

Damit die Klappe in Brandenburg fällt – Anleitung für Motivgeber

Warum eine Filmproduktion in die Region holen?

Es gibt verschiedene Gründe, weshalb Dreharbeiten gut für eine Region (ein Motiv) sein können:

- **Wirtschaftliche Effekte:** Je nach Umfang der Dreharbeiten ergibt sich ein wirtschaftlicher Effekt **für die Location, die Region und Dienstleister**, wie z.B. Hotels, Restaurants, Handwerk, Handel oder auch Anwohner*innen die als Komparsen tätig werden können.
- **Nachhaltige Effekte:** Neben dem direkten finanziellen wirtschaftlichen Effekt können Filme nach ihrer Ausstrahlung weiterhin in den klassischen als auch in den sozialen Medien präsent sein und **ein Interesse an den Drehorten aufrechterhalten** und somit Besucher in die Region holen.

Welche Rahmenbedingungen sind gut für Filmarbeiten:

Die Wahl eines Motivs ist verschiedenen Faktoren unterworfen. Passt das Motiv zum Drehbuch? Ist die Größe des Motivs ausreichend? Wie groß ist der logistische Aufwand für die Produktion, am Motiv zu filmen?

Eine Analyse der Drehaktivitäten im Film- und Fernsehland Brandenburg hat gezeigt, dass Produktionsfirmen immer gerne mit der nächsten Produktion in eine Region zurückkommen, wenn sie dort gute Erfahrungen gemacht haben und auf ein entsprechendes Netzwerk zurückgreifen können. **Filmfreundliche Rahmenbedingungen** werden demnach immer wichtiger und spielen **auch eine Rolle bei der Entscheidung** für einen Drehort. Kurze Wege im Genehmigungsprozess und eine gute Vernetzung der Ansprechpartner*innen vor Ort erleichtern allen Beteiligten die Zusammenarbeit.

- **Zentrale Ansprechpartner*in:** Kommunizieren Sie auf Ihrer Website ein/e zentrale Ansprechpartner*in für Filmarbeiten. Diese/r sollte sehr gut zu erreichen sein und direkten Kontakt zu anderen behördlichen Ansprechpartnern*innen haben, um am Ende die Genehmigung aus einer Hand zu erteilen. Die Fachbereiche Straßenverkehr, Tiefbau, Grünfläche, Umwelt- und Naturschutz u.a. sollten von Anfang an involviert werden, wenn es der Drehort und die Maßnahmen verlangen.
- **Kurze Antragsfristen & Bearbeitungszeiten:** Es ist wichtig, dass Anfragen umgehend bearbeitet werden und Genehmigungen nach Antragsstellung innerhalb von max. zwei Wochen erteilt werden.

Wie werden Filmschaffende auf eine Location aufmerksam?

Wurde ein Film an einem Ort gedreht, ist der Ort bei Locationscouts bekannt. Bevor es soweit ist, gibt es u.a. folgende Möglichkeiten:

- **Eintrag in Motivdatenbanken:** Sie stellen Bild- und Informationsmaterial von ihren Locations zur Verfügung. Die Fotos sollten aktuell und aussagekräftig sein. Die Einträge sind kostenfrei.
- Folgende Datenbanken bieten sich an: www.bbfc.de (Berlin Brandenburg Film Commission, BBFC) sowie www.bvlocation.de (Bundesverband Locationscouts, BVL)
- **Infoschreiben an Locationscouts:** Eine Liste der Locationscouts finden Sie in der Adressdatenbank der BBFC unter www.bbfc.de oder unter www.crew-united.com sowie eine Mitgliederliste beim BVL unter www.bvlocation.de. Schreiben Sie eine E-mail mit aussagekräftigen Fotos und Kontaktdaten.
- **Artist in Residence für Drehbuchautoren*innen:** Inspirieren Sie Drehbuchautoren*innen für Ihre Region, indem Sie einen Artist-in-Residence-Aufenthalt anbieten. Es gibt unterschiedliche Modelle, aber es kann reichen, eine Unterkunft zu bieten. Der Aufenthalt kann über die Partnerkanäle der Artist in Residence (Medienboard, BBFC & Nipkow) zusätzlich beworben werden.

- **Locationtouren für Locationscouts:** Laden Sie mit Partnern (weitere Motivgeber*innen oder kommunale Ansprechpartner*innen) zu Locationtouren ein und zeigen Sie ihnen die besonderen, einzigartigen Ecken ihrer Region. Die BBFC unterstützt Sie dabei sehr gerne.
- **Locationfotowettbewerbe:** Um Moodbilder ihrer Region zu erstellen, können Sie z.B. einen Fotowettbewerb ins Leben rufen. Denn keiner kennt die Region so gut, wie ihre Anwohner*innen. Vor allem das öffentliche Stadtbild sollte dabei im Vordergrund stehen. Die Ergebnisse können dann in die Motivdatenbanken (s. Seite1) eingestellt werden.

Step by Step von der Location zum Motiv

- 1.) In der Regel suchen Locationscouts und auch Szenenbildner*innen nach der geeigneten Location, dem geeigneten Drehort. Dabei bedienen sie sich im ersten Rechschritt bei diversen **Motivdatenbanken**. Im Idealfall sind die Einträge und Fotos so aussagekräftig, dass die Locationscouts in Absprache mit der Regie die Online-Recherche zum Anlass nehmen, das Motiv (den Ort) persönlich zu besichtigen.
- 2.) Bei **Motivbesichtigungen** kontaktieren Locationscouts die Motivgeber - der zuvor online recherchierten Motive - vorab, um zu besprechen, ob die geplanten Dreharbeiten (Umfang, Zeitraum etc.) passen. Sollte dies der Fall sein, wird ein persönlicher Besichtigungstermin vereinbart, bei dem der Locationscout aussagekräftige Fotos für die Produktion aufnimmt. Im Anschluss stellen die Locationscouts dem Kernteam des Films (z.B. Regie, Kamera, Szenenbild, Produktion) die Ergebnisse ihrer Motivsuche vor. Gefällt das Motiv, wird eine weitere Motivtour – eine sogenannte *Recce* mit dem Kernteam folgen. Danach wird in der Regel entschieden und Vertragsverhandlungen aufgenommen.
- 3.) Haben sich Motivgeber und Filmproduktion entschieden, wird ein **Motivvertrag ausgehandelt**. Beide Seiten haben die Möglichkeit einen Entwurf zu liefern. Einen **Muster-Motivvertrag** können Sie auf der BBFC Website (www.bbfc.de) herunterladen, ebenso wie das **Merkblatt mit allen wichtigen Informationen zum Motivvertrag**.

Tip: Zeichnet sich ab, dass Sie den **Film filmtouristisch nachnutzen wollen**, ist es ratsam, diese Möglichkeit sich auch schon in dem Motivvertrag einräumen zu lassen. Das gilt für eventuelle Fotos, die Sie am Set machen wollen - die Genehmigung muss die Produktion dafür erteilen und sie entscheidet auch über das Recht der Nutzung und Verwendung. Aufgrund der DSGVO und bestehender Verträge mit Ssendern, Schauspieler*innen u.a. ist dies ein Thema welches frühzeitig berücksichtigt werden sollte.

- 3.1. Die Höhe der **Motivmiete** liegt im Ermessen des jeweiligen Motivgebers, wobei öffentliche Motivgeber keine Gewinnabsichten verfolgen und auch private Motivgeber*innen ihre Preisgestaltung möglichst flexibel nach Projekt und Umfang festlegen sollten. Idealerweise unterscheidet man in folgenden Kategorien und Preisspannen:
 - A: Studentenfilm, Dokumentarfilm, Kurzfilm
 - B: Werbefilm, Imagefilm, (Musik) Videoclip, Fotoproduktion,
 - C: Fernsehfilm, Serie und Kinofilm national, international (low oder big Budget).
- 3.2. Es gibt **Motive, die als sensibel zu bezeichnen sind**. Dazu gehören vor allem öffentliche Bereiche und Orte, die eine andere Zweckbestimmung haben, wie z.B. **Museen, Krankenhäuser, Schulen, Militärgelände, Naturschutzgebiete** etc. Filmproduktionen sind auf solche Motive angewiesen, weshalb es in diesem Fällen in der Motivmiete enthalten sein sollte, dass Sie eine Person zur Betreuung der Filmarbeiten bestellen. Es kann auch in Absprache mit der Produktion ein Wachdienstunternehmen ihres Vertrauens hinzugezogen werden, dass in Ihrem Auftrag tätig wird.

Ein guter Dialog, um eine passende Lösung zu finden, ist immer der richtige Weg zu guten Dreharbeiten - für beide Seiten. Bei Fragen können Sie sich immer gerne an uns, die Berlin Brandenburg Film Commission unter 0331 7438730 oder location@medienboard.de wenden.

Nachdem die Klappe gefallen ist – Filmtouristische Nachnutzung

„Harry Potter“, „Game of Thrones“, „Wallander“ oder die „Schwarzwaldklinik“ - alles ideale Produktionen die sich für eine filmtouristische Nachnutzung eignen. Damit Dreharbeiten auch in ihrer Region filmtouristisch nachgenutzt werden können, sind folgende Schritte zu beachten:

Informationen über Drehaktivitäten

Die Straßenverkehrsbehörden der Landkreise sind als zentrale Genehmigungsbehörde in der Regel über alle Dreharbeiten informiert, die auf öffentlichem Straßenland stattfanden. Zudem veröffentlichen das Medienboard und die BBFC alljährlich die **Filmlandkarte Brandenburg**, in der ein Überblick über die Drehaktivitäten in der Region gegeben wird. Hier lässt sich recherchieren, ob und welche Produktionen in den vergangenen Jahren bereits den einen oder anderen Drehtag in ihrer Region oder in ihrem Ort hatten.

Filmtouristische Maßnahmen

Betrachten Sie Film- und Tourismusangebote immer im Zusammenhang und nutzen Sie die Synergien.

- 1.) Beziehen Sie vorhandene touristische Angebote in die Überlegungen zur Nachnutzung einer Location und eines Films ein, und beurteilen Sie, ob ein Film, der bei Ihnen gedreht wurde, Potenzial hat, sogenannte Filmtouristen auf den Spuren des Films in Ihre Region zu holen.
- 2.) Machen Sie die Drehorte sichtbar - analog und digital - für Menschen, die sich gezielt informieren und für die, die vielleicht zufällig vor Ort auf das Thema stoßen.

Tipp: Bei Fragen zur den Möglichkeiten der filmtouristischen Nachnutzung können Sie sich immer gerne mit dem TMB Tourismus Marketing Brandenburg oder der Berlin Brandenburg Film Commission, BBFC in Verbindung setzen - wir unterstützen Sie gern.

Ansätze für filmtouristische Nachnutzung:

Um Dreharbeiten filmtouristisch nachzunutzen gibt es verschiedenste Ansätze. Anbei einige Beispiele:

- **Beschilderungen:** Machen Sie durch Beschilderungen auf den kulturellen Mehrwert des Ortes als Filmlocation aufmerksam.
- **Filmvorführungen:** Wir empfehlen Filmvorführungen am besten mit lokalen Kinobetreiber*innen oder ähnlichen Akteur*innen durchzuführen. Wenn große Teile eines Films in ihrer Region oder ihrem Ort gedreht wurden, kann versucht werden, mit der Produktionsfirma und dem Filmverleih eine **Premiere** oder **Filmvorführung** zum Kinostart mit Team & Cast vor Ort zu veranstalten. Außerhalb der Kinoauswertung sind Filmvorführungen - im Rahmen von Open Air Veranstaltungen denkbar. Auch dazu könnten Schauspieler*innen oder andere Teammitglieder, wie Regie, Produzent*innen, Locationscouts etc. zum Filmgespräch eingeladen werden.
- Schaffen Sie **Synergien!** Welche anderen Veranstaltungen gibt es in Ihrer Region, die genutzt werden könnten, um das Thema zu platzieren?
- **Führungen, Touren, Events:** Veranstalten Sie spezielle Führungen, Touren, Wanderungen, die die Drehorte zum Thema haben oder organisieren Sie Freizeiterlebnisse. Machen Sie touristische Angebote, die sich aus filmischem Inhalt ableiten. (z.B. Reiten wie „Bibi und Tina“, mit dem Boot durch den Fluss wie „Huckleberry Finn“, eine gruselige Nachtwanderung durch den Drehort von „Heilstätten“ etc.)

- **Merchandising:** Touristeninformationen oder Orte mit touristischen Attraktionen im direkten Umfeld der Drehorte könnten Artikel vertreiben, die in Zusammenhang mit dem Film stehen, z.B. Taschen, Mützen etc.
- **Aktualität:** Hat der Film aktuelle Bezüge zum Zeitgeschehen? In diesem Fall können Diskussionsrunden zum Thema für Schüler*innen oder andere Interessierte veranstaltet werden. Dabei kann beispielsweise mit Vision Kino kooperiert werden (<https://www.visionkino.de/>) oder mit der Gesellschaft für politische Bildung der Bundesregierung (<https://www.bpb.de>).

Einschätzung des Potenzials von Dreharbeiten

Nicht alle Dreharbeiten funktionieren grundsätzlich gleich gut für eine filmtouristische Nachnutzung. Anhand folgender Faktoren können Sie eine Einschätzung für ihr Vorhaben vornehmen:

- **Bekanntheit der Produktion:** Sind Rollen mit namhaften Schauspieler*innen (national oder international) besetzt?
- **Dauer der Produktion und Motivnutzung:** Wie lange wurde generell vor Ort gedreht? Fungierte das genutzte Motiv als Hauptmotiv? Wird ein Motiv mehrere Tage an einem Motiv gedreht, kann es sich um ein sogenanntes Hauptmotiv handeln.

Tipp: Wenn eine Location immer wieder von verschiedenen Produktionen als Drehort genutzt wird, kann dies auch zu einem Ort mit Alleinstellungskriterium werden.

- **Zielgruppe der Produktion:** Welche Zielgruppe hat der Film und was lässt sich als filmtouristische Nutzung daraus ableiten?
- **Rolle & Darstellung des Ortes:** Welches Image des Drehortes wird durch den Film transportiert? Auch ein Horrorfilm kann positiv auf den Drehort wirken. Die Burg aus Fritz Langs „Nosferatu“ zieht auch heute noch Touristen an.
- **Zugänglichkeit des Drehortes:** Ist das Motiv öffentlich zugänglich oder im Privatbesitz?
- **Verbleibende Kulissen & Requisiten:** Ist der Drehort auch nachdem Film noch zu erkennen?

Tipp: Man kann z.B. die Produktionen bitten, Kulissen nicht abzubauen, sondern vor Ort zu belassen. -> Lassen Sie sich hierbei zur weiteren Nutzung die Rechte erteilen.

Darüber hinaus empfiehlt es sich, eine **Analyse** zu machen, die berücksichtigt, welche touristischen und kulturellen Angebote im Umfeld des Drehortes bereits existieren. D.h. wie ist der Ort hinsichtlich gastronomischer und logistischer Bedingungen, wie z.B. Nahverkehr ausgestattet? Oder welche touristischen Attraktionen sind vor Ort zu finden?

Tipp: Wenn bei Ihnen umfangreiche Dreharbeiten stattfinden und Sie bereits erkennen, dass Sie im Nachgang filmtouristische Angebote machen möchten, empfiehlt es sich, frühestmöglich mit der Produktion in Kontakt zu treten um Nutzungsrechte (für Bildmaterial, Kulissen etc.) zu klären. Zudem gibt es in einigen Fällen bereits während der Dreharbeiten einen Termin am Set mit Pressevertretern. Wenn Sie zu diesem eingeladen werden, könnten dann bereits während des Drehs O-Töne von Schauspieler*innen, Produzent*innen oder dem Locationscout zum Drehort aufgenommen werden, die zum Kinostart /Ausstrahlung veröffentlicht werden.

Vor Kinostart / Ausstrahlung sollte ein Motivgeber nicht ohne ausdrückliches Einverständnis der Produktion Bild- oder Videomaterial veröffentlichen.

Bei Fragen können Sie sich immer gerne an die Berlin Brandenburg Film Commission unter 0331 7438730 oder location@medienboard.de wenden.