

DER LÄNGSTE FILM DER WELT

„24h Berlin“ – Ein crossmediales Event

von Lutz Engelke und Thomas Kufus, Berlin

Wie lässt man eine Stadt ihre Geschichte erzählen? Und wie erreicht man damit möglichst unterschiedliche Zielgruppen in ganz Europa? Die Antwort gibt „24h Berlin“, ein Projekt, das interaktiv und medienübergreifend mit den Zielgruppen kommunizierte und zugleich zu einem zeitgeschichtlichen Dokument des beginnenden 21. Jahrhunderts wurde.

Wenn eine Stadt Geschichten erzählt, dann handeln diese von Menschen, die dort leben und arbeiten. „24h Berlin“ ist die Suche nach einem zeitgemäßen Bild des Lebens in einer modernen Metropole und gleichzeitig ein breit angelegtes Zeugnis unserer Gegenwart: Arbeitswirklichkeit, Familienleben, Räume, Ängste und Träume, flüchtige Augenblicke und Beziehungen in ihren bunten Erscheinungsformen – sie alle treten gemeinsam in der Kulisse der Stadt auf, die sie miteinander verbindet.

Anspruch des Projektes war es, ein crossmediales Ereignis zu schaffen, mit dem eine Dokumentation von und über Berlin zu einem in der ganzen Stadt und weit darüber hinaus spürbaren Ereignis wird. Die Idee dazu hatten Volker Heise und Thomas Kufus von zero one film, die gemeinsam mit Triad Berlin das Format Fernsehen interdisziplinär weitergedacht und schließlich umgesetzt haben.

BERLIN ERZÄHLT VON SICH

Am 5.9.2008 – genau ein Jahr vor der Ausstrahlung – tauchten 80 Kamerateams in den Alltag Berlins ein, 24 Stunden lang und zwar genau von sechs Uhr morgens bis sechs Uhr morgens des Folgetags. Es entstand das längste Programm der Fernsehgeschichte! Ohne Drehbuch und ganz ohne Schauspieler, nur das reale Leben der Menschen wurde aufgezeichnet. Die in Echtzeit erzählte Dokumentation ging planmäßig am 5.9.2009 ab sechs Uhr morgens europaweit auf Sendung – im rbb Fernsehen, auf ARTE, VPRO (Holland), YLE Teema (Finnland) – und war gleichzeitig weltweit über das Internet (The Autheurs) erlebbar.

Die Vorbereitung des Drehtages dauerte 24 Monate. Hunderte Protagonisten wurden recherchiert, Perspektiven und Lebensspuren bewertet, tausende E-Mails versendet und Telefonate geführt. Allein am Drehtag waren 400 Menschen beteiligt. Dabei entstanden 750 Stunden gedrehtes Material, ein Speichervolumen von 18 Terabyte. Dieses Material wurde komplett in der Stiftung Deutsche Kinemathek katalogisiert und archivisch für die Zukunft verwahrt – als ein wertvolles zeithistorisches Dokument unserer Gegenwart.

Der Schnitt dauerte dann noch einmal ein ganzes Jahr. Rund um die Uhr, sieben Tage pro Woche, arbeiteten schichtweise acht Cutter in vier Schneideräumen. Es wurde geschnitten, konfektioniert, vertont, gemischt und übersetzt. Auf allen Produktionsebenen mussten neue Strukturen erdacht und umgesetzt werden, um dem Ausmaß dieses gewaltigen Projekts gerecht zu werden.

„Ein solches Ausmaß an Material zu bewältigen, heißt abzugeben, sich auf die Kompetenzen von anderen zu verlassen, zu vertrauen. Hinter uns liegt eine logistische und personelle Kraftanstrengung – ein einmaliges multimediales Experiment – dieses Projekt hat wirklich Grenzen überschritten und manchmal auch gesprengt“, so Thomas Kufus.

MEDIALES EXPERIMENT ALS KULTURELLE BERLIN-MARKE

„24h Berlin“ war ein einmaliges Experiment und eine logistische Herausforderung. Noch nie wurde eine Stadt auf diese Weise portraitiert. Eine völlig neue Dimension der medialen Kommunikation einer Metropole wurde begründet: Noch nie wurde eine Stadt mit ihren persönlichen Geschichten in so vielen Ländern zeitgleich vorgestellt.

Bereits in der Entstehungsphase des Filmprojektes konnten Interessierte aus der ganzen Welt über die Website daran teilhaben. Über die gesamte Laufzeit gab es dann die Möglichkeit, sich über den Stand der Arbeiten zu informieren und



Protagonist Klaus Wowereit beim 24h Berlin-Hauptevent



Auftaktveranstaltung

Akteure & Konzepte

interaktiv daran teilzunehmen. Viele Berliner und Gäste sind dem Aufruf gefolgt, ihren persönlichen 5.9.2008 auf Video festzuhalten. Die entstandenen Videos wurden in das Fernsehprogramm integriert.

Das erhoffte geschah: „24h Berlin“ wurde zum Auslöser für ein Dauergespräch. Zum einen über ein einmaliges Fernsehereignis und zum anderen über die Stadt Berlin. Ausgehend vom Gedanken Marshall McLuhans „The Medium ist the Message“ entstand durch das Projekt mit all seinen crossmedialen Verknüpfungen ein ganzheitlicher Wahrnehmungsraum zu Berlin. Die Macher wollten damit das Fernsehen begehbar machen. Mehr Berlin ist kaum vermittelbar.

FERNSEHEN ALS GEMEINSAMES ERLEBNIS

Neben der Fernseh-Dokumentation entstanden ein umfangreicher Fotoband, ein Literaturband und eine Website mit zahlreichen Informationen und Aktionen rund um den Film, die das wichtigste Bindeglied zwischen diesen einzelnen Formaten war. Parallel zum Fernsehereignis wurde „24h Berlin“ wieder in die Stadt getragen, an den Ursprung der vielen Geschichten. Den Höhepunkt bildeten die zeitgleich zur Fernsehausstrahlung stattfindenden Events, in deren Rahmen die Reportage im öffentlichen Raum, in Kinos und in Kneipen oder auf Festen zu erleben war – mitten in der Stadt. So konnten die Zuschauer aus Berlin und aller Welt auch an über 50 Screening-Locations in der ganzen Stadt, z.B. am Sony Center am Potsdamer Platz, in der Kapelle der Gedächtniskirche oder im ehemaligen Postfuhramt bei C/O Berlin das Fernsehprogramm mitverfolgen. Hier fanden neben der Ausstrahlung auch Lesungen aus dem „24h Berlin“-Buch und eine Fotoausstellung der Fotografenagentur Ostkreuz mit Fotos vom Drehtag statt.

Die „24h Berlin“-Hauptveranstaltung wurde auf dem Areal des Technikmuseums realisiert. Hier konnten die Zuschauer auf zahlreichen Flachbildschirmen und einer großen LED-Wand im Freien 24 Stunden lang das Programm verfolgen. Zusätzlich gab es ganztägig Podiumsdiskussionen mit den Machern und Protagonisten des Projekts, darunter auch Berlins Regierender Bürgermeister Klaus Wowereit. Neben unterschiedlichen Empfängen in der von Triad gestalteten Partner-Lounge für die Sponsoren der filmbegleitenden Kommunikationsmaßnahmen fand am Abend eine große Party mit den Drehteams und Protagonisten der Produktion statt. In unzähligen Städten, in denen das Fernsehprogramm zu empfangen war, wurden „24h Berlin“-Themenpartys veranstaltet.



Öffentliche Ausstrahlung des Programms

Die Botschaft war angekommen. „24h Berlin“ hatte das Bild von Berlin vermittelt, das die Menschen als Bewohner oder Besucher lieben. Mehr als 240 Presseberichte, darunter auch Sonderberichte in der Tagesschau etc., machten daraus ein internationales Ereignis.

KURZ & KNAPP

„24h Berlin“, gefördert vom Medienboard Berlin-Brandenburg, dem Hauptstadtkulturfonds, der DEFA-Stiftung und German Films, ist ein multimediales, interaktives Fernsehprojekt, das einen ganzen Tag Berlin dokumentiert – in Echtzeit. Es zeigt das Portrait einer kontrastreichen und energiegeladenen Metropole. Einzigartig an dem Projekt ist vor allem dessen Crossmedialität, also die Verknüpfung von Kommunikationskanälen, die den Zuschauer gezielt einbeziehen und leiten. ■

ZUM THEMA
im Internet
www.24hberlin.tv

Lutz Engelle ist Ausstellungsmaacher, Szenograf, Gründer und Geschäftsführer der Triad Berlin Projektgesellschaft mbH, engelle@triad.de, www.triad.de.
Thomas Kufus ist Produzent, Regisseur und Autor, Gründer und Geschäftsführer der zero one film GmbH, tkufus@zeroone.de, www.zeroone.de.

