merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Tilmann P. Gangloff: Dokumentationen für den Fernsehmarkt

Beitrag aus Heft »2000/03: Netzwerk Europa«

Trash wird die Ausnahme

Das größte Interesse bei der Mipdoc in Cannes, einem Programmmarkt für nicht-fiktionale Produktionen, galt einem abstoßenden Film aus Dänemark mit dem bezeichnenden Titel „Shocking Truth". Vermutlich wollte Regisseurin Alexa Wolf aufzeigen, wie ekelhaft das Pornogewerbe ist. Doch warum musste sie dann die Darstellerinnen beim Interview nackt filmen? Typischer Dialog: „Wie fühlst du dich, wenn du dich in einem Sexfilm siehst?" - „Ich hasse mich und fühle mich wie ein Tier". Angereichert wird der Film um unzensierte Ausschnitte, die eindeutig den Tatbestand von Pornografie erfüllen.

Doch Filme wie „Shocking Truth" spiegeln nur ein Randsegment des gewaltigen Dokumentarmaterials wider. Die Trends gehen in eine andere Richtung. Noch vor einem Jahr entsprachen viele Produktionen keinem gehobenen Standard, funktionierten nur im jeweiligen Produktionsland (Docu-Soaps) oder waren schlicht TV-Trash (authentische Verfolgungsjagden). Mittlerweile aber hat sich das Genre, dessen Niveau im Zuge eines weltweiten Booms rapide gesunken war, auch qualitativ wieder etabliert. Fernsehmüll wie die beliebten Reihen der amerikanischen Alfred Haber Distribution („World's Weirdest Police Videos") erfreuen sich zwar nach wie vor großer Beliebtheit, doch wüste Kolportagen und nicht-fiktionale Pendants zu populären fiktionalen Trends (Wirbelstürme, düstere Prophezeiungen) sind auf dem internationalen Markt mittlerweile die Ausnahme.

Mit Gefühl dokumentieren

Wissenschaftliche Themen sind allerdings wieder weniger gefragt als noch vor Jahresfrist. Tier- und Naturfilme gibt es zwar noch, aber nur als Grundstock, weil mittlerweile - wie die Branche sarkastisch feststellt - „jedes frei lebende Großwild schon dutzendfach gefilmt worden ist". Dafür erlebt die Menschlichkeit eine Renaissance, und zwar im doppelten Sinn: Das Interesse an Dokumentationen über Kulturen fernab der westlichen Zivilisation ist enorm gewachsen; gleichzeitig haben Filme über wissenschaftliche Themen eine viel stärkere emotionale Seite bekommen. Patrick Hörl, Programmdirektor des deutschen Discovery Channel, erläutert den Trend: In Zuschauerreaktionen werde immer wieder beklagt, dass die Produktionen zu technikorientiert, zu kalt seien und dass die Gefühle zu kurz kämen. Hörls Erklärung: Der dokumentarische Spartensender bei Premiere World habe mittlerweile viel mehr Zuschauerinnen, und die empfänden viele Themen als zu männlich. Bei einer Dokumentation etwa aus dem Themenkreis Genmanipulation/Behinderung erwarte ein weibliches Publikum nicht nur wissenschaftliche Fakten, sondern auch Informationen über die konkreten Probleme im Alltag.

Die Berücksichtigung der veränderten Zuschauervorlieben hat dazu geführt, dass der Boom des Genres ungebrochen bleibt. Bei den Sendern sind die Filme aus einem weiteren Grund beliebt: Mit einem Produktionsetat von 500.000 bis 750.000 Mark ist eine Dokumentation bereits ungewöhnlich aufwendig; und doch kostet sie nur ein Viertel eines Fernsehfilms - und erzielt im besten Fall die gleichen Marktanteile. Dramaturgie und Bildsprache sind in beiden Fällen übrigens oft ganz ähnlich: In der neuen englischen Produktion „Jurassic Shark" (ITEL) zum Beispiel gleiten die Haie an der Kamera vorbei wie riesige Raumschiffe in einem Science-Fiction-Film. Und wenn in

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de

„Man Eaters“ (ITEL) erzählt wird, wie eine Frau von einem Hai gejagt wird, wirkt die Rekonstruktion mit Hilfe eines suggestiven Schnitts und entsprechender Musik so dramatisch wie in einem Kino-Thriller.

Verfall der Preise?

Angesichts der allgemeinen Produktionswut muss man im Doku-Bereich allerdings eine ähnliche Marktsättigung wie beim Kinderfernsehen befürchten - und das drückt erfahrungsgemäß die Preise. Das Senderecht für einen 500.000 Mark teuren Film kann man mittlerweile schon für 5.000 Mark kaufen; noch vor zehn Jahren, klagen Rechtehändler, hätten sie das Zehnfache bekommen. Hohe Preise lassen sich nur noch mit hochwertigen, aufwendigen Produktionen erzielen. Für einen Film wie „Raising the Mammoth“ über die Ausgrabung eines Mammuts in Sibirien (angebliche Produktionskosten: 2 Millionen Mark) zahlen große Sender wie ARD oder ZDF bis zu 200.000 Mark. Andererseits gibt es weltweit bereits so viele Spartenkanäle für Dokumentationen, dass sich das Mitleid mit den Verkäufern in Grenzen halten sollte.

Output-Deals

Ein anderer Trend ist aus Sicht kleinerer Produktionsfirmen ohnehin weitaus bedrohlicher: Marktführer im Dokumentarbereich wie die britische ITEL, die Disney-Tochter Devillier Donegan oder Explore International (ein Joint-Venture von National Geographic und der Canal plus-Tochter Docstar), bauen ihre Positionen immer mehr aus. Damit ist bei Dokumentationen die gleiche Entwicklung abzusehen wie bei Serien und Spielfilmen: Wenige Große werden in absehbarer Zeit den Markt beherrschen. Auch die Sender sind nicht glücklich darüber, denn große Firmen setzen gern auf so genannte Output-Deals: Das komplette Produktionsvolumen einer Firma geht exklusiv an einen einzigen Partner. Das garantiert einem Sender zwar die Rosinen, doch die zweit- und drittklassigen Sendungen muss er ebenfalls abnehmen.

Dokumor - ein neuer Trend?

Noch aber ist es nicht so weit, weshalb gerade bei den Sendern Gelassenheit vorherrscht. Vielleicht hat die lockere Stimmung ja auch ganz andere Gründe: Im Gegensatz zum gern belehrenden, stets ernsten klassischen Dokumentarfilm haben die modernen Dokumentaristen den Humor entdeckt. Durch den Film „The Big Squeeze“ (ITEL) zum Beispiel - es geht unter anderem um Würgeschlangen (squeeze = quetschen) - führt ein Komiker, der sich von einem Krokodil ein Bein abbeißen lässt. Erst nach dem Biss sieht man, dass es ein drittes Bein war. Sogar Persiflagen konnte man bei der Mipdoc entdecken: In „Six Days in Roswell“ (Monarch Films) zieht Richard Kornfeld genüsslich den Ufo-Kult durch den Kakao. Roswell ist ein kleiner Ort in New Mexico und so etwas wie das Mekka für Ufo-Gläubige. Hartnäckig hält sich das Gerücht, dort sei vor fünfzig Jahren ein außerirdisches Flugobjekt gelandet. Die Besatzung werde seither von der US-Regierung in Nevada in einem unterirdischen Laborkomplex („Area 51“) gefangen gehalten. Kornfelds Streifzug durch Roswell ist eine realsatirische Ansammlung höchst irdischer Kuriositäten. Weil sich Kornfeld der Hysterie anpasst und auch noch die absurdeste Frage („A cosmic watergate?!“) todernst stellt, reiht sich eine bizarre Aussage an die andere.

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de