



Filmemacher Hofmann*: „Das Verkaufsgenie seiner Generation“

STEFAN ERHARD / RTL / TEAMWORX

TV-PRODUZENTEN

Hofmanns Erzählungen

Seit dem Mauer-Epos „Der Tunnel“ steht die Berliner Produktionsfirma Teamworx für filmische Vergangenheitsbewältigung. Aktuell entstehen Filme über die Bombardierung Dresdens, die Berliner Luftbrücke und ein derzeit besonders heikles Thema: die Hamburger Sturmflut von 1962.

Die Szenerie im Hamburger Stadtteil Wilhelmsburg wäre schon in normalen Zeiten surreal und gespenstisch. Jetzt wirkt sie einfach nur beklemmend.

In der kleinen St. Raphael Kreuzkirche, einer roten Backsteinoase mit Blick auf triste Wohntürme, hat sich ein Grüppchen zerschundener Kreaturen eingefunden. Die Gesichter dreckverschmiert, wärmen sie sich an einem kleinen Bollerofen, der vor dem Altarraum steht. An einer Wäscheleine baumeln Pullover und Socken über den Kirchenbänken. Am Boden kauert ein Grüppchen, das versucht, einer Verletzten das Bein zu schienen.

Die Menschen sind offenkundig Opfer, die sich mit dem Nötigsten in das auf einer Anhöhe gelegene Gotteshaus geflüchtet haben. Es sind Flutopfer.

Alles läuft streng nach Drehplan an diesem Dienstag im Januar, dem ersten Dreh-

tag des TV-Zweiteilers „Die Sturmflut“ im neuen Jahr. Und doch läuft irgendwie nichts mehr so wie noch an den letzten Arbeitstagen im Dezember, die das Team in der Nähe von Essen verbracht hat – rund um und in einem riesigen Wasserbecken, in dem Kulissenbauer für den RTL-Film über die Hamburger Flutkatastrophe von 1962 einen ganzen Straßenzug nachgebaut und dann geflutet haben.

Auch im Dezember ging es schon um dieses zeitgeschichtliche Desaster mit mehr als 300 Opfern, aber eben um ein historisches. Und so hatte es noch etwas Unbefangenes, als das ganze Team in Anglerhosen durch das hüfttiefe Wasser schlurfte und Sturmflut-Star Benno Fürmann sich immer wieder heißes Wasser in die Schuhe

kippte gegen die Kälte. Damals, vor einer Ewigkeit von drei Wochen.

Jetzt ist eigens der Produzent angereist und schaut unter der Kanzel seinem Re-



Teamworx-TV-Projekte „Der Tunnel“ (Sat.1), „Kein Himmel über

* Mit den Schauspielerinnen Nadja Uhl und Bettina Zimmermann bei den „Sturmflut“-Dreharbeiten in Hamburg.

gisseur über die Schulter, was er eigentlich ungern und eher selten tut. Vorab hat er dem gesamten Team zum ersten Drehtag nach der asiatischen Tsunami-Katastrophe einen Brief geschrieben, in dem es heißt, die Bilder des Films aus der Wasserstraße in Essen seien auf schreckliche Art und Weise „die Nachrichtenbilder dieser Tage“ geworden.

Er appelliert an seine Mitarbeiter, die „Tsunami Direkthilfe“ von Natalia Wörner zu unterstützen, die in der „Sturmflut“ mitspielt und das reale Grauen am zweiten Weihnachtstag hautnah in Khao Lak erlebte.

Kann man also einfach so weitermachen? Darf man es? Man muss, meint Nico Hofmann, 45, der Mann unter der Kanzel.

Hauptthema der Sturmflut-Verfilmung sei die Solidarität und Hilfsbereitschaft, eine Botschaft, die jetzt aktueller sei denn je. An einen Abbruch des Projekts, mit einem Budget von 8,5 Millionen Euro die bislang teuerste Eigenproduktion von RTL, habe man nicht gedacht.

Nach kaum einer Stunde und ein paar aufmunternden Worten zu seinen Hauptdarstellern Fürmann und Nadja Uhl muss Hofmann los – zur Presse-Vorstellung seines nächsten Großprojekts in den Hamburger Zeisshallen. Seine Berliner Produktionsfirma Teamworx hat den ARD-Zweiteiler „Kein Himmel über Afrika“ mit Veronica Ferres coproduziert. Wieder ein Stoff nach einer wahren Geschichte, die Ende Februar in der ARD läuft und für den mit Frau Ferres gewonnen werden muss.

So geht es für Hofmann und sein Unternehmen derzeit Schlag auf Schlag. Obwohl Teamworx erst seit sechs Jahren auf dem deutschen TV-Markt mitmischte, hat sich die Firma längst als feste Größe etabliert.

Der Durchbruch kam im Jahr 2001, als Hofmann mit einem Zweiteiler zur Oetker-Entführung („Tanz mit dem Teufel“) und vor allem mit dem Republikflucht-Drama „Der Tunnel“ dem auftraggebenden Sender Sat.1 nicht nur jeweils fast 20 Pro-

zent Marktanteil, sondern auch einen spürbaren Imagegewinn brachte.

Seither komprimieren Hofmann und seine Kollegen deutsche Zeitgeschichte gleich serienweise auf jeweils zweimal 90 Fernseh-Minuten. Zuletzt brachten sie der ARD im vorigen Frühjahr zum 60. Jahrestag des Hitler-Attentats mit „Stauffenberg“ 7,6 Millionen Zuschauer. Dafür gab es wie schon für „Tanz mit dem Teufel“ und den „Tunnel“ den Deutschen Fernsehpreis in der Kategorie „Bester Film“.

Aktuell produziert die Berliner Firma, die zu 76 Prozent der Bertelsmann-Produktionstochter Ufa und dem restlichen knappen Viertel Hofmann und seiner Mitgründerin Ariane Krampe gehört, denn auch so viel wie nie zuvor – und das für Abnehmer quer durch die TV-Landschaft.

Während in Wilhelmsburg noch die Kirchenszenen zur Flut gedreht werden, bereitet ein anderes Team für das ZDF einen Zweiteiler über die Bombardierung Dresdens vor, geplanter Drehbeginn: erste Märzwoche. Parallel entsteht in logischer historischer Folge ein Mehrteiler über die Berliner Luftbrücke – diesmal für Sat.1.

Andere Abteilungen kümmern sich derweil um Serienproduktionen wie „Eva Blond“ für Sat.1, „Donna Leon“ für die ARD oder eine neue Staffel „Der Elefant“ für Sat.1. Dabei hat die kleine Fernsehfabrik alles in allem gerade mal 25 feste Mitarbeiter und ist sich auch für Experimente wie die RTL-Serie „Verschollen“ nicht zu schade, bei der ein paar Nachwuchsdarsteller in einem Kölner Studio vor einer Art virtueller Fototapete verzweifelte Inselbewohner wider Willen mimen.

Der Geschäftsführer sitzt mittlerweile ausnahmsweise mal in seinem Büro in der Firmenzentrale in der Charlottenburger Mommsenstraße, isst Sushi aus der Plastiksachtel und macht das, was er wohl am liebsten tut: Er redet über neue Projekte.

Mit dem Schriftsteller Bernhard Schlink bereitet er gerade ein Drehbuch zum Mauerbau vor. Parallel hat er ein Werk über

die Sängerin und Schauspielerin Lotte Lenya in Angriff genommen. Den neuen ProSieben-Chef Dejan Jovic hat er zusammen mit seiner Partnerin von einem Projekt namens „Tornado“ überzeugt. Und kürzlich war er in London, um über einen Film zur Laconia-Tragödie zu verhandeln, einem U-Boot-Drama aus dem Zweiten Weltkrieg.

Dieses Pensum ist nur zu schaffen, weil Teamworx offenbar tatsächlich als Team funktioniert – mit Hofmann als erstem Stoffentwickler. Als Produzenten von „Stauffenberg“ etwa fungierten die Teamworx-Kräfte Joachim Kosack und Gabriela Sperl. Hofmann nennt das sein „Produzenten-Schneeball-System“.

Teil dieses Systems ist es, auch dem Filmnachwuchs früh eine Chance zu geben. Hofmann sitzt da an der Quelle. Seit 1995 unterrichtet er als Chef der Abteilung „Szenischer Film“ an der Ludwigsburger Filmakademie. 42 Tage im Jahr hat er inklusive der Diplomprüfungen einkalkuliert. Eine Investition, die sich für ihn und sein Unternehmen auch ökonomisch lohnt.

Er lernt die Hoffnungsträger des deutschen Films früher kennen als andere – wenn sie hochmotiviert sind und noch vergleichsweise günstig.

Auch „Die Sturmflut“ ist so etwas wie ein verspäteter Absolventenfilm. Das Buch hat Holger Karsten Schmidt, 39, geschrieben, ein Ex-Student aus Ludwigsburg. Als Produzent fungiert Sascha Schwingel, 33, Regie führt Jorgo Papavassiliou, 36 – beide ehemalige Filmakademisten.

Noch mehr als sein Nachwuchsnetzwerk schätzen Senderchefs an Hofmann hingegen dessen unpräzise Herangehensweise: Jeder seiner Filme wird passgenau auf das jeweilige Senderpublikum zugeschnitten – von der Ästhetik über die Besetzung bis zur Musik.

Der Mann mit dem Händchen fürs Historische ist ziemlich heutig, wenn es ums Verkaufen geht – und ziemlich flexibel in der Bearbeitung seiner historischen Stoffe,



Afrika“ (ARD), „Die Sturmflut“ (RTL): Händchen fürs Historische

die so schon mal zu Hofmanns Erzählungen geraten.

Für den Mainstream-Sender RTL hat er aus der Sturmflut etwa ein „Liebesdrama mit Actionelementen“ gemacht, mit einer frei erfundenen Beziehungsgeschichte und einer kuriosen Besetzungsliste. Die reicht von Elmar Wepper, Jutta Speidel und Gaby Dohm über Götz George und Heiner Lauterbach bis zu Nadja Uhl.

Da müsste, so Hofmanns Kalkül, für alle 14- bis 99-Jährigen etwas dabei sein. Vielleicht sogar für noch jüngere, denn der Teenie-Star Gil Ofarim spielt nicht nur den Bruder von Nadja Uhl, sondern auch einen Musiker und steuert selbstredend den Titelsong zum Film bei.

Keine Marketing-Chance bleibt ungenutzt: So werden Nadja Uhl und andere Darstellerinnen bei der Kostümprobe in den „retromäßig sehr sexy“ (Hofmann) entworfenen Sechziger-Jahre-Klamotten fotografiert, um Blättern wie „Gala“ zum TV-Start Fotostrecken anbieten zu können.

An Dresdens Bombardierung, eine Produktion fürs öffentlich-rechtliche ZDF, will Hofmann inhaltlich ganz anders herangehen. Bei der politisch sensiblen Geschichte, die zu großen Teilen in Großbritannien spielt, gehe es um die „maximale authentische Wirkung“, so Hofmann.

Die britische Seite will er deshalb komplett mit englischsprachigen Schauspielern besetzen, für den komplexen und politisch brisanten Stoff hat er Fachberater von der Insel engagiert. „Sturmflut, Dresden und die Luftbrücke werden total unterschiedlich ausfallen“, sagt er, „aber kein Senderchef wird sich über die Produktqualität beklagen.“

Wie sein „Sturmflut“-Co-Produzent Jan Mojto ist auch Hofmann ein Verfechter europäischer Co-Produktionen – schon weil Fernsehereignisse dieser Kategorie sonst kaum mehr finanzierbar scheinen. Auch



Filmemacher Eichinger: Vorbild für den Jobwechsel

deshalb wurde zum Beispiel in „Kein Himmel über Afrika“ die männliche Hauptrolle neben Ferres mit dem französischen Star Jean-Hugues Anglade besetzt – das erleichtert den Verkauf in Frankreich.

Kein Wunder also, dass einem seiner wichtigsten Auftraggeber, ARD-Programmdirektor Günter Struve, zu Hofmann halb seufzend, halb bewundernd zuallererst eines einfällt: „Er ist mit Sicherheit das größte Verkaufsgenie seiner Generation.“ Konkurrenten aus dem Kinobereich beobachten derweil argwöhnisch Hofmanns Talent, zunehmend Filmfördergelder für seine TV-Produktionen lockerzumachen und schimpfen über eine „Subvention für gut verdienende Sender“.

Das Talent zum Marketing-Mann, für sich selbst und seine Produkte, scheint der Produzent schon früh trainiert zu haben. Der Spross einer Journalistenfamilie (Vater „Rheinpfalz“, Mutter „FAZ“) war einst Schülersprecher, arbeitete bei der Schülerzeitung, organisierte die Schuldisco mit und verteilte dabei Werbebroschüren für seine Filmvorführungen in der elterlichen Garage. „Ein kleines mediales Imperium, um mich auszuprobieren“, wie er heute sagt.

Hofmann begann ein Volontariat beim „Mannheimer Morgen“, unterbrach es aber, als er die Zusage der Münchner Hochschule für Fernsehen und Film bekam. Seine frühen eigenen Regiearbeiten „Abschiedsbilder“ und „Land der Väter, Land der Söhne“ bekamen jeweils mehrere Auszeichnungen.

Branchenweit für Aufsehen sorgte er aber mit der Tatort-Folge „Tod im Häcksler“, mit dem medienkritischen Film „Der Sandmann“ für RTL II und vor allem mit „Solo für Klarinette“, bei dessen Dreharbeiten er sich – angeblich „vor einem zugefrorenen Dixiklo“ – entschied, es seinem damaligen Arbeitgeber Bernd Eichinger gleichzutun und ins Produzentenfach zu wechseln.

Hofmann hat das Sushi immer noch nicht verspeist, aber es sind ihm gerade noch ein paar aktuelle Projekte eingefallen: Möglichst bald will er etwa das Buch des Schauspielers Michael Degen verfilmen. Auch für den Hindenburg-Stoff, den er schon seit mindestens fünf Jahren gedanklich mit sich herumschleppt, hat er einen neuen Anlauf genommen.

Und dann gab es da im Dezember noch ein Fest im Feierabendhaus der BASF in Ludwigshafen. Hofmanns Vater feierte dort seinen 80. Geburtstag. Sein Sohn hatte nicht nur eine Rede im Gepäck, sondern auch einen langgehegten Plan. Es ergriff nämlich auch ein anderer Weggefährte des Jubilars das Wort: Helmut Kohl.

Zufällig plant Nico Hofmann seit längerem ein biografisches Stück („BioPic“) über den Ex-Marathonkanzler. Zufällig hatte er mit dem Dokumentarfilmer Thomas Schadt auch seinen potentiellen Projektpartner zum Geburtstag des Vaters geladen – und zufällig neben Kohl platziert.

Was aus der Sache geworden ist? „Kohl war sehr wohlwollend“, sagt Hofmann. „Noch im Januar haben wir einen Termin.“

MARCEL ROSENBACH



Hofmann-Filme „Solo für Klarinette“, „Stauffenberg“: Passgenau auf das jeweilige Publikum zugeschnitten