlangt einen sehr hohen persönlichen Einsatz. Nur so erreicht der Film eine persönliche und vor allem emotionale Lage. Weiters hat die qualitative Auswertung der Interviews ergeben, dass umso komplexer ein Thema ist, desto schwieriger wird es in der Recherche an Informationen heran zu kommen. Bei brisanten Themen kann es vorkommen, dass von Konzernen oder Unternehmen versucht wird die Veröffentlichung des Films zu verhindern. Bei der Online-Vermarktung auf Social-Media-Kanälen ist Vorsicht geboten, vor allem wenn man heikle Themen aufgreift. Diese könnten den weiteren Dreh gefährden. Die Auswahl der richtigen InterviewpartnerInnen für einen Dokumentarfilm gilt als sehr herausfordernd. Einerseits kann es sein, dass aus verschiedenen Gründen ausgewählte Personen nicht mehr wichtig

sind, andererseits hat die Bereitschaft einem Interview zuzustimmen durch die Vielzahl an unseriösen Dokumentarfilmen, die vor allem online veröffentlicht werden, abgenommen. Bezüglich der Finanzierung liegen aus Sicht der ExpertInnen die Herausforderungen in der harten Konkurrenz bei Fördereinreichungen und darin, den richtigen Produzenten / die richtige Produzentin auszuwählen. Bei den Dreharbeiten weiß man nicht minutiös wann und wie gedreht wird, weil die Gegebenheiten vor Ort nicht kontrolliert werden können. Die Postproduktion, insbesondere der Schnitt gilt als sehr zeit- und arbeitsintensiv. Hat man noch keine großen Erfolge vorzuweisen oder sich noch keinen Namen gemacht, ist es sehr schwierig mit einem Dokumentarfilm erfolgreich ins Kino zu kommen. Hat man alle Etappen gemeistert und den Film fertiggestellt, erfordert die Vermarktung nochmals sehr viel Energie und einen hohen Einsatz von dem Filmemacher / der Filmemacherin. Premieren mit Publikumsdiskussion, Schulbesuche etc. folgen. Die Arbeit ist mit dem Zeitpunkt der Veröffentlichung des Films lange nicht abgeschlossen.

Das Potential, welches es neben den Herausforderungen in der Produktion eines erfolgreichen Kino-Dokumentarfilms gibt, ist dennoch sehr vielfältig. Die persönliche Auseinandersetzung mit einem Thema bietet eine Vielzahl an individuellen Herangehensweisen. Dadurch, dass jeder Mensch unterschiedlich ist, können auch bei ein- und demselben Thema zwei komplett unterschiedliche Filme entstehen. Durch das Internet ergeben sich viele Möglichkeiten in der Phase der Recherche, vieles hat sich dadurch vereinfacht, beispielsweise das Finden und Kontaktieren von InterviewpartnerInnen. In der Finanzierung besteht das Potential in einer Kombination aus mehreren Förderstellen, um mehr Gelder für ein Projekt aufzustellen. Die Phase der Postproduktion wird durchwegs als befreiender Prozess beschrieben, da aus dem ganzen Material nur das Beste vom gesamten Drehmaterial ausgewählt wird. Die Möglichkeiten, die das Internet bietet werden als sehr vielfältig dargestellt und ein Filmemacher / eine Filmemacherin kann schon sehr früh damit beginnen eine Fanbase aufzubauen, um mehr Leute auf den Film aufmerksam zu machen. Auffallend war, dass von allen Befragten der Respekt vor dem Publikum angesprochen

wurde. Um Menschen zu inspirieren ist es notwendig, dass man die Zuschauer ernst nimmt und sich ihnen gegenüber öffnet. Der Film soll die Leute berühren und dafür ist der mehrmals angesprochene persönliche Einsatz absolut notwendig.

Die Ergebnisse sind sehr aussagekräftig was die Qualität anbelangt. Aufgrund der fehlenden Quantität an Interviews können jedoch keine Aussagen über die Relevanz der einzelnen Herausforderungen oder Potentiale getroffen werden. Von zehn Personen, die für qualitative ExpertInneninterviews angefragt wurden haben drei Personen Zeit für einen Termin gefunden. Um Häufigkeiten der genannten Herausforderungen und Potentiale festzustellen, sind jedoch mehrere Interviews notwendig. Dies kann jedoch der Anstoß zu weiteren Forschungen und Befragungen sein. So könnte beispielsweise eine interessante weitere Fragestellung sein, inwiefern die Digitalisierung, die mehrmals angesprochen wurde – sowohl in den Herausforderungen als auch in den Möglichkeiten, Einfluss auf den österreichischen Kino-Dokumentarfilm genommen hat. Eine weiterführende These ist, dass sich durch Social Media Plattformen neben einer Fanbase auch Diskussionsgruppe zu dem Thema, den ein Film behandelt etablieren können. Auch könnte die Befragung mit dem bereits erstellten Interviewleitfaden mit mehreren Filmemachern und Filmemacherinnen fortgesetzt werden, um weitere Aspekte zu entdecken. Die Ergebnisse können sowohl StudentInnen dienlich sein, als auch praktizierenden FilmemacherInnen. Durch die Kenntnisse über die Herausforderungen in der Produktion ist eine bessere Vorbereitung auf einen geplanten Kino-Dokumentarfilm ermöglicht. Darüber hinaus kann das Potential, welches in der Masterthesis herausgearbeitet wurde, ausgeschöpft werden, damit ein Film nicht nur fertig und veröffentlicht wird, sondern auch erfolgreich sein Publikum erreicht. Letztendlich geht es beim Dokumentarfilm darum wie man mit dem Film kommuniziert, wie ein Diskurs entfacht werden kann, wie man etwas verändert und wie man im Publikum etwas bewegen kann.

Literaturverzeichnis

Bücher

- Blümlinger, C. (1986). *Verdrängte Bilder in Österreich. Möglichkeiten des Dokumentarfilms in der II. Republik*. Diss. Universität Salzburg.
- Büttner, E., & Dewald, C. (2002). *Das tägliche Brennen: eine Geschichte des österreichischen Films von den Anfängen bis 1945; [ein Projekt der Kooperative „Das Kino Co-op“, Wien]*. Salzburg Wien: Residenz-Verl.
- Hoffmann, K., Kilborn, R. W., & Barg, W. C. (Hrsg.). (2012). *Spiel mit der Wirklichkeit: zur Entwicklung doku-fiktionaler Formate in Film und Fernsehen*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Hohenberger, E. (Hrsg.). (2012). *Bilder des Wirklichen: Texte zur Theorie des Dokumentarfilms* (4. Auflage). Berlin: Vorwerk 8.
- Leitner, M., Sorg, S., & Sponsel, D. (Hrsg.). (2014). *Der Dokumentarfilm ist tot--es lebe der Dokumentarfilm: über die Zukunft des dokumentarischen Arbeitens*. Marburg: Schüren.
- Lindenmuth, K. J. (2011). *Dokumentarfilm-Produktion: Konzept, Dreharbeiten, Vertrieb*. München: Stiebner.
- Mayring, P. (2002). *Einführung in die qualitative Sozialforschung: eine Anleitung zu qualitativem Denken* (5., überarbeitete und neu ausgestattete Auflage). Weinheim Basel: Beltz Verlag.
- Moj, D., & Ordolff, M. (2016). *Fernsehjournalismus* (2., völlig überarbeitete Auflage). Konstanz München: UVK Verlagsgesellschaft.
- Rabiger, M. (2008). *Dokumentarfilmregie*. (J. Heinrich & M. Graf, Übers.) (1. Auflage). Mülheim an der Ruhr: edition filmwerkstatt.
- Rieth, P. (2015). *Dok & Crowd: Dokumentarfilme finanzieren und verwerten*. Konstanz: UVK-Verl.-Ges.
- Rosenthal, A. (2007). *Writing, directing, and producing documentary films and videos* (4th ed). Carbondale: Southern Illinois University Press.

- Schadt, T. (2012). *Das Gefühl des Augenblicks: zur Dramaturgie des Dokumentarfilms* (3., überarbeitete Auflage). Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Schmidt-Matthiesen, C., Clevé, B., Tröster, J., & Bug, P. (Hrsg.). (2010). *Produktionsmanagement für Film und Fernsehen*. Konstanz: UVK-Verl.-Ges.
- Vertov, D., & Beilenhoff, W. (1973). *Schriften zum Film*. München: Hanser.
- Wendling, E. (2008). *Filmproduktion: eine Einführung in die Produktionsleitung*. Konstanz: UVK.
- Witzke, B., & Rothaus, U. (2010). *Die Fernsehreportage* (2., überarb. Aufl.). Konstanz: UVK-Verl.-Ges.
- Zimmermann, P., & Hoffmann, K. (2006). *Dokumentarfilm im Umbruch: Kino, Fernsehen, Neue Medien*. (Haus des Dokumentarfilms (Stuttgart, Germany), Hrsg.). Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.

Dokumente

- Österreichisches Filminstitut (Hrsg.). (2007). Filmwirtschaftsbericht 2007 - ff06. Abgerufen von <https://www.filminstitut.at/de/filmwirtschaftsberichte/>
- Österreichisches Filminstitut (Hrsg.). (2008). Filmwirtschaftsbericht 2008 - ff07. Abgerufen von <https://www.filminstitut.at/de/filmwirtschaftsberichte/>
- Österreichisches Filminstitut (Hrsg.). (2009). Filmwirtschaftsbericht 2009 - ff08. Abgerufen von <https://www.filminstitut.at/de/filmwirtschaftsberichte/>
- Österreichisches Filminstitut (Hrsg.). (2010). Filmwirtschaftsbericht 2010 - ff09. Abgerufen von <https://www.filminstitut.at/de/filmwirtschaftsberichte/>
- Österreichisches Filminstitut (Hrsg.). (2011). Filmwirtschaftsbericht 2011 - ff10. Abgerufen von <https://www.filminstitut.at/de/filmwirtschaftsberichte/>

- Österreichisches Filminstitut (Hrsg.). (2013). Filmwirtschaftsbericht 2013 - ff12. Abgerufen von <https://www.filminstitut.at/de/filmwirtschaftsberichte/>
- Österreichisches Filminstitut (Hrsg.). (2014). Filmwirtschaftsbericht 2014 - ff13. Abgerufen von <https://www.filminstitut.at/de/filmwirtschaftsberichte/>
- Österreichisches Filminstitut. (2015). Filmwirtschaftsbericht 2015 - ff14. Abgerufen von <https://www.filminstitut.at/de/filmwirtschaftsberichte/>
- Österreichisches Filminstitut. (2017). Filmwirtschaftsbericht 2017 - ff16. Abgerufen von <https://www.filminstitut.at/de/filmwirtschaftsberichte/>

Links

- Aspekteins. (2013, Februar 27). Projektorganisation in der Filmproduktion: Der Drehplan. Abgerufen 15. Mai 2018, von <https://www.aspekteins.com/projektorganisation-filmproduktion-drehplan/>
- Dreharbeiten. (2018, Juni 11). Abgerufen 15. Juni 2018, von <https://www1.wdr.de/kultur/film/dokmal/filmbegriffe/dreharbeiten-100.html>
- filmbiz: Filmfinanzierung durch Crowdfunding? (2015). Abgerufen 5. Juli 2018, von <http://filmsoundmedia.at/filmbiz-filmfinanzierung-durch-crowdfunding/>
- Filminstitut, Ö. (2018a, Mai 28). Antragstellung. Abgerufen 8. Juni 2018, von <https://www.filminstitut.at/de/antragstellung/>
- Filminstitut, Ö. (2018b, Mai 28). Filmförderung. Abgerufen 8. Juni 2018, von <https://www.filminstitut.at/de/filmfoerderung/>
- Ideen zu Papier bringen – Exposé & Treatment. (2017). Abgerufen 4. Juli 2018, von <https://www1.wdr.de/kultur/film/dokmal/ein-film-entsteht/expose-und-treatment-100.html>
- Movies and Social Media: Marketing films with new media. (2015). Abgerufen 5. Juli 2018, von <https://www.tintup.com/blog/movies-and-social-media-marketing-films-with-new-media/>

- Sasse, S. (2012, Dezember 18). „Das ist ein gefährliches Hobby“. *Der Tagesspiegel Online*. Abgerufen von <https://www.tagesspiegel.de/medien/interview-das-ist-ein-gefaehrliches-hobby/7538854.html>
- Über Flimmit | Flimmit. (2018). Abgerufen 16. Mai 2018, von <https://www.flimmit.com/ueber-flimmit/>
- Wulff, C. (2010, Oktober 27). dok.at - Filmschau im Filmmuseum. Abgerufen 28. Mai 2018, von <http://dok.at/aktuelles/detail/dok-filmschau-filmmuseum/>

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1. Anzahl der Kino-Dokumentarfilme in Österreich	11
Abbildung 2. Besucherzahlen österreichischer Dokumentarfilme.	13
Abbildung 3. Entwicklung der Besucheranzahl bei „Alphabet“	14
Abbildung 4. Österreichische Dokumentarfilme nach Besucherakzeptanz	15
Abbildung 5. Grafische Darstellung der Kino-Distribution	34
Abbildung 6. Ablauf der sozialwissenschaftlich-hermeneutischen Paraphrase nach Mayring.....	42

Anhang

A. Interview-Leitfaden

- 1) Wann ist Ihrer Meinung nach eine Idee filmreif für einen Dokumentarfilm?
- 2) Wie gestalten Sie die erste Phase der Stoffentwicklung im Dokumentarfilm?
- 3) Wie kann man sich die Rechercharbeit zum ausgewählten Thema vorstellen?
- 4) Welche Anlaufstellen gibt es neben der Filmförderung des ÖFI aktuell noch, um einen Dokumentarfilm zu finanzieren?
- 5) Haben Sie bei Ihren Dokumentarfilmen auf die Möglichkeit der Koproduktion zurückgegriffen?
- 6) Verwenden Sie eine Art Drehbuch für den Film?
- 7) Was sind die Besonderheiten bei den Dreharbeiten eines Dokumentarfilms?
- 8) Was sind aktuell ganz besondere Herausforderungen im Unterschied zum klassischen Spielfilm?
- 9) Wie ist Ihre Vorgangsweise in der Postproduktion beim Dokumentarfilm?
- 10) Ab wann steht fest, dass der Dokumentarfilm tatsächlich ins Kino kommt?
- 11) Wie gestaltet sich der Vertrieb des fertigen Films? Ab wann beginnt die Vermarktung?
- 12) Wie erreicht man letztendlich sein Publikum Ihrer Erfahrung nach am besten?

B. Qualitative Inhaltsanalyse

Im Folgenden sind die drei Interviews zu den Fragestellungen samt Paraphrasierung und Reduktion (→ Kategorie bzw. Subkategorie und Code) angeführt.

Legende: Int. 1 = Werner Boote Int. 2 = Mirjam Unger Int. 3 = Erwin Wagenhofer

Frage: Wann ist Ihrer Meinung nach eine Idee filmreif für einen Dokumentarfilm?

Interview	Originaltext	Paraphrase	Kategorie (+ Subkategorie)	Code
Int. 1	Wenn es eine emotionale Komponente hat. ... also ein gutes Beispiel ist für mich eben „Plastic Planet“ gewesen. Wo ich eigentlich, ...einen Magazinbeitrag fürs Fernsehen machen wollte. ...Dann habe ich mehr recherchiert, habe ... immer mehr Fakten gefunden und ... habe mir gedacht, eigentlich könnte ich eine TV-Dokumentation machen über die Geschichte. Und habe das dann mehreren Produzenten vorgeschlagen, ... und wurde abgelehnt. ...da war ich noch immer bei der TV-Dokumentation. Und dann bin ich eines Tages draufgekommen, dass mein Großvater in der Kunststoffindustrie gearbeitet hat. Und dadurch ist es plötzlich... sehr nahe an mich herangekommen und emotional geworden, weil es damit eine Auseinandersetzung war ...mit der Geschichte meiner Familie, weil nicht nur mein Großvater Geschäftsführer der Deutschen Interplastic-Werke war, sondern ... eigentlich die ganze Familie in der Kunststoffindustrie war und das ist mir vorher nicht bewusst gewesen. Durch das ist eine emotionale Komponente in diesen Film hineingekommen... quasi von der TV-Dokumentation zum Kino-Dokumentarfilm... Den hab ich dann vorgeschlagen und die Firma war einverstanden und wir haben eingereicht und haben das Geld bekommen.	Kino-Dokumentarfilm weist eine emotionale Komponente auf	Themenfindung für Kino-Dokumentarfilme	emotional
		Auseinandersetzung mit der eigenen Geschichte bringt eine persönliche Komponente in ein Thema hinein.	Themenfindung für Kino-Dokumentarfilme	persönlich
	Der Kinofilm unterscheidet sich – also die TV-Dokumentation kann natürlich auch sehr emotional sein. Wenn es eine persönliche emotionale Lage erreicht, dann ist es seiner Meinung nach der Hinweis dafür, dass es als Kino-Dokumentarfilm tauglich sein kann.	Der Kinofilm soll eine persönliche emotionale Lage erreichen.	Themenfindung für Kino-Dokumentarfilme	persönlich und emotional
Int. 2	Also Ideen gibt es ja viele... , aber dass dann konkret ein Film draus wird ist eigentlich dann der Fall, wenn ... eine Idee bleibt ... Es ist eine sehr intuitive Angelegenheit. Bei "Vienna's Lost Daughters" war es so, dass die Idee an mich herangetragen wurde, die war nicht von mir ursprünglich, sondern von Eva Testor und Nina	Eine Idee muss länger bleiben und emotional berühren. Es ist eine intuitive Angelegenheit.	Themenfindung für Kino-Dokumentarfilme	Emotional und intuitiv

	<p>Kusturica mit der Mobilefilm, und die haben diese Idee an mich herangetragen und ich hab die eigentlich abschütteln wollen, weil ... da geht's um Holocaust und um Jüdinnen, die Wien verlassen mussten und die jetzt in New York leben. ... und ich habe selber eine jüdische Herkunft und hab mir gedacht: Nein ..., aber dann habe ich das Treatment bekommen ... und mich hat das so berührt, dass ich gewusst habe, das muss ich machen. Da steckt so viel drinnen, wenn ich schon beim Treatment ... emotional so berührt bin..., dann steckt was drinnen, was ich mir näher anschauen sollte. ... Das hat sich so angespürt, dass der Film, gemacht werden will. Ja, ich kann es nicht anders ausdrücken. ...</p>			
	<p>Und bei "Oh Yeah, She Performs" ... habe ich durch meine langjährige Arbeit beim Radio ... beobachtet, dass eine Welle von jungen neuen Frauen kommt.... Wie kann man das stärken indem man ihnen ein Bild gibt? Indem man auch das ganze visualisiert. ...Da habe ich die Radioarbeit mit meiner Kinoarbeit ... versucht zusammen zu bringen... Wir haben auch das Glück gehabt, dass das Projekt in die Gänge kam. ...</p>	<p>Man muss ein Thema visualisieren und durch Bilder stärken können.</p>	<p>Themenfindung für Kino-Dokumentarfilme</p>	<p>Visualisierung</p>
	<p>Also das heißt jetzt nicht, dass es keine Rückschläge gibt, die gibt es immer und da heißt es auch "dranbleiben", aber wenn du ... grundsätzlich spürst, dass sich ein Projekt richtig anfühlt und siehst, das macht was mit der Gesellschaft und mit den Leuten, mit denen du dich austauscht, dann passiert am ehesten ein Film. Aber es ist trotzdem jedes Mal für mich auch eine Überraschung welcher Film was wird und welcher nicht.</p>	<p>Wenn eine Reaktion der Gesellschaft und der Leute, mit denen man über ein Projekt spricht spürbar ist, dann wird aus einer Idee am ehesten ein Film.</p>	<p>Themenfindung für Kino-Dokumentarfilme</p>	<p>Reaktionen</p>
Int. 3	<p>„...das ist das Geheimnis eigentlich. ... warum heißt das Dokumentarfilm? ...da glaubt man es geht um Wahrheit und es geht überhaupt nicht um Wahrheit, ... sondern es geht um einen Blick, um den Blick von jemand. Und es ist auch nicht was raus kommt ein Film VON, sondern ein Film durch, ... wenn wir dasselbe Thema haben, selbst wenn wir das selbe Material hätten und Sie schneiden und ich schneide, kommen zwei völlig verschiedene Filme raus..., weil es um die Haltung dahinter geht, um das Bewusstsein von jemandem. ...</p>	<p>Das Thema ist sehr individuell. Es geht um den Blick von jemandem, sodass nicht ein Film „von“ jemanden entsteht, sondern ein Film „durch“ jemanden. Es geht um die Haltung und das Bewusstsein des Filmemachers/der Filmemacherin.</p>	<p>Themenfindung für Kino-Dokumentarfilme</p>	<p>individuell / persönlich</p>
	<p>Und reif ist es dann, ... wenn es in der Gesellschaft reif ist, dass dieses Thema jetzt virulent wird und alle Faktoren zusammenspielen. Wenn er zu spät kommt interessiert es keinen mehr, wenn er zu früh kommt</p>	<p>Reif ist ein Thema dann, wenn alle Faktoren zusammenspielen. Wenn die Gesellschaft reif dafür ist und der</p>	<p>Themenfindung für Kino-Dokumentarfilme</p>	<p>Reife</p>

	<p>interessiert es noch niemand... und das ist dann eine reine intuitive Sache, die können Sie nicht ...intellektuell beantworten, ... sonst wäre jeder Hollywood-Produzent der erfolgreichste. ...</p>	<p>Film weder zu früh, noch zu spät veröffentlicht wird.</p>		
	<p>Organisieren in dem Sinn können Sie das nicht, ... einen schöpferischen oder künstlerischen ... Moment. Der Moment, wenn das zu passieren hat, der kündigt sich über Jahre an. ... Das können Sie auch niemand erklären. ... "We feed the World" ... war ein unfassbarer Boom. Dann sind Leute gekommen und wollten sich auf diesen Stream draufsetzen und über z.B. Erdäpfel was machen. Und sind aber gescheitert...nicht, weil sie dumm sind, überhaupt nicht, sondern ... weil sie sich nicht die Mühe gemacht haben in sich selbst hineinzuhören. „Ich kann nur das machen, was ich machen kann und Sie können nur das machen, was Sie machen können, das hat sehr viel mit unserer Vergangenheit zu tun logischerweise. Und dort sind wir aber am stärksten. Da sind wir am interessantesten.“</p>	<p>Organisieren oder intellektuell lässt sich dieser künstlerische oder schöpferische Moment der Ideenfindung nicht erklären.</p> <p>Man muss in sich selbst hineinhören, um aus einem Thema etwas herauszuholen.</p>	<p>Themenfindung für Kino-Dokumentarfilme</p>	<p>schöpferisch bzw. künstlerisch / intuitiv</p>

Frage: Wie gestalten Sie die erste Phase der Stoffentwicklung und Recherche im Dokumentarfilm?

Interview	Originaltext	Paraphrase	Kategorie (+ Subkategorie)	Code
Int. 1	<p>Also zuerst kommt immer so ein bisschen die Idee „Das wäre vielleicht etwas für einen Film, dann tu ich lange nichts und irgendwann fällt mir wieder das gleiche Thema auf und dann fang ich langsam an zu sammeln, dann fang ich langsam an zu recherchieren was es da drumherum noch alles gibt und lese mich halt durch Fachliteratur, durch Google mich durch, treffe Leute oder fahr manchmal irgendwo hin sogar, aber ich bin nie weiter zur Recherche geflogen als nach Berlin. Also relativ im europäischen Umfeld und treffe Leute, dann erstell ich halt ein Konzept, das alles in Eigendingsbums also selber allein.</p>	<p>Sammeln ist der erste Schritt bei der Recherche. Es gibt hier verschiedene Möglichkeiten wie das Lesen von Fachliteratur, im Internet recherchieren, mit Leuten treffen oder relevante Orte aufsuchen. Anhand der dieser Informationen wird ein erstes Konzept erstellt.</p>	<p>Stoffentwicklung und Recherche</p>	<p>Recherche</p>
	<p>Bei „The Green Lie“ war es ein bisschen unterschiedlich, weil da hab ich dann schon die Katrin Hartmann, eine deutsche Journalistin an Board, die ja im Film auch meine Filmpartnerin ist und die hat auch sehr viele Recherche dazu gebracht und recherchiert und da ist es schon... Aber im Prinzip ist es quasi alleine, dann wird eingereicht für die Herstellungsförderung oder für die Drehbuchbearbeitung im Team. „Beim ÖFI?“ Beim ÖFI oder beim Filmfonds. Und dann, wenn wir da einen positiven Bescheid bekommen, dann wird ein Rechercheteam beauftragt, das immer sehr unterschiedlich ist, einerseits von der Größe her, andererseits auch von den Positionen her, weil es sich also rein nach dem Thema richtet. Weil ja meine Dokumentarfilme sehr themenbezogen sind. Also bei „Alles unter Kontrolle“ wo es um die digitale allgegenwärtige Überwachung geht haben wir also mehr Hacker gehabt jetzt im Team, bei „The Green Lie“ haben wir quasi Leute gehabt, wo sich der eine auf Fleisch spezialisiert hat, die andere mehr auf das Wirtschaftliche usw., dass es halt so aufgeteilt wird. Bei Plastic Planet waren auch sehr unterschiedliche Situationen, weil es dann Umwelt und Gesundheit, also da hatten wir einerseits Umweltschutzorganisationen, andererseits auch Chemiker usw. Also das Team wird immer sehr unterschiedlich zusammengesetzt, wobei es entweder Journalisten sind,</p>	<p>Werner Boote greift auch zurück auf die Zusammenarbeit mit anderen und erstellt für seine Filme ein Rechercheteam.</p> <p>Je nach Film gestaltet sich der Zugang zur Recherche unterschiedlich. Es kommt auf das Thema, als auch auf die Situation an wie konkret vorgegangen wird.</p> <p>Es kann auch auf Fachwissen verschiedener Personen zurückgegriffen werden, die entweder aus dem Filmgeschäft oder aus den jeweiligen Spezialgebieten sind.</p>	<p>Stoffentwicklung und Recherche</p> <p>Stoffentwicklung und Recherche</p>	<p>Recherche</p> <p>Recherche</p>

	<p>Leute aus dem Filmgeschäft sind oder halt dann Leute aus den Spezialgebieten, die dann dafür notwendig sind. Und da gibt es welche, die quasi ein paar Tage, also quasi eher als Berater auftreten und quasi als Beratung dienen und dann halt eher wo es also Meetings gibt und dann gibt es andere, die dann fix dran arbeiten an der Recherche. Die dann eine 30/40 Stundenwoche haben oder sogar 60 Stundenwoche und da mach ich es immer so, dass ich ein wöchentliches Jour Fixe mache, wo halt die Rechercheergebnisse quasi von jedem präsentiert werden. Bei „Green Mile“ war es nicht so einfach weil die Tante in München lebt und die war dann via Skype zugeschaltet und wir haben dann quasi die verschiedenen Rechercheergebnisse und angeschaut und was wir noch brauchen und in welche Richtung wir uns weiterentwickeln. Die Recherche entwickelt sich auch weiter durch die Drehs weil ich immer blockweise drehe. Nach jedem Block quasi wird oft eine neue Richtung notwendig und da kann es manchmal vorkommen, dass sogar wer Neuer dazu gesucht werden muss weil wir auf diesem Gebiet noch nicht sattelfest sind und da niemanden haben und so. Es.... Bei „Green Mile“ so, dass das Team zwei Jahre haben, es war ein kleines Team, also es waren eins, zwei, drei, vier, fünf, sechs Leute, es gibt auch Filme, da waren es 42. Aber das ist ja nicht so lange, es ist total unterschiedlich. Es ist halt projektabhängig.</p>			
--	---	--	--	--

	<p>Aber ich, also meine Arbeit, also das was ich speziell an meiner Arbeit finde im Vergleich zu anderen Kollegen ist, dass ich immer versuche nicht das zu hören von den Interviewpartnern was sie eh schon gesagt haben, sondern darüber hinaus etwas was speziell für den Film passt. Daraus entwickelt sich das Drehkonzept, eigentlich nur die Ausgangsbasis für die Erarbeitung oder für den Film. Also alles was dann darüber hinaus kommt ist das, was ich daraus machen möchte. Es passiert auch, dass viele Interviewpartner dann nicht mehr wichtig werden, dann auch nicht mehr wichtig sind im Film, ich dafür andere Interviewpartner suche und finde. Im Drehkonzept steht z.B. bei „The Green Lie“ der Noah (unv.) nicht drinnen, der eigentlich im Film „The Green Lie“ eine wahnsinnig wichtige Figur geworden ist im - fertigen jetzt. Aber den hab ich erst im Zuge, also ich mich ja quasi also eigentlich auch mitentwickle mit den Themen. Da bin ich erst nach dem Dreh darauf gekommen, während der Drehphase, dass eine Person wie er mich ... Oder ganz extrem ist es beim Film „Population Boom“, da bin ich ja eigentlich als es mein allererstes Konzept war, ui es gibt so viele Menschen auf der Welt. Dann hab ich recherchiert und dann bin ich draufgekommen das ist ein gemachtes Weltbild, von dem wir uns verabschieden müssen. Und wie können wir gegen dieses festgefahrene Weltbild ankämpfen. Was ist los? Was sind wirklich die großen Probleme? Quasi die, die wir auf der Welt haben? Es hat sich der Film von der ersten Idee komplett verändert. Andere Kollegen haben ein genaues Bild wie ihr Film aussehen wird und arbeiten das dann sehr konsequent ab. Da bin ich viel zu – wie sagt man da? – Unkontrollierbar.</p>	<p>Die Weiterentwicklung des Drehkonzepts führt dazu, dass sich manchmal Dinge ändern im Verlauf des Prozesses.</p> <p>Manchmal entpuppen sich Annahmen, die man vor der Entstehung des Films hatte als falsch.</p> <p>Die Herangehensweise ist sehr unterschiedlich. Von minutiöser Planung bis zur freien Gestaltung ist vieles möglich. Während des Films findet eine Entwicklung statt, nicht nur des Films, sondern auch eine persönliche Entwicklung.</p>	<p>Stoffentwicklung und Recherche</p> <p>Interview/Dreharbeiten</p> <p>Stoffentwicklung und Recherche</p>	<p>Interviews</p>
--	---	---	---	-------------------

	<p>Die Herangehensweise ist unterschiedlich. Bei mir ist es halt so, dass ich versuche mich mit dem Film mit zu entwickeln und dadurch dass ich jetzt ja auch bei Kinofilmen quasi eine Hauptfigur im Film selbst bin, ist es auch wichtig, dass ich diese Entwicklung nicht nur zeige, sondern dass ich die auch selbst mache. Deswegen versuche ich auch immer bei jedem Interview auch weiterzukommen, als ich es eigentlich vorher war. Deshalb versuche ich aus jedem Interviewpartner was herauszukriegen, was ich noch nie auf diese Art gesehen habe und auf der anderen Seite versuche ich das dann auch im Film deutlich zu machen. Also das ist, wenn man so will, eine einfache Art, weil ich quasi nur „chronologisch“ in meiner Entwicklungsphase folge und die herzeige. Das schwere daran ist das persönliche Element, weil ich mich quasi immer hinterfragen muss, sondern auch lustig machen muss oder muss wie ich nicht quasi borniert oder naiv oder doof zu Beginn war und kann damit arbeiten. Das ist meine Art.“</p>			
Int. 2	<p>Also eigentlich mit Interviews, mit Zuhören, mit Menschen reden, Fragen stellen, aufzeichnen. Also das ist immer dadurch, dass ich aus dem Journalismus ursprünglich komme vom Radio und vom Fernsehen - ich habe beim Jugendradio und Jugendfernsehen angefangen und meine Grundausbildung ist eine Learning bei Doing-journalistische Ausbildung und dann hab ich erst Regie studiert an der Filmakademie mit 23 - ist einfach wen anrufen, nachfragen und Fragen stellen immer mein erster Ansatz. Und mein zweiter Ansatz ist ähm auch Bilder sammeln, also irgendwie so - ich hab dann immer gleich einen Ordner, wo ich dann gleich Fotos die mir irgendwie mit dem Thema verwandt oder verbunden vorkommen, sammle. Also rein assoziativ quasi Moods zusammensuche. Und über diese Visualisierungen und über diese Interviews versuche ich dann mich dem Thema anzunähern und mir helfen Deadlines, also mir hilft sehr, das Pragmatische, also wenn ich eine Einreichung machen muss oder wenn ich das Thema jemandem vorstellen muss bin ich gezwungen ein Exposé zu</p>	<p>Mirjam Unger arbeitet anfänglich mit Interviews. Indem sie Fragen stellt und zuhört, mit Menschen redet kommt sie einem Thema näher. Ihr zweiter Ansatz ist es Bilder zu sammeln und sogenannte „Moods“ zu erstellen. Das erstellen eines Exposés wird hier als hilfreich erlebt, da man gezwungen ist die Idee zu konkretisieren. Während der Herstellung des Films wird nicht penibel an den Unterlagen festgehalten.</p>	<p>Stoffentwicklung und Recherche</p>	<p>Vorbereitung</p>

	<p>schreiben, dann bin ich gezwungen ein Treatment zu schreiben und dann sitz ich einfach vorm Computer und schau was kommt. Und lass´ es fließen. Und ich bin oft sehr überrascht, dass wenn ich einen Film dann fertig gemacht habe und dann auch einmal in die alten Unterlagen reinschau´, also ich lese die nicht ständig und sag: "Ah, das muss ich jetzt so umsetzen", sondern bin dann am Weg quasi und trotzdem, wenn ich diese ganz ersten Unterlagen oft durchlese, merke ich da steht eigentlich schon alles drinnen. Also diese Ursprungsideen und diese Ursprungspapiere sind einfach sehr wichtig jedes Mal komme ich drauf.</p>			
	<p>Also ich hab ja dann eben in jüngerer Zeit jetzt auch Dokumentarfilme für das Fernsehen gemacht und zwar ORF "Am Schauplatz", also eine Doku z.B. über Kinderarbeit in Österreich - "Armut ist kein Kinderspiel" - die auch ein paar Preise gewonnen hat, oder dann hab ich gemacht "Frauen an der Waffe" oder in Wien gibt es ein neues Viertel, das aus dem Boden gestanz wurde, das heißt Die Seestadt, da hab ich mich umgeschaut und da war es dann jedes Mal so, dass ich mit dieser Sonja Amann, die ich über "Vienna's Lost Daughters" kennengelernt habe zusammengearbeitet habe. Sie kommt vom Casting, also ursprünglich hat sie bei der Barbara Karlich Show die Gäste organisiert. Und die hat einfach ein wahnsinniges Gespür für Leute und da geh´ ich eigentlich, also sie ist eigentlich meine Dokumentarfilmcastingpartnerin. Also das ist ja eigentlich gar nicht so unähnlich zum Spielfilm. Und das heißt wir besprechen ein Thema und dann besprechen wir sehr bald die Menschen und Biographien, die sie oder ich spannend finden. Und dann heißt´s diese Menschen kennenlernen und schauen wie stellt man jetzt, also wer erzählt was und wer deckt welchen Bereich ab und was könnte das als Ganzes ergeben.</p>	<p>Die Zusammenarbeit mit anderen wird auch von Mirjam Unger angeführt. Sie arbeitet mit einer Kollegin vom Fernsehen zusammen, die sie bei der Auswahl der InterviewpartnerInnen unterstützt.</p>	<p>Stoffentwicklung und Recherche</p>	<p>Zusammenarbeit</p>

	<p>Im Optimalfall, wenn genug Zeit ist, treff´ ich die Leute vorher, manchmal treff´ ich sie auch gleich hinter der Kamera und beginn´ zu filmen. Weil ich oft denk das Erstgespräch ist so spannend, da tut es mir oft leid weil wir es noch nicht gefilmt haben. Da ist eigentlich oft: "Ah ich geh´ da gleich mit der Kamera hin, passt schon, passt schon." Aber nicht immer, also manchmal ist ein Vorgespräch auch sehr gut, weil du dann, wenn du kommst einfach in einem anderen Vertrauensverhältnis bist. Also ich empfehle schon eher das Vorgespräch"</p>	<p>Stehen die Personen, die im Film vorkommen sollen erstmal fest, gibt es unterschiedliche Zugänge wie man sich auf Interviews vorbereitet. Entweder mit Vorgespräch oder ohne. Manchmal empfiehlt es sich schon beim ersten Gespräch eine Kamera einzuschalten, weil das Gesagte spontan sehr spannend sein kann. Möchte man ein vertrautes Gespräch, so empfiehlt sich ein Vorgespräch, weil ein anderes Vertrauensverhältnis aufgebaut werden kann.</p>	<p>Interviews / Dreharbeiten</p>	<p>Interview</p>
<p>Int. 3</p>	<p>Das ändert sich total, weil ich mich auch verändere. Es ändern sich gewisse Sachen. Also die Filme werden immer komplexer. Sie werden immer abstrakter, im Sinn vom Thema her. Also ein Film über Essen zu machen ist einfach. Da gab es eine Frage. Das ist ähm so simpel wie möglich. Wie der Einstein gesagt hat: "Simple as possible, but not simpler." Über den Satz kann man lange nachdenken. Ja. Aber da gab es eine einzige Fragestellung. Film machen hat sehr viel mit Fragen zu tun. Ein Film muss Fragen stellen und nicht unbedingt beantworten. Beantworten müssen es die Leute. Wir machen ja nur die Hälfte. Das ist sehr komplex. So komplex ist es nicht, aber es ist komplex zu verstehen. Man braucht lang bis man es versteht. Ich habe lange gebraucht. ähm Eine Fragestellung am Anfang: Wo kommt das Essen her? Aus. Dann sind Sie auf der ganzen Welt. Oder "Wo geht das Geld hin?" oder "Wie ernähren wir uns geistig?" ähm jetzt ist es "Connectedness" Alles ist verbunden. Wann wir kapieren würden, dass alles verbunden ist, dann würden wir anders mit den Leuten umgehen. Wir sind so enorm verbunden alle und mit jedem Ding auf dieser Welt. Die Leute haben das aber komplett (unv.) Bauen Zäune auf und machen nur das Trennende. Gerade jetzt. Ja. Jetzt haben wir jahrzehntelang die Zäune abgebaut, Berliner Mauer alles zusammengebrochen und jetzt</p>	<p>Am Anfang der Stoffentwicklung steht meist eine Frage. Die Recherche und Stoffentwicklung geht Erwin Wagenhofer nach dem Prinzip von Albert Einstein „Simple as possible, but not simpler“ an. Für ihn muss ein Film vor allem Fragen stellen. Beantworten müssen es die Menschen können, die den Film sehen. Das wichtigste am Anfang ist also die Fragestellung.</p> <p>Da der Film ein optisches Medium ist, muss vor allem überlegt werden wie ein Thema in Bildern umgesetzt werden kann. Da nicht wie bei einem Buch zurückgeblättert werden kann, wenn etwas nicht verstanden wurde, ist es sehr wichtig, dass der Film die Zuseher</p>	<p>Stoffentwicklung und Recherche</p> <p>Stoffentwicklung und Recherche</p>	<p>Fragestellung</p> <p>Visualisierung</p>

	<p>zieht man es wieder hoch. Und so weiter. Weil man es einfach nicht versteht, dass wir verbunden sind. Das versteht man nicht. Was überhaupt Humanität ist und Altruismus und so weiter. Das ist ein sehr komplexe Sache und das geht lange in einem um.</p> <p>Und man startet dann meistens, wenn man einen Weg sieht wie man das in Bildern umsetzen kann. Der Film ist ja ein optisches medium Also Sie müssen es ja in Bildern umsetzen. Talking Heads interessieren mich nicht. zum Beispiel. Oder Selbstdarstellung interessiert mich auch nicht. Film kann nicht viel. Was er aber kann, er kann sehr emotionalisieren. In einem Film komplexe Zusammenhänge zu erklären, ähm würde ich sehr vorsichtig sein. Da würde ich lieber ein Buch schreiben. Da können Sie es. Weil in einem Buch bestimmen Sie das Tempo. Das Lesen. Der eine liest schnell, der andere langsam. ähm wenn Sie sich nicht auskennen können Sie können Sie zurückblättern, sie können es weglegen, sie können nachdenken. Das können Sie beim Film nicht. Der startet los und hört auf. Und wenn Sie ihn irgendwo verlieren (...) ich sag immer der Film verliert die Zuseher, dann hat der Filmmacher etwas falsch gemacht. Ja, dann hat er was falsch gemacht. Sie sagen aber, das Publikum ist zu blöd. Das ist natürlich eine extrem arrogante Herangehensweise, die habe ich nicht.</p>	<p>nicht „verliert“. Wenn dies passiert, hat nach Werner Boote der Filmemacher/die Filmemacherin etwas falsch gemacht. Ein Film muss daher vor allem emotionalisieren, die Zuseher berühren.</p>		
	<p>Es verändert sich alles komplett. Es gibt Sachen, die sind sehr einfach. Wenn Sie schauen wo das Kipferl oder Croissant herkommt, dann ist das einfach. Gehen Sie zum Bäcker hin und fragen Sie ihn wo hat er das und das her und dann gehen Sie immer weiter zurück zum Ursprung, wenn Sie so wollen. ähm Wenn Sie für "Alphabet", was bis jetzt der komplizierteste Film war... Da war die Herangehensweise die, (...) es wird wahnsinnig viel über Bildung geredet. Das ist kein Film über Bildung übrigens. Das wird völlig falsch verkauft. Es ist ein Film über die Haltung hinter der Bildung. "Bildung" was ist das? Das ist ein schwammiger Begriff. Aber die Herangehensweise war die und das kam aus dem Film davor.</p>	<p>Auch am Anfang einer Recherche steht zunächst die Fragestellung. Es gibt Informationen, die leichter herauszufinden sind und andere Informationen, die schwerer zu ergründen sind. Beispielsweise kann man sich fragen: „Woher kommt das Essen – Bsp. Croissant?“ Mit dieser Frage kann man zu einem Bäcker gehen und fragen woher er die Zutaten hat. Anschließend geht man dann zu den Stellen, die die</p>	<p>Stoffentwicklung und Recherche</p>	<p>Fragestellung</p>

	<p>Von dem Geldfilm. Zwischendurch war ein Spielfilm. Da sind einige Jahre dazwischen. Da sind fünf Jahre dazwischen. Das den letzten Drehtag gehabt haben bei "Let's make money", das zum Thema Recherchen (unv.) am letzten Drehtag (...) haben wir gehabt in "The City of London" damals 2008 im Sommer noch bevor der Film fertig war, da hat man auch die Krise schon gespürt. Und wenn Sie in "City of London" - das ist der größte Geldplatz der Welt - nicht Wallstreet. Nach dem Brexit wird es jetzt kleiner werden, aber bisher der größte. Da arbeiten 100.000 Leute, 100.000 Menschen, junge Menschen aus aller Herrenländern im Finanzdienstleistungsgewerbe. 100.000. Alle 100.000 Männer und Frauen haben die besten Universitäten dieser Welt abgeschlossen. Minimum einen Abschluss, meisten in Ökonomie. Sehr oft einen zweiten noch in Recht, in JUS, da gibts es noch andere. Alle haben das studiert. Harvard, Cambridge, St. Gallen, wenn es deutschsprachig ist. Wiener Wirtschaftsuniversität ist die größte im deutschsprachigen Raum mit 14.000 Studenten. Die kommen alle da her. Die besten der besten versammeln sich in „City of London“ mit den größten Diplomen. Und was machen die den ganzen Tag? (...) Die Welt in den Abgrund stürzen. Das war mein Zugang. Das heißt die, die am gebildetsten sind, machen den größten Blödsinn. Die bringen uns um. Das war mein Zugang. Und nicht: "Ach ein kleines Kind lernt schlecht. Oh Gott, oh Gott. Und der kommt aus einer Arbeiterfamilie oder Migrantenhintergrund und die Eltern kümmern sich nicht um die Kinder, verwahrlosen oder werden geschlagen, oder sind faul und lernen nichts. Oder ich weiß nicht was es da alles gibt. Und noch fünf Fremdsprachen. Da gibt es 1000. Aber das war der Zugang. (...) Also, wenn wir von Bildung reden, wovon reden wir? Wir reden ja von Verbildung, wir reden von Missbildung. (...) Und ähm Sie können eine Faustregel aufstellen: "Umso mehr heute einer verdient, umso größer ist der Schaden, den er anrichtet." Gilt nicht für alle, aber für die meisten. Aber alle wollen viel verdienen.</p>	<p>Zutaten liefern und fragt woher sie die haben und verfolgt so den Weg immer weiter zum Ursprung. Herausfordernd ist es vor allem dann, wenn ein Thema komplexer wird. Damit wird auch die Recherchearbeit komplexer. Erwin Wagenhofer hat beispielsweise seine ersten Anknüpfungspunkt für seinen Film „Alphabet“ während des letzten Drehtages von „Let's make Money“ entdeckt.</p>		
--	--	---	--	--

	<p>Also so entsteht (...) Diese Ideen muss man haben und das ist eben (...) ich habe es halt. Das ist die Haltung. Ein anderer sagt: "Du bist ein Trottel. Ich habe eine ganz andere Haltung." ja "Kinder sollen mit drei (...) mit drei lernt man am besten Fremdsprachen." Sag ich ja eh. Super. Ich kenne so viele Leute, die können wirklich super Fremdsprachen reden, aber sie haben in keiner einzigen was zu sagen. Worum geht's jetzt?</p> <p>Und das treibt mich um. Und das macht es authentisch. Den anderen treibt was anderes um. Sie wollen mit ihrem sozialen Background was machen. Und Sie müssen, (...) also künstlerisch wird es immer dann, wenn Sie es an ihr Leben binden. Es muss mit dem Leben der Macherin, des Machers etwas zu haben. Ja. Und nicht der Fernsehredakteur sagt: Achtung die Oper ist abgebrannt, schnell raus. Macht einen Film darüber. Das ist was anderes. Nicht, das ist keine Wertung. Das eine ist gut das andere ist schlecht. Null. Sondern es ist eine andere Herangehensweise. Ja. Oder da ist ein Fußballspiel und so. Ich hab keinen Fernseher, aber ich mag Fußballspiele. Da ist ein Wirtshaus drüben, da geh ich hin. Da schau ich mit anderen. Das ist noch besser. Dann hat das ein Ereignis. Das ist eine Show auch, ein Spiel. Das ist nichts anderes. Aber die anderen Sachen sind sonst vom Fernsehen meisten Propaganda. Das dürfen wir nicht vergessen. Das ist ein politisch besetztes Medium. Darum ist das erste nach Wahlen, ganz wurscht wo, das wird jetzt gerade (...), dass was jetzt beim ORF jetzt passiert. Das ist DAS Medium, weil die Leute glauben es ja. Sie dürfen ja nicht vergessen, was das Bild für eine Macht hat. Darum sagen ja die Leute "Ich habe es ja gesehen!" Dass das manipuliert ist bis zum Letzten wissen sie ja nicht. Bildung wäre eben genau sich ein Bild machen zu können. Ein eigenes. Das ist Bildung.</p>	<p>Was dann den Film ausmacht ist vor allem die innere Haltung des Filmemachers/der Filmemacherin zu den gesammelten Informationen und zum Thema. Das führt auch dazu, dass der Film authentisch wird.</p> <p>Ein Film sollte etwas mit dem Leben des Machers/der Macherin zu tun haben. Zu unterscheiden ist an dieser Stelle die Dokumentation für das Fernsehen, welche hauptsächlich über aktuelle Ereignisse oder Naturphänomene berichtet, die nicht mit dem Leben des Filmemachers/der Filmemacherin zu tun haben.</p>	<p>Stoffentwicklung</p> <p>Idee / Thema</p>	<p>Haltung</p> <p>Persönlich</p>
--	---	---	---	----------------------------------

Frage zum Thema Filmförderung und Koproduktionen:

Interview	Originaltext	Paraphrase	Kategorie (+ Subkategorie)	Code
Int. 1	<p>Na ja zur Einreichung der Herstellung musst du ja auf jeden Fall ein Drehkonzept schreiben. Also ich schreibe ein Drehkonzept, das ist ein hübsches Textwerk, eine Absichtserklärung, eine Inhaltsangabe, was der Film eher inhaltlich hergeben soll. Wie er dramaturgisch aufgebaut ist. Dann Szenenerarbeitung, also da schreib ich schon auch Dialoge teilweise auch, also nicht nur die Szenenabfolge, sondern auch die Dialoge, wobei die natürlich immer mit dem Vermerk sind, dass ich weiß, was die Personen schon gesagt haben in anderen Zeitungsinterviews oder Fernsehinterviews oder so irgendetwas.</p>	<p>Für die Einreichung einer Filmförderung muss ein Drehkonzept geschrieben werden. Darin enthalten ist eine Inhaltsangabe, was im Film thematisch behandelt wird und wie er dramaturgisch aufgebaut wird. Werner Boote entwickelt dieses Drehkonzept weiter in Form einer Szenenerarbeitung, wo teilweise auch Dialoge angeführt sind - mit dem Vermerk was diese Personen bereits in der Vergangenheit ausgesagt haben in Zeitungs- oder Fernsehinterviews. Außerdem empfiehlt es sich eine Absichtserklärung eines Weltvertriebs beizulegen, die aussagt, dass der Film nach Fertigstellung auch ins Kino kommt.</p>	Finanzierung	Förderung
Int. 2	<p>„Also ... wenn du ein gewisses Alter noch nicht erreicht hast - ich weiß jetzt nicht genau was das Alterslimit ist, 35 - ist das Bundeskanzleramt eine super Anlaufstelle. Also das Bundeskanzleramt in Wien vergibt hier Startstipendien. Sprich ein halbes Jahr lang eine Gage von 1300,-- Euro, du kannst einen Stoff entwickeln, hier gibst du deine Idee ab und da war ich einmal in der Jury und da hab´ ich mir gedacht: "Das hätt´ ich als junger Mensch gern gewusst“ bzw. kannst du Arbeitsstipendien auch dort kriegen, bzw. auch Förderungen für Filme, die nicht sofort darauf ausgerichtet sind extrem kommerziell zu sein, also dass sie sich einem Thema widmen wollen, also das Bundeskanzleramt kann ich sehr empfehlen. Es gibt eh eine Seite, da ist alles beschrieben und da ist man jetzt nicht so in dieser ganz harten Konkurrenz und auch als junger Mensch besser aufgehoben.“</p>	<p>Eine besondere Herausforderung bei der Finanzierung stellt die harte Konkurrenz dar, unter denen man Förderungen beantragt.</p> <p>Mirjam Unger empfiehlt gerade jungen FilmemacherInnen ein Startstipendium beim Bundeskanzleramt zu beantragen. Sie war selbst dort als Jurymitglied tätig und weiß, dass auch Filme gefördert werden, die nicht sofort auf einen extrem kommerziellen Erfolg abzielen, worunter Dokumentarfilmen fallen. Gefördert werden Personen</p>	<p>Finanzierung</p> <p>Finanzierung</p>	<p>Herausforderung: harte Konkurrenz</p> <p>Möglichkeit: Startstipendium für junge Filmemacher und Filmemacherinnen</p>

		unter 35 Jahren für die Dauer von 6 Monaten mit einem Förderbetrag in Höhe von 1.300 € monatlich.		
	(...) Es waren rein österreichische Produktionen. Also wir haben das Budget so gehabt, dass wir gesagt haben das können wir hier abdecken und wir haben - ich glaub die beiden Filme haben jeweils - ich weiß es nicht, ich glaub "Vienna's Lost Daughters" hat 300.000,- Euro und "Oh Yeah, She Performs" 400... so in der Größenordnung. Und das haben wir hier in Österreich organisiert, mit einerseits ÖFI, andererseits Wien, Niederösterreich und ORF. Jeder hat ein bisschen was gegeben."	Die Filme von Mirjam Unger waren rein österreichische Produktionen. Die Kosten wurden durch die Kombination mehrerer Förderstellen abgedeckt.	Finanzierung	
Int. 3	„Da ist einmal kein Unterschied zwischen einem Dokumentarfilm und einem Spielfilm. Der Unterschied ist für mich der, erstens einmal dramaturgisch schon. ähm Was ist besser? Ein Schauspieler spielt einen Bauern oder ein Bauer spielt sich selbst. Das ist der Unterschied zwischen einem Dokumentarfilm und einem Spielfilm. ähm Der viel wesentlichere Unterschied ist, wenn es um das Geld geht: Der Bauer, der sich selbst spielt kriegt im Normalfall nichts, sondern den muss ich begeistern als Filmmacher, dass er da mittut. Während ein Schauspieler, den muss ich auch begeistern, aber der kriegt einen Haufen Geld bezahlt. Das teuerste beim Spielfilm sind die Personalkosten. Bei weitem. Das ist weit über 50%, also das kostet richtig Geld. Darum muss das alles so schnell gemacht werden. Während ein Bauer (...) ähm In der Früh hat mich gerade wer angerufen, den ich sehr begeistert habe, über ein Jahr lang begeistert hab, dass er jetzt schon versteht (...) Dieser Unterschied ist ganz wichtig. ähm Es gibt aber Sachen, die können Sie (...) ich sag ja nicht dokumentarisch.	Der Dokumentarfilm unterscheidet sich vom Spielfilm unter anderem wesentlich, wenn es um das Geld geht. Wenn beispielsweise ein Bauer sich selbst spielt, bekommt er in der Regel kein Geld, sondern muss dafür begeistert werden, dass er mitmacht bei einem Filmprojekt. Hingegen, wenn ein Schauspieler einen Bauer spielt, ist natürlich seine Begeisterung wichtig, aber er bekommt auch viel Geld dafür. Das teuerste beim Spielfilm sind die Personalkosten – neben den Darstellern müssen auch Requisite, Kostüm, Maske etc bezahlt werden. Das erklärt warum Dokumentarfilme um ein Vielfaches günstiger sind.	Finanzierung	

	<p>Im Englischen heißt es ja "fiction" and "non-fiction". "Non-fiction" heißt eben genau das nicht, das ist jetzt nicht inszeniert komplett. Es ist aber schon inszeniert. Es ist ja schon eine Inszenierung, wenn ich zu einem Bauer sage "Geh jetzt, hock dich auf deinen Traktor, fahr auf das Feld hinaus. Ich steh dort mit meiner Kamera und dann fahren wir eine Zeit lang. Das habe ich mir ja lange ausgedacht. Und dann fängst du das reden an. Und dann gib ich dir so (...) "So ein Interview habe ich noch nie im Leben gemacht." Und dann gib ich ihm so Stichworte, weil ich habe ja vorher lang mit ihm geredet. Jahrelang oft. Monatelang. Und immer wieder habe ich ihn besucht. Und dann merke ich was ihm brennt unter den Nägeln. Er will so gern über das Bauernsterben reden zum Beispiel. Weil das ist ein Thema, das geht ihm den ganzen Tag im Kopf um. ähm Und dann sag ich im richtigen Moment, sage ich ein Stichwort und dann kommt der in Rage. Dann nehme ich ihn auf. Und dann kommen oft Sachen, die sind unglaublich. Bei Spielfilm muss ich das alles aufschreiben, muss mir das ausdenken. Der muss einen Dialog lernen und ich kann es 100mal wiederholen. Und dann muss ich sagen "Du musst aber Traktorfahren lernen", das kann der Bauer aber schon und so weiter und so fort. Die eine Sache ist dramaturgisch. Am Ende von "We feed" ist dieser Nestle Boss. Wenn den ein Schauspieler spielt, ist das uninteressant. Und das was er gesagt hat. Und das was er gesagt hat kann sich kein Drehbuchautor der Welt ausdenken. Da ist es besser mit dem echten zu arbeiten. In einer anderen Situation, ich sag jetzt ganz was Blödes. Beim Tatort wird jemand niedergeschossen. Natürlich wird niemand niedergeschossen beim Spielfilm. Er muss halt so hinfallen, als wäre er erschossen. Und da ist es schon besser in einem Spielfilm so zu arbeiten. Und nicht zu sagen, so jetzt schießen wir ihn nieder und ich nehme es auf. Das ist ja Perversität. Gibt es auch solche Sachen. Das ist nichts. (...)</p>	<p>???</p>	<p>Unterschied Dokumentarfilm / Spielfilm</p>	<p>Spielfilm</p>
	<p>Ich wollte sagen, da ist kein Unterschied. Es ist ganz einfach zu erklären. In Österreich gibt es einige Töpfe. Das größte ist das ÖFI und das wichtigste. Dann heißt das Filminstitut. Dann gibt es Regionalfonds, den Wiener Filmfonds, der ist mit viel Geld dotiert. Die sind immer alle auch gebunden an, erkläre ich gleich was da ist. Niederösterreich hat das in der Zwischenzeit relativ hoch dotiert. Dann gibt es in Tirol zum Beispiel gibt es so einen Fonds, die geben die Gelder aber teilweise an österreichische Filme, sondern an Filme, die in Tirol gedreht werden. Oder in der Steiermark gibt es etwas Ähnliches. Einen riesen Fonds gibt es jetzt in Südtirol, da muss man dann aber in Südtirol drehen. Dann gibt es nach wie vor das Fernsehen ist nach wie vor der größte Produzent überhaupt. Die haben den größten. Die leben ja davon. (...) Und dann muss man sehen was die davon kriegen. Das kann ich Ihnen genau sagen. Das ist bei Spielfilm und Dokumentarfilm gleich. Der einzige Unterschied ist.</p>	<p>Die Finanzierung erfolgt auch in den Filmen von Erwin Wagenhofer durch mehrere Töpfe. Dabei ist zu beachten, dass einige Fördergelder daran geknüpft sind, dass an dem Ort gedreht wird, wo ausbezahlt wird, damit das Geld in der Region bleibt.</p> <p>Für eine Filmfinanzierung zu 100 % ist ein genauer Finanzierungsplan notwendig. Es muss festgelegt werden wie viel vom jeweiligen</p>	<p>Finanzierung</p> <p>Finanzierung</p>	

	<p>Im Normalfall kostet der Dokumentarfilm, sag ich jetzt mal ein Drittel, ein Fünftel, ein Zehntel von einem Spielfilm. Darum ist er viel leichter zu finanzieren. Ja weil bei einem großen Spielfilm ist die Deckelung 2,5 € max. 3 Mio. € Mehr kriegen Sie nicht in Österreich. Da müssen Sie ins Ausland gehen.</p> <p>Bei mir geht das, ich habe gerade eine Koproduktion mit Deutschland. Da ist immer dann wer ist "Majorität" und wer ist "Minorität" - also wer hat mehr Geld und ist es wirklich und wer ist nur der Partner. Das hat Vor- und Nachteile und (...) zum Beispiel muss ich jetzt im Juli bis Ende des Jahres nach Berlin übersiedeln, weil ich dort den Film schneiden muss nur weil ich Geld von dort bekomme. Da wird wahnsinnig viel getrickt und so weil die Deutschen natürlich nur sagen, naja aber das Geld - das deutsche Geld - wollen wir, dass es in Deutschland bleibt. Und so finanziert sich sowas. Genau aus. und das ist die Arbeit von einem Produzenten. Das ist sehr ritualisiert. Das ist sehr professionalisiert in der Zwischenzeit muss ich sagen. Das war vor 20 - 30 Jahren ganz anders. Aber jetzt ist es richtig professionalisiert.</p> <p>Sie müssen von Anfang an sagen, wann Sie jetzt, ich sag jetzt mal 100 haben wollen, ob das jetzt 100.000 sind oder 100.000.000 oder 10 Mio. oder 1 Mio. ist jetzt wurscht. 100 % wollen Sie haben. Da müssen Sie genau sagen wie setzen Sie die zusammen. Da kommen vom ÖFI 30 und vom Fernsehen 25 und vom Wiener Fonds 15 sind wir auf 70, dann müssen sie einen Eigenanteil von 5 haben, dann sind wir auf 75. Wo kommen die restlichen 25 her? Das müssen Sie (...) Theoretisch könnten Sie einen reichen Menschen finden, der sagt ich gebe ihnen das. Und das ist der Finanzplan. Und erst wenn diese Finanzierung beschlossen ist vertraglich, dürfen Sie beginnen mit dem Film. So in etwa. Das ist Produktionstechnik.</p>	<p>Fördergeber kommt, also wie viel Anteil von der jeweiligen Förderstelle benötigt wird. Ein Teil davon muss durch Eigenmittel finanziert werden. Wobei diese Eigenmittel auch durch Sponsoren etc. abgedeckt werden können. Erst wenn diese Finanzierung vertraglich beschlossen ist, wird mit den Dreharbeiten begonnen.</p>		
	<p>Koproduktion mit anderen Ländern.... Greifen wir zurück. Jetzt nicht wegen der Finanzierung. Gerade im Gegenteil. Es ist finanztechnisch sogar ein gewisser Nachteil, weil das könnten wir ruhig in Österreich produzieren, dann wäre es ein rein österreichischer Film. Aber ich bin ja selber (...) will ja gar kein Produzent sein. Bin aber einer. Das ist eine sehr komplexe Frage. Warum, da müsste ich ausführlich werden. In Österreich (...) Das Urheberrecht ist extrem schlecht für die Filmmacher. Das stammt in Österreich aus dem Jahr 1937/38 (unv.) "Processus Legias" heißt das, wo die Verwertung nur den Produzenten zufällt. Das kommt aus einer Zeit wo es noch keine Filmförderung gegeben hat. Da gabs früher - Film ist ja relativ junge, das ist ja noch gar nicht alt - die ersten Filmproduzenten waren reiche Unternehmer /Industrielle, die irgendeinen Vogel gehabt haben und sich das geleistet haben. Und die haben (...) die sind dann hergegangen und gesagt da soll ihnen wer einen Film machen und haben praktisch dem das Geld gegeben. Natürlich hat dann der Film ihnen gehört. In der</p>	<p>Erwin Wagenhofer sieht nicht unbedingt finanzielle Vorteile in einer Koproduktion.</p> <p>Er erklärt das Urheberrecht in Österreich als extrem schlecht für die Filmmacher. „(...) Das kommt aus einer Zeit, wo es noch keine Filmförderung gegeben hat. (...) Film ist ja relativ jung (...) Die ersten Filmproduzenten waren reiche Unternehmer /Industrielle, die (...) sich das geleistet haben. (...) Die sind</p>	<p>Koproduktion</p>	

	<p>Zwischenzeit, seit 1980 haben wir Filmförderungsgesetz wo das Geld immer aus den Steuermitteln kommt. Und die Idee aber, dass der der das Geld von dem Film verwerten darf, ist aber immer noch der Produzent. Und der tut so, als würde das Geld von ihm kommen. Die tun auch wirklich so. Und das eine ist, wenn der Film erfolgreich ist, bleibt auch das Geld bei ihm. Das ist eines.</p> <p>Aber ich betreue meine Filme ja so lange nach. Bei "Alphabet" habe ich 200 Veranstaltungen gehabt in ganz Europa. Wo ich dabei war. Das müssen Sie einmal (...) da waren die wenigsten davon in Wien. Das allerletzte davon war in Kairo. Das heißt ich muss da nach Kairo fliegen. Da muss ich dann vor Publikum reden und dann flieg ich wieder zurück. Da wird ja nichts bezahlt. Die Spesen ersetzt oder so. Das ist ein irrsinniger Aufwand. Und der Film gehört aber gar nicht mir. Gerade im Gegenteil. Rein theoretisch mach ich, kann mich rechtlich der Produzent belangen, dass ich seinen Film vorführe. Das ist sehr sehr komplex. Das ist auch nicht EU-konform. Es gibt da auch von der europäischen Kommission - schwerste Mängel-Kritik. Aber die Produzenten natürlich wollen das nicht ändern. Und aus dem Grund bin ich jetzt da rein. Und jetzt ist ihre Frage "Warum denn eine Koproduktion?" Weil ich ähm in dem Fall einen deutschen Partner habe, den ich für einen sehr guten Produzenten halte und dessen Job ist gar nicht so sehr, dass er die Finanzierung garantiert. Die kann ich eh selbst garantieren. Sondern das, und das ist das was ich nicht habe: Er ist wahnsinnig vernetzt in ganz Europa. Produzent oder Produzentin muss zwei Sachen machen, zwei Sachen sind wirklich wichtig: Er muss das Gespür haben den Film finanzieren zu können. Machen tut ihn ganz wer anderer. Da kommt er hin- und wieder vielleicht vorbei und schaut. Wenn er ein Guter ist "Geht es euch gut? Zeigt mir einmal ein bisschen etwas. Aha das wird was" und motiviert die Leute zum Dranbleiben. Wenn er ein Guter ist oder sie gut ist ähm dann irgendwann ist es fertig. Und dann muss er den nehmen können und dann muss er ihn in die Welt tragen können. Weil das kann der Filmmacher nicht. Der hat erstens die Kraft nicht mehr. Der ist fertig nach zwei - drei Jahren. Und vor allem, ich kann ja nicht herumlaufen und "Schaut was ich Gutes gemacht habe!" Das muss ja wer anderer tun. Und der muss jetzt die Connections haben zu den Verleihern, zu den Weltvertrieben, zu den Festivals. Damit ein Film nach Cannes kommt ist nicht so anonym. Da werden 1000 eingeschickt und die sitzen dort und schauen sich alle 1000 an und machen eine Strichliste "das ist der beste, das ist der zweite und (unv.) und auf der Stricherlliste, die die meisten Punkte haben, die ersten 20 kommen. Nein überhaupt nicht. Das geht ganz anders. Ganz, ganz anders. Und für das brauchen Sie einen Produzenten. Und das ist der Grund warum wir da jetzt eine Kooperation haben."</p>	<p>dann hergegangen und haben gesagt da soll ihnen wer einen Film machen und haben praktisch demjenigen das Geld gegeben. Natürlich hat dann der Film ihnen gehört. In der Zwischenzeit, seit 1980 haben wir Filmförderungsgesetz, wo das Geld immer aus Steuermitteln kommt." Derjenige der das Geld eines Filmes verwerten darf ist aber nach wie vor Produzent, was dazu führt, dass so getan wird, als ob das Geld von ihm/ihr kommen würde.</p>		
--	--	--	--	--

	<p>Also dadurch, dass ich den Anspruch an mich stelle mich immer weiterzuentwickeln in Bezug auf den jeweiligen Film bin ich quasi tagein tagaus quasi gezwungen auf was Neues zu kommen bzw. etwas besser an diesem Sujet zu verstehen und habe quasi immer im Druck keinen Aspekt, der in diesem Komplex, und das sind ja meistens komplexe Themen in Filmen, zu übersehen. Also ich habe immer, wie gesagt man möchte es ja eigentlich bis zum allerletzten Moment, wo der Film dann fertig sein muss, ob ich nicht irgendwo nicht noch einen Aspekt, der dieses komplexe Thema betrifft, übersehen habe. Und ein lustiges Beispiel ist auch wieder von Plastic Planet. Also das hat mir aber so geholfen in meiner Entwicklungsphase. Ich bin ein endloser Zögerer und versuche alle Aspekte, die es gibt zu verstehen usw. zu wissen usw. Und dann nach dem Film „Plastic Planet“ im Tonstudio bei „Cosmics“ in der Mariahilferstr. am letzten Tag, der ganze Film war fertig und ich musste nur noch den letzten Satz einsprechen und ich hab gezögert, ich war mir nicht sicher, ob ich das so sagen kann. Und dann höre ich die Stimme wie einen Lautsprecher, also von Ewald (unv.) der auf der anderen Seite gesessen ist während der Aufnahme und der sagt zu mir „Hearst bitte jetzt sag´s doch endlich, dass Plastik gefährlich ist. Jetzt hast so lange daran gearbeitet, jetzt sag´s doch bitte endlich.“ Und dann hab ich es endlich gesagt. Und das ist das, was mich sehr beschäftigt.</p>			
	<p>Und was ich auch sehr interessant finde ist, dass ich festgestellt habe, dass ich bei der Erarbeitung eines Dokumentarfilmes durchlebe ich den Film mit all seinen Emotionen und Ängsten und Schwierigkeiten drei Mal. Das erste Mal beim Drehkonzeptschreiben. Da schreib ich es auf, dann stell ich mir selbst die Fragen und setze mich quasi diesen Fragen und Ängsten und Problemen einmal aus Dann kommt die Herstellung quasi und ich ähm habe ichdurchlebe den Film ein zweites Mal. Genauso wieder. Allerdings insofern tiefer, weil ich ja noch also vor Ort bin (...) mit den Personen direkt ähm direkt rede bzw. direkt rede bzw. direkt auf Schauplätzen steh, die genau das ausdrücke, die mich genauso fertig machen oder emotional berühren oder packen oder wie auch immer und durchlebe quasi den den Film noch also ein zweites mal und quasi tiefer auch diesen, weil ich selbst auch als Person selbst noch im Film bin.“</p>	<p>Die Herstellung eines Dokumentarfilms wird von Werner Boote auf drei Ebenen erlebt.</p> <p>„Was ich auch sehr interessant finde ist, dass ich festgestellt habe, dass ich bei der Erarbeitung eines Dokumentarfilmes den Film mit all seinen Emotionen und Ängsten und Schwierigkeiten drei Mal durchlebe. Das erste Mal beim Drehkonzeptschreiben. Da schreib ich es auf, dann stell ich mir selbst die Fragen und setze mich diesen Fragen und Ängsten und Problemen einmal aus. Dann kommt die Herstellung und ich durchlebe den Film ein zweites Mal. (...) Allerdings insofern tiefer, weil ich ja (...) vor Ort bin mit den Personen direkt (...) rede bzw. direkt auf Schauplätzen stehe, die genau das ausdrücken, die mich genauso (...)“</p>	<p>Dreharbeiten</p>	<p>Konzept</p>

		emotional berühren oder packen, weil ich (...) auch als Person selbst noch im Film bin.“		
Int. 2	<p>„Wie gesagt, ich hab´ dieses Ursprungskonzept, ich bin gezwungen zu formulieren um den Leuten, also um das o.k. für den Film zu bekommen, also quasi der ORF braucht ein Papier damit sie wissen was ich mach, oder eben wenn ich einreiche für eine Filmförderung muss ich es formulieren. Und das zwingt mich über ein Konzept und über den Film nachzudenken und ihn konkreter zu machen. Und zu kommunizieren vor allem, weil auch oft habe ich ihn im Kopf, aber ich bin dann gezwungen ihn auf Papier zu bringen, damit andere auch wissen was ich vorhabe zu machen. So. Und dann schaue ich aber eigentlich beim Drehen dann nicht mehr. Ich verlass mich drauf, dass ich da Bescheid weiß was ich und wo ich ungefähr hin will und bin. Beim Dokumentarfilm geh´ ich trichtermäßig vor, also ich sammle ganz viel. Hab´ natürlich irgendwie eine Richtlinie im Kopf und der Film entsteht am Schneidetisch. Also es ist wirklich so vom Filmmaterial am Schneidetisch aussuchen, weniger, weniger, eine Schnitfassung, kürzen, kürzen, bis dann der Film rauskommt. Das spürt sich dann oft sehr anstrengend an am Schneidetisch weil du so viel Material hast, ähm, und spürt sich dann oft an wie so - wie heißt das? - Kohlgrubenarbeit - wo du dich durchwühlen muss, also körperlich anstrengend, wo du am Schneidetisch nur sitzt, aber es ist richtig anstrengend. Mit so viel Material umzugehen, also es ist super, aber man tut sich leichter wenn man schon vorher genau konkreter sagt: "Das brauch´ ich und das weiß ich und so. Aber dadurch, dass ich sehr gerne die Realität da zeige wie sie ist versuche einzufangen aber ohne dass ich sie zu sehr gestalte habe ich so das Gefühl ich muss sie einfach laufen lassen. Die Kameraleute und die Tonleute beschweren sich dann auch oft weil das halt anstrengend auch vom Drehen ist. Lang laufen lassen, Tonmann lang angeln usw. Aber das ist halt die Methode, die ich mir jetzt ausgesucht habe.</p>	<p>Auch von Mirjam Unger wird die Herstellung des Films in drei Phasen erlebt.</p> <p>Das Schreiben des Konzepts für die Förderstellen /Geldgeber ist eine erste Konkretisierung des Films. Vor allem geht es dabei auch um nach außen kommunizieren zu können, welcher Film gemacht wird. Beim Dreh selbst lässt sie dieses Konzept aber los und stellt sich auf die Gegebenheiten vor Ort ein. Während dem Dreh ist ihr vor allem wichtig die Realität möglichst so einzufangen wie sie ist, ohne zu viel gestalterisch einzugreifen. Herausfordernd ist das vor allem für das Team, insbesondere für die Kamera und den Ton, da es anstrengend ist lange laufen zu lassen und zu angeln. Am Ende der Dreharbeiten wird dann am Schneidetisch nur das Filmmaterial rausgenommen, welches für den letztendlich benötigt wird und es entsteht ein fertiger Film.</p>	<p>Dreharbeiten</p> <p>Dreharbeiten</p>	<p>Konzept</p>
	<p>Also die Eigenheiten beim Dokumentarfilm, und das lieb´ ich sehr, also grad wie ich den großen Spielfilm gemacht habe mit 70 Leuten am Set, habe ich danach wieder einen Dokumentarfilm fürs Fernsehen gemacht, einen "Schauplatz", eben die (...), macht nichts, ich weiß gar nicht mehr welcher es war für den "Schauplatz". Und wir waren zu viert (unv.) Und das ist halt super, du spürst wieder die Straße und niemand irgendwie holt dich ab oder hat ein Catering für dich vorbereitet, sondern zu dritt in einem Auto fährst zu der Adresse, schaut was dir begegnet, du hast das Licht, das grad ist, du kannst nicht groß Scheinwerfer aufstellen, du musst dir dein Essen selber besorgen. Du bist</p>	<p>Im direkten Vergleich zum Spielfilm sieht Mirjam Unger die Besonderheiten bei der Herstellung eines Kino-Dokumentarfilms darin, dass kleiner gearbeitet wird und man selbst zu verschiedenen Leuten unterwegs ist.</p> <p>„Und das ist halt super, du spürst wieder die Straße und niemand holt dich ab oder hat</p>	<p>Dreharbeiten</p>	

	<p>einfach wieder (...), da arbeitest du kleiner, mich holt das auch runter, ich find das total wichtig irgendwie das man da auch nicht irgendwie denkt Filmemachen hat immer mit viel Geld zu tun. Das stimmt einfach nicht. Man hat damit zu tun, dass Menschen - und das können sehr wenige sein - eine Idee haben, eine Leidenschaft für das und eine Kamera und ein Mikrofon in die Hand nehmen und das aufzeichnen und gemeinsam machen. Also das ist für mich irgendwie ein großer Unterschied, den ich aber sehr schätze. Also beides ist natürlich - der Spielfilm, der große Aufwand ist natürlich auch toll - aber oft tue ich mir dann sogar leichter sogar beim großen Spielfilm mich an den Dokumentarfilm zu erinnern weil ich dann nicht reinfall auf dieses große Brimborium, ich weiß nicht wie ich sagen soll. Also weißt du, nicht zu glauben alles ist so wichtig und so, aber das ist es nicht. Sondern es geht letztendlich immer nur um Menschen vor der Kamera, wie die in Kamera schauen, was für eine Stimmung du schaffst, wie genau du schaut, wie genau du zuhörst und das ist eigentlich gleich, wurscht wie groß oder klein der war. Und das Menschliche, also wie du miteinander auskommst. Also es ist immer voll wichtig, also ich meine es schafft auch Atmosphäre am Set, dass du mit Menschen zusammenarbeitest, die sich friedlich verhalten und mit denen du irgendwie also gerne auch Zeit verbringst. Nicht nur weil es Lebenszeit ist, sondern es kann jemand noch so erfolgreich oder gut oder tolle Bilder machen, wo es dann anstrengend ist oder so, dass geht dann nicht. Dann lieber mit der besten Freundin, die so super Kamera macht oder vielleicht noch nicht 400.000 Auszeichnungen hat, ihr schafft den besseren Film, weil ihr das gemeinsam - weißt du - erarbeitet und wollt. Also sich nicht blenden lassen irgendwie. Das hilft mir. Der Dokumentarfilm hilft mir da irgendwie um mehr mit so einem Röntgenauge zu schauen. Das Wesen der Dinge sehen, irgendso. Nicht ganz leicht in Worte zu fassen. Und die große Eigenheit beim Dokumentarfilm auch im Vergleich zum Spielfilm: Den Spielfilm, den bereitest du halt wirklich minutiös vor, schon im Vorhinein bestimmst du im besten Fall welche Farbe der Vorhang haben wird, der dann da hängt und im besten Fall bin ich so vorbereitet, dass ich im Storyboard gezeigt habe gezeichnet habe, dass die Person Schauspielerin von da nach da geht und der Cut dann so aussehen wird usw. Und beim Dokumentarfilm weiß ich es vorher nicht. Ja, ich weiß wen ich sehe, ich weiß wo ich drehen werde, ich weiß ungefähr wie lange ich Zeit habe, ich weiß ungefähr, was passiert, z.B. von der Waffe, wir drehen beim Bundesheer, Frauen beim Österreichischen Bundesheer und dann kommen wir hin und um 7.30 Uhr ist ein Riesenmorgenappell, so viele Statisten hätten wir im Spielfilm wahrscheinlich ganz ganz selten. Mit 300 Leuten, die im Gleichschritt daherkommen, "Guten Morgen" wünschen. Wir sind grad angekommen, müssen ganz schnell die</p>	<p>ein Catering für dich vorbereitet, (...) sondern zu dritt in einem Auto fährst du zu der Adresse, schaut was dir begegnet. Du hast das Licht, das grad ist. Du kannst nicht groß Scheinwerfer aufstellen, du musst dir dein Essen selber besorgen.“</p> <p>Im Gegensatz zum Spielfilm weiß man nicht minutiös was wann und wie gedreht wird. Beispielsweise ist beim Spielfilm klar, wie die Farbe des Vorhangs zu sein hat und im Idealfall hängt er bevor mit dem Dreh begonnen wird. Bei Dokumentarfilmen weiß man diese Details alle nicht. Man weiß zwar ungefähr wo man dreht und mit wem und ungefähr wie lange, aber es sind keine Details bekannt. Es geht dann um den Moment während die Kamera läuft. Der Dokumentarfilm konzentriert sich auf die Menschen vor der Kamera so wie sie sind, auf die Stimmung, die herrscht, die Zusammenarbeit im Team und die Atmosphäre die letztendlich dadurch der Film erzeugt.</p>	<p>Dreharbeiten</p>	
--	--	--	---------------------	--

	<p>Kamera auspacken, ganz schnell das mitnehmen und dann musst du im Augenkontakt quasi mit deinem Kameramann und deinem Tonmann sein, damit man weiß: "O.k. da müssen wir jetzt ganz schnell sein" und das einfangen und bewusst ist das so nicht wie das genau aussieht. Und so geht's aber dann den ganzen Tag."</p>			
<p>Int. 3</p>	<p>Während den Dreharbeiten (unv.) ähm Das Schwierige beim sogenannten Dokumentarfilm ist (...), beim Film ist es das gleiche. Wie komme ich in eine Situation, die es überhaupt Wert ist, dass ich eine Kamera einschalte? Wie kommen Sie jetzt in die Situation und was ist das für ein Aufwand, dass ich jetzt mit Ihnen dasitze und da etwas quatsche. Das ist schon mal ein organisatorischer Aufwand. Das nächste ist: Wie können Sie mich motivieren, dass ich was gescheites quatsch und nicht nur Blödsinn sage, dass sie auch brauchen können. Ja. Das sind vier Parameter. Richtiger Ort, zum richtigen Zeitpunkt, die richtige Person, die das Richtige sagt. Fragen Sie einmal einen Mathematiker, wie viele Möglichkeiten Sie dahaben. Das heißt ich habe sehr wohl sehr konkrete Ideen, weil es eine lange Recherche gibt und weil ich die Leute so aussuche. Das ist wie eine Besetzung bei mir. Also nicht, ich find da irgendjemand und der erzählt mir was. Sondern ich habe eine Idee, wie das sein könnte und wer ist eigentlich der oder, die mir das so rüberbringt. Also ein völlig anderer Zugang. Also darum sag ich das Dokument, also Wahrheit ist überhaupt ein schwieriger Begriff mit dem ich gar nichts anfangen kann. Das ist ähm das ist schwierig. Sondern das ist erdacht, aber was schon ist, wann ich dann dort bin, dann lasse ich das komplett fallen. Dann lasse ich komplett los. Dann hat es gedient, dass ich herkomme. Jetzt geht es ins Eingemachte. Jetzt wird gearbeitet. Und dann schaue ich, was kommt von den Leuten. Dann bin ich oft sehr überrascht, dass viel mehr kommt, als ich gedacht habe. Oft bin ich auch enttäuscht, dass viel weniger kommt als ich gedacht habe. (...) ähm dann beginnt eigentlich der wirkliche Prozess. Der wirkliche Prozess ist der, dass ich dann (...) es geht immer nur um die Leute. Geht nur um die Leute. Film ist Charakter also "character", also Person und Atmosphäre. Aus. Sonst nichts. Welche Atmosphäre. Wie ist die Atmosphäre? Nacht? Gruselig? Lustig? Weltoffen? Hell? ähm Wie ist es vom Ton? Wie klingt die Musik darunter? Hört man einen Wind rauschen? Geht einer durch einen Wald? Warum geht er durch den Wald? Sitzt im Caféhaus und so weiter. Das sind alles Atmosphären, nur Atmosphären. Das andere sind die Charaktere. wie sind die? Sympathisch? Lustig? Schräg? Verschroben? Ordinär? Laut? Ja? Danach sucht man das ja aus. Und ähm das ist (...) dann ist das Entscheidende wie kann ich eine Situation herstellen, dass der authentisch ist? Eben das, (...) darum das Beispiel mit dem Bauer</p>	<p>Einen anderen Zugang wirft Erwin Wagenhofer auf mit der Frage an sich selbst: „Wie komme ich in eine Situation, die es Wert ist, eine Kamera einzuschalten?“ Dafür sind vier Parameter wichtig: „Der richtige Ort, zum richtigen Zeitpunkt, die richtige Person, die das richtige sagt.“</p> <p>Es gibt sehr konkrete Ideen wie etwas auszusehen hat, aufgrund der langen vorangegangenen Recherche. Die Auswahl der Personen ist nicht beliebig, sondern sehr genau geplant. Es geht ja darum, dass es jemand sein muss, der oder die etwas so rüberbringt, dass es dem Film nützt. Dabei kommt manchmal viel mehr als erwartet, manchmal kommt aber auch viel weniger und man ist enttäuscht.</p> <p>Erwin Wagenhofer spricht ebenfalls von der Wichtigkeit der Atmosphäre neben dem Charakter.</p> <p>Beispiel mit dem Bauer und dem Traktor: (...) Wenn ich zu einem Bauern sage: "Du weißt du was? Ich will mit dir drehen, weil mich interessiert das, wie du das mit den Hähnchen machst, aber wir drehen das Ganze in einem Helikopter. (...)" Das wird überhaupt nicht funktionieren. Der wird sagen: "Ich sitze nie in einem Helikopter." Oder wenn ich zu einem Firmenchef das</p>	<p>Dreharbeiten</p> <p>Dreharbeiten</p>	<p>Konzept</p> <p>Interviews</p>

	<p>und dem Traktor. Bauer und Traktor ist logisch. Wenn ich zu einem Bauern sage: "Du weißt du was? ähm Ich will mit dir drehen, weil mich interessiert das, wie du das mit den Hähnchen machst, aber wir drehen das Ganze in einem Helikopter, du musst in einen Helikopter. Da musst du dich hineinsetzen und nur danebensitzen." Das wird überhaupt nicht funktionieren. Der wird sagen: "Ich sitze nie in einem Helikopter." Oder wenn ich zu einem Firmenchef das Gegenteil sage: "Sie müssen jetzt auf einem Traktor sitzen. Und sie müssen mir da über das Feld fahren, Hr. Brabeck, Sie fahren jetzt über das Feld, weil da kommt ja das ganze Zeug her und da müssen Sie reden." Der wird nicht fähig sein. Der wird nicht einmal wissen wo man ihn an startet den Traktor. Also Sie müssen irgendeine Situation (...) oder ein Musiker (...), wenn ich zu einem Trompeter sage: Jetzt setzen Sie sich ans Klavier. Oder zu einem Schlagzeuger: "Jetzt musst du ins Saxophon blasen." Der wird fragen, ob ich einen Vogel habe. Aber am Schlagzeug ist der unter Umständen, weil das macht er ja ununterbrochen, sehr authentisch. Also wie komme ich in eine Situation, dass die Menschen wirklich das sein können, wer sie sind? Das ist das. Wie kommt der Moment wo Resonanz entsteht? Wo das ineinandergreift. Wo das anfängt zu schwingen. Da beginnt ja Kommunikation. Wo der (unv.) sagt, die "Kamera vergisst."</p> <p>Besonderheiten sind, dass Sie gewisse Dinge ähm Die richtig guten Leute machen das im Spielfilm auch. Sie kommen in eine Situation, die Sie sich ganz anders vorgestellt haben und auf einmal schwenkt alles. Ich sag jetzt ganz was Blödes. Sie haben sich vorgestellt, heute gehen wir auf das Feld hinaus und zeigen wie (...) und zeigen wie da Heu und wie da der mit dem Mähdrescher fährt und es ist ein schöner Sommertag. Und auf einmal kippt aber das Wetter und es wird dramatisch und es schaut ganz schwarz aus und fängt zum Pritschen an und zum Donnern, und es kann aber so eine tolle Stimmung sein, dass sie etwas bekommen womit Sie gar nicht gerechnet haben. Das sind Besonderheiten. ähm Besonderheiten habe ich erlebt von (...) ich nenne Beispiele. Ich habe lange mit Hugo Portisch gearbeitet. Er ist jetzt über 90. Da war ich also Assistent noch. 80er Jahre. Da haben wir einmal ein Interview. Er hat wirkliche Interviews gemacht. Fernsehen. Er ist ja Journalist, mit dem Robert (unv.). Das ist der Gründer von Greenpeace. In Rom. Und der hat dann die Fragen beantwortet. Der Robert (unv.) hat so Vertrauen gefasst zu dem Portisch. Und er hat viele Geheimnisse. Da sind viele Sachen passiert, die ins Kriminelle gehen und (...) und wenn der (unv.) witzigerweise zu mir, ob wir noch Material haben, weil eine Stunde war vorbei, so wie bei Ihnen. Eine Stunde ist aus. Ist der jetzt schon voll der Speicher oder haben Sie noch was? Und ich sage ja, ja, wir könnten noch eine Stunde einlegen. Sagt der legen Sie das ein. Der. Und dann sagt er ich erzählen</p>	<p>Gegenteil sage: "Sie müssen jetzt auf einem Traktor sitzen. Und sie müssen mir da über das Feld fahren, (...), weil da kommt ja das ganze Zeug her und dann müssen Sie reden." Der wird nicht fähig sein. (...) Also: Wie komme ich in eine Situation, dass die Menschen wirklich das sein können, wer sie sind? (...) Wie kommt der Moment wo Resonanz entsteht? (...) Wo der Protagonist die "Kamera vergisst."</p> <p>Als Besonderheit bzw. Herausforderung wird auch angesprochen, dass enorme Kräfte auftreten können, wenn man etwas sehr Brisantes aufgreift. Beispielsweise hat die Firma „Nestlé“ versucht alles Mögliche zu unternehmen, um die Veröffentlichung des Films „We feed the World“ zu verhindern.</p>	<p>Dreharbeiten</p>	
--	--	--	---------------------	--

	<p>Ihnen jetzt etwas. Das ist nie auf Sendung gegangen. Das liegt in irgendeinem Archiv. Und er erzählt seine Lebensgeschichte. Die war so spannend. So spannend. (...) Das hat sich der Portisch nie senden getraut. Das wäre Sprengstoff. Ja. Und so etwas tritt ein. und (...) Ich traue es mir dann schon und das ist genau der Unterschied zwischen Fernsehen und Kino. Im Kino kann ich es machen. Im Fernsehen kannst du es nicht machen, weil da kommt der Chef bevor das gesendet ist. Das habe ich erlebt. Ich war dabei, aber bei einer anderen Situation. Komm (...) bei so heiklen Filmen, die werden alle abgenommen. Das ist ja was Politisches. Und wenn das über den Sender geht ist der am nächsten Tag der Intendant oder Direktor gefeuert. Der wird hinausgeschmissen. Ja. Da gibt es viele Kräfte, die dagegen sind. Und im Kinofilm ist es machbar. Das ist der große Unterschied. (...)</p> <p>Wenn Sie richtig was Brisantes haben, kann es sein ähm dann treten enorme Kräfte auf. Habe ich erlebt selbst. Ja beim Geldfilm und vor allem davor auch schon, Nestle hat versucht alles Mögliche zu unternehmen den Film zu verhindern. Alles Mögliche. Und das müssen Sie wasserdicht machen. Rechtlich und alles. Verträge und das wird jetzt mit dem ganzen neuen Datenschutz, der heute in Kraft tritt noch viel Ärger. Weil Sie können da jetzt was drehen und im Hintergrund ist diese Frau dort zum Beispiel. Junge Frau, die Blonde ähm irgendwo in der Unschärfe und ich habe von ihr keine Einverständnis eingeholt. Dann kann die, wenn das ins Kino kommt sagen: "Ich will das nicht." (...) Ja? Und kann den Film stoppen. Oder viel Geld verlangend oder irgend so etwas. Es geht aber weiter. Das geht dann so, dass in dem Film Nestle ist. Die haben aber zugestimmt. Und die Anwälte recherchieren alles durch. Und recherchieren so weit, ob die Frau zugestimmt hat. Gehen zu der Frau und sagen: "Haben Sie zugestimmt?" - "Nein." - "Wollen Sie in dem Film sein?" - "Mir ist das wurscht." - "Wir zahlen Ihnen aber viel Geld, damit Sie sagen es ist Ihnen nicht wurscht." Und so geht das. Das wird, da wird (...) das wird zu einer neuen Filmsprache kommen dadurch. Da wird dann das aus Sicherheitsgründen auch nicht mehr können. Man wird nur mehr ganz spezielle Perspektiven einnehmen können ähm wo so etwas gar nicht passiert. Das Fernsehen wird sich komplett verändern. Weil die können dann in einem Fußballspiel nicht mehr über das Publikum schwenken, weil da hocken ja irgendwelche. Die haben sie ja nicht gefragt. Oder bei einem Skirennen. Und so weiter und so fort. Und das ist alles komplett im Umbruch. Das sind alles (...) Das sind alles (...) Es gibt zwei Berufsgruppen, die quälen uns: Das eine sind Betriebswirte und das andere sind Juristen.</p>	<p>Deshalb muss man das gedrehte Material rechtlich absichern.</p> <p>Als Herausforderung wird das aktuell in Kraft getretene Datenschutzgesetz gesehen. Es darf auch im Hintergrund niemand mehr ohne Zustimmung gefilmt werden. Das führt, dazu dass nur mehr ganz spezielle Perspektiven eingenommen werden können. Die Bildsprache wird dadurch verändert.</p> <p>Die Produktionsmittel zur Filmerzeugung haben sich in den vergangenen Jahren um ein Vielfaches vereinfacht. Mittlerweile kann man einen Kinofilm mit dem neuen iPhone drehen. Michael Moore und vor allem auch die österreichischen FilmemacherInnen haben einen regelrechten Dokumentarfilm-Boom ausgelöst. Das Problem, das Erwin Wagenhofer hier sieht ist, dass immer mehr Leute skeptisch sind aufgrund der „neuen“ Art des Dokumentarfilms. Viele Laien haben begonnen Dokumentarfilme zu machen über irgendwas. Nicht unbedingt fürs Kino oder fürs Fernsehen, aber für Internet. Allen voran YouTube. Für Leute, die als Interviewpartner angefragt werden fällt die Unterscheidung zunehmend schwer zu erkennen zwischen seriösem und laienhaftem Dokumentarfilm. Personen, die früher bereitwillig einem Interview zugestimmt haben, sagen daher häufiger ab als früher.</p>	Dreharbeiten	
--	---	--	--------------	--

	<p>Mit diesem Boom und auch durch ähm den dokumentarischen Boom, der da ausgelöst ist muss ich sagen, also Moore und (...) wir haben da viel getan in Österreich, sehr viel. Es ist in Österreich wahnsinnig viel passiert. Deutschland hat dann nachgezogen, Wenders hat erfolgreiche Geschichten gemacht mit zwei vor allem, der Salgado -Film "Salz der Erde" und den Kinofilm. also der Dokumentarfilm war bis zum Jahr 2000 tot. Im Kino. Tot. Es gab welche, aber da sind 1000 Leute rein gegangen. Und es gibt jetzt noch wahnsinnig viel, wo 1000 Leute reingehen. Aber durch diesen Boom ist folgendes passiert, wenn in der Zwischenzeit kann man alles mit einfachen Geräten machen. Man kauft sich eine Kamera und theoretisch können Sie mit einem iPhone, mit einem aktuellen, wenn Sie es gut bedienen können, können Sie einen super Kinofilm machen. Ist gemacht worden. Genau Soderbergh hat einen gemacht. Das heißt die Produktionsmittel haben sich extrem vereinfacht. Jeder hat Zugang zu dem. Jetzt ist aber folgendes passiert. jetzt sind ... von den Laien haben viele angefangen Dokus zu machen. Ganz fürchterlich. Machen wir eine Doku über irgendwas, die sind dann gar nicht gut geworden oder die haben gar keinen ... nie ins Kino gekommen. Die sind auch nicht ins Fernsehen gekommen. Das steht auf YouTube (...) auf YouTube steht dann irgendwas. Das ist handwerklich zu hinterfragen wie das gemacht ist, aber so viele Leute, die früher gern eingewilligt haben, also wichtige Leute, gute Leute wie ein Robert (unv.) oder (...) Die sagen jetzt nein. Die sagen jetzt das interessiert mich nicht. Die können gar nicht mehr unterscheiden, kommt da eine Anfrage, die seriös ist oder ist diese Anfrage irgendein Kasperltheater. Und das ist der Unterschied (...)</p> <p>und jetzt ist das beim Spielfilm, da casten Sie anders. Da machen Sie auch ein Casting, das ist nichts anderes wie ein Castingprozess. Da machen Sie auch ein Casting, aber irgendwann sagen Sie dann okay, der Tobias Moretti ist es Und dann wird mit dem Tobias Moretti ein Vertrag gemacht. Dann wird ausgemacht so und so viel Geld bekommt er. Das macht die Produktion ähm und dann wird genau kommuniziert erster Drehtag ist weiß ich nicht 7. August 2018 in Salzburg am Hauptbahnhof. Da wird er abgeholt und dann ist er ähm außer er ist krank geworden, aber im Normalfall (...) im Normalfall ist er da. Er ist vorbereitet. Er weiß worum es geht und es geht los. Sie können arbeiten. Das ist beim Dokumentarfilm immer schwieriger. Ich komme aus Indien zurück. Das ist jetzt so zwei Monate her. War beim Dalai-Lama. Zu dem wollte ich aber gar nicht. Sondern</p>	<p>Manchmal erweist sich ein vermeintlicher Experte auch als „unbrauchbar“, weil er nicht authentisch ist, was ein Kino-Publikum sofort merken würde.</p> <p>Im Spielfilm hat man eine kontrollierte Situation, die extra hergestellt wurde. Ist beispielsweise Lärm im Hintergrund, kann unterbrochen werden, bis der Lärm vorüber ist. Beim dokumentarischen drehen ist das nicht möglich, weil ein Interview beispielsweise nicht einfach unterbrochen werden kann.</p>		
--	--	--	--	--

	<p>ich wollte einen Wissenschaftler, der beim Dalai-Lama ist. Den habe ich eineinhalb Jahre gesucht. Einen Amerikaner. Dann hat er mir zugesagt, dann habe ich ihn dort getroffen und habe nichts mit ihm geredet. ähm, weil ich gemerkt habe der passt nicht. Und weil er eigentlich das was er in den Büchern vorgibt, nicht ist. Sondern es ist ein Experte bla bla bla (...) aber er lebt es nicht. Das heißt er ist nicht authentisch. Das merkt das Kino-Publikum auf 30 Sekunden. Unbrauchbar.</p> <p>Das kann man nicht casten. Er wird dann ungehalten, weil ... Das ist eine unglaubliche Herausforderung. Also die richtigen Leute, zum richtigen Zeitpunkt, am richtigen Ort vor der Kamera zu haben, wo es wert ist das einzuschalten. Wo es gut ist. Wo das Surrounding gut ist. Wo er sich wohlfühlt, dass er reden kann. Das er authentisch reden kann, dass er konzentriert da ist, fokussiert ist. (...) also das ist beim Spielfilm um einiges leichter. Weil sie dort eine kontrollierte Situation haben. Die ist extra hergestellt. Wenn wir hier drehen, wenn wir hier dokumentarisch drehen müssen wir so drehen wie jetzt. Natürlich kann der Aufnahmeleiter kommen und sagen er organisiert, dass die alle besetzt sind und dann muss man denen etwas zahlen, und da hinten im Hintergrund sind die. Aber Sie können nicht (...) auf einmal fängt einer zum Schreien an oder die Feuerwehr fährt vorbei genau in dem Moment wo der was Gutes sagt. Und der übertönt tü tü tü. Das übertönt. Das müssten Sie wiederholen. Beim Spielfilm ist das überhaupt kein Problem. Stopp! Warten, absperren, tausende Sachen. Da können Sie es genau kontrolliert machen. Und machen sie auch. Darum ist es ja so ein Aufwand. Darum kostet es so viel Geld. Nur weil ich da jetzt (...) selbst, wenn ich den Bundespräsidenten hier interviewen würde, kann ich nicht die Gumpendorfer Straße absperren. Mach ich auch nicht. Viel zu teuer. Da habe ich die Mittel gar nicht. Die Ressourcen, da Leute hinzustellen. Absurd. Und da das alles so richtig zu filmen.“</p>			
--	--	--	--	--

Frage zur Postproduktion

Interview	Originaltext	Paraphrase	Kategorie (+ Subkategorie)	Code
Int. 1	<p>„Da bin ich dem ganzen noch einmal ausgesetzt. Und dann kommt die Schnittphase. Und dann durchlebe ich den ganzen Film und wirklich den ganzen Film vom ersten Gedanken bis zum Schluss ein drittes Mal, weil ähm ich muss dann den Film also dadurch dass ich (unv.) chronologisch meine ähm meine Entwicklungsphase im Film zeigen, in meinen Filmen immer zeige, fange ich quasi ganz ... versuche ich... bohre ich ganz tief im Schneiderraum und versuche herauszuarbeiten: Was war mein ursprünglicher Gedanke? Wie bin ich auf dieses Thema gekommen? Was war da mein erster mein erster Glaube? Was war das erste Gefühl? Und das versuche ich ganz vorne anzufangen. Dann muss ich, dann schneide ich den ganzen Film, das ist natürlich durcheinander geworfen usw. und durchlebe jede Situation wieder und sehe wie ich mich in dem Verhalten, was da für Standpunkte, was für Emotionen aufkommen usw. Quasi bis zum Ende der Film fertig ist und das ist die dritte Phase dieses Film durchlebens, die dann noch immenser ist. Weil dann nicht mehr ich dort mittendrin bin, sondern das auch noch von draußen beobachte wie sich der Typ da drinnen jetzt verhält - also ich - wie sich der da in dem Film durchwurschelt, durchkämpft ist besser und das ist eine wahnsinnig emotionale, extrem - einerseits ist es schön, also ich liebe den Schnitt ja - die Phase des Schnitts, weil sie auch so befreiend ist, weil ich quasi nur mehr Sachen besser machen kann. Weil das was ich beim Dreh, beim Dreh hab ich immer Angst, dass ich etwas nicht drehe was wichtig wäre oder etwas nicht so gelingt beim Drehen und beim Schnitt kann ich nur noch ausbessern und das Beste raus nehmen. Aber irrsinnig aufregend, weil ich da natürlich auch bis zum letzten - und das geht mir jetzt noch immer so - bis zur letzten Sekunde an Arbeitszeit also noch beim ähm bis hin zum Colour Grading da noch immer suche, ob ich da eh an alle Aspekte gedacht hab und ob ich da nicht noch eine viel wichtigere Aussage finden kann durchlebe jede Situation wieder und seh wie ich mich in dem Verhalten was ich da für und man weiß... also bei "The Green Lie" hab ich eineinhalb Jahre geschnitten. Das ist schon ziemlich Hardcore. Bei "The Green Lie" hatte wir 120 Stunden Drehmaterial und haben das dann runtergebrochen auf 90, also das was auch bei meiner Arbeit auffallend ist, wenn dich das interessiert. Ich schneide immer mit zwei Cuttern, und zwar die erste fängt an und rackert sich quasi durch das ganze vorhandene Drehmaterial, also die 120 Stunden und wählt mit mir aus was die guten Momente sind. Und dann machen wir so eine grobe Zusammenstellung was wir am besten Szenen, besten Aussagen, besten Einstellungen usw. haben, hängen das einmal ein bisschen neu zusammen. Dann kommt der zweite Cutter dazu, löst quasi den ersten Cutter ab und beginnt mit mir das was ich jetzt ausgewählt</p>	<p>Die Arbeit im Schneiderraum wird als arbeitsintensiv beschrieben. Es wird tief im Material „gebohrt“. Es ist sehr wichtig das Thema in Bezug zu den ersten eigenen Gedanken und Gefühlen zu stellen. Die Phase des Schnitts wird auch emotional erlebt. Der ganze Film wird sozusagen noch einmal durchlebt.</p> <p>Was Werner Boote hier als schön bzw. befreiend erlebt ist, dass er sein Filme nur noch besser machen kann. Es wird das Beste rausgenommen und der Film wird verbessert.</p> <p>Werner Boote ist selbst während des gesamten Schnitts inklusive Colour Grading bis zur letzten Sekunde mit dem Film beschäftigt. Dabei hat er Unterstützung von zwei Cuttern. Trotz Unterstützung ist der Schnitt vor allem aber sehr zeitintensiv. Bei "The Green Lie" hatte wir 120 Stunden Drehmaterial und haben das dann runtergebrochen auf 90 Minuten.“ Der Schnitt dauerte in dem Fall eineinhalb Jahre lang.</p>	Postproduktion	Schnitt

	<p>habe zusammen zu fügen und kann sich dadurch um die Dramaturgie kümmern mit mir, kann mit mir den Ablauf sich anschauen, wie alles zusammenpasst und hat vor allem den Vorteil, dass er nicht mit 120 Stunden Drehmaterial im Hirn beschwert ist. Das heißt der hat dann nur noch quasi die besten Sachen. Natürlich, dadurch dass ich dabei sitze bin ich der, der quasi immer einfallt "Ach da hatten wir ja vorher..." oder "Bei der Szene haben wir schon was anderes ausgesucht gehabt..." und manchmal kreist man dann schon auch zurück natürlich. Auch das, was wir vorher weggeschmissen haben. Aber der Vorteil ist, dass der zweite Cutter damit viel freier auch mir dabei hilft, viel freier durch das Projekt zu gehen."</p>			
Int. 2	<p>„Also ich arbeite mit Cutterinnen und bin fast immer fast dabei, ich kann also nicht schnell loslassen und ich kann schwer Kontrolle abgeben und ich liebe auch diesen Prozess, schneide aber nicht selber. Und verbringe dann ganz ganz viel Zeit mit der Cutterin gemeinsam im Schneiderraum und das ist dann wirklich so ein Verbündetsein - und wurscht was draußen ist - gemeinsam im dunklen Kämmerchen stundenlang. Und nichts ist wichtiger als der Schnitt zwischen zwei Einstellungen. Und dann gibt es irgendwann die Phase - also das zeigt man halt wem - oder man muss es wem zeigen, Feedbacks einholen, auch mit Feedbackbögen arbeite ich da oft. Dann mach ich, dass ich das den Leuten das austelle, dass sie mir Fragen ausfüllen die mir wichtig sind. Und dann geht's auch drum einfach auf eine gewisse Länge zu kommen, du hast eine Längenvorgabe von 90 oder 100 Minuten. Im Kino anschauen, wie wirkt das Ganze groß, dann gibt's eben ein Picture Lock und dann geht es in die Tonbearbeitung, die mir auch sehr sehr wichtig ist weil ich ja auch viel Radio gemacht habe, ich bin auch ein sehr akustischer Mensch. Und da versuchen wir einfach eine gute Qualität, beim Dokumentarfilm ist es schwieriger, aber wir versuchen eine bestmögliche Soundqualität und das Bild, das über den Ton transportiert wird, nicht zu unterschätzen. Eine tolle Tonmischung und eine Art von Sounddesign wäre das sogar, im Dokumentarfilm ist das weniger, aber kann auch sein, dass es da ein Geräusch noch brauchst oder da noch was dazu legst oder so. Und für eine möglichst gute Mischung, da brauchst du dann irgendwie zwei Wochen oder eine Woche, glaub' ich. Beim Dokumentarfilm weiß ich es nicht genau im Tonstudio. Dann gibt es noch das Grading wo die Farben eingestellt werden vom Bild, das finde ich auch sehr sehr schwer zu beurteilen wann also das sind so, wann ist es zu viel, wann ist es..., es ist ganz schwierig weil man auch selber immer anders schaut, es ist eine diffizile und eigentlich schwierige Arbeit das Grading. Und dann ist er irgendwann fertig.“</p>	<p>Mirjam Unger arbeitet mit Cutterinnen und ist fast über die gesamte Dauer des Schnitts anwesend. Die Phase wird als langwieriger, intensiver Prozess beschrieben: „(...) und verbringe dann ganz, ganz viel Zeit mit der Cutterin gemeinsam im Schneiderraum und das ist dann wirklich ein „verbündet sein“, wurscht was draußen ist. Gemeinsam im dunklen Kämmerchen - stundenlang. Und nichts ist wichtiger als der Schnitt zwischen zwei Einstellungen.“</p> <p>Ist diese Phase vorangeschritten kann man Feedback einholen. Unter anderem wird hier auch mit Feedbackbögen gearbeitet. Vor dem sogenannten „Picture Lock“ ist es wichtig den ganzen Film noch im Kino anzusehen, um die Wirkung auf der großen Leinwand sehen zu können. Danach geht es in die Tonbearbeitung. Da Mirjam Unger ursprünglich vom Radio kommt und</p>	<p>Postproduktion</p> <p>Postproduktion</p> <p>Postproduktion</p>	<p>Schnitt</p> <p>Feedback</p> <p>Ton</p>

		<p>ein sehr akustischer Mensch ist, ist ihr diese Phase besonders wichtig. Beim Dokumentarfilm ist der Ton oft eine Herausforderung, weil die Umgebung nicht so kontrolliert ist wie beim Spielfilm.</p>		
Int. 3	<p>Ich schneide alle meiner Filme selbst. Beim Schnitt bin ich jetzt schon überrascht. Weil das ist ja viel. Wenn Sie den Schnitt nicht im Griff haben, sind Sie kein Filmmacher. Das ist das Entscheidende. ähm Der (unv.) der da jetzt da war geht da jetzt hoch. Da oben ist der Schneiderraum. Darum bin ich eh froh, dass Sie das gesagt haben. In fünf Minuten. Wir scheiden einmal, er sitzt daneben und schaut mir zu. Und hin und wieder frage ich ihn: "Wie gefällt es dir?" Und dann gibt er einen Input. ähm Wir schneiden parallel, das heißt wir haben noch gar nicht abgedreht und arbeite die Dinge schon auf (...) ähm und beginne dann immer mehr zu spielen ähm (...) ich schneide an so einem Film ein Jahr sicher. Und das ist schon aus finanztechnischen Gründen, muss ich das alles selbst machen. Ich bekomme dann, wenn ich nach Berlin übersiedle, das hat sich bewährt von "Alphabet" die kann das. Ich arbeite mit einer Cutterin zusammen. Monika Schindler. Die ist 80 jetzt geworden. Die ist super. Alte DDR-Cutterin. Die schneidet gar nicht. Ich schneide, sie sitzt neben mir und sie sagt mir nur ob das passt oder nicht, ob es ihr auch gefällt. Oder wo man was verändern soll und wenn dann was. Und ich mache es dann handwerklich, also am Computer in der Zwischenzeit. Früher hat man das ja alles mit Filmen anders gemacht. Mechanisch. Und wenn ich diesen Schnittprozess nicht selbst im Griff hab, dann wird es ein Film der mit mir relativ wenig zu tun hat. (...) Das ist das entscheidende."</p>	<p>Erwin Wagenhofer schneidet seine Filme selbst. Unterstützung hat er von einem Assistenten und einer Cutterin. Aktuell arbeitet er mit einer 80jährigen DDR-Cutterin zusammen. „Die ist super. Die schneidet gar nicht. Ich schneide, sie sitzt neben mir und sie sagt mir nur ob das passt oder nicht, ob es ihr auch gefällt. Oder wo man was verändern soll und wenn dann was. Und ich mache es dann handwerklich, also am Computer in der Zwischenzeit. Früher hat man das ja alles mit Filmen anders gemacht. Mechanisch. Und wenn ich diesen Schnittprozess nicht selbst im Griff hab, dann wird es ein Film der mit mir relativ wenig zu tun hat. (...) Das ist das entscheidende.“</p>	Postproduktion	Schnitt

Fragen zur Distribution + Vertrieb/Marketing

Interview	Originaltext	Paraphrase	Kategorie (+ Subkategorie)	Code
Int. 1	<p>Naja, also normalerweise ist es so, wenn du einreichst bei der Filmförderung zur Herstellungsförderung, dass du von einem Kinoverleih schon ein „letter of intent“ hast. (unv.) das heißt ein Kinoverleih gibt zu erkennen, dass er sich für diesen Film interessiert und den auch tatsächlich ins Kino bringen will. Das ist etwas, was man eigentlich sowieso haben muss oder sollte wenn man zur Herstellungsförderung einreicht. Bei mir ist es jetzt so, dadurch dass die Filme jetzt auch schon ja doch relativ bekannter sind, dass ich auch manchmal auch schon eine Zustimmung eines Weltvertriebes auch habe. Also es ist jetzt im Moment wieder so, dass ich interessierte Kinoverleiher und Weltvertriebe habe obwohl ich ihnen schon gar nicht gesagt habe was ich für einen Film mache. Es ist immer die Sache: „am Anfang kannst noch so eine gute Idee haben, aber du musst allen hinterher rennen und wennst einmal was erfolgreich gemacht hast dann rennen sie dir hinterher und tun um dich herumscharwenzeln. Also das ist so wie überall, wenn man den ersten Furz einmal legen will dann hat man es fürchterlich schwer, die unangenehme Situation ist aber für mich jetzt im Moment jetzt wieder eine angenehme, weil ich mich jetzt nur mehr so quasi so drum kümmern muss. Die Frage ist halt natürlich immer wen wählst du dann aus, wer castet für das Team, welcher Weltvertrieb setzt sich da gut ein, wer hat ein gutes Standing, wenn interessiert es überhaupt. O.k. Das ist auch wieder wahrscheinlich ein eigenes Kapitel dann.</p>	<p>Es gibt die Möglichkeit von einem Kinoverleih einen „letter of intent“ zu erhalten. Das bedeutet, dass der Kinoverleih seine Absicht erklärt den Film, der entstehen soll, auch tatsächlich ins Kino zu bringen. Umso bekannter ein Filmemacher/eine Filmemacherin ist, desto leichter ist dieser „letter of intent“ zu bekommen.</p> <p>Aus seiner Erfahrung berichtet Werner Boote, dass es am Anfang sehr schwierig ist. Man kann noch so eine gute Idee haben, man muss von sich aus vielen hinterherrennen. Hat man dann aber Erfolg gehabt, dann laufen umgekehrt Leute hinter einem her. Die Frage, die man sich dann stellen muss ist, wen man dann auswählt, wer sich am besten einsetzt und wer ein gutes Standing hat.</p>	Distribution	Kinoverleih
	<p>Naja, also das was ich schon mache, also das fällt natürlich auch unter Vermarktung, was ich schon mache ist, dass ich also so schon hier und da Bilder des Drehs poste oder so irgendwie, wobei das (unv.) mit Vorsicht, weil bei den Filmen, die ich mach oder... also ich mach es so, dass ich schon manchmal schon poste, dass ich mit was beschäftigt bin, aber nicht wirklich preisgebe um was es da jetzt wirklich geht. Und damit auch viele eindrucksvolle Bilder zurückhalte und auch darauf bestehe, dass auch mit den Teammitgliedern ausgemacht ist, dass sie nichts darüber erzählen dürfen, posten dürfen. Einfach aus dem Grund weil es in der Produktion immer so einen gewissen Punkt gibt bis zu dem man nichts sagen sollte. Was man genau dreht und was man genau vorhat. Einfach um unnötigen Problemen aus dem Weg zu gehen. Also jetzt wie zum Beispiel, keine Ahnung, zum Beispiel Konzerne, die jetzt an denen wir noch dran sind, dass</p>	<p>Werner Boote postet hin und wieder, aber sehr gut überlegt, Bilder von den Dreharbeiten auf Social Media Kanälen. Daber ist er aber vorsichtig. Es geht ihm darum das Interesse zu wecken, ohne dabei zu viel preis zu geben. Im ganzen Team wird vereinbart, dass nichts nach außen dringt. Vor allem eindrucksvolle Bilder werden zurückgehalten. Generell gilt Verschwiegenheit und Diskretion während der Film entsteht. Einerseits sollen Konzerne</p>	Distribution + Vertrieb / Marketing	Social Media Kanäle
				Vertraulichkeit

	<p>die nicht sehen was wir schon gedreht haben. Dass die nicht wissen, dass wir schon bei der Konkurrenz gedreht haben, oder gerade damit sie es erfahren, also da passt man oder passen wir natürlich schon sehr sehr genau auf. Oder jetzt beim Palmölfeld, beim verbrannten Regenwald, das haben wir gedreht und das haben wir einfach nicht gepostet, dass wir dort waren usw. Einfach um auch dieses Erlebnis nicht vorher preiszugeben, sondern Vieles soll ja dann dem Film vorbehalten sein und wenn ich das gepostet hätte zwei Jahre bevor der Film rauskommt macht das keinen Sinn. Dann rausgegangen in die Öffentlichkeit, dass wir den Film ins Kino bringen, sind wir jetzt bei "The Green Lie" glaub ich Anfang November.</p> <p>Wir haben gesagt, dass er ab März ins Kino kommt, also quasi wir reden von knapp einem halben Jahr davor. Und ab dem Zeitpunkt baut sich dann halt das Ganze nach Marketingplan auf. Dann also zuerst gibst du einmal ein paar Fotos preis, dann wird die Synopsis, die Kurzsynopsis herausgegeben, dann die längere Synopsis, währenddessen wird dann an den Schulmaterialien gebastelt, es wird der Trailer gemacht, dann drei Monate vor Kinostart haben wir den Trailer veröffentlicht. Wir hatten zu dem Zeitpunkt natürlich schon eine eigene Facebookseite usw. und also wie wir mit dem Film an die Öffentlichkeit gegangen sind ist sofort die erste große Handelskette an uns herangetreten, wollte den Film sofort sehen, weil sie gewusst haben, das ist etwas, was ihnen schaden könnte. Natürlich. Sie haben daraufhin ein Marketingkonzept entwickelt für ihre Biomarke und haben dann schon im Vorfeld angefangen das ganze Palmöl aus der Biomarke herauszuräumen, dass sie, wenn der Film herauskommt quasi dann medienwirksam darauf eingehen können. Diese Sachen machen wir so in Schritten, so dass man ja so mitverfolgt wie sich das langsam aufbauscht und dann nachher, ich glaub Mitte Jänner, haben wir die ersten Fittings herausgegeben, so kurze Sequenzen aus dem Film, dass dann Kooperationsdaten auch zur Verfügung gestellt werden, dass dann auch zeigen können und dann machst den Fernsehtrailer, hast nebenbei natürlich eingereicht für die Festivals und hoffst dann dass die Chefs diesen Film nehmen. Bei "The Green Lie" war es schön, weil die Berlinale uns ja genommen hat und dann nicht nur genommen hat, sondern auch nominiert hat, für diesen Dokumentarfilmpreis und dadurch haben wir so eine Art Turbo bekommen. Weil dadurch viel andere Festivals auf den Film aufmerksam geworden sind und uns eingeladen haben. Und andere Länder, also die Kinoverleiher aus verschiedenen Ländern auf uns aufmerksam geworden</p>	<p>nicht sehen, was bereits gedreht wurde. Außerdem soll vieles natürlich dem Film vorbehalten werden.</p> <p>Ca. ein halbes Jahr bevor der Film ins Kino kommt baut sich ein Marketingplan auf. Erst werden ein paar Fotos preisgegeben, dann die Synopsis. Währenddessen wird der Trailer gemacht, Schulmaterialien vorbereitet, eine eigene Facebook-Seite erstellt etc.</p> <p>Bei dem Film „The Green Lie“ von Werner Boote ist vor der Veröffentlichung des Films eine große Handelskette durch das Marketing aufmerksam geworden. Diese wollten den Film im Vorfeld sehen, um ein Marketingkonzept für ihre Bio-Marke ohne Palmöl zu entwickeln.</p> <p>Festivals können sich als große Unterstützung erweisen. Beispielsweise wurde der Film „The Green Lie“ bei der Berlinale angenommen und für den Dokumentarfilmpreis nominiert. Das hat dazu geführt, dass auch andere Festivals den Film spielten und Kinoverleiher aus verschiedenen Ländern aufmerksam wurden.</p>	<p>Distribution + Vertrieb / Marketing</p> <p>Distribution + Vertrieb / Marketing</p> <p>Distribution + Vertrieb / Marketing</p> <p>Distribution + Vertrieb / Marketing</p>	<p>Marketing</p> <p>Interessen Dritter</p> <p>Festivals</p> <p>Jahrelanger Prozess von der 1. Idee zum fertigen Film</p>
--	--	--	---	--

	<p>sind und die jetzt schon wissen, dass wir eben in Frankreich, Spanien und Amerika einmal fix starten werden und in Südamerika und in Argentinien, in Mexiko und bei den Filmfestivals sind dann in Hongkong, Singapur usw. Also die Vermarktung reißt dann einfach nicht mehr ab. Also seit Mitte/Ende Jänner bin ich nur noch mit dem Film, mit der Vermarktung beschäftigt und mache halt, sag halt 700.000 Mal den gleichen Satz. Und bring Interviews. Aber eine schöne Arbeit, weil ich ja quasi zu einem Schauspieler, der auf der Bühne in einem Theaterstück steht und immer wieder was Neues machen oder immer sich anstrengen muss brauche ich mich ned so viel anstrengen weil ich brauche eigentlich nur hoffen, dass der Kinobetreiber den Film scharf einstellt und die Musik einen guten Ton hat, eine gute Projektion hat und dann läuft er ja eh von selber quasi, ned. Also dann brauche... ich brauche mir nur noch den, quasi den Applaus stellvertretend für das ganze Team abholen und also das ist auch ganz angenehm, wenn du so lange arbeitest dann und so. Also bei "The Green Lie" hab ich angefangen die erste Idee hatte ich 2010 zu dem Film, 2011, am 24. 1.2011 hatte ich mein erstes Meeting für diesen Film, mein erstes Recherchegespräch bei Fairtrade. Und seitdem bin ich quasi, natürlich nicht immer, weil ich ja andere Sachen, ja zwei Filme dazwischen gemacht habe, aber seitdem bin ich immer wieder mit dem Thema beschäftigt und war die letzten zweieinhalb Jahre/drei Jahre war ich fast pausenlos nur mit dem Film beschäftigt und dann ist es schon schön wenn hinten nach der Film nicht nur in der Schublade landet, sondern schon mehrere Menschen erreicht. Also weil ich ja einen Film dafür mache, dass die Leute ihn anschauen."</p>	<p>Der Prozess von der ersten Idee bis zur Veröffentlichung des fertigen Films kann Jahre, oder sogar Jahrzehnte in Anspruch nehmen. Es fließt viel Energie und Lebenszeit in einen Kino-Dokumentarfilm.</p> <p>Werner Boote: „Also bei "The Green Lie" hatte ich die erste Idee 2010 zu dem Film. 2011, also am 24.01.2011 hatte ich mein erstes Meeting für diesen Film, mein erstes Recherchegespräch bei Fairtrade. (...) die letzten zweieinhalb Jahre/drei Jahre war ich fast pausenlos nur mit dem Film beschäftigt und dann ist es schon schön wenn hinten nach der Film nicht nur in der Schublade landet, sondern schon mehrere Menschen erreicht. Also weil ich ja einen Film dafür mache, dass die Leute ihn anschauen.“</p>		
Int. 2	<p>„Also bei mir war jedes Mal ausschlaggebend, dass Festivals ihn gezeigt haben, also der "Vienna's Lost Daughters" hatte die Uraufführung bei der "Diagonale" und hat dann auch durch die Publikumspreise, also das hilft und die Presse, die darüber schreibt. "Oh Yeah, She Performs!" hatte Premiere bei der Viennale. Das hat ermöglicht, dass dann ein Verleih den Film ins Kino gebracht hat. Ich glaub die Produzentinnen haben da schon auch sehr dafür kämpfen müssen. (unv.) Aber das Festival hilft.</p>	<p>Bei den Filmen von Mirjam Unger „Vienna's Lost Daughters“ und „Oh Yeah, She Performs!“ war für die Veröffentlichung im Kino ausschlaggebend, dass Festivals den Film gezeigt haben. Dadurch, dass der Film „Vienna's Lost Daughters“ auch den Publikumspreis bei der Diagonale gewann, berichtete auch die Presse vermehrt von dem Film. Im Hintergrund waren es vor allem auch die ProduzentInnen, die sich um die Kino-Distribution bemüht haben.</p>		

	<p>Also heute beginnt man mit der Vermarktung schon bei der Einreichung. Also wenn du quasi schon berichtest, dass du dran arbeitest, dass du Geld bekommen hast, dass du demnächst drehst. Durch die Social Medias hat sich das alles, dass du den Film quasi mit einer Fanbase oder mit einem Publikum teilst, beginnt jetzt schon wahnsinnig viel im Optimalfall find ich. Wenn du das so irgendwie selber auch in di Hand nimmst wie die meisten von uns, weil einfach hier nicht die großen Hollywood-PR Budgets haben. Das heißt wir gehen schon recht früh damit raus und lassen Menschen teilnehmen daran, dass wir das drehen und wie es uns geht bei der Arbeit. Und dann hilft natürlich die Presse. Dann gibt es, wenn ein Film fertig ist und wenn ein Festival läuft und einen Kinostart hat, einen Pressebetreuerin, die sich (unv.), dass du das Matchen für deinen Film interessieren, dich treffen, dich interviewen, dass du da und dort vorkommst, bestmöglich halt. Fernsehen, Radio, Film, Internet und Trailer ist sehr sehr wichtig. Ich würd sagen auf Youtube stellen und dann selber sagen es gibt ihn. Und schauen, dass auch Freunde ihn teilen und ihn viral aussenden und Trailer schneide ich nie selber, es ist ganz schwer den eigenen Film zu schneiden. (unv.). Weil der einen anderen Blick hat und dann der Film noch einmal ganz anders aussieht: "Oh, so siehst du das!" Teaser, also bei einem Film, der war ein Fernsehfilm, aber da war das Thema sehr wichtig, der hieß "Meine Narbe", über Kaiserschnitt und die Folgen. Da haben wir in der Vorbereitung kein PR-Budget gehabt, wir haben das alles selber gemacht. Und da haben wir so 20sekündige Teaser angefertigt, die wir in einem Plan von acht Wochen, acht Stück wöchentlich losgeschickt haben und die dann so geteilt wurden, weil die anderen so provokant (unv.) eine Frau interviewte, es waren nur Interviews mit Frauen, hat dann gesagt: "Ja, sie haben mich angebunden, sie haben mich gefesselt im OP, ich habe mich gefühlt wie ein Vieh, das ausgeweidet wird." Und dann ist "Meine Narbe", ein Film von..., wird gesendet am..., also nur so wirklich nur ganz kurze, extrem provokante Sager und das hat dann auch funktioniert, weil das halt im Kreisen von Geburtsvorbereitung wirklich so ein Thema ist, dass die Leute irgendwie, keine Ahnung, sofort auf das Thema angesprungen sind und da haben wir das viral vorbereitet. Das hat gut funktioniert, das ist eine der Möglichkeiten zum Selbermachen auch. Man muss sich immer drum kümmern und das halt wichtig nehmen, die ganze PR-Geschichte. Aber da ich grundsätzlich so eine Freude habe an der Kommunikation an sich, also nicht nur beim Filme machen, macht mir das auch total viel Spaß und</p>	<p>Die Vermarktung eines Films wird früh begonnen, um eine Fanbase aufzubauen. Beispielsweise kann schon ein erstes Posting gemacht werden, wenn die Finanzierung zugesagt wurde, um ein Publikum aufmerksam zu machen.</p> <p>Wenn ein Film fertig ist arbeitet Mirjam Unger mit einem Pressebetreuer/einer Pressebetreuerin zusammen. Die Aufmerksamkeit der Presse spielt eine sehr wichtige Rolle und idealerweise berichten Radio und Fernsehen von dem neuen Film.</p> <p>Ebenfalls sehr, sehr wichtig ist der Trailer. Mirjam Unger fertigt diesen nicht selbst an, weil jemand von außen nochmal einen ganz anderen Blick auf den Film hat. Zusätzlich können ganz kurze Teaser erstellt werden, die dann wöchentlich online veröffentlicht werden und ebnet so den Weg, dass der Inhalt viral verbreitet wird.</p> <p>In jedem Fall soll die Vermarktung wichtig genommen werden.</p> <p>Mirjam Unger: „Aber da ich grundsätzlich so eine Freude habe an der Kommunikation an sich, also nicht nur beim Filme machen, macht mir das auch viel Spaß und empfinde ich´s jetzt nicht als Last (...), weil das ist ja unter anderem auch das Spannende daran: Wie kann ich</p>	<p>Distribution + Vertrieb / Marketing</p>	<p>Social Media</p> <p>Presse</p>
--	--	---	--	-----------------------------------

	<p>empfinde ich´s jetzt nicht als Last, weil ich denke mir, weil es ist ja unter anderem auch das Spannende wie kann ich kommunizieren mit Film, mit dem Medium, mit dem ich arbeite. Wie kann ich mit Menschen in Kontakt kommen, wie kann ich im Publikum bewegen, wie kann ich was verändern, wie kann ich einen Diskurs entfachen, das sind echt die Fragen, die mich interessieren.“</p>	<p><i>kommunizieren mit einem Film - mit dem Medium - mit dem ich arbeite? Wie kann ich mit Menschen in Kontakt kommen? Wie kann ich im Publikum etwas bewegen? Wie kann ich was verändern? Wie kann ich einen Diskurs entfachen? Das sind die Fragen, die mich interessieren.“</i></p>		
<p>Int. 3</p>	<p>„Beim Fernsehen ist das anders. Sie können, sie können im Fernsehen schon Filme ähm also in Österreich ist kaum Geld da, dass Sie zum Fernsehen gehen, ganz wenig. Im Jahr glaube ich 3 oder 4 Filme, aber das verändert sich ständig, da kenne ich mich zu wenig aus. ARTE hat jetzt sehr viel Geld für großen Dokumentarfilm. Da können Sie hingehen und sagen ich habe dieses Thema und dann bekommen Sie von denen ein Geld. Und ähm (...) Unterbrechung (unv.) Nochmal der große Unterschied ist, wenn Sie das schon ansprechen, wann ist klar, dass es ins Kino kommt. Der große Unterschied im Moment, weil ich nichts anderes mache. Es schließt sich nicht aus. Aber im Kino kann ich eigentlich machen was ich will. Ich schlage denen ein Thema vor und dann mache es wie ich will und am Schluss funktioniert es oder funktioniert es nicht. Das ist eine Vertrauenssache. Und ich muss dazu ein gutes Konzept schreiben. Das ist das was Drehbuch heißt oder Konzept, ist ja wurscht. (unv.) Was ich mir vorstelle. ähm Ob es dann klappt oder nicht, wie immer man das adaptiert. Ist dann.... dann haben wir geredet, dass das vielleicht besser wird oder oft klappt es nicht. Dann muss ich ganz etwas anderes suchen. Das dauert sehr, sehr lang. Das kann ich fast nur dann gut machen, wenn ich es selbst produziere. Aber ein anderer Produzent sagt mir "jetzt scheißt du aber schon drei Jahre um" Mit dem Film jetzt zum Beispiel bin ich jetzt über ein Jahr in Verzug. Es ist angekündigt, dass er letztes Jahr ins Kino kommen ist. Wir schaffen diesen September nicht. Wir schaffen es Ende des Jahres den Film fertig zu haben. Jetzt kommen wir zur Frage, ist das ein Dokumentarfilm für das Kino? Das ist klar, von Anfang an. Jetzt warten schon die vom Verleih. Was machen wir jetzt. In Deutschland. Der wird in Deutschland ins Kino kommen. Das ist auch klar. Außer er funktioniert überhaupt nicht. Dann nicht. Wenn wir am Schluss sehen, der ist so schlecht geworden, dann bringt man ihn nicht ins Kino. Dann macht man einen Pseudo-Kinostart. Das war es. ähm Aber davon ist nicht auszugehen. Und in Deutschland ist es so, dass ähm der</p>	<p>Bei den Dokumentarfilmen von Erwin Wagenhofer kamen auch Screenings zum Einsatz. Sogenannte „Opinionleaders“ werden eingeladen, um sich den Film vor der Veröffentlichung anzusehen. Diese aktivieren ihr Umfeld, so dass beim Kinostart wirklich alles auf den Punkt gebracht ist.</p>	<p>Distribution + Vertrieb / Marketing</p>	<p>Screening</p>

	<p>Vorlauf für einen Kinostart ein halbes Jahr ist. Das heißt der Film muss fertig sein. und dann fängt der Verleiher an zu arbeiten mit dem Film. Wenn er jetzt fertig ist im Mai, ähm naja dann kann er vielleicht im November ins Kino kommen. In Österreich geht es, weil das Land viel kleiner ist, ein bisschen schneller. Wenn er jetzt im Mai fertig wäre, könnten wir im September ins Kino kommen. Die brauchen Vorlaufzeit, die müssen das vorbereiten. Die müssen die Pressearbeit machen, die müssen die ähm bei meinen Filmen gibt es immer Screenings davor. Mit so (...) Opinionleaders nennt man das. Man zeigt das (...) so einen Film über das Essen zeigt man dann diesen ganzen ähm Greenpeace-Leuten. Die aktivieren dann ihre ähm ihr ganzes Umfeld, so dass beim Kinostart wirklich alles auf den Punkt getrieben ist vom Marketing. Da steckt eine richtige professionelle Arbeit dahinter.</p>			
	<p>So früh wie möglich. So früh wie möglich. ähm Und natürlich nicht zu (...) also so früh wie möglich. Also nicht drei Jahre vorher ist gut. Sondern wann ist der richtige Zeitpunkt? Wann ist der richtige Zeitpunkt, dass man jetzt diese Themen lanciert? Weil ähm das ist das (...) das geht zur ersten Fragen zurück. Wann ist die (...) Wie spürt man das, dass alles richtig ist? Schön langsam fängt es an (...) interessant zu werden. Da kommt so ein Film. Ja? Und dann gibt's (...) ganz was Einfaches. Da wird einmal eine Website aufgesetzt. Dann wird einmal ein erster Newsletter verschickt. Da hat man viele Adressen von den Filmen davor. Wenn man sich einen gewissen Namen macht, dann geht das in so Gruppen rein. In so (...) und das ist ein Film (unv.) die schon warten auf das Ganze. Der heikelste Punkt überhaupt: Wann zeigt man einmal einen Zweiminüter her? Wann steht der Zweiminüter im Internet? Das kann fürchterlich in die Hose gehen, wenn der zu früh dasteht. Das bringt nichts, wenn er zu spät dasteht. Der muss genau im richtigen Moment dastehen. Und das ist sehr sehr, (...) wieder mit Fingerspitzengefühl zu betreiben. Ja wir haben da schon die Leute rund um uns. Wir müssen wahnsinnig viel selbst machen ähm so in etwa geht das. Das entscheidende ist dann. Wann gibt es einen Trailer? Und wann kommt der Trailer in die Kinos. Weil das ist (...) der Trailer ist ganz was Wichtiges. Weil da haben (...) da sind sie schon im Kino. Das heißt sie zeigen schon einem Publikum das. Nicht irgendeiner Oma, die gar nicht mehr weiß wo das nächste Kino ist oder irgendjemandem, der nur im Internet Filme schaut. Sondern das sind Leute, die sich nach wie vor für den Raum interessieren, weil es eben etwas Spezielles kann und ja (...) Das ist ein riesen Aufwand, da arbeiten viele, viele Leute mit. Das kann ich Ihnen nur aus</p>	<p>Hat man bereits große Erfolge mit Kino-Dokumentarfilmen gehabt, kann man das Marketing auch darauf aufbauen und einen ersten Newsletter verschicken. Ein sehr heikler Punkt ist, wann ein „Zweiminüter“ veröffentlicht wird. Es geht auch hier im den richtigen Moment. Nicht zu früh, weil es da noch niemanden interessiert, aber auch nicht zu spät.</p> <p>Entscheidend ist auch wann es einen Trailer gibt. Entscheidend ist dabei, dass er schon einem Kino-Publikum gezeigt wird. Im Kino sehen den Traile Leute, die sich nach wie vor für den Raum „Kino“ interessieren, weil es etwas Spezielles kann, ein besonderes Erlebnis bietet.</p>	<p>Distribution + Vertrieb / Marketing</p>	<p>Trailer</p>

	Erfahrung sagen, weil ich das jetzt erlebt habe, aber da (...) ich bin da nirgends ein Experte. Ich bin überhaupt kein Experte.“			
--	--	--	--	--

Frage: Wie erreicht man sein Publikum?

Interview	Originaltext	Paraphrase	Kategorie (+ Subkategorie)	Code
Int. 1	<p>Bei mir ist sehr einfach zu erkennen, ich seh mich als relativ normaler Bürger mit normalen Fragen und wenn ich eine Frage finde, die ich interessant finde und in der Umgebung diese Frage auch herumkursiert, dann widme ich mich der Frage und hab dann als Fimemacher den unendlichen Luxus oder das - find ich - das Privileg, ist besser, also Luxus vergiss lieber, das unendliche Privileg quasi dieser Frage nachgehen zu können stellvertretend für die, die auch so für mich denken. also so wie ich denken, und dann hier versuch ich da halt schon die Filme so zu gestalten, dass da nicht automatisch bestimmte Gruppen rausfallen als potentielle Kinobesucher. Warte einmal, aber wie der Film ankommt hängt ja jetzt nicht nur, also hängt natürlich beim Dokumentarfilm extremst vom Thema ab, also das ist ja viel wichtiger als alles andere habe ich das Gefühl manchmal. Die Machart, wenn die dann auch noch hinhaut, ist also auch noch ganz gut. Aber es hängt auch vom richtigen Zeitpunkt ab und da kann ich dir zwei lustige Geschichten erzählen. Es gibt "Plastic Planet" z.B. war in Amerika erfolgreich, in Österreich erfolgreich, in Deutschland auch erfolgreich und in Frankreich ist er gefloppt. Warum? Wir hatten in Frankreich den Kinostart geplant und zwar im April muss das gewesen sein. Und wir hatten Zusagen von allen wichtigen TV-Sendern, ich war eingeladen in die Hauptnachrichten, also wir sind eigentlich schon mit dem Champagner in Paris gesessen und habe eigentlich schon in Feierlaune. Und dann passiert des. Fukushima, atomnukleare Katastrophe. Genau zehn Tage bevor wir im Kino gestartet sind. Und im Sekudentakt haben sich die Fernsehsender gemeldet und Zeitungen gemeldet und haben gesagt: Sorry, aber wir haben jetzt anderes zu tun. Und es ist so bam, bam, bam, bam heruntergegangen, die Welt war in nuklearer Angst und ich bin dann angekommen mit: Hallo, Plastik ist gefährlich! Das war einfach komplett der falsche Zeitpunkt. Es war ein so katastrophal dieses Fukushima sowieso nicht war, war es für mich auch, also hat es gezeigt, dass der Film, also dass sowas einen Film quasi - ja nicht umbringen kann - er hat sich jetzt erholt, auch in Frankreich steht er mittlerweile schon ganz gut da. Aber der Kinostart war ein Desaster. Das zweite Beispiel ist "Alles unter Kontrolle". Ich hatte mir gedacht ich mache einen Film und erzähl den Menschen wie gefährlich es ist wenn man all seine Daten hergibt und was Geheimdienste mit den Daten anstellen und was die Konzerne mit unseren Daten anstellen und habe mir gedacht ich bin der, der es allen erzählen kann. Und dann, also wir waren schon in der Produktionsphase und plötzlich ist der</p>	<p>Werner Boote nimmt seine Zuseher ernst. Er geht Fragen nach, die er sich als Bürger selbst stellt, von denen er annimmt, dass auch andere sich diese Fragen stellen. Dabei ist ihm wichtig, dass nicht bestimmte Gruppen an potentiellen KinobesuchInnen als Zuseher rausfallen. Ob ein Film letztendlich erfolgreich wird, hängt für ihn aber vor allem auch vom Thema ab und letzten Endes auch vom richtigen Zeitpunkt.</p> <p>Als Beispiel wird hier ein Erlebnis rund um „Plastic Planet“ angeführt: "Plastic Planet" z.B. war in Amerika erfolgreich, in Österreich erfolgreich, in Deutschland auch erfolgreich und in Frankreich ist er gefloppt. Warum? Wir hatten in Frankreich den Kinostart geplant und zwar im April muss das gewesen sein. Und wir hatten Zusagen von allen wichtigen TV-Sendern. Ich war eingeladen in die Hauptnachrichten. (...) Und dann passierte es: Fukushima, atomnukleare Katastrophe. Genau zehn Tage bevor wir im Kino gestartet sind. Und im Sekudentakt haben sich die Fernsehsender und Zeitungen gemeldet und haben gesagt: Sorry, aber wir haben jetzt anderes zu tun. (...) Die Welt war in nuklearer Angst und ich bin angekommen mit: Hallo, Plastik ist gefährlich! Das war einfach komplett der falsche Zeitpunkt.“</p>	Exkurs-Frage	Publikum ernst nehmen

	<p>Edward Snowden an die Öffentlichkeit gegangen und hat gemeint, dass wenn er (unv.) in Hongkong muss die ganze Welt sich darum nur mehr drehen und er kann nicht warten bis mein Film rauskommt. Das hat den Film wahnsinnig viel Aufmerksamkeit gekostet weil nach dem Edward Snowden, nach diesem Outing, also alle Fernsehsender, alle Printmedien voll waren mit Datenschutzartikeln und wie ich dann mit dem Film ins Kino gekommen bin war eigentlich der Markt schon übersättigt. Also es hängt irrsinnig vom Zeitpunkt ab. Ja. Also viel solche Themen können sich einfach sehr sehr schnell erledigen oder einfach nicht mehr wichtig sein oder das ist glaub ich auch eine der Herausforderungen für einen Dokumentarfilm weil der ja doch länger, also das ist beim Spielfilm natürlich auch, du bist länger mit so einem Projekt beschäftigt und es ist relativ schwer einzuschätzen was in fünf Jahren oder in drei Jahren da grad in die Stimmung, in die allgemeine Stimmung passt. Dass das jetzt direkt mit "The Green Lie" so gut funktioniert, dass wir jetzt in den ersten zehn Tagen 30.000 Zuschauer haben, also das kann man nicht abschätzen, kann man nicht wissen.</p>	<p>Es hängt also sehr vom Thema und vom richtigen Zeitpunkt ab. Das ist wird auch als besondere Herausforderung angeführt. Die Dauer einen Kino-Dokumentarfilm herzustellen beträgt oft mehrere Jahre. Niemand kann vorhersehen was in fünf oder in drei Jahren gerade für eine Stimmung ist und ob das gewählt Thema zum Zeitpunkt der Veröffentlichung ankommt.</p>		
Int. 2	<p>„Ich glaube durch den persönlichen Bezug indem man sich auch selber öffnet. Grad bei der Doku verlangst du von deinem Gegenüber, dass er alles in sich öffnet und ich finde es dann ein bisschen feig, wenn der Filmemacher/die Filmemacherin sich dann versteckt und so gar nichts von sich selber preisgibt. Und wenn ich jetzt über Social Media z.B. oder eben auch im Gespräch, wenn mich Leute über etwas ansprechen was ich grad mach und den Film gibt es schon, erzähle, meinen Bezug und wie es mir dabei geht, möglichst offen, da find ich ist das quasi nur fair. Und es ist auch letztendlich das, wo die Leute dann merken, o.k., du meinst es ernst und es ist authentisch und sie will was damit und sie will sich nicht nur irgendwie damit schmücken oder so. Deswegen glaube ich ist ein Teil quasi, also wenn du, wenn man sagt es geht darum ein Publikum zu erreichen auch bei Publikumsgesprächen, weil mit dem Film ein großes Maß auch an Offenheit. Also nachher rede ich bei Publikumsgesprächen, habe viele Filme urviel begleitet, bin mit den Dokus auch ganz viel in Schulvorstellungen gefahren und habe mich quasi da zur Verfügung gestellt, teilweise bei "Oh Yeah, She Performs!" auch mit den Musikerinnen immer jeweils auch eine Musikerin auch an meiner Seite und so weil wir das Gefühl gehabt haben o.k., wir wollen ja etwas erreichen mit den Menschen, kommunizieren und es ist schwierig, also das geht nicht ohne persönlichem Einsatz. Es reicht nicht den Film zu machen und er ist da und es sehen ihn halt ein paar tausend Leute oder so. In Österreich musst du dich wirklich persönlich auch einbringen damit du wirklich eine gewisse Reichweite hast und ich find das entspricht dann auch der Verantwortung, dass du mit viel</p>	<p>Alle FilmemacherInnen begleiten ihre Filme lange über die Fertigstellung hinaus. Sie sind bei Premieren anwesend, sind bei Publikumsgesprächen dabei und begleiten ihre Filme beispielsweise auch bei Schulvorstellungen.</p> <p>Um mit einem Film anzukommen spricht Mirjam Unger auch den persönlichen Bezug an. Letztendlich ist das der Punkt an dem Leute feststellen, dass es der Filmemacher/die Filmemacherin ernst meint. Nicht nur, dass der Film dadurch authentisch wird, sondern auch weil man eine gewisse Verantwortung trägt: <i>„In Österreich musst du dich wirklich persönlich auch einbringen, damit du wirklich eine gewisse Reichweite hast und ich finde das entspricht dann auch der Verantwortung, dass du mit viel Steuergeld arbeitest.</i></p>	Exkurs-Frage	Publikum öffnen

	<p>Steuergeld arbeitest. Also für mich ist es zumindest so. Oder du schaffst es wie Wagenhofer, dann so ein heißes Thema anzugreifen, aber der begleitet seine Filme auch alle persönlich. Und sehr lange. Ich finde das gehört (unv.) ... drei Jahren unterwegs, zuerst in Asien, (unv.) dann wieder neu und wieder wem erklären, aber es gehört dazu. Es ist nicht so "Der Film ist fertig und du hast nichts mehr damit zu tun".</p>	<p><i>Also für mich ist es zumindest so.</i></p>		
<p>Int. 3</p>	<p>„Das Publikum erreichen Sie nur dann, wenn Sie das Publikum auch ernst nehmen und wenn Sie den Zugang zum Publikum haben, dass sie es inspirieren. Ja? Das Publikum ist aus dem Grund beim Film wichtig, weil das was wir Filmmacher und Filmmacherinnen machen ist der halbe Film. Die zweite Hälfte spielt sich im Kopf des Publikums ab. Das heißt der Film, in dem Fall, den ich mache oder den wir machen, weil den mache ich ja nicht alleine, den wir machen ähm das interessante an dem Film ist eigentlich nur: Welchen Film stoßt er im Kopf des Zusehers/der Zuseherin an. Weil das ist Film-Language. Film-Language ist nicht - und das ist der Unterschied zum Fernsehen - darum (...) bin ich vor den ersten Fragen immer ein bisschen so ähm (...) Wenn ein Film wirklich gelungen ist. dann passiert folgendes: Es erscheint das erste Bild, dann kommt der erste Schnitt, es erscheint das zweite Bild. Und wenn das richtig gemacht ist, erscheint im Kopf, im "Minds-Eye" der Zuseherin/des Zusehers ein drittes Bild, das im ersten und im zweiten nicht drinnen ist. (unv.) Die Leute kommen dann aus dem Film raus und sind ganz aufgeregt und sagen sie haben irgendwas gesehen und das ist aber im Film gar nicht drin. Sondern es ist in deren Fantasie losgegangen. In deren Kopf. Und man kennt das auch von einem Buch. Sie lesen ein Buch. Sie legen es weg. Und zwei Jahre später lesen Sie es wieder. Ganz ein anderes Buch. Weil Literatur ist - darum ist es was Lebendiges. Das hat es in ihrem Kopf gemacht. Das ist das Grandiose und im Kino. Das ist Kino. Alles andere ist etwas anderes. Sie schauen sich den Film nochmal an, ein zweites Mal, und sehen ganz etwas anderes. A, weil er so reichhaltig ist, weil er verschiedene Ebenen hat und B, weil er in ihrem Kopf was anstößt. Weil er das Publikum ernst nimmt. Das Publikum inspiriert, geh mit mir in Kommunikation und beginn dir selbst Gedanken zu machen. Wenn ich ins Kino gehe, was ich oft tue, verlange ich, dass ich einen Gedanken mit nach Hause nehme, den ich vorher nicht gehabt habe. Und ich hoffe, wenn ich einen Film mache, dass ich einen Gedanken - Minimum einen - zwei sind schon sehr viel - mitgebe den Leuten. Das ist es. Ich biedere mich bei dem Publikum überhaupt nicht an. Nie und nimmer. Aber ich nehme es sehr, sehr ernst. Und es geht um das. Das ist etwas (...) Das ist etwas, das ist wieder (...) das ist wieder etwas, das Sie nicht machen können, sondern das passiert. Das passiert durch eine Energie. Das ist wie eine Musik. Musik ist eine Energieform, die berührt aus</p>	<p>Das Publikum ist aus dem Grund beim Film wichtig, weil das was wir Filmmacher und Filmmacherinnen machen ist der halbe Film. Die zweite Hälfte spielt sich im Kopf des Publikums ab. (...) Wenn ein Film wirklich gelungen ist. dann passiert folgendes: Es erscheint das erste Bild, dann kommt der erste Schnitt, es erscheint das zweite Bild. Und wenn das richtig gemacht ist, erscheint im Kopf, im "Minds-Eye" der Zuseherin/des Zusehers ein drittes Bild, das im ersten und im zweiten nicht drinnen ist (...) und das ist aber im Film gar nicht drin. Sondern es ist in deren Fantasie losgegangen. Das ist das Grandiose. Das ist Kino.“</p> <p>Es geht darum das Publikum zu inspirieren und mit einer „schöpferischen“ Energie berühren. Es geht darum, dass die ZuseherInnen einen Gedanken mit nach Hause nehmen, den sie vorher nicht hatten. Nicht im Sinne von aufdrücken, sondern im Sinne von dazu inspirieren. Erwin Wagenhofer vergleicht es mit einem Dialog: <i>„Ich sage etwas, dann reagieren Sie darauf. Das inspiriert mich wieder etwas anderes zu sagen. Dann geht das hin und her und am Schluss haben wir mehr gehabt, als wir vorher hatten.“</i></p>	<p>Exkurs-Frage</p>	<p>Publikum inspirieren</p>

	<p>irgendeinem Grund. Das ist überhaupt das stärkste (...) die höchste Kunst für mich, die Musik ähm die berührt sie aus irgendeinem Grund. Sie wissen nicht warum. Sie sitzen da und hören einen Donauwalzer und der berührt sie, auch wenn sie ihn schon tausendmal gehört haben. Einmal so, einmal so. Einmal macht er sie glücklich, einmal macht er sie traurig, einmal können Sie lachen, einmal können Sie weinen. Und das ist bei einem Beatles-Song genau dasselbe. Also alles das was gute Musik ist oder bei einem Dworschak oder bei einem (...) John Coltrane beim Jazz oder wie auch immer. Das sind die, die eigentlich mit diesen Energien arbeiten. (...) Das ist es. Und wenn man das weißt und wenn man da ehrlich ist und dass es gar nicht so wichtig ist was da raus kommt, sondern dass mit dieser Energie gearbeitet wird. Und nicht auf Druck machen wir jetzt so "Ha ich will denen imponieren." Impress or inspire. Und für mich ist es inspire. Darum geht's, so wie in jedem Gespräch. In so einem Gespräch (...) eigentlich ein Dialog ist ja wirklich: Ich sage etwas, dann reagieren Sie darauf. Das inspiriert mich wieder etwas anderes zu sagen. Dann geht das hin und her und am Schluss haben wir mehr gehabt, als wie wir hergekommen sind. Das ist Entwicklung. Das ist Development und das wäre der Sinn des Lebens. (...)"</p>			
--	---	--	--	--