Hollywood hilft Heimatfilm

Fördern für Fortgeschrittene: Wie subventioniert man eine Branche, ohne dass es den Staat etwas kostet?

Argentinien zeigt, wie das geht.

Text: Ingo Malcher
Foto: Thomas Eugster

Erst in diesem Moment verdient der Produzent Geld: Filmvorstellung im Lorca-Kino

WORK

Leben vom und für den Film (von links): Javier Leoz, Pablo Trapero, Pablo Casal

• Kino ist für Javier Leoz Malen mit Licht. Doch meistens sieht er nur Zahlen. Erst gestern traf er sich wieder mit einem Regisseur, der ihm ein Drehbuch vorlegte. Darin eine Szene, in der 150 Reiter in der späten Nachmittagssonne einen Hügel hinuntergaloppieren. Die Kamera soll den Reitern mithilfe eines Krans folgen und sie in der endlosen Weite der Pampa verschwinden lassen. Ein starkes Bild, sagte sich der Filmemacher. Nur Leoz konnte keine Pferde erkennen. Für ihn versanken unzählige Peso-Scheine im satten Grün der Landschaft.

Leoz, 44, ist Filmproduzent in Argentinien und damit ständig am Rechnen. Kostet seine Firma Sudacine ein Streifen zwei Millionen Peso, knapp 360 000 Euro, braucht er mindestens 100 000 Zuschauer, die an der Kinokasse eine Karte lösen. Doch auch dann hat er erst 52 000 Euro eingespielt. Den Rest deckt er durch Subventionen vom Nationalen Filminstitut (Incaa). „Ohne diese Zuschüsse würden hier wohl kaum Filme gemacht", sagt Leoz.

Filmrepublik Argentinien. Ein Land zwischen Anden und Atlantik, 42 Millionen Einwohner, abhängig von der Landwirtschaft, gut alle zehn Jahre von einer Wirtschaftskrise geplagt und notorisch pleite. Trotzdem wurden im vergangenen Jahr 154 Filme mit staatlicher Förderung gedreht. „In ihren Augen" von Juan José Campanella gewann den Oscar, andere brillierten auf den Festspielen in Cannes, Berlin, Venedig und Toronto.

Wie das möglich ist? Weil es dem Staat gelungen ist, ein Zuschussmodell zu finden, das ihn nichts kostet. Dadurch konnte eine Filmindustrie entstehen, die international erfolgreich ist und national gut bezahlte Arbeitsplätze schafft.

Für den Altmeister Luis Puenzo ist es „eines der besten Modelle der Welt". Der Jungfilmer Pablo Trapero macht es dafür verantwortlich, „dass eine neue Generation von Regisseuren hochgekommen ist". Und der Kritiker Javier Porta Fouz hält es schlicht für „ein Wunder".

Javier Leoz hat kein Büro. Er empfängt im Café Malasartes an der Plaza Cortázar von Buenos Aires. Eine Bar mit alten Holztischen, rustikalem Mauerwerk, zum Bier werden Erdnüsse gereicht. Leoz kam schon eine Viertelstunde früher, weil er es hasst, andere Leute warten zu lassen. Immer versucht er, alles genau durchzutakten. Eine Eigenschaft, die ihm in der argentinischen Filmbürokratie sehr entgegenkommt.

Das Geheimnis des Erfolgs: Die Argentinier sind kinosüchtig

Am Anfang steht nicht die Idee, sondern das Formular S900F. Damit beantragt Leoz beim Filminstitut die Beihilfen, die er dringend braucht. Erst wenn die Vergabekommission das Projekt für interessant erklärt hat, kann er anfangen zu arbeiten. So war es auch bei dem Ballettfilm „Aniceto" des Regiemeisters Leonardo Favio, den Leoz im vergangenen Jahr abgeschlossen hat. Als die Förderung bewilligt war, standen ihm auch Kredite zu, um die 200 Mitarbeiter am Set zu bezahlen. „Ich verdiene erst Geld, wenn das fertige Produkt im Kino läuft. Die Löhne vorzuschießen wäre unmöglich", sagt er. Der maximale Zinssatz, den ihm das Institut berechnet, beträgt vier Prozent. Für eine Hypothek müsste er gut 20 Prozent aufbringen. Das Institut kann sich das leisten, weil es auf eine schier unerschöpfliche Geldader gestoßen ist und ein klares Ziel vor Augen hat.

„Wir wollen fördern und eine nationale Industrie aufbauen, nicht Geld verdienen", sagt Liliana Mazure, Präsidentin des Incaa. Sie residiert in einem bronzefarbenen Hochhaus an der gigantischen Avenida 9 de Julio, im Zentrum der Hauptstadt. Die

Scheiben sind getönt, unter den Fenstern hängen Klimaanlagen, Kondenswasser tropft auf den Bürgersteig. Das Gebäude ist der Geldspeicher der Filmindustrie und Mazure dessen Hüterin.

Auf einem Blatt Papier, überschrieben mit „Kasse Incaa“, hat sie die Bilanz für 2009 erstellen lassen. Der ist zu entnehmen, dass sie für Subventionen und Kredite an Produzenten 85 Millionen Pesos, gut 15 Millionen Euro, ausgeschüttet hat. Eine beachtliche Summe.

Wie beachtlich, zeigt der Vergleich mit Deutschland. Argentinien hat ein Bruttoinlandsprodukt (BIP) von 307 Milliarden Dollar, Deutschland von 3,3 Billionen Dollar. Die Bundesregierung hat für die Förderung von Filmproduktionen und für Preisgelder im Jahr 2010 rund 68 Millionen Euro bereitgestellt – Geld aus dem Staatshaushalt.

Die Einnahmen, über die Liliana Mazure verwaltet stammen dagegen von den argentinischen Zuschauern. Knapp 185 Millionen Pesos, etwa 33 Millionen Euro, waren es im vergangenen Jahr. Also nicht aus dem Staatshaushalt. „Wir stehen auch deshalb so gut da, weil wir kinosüchtig sind“, sagt sie sanft.

Das Institut wird mit jedem Kinobesuch reicher. Von jeder Eintrittskarte, die in einem der 970 Lichtspielpaläste gelöst wird, gehen zehn Prozent automatisch an Mazures Geldspeicher. Auch von jedem DVD-Verkauf, jeder Ausleihgebühr in einer Videothek erhält sie zehn Prozent. Es spielt dabei keine Rolle, ob eine argentinische Produktion angesehen wurde oder ein Hollywood-Epos – Mazure verdient an jedem Filmgenuss. Auf diese Weise unterstützt selbst „Der unglaubliche Hulk“ – gedreht mit einem Budget von geschätzten 150 Millionen Dollar – nationale Produktionen wie „Aniceto“. Hollywood hilft Heimatfilm.

Mazure erhält zudem noch 25 Prozent der Werbeeinnahmen der Fernsehsender. Diese machen den größten Batzen in ihrem Etat aus, gut 70 Prozent. Damit steht die Förderung auf sicheren Beinen: Der Staat treibt das Geld ein, die Regisseure geben es aus – davon lebt eine ganze Branche.

Pablo Trapero, 40, hat Augen, die so scharf blicken, als könnte er sein Gegenüber röntgen. Er sieht in Baukränen Kulissen, in Polizisten Menschen, die in einem korrupten System verrohen, in Rechtsanwälten Helfershelfer der Unterwelt. Davon handeln seine Filme. „Ich bin ein Beobachter des Alltags“, sagt er.

Als er 1998 mit „Mundo Grúa“ seinen ersten großen Film drehte, machte er anfangs nur acht Kopien. Während Argentiniens damaliger Präsident Carlos Menem von blühenden Landschaften schwadronierte, machte Trapero einen arbeitslosen Kranführer zum Helden. Es war die aufmüpfige Arbeit eines ▸

Großes Kino: Dreharbeiten zum Film „Infancia Clandestina“ (Kindheit im Untergrund) von Benjamín Avila

Auch das ist großes Kino: Produktionshalle von Flektor

rebellischen Regisseurs, gedreht in Schwarz-Weiß. Am Ende hatte sie 100 000 Zuschauer, eine kleine Sensation.

Längst laufen seine Arbeiten in den großen Sälen, gilt er als einer der innovativsten Regisseure des Landes. Sein neuestes Werk „Carancho“ war einer der meistgesehenen argentinischen Filme im vergangenen Jahr. Gerade wird es von einem großen amerikanischen Studio für die USA adaptiert. Und trotzdem: Zwischen 30 und 80 Prozent des Budgets seiner Produktionen kommen vom Incaa. Anders wären sie nicht zu realisieren.

Die betriebswirtschaftliche Rechnung ist einfach. An jeder Kinokarte, die im Schnitt neun Peso kostet (etwa 1,60 Euro), verdient Trapero drei Pesos (knapp 60 Cent). Das ist selbst zum Sterben zu wenig. Wird dem Film aber das Prädikat „Besonderes Interesse“ vom Institut verliehen, erhält er zu den Subventionen noch einen Bonus: bis zum „anerkannten Produktionswert“ von 2,3 Millionen Pesos (rund 410 000 Euro) werden dann sämtliche Einnahmen an den Produzenten ausgeschüttet. Die Kosten für die Verbreitung des Films auf DVD werden ebenfalls übernommen.

So schafft es ein sparsamer Produzent, in die schwarzen Zahlen zu kommen. Geld verdient er meist erst mit dem Verkauf der Rechte ins Ausland oder durch einen Koproduzenten. „Man muss aber sehr genau kalkulieren“, sagt Javier Leoz von Sudacine.

Diese Sparsamkeit bringt Tüftler wie Pablo Casal, 38, und seine Firma Flektor an den Set. Er fertigt Film-Equipment und ist Teil der Zulieferbranche, die dank der Förderung entstehen konnte. In einer großen Halle im Viertel Barracas drückt er auf die Knöpfe seiner CNC-Maschine. Es riecht nach Öl und heißem Metall. Binnen Sekunden wird hinter dem Schutzglas aus einem Stab französischen Aluminiums eine Flügelmutter gefräst. Bis auf die Schrauben stellt Casal alles selbst her: Kamerawagen und die passenden Schienen, Kräne, Leuchten, Stative.

Auf der Werkbank steht seine neueste Entwicklung: ein 3-D-Rig für den ersten dreidimensionalen argentinischen Spielfilm. Nachdem „Avatar“ auch in Südamerika ein Kassenschlager war, fragte ihn vor Monaten ein Produzent, ob er ein Gerät für 3-D-Effekte herstellen könne. Er sagte, er werde es versuchen. Nächtelang saß er vor dem Computer, suchte nach Herstellern, druckte Produktbeschreibungen aus, baute Prototypen, verwarf sie, fing wieder bei null an.

Am Ende steht ein Gerät, das denen namhafter Hersteller ebenbürtig ist – nur eben preiswerter. Casals Rig kostet 22 000 Euro. Vergleichbare Rigs aus Europa oder den USA kosten mindestens 36 000 Dollar. „Ich ersetze Importe“, sagt er.

Was ein gutes Geschäft ist. Die Produzenten müssen sparen, drehen aber ohne Pause, weshalb Casal sieben Tage in der Woche

an der Werkbank steht und inzwischen in seiner Montagehalle wohnt. Am ersten 3-D-Rig hat er zwar nichts verdient, weil er sechs Monate lang daran gefeilt hat. Beim zweiten jedoch weiß er schon, wie es geht, und wird Gewinn machen.

Der Standortvorteil: niedrige Kosten, qualifizierte Mitarbeiter

Um die Filmproduktionsgesellschaften herum ist ein Universum an Firmen entstanden, die lukrativ arbeiten. Ob die Politik so weitsichtig war, das vorauszusehen, darf bezweifelt werden. Sicher ist: Es entstand eine wissensbasierte Hochtechnikproduktion in einem Agrarland, die sich vor der Konkurrenz in den entwickelten Ländern nicht verstecken muss.

Das muss auch Augusto Giménez Zapiola, 42, schon lange nicht mehr. In einer alten Fabrik am anderen Ende der Stadt schreitet er die Treppe hinunter. Er trägt Sandalen, Jeans und T-Shirt. Gerade kommt er aus Rom zurück, jetzt genießt er den Sommer in der Heimat.

Er ist ein weltweit gefragter Werbefilmer, abonniert auf Komödie und Schauspiel. Der Gunn Report setzte ihn auf Platz sechs der kreativsten Köpfe. Mit seiner Firma Argentina Cine hat er für Twix und Snickers, Renault und Chevrolet gearbeitet. Und sagt: „Die Werbung ernährt sich hier vom Kino." 500 Werbespots wurden im vergangenen Jahr in Buenos Aires gedreht. Das Personal ist hoch qualifiziert und ausreichend vorhanden. Es kommt aus der Spielfilmbranche. „In den vergangenen 15 Jahren ist durch die Subventionen eine Industrie entstanden, die uns sehr hilft. Ohne die wären wir nicht so weit gekommen."

Zapiola hat sich ganz der Werbung verschrieben. Bei seiner Arbeit machen es ihm die Behörden sehr leicht. Die Stadt Buenos Aires hat mit BASet eine eigene Agentur für Filmarbeiten eingerichtet. Wer auf der herrschaftlichen Plaza San Martín im Zentrum eine Szene aufnehmen möchte, muss nur im Internet die nötigen Daten eintragen. BASet erledigt den Rest und kümmert sich ▸

Hüterin des Geldes: Liliana Mazure

Stehen normalerweise hinter der Kamera (von links): Augusto Giménez Zapiola, Luis Puenzo, Lucía Puenzo

Machte aus Ideen Paragrafen: Julio Raffo

um sämtliche Genehmigungen. Aufgabe der Agentur ist es, den Standort zu stärken, damit die Produktionsfirmen ausgelastet sind. Nebenbei hat sie im vergangenen Jahr auch eine Million Pesos Gewinn, rund 180 000 Euro, erwirtschaftet.

Ganz im Gegensatz zu anderen staatlichen Behörden arbeitet BASet wie der Blitz. Nur 48 Stunden nach Antrag erhält ein Produzent Antwort, ob eine Genehmigung erteilt wird. In weiteren 48 Stunden sind alle Papiere da. Mit vier Tagen Vorlauf kann eine ganze Straße zur Kulisse umgebaut werden, in einer Stadt, die im Handstreich wie Paris, Madrid oder Rom wirkt. Die Schönheit von Buenos Aires und das technische Know-how der Unternehmen machten sie zu einer beliebten Location von Werbefilmern.

Das ist ganz im Sinne von Julio Raffo, 67, einem der geistigen Väter des Film-Clusters. Anfang der neunziger Jahre lag die argentinische Filmindustrie darnieder. Es wurde weniger gedreht als zu Zeiten des Stummfilms. Die Vereinigung der Produzenten stellte eine Kommission zusammen, die das alte Fördergesetz überarbeiten sollte. Über eine Abgeordnete wurde es später in den Kongress eingebracht. Monatelang feilten die Regisseure an dem Entwurf. Raffo half ihnen, Ideen in Paragrafen zu übersetzen. „Die Idee damals war, das eigene Kino zu fördern, damit es gegen die Hollywood-Produktionen nicht untergeht“, sagt Raffo.

Diese Mission wurde erfüllt. Mit dem neuen Gesetz stieg der Etat des Incaa von drei Millionen auf 55 Millionen Dollar. Heute beläuft er sich auf 100 Millionen Pesos, was wegen der regelmäßig wiederkehrenden Krisen im Land nur noch 18 Millionen Euro sind. Aber das Geld steht der Industrie zur Verfügung, und das Ergebnis kann sich sehen lassen. Auch in den Multiplex-Kinos des Landes gehören nationale Produktionen zum Standardprogramm. So lockte der Oscar-Sieger „In ihren Augen“ im vergangenen Jahr 1,2 Millionen Zuschauer in die Säle. Andere Filme, wie „XXY“ von Lucía Puenzo erreichten ebenfalls ein überraschend breites Publikum.

Das Reservoir an Geschichten ist unerschöpflich. Dazu gehört auch Josef Mengele in Patagonien

Durch die vergitterten Fenster scheint helles Sonnenlicht auf den Schreibtisch von Lucía Puenzo, 34. An der Wand hängen zwei Schwarz-Weiß-Bilder. Das eine zeigt Josef Mengele, das andere Àlex Brendemühl, einen spanischen Schauspieler, der dem KZ-Arzt erstaunlich ähnlich sieht. In ihrem Film „Wakolda“ wird Brendemühl Mengele spielen, wie er auf seiner Flucht vor dem Mossad drei Monate in Patagonien bei einer Familie untertaucht. Nur langsam schöpfen die Gastgeber Verdacht und spüren die Gefahr. Argentinien hat ein großes Reservoir an Geschichten für Drehbuchautoren.

„Wakolda“ ist bereits Puenzos dritter großer Spielfilm. Beim Koproduzentenmarkt auf der Berlinale im Februar war er „das populärste“ Projekt, berichtete das Fachblatt »Variety«. „Viele junge Regisseure halten es für ganz normal, dass sie einfach drauflosdrehen können“, sagt sie. „Dabei ist das wirklich ein Privileg.“ Luis Puenzo, 65, ihr Vater, steht in der Tür und schaltet sich ein: „Das ist eine Besonderheit dieses Landes.“ Er hat damals am neuen Fördergesetz mitgearbeitet und war einer seiner feurigsten Verfechter.

Die Puenzos sind eine Filmdynastie in Argentinien. Der Vater Luis gewann 1986 mit „La historia oficial“ („Die offizielle Geschichte“) den ersten argentinischen Oscar. Seine Söhne Nico und Pepe drehen auf der ganzen Welt Werbespots. Die Tochter Lucía folgt dem Vater. Trotz ihres Namens braucht auch sie die Stütze vom Staat. „Etwa 90 Prozent aller Produktionen kommen nicht ohne Zuschüsse aus“, sagt sie. Im Juli beginnt Puenzo mit den Dreharbeiten für „Wakolda“. Die Kredite hat das Filminstitut bereits bewilligt und dem Film das Prädikat „Besonderes Interesse“ verliehen. Puenzo lächelt zufrieden.

Ihr Vater ebenso. Er bittet noch schnell in sein Büro, entschuldigt sich für das Chaos, er ziehe bald um. Zum Abschied will er noch eine Broschüre übergeben, in der die nächsten Projekte der Firma dokumentiert sind. Fünf Filme wollen sie in den kommenden zwei Jahren produzieren. „Wenn alles gut geht, können wir das schaffen, aber man weiß ja nie“, sagt er. Dann verabschiedet er sich.

In der Ecke neben der Tür stehen in einer Plastikkiste seine Trophäen. Eine überragt alle: der Oscar. Fast wäre man über ihn gestolpert. Er steht dort, leicht angestaubt und versteckt. Ganz so, als sei er nicht mehr wichtig, weil jetzt die junge Garde übernimmt. ▬