

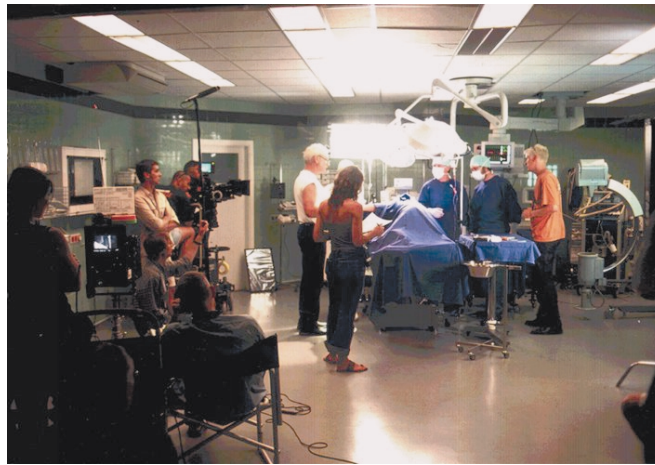
Die Film-Doktoren



Dr. Pablo Hagemeyer: „Wer eine gute Geschichte erzählen will, sollte sich an den klassischen Heldensagen orientieren.“

Den Alltag in Praxis oder Klinik auf Zelluloid zu bannen, ist nicht einfach. Viele der bekannten Arztserien im deutschen Fernsehen – von der „Schwarzwaldklinik“ bis zu „Dr. Stefan Frank“ – zeichnen sich nicht gerade durch besondere Realitätsnähe aus. Das soll sich ändern, haben drei junge Münchner Ärzte beschlossen und eine Firma gegründet, die Film- und TV-Produktionen aus medizinischer Sicht berät.

„Wenn der Autor seine Hausaufgaben gemacht hat, dann sind die Geschichten einfach besser“, so lautet das simple Rezept von Dr. Pablo Hagemeyer. Gerade bei den Fernseh- und Kinoproduktionen, die in der Welt der Mediziner spielen, bestünde enormer Nachholbedarf. Gemeinsam mit seinen beiden gleichaltrigen Kollegen Dr. Florian Gekeler und Dr. Patrick Weydt hat der 31-jährige Arzt deshalb Ende des Jahres 1998 die Firma „The DOX“ gegründet. Ziel ist es, den Autoren von Drehbüchern unterstützend unter die Arme zu greifen – und das möglichst von Beginn an. Als gelungenes Beispiel schildert Hagemeyer die Zusammenarbeit bei einer Fernsehfilmproduktion mit dem Arbeitstitel „The last deal“, die im Herbst in der ARD laufen soll. Bereits an der Sammlung der Ideen für diese Geschichte, in der bei einem Protagonisten eine amyotrophe Lateralsklerose (ALS) diagnostiziert wird, war das Team beteiligt. Immer wieder gab es Absprachen und gemeinsame Diskussionen mit den Autoren, um ein möglichst realitätsnahes Bild zu zeichnen.



Dr. Daniel Rühmkorf von „The DOX“ (ganz rechts) bei Dreharbeiten zu einem Fernsehfilm.

Bei vielen Autoren herrsche die Angst, dass zu viel Realität die Zuschauer verstören könnte, bedauert der Firmengründer von „The DOX“. Lieber verzichteten die Verfasser der Drehbücher auf Authentizität und Glaubwürdigkeit, um dafür mit der Darstellung des „allzeit lächelnden, frisch geduschten Arztes im weißen Kittel, der über allen schwebt“ – so Hagemeyer – die üblichen Klischees erneut aufzuwärmen. Dass die Wirklichkeit anders aussieht, erfahren die drei Chefs der Filmberatungsfirma täglich in ihrer Facharztweiterbildung. „Jeden Tag ereignen sich Geschichten, die eine Aufarbeitung in medialer Form lohnen würden. Deshalb ärgert es uns umso mehr, dass manche Produzenten immer wieder auf dieselben Ideen zurückgreifen, nur um keine Experimente einzugehen“, erklärt Hagemeyer.

Amerikanische Vorbilder

Vorbild für die filmbegeisterten Mediziner ist der amerikanische Bestseller-Autor Michael Crichton, der unter anderem für die erfolgreiche TV-Serie „Emergency Room“ verantwortlich zeichnet. In der Sendung gelinge es immer wieder, den Spannungsbogen hochzuhalten und dennoch einen überwiegend realitätsnahen Einblick in den Klinikalltag zu liefern. „Da gibt es eben nicht nur Gut und Böse, nicht nur Schwarz und Weiß. Die

Fernseh-Ärzte sind auch Menschen, mit allen Stärken und Schwächen“, meint der „The DOX“-Gründer. Mit seinen Partnern steht er auch für die Dreharbeiten zur Verfügung, um den Schauspielern Tipps zu geben, was beispielsweise einen typischen Untersuchungsablauf angeht.

Von ihrer Leidenschaft für den Film und gute Drehbücher können die drei Mediziner noch nicht leben. Derzeit verfolge man eine „Ab-schöpfungsstrategie“, so Hagemeyer: „Wir verkaufen uns nicht unter Wert. Wenn ein Auftrag kommt, dann sind unsere Leistungen zwar nicht billig, aber die Qualität ist dafür gut.“ Allerdings könne man die Tätigkeit höchstens dann zu einem lukrativen Geschäft ausbauen, wenn man sämtliche in Deutschland produzierten Serien und Filme, die sich mit medizinischen Themen beschäftigen, beratend unterstützen würde. Doch davon ist man weit entfernt, denn viele Autoren betrachteten die Tätigkeit der Berater von „The DOX“ eher skeptisch. Diese Angst ist laut Hagemeyer aber unbegründet: „Einige wollen ihren Status nicht gefährden, andere haben Angst, dass ihre bisherigen Planungen durchkreuzt werden. Allerdings ist es in der Regel so, dass die anfängliche Skepsis nach den ersten Gesprächen bald dem Gefühl weicht, gemeinsam bessere Ergebnisse erzielen zu können.“

Martin Eulitz (KVB)