

# **Bachelorarbeit**

Das kommerzielle Potenzial deutscher Mythen und  
Sagen im Film: Eine Analyse für Filmproduzenten

Sebastian Wolthaus  
Matrikelnummer 15456041  
Medienproduktion

Technische Hochschule Ostwestfalen-Lippe  
Medienproduktion  
Erstprüfer: Prof. Dipl.-Reg. Sebastian Grobler

Zweitprüfer: Tom Kentner

Lizenzart: CC BY-SA (4.0)

## Inhalt

Hinweis zur sprachlichen Vereinfachung	5
1. Einleitung	6
1.1. Begründung der Themenwahl	6
1.2. Zielsetzung und Fragestellung der Arbeit	6
1.3. Vorgehensweise	8
2. Theoretischer Teil - Kulturelle, mediale & wirtschaftliche Aspekte von Mythen & Sagen	8
2.1. Erwartungen und Bedürfnisse	8
2.1.1. Erwartungen und Bedürfnisse der Filmproduzenten	8
2.1.2. Erwartungen und Bedürfnisse der Zuschauer	11
2.1.3. Film Franchises	12
2.2. Deutsche Mythen und Sagen im Film	15
2.2.1 Definitionen und Grundlagen	15
2.2.2 Aktueller Stand	18
2.2.3 Transformation	19
2.3 Beispiele von bereits verfilmten Mythen und Sagen	21
2.3.1. Internationale Mythen und Sagen	21
2.3.2. Deutsche Mythen und Sagen	22
3. Praxisteil -Experteninterviews & Empfehlung für Filmproduzenten	26
3.1 Experteninterviews	26
3.1.1 Fragenkatalog und methodische Vorgehensweise	26
3.1.2 Durchführung der Interviews	27
3.1.3 Auswertung und Analyse der Expertenmeinungen	28
3.1.5 Empfehlung für Filmproduzenten	36
4. Fazit	44
5. Anlage 1	1

6. Anlage 2	1
7. Anlage 3	1
8. Abbildungsverzeichnis	11
9. Literaturverzeichnis	12
10. Eidesstattliche Erklärung	17

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	9
Abbildung 2	17
Abbildung 3	18
Abbildung 4	22
Abbildung 5	24

## Hinweis zur sprachlichen Vereinfachung

Für meine wissenschaftliche Arbeit habe ich mich entschieden, auf die Verwendung von Gender-Sternchen, -Doppelpunkten oder anderen gendergerechten Schreibweisen zu verzichten. Diese Entscheidung basiert auf praktischen Überlegungen, um die Lesbarkeit und den Schreibfluss zu erleichtern. Sie ist keinesfalls als Diskriminierung oder Herabsetzung von Personen jeglichen Geschlechts zu verstehen. Mein Ziel ist es, einen klaren und verständlichen Text zu verfassen, der alle Leser gleichermaßen anspricht. Alle Personenbezeichnungen gelten daher im Sinne der sprachlichen Vereinfachung für alle Geschlechter.

# 1. Einleitung

## 1.1. Begründung der Themenwahl

Mythen sind Geschichten, über die Entstehung und das Leben auf der Welt. Es wird über Menschen, Tiere und Pflanzen erzählt, aber auch über kosmische Mächte, wie Götter und Monster. Diese Erzählungen beziehen sich auf den Ursprung der Erde, erklären, wie diese funktioniert und sortieren diese in die kosmische Ordnung ein.<sup>1</sup>

Somit vermitteln Mythen die zentralen Werte einer kulturellen Gesellschaft und versuchen eine Erklärung für übernatürliche Ereignisse zu liefern.<sup>2</sup>

Sagen unterscheiden sich von den Mythen dahingehend, dass sie versuchen das Verhalten der Menschen darzustellen. Sie behandeln vergangene Ereignisse, ohne dass diese immer historisch bestätigt wurden. Bei Sagen wird mehr Augenmerk auf die Unterhaltung gelegt. Hierzu werden die geschilderten Ereignisse durch phantastische Elemente ergänzt und versucht das moralische Verhalten von Menschen in den Vordergrund zu stellen und zu untersuchen.<sup>3</sup>

Diese Geschichten wurden über Jahrhunderte hinweg in schriftlich und mündlich weitergegeben, was auf einen hohen Wert des Storytellings dieser Geschichten hindeutet. Die deutschen Mythen finden im Vergleich zu griechischen und römischen Mythen immer weniger Beachtung und drohen in Vergessenheit zu geraten.<sup>4</sup>

## 1.2. Zielsetzung und Fragestellung der Arbeit

Investitionen in Filmproduktionen sind mit hohen Risiken verbunden. Wie ein Film bei den Zuschauern ankommt und der damit einhergehende Erfolg kann oft schwer vorhergesehen werden. Um dieses Risiko zu minimieren, greifen Produzenten gerne auf bereits existierende Stoffe zurück. Bei etablierten und zuvor erfolgreichen Filmen,

---

<sup>1</sup> Vgl. Reinhard Brandt und Steffen Schmidt: Mythos und Mythologie, Berlin, Akademie Verlag, 2014, S. 10.

<sup>2</sup> Vgl. Patrick Peters: Deutsche Helden und Mythen, Stuttgart, W. Kohlhammer GmbH, 2023, S. 17f.

<sup>3</sup> Vgl. Frank Weinreich, „Fantasy, Märchen, Sagen, Mythen – Gemeinsamkeiten und Unterschiede“, *polyoinos*, abgerufen am 7. Juli 2024, [http://polyoinos.net/Phantastik/Phantastik/myth\\_maer.html](http://polyoinos.net/Phantastik/Phantastik/myth_maer.html).

<sup>4</sup> Vgl. Brandt/Schmidt, 2024, S 9.

auf denen beispielsweise ein Franchise aufgebaut wird, ist es einfacher Umsatz zu generieren. Da sich die Zuschauer bereits positiv an den ersten Film erinnern, erleichtert dies auch die Akzeptanz von Sequels oder Prequels zu einer Filmreihe. Die Filmproduzenten können darauf vertrauen, dass die Qualität und Art der Filme für das Publikum funktionieren und somit die Wahrscheinlichkeit von Verlusten minimieren. Da die Zuschauer den ersten Film bereits kennen, muss weniger Marketing betrieben werden, um die Folgefilme anzupreisen. Somit gibt es potentiell durch sinkende Marketingkosten und das geringere Erfolgsrisiko einen höheren Gewinn.<sup>5</sup>

Als Überblick kann festgehalten werden, dass wir auf der einen Seite viele deutschen Mythen und Sagen haben, die durch die Qualität der Geschichten bereits über Jahrhunderte weitergeben und im kollektiven Gedächtnis der Gesellschaft behalten wurden. Diese Geschichten scheinen jedoch immer mehr in Vergessenheit zu geraten.

Auf der anderen Seite haben wir Filmproduzenten, die auf der Suche nach neuen Stoffen für Filme sind. Sie knüpfen gerne an bereits vorhandene Filme an, um die Planbarkeit und Erwartungen besser einschätzen zu können. Mit neuen Produktionen aus einer Filmreihe erhöht sich die Chance einen langfristigen und regelmäßigen Cashflow zu gewährleisten und kontinuierlich Gewinne einzufahren.

Der Disneykonzern hat sein Fundament auf den deutschen Märchen aufgebaut. Meine Arbeit beschäftigt sich mit der Frage, ob es möglich ist, langfristig etwas ähnliches zu schaffen, auf Grundlage von deutschen Mythen und Sagen. Die zentrale Frage ist hierbei, welches Potenzial die bereits existierenden Geschichten der deutschen Mythen und Sagen haben, wenn diese auf aktuelle Konflikte angepasst und in das moderne Medium Film transformiert werden, um daraus einen kommerziellen Erfolg zu erzielen.

---

<sup>5</sup> Vgl. Suman Basuroy und Subimal Chatterjee: Fast and Frequent: Investigating Box Office Revenues of Motion Picture Sequels, Journal of Business Research, Juli 2008, abgerufen am 10. Juli 2024, <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296307002482?via%3Dihub>.

### **1.3. Vorgehensweise**

Zunächst werden durch Literaturrecherche die Definitionen und Grundlagen von Mythen und Sagen im Allgemeinen gegeben. Anschließend wird die Abgrenzung zu deutschen Mythen und Sagen definiert. Daraufhin wird anhand der Literatur versucht den aktuellen Stand über die Bedeutung und die Bekanntheit von deutschen Sagen und Mythen zu geben

Anschließend folgt eine Analyse von bereits vorhandenen Filmproduktionen zu Mythen und Sagen, um daraus Erfolgsfaktoren abzuleiten. Diese Analyse soll dazu dienen das kommerzielle Potenzial dieser Geschichten einzuordnen.

Aus den Erkenntnissen dieser Analyse wird ein Fragenkatalog erstellt. Dieser soll als Gesprächsgrundlage für Interviews mit Experten aus der Filmbranche dienen. Ziel dieser Experten-Interviews ist es das das Potenzial des Konzepts durch Fachleute einordnen zu lassen.

Abschließend soll aus diesen Gesprächen eine Empfehlung für Filmproduzenten erstellt werden, ob das Konzept kommerziell Erfolgsversprechend ist oder nicht.

## **2. Theoretischer Teil - Kulturelle, mediale & wirtschaftliche Aspekte von Mythen & Sagen**

### **2.1. Erwartungen und Bedürfnisse**

#### **2.1.1. Erwartungen und Bedürfnisse der Filmproduzenten**

Produzenten haben eine große Bandbreite an Faktoren, die sie bei der Bewertung von neuen Projekten berücksichtigen müssen. Zum einen geht es um das Drehbuch. Die Geschichte muss in erster Linie Emotionen auslösen und ausgereifte Charaktere und Dialoge enthalten. Darüber hinaus muss der Film, wie jedes andere Projekt auch, einen Gewinn erwirtschaften. Es gibt eine Verantwortung gegenüber den Investoren, die eine Rendite für ihre Investition erwarten. Zudem muss der Produzent die Machbarkeit des Filmdrehs abschätzen. Er muss beispielsweise abschätzen, ob der

Regisseur auch die notwendigen Schauspieler überzeugen kann. Das alles muss der Produzent bedenken und dabei die künstlerische und kommerzielle Balance halten.<sup>6</sup>

Diese Balance wird oft mit der folgenden Grafik abgebildet:

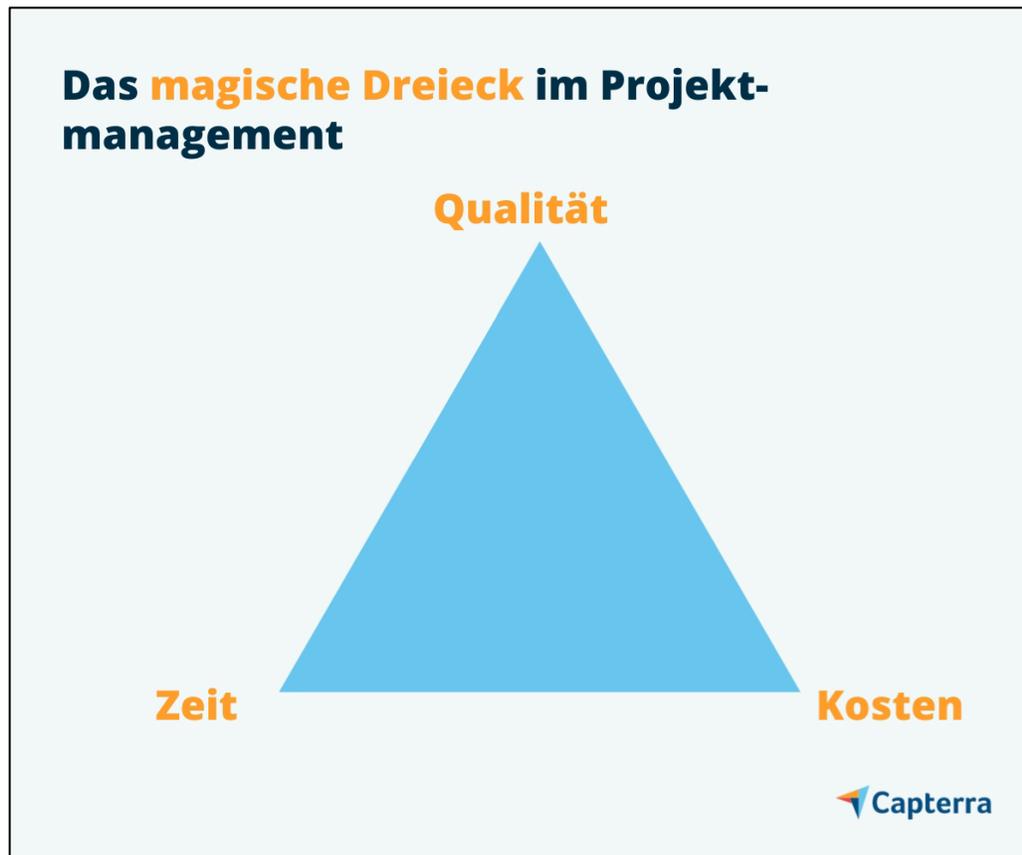


Abbildung 1<sup>7</sup>

Hierbei handelt es sich um *Das Magische Dreieck der Filmproduktion*. Es bildet die drei Faktoren (Qualität, Zeit und Kosten) ab. Diese Größen benötigt man zur Durchführung eines Projektes, sind direkt miteinander verbunden und beeinflussen sich gegenseitig. Bei diesen Abbildungen geht oft der Satz einher, dass man sich für zwei der Faktoren entscheiden muss. Die Größe, die übrig bleibt wird somit in Mitleidenschaft gezogen. Möchte man beispielsweise einen Film drehen, der schnell

---

<sup>6</sup> Vgl. Karen Holly, What Do Producers Want?, MovieMaker Magazine, 31. Januar 2023, <https://www.moviemaker.com/what-do-producers-want-2931/>.

<sup>7</sup> Capterra, Magisches Dreieck im Projektmanagement: So geht es!, Letzte Änderung am 30. Juni 2023. <https://www.capterra.com.de/blog/3564/magisches-dreieck-im-projektmanagement>.

(Zeit) und mit hoher *Qualität* produziert wird, führt das zu höheren *Kosten* bei der Produktion.<sup>8</sup>

Geld ist, wie in fast jedem Projekt, auch bei Filmprojekten eine der wichtigsten Ressourcen. Auch bei Filmproduktionen ist die Budgetierung ein entscheidender Faktor für erfolgreiche Filmproduktionen. Es müssen Ressourcen zugewiesen, Kosten geschätzt und Pläne erstellt werden. Das ist die Grundlage, damit erfasst werden kann, dass die Filmproduktion nicht die erwarteten Kosten übersteigt und entsprechend finanziell eingegrenzt wird. Würde die Budgetierung entfallen, könnte es schnell dazu kommen, dass höhere Kosten bei der Filmproduktion entstehen, die zu finanziellen Schwierigkeiten führen. Das Budget stellt also sicher, dass die Produktion mit ihren Ausgaben im Rahmen bleibt und unnötige Ausgaben vermieden werden, die den Gewinn schmälern.<sup>9</sup>

Die Frage, die sich daraus ergeben kann, ist, wer sorgt für den Umsatz bei einer Filmproduktion?

Letztendlich müssen die Filmprojekte durch die Zuschauer bezahlt werden. Hierzu ist es besonders wichtig zu verstehen, was das Publikum sehen möchte. Die Filmemacher müssen wissen, welche Stoffe gerne und welche weniger gerne gesehen werden, um erfolgreich zu sein. Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Zuschauerbindung. Wenn den Zuschauern ein Film gefällt, verbreiten sie die Nachricht und werben eigenständig dafür im Alltag und auf sozialen Netzwerken. Ein weiterer wichtiger Punkt ist, es die Zielgruppe zu definieren, die durch den Film erreicht werden soll. Nur so ist es möglich den Inhalt des Films bestmöglich auf diese auszurichten und ihre Bedürfnisse zu befriedigen.<sup>10</sup>

Doch was wollen die Zuschauer sehen?

---

<sup>8</sup> Vgl. Georg Bonhoeffer, *Produktionsleitung für Film und Fernsehen* (Hamburg: tredition GmbH, 2010), S. 25f.

<sup>9</sup> Vgl. Yellowbrick. Effective Budgeting for Film Production Success, Zugriff am 7. Juli 2024.  
<https://www.yellowbrick.co/blog/entertainment/effective-budgeting-for-film-production-success>.

<sup>10</sup> Vgl. Loudly. Why Filmmakers Need to Understand Their Audience, Zugriff am 7. Juli 2024.  
<https://www.loudly.com/articles/why-filmmakers-need-to-understand-their-audience>

## 2.1.2. Erwartungen und Bedürfnisse der Zuschauer

Diverse Ratgeber zum Drehbuchschreiben geben den Tipp, man soll „DASSEBLE WIE IMMER – NUR ANDERS!“<sup>11</sup> schreiben. Damit soll ausgedrückt werden, dass viele Geschichten die gleichen dramaturgischen Grundelemente haben, jedoch immer versucht werden soll diese künstlerisch abzuwandeln und neu erscheinen zu lassen.

Es gibt eine Vielzahl von Zielgruppen innerhalb der Zuschauer. Innerhalb dieser Zielgruppen gibt es wiederum viele Einflussfaktoren und unterschiedliche Vorlieben für die Filmauswahl. Nimmt man beispielsweise das Alter der Zielgruppe können bereits Unterschiede festgemacht werden:

- 18-24 Jahre: Bevorzugen Action, Sci-Fi und Fantasy.
- 25-39 Jahre: Breiteres Spektrum (Action, Komödie, Drama, Romantik).
- 40+ Jahre: Bevorzugen nachdenkliche Dramen, nostalgische und herzerwärmende Komödien.<sup>12</sup>

Nach den Analysen zum Nutzerverhalten des Streamingdienstes *Netflix* geht der Trend der vom Publikum favorisierten Inhalte auf die Inhalte *Fantasy und Science-Fiction*.<sup>13</sup>

Die folgenden Faktoren sind für Zuschauer generell Indikatoren für einen guten Film:

1. Eine spannende Geschichte  
Eine interessante Geschichte sorgt dafür die Aufmerksamkeit des Publikums zu erlangen. Die Zuschauer können so einfacher in die Welt, in der die Geschichte spielt, eintauchen und sorgt dafür, dass der Film länger im Gedächtnis bleibt.
2. Starke Charaktere und Charakterentwicklung  
Gute Charaktere sorgen dafür, dass sich die Zuschauer mit Ihnen verbunden fühlen und so emotional in die Geschichte eingebunden werden und mit dem Schicksal der Figuren mitfiebern.

---

<sup>11</sup> Blake Snyder, *Rette die Katze*, 4. Auflage, Autorenhaus Verlag GmbH, 2015, S. 37.

<sup>12</sup> Vgl. "Movie Audience Demographics," Gruvi, abgerufen am 17. Juli 2024, <https://gruvi.tv/post/movie-audience-demographics/>.

<sup>13</sup> Vgl. Moviepilot, Wie Netflix unsere Sehgewohnheiten festhält und Erschreckendes zutage fördert, <https://www.moviepilot.de/news/wie-netflix-unsere-sehgewohnheiten-festhalt-und-erschreckendes-zutage-fordert-1110398> (zugegriffen am 17. Juli 2024).

3. Talentierte Schauspieler  
Durch hohe Schauspielkunst kann der Schauspieler es schaffen die Emotionen der Figur nach außen zu tragen, sodass das Publikum die Gefühle des Charakters erkennen und mitfühlen kann.
4. Hohe Produktionsqualität  
Die eingesetzte Technik bei der Produktion eines Films kann direkte Auswirkungen auf die Zuschauer haben. Durch bspw. hochwertiges Equipment, visuelle Effekte, Sounddesign, Kostümen, Maske und Szenenbild kann die Qualität des Films insgesamt gesteigert werden. Das wiederum steigert die Bereitschaft des Publikums sich den Film anzusehen.
5. Originalität  
Um sich von anderen Filmproduktionen abzugrenzen kann es wichtig sein, originelle Ideen zu erzählen. Ein guter Film bietet etwas Neues, wie z.B. eine einzigartige Perspektive, das Interesse bei den Zuschauern hervorrufen kann. Und das insbesondere in Zeiten, bei denen immer mehr Fortsetzungen, Prequels, Remakes und Spin-offs von Franchise-Filmen angeboten werden.<sup>14</sup>

### 2.1.3. Film Franchises

Um die Interessen der Filmproduzenten sowie der Zuschauer zu vereinen könnte ein *Film Franchise* Abhilfe schaffen.

Definition Film-Franchise:

"Ein Film-Franchise bezieht sich auf eine Serie verwandter Filme, die nacheinander veröffentlicht werden und gemeinsame Charaktere, Schauplätze oder Themen teilen und als eine Marke vermarktet werden."<sup>15</sup>

Zu den ältesten Film-/Serienfranchises zählen beispielsweise: James Bond, Freitag der 13., Star Trek und Godzilla. An der Spitze der Franchises, die bisher am meisten Geld erwirtschaftet haben, sind: Das Marvel Cinematic Universe, Harry Potter, Star Wars, Batman und Der Herr der Ringe.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Vgl. Piree, Robin, What Makes a Good Movie?, Zugriff am 17. Juli 2024. <https://robinpiree.com/blog/what-makes-a-good-movie>.

<sup>15</sup> Filmsite, Greatest Film Franchises - Title Screens, Zugriff am 07. Juli 2024. <https://www.filmsite.org/series-titles-intro.html>.

<sup>16</sup> Vgl. Ebd.

Bei Filmen einer Franchise können einige Vorteile genannt werden:

### **Bekannte Geschichten und Nostalgie**

Die Filme einer Franchise bauen auf den bereits existierenden und beim Publikum bekannten Geschichten und Figuren auf. Das hat den Vorteil, dass der Zuschauer bereits eine emotionale Bindung zu den Vorgänger-Filmen hat und so bereits eine Einschätzung von den neuen Filmen haben kann. Oft hängen diese emotionalen Verbindungen mit den Erinnerungen zusammen, die die Zuschauer bereits empfunden haben, als sie die vorherigen Filme gesehen haben. Dieses Gefühl der Nostalgie und des Wohlfühlens entsteht insbesondere bei Filmen, die in der Kindheit gesehen wurden. Wenn bereits vertraute Charaktere, Schauplätze oder Handlungsstränge in neuen Filmen wiederentdeckt werden, kann das erneute Erleben dieser nostalgischen Gefühle dazu führen, dass sich das Publikum stärker mit den neuen Inhalten auseinandersetzen kann.<sup>17</sup>

### **2. Loyalität und Kultstatus**

Ein weiterer Vorteil ist die treue Fangemeinde von Franchise-Filmen. Die Fans von Filmreihen sind loyal gegenüber den Figuren und Handlungssträngen aus den vorangegangenen Filmen und konsumieren jede Fortsetzung. Das führt wiederum zu höheren Einnahmen, da die Fans entsprechend Geld dafür ausgeben, die Filme zu sehen. Auf dieser Basis kann der Erfolg einer Franchise besser geplant und wiederkehrende Einnahmen generiert werden.<sup>18</sup>

### **3. Erwartung und Hype**

Ein weiterer wichtiger Faktor sind die Erwartungen und der Hype um den nächsten Teil einer beliebten Franchise. Durch Marketingkampagnen, Trailer, Anzeigeflächen und Social Media Kampagnen kann das Interesse und die Vorfreude bei bereits bestehenden Fans sowie bei neuen Zuschauern vergrößert werden. Durch diese Art der Vermarktung wird eine Dringlichkeit und Spannung erzeugt, die das Publikum in die Kinos lockt.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> Vgl. FilmFrog. Why Franchise Films Still Dominate the Box Office, Zugriff am 01.07.2024. <https://www.filmfrog.com/articles/why-franchise-films-still-dominate-box-office>.

<sup>18</sup> Vgl. Ebd.

<sup>19</sup> Vgl. Ebd.

#### 4. Vertrautheit und Innovation

Filme eines Franchise sollen eine Balance aus Vertrautheit und Innovation herstellen. Es werden bereits verwendete Elemente wiederholt und dabei neue Handlungsstränge, Figuren oder Technologien hinzugefügt. Diese Kombination aus Alt und Neu kann ausschlaggebend für den Erfolg einer Franchise sein.<sup>20</sup>

#### Was sind also Faktoren einer erfolgreichen Franchise?

Laut dem Fachmagazin *Hollywood Insider* gibt es folgende Erfolgsfaktoren für filmische Franchises, um eine loyale Fangemeinde aufzubauen und aufrechtzuerhalten:

1. Gleichbleibende Qualität
2. Spannende Handlung
3. Gute Charakterentwicklung
4. Effektive Marketingstrategien<sup>21</sup>

Darüber hinaus wurde bei der Analyse von Film-Franchises festgestellt, dass es wichtig ist von Anfang an eine Vision zu haben, in welche Richtigen sich das Franchise und die gesamte Geschichte entwickeln soll. Darüber hinaus kann das Interesse besser aufrechterhalten werden, wenn die Filme von unterschiedlichen Regisseuren umgesetzt werden, die neue Ansätze in die Franchise-Strukturen einbringen können.<sup>22</sup>

Benjamin Munz hat die Produktionsfirma Fright Zone gegründet und hat einen der erfolgreichsten Netflix-Filme nach Aufrufzahlen gemacht. Er ist der Meinung, dass auch der deutsche Markt das Potential hat, erfolgreiche Blockbuster Franchises zu erstellen.<sup>23</sup>

---

<sup>20</sup> Vgl. Ebd.

<sup>21</sup> Vgl. Sean Aversa, *Crafting A Movie Franchise - An Examination of the Ingredients That Make Film Series Successful*, *Hollywood Insider*, Zugriff am 08. Juli, 2024. <https://www.hollywoodinsider.com/crafting-movie-franchises/>.

<sup>22</sup> Vgl. Ebd.

<sup>23</sup> Torsten Zarges, *Genre-Offensive: Dieser Produzent will Deutschland schocken*, *DWDL.de*, zuletzt geändert am 22. Juni 2022, [https://www.dwdl.de/magazin/87567/genreoffensive\\_dieser\\_produzent\\_will\\_deutschland\\_schocken/](https://www.dwdl.de/magazin/87567/genreoffensive_dieser_produzent_will_deutschland_schocken/).

Heutzutage scheint die Medienlandschaft von einer Flut aus Remakes, Fortsetzungen, Reboots und Franchises überspült zu werden. Es werden immer wieder die gleichen Geschichten, Charaktere erzählt und es mangelt an Originalität.<sup>24</sup>

Auch bei den großen Hollywood-Studios wird davor gewarnt, dass momentan die Einnahmen für Franchises zwar einen Höhepunkt haben, dieser aber nicht unverändert anhalten wird. Es wird dazu geraten mehr neue und originelle Inhalte zu entwickeln.<sup>25</sup>

Das lässt darauf schließen, dass gerade der letzte Punkt, der ein Franchise ausmacht – Die innovativen Geschichten – eines der größten Mankos für die Zuschauer ausmacht.

Es fehlt also an originellen und emotional packenden Geschichten. Die Geschichten von deutschen Mythen und Sagen, die sich über Jahrhunderte hinweg in Sprach- und Textform verbreitet wurden, könnten hier Abhilfe schaffen. Diese könnten in das modernere Medium *Film* überführt werden. Diese filmische Adaption könnte die fehlende Zutat sein, um ein erfolgreiches Franchise zu gründen, das zu langfristigem und regelmäßigem finanziellen Erfolg führt. Wie könnten die Geschichten von deutschen Mythen und Sagen in das Franchise-Konzept passen?

## 2.2. Deutsche Mythen und Sagen im Film

### 2.1.1 Definitionen und Grundlagen

#### **Definition von Mythen**

„Mythen sind mündliche, später auch schriftliche Erzählungen bestimmter Völker oder Volksgruppen; sie handeln vom Ursprung der Welt, der Götter und Heroen, aber auch der Menschen, Tiere und Pflanzen und vielfältiger Zwischengebilde und - Monster, und sie erzählen von den Taten und Leiden, der Liebe und Feindschaft, von Herrschaft und Unterwerfung und von den Metamorphosen dieser Wesen und Unwesen.“<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> Vgl. Herbert, Daniel, *Film Remakes and Franchises*, Rutgers University Press, 2018, S. 1.

<sup>25</sup> Vgl. Ebd., S. 4.

<sup>26</sup> Vgl. Reinhard Brandt und Steffen Schmidt: *Mythos und Mythologie*, Berlin, Akademie Verlag, 2014, S. 10, <https://doi.org/10.1524/9783050081533>.

Mythen vermitteln die zentralen Werte einer kulturellen Gesellschaft und versuchen eine Erklärung für übernatürliche Ereignisse zu liefern.<sup>27</sup>

Mythologie umfasst zum einen die Sammlung aller „Mythen e. Kultes oder e. Volkes“<sup>28</sup> und zum anderen die Wissenschaft, die sich damit befasst die Mythen zu analysieren um Kenntnisse über die „Wesen, Denkformen und Alter der Kulturen“<sup>29</sup> zu erlangen.

## **Definition von Sagen**

Sagen befassen sich mit lokalen Geschichten, Heldentaten und menschlichen Eigenschaften. Sie handeln oft von historischen Ereignissen deren Wahrheitswert jedoch nicht immer nachgewiesen werden kann. Sowohl die Figuren als auch die Handlungsorte sind oft eine Mischung aus Realem und Surrealem.<sup>30</sup>

Von Märchen unterscheiden sich Sagen dahingehend, dass in Sagen die Figuren oft einen Bezug zur real existierenden Personen haben (genealogiefähige Personen) und sich auf reale Orte und historische Ereignisse beziehen.<sup>31</sup>

Um einen besseren Überblick über die Abgrenzung zwischen den verschiedenen Arten von Geschichten zu geben, dient folgende Übersicht:

---

<sup>27</sup> Vgl. Patrick Peters: *Deutsche Helden und Mythen*, Stuttgart, W. Kohlhammer GmbH, 2023, S. 17f, <https://doi.org/10.17433/978-3-17-043442-4>.

<sup>28</sup> Gero von Wilpert: *Literatur-Lexikon* (Stuttgart: Alfred Kröner Verlag, 2001), S. 540, zitiert in Patrick Peters: *Deutsche Helden und Mythen*, (Stuttgart: W. Kohlhammer GmbH, 2023), S. 16, <https://doi.org/10.17433/978-3-17-043442-4>.

<sup>29</sup> Peters, 2023, S. 16.

<sup>30</sup> Vgl. Grimm, J. und Grimm, W. (1878) *Deutsches Wörterbuch*. Band 14. Leipzig: S. Hirzel, Spalte 1647, zitiert nach Polyoinos.net (n.d.) 'Mythos und Märchen'. Verfügbar unter: [http://polyoinos.net/Phantastik/Phantastik/myth\\_maer.html](http://polyoinos.net/Phantastik/Phantastik/myth_maer.html) (Zugriff am 24. Juni 2024).

<sup>31</sup> Vgl. Brandt/Schmidt, 2024, S. 10.

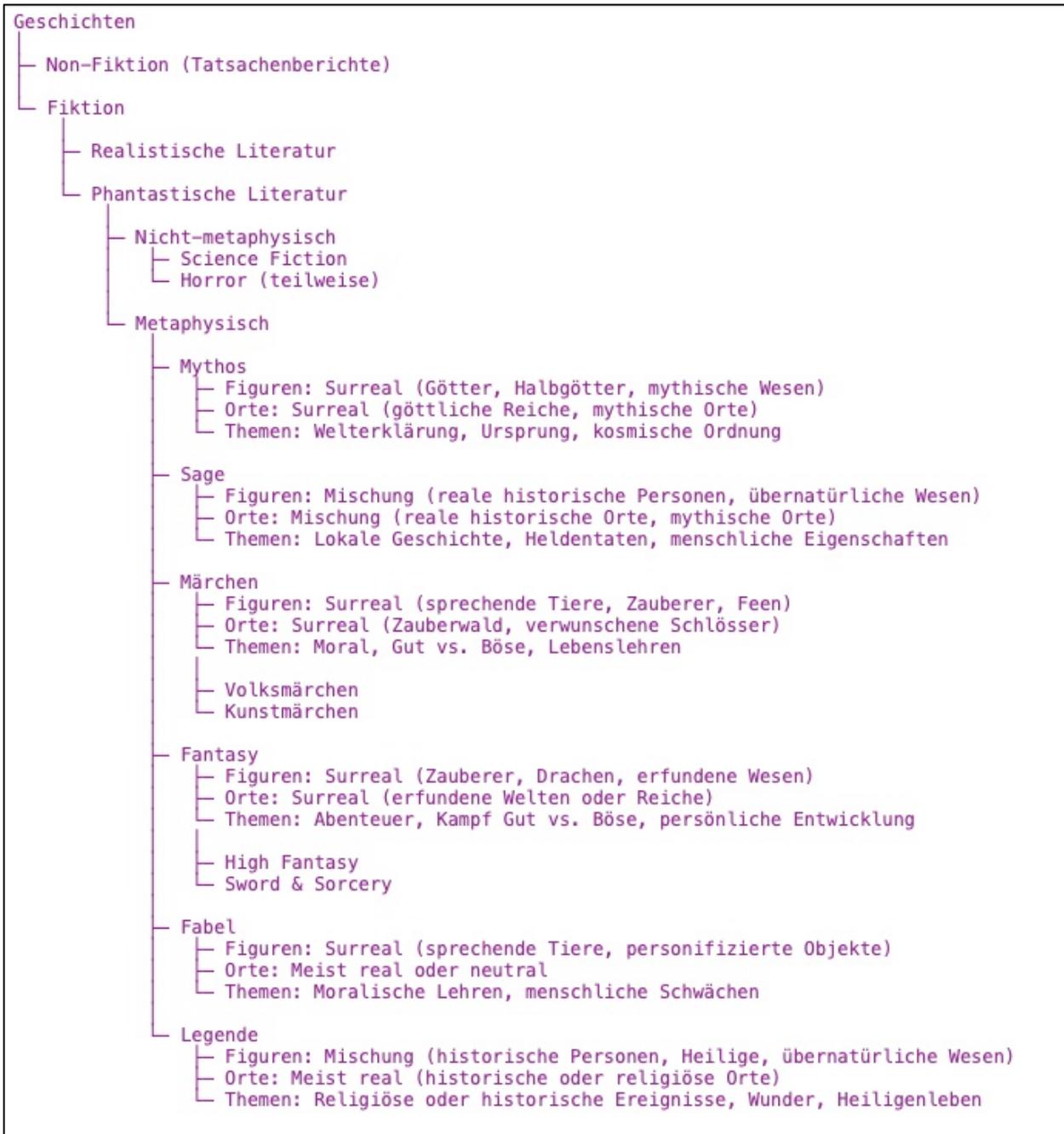


Abbildung 2<sup>32</sup>

<sup>32</sup> Inhalte transformiert aus Polyinos.net (n.d.) 'Mythos und Märchen'. Verfügbar unter: [http://polyinos.net/Phantastik/Phantastik/myth\\_maer.html](http://polyinos.net/Phantastik/Phantastik/myth_maer.html) (Zugriff am 24. Juni 2024).

## 2.1.2 Aktueller Stand

Die deutschen Mythen finden im Vergleich zu griechischen und römischen Mythen immer weniger Beachtung und drohen in Vergessenheit zu geraten.<sup>33</sup>

Dabei gibt es eine Vielzahl von deutschen Mythen, wie beispielsweise der folgenden Grafik entnommen werden kann<sup>34</sup>:



Abbildung 3

<sup>33</sup> Patrick Peters, *Deutsche Helden und Mythen: Von Wotan zu Wagner*, 1. Auflage (Stuttgart: W. Kohlhammer Verlag, 2023), S.9.

<sup>34</sup> Puca Print House, 2024. *Mythische Bestien Deutschlands.*, verfügbar unter: <https://www.pucaprinthouse.com/post/mythical-beasts-of-germany>, Zugriff am 15. Juni 2024.

Und dies zeigt nur eine geringe Anzahl der Geschichten-Sammlung über die deutschen Mythen und Sagen<sup>35</sup> Es sind somit viele Stoffe vorhanden, aus denen man auswählen könnte, um diese in Filmprojekte zu verwandeln.

Zu den bekanntesten Verfilmungen von deutschen Sagen und Mythen zählt die Geschichte der *Nibelungen*. Diese Geschichte wurde bereits 7-mal in unterschiedlichen Variationen verfilmt.<sup>36</sup> Wobei nach eigener Recherche bereits 21 Filme und 9 Serien zu dieser Geschichte verfilmt worden sind.<sup>37</sup> Die Liste der verfilmten Sagen und Legenden ist immer wieder mit den gleichen Gestalten bestückt.<sup>38</sup> Das unterstützt die These, dass Filmproduzenten sich nicht an neue Stoffe herantrauen und versuchen immer wieder die Erfolgchancen von bereits existierenden Filmen abzuleiten.

### 2.1.1 Transformation

Mythen sind eine Mischung aus Realem und Surrealem. Die Bedeutung findet sich in den Erfahrungen aus Vergangenheitem und der Vorhersage einer möglichen Zukunft und kann daher seine Aktualität bewahren.<sup>39</sup>

Die in den Mythen behandelten ursprünglichen Konflikte unterscheiden sich oft von denen der modernen Gesellschaft. Um das Interesse auf die Geschichten wieder zu entfachen, müssen diese weiterentwickelt werden. Es müssen die aktuellen Problemstellungen und Konflikte angesprochen werden. Aus diesem Grund müssen

---

<sup>35</sup> Vgl. Deutsche Märchenstraße. "Sagen und Legenden." Zugriff am 14. Juli 2024. <https://www.deutsche-maerchenstrasse.com/maerchen/sagen-und-legenden>.

<sup>36</sup> Prinzler, H.H. (2016). *Die Nibelungen - Varianten der Verfilmung*. Verfügbar unter: <https://www.hhprinzler.de/2016/07/die-nibelungen-varianten-der-verfilmung/> [Zugriff am 1. Juli 2024].

<sup>37</sup> Google (2024). Verfilmungen der Nibelungen - Abfrage mit Gemini. Verfügbar unter: <https://gemini.google.com/app/7ac80852f6805d54> [Zugriff am 1. Juli 2024].

<sup>38</sup> Cheshirescalli (n.d.). Sagen- & Legenden-Gestalten und ihre Verfilmungen. Moviepilot.de. Verfügbar unter: <https://www.moviepilot.de/liste/sagen-gestalten-und-ihre-verfilmungen-cheshirescalli?page=3> [Zugriff am 1. Juli 2024].

<sup>39</sup> Dill, Ueli, and Christine Walde. *Antike Mythen: Medien, Transformationen Und Konstruktionen*. Berlin ; Boston: De Gruyter, [2009], S. 712, <https://doi.org/10.1515/9783110217247>.

die Mythen aktualisiert und in einen aktuellen Kontext gesetzt werden, um langfristig fortzubestehen.<sup>40</sup>

Es hat Tradition, dass Sagen und Mythen immer wieder verändert werden, um diesen auf aktuelle Konfliktsituationen der Rezipienten zu lenken und weiterhin das Interesse aufrecht zu erhalten. Beispielsweise hat der Sagensammler Richard Kühnau (1911) analysiert, dass beispielsweise die Sage vom *Teufel als Eichführer* bereits im Jahre 1566 erstmals erwähnt wurde und seitdem immer wieder in aktualisierter und auf die jeweilige Region zugeschnittene Version veröffentlicht wurde. Diese Neuveröffentlichungen haben den Konflikt auf aktuelle Probleme übertragen, um die Relevanz und das Interesse der Geschichte für die Gesellschaft zu erhöhen.<sup>41</sup>

Trotz der Veränderung des philosophischen und politischen Zusammenhangs eines Mythos bleibt die ursprüngliche Idee der Geschichte jedoch erhalten.<sup>42</sup>

Um die bisher vorwiegend mündlich oder schriftlich übertragenen Geschichten auch für künftige Generationen zugänglich zu gestalten, kann es helfen diese in zeitgenössischere Medien zu transformieren, wie beispielsweise in das Medium Film.<sup>43</sup>

Der Aufschwung der Mythen im Film ist neben der ansehnlichen Art, wie das Publikum informiert wird auch auf die neuen Verfahrensweisen in der Filmproduktion zurückzuführen. Durch neue Techniken werden seit der Jahrtausendwende wieder mehr griechischen und römischen Mythen produziert.<sup>44</sup>

---

<sup>40</sup> Vgl. Michael Köhlmeier, *Telemach* (2001), zitiert in Bernd Seidensticker und Martin Vöhler, *Mythen in Nachmythischer Zeit: Die Antike in Der Deutschsprachigen Literatur Der Gegenwart* (Berlin: De Gruyter, 2012), <https://doi.org/10.1515/9783110886795>, S. VIII.

<sup>41</sup> Vgl. Burde-Schneidewind, Gisela, and Gisela Griepentrog. *Deutsche Sagen Demokratischen Charakters: Band 3, Historische Volkssagen Aus Dem 13. Bis 19. Jahrhundert. Reprint 2022. Berlin ; Boston: De Gruyter, 2022.* <https://doi.org/10.1515/9783112617748>.

<sup>42</sup> Vgl. DILL, Ueli und WALDE, Christine, 2009. *Antike Mythen Medien, Transformationen und Konstruktionen.* München: De Gruyter, S. 50.

<sup>43</sup> Vgl. Peters, 2023, S.13.

<sup>44</sup> *Digitalisierungsstrategien antiker Hybridwesen in aktuellen Kinoblockbustern und deren Rezeptionsmodi im Lateinunterricht*, S. 1.

## 2.3 Beispiele von bereits verfilmten Mythen und Sagen

### 2.3.1. Internationale Mythen und Sagen

Weltweit wurde bereits eine Vielzahl von Filmen über lokale Mythen und Sagen verfilmt. Ein berühmtes Beispiel ist die *The Amityville Horror* Filmreihe, die bereits 28 Filme hervorgebracht hat.<sup>45</sup> Laut einer Liste auf Wikipedia handelt es sich bereits um 41 Filme aus diesem Franchise.<sup>46</sup>

Es gibt einige Film Listen, die sich ausschließlich mit Legenden und Mythen beschäftigen.<sup>47</sup> Bei den Filmen, die auf der Liste stehen und Angaben zu ihren Finanzaufgaben im Internet veröffentlicht haben, lassen darauf deuten, dass es monetär rentabel war diese Filmvorhaben umzusetzen. Dem steht zweifellos entgegen, dass die Filme, die keinen großen Gewinn gemacht haben, oder sogar einen Verlust, dies vermutlich nicht veröffentlicht haben.

Film	Produktionskosten (USD)	Umsatz (USD)	Gewinn (USD)	Gewinn (%)
Lloronas Fluch (2019)	\$9 Millionen	\$123.133.739	\$114.133.739	1.268,15%
Hereditary - Das Vermächtnis (2018)	\$10 Millionen	\$80.211.824	\$70.211.824	702,12%
Slender Man (2018)	\$28 Millionen	\$51.747.512	\$23.747.512	84,81%
The Witch (2015)	\$4 Millionen	\$40.423.945	\$36.423.945	910,60%
Annabelle (2014)	\$6.5 Millionen	\$257.589.952	\$251.089.952	3.862,92%
The Mothman Prophezeiungen (2002)	\$32 Millionen	\$55.157.619	\$23.157.619	72,37%
Blair Witch Project (1999)	\$60.000	\$248.639.099	\$248.579.099	414.298,50%

<sup>45</sup> IMDb. (o.D.). AMITYVILLE HORROR FRANCHISE FILMS (1979-2018). Verfügbar unter: <https://www.imdb.com/list/ls027677338/> [Zugegriffen: 1. Juli 2024].

<sup>46</sup> Wikipedia. (o.D.). Amityville Horror. Verfügbar unter: [https://de.wikipedia.org/wiki/Amityville\\_Horror](https://de.wikipedia.org/wiki/Amityville_Horror) [Zugegriffen: 1. Juli 2024].

<sup>47</sup> TV-MEDIA, "Die besten Urban Legends," Zugriff am 29. Juli 2024, <https://www.tv-media.at/collections/bestenliste-urban-legends>.

American Werewolf (1981)	\$10 Millionen	\$30.565.292	\$20.565.292	205,65%
--------------------------	----------------	--------------	--------------	---------

Abbildung 4<sup>48</sup>

### 2.3.1. Deutsche Mythen und Sagen

Generell wurden zu, unter anderem auch deutschen Mythen und Sagen international bereits einige Filmprojekte umgesetzt.<sup>49</sup>

Die amerikanische Serie *Grimm*, die sich mit Sagen und Märchen aus Deutschland beschäftigt hat, hatte überdurchschnittlich hohe Zuschauerzahlen. Während der Erstausstrahlung in Deutschland wurde diese von 2,21 Millionen ZuschauerInnen gesehen.<sup>50</sup> Daraus könnte man das Interesse des Publikums für diesen Stoff ableiten und sich fragen, warum diese nicht direkt von deutschen Produktionsfirmen realisiert werden.

#### Beispiel - Die Nibelungen-Sage

Eine der berühmtesten deutschen Sagen ist *Das Nibelungenlied*. Das Nibelungenlied ist ein Heldenepos, das zwischen 1190 und 1210 auf Mittelhochdeutsch geschrieben wurde. Zusammengefasst geht es in der Geschichte um das verheiratete Paar Siegfried und Kriemhild, den Tod von Siegfried und die anschließende Rache von Kriemhild. Die Figur Siegfried von Xanten – auch der Drachentöter genannt – wird von Hagen von Tronje verraten und ermordet. Daraufhin heiratet die schöne Kriemhild den Hunnenkönig Etzel. Kriemhild kann die Kriegsmacht ihres neuen Mannes nutzen, um so den Mörder ihres Mannes in einen Hinterhalt zu locken und sein Volk zu massakrieren. Hagen wird von Kriemhild selbst umgebracht, während sie ihren eigenen Bruder ermorden lässt, da dieser beteiligt war an Siegfrieds Tod. Am Ende wird das Blutvergießen gestoppt, indem Kriemhild mit Siegfrieds Schwert ermordet

<sup>48</sup> The Numbers. „Urban Legend (Filmreihe)“. o.D., verfügbar unter: <https://www.the-numbers.com/movies/franchise/Urban-Legend#tab=summary>, Zugriff am 16. Juli 2024.

<sup>49</sup> *Urban Legends: Die 15 besten Filme, die man gesehen haben muss*, TV-Media, <https://www.tv-media.at/collections/bestenliste-urban-legends>.

<sup>50</sup> Quotenmeter.de. (2013). Quotencheck: 'Grimm'. Verfügbar unter: <https://www.quotenmeter.de/n/64963/quotencheck-grimm> [Zugegriffen: 1. Juli 2024].

wird. Mit ihrem Tod erfüllt sich die Prophezeiung aus dem Nibelungenlied ‚Sie war eine schöne Frau, um deretwegen viele gestorben sind‘.<sup>51</sup>

Im Jahr 1924 brachte Fritz Lang den zweiteiligen Film *Die Nibelungen* in Anlehnung an *Das Nibelungenlied* heraus. Von Filmkritikern wurde vor allem der Expressionismus, die beeindruckenden Kulissen und Bildkompositionen, authentischen Kostüme sowie einige Effekte sehr gelobt.

Auf der anderen Seite wurde dem Film vorgeworfen, dass die Handlung teilweise zu langsam verläuft. Zudem sollen die Figuren eindimensional sein und die Kulissen wurden oft erkennbar wiederverwendet. Ein weiterer Kritikpunkt war die Darstellung des Drachens, der leicht als Puppe erkannt werden kann und somit lächerlich wirkt.

Fritz Langs Filme gelten als bedeutender Teil der deutschen Filmgeschichte und als Vorbild für die darauffolgenden Fantasy Produktionen genutzt.<sup>52</sup>

100 Jahre nach der Veröffentlichung des ersten (Stumm-) Films zu den Nibelungen gibt es bereits 10 weitere Filme sowie drei Serien.<sup>53</sup>

Im Folgenden befindet sich eine Übersicht mit den Filmproduktionen zu deutschen Mythen und Sagen in den letzten 5 Jahren:

<b>Jahr</b>	<b>Titel</b>	<b>Format</b>	<b>Regie</b>
TBA	German Legends - Die Hexen vom Blocksberg	[Serie]	(TBA) <sup>54</sup>
2025:	Die Nibelungen	[Serie]	(TBA) <sup>55</sup>
2025:	Hagen - Im Tal der Nibelungen	[Serie]	(Cyrill Boss u. Philipp Stennert) <sup>56</sup>

---

<sup>51</sup> Vgl. Peters, P. (2023) *Deutsche Helden und Mythen*. 1. Aufl. Stuttgart: Kohlhammer, S. 87f.

<sup>52</sup> Vgl. Rotten Tomatoes, "Siegfried," zugegriffen am 27. Juli 2024, <https://www.rottentomatoes.com/m/1044213-siegfried/reviews?type=user>.

<sup>53</sup> Vgl. Moviepilot.de. (n.d.). Suche: 'Nibelung'. Verfügbar unter: <https://www.moviepilot.de/suche?q=nibelung> [Zugegriffen: 17. Juli 2024].

<sup>54</sup> Projekte. storytelle. Abgerufen am 27. Juli 2024, von <https://www.storytelle.de/projekte>.

<sup>55</sup> Die Nibelungen" soll das deutsche "Game Of Thrones" werden. Filmstarts. Abgerufen am 27. Juli 2024, von <https://www.filmstarts.de/nachrichten/18525715.html>.

<sup>56</sup> Hagen - Im Tal der Nibelungen. Moviepilot. Abgerufen am 27. Juli 2024, von <https://www.moviepilot.de/movies/hagen-von-tronje>.

2024:	Hagen - Im Tal der Nibelungen	[Kinofilm]	(Cyrill Boss u. Philipp Stennert) <sup>57</sup>
2024:	Hameln	[Serie]	(Rainer Matsutani) <sup>58</sup>
2023:	Hohlbeins - Der Greif	[Serie]	(Sebastian Marka u. Max Zähle) <sup>59</sup>
2022:	Rheingold	[Kinofilm]	(Fatih Akin) <sup>60</sup>
2020:	Barbaren	[Serie]	(Barbara Eder und Steve St. Leger)
2020:	Lorelei	[Spielfilm]	(Sabrina Doyle) <sup>61</sup>
2019:	Drudenherz	[Spielfilm]	(Hubertus Hinse) <sup>62</sup>

Abbildung 5<sup>63</sup>

Es scheinen somit gerade wieder viele Filmproduktionen mit Bezug zu deutschen Mythen und Sagen produziert zu werden.

Beispielsweise hat der Autor, Regisseur, Filmemacher, Schauspieler & Theaterpädagoge Hubertus Hinse mit seinem Herzensprojekt und „ohne erhobenen Zeigefinger“ seinen Film *Drudenherz* nach den alten existierenden Mythen zu machen.<sup>64</sup>

Auch Sender wie ZDFneo sind bereits dabei den deutschen Sagen neues Leben einzuhauchen. Mit der Horrorserie „Hameln“ sind sie gerade dabei der Sage des *Rattenfängers von Hameln* ein Comeback zu starten. Die MacherInnen der Serie

<sup>57</sup> Hagen - Im Tal der Nibelungen. Moviepilot. Abgerufen am 27. Juli 2024, von <https://www.moviepilot.de/movies/hagen-von-tronje>.

<sup>58</sup> Vgl. Ebd.

<sup>59</sup> Hohlbeins - Der Greif. Moviepilot. Abgerufen am 27. Juli 2024, von <https://www.moviepilot.de/serie/der-greif>

<sup>60</sup> Rheingold - Film 2022. Filmstarts. Abgerufen am 27. Juli 2024, von <https://www.filmstarts.de/kritiken/290530.html>.

<sup>61</sup> Lorelei - Film 2020. Filmstarts. Abgerufen am 27. Juli 2024, von <https://www.filmstarts.de/kritiken/282102.html>.

<sup>62</sup> Die Nibelungen - Kritik, Filmstarts, zugegriffen am 27. Juli 2024, <https://www.filmstarts.de/kritiken/281015.html>.

<sup>63</sup> Eigene Darstellung, Erstellt am 20. Juli 2024.

<sup>64</sup> Vgl. Maximilian Falk, „Drudenherz - Ein Fantasy-Film aus und über Ostbayern“, <https://www.idowa.de/regionen/woerth-und-regensburg/landkreis-regensburg/drudenherz-ein-fantasy-film-aus-und-ueber-ostbayern-1375491.html> (zugegriffen am 27. Juli 2024).

möchten beweisen, dass man auch in Deutschland gute Horrorverfilmungen machen kann.<sup>65</sup>

„Warum sollte immer nur Hollywood die deutsche Sagen- und Märchenwelt ‚plündern‘?“<sup>66</sup>

Auch der Writersroom der Tellux Gruppe hat das Potential der deutschen Mythen und Sagen erkannt und begann 2015 damit eine Mystery-Serie zu schreiben mit dem Titel *German Legends*. Diese Serie sollte die alten Mythen behandeln, diese aber in einen aktuellen Kontext setzen. Zudem nannten sie als Vorteil, dass die Serie an den lokalen Schauplätzen spielt, auf denen die Sagen beruhen. Im Gegenzug zu vielen Vorabendserien, die oft in gleichen Großstädten spielen, sollen auch die Handlungsorte interessant und neu sein.<sup>67</sup>

Da diese Produktionen aktuell sind und interne Finanzkennzahlen gerne unter Verschluss gehalten werden, gibt es leider kaum Angaben zu den Budgets oder Umsatzzahlen. Im Rahmen eines Vortrags hat der Filmwissenschaftler und Filmkritiker Hans Helmut Prinzler die Unterschiedlichen Ansätze der Verfilmung der Nibelungen-Sage zusammengefasst, analysiert und sich daraus ergebene Fragen für künftige Filmstoffe formuliert:

Zusammenfassend „handelt es sich um einen Abenteuerfilm, eine Persiflage, eine Mini-Fernsehserie, einen Sexfilm, einen italienischen Kinofilm, einen zweiteiligen Kinofilm vorwiegend zur Unterhaltung und einen zweiteiligen Kinofilm mit Kunstanspruch<sup>68</sup> (Stand: 2016).

Für eine Neuverfilmung dieses Stoffes können sich somit folgende Frage ergeben:

---

<sup>65</sup> Stadt Hameln. (o.D.). Die Hintergründe der Horrorserie HAMELN AT. Verfügbar unter: <https://www.hameln.de/de/buergerservice-verwaltung/die-stadtverwaltung/pressemitteilungen-und-kontakt/tourismus-freizeit/die-hintergruende-der-horrorserie-hameln-at> [Zugegriffen: 1. Juli 2024].

<sup>66</sup> Vgl. Ebd.

<sup>67</sup> Wuelker, J. (2015). German Legends - Neue Mystery-Serie aus dem Writers' Room der TELLUX Gruppe. FFF Bayern Blog. Verfügbar unter: <http://blog.fff-bayern.de/german-legends-neue-mystery-serie-aus-dem-writers-room-der-tellux-gruppe/> [Zugegriffen: 1. Juli 2024].

<sup>68</sup>Hans Helmut Prinzler, "Die Nibelungen - Varianten der Verfilmung," Vortrag im Rahmen der Nibelungen-Festspiele, 17. Juli 2016, <https://www.hhprinzler.de/2016/07/die-nibelungen-varianten-der-verfilmung/>.

### **1. Historische Authentizität vs. Zeitgenössische Adaption**

Soll die Verfilmung historisch korrekt dargestellt werden oder sollen die Handlungen und Figuren so transformiert werden, dass sie an aktuelle Gegebenheiten und Konflikte anknüpfen können?

### **2. Formatwahl: Film vs. Serie**

Soll eine mehrteilige Serie produziert werden, oder die Geschichte in einem Film zusammengefasst werden?

### **3. Produktionsansatz: International vs. National**

Soll die Verfilmung eine internationale Co-Produktion werden, oder eher innerhalb von Deutschland produziert werden?

### **4. Publikumsinteresse**

Hat das Publikum ein Interesse daran einen neuen Film über deutsche Mythen zu sehen?

### **5. Produzenten**

Gibt es Produzenten, die Interesse haben diese Filmvorhaben zu finanzieren?<sup>69</sup>

Nach meiner Einschätzung können sich diese Fragen auf die Verfilmung aller deutschen Mythen und Sagen übertragen.

Aufgrund der herausgearbeiteten möglichen Erfolgsfaktoren sowie der eben genannten Erkenntnisse von Prinzler habe ich einen Fragenkatalog entworfen, um diese durch praktische Einschätzung von Filmschaffenden zum Potential deutscher Mythen und Sagen zu ergänzen.

## **3. Praxisteil -Experteninterviews & Empfehlung für Filmproduzenten**

### **3.2 Experteninterviews**

#### **3.2.1 Fragenkatalog und methodische Vorgehensweise**

Aufgrund der in Kapitel 2 dargelegten theoretischen Erfolgsfaktoren, wurde versucht ein Fragenkatalog zu erstellen, der dabei hilft die realen Chancen dieses Konzepts zu

---

<sup>69</sup> Vgl. Hans Helmut Prinzler, "Die Nibelungen - Varianten der Verfilmung," Vortrag im Rahmen der Nibelungen-Festspiele, 17. Juli 2016, <https://www.hhprinzler.de/2016/07/die-nibelungen-varianten-der-verfilmung/>.

untermauern. Zunächst wurden die Fragen in Kategorien eingeteilt, um die Ansätze des Konzepts aus mehreren Perspektiven zu beleuchten. Daraus haben sich neun Fragen ergeben:

**Allgemeine Marktchancen:**

1. Welche Marktchancen sehen Sie für Filme, die auf deutschen Mythen und Sagen basieren?
2. Welche Zielgruppen könnten sich besonders für solche Filme interessieren?

**Erfolgsfaktoren:**

3. Welche Faktoren sind Ihrer Meinung nach entscheidend für den Erfolg eines Films, der auf deutschen Mythen und Sagen basiert?

**Produktion und Finanzierung:**

4. Welche Herausforderungen sehen Sie bei der Produktion von Filmen, die auf deutschen Mythen und Sagen basieren?
5. Wie schätzen Sie die Finanzierungsmöglichkeiten für solche Projekte ein?

**Marketing und Vertrieb:**

6. Welche Marketingstrategien wären Ihrer Meinung nach am effektivsten, um Filme über deutsche Mythen und Sagen zu bewerben?
7. Wie wichtig ist der internationale Markt für den Erfolg solcher Filme?

**Zukunftsperspektiven:**

8. Glauben Sie, dass es in Zukunft eine steigende Nachfrage nach Filmen über deutsche Mythen und Sagen geben wird?
9. Welche Trends sehen Sie in der Filmindustrie, die das kommerzielle Potenzial solcher Filme beeinflussen könnten?

### 3.2.2 Durchführung der Interviews

Zunächst wurden Interviewanfragen an diverse Filmschaffende gesendet, die bereits einen Bezug zu Mythen oder Märchenverfilmungen haben. Folgende Filmschaffende haben sich bereit erklärt am Interview teilzunehmen:

- André Henicke (Schauspieler, Produzent, Autor)

- Hubertus Hinse (Produzent, Autor, Regisseur - *Drudenherz*)
- David Brückner (Produzent, Regisseur - *Rapunzels Fluch 1 & 2*)

**André Hennicke** ist ein Produzent, Schauspieler, Drehbuch- u. Roman-Autor, der bereits in über hundert Filmproduktionen mitgewirkt hat.<sup>70</sup> Unter anderem in der Märchenverfilmung von *Das kalte Herz*<sup>71</sup>.

**Hubertus Hinse** ist Autor, Regisseur, Filmemacher, Schauspieler und Theaterpädagoge, der sich bereits ausführlich mit deutschen Sagen und Mythen beschäftigt hat. Im Jahr 2019 wurde sein Mythen-Thriller *Drudenherz* veröffentlicht.<sup>72</sup> Ihm war es wichtig eine Geschichte nach dem Vorbild der alten Sagen und Legenden zu erzählen, die auf menschliche Themen fokussiert ist und das ohne den belehrenden Charakter eines Märchens.<sup>73</sup>

**David Brückner** ist ein Regisseur, Produzent, Kameramann und Filmeditor für Genrefilme. Unter anderem hat er bereits die Produktion, sowie Regie bei dem Independent-Horrorfilm *Rapunzels Fluch* sowie der Fortsetzung *Rapunzels Fluch 2* übernommen. Hierbei handelt es sich um Adaptionen des Märchens von *Rapunzel* der Gebrüder Grimm.<sup>74</sup>

### 3.2.3 Auswertung und Analyse der Expertenmeinungen

#### Allgemeine Marktchancen:

1. Welche Marktchancen sehen Sie für Filme, die auf deutschen Mythen und Sagen basieren?

André Hennicke schätzt die Chancen von deutschen Mythen und Sagen sehr hoch ein, wenn diese *groß produziert werden*. Er rät dazu, die bereits existierenden, erfolgreichen

---

<sup>70</sup>André M. Hennicke, "Filmportal, Zugriff am 29. Juli 2024, [https://www.filmportal.de/person/andre-m-hennicke\\_94a29fe955744f129b945cbaa93afdd0](https://www.filmportal.de/person/andre-m-hennicke_94a29fe955744f129b945cbaa93afdd0).

<sup>71</sup>Das kalte Herz, "Filmportal, Zugriff am 29. Juli 2024, [https://www.filmportal.de/film/das-kalte-herz\\_51f342f2c6c9449c9b6f4c9946d0a635](https://www.filmportal.de/film/das-kalte-herz_51f342f2c6c9449c9b6f4c9946d0a635).

<sup>72</sup>Drudenherz, "Drudenherz," Zugriff am 29. Juli 2024, <https://www.drudenherz.de/>.

<sup>73</sup>Vgl. Maximilian Falk, „Drudenherz - Ein Fantasy-Film aus und über Ostbayern“, <https://www.idowa.de/regionen/woerth-und-regensburg/landkreis-regensburg/drudenherz-ein-fantasy-film-aus-und-ueber-ostbayern-1375491.html> (zugegriffen am 27. Juli 2024).

<sup>74</sup>Über uns," Ghost Pictures, Zugriff am 29. Juli 2024, <https://www.ghostpictures.de/%C3%9Cber-uns/>.

Verfilmungen zu analysieren und daraus Erfolgsfaktoren für die eigene Verfilmung abzuleiten. Eine weitere Chance sieht Hennicke darin, dass diese Filme Märchenwelten erzählen, dass den Zuschauern die Möglichkeit bietet, ihre Alltagsprobleme für den Moment zu vergessen. Grundlage dafür sei jedoch vorab die Frage, wie viel man bereit ist in die Filmproduktion zu investieren.<sup>75</sup>

Auch Hubertus Hinse, der selbst auch einen Film über einen deutschen Mythos gedreht hat, sieht sehr große Marktchancen. Er ist der Meinung, dass es unterschiedliche Ansätze gibt, wie man das Thema *Mythen und Sagen* erzählt. Auf der einen Seite gibt es den komödiantischen Ansatz und den Kinderfilm, die sich an Teilen der Mythologie bedienen. Auf der anderen Seite gibt es den authentischen und ernsthaften Ansatz. Hubertus Hinse hat in seinem Film *Drudenherz* (2019) auf eine ernstere Erzählweise gesetzt und auf der Kino Tour konnte er ein großes Interesse vom Publikum an der Thematik sowie der ernsten Erzählweise feststellen. Oft werden von den Zuschauern Märchen und Mythen gleichgesetzt. Hier gibt es oft andere Erwartungshaltungen, da mit einem meist mehr komödiantischen Film gerechnet wird als mit einem Mythos, der - teilweise etwas düsterer - darstellen möchte, wie sich damals die Welt erklärt wurde. Allerdings sieht er auch, dass die Mehrheit aus dem Publikum zwar gerne in die Mythenwelt eintaucht, aber oft eine „Fluchttür brauchen, um sich selbst sagen zu können: ‘Es ist ja gar nicht ernst’.“<sup>76</sup>

David Brückner schätzt die Marktchancen als eher gering für große Produktionen ein. Das führt er auf den Mangel von bereits existierenden hochqualitativen Filmproduktionen an. Es sind eher die Independent-Produktionen, die sich mit zu kleinen Budgets an diese Themen machen. Die Marktchancen sieht er da eher bei deutschen Komödien oder Familienfilme - wie *Chantal im Märchenland* oder bei amerikanischen Produktionen mit großem Budget.<sup>77</sup>

## 2. Welche Zielgruppen könnten sich besonders für solche Filme interessieren?

Laut André Hennicke könnte die Zielgruppe alle Menschen zwischen 6 und 80 Jahren ansprechen. Wie viele und welche Menschen durch deutsche Mythen und Sagen angesprochen werden können hänge jedoch auch vom Geld ab, das in die Produktion gesteckt wird.<sup>78</sup>

Hubertus Hinse schätzt die Zielgruppen auf Menschen ab 35 Jahren aufwärts. Bei Zuschauern, die jünger sind, gibt es mehr Fantasy-Inhalte, die sich zwar mythischen Elementen bedienen, diese aber nicht in ihrer Ursprungsidee erzählen. Mythen und Sagen beziehen sich oft auf den Alltag und viele Zuschauer gucken Filme, um sich genau diesem zu entziehen. Hier müsse man zunächst eher auf Superhelden und Fantasy setzen und versuchen Mythen modern

---

<sup>75</sup> Vgl. André Hennicke, Experteninterview, 16. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 1], S. 1.

<sup>76</sup> Vgl. Hubertus Hinse, Experteninterview, 24. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 2], S. 1f.

<sup>77</sup> Vgl. David Brückner, Experteninterview, 31. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 3], S. 1f.

<sup>78</sup> Vgl. André Hennicke, Experteninterview, 16. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 1], S. 1f.

aufzubereiten, damit sich auch jüngere Zuschauer mit den Geschichten der Mythen wieder identifizieren können.<sup>79</sup>

Je nach Zielgruppe, ändert sich auch die Erwartungen des Publikums. Das müsse man bei der Erzählweise berücksichtigen. Bei Produktionen ab 16 Jahren werden oftmals Erotik und Gewalt erwartet. Besonders gut geeignet für die düsteren Ansätze der Mythen könnten beispielsweise Produktion für das Horror-Genre ab FSK 18 sein. Hier gibt es bereits schon erfolgreiche Produktionen, wie z.B. *Harazussa*. Hier sei das „Nischenpublikum wesentlich zugänglicher als das Mainstreampublikum“ und man kann im Genrebereich mit dem Thema Mythos deutlich klarer auftreten.<sup>80</sup>

Laut David Brückner kommt es bei der Zielgruppe stark darauf an, in welches Genre der Film fallen soll. Bei der Komödie vermutet er die größte Zielgruppe, wobei auch Horrorfans mit einer düsteren Inszenierung angesprochen werden könnten.<sup>81</sup>

### **Erfolgsfaktoren:**

3. Welche Faktoren sind Ihrer Meinung nach entscheidend für den Erfolg eines Films, der auf deutschen Mythen und Sagen basiert?

Filme sind wie Produkte, so Henricke. *Wenn du ein gutes Produkt hast und keiner weiß, dass es da ist, dann wirst du es auch nicht verkaufen*. Wesentlich ist, dass man Marketing machen muss.<sup>82</sup>

Entgegen seiner eigenen Leidenschaft sieht Hubertus Hinse die Erfolgsfaktoren eher bei der gelösten Erzählform von Mythen anstelle einer ernsten Darstellung. Die Welt sei momentan so *ernst*, dass gerade die jüngeren Zuschauer mehr Eskapismus wollen – also dem Alltag entfliehen möchten. Hier unterscheidet Hinse jedoch nochmal in kurzfristigen Erfolg und langfristigen Erfolg. Der kurzfristige monetäre Erfolg sei mit eskapistischen Themen leichter zu erzielen. Um sich einen langfristigen finanziellen Erfolg aufzubauen, braucht es jedoch „mehr Substanz“, welche in der ernsten Erzählung von Mythen stecken kann.<sup>83</sup>

Bei den Erfolgsfaktoren differenziert David Brückner die deutschen Mythen-Filme nicht von anderen Filmen. Auch hier können zu den Erfolgsfaktoren die Besetzung von bekannten Schauspielern. Ein weiterer Erfolgsfaktor ist eine hohe Produktionsqualität – „gute Kameras, gute Sets und gute CGI“. Zudem sollten die alten Geschichten modernisiert werden, damit das Publikum sich besser mit ihnen identifizieren kann. Auch der Faktor *Diversity* sollte nicht zu sehr in den Fokus genommen werden, sondern mehr darauf geguckt werden, wer die

---

<sup>79</sup> Vgl. Hubertus Hinse, Experteninterview, 24. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 2], S. 6.

<sup>80</sup> Vgl. Hubertus Hinse, Experteninterview, 24. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 2], S. 12ff.

<sup>81</sup> Vgl. David Brückner, Experteninterview, 31. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 3], S. 1f.

<sup>82</sup> Vgl. André Henricke, Experteninterview, 16. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 1], S. 2.

<sup>83</sup> Vgl. Hubertus Hinse, Experteninterview, 24. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 2], S. 6f.

Figuren am besten spielen kann – unabhängig von Hautfarbe, Geschlecht oder sexueller Orientierung.<sup>84</sup>

### **Produktion und Finanzierung:**

4. Welche Herausforderungen sehen Sie bei der Produktion von Filmen, die auf deutschen Mythen und Sagen basieren?

Nach André Hennicke ist die größte Herausforderung auch hier wieder *Geld, Geld, Geld*. Er ist der Meinung, dass allgemein die Produzenten von deutschen Filmen zwar gerne Riesenbudget haben möchten, diese aber nicht bekommen. Im Gegensatz zu Amerika, wo es sich um eine Filmindustrie handelt, sei es in Deutschland einfach nur *gesellschaftlicher Luxus*. Es gibt zu viel Einmischung in die Filmstoffe, sodass am Ende oft Filme entstehen, die keiner sehen möchte. Sein Tipp, mit mehreren Autoren zusammenzuarbeiten, die jeweils auf Teilbereiche wie beispielsweise auf *Dialoge* spezialisiert sind. So entstehen gute Drehbücher, die den Zuschauern Spaß machen und mit denen wiederum Produzenten überzeugt werden können, in die Idee zu investieren.

Eine weitere Herausforderung ist die Aufmerksamkeitsspanne der Zuschauer. Laut Hennicke sind die Zuschauer es nicht mehr gewohnt einen dreistündigen Film zu sehen. Aus diesem Grund müssen die Mythen- und Sagen-Verfilmungen auch angepasst und modernisiert werden. Wenn z.B. junge, bekannte Darsteller besetzt werden, dann gehen die jüngeren Zuschauer in den Film. Die älteren Zuschauer gehen in den Film, da sie wissen möchten, wie die Verfilmung im Vergleich zu früheren Werken ist.<sup>85</sup>

Hubertus Hinse sieht zwei wesentliche Herausforderungen: das Drehbuch und die Tricktechnik.

Drehbücher werden nach seiner Meinung momentan zu sehr nach dem gleichen dramaturgischen Schema geschrieben. Es gibt wenig Innovation und eine gewisse Angst von der Norm abzuweichen. Grund dafür sieht er nicht bei den Autoren selbst, sondern bei den Redaktionen. Mythen sind von der Dramaturgie nicht unbedingt in den herkömmlichen Schemen des Storytellings geschrieben. Deswegen sieht er eine Herausforderung in dem Ansatz, dass man zunächst die Grundidee der Mythen behält, und auf diesem Konstrukt versucht die dramaturgischen Elemente darum herumzubauen, nicht umgekehrt.

Da man es bei Mythen oft mit übernatürlichen Phänomenen zu tun hat, ist auch die Darstellung dieser und damit die Tricktechnik eine große Herausforderung. Die

---

<sup>84</sup> Vgl. David Brückner, Experteninterview, 31. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 3]. S. 1f.

<sup>85</sup> Vgl. André Hennicke, Experteninterview, 16. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 1]. S. 3.

Tricktechnik – also Spezialeffekte (reale Effekte vor Ort) oder visuelle Effekte (Computereffekte) – seien in Deutschland oftmals schlecht gemacht. Bei den Zuschauern gibt es eine gewisse Erwartungshaltung an die Qualität der Effekte. Natürlich ist hierbei auch das Budget ein entscheidender Faktor. Für Produktionen mit wenig Budget empfiehlt Hinse mit *Andeutungen*, *Doppelbelichtung* (Überlagerungseffekt, bei dem zwei verschiedene Bilder auf dasselbe Filmbild belichtet werden) und *Größenverhältnissen* zu arbeiten.<sup>86</sup>

Die größte Herausforderung sieht David Brückner darin eine authentische Sagen-Welt zu erzählen. Wenn der Film in einer anderen Epoche spielt, muss natürlich das Szenenbild, die Requisiten, Kostüm und Maske auch alles auf diese angepasst werden. Das ist mit hohem Aufwand verbunden und somit kostenintensiv. Sein Tipp wäre es eine Geschichte aus der Mythen-Welt zu nehmen und in der Gegenwart spielen zu lassen. So können Produktionskosten gespart werden und die Transformation in die Moderne leichter vollzogen werden.<sup>87</sup>

##### 5. Wie schätzen Sie die Finanzierungsmöglichkeiten für solche Projekte ein?

André Henicke sieht die Finanzierungsmöglichkeiten in der Privatfinanzierung. Das ist darin begründet, dass sich die Filmförderungen zu sehr in den Stoff einmischen könnten und "daraus ein Schulprojekt machen". Henicke ist der Meinung, man solle ein möglichst spannendes Spektakel produzieren. Er schlägt vor es bspw. über Streaminganbieter zu finanzieren. Bestes Beispiel sei die Netflix-Produktion von *Im Westen nichts Neues* (2022) zu machen.<sup>88</sup> Noch unabhängiger könnte man sein, wenn man eine Serie produzieren möchte, die erste Folge zu finanzieren, mit dieser Folge auf Filmkritiker zuzugehen, um Reichweite und Feedback zu generieren und das als Grundlage für eine Crowdfunding-Kampagne zu nehmen. So könnten für die zweite Folge die Änderungsvorschläge durch die Kommentare direkt umgesetzt werden und die Erfolgchancen erhöht werden. Und das bereitet wiederum den Weg auch Förderungen aus der Filmwirtschaft zu erhalten.<sup>89</sup>

Laut Hubertus Hinse, seien die Finanzierungsmöglichkeiten momentan miserabel. Das ist damit begründet, dass momentan wenig Kulturförderung stattfindet. Die

---

<sup>86</sup> Vgl. Hubertus Hinse, Experteninterview, 24. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 2], S. 7ff.

<sup>87</sup> Vgl. David Brückner, Experteninterview, 31. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 3], S. 3f.

<sup>88</sup> Vgl. André Henicke, Experteninterview, 16. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 1], S. 5f.

<sup>89</sup> Vgl. André Henicke, Experteninterview, 16. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 1], S. 7.

Filmförderung fokussiert sich eher auf Filme mit großen Erfolgschancen. Aus dem Grund würde eher eine Komödie Verfilmung wie *Hui Buh* eine Förderung bekommen, als eine ernsthaft erzählte Mythengeschichte. Das Thema Mythen wird eher von anderen Institutionen gefördert und diese Förderung fließt eher in die Brauchtumspflege oder Literatur, nicht in die Filmförderung.

Für die Independent-Produktion seines Films *Drudenherz* hat Hubertus Hinse auf eine Privatfinanzierung gesetzt. Das war maßgeblich möglich, da die Schauspieler, auf *Rückstellung* (nachträgliche Erstattung der Tages-Gagen, wenn der Film Gewinn erzielt) gearbeitet haben, weil sie die Thematik so spannend fanden. Ein Teil der Finanzierung wurde durch eine Crowdfunding-Kampagne (insbesondere durch Mäzene) bestritten und der Rest durch Privatvermögen. Letztendlich war der Film durch die Spenden und Kinoeinnahmen auch wirtschaftlich erfolgreich.<sup>90</sup>

Die Finanzierungsmöglichkeiten liegen laut David Brückner eher im Independent-Film und der Filmförderung. Der einfachste Weg sei es einen Stoff zu entwickeln und daraufhin bei Filmförderungen einzureichen.<sup>91</sup>

### **Marketing und Vertrieb:**

6. Welche Marketingstrategien wären Ihrer Meinung nach am effektivsten, um Filme über deutsche Mythen und Sagen zu bewerben?

Als effektivstes Werbemittel nennt Hennicke Filmtrailer. Diese sind die Grundlage, um Filmkritiker mit großer Reichweite zu erreichen und Aufrufe durch deren Abonnenten zu bekommen.<sup>92</sup>

Hubertus Hinse findet, für die Marketingstrategien könnte es hilfreich sein sich zunächst an bereits existierenden Produktionen zu orientieren. Wo gibt es z.B. auch Veranstaltungen von Kultur-Anbietern, die ein ähnliches Thema aufgreifen, wie bei Jubiläen, bei denen man versuchen könnte, seinen Film zu platzieren. Neben Veranstaltungen und Werbung auf den klassischen Social-Media-Kanälen könnten auch Bibliotheken interessante Marketingkanäle sein.

Hubertus Hinse warnt allerdings davor, dass aufgrund des urdeutschen Charakters von Mythen und Sagen auch schnell Anhänger der *rechten Szene* auf solche

---

<sup>90</sup> Vgl. Hubertus Hinse, Experteninterview, 24. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 2], S. 10f.

<sup>91</sup> Vgl. David Brückner, Experteninterview, 31. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 3], S. 4f.

<sup>92</sup> Vgl. André Hennicke, Experteninterview, 16. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 1], S. 5f.

Produktionen aufmerksam werden und man schnell mit diesen in Verbindung gebracht werden könnte.

Zudem sollte vorab klargestellt werden, welche FSK-Freigabe, sprich welches Alter das Publikum haben wird um nicht nur den Inhalt, sondern auch die Werbung entsprechend anzupassen.<sup>93</sup>

Laut David Brückner sind die effektivsten Marketingstrategien: Trailer, Poster, Werbung in Filmmagazinen, eigene Website. Abgesehen von diesem klassischen Marketing nennt er noch *Walking-Acts*, die während (insbesondere Horror-) Filmvorführungen im Publikum sind und versuchen -passend zum Film - eine Stimmung zu erzeugen. Um die Reichweite zu erhöhen kann es zudem helfen, auch Influencer zu besetzen, die viele Abonnenten haben. Dies aber nur, wenn sie auch die gewünschte schauspielerische Leistung bringen können. Eine weitere Werbung könnte der Vorführort sein. Wenn z.B. ein Film in einem Wald spielt, könnte man einen entsprechenden Ort mieten, passend zum Thema des Films herrichten, um so ein Erlebnis für die Zuschauer zu schaffen.<sup>94</sup>

## 7. Wie wichtig ist der internationale Markt für den Erfolg solcher Filme?

André Hennicke schätzt die internationale Vermarktung als schwierig ein. Es ist schwer ein Thema zu finden, das in allen Kulturen funktioniert. Hier müsse man eher auf gemeingültige Geschichten setzen, die das Publikum emotional erreicht.<sup>95</sup>

Eine internationale Vermarktung hält Hubertus Hinse tendenziell für uninteressant. Deutsche Mythen werden oft mit rechter politischer Gesinnung in Verbindung gebracht. Er schließt nicht aus, dass es ein generelles Interesse an deutscher Kultur gibt, jedoch müsste man den Ansatz so wählen, das zunächst nur gewissen Anteile von Mythen erzählt werden. Am wahrscheinlichsten könnte man noch Zuschauer aus Japan für deutsche Mythen und Sagen begeistern, da sie auch selbst bei vielen Geschichten Bezug auf diese nehmen. Hier sieht er die Produktion aber auch eher bei den asiatischen Filmproduktionen selbst, nicht bei den deutschen. Das liege daran,

---

<sup>93</sup> Vgl. Hubertus Hinse, Experteninterview, 24. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 2], S. 12f.

<sup>94</sup> Vgl. David Brückner, Experteninterview, 31. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 3], S. 5f.

<sup>95</sup> Vgl. André Hennicke, Experteninterview, 16. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 1], S. 9f.

dass deutsche Filmproduktionen oft noch sehr konservativ sind und die japanischen Produktionshäuser einen eher expressionistischen Ansatz verfolgen.<sup>96</sup>

David Brückner ist hingegen empfindet den internationalen Markt als sehr wichtig. Er schätzt es so ein, dass es weltweit ein hohes Interesse an europäischen Geschichten gibt. Das könne man gut aus den Disneygeschichten ableiten, die international großen Erfolg haben.<sup>97</sup>

### **Zukunftsperspektiven:**

8. Glauben Sie, dass es in Zukunft eine steigende Nachfrage nach Filmen über deutsche Mythen und Sagen geben wird?

Laut André Hennicke wird es in Zukunft eine steigende Nachfrage solcher Projekte geben. Er sieht das Potential vor allem in freien Projekten, die nicht der Zensur von Redaktionen unterliegen. Diese sollten eher auf den Unterhaltungsfaktor ausgerichtet sein und den Zuschauern geben, was sie sehen möchten.<sup>98</sup>

Eine steigende Nachfrage hält Hubertus Hinse durchaus für realistisch. Es wird auch gerade mehr in diese Richtung produziert. Etablierte Produktionen, wie z.B. *Der Tatort* greift solche Geschichten bereits auf - und dass ohne diese Thematik zum Schluss als psychische Störung aufzulösen.

Ein weiterer Ansatz könnte sein, dass man mit Blick auf die Bevölkerungsstruktur auch überlegt, ob man sich nicht nur auf deutsche Mythen beschränkt, sondern auch Mythengeschichten aus anderen Kulturen mit aufgreift. Mythen bestehen schon sehr lange und es gibt sie in vielen Kulturen. Nach Einschätzung von Hubertus Hinse gibt es jetzt auch wieder ein wachsendes Interesse an solchen Stoffen. Mittlerweile werden sogar *künstliche Mythen* wie *Pokémon* geschaffen, mit denen die Kinder aufwachsen.<sup>99</sup>

David Brückner hingegen erwartet keinen großen Anstieg der Nachfrage. Es werden immer wieder deutsche Mythen und Sagen verfilmt aus unterschiedlichen Genres und daraus können auch hin und wieder Erfolge entstehen, die sich dann zu Klassikern

---

<sup>96</sup> Vgl. Hubertus Hinse, Experteninterview, 24. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 2], S. 14ff.

<sup>97</sup> Vgl. David Brückner, Experteninterview, 31. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 3], S. 6.

<sup>98</sup> Vgl. André Hennicke, Experteninterview, 16. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 1], S. 10.

<sup>99</sup> Vgl. Hubertus Hinse, Experteninterview, 24. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 2], S. 17f.

entwickeln, die immer wieder angesehen werden. Dies seien aber eher Ausnahmen.<sup>100</sup>

#### 9. Welche Trends sehen Sie in der Filmindustrie, die das kommerzielle Potenzial solcher Filme beeinflussen könnten?

André Hennicke sieht einen Trend darin, dass Medien jetzt vermehrt auf Endgeräten abgespielt werden wie Handys oder Tablet-PCs. Zudem empfindet er eine zu starke Zensur der Filmstoffe, um - es allen recht zu machen. Das mindere die Qualität vieler Produktionen und wird auch von den Zuschauern nicht gut angenommen.<sup>101</sup>

Einen Trend sieht Hubertus Hinse darin, dass ein großer Hunger nach Mythen besteht, besonders im Videospiel-Sektor, Comic- und Anime-Bereich. Es werden bereits jetzt alte Mythen neu aufgelegt. Fraglich sei jedoch, ob man es schafft auch die historisch korrekten Mythen zu vermitteln und auch diese kommerziell so erfolgreich umzusetzen.<sup>102</sup>

Der Trend geht nach David Brückner dahin, dass immer mehr versucht wird die alten Geschichten modern zu erzählen und dass es durch den steigenden Einsatz von künstlicher Intelligenz zu einem vermehrten Einsatz von CGI kommen könnte.<sup>103</sup>

### 3.2.5 Empfehlung für Filmproduzenten

Im Folgenden wurde zusammengefasst, welches Potential auf Grundlage Experten-Interviews mit einem praxisorientierten Blick in Bezug auf deutsche Mythen und Sagen im Film besteht.

Die Marktchancen wurden allgemein eher bei Produktionen mit großem Budget gesehen. Um seine Erfolgchancen zu erhöhen könnte man sich bereits bestehende, erfolgreiche Produktionen ansehen und von deren Herangehensweise lernen. Die größten Erfolgchancen habe vermutlich die gelöste Darstellung von Mythen. In dieser Darstellung werden Teile von Mythen- und Sagengeschichten verwendet, aber im Vordergrund steht die herkömmliche Dramaturgie und sollte dazu dienen den Alltag vergessen zu können. Mit Blick auf das Genre wurde das Potential von Komödien und Kinderfilmen am höchsten eingestuft.

---

<sup>100</sup> Vgl. David Brückner, Experteninterview, 31. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 3]. S. 7.

<sup>101</sup> Vgl. André Hennicke, Experteninterview, 16. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 1]. S. 10.

<sup>102</sup> Vgl. Hubertus Hinse, Experteninterview, 24. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 2], S. 19f.

<sup>103</sup> Vgl. David Brückner, Experteninterview, 31. Juli 2024. Siehe Anhang [Anlage 3]. S. 7.

## Marktchancen

- Möglichst große Produktionen
- Orientierung an erfolgreichen Umsetzungen
- Darstellung
  - Ernste Darstellung
    - Lange Nachwirkung beim Publikum
    - Ggf. zu real für das Publikum
  - Gelöste Darstellung
    - Komödie
    - Kinderfilm
    - Eskapismus

Die Zielgruppe von deutschen Mythen und Sagenverfilmungen ist abhängig von mehreren Faktoren. Die Meinungen nach der Zielgruppe gingen etwas auseinander.

Genannt wurden die Zielgruppen von 6 bis 80. Wobei dies stark von den Altersfreigabe, dem Genre und der Produktionsqualität abhängt.

Jüngere Menschen (unter 35) werden eher von Superhelden und Fantasy angesprochen.

Daher sollte für diese Zielgruppe versucht werden, zunächst nur Teile der Mythologie zu erzählen und die Zielgruppe langsam an die Themen heranzuführen. Zudem sei es unerlässlich die behandelten alten Themen in die Gegenwart zu transponieren.

Auch hier wurden die Chancen für eine komödiantische Darstellung am höchsten eingeschätzt. Auch eine Produktion für das Horrorfilm-Genre hat eine Zielgruppe, diese sei jedoch nischiger und vermutlich kleiner.

## Zielgruppe:

- Zwischen 6 -80
- Jüngere Zuschauer durch Superhelden und Fantasy langsam heranzuführen
- Generell abhängig von
  - Moderner Aufbereitung
  - Produktionsqualität
  - Altersfreigabe
  - Genre
- Größte Zielgruppe: Komödie
- Große Zielgruppe: Horror

Als entscheidende Erfolgsfaktoren insbesondere von deutschen Mythen und Sagen wird festgehalten, dass von den Erzählformen, die zwar Teile der Mythengeschichten aufgreifen, aber diese an die generellen Erzählstrukturen anpasst, vermutlich am erfolgreichsten sein werden. Ähnlich wie es auch Disney mit den Märchen gemacht hat. Diese werden hauptsächlich konsumiert, um den Alltag auszublenden. Ein Langfristiger Erfolg könnte mehr inhaltlicher Substanz verlangen. Das wiederum könnte für eine ernsthafte und authentische Darstellung der Geschichten sprechen. Unabhängig von der Darstellweise sollen die Geschichten aber modernisiert werden, damit sich die Zuschauer mit ihnen identifizieren

können. Erfolgsfaktoren, die nicht ausschließlich auf deutsche Mythen abzielen, aber dennoch gelten sind: die Besetzung von bekannten Schauspielern, eine hohe Produktionsqualität, sowie Produktionen bei denen Diversity beachtet wird, jedoch versucht wird, jedoch ohne das Gefühl zu bekommen, dass eine entsprechende Checkliste abgearbeitet worden ist.

### **Erfolgsfaktoren:**

- Kurzfristiger Erfolg:
  - Losgelöste Erzählform - an Märchen angelehnt
  - Eskapismus
- Langfristiger Erfolg
  - Ernsthafte Erzählung der Mythen mit mehr Substanz
- Modernisierte Geschichten
- Besetzung von bekannten Schauspielern
- Hohe Produktionsqualität
- Gefühl von Diversity-Checkliste vermeiden

### **Produktion und Finanzierung:**

Als größte Herausforderungen werden die Finanzierung, die Drehbücher, die Tricktechnik und das Produktionsdesign angeführt. Generell ist es insbesondere in Deutschland schwierig eine Filmförderung zu bekommen, da es sich um eine Wirtschaftsförderung handelt und zum Großteil die Erfolgchancen entscheidend sind. Wenn ein Film allerdings gefördert wird, kommt es oft dazu, dass die Drehbücher geändert und zensiert werden. Häufig werden nur Drehbücher gefördert, die nach den herkömmlichen dramaturgischen Regeln geschrieben wurden. Das und die Zensur führen aber dazu, dass es weniger innovative und spannende Geschichten gibt. Insbesondere Mythen sind nicht nach den heutigen vorherrschenden dramaturgischen Strukturen geschrieben. Um ein innovativer Film zu einem deutschen Mythos oder Sage zu machen, müsste man die Grundidee der Geschichte behalten und das dramaturgische Konstrukt darum herum bauen, nicht umgekehrt. Eine weitere Herausforderung ist es gegenüber anderen Produktionen - besonders aus Amerika - bestehen zu können. Hier muss man ein ähnliches Aufgebot liefern, wie beispielsweise den Einsatz von ganzen Autorenteamen, um das Drehbuch zu verbessern. Da Mythen oft übernatürliche Ereignisse darstellen sind häufig Tricktechniken notwendig. Um diese kostengünstig zu verwenden können viele Effekte durch Andeutungen, Doppelbelichtung (Überlagerungseffekt, bei dem zwei verschiedene Bilder auf dasselbe Filmbild belichtet werden) oder den Einsatz von

unterschiedlichen Größenverhältnissen eingesetzt werden. Um auch die Authentizität im Produktionsdesign (Szenenbild, Requisite, Maske, Kostüm) zu haben, könnte es sich anbieten die Mythengeschichten nicht in der originalen Epoche spielen zu lassen, sondern diese in die Gegenwart zu holen. Das wäre zum einen günstiger und vereinfacht es die Geschichte zu modernisieren.

### **Herausforderungen:**

- Drehbuch
  - Förderung
    - Einmischung in Filmstoffe / Zensur
    - Keine Innovation durch immer gleiche Dramaturgie
  - Chance: Mythen sind nicht nach den Drehbuch-Dramaturgie verfasst - Geschichte um die Mythen bauen nicht umgekehrt und innovative Dramaturgie schaffen
  - Ganze Autorenteam einsetzen, um konkurrenzfähig zu sein
- Tricktechnik
  - *Tipp: Andeutungen, Doppelbelichtung und Größenverhältnissen*
- Produktionsdesign (Szenenbild, Requisiten)
  - *Tipp: Mythen in die Gegenwart holen: günstiger & Modernisierung*

### **Finanzierung**

Es gibt mehrere Ansätze der Finanzierung. Im Wesentlichen sind das die Privatfinanzierung und die Filmförderungen. Bei der Privatfinanzierung hat man den Vorteil, dass man keiner Zensur unterworfen ist und den Film autonom inszenieren kann. Hier hilft es Kosten zu sparen, wenn man es schafft Schauspieler zu finden, die auf Rückstellung arbeiten, als erst im Nachgang ihre Gage erhalten, insofern der Film einen Gewinn erwirtschaftet. Ein weiterer Ansatz, um Kosten zu sparen, wäre hier die genannten Tricktechniken zu verwenden. Bei der Privatfinanzierung gibt es die Möglichkeit eine Crowdfunding-Kampagne zu starten und darüber hinaus ggf. auch Mäzenen (Förderer die anonym bleiben wollen) zu finden. Ein Ansatz könnte sein, einen Piloten zu produzieren, diesen auf die Plattform YouTube hochzuladen und so Filmkritiker mit ihren Followern zu erreichen. Das könnte zu vielen Klicks führen, durch die Kommentare kann das Feedback der Zuschauer direkt in der Produktion berücksichtigt werden und der Weg für eine weitere Crowdfunding-Kampagne ist bereitet. Wenn daraufhin die Folgeproduktion gut bei den Zuschauern ankommt, ist

das eine Möglichkeit auch bei Investoren aus der Filmindustrie weitere Gelder zu akquirieren.

Eine weitere Möglichkeit wäre die Finanzierung durch Privatvermögen, insofern man dazu wirtschaftlich in der Lage ist.

Darüber hinaus kann man es auch bei der Filmförderung probieren. Hier gehen die Meinungen auseinander. Da es eine Kulturförderung, sondern eine Wirtschaftsförderung ist, haben Stoffe über deutsche Mythen und Sagen tendenziell eher geringe Chancen gefördert zu werden. Es gibt allerdings auch die Einschätzung, dass es einfach ist Stoffe zu entwickeln und von der Filmförderung Geld zu bekommen. Die Wahrscheinlichkeit wird darüber hinaus für Komödien noch höher eingestuft. Bei den Filmförderungen besteht jedoch weiterhin das Problem, dass die eingereichten Stoffe ggf. abgeändert oder zensiert werden müssen.

Auch eine Finanzierung über einen Streaminganbieter ist denkbar. Als Beispiel für eine große deutsche Produktion, die international erfolgreich war, kann hier *Im Westen nichts Neues (2022)* genannt werden.

Eine weitere Möglichkeit finanzielle Mittel für Verfilmungen von deutschen Mythen und Sagen zu bekommen können diverse Kultureinrichtungen sein. Es kann versucht werden, Fördertöpfe zu erreichen, die das kulturelle Erbe von deutschen Mythen und Sagen betreffen, aber die bislang nur für Brauchtumspflege und Literatur genutzt worden sind.

- Privatfinanzierung
  - Kosten sparen
    - Schauspieler auf Rückstellung arbeiten
    - Günstige Varianten für Tricktechnik verwenden
  - Mäzene finden
  - Crowdfunding
    - So viel Geld sammeln, bis man „Spektakel“ produzieren kann
    - Pilot produzieren
    - Auf Youtube laden und Filmkritiker aufmerksam machen
      - Feedback von Community
      - Daraufhin Crowdfunding für zweite Episode
        - Wenn zweite Episode gut → neue Investoren finden

- Privatvermögen
- Filmförderung
  - Eher schlecht, wenig Kulturförderung
  - Wahrscheinlichkeit bei Komödie höher
  - Relativ einfach Stoffe einzureichen
  - Einmischung in Stoff durch Förderanstalt
- Steaminganbieter
  - Beispiel: *Im Westen nichts Neues*
- Kultureinrichtungen
  - Ausschüttung aus Fördertöpfen zum Thema Mythos beantragen, die zuvor der Brauchtumpflege und der Literatur vorbehalten war

### **Marketing und Vertrieb:**

Als Marketingstrategien wurde folgendes genannt: Einsatz von Trailern, um damit Filmkritiker zu erreichen und mit ihrer großen Reichweite das Interesse bei den Zuschauern zu wecken. Darüber hinaus der Einsatz von Postern, Werbung in Filmmagazinen, eine eigene Website. Darüber hinaus könnten Walking-Acts – die während Vorführungen die Stimmung des Films transportieren – das Erlebnis verbessern. Um das Interesse am Film zu steigern, könnte auch das Besetzen von berühmten Schauspielern oder Influencern (mit adäquater Schauspielleistung) helfen. Zudem kann versucht werden, Veranstaltungen zu finden, die ein ähnliches Thema behandeln, um dort den Film zu platzieren. Beispielsweise ein Event zum Thema Mythen in einer Bibliothek.

- Trailer – Filmkritiker mit großer Reichweite
- Poster
- Werbung in Filmmagazinen
- Website
- Social-Media
- Walking-Acts
- Berühmte Schauspieler / Influencer
- Veranstaltungen / Orte mit ähnlichem Thema

## **Internationaler Markt**

Der internationale Markt scheint generell eher schwierig zu erobern sein mit deutschen Mythen und Sagen. Eine Herausforderung ist, eine Allgemeingültigkeit zu schaffen, sodass die Geschichte in allen Kulturen verständlich ist.

Ein weiterer Nachteil ist, dass deutsche Mythen und Sagen oftmals mit rechter politischer Gesinnung in Verbindung gebracht wird.

Chancen auf dem internationalen Markt könnten jedoch sein eine Allgemeingültigkeit herzustellen, indem man auf emotionale Geschichtensetzt, da diese meist besser nachvollzogen werden können. Insbesondere der japanische Markt wird als generell interessiert eingestuft, da in Japan viele Geschichten auch Elemente aus deutschen Mythen und Sagen beinhalten. Da deutsche Produktionen oft eher konservativ sind, wird hier die Mögliche Umsetzung aber eher den japanischen Filmproduktionen selbst zugeschrieben.

- Schwierig
  - Verständlichkeit für andere Kulturen
  - Oft mit rechter politischer Gesinnung in Verbindung gebracht
- Möglichkeit
  - Auf Emotionen gehen, um es gemeingültig zu machen
  - Japanischer Markt hat generell Interesse
    - Wird bereits in eigenen Produktionen verwendet
    - Umsetzung aber eher durch japanische Filmhäuser, da deutsche Produktionen oft zu Konservativ

## **Zukunftsperspektiven:**

Für eine steigende Nachfrage spricht, dass sich viele Geschichten wünschen, die nicht der Zensur zum Opfer fallen und mehr auf die Unterhaltung des Zuschauers ausgerichtet sind. Ein weiterer Indikator ist, dass bereits viele Filmproduktionen zu deutschen Mythen und Sagen anlaufen. Im Hinblick auf die Bevölkerungsstruktur in Deutschland kam darüber hinaus die Idee auf die deutschen Mythen- und Sagen-Geschichten auch mit denen anderer Kulturen zu verstricken, um die Identifizierung mit dem Stoff auf lange Sicht zu vereinfachen. Ein weiterer Punkt, der darauf hindeutet, dass es eine steigende Nachfrage nach Mythen und Sagen generell gibt, ist, dass bereits künstliche Mythen wie z.B. Pokémon geschaffen werden.

Auf der anderen Seite gibt es die Einschätzung, dass die Nachfrage wie bisher auch gleichbleibend ist. Es werden immer mal wieder Filme mit diesen Stoffen produziert,

von denen vereinzelt auch herausragende Erfolge produziert werden, dies seien, aber eher die Ausnahme.

- Steigende Nachfrage
  - Freie Projekte ohne Zensur
  - Auf Unterhaltung ausgerichtet
  - Es wird bereits mehr dazu produziert in Deutschland
  - Idee: Deutsche Mythen und Sagen mit internationalen Geschichten verstricken
  - Indikator: künstlichen Mythen wie Pokémon die sogar extra geschaffen werden
- Keine steigende Nachfrage
  - Immer mal wieder Produktionen -wie bisher auch
  - Im Einzelfall ein Hit, der zum Klassiker werden kann

### **Trends für das kommerzielle Potential**

Trends, die sich abzeichnen sind, dass man die Filme so anpassen muss, dass man sie auch auf die neuen Sehgewohnheiten der Zuschauer angepasst sind. Beispielsweise, wenn die Filme unterwegs auf einem Handy oder Tablet-PC angesehen werden. Ein weiterer Trend könnte die Schaffung von innovativen Filmstoffen sein, die nicht der herkömmlichen Zensur unterliegen und somit auch wieder interessanter für die Zuschauer werden können. Darüber hinaus scheint es ein wachsendes Interesse für deutsche Mythen und Sagen zu geben, sei es im Film-, Videospiel, Comic-, oder Anime-Bereich. Hier wird die Entwicklung auf moderne Inszenierungen von deutschen Mythen und Sagen erwartet. Fraglich dabei bleibt, inwiefern die Mythen-Geschichten in ihrer historisch korrekten Form belassen werden. Ein weiterer Trend könnte im Vermehrten Einsatz von CGI liegen, die durch künstliche Intelligenz generiert werden.

- Plattformen
  - Handys
  - Tablet-PC
- Zensur
- Hunger nach Mythen
  - Neuauflagen
    - Filme
    - Videospielektor
    - Comics
    - Anime
- Moderne Darstellung
- Fraglich: Historisch Korrekte Darstellung
- Vermehrter Einsatz von KI generierten CGI

## 4. Fazit

Diese Arbeit soll als Entscheidungshilfe dienen, um die Wirtschaftlichkeit von Filmprojekten zu deutschen Mythen und Sagen tendenziell besser einordnen zu können. Es gibt leider keine Indikatoren, die einen finanziellen Erfolg eines Filmkonzeptes garantieren können. Dennoch werden auf Grundlage des, durch den theoretischen Teil erstellten Fragenkatalog und die darauf basierende praxisnahe Einschätzungen der Experten deutlich, wie Filmprojekte über deutschen Mythen und Sagen angelegt werden sollten, damit die Wahrscheinlichkeit des wirtschaftlichen Erfolgs gesteigert wird. Um eine größere Zuschauermenge zu erreichen, sollten Filmproduzenten bei Produktionen über deutsche Mythen und Sagen eher auf zeitgenössische Adaptionen setzen. Die modernisierten Konflikte helfen den Zuschauern dabei sich emotional auf den Film einzulassen, was wiederum die Zuschauerbindung erhöhen kann. Mythen bilden ab, wie sich früher das Weltgeschehen erklärt wurde. Da viele Zuschauer Filme ansehen, um dem Alltag zu entfliehen, bietet es sich an bei Filmen über Mythen die gelöste Darstellung zu wählen, bei der die Grundidee des Mythos erhalten bleibt, aber der Zuschauer nicht mit seinem eigenen Alltag konfrontiert wird. Bezogen auf das Genre haben die Komödie und der Horrorfilm die größten Chancen Zuschauer anzulocken. Je höher die Produktionsqualität ist, desto höher sind auch die Chancen, gerade bei dem jüngeren Publikum, mit den Mitbewerberfilmen aus Amerika mithalten zu können. Bei der Finanzierung sollte allerdings beachtet werden, dass die Geschichte des Drehbuchautors nicht beeinflusst, wird durch die Zensur oder Richtlinien (z.B. eine diverse Besetzung, die sich anfühlt, als würde eine Diversity-Checkliste abgehakt) von Förderanstalten. Um diesem zu entgehen, kann versucht werden eine Privatfinanzierung zu organisieren und mit Hilfe von Crowdfunding, Mäzene und ggf. Privatvermögen das Filmvorhaben umzusetzen. So könnten Stoffe entwickelt werden, die den Zuschauer unterhalten, emotional berühren und langfristig binden. Deutsche Mythen und Sagen im Film bilden mit diesen Eigenschaften eine vielversprechende Grundlage für wirtschaftlichen Erfolg. Und wie unter 2.3.1 angegeben, wird gerade jetzt in Deutschland eine Vielzahl von deutschen Mythen und Sagen verfilmt und das wirtschaftliche Potential dieser ausgenutzt.

## 5. Anlage 1

Transkript des Interviews mit André Martin Hennicke

Interviewpartner:	André Martin Hennicke, deutscher Schauspieler, Produzent und Autor.
Datum:	16.07.2024
Art:	telefonisch

Das Interview wurde im Rahmen meiner Bachelorarbeit zum Thema: Das kommerzielle Potenzial deutscher Mythen und Sagen im Film: Eine Analyse für Filmproduzenten,

Sebastian Wolthaus

Okay. Aufnahme läuft wunderbar. Alles klar. Dann würde ich dir jetzt einfach mal die neun Fragen stellen, die ich mir jetzt zu der Bachelorarbeit ausgedacht habe. Die ersten zwei Fragen beziehen sich so auf die allgemeinen Marktchancen. Ähm, genau. Also welche Marktchancen siehst du für Filme, die auf deutschen Mythen und Sagen basieren?

André Hennicke

Ich sehe da sehr große Chancen. Wenn man die wirklich groß produziert, Mythen muss man groß produzieren, dann kann man sich ja an den schon existierenden Mythen-Filme halten und sagen, wir haben die es gemacht? Und die haben ja immer was Märchenhaftes.

Das geht ja darum, dass die Zuschauer wirklich erzählt oder in diese Welt entführt werden. Sie wollen nicht ihren eigenen Alltag um sich rumhaben. Die wollen dann richtig eine Märchenwelt haben. Und diese Märchenwelt, wenn man die gut erzählt, die Story gut erzählt, kann man damit genauso viel Geld verdienen wie die Amerikaner. Es geht aber immer darum wie produziere ich das und was bin ich bereit zu investieren? Das ist die Grundlage.

Sebastian Wolthaus

Ja, das stimmt. Okay, dann die zweite Frage wäre jetzt: Welche Zielgruppen könnten besonders für solche Filme interessant sein?

André Hennicke

Von 6 bis 80 sind. Es geht immer um die Kohle. Wenn du eine gute Story erzählt, die emotional ist und die die Leute zum Fantasieren oder zum Nachdenken anregt oder zum Träumen, dann kannst du praktisch jede Story gut verkaufen. Es gibt kleine Filme, die eine gute Story haben, zum Beispiel Blair Witch Project, die hatten 40.000 \$. Die haben hunderte Millionen verdient, weil sie die Story gut verkauft haben.

Es geht also um die Basics. Das Wichtigste für jedes Genre und jeden Film ist - die Story. Und das ist die Grundlage. Und auch diese Story. Wenn du eine gute hast und du dich nach den marktüblichen Prinzipien richtest, machst du ein gutes Produkt daraus.

Sebastian Wolthaus

Also welche Faktoren sind deiner Meinung nach entscheidend für den Erfolg eines Films, der auf deutschen Mythen und Sagen basiert?

André Hennicke

Äh, das sind immer dieselben Prinzipien. Jetzt gucken wir darüber, wie man es vermarktet. Das ist BWL. Das ist wie ein Produkt - Wie vermarkte ich das? Das heißt, ich muss auch - das passiert ja im deutschen Film nicht immer irgendwie - Sagen wir da sind noch mal 100.000 übrig. Und die können wir dann verleihen eine Verleihförderung und diese Verleihförderung kann dann Werbung machen. Ja, aber das ist kein Marketing, das ist eine Billig-Werbung sozusagen, weil man sagt, wir gehen auf Instagram und wir machen da auf Facebook noch ein bisschen und wir machen vielleicht noch eine Webseite. Das ist eben Marketing. Du musst dann sozusagen für das Produkt eigentlich immer jemanden nehmen der den Film gemacht hat - das muss man trennen - und dann hier, den Film vermarktet ihr, dem muss man Geld geben - 1 Million - ich träume - und dann machen die das und entwickeln daraus ein Konzept. Das wird dann gemeinsam besprochen und wir gehen rein. Dann werden Fehler gemacht. Dann wird sie mal an den entsprechenden Plätzen - Meine Freundin macht Marketing, deswegen... Sie arbeitet bei BMW - aber es sind dieselben Prinzipien. Es geht immer um das Produkt und die Vermarktung. Ja, die kann ganz normale andere Produkte haben, wie die vermarkten oder wie andere Filme, die vermarktet wurden, die dann große Erfolge wurden. Aber das können Marketingfirmen sehr gut machen. Ja, und dann das Produkt ja nicht stiefmütterlich irgendwie. Es ist fertig. Hier ist ein Film, fertig. In Deutschland, und dann hörst du nie

wieder was und dann kommt der Film plötzlich raus. Und dann wundern sich alle, warum den keiner sehen will.

Weil wenn du ein Produkt ein gutes hast und keiner weiß das es da ist, dann wirst du es auch nicht verkaufen. Das sind die Marketingprinzipien für alle guten Produkte. Das ist, glaube ich, ganz wesentlich. Wenn du dann, wenn du dieses Prinzip der Produktion begriffen hast, wie man ein großes Kunstwerk – hatte ich ja auch im Podcast gesagt, was Christoph Waltz gesagt hat, dass wir Deutschen produzieren viel Ramsch, alles billig und am Ende verkaufen wir das, als wäre es das größte Kunstwerk der Welt.

Die Amerikaner machen es andersherum. Die stecken richtig viel Kohle da rein und produzieren es wie ein Kunstwerk. Ich weiß nicht mehr, wer es gesagt hat: ‚Der Unterschied zwischen europäischen und amerikanischen Filmen ist folgender: Ich erzähle, wie Film beginnt, wir sehen Wolken und plötzlich kommt von rechts aus einer Wolke ein Flugzeug geflogen. Es ist jetzt der europäische Film. Das Flugzeug fliegt eine andere Wolke durch, kommt wieder blauen Himmel, fliegt, fliegt bis zur linken Seite und verschwindet da drüben in der Wolke wieder. So der amerikanische Film macht folgendes: Du siehst Wolken, blauer Himmel und von rechts kommt aus den Wolken Flugzeug. Wir sehen das Flugzeug. Dramatische Musik. Die steigert sich. Und wenn das Flugzeug in der Mitte ist, explodiert es. Und dann fällt uns runter. Und dann stürzt es ab. Und dann erzähle ich lieber über die Leute da unten was. Das ist so, es geht um die Prinzipien.

Sebastian Wolthaus

Ja, dann auch einfach mehr Spektakel.

André Hennicke

So bauen die Geschichten aus. Und ich glaube ja, so muss man dann halt immer an alles rangehen, was man als Film bezeichnen möchte, der erfolgreich werden soll. Es geht grundsätzlich um die Kommerzialisierung des deutschen Films überhaupt.

Sebastian Wolthaus

Ja, das stimmt auf jeden Fall. Die nächste Frage doppelt sich jetzt so ein bisschen. Welche Herausforderungen siehst du bei der Produktion von Filmen, die auf deutschen Mythen und Sagen basieren?

André Hennicke

Geld, Geld, Geld. Es ist ja nicht so, dass die deutschen Produzenten gern billig produzieren. Das ist ja nicht wahr. Alle wollen ein Riesebudget haben, sie kriegen es nur nicht. Ja, und entwickeln dann jahrelang über die ganze schöne Landschaft, bis sie dreimal im Kreis rum sind und wenn sie dann durch sind und haben nicht mehr genug Geld, stirbt das Projekt. Weißt du, das müsste man auch kommerzialisieren. Bei den Amerikanern ist das eine Industrie bei uns es gesellschaftlicher Luxus machen. Wenn wir es fördern, dann müssten wir auch, dass das nach unseren Kriterien läuft. Und das sind immer politische Kriterien, keine produktionstechnischen Kriterien. Also wenn du etwas angehst, dann nimmst du dir einen Autor und bezahlst ihn gut, dass er daraus einen großen Entwurf macht.

Und am besten was bei deutschen Autoren so ein Defizit ist – oft sind es auch zwei Autoren oder es ist ein Produzent – aber dann musst du ein Autoren-Team einsetzen. Das jeder so, wie die Amerikaner das machen, die einen gucken auf die Dialoge die anderen gucken auf die Action und die anderen auf den Humor, damit man da eine gute Mischung hat. Dass sich die Leute umfassend amüsieren.

Sebastian Wolthaus

Also auch einfach so mit Writers Rooms arbeiten und mit Experten in den jeweiligen Teilbereichen eines Drehbuchs?

André Hennicke

Ja, genau, so dass jeder Autor Qualitäten mitbringt, für die er dann geeignet ist. Die Auswahl ist ja dann wichtig. Da musst du auch wieder Geld in die Hand nehmen. Du musst praktisch vorher richtig in die Autoren investieren, dann schreiben die dir ein tolles Buch und nur mit so einem tollen Buch kannst du auch Investoren finden.

Und da kannst du dann, wenn du ein geiles Buch hast – gerade Mythen bieten sich auch an für private Finanzierungen, weil es ein kommerzieller Stoff von vornherein ist.

Du arbeitest keine gesellschaftlichen Missstände auf mit einem Film, sondern du erzählst eine unterhaltsame Story über die Vergangenheit.

Sebastian Wolthaus

Ja genau und eigentlich beweist es ja auch schon, Ich meine, diese Geschichten haben sich ja über Jahrhunderte in Text und Sprachform quasi immer weitergetragen, aber heutzutage scheinen die irgendwie so ein bisschen hintenüberzufallen.

André Hennicke

Ja, die halten das für alten Kram und da geht ja keiner mehr ins Kino. Das, was ich mit Doktor Faustus meine. Ja, also du hast einen alten Stoff und du kannst ihn so nehmen und gut ist. An den Mythen hat keiner irgendwelche Urheberrechte. Du kannst diese Geschichten nehmen und du musst nichts dafür bezahlen. Wenn ich jetzt Doktor Faustus überarbeite, muss ich natürlich die Erben fragen, ich muss den Verlag, der das rausgebracht hat, um Erlaubnis bitten und ihm Geld geben. Und erst wenn der sagt, Ja dann, du darfst das so machen. Das ist ja bisher noch die die Hürde. Und die fällt weg bei Mythen und Märchen. Märchen gibt es ja schon, die sind ja auch angepasst, zum Beispiel Dornröschen neu verföhnt. Das sind ja auch schon gute Ansätze, das Modern aufzuarbeiten und Märchen an die Leute zu bringen. Weil die Alten eigenen sich dann halt nur so für Weihnachts-Programme, wenn du die alten Märchen so erzählst, wie sie mal waren. Und das Ganze mit den Mythen - du musst sie an die Moderne anpassen und aus den guten alten Schinken - wir hatten ja mal so eine Nibelungen-Verfilmung mit dem Benno Fürmann - und das sah furchtbar aus - und die haben sich so an die Vorlage gehalten und das will natürlich keiner sehen, das hat ja jeder schon 1.000-Mal gesehen, jeder hat es mal in der Schule gehabt und es gibt die alten Verfilmungen von Fritz Lang und wissen ja alles, ist alles uralt - halt Männerfantasien. Und das muss man modernisieren, ohne daraus so ein Ding zu machen, dass die jetzt alle Anzüge tragen. Einfach an den Geschmack anpassen. Denn mit Drei-Stunden-Filmen ist schwierig, weil die Leute nur YouTube und Handy, die Kurzzeit-Dinger anschauen und es gar nicht mehr gewohnt sind. Die Amerikaner mit ihren Marvel, die machen ja wieder die guten, langen Dinger. Also so kann man das durchaus bei den Mythen genauso machen. Denn du kannst die Großen Geschichten halt nicht klein erzählen.

Sebastian Wolthaus

Das stimmt. Man muss ja gucken, was ist der Input und was ist der erwartete Output? Also wenn man wenig reinsteckt, kann man nicht erwarten, dass dann wer weiß was, für ein Output letztendlich rauskommt.

André Hennicke

Ja genau, die alten Hollywood... die Sandalen Filme sind ja auch Mythen. Die Amerikaner, die können mit John Wayne und Dschingis Kahn einen Film machen. Das kriegen die halt hin, weil sie Unterhaltung machen. Und Kleopatra - ein riesen Monumentalschinken- super gelaufen. Die neue Ben-Hur-Verfilmung, die wurde auch modernisiert. Das waren junge Darsteller, die wir auch selbst gut kennen, die haben da die Hauptrollen gespielt, dadurch gehen die jungen Leute automatisch rein. Die Älteren gehen da rein, weil sie die Geschichte geil finden. Weil, die es schon mal gesehen haben und gucken wollen, was haben die jetzt draus gemacht. Und dann muss man denen was Neues liefern, indem du das dann anpasst und sagst: Wie können wir den Film heute mit unseren Leuten erzählen und was ist jetzt gerade so Trend? Weil du kannst, natürlich auch in einem Sandalenfilm auch einen Parkour einlegen - die in Bagdad über die Dächer springen und rollen macht usw. - so kann man das anpassen. Gewisse Sehgewohnheiten berücksichtigen, die heute angesagt sind.

Sebastian Wolthaus

Ja, das ist auf jeden Fall notwendig. Das denke ich auch. Ich habe jetzt noch eine Frage. Quasi auch wieder in die gleiche Kerbe, wie du die Finanzierungsmöglichkeiten für solche Projekte einschätzt.

André Hennicke

Ich sehe die Zukunft solcher Projekte in der Privatfinanzierung. Wenn du jetzt wieder anfängst, gibt es ja viele Filme, die privat finanziert sind. Also man müsste dann sehen, dass man nicht immer über die öffentlich-rechtlichen Haushalte geht, sonst können die sich ja wieder einmischen und daraus wieder ein Schulprojekt machen wollen. Wie bringen wir den Schülern der Gymnasien die Mythen nahe? Dann wird's

nix. Es muss ein Spektakel werden. Und Spektakel kriegst du nicht wirklich gefördert. Die müssen alle möglichst Spektakel werden. Ja, und der Spektakel kriegt man nicht wirklich gefördert, weil für so ein Projekt brauchst du schon mal 30 bis 40 Millionen. Ich nehme mal die Varusschlacht, weil die die ganzen Elemente enthält - Von Mythen, von Aufwand und von Dimension. Und da muss man sagen, dass man da am Anfang mehr Privatfinanzierung braucht. Du kannst das heute über Streamingdienste machen, also Im Westen nichts Neues ist ja über Amazon gelaufen, glaube ich. Und die haben das gesehen das Potenzial und gesagt ja, das ist schon mal erfolgreich als Buch gelaufen, in Filmen schon erfolgreich gewesen, könnte man noch mal probieren. Allerdings mit unserem Jungs von nebenan, die spielen und das hat super funktioniert und ist ein mega Erfolg gewesen. So wurde gezeigt, dass wir es können.

Wenn man nicht weiß, wie man sowas machen soll immer auf die Sachen gucken, die schon da sind und die gut sind und die von hier sind.

Sebastian Wolthaus

Quasi von den Besten lernen.

André Hennicke

Ja, genau. Darauf kann man sich berufen. Berufen in dem Sinne, dass wenn man jetzt sagt man muss das Filmen ein bisschen verändern, man muss mehr private Investment reinbringen, dass man die Leute dazu gewinnt zu investieren, damit sie dann auch Geld verdienen, dann sind wir als Filmemacher auch unter Druck daraus wirklich große Kunstwerke zu machen. Das eine bedingt immer das Andere.

Wenn man die Struktur nicht ändert, wird es immer so weitergehen. Dann haben wir unsere Billig-Epen. Und das ist praktisch, wenn du da dran gehst und die Mythen zu kommerzialisieren. Wie machen wir es? Machen wir es jetzt? Machen wir es überhaupt? Wie funktioniert das System? Und was muss man ändern? Du hast BWL studiert, du kannst es super machen. Du siehst dieses Fördersystem das so DDR-like ist mit diesen politischen Abhängigkeiten wo ein Schwuler mit rein, alles muss politisch korrekt sein, aber das ist langweilig am Ende.

Wenn jeder mit reinreden darf. Dürfen die nicht es dürfen nur die Künstler und die Investoren reden. Alle anderen müssen warten, bis die sich geeinigt haben. Und du bist BWLer und gleichzeitig Kreativer, dann kannst am besten verstehen. Weil du beide Arbeitsweisen kennst. Es geht in deiner Arbeit auch um die Inspiration oder Input oder Impulse lieferst. Wo man sagt, guck dir mal diese Arbeit von Sebastian an.

Du hast da eine Riesenchance das du radikal denken darfst. Du bist ein Studierender und schreibst eine Arbeit und genauso hat Einstein seine Arbeit geschrieben oder Newton und alle haben gesagt Oh Gott kannst du doch nicht machen. Und am Ende waren es immer wegweisende Neuerungen. Und es geht um nichts anderes jetzt beim deutschen Film, weil wir das seit Jahrzehnten haben die Diskussionen. Das Jemand mal Ahnung von der Substanz hat vom Produzieren und vom Fantasieren, die mal alle zusammenbringt und du musst eine reale, nachvollziehbare und akzeptable Lösung hinlegen. Nehmen wir hier mal die Mythen, die können wir verkaufen, dann müssen wir es groß produzieren und es groß verkaufen. So wie es jetzt ist, ist es nicht gut. Dann geht das durch zehn Förderanstalten hast du am Ende ein Budget und sagst am Ende Na dann machen wir das für ein Viertel. Und am Ende kommt dieser Einheitsbrei raus, den wir immer schon haben.

Und du machst dann einen Vorschlag: Wir müssens radikal ändern, das System. Du hast recht, so kann mans machen. Wenn du jetzt rangehst, du redest darüber, wie deutsche Filme im Allgemeinen produziert werden und jetzt nehmen wir die Mythen und die müsste man so machen. Nach diesen Marktwirtschaftlichen Prinzipien. Mit Marketing mit Produktion mit Autoren undso. Dann ist es so gelöst vom Fundament des Filmemachens in Deutschland. Das kannst du machen.

Aber du brauchst am Anfang unbedingt diese Einführung - um Mythen in Deutschland gewinnbringend zu vermarkten muss man das System ändern, denn im jetzigen System kann man keine großen Kunstwerke machen.

Sebastian Wolthaus

Das stimmt, diese Informationen muss man vorweg geben, diese Information, um überhaupt die Offenheit dafür zu haben.

André Hennicke

Du willst als Sebastian die Mythen einmal verfilmen und du nimmst dir einen Mythos, den du magst und nimmst den als Beispiel und dazu entwickelst du deine Arbeit, wie du es machen würdest - als Regisseur und als Produzent. Und wie du das vermarkten würdest und so. Und dann hast du automatisch die Prinzipien des Filmemachens überhaupt. Und vielleicht fängst du mit dem zweiten Teil an und dann vergleichst du es mit dem wie die Filme hier produziert werden im Moment und dann weißt du genau, was du ändern musst oder was wir ändern müssen. So würde ich das machen.

Sebastian Wolthaus

Okay, dann noch mal den Bogen zurück jetzt auf den Fragenkatalog. Was wären so Marketingstrategien, die du am effektivsten für so ein Konzept finden würdest?

Eher Trailer. Also du musst Bilder und Musik liefern und du musst dir die Portale aussuchen, die am häufigsten besucht werden. Also zum Beispiel über YouTube funktioniert, das schon ziemlich gut und du hast ja auch auf YouTube diese Portale, die YouTuber, die über Film reden.

Sebastian Wolthaus

Ja so Filmkritiker.

André Hennicke

Ja, genau. Ja, der Robert Hofmann oder der David Hain und so die haben ja teilweise auch bis zu 700.000 Aufrufe, es geht immer in die Hunderttausende. Wenn ich jetzt dieses Alternativportal auf YouTube nehme und da in so Filmideen vorzustellen, die abgelehnt werden vom System, dann brauchst du natürlich Reichweite, ist ja klar. Also wenn ich so einen Film produzieren wollen würde, dann würde ich, wenn ich kein großes Budget für Werbung und Marketing habe, muss ich mir Portale suchen, die diese Reichweite haben. Wenn mich David Hain erwähnt und meinen Trailer vorstellt und mich einlädt, über meinen Film zu reden und er also den empfiehlt und sagt geiles Thema, guckt euch den Film mal auf dem Portal an. Dann klicken da 500.000 Leute rein und wenn ich dann 400.000 Aufrufe für meinen Film habe, dann mache ich Crowdfunding und für die nächste Folge, habe ich das doppelte Budget. Und das ist ja, was ich gern machen würde, um Film zu kommerzialisieren deutschen Film. Also so, das ist ja sozusagen ein freier Sendeplatz, den keiner kontrolliert. Kino kontrollieren die Kinobesitzer und die die Kinoketten, Fernsehen kontrollieren die Fernsehanstalten. Die Streamingdienste werden auch kontrolliert. Du hast keinen freien Zugang mit dem, was du da vorstellen möchtest. YouTube ist der einzige Kanal, der frei zur Verfügung steht. Das ist ein bisschen wie bei Microsoft oder Linux. Kennst du Linux?

Sebastian Wolthaus

Ja, das ist doch so ein Betriebssystem.

André Hennicke

Ja, genau. Der Quellcode von Microsoft tief im Keller und supersafe eingeschlossen, kommt keiner ran, nur zwei bis viel Leute. Der Quellcode von Linux ist im Internet.

Jede Sau kann da ran und kann verändern, kann da mitwirken und kann das System verbessern.

Ja, wenn ich ein Portal habe und ich mache jetzt die Miniserie und stelle die erste Folge vor. 45 Minuten. Und jetzt David Hain zum Beispiel und sagt, Hey klasse sowas brauch wir, das könnte euch interessieren. Dann holt er einen in seinen Podcast, also in sein Portal und dann reden wir über das Ding und dann gucken sich das hunderttausende von Leuten an. Und dann sagen die Das gucke ich mir mal an. Dann kommen die auf meinen Kanal und schauen sich die Folge an. Und dann entscheidet ja am Ende, oh na ja, irgendwie bin ich jetzt nicht so wirklich überzeugt. Ja, aber ganz ehrlich, dass du erst mal für 400.000 Klicks hast. Egal ob das gut finden, vielleicht in den Kommentaren. Ist egal, du erst mal die Aufmerksamkeit gehabt. Eine riesen mediale Aufmerksamkeit. Und diese egal wie die geworden ist, die Erste Folge du kriegst das Crowdfunding für die zweite Folge zusammen. Damit hast du die Möglichkeit viel mehr in die zweite Folge zu investieren und du kriegst ja mit was die Leute nicht so gut finden. Weil die schreiben ihre Kommentare. Und du kriegst eine direkte Verbindung zum Zuschauer. Du liest die Kommentare und sagst ja Gott, ja, das stimmt. Die Dialoge sind zu lang und die Figuren da nochmal ändern. Und dann investierst du nochmal in die zweite Folge und dann lädst du die hoch und dann gehen die Leute nochmal drauf. Und wenn dann die zweite Folge nicht läuft, dann musst du raus. Dann ist es ein Flop und es funktioniert nicht. Aber wenn die zweite Folge viel besser wird als die Erste. Wenn ichs jetzt gucke und ich finds geil, dann werde ich meine ganze Community darüber informieren, dass die sich das mal angucken sollen. Das passiert beim ersten nicht. Bei der ersten gucken 400.000 Leute und wenn sie die scheiße finden, werden die niemandem Bescheid sagen.

Aber Sie werden auf jeden Fall die zweite Folge angucken und wenn die landet, dann vervielfacht sich dein Publikum. Nehmen wir mal an 700.000 gucken das, ich idealisiere das ein bisschen und vereinfache, dann hast du plötzlich so eine große virale Aufmerksamkeit, dass Investoren aus der realen Filmwirtschaft auf dich aufmerksam werden und die in dich und diesen Kanal investieren. Die Fragen dich kriegen wir deine Serie auf unseren Streamingdienst, und die sagen wir investieren in

diesen YouTube-Kanal, weil je mehr Aufmerksamkeit desto mehr Werbung und desto mehr Geld kriegst du dann ja, weil das durch die Decke geht. Und dann wird das eine ganz andere Basis, weil kein Produzent verdient wirklich mit Kinofilmen in Deutschland. Außer Till Schweiger mit seinen Familien- und Kinderfilmen. Wirklich, es ist ja ein gutes Prinzip, er hats ja geschafft m Kino. Aber ich sehe da sozusagen gar nicht so die Zukunft, ich sehe es für diese Art vom Filmemachen als Alternative für die ganzen kreativen Leute. Das würde auch passieren, wenn du einen großen Film machen willst, du kommst in die gleichen Mühlen rein. Und du wirst irgendwann sagen nach fünf oder zehn Jahren du brauchst ein Portal wo ich das was ich für nen guten Film halten, machen kann. Wo ich es ausprobieren kann.

Sebastian Wolthaus

Ohne Zensur und Ähnliches.

André Hennicke

Ja und das würde ich zum Beispiel auch einbringen wollen. Es geht um die neuen Medien. Die alten Medien die Förderung das Kino das sind die alten, die klassischen Medien. Und die sind so auslaufmodelle ein bisschen. Jetzt sind so Streamingdienste, die man über das Handy angucken kann oder Ipad oder Computer das sind die Abspielportale. Und wenn ich jetzt zum Beispiel meinen großen Fernseher zuhause habe und dann habe ich ja das Vollbild und dann läuft da ein Film oder eine Doku und wenn ich umschalte, während der Film läuft auf YouTube, weil ich guck mir einen YouTube Beitrag an, ist das quasi dasselbe Format. Das ist genauso wie der ZDF-Beitrag nur das beim ZDF-Beitrag kontrolliert wird, was da läuft.

Bei YouTube da bestimmen die Kreativen in der direkten Zusammenarbeit ganz viele Projekte und diese Projekte werden auf den Zustimmern vorgestellt. Man lädt ein halbes Drehbuch hoch, von der ersten Folge und dann können ja alle lesen die Hälfte und sagen wow geil das würde ich gerne wissen wie es weitergeht und dann machen wir Crowdfunding und nehmen 50€. Ich komme in den Abspann und kriege sogar eine Gewinnausschüttung, wenn es Gewinne bringt. Und das heißt wenn ich da 2000 Unterstützer habe, dann habe ich 100.000€ und damit kann ich die erste Folge erstmal produzieren. Weil die nicht spektakulär aufwendig ist und du siehst dann eigentlich die Alternative, weil immer, wenn man über Film redet, man auch immer über das alte System, das sich nicht ändert, weil ich keinen Einfluss und keine Macht habe das zu ändern. Denn die die es ändern müssten sitzen auf den Vorteilen. Die

werden es nicht ändern. Die haben ein fettes Einkommen und bestimmen, was im Kino läuft, und das will ja keiner hergeben diese Privilegien.

und diese Ja, ob der kontrollieren die relativen geben dritten Zusammenarbeit ja Projekte und diese Projekte werden auch den Zuschauern vorgestellt. Man ein halbes Drehbuch von der ersten Folge und dann können ich alle Wesen die Hälfte und sagen okay, dann würde ich gerne mal wissen wie es weitergeht und dann man kann ja nicht 50 €. Ich komme. Abspann und krieg Programme null eins Gewinne Ausschüttungen, Gewinne bringt unter.

Und da die meisten Leute sowieso jüngere Leute sind, die sich alles auf den modernen Geräten anschauen, Handy, Pad, Computer, die sagen nicht Ich gehe jetzt nach Haus und sehe mir den Beitrag an. Die sitzen in der Sbahn und gucken sich das in der Sbahn an. Das macht die große Faszination und die Große Reichweite. Und das ist es um das es geht - Reichweite. Denn wenn du was Großes machen willst dann sollen wisch das ja viele Angucken. Deswegen würde ich unbedingt, wenn du so eine Arbeit schreibst, weil die soll ja auch immer revolutionär sein und neue Ideen bringen, eine Idee der modernen Technologien in Bezug auf Kommerzialisierung des deutschen Films.

Sebastian Wolthaus

Ja, ja, das stimmt. Und du hast ja gerade gesagt, die Reichweite ist ja auch sehr wichtig. Wie wichtig fändest du denn den internationalen Markt für den Erfolg solcher Filme?

André Hennicke

Es ist müßig, darüber zu streiten, weil, wenn du dich hinstellst oder hinsetzt wir machen jetzt einen Film, den die ganze die ganze Welt sehen will. Die Chinesen, die Mexikaner wie die Amerikaner und die Afrikaner. Dann sitzt du schon auf verlorenem Posten, weil wie willst du das an den Geschmack dieser Leute anpassen? Normal, aus unterschiedlichen Kulturkreisen. Aber du kannst dir die Projekte oder die Produkte, der erfolgreichen Filme Amerikas angucken, die eine internationale Wirkung haben. Warum ist Avatar oder Titanic so mega erfolgreich weltweit? Weil du eine allgemeingültige Geschichte erzählst, die für alle gelten. Emotionale. Und darauf musst du halt Wert legen. Wenn es emotional ist, dann ist es allgemeingültig alle Leute in der Welt. Das dir die Geschichte gefällt oder euch, es muss immer ein Team sein, es sollte keiner allein entscheiden. Weil es sonst immer Geschmack ist. Und

wenn der Film erfolgreich ist in Deutschland wie Das Boot oder Lola rennt, dann kann der auch ein internationaler Erfolg werden. Bei Schweiger-Filmen ist das z.B. anders der ist typisch deutsch. Der Schweiger. Die Dinger laufen nicht international. Aber du musst allgemeingültige Filme machen die sich nicht nur auf deutsch Probleme beziehen. Dann hast du schon mal eine Grundlage, um erstmal hier einen guten Erfolg zu haben und dann kannst du es international vermarkten. Aber das kannst du selbst gar nicht steuern, das passiert automatisch.

Sebastian Wolthaus

Also, dann hat man es quasi von der Kette gelassen und dann weiß man nicht, wo es hinführt. Ja, okay. Aber du meinst dann, dass man möglichst über Emotionen gehen sollte, damit man international auch die größte Schnittmenge hat.

André Hennicke

Ja, du musst die Stoffe haben, über die auch der Afrikaner weint oder lacht. Das ist ein ähnliches Prinzip in der Musik. Wenn die Afrikaner gute Musik machen, höre ich mir das genauso gerne an. Wenn die Reggae machen in der Dominikanischen Republik, wenn die Rock 'n Roll machen in England, wenn die gute Musik machen oder eine schöne Melodie machen, ist das weltweit ein Erfolg.

Sebastian Wolthaus

Da habe ich jetzt noch zwei Fragen, zur Zukunftsperspektive. Glaubst du, dass es in Zukunft eine steigende Nachfrage dann für solche Filme geben könnte?

Hinweis:

Die folgenden Antworten des Interviews wurden aus dem Gedächtnis aufgezeichnet, da das Audiogerät einen Schreibfehler hatte und die Audiodatei daher beschädigt war. Eine Transkription der Originalaufnahme war somit nicht möglich.

André Hennicke [Gedächtnisprotokoll]

Ja, vor allem nach freien Projekten, die auf Unterhaltung und Spektakel aus sind und dabei innovativ sind. Die Filme sollen den Zuschauern geben, was sie möchten.

Sebastian Wolthaus

Meine letzte Frage ist: Welche Trends siehst du in der Filmindustrie, die das kommerzielle Potenzial solcher Filme beeinflussen könnten?

André Hennicke [Gedächtnisprotokoll]

Man muss gucken, dass die Filme auch auf allen Plattformen konsumiert werden können. Zudem verderben zu viele Köche den Brei mit Hinblick auf die Zensur. Es gibt momentan zu viele Menschen, die ihren Senf bei den Stoffen dazugeben.

## 6. Anlage 2

Transkript des Interviews mit Hubertus Hinse

Interviewpartner:	Hubertus Hinse, Produzent, Autor, Regisseur - Drudenherz
Datum:	24.07.2024
Art:	Zoom-Meeting

Das Interview wurde im Rahmen meiner Bachelorarbeit zum Thema: Das kommerzielle Potenzial deutscher Mythen und Sagen im Film: Eine Analyse für Filmproduzenten.

Sebastian Wolthaus

Vielen Dank das du dich bereit erklärt hast, dich von mir interviewen zu lassen.

Hubertus Hinse

Sehr gerne.

Sebastian Wolthaus

Dann würde ich direkt mal mit der ersten Frage aus meinem Fragenkatalog starten:

Welche Marktchancen siehst du für Filme, die auf deutschen Mythen und Sagen basieren?

Hubertus Hinse

Ja, das ist schon mal eine sehr große Frage. Aber ich sehe die Chancen. Ich bin überzeugt davon, sonst hätte ich es auch nicht selbst gemacht. Ich habe aber auch feststellen müssen, dass es da ganz extrem darauf ankommt, wie man mit dem Thema umgeht. Und da müsste ich jetzt eigentlich mal ein bisschen weiter ausholen.

Bei mir war es ja so, ich habe ja das Drudenherz im Endeffekt als Independent Produktion erst mal gemacht. Also es war für mich auch viel Learning by doing. Und es hat aber auch den Vorteil, dass ich dadurch sehr nah am Publikum war. Weil wir haben, eine Kinotour durch den ganzen bayerischen Raum gemacht und uns ist dann leider ein bisschen Corona reingegrätscht. Also es hatte super angefangen und dann

eben Premiere, war eben 2019 im Dezember und dann fing es an, so richtig gut zu laufen. Und auch als dann die Kinos anfangen, uns aktiv anzufragen. Die große Kinoflaute und alles war dicht. Das war ein bisschen ärgerlich. Aber ich war bei fast allen Aufführungen selber dabei. Und was ich erst mal da ganz faszinierend fand. Dass es einerseits ein großes Interesse gibt, aber auch ein großes Zögern. Und das fand ich, ging auch so sehr einher mit einigen Produktionen, die zu der Zeit auch gelaufen sind. Ich weiß jetzt den Titel nicht mehr - komme ich gleich noch mal drauf. Also ich bin mal so frech und sag, dass ich so einer der Ersten war, die dieses Thema so alte folkloristische Märchen mal ernsthaft zu erzählen da wieder aufgegriffen hat.

Da gab es relativ wenig und es war schon der erste Schritt. Es gibt sehr, sehr viele Comedy Produktionen oder auch von den großen Sendeanstalten produzierte, teilweise mit sehr guten Leuten besetzt und meiner Meinung nach teilweise sehr für mich enttäuschend aufgemachten Märchenverfilmungen usw. und die betonen a das Kinderpublikum und b total den Spaßfaktor. Das. Das sind also wirklich neumodische Charaktere in pseudohistorischen Gewändern, bei denen irgendwie noch ein Wesen nach einem Märchen heißt.

Also ja, das ja. Ich glaub, du weißt, was ich meine.

Sebastian Wolthaus

Ja, das heißt, die Grundidee wird so ein bisschen genommen, aber überhaupt nicht authentisch versucht irgendwie zu inszenieren, quasi. Also eher sachdienlich. Okay, wir nehmen diese Idee und packen die jetzt in unser normales, unseren normalen Workaround, den wir so im Film haben.

Hubertus Hinse

Ja, und vor allem eben ganz - und das finde ich das für mich so ein bisschen Irritierende - ganz bewusst nicht ernst nehmend. Also wirklich so ganz klar mit dem Ansatz Märchen ist Kinderkram. Märchen nimmt man nicht ernst. Und ich weiß, ich gucke jetzt hier gerade deswegen schweift der Blick gerade so ein bisschen. Aber ich glaube jedoch, die ARD, die einige bei Märchen Klassiker produziert hatte, ja genau das diese ganzen Zwerg Nase usw wie sie alle hießen. Also die habe ich mir auch natürlich immer wieder angeschaut.

Das ist genau der Stil, den ich nicht mitmachen wollte. Tatsächlich habe ich aber die Erfahrung gemacht, dass das vom Publikum im ersten Moment erwartet wird und dann jetzt versucht, diese Erwartung zu brechen. Dann wird's schwierig. Weil in dem Moment, wo die Leute irgendein ich sag es mal bewusst Märchen Thema - noch nicht Mythen da kommen wir gleich noch drauf - sehen erwarten sie eigentlich Kinderkram und ich weiß jetzt nicht, inwieweit du mit der Drud vertraut bist, so als Sagengestalt, was auch für meinen Film eventuell mal mitgekriegt, dass oder so?

Sebastian Wolthaus

Ich habe bisher leider nur den Trailer sehen können.

Hubertus Hinse

Also wenn, wenn es dich interessiert, kann ich dir mal einen Link schicken, da kannst du mal reinschauen.

Sebastian Wolthaus

Ja, sehr gerne. Das wäre klasse.

Hubertus Hinse

Das Ding ist halt, dass die Drud eine sehr tragische Figur ist also die Idee, dass wenn jemand bei der Taufe eines Menschen etwas schiefgeht, dann sitzt die Seele nicht ganz fest im Körper. Das heißt, manchmal macht sich die Seele sozusagen heimlich davon.

Und das passiert eben meistens., wenn Menschen, die selbst sehr schwere Schicksalsschläge erlebt haben, also zum Beispiel als Kind misshandelt oder irgendsowas und so erklärten sich die Leute früher übrigens auch die Schlafwandler, also leblose menschliche Hüllen, die rumstehen. Aber es ist das Gefühl, da ist gerade keiner zu Hause. Mit guten Geistern fliegen quasi raus, um jetzt das Leid, das sie selber erfahren haben, an andere Menschen weiterzugeben.

Sprich das sind Quälgeister, die müssen andere Menschen quälen, obwohl sie das gar nicht wollen. Das ist eigentlich eine sehr ernste Thematik, wo es auch darum geht,

wirklich sehr psychologisch, teilweise selbst ertragen, es Leid weiterzugeben. Und Mythen kommen halt größtenteils aus und aus dem 30-jährigen Krieg zum Beispiel. Also dass ganz viel so auch so durch diese Kriegstraumata usw. bedingt. Ja und das habe ich versucht ernst zu nehmen.

Also es ist bei mir, ich sage mal ganz gerne ein bayerischer Fantasyfilm. Ja und ich weiß, ob du so kennst. So Supernatural, so das amerikanische, weil da gab es ja zwei. Das war einmal so diese Fassung mit Grimm, wo jetzt im modernen hier und jetzt die Nachfahren der Gebrüder Grimm als Geisterjäger gearbeitet haben. Das fand ich dann, das ging schon sehr weit weg von den echten Mythen, weil da hieß ein Monster Rumpelstilzchen, aber es hatte nichts mit der eigentlichen Geschichte vom Rumpelstilzchen zu tun. Und auch bei Supernatural hat mir persönlich an sich zwar gerne gefallen, ich habe es sehr gerne gesehen, aber sie haben natürlich auch sehr viel echte historische Hintergründe dann so abgewandelt, dass es eigentlich eine reine Fantasie geworden ist. Man muss sagen, dass es Anleihen an echter Mythologie hat.

Aber ich habe eben den Versuch gemacht, die Mythen möglichst unverfälscht ins Hier und Jetzt zu transportieren. Also ich habe lange recherchiert Was ist wirklich das Brauchtum dahinter? Was gibt es auch an Bräuchen, um sich vor der Drud zu schützen, um sie abzuwehren? Wie wird man überhaupt zur Drud und das alles ...wenn sie nicht gestorben ist Dann lebt sie vielleicht noch heute? Also die Geschichte spielt im Hier und Jetzt, leitet aber eben nicht das Märchen, sondern die alte Mythologie. Und das hat in der Werbung teilweise für große Probleme gesorgt, weil die Menschen, das Publikum viel zu wenig unterscheiden zwischen Mythologie und Märchen. Das ist so Im allgemeinen Bewusstsein fließt Mythologie und Märchen voll in einen Topf rein.

Man erwartet mehr Märchen und kann sich unter Mythologie nicht so wirklich was vorstellen. Ich habe schon versucht, über so Begriffe wie der Mythen-Thriller oder so was klarzumachen. Das ist auch so ein bisschen eine düstere Erwachsenenart. Und das hat es in der Werbung echt schwer gemacht. Weil du konntest kaum die Erwartung des Publikums treffen.

Weil es sehr neu war und die Leute immer das Falsche erwartet haben. Und so habe ich die Erfahrung gemacht, dass - ich habe auch ganz oft nach den Vorstellungen mit dem Publikum gesprochen. Ich habe extrem positives Feedback von den Zuschauern gekriegt und alle haben gesagt, sie hätten es nie erwartet, so einen Film jetzt zu sehen und vor allem das. Also obwohl ich habe mich bemüht habe, in der Werbung klarzumachen, worum es geht, haben die wenigsten das wirklich erwartet. Und da sehe ich. So sehe ich Mythologie und Mythen-Stoffe und Märchen, Stoffe, Liebe. Da sehe ich das große Problem, dass einfach das Klischee, das in den Köpfen der

Menschen ist, so fernab unserer eigentlichen Mythen ist. Dass es da oft zu einem Bruch kommt.

Und jetzt mal ganz spannend Es gab zu der Zeit, also ich glaube, ich war da schon sehr vorne mit dran mit der Thematik und es gab dann eben weiß nicht mehr genau, wann der gelaufen ist, wahrscheinlich so ein halbes Jahr nach mir, Ich weiß es gar nicht mehr. Einen ganz spannenden Tatort, wo eben auch mit so Vampir und Werwolf Mythos gespielt wurde.

Und das ist schon mal für ein Tatort ungewöhnlich, dass im Tatort der Täter ein Vampir ist. Und es blieb - also wirklich bis keine Ahnung Zehn Sekunden vor Schluss - offen ist es jetzt ein Vampir oder nicht? Und in diesen letzten zehn Sekunden haben sie es dann kaputt gemacht. Nein, es war natürlich nur Zufall.

Es war nur ein Fieberwahn vom ermittelnden Kommissar, weil der einfach ein Tollwut Biss hatte. Und Sie haben sich nicht getraut, es zu Ende zu denken. Aber genau dafür ist er dann gelobt worden. Und ich mache tatsächlich immer die Erfahrung, dass in dem Moment, wo ich damit spiele, und am Ende sage, es war ja gar nicht echt, du hast es in dem Moment auch Versuche, diese alte Mythologie konsequent durchzuziehen, kommst du plötzlich auf große Widerstände. Tatsächlich haben ja manche Menschen erzählt, dass sie nicht reingegangen sind in den Film - sogar Freunde von mir sind nicht reingegangen, weil sie gesagt haben - die Drud, das ist ihnen zu nah an diese Geschichten, dass das berührt, was bei ihnen. Da, das haben sie noch von der Oma und die hat da so ernsthaft dran geglaubt. Und ja, 'da traue ich mich nicht' das ist eben genau das Ding. Solange du im Fantasie Kontinuum irgendwo bist, solange das Fantasie ist, lassen sich die Leute viel leichter drauf ein. In dem Moment, wo es echte Mythen sind, wo auch nur für einen kurzen Moment dieser Gedanke hochflackern könnte: Vielleicht ist ja doch irgendwas dran. Oder vielleicht haben die Menschen da wirklich was mit verbunden.

Tritt ein großer Teil vom Publikum plötzlich zurück, weil sie sagen: 'Dem will ich mich nicht öffnen'. Das sind jetzt für mich so eine ganz spannende und teilweise auch schwierige Erfahrung. Ja, weil viele Leute nicht in den Film gegangen sind und die die reingegangen sind, waren aber dann durch die Bank begeistert. Und deswegen glaube ich, ist es wirklich... Also die Thematik ist fantastisch. Also ich liebe Mythen und Mythologie, weil ich finde auch, dass wir momentan sehr Gefahr laufen, da viel von unseren Wurzeln und von unserer Mythologie einfach zu vergessen. Es war eben auch ein Anliegen, all das zu erzählen und rüberzubringen, um wirklich auch diese alten Geschichten vor dem Vergessen so oder so ein bisschen zu bewahren.

Sebastian Wolthaus

Ja klar, das kulturelle Erbe.

Hubertus Hinse

Ja. Aber mir war das wichtig. Aber man trifft damit die Menschen mehr, als man denkt. Und da auch tatsächlich so das Ding. Jüngere können damit inzwischen fast gar nichts mehr anfangen und von den Älteren nehmen es viele halt doch irgendwo noch ernst, teilweise sogar zu ernst und also deswegen, weil dann fragtest du nach den Marketingchancen. Und deswegen ich denke, die Thematik hat Potenzial. Die Chancen am Markt sehe ich persönlich.

Hängen sehr vom guten Marketing ab und sehr von der Entscheidung. Wie gehe ich damit um? Ich glaube, wenn ich die die Mythologie bringe, aber sie eher in die Fantasy ziehe. Hat wesentlich bessere Verkaufschancen, als wenn ich sie ernst nehme. Und es war für mich persönlich so ein bisschen die ein bisschen traurige Erkenntnis.

Tatsächlich ist es aber so, dass gerade wieder so ein Boom neu aufkommt. Zum Beispiel In Regensburg haben wir die internationale Regensburger Kurzfilmwoche, also ein großes Kurzfilmfestival. Und da war Premiere von einem Münchner, der hat einen Kurzfilm, die Drud, wo genau diese Thematik aufgreift. Und interessanterweise er nimmt auch ernst. Er hat mittlerweile knapp zwei Preise gewonnen und ist jetzt mit seinem Film da auch gut auf Tour.

Jetzt kommt da wieder so eine neue Welle. Also ich glaub tatsächlich, dass es sich so in Wellen bewegt. Und ich glaube, dass es den Menschen immer mehr ins Bewusstsein kommt, weil die Thematik selber fesselt total. Das sieht man ja auch zum Beispiel am - wer hat denn produziert? Der Pass. Hast du gesehen, der Pass?

Sebastian Wolthaus

Nein, leider noch nicht.

Hubertus Hinse

Das war auch einer von den ganz Großen, aus 2019 genau, der war zeitgleich mit mir. Fernsehserie. Ich weiß nicht, ob das eine Degeto war. Ich guck grad, wir hatten das Wiedemann und Berg. Genau. Also wirklich richtig groß. Also von Wiedemann und

Berg. Richtig große Produktion, Krimiserie. Und dann hast du genau das Thema Raunächte. Also da passieren quasi Morde, die in einem mythologischen Zusammenhang stehen und es bleibt auch relativ lang offen: Hat es jetzt wirklich ein mythisches Wesen begangen oder was ist da los? Letztendlich ist es wieder ein Wahnsinniger, der einfach durch sein Leben und wie er mit den Mythen umgeht, sich selbst in eine so schräge Parallelwelt reinversetzt hat, dass er als Wahnsinniger diese Morde begeht.

Sebastian Wolthaus

Also so ähnlich wie beim Tatort.

Hubertus Hinse

Ja, aber das war so diese große Welle, damit fing es an und es war eben so, genau so 2018, 2019, als Mythenstoffe tatsächlich immer stärker wieder in die Medien gekommen sind.

Da hat es eine riesige Welle gegeben, da gab es mehrere Produktionen. Es war die Zeit, als die großen amerikanischen Serien, so Supernatural und Grim, gerade so ihren Peak hatten und quasi langsam so auf Serienfinale zusteuerten. Und da haben ein paar deutsche Produktionsfirmen dann auch gedacht, wir machen was in die Richtung. Ja, nur haben dies halt dann am Ende immer irgendwie aufgelöst als diese Mythologie ist nur fiktiv. Waren alles riesige - also glaube ich zumindest, Ich kenne zwar keine Zahlen, aber von dem wie es also die Kritiker besprochen haben, auch von den Einschaltquoten her waren es wohl ziemlich - große Erfolge.

Also die Thematik zieht die Leute und ich glaube, dass viele Menschen wirklich so diese Fluchttür brauchen, um sich selbst sagen zu können: 'Es ist ja gar nicht ernst.' Und da ist jetzt eben die große Gefahr, also deswegen Marktchancen sehe ich definitiv. Und ich glaube leider, dass wenn es eher in ein phantastisches Szenario geht oder am Ende als doch realer Fall dies diesseitiger Fall sozusagen aufgeklärt wird, ist wahrscheinlich die Akzeptanz in der Bevölkerung größer, aber persönlichen mehr Impact. Also tatsächlich, ich laufe jetzt noch Leuten über den Weg, die erzählen mir, wie geil das war, dass sie da vor vier, fünf Jahren diesen Film gesehen haben. Und das hängt aber dem so heute nach. Also als langhaltige Wirkung und Nachhaltigkeit, glaube ich, ist genau das der richtige Weg, diese Mythologie ernst zu nehmen.

Sebastian Wolthaus

Alles klar, danke dir! Dann genau gehe ich mal zur zweiten Frage. Ich denke mal, ein paar Sachen werden sich einfach doppeln. Welche Zielgruppen könnten sich besonders für solche Filme interessieren?

Hubertus Hinse

Genau. Also da ist tatsächlich so was. Kann man leicht beantworten. Ich glaube tatsächlich leider nur noch wahrscheinlich 35 oder 40 plus. Also ich glaube, dass du mit Mythologie und da ist es wieder die Frage wie nimmst du es, die jungen Leute, Kids, die haben die Schule der magischen Tiere. Da taucht immer wieder Mythologie mit auf, aber es geht nicht weiter. Dann bleibt es Fantasy. Harry Potter, riesiger Erfolg, mythologische Inspiration. Aber es bleibt Fantasy. Und Percy Jackson weiß nie, ob du den kennst.

Sebastian Wolthaus

Ja, also, vom Titel her.

Hubertus Hinse

Ja. Percy Jackson hatte dasselbe Spiel gemacht mit der griechischen Mythologie, dass quasi die Nachfahren der griechischen Götter heute hier auf die High School gehen.

Und irgend so ein Percy High School Typ ist halt der Sohn von Zeus und kann dann Blitze schleudern und im Endeffekt ne Superheldengeschichte draus. Special Effects und so alles ist inspiriert, aber es bleibt im Endeffekt, ich sage mal Strickart eher nen Marvel Film. Gut und dass die Marvel Filme erfolgreich sind, sieht man an allen Ecken. Ich glaube, was da halt so ein unabhängiges Thema ist, ist das Thema Eskapismus. Also einfach so in Parallelwelten abtauchen, um irgendwo einfach mal diese Welt so ein bisschen vergessen zu können. Den Alltag vergessen. Aber die echten Mythen, wenn man sie ernst nimmt, docken eben genau an diesem Alltag an, den ich ja vergessen will. Und das ist die Schwierigkeit. Ja, also die ältere Zielgruppe auf jeden Fall und die Jüngere kommen glaube ich wirklich nur noch über die Superhelden

oder über die Fantasy. Die müssen das erst mal neu lernen, weil die können sich mit diesen Mythen gar nicht mehr identifizieren.

Sebastian Wolthaus

Ja okay, meinst du, weil dann auch wahrscheinlich das weniger in der Kindheit herangetragen wird, so wie wir das damals noch vorgelesen bekommen?

Hubertus Hinse

Ja, es wird immer weniger vorgelesen, immer weniger erzählt. Märchen und Mythen werden immer mehr ersetzt durch fiktive Geschichten. Ja, weil mal ganz blöd gesagt, selbst an so was wie Hänsel und Gretel, was an stink langweiliges Grimm'sches gesäubertes Märchen ist ja steckt trotzdem noch viel drin im Sinne von lebensweltlicher Erfahrung, Hunger, Not usw.

Das ist aber eine Welt, die so altmodisch ist, dass Jüngere da nicht mehr andocken können. Und wenn ich denen genau dieselbe Geschichte in einem Superheldenkostüm erzähle, springen sie wieder an, weil meinen, das ist Glaube und so ein ganz entscheidender Punkt. Die Storys selbst sind ja meistens universell. Aber ich finde die Mythen und Mythologie hat eine Ebene mehr als nur eine Story.

Und das ist nämlich eine sehr psychologische, sehr menschliche. Wie ich meine Lebenswelt erfahre und auch die Menschen vor Jahrhunderten es erfahren haben und was sich da vielleicht durchzieht. Der Zeit einfach viel ernsterer Aspekt.

Sebastian Wolthaus

Absolut. Dann habe ich hier noch eine Frage: Welche Faktoren sind deiner Meinung nach entscheidend für den Erfolg eines Films, der auf deutschen Mythen und Sagen basiert?

Hubertus Hinse

Ja gut, ich habe jetzt glaube ich schon recht ausführlich erzählt. Also genau das, was ich fürchte, dass der Erfolg wahrscheinlich genau darin besteht, dass man die Dinge nicht zu ernst nimmt und ich kenne einen Film, der es versucht hat. Ich kenn da leider

keine Zahlen. Und der Krabat, der ist ja auch vor einer Weile erst wieder verfilmt worden. Der ist ja schon mal relativ ernste Geschichte.

Also beim Krabat wird wenig gelacht. Aber der Erfolg war eher durchschnittlich. Na ja, ich weiß nicht, wie der genau gelaufen ist, aber na ja. Wann ist denn der gelaufen? 2000. Und wie viel hat er eingespielt - Acht, glaube ich.

Sebastian Wolthaus

Hier steht irgendwas. 13 Millionen finde ich.

Hubertus Hinse

Na ja, das ist jetzt für Deutschland nicht schlecht.

Sebastian Wolthaus

Aber wie viel Budget hatte der?

Hubertus Hinse

So, hier bin ich jetzt gerade bei Inside Kino. Das heißt, er hätte 1,3 Millionen Besucher gehabt.

Sebastian Wolthaus

Okay. Ja. Also 13, 13 Millionen \$.

Hubertus Hinse

Achso ja, Ja, Das ist nichts. Und 1,3 Millionen Besucher. Ja, das ist auch nicht so gigantisch.

Sebastian Wolthaus

Aber hier auf der anderen Seite. Numbers steht, dass es nur 5 Millionen waren. International Box Office.

Hubertus Hinse

Also ja, mal, man kann sich ja so was echt nicht verlassen.

Also auf jeden Fall der Erfolg, so wie ich das in Erinnerung hatte, war, obwohl der Film eigentlich gar nicht schlecht war, eher mittelmäßig. Aber es ist halt wieder ein ernster Stoff. Und ich glaub die Welt tatsächlich, obwohl ich diese mythischen Stoffe so liebe, die Welt ist momentan so ernst, dass die Leute, glaube ich, gerade auch die Jüngeren oder die, die noch aktiv ins Kino gehen, die wollen mehr Eskapismus als noch mehr ernste Dinge.

Sebastian Wolthaus

Aber das kann ich mir auch gut vorstellen, dass das so der Grund ist, dass man das ja dementsprechend transformieren muss. Also wenn man jetzt diesen Erfolg pushen möchte, sozusagen

Hubertus Hinse

Ja, aber das ist einfach und das ist nun mal mein kleines Ding, so die Frage. Das ist für die Filmindustrie natürlich eine ketzerische Frage, aber wie bemesse ich Erfolg?

Der finanzielle Erfolg ist mit den leichten oder mit eskapistischen Themen natürlich viel leichter zu haben. Nachhaltiger Erfolg braucht schon mal ein bisschen mehr Substanz.

Sebastian Wolthaus

Ja, absolut. Na ja, jetzt doppeln wir uns wahrscheinlich auch ein bisschen. Welche Herausforderungen siehst du bei der Produktion von Filmen, die auf deutschen Mythen und Sagen basieren?

Hubertus Hinse

Das sind tatsächlich erst mal, zwei Dinge: Drehbuch und Tricktechnik.

Und zwar Drehbuch...

Da ich jetzt auch noch nicht den Weltbestseller produziert habe, ist das immer blöd, wenn ich irgendwelche Sachen da kritisiere, aber ich finde, dass in der deutschen Drehbuchszene momentan zu stark nach Schema F gearbeitet wird. Ich finde, Drehbücher sind leider vom Aufbau her oft einfach zu unterschiedlich. Und leider finde ich gehen zu wenig Leute noch ein Risiko beim Drehbuch ein, dass man Irgendwas noch ein bisschen anders erzählt. Das muss nicht unbedingt an den Drehbuchautoren liegen. Ich glaube, das sind ganz maßgeblich vor allem die Redaktionen, die da dahinterstecken. Und ich glaube, Mythologie und das ist ja das Entscheidende. Also vielleicht doppelt sich mal, aber es ist echt noch mal ein eigener Punkt. Also ich finde, im Kino machen wir Storytelling.

Und Mythologie hat zwar was mit Geschichten zu tun, aber Mythen funktionieren nicht nach dem Storytelling Prinzip. Mythen funktionieren anders. Die haben keine Heldenreise, keine Entwicklung. Das sind eher Spiegel, die Zustände einer Seele aufzeigen. Und es sind quasi.

Einzelne Zustände. Und die Frage ist welche Story kann ich drumrum erzählen? Aber die Mythen selbst erzählen meistens noch nicht wirklich eine Story, wie sie das Kino haben will. Und ich glaube, da ist die größte Herausforderung zwischen der Geschichte und auch dem geschichtlichen Background der Mythen und einer guten Story zu vermitteln. Ich glaube das wird ein ganz entscheidender Schritt dabei sein.

Und von der technischen Seite her ist halt einfach das Ding. Ähm. Einerseits haben Mythen natürlich viel mit übernatürlichen Erscheinungen zu tun, mit unerklärlichen Dingen, Das heißt, ich brauche eine Tricktechnik, aber leider wird die in Deutschland halt sehr oft zumindest bei deutschen Produktionen sehr knappgehalten und teilweise auch einfach schlecht gemacht.

Sebastian Wolthaus

Du meinst also Spezialeffekte und visuelle Effekte?

Hubertus Hinse

Ja, darf ich auch sagen, weil ich habe es ja selbst auch gemacht und ich hatte halt ein extremes Minimalbudget und ich habe also wirklich viele Tricks einfach selber machen müssen.

Tatsächlich finde ich, es funktioniert auch mit wenig Budget dann, wenn die Geschichte dahinter gut ist. Ja. Aber das ist auf jeden Fall eine Herausforderung. Denn spätestens, wenn es auf die große Leinwand gehen soll, muss Tricktechnik einfach inzwischen bestimmten Erwartungen folgen, Special Effects, 3D Animation. Wenn ich mir was weiß ich, die Transformers oder irgendwas anschau, das besteht zu 90% aus FX und das ist für die meisten deutschen Produktionen überhaupt nicht mehr.

Sebastian Wolthaus

Und habt ihr dann auch mehr Special Effects verwendet oder mehr visuelle Effekte, also mehr in der Postproduktion, oder habt ihr auch schon viel vor Ort gemacht?

Hubertus Hinse

Ich hab ganz bewusst mich für so eine Art Low Budget Version entschieden. In dem Fall. Erst mal sehr viel. Einfach die Andeutung, die hohe Kunst der Andeutung. Heutzutage musst du alles zeigen. Bestes Beispiel kennst du die Alien Filmreihe?

Sebastian Wolthaus

Ja, kenne ich.

Hubertus Hinse

Alien eins Ende der 70er. Ich find ihn fantastisch. Und du siehst dieses verdammte Alien so gut wie nie. Ganz am Schluss kurz mal, mordsmäßig spannend. Und gleich der zweite Teil. James Cameron. Du siehst es. Du siehst es voll. Und es ist nicht nur eins. Du siehst, es sind Hunderten. Und es hat nicht mehr diese Spannung. Es ist ein Actionfilm. Und ich glaube, dass in der Andeutung wahnsinnig viel Potenzial liegt. Dass man gerade bei diesen Mythen Filmen nutzen kann, was wir selbst gemacht

haben. Sehr viele klassische Kameratricks mit Doppelbelichtungen, also sehr viel Geistererscheinung und was weiß ich wirklich ganz banal Szene ohne Schauspieler gefilmt, Szene mit Schauspieler gefilmt quasi aus meiner Sicht eben und ohne dass es halt irgendwelche großen Kosten hätte.

Und auch wenn es billiger ist, deckt es der manchmal auch von vom Publikum tatsächlich als billiger Effekt durchschaut wird, kannst du trotzdem relativ viel damit machen. Dann sehr viel mit Größenverhältnissen gearbeitet, weil es eben auch viele Kreaturen gibt, wie zum Beispiel die die Moosleute. Was also Kobold-Wesen sind. Aber die haben wir nicht übers Kostüm gekennzeichnet oder durch irgendwie auffällige Maske oder Effekt im Gesicht, sondern wirklich dadurch, dass er ein bisschen schräg geschauspielert haben und dann quasi vor Green Screen geschrumpft und von den großen Verhältnissen her einfach winzig, dass er überhaupt auf einem Tisch rumlaufen kann.

Technik funktioniert aber ja bei allem, wo es dann darum ging. Als ich dann wirklich FX gebraucht habe, sei es mal, dass da eine dämonische Gestalt mit Lichtblitzen um sich schleudert. Da haben wir es auch geschafft. Aber man sieht es natürlich, dass es eine Eigenproduktion ist. Gut, ich muss mich jetzt nicht ganz verstecken, aber hätte ich gerne besser gehabt.

Sebastian Wolthaus

Okay, sehr spannend. Weil man dann ja irgendwie so ein Projekt hat und weiß, wo man hinwill. Und dann ist die Frage, wie erreicht man das innerhalb der Grenzen des Budgets. Also ich sehe gerade, wir haben noch drei Minuten in diesem Meeting. Soll ich dir gleich einen neuen Link schicken?

Hubertus Hinse

Ja oder kann man das nicht einfach verlängern?

Sebastian Wolthaus

Ich glaube nicht, oder wie geht das? Im Zweifelsfall schicken wir einfach gleich neu.

Hubertus Hinse

Ja, genau. Okay. Also, wenn ich weg bin, dann werde ich sitzen und warte auf neuen. Alles klar.

Sebastian Wolthaus

Genau. Wie schätzt du die Finanzierungsmöglichkeiten für solche Projekte ein?

Hubertus Hinse

Momentan miserabel.

Sebastian Wolthaus

Worin ist das begründet?

Hubertus Hinse

Begründet damit, dass ich glaube, Kultur wird momentan leider sehr zurückgefahren und Filme zum Thema Mythen ist eher kultureller Bereich und weniger reines Entertainment. Momentan, also zumindest derzeit läuft die Filmförderung ja noch so, dass es im Endeffekt die Förderung raubt, sogar ein Kredit ist, den du dann im Erfolgsfall zurückzahlst. Also will die Filmförderung natürlich, dass es ein erfolgreicher Film ist.

Welcher Film wird erfolgreich? Eine Komödie. Und da haben wir das Problem. Deswegen wird ein Hui Buh produziert und viele ernsthaftere Filme eben nicht. Ja, man kann Glück haben, dass man da so ein bisschen als kulturelles Deckmäntelchen Glück hat und mal eine Förderung kriegt. Aber Beziehungen, Förderung in dem Bereich sind echt schwer. Es sei denn, man würde es schaffen, gesellschaftlich ein bisschen was zu bewegen, dass man sich wieder mehr mit der eigenen Mythologie und den eigenen Geschichten beschäftigt.

Das wäre dann schon ein wichtiger Punkt. Und ansonsten. Ja, von der Finanzierung her... Es gibt schon Bereiche, in denen dieses Thema Mythologie gefördert wird. Das ist aber fast überwiegend Brauchtumpflege und Literatur. Da fließen Fördergelder

aus ganz anderen Quellen, aber die machen eben keine Filmförderung. Und da ist die Frage, ob man von davon Finanzierungen kriegen könnte?

Sebastian Wolthaus

Ah, okay, ja, das ist ein interessanter Ansatz. Wie war das denn damals bei Drudenherz?

Hubertus Hinse

Da schick mir lieber gleich einen neuen Link.

[Das Zoom-Meeting musste durch die eingebaute Zeitbegrenzung beendet werden und wurde 10 Minuten später fortgesetzt]

Sebastian Wolthaus

Wir hätten jetzt die wunderschöne Frage, wie es mit den Finanzierungsmöglichkeiten aussieht?

Hubertus Hinse

Genau die Möglichkeit haben wir ja gerade schon mal drüber geredet.

Sebastian Wolthaus

Oder wie das jetzt auch bei Drudenherz war?

Hubertus Hinse

Also wie gesagt, es war eine Independent- und auch wirklich. Na ja, also manche Leute nehmen dafür noch nicht mal mehr Low Budget-Produktionen in den Mund. Insgesamt hat mich der Film so um den Dreh knapp 50.000 € gekostet.

Was aber auch nur deshalb möglich war, weil im Endeffekt auch die ganzen Schauspieler alle auf Rückstellung gearbeitet haben, einfach weil das Thema so geil fanden. Und ich habe tatsächlich einfach ein Teil selbst finanziert. Privatvermögen. Wir haben da eine Crowdfunding Kampagne laufen gehabt. Die hat tatsächlich ein paar 1.000 € zusammengebracht und dann über Mäzene, also jetzt nicht die klassischen Förderer, sondern wirklich Mäzene in dem Sinne auch die wollten gar nicht in der Werbung erscheinen.

Okay, Leute haben gesagt, ich finde dein Projekt so geil. Ich finde, das ist wichtig, dass diese Geschichten erzählt werden. Hier hast du Geld, aber ich muss mit dem Projekt gar nicht genannt werden. Dahinter steckt ja ganz einfach auch so die Erfahrung. Wenn ich jetzt einmal hier als Förderer auftrete, dann kommen die nächsten zehn Projekte auch zu mir und ich sehe dich und möchte dich fördern und dein Projekt. Und deswegen machen wir das so und tatsächlich war es dann so, dass der Film nicht Verlust gemacht hat und ich trotz Corona sogar mit nem kleinen Plus rausgegangen bin.

Sebastian Wolthaus

Okay, das ist ja wirklich klasse.

Hubertus Hinse

Und es war dann im Endeffekt tatsächlich die Kinoeinnahmen. Und natürlich dann die Unterstützung.

Sebastian Wolthaus

Und waren die Unterstützer, ich sag jetzt mal die Anonymen, sind das Bekannte von dir, oder? Wie baut man sich so etwas auf?

Hubertus Hinse

Tatsächlich eine Person, die ich kannte und eine andere Person, die letztendlich tatsächlich über Mundpropaganda auf mich aufmerksam geworden ist. Wir hatten vorher keinen Kontakt, wir kannten uns nicht. Und irgendwann kam halt mal plötzlich eine überraschend große Spende bei dem Crowdfunding rein und dann habe ich

dann Kontakt aufgenommen und dann sind ins Gespräch gekommen und dann gab es halt mehr Unterstützung.

Sebastian Wolthaus

Hey, Wow! Ja, manchmal ist es echt schön, wenn das dann so zusammenspielt. Sehr schön. Ich habe jetzt hier noch zwei Fragen zum Marketing und Vertrieb.

Welche Marketingstrategien werden deiner Meinung nach am effektivsten, um Filme über deutsche Mythen und Sagen zu bewerben?

Hubertus Hinse

Also ich denke halt mal, dass es, was ich ja eben sehr ausführlich erzählt, also dieser Spagat zwischen Mythen, Fantasy und Comedy. Und wenn man jetzt wirklich in die Mythen gehen will, dann glaube ich, wäre es wichtig für die Marketingstrategie, sich an andere, Player in dem Feld dranzuhängen. Zum Beispiel zu suchen, Wo sind zum Beispiel Jubiläen? Wo gibt es zum Beispiel, was weiß ich?

Vor kurzem war das Grimmjahr, weil die Gebrüder Grimm ein Jubiläum hatten. Wo gibt es irgendwas, wo ich einfach mediale Aufmerksamkeit, die eben nix mit dem Film zu tun hat, nutzen kann, um dann den Film zu platzieren? Und da wir ja hier beim Thema Mythen und gerade eben so deutsche Mythen bei einem sehr kulturellen Thema sind, glaube ich, wäre es wichtig, dass man da eben auch über andere Kultur-Anbieter rangeht.

Das gerade auch Bibliotheken, so altmodisch es vielleicht sein mag, aber Leute, die sich mit Mythologie auskennen, sind da auch immer noch dabei und meinen natürlich die, die ganz in Anführungsstrichen normalen Marketingkanäle, von Insta, Facebook Plakatwerbung, das muss man sich sowieso alles fahren. Das Entscheidende muss aber sein, wenn ich wirklich jetzt Mythen als Mythen erzählen will, dass ich durch meinen Auftritt im Marketing die Leute neugierig machen, nicht abschrecke, was aber bei dem Thema Mythen leider extrem schnell passiert.

Und ein Punkt, auf den man auch noch achten muss. Und das ist mir tatsächlich auch passiert. Wer leider relativ schnell anbeißt ist die rechte Szene. Also auch grad da war es zum Beispiel auch mit dem Drudenherz, was du da, was so urdeutsches und dann kriegte ich auch einige Kontakte oder Angebote aus der ganz rechten Ecke, wo ich dann sagen muss: Nein, sorry, damit ist zu tun haben. Auch da muss man ein bisschen aufpassen, weil auch teilweise in der Rechtsrockszene werden ja viele von diesen

deutschen mythischen Themen und Symbolen auch immer wieder verwendet. Muss sich halt immer die Frage stellen, ob er damit Verbindung gebracht werden möchte. Was übrigens noch ganz spannend war, dass teilweise eben auch je nachdem wie hart man in die Mythen einsteigen möchte, das Druidenherz ist jetzt inhaltlich geht es schon zur Sache, aber so rein von der optischen Gestaltung oder vom psychologischen. Der Film ist frei ab zwölf, also der ist jetzt ... Wobei das ist um ein ganz eigenes Thema.

Nur kurzer Exkurs FSK war für mich eine ganz heikle Geschichte, unter anderem, weil ich ja die ganze FSK selber zahlen musste. Die sind mir da also finanziell sehr entgegengekommen für die Prüfung, aber das ist halt schon richtig teurer Aufwand.

Sebastian Wolthaus

Okay, wovon sprechen wir dann so? Kannst du da so eine Hausnummer nennen?

Hubertus Hinse

Ursprünglich hätte die Prüfung glaube ich, 2.500 € gekostet. Nur die Prüfung.

Sebastian Wolthaus

Ok Wahnsinn. Also kriegt man dann auch dargelegt wofür? Was wird da genau geprüft und was rechtfertigt das?

Hubertus Hinse

Das wird einfach von einem Gremium angeguckt, die dann ein Dokument darüber schreiben und das geht nach Minuten. Und ich glaube FSK-Leute werden sehr gut bezahlt. Ich weiß es nicht. Angeblich machen die das ja ehrenamtlich. Ich habe keine Ahnung. Also ich will jetzt auch nicht zu sehr schimpfen, weil ich habe meinen Fall dargelegt und sie sind mir dann wirklich sehr entgegengekommen. Immer noch teuer genug, aber der Film ist frei ab zwölf und ich persönlich muss sagen, das finde ich Quatsch, weil ich hätte den Film frühestens ab 14 freigegeben. Die Kinos Kinobetreiber haben mich gebeten „Bitte macht keine FSK 16, weil dann kommt viel zu wenig Publikum ins Kino“, denn durch FSK 16 erwarten die Leute schon wieder was anderes.

Na ja, wenn FSK 16 draufsteht, dann erwarte ich Sex und Blut. Ganz einfach. Ist so. Und ich finde aber, dass der Film für 12-jährige zu hart ist, rein von dem, was da psychologisch passiert. Und deswegen habe ich persönlich immer dazu geschrieben. Ich empfehle ihn ab vierzehn, weil es fatalerweise in Deutschland es gibt, nur zwölf oder sechzehn und irgendwas zwischen passiert bei den Jugendlichen so wahnsinnig viel Entwicklung und es wird komplett ignoriert, dass ja also das eher, so, wo wollte ich jetzt gerade hin?

Genau von wegen wir waren noch beim Marketing. Also da ist die Altersfreigabe natürlich ein wichtiges Ding.

Spannend ist das tatsächlich im Horrorgenre. Also wenn wir auf die FSK 18 gehen, da werden die Mythen wieder geliebt, also auch gerade auf einigen Festivals und damals auch ein paar Filme sehr erfolgreich gelaufen oder einer, der ging auch schon ziemlich unter die Haut. Hagazussa, der so mit diesem ganzen germanischen Hexenmythos gespielt hat.

Sebastian Wolthaus

Hagazussa. Ach ja, jetzt wo ich den Schriftzug sehe, ja, ich habe noch beides auf meiner Watchlist.

Hubertus Hinse

Also der geht jetzt auch schon ein bisschen in die düsteren Tiefen der Psyche hinunter, aber der zum Beispiel findet ein Publikum. Und ich glaube, dass da zum Beispiel auch gerade bei den Mythen, das Nischenpublikum wesentlich zugänglicher ist als das Mainstreampublikum.

Sebastian Wolthaus

Ja, mehr so als Genre Film dann?

Hubertus Hinse

Is ja die Frage wofür will man produzieren und wo soll es hin? Aber im Genrebereich kann man mit den ganzen Thema Mythen halt viel klarer auftreten.

Sebastian Wolthaus

Ja okay, das ist gut. Ähm, wie wichtig wäre denn so der internationale Markt bei solchen Produktionen? Wie würdest du das einschätzen?

Hubertus Hinse

Ich glaube, dass es für den internationalen Markt...Ich tippe fast, dass es für den internationalen Markt wahrscheinlich uninteressant ist, weil die deutschen Mythen, sehr speziell sind und leider auch im Ausland sehr oft wieder mit Rechts und Hitler Naziregime unter eine Decke stecken. Deutsche Kultur ist was anderes. Also tatsächlich, im Ausland glaube ich, sind viele Leute an Deutschland interessiert. Ich glaube, dass wenn man ihnen einen Weg bieten könnte, deutsche Mythen zu entdecken, also sprich, dass es nicht per se ein Film über die Mythen ist, sondern ein Film über XY, in dem es einen gewissen mythischen Anteil gibt.

Das könnte ich mir wiederum spannend vorstellen. Aber ich glaube jetzt wirklich, mit dem Schwerpunkt deutsche Mythen wird man sich wahrscheinlich im Ausland eher schwertun.

Sebastian Wolthaus

Viele sagen ja, dieser Disney Ursprung, die haben ja auch viele Grimm'sche Märchen genommen und die transferiert.

Hubertus Hinse

Aber das ist ja genau das, was, was ich die ganze Zeit erzähle.

Das ist der Unterschied zwischen Märchen und Mythos. Im Märchen sind was anderes, die funktionieren, die sind erprobt, die sind kindgerecht, die sind leicht, die haben nicht so wahnsinnig viel Tiefgang. Das ist eben genau eine andere Kiste.

Sebastian Wolthaus

Ja, bei den Mythen beispielsweise mit der Weltanschauung und wie sich früher die Welt erklärt wurde.

Hubertus Hinse

Wenn man mal auf die Mythen guckt. Also da sind zum Beispiel dann ganz interessant eher die Japaner. Weil gerade in der japanischen Manga- und Anime Kultur tauchen sehr viele Gestalten auf, die im weitesten Sinne auf deutsche Mythen zurückgehen. Also Japan hat ein großes Faible für die deutsche Kultur und auch tatsächlich für deutsche Mythen. Also bei denen kann man wieder andocken, aber das ist dann wieder eher eine nischiges Publikum. Also es gibt so viele große Anime Filme, wo ich meistens die Bösewichte wirklich nach deutschen Sagen gestalten oder nach deutschen Dichtern oder teilweise nach Philosophen. Also es gibt einen sehr berühmten Bösewicht, selbst in einem Videospiel, der heißt Heidegger. Also die verwursten da gerne sehr, sehr viel, was so deutsch archaisch ist. Auch im asiatischen Raum, glaube ich, da wäre das schon eher interessanter. Nur sehe ich da eben keine deutschen Produktionsfirmen, sondern das sind dann eher asiatische Produktionsfirmen, die mit deutschen Mythen spielen und weniger, dass es deutsche Firmen sind, die es schaffen, über das Thema in den asiatischen Raum zu kommen.

Sebastian Wolthaus

Okay, und das liegt einfach an der Art, wie produziert wird oder worin würdest du das Begründen?

Hubertus Hinse

Ich glaube, das liegt einfach so ein bisschen an dem... Die Asiaten haben zum Beispiel in mancherlei Hinsicht so einen gewissen Hang zu einem sehr starken Expressionismus, zu einer fast schon ein bisschen Größenwahn. Während die deutschen Produktionen, das ist so dieses leider finde ich in Deutschland immer noch so massiv verbreitet sei klein, sei rational, stell dein Licht unter den Scheffel, bleib immer politisch korrekt. Du musst alles gut durchdacht haben. Wir sind die Gutmenschen oder Wir sind lustig. Und uns nur verstehen Sie dann im Ausland und dann verstehen wir nur die Deutschen.

Diese ganze Anime und Manga Schiene zum Beispiel. Was da an auch Gewaltexzessen einfach visuell umgesetzt wird, das kann es in Deutschland nicht bringen. Also. Ich frag mich zwar manchmal, warum? Ich stehe jetzt nicht drauf ist, es ist nicht mein Faible, aber es ist da halt eine ganz eigene Kultur und es ist einer der bekanntesten oder erfolgreichsten, Mangas überhaupt.

Ich hoffe Manga, ja, Manga müsste vom Stil sein. Ist Berserk, Ich weiß nicht, ob du den kennst?

Sebastian Wolthaus

Nee.

Hubertus Hinse

Da geht's um den Guten, Guts einen Söldner. Und das ist ein Millionenseller und es spielt halt einfach mit dem urgermanischen Berserkertum. Also spricht der rastet halt aus, bringt im Zweifelsfall auch seine Freunde um. Es ist total japanisch, aber es zieht halt in ganz vielen Bereichen so ganz komische Parallelen aus dem germanischen.

Also wird ein Millionenseller mega erfolgreich. Aber so was kann man in Deutschland nicht bringen.

Sebastian Wolthaus

Okay, einfach weil das Publikum nicht bereit dafür ist?

Hubertus Hinse

Nein, das deutsche Publikum importiert sich ja das Zeug. Nein, das deutsche Publikum importiert sich den Berserker. Der wird auch hierzulande super verkauft. Nein, das ist einfach unsere kulturelle Anschauung, unsere Politik, unsere Oberen, die uns unsere Denkstrukturen meinen vorgeben zu müssen und vor allem die Fördertöpfe.

Und ich muss natürlich auch sagen, dass solche Sachen halt im asiatischen Raum einfach. Hast du das mal gegoogelt? Berserk?

Sebastian Wolthaus

Ne, ich habe es mir jetzt nur aufgeschrieben, aber ich gucke mal.

Hubertus Hinse

Schau dir das mal an, das spielt also auch ganz stark so überhaupt deutsches Heldentum, Ritterrüstungen, schillernd, Wesen, also völlig abgefahrenes Zeug. Internationaler Millionenseller. Aber wenn du es dir anschaust, es funktioniert nur, weil es eben diesen japanischen Touch zum Größenwahn, zur totalen Übertreibung mitbringt. Und ich glaube, dass kein deutscher Produzent und kein deutscher Zeichner so ein Stil fahren könnte, weil wir uns einfach alle selber immer noch zu klein halten oder glauben, wir müssten zu historisch korrekt oder zu politisch korrekt sein.

Diese Größe trauen wir uns einfach nicht zu.

Sebastian Wolthaus

Ja, okay, ja, das ist spannend, weil ich. Letzte Woche hatte ich ein Interview mit André Hennicke. Ich weiß nicht, ob du den kennst den deutschen Schauspieler genau und er hatte auch so einen ähnlichen Ansatz. Er meinte halt, dass in Deutschland es oft so ist, dass in diesen Writers Rooms oder generell zu viele ins Drehbuch reinsprechen, dass man quasi erst mal mit einer guten Idee kommt, der Autor kommt mit einer guten Idee an und dann wird so lange alles raus gekürzt und so was, damit alle zufrieden sind, dass irgendwas rauskommt, was ich aber keiner mehr angucken möchte.

Hubertus Hinse

Ja, weil es halt einfach nur noch belanglos ist. Ja und das Erschreckende ist und das leider Belanglosigkeit von einem großen Teil des deutschen Publikums geschätzt wird.

Sebastian Wolthaus

Ja oder zumindest der Anschein erwartet gewahrt wird. Wenn jetzt andere sagen okay, dann will ich da jetzt nicht mit meiner Idee da rausstechen und sagen...

Hubertus Hinse

Ich glaube, es ist leider tatsächlich viel auch das Publikum. Ich meine, da können wir eine ganz eigene Diskussion aufmachen. Leider bin ich sehr davon überzeugt, dass das deutsche Publikum sich und seinem eigenen Geschmack nicht traut. Die brauchen immer ein Zertifikat, wo draufsteht, dass irgendetwas gut ist. Und dann gucken sie sich es an!

Aber selbst mal irgendwas anzugucken, zu sagen „Hey, das ist geil oder das ist scheiße“:

Sebastian Wolthaus

Also da ist nicht das Selbstbewusstsein vorhanden.

Hubertus Hinse

Überhaupt nicht. Ich hoffe, dass es irgendwann mal wieder mehr kommt. Und das ist auch in vielen anderen Disziplinen, sei es auch in der Kunst und in der freien Kunst. Wenn du hierzulande irgendwo ein Kunstwerk verkaufen willst, Gemälde oder irgendwas, ist die erste Frage. „Ja, wo haben Sie denn studiert?“ In England kommt jemand ums Eck sagt „Hey, das gefällt mir. Kann ich das kaufen?“ Das ist einfach eine andere Mentalität. Ich meine, anders kann ich mir auch nicht so diesen großen Erfolg von manchen Vorabendproduktionen im Fernsehen erklären. Aber es wird von sehr vielen Menschen gesehen und es ist dadurch erfolgreich, dass es eigentlich immer gleich ist, das wie so ein gemachtes Bett ist und dass du dich reinlegen kannst. Du weißt genau, was du kriegst. Und ja, ein großer Teil des Publikums, genau so was.

Sebastian Wolthaus

Ja, na, das ist dann ja auch wieder so ein bisschen diese Realitätsflucht oder diese Alltagsflucht und man weiß genau, was man kriegst, und kann dann für eine gewisse Zeit das ausblenden.

Hubertus Hinse

Es darf nur nicht zu echt, zu ernst und ans Eingemachte gehen. Sonst könnte man die Komfortzone wieder stören.

Sebastian Wolthaus

Da hast du recht. Dann habe ich jetzt noch zwei abschließende Fragen zur Zukunftsperspektive. Glaubst du, dass es in Zukunft eine steigende Nachfrage nach Film über deutsche Mythen und Sagen geben wird?

Hubertus Hinse

Ja, tatsächlich. Ich sehe, seitdem ich mich mit dem Thema beschäftige, dass es mehr wird, was da kommt. Alles wird angefangen von solchen Sachen wie Pass oder verschiedene Tatorte, also Tatort hat also mythische Themen jetzt schon mehrfach aufgegriffen. Ganz toll war einer. Das war glaub ich der erste sogar, der es mal tatsächlich am Ende offengelassen hat. Mensch, wie hieß denn der? Das spielte im Harz. Das war irgendein. Tatort. So ein Krimi, so mit zwei... Es hatte was mit dem Brocken und Walpurgisnacht zu tun.

Sebastian Wolthaus

Kann es sein, dass der auch Rauhnächte hieß? Ich habe nämlich auch einen Tatort gesehen, als ich mich auch mit dem Thema beschäftigt hatte, und da habe ich auch gesehen, dass eine Episode auch Raunächte hieß.

Hubertus Hinse

Ich glaube nicht. Also der ging eher um Hexen. Und was da interessant war, dass so zwei junge Mädchen immer wieder so als Running Gag durch den Film aufgetaucht sind, die aber irgendwie immer alles gewusst haben. Es sind immer ganz seltsame, unerklärliche Sachen passiert, wenn die irgendwo aufgetaucht sind. Und ganz am Ende hast du wirklich so den Verdacht.

Die zwei sind Jahrhunderte alt oder so, wie sie miteinander geredet haben. So, die letzte Einstellung war dann auch, dass die einen sagen: „So, jetzt lassen sie uns wieder für eine Weile in Ruhe“. Also so nach dem Motto, als ob wirklich diese Kinder alte Hexenseelen waren oder so. Ja, richtig cool gemacht.

Sebastian Wolthaus

Da haben sie die Idee also auch einmal bis zum Ende durchgezogen.

Hubertus Hinse

Genau, und sie haben es eben mal nicht als irgendwie psychologisch „die Kinder sind krank“ zerbrochen, sondern sie haben es durchgezogen. Fand ich sehr gut. Und ich glaube, dass es in Wellen geht. Ich glaube, dass immer mehr Nachfrage nach diesen Themen kommt. Dann wird sie wieder ein bisschen abschwächen und dann wird sie wieder kommen. Generell denke ich, aber da ist ein Interesse an.

Das Hindernis sehe ich eher da, wo wir sagen, so unsere Zielgruppe, weil es ist tatsächlich so eine Zielgruppe her eher ein bisschen was für die Älteren und es wäre mal wichtig, ein jüngeres Publikum zu begeistern für diese Thematik. Und da kommen wir die schwierige Frage, aber darüber haben wir noch gar nicht geredet. Wenn man sich mal die Bevölkerungsstruktur anguckt, ist ja quasi, je tiefer man in der Altersstruktur nach unten schaut, ist ja der quasi der Anteil mit Migrationshintergrund wird ja immer größer.

Und da ist zum Beispiel eine ganz spannende Frage „Warum sollte irgendwelchen Jugendlichen, die zum Beispiel aus irgendeinem türkischen, arabischen, ukrainischen, was auch immer Background kommen, sollen die mit deutschen Mythen anfangen?“ Es sei denn, ich finde eine Möglichkeit, ihnen das zu zeigen auf eine Art und Weise, die sie cool finden. Oder was noch viel spannender wäre auch deren Mythologie mal mit aufzugreifen.

Und warum nicht? So oder so ein Clash of Cultures deshalb, weil Mythologie gibt es - das ist ja das Geile - Mythologie gibt es in jeder Kultur. Jede Kultur hat ihre eigene Mythologie und deswegen weiß ich jetzt nicht, inwieweit man das nur auf deutsche Mythen beschränken kann, sondern inwieweit es nicht vielleicht mal interessant wäre, generell zu sagen, wir geben den Mythen auch anderer Kulturen mal mehr Raum.

Weil, ich habe schon so das Gefühl, dass gerade so eine Welle wiederkommt, wo die Leute ...Die Mythen sind was Uraltes und Gewachsenes. Daran kannst du dich auch ein bisschen festhalten. Und das gibt Halt und das ist halt was, das wird auch gebraucht.

Sebastian Wolthaus

Ja, das stimmt. Es hat sich ja auch über Jahrhunderte in Sprach- und Schriftform immer weiter ja verbreitet. Und jetzt scheint es aber immer mehr abzuebben. Zumindest bei denen, die jetzt quasi nachkommen.

Hubertus Hinse

Da wachsen mittlerweile künstliche Mythen auf. Zum Beispiel wenn ich an Pokémon, denke. Die Mythologie von Pokémon ist älter als viele junge Menschen heutzutage. Das heißt die sind damit groß geworden, dass selbst alte Leute sich schon über Pokémon unterhalten haben.

Sebastian Wolthaus

Da hast du absolut recht. Da habe ich jetzt noch eine letzte Frage. Welche Trends siehst du in der Filmindustrie, die das kommerzielle Potential, solche Filme beeinflussen könnten?

Hubertus Hinse

Na ja, also erst mal sehe ich die, die es massiv beeinflusst haben, jetzt nicht so sehr auf deutsche Mythen, aber wenn man sich mal anguckt, warum Star Wars so erfolgreich geworden. Die alten Star Wars Filme, das ist sehr mythologisch, also gerade allein auch die Figur vom Darth Vader usw.

Zu diesen Mythen und die Macht, das Unerklärliche und es geht eben. Das Märchen würde bei so was schon aufhören. Aber gerade so mit der Idee von der Macht, von einer kosmischen Kraft, die Dinge zusammenhält, das hat schon fast den spirituellen Anspruch und dass es Lucas damals geschafft hat Actionfilm, Ritter Film einen wie

auch immer spirituellen Anspruch und Weltraum und Soap Opera alles zu verbinden, da ist eigentlich wahnsinnig viel für dieses Genre passiert.

Das heißt in ganz vielen Bereichen waren die Mythen hier in der Kinolandschaft immer schon dabei und.

Wie war nochmal deine Frage? Ich wollte nämlich auf irgendetwas hinaus.

Sebastian Wolthaus

Wo liegen die Trends für solche Filme?

Hubertus Hinse

Tatsächlich erlebe ich in ganz, ganz vielen Subkulturen Erscheinungen einen wahnsinnigen Hunger nach Mythen und vor allem eben im ganzen Videospiele-Sektor und ganz massiv. Und das wird gespielt eben nicht nur von den Kids, sondern auch wirklich bis zu den 40 50-jährigen, ich meine ich bin 53 und hänge gerade in Elden Ring. Ich spiele gerade die Erweiterung Shadow of the Erdtree und das ist ja voller Mythen. Also es ist wirklich in der Fantasy Kultur im Videospielebereich da ist es gerade ganz stark, auch im ganzen Comic, Anime usw. Bereich. Conan Comics, Conan, der Barbar werden wieder neu aufgelegt. Also es kommt.

Die Frage ist halt, ob man es schafft jetzt wirklich auf die historisch korrekten Mythen zu kommen und einen Weg zu finden, die ebenso gut kommerziell umzusetzen. Also ich glaube der Durst nach Mythen ist da. Aber immer dann, wenn ich weiß, und jetzt sind wir wieder am Anfang, diese Mythen sind wirklich echt. Kann es abschreckend wirken.

Aber ich glaube, der Hunger ist da. Und oft ist es ja auch so, dass man einen Hunger auf etwas hat. Und wenn man es dann vor der Nase hat, ist man sich dann doch unsicher, ob man reinbeißen soll. Aber ich glaube, Menschen haben per-se einen Hunger nach Mythen und deswegen glaube ich schon, dass die Nachfrage, wenn man es geschickt angeht, da ist.

Sebastian Wolthaus

Ja, dann bin ich ja zuversichtlich. Vielen Dank Hubertus! Ich melde mich dann bei dir wenn die Arbeit fertig ist und lasse sie dir gerne zukommen.

Hubertus Hinse

Ja, perfekt. Ja, vielen Dank auf jeden Fall noch sehr cool, dass du dich mit der Thematik beschäftigst. Weil wie gesagt, mir liegt so sehr am Herzen.

Sebastian Wolthaus

Bis hoffentlich bald! Tschüss.

## 7. Anlage 3

Transkript des Interviews mit David Brückner

Interviewpartner:	David Brückner - Regisseur, Produzent, Kameramann und Filmeditor von <i>Rapunzels Fluch 1 &amp; 2</i> .
Datum:	31.07.2024
Art:	Zoom-Meeting

Sebastian Wolthaus

Okay. Alles klar. Dann läuft die Aufnahme jetzt. Genau. Also, ich hab das so ein bisschen unterteilt. Die ersten zwei Fragen beziehen sich jetzt erst mal auf die allgemeinen Marktchancen. Dann geht so auf die Erfolgsfaktoren, dann Produktion und Finanzierung. Dann Marketing und Vertrieb. Und dann einmal so die Zukunftsperspektiven.

Also die erste Frage wäre jetzt „Welche Marktchancen siehst du für Filme, die auf deutschen Mythen und Sagen basieren?“

David Brückner

Okay. Also Markt Chancen im großen Bereich denke ich eher weniger, habe ich das Gefühl. Einfach nur ein Grund, weil ich glaube, dann würde es mehr Filme in der Richtung geben, die mit hohen Budgets irgendwie gedreht werden oder die gefördert wurden. Und meiner Meinung nach passiert das irgendwie nicht. Also man hat es noch nicht so erlebt. Also ich habe gar nichts im Kopf. Deswegen passieren solche Filme also gerade im deutschen Bereich, entweder im Independent-Bereich, also in einem ganz, ganz klein budgetierten Filmbereich. Da kann ich dir einige nennen. Oder halt dann eben im internationalen Genre Filmbereich. Da funktioniert es auch wieder. In Deutschland wird irgendwie, obwohl es teilweise alles so deutsche Geschichten sind, irgendwie sträflich vernachlässigt. Es sei denn, es sind dann halt so was wie Chantal im Märchenland oder wie das hieß und was seine Zuschauer bekommt, aber ja auch eher wieder in diese Comedy Richtung geht. Und da scheint es wieder zu funktionieren. Also entweder so Richtung Familienfilm, Comedy oder halt Kinderfilm, aber ansonsten im Horror oder Genrebereich in Deutschland eher schlecht, würde ich sagen.

Sebastian Wolthaus

Okay. Ja, ich hatte mich jetzt auch ja jetzt neu mit dem Thema beschäftigt und ich hatte gesehen, dass die tatsächlich, letztes Jahr haben die zum Rattenfänger von Hameln - haben die so eine kleine Horrorfilmserie gedreht von ZDFneo war das initiiert. Und jetzt auch die Constantin. Diese dieses Produktionshaus in Bayern, die bringen auch jetzt dieses Jahr einen Kinofilm raus zu Hagen heißt der, glaube ich. Und daraufhin machen die auch irgendwie noch so eine Serie, die irgendwie groß angelegt sein soll. Die haben das irgendwie betitelt als das Game of Thrones aus Deutschland. Da bin ich auf jeden Fall mal sehr gespannt, in was für eine Richtung das gehen wird.

Also ja genau, Hameln. Okay, das ist tatsächlich mal gehört, genau der Trailer sah ja ganz geil aus. Das von Hagen, wirkt er immer noch deutsch irgendwie hier und da. Aber ja dazu. Das sieht ja schon cool aus.

Sebastian Wolthaus

Ja, kann man halt noch nicht sagen, weil es jetzt gerade im Moment produziert wird, aber noch nichts wirklich auf dem Bildschirm läuft. Also gibt es da keine Kritiken oder irgendwas. Fand ich nur nur ganz interessant, dass jetzt tatsächlich wohl ein paar Produktionen jetzt langsam anfangen. Aber gut, die Nibelungen, die wurden ja schon seit 100 Jahren werden die ja immer wieder verfilmt. Von daher kann man da jetzt wahrscheinlich noch keinen richtigen Trend ableiten, schätze ich mal.

David Brückner

Genau, wie gesagt, im Indie-Bereich auf jeden Fall. Guck einfach, da, wo mein Film auch gelandet ist, aber guckt da mal in diese Horrorabteilung oder das ist ganz vielen so, so, die Zahnfee wird dich holen oder , Sleeping Beauty irgendwas. Also dass dieser Trend immer noch so ein bisschen da das Horror ich sage mal Horror-Trash oder günstiger Horrorfilme da ja umgesetzt werden. Aber ich glaube das liegt auch daran, weil das ja letztendlich alles so Disneyfiguren sind oder sich die Figuren geschnappt hat.

Also wie so eine Red Riding Hood oder so was. Keine Ahnung. Und du die dann ja ohne die Rechte zu haben nutzen kannst da vielleicht liegt es daran, dass so ein Horrorfilm noch mit Rapunzel machen kannst, obwohl du keine Rechte dafür bezahlt hast.

Sebastian Wolthaus

Ja, klar. Copyright ist dann natürlich auch ein großes Thema bei der Stoffwahl sozusagen.

Dann würde ich jetzt einfach mal zur zweiten Frage übergehen. Welche Zielgruppen könnten sich denn besonders für solche Filme interessieren?

David Brückner

Die Zielgruppe für diese Art von Filmen. Also jetzt explizit Horrorfilm oder Genre?

Sebastian Wolthaus

Nee, eher generell für deutsche Mythen und Sagen im Film.

David Brückner

Ich glaube, dass die Zielgruppe sogar relativ hoch, weil irgendwie jeder damit ja eine Verbindung hat. Es kommt dann halt auch auf das Genre an, also nen Comedy Film wird wahrscheinlich eine breitere Zielgruppe haben als jetzt so ein Horror Slasher oder so was. Ja, aber ich denke mal, die Zielgruppe könnte relativ breit gefächert sein bei dem Thema.

Sebastian Wolthaus

Ja, alles klar, dann, würden wir jetzt einmal zu den Erfolgsfaktoren gehen. Welche Faktoren sind deiner Meinung nach entscheidend für den Erfolg eines Films, der auf deutschen Mythen und Sagen basiert?

David Brückner

Wiederhole das bitte nochmal.

Sebastian Wolthaus

Was wären jetzt so die Faktoren, die für den Erfolg von einem Film wären, die auf deutschen Mythen und Sagen basieren?

David Brückner

Ich denk mal, das wird ähnlich sein wie in anderen Filmen halt auch. Was man irgendwie schon mal bekannte Gesichter halt in den Cast hat. Es zieht meist ein bisschen mehr als jetzt. Wie wenn du ganz viele unbekannte Menschen dabei hast.

Dann muss die die Produktionsqualität relativ hoch sein. Kann ich mir vorstellen. Also gute Kamera, gute Sets, gute CGI. Das sollte schon irgendwie auch wichtig sein.

Und ich glaube, man muss es auch so ein bisschen die heutige Zeit ziehen. Also den Zeitgeist so ein bisschen umgarnen, damit das auch den Erfolg findet.

Ja so ein Film aus den Achtzigern wirkt da anders, wie so ein Film aus den 2020ern. Gerade jetzt hat Deadpool gesehen, der sich auch so ein bisschen lustig macht. Dann sieht man das noch mal, direkt, was ist gerade der Zeitgeist. Wie kann man sich lustig darüber machen? Wie kann man trotz alledem auch respektieren usw. Ich glaube, das ist schon wichtig, dass man das so ein bisschen aktuell hält.

Alles und so eine Art von Film. Das gar nicht so auf diesen Diversity-Train aufspringen, also wenn es denn es nicht irgendwie forciert wird. Es ist egal wer die die Hauptrollen spielt oder was für eine Hautfarbe, Sexualität die haben. Ich glaube, das ist gar nicht so wichtig.

Es muss halt irgendwie catchen. Die Zuschauer heutzutage.

Sebastian Wolthaus

Ja, auf jeden Fall, das stimmt. Okay, dann hab ich jetzt noch zwei Fragen zur Produktion und Finanzierung. Welche Herausforderungen siehst du für Produktion von solchen Filmen?

David Brückner

Ich denke mal, es kommt halt auch mal wieder so ein bisschen drauf an, wie setzt man den Film um? Also es ist jetzt irgendwie eine Sagen-Welt, die in die heutige Zeit

gezogen wird und du lässt das alles in der modernen Welt spielen? Dann kann ich mir vorstellen, dass es rein auf die Produktionskosten, die schon, mehr drücken kann, als wenn du sagst, okay, das spielt jetzt wirklich alles im Mittelalter oder in einer Fantasywelt oder in einer Welt, wo alles noch mal ein bisschen anders ist. Also keine Ahnung. Du hast jetzt Kostüme, du musst irgendwelche Ritter gestalten usw. und Menschen auf der Erde, die sich bekämpfen oder so, dann wird es halt sehr viel teurer werden. Und weil du halt selbst bauen musst usw. Aber wenn du jetzt das intelligent anstellst und du ziehst eigentlich das so ein bisschen, ich habe den Film nicht gesehen, aber dieses wie heißt es, dieses ... Chantal im Märchenland. Also, die haben das ja sogar ein bisschen falschherum aufgezoogen, weil die haben, ja gesagt, okay, wir sind ja in der normalen Welt und nur vom Trailer ausgesehen und gehen in diese Fantasy Welt. Das macht es natürlich viel teurer.

Ich würde es wahrscheinlich umdrehen. Ich würde sagen okay, da gibt's auch ein paar amerikanische Filme. Wir holen und die kommt jetzt in das New York der heutigen Zeiten. Es gibt ja auch so einen Film und das macht es wieder um einiges günstiger. Das sehe ich als größte Herausforderung: In welcher Epoche spielt der Film und wie will man das umsetzen? Auch im Horror-Bereich noch mal gibt es auch noch ein Film, der hieß Gretel und Hänsel. Der spielt dann auch in so einer Mittelalter Hütte mitten im Wald, hier bei der Hexe direkt. Das ist natürlich auch schon aufwendiger, als zu sagen okay, Hänsel und Gretel gehen in das leerstehende Haus von Oma Erna.

Sebastian Wolthaus

Ja klar, auf jeden Fall. Also dass man ja, das Szenenbild und Kostüme, Make-Up und so alles an diese Epoche anpassen muss, die man erzählen möchte.

David Brückner

Genau, wenn man es, wenn man halt diese Märchensache und die mehr Märchens also verbindet man immer mit Vergangenheit habe ich das Gefühl, wenn man in die heutige Zeit ziehen will, dann kommt es darauf an, wo spielt das und wie aufwendig ist es? Ist es ein Game of Thrones aus Deutschland oder eine GZSZ-Nummer.

Sebastian Wolthaus

Ja, auf jeden Fall. Ja dann die nächste Frage wäre jetzt: Wie würdest du jetzt die Finanzierungsmöglichkeiten für solche Projekte einschätzen?

David Brückner

Würde ich, gerade weil ich selbst auch so ein bisschen in dem Bereich bin und mich da probiert, also da ich selber ja im Independent Film - ganz klar so, dann ist noch mal ein bisschen was Spezielleres direkt finanziert worden von dem Vertrieb, der dir da die Kohle rüberschiebt. Und mit der Kohle kannst du dann, machen, was du willst. Wenn dann am Ende der Film da ist. Das ist auch eine Art von Filmemachen, die es so in Deutschland gar nicht gibt.

Weil Deutschland gehst du natürlich über die ganzen Fördersysteme und deswegen würde ich auch sagen, wenn man das hier in Deutschland machen will, ja, Stoffentwicklung, Projektentwicklung, Kunstproduktionsförderung, den ganzen Weg und die einfachste Möglichkeit ist wie gesagt, ich probier's grad selbst Stoffentwicklung einzureichen. Also überleg dir eine coole Idee, überleg ein cooles Genre. Überlegt dir irgendwie, was zeitgemäß vielleicht umsetzbar ist und macht daraus ein cooles Treatment. Und reicht das in der Förderung ein, die für dich da irgendwie zuständig ist. Und dann glaube ich ist das schonmal ein erster Schritt gemacht in Richtung okay, das könnte ein großer Film werden.

Du kannst natürlich auch als Stoffentwicklung machen, indem du einfach ein Drehbuch schreibst, aber dafür muss man ja auch erst mal irgendwie die Zeit finden und die finanziellen Möglichkeiten, um sich da auch mal so ein bisschen Zeit rauszunehmen für Recherche und fürs Schreiben.

Aber ja, Fördersystem hilft uns da natürlich erst mal sehr. In Deutschland würde ich sagen.

Sebastian Wolthaus

Ja, alles klar, das ist schon mal gut zu wissen. Dann habe ich noch die Frage: Welche Marketingstrategien werden deiner Meinung nach am effektivsten für solche Projekte, um die zu bewerben?

David Brückner

Marketingstrategie? Ich glaube, das sind die gängigen, die sehr zum Film oder auch im Gaming Bereich gibt. Also Trailer, Poster, Werbung in Form von Trends oder in irgendwelchen DVD-Magazinen oder im Internet auf Webseiten.

Also diese Art von Werbung, spezielle Art von Werbung, Marketing finde ich immer und habe ich da so einem kleinen Bereich auch versucht bei meinem Film bekannter Influencer irgendwie zu besetzen. Oder weiß ich Musiker oder keine Ahnung. Leute, die vielleicht gar nicht im Filmbereich tätig sind, sondern in einer anderen Art und Weise irgendwie bekannt sind. Wenn man die in den Film noch reinpackt und damit werben kann. Sehr wichtig, wenn es natürlich auch passt. Das ist natürlich doof. Wenn dann Kinos wie zum Beispiel Knossi nicht schauspielern kann, dann brauchst du auch Knossi nicht so, weil es den Film runterzieht, also keine Ahnung.

Aber gut, du hast die Werbung. Ich glaube, das ist die gängigste Form so was zu bewerben, was ich mal spannend finde und das auch so ein bisschen immer probiere. Bei meinen Ausführungen ja so ein bisschen aus diesem amerikanischen Bereich oder weil ich so ein bisschen geschädigt bin durch Berlin. Ich habe da mal ab und zu mal so was gefilmt, denn wenn es so Special Sachen gab, und zwar so an so eine Art Walking-Acts, also ins Kino zu bringen oder an spezielle Locations, Ich habe zum Beispiel dran gedacht, ich war wirklich nur Zuschauer bei Pet-Semetary im Film, also die Buchverfilmung von Stephen King und ich saß da halt ganz normal im Kino. Ich weiß gar nicht, welche Vorführung das war, ob es überhaupt die erste war, im Kino, in Berlin und auf einmal da die diese, diese Kinder mit diesen Tiermasken rein und haben da halt rumgetrommelt so es haben da ihre Aufführung gemacht, so in Form von wir werden jetzt unser Haustier oder so und das war weil du sitzt da drin oder ist okay jetzt kommt der Film oder irgendwas weil so ja, vielleicht war das auch, vielleicht lief der Film gar nicht. Vielleicht war es nur Werbung, weil der Film in einer Woche anläuft. Ja, und von Underground Marketing finde ich richtig geil. Ja, war es, dass sich dann Verleiher überlegt haben, hier Conjuring oder Incidious. Wir holen uns ein upgefucktes Haus in Berlin und machen da das Screening dann da drin und auch ein paar Walking-Acts, ein paar Geister und wie auch immer oder Blair Witch haben wir auch mal im auch in so einer abgefuckten Ruine mal angeguckt und das war das ist schon richtig geil, mal so was zu erleben.

Sebastian Wolthaus

Ja, das finde ich auch richtig cool. Das hatte ich auch irgendwie auf Instagram gesehen, dass sie auch zu IT haben, die auch in einer Stadt hatten, die überall dann so rote Luftballons. Irgendwo an irgendwelchen Gullys befestigt. Als Marketinggag.

David Brückner

Und sowas kommt halt natürlich auch wieder aufs Genre an, aber ja, so Horrorkrams würde ich auch so machen.

Genau. Also auf mich bezogen. Ich habe zum Beispiel, wenn ich Screenings hab und das irgendwie eine Premiere oder so was, dann habe ich auch die wilden Monster aus dem Film bei mir rumlaufen.

Sebastian Wolthaus

Ja, das hatte ich auch in eurem Making-Of gesehen.

David Brückner

Ja, und nicht nur irgendwie vor der Leinwand oder so, sondern halt auch das dann Rapunzel halt durch die Zuschauer läuft, während der Film kommt und die erst so ein bisschen teilnimmt und dann die Leute wirklich erschreckt. Der halt auch so und witzig und auch alle geile Sache, wenn die Leute dann noch einmal alle rumschreien am Kino oder im Saal. Aber das halt bezogen so aufs Genre und Horror ja, im Kinderfilm muss auch natürlich wieder ganz anderes irgendwie.

Sebastian Wolthaus

Ja, na ja, klar. Genau. Meine nächste Frage wäre: Wie wichtig ist der internationale Markt für den Erfolg solcher Filme?

David Brückner

Auch ich glaube, sehr wichtig. Also deswegen, wenn so was gemacht wird, wird es ja im Hinblick auf internationalen Markt gemacht. Auch wieder auf mich bezogen. War ein bisschen schade, weil ich habe es, als wollte er Verleih hat so ich habe einen deutschen Film gemacht und der lief dann nur auf dem deutschen Markt und dann ist er dann halt auch irgendwie auch gestorben, weil der Bedarf auch gar nicht da ist, dann wie international rauszubringen.

Aber wenn wir solche Horrorfilme sehen, dann sind die meistens irgendwie aus Amerika oder Nordamerika und auf Englisch und dann werden sie für die ganzen Märkte synchronisiert usw. Weil ich denke, dass der Markt weltweit sehr interessant ist für diese Art von, irgendwie auch europäischen Horrorgeschichten oder europäischen Geschichten. Und dass das dann auch ein asiatisches Publikum zum Beispiel cool findet und interessant findet, diese düsteren, was ja Märchen auch immer sind, ja mal zu erleben und kennenzulernen oder allein Disney auf Kinder bezogen hat auch die gesamte Karriere basiert auf diesen europäischen Märchengeschichten irgendwo ja, deswegen ganz der internationalen Markt ist da sehr, sehr wichtig.

Sebastian Wolthaus

Das ergibt Sinn. Dann einmal zu den Zukunftsperspektiven: Meinst du, dass es in Zukunft eine steigende Nachfrage nach Filmen über deutsche Mythen und Sagen geben wird?

David Brückner

Ich denke mal, dass wird also nicht steigen. Kann ich mir nicht wirklich vorstellen. Das wird immer. Peu a peu wird es dann mal so eine so einen Film oder so ein Projekt geben, was da heraussticht.

Aber dass es da jetzt irgendwie so einen Hype gibt, wie es jetzt hierbei beim Marvel und Comic Film war oder vielleicht noch so ein bisschen, ist das glaube ich nicht passiert. Ich kann mir nicht vorstellen, das ist ein Genre, das immer wieder von verschiedenen Genres genutzt wird und das kann ich mir dementsprechend vorstellen, dass da auch mal interessante Filme dabei rumkommen.

Aber ein Hype kann ich mir nicht vorstellen. Es ist eher so ein so ein Long-Time-Ding, was immer wieder auftauchen wird. Es wird eher die Chance, dass das ein Klassiker wird oder dass in 20 Jahren die Leute irgendwie so ein Film noch mal angucken, wie zum Beispiel dieses Drei Haselnüsse für Aschenbrödel, das Ding ist, das über 100 Jahre gefühlt weiter geguckt wird.

Das es ein Klassiker wird das kann ich mir gut vorstellen. Also Märchen kommen.

Sebastian Wolthaus

Und welche Trends siehst du denn in der Filmindustrie für das kommerzielle Potenzial von solchen Filmen?

David Brückner

Da habe ich eigentlich auch beantwortet. Also es wird eher darauf bezogen werden, was gerade spannend ist oder was gut läuft usw. und da auch wenn man nächsten zehn Jahre, wieder produziert.

Und das wird denke ich mal weiter noch stärker CGI lastig werden, demnächst auch mithilfe von KI usw. wird das noch mal die Türen öffnen und. Das kann ich mir vorstellen, dass es in die Richtung geht.

Sebastian Wolthaus

Okay, ja, perfekt dann ja, wenn es quasi schon ja, das ist es ja dann. Dann stoppe ich mal die Aufzeichnung.

## 8. Abbildungsverzeichnis

- Abbildung 1 Capterra. "Magisches Dreieck im Projektmanagement: So geht es!", verfügbar unter:  
<https://www.capterra.com.de/blog/3564/magisches-dreieck-im-projektmanagement>, Zugriff am 30. Juni 2023.
- Abbildung 2 Inhalte transformiert aus Polyoinos.net (o.D.) „Mythos und Märchen“, verfügbar unter:  
[http://polyoinos.net/Phantastik/Phantastik/myth\\_maer.html](http://polyoinos.net/Phantastik/Phantastik/myth_maer.html), Zugriff am 24. Juni 2024.
- Abbildung 3 Puca Print House, 2024. Mythische Bestien Deutschlands, verfügbar unter:  
<https://www.pucaprinthouse.com/post/mythical-beasts-of-germany>, Zugriff am 15. Juni 2024.
- Abbildung 4 The Numbers. „Urban Legend (Filmreihe)“. o.D., verfügbar unter:  
<https://www.the-numbers.com/movies/franchise/Urban-Legend#tab=summary>, Zugriff am 16. Juli 2024.
- Abbildung 5 Eigene Darstellung, Erstellt am 20. Juli 2024.

## 9. Literaturverzeichnis

Aversa, Sean: Crafting A Movie Franchise - An Examination of the Ingredients That Make Film Series Successful, in: Hollywood Insider, [online]  
<https://www.hollywoodinsider.com/crafting-movie-franchises/> [Zugriff am 08.07.2024].

Basuroy, Suman, und Subimal Chatterjee: Fast and Frequent: Investigating Box Office Revenues of Motion Picture Sequels, in: Journal of Business Research, Vol. 61, Issue 7, Juli 2008, [online]  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296307002482?via%3Dihub> [10.07.2024].

Bonhoeffer, Georg: Produktionsleitung für Film und Fernsehen, Hamburg: tredition GmbH, 2010.

Brandt, Reinhard u. Schmidt, Steffen: Mythos und Mythologie, Berlin, Akademie Verlag, 2014.

Brückner, David: Experteninterview, 31. Juli 2024, Anlage 3.

Brückner, David: Über uns, in: Ghost Pictures, [online] verfügbar unter:  
<https://www.ghostpictures.de/%C3%9Cber-uns/> [Zugriff am 29.07.2024].

Burde-Schneidewind, Gisela, und Griepentrog, Gisela: Deutsche Sagen demokratischen Charakters: Band 3, Historische Volkssagen aus dem 13. bis 19. Jahrhundert, Reprint 2022, Berlin; Boston: De Gruyter, 2022.

Cheshirescalli: Sagen- & Legenden-Gestalten und ihre Verfilmungen, o.D., in: Moviepilot.de, [online] Verfügbar unter:  
<https://www.moviepilot.de/liste/sagen-gestalten-und-ihre-verfilmungen-cheshirescalli?page=3> [Zugriff am 01.07.2024].

Deutsche Märchenstraße: Sagen und Legenden, [online] <https://www.deutsche-maerchenstrasse.com/maerchen/sagen-und-legenden> [Zugriff am 14.07.2024].

Dill, Ueli, und Walde, Christine (Hrsg.): Antike Mythen: Medien, Transformationen und Konstruktionen, Berlin; Boston: De Gruyter, 2009.

Falk, Maximilian: Drudenherz - Ein Fantasy-Film aus und über Ostbayern, [online] verfügbar unter: <https://www.idowa.de/regionen/woerth-und-regensburg/landkreis-regensburg/drudenherz-ein-fantasy-film-aus-und-ueber-ostbayern-1375491.html> [Zugriff am 27.07.2024].

FilmFrog: Why Franchise Films Still Dominate the Box Office, [online] <https://www.filmfrog.com/articles/why-franchise-films-still-dominate-box-office> [Zugriff am 01.07.2024].

Filmsite: Greatest Film Franchises - Title Screens, [online] <https://www.filmsite.org/series-titles-intro.html> [Zugriff am 05.07.2024].

Filmstarts: Die Nibelungen - Kritik, [online] verfügbar unter: <https://www.filmstarts.de/kritiken/281015.html> [Zugriff am 27.07.2024].

Filmstarts: Lorelei - Film 2020, [online] verfügbar unter: <https://www.filmstarts.de/kritiken/282102.html> [Zugriff am 27.07.2024].

Filmstarts: Rheingold - Film 2022, [online] verfügbar unter: <https://www.filmstarts.de/kritiken/290530.html> [Zugriff am 27.07.2024].

Filmportal: André M. Hennicke, [online] verfügbar unter: [https://www.filmportal.de/person/andre-m-hennicke\\_94a29fe955744f129b945cbaa93afdd0](https://www.filmportal.de/person/andre-m-hennicke_94a29fe955744f129b945cbaa93afdd0) [Zugriff am 29.07.2024].

Filmportal: Das kalte Herz, [online] verfügbar unter: [https://www.filmportal.de/film/das-kalte-herz\\_51f342f2c6c9449c9b6f4c9946d0a635](https://www.filmportal.de/film/das-kalte-herz_51f342f2c6c9449c9b6f4c9946d0a635) [Zugriff am 29.07.2024].

Grimm, J. und Grimm, W.: Deutsches Wörterbuch, Band 14, Leipzig: S. Hirzel, 1878, Spalte 1647, zitiert nach Polyoinos.net: "Mythos und Märchen," o.D., [online] Verfügbar unter: [http://polyoinos.net/Phantastik/Phantastik/myth\\_maer.html](http://polyoinos.net/Phantastik/Phantastik/myth_maer.html) [Zugriff am 24.06.2024].

Gruvi: Movie Audience Demographics, [online] <https://gruvi.tv/post/movie-audience-demographics/> [Zugriff am 04.07.2024].

Hennicke, André: Experteninterview, 16. Juli 2024, Anlage 1.

Herbert, Daniel: Film Remakes and Franchises, New Brunswick: Rutgers University Press, 2018.

Hinse, Hubertus: Drudenherz, [online] verfügbar unter: <https://www.drudenherz.de/> [Zugriff am 29.07.2024].

Hinse, Hubertus: Experteninterview, 24. Juli 2024, Anlage 2.

Holly, Karen: What Do Producers Want?, in: MovieMaker Magazine, 31. Januar 2023, [online] <https://www.moviemaker.com/what-do-producers-want-2931/> [09.07.2024].

IMDb: AMITYVILLE HORROR FRANCHISE FILMS (1979-2018), o.D., [online] Verfügbar unter: <https://www.imdb.com/list/ls027677338/> [Zugriff am 01.07.2024].

Köhlmeier, Michael: Telemach, 2001, zitiert in Bernd Seidensticker und Martin Vöhler (Hrsg.), Mythen in nachmythischer Zeit: Die Antike in der deutschsprachigen Literatur der Gegenwart, Berlin: De Gruyter, 2012.

Loudly. Why Filmmakers Need to Understand Their Audience, Zugriff am 7. Juli 2024. <https://www.loudly.com/articles/why-filmmakers-need-to-understand-their-audience>

Moviepilot: Hagen - Im Tal der Nibelungen, [online] verfügbar unter: <https://www.moviepilot.de/movies/hagen-von-tronje> [Zugriff am 27.07.2024].

Moviepilot: Hohlbeins - Der Greif, [online] verfügbar unter: <https://www.moviepilot.de/serie/der-greif> [Zugriff am 27.07.2024].

Moviepilot.de: Suche: 'Nibelung', o.D., [online] verfügbar unter: <https://www.moviepilot.de/suche?q=nibelung> [Zugriff am 17.07.2024].

Moviepilot: Wie Netflix unsere Sehgewohnheiten festhält und Erschreckendes zutage fördert, [online] <https://www.moviepilot.de/news/wie-netflix-unsere->

sehgewohnheiten-festhalt-und-erschreckendes-zutage-fordert-1110398  
[Zugriff am 17.07.2024].

Patsiarizis, Anastasia: Die Hintergründe der Horrorserie HAMELN AT, o.D., in: Stadt Hameln, [online] verfügbar unter: <https://www.hameln.de/de/buergerservice-verwaltung/die-stadtverwaltung/pressemitteilungen-und-kontakt/tourismus-freizeit/die-hintergruende-der-horrorserie-hameln-at> [Zugriff am 01.07.2024].

Peters, Patrick: *Deutsche Helden und Mythen*. 1. Edition, W. Kohlhammer GmbH, 2023.

Piree, Robin: What Makes a Good Movie?, [online]  
<https://robinpiree.com/blog/what-makes-a-good-movie> [Zugriff am 17.07.2024].

Prinzler, Hans Helmut: Die Nibelungen - Varianten der Verfilmung, 2016, [online]  
Verfügbar unter: <https://www.hhprinzler.de/2016/07/die-nibelungen-varianten-der-verfilmung/> [Zugriff am 01.07.2024].

Roßmann, Marcel: Quotencheck: 'Grimm', in: Quotenmeter.de, 2013, [online]  
verfügbar unter: <https://www.quotenmeter.de/n/64963/quotencheck-grimm>  
[Zugriff am 01.07.2024].

Rotten Tomatoes: Siegfried, [online]  
<https://www.rottentomatoes.com/m/1044213-siegfried/reviews?type=user>  
[Zugriff am 27.07.2024].

Snyder, Blake: *Rette die Katze*, 4. Auflage, Berlin: Autorenhaus Verlag GmbH, 2015.

Stierstorfer, Michael: Digitalisierungsstrategien antiker Hybridwesen in aktuellen Kinoblockbustern und deren Rezeptionsmodi im Lateinunterricht, 2022.

Storytelle: Projekte, [online] verfügbar unter: <https://www.storytelle.de/projekte>  
[Zugriff am 27.07.2024].

The Numbers: Urban Legend (Filmreihe), o.D., [online] verfügbar unter:  
<https://www.the-numbers.com/movies/franchise/Urban-Legend#tab=summary>  
[Zugriff am 16.07.2024].

Tißen, Tobias: Die Nibelungen soll das deutsche "Game Of Thrones" werden, in: Filmstarts, [online] verfügbar unter: <https://www.filmstarts.de/nachrichten/18525715.html> [Zugriff am 27.07.2024].

TV-MEDIA: Die besten Urban Legends, [online] <https://www.tv-media.at/collections/bestenliste-urban-legends> [Zugriff am 29.07.2024].

Von Wilpert, Gero: Literatur-Lexikon, Stuttgart: Alfred Kröner Verlag, 2001, S. 540, zitiert in: Patrick Peters: Deutsche Helden und Mythen, Stuttgart: W. Kohlhammer GmbH, 2023.

Weinreich, Frank: "Mythos und Märchen," Polyoinos.net, o.D., [online] Verfügbar unter: [http://polyoinos.net/Phantastik/Phantastik/myth\\_maer.html](http://polyoinos.net/Phantastik/Phantastik/myth_maer.html) [Zugriff am 24.06.2024].

Wikipedia: Amityville Horror, o.D., [online] Verfügbar unter: [https://de.wikipedia.org/wiki/Amityville\\_Horror](https://de.wikipedia.org/wiki/Amityville_Horror) [Zugriff am 01.07.2024].

Wuelker, J.: German Legends - Neue Mystery-Serie aus dem Writers' Room der TELLUX Gruppe, 2015, in: FFF Bayern Blog, [online] verfügbar unter: <http://blog.fff-bayern.de/german-legends-neue-mystery-serie-aus-dem-writers-room-der-tellux-gruppe/> [Zugriff am 01.07.2024].

Yellowbrick: "Effective Budgeting for Film Production Success," [online] <https://www.yellowbrick.co/blog/entertainment/effective-budgeting-for-film-production-success> [Zugriff am 07.07.2024].

Zarges, Torsten: Genre-Offensive: Dieser Produzent will Deutschland schocken, in: DWDL.de, zuletzt geändert am 22. Juni 2022, [online] [https://www.dwdl.de/magazin/87567/genreoffensive\\_dieser\\_produzent\\_will\\_d\\_utschland\\_schocken/](https://www.dwdl.de/magazin/87567/genreoffensive_dieser_produzent_will_d_utschland_schocken/) [Zugriff am 08.07.2024].

## 10. Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich an Eides statt, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit mit dem Titel „Das kommerzielle Potenzial deutscher Mythen und Sagen im Film: Eine Analyse für Filmproduzenten“ selbstständig und ohne unerlaubte Hilfe angefertigt habe. Ich habe keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt und alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, als solche kenntlich gemacht.

Diese Arbeit ist in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner Prüfungsbehörde vorgelegt worden.

Ich bin mir bewusst, dass eine falsche Erklärung rechtliche Konsequenzen nach sich ziehen kann.

Detmold, den 12.08.2024

*Sebastian Wolthaus*

---

Sebastian Wolthaus