

KEYNOTE

Andrea Hock - Die Zukunft des Dokumentarfilms im Fernsehen

Beim Fernsehen gilt wohl das alte Sprichwort „Totgesagte leben länger“: noch vor ein paar Jahren war man sich sicher, dass das Internet das klassische Fernsehen bald obsolet machen würde aber das Fernsehen hat zurück geschlagen. Derzeit gibt es einen regelrechten Fernsehboom. Ein neues goldenes Zeitalter wurde ausgerufen, angefacht von erfolgreichen Serienformaten aus den USA und Europa.

Dieser Boom hat auch vor Dokumentarfilmen nicht Halt gemacht. Dokumentarfilm gilt als eines der spannendsten Genres: beim Publikum herrscht große Nachfrage, bei A-Festivals räumen sie Preise ab und laut Netflix sind DokumentarfilmliebhaberInnen die treuesten AbonnentInnen. Darum werden teilweise auch Summen im hohen sechsstelligen Bereich für einen gehypten Dokumentarfilm bezahlt. Nur im Back-End, dort wo alles entsteht, scheinen die positiven Effekte dieser neuen Ära noch nicht angekommen zu sein. Die Bezahlung der RegisseurInnen und ProduzentInnen, derjenigen die als allererste an ein Filmprojekt glauben und darin investieren, lässt zu wünschen übrig. Hier sieht man sich mit steigenden Kosten und sinkenden Finanzierungsbeiträgen konfrontiert, ist aber angehalten weiterhin jene hochwertigen Filme zu produzieren, die das Publikum gerne sehen will.

Laut einer Studie der Whicker's World Foundation in Kooperation mit dem European Documentary Network EDN, die diesen Sommer vorgestellt wurde, sagten 87% der befragten FilmemacherInnen in Europa aus, sie hätten an ihrer letzten Produktion weit weniger verdient, als ihnen laut Budgetposten zustehen würde. Ein Drittel davon hatte nicht einmal erwartet, angemessen bezahlt zu werden. Aber warum ist das eigentlich so? Warum nehmen Dokumentaristen schlechte Bezahlung als gegebenes Schicksal hin?

Einerseits sind da die Kosten. Produktionsbudgets sind trotz steigender Kosten in den letzten Jahren fast gleichgeblieben. Wenn nicht ausreichend Finanzierungsmittel zur Verfügung stehen verzichten FilmemacherInnen oft auf einen Teil ihres Gehaltes um dadurch zusätzliche Dreh- und Schnitttagen oder besseres Equipment zu ermöglichen. Wenn man aber bedenkt, dass einige Dokumentarfilme über mehrere Jahre hinweg entstehen und viele Kleinfirmen nur eine Handvoll Projekte im Jahr betreuen, muss man sich schon fragen, ob die Herstellung von Dokumentarfilm im Independent Bereich nur mehr als teures Hobby machbar ist.

Auf der anderen Seite stehen die fehlenden Mittel. Filmförderung und Öffentlich-rechtliche Sendeanstalten sind als kontinuierliche Partner zum Teil verloren gegangen.

Öffentlich-rechtliche Sender sind traditionell Verfechter des Genres, aber auch sie hatten in den letzten Jahren mit drastischen Budgetkürzungen zu kämpfen. Fast überall wurden Sendeplätze umstrukturiert, stark formatiert oder ersatzlos gestrichen. Vor allem die Änderungen bei ARTE haben die deutschsprachige Produktionsszene stark getroffen, weil ein Großteil der Filme von den deutschen Partnern bei ARTE eingebracht und mitfinanziert werden.

Der prestigeträchtige ‚Grand Format‘ Sendeplatz für die Langform zum Beispiel wurde in den letzten Jahren drastisch von 52 auf 16 Programme im Jahr gekürzt. Wo man früher 120-130.000 € von ARTE bekommen hat, muss man jetzt auf alternative Sendeplätze ausweichen, die zwischen 26.000 € und 80.000 € einbringen. Im besten Fall also die Hälfte des gewohnten Preises. Der Gesellschaftsslot auf ARTE wurde erst vor ein paar Jahren reaktiviert, steht aber jetzt schon wieder auf der Kippe und hat nur sehr wenige Sendeplätze im Jahr. Und so geht es fast allen Ressorts, mit Ausnahme vielleicht der Geopolitik. Das erklärt die zum Teil stark reduzierten Fernsehbeiträge. Dazu kommt, dass Dokumentarfilm von einigen Senderchefs immer noch als Quotenkiller angesehen wird. In Österreich haben wir das Glück immer noch einen Slot für abendfüllenden Dokumentarfilm am Sonntag und mit ‚Dok Eins‘ auch zur Primetime zu haben. Auch WDR, BR, SWR und 3Sat pflegen noch die Langform. Beim Schweizer Fernsehen ist ein neues Sendegefäß für den langen Dokumentarfilm zur besten Sendezeit in Planung.

International gesehen sind indes viele dieser langen Sendeplätze gestrichen, durch kürzere Formate ersetzt worden oder sie werden sehr spät nachts, quasi unter Ausschluss der Öffentlichkeit, gezeigt. Die niedrige Quote rechtfertigt dann oft die kleineren Lizenzsummen, obwohl die Sender gleichzeitig mehr Rechte benötigen – seien das Internet-Rechte, längere Lizenzzeiten oder, wieder im Falle von ARTE, zusätzliche Sprachrechte in der Senderegion.

Um Quotenverlusten entgegenzuwirken, hat es auch einige Themenverschiebungen gegeben. Zwei Tendenzen sind dabei klar erkennbar: extrem regionales Programm funktioniert (wie zum Beispiel die ‚Mein Bezirk‘-Reihe vom ORF) oder Dokumentarfilme mit universaler Zugkraft. Dabei handelt es sich oftmals um groß angelegte, internationale Investigationen, Themen mit einzigartigem, exklusiven Zugang oder Blue-Chip Produktionen mit Riesensbudgets, welche die Sender alleine nicht hätten stemmen können. Soziale Themen oder der klassischen ‚Human Interest‘ Dokumentarfilm hingegen sind immer schwerer international zu finanzieren. Oft hört man von den Programmverantwortlichen, sie hätten gerne mehr Lokalkolorit – die gleiche Geschichte, aber eben im eigenen Land gedreht.

Bei all dieser schwierigen Veränderungen muss man den Sendern aber auch Lob aussprechen: Fernsehanstalten zählen immer noch zu den Hauptfinanziers von Dokumentarfilm. Allein im letzten Jahr haben die deutschen Sender 14 Koproduktionen mit ausländischem Mehrheitsproduzent mit durchschnittlich € 90.000 pro Film unterstützt. Also, wer sind die Personen und Sender, die hinter diesen Produktionen stecken?

Viele davon sind heute beim **VIENNA.DOKU.DAY** vertreten und werden im Anschluss ihre Programmlinie genauer vorstellen. Der Vollständigkeit halber sei auf ARD-Seite noch auf den NDR als starken Partner im Current Affairs, Natur und Wildlife Segment hingewiesen. Für Osteuropa-Themen, im Speziellen Russland, China oder die ehemaligen Sowjetstaaten, ist der MDR der richtige Ansprechpartner und für Filme rund um die Region Berlin Brandenburg ist man beim RBB an der richtigen Adresse.

Beide Sender gehen wenige internationale Koproduktionen ein, können aber Filme bei ARTE einbringen und mit 25-50.000 € pro Film unterstützen.

Ein kleiner Wehrmutstropfen ist, dass kein Vertreter von ZDF oder ZDF/Arte vor Ort ist. Auch wenn es im ZDF selbst um Dok-Plätze nicht gut bestellt sind und ZDFkultur vor kurzem eingestellt wurde, ist der Digitalsender ZDFinfo eine interessante Anlaufstelle für Ankäufe im Bereich Dokumentation, Zeitgeschichte und Umwelt. Und gerade die ZDF/Arte Plätze sind, ob ihrer Vielfalt an Themen und Längen, ein Mekka für Dokumentaristen - wenn auch auf Grund der großen Beliebtheit immer schon lange im Vorhinein ausgebucht.

Abgesehen von den Öffentlich-rechtlichen Sendern, gibt es auch neue Gesichter im Fernsehmarkt, genauer gesagt im Pay TV Segment: Privatsender wie RTL Geo, Sky Arts Germany oder Planet TV bieten Dokumentarfilmen im deutschsprachigen Raum eine neue Bühne und sind thematisch wie auch längenmäßig offener. RTL Geo hat bereits begonnen Geld in Produktionen und Pre-Buys zu stecken - hier wäre interessant mehr darüber zu erfahren, unter welchen Bedingungen eine Zusammenarbeit mit den herkömmlichen Partnern im deutschsprachigen Raum möglich ist.

Und dann ist da natürlich der große Online-Bereich. Wenn man über die Zukunft des Fernsehens spricht, kommt man am Internet und Apps nicht vorbei. Video on Demand (VoD) Plattformen wie Netflix, Amazon, iTunes oder Vimeo TV haben unseren Medienkonsum bereits nachhaltig verändert und sich als Alternative zum linearen Fernsehen etabliert. Sie sind vor allem beim jüngeren Publikum sehr beliebt weil sie dem modernen Sehverhalten entsprechen. Die Erfahrung hat gezeigt, dass man für hochwertige Inhalte bereit ist zu zahlen, sofern es legale Angebote gibt. Bisher waren die Erlöse die an die Filmemacher gingen aber eher spärlich. Die Frage bleibt also, ob Online-Plattformen sich auch als alternative Finanzierungsquelle durchsetzen können. Oder anders gesagt, fließt im Netz auch wirklich Geld?

Dazu ein paar Zahlen von Netflix: Für eine Koproduktion, ein 'Netflix Original', legt die Plattform schon mal zwischen 500.000 bis eine Million US Dollar hin. Bei hochkalibrigen Einkäufen werden in Branchenblätter immer wieder Preise bis zu einer Viertel Million US Dollar für weltweite Rechte zitiert.

Das sind natürlich tolle Summen. Bei all der Euphorie muss aber dazugesagt werden, dass die allerwenigsten Dokumentarfilme zu diesen Preisen gehandelt werden. Viel realistischer ist ein vier- bis fünfstelliger Ankaufspreis oder das nur für bestimmte Territorien Rechte angekauft werden - je nach Land variieren die Preise dann stark. Die Ankaufpolitik von Netflix ist außerdem immer noch sehr fokussiert auf den amerikanischen Markt. Man sucht großteils englischsprachige Inhalte, große Namen sowohl vor, als auch hinter der Kamera, Auszeichnungen, ein starkes Narrativ und eine klar abgesteckte Zielgruppe. Also praktisch den nächsten Oscar Anwärter. Entgegen diesem amerikanischen Modell agiert 'Yaddo', eine neue Abo-Plattform, die die weltbesten Dokumentarfilme zu einen sucht. Kuratiert von Nick Fraser, ehemals Chef von BBC 4's Aushängeslot Storyville, möchte Yaddo neben Ankäufen im kommenden Jahr 100 Filme mitfinanzieren. Strategische Partnerschaften mit einigen Fernsehanstalten wurden dem Vernehmen nach schon geschlossen, damit die Plattform mit den Sendern nicht um Inhalte konkurriert, sondern wirklich als ergänzende Finanzierungsquelle fungieren kann.

Dass mit Fraser eines der Dok-Urgesteine dem linearen Fernsehen den Rücken kehrt und sich Online-Medien zuwendet, darf durchaus als Wink in die Zukunft verstanden werden. Vom Ende des linearen Fernsehens zu sprechen ist wohl übertrieben aber wir befinden uns eindeutig im Übergang zum „Cloud-TV“. Dieses vereint das klassische lineare Programm mit Video on Demand und Social Media Plattformen. Auch die öffentlich-rechtlichen Sender geraten unter Zugzwang ihre Online-Angebote weiter auszubauen, ihre Marke zu stärken und ihr Publikum im Netz zu finden. Eine europäische Filmplattform à la Netflix ist bisher an Kartellgrenzen gescheitert, daher arbeiten die Sender an ihren eigenen Lösungen. Einige Jugendsender sind beispielsweise nur mehr online verfügbar. Auch Deutschland ist vor kurzem diesen Wegg egangen und hat ‚funk‘ vorgestellt. ‚funk‘ ist das Netzfernsehen von ARD und ZDF für die Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen und löst EinsPlus und ZDFkultur ab. Zum Auftakt stehen Youtube und Facebook im Fokus, aber auch Formate für Snapchat, WhatsApp und Instagram werden entwickelt. Bei ‚funk‘ gilt - wie bei vielen anderen Online-Doku-Angeboten wie The Guardian Short Docs, AJ+ oder NY Time Op Docs - „in der Kürze liegt die Würze“: Die Videos sind zwischen vier und 15 Minuten lang.

Wie man sieht ist der Markt für Dokumentarfilm nicht unbedingt einfacher, dafür aber vielfältiger geworden. Es gibt viele neue Möglichkeiten der Finanzierung, darunter auch Crowdfunding, die man wie Bausteine zusammenstellen und an den jeweiligen Film anpassen kann. Dadurch ist die Strategie in der Finanzierung, wie auch in der späteren Distribution individueller. Wichtig ist dabei, sich vorab schon Gedanken zu machen, wer das Zielpublikum des Films sein wird. Das erleichtert die Partnersuche enorm und gibt den richtigen Weg vor. Ob Kino, TV, Eigeninvestitionen, Crowdfunding oder Koproduktionen - je früher die Partner eingebunden werden, desto besser. Koproduktionen sind sicherlich auch ein Weg in die Zukunft. Wenn man die finanziellen Mittel im eigenen Land ausgeschöpft hat macht es Sinn nach Partnern im Ausland zu suchen.

Neben einem geeigneten Thema ist für eine erfolgreiche Koproduktion vor allem eine vertrauensvolle, langfristige Beziehungsarbeit notwendig. Branchentreffen, die sich auf den deutschsprachigen Markt spezialisieren, wie Dokfest München, Dok Leipzig oder eben der **VIENNA.DOKU.DAY**, sind ideal um sich auszutauschen und Synergien im deutschen Sprachraum zu verwirklichen. Schön wäre, wenn der DACH-Markt in Zukunft noch enger zusammenwachsen würde.

Als positives Beispiel für so einen natürlich gewachsenen, sehr starken Produktionsraum müssen wieder einmal die nordischen Länder herhalten. Skandinavische Produktionen zählen zu dem Besten was der Dok-Markt derzeit zu bieten hat. Neben einem gut ausgebauten Fördersystem, profitieren die RegisseurInnen und ProduzentInnen der Region von der guten Vernetzung des Marktes - auch auf redaktioneller Seite. Ein Großteil der Filme kann sich in der Region querfinanzieren und mit der Unterstützung von mindestens zwei bis drei nordischen Sendern rechnen. Wenn dies zutrifft greift zusätzlich zum Investment der Fernsehanstalten noch ein Panregionaler Fond. Einmal im Jahr trifft sich die Branche in Malmö beim Nordisk Panorama Pitch um neue Projekte vorzustellen. Vielleicht auch eine Idee, die man hier aufgreifen könnte.

(NB: Einen guten Überblick über mögliche Koproduktionspartner gibt übrigens der EDN Financing Guide und der Co Production Guide auf der EDN Website. Dort sind Informationen zu Filmfonds und TV Sendern aus 30 Ländern aufbereitet.)

Fest steht – auch wenn sich die Bildschirme verschieben und mit Virtual Reality noch mal ganz neue Erzählweisen möglich werden, wird der Dokumentarfilm sicher nie ganz aus dem linearen Fernsehen verschwinden. Dafür setzen sich neben den Interessenvertretungen wie dok.at auch viele engagierte RedakteurInnen ein. Dokumentaristen haben schon oft bewiesen, dass sie gesellschaftspolitische Entwicklungen antizipieren können und ein kritischer Teil der Medienlandschaft sind. Daher müssen wir uns Dokumentarfilme auch in Zukunft leisten. In welcher Form genau – darüber werden wir heute Nachmittag noch mehr sprechen.

© Andrea Hock 2016