

Wir sind quasi Berlinale-Sieger

Der Kurzfilm-Triumph von SchwabenFilm aus Stuttgart und AtelierBusche.MEDIA aus Waiblingen

Von unserem Mitarbeiter
Nico-Elliot Kälberer

Stuttgart/Waiblingen
Die Berlinale-Sieger kommen aus Stuttgart und Waiblingen. Sozusagen. Na gut, Markus Matschke, Sebastian Runschke und Sven Falge haben nicht direkt den Goldenen Bären abgesehen – aber immerhin: Sie gewannen den Wettbewerb des „Industrieverbandes Feuerverzinken“ mit ihrem Kurzfilm „Schlafstörung“, einem Lehrstück über den Schmelztiegel von Schwerindustrie und Filmkultur.

Der Wettbewerb „99 Fire Film Award“, der im Rahmen der diesjährigen Berlinale erstmals stattfand, stellt den Bewerbern sehr konkrete Vorgaben. Sowohl zeitlich als auch inhaltlich. Die Filmschaffenden müssen innerhalb von 99 Stunden einen 99 Sekunden langen Film produzieren. Außerdem sollten ein Ampelmast, andere feuerverzinkte Gegenstände sowie die Schlagworte Nachhaltigkeit und Natürlichkeit eine Rolle in dem Wettbewerbsbeitrag spielen.

Nachdem allen Teilnehmern zeitgleich am 3. Februar das Thema bekanntgegeben worden war, blieb dem Team, bestehend aus Sebastian Runschke, Markus Matschke und Sven Falge, naturgemäß sehr wenig Zeit, eine Idee zu entwickeln und zu realisieren.

Als klar war, dass der Konflikt eines um Schlaf ringenden Obdachlosen mit einer widerspenstigen Ampel das Thema sein sollte, mussten noch eine Location und ein Schauspieler gefunden werden. Der Drehort fand sich auf dem Weg zum Mittagessen ganz nebenbei in der Waiblinger Innenstadt, ein Hauptdarsteller wurde mit Hilfe des Künstlerdienstes ausfindig gemacht. Die Drehgenehmigung erhielt das Filmteam schnell und unbürokratisch vom Waiblinger Ordnungsamt.

Zackzack: Nicht nur ein Kurz-, sondern auch ein Schnellfilm

Somit standen zwei Nächte zum Filmen zur Verfügung und dazu noch ein wenig Zeit für den Schnitt und die Nachbearbeitung. Dem fertigen Werk ist seine hektische Entstehung keineswegs anzusehen. Es ist eine witzige, action- und temporeich erzählte Ge-



schiechte mit einem überraschenden Ausgang.

Der denkende Leser mag sich nun fragen, wie in drei Teufels Namen es zu solch einer Themenvorgabe kam. Stifter des neuen, im Windschatten der Berlinale zur medialen Aufmerksamkeit rauschenden Preises ist der „Industrieverband Feuerverzinken“. Vermutlich ist dieser Verein den wenigsten bekannt, obwohl wir seinen Produkten tagtäglich begegnen – zum Beispiel Ampelmasten, aha! Dass die im Film vorkommen sollen, leuchtet also ein. Welche Rolle bei all dem unschuldigste Begriffe wie Nachhaltigkeit und Natürlichkeit spielen, ist eine andere Frage. Ampelmasten werden zumindest bislang ja noch nicht in unseren heimi-

Linkes Bild: Dreharbeiten zu dem Film, der dann später mit dem Feuerverzinkungs-Oscar geehrt wurde. Im Vordergrund ein beschirmter Kameramann, im Hintergrund der Ampel-Aggressor, der sich vom nächtlichen Blinken um den Schlaf gebracht sieht und deshalb zur Selbstjustiz in lichter Höhe schreit. Rechtes Bild: Die Triumphantoren Sebastian Runschke, Sven Falge und Markus Matschke bei der Preisverleihung in Berlin.



Jedenfalls kann man 99 Sekunden wesentlich unamüsanter verbringen, als einem schlafsuchenden Obdachlosen zuzusehen, wie er eine ständig blinkende Ampel hinaufklettert, um ihr mit seinen eigenen Händen das Licht auszublasen.

Es bleibt abzuwarten, was sich der Think-Tank der Feuerverzinker für das nächste Jahr einfallen lässt. Vielleicht so etwas Spannendes wie Außentreppe trifft auf biologischen Obstanbau.

schen Wäldern angepflanzt nach nachhaltigen Forstprinzipien. Es ist schon erstaunlich, wer sich alles in unseren postindustriellen, grün geprägten Zeiten das Label Ökologie als Werbekonzept zu eigen zu machen versucht.

Sei's drum, den prämierten Filmemachern ist das natürlich nicht zum Vorwurf zu machen, zumal sie ja in der freien Wirtschaft ohnehin werbend tätig sind und die Regeln kennen und zu nutzen wissen. Das Preisgeld von 9999 Euro tröstet dann auch darüber hinweg, dass die Verwertungsrechte am eingesendeten Material teilweise an den Veranstalter übergehen und dieser nun für wenig Geld ordentlich die Werbetrommel rühren kann.