

- > Ziegler Film ist seit 35 Jahren erfolgreich im TV- und Spielfilmgeschäft
- > Mittelständische Produzenten können nur schwer an neuen Verbreitungswegen partizipieren
- > Regina Ziegler fordert schnelle Änderung der Terms of Trade gegenüber den TV-Sendern

„So wenig Geld allein glücklich macht, macht Geld allein auch keine guten Filme“

> Interview mit Regina Ziegler, Produzentin und Geschäftsführerin der Ziegler Film



> Regina Ziegler

Geboren: **8. März 1944**

Von **1964 bis 1973** Produktionsassistentin beim Sender Freies Berlin (SFB)

1973 Gründung der Regina Ziegler Filmproduktion
Seit **1979** ist sie mit dem Filmregisseur Wolf Gremm verheiratet, der von Anfang an tatkräftig an ihrer Seite stand.

In den 35 Jahren wurden fast 400 Filme produziert. Dabei wurde nahezu jedes Genre abgedeckt.

Seit genau 35 Jahren ist Regina Ziegler im Geschäft. In dieser Zeit hat sie nahezu 400 Filme produziert. Es war fast alles dabei, was Kino und Fernsehen an fiktionalen Formaten kennen: Große dramatische Spielfilme, Komödien, Dokumentarfilme, TV-Serien und TV-Reihen, Shows und Doku-Fiction. Sie zählt mit ihrem mittelständischen Unternehmen, das sie gemeinsam mit ihrer Tochter führt, nicht zu den ganz Großen der Branche aber zu den Beharrlichen und Innovativen. Ziegler-Film steht seit Jahren für Qualität und Gespür für Zeitgeist, ist eine Marke für das, was man heute als Public Value bezeichnet: Filmstoffe, die gesellschaftliche Relevanz besitzen und sich damit einmischen.

promedia: Frau Ziegler, 35 Jahre Ziegler Film reflektieren auch 35 Jahre Fernsehgeschichte in Deutschland. Wo sehen Sie vor allem Ihren Beitrag zur Entwicklung des deutschen Fernsehens?

Ziegler: Ich hasse Eigenlob. Aber wenn Sie mich schon so fragen: ich nehme für mich in Anspruch, dass ich immer wieder etwas Neues probiert habe, etwas, was das Publikum so noch nicht kannte. Ich habe als erste Produzentin Spitzenproduktionen aus dem Theater für das Kino und Fernsehen adaptiert, zum Beispiel „Die Sommergäste“ mit Peter Stein als Regisseur und Botho Strauß als Drehbuchautor. Ich habe Literatur als Fernsehspiel produziert, die kaum bekannt war, zum Beispiel Kleist-Stoffe mit Helma Sanders-Brahms oder Hans Neuenfels. Ich habe mich ein Leben lang um das zeitgeschichtlich interessante Fernseh-

spiel gekümmert. Mit Stücken wie „Die große Flatter“ oder „Der Boss aus dem Westen“, mit Zweiteilern über Axel Springer oder Willy Brandt. Ende des Jahres wird der Dreiteiler „Die Wölfe“ zu sehen sein, der deutsche Geschichte anhand einer Blutsfreundschaft einer Gruppe von 16-jähriger in Berlin in den Jahren 1948, 1961 und 1989 erzählt. Das war und das ist mir sehr wichtig – und dem Publikum offenbar auch. Es ist mir gelungen, eine Reihe wie *Erotic Tales* für den WDR aufzulegen, für einen öffentlich-rechtlichen Sender, wohl-gemerkt. Im New Yorker Museum of Modern Art sind alle Folgen gezeigt worden. Eine Ehre, die nicht vielen zuteil wird. Im Augenblick fasziniert mich das Spekulieren über eine Wirklichkeit in zwanzig, dreißig Jahren - dargestellt mit den Mitteln des Films, der „2030- Die Ausbeutung der Jungen“ hei-

Ben wird. Aber bitte, warum soll ich nicht auch erwähnen, dass ich Herz- und Schmerz-Stücke für den Freitag der ARD so entwickelt habe, dass mich dafür nicht die Kritik, wohl aber das Publikum liebt?

promedia: Sie haben mehrere Umbrüche miterlebt: Die Gründung privater Sender, das Satellitenfernsehen, Pay-TV, die Vielzahl neuer Spartensender und nun Fernsehen im Internet. Wie optimistisch oder pessimistisch sehen Sie die Zukunft eines mittelständischen Fernsehproduzenten wie Ziegler Film angesichts der neuen Veränderungen?

Ziegler: Ich glaube, Heinz Kühn hat gesagt, wenn der Druck von allen Seiten kommt, kann man gut aufrecht stehen. So fühle ich mich immer schon. Wenn man weder Konzern noch Ein-Frau-Betrieb ist, muss man sich auf solche Stärken besinnen, die die ganz Großen und die ganz Kleinen nicht haben. Ich will damit sagen: das Überleben habe ich gut geübt, üben müssen. Immer schon. Dazu muss man schneller, risikofreudiger, phantasierender sein. Vor allem das Risiko, das man persönlich trägt, drückt und stimuliert zugleich. Man muss das Leben am Abgrund nicht nur bedrohlich, man muss es auch aufregend finden. Und auf manches verzichten, in der Hoffnung, dass sich das auszahlt.

promedia: Bedeutet das Ende des konventionellen Fernsehens auch das Ende von Ziegler Film?

Ziegler: Vorsicht! Gerade das konventionelle Fernsehen wird totgesagt, seit ich produziere. Natürlich hat sich Manches verändert. Ich treffe zum Beispiel heute auf eine andere Art von Führungspersonen als vor zwanzig Jahren. Das Fernsehen hat Konkurrenz bekommen. Aber eines gilt damals wie heute: Das Vergütigen des Menschen, das entsteht, wenn er sich ent-

spannt zurücklehnen darf und berührende Geschichten vor seinen Augen ablaufen.

promedia: Arbeiten Sie auch an Inhalten für das Internet oder für das Handy?

Ziegler: Das würde ich gerne tun. Aber ich sage ganz offen; dafür fehlen in einem mittelständischen Betrieb die Mittel, die man braucht, um die Zeit zwischen Produktion und Verkauf zu überleben.

promedia: Wo ist für Sie vor allem die Herausforderung angesichts der neuen Verbreitungswege?

Ziegler: Ich muss Angebote machen, die auf allen Wegen gehen. Und auf allen Displays ebenso. Dazu muss ich die Eigenarten der Wege und Oberflächen kennen. Was geht nur groß und lang? Was geht auch kurz und klein? Wenn ich damit rechnen muss, dass meine Produkte auch in Mediatheken ausliegen, dann muss sich das für mich auch rechnen. Denn es muss noch besser anzusehen sein, noch länger haltbar, als wenn ich nur für den Tag produziere.

promedia: Sie haben 2007 und 2006 sehr viel für das Fernsehen produziert, 17 bzw. 21 TV-Movies und Doku-Dramen, bzw. Dokumentationen. Ist der Rückgang an Eigenproduktionen bei den TV-Sendern gestoppt, wird wieder mehr produziert?

Ziegler: Umsätze erlebe ich als ein permanentes Auf und Ab und abhängig von vielen Faktoren, von Kurswechseln bei Sendern, vom Erfolg eines Protagonisten, mit dem man plötzlich mehr macht als geplant. Das ging mir so mit Christine Neubauer. Es gibt Jahre, da hat man einen Lauf, aber auch Jahre, da meint man, man habe einen Pakt mit dem Stillstand geschlossen. Ich habe das alles schon mehrfach erlebt und bleibe nicht nur in der Spur, sondern gelassen.

promedia: Sie verfügen über einen größeren Rechtstock als viele andere Produzenten. Ab 2004 wird es aber deutlich weniger, jährlich nur noch für einen Film und 2007 anscheinend für gar keinen. Woran liegt das?

Ziegler: Für die deutschen Produzenten wird es immer schwieriger, die Rechte an den Produktionen zu behalten. Die Sender bestehen mehr und mehr bei den Fernsehproduktionen auf allen Rechten. Erst wenn der Produzent mit z. B. der Regionalförderung finanziert, bekommt er eine Zweitverwertung für die deutschen Fernseh- und Weltvertriebsrechte. Ziegler Film hat 2007 den Kino-Dokumentarfilm „Der Unbequeme – Der Dichter Günter Grass“ in den Rechtstock aufnehmen können, wie auch mehrere Koproduktionen mit Wega Film – mitfinanziert durch den

RTR-Fond und die österreichische Regionalförderung. Hinzu kommt der neue Oliver-Storz-Film „Die Frau, die im Wald verschwand“, der gerade in der Postproduktion fertig gestellt wird.

promedia: Was machen Sie mit diesen Rechten?

Ziegler: Sie sind meine eiserne Reserve. Sie sind am Ende auch meine Rente. Und sie sind mein ganzer Stolz. Sie stehen dafür, dass ich nicht alles abgeliefert und mich damit allen ausgeliefert habe. Aber das hat seinen Preis. Das kostet im Augenblick, wo man sich dazu entschließt, den Mut zum Risiko. Man muss sich sozusagen mit sich selbst freikaufen.

Eigentlich müsste es der Normalfall sein, dass dem Produzenten die Rechte bleiben. Aber davon können wir – wie gesagt – in Deutschland im Moment nur träumen.

promedia: Für wie wichtig halten Sie dieses Thema der Möglichkeit der eigenen Rechteverwertung durch Produzenten in der digitalen Welt?

Ziegler: Für extrem wichtig. Nur wer über Inhalte verfügt, wird von den Händlern und Plattformbetreibern gesucht und akzeptiert. Egal ob er Sender oder Produzent ist. Umso wichtiger ist es, diese Rechte auch technisch zu sichern, Piraterie zu bekämpfen und auszuschließen, ein Gefühl dafür herzustellen, dass auch das Internet kein rechtsfreier Raum ist, etwa, weil es ein Raum voller Rechte ist.

promedia: Wie kann erreicht werden, dass die Produzenten schneller und über mehr Verwertungsrechte verfügen?

Ziegler: Die US-amerikanischen Autoren haben den Weg gewiesen. Man muss die Terms of Trade ändern. Man muss heraus aus der Rolle des Auftragsproduzenten. Man muss Anbieterproduzent werden. Anders tut sich hier nichts. Das ist eine Machtfrage, weil es eine Geldfrage ist. Und Machtfragen werden dadurch entschieden, dass eine Macht größer ist als die andere. Oder größer wird.

promedia: Welche Rolle spielt hier die neue Produzentenallianz?

Ziegler: Das ist mit einem größeren Verband prinzipiell leichter. Der neue Verband ist fraglos, wenn er will, mächtiger als die alten. Aber pure Größe bewegt noch nichts. Solange sich jeder einen Vorteil vom Nachteil des Andern verspricht, bleiben auch noch so große Verbände machtlos.

promedia: Was glauben Sie, kann diese Allianz generell bewirken?

Ziegler: Genau so viel, wie ihre Mitglieder bereit sind, an singulärer Macht an die Gemeinschaft abtreten. Eine solche Haltung kann man nicht verordnen. Man kann nur für sie werben und hoffen, dass langfristige Überlegungen die kurzfristigen stechen.

promedia: Sie haben 2007 – bis auf die Doku über Günther Grass – keinen Spielfilm produziert. Warum sind Sie hier so zurückhaltend?

Ziegler: Der Spielfilm ist zwar die Königsdisziplin des Produzenten. Ich habe mich darin nicht zu knapp geübt, mit Regisseuren wie Andrzej Wajda oder Krzysztof Zanussi, Peter Stein oder auch Nico Hofmann. Doch der Kinofilm, gerade der ambitionierte, wird auch leicht zum größten denkbaren Unglück für eine Produzentin. Die Chancen im Kino sind für Spielfilme deutscher Herkunft – von Ausnahmen abgesehen – nach wie vor nicht sehr günstig. Die Budgets sind in der Regel nicht konkurrenzfähig. Bis man sich durch die Förderplätze der Republik durchgearbeitet hat, bis man internationale Partner gefunden hat, hat man soviel Kraft gelassen, dass man oft zu früh mit dem Drehen beginnt. Und vor allem: wir achten zu wenig darauf, ob ein Stoff auch ein Kinostoff ist, der inhaltlich so groß ist, dass er die Chance hat, profitabel zu werden. Die meisten Stoffe sind einfach nicht groß genug für die Leinwand. Aber ich gebe gerne zu: ich habe mich in kein Risiko mit mehr Erregung gestürzt als in dieses. Und in diesem Jahr ist es wieder soweit, dass ich mich vergesse: Jo Baier wird „Henri IV.“ inszenieren und Zieglerfilm München bereitet „Die Hexe und die Heilige“ vor.

promedia: Ist der Deutsche Filmförderfonds nicht ein Anreiz?

Ziegler: Ja, natürlich. Dieses Geld ist ein Segen für die Branche. Der Spielfilmproblemerkennung Bernd Neumann hat da genau das Richtige getan. Aber so wenig Geld allein glücklich macht, macht Geld allein auch keine guten Filme.

promedia: Wenn Sie heute ein Produktionsfirma gründen würden, was würden Sie anders machen als vor 35 Jahren?

Ziegler: Schwer zu sagen. Vielleicht würde ich mir einen stillen Teilhaber mit Kapital suchen. Vielleicht würde ich von vorneherein größer einsteigen. Vielleicht würde ich auch nur eine Agentin werden, eine Producerin, die Stoffe sucht, die Produktionen vorbereitet und ihr Geld verdient hat, wenn es losgeht. Wahrscheinlicher als solchen guten Vorsätze, die 35 Jahre zu spät kommen, ist, dass ich wohl dieselben Fehler wieder machen würde, auf dem Problemniveau von heute. Aber wäre das so schlimm? (DK)