

TV-PROGRAMM

# Hollywood im Fernsehformat

Die Krimi-Reihe „CSI“ ist durch ihre bildgewaltige Machart zur derzeit wohl erfolgreichsten TV-Serie der Welt geworden. Auch in Deutschland sind die immer aufwendiger werdenden US-Produktionen plötzlich wieder beliebt, die heimischen Serien stecken dagegen in der Kreativitätskrise.

In Hollywood schreibt der amerikanische Traum oft seine eigenen Geschichten über den Aufstieg vom Tellerwäscher zum Millionär. Das beste Beispiel dafür ist Anthony Zuiker, 37.

Vor ein paar Jahren war es leicht, Anthony Zuiker zu treffen. Man musste nur nach Las Vegas fahren und gegen Mitternacht die Straßenbahn am Casinohotel Mirage nehmen – Zuiker war der Fahrer.

Heute dagegen ist es nicht so einfach, zu ihm vorzudringen. Sein Terminkalender wird gleich von einer ganzen Horde von Sekretärinnen und Assistenten verwaltet. So wie es sich eben gehört für die Schwergewichte der amerikanischen Unterhaltungsindustrie, zu denen Zuiker seit dem 6. Oktober 2000 zählt.

Denn an diesem Abend wollten überraschend rund 17 Millionen Amerikaner die erste Folge einer neuen Krimi-Serie über Kriminaltechniker und Gerichtsmediziner sehen, obwohl sie vorher vom Sender CBS fast gar nicht beworben worden war. Der Erfinder, Chefautor und Co-Produzent der Serie mit dem Titel „CSI – Crime Scene Investigation“: der Casinobahnfahrer aus Las Vegas, Anthony Zuiker.

„Eigentlich kommt mir das auch heute noch alles total verrückt vor“, sagt Zuiker. Schließlich hatte er doch nur für einen alten Schulfreund, der es in Hollywood zu einem recht erfolgreichen Fernsehchauspieler gebracht hat, ein paar Dialoge zum Üben aufgeschrieben. Doch dann kam ein Anruf vom begeisterten Agenten des Schauspielers: Ob er statt Dialogen nicht auch gleich ein Drehbuch schreiben könne?

Also kaufte Zuiker sich drei Handbücher für Drehbuchautoren und schrieb das Skript für einen TV-Spielfilm. Prompt meldete sich Erfolgsproduzent Jerry Bruckheimer („Top Gun“): Ob er auch eine Fernsehserie erfinden könne?

Sechs Jahre später hat sich „CSI“ zu einem weltweiten Fernsehunternehmen entwickelt. Zur ursprünglich in Las Vegas spielenden Serie sind mit „CSI: Miami“ und „CSI: NY“ zwei eigenständige Ableger hinzugekommen. Zusammen dominieren die drei Forensiker-Teams mit wöchentlich rund 60 Millionen Zuschauern die Hauptsendezeit in den USA.

„Die Bedeutung von ‚CSI‘ kann man gar nicht überbewerten: Die Serie hat unse-



Erfolgsserie „CSI: Miami“: Detailgenaue Kamerafahrten durch Blutbahnen und Synapsen

ren Fernsehkonzern fast im Alleingang wiederbelebt“, schwärmt CBS-Chef Leslie Moonves.

Auch in Deutschland machen die eher im Labor statt auf der Straße ermittelnden Cops die Senderchefs inzwischen glücklich: Mit zuletzt wöchentlich rund sechs Millionen Zuschauern und teilweise werberelevanten Marktanteilen bis etwa 30 Prozent beschert „CSI: Miami“ RTL schon fast vergessene dauerhafte Quotenhöhen. Bei Vox sorgt die Serie aus New York für

Einschaltquoten, die dreimal so hoch sind wie der Senderschnitt.

Nicht anders sieht es in Großbritannien, Frankreich, Spanien und all den anderen führenden TV-Märkten der Welt aus, wo „CSI“ die jahrelang dominanten einheimischen TV-Serien meist alt erscheinen lässt. „Es gibt weltweit im Fernsehen ein Comeback von Hollywood, und wir haben es sicher mitausgelöst“, sagt Zuiker.

Genaugenommen stimmt das nicht so ganz, denn „CSI“ wird nicht in Holly-

wood, sondern in den CBS-Studios produziert, und die liegen im eher wenig glamourösen San Fernando Valley genau auf der anderen Seite der Hollywood Hills, ein paar Meilen nördlich von Los Angeles. Hier hat auch Zuiker sein Büro, ganz am Ende des Geländes, hinter Hallen, in denen einst Teile von „Magnum“ und „Dallas“ produziert wurden.

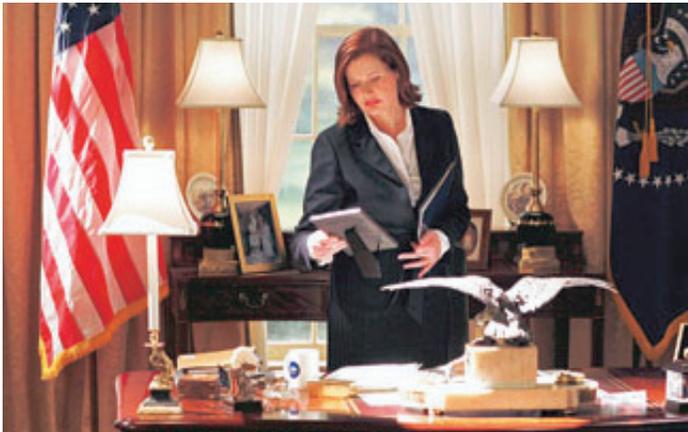
Hollywood, das war bislang immer ein Synonym für Kino- und Großproduktionen, und auch die Schauspieler wollten über Jahrzehnte meist nur in die eine Rich-

Leinwand zu sehen waren: detailgetreue Kamerafahrten durch Blutbahnen und Synapsen, Kugeln, die Organe in Slow-Motion durchschlagen. 10 000 Dollar kostet so ein ganz normaler Spezialeffekt, nach oben ist die Preisskala offen. Insgesamt verschlingt jede der rund 40 Minuten langen Episoden etwa drei Millionen Dollar – dafür werden in Deutschland bisweilen zwei komplette TV-Spielfilme produziert.

Wie inzwischen alle großen Kinofilme entstehen die bildgewaltigen „CSI“-Folgen eigentlich erst in der Postproduktion

die neue Hollywood-Ware plötzlich wieder zum Zuschauermagneten geworden.

ProSieben etwa feiert Quotenerfolge mit dem Vorstadt-Drama „Desperate Housewives“ und hob auch die auf einer Pazifikinsel spielende Mystery-Reihe „Lost“ ins Programm, deren Produktionskosten von 60 Millionen Dollar pro Staffel in jeder Sekunde zu sehen sind. RTL hatte sich dagegen mit einer deutschen Billigvariante unter dem Titel „Verschollen“ versucht, die großenteils im Studio entstand – und scheiterte kläglich.



US-Serien „Commander in Chief“, „Grey's Anatomy“: Quoten weit über dem Schnitt

tung: von der Mattscheibe auf die Leinwand. So wurde aus Pierce Brosnan erst Remington Steele und dann James Bond, und George Clooney wurde vom Krankenhausarzt zum Filmstar.

Aber die Zeiten haben sich geändert: Film und Fernsehen mischen sich – und das hat wiederum viel mit „CSI“ zu tun.

Schon in Zuikers Büro sind die Hinweise dafür kaum zu übersehen. Gleich neben seinem Schreibtisch steht ein großes gerahmtes Foto von Zuiker mit Quentin Tarantino. Der „Pulp Fiction“-Star war sich nicht zu schade, vergangenes Jahr die Schlussepisode der „CSI“-Staffel zu schreiben und auch Regie zu führen. Von seinen aus dem Kino gewohnten Maßstäben musste er dabei nicht abrücken: Die Farben sind düster, die Handlung ist brutal, sogar die Länge entspricht mit knapp 90 Minuten einem Kinofilm. Mit klassischen Fernsehserien hat das nicht mehr viel zu tun – und das soll es auch nicht.

„Jede Folge ‚CSI‘ soll ein Mini-Kinofilm sein“, betont Zuiker. Urheber dieser Philosophie ist allerdings nicht er selbst, sondern Blockbuster- und Bombast-Produzent Jerry Bruckheimer, der mit „CSI“ einen Ausflug ins Fernsehen wagte. In den vergangenen Jahren hat Bruckheimer stets bild- und soundgewaltige Kassenknaller wie „Top Gun“ und „Fluch der Karibik“ produziert, im Fernsehen soll es nun nicht anders sein. „Ich will Fernsehen wie Kino machen“, sagt Bruckheimer.

Und das heißt vor allem Special Effects, wie sie vor „CSI“ eigentlich nur auf der

am Computer. Hier wird den drei Serien ihre jeweils eigene Atmosphäre, ihre eigene Farbe verpasst: hart und neon für die Las-Vegas-Ermittler, warme, tropische Farben für „CSI: Miami“ und kühle, graue und blaue Töne für die im Großstadtdschungel von New York spielenden Episoden.

Alle drei aber wirken am Ende wie eine Mischung aus Hochglanzmagazin und Videoclip: Die Schauspieler sind stylish, die Kulissen glatt und poliert, immer wieder wird die Handlung durch Flashbacks und rasante Kamerafahrten durch die menschliche Anatomie unterbrochen. Zuiker ist sicher: „CSI“ hat das Fernsehen verändert.“

Die kinoaffinen Krimis haben die US-Serienproduktion stark beeinflusst: In den vergangenen Jahren tauchten plötzlich immer mehr aufwendige Hochglanzserien auf, die auch mit ihren komplexen Handlungen und ausgereiften Charakteren eher an große Hollywood-Projekte als an Fließbandproduktionen fürs Fernsehen erinnern – und sich jetzt immer mehr auch im deutschen TV-Programm durchsetzen.

Nachdem einige Jahre selbst große Hits aus den USA von Publikum und Sendern verschmäht oder im Programm vergraben wurden, ist

Auch Vox setzt auf den Ami-Trend und hob unter anderem die „Gilmore Girls“ ins Abendprogramm. Die Folge: Quoten weit über Senderschnitt, der ohnehin dank immer mehr US-Serien steigt.

Die neuesten Hits der vergangenen Monate sind schon verteilt: ProSieben zeigt unter anderem die sexy Krankenhausreihe „Grey's Anatomy“, RTL bediente sich etwa beim „CSI“-ähnlichen Kriminaldrama „Bones“ und der Arzt-Serie „House, M.D.“, deren Kamerafahrten und Special Effects stark an „CSI“ erinnern. Noch nichts bekannt ist über „Commander in Chief“ mit Geena Davis als erster

weiblicher US-Präsident. Seit Amtsbeginn von Kanzlerin Angela Merkel ist das Interesse noch einmal sprunghaft gestiegen.

Doch je mehr sich der deutsche TV-Zuschauer mit sexgeilen US-Hausfrauen und smarten Forensikern anfreundet, desto weniger mag er sich offenbar noch mit deutschen Friseurinnen und Kommissaren abgeben. Die deutsche Serie, heißt es bei den Privatsendern, stecke in der Krise.

Gefragt sind vor allem neue Ideen. „Wir müssen durch alle Genres gehen und nach modernen Formen der Umsetzung suchen“, sagt Barbara Thielen, die neue Fiction-Chefin des Marktführers RTL. Die alten



„CSI“-Erfinder Zuiker „Total verrückt“

TV-DRAMA

# Liebe, Lust und lauter Opfer

„Papa und Mama“ – in seinem tragikomischen Scheidungs-Zweiteiler setzt sich Regisseur Dieter Wedel mit Macht und Tücke des Alltags-Eros auseinander.

nämlich funktionieren nicht mehr so richtig: Bei einst überdurchschnittlich gut laufenden Serienhits wie „Hinter Gittern“ oder „Alarm für Cobra 11“ scheint nach rund zehn Jahren Sendezeit beim Zuschauer allmählich Langeweile ausgebrochen zu sein. Und an neue deutsche Serien hat sich RTL dieses Jahr kaum herangewagt.

Nicht besser sieht es bei Sat.1 aus, der Sender wartet seit „Edel & Starck“ vergebens auf einen ebenbürtigen Nachfolger. Die Friseur-Soap „Bis in die Spitzen“ liegt deutlich unter Senderschnitt, die Krimi-Serie „Der Elefant“ erfüllt nicht annähernd die Erwartungen.

Allerdings setzt der Berliner Sender nun auf Offensive: Gleich zehn neue eigenproduzierte Serien will Sat.1 dieses Jahr ins Programm bringen. Statt scharf zu schießen, probieren es die Programmierer nun lieber mit der Schrotflinte: Irgendetwas muss den Geschmack des deutschen Zuschauers doch treffen.

„Wir entwickeln selbst völlig neue Stoffe mit unkonventioneller Erzählweise“, sagt Alicia Ramirez, Abteilungsleiterin Fiction bei Sat.1. Da wird etwa ein in Berlin gescheiterter Bundespolitiker in die Provinz geschickt, oder ein unter Gedächtnisverlust leidender ehemaliger Polizist versucht den Mord an seiner Frau aufzuklären.

Doch selbst ausgefallene Ideen ersetzen nicht das Gespür für den immer weniger berechenbaren deutschen Zuschauer: „Bis in die Spitzen“ und „LiebesLeben“ gehören sicher zu den besten deutschen Serien der vergangenen Jahre – nur die Mehrheit der Zuschauer ließen sie kalt.

Kreativität ist trotzdem das Einzige, womit sich die deutschen Serienmacher behelfen können. Denn bei Aufwand und Ausstattung können sie mit den Amerikanern nicht mithalten. Mehr als 1000 Mitarbeiter arbeiten das ganze Jahr an den drei „CSI“-Varianten: Filmcrews, Bühnenbauer, Special-Effect-Spezialisten. Insgesamt 72 „CSI“-Episoden werden jedes Jahr produziert – Akkordarbeit vor allem für die Autoren, die sich ständig neue, möglichst bizarre Fälle ausdenken müssen.

„Das ist oft eine zermürende Arbeit“, sagt Zuiker. Allerdings stehen ihm auch Ressourcen zur Verfügung, von denen deutsche Serienmacher nicht mal träumen können: Bis zu zehn Co-Autoren füllen Zuikers Story-Ideen mit Handlungen und Dialogen aus. Vier bis acht Tage braucht ein Autorenteam für ein Drehbuch, drei bis vier Wochen dauert es, bis eine fertigproduzierte Episode die Serienmaschine im San Fernando Valley verlässt.

Angst vor einer Überproduktion haben die Serienmacher um Zuiker nicht. Im Gegenteil: Der Erfolg im Ausland löst Überlegungen aus, noch einen Gang zuzulegen. Zuiker: „Wir denken über ein internationales ‚CSI‘ nach, das in einer europäischen Stadt spielt.“

THOMAS SCHULZ



Darsteller Brückner, Schneeberger, Weck: Alte Gewohnheiten als Ehekit

Was interessiert an der Vergangenheit? Was an der Gegenwart? Andere mögen rätseln, das Fernsehen weiß zurzeit die Antwort: Liebe, Liebe und sonst fast gar nichts.

Da stehen sie und können anscheinend nicht anders, Höhepunkte der TV-Saison: Die deutsche Krankenschwester und der englische Flieger rennen 1945 durch die brennende Stadt, „Dresden“ heißt der für Frühjahr geplante ZDF-Zweiteiler, könnte aber auch „Feuersturm der Leidenschaften“ heißen.

Die Fiktionen blicken jetzt besonders gern zurück und erfreuen das Publikum mit Liebesgeschichten aus der Vergangenheit. „Die Luftbrücke“, Ende November gesendet, stellte der alliierten Rettungstat eine (wunderschöne) Geschichte zwischen deutscher Sekretärin und amerikanischem General an die Seite. Der Lohn des dramaturgischen Kniffs: die Sensationsquote von über acht Millionen Zuschauern (knapp 30 Prozent in der jungen Zielgruppe) – davon kann Sat.1 sonst nur träumen. Im Februar versucht RTL sein Glück mit dem Unglück: „Die Sturmflut“, das Hamburg-Drama von 1962. Auch da rauschen neben den Wassern der Elbe die Ströme der Liebe.

Lenker solcher hochdramatischen Fernsehzeiten ist der Produzent Nico Hofmann, 46, der mit seiner Firma Teamworb wie kein anderer auf der Zauberflöte der historischen Feuer- und Wasserproben, durch die ein liebendes Heldenpaar gehen muss, zu spielen weiß. Am Montag und Mittwoch dieser Woche ist dann aber im ZDF eine ganz andere Liebesme-

lodie zu hören, eine von heute, der keine äußere Not über innere Zweifel hinweghilft.

Schon der platte Titel dieses Stücks, „Papa und Mama“, wirkt wie ein Abwehrzauber gegen die Berücksichtigung des großen Pathos. Der Papa des Papas, Autor und Regisseur Dieter Wedel, mit einem einschüchternden Konto von Fernseherfolgen („Wilder Westen, inklusive“, „Der große Bellheim“, „Der Schattenmann“, „Der König von St. Pauli“, „Die Affäre Semmeling“), sucht nicht die großen Gesten und letzten lapidaren Sätze zur Liebe, sondern beobachtet als Theaterfuchs das kleine, oft lächerliche Hin und Her, in das Menschen geraten, wenn der Blitz in bequeme erotische Gewohnheiten einschlägt.

Nie hätte sich der Anwalt Peter Ullrich (Fritz Karl) träumen lassen, dass ihm passiert, was seinen Mandanten geschieht und wovon er gut lebt: Scheidung. Seine Frau Katja (Silke Bodenbender), seine Kinder, die pubertierende Tochter Julia (Anna Hausburg), der noch kleine Philipp (Wolf-Niklas Schykowski), haben den smarten, arbeitssüchtigen Karrierejuristen in der Sicherheit einer glücklichen Beziehung gewiegt. Er seinerseits, der schöne Mann, verzichtet – trotz guter Gelegenheiten – auf außereheliche Affären. Was, heiliger Eros, soll passieren? Und warum?

Das Warum – eine der großen Stärken dieses intelligenten Wedel-Films – werden wir bis zum Schluss nicht ergründen. Dafür das Wie. Am Anfang sind es bröckelnde Steinchen, die sich von dem so unerschütterlich geglaubten Gebäude der Ehe lösen: