

# DOK & CROWD

DOKUMENTARFILME FINANZIEREN UND VERWERTEN

Paul Rieth





Paul Rieth  
Dok & Crowd



# DOK & CROWD

# INHALT

<b>DANKSAGUNG</b>	<b>6</b>
<b>EINFÜHRUNG</b>	<b>8</b>
<b>A GEGENSTAND DOKUMENTARFILM</b>	<b>17</b>
A1 Der Dokumentarfilm	18
A2 Zur Geschichte	19
A3 Der Versuch einer Definition	23
<b>B FINANZIERUNG UND DISTRIBUTION ,OFFLINE'</b>	<b>27</b>
<b>B1 Klassische Finanzierung</b>	<b>28</b>
» Fernsehsender als Auftraggeber & Koproduzent	30
» Filmförderung in Deutschland	36
» Europäische Filmförderung	45
» Alternative Wege der Filmfinanzierung	47
<b>B2 Klassische Distribution</b>	<b>53</b>
» Filmfestivals, Märkte & Filmpreise	54
» Kino	59
» Home-Entertainment (DVD & Blu-Ray)	68
» Fernsehen	71
<b>C INTERNETBASIERTE FINANZIERUNG UND DISTRIBUTION</b>	<b>75</b>
<b>C1 Crowdfunding als neuer Finanzierungsweg</b>	<b>78</b>
» Wer entscheidet? Die Crowd!	78
» Zur Entstehung des Crowdfunding	80

» Grundlagen	82
» Markt in Deutschland für plattformgebundenes Crowdfunding	90
» Besonderheiten beim Crowdfunding	94
» Kopplung von traditioneller Förderung mit Crowdfunding	101
» Beispiele für Dokumentarfilme, die ganz oder teilweise über Crowdfunding finanziert wurden	113
<b>C2 Video-on-Demand als neue Distributionsform</b>	<b>130</b>
» Was ist Video-on-Demand?	131
» Der VoD-Markt	132
» Formen und Funktionsweise	132
» Plattform supported Video-on-Demand	141
» 'Non-platform-based' Video-on-Demand	149
» Illegales Downloading und Streaming	150
<b>C3 Marketing für den Dokumentarfilm</b>	<b>153</b>
» Low-Budget-Marketing	154
» Die Bedeutung von Social Media-Marketing	157
» Formen des traditionellen Marketings	161
» Nutzung von viralem Marketing	163
» Nutzung von Blogs	163
» Producer of Marketing and Distribution (PMD)	164
<b>D SCHLUSSBETRACHTUNG / AUSBLICK</b>	<b>171</b>
<b>X ANHANG</b>	<b>179</b>
X1 Glossar/Abkürzungsverzeichnis	180
X2 Literaturverzeichnis	182
X3 Endnoten	212
X4 Bildnachweise	227

Danksagung

# DANKSAGUNG



Im Entstehungsprozesses dieses Buches bekam ich die Gelegenheit, viele offene und interessierte Menschen zu treffen, die mir die Relevanz des Themas immer wieder aufs Neue vor Augen führten und viele hilfreiche Ratschläge zur Planung und Durchführung meiner Arbeit beisteuerten.

Ohne eine Reihe von Personen wäre diese Arbeit nicht möglich gewesen. Besonderer Dank gilt dabei meiner ganz eigenen Crowd, die mir so oft für Gespräche bereit stand und sich Zeit nahm, mir Einblicke in ein schwer zu durchblickendes Themenfeld zu gewähren.

Allen voran danke ich Claudia Max für ihre unermüdliche Unterstützung, die maßgeblich dazu beigetragen hat, dass Sie dieses Buch jetzt so in den Händen halten, sowie Franziska Lietzmann und Katrin Harm für ihren wissenschaftlichen und methodischen Beistand, Luisa Sancelean für ihre Zuarbeit bei der Recherche zum Kapitel über ‚Dokumentarfilm Marketing‘, Carolin und Alexander Biedermann für das konstruktive Feedback, Sonja Rothländer vom *UVK Verlag*, Prof. Dr. Gerhard Lampe für dessen Motivation mich diesem Thema zu stellen, ebenso wie meiner Zweitgutachterin Frau Dr. Steffi Schültzke, Jörg Langer für sein Fachwissen als erfahrener Dokumentarfilmproduzent, Patricie Pouzarova, dem *DOK Leipzig*, Alina Cyranek, Paula Schumann, Stephan Popp von der *visionbakery* und Marc Quambusch, Marie Ebenhan, Konrad Lauten, Jenny Hellmann und Wolfgang Gumpelmaier.

Insbesondere danke ich meinen Eltern Petra und Michael Rieth sowie meinem Großvater Wolfgang Baudrich für ihre stete moralische Unterstützung.

# EINFÜHRUNG

„Companies that don't understand digital communities will die“, schrieb im Jahr 2005 das Magazin *The Economist*.<sup>1</sup> Die Gesellschaft und im Zuge dessen auch die Filmwirtschaft ist in den letzten zwanzig Jahren mächtig in Bewegung geraten: Die Digitalisierung findet in allen Lebensbereichen des menschlichen Zusammenlebens statt und die Nutzung von Computern und mobilen Endgeräten ist längst fester Bestandteil unseres Alltags geworden. Niemand kann sich mehr der Allgegenwärtigkeit des Internets entziehen: „Die Digitalisierung hat im Filmsektor nicht weniger als eine Revolution ausgelöst, die für die zukünftige Distribution, Vermarktung und die Filmfinanzierung althergebrachte Modelle in Frage stellt und neue Konzepte benötigt, um angemessen auf die Veränderungen reagieren zu können.“<sup>2</sup> Die Geschwindigkeit, mit der im Internet neue Wege der Kommunikation und Kooperation entstehen, ist enorm. Vielen ‚alten Hasen‘ der Filmbranche, die an althergebrachte Strukturen gewöhnt sind, bereitet dies Unsicherheit und Sorgen. Vor allem aber erfordert es ein Umdenken. Denn die neuen Formen des Marketings, der Mittelakquise und Distribution bergen große Chancen in sich und das insbesondere für eine Filmgattung, deren Renommee eher jenseits der breiten Masse zu verorten ist: Die Rede ist hier vom Dokumentarfilm.

## **Besonderheiten und Erfolge von Dokumentarfilmen**

Neben einer völlig anderen Wirtschaftlichkeit von Dokumentarfilmen im Vergleich zur Sparte Spielfilm unterscheidet sich vor allem die dokumentarische Arbeitsweise elementar von der bei Spielfilmproduktionen. So arbeiten Dokumentarfilmer<sup>3</sup> zumeist in sehr kleinen Teams mit relativ überschaubarem personellen, wie auch technischem Aufwand, um flexibel auf neue Situationen reagieren und eine vertraute Arbeitsatmosphäre zwischen sich und den Protagonisten

# COMPANIES THAT DON'T UNDERSTAND DIGITAL COMMUNITIES WILL DIE.

THE ECONOMIST<sup>1</sup>

kreieren zu können. Dies wirkt sich direkt auf das benötigte Filmbudget aus, welches in der Regel geringer ausfällt als bei Spielfilmen. Lange Recherche-, Dreh- und Schnittphasen über Jahre hinweg, treiben die Kosten jedoch nicht selten dennoch in die Höhe. Wegen der zumeist sehr persönlichen Motivation für die Wahl eines Filmsujets, streben viele Dokumentarfilmer eine eher autarke Arbeitsweise an. Sie verfolgen dabei das Ziel, Prozesse, Zustände oder Strukturen zu entdecken und zu erforschen. Da Prozesse und Entwicklungen nur bis zu einem gewissen Grade vorhersehbar und planbar sind, beinhaltet diese individuelle Herangehensweise immer auch die Faktoren Ungewissheit und Zufall. Das widerspricht allerdings den an Unterhaltungs- und Marktwert orientierten Mechanismen der Filmförderinstitutionen und Fernsehsender, was sich nicht selten in deren Programm widerspiegelt. Claas Danielsen spitzt die Kritik am deutschen Fernsehprogramm bei der Eröffnung des 52. *Internationalen Leipziger Festivals für Dokumentar- und Animationsfilm (DOK Leipzig)* zu: „Die vordringlichste Aufgabe des Fernsehens ist nicht mehr Bildung, Aufklärung und gesellschaftliche Teilhabe, sondern die Ruhigstellung der vielen sozial absteigenden Menschen.“<sup>4</sup> Danielsen's Kritik bezog sich auf den Umgang des öffentlich-rechtlichen Fernsehens mit dem langen Dokumentarfilm, der nur in Ausnahmefällen in deren Hauptprogramm zu finden ist. Und das, obwohl es

neben der gesellschaftlichen Relevanz vieler Filme auch öffentliches Interesse an den Stoffen gibt. Teilweise werden sie sogar zu Blockbustern: Mit Kinoerfolgen wie *Deutschland – ein Sommermärchen* (3.96 Mio. Kinozuschauer), *Unsere Erde* (3.84 Mio. Kinozuschauer) oder *Rhythm Is It* (660.061 Kinozuschauer) wurde der Beweis geliefert, dass auch Dokumentarfilme das Potenzial haben, ein breites Publikum zu begeistern und hohe Zuschauerzahlen erreichen zu können.<sup>5</sup> So steigt die Zahl der Dokumentarfilmpremierer in deutschen Kinos kontinuierlich. Und auch auf Filmfestivals gewinnen in Deutschland produzierte Dokumentarfilme regelmäßig wichtige Preise und rücken ins Bewusstsein der Öffentlichkeit.

### **Problematik der herkömmlichen Finanzierung eines Dokumentarfilms**

Während an einigen Stellen in der Öffentlichkeit also vom sogenannten ‚Doku-Boom‘ gesprochen werden kann, zeigt der Blick auf die Hinterbühne, mit welcher komplexen und schwierigen Prozessen die Entstehung solcher Werke verbunden ist.

Einen langen kinematographischen Dokumentarfilm mit Hilfe der deutschen und europäischen Filmförderungen sowie deutschen Sendeanstalten zu finanzieren, ist zeitintensiv, aufwendig und hängt häufig vom zu erwartenden Markterfolg des Films sowie dem Bekanntheitsgrad des Antragsstellers ab: „Die Struktur ist im Allgemeinen leider viel zu grobmaschig. Da fallen zahlreiche Filmemacher durch, die ähnlich gute Ideen haben wie bereits Etablierte. In den letzten Jahren habe ich den Eindruck gewonnen, dass Förderanstalten zu sehr auf die Erfolgsaussichten schießen und daher eher diejenigen unterstützen, mit denen sie gute Erfahrungen gemacht haben oder die einfach hohe Erfolgsaussichten versprechen. Daher stehen auch immer wieder die Produktionsfirmen und/oder Filmemacher ganz oben in den Förderlisten, die meistens schon kräftig genug wären, aber trotzdem noch mit großen Fördersummen unterstützt werden.“<sup>6</sup>, so der Dokumentarfilmer Alexander Biedermann.

Doch dieser aufreibende Prozess bleibt dem Großteil der Zuschauer weitestgehend unbekannt. Genauso wie der Fakt, dass einer aktuellen Studie zufolge lediglich 15% der befragten Dokumentarfilmer angaben, von ihrer Arbeit leben zu können. Der Rest hält sich parallel mit Zweitjobs über Wasser.<sup>7</sup>

### **„Traditionell“ vs. „Neu“**

Umso wichtiger ist deshalb, dass sich vor allem Dokumentarfilmer gegenüber den neuen, alternativen Wegen der Filmfinanzierung und -verwertung öffnen und deren Potenzial angesichts der schwierigen Situation, in der sich der Dokumentarfilm gegenwärtig befindet, nutzen. Insbesondere das Internet bietet gegenüber den traditionellen Strukturen erhebliche Chancen: Dort herrschen grundlegend andere Mechanismen, wie Dokumentarfilmprojekte präsentiert werden, wie Kommunikation funktioniert und wer letztendlich über die Realisierbarkeit und vor allem den Erfolg eines Films entscheidet. Außerdem gibt das Internet durch seine Zugangsoffenheit den Anstoß dafür, dass sich alte und etablierte Strukturen öffnen könnten.

In diesem Buch ist die Rede vom sogenannten ‚Alten System‘, womit die deutschen Fördereinrichtungen und Senderstrukturen gemeint sind, welche gremienbasierte Entscheidungen treffen. Das ‚Neue System‘ steht dem konträr gegenüber und soll die Möglichkeiten der digitalen Welt mit ihrem offenen und partizipativen Anspruch aufgreifen. Inwiefern das ‚Neue System‘ auf das ‚Alte System‘ einwirkt, wie sich die beiden möglicherweise ergänzen und ob das ‚Neue System‘ das Potenzial in sich trägt, das ‚Alte System‘ komplett zu verdrängen, steht im Fokus dieses Buches.

Die Filmbranche bäugt derzeit den digitalen Filmmarkt sehr genau: Es entstehen neue Konzepte und Ansätze, wie Zuschauer und das potenzielle Publikum schon viel früher als bisher in den Entstehungsprozess des Films mit einbezogen und folglich über Entwicklungen auf dem Laufenden gehalten werden können. Crowdfunding stellt momentan die hoffnungsvollste und an einigen Punkten bereits sehr

erfolgreich genutzte Möglichkeit dar, Dokumentarfilme im Internet zu finanzieren. Da Crowdfunding auch ein Messinstrument für das öffentliche Interesse an einer Filmidee darstellt, könnte es durch eine Verknüpfung mit den traditionellen Finanzierungsformen zu einer Novellierung der deutschen Filmförderung führen. Dadurch bekäme die Öffentlichkeit erstmalig Gelegenheit, über die Vergabe von Fördermitteln zu einem gewissen Grad mitzuzentscheiden.

Video-on-Demand bietet als Pendant zu der innovativen Finanzierungsform Crowdfunding einen neuen Weg für Dokumentarfilmmacher, ihre Werke publikumswirksam und kostengünstig, d.h. fernab der herkömmlichen Verleih- und Vertriebsstruktur, weltweit im Internet zu veröffentlichen: Durch die digitale Distribution auf den heimischen PC, das Smartphone oder den internetfähigen Fernseher entsteht derzeit eine Vielzahl an Kanälen, welche die Auswertung von Dokumentarfilmen jenseits von Kino, Fernsehen und DVD ermöglicht. Ähnlich wie beim Crowdfunding wendet man sich hier direkt an die breite Öffentlichkeit im Internet. Für das Anschauen bzw. Downloaden eines Films bezahlt der Nutzer eine geringe Gebühr und ermöglicht dem Rechteinhaber somit, je nach Plattform, direkt finanziell zu profitieren. Dadurch eröffnet sich eine vollkommen neue Perspektive auf die Refinanzierung von Dokumentarfilmen und gleichzeitig ein vielversprechendes Modell neben der traditionellen Distribution im Kino, Fernsehen und auf DVD bzw. *BluRay*. Einher geht damit das Marketing und so ist es für Filmemacher, Regisseure und Produzenten wichtiger denn je, für die eigene Person und das eigene filmische Schaffen zu werben. Alle Kanäle sozialer Vernetzung müssen dabei bedacht und genutzt werden: Posts auf *Facebook* und *Twitter*, Fotos auf *Instagram* sowie zusätzlicher ‚Video-Content‘ wie bspw. Making-ofs, Trailer und weiterführende Interviews für *YouTube* sind nur einige der wichtigsten. Dieses Gros an neuen Perspektiven auf dem Dokumentarfilmmarkt geht einher mit neuen Bedürfnissen und Aufgaben, die die althergebrachte Arbeitsteilung zwischen Autor-Filmmacher-Produzent-Verleiher

aufbrechen und neue Berufszweige entstehen lassen: Der sogenannte PMD (Producer of Marketing and Distribution) ist bereits in der Phase der Filmentwicklung und -erstellung für Kommunikation und Zielgruppengenerierung verantwortlich und dreht damit den etablierten Ablauf (Publikum erfährt erst vom Film, wenn er fertig ist und ins Kino kommt) einfach um.

### **Aufbau & Anliegen dieses Buches**

Dieses Buch möchte einerseits einen Zugang in das komplexe ‚Alte System‘ der Dokumentarfilmproduktion mit seinem Geflecht aus Filmförderung, Fernsehanstalten, Verleih, Vertrieb, Rechteverwertung und Kinoauswertung bieten. Zum anderen möchte es die digitalen Möglichkeiten aufzeigen, die das ‚Neue System‘ mittels einer breiten Öffentlichkeit im Internet für Dokumentarfilmprojekte bereithält, um sie alternativ zu finanzieren, zu vermarkten und zu verwerten.

Das Buch versteht sich als eine Mischung aus Praxishandbuch und Marktanalyse, mit dem Versuch, relevante und aktuelle Zahlen des Dokumentarfilmmarktes zusammenzutragen und die Strukturen der Dokumentarfilmproduktion in Deutschland verständlich zu machen. Der Buchtitel greift diese Idee auf und setzt den non-fiktionalen Film (DOK) mit dem ‚Digital-Community-Gedanken‘ (Crowd)<sup>8</sup> in eine (wechselseitige) Beziehung.

Im ersten Abschnitt des Buches (vgl. [Kapitel B](#)) soll kurz auf die Begrifflichkeit, die Geschichte und definitorische Einordnung des Dokumentarfilms eingegangen werden.

Im [Kapitel C](#) werden die traditionellen Strukturen der Filmfinanzierung und -distribution erläutert. Dabei wird die Finanzierung von langen Dokumentarfilmen durch die Fernsehsender, die verschiedenen Institutionen der Filmförderung sowie einige alternative – nicht im Internet zu verortende – Finanzierungswege aufgezeigt. Die klassische Distribution wird anhand der üblichen Verwertungskette Filmfestival – Kino – Home-Entertainment – Fernsehen vorgestellt.

Obwohl auch die traditionellen Strukturen ihren Service aufs Internet ausweiten<sup>9</sup>, geht es im **Kapitel D** des Buches um neue, eigene Wege der internetbasierten Finanzierung und Distribution von Dokumentarfilmen. Crowdfunding als Finanzierungsform (vgl. Kapitel D1) und Video-on-Demand (VoD) als Möglichkeit der Distribution (vgl. Kapitel D2) werden vorgestellt. Es wird erklärt, wie sie funktionieren und sich von den traditionellen Strukturen unterscheiden sowie die Frage beantwortet, ob sie bereits heute profitabel sind. Da Online-Marketing sowohl für Crowdfunding als auch VoD unerlässlich ist, werde ich mich diesem wichtigen Bereich im **Kapitel D** separat widmen (vgl. Kapitel D3) und anhand von Beispielen veranschaulichen, wie mit dem (potenziellen) Publikum kommuniziert werden kann.

Im **Kapitel C** (vgl. Kapitel D1) und im abschließenden Ausblick (vgl. Kapitel E) wird das ‚Alte System‘ mit dem ‚Neuen System‘ zusammenfassend in Bezug gesetzt und bewertet. Ziel ist es, aufzuzeigen, inwieweit das ‚Neue System‘ für die Finanzierung und Distribution im Internet schon heute eine vollwertige Alternative bietet bzw. eine bedeutsame Erweiterung der über Jahre gewachsenen traditionellen Strukturen für die Förderung von Dokumentarfilmen in Deutschland darstellt.

### **Zielgruppen des Buches**

Dieses Buch möchte drei unterschiedliche Zielgruppen ansprechen:

1. Junge, bisher unerfahrene Filmemacher/Produzenten, die einen Einstieg in das Themengebiet ‚Dokumentarfilmproduktion‘ suchen
2. ‚Dokumentarfilm Natives‘, d.h. etablierte Filmemacher und Produzenten, denen die Funktionsweise der ‚traditionellen‘ Strukturen wohlbekannt ist, da sie dieses System seit Jahren nutzen, sich aber zunehmend mit der ‚digitalen Welt‘ konfrontiert sehen und diese verstehen wollen
3. ‚Digital Natives‘, die sich bisher in ihrem filmischen ‚Schaffensbereich‘ ausschließlich im Internet verorten und



möglicherweise noch nie über die traditionellen Finanzierungs- und Verwertungsmöglichkeiten nachgedacht haben und hierdurch einen ersten Einblick gewinnen können

### **Meine Motivation**

Im Zuge der Recherche musste ich erstaunt feststellen, dass es auf dem deutschen Buchmarkt bisher keine Publikation gibt, die sich ausschließlich mit der Produktion von Dokumentarfilmen auseinandersetzt. Zwar lässt sich eine Vielzahl an Veröffentlichungen zur Filmfinanzierung, Filmproduktion, Dokumentarfilmgeschichte und -theorie, sowie technischen Aspekten finden, doch keine dieser Veröffentlichungen liefert konkrete, aktuelle Zahlen und stellt diese sinnhaft zusammen. Hinzu kommt, dass sich Informationen zum Thema Crowdfunding für den Dokumentarfilm bisher nur in kurzen Fachartikeln oder als Beiträge in Sammelbänden finden lassen.

Dieses Buch will allen Netzanfängern aus der Branche einen fundierten Überblick geben, wie die Möglichkeiten des Internets und der dort zu verortenden Crowd gerade für den Dokumentarfilm wirkungsvoll genutzt werden können. Aber vor allem will es jungen Filmemachern Hoffnung machen, dass sie heute auch außerhalb der traditionellen Strukturen ihre Projekte finanzieren, produzieren und am Ende verwerten und dem Publikum präsentieren können.

A

# GEGENSTAND DOKUMENTARFILM



**A1**

**18**  
Der Dokumentarfilm

**A2**

**19**  
Zur Geschichte

**A3**

**23**  
Der Versuch einer Definition

# A1 DER DOKU- MENTARFILM

Um die aktuelle Problematik der Dokumentarfilmfinanzierung und -distribution in Deutschland darzustellen, ist es notwendig, sich die Geschichte des Dokumentarfilms mit Blick auf den technischen Wandel grob vor Augen zu führen. Technische Entwicklungen wie 35mm-Kameras, 16mm-Kameras mit Synchronon sowie die Einführung digital aufzeichnender Camcorder veränderten nicht nur die Drehsituation für das Filmteam und beeinflussten die ästhetischen Möglichkeiten; sie hatten auch einen wesentlichen Einfluss auf die Produktionskosten. Obwohl es in der Medienwissenschaft bislang keine eindeutige Definition des Dokumentarfilms gibt, wird im Anschluss an den kurzen geschichtlichen Abriss dargelegt, was unter Dokumentarfilmen heute verstanden wird bzw. werden kann.

# A2 ZUR GESCHICHTE

## Ein kurzer Abriss

Schon die Anfänge der Filmgeschichte waren dokumentarischer Natur. Als Louis Lumière im Jahr 1895 mit *Arrival of a train* eine der ersten filmischen Aufnahmen präsentierte, fing das Publikum an zu schreien und sprang von seinen Sitzen. Was die Zuschauer zu sehen bekamen, war lediglich die Einfahrt eines Zuges auf dem Bahnsteig in La Ciotat, Südfrankreich. Es war nichts als das Abbild einer Alltagssituation, die mithilfe einer großen, schweren und unbeweglichen 35mm-Kamera aufgenommen wurde.<sup>10</sup> Diese Kamera ermöglichte keine gleichzeitige Aufnahme von Bild und Ton, womit der Originalton immer auf gestellte Situationen angewiesen war und dementsprechend einen massiven Eingriff in die gefilmte Situation darstellte.

Auch Robert Flaherty, der mit seinem Film *Nanook of the North* (1922), einem Porträt einiger Indigener der Gesellschaft der Itivimit, als Begründer des Dokumentarfilmgenres gilt, griff aktiv in die Handlung ein und nahm in vielerlei Hinsicht Einfluss auf den gefilmten Gegenstand. So halfen die Protagonisten Flaherty dabei, seine Kamera nach einem Sturz ins Wasser zu reparieren, rissen die Seite ihres Iglus ein, um mit genügend Licht das Filmen des Innenraums zu ermöglichen und jagten für die Kamera auf traditionellem Wege ein Walross, obwohl diese Form der Jagd längst nicht mehr so praktiziert wurde. Damit geben schon die ersten Filme der Dokumentarfilmgeschichte vielerlei Anlass, die Authentizität eines Dokumentarfilms grundsätzlich anzuzweifeln. Außerdem musste sich der Dokumentarfilm schon sehr früh mit wirtschaftlichen Faktoren auseinandersetzen: Die Produktion (1914 - 1921) von *Nanook of the North* kostete insgesamt 53.000 US-\$ und wurde in den USA und Europa ein Blockbuster. *Paramount Pictures*, welche die Produktion des

Films vorher abgelehnt hatte, stattete Flaherty für sein Folgeprojekt *Moana* mit einem großen Budget aus, in der Hoffnung, er würde einen ähnlich erfolgreichen Film realisieren. Doch das Resultat war ernüchternd: Flaherty, der nur zwei Jahre Zeit hatte, die Einheimischen in Samoa zu erforschen, lieferte einen Film, der an den Kinokassen nicht annähernd so erfolgreich war wie *Nanook of the North*. Damit endete seine Zusammenarbeit mit den Major Filmstudios.

Bis in die 1950er-Jahre blieb der Dokumentarfilm in seiner Weiterentwicklung vor allem aufgrund der großen, schweren Kameras und des wenig praktikablen Tonequipments in weiten Teilen eingeschränkt. Wegen der mangelnden Beweglichkeit der Kameras wirkten Protagonisten in den meisten Fällen wie Darsteller. Das führte dazu, dass zahlreiche Regisseure dazu übergingen, mit versteckter Kamera zu filmen, um die Drehsituation so wenig wie möglich zu beeinflussen. In den späten 1950er-Jahren kamen das 16mm-Format sowie die entsprechenden Kameras auf den Markt. Letztere waren nicht nur kleiner und leichter, sondern auch leiser als ihre Vorgänger und vor allem flexibler einsetzbar. Zusätzlich entwickelten die Amerikaner Richard Leacock und Robert Drew den Synchronon<sup>11</sup>, mit dem fortan Bild und Ton gleichzeitig aufgezeichnet werden konnten. Hierdurch wurde es möglich, spontan und unauffällig zu filmen. Verbunden mit diesen technischen Neuerungen entwickelte sich eine neue Perspektive für den Dokumentarfilm und ließ mit ‚direct cinema‘ und ‚cinéma vérité‘ zwei maßgebliche Strömungen entstehen. In den USA versuchten die Filmemacher Leacock, Pennebaker sowie die Maysels-Brüder, mit dem ‚direct cinema‘ oder ‚observer-documentary genre‘ die Wirklichkeit abzubilden. Dabei wollten sie beobachtend so wenig Einfluss wie möglich auf die Handlung nehmen und als Filmteam in den Hintergrund treten. Michael Rabiger schreibt dazu: „They claimed a certain purity for the method, but unless the camera is actually hidden – an ethically dubious practice-participants are usually aware of its presence and cannot help but modify their behavior.“<sup>12</sup>

Hierdurch offenbarte sich eine erneute Debatte um Authentizität, da selbst die bloße Anwesenheit des Filmteams auch mit kleinen Kameras zu verändertem Verhalten bei den Protagonisten führte. Diesen Zustand machten sich Jean Rouch und Edgar Morin, die Begründer des ‚cinéma vérité‘ zunutze. Sie wollten nicht ausschließlich beobachten, sondern durch ihre Präsenz als Filmteam Situationen erschaffen, um gewisse Dinge an die Oberfläche zu bringen: „Most importantly, cinema vérité authorized the director to initiate characteristic events and to probe for what Rouch called privileged moments rather than passively await them.“<sup>13</sup>, so Rabiger.

Das Eingreifen des Regisseurs war hier beabsichtigt und somit vollkommen gegensätzlich zur Idee des ‚direct cinema‘. In der zweiten Hälfte der sechziger Jahre kamen die sozialkritischen Dokumentarfilme im Stile des ‚direct cinema‘ und ‚cinéma vérité‘ nach Deutschland und konfrontierten den unter Manipulationsverdacht stehenden Fernsehdokumentarismus.

Seit seiner Einführung gewannen das Fernsehen bzw. die Fernsehsender in den 1950er- und 1960er-Jahren hinsichtlich Finanzierung, Produktion und Distribution von Dokumentarfilmen in Deutschland zunehmend an Bedeutung. Die Sendeanstalten ermöglichten innerhalb ihrer Strukturen eine Vielfalt von Dokumentarfilmen, wie z. B. über Themen des Alltags- und Arbeitsleben. Im Kino hingegen fand aufgrund der Abschaffung des Vorfilms der Dokumentarfilm kaum noch einen Platz. Zur gleichen Zeit wurde er aber an den neu entstandenen Filmhochschulen in Berlin, München und Ulm zum Thema: Dort konnte eine Generation junger Filmemacher jenseits von kommerziellen Filmproduktionen und Fernsehdokumentarismus filmisch arbeiten und experimentieren.

In den 1980er- und 1990er-Jahren erfuhr der Dokumentarfilm einen erneuten Wandel. Zum einen fand er seinen Weg in die Kinos zurück, zum anderen wurde mit der Digitalisierung die gesamte Filmherstellung revolutioniert. Der Wechsel von 16mm- zu Video-Formaten ermöglichte es, filmische Bilder digital aufzunehmen