

Mechthild Holter (VdA) zur Geschichte von players ©



© Mathias Bothor

DIE ANFÄNGE

Begonnen haben Sie mit Ihrer Agentur in Köln. Wie kam es dazu?

Gemeinsam mit Heike Melba-Fendel und Anja Friehoff haben wir damals die Firma Barbarella Entertainment in Köln gegründet. Barbarella war anfangs eine Marketing-Agentur, die PR-Kampagnen für Filme und TV-Serien und außerdem Events organisierte. Unsere erste Marketingkampagne war „Twin Peaks“ (Casting: Johanna Ray). Nach den ersten Jahren im PR-Bereich hat sich mein Interesse auf die Zusammenarbeit mit Filmkreativen verlagert. Gegen Ende 1992 habe ich die Agentur als Abteilung aufgebaut, zunächst mit Schauspielern. Ziemlich schnell nahm die Betreuungsarbeit ein solches Ausmaß an und machte mir außerdem sehr viel mehr Spaß als Presse- und PR-Arbeit, dass ich beschloss, eine eigene Firma zu gründen. Im April 1994 wurde daraufhin players © in Köln gegründet. 1996/1997 bin ich mit der Firma nach Berlin gezogen.

Stichwort Berlin: Wie kam es zu dem Umzug?

Das war pure Abenteuerlust. Die Mauer war gefallen, Berlin hatte etwas Verheißungsvolles, da war viel Neugier und Gestaltungslust im Spiel. Rückwirkend betrachtet war es dann auch eine strategisch richtige Entscheidung. Maßgebliche Teile der Filmbranche sitzen in Berlin, ein Großteil der Künstler lebt inzwischen in der Stadt und ein Großteil der Filme wird hier gedreht. Auch kommt die internationale Filmwelt eher nach Berlin als nach Köln.

Die Gründung einer Agentur war ja Neuland. Wie lief das damals?

Es gab ein Arbeitsvermittlungs-Monopol, dessen Hoheit beim Arbeitsamt lag. Das heißt, Agenturen waren bis April 1994 illegal. Die legale Vermittlung fand über die ausgelagerte Zentrale Bühnen-, Fernseh- und Filmvermittlung (ZBF) statt, die heutige Zentrale Auslands- und Fachvermittlung (ZAV), lag also in den Händen des Staates. Tatsächlich bin ich Ende 1993 zum Landesarbeitsamt NRW zitiert worden, wo es eine Akte über mich gab. Meine frühen Kataloge waren gesammelt worden, irgendjemand hatte sie offensichtlich tatkräftig da hingeschickt. Ich habe damit gerechnet, dass es mir wie meiner Kollegin Sigrid Narjes in München gehen würde, und der Laden unter Androhung einer Strafzahlung dichtgemacht würde. Der Betreuer im Arbeitsamt entpuppte sich aber als großer Fan der Sache. Mit leuchtenden Augen blätterte er in den Katalogen und sicherte mir zu, dass ich die erste Arbeitsvermittlungslizenz in NRW im April 1994 bekommen würde. Es waren nur noch ein paar Monate bis zur Europäisierung, sodass ich dann legal weitermachen konnte. In der Gründungszeit habe ich mich in London mit englischen Agenten getroffen, um zu eruieren, wie ich die Agentur aufbauen kann. In Deutschland gab es einfach kein Vorbild hierfür. Aber eigentlich war es Learning by

Doing.

Sie kommen ja ursprünglich aus dem Fotografie-Bereich.

Hilft die Ausbildung dabei, das Besondere im Menschen zu finden und zu betonen?

Ausgebildete Fotografin bin ich nicht. Ich habe sehr früh aus Leidenschaft angefangen zu fotografieren und unter anderem als Fotografin für die Musikzeitschrift „Spex“ gearbeitet, gefolgt von einer langen fotojournalistischen Tätigkeit im Filmbereich. Ich habe immer große Lust gehabt, mit visuellen Mitteln zu arbeiten. In der Tat war es auch bei der Auswahl der Schauspieler neben Begabung, Persönlichkeit und anderen Faktoren für mich immer wichtig, was für eine visuelle Präsenz sie mitbringen. Dabei ging es nicht um klassische Attraktivität, sondern um eine visuelle Besonderheit und Sinnlichkeit, die sich auf die Fotografie und auf die Leinwand überträgt. In meinen Katalogen wollte ich Schauspielern auf besondere und ungewöhnliche Weise ein Gesicht verleihen, anstatt wie damals üblich zum klassischen Bewerbungsfoto-Stil zu greifen, wo mit dem immer gleichen Lächeln und dem gleichen langweiligen Ausschnitt meiner Meinung nach das Interesse des Regisseurs gleich im Keim erstickt wurde. Stattdessen habe ich lieber mit spekulativen und suggestiven Bildern gearbeitet, die durchaus etwas Inszeniertes und Fiktionales haben durften und eine Art von Emotionalität transportierten.

In Ihrem ersten Katalog sind die Porträts der Schauspieler mit Punch-lines versehen:

Jürgen Vogel „das tätowierte Herz“ oder Til Schweiger als „nicht gesellschaftsfähig“. Das war kolossal neu.

Wie entstand die Idee zu diesem, meiner Meinung nach ersten Schauspielerkatalog hierzulande?

Die Kataloge bedienten zum einen meine Lust, mit Fotos zu arbeiten, waren aber natürlich insbesondere ein Marketingtool, um die Agentur in einer Zeit, als es noch keine Agenturen gab, mit einem gewissen Stil und inhaltlichen Standard nach vorne zu platzieren. Es ging dabei weniger darum, eine Verkaufsliste zu erstellen, die abgebildete Kandidaten anbietet. Vielmehr suchten wir Schauspieler aus, die auch über ihre Präsenz Potenzial für das große Kino mitbrachten. Die Titel sind keine Festlegung, sondern eine Möglichkeit dessen, was man sich mit dem Schauspieler als Erzählung vorstellen könnte. Sie sind sozusagen ein Versprechen, das auf ganz verschiedene Art und Weise eingelöst werden kann. Das war bei den ersten Katalogen ganz wichtig. In Kombination mit den Titeln und deren suggestivem Moment konnten wir Lust auf die Person machen und Neugier wecken.

Sie sind von Beginn an Mitglied im Verband der Agenturen (VdA).

Welche Rolle spielt das Thema Kollegialität im Verband?

Der Verband deutscher Agenturen (VdA) ist von einer Handvoll Agenturen gegründet worden, unter anderem von mir. Die erste Idee aufeinander zuzugehen, kam von Bernhard Hoestermann, dem wir auch heute noch dankbar dafür sind. Es gab eine Gründungssitzung von fünf Agenturen in München. Der Verband hat sich dann schnell zu dem entwickelt, was er heute ist. Ursprünglich waren das Agenturen, die nur Schauspieler vertreten haben. Inzwischen sind auch Agenturen dabei, die Regisseure, Autoren, Kameraleute und andere Gewerke vertreten. Der VdA diente damals zum einen dazu, das Berufsbild „Agent“ zu versachlichen und überhaupt zu definieren, zum anderen entstand hier eine kompetente, seriöse Vertretung der Agenteninteressen und damit auch der Interessen unserer Künstler, die bei Bedarf auch politisch handeln kann. Außerdem war es so möglich, sich auf einem kompetenten Level zu aktuellen Themen und Erfahrungen austauschen zu können. Insofern gibt es da schon auch Kollegialität jenseits der Konkurrenz, in der wir uns befinden.

Wie schwierig war es damals als Frau an der Spitze einer Firma?

Darüber hab ich mir nie Gedanken gemacht. Für mich war immer klar, dass ich jenseits einer geschlechtsspezifischen Betrachtung die Dinge so machen würde, wie ich sie machen wollte. Weil ich in meinem Leben noch nie angestellt war, habe ich

Hierarchieprobleme, die es in anderen Strukturen für Frauen gegeben hat oder gibt, selbst nie erlebt. Ich habe eher am Anfang sehr stark zu spüren bekommen, dass es kein Agentenwesen in Deutschland gab und es deshalb von Produktions-, Sender-, Verleiher-Seite aus großflächig abgelehnt wurde. Ich selber habe das nie geschlechtsspezifisch wahrgenommen, sondern bezogen auf die Tatsache gesehen, dass es vorher keine Agenturen gab. Es gab eine große Angst, dass Agenten jetzt den Frieden stören, den direkten Kontakt zum Künstler und die Zusammenarbeit verhindern und unverschämte Forderungen stellen würden – Letzteres habe ich natürlich auch gerne gemacht. Tatsache ist, dass wir uns wahnsinnig viel Respekt verschaffen mussten, weil wir etwas völlig Neues in Deutschland einführten. In Amerika, Frankreich und England gab es ja schon seit Jahrzehnten Agenturen.

Wie haben Sie die Anfangsjahre gemanagt?

Ich bin drei Wochen nach der Geburt meiner ersten Tochter in das erste players-Büro gezogen. So war das nicht geplant, und das war auch nicht ganz so lustig. Ich hatte einen Kredit aufgenommen, einen Haufen Schulden zur players-Gründung und ein Baby. Für die Bank hatte ich mir einen Finanzierungsplan zusammengestellt, von dem ich total überzeugt war. Die Kölner Sparkasse hat dann mitgemacht. Ich hatte berechnet, dass ich sechs Monate Zeit habe, bis sich der Laden tragen muss. Dabei war Vermarktung extrem wichtig. In diesen sechs Monaten habe ich sehr viele Interviews gegeben, um die Agentur zu positionieren. Sonst hätte ich sicher schnell wieder dichtmachen müssen. Am Anfang gab es in Köln neben mir eine Buchhalterin, die zwei Tage die Woche kam, und eine Assistentin. Inzwischen sind wir insgesamt zehn Mitarbeiter.

Was verbinden Sie stichwortartig mit den 1990er-Jahren im Rückblick?

Gründungszeit, Umzug nach Berlin, das stetige Bemühen, als Agentur ernst genommen zu werden, der Fokus auf das Kino, viele Dinge aus der Vergangenheit wie ständiges Telefonieren, Faxen, Verschicken und Lagern von Stapeln von Drehbüchern. Die ersten Jahre mit Apple-Computern, deren Generationen wir inzwischen alle durchhaben. Und natürlich die Arbeit mit Schauspielern. Überhaupt – Lernen, Agent zu sein, die Kunst des Verhandeln, das Erfinden neuer Vertragsstandards und der Aufbau eines Unternehmens.

JAHRTAUSENDWENDE | DIE NULLERJAHRE

Wie kam es dazu, dass die Agentur neben Schauspielern auch Regisseure, Autoren und Kameraleute unter Vertrag genommen hat?

Mein erstes Interesse galt damals Schauspielern. Es war dann sicherlich einerseits meine Lust als Unternehmerin, die Agentur im Hinblick auf ihre Abteilungen anders aufzustellen und zu vergrößern. Andererseits war es für mich auch eine persönliche Herausforderung, neben der Schauspielerbetreuung, bei der ich meistens erst ab der Phase der Besetzung als Agent tätig werden konnte, über die Betreuung von Regisseuren, von der Entstehung eines Projektes bis zur Auswertung der Filme Künstler zu begleiten. Das heißt, ich wollte auch mit den Leuten arbeiten, die die Filme machen. Mein Interesse galt dabei in erster Linie den Regisseuren. Dabei ging es mir darum, besondere Regisseure mit eigener Handschrift und großem Potenzial für das Kino zu finden, wobei ich Fernsehen jetzt nicht ausschließen wollte. Später gewann es für das frühe Auf-den-Weg-bringen, andere sagen „Packaging“, von Projekten immer mehr an Bedeutung, auch mit Autoren zu arbeiten. Fabian Haslob, der auch unser Jurist ist, betreut bei uns nun sämtliche Autoren, die insbesondere durch die vielen neuen Serien an Gewicht gewonnen haben. Diese Abteilung haben wir vor vier Jahren zusammen mit dem Kamera-Department aufgebaut. Im Endeffekt können wir jetzt Projekte ganz anders bestücken, wenn wir die einzelnen Bereiche kreativ vernetzen. Das Kamera-Department ist für mich natürlich als ehemalige Fotografin ein absolutes Steckenpferd. Die Kamerafrauen und -männer suchen Fabian Haslob und ich daher gemeinsam aus. Die Bildgestaltung haucht dem Film ja erst das sichtbare Leben ein. Gerade im neuen Serien-Bereich hat die Ästhetik eigener ungewöhnlicher Welten eine ganz enorme Bedeutung.

Was unterscheidet diese Arbeit von der mit Schauspielern?

Es ist sehr viel weniger eine Day-To-Day-Basis, da die Schauspiel-Agenten sich um die gesamte Terminplanung der Schauspieler kümmern, die auch üblicherweise sehr viel mehr verschiedene Projekte haben als Regisseure. Bei den Regisseuren stimmen wir eher große Zeiträume ab. Die Arbeit mit den Regisseuren beginnt an den neuralgischen Punkten in der Entstehungsphase eines Filmprojektes. Dabei geht es vor allen Dingen um Verfügbarkeiten, Vorvertragsstufen und Finanzierungsfragen. Die vertragliche Arbeit ist völlig anders. Während sich die Schauspielerverträge oft ähneln, ist das Vertragswesen bei Regisseuren und Autoren in allen Phasen aufwendiger und zieht sich länger hin. Auch unterscheidet sich die inhaltliche Arbeit. Zum Teil werden für Stoffideen Produktionspartner ausgesucht oder überhaupt erst ein Autor. Wir versuchen auch durchaus, Finanzierungspartner zu finden. Bei sich überschneidenden Angeboten werden die Projekte gemeinsam eingeschätzt, dazu gehört auch die Einschätzung des Finanzierungsstatus' des jeweiligen Projektes. Im weiteren Verlauf lese ich viele Drehbuchfassungen und sehe Schnittfassungen der Filme. Außerdem haben Schauspieler durchaus andere Persönlichkeitsstrukturen als Regisseure. Schauspieler sind eher auf sich gestellt. Hier sind wir das Sprachrohr, der Schutzwall, der Lebensberater, das Büro, also der Beistand in allen Fragen. Regisseure haben irgendwann Produktionsbüros zur Verfügung, sind es gewohnt, ständig Entscheidungen fällen zu müssen, Anweisungen zu geben und sich selbst zu organisieren.

Seit wann gibt es einen Anwalt in Ihrer Firma?

In den ersten 20 Jahren haben wir alle Verträge für unsere Klienten selbst verhandelt und abgeschlossen. Die Schauspiel-Agentinnen Katja Szigat, Martina Jansen und Madelaine Jakwert sowie Fabian Haslob machen die Verträge für ihre Klienten selbst. Da ich inzwischen auch ziemlich viel mit der Strukturierung des Büros und der Personalführung zu tun habe, stimme ich mich bei meinen Klienten mit unserem Juristen Fabian Haslob in der Vertragsabwicklung ab, wobei ich den Deal vorher selbst verhandle. Inzwischen ist es allerdings auch grundsätzlich sinnvoll, einen Juristen im Haus zu haben, weil die Landschaft so schnell und komplex und außerdem potenziell problemgeladen geworden ist, dass man zur Konflikt-Vermeidung und zur kompetenten Betreuung immer häufiger eine juristische Einschätzung braucht.

Wie hat sich der Beruf zur Jahrtausendwende „medial“ verändert?

Bei uns fiel relativ früh die Entscheidung, nach vielen sehr aufwendigen Katalogen ins Internet zu wechseln und ausschließlich auf die Website zu setzen. Das hatte natürlich damit zu tun, dass die Schnellebigkeit der Information so angezogen hat, dass ein Katalog schon beim Versand veraltet war. Unsere Website war dann allerdings auch wieder sehr fotolastig gestaltet. Wir konnten uns hier sogar noch mehr austoben, weil mehr Fotos Platz hatten als im Katalog. Es gab also noch mehr Möglichkeiten zur visuellen Gestaltung. Wir wollten wie schon im Katalog auch auf der Website den exklusiven Charakter beibehalten und keine klassische Verkaufsdatensammlung bieten, wo man wie bei Model-Agenturen nur Eckdaten zusammenstellt: „Größe, Konfektionsgröße, Haarfarbe, Alter, Besondere Fähigkeiten“. Diese Dinge können aber gezielt angefragt werden, wenn sie relevant sind.

Wurde mit dem Internet auch alles schnelllebiger für Sie?

Absolut, es war schon so, dass wir uns früher kaum vom Platz bewegen konnten und im Dauerlauf durchs Büro gerannt sind, wenn wir aus der Küche kamen, weil auf acht Leitungen gleichzeitig den ganzen Tag über das Telefon klingelte. Das ist jetzt durch den E-Mail-Verkehr auf jeden Fall angenehmer. Auf der anderen Seite verzögert sich der Austausch, die schnelle Klärung durch ein Telefonat findet nicht mehr so oft statt, sondern die E-Mail landet erst mal im Postfach. Es kann plötzlich viel Zeit vergehen, bis man zum Punkt kommt. Der Druck, alles zu lesen und zu beantworten, führt durch die Masse der Anfragen zu einer völlig anderen Form von Hektik. Die Kombination aus digitaler Erreichbarkeit und der explodierten

Produktionslandschaft hat zu einer ziemlich unübersichtlichen digitalen Informationsflut geführt. Ich kläre viele Sachverhalte daher immer noch gerne im Telefonat.

DIE ZEHNERJAHRE

Gibt es einen Unterschied zwischen der Jahrtausendwende und heute?

Alles ist schneller und die Vorgänge zahlreicher geworden, zum einen durch die Digitalisierung der Kommunikation und Informationen und zum anderen durch die gewachsene Produktionslandschaft. Seit Netflix, Amazon und Co. ist der Bedarf an neuen Formaten und neuem Content enorm angestiegen. Früher ging es vielleicht nur um den nächsten Mehrteiler für das ZDF, jetzt stehen die Planer von Sky, Netflix und Apple Schlange, um Autoren und Regisseure zu treffen, auf der Jagd nach Content und Kreativen. Das hat das Tempo für uns deutlich erhöht. Allein die Masse der Vorgänge und Anfragen, die bearbeitet werden müssen, hat sich vervielfältigt. Die Frage der Verfügbarkeit von Schauspielern, Autoren und Regisseuren ist noch mehr ins Zentrum gerückt. Verträge werden komplexer, Vorvertragsstufen aufwendiger, Regelungen über Prioritäten, Options- und Ausfallstufen sind ständiger Alltag. Tempo und Druck haben sich hier erhöht. Auch ist die Arbeit internationaler geworden. Verträge verändern sich und müssen neu erfunden werden, ein Großteil wird gleich auf Englisch abgeschlossen, auch wenn die Produktionsfirma deutsch ist, nur weil zum Beispiel Netflix beteiligt ist. Bei dieser Marktlage könnten wir durchaus mehr Künstler vertreten, so groß ist der Bedarf. Aber erstens, so viel Gute gibt's halt auch nicht und zweitens möchte ich auch nicht den familiären Charakter der Agentur verlieren.

Wie suchen Sie seit jeher Schauspieler aus?

Es ist immer noch so, dass sämtliche Agenten die Schauspieler gemeinsam aussuchen, auch wenn unsere drei Schauspiel-Agentinnen Katja Szigat, Martina Jansen und Madelaine Jakwert komplett selbstständig arbeiten. Grundsätzlich haben wir immer wieder Aufnahmestopp. Nur der Nachwuchs-Bereich wurde vor einigen Jahren neu aufgebaut, hier gibt es zeitweilig ein bis zwei Plätze im Jahr. Es mag auch immer mal wieder Ausnahmen geben für einen Schauspieler oder Regisseur, wo man nicht nein sagen kann. Es kommt aber eher selten vor, dass wir neue Künstler aufnehmen. Das gilt auch für die Departments Regie, Drehbuch und Kamera.

Was sind die Aufnahmekriterien?

Früher hätte ich gesagt: „Vor allem die Kinotauglichkeit.“ Heute würde ich immer noch das Einzigartige suchen, das sich in herausfordernden filmischen Erzählungen auch bemerkbar macht, das gilt also auch für die neuen Serien. Das Wichtigste ist natürlich erst mal das Talent. Eine Portion gesunder Ehrgeiz, Disziplin und eine gesunde, lustvolle Leidenschaft zum Spielen und Erfinden, die sich nicht von außen definiert, gehört zu diesem Beruf dazu. Das heißt, nicht die Jagd nach Erfolg, Öffentlichkeit und Außendarstellung sollte die Antriebsfeder sein. Professionalität und Verlässlichkeit sind wichtiger geworden. Anders sind die Herausforderungen zum Beispiel bei lange laufenden oder internationalen Drehs auch nicht zu meistern. Ich würde immer noch sagen, dass uns Persönlichkeiten liegen, die sehr aus sich heraus Schauspieler sind. Vor allem muss man sich aber auch verstehen und wirklich mögen. Diese Persönlichkeits- und Sympathiefrage spielt eine große Rolle. Und, was glaube ich für alle Schauspieler und auch Regisseure bei uns gilt, ist, dass wir einen ähnlichen Geschmack bei der Filmauswahl haben. Das ist das A und O.

Viele Schauspieler der ersten Stunde, insgesamt zehn, sind heute noch dabei. In einem Artikel werden Sie als „Mutter der Kompanie“ betitelt. Gestalten Sie die Beziehungen zu Ihren Klienten persönlich oder behalten Sie gerne eine berufliche Distanz?

Unter privat verstehe ich, dass man zusammen in den Urlaub fährt, zusammen essen geht und Feste feiert. Feste feiern wir zusammen, aber wirklich privat ist eher selten der Fall, durchaus auch mit Absicht. Es ist mir sehr wichtig, die Arbeit hinter

mir lassen zu können. Persönlich sind die Verhältnisse zu den Schauspielern, die ich von Anfang an kenne, aber schon. Wir sind ja einen großen Teil des Lebens miteinander gegangen. Es ist nicht wie zwischen Anwalt und Mandant oder Arzt und Patient ein Aufeinandertreffen in Ausnahmefällen, sondern ein kontinuierliches und sehr vertrautes Begegnen. Gerade bei der Betreuung von Schauspielern, mehr noch als bei Regisseuren, ist sehr viel Lebensberatung im Spiel. Hier spielen die persönlichen Lebensumstände für den Beruf eine große Rolle. Die Schauspielerbetreuung haben seit vielen Jahren meine Kolleginnen Katja Szigat, Martina Jansen und Madelaine Jakwert meisterlich übernommen, da ich ausschließlich mit Regisseuren arbeite.

Was würden Sie jungen Agenten raten?

Eigentlich ist der Markt ziemlich gesättigt. In England hat eine renommierte Agentur bis zu 50 Agenten mit bis zu 1.000 Klienten, in den USA sogar bis zu 200 Agenten mit bis zu 5.000 Klienten. Dort gibt es eine historisch gewachsene Marktkonzentration. Durch unsere kurze deutsche Agenturgeschichte mit der späten Legalisierung sind die Agenturen hierzulande auf einen Schlag wie Pilze aus dem Boden geschossen. Es gibt hier vielleicht 399 Agenturen, die im internationalen Vergleich aber eher klein sind. Das trifft auch auf uns zu. Eine 400ste Agentur hat es da natürlich schwer, eine Agentur von Bedeutung zu werden. Auf der anderen Seite ist der Einstieg nicht so schwer, weil man keine großen Investitionen tätigen muss und sich erst mal klein und fein aufstellen kann. Wenn man ohne Angestellte und Büro auskommt, weil man von zu Hause aus arbeitet, bleiben die Kosten überschaubar. Für neue Agenturen sehe ich eher Bedarf, wenn man sich auf bestimmte Gewerke konzentriert – Nachwuchsregie und Nachwuchsdrehbuch, Cutter, Komponisten oder eine spezifische Schauspieler-Auswahl, die sich beispielsweise auf Nachwuchs- oder Comedy-Formate konzentriert. Eine spannende Möglichkeit könnte es auch sein, an eine größere Agentur anzudocken und so eine bestehende Infrastruktur, Vernetzung und Namen mitzunutzen.

Was war Ihr persönliches Highlight in den letzten Jahren?

Hierzu gehört Emily Atefs Romy-Schneider-Film „3 Tage in Quiberon“, gecastet von Simone Bär. Wenn es gelingt, dass eine erste Idee, die du als Agentin hast, einen ganzen Film ins Rollen bringt und zu einem solchen Ergebnis führt. Der französische Produzent Denis Poncet, mit dem ich zuvor schon zusammen gearbeitet hatte, suchte Regisseur und Autor für ein Projekt, das er sich mit Marie Bäumer, die ja auch von uns vertreten wird und in Frankreich lebt, überlegt hatte. Sie wollten einen Film über diese drei Tage von Romy Schneider in Quiberon machen. Ich habe die damals relativ unbekannte Emily Atef vorgeschlagen, weil sie für mich in jeder Hinsicht die Richtige war. Emily ist Französin und war dadurch neben ihrer besonderen Begabung perfekt für eine deutsch-französische Koproduktion. Letztendlich hat Emily Atef auch das Drehbuch geschrieben, das damit ihr erstes vollständig alleine geschriebenes Drehbuch wurde. Die Begleitung des Films war sehr intensiv. Ich habe alle Drehbuchfassungen gelesen, wir haben die Absprachen mit dem deutschen Produzenten übernommen und den Kameramann Thomas Kiennast vorgeschlagen, der für eine ganz andere Art von Filmen bekannt ist und hier eine ganz wunderbare Fotografie geschaffen hat. Das Casting betreuten Anja Dührberg für Deutschland und Sonia Larue für Frankreich. Emily wollte unsere Klientin Birgit Minichmayr von vorneherein für die Rolle der „Hilde Fritsch“. Eine solche Entwicklung – vom ersten Vorschlag mit so vielen Beteiligten aus der players-Familie bis hin zu einem wunderschönen Film, der auch als solcher wahrgenommen wird und so viele Preise gewinnt – ist natürlich herrlich.

Wenn Sie noch einmal starten könnten, was würden Sie heute anders machen? Vielleicht eine Dependance in London?

Eine Dependance in London hätte ich nie gewollt. Ich wollte mich immer auf meine eigene Agentur konzentrieren, mich auch nicht von einer internationalen Agentur schlucken lassen. Die familiäre Struktur der Agentur ist schon mein tägliches Grundnahrungsmittel. Allerdings haben wir sehr viel Zeit und Arbeit investiert, uns international zu vernetzen. Das heißt, wir arbeiten mit mehreren englischen und

amerikanischen Agenturen zusammen. Bei einem Teil unserer Klienten gibt es enge Kooperationen mit vor allem englischen Agenturen für internationale Produktionen. Daniel Brühl zum Beispiel hat sowohl eine englische als auch eine amerikanische Agentur. Man sucht die Agenturen und Agenten aus und vernetzt sich entsprechend. Die Herausforderung ist es, gute Agenturen zu finden. Und die müssen die Schauspieler oder Regisseure auch erst mal nehmen. Das geht natürlich nur mit Regisseuren und Schauspielern, die internationales Potenzial haben, also fließend englisch sprechen und schon einen international wahrgenommenen Erfolg als Visitenkarte vorweisen können. Sonst bekommt man keinen guten Agenten. Ganz neu ist, dass wir für den internationalen Serien-Bereich jetzt auch englische Autoren vertreten, die wir an deutsche Produktionen vermitteln, die englisch- sprachige Drehbücher entwickeln müssen. Die internationale Vernetzung ist ein großer Bestandteil unserer Arbeit und war lustigerweise von Anfang an mein Traum. Ich habe immer gedacht, ich will Künstler betreuen, die neben Kino und Qualitätsfernsehen auch die Möglichkeit haben, international zu arbeiten. Der alleinige Fokus auf Deutschland wäre mir auch zu langweilig. Also rückblickend hätte ich, glaube ich, gar nicht so viel anders gemacht.

Möchten Sie diesen Beitrag kommentieren? www.out-takes.de

Tina Thiele