

Quelle: www.kreiszeitung.de vom 10.04.2009

Rubrik: Bremen

[Drucken](#)

Was will das TV-Publikum?

Wirtschaftswissenschaftler Dr. Jörn Grapp gründet Dienstleistungsfirma für Filmemacher



Die beiden Hunde kommen bei den beiden Kindern offensichtlich gut - das Programm wird nicht abgestellt. Foto: dpa

Von Alice Bachmann

BREMEN Beharrlichkeit, Höflichkeit, Menschenkenntnis und Zugang zu Filmemacher-Netzwerken: Wer mit Mitgliedern der vielfältigen Bremer Filmszene spricht, erfährt von Fähigkeiten jenseits künstlerischer Kompetenz, die zum Erfolg führen.

Selbst wer es geschafft hat, die nötige Finanzierung für die Realisierung einer Film-idee aufzutreiben und das Projekt dann auch wirklich zu einem Abschluss

zu bringen, hat noch lange keine Gewähr für eine Ausstrahlung. Viele Kinofilme finden keinen Verleiher, werden im günstigen Fall auf speziellen Festivals oder im Fernsehen gezeigt - im ungünstigen Fall bekommen sie gar kein öffentliches Publikum.

Auch Fernsehprojekte landen mitunter in einer Schublade oder auf einem derart abgeschiedenen Sendeplatz, dass kaum jemand zuschaut. Dieses Schicksal widerfährt selbst zuvor mit Redakteuren abgesprochenen Filmvorhaben, die sogar von der betreffenden Sendeanstalt mitfinanziert wurden. Aber auch, wenn es ein Film ins Programm und auf eine publikumsfreundliche Sendezeit geschafft hat, muss er sich der Konkurrenz von anderen Sendern stellen - oder gar ganz anderen Beschäftigungen als Fernsehen.

Für dieses schwierige Feld hat nun der Bremer Wirtschaftswissenschaftler Dr. Jörn Grapp Lösungsstrategien erarbeitet und eine Dienstleistungsfirma für Filmemacher gegründet. Grapps Motivation fußte unter anderem auf der Erkenntnis, dass viele deutsche TV-Sendungen floppen, also beim Publikum durchfallen, obwohl es nicht an Ideen für Formate mangelt. Und auch Produzenten, Regisseure und Drehbuchautoren gibt es reichlich. Nach Grapps Einschätzung wird jedoch nur etwa jede zehnte TV-Idee realisiert und vom Sender ausgestrahlt.

"Strategische Produktplanung für TV-Produktionsunternehmen" heißt Grapps Unternehmung, für die er mit Unterstützung der Hochschul-Initiative zur Förderung von Unternehmerischen Denken, Gründung und Entrepreneurship (BRIDGE) ein EXIST-Gründerstipendium und Förderung aus dem Europäischen Sozialfonds erlangte. Grapps Ziel ist es, Produzenten von Filmen und Reihen für Fernsehen und Kino eine trendorientierte und erfolgreiche Planung und Entwicklung ihrer Formatideen zu ermöglichen. Der Ökonom will seiner Kundschaft helfen, den Geschmack der anvisierter Zuschauer-Zielgruppe und die Gegebenheiten des Marktes, also die zukünftige Nachfrage, besser einzuschätzen und zu bedienen. Er will softwaregestützte Informationsdienste und wissensbasierten Service sowie so genannte "Smart Pitch Paper" (SPP) für TV-Produzenten anbieten. Diese SPP enthalten Evaluationen der Erfolgswahrscheinlichkeit der jeweiligen Idee aus verschiedenen Perspektiven.

Diese wiederum sind für Produzenten wichtig als Argumentationsgrundlage bei Verkaufsgesprächen mit SENDERverantwortlichen. Die wollen schließlich verlässlich wirkende und auf unterschiedliche Art präsentierte Erfolgsprognosen hören und sehen.

BRIDGE hat jetzt eine rund 50 Seiten umfassende Broschüre über Beratungs- und Coaching-Angebote sowie Fördermöglichkeiten rund um das Thema Selbstständigkeit aus der Hochschule herausgegeben. Adressaten sind an der Gründung eines Unternehmens interessierte Studenten, Wissenschaftler, Hochschul-Beschäftigte und auch Personen außerhalb der Hochschulen.

© Kreiszeitung Verlagsgesellschaft mbH & Co KG

Alle Rechte vorbehalten

Vervielfältigung nur mit Genehmigung vom Kreiszeitung Verlagsgesellschaft mbH & Co KG

[zurück zum Artikel](#)