

Pro Drehtag eine Miete

Ob Wohnung, Haus oder Büro: Über Locationscouts lässt sich fast alles für Foto-, Film- und Fernsehaufnahmen vermarkten. Man darf nur den teils recht großen Aufwand von Dreharbeiten nicht scheuen

    



Ost-Berlin-Charme in Moabit: Hier im Westen der Stadt wurde »Russendisko« gedreht. Foto: promo

Sie sind ständig auf der Suche. Mal werden sie im eigenen Archiv fündig, mal steigen sie in eine Cessna, um aus der Vogelperspektive eine Großbaustelle zu finden. Ihre Kunden wollen für einen Film eine Tapetenfabrik aus den 60ern oder DDR-Ambiente für eine Berlinale-Party. Für Locationscouts sind viele Orte – oder Motive, wie sie sagen – interessant.

Die Profis vermitteln zwischen Regisseuren, Szenenbildnern, Produktionsfirmen oder Eventagenturen und denjenigen, die Orte zur Verfügung stellen können – den Motivgebern. Für Besitzer von Wohnungen, Fabriken oder Büros kann der Deal sehr lukrativ sein. „Die Faustregel ist: eine Monatsmiete pro Drehtag“, sagt Anja Grünewald aus Berlin. „Wenn ein Motiv exklusiver ist, macht sich das auch im Preis bemerkbar.“ Die luxuriöse Villa am See bringt mehr ein als eine x-beliebige Altbauwohnung.

Grünewald ist seit mehr als zehn Jahren mit ihrer Agentur Real to Reel deutschlandweit als Scout unterwegs. Wie alle in dem Beruf ist sie eine Quereinsteigerin – eine Ausbildung gibt es nicht.

Motivgeber sollten bedenken, worauf sie sich einlassen, meint die 43-Jährige. „Es kann sein, dass für den Dreh das Wohnzimmer komplett ausgeräumt wird.“ Professionelle Aufnahmeteams seien aber versichert, weil sich bei bis zu 50 Leuten selbst bei viel Platz Pannen nicht vermeiden ließen. „Bislang haben sich bei mir aber immer beide Seiten am Ende einigen können, wenn mal etwas kaputt gegangen war.“

Wer mit dem Gedanken spielt, Motivgeber zu werden, der kann über den Bundesverband Locationscouts professionelle Ansprechpartner suchen und an diese per E-Mail Fotos seines Motivs schicken. Etwa 100 Locationscouts in Deutschland

Anzeige

■ SUCHE

[Archiv]

■ Jetzt am Kiosk



Bestellen
Sie das
neue Heft

[Kontaktformular]

[Abonnement]

genügten den Qualitätsansprüchen des in Berlin ansässigen Verbandes, sagt der Vorsitzende Roland Gerhardt.

Zusammen mit Kollegen betreibt er die Motivagentur Location Network. „Es ist ein sehr junger Beruf“, sagt der 46-Jährige. Daher wurde auch der Bundesverband erst 2010 gegründet – um für Kommunikation nach innen und außen sowie einheitliche Qualitätsstandards zu sorgen.

Früher hätten in Deutschland meist Szenenbildner die Arbeit der Motivsuche mit übernommen, dafür aber auch mehr Vorbereitungszeit gebraucht. Aus dem amerikanischen Produktionssystem seien dann Anfang der 90er Jahre die Locationscouts übernommen worden, sagt Gerhardt. „Der große Durchbruch kam 2000/2001.“ Heute gebe es kaum eine große Produktion, die auf die Profi-Scouts verzichte.

Ständig wandelt sich der Beruf: Neue Locations kommen hinzu, alte verschwinden. Die Archivpflege ist aufwändig. Dafür sind Locationscouts auch auf Motivangebote angewiesen. Für Motivgeber bietet der Scout den Vorteil, dass dieser ein von der Produktionsfirma unabhängiger Ansprechpartner sei, meint der Verbandschef. „Scouts haben ein vitales Interesse daran, dass auch der Motivgeber zufrieden ist.“

Alexander Groh bekommt am Tag vier bis fünf Bewerbungen mit Motiven. Der 38-Jährige bedient mit seiner Agentur Grohlocations hauptsächlich Werbefilme, guckt aber auch bundesweit in anderen Bereichen nach passenden Orten. 2006 kam der studierte Betriebswirt über einen Freund, der seine Wohnung vermarkten wollte, zum Scouting.

Immer wieder gebe es andere Trends bei Werbefilmen, erzählt Groh. „Vor zwei Jahren waren eher kühle, moderne Lofts gefragt, jetzt soll es eher gemütlich und heimelig sein, dabei aber immer noch schick.“ Profi-Scout Groh rät: „Man sollte seine Wohnung mit Charme einrichten, sodass auch ein Lebensgefühl rüberkommt.“ Manche Wohnungen seien nicht vermietbar, weil sie aussähen wie ein Museum.

Die Vermarktung des eigenen Motivs kann lukrativ sein, aber auch langwierig. Es kann Jahre dauern, bis ein Scout anruft. Und am Ende kommt es ganz anders als gedacht: So erzählt Verbandschef Gerhardt, dass er jüngst für die Verfilmung von Wladimir Kaminers „Russendisko“ eine große Wohnung mit altem Ost-Berlin-Charme gesucht hat. Gefunden hat er sie am Ende in Moabit, im Westteil der Stadt.

Alexander Riedel
alexander.riedel@tagesspiegel.de

Aus der Ausgabe 3 / 2012

[ZURÜCK ZUR ÜBERSICHT](#)

• OMBUDSMANN



Nachlässige Ämter, überbordende Bürokratie, verrückte Formulare - hier wird unser Ombudsman Dr. Pierre Gerckens für den

Berliner Mittelstand tätig. Haben auch Sie ein Anliegen? Schreiben Sie uns!

[\[zum Ombudsmann\]](#)