



gen: ein Bewerber im Sucher der Filmkamera

Foto Heinz Heiss

„Mann Mitte 20 – verzweifelt gesucht“

Beim Casting für eine Seifenoper aus Stuttgart trauen sich mehr Frauen vor die Kamera

Wenigstens einmal im gleißenden Scheinwerferlicht stehen – diesen Traum haben sich viele gestern bei den Stuttgarter Medientagen erfüllt. Dort gab es einen Ansturm beim Casting für eine neue Serie, die in Stuttgart spielt.

Von Erik Raidt

Nummer 27 will unbedingt eine Hauptrolle, und seine Chancen stehen nicht schlecht. Am späten Vormittag drängeln sich die Kandidatinnen beim Casting für die neue Seifenoper „Abgedreht in Stuttgart“. Nur die Männer wollen einfach nicht vor die Kamera. „Wir suchen dringend den Richtigen für eine männliche Hauptrolle“, erzählt Jörn Precht, der das Casting leitet, „aber es ist schwerer, Jungs zu begeistern, weil sie zu schüchtern sind.“ Der Mann, bei dem die Nummer 27 auf dem Pulli klebt, ist nicht schüchtern: Roland Hennig aus Schwaikheim hat schon als Statist in Spielfilmen mitgewirkt. An diesem Tag will Hennig die Nebenrollen hinter sich lassen und sich für Höheres empfehlen. Bis vor Kurzem war der 33-Jährige beruflich als Vertreter für Staubsauger und Lexika unterwegs. „Der Vertreterjob und die Schauspielerei sind sich ähnlich“, glaubt er zu wissen. „Man muss sich präsentieren können.“

Bei den fünften Stuttgarter Medientagen im Cannstatter Römerkastell gehört das Casting für die neue Seifenoper „Abgedreht in Stuttgart“ zweifellos zu den Publikumsren-

nen. Zwei Tage lang präsentieren sich im Römerkastell Unternehmen aus der Medienbranche – man knüpft Kontakte, tauscht Visitenkarten aus und plaudert über Projekte. Doch das Angebot der Stuttgarter Media GmbH lockt vielleicht die meisten Besucher an: Eine Kamera, ein Mikrofon und die Aussicht auf eine Rolle im Film – mehr braucht es nicht, um die Träume von Teenagern und jungen Erwachsenen zu beflügeln.

Jetzt stellt sich Nummer 27 vor der Kamera in die richtige Position. Der ehemalige Staubsaugervertreter hält einen Zettel mit einem Dialogtext in den Händen und müht sich durch das Skript. Hennig muss im Folgenden Sätze wie diesen sagen: „Mir reicht’s jetzt, gib mir sofort das Ding, sonst ist dein Leben in zwei Minuten zu Ende!“ Hennig holpert sich ein wenig durch die Textbau-

steine, deren Sinnhaftigkeit stark an die Qualität echter Fernsehserien erinnert. Als er den Kameratest überstanden hat, sieht er den Auftritten seiner Nachfolger zu. Als Statist war er bereits Polizist und Zigeuner: „Ich stand da ein paarmal ganz gut im Bild.“

Zur Mittagszeit präsentieren sich die Bewerberinnen im Fünfminutentakt vor der Kamera. Manchmal dient der Auftritt auch zu therapeutischen Zwecken: Lysann will vor der Kamera endlich ihre Nervosität ablegen, die sie sonst in der Öffentlichkeit befallt. Miriam lässt ihren Gefühlen freien Lauf, als sie den Drehbuchsatz: „Ich hasse dich!“ regelrecht in die Kamera brüllt. Und Jenny ist gleich mit einem Schwarm von Freundinnen zum Casting angerückt: Das rothaarige Mädchen kennt sich aus in der Welt der Seifenoper, die auf allen Fernsehkanälen laufen. Aus langjähriger Erfahrung weiß sie: „Um bei einer Serie mitspielen zu dürfen musst du gut aussehen – hässliche Menschen will doch niemand sehen.“

Diesen Satz würde der Castingleiter Jörn Precht so nicht unterschreiben. Nach drei dutzend Bewerbern hat er immer noch nicht den perfekten Kandidaten für die männliche Hauptrolle gefunden. Auch der einstige Staubsaugervertreter, der für die TV-Soap „Sturm der Liebe“ schwärmt, muss wohl weiter auf seine erste Hauptrolle warten. Sein entscheidender Nachteil ist die Haarfarbe: Nummer 27 ist dunkelhaarig. „Wir warten noch auf den Richtigen“, sagt Precht: „Mann, Mitte zwanzig, blond – verzweifelt gesucht.“

Medientage

Zum fünften Mal sind in diesem Jahr die Stuttgarter Medientage veranstaltet worden – erstmals haben sich die 60 Aussteller dabei an zwei Tagen im Römerkastell präsentiert. In Bad Cannstatt knüpften Firmen aus der Branche Kontakte zum Nachwuchs, der sich im Ausbildungsforum über Berufswege informieren konnte. Die Veranstalter sehen die Medientage auf Wachstumskurs – auch weil sich in diesem Jahr zum ersten Mal überregionale Konzerne engagiert haben. era