

KINO



CREATORS CONFERENCE - POP-UP

Für den kreativen Schulterchluss

Brücken zwischen Gewerken und Formaten in einer herausfordernden Zeit zu bauen, war Ziel eines **neuen Veranstaltungsformats** der Produzentenallianz, in dessen Rahmen etliche Ausrufezeichen gesetzt wurden.



INSPIRIERENDE

Runde: Björn Böhning, Christian Meinberger, Busisiwe Ntintili, Tyron Ricketts, Michael Souvignier, Inga Leschek, Fabian Gasmia, Robert Hofmann, Richard Kropf und Bob Konrad

Nicht dass der Abend in einer exklusiven Münchner Location lediglich diesen Eindruck vermittelt hätte - aber die Zuversicht liege Produzenten und Produzentinnen nun einmal in den Genen, wie Björn Böhning als CEO und Vorstandssprecher der Produzentenallianz und Gastgeber erklärte. Zuversicht weiter zu schüren, war denn auch das Kernziel der Creators Conference, die sich sehr viel weniger darum drehte, was andere (primär die Politik) tun können, um die Situation zu verbessern. Sondern vielmehr den Fokus darauf legte, wie Produzenten selbst mit ihr umgehen können. Worte wie »Förderreform«, »Anreizmodell« oder »Investitionsverpflichtung« fielen bei den Impulsvorträgen tatsächlich nicht auch nur ein einziges Mal - vom anschließenden Austausch ließ sich das allerdings beileibe nicht behaupten, wobei sich eines wie ein roter Faden durch entsprechende Diskussionen zu ziehen schien: Zweifel daran, dass Kulturstatsministerin Claudia Roth die ambitionierten Pläne bis 1. Januar 2025 vollumfänglich umgesetzt bekommt, sind gelinde gesagt weit verbreitet.

So stellte sich die Creators Conference dann auch streckenweise als faszinierende Mischung aus stellenweiser Ernüchterung und Inspiration dar - und das schon ab dem allerersten Vortrag. Denn welche Schwierigkeiten Seven Elephants zu meistern hatte, bevor der bislang viertstärkste deutsche Neustart des Jahres in die Kinos kam, war ernüchternd (selbst wenn man Corona-bedingte Crewausfälle einmal ausblendet, die man dem System nun eher nicht anlasten kann). Wie aus dem gleichnamigen Roman dennoch der Kinohit *Sonne und Beton* entstand, war dagegen inspirierend. Nun sollen an dieser Stelle nicht die zahllosen Einfälle rekapituliert werden, mit denen eine von Beginn an - im Gegenzug

für die Gewährung umfassender künstlerischer Freiheit - auf Kante budgetierte Produktion über die Ziellinie gebracht werden konnte (so unterhaltsam die Schilderungen von Produzent Fabian Gasmia auch waren). Was aber festzuhalten ist: Dass man eine absolut kompromisslose Umsetzung des Romans von Felix Lobrecht nicht auf dem Altar reibungsloser(er) Finanzierung opferte, hat sich ausgezahlt. Denn eines lässt sich sagen: *Sonne und Beton* wäre nicht der Film geworden, der er ist, wenn dahinter nicht eine glasklare Vision und das absolute Bekenntnis zu größtmöglicher Authentizität gestanden hätten - alleine schon deshalb nicht, weil Seven Elephants den Zuschlag für die Filmrechte mit einem Angebot, das sich laut Gasmia nicht einmal annähernd in den Regionen der nächsthöheren Offerte bewegte, nur aufgrund dieses Bekenntnisses erhielt.

Vor allem wäre der Film nicht der geworden, der er ist, wenn man sich den Vorgaben eines großen Streamers unterworfen hätte, der vom Stoff laut Gasmia zwar grundsätzlich begeistert war, der aber Änderungen in den Raum stellte, die zum Teil für ungläubiges Lachen im Publikum sorgten. Die Schilderung von Gasmia, dass *Sonne und Beton* von diesem Streamer letztlich abgelehnt wurde, weil die Umsetzung eines Romans, der starke autobiographische Züge trägt, sich nicht mit den Diversity-Richtlinien des Konzerns vertragen wollte, illustrierte unterdessen ein gewisses Spannungsfeld zwischen dem unverzichtbaren Streben nach mehr Vielfalt und Repräsentanz und den spezifischen Anforderungen einzelner Projekte.

Wie globale Geschäftspraktiken auf Menschen aus einem Land wirken, das sich erst vor rund drei Jahrzehnten aus den Fesseln der Apartheid löste, machte ein eindrucksvoller, von größtmöglicher Enttäuschung getragener Vortrag der vielfach ausgezeichneten, südafrikanischen Autorin und Produzentin Busisiwe Ntintili klar. Denn was schon hierzulande Gegenstand intensiver Diskussionen ist - nicht umsonst gilt als wesentliches Element der angekündigten Investitionsverpflichtungen der Rechterückbehalt - stößt offenbar in einem Markt umso mehr vor den Kopf, der sich vom Eintritt der

Dieses Format hat - so der Eindruck vor Ort - Zukunft. Mit der Creators Conference - Pop Up versuchte sich die Produzentenallianz an einer neuen Form der Konferenz, bei der auf Austausch und die Vertiefung von Themen im persönlichen Gespräch ebenso viel Wert gelegt wurde, wie auf die Impulse und Inputs, die die Gesprächsthemen des Abends setzten. Dass gerade der zwanglose Austausch dabei so sehr mit in den Fokus genommen wurde, geschah aus gutem Grund. Denn der Diskussionsbedarf ist aktuell groß. Oder um es mit den einleitenden Worten von Moderator Robert Hofmann zu sagen: Die Serienblase ist geplatzt, die Aufträge werden weniger, die Stimmung in der deutschen Produzentenschaft ist nicht die beste.

großen Plattformen noch mehr positive Effekte, insbesondere hinsichtlich globaler Repräsentanz und Sichtbarkeit, erhofft haben mag, als in der westlichen Welt. »Die Flitterwochen sind vorbei« überschrieb Ntintili einen Status Quo, in dem Netflix nach einer vorübergehenden Phase großzügiger Budgets und künstlerischer Freiheiten die sprichwörtlichen Daumenschrauben angelegt habe, pauschale Grenzen für Budgets setzte, die zudem einem Mikromanagement unterlägen. Stein des Anstoßes ist dabei primär der Total Buyout, die Tatsache, dass den beauftragten Produzenten keine Rechte verbleiben. Von der Euphorie über die Zusammenarbeit bei der ersten Staffel ihrer Serie *Jiva!* blieb bei Ntintili jedenfalls nicht viel übrig. Vorsichtig ausgedrückt.

Wie unterschiedlich die Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit Streamern sein können (auch Netflix erfuhr im späteren Verlauf des Abends noch viel Lob) machte im Anschluss Tyron Ricketts deutlich, der in Disney+ den Partner für die Serie *Sam - Ein Sachse* fand. Ein Projekt, mit dem der Schauspieler und Musiker den Weg zum Autoren und Produzenten fand. Warum er ihn beschritt? »Weil es in Deutschland keine Erzählung über das Land, in dem wir leben, für alle die

darin leben, gab.« Dass die Geschäftspraktiken von Streamern auf viel Kritik stoßen, ist Ricketts natürlich bewusst, allerdings hob er die Chance hervor, über deren Plattformen in einem globalen Markt sichtbar zu werden, in dem People of Color den deutlich höheren Bevölkerungsanteil stellen. Ihm selbst habe die Kooperation mehr Möglichkeiten gegeben, insbesondere sei Disney ohne Einschränkungen - und unter anderem mit einem Extrabudget für ein Mentorenprogramm - hinter Anforderungen wie einem inklusiven Writers Room gestanden. »Man muss die Welt verstehen, über die man erzählt«, stellte Ricketts - dem es schon mit wenigen Sätzen gelang, zu vermitteln, wie sich Alltagsrassismus für Betroffene anfühlt - fest. Und wo Teilhabe marginalisierter Gruppen schon eine gesellschaftliche Verpflichtung ist, verlieh er auch seiner Überzeugung Ausdruck, dass mehr Diversität auch schlicht wirtschaftlich Sinn mache, alleine schon deshalb, weil über 50 Prozent der unter 30-Jährigen in Deutschland eine Migrationsgeschichte hätten.

Eine recht nüchterne Analyse zum Marktgeschehen lieferte Christian Meinberger, Chief Digital Officer Leonine Studios im Dialog mit Moderator Robert Hofmann. Im Streamingbereich werde man in den kommenden Jahren potenziell eine gewisse Konsolidierung erleben,

»Man muss die Welt verstehen, über die man erzählt.«

TYRON RICKETTS

auch von den hohen Budgets der vergangenen Jahre werde man sich womöglich zumindest teilweise verabschieden müssen. Generell sieht Meinberger auch einen gewissen Rückgang beim Content am Horizont, nachdem zuletzt extrem viel produziert bzw. beauftragt worden war. Die Trends sieht er naturgemäß nicht auf Deutschland beschränkt, vielmehr vollzogen sich diese im internationalen Zusammenhang. Nachdem 2023 kein einfaches Jahr für Produktionsunternehmen gewesen sei, werde sich die Situation in 2024 seiner Erwartung nach eher nicht verbessern, wobei er einschränkte, dass Leonine aufgrund seiner Aufstellung über verschiedene Sparten hinweg in einer guten Position sei, um negative Trends auszugleichen, dementsprechend gehe man vorsichtig optimistisch in das kommende Jahr. Eine echte Chance sieht Meinberger in günstigeren Formaten, gerade im Reality-Bereich.

Inga Leschek, Managing Director RTL und RTL+, wiederum illustrierte anhand diverser Beispiele aus dem eigenen Haus, wie herausfordernd nicht nur die Etablierung neuer, sondern auch die Fortführung bekannter Marken ist - wobei das »Bewährte« durchaus einen herausragenden Stellenwert einnehmen kann, wie sie anhand der Rückkehr unter anderem von Richterinnen Barbara Salesch in *Das Strafgericht* demonstrierte. Eine Sendung, die aktuell nicht weniger sei als die »Rettung der Daytime«. Angesichts weiter sinken-

GASTGEBER

Björn Böhning, CEO & Sprecher des Gesamtvorstands der Produzentenallianz, unterstrich die Zuversicht, die der Produzentenschaft in den Genen liege





ERFOLGREICHER

Auftakt für das Format: Christian Meinberger, Fabian Gasma, Inga Leschek und Björn Böhning

sphäre herrschen, jeder soll sagen können, was er will. Wir wollen, dass alle Spaß an der Arbeit haben!« Der Schlüssel zum erfolgreichen Arbeiten liege in der Zusammenstellung des Teams - und, so Kropf, der klaren Kommunikation dessen, wie man miteinander arbeiten wolle. Ihre Rolle als Showrunner sehen die HaRiBos jedenfalls umfassend. Aufgabe sei es, eine Vision zu entwickeln - und diese auch weiterzugeben. Entwickelt werde mit dem Budget im Kopf - und egal ob in der Vorproduktion, am Set oder in der Postproduktion bzw. dem Schnitt: Wenigstens einer der Drei ist stets an jeder Stelle mit dabei. Und während das Skript auch im laufenden Dreh wiederholt angepasst werde, geschehe dies im engen Austausch mit den unterschiedlichsten Gewerken und auf Basis des so gewonnenen Inputs. Dabei stehe diese gemeinschaftliche Arbeit immer im Dienste jener Vision, die Konrad dann doch scherzhaft als den einen Diktator bezeichnete, der über die Produktion herrsche: die Idee. Für die man in diesem Fall Jan Mojto dankte, der den HaRiBos einst den Gedanken an eine »Montecristo-Story in der DDR« in die Köpfe pflanzte. Ironie des Erfolges: Wo man laut einem augenzwinkernden Kropf das Konzept für eine »Comicadaption ohne Comic« mit dem Gedanken entwickelt habe, dass das Resultat »keinesfalls beim ZDF angenommen« werden dürfe, kam offenbar auch von dort positives Feedback zum Ergebnis.

Das Fazit: »Die Creators Conference leistet einen Beitrag zur Überwindung alter und vielleicht überholter Grenzen zwischen verschiedenen Gewerken, öffnet den internationalen Austausch und ist ein Navigator der Zukunft der Produktion von Film, Fernsehen und Streaming in Deutschland«, hatte es Björn Böhning formuliert. Schon mit der ersten Pop-Up-Ausgabe hat man sich in diesem Sinne auf einen vielversprechenden Weg begeben.

MARC MENSCH

der linearer Sehdauer und neuerlicher Rückgänge im TV-Werbemarkt konstatierte Leschek: »Wir brauchen einen Plan B!« Den wiederum habe man in Form von RTL+. Gefordert jedenfalls sei - und das gelte für lineares TV wie Streaming gleichermaßen - der »talk of the town«. In diesem Sinne gebe es im Grunde auch keine schlechte PR; dass der Zwist zwischen Dieter Bohlen und Katja Krasavice den Quoten für *DSDS* nun nicht gerade geschadet habe, gab Leschek offen zu. Nicht dass es nicht auch erfolgreiche Beispiele für positive Schlagzeilen gäbe. So sorgte beispielsweise der Einsatz von KI für die Vertonung des »Pumuckl« für enormes Medienecho (und extrem zufriedene Fans), zugleich erwies sich die Strategie, drei Folgen vorab in den Kinos zu zeigen, als echter Coup: Über 220.000 Kinobesuche für *Neue Geschichten vom Pumuckl* sind bereits gezählt, die enorme Marketingwirkung für den RTL+-Start gibt es obendrauf. Und selbst junge Männer sind mit den richtigen Inhalten noch für lineares TV zu gewinnen: Der Start des NFL-Engagements bei RTL jedenfalls sei höchst erfreulich verlaufen. Abschließend eine Ansage an die Produzentenschaft: »Wir sparen überall. Aber nicht beim Content!«

Damit zum bereits erwähnten Lob für Netflix: Denn Michael Souvignier (Zeitsprung Pictures) konnte über die Zusammenarbeit bei der preisgekrönten Serie *Kleo* (deren zweite Staffel bereits in Dreh gegangen ist) nach eigenen Worten »nur Positives« berichten. Ein Konzept habe ausgereicht, um die sprichwörtliche Autobahn zu bauen; Souvignier berichtete von einer »unglaublich effektiven, schnellen Zusammenarbeit«, die zudem von gegenseitigem Vertrauen und einer verschworenen Gemeinschaft geprägt gewesen sei.

Dieses Vertrauen, diese Gemeinschaft wiederum fußte unterdessen nicht zuletzt auch auf der Arbeitsphilosophie, mit dem das als »Die HaRiBos« bekanntgewordene Drehbuchautorentrio rund um Hanno Hackfort (der es nicht zur Creators Conference geschafft hatte), Richard Kropf und Bob Konrad an seine Aufgabe als Showrunner herangeht. »Wir wollen nicht als Diktatoren auftreten, sondern wir wollen Input und Expertise von allen Beteiligten«, erklärte Konrad. Und weiter: »Es muss eine völlig angstfreie Atmo-