

# Filmbiografien: Bewegte Bilder liegen im Trend

Filmbiografien von Privatpersonen entwickeln sich zum boomenden Markt: als Geschenk zu Jubiläen oder anderen Anlässen. Vergleichsweise niedrige Herstellungskosten und digitale Kamertechnik machen dies möglich, wie ein Gründerbeispiel aus Berlin zeigt.



**JAMES BOND LÄSST GRÜSSEN:** Die beiden Filmbiografen Sascha Quednau (35, vorn) und Joachim Mühleisen (34) vor ihrem Ladenbüro in Berlin-Prenzlauer Berg.

Schon während ihres Studiums der Filmwissenschaft an der Technischen Universität in Berlin drehten Joachim Mühleisen (35) und Sascha Quednau (35) leidenschaftlich gerne Kurzfilme. „Als meine Großmutter im Oktober 2001 schwer erkrankte und sich abzeichnete, dass sie nicht mehr lange leben würde, beschloss ich, ihre Lebenserinnerungen in Wort und Bild festzuhalten“, berichtet Joachim Mühleisen. Der gebürtige Reutlinger nahm seine 1-Chip-Mini-DV-Kamera und interviewte die alte Dame in mehreren Sitzungen. Dann montierte er die Interviews mit altem Fotomaterial kunstvoll aneinander und unterlegte viele Szenen mit passender Musik. „Meine Familie

war begeistert, die Oma weinte vor Rührung“, erinnert sich Mühleisen. Auch Sascha Quednau findet auf Anhieb Gefallen an dem sehr persönlichen Filmporträt und dreht nur kurze Zeit später selbst einen Film über seinen Großvater. **Vom privaten Porträt zur Geschäftsidee** Die Idee, ältere Menschen mit der Kamera zu begleiten und deren **Kontakt:** **Vitascope GbR Filmgesellschaft** Joachim Mühleisen und Sascha Quednau Stubbenkammerstr. 13 10437 Berlin www.vitascope.de

Lebensgeschichten in Form eines Filmporträts Revue passieren zu lassen, ließ Joachim Mühleisen und Sascha Quednau auch nach ihrer Studienzeit nicht mehr los. Im Winter 2003 trafen sich die beiden ambitionierten Filmwissenschaftler, um ihre Geschäftsidee zu konkretisieren. Wochenlang recherchierten die beiden Gründer in spe im Internet und in Branchenbüchern, doch eine Produktionsfirma für private Lebensgeschichten auf Film gab es bis dahin noch nicht.

**Spezialität: Der „Bastard-Film“** Im Juli 2004 gründeten Mühleisen und Quednau die Filmfirma Vitascope GbR in Berlin. Wenig später, im Dezember 2004, erweiterten die beiden Gründer ihre Dienstleistung um ein weiteres Filmformat. „Über den sogenannten Bastard-Film können Kunden zum Beispiel Marlon Brando in ‚Der Pate‘ ersetzen. Oder sie können in eine vollkommen neu kreierte Rolle schlüpfen und an der Seite ihres Lieblingsstars glänzen“, erläutert Mühleisen die Idee. Den auffälligen Namen „Bastard-Film“ haben die beiden Filmemacher an den gleichnamigen Bastard-Pop angelehnt. Quednau: „Im Bastard-Pop werden ähnlich wie bei unseren Filmen alte mit neuen Aufnahmen vermischt.“ Seit Kurzem bieten die beiden Filmemacher auch Image-Filme für Unternehmen, Langzeitdokumentationen für Fernsehsender und sogenannte Trailer-Ankündigungsfilme an, etwa für Kurzfilm-Festivals.

Insgesamt 8.000 € investierten Joachim Mühleisen und Sascha Quednau aus eigenen Mitteln in den Geschäftsaufbau. Davon kauften sie für knapp 6.000 € zwei semiprofessionelle Digitalkameras der Marke Sony Mini Digi DV. Mit den restlichen 2.000 € erwarben sie zwei Kamerastative, zwei Mikrofone und drei Lampen für die Beleuchtung sowie spezielle Software für den Filmschnitt. Anschließend mieteten die Profifilmer ein 85 Quadratmeter großes Ladenbüro für monatlich 500 € Miete.

**So läuft ein typischer Auftrag ab** Interessenten schicken Mühleisen und Quednau ein Angebot mit Leistungsumfang und Preisangabe. Stimmen diese zu, beginnen die Filmprofis mit ihrer Recherche. „Wir notieren uns die wichtigsten Stationen aus dem Leben des Protagonisten, auch um zu erfahren, was den Menschen am meisten bewegt hat. Dann erst entwickeln wir einen Drehplan mit allen Orten wie etwa dem Elternhaus oder der Trau Kirche“, erklärt Sascha Quednau. Ist der Film schließlich im Kasten, beginnt die oft zeitaufwändigere Post-Produktion. Quednau: „Zuerst erfolgt der Roh-, später dann der Feinschnitt.“ Das Gründertduo berechnet je nach Aufwand und Länge zwischen 1.000 und 1.400 € pro Filmporträt. Gut fünf Arbeitstage sind die beiden Filmemacher mit der Produktion eines durchschnittlich 45-minütigen Porträts beschäftigt.

**Besonderheiten bei den nachgestellten Filmszenen** Bei den sogenannten Bastard-Filmen prüfen die Filmemacher erst einmal, ob sich der jeweilige Wunsch auch tatsächlich verwirklichen lässt. „Das klappt nur, wenn wir auch in der Lage sind, das Setdesign und das Kostümbild des jeweiligen Filmklassikers weitestgehend nachzubauen“, erklärt Mühleisen. „Science-Fiction- und Action-Filme scheiden daher schon einmal von vornherein aus.“

Gut erinnern kann sich Mühleisen noch an den kniffligen Auftrag für das NDR-Kulturjournal: „Wir sollten in einem Sissi-Film die Hauptdarstellerin Romy Schneider in einer Szene durch die Kulturjournal-Moderatorin ersetzen.“ Besonders schwer sei es gewesen, den Originalton von Romy Schneider den Lippenbewegungen der Moderatorin anzupassen. Je nach Aufwand berechnen Mühleisen und Quednau für ihre Bastard-Filme bis zu 250 € Tagesgage pro Person.

**Achtung, Urheberrecht!** Gegen mögliche Klagen, die bei Verletzungen des Urheberrechts auf die beiden Gründer zukommen könnten, fühlen sie sich gewappnet. „Die Verantwortung für die Musik- und Filmrechte liegt beim Kunden. Seder wie der NDR müssen sich vor Ausstrahlung der Bastard-Filme um die Erlaubnis der Urheber kümmern“, erklärt Mühleisen. Dagegen sichern sich die Gründer bei ihren Privat-Kunden schriftlich ab. „Unsere Kunden verpflichten sich vorab, die Filme nicht für kommerzielle Zwecke zu nutzen oder einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen“, erläutert der Profi-Filmer.

**Die Kunden: Privatleute, Musikverlage und TV-Sender** „Das Kunden-Spektrum reicht von der Woolworth-Kassiererin über die Hausfrau bis zum Apotheker“, berichtet Joachim Mühleisen. Die meisten Privatkunden seien zwischen 25 und 40 Jahre alt. Bei Bastard-Filmen beobachten die beiden Gründer eine eher jüngere Kundschaft im Privatkundenbereich. „Allerdings fragen zurzeit vorwiegend Firmenkunden wie Musikverlage oder Fernsehsender dieses Angebot nach“, betont Mühleisen. Zurzeit beschäftigen Mühleisen und Quednau je nach Auftragsaufwand ein bis maximal zwei freie Mitarbeiter. Das Honorar der freien Mitarbeiter richtet sich nach dem, was der Auftraggeber zahlt. Es liege aber selten unter 150 € Tagesgage.

## Filmbiograf

**Die Idee:** Filmbiografien für Privat- und Geschäftskunden. **Gesamtinvestitionskosten:** 4.000 bis 8.000 € - abhängig vom Umfang der technischen Ausrüstung. Größter Posten: Digitalkamera für 2.000 bis 3.000 €. **Umsatz und Gewinn:** Die beiden Gründer rechnen im aktuellen Jahr mit einem Umsatz in Höhe von 35.000 €, davon gut 70 Prozent Gewinn. **Unsere Meinung:** Ein lukrativer Geschäftszweig im Markt der Privatbiografien. Allerdings sind Gründer gut beraten, vorab ein tragfähiges Marketing-Konzept zu entwickeln. Professionelle Kenntnisse in der Herstellung von Filmproduktionen sind zwingend notwendig.

**In Zukunft will Vitascope professioneller arbeiten** Noch vor einem Jahr gingen beide Jungunternehmer Nebentätigkeiten nach, um sich finanziell über Wasser zu halten. „Auch wenn wir noch kleine Brötchen backen müssen, haben wir allen Grund, zuversichtlich zu sein“, betont Quednau jedoch. Die beiden Film-Biografen rechnen für das aktuelle Jahr mit einem Umsatz von mehr als 35.000 €. „Das entspricht einer Steigerung von über 50 Prozent im Vergleich zum vergangenen Jahr“, freut sich Mühleisen. Dem gegenüber stehen Kosten von 800 € monatlich für Miete, Telekommunikation und Internet sowie Reparaturen, Filmkassetten und technische Neuerwerbungen.

In Zukunft wollen die beiden Film-Biografen ihre Kundenakquise mit gezielten Marketing-Aktionen deutlich ankurbeln. „Wir knüpfen gerade Kontakt zur ‚Gesellschaft für soziale Unternehmensberatung‘ – eine Initiative des Berliner Wirtschaftssenats, die junge Unternehmen beim Geschäftsaufbau unterstützt“, verrät Quednau. Post- und Visitenkarten zu Werbezwecken haben die beiden Gründer schon mal vorsorglich drucken lassen. **Andreas Voigt** redaktion@geschaeftsideoe.de