

Falco Jagau will eine Fernsehserie schreiben, wie man sie nur von HBO kennt: aufwendig, überraschend, clever.



TV -
Nachwuchs
gesucht

Die Tage des Drachen

Seit Jahren träumt der Filmhochschulabsolvent Falco Jagau von einer Fernsehserie: von einer Geschichte, in der Geheimbünde, Drachen, für unwahr gehaltene Mythen zum Leben erwachen. Als der Sender Sky einen Talentwettbewerb ausschreibt, ist das Falcos große Chance. Wir haben ihn und sein Team ein halbes Jahr lang begleitet - bis vor die Tür, hinter der die Expertenjury des Senders entscheiden soll, ob Falcos Idee eine Chance bekommt und die Drachen zum Leben erwachen. Ein Thriller.

Text: Philipp Alvares de Souza Soares
Fotos: Stephanie Fuessenich

Wenn Falco Jagau von seiner Geschichte erzählt, gehen seine Augen weit auf, wie bei einem Kind. „Es geht um Macht, um deutsche Geschichte, um Mythen, Liebe und Verschwörung“, sagt er. Sein Blick tastet nach der Reaktion des ihm Gegenübersitzenden. Versteht der, was ich meine? Wie findet er das? Falcos Ideen sind komplex und ungewöhnlich. Die Geschichte ist nicht leicht zu verstehen. Seit fünf Jahren trägt er die Figuren, ihre Rollen und die Bilder schon in seinem Kopf. Dort sind sie gewachsen, vielschichtiger geworden.

Der Pay-TV-Sender Sky Deutschland sucht nach Geschichten. Sky will eine Serie produzieren, wie es sie hierzulande noch nicht gab: einen anspruchsvollen Stoff, der nicht jedem gefallen muss. Die Serie soll nicht dem Einheitsbrei ähneln, den man aus dem deutschen Fernsehen kennt. „Tatort“, „Um Himmels Willen“, „Alarm für Cobra 11“. Vorbild ist laut Sky der amerikanische Bezahl-sender HBO. Dort laufen Formate wie die Fantasy-Geschichte „Game of Thrones“ oder Barack Obamas Lieblingsserie „The Wire“. Die deutschen Sender beneiden die Amerikaner um solche Stoffe, Kritiker und Publikum lieben sie.

Im Mai schrieb das Handelsblatt, dass Sky für die neue Serie bis zu drei Millionen Euro pro Programmstunde ausgeben wolle. Ein durchschnittlicher deutscher TV-Film kommt mit einer Million aus.

In Falcos Geschichte geht es um drei ungleiche Schüler: Ruben, Hendrik und Laura. Sie geraten während eines Schulausfluges in das Visier eines ominösen Geheimbundes. Die Verschwörer verfolgen sie, es wird gefährlich. Es kommen Geheimnisse der deutschen Geschichte ans Licht, die bis in die Kaiserzeit zurückreichen. Mythen, Märchen, kombiniert mit historischen Fakten. Eine uralte Prophezeiung scheint real zu werden. Aber kann das sein? Hier entsteht die Spannung. Die Geschichte erzählt von Jugendlichen an der Schwelle zum Erwachsenwerden, die mit den Verlockungen der Macht konfrontiert werden. Mehr möchte Falco nicht verraten. Im Frühling 2013 bekommt er eine Mail von seiner ehemaligen Uni, der Hochschule für Fernsehen und Film (HFF) in München. Es geht um eine Kooperation der HFF mit Sky: „THE WIRE ... BREAKING BAD ... GAME OF THRONES ... HOMELAND ... – Und wer von euch hat eine eigene Serienidee? Alles, was sonst eher nicht erlaubt ist, ist jetzt gefragt!“ Sky hat einen Wettbewerb ausgeschrieben, die beiden besten Ideen sollen jeweils 5.000 Euro bekommen. Im August können die Teilnehmer ihre Idee den Sky-Leuten vorstellen. Auch der Filmchef, Marcus Ammon, wird zu diesem Pitch kommen. Bis Ende September müssen die Konzepte schriftlich nachgereicht werden.

Die Chance, eine Serie zu entwickeln, die wirklich gesendet wird, scheint plötzlich real. Und das bei einem Sender, der etwas wagen will und genug Geld hat. Falco überlegt nicht lange, er will mitmachen. Seine Geschichte soll eine Fernsehserie werden. Arbeitstitel: „Die Tage des Drachen“.



Kaffee zum Wachbleiben, mittelalterlicher Schmuck zur Inspiration.

Ein Montagabend Anfang Juli. Falco hat sich für seinen Plan ein Team gesucht: Tobias Huber, smart und selbstbewusst, studiert Filmproduktion, und Henning Pulß, Drehbuch. Henning ist eher zurückhaltend, wie Falco. Sie sitzen zusammen an einem Tisch auf der Terrasse der HFF-Cafeteria. „Falcos Idee hat mich sofort angefixt“, sagt Tobias, „das Setting ist megacool.“ Heute treffen sie sich das erste Mal, um eine Strategie für den Pitch zu entwickeln. Es geht darum, Falcos Geschichte weiterzuentwickeln und dann so einzudampfen, dass sie innerhalb von 15 Minuten bei den Männern von Sky ankommt. Dazu muss zunächst eins klar sein: Wie irre und fantastisch darf die Geschichte werden? Falco will Drachen einbauen, die besondere Kräfte haben. Die anderen beiden schauen skeptisch. Tobias sagt: „Das Mystische darf auf keinen Fall peinlich rüberkommen.“ Henning sieht das ähnlich, findet aber, dass genau das Märchenhafte an Falcos Idee ihren Reiz ausmacht: „Ein Teil darf ruhig unrealistisch sein.“ Er hat einen Vorschlag: Wieso finden die fantastischen Szenen mit Drachen und Kaisern nicht in Rubens Träumen statt? Falco und Tobias nicken: „Geile Idee!“

Nicht nur Sky versucht, junge Autoren anzuwerben, die ganze Branche scheint unter ihren verkalkten Strukturen zu leiden. Besonders die öffentlich-rechtlichen Sender sprechen von Verjüngung und neuen Strategien. Im Mai schrieb das ZDF bundesweit einen Nachwuchswettbewerb namens „Show Up!“ aus. Studenten sollen Ideen für eine neue Show nach Mainz schicken, die beste würde mit 2.500 Euro prämiert. Für ein Primetime-Format, 90 bis 120 Minuten lang. Die Idee sollte „richtig neu“ sein. Für die Branchenkenner in den Feuilletons klang das wie Hohn, sie warfen dem Sender Ausbeutung und Knauerigkeit vor. Zumal das ZDF dem Gewinner noch anbot, das Konzept für 7.500 Euro zusammen mit den eigenen Redakteuren weiterzuentwickeln. Eine exklusive Übertragung aller Rechte an den Sender inbegriffen. Ein Schnäppchen.

Bei Sky ist das angeblich nicht so. Filmchef Marcus Ammon sagt, dass es bei dem Wettbewerb zunächst darum gehe, den Nachwuchs und seine Ideen kennenzulernen. „Wir wollen Talente herausfiltern, die fürs Pay-TV geeignet sind.“ Was danach passiert, sei noch nicht klar. „Wenn mich eine Idee umhaut, dann kann es gut sein, dass wir das Projekt zusammen weiterentwickeln.“ In zwei Jahren soll die Produktion der neuen Serie angelaufen sein.

Zehn Tage nach dem ersten Treffen sitzen Tobias, Falco und Hennig in einem Studentenbüro der HFF. Tobias hat einen Text für den Pitch vorbereitet. Sein Entwurf beginnt mit einem Gedicht, das von einer alten Sage handelt, dann folgt Falcos Geschichte. Das Reale im Mythos, die Figuren, die Verschwörung: „Alles nur Legende? Nein, mitten unter uns gibt es einen Geheimbund.“ Tobias liest langsam, betont die richtigen Stellen. Falco ist begeistert: „Total geil!“ Danach zeigt Tobias Slides einer Präsentation, die er vorbereitet hat. Sie soll während des Pitches im Hintergrund laufen. Ein mittelalterliches Panorama, Burgen, Pergamentpapier. Man kann sich das gut vorstellen.

Die Gruppe ist nun voll dabei. Falcos Geschichte ist ihre Geschichte geworden. Sie tauschen Ideen zu den Beziehungen der



Tobias Huber studiert Filmproduktion. Von der Serienidee ist er sofort angefixt.



Düstere Sagen, Mythen, die in den Alltag einbrechen. Auf dieser Idee fußt „Die Tage des Drachen“.



Henning Pulß, der Drehbuchexperte des Serienteams.



Wie viel Fantasie darf in die Handlung? Was kann man den Zuschauern zumuten?

Und wie kann man der Jury innerhalb von nur 15 Minuten Präsentationszeit die Handlung erklären?



Hier in den Räumen der Hochschule für Fernsehen und Film soll später das Schauspiel-Casting stattfinden.



Sieht das alles schon gut genug aus, um die Jury zu überzeugen? Tobias Huber an der Kamera.

An der Schwelle
zum Erfolg. Wird dem
Sender das Konzept
gefallen?



Figuren aus, was genau auf dem Schulausflug passiert. Falco nimmt die Tram in Richtung Innenstadt. Noch immer lächelt er. „Jahrelang lag die Geschichte brach, und nun wird endlich etwas daraus“, sagt er.

Ende Juli, anderthalb Wochen vor dem Pitch: Tobias sitzt am Ende eines Seminarraumes der HFF, Falco und Henning stehen auf der anderen Seite vor einem großen Flachbildschirm, auf dem die Präsentation läuft. Falco hat Grafiken entworfen, die die Zeitebenen der Handlung zeigen. Die beiden üben den Text für den Pitch, die einzelnen Absätze haben sie unter sich aufgeteilt. „O.k., stopp! Fünf Minuten achtundzwanzig.“ Tobias hat die Zeit gemessen. „Super, das passt.“ Für den Pitch unterbricht Falco eine Reise an die Ostsee. Es ist Mittag. Die beiden sitzen im Flur, HFF, fünfter Stock. Sie schauen schweigsam aus dem Fenster. Ein Freund von Falco kommt vorbei und erzählt, dass die Jury bislang viele Ideen nicht mochte.

Und dann – geht es los. Sechs Herren sitzen an einer u-förmigen Tischreihe. Zwei HFF-Professoren, zwei Männer von einer Produktionsfirma und die Leute von Sky. Die Jury wirkt genervt, gesättigt, der Pitch scheint Fließbandarbeit zu sein. Falco stellt sich und Henning vor, zieht die Jalousien zu. Ab jetzt muss die Öffentlichkeit draußen bleiben. Nach 20 Minuten stehen Falco und Henning wieder vor dem Raum. Wie lief es? Falco schluckt und starrt den Gang herunter. „Die waren überhaupt nicht aufnahmebereit.“ Noch nie zuvor sei er mit seiner Idee auf Desinteresse gestoßen – doch heute sei das anders gewesen. Henning ist wütend. „Die waren einfach nur arrogant.“ Die Jury habe den beiden kein Feedback gegeben. Falco überlegt, die Juroren später noch einmal direkt nach ihrer Meinung zu fragen, verwirft die Idee aber wieder. Der große Moment, auf den alle Mühen zuliefen, ist eine Enttäuschung geworden. Später sitzen die beiden in der HFF-Kantine und erzählen vom Pitch. Es habe ein technisches Problem mit dem Flachbildschirm gegeben, also konnten sie ihre Präsentation nur auf dem Laptop zeigen. Kein guter Start. „Sie brauchen diese Präsentation doch nicht“, habe einer der Juroren gesagt. Die Nervosität sei gestiegen. Falco und Henning hätten den Plot angerissen, die Charaktere vorgestellt. Doch auf viele Details konnten sie nicht mehr eingehen, das Ende der Geschichte blieb offen. Die Fragen seien verhalten bis arrogant gewesen. Falco weiß nicht genau, wie er die Reaktionen deuten soll. Klar, so ein Pitch ist kein Schulreferat, aber hätte er nicht zumindest etwas Wohlwollen erkennen müssen? Andererseits: Die Geschichte ist komplex, es ist schwer, diesen Plot so zuzuspitzen, dass er sofort seine Wucht entfaltet. „Die wirkten schon interessiert, aber umgehauen hat es sie nicht“, sagt Falco.

Oktober. Der Pitch ist lange vorbei. Schon vor Wochen hätte das Konzept bei Sky liegen müssen, doch Falco, Tobias und Henning haben sich dagegen entschieden. „Es hätte sich nicht gelohnt“, glaubt Falco. Nach dem schlechten Feedback hätten die drei kaum eine Chance gesehen und sich bewusst dagegen entschieden. Die anfängliche Enttäuschung ist einer selbstkritischen Analyse gewichen. Falco sagt, dass der Pitch eine gute Lektion gewesen sei: „Unsere Geschichte ist für einen Sender wie Sky

vielleicht doch zu fantastisch.“ 40 Teams hatten am Wettbewerb teilgenommen. Gewonnen haben zwei Geschichten, deren Plot sich relativ schnell erahnen lässt, obwohl Sky die Konzepte nur sehr knapp anreißt: Bei „Transition“ geht es um einen jungen Mann im falschen Körper. Er soll als Sinnbild für die Generation Y stehen, der es bekanntermaßen schwerfällt, aus einer Vielzahl an Optionen zu wählen, wozu hier auch das Geschlecht gehört. In der zweiten Gewinner-Geschichte, „Saints of Sin“, geht es um einen Mann, der in einen Konflikt geworfen wird und sich gegen seine Familie, eine Rockergang und die Polizei behaupten muss. Vielleicht ist Sky doch nicht so mutig, wie es zunächst klang. Die beiden Konzepte erinnern mehr an Sat 1 als an HBO.

Falco ist das egal. Er will seine Geschichte nun als Computerspiel herausbringen. Zusammen mit Tobias und Henning hat er sich schon mit zwei Spezialisten getroffen, die sie beraten sollen. In Bayern gebe es dafür sogar Fördergelder, weil es ein historischer Stoff ist. Bei dieser Lösung müsse er weniger Abstriche machen, sagt er, Computerspiele dürften fantastisch sein und eine Nische bedienen.

Und überhaupt: Der Sky-Pitch sei ja nur der erste Versuch gewesen. „Ich gebe nicht so schnell auf“, sagt Falco, und seine Stimme klingt entschlossen, wach, präzise. „Ich hänge an meiner Geschichte.“



Mit dem
Fahrstuhl
zum Erfolg?

Ende