

„Gib mir mal das Blut“

Horrorfilm-Workshop führt Jugendliche an das Medium Film heran

Leere Augen, blutverschmierte Gesichter, panische Schreie – mit *Tal der Toten* bietet das Medienprojekt Wuppertal Jugendlichen die Gelegenheit, einen eigenen Horrorfilm zu produzieren. Der Kreativität sind dabei keine Grenzen gesetzt. Spielerisch und mit Spaß am Schrecken lernen die Teenager, was es heißt, Ideen filmisch umzusetzen.

Jens Dehn

Der Anruf kommt kurz vor der Raststätte Remscheid. „Sind Sie schon da?“ Nein, ich bin noch nicht da, bis Wuppertal sind es noch rund 20 Kilometer. „Das ist gut, der Treffpunkt hat sich geändert. Einige unserer Schauspieler haben verschlafen.“ Na super, denke ich mir. Was will man auch anderes erwarten, an einem Samstagvormittag, bei einem Dreh mit lauter Halbwüchsigen. Die Jugend von heute eben. Keine Disziplin und so. Während im Radio Nicole und Johnny Logan auf das abendliche Finale des Eurovision Song Contests einstimmen, merke ich, dass ich mich wie ein 60-jähriger CDU-Kreistagsabgeordneter anhöre.

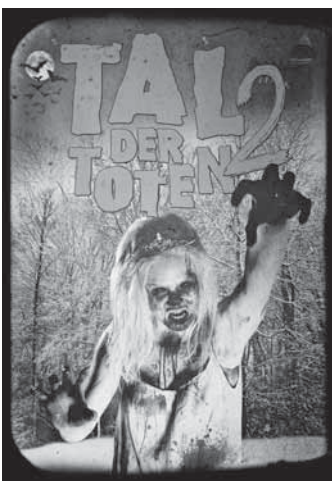
Statt zum eigentlich verabredeten Drehort fahre ich also erst einmal zu den Büroräumen des Medienprojekts Wuppertal. Das Medienprojekt ist die größte Einrichtung für Nachwuchsfilmern in Deutschland. Unter professioneller Anleitung lernen Jugendliche hier, wie man Filme macht. Die Produktivität ist beachtlich: Etwa 130 Filme entstehen jedes Jahr, vom Musikvideo bis zum Experimentalfilm. Hauptsächlich aber Dokumentationen. Vorgaben gibt es in der Regel nicht, die Jugendlichen erzählen Geschichten, die ihnen persönlich nahe sind. Häufig stehen dabei soziale Motive im Zentrum: Migration, Inklusion, Fremdenfeindlichkeit.

Darüber hinaus veranstaltet das Medienprojekt auch regelmäßig Workshops, in denen Gruppen unter Leitung erfahrener Filmern gemeinsam Ideen umsetzen. Im vergangenen Jahr waren unter dem Titel *Tal der Toten* Ju-

gendliche aus der Region dazu aufgerufen, Zombiefilme zu produzieren. Die Ergebnisse – insgesamt neun Filme – wurden vor den Beteiligten, Familien und Freunden in einem Wuppertaler Multiplexkino aufgeführt. Der Erfolg war so groß, dass *Tal der Toten* nun in die zweite Runde geht. Das Thema ist mit „Horrorfilme“ etwas allgemeiner gehalten, doch in manchen Beiträgen spielen Zombies auch diesmal wieder eine Rolle.

Irritationen an der Haltestelle

So kommt es, dass mir schon im Treppenhaus des Medienprojekts die ersten Untoten entgegenkommen. Sie machen sich gerade auf den Weg zur nächsten Haltestelle, um mit dem Linienbus zum Drehort, einer alten Werkshalle, zu fahren. Bei den Passanten in der Wuppertaler Innenstadt ruft das leichte Irritationen hervor. „Es kommt schon vor, dass sich der ein oder andere erschreckt, wenn er die blutverschmierte Kleidung und die Masken der Schauspieler sieht“, schmunzelt Marcel Becker-Neu. „Aber schreiend davongelaufen ist bislang auch noch niemand. Zum Glück.“ Marcel leitet die Gruppe, deren Dreh ich heute begleite. Der 25-Jährige kommt selbst aus Wuppertal und hat früher an vielen Projekten teilgenommen. Mittlerweile studiert er Film an der Fachhochschule in Dortmund. Sein Wissen gibt er mittlerweile in seiner Freizeit an den Nachwuchs weiter.



Tal der Toten 2, Flyer



Dunkles, hartes oder pinkfarbenes Blut ...



Wer sich noch nicht auf den Weg zur Werkshalle gemacht hat, wird geschminkt. Mia ist 16 und hat schon Erfahrung als Maskenbildnerin. „Kannst du mir mal das Blut geben?“, fragt sie ihre Kollegin. „Welches willst du – das dunkle, das harte oder das pinke?“ Mia, die im Film auch eine der Hauptrollen spielen wird, überlegt kurz. „Das harte kommt eigentlich immer gut, das mag ich.“ Hart bedeutet im Fachjargon zäh – und damit eignet es sich besonders gut zum Modellieren. Gekonnt bringt Mia das künstliche Blut auf der Stirn der jungen Schauspielerin auf.

Rund 100 Jugendliche und junge Erwachsene sind dem Aufruf des Medienprojekts einmal mehr gefolgt. Neun Gruppen haben sich daraus gebildet, die wiederum neun Horrorfilme produzieren werden. „Meine“ Gruppe dreht *Die Jagd nach dem grünen Gold*. Das Projekt ist insofern etwas Besonderes und eine Ausnahme, da es die Fortsetzung zu einem

Film aus dem vergangenen Jahr darstellt. *Freunde isst man nicht* war damals einer der Publikumsлюбlinge, da er unter all den Zombieschockern die einzige Komödie war: Eine kleine Gruppe von Freunden frönt darin exzessiv dem Cannabiskonsum und nimmt die draußen stattfindende Zombieapokalypse gleichmütig hin, ohne in Panik zu verfallen. Das Team, das 2014 *Freunde isst man nicht* drehte, hat sich nun also für *Die Jagd nach dem grünen Gold* wieder zusammengefunden. Inhalt der Fortsetzung: Die Freunde sehen sich den Gefahren der Realität ausgesetzt, als ihnen das Marihuana ausgeht. Für Nachschub muss dringend gesorgt werden.

Professionelle Anleitung

„Wenn wir drehen, gibt es einfache Regeln: Wenn ich ‚Bitte‘ sage, läuft die Aufnahme. Und zwar so lange, bis ich ‚Danke‘ sage. Bis dahin

bleibt jeder in der Rolle!“ Im Zeitplan gehörig in Verzug geraten, aber voller Tatendrang, bereitet Marcel Becker-Neu das Team auf die erste Szene des Tages vor: Die Freunde werden in der Werkshalle von Zombies überrascht und müssen fliehen. Die meisten sind zwischen 16 und 18 Jahren alt, einige aber auch über 20. Marcel hat diese Gruppe schon im letzten Jahr betreut. „Das sind Freunde, die sich alle schon lange kennen. Der Einzige, der diesmal neu dazugekommen ist, ist der Michael.“ Der 25-jährige Michael hat eine geistige Behinderung, ist aber voll bei der Sache. „Im Moment ist er noch etwas schüchtern, weil er hier niemanden kennt“, erklärt Marcel. „Aber Michael hat schon häufig bei Filmen des Medienprojekts mitgemacht, auch als Protagonist bei Dokumentationen über Behinderte. Er ist da-beigeblichen und immer noch Feuer und Flamme für unsere Filme.“ Michael ist somit auch ein Beispiel für die gelebte Inklusion, die



Leute, die noch nie etwas miteinander zu tun hatten, stellen gemeinsam etwas Kreatives auf die Beine.

das Medienprojekt verfolgt. Im vergangenen Jahr haben sogar mehrere junge – geistig wie körperlich – behinderte Menschen bei dem Workshop mitgemacht.

„Es war sehr interessant zu sehen, wie übergreifend sich das entwickelt hat. Generell kamen die Teilnehmer aus unterschiedlichen Milieus, das haben wir auch dieses Mal wieder in der Nachbetrachtung als sehr gut empfunden“, erzählt Norbert Weinrowsky, der seit 15 Jahren für das Medienprojekt tätig ist. So gab es zu Beginn des Workshops ein zentrales Treffen, bei dem jeder Interessierte kommen konnte. Einzelpersonen fanden sich ebenso ein wie kleinere Gruppen und auch schon bestehende größere. Eingeteilt wurden die Teams dann relativ spontan, wodurch auch Leute zusammenfanden, die sich vorher noch gar nicht kannten. „Das war mitunter schwierig, andererseits aber auch sehr fruchtend. Leute, die noch nie etwas miteinander zu tun

hatten und die teilweise einen völlig anderen Background haben, finden sich und stellen gemeinsam etwas Kreatives auf die Beine. Das ist von der Konstruktion her wieder sehr gut gelungen.“

Langjährige Erfolgsgeschichte

Das Medienprojekt Wuppertal begann im Jahr 1992, nach zehn Jahren erfolgte die Umstrukturierung in einen Verein. Im Laufe der Zeit hat sich das Projekt einen Namen auch weit über die regionalen Grenzen hinaus gemacht und mehrfach Preise für einzelne Filme gewonnen. Allein im Jahr 2014 wurde der Verein für seinen Film *SchmerzHAFT*, der drei Menschen, die unter chronischen Schmerzen leiden, durch ihren Alltag begleitet, mit dem Schmerzpries des Landes Nordrhein-Westfalen ausgezeichnet. Ebenfalls im vergangenen Jahr verlieh die Stadt Wuppertal ihren Förderpreis an

das Medienprojekt – für die Arbeit mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen.

Bereits vor fünf Jahren erklärte Andreas von Hören, Initiator und Leiter des Medienprojekts, in einem Interview mit der *tv diskurs* die Philosophie seiner Arbeit. Im Zentrum steht dabei in erster Linie der Spaß: „Wir haben [...] keinen pädagogischen, sondern einen künstlerischen Zugang, was uns von vielen anderen unterscheidet. Bei uns arbeiten nur Leute, die Lust auf Film haben. Das ist ganz wichtig. Die Jugendlichen kommen nicht zu uns, weil sie Medienkompetenz erwerben wollen, sondern Medienkompetenz ist bei uns ein Mittel, um einen Film machen zu können.“¹

Dennoch – auch das ist klar – muss bei allem Spaß die Professionalität immer vorhanden sein. Den Jugendlichen ist nicht geholfen, wenn man sie mit der Kamera allein lässt und sie für das Ergebnis ihrer Arbeit am Ende nicht ernst genommen oder gar ausgelacht werden.

Deshalb ist eine gute Betreuung der einzelnen Filmprojekte elementar. Im Falle von *Die Jagd nach dem grünen Gold* ist es also die Aufgabe von Marcel Becker-Neu, ein Auge auf die Gruppe zu haben und Dinge wie eine ordentliche Kamerakadrierung, Ausleuchtung und Continuity zu gewährleisten. Und die jungen Leute ziehen mit: Die atmosphärische Location der Werkshalle ist treffend gewählt, die Masken der Zombies toll und verblüffend echt gestaltet – und sogar Teile der Musik wurden eigens von einem Teilnehmer komponiert. Simon N'golo Zerbo studiert eigentlich Musikwissenschaft in Bonn, hilft aber beim Workshop auch noch als Tonangler aus und spielt im Film einen Schamanen.

„Mit Tabuisierung wäre nichts gewonnen“

Doch ein Zombiefilm, in dem die Protagonisten dauerbekifft herumlaufen – ist das pädagogisch wertvoll? „Das Falscheste, das man machen kann, ist doch, eine Vermeidungsstrategie zu fahren“, hält Norbert Weinrowsky dagegen. Der Medienpädagoge weiß, dass gerade Zombies und das Horrorgenre im Allgemeinen bei Jugendlichen sehr angesagt sind. „Genres, die Jugendliche besonders ansprechen, komplett auszublenden, wäre da der falsche Weg. Teenager und junge Erwachsene begeistern sich für Horrorfilme, aber in der Regel konsumieren sie nur. Selbst etwas in dem Bereich zu machen und sich kreativ auszuprobieren, ist eine wichtige Sache. Von daher gehen wir das offensiv an. Wir machen es aber auch mit einer klaren FSK 16-Vorgabe.“ „FSK 16“ bedeutet nicht nur, dass alle Teilnehmer ein Mindestalter von 16 Jahren haben müssen, sondern auch, dass bei der Film Premiere darauf geachtet wird, dass im Publikum keine Zuschauer sind, deren Alter unter dieser Grenze liegt. „Auch mit einer Tabuisierung des Drogenkonsums wäre nichts gewonnen“, führt Weinrowsky weiter aus. „Jugendliche kiffen nun mal. Das im medienpädagogischen Rahmen komplett auszublenden, ist nicht richtig. Indem es thematisiert wird, setzen sich Teenager jedoch viel eher damit auseinander.“

Tatsächlich fällt auf, mit welcher Akribie und Ernsthaftigkeit sich die Teilnehmer des Workshops ihren Filmen hingeben. Besprochen werden die Abläufe gemeinschaftlich, jeder hilft jedem beim Auf- und Abbau des Sets. Auch Michael fühlt sich mittlerweile sichtlich wohl in der Gruppe. Seine grüne Baseball-

mütze möchte er jedoch auch als Zombie nicht abnehmen: „Die ist mein Markenzeichen!“ Während ich meine Sachen packe und mich auf den Rückweg mache, höre ich auf dem Weg zum Auto im Hintergrund noch Anweisungen für die Tonaufnahme: „So, und jetzt müsst ihr sabbern und röcheln. Fast schon kotzen!“ Ein halbes Dutzend Untoter sabbert, röchelt und kotzt fast schon – ganz wie gewünscht.

600 Premierengäste

Das Ergebnis der Arbeit dieser und aller anderen Gruppen war dann bei der Premiere am 9. Juni 2015 vor 600 Gästen im größten Saal des Wuppertaler Multiplexkinos zu sehen. Freunde

natürlich, Geschwister, Eltern und auch Großeltern waren gekommen. Der Applaus nach jedem einzelnen der jeweils rund zehnminütigen Filme war laut und anhaltend. „Für die Jugendlichen ist dieser Premierenabend etwas ganz Wichtiges“, sagt Norbert Weinrowsky. „Sie sind alle sehr stolz auf ihre Arbeit und in diesem Rahmen werden sie entsprechend gewürdigt.“ Negative Reaktionen gab es in der Tat keine einzige, wenngleich die Qualität der Arbeiten doch variiert. Einen Vertrieb der Filme wird es voraussichtlich nicht geben. Dafür sind der Markt und die Nachfrage zu gering, erklärt Weinrowsky. Doch werden die Verantwortlichen beim Medienprojekt einzelne Beiträge zu Festivals einreichen.²



Bei allem Spaß – die Professionalität muss vorhanden sein

Anmerkungen:

1
Weinert, B./Hören, A. v.:
„Reflektiere dich selbst!“
Die künstlerische und
pädagogische Arbeit des
Medienprojekts Wuppertal.
In: tv diskurs, Ausgabe 54,
4/2010, S. 12 – 15

2
Wer sich selbst ins Tal der
Toten begeben möchte, kann
dies online tun: Alle Filme
des diesjährigen Workshops
sind über den YouTube-Kanal
des Medienprojekts Wuppertal
abrufbar:
<https://www.youtube.com/playlist?list=PLLS5BG3HZ71AkXJECLOK12WiyIqU86ag>

Jens Dehn arbeitet als
freiberuflicher Filmjournalist.

