



design through uncertainty
Unsicherheit als Gestaltungsgrundlage

movers and shakers

Same Same But Different

Quattordici / Matthias Würth
Institut HyperWerk / HGK / FHNW

X
HYPERWERK

n|w

Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Gestaltung und Kunst

1 Einleitung

- 1.1 Fragestellung und Zielsetzung**
- 1.2 Vorgehen**

2 Recherche Film Schweiz

- 2.1 Zukunft des Mediums Plakat**
- 2.2 Bedeutung CI**
- 2.3 Fazit/Schlussfolgerung**

3 Praktische Umsetzung

- 3.1 Späte Rache**
- 3.2 Arbeitsprozess**
- 3.3 Endresultate**
- 3.4 Marketingkanäle**
- 3.5 Die Elemente des CI für Späte Rache**

4 Zukunftsaussichten

5 Reflexion

6 Anhang

- 6.1 Liste der Verbände**
- 6.2 Literaturverzeichnis**
- 6.3 Abbildungsverzeichnis**
- 6.4 Späte Rache von Petra Ivanov**

7 Dank

1

Einleitung



Abbildung 1: Standfotografie Späte Rache

**«Meistens schauen wir nicht erst und definieren dann,
wir definieren erst und schauen dann.»**
– Walter Lippmann¹

Momente der Unsicherheit verleiten zu «Klischeedenken». Dabei bedienen wir uns unbewusster, eingefahrener Denkschemen und Ansichten. Das *cliché* – ursprünglich eine Druckform im Hochdruckverfahren – hat die mediale Massenproduktion ermöglicht und sich so als fester Begriff im Sinne vordefinierter Wörter oder Bilder im Sprachgebrauch verankert.

Solche vordefinierten Bilder stehen für eine Geschichte, können sehr unterschiedlich sein und gestalten sowie beeinflussen unsere Wahrnehmung. Während meiner Zeit am HyperWerk und der damit verbundenen internationalen Projektarbeit² stieß ich auf viele schöne, teils erschreckende oder auch lustige Unterschiede der Wahrnehmung. In meiner Diplomarbeit verfolge ich diese Thematik weiter und lege ein besonderes Augenmerk auf Bilder, die ähnlich wie Klischees Geschichten verkörpern. Wie konzentriere ich alle Aussagen einer Geschichte auf dieses eine funktionierende Bild – den *moneyshot* oder *eyecatcher*?

Heute ist die Massenproduktion von Text und Bild den Veränderungen durch die zunehmende Kommunikationsgeschwindigkeit und der Inhaltsflut, welche die neuen Medien liefern, ausgesetzt und verlangt nach immer neuen und mehrdimensionalen Strategien. Ein Gestaltungsprodukt, das einerseits von diesen Entwicklun-

gen geprägt ist und andererseits als Medium vorerst wohl bestehen bleibt, ist das Filmplakat – eine notwendige, visuelle, statische Repräsentation des Filmes. Das Plakat als Marketinginstrument mit Kultstatus, das eine Geschichte verbildlicht und verkauft und dessen Idee sehr schnell greifen muss, verbindet zudem die Gestaltungsdisziplinen Konzeption, Fotografie, Typografie und Grafik. Die Funktion des Filmplakates und die Aspekte der visuellen Darstellung einer Geschichte sowie die Prozesse in der fast schon inflationären Produktion von Filmplakaten werden in der vorliegenden Diplomdokumentation untersucht.

1.1 Fragestellung und Zielsetzung

In meiner Arbeit versuche ich, meine eigenen Klischees und vermeintlichen Wahrheiten über Berufsbilder zu hinterfragen. Den Beruf eines Plakatgestalters für Film stelle ich mir äußerst spannend vor. Kann diese Vorstellung aber in die Wirklichkeit umgesetzt werden? Welchen Platz kann ich im kreativen Arbeitsmarkt einnehmen und welche Bereiche für leidenschaftliche Gestaltung lassen sich finden? Besteht die Möglichkeit einer Spezialisierung als Gestalter, ohne mich einem bestimmten Stil verschreiben zu müssen? Folgende Fragestellungen sollen demnach hier behandelt werden:

Welche Möglichkeiten bieten sich als Grafiker im Schweizer Filmmarkt?

Lässt sich eine grafische Komplettspielerei erfolgreich auf dem Markt etablieren?

Wie müsste ein solches Angebot ausschauen?

Welche Elemente sind Bestandteile eines CI für Filme?

Welche Mittel und Bildstile setzt das Medium des Filmplakates ein, um Informationen über den Inhalt des Filmes zu geben und eine Geschichte mit statischen Bildern zu repräsentieren?

¹ Lippmann Walter *public opinion* 1922, zitiert von Abels

² «motoco» Bewegung zum Thema Nachhaltigkeit in Indien und die Gestaltung einer Verkehrssicherheitskampagne mit dem Namen «Supatxenja» in Moçambique.

Neben der Analyse des grafischen Materials soll die Arbeit ausserdem Aufschluss darüber geben, ob mit einer Priorisierung der Filmplakatgestaltung ein Mehrwert erreicht und diese Dienstleistung somit als Nischenkompetenz erfolgreich vermarktet werden könnte. Wie wird eine Produktidentität entwickelt, die dann konsequent auf allen Ebenen durchgezogen wird? Ist es beispielsweise möglich, durch die Veränderung einzelner Abläufe neue, optimalere Arbeitsweisen zu generieren? Wenn parallel zur Geschichte des Filmes eine Geschichte fürs Marketing aufgebaut wird – lässt sich diese Arbeit vielleicht sogar als innovative Komplettdienstleistung anbieten, im Sinne einer *Corporate Identity* für den Film? Was wird benötigt, um ein solches konzeptionelles Denken zu fördern und wo liegt darin eine Marktchance für Gestalterinnen und Gestalter? Ein wichtiger Aspekt dabei ist das Vernetzen innerhalb der Film- und Grafikindustrie. Im zweiten Teil dieser Arbeit werde ich versuchen, diese Theorie anhand konkreter Beispiele sichtbar zu machen.

1.2 Vorgehen

Als Vorbereitung für das Erarbeiten kreativer Prozesse habe ich mittels Internetrecherche und Experteninterviews den Schweizer Filmmarkt in Bezug auf Plakatgestaltung analysiert. Mein Fokus lag dabei auf Verleiichern, Regisseuren und Produzenten. Es galt herauszufinden, wer die Filmplakate erstellt und wer die Aufträge dafür verteilt. Damit wollte ich mir ein besseres Verständnis für die Vorgänge hinter solchen Aufträgen und einen Überblick über die Marktverhältnisse verschaffen, damit ich vielleicht eine eigene Gestaltungsgrundlage in diesen Prozessen finden kann. Ich untersuchte Unterschiede dieser Produktidentität in den verschiedenen Filmmärkten und Epochen. Dabei konzentrierte ich mich ebenfalls auf die notwendigen Ressourcen und die Auswirkungen auf flexible Teambildung zur Erarbeitung solcher Produkte. Nach einem ersten Fazit erstellte ich einen Entwurf eines Dienstleistungskonzeptes, dem TroubleShootTroop, und las mich in die Literatur des Drehbuchschreibens ein mit dem Ziel, mir Wissen über gute und einfach zu vermarktende Geschichten anzueignen. Im Kurzkrimi «Späte Rache» von Petra Ivanov habe ich eine solche Geschichte für meinen praktischen Projektteil gefunden. Nach einer Textanalyse machte ich mich an die Konzeption des gewünschten Outputs, die Organisation von Fotoshootings und die Umsetzung der Werbemittel. Währenddessen führte ich meine Recherchearbeit zu Wahrnehmungsunterschieden kultureller oder banaler Natur in Bezug zum Buch fort. Das Ende dieses Prozesses stellen die Post-Produktion der Werbemittel inklusive Website und die abschliessende Reflexion dar.

2

Recherche Film Schweiz



Abbildung 2: Standfotografie Späte Rache

Meine Recherchearbeit konzentrierte sich auf die Situationsanalyse der Filmindustrie in der Schweiz im Vergleich zu anderen Ländern und hatte zum Ziel, die Möglichkeiten des CI auf dem Schweizer Filmmarkt zu erkennen. Wie aus der Abbildung 3 hervorgeht, sind die Marktanteile der Schweiz gegenüber der USA und der EU sehr gering. Das widerspiegelt sich auch im Bereich des Marketings. Werden in den USA die Hälfte der Gesamtkosten für die Bewerbung des Films ausgeben, sind es in Europa lediglich drei bis sechs Prozent des Budgets (Bonadei, 2012).

Dies wirkt sich auf die Entstehung der Filmplakate aus. So wurde beispielsweise bei der Produktion von *Gladiator* laut Peter Schietinger, Creative Manager bei Walt Disney, aus bis zu hundert Layoutentwürfen ausgewählt. Durch weitere Interviews mit Schweizer Filmemachern wie Mirko Bischofberger, Gründer von «swiss fiction movement» habe ich erfahren, dass für die Erstellung der grafischen Werbemitteln bei nationalen Produktionen diese Position im Budget meist erst gar nicht vorhanden ist.

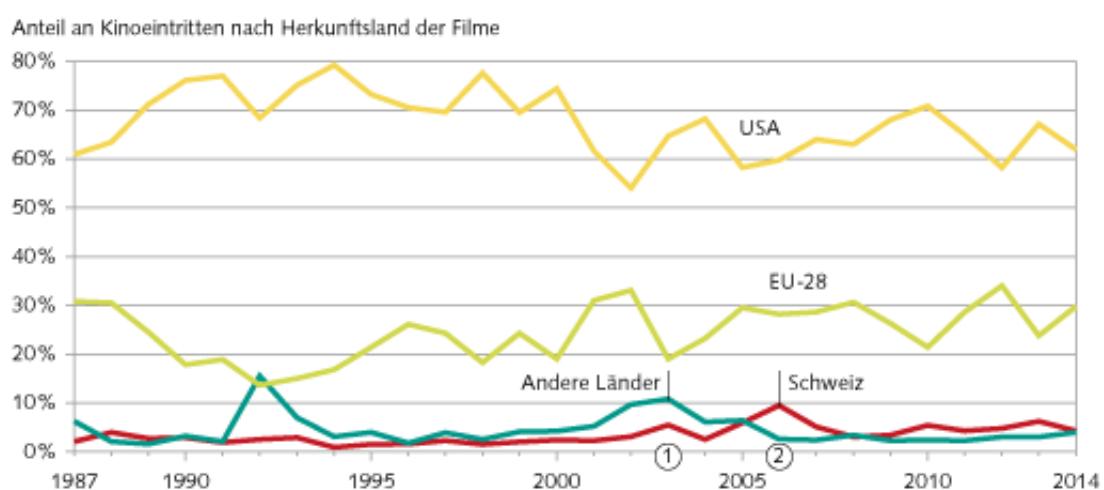


Abbildung 3: Marktanteil Produktionsländer (BFS Bundesamt für Statistik, 2015)

2.1 Zukunft des Mediums Plakat

Gemäss einer Studie der publisuisse (2011) ist das Plakat neben Fernsehen und Internet immer noch eine ansprechende Werbeform der Konsumenten (siehe Abbildung 4). Auch Schulteiss (2014) ist der Überzeugung, dass es Pla-

kate schon immer gab und in irgendeiner Form geben wird. Plakat-Botschaften können durch Verbindung der realen mit der digitalen Welt interaktiv verlängert werden. So hat die APG eine neue Werbemethode namens «Double Impact» entwickelt. Denn gemäss Ehrle ist «ein Plakat mehr als nur ein Plakat». Mit dieser neuen Methode können Werber ihre Plakatwerbung auf das Smartphone eines Kunden schicken, wenn dieser am entsprechenden Plakat vorbeigeht, womit eine Verknüpfung der mobilen Werbewelt mit der Plakatwelt entstehen und die Werbewirkung erhöht werden soll.

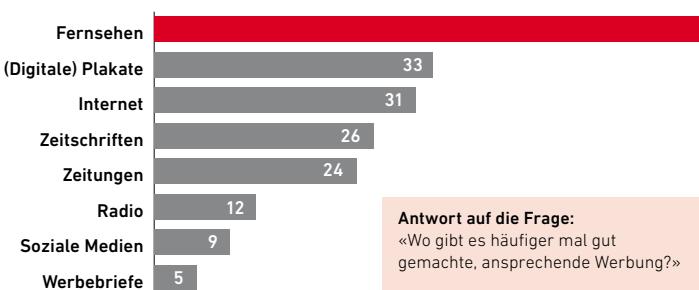


Abbildung 4: Ansprechende Werbung (publisuisse, 2011)

2.2 Bedeutung CI

Da viele Filme im Kern fast identisch sind, geschieht Adaption teilweise auch zufällig. Weil anhand der Zuschauerzahlen die Wirksamkeit der Werbung und die Etablierung eines Designs abgeschätzt werden kann, werden jedoch auch ganz bewusst Designs adaptiert und Bildstile an Filme geknüpft, die vom Konsumenten erkannt werden. Es entsteht eine Feedbackschleife, durch die sich Bildstile etablieren können und somit eine gewisse Sicherheit bei der Vermarktung gewährleistet ist. Das Aufbrechen und Ignorieren dieser Kategorisierung birgt deshalb vor allem für Grossproduktionen Risiken, sodass es eher kleinere Produktionen sind, die mit originellen und aussergewöhnlichen Plakatumssetzungen überraschen. Diese Kategorisierung hilft uns, uns im DVD-Verleih instinktiv zurecht zu finden. Zu diesem Thema wurde bereits viel Forschungsarbeit geleistet (siehe beispielsweise die Recherchen des französischen Bloggers Christophe Courtois³), weshalb dies hier nicht weiter vertieft werden soll. Stattdessen möchte ich zwei Beispiele von CI's für Schweizer Filme aufführen und auf die jeweiligen Arbeiten im Umgang mit *Corporate Identity* eingehen.

Ein meiner Meinung nach überzeugendes Beispiel ist *More than Honey* von Markus Imhoof. Mit dem persönlichen Bezug des Publikums zur Thematik und einem sehr aussagekräftigen Titel bietet dieses Filmprojekt ideale Voraussetzungen für eine gelungene Vermarktung. Obwohl es sich dabei um einen Dokumentarfilm handelt, gleicht die Gestaltung eher der eines Spielfilms. Durch die Farbkombination Gelb-Schwarz bedient man sich der Warnfarben der Natur und verstärkt die bereits im Titel enthaltene, warnende Wirkung. Mit Nahaufnahmen der Biene als logisches Hauptmotiv und grossen Schriften wird eine sehr plakative Wirkung erzielt und optimale Voraussetzungen für die Adaption auf verschiedene Formate geschaffen. Die teilweise verwendete Wabenstruktur symbolisiert zudem die feinen Zusammenhänge der Thematik des Films. Die Gestaltung von *More than Honey* funktioniert für mich. In erster Linie mit einer bestechend einfachen Idee aber auch plakativer Typografie, idealen Kontrastverhältnissen, einer sehr grossen Wiedererkennbarkeit und einem persönlichem Bezug wird die Kernaussage dieses Filmes festgehalten und ein breites Publikum angesprochen.

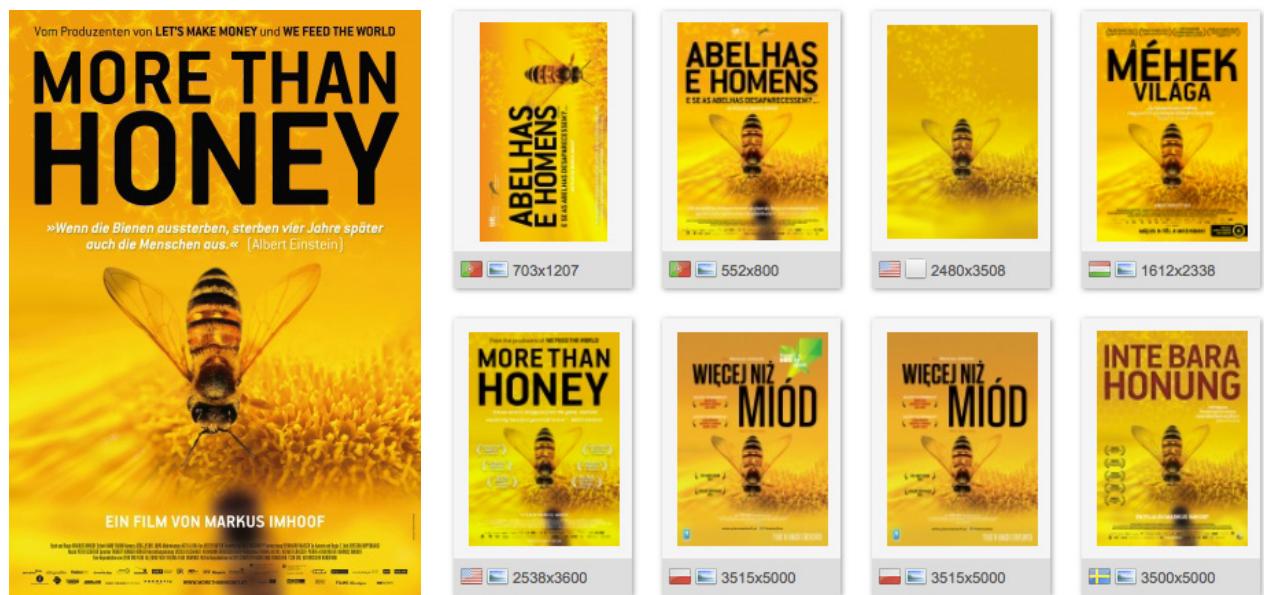


Abbildung 5: Gestaltungskonzept More than Honey (movieposterdb.com More than Honey, online)

³ Christophe Courtois <http://christophecourtois.blogspot.ch>

Ein ebenfalls sehr erfolgreicher und vielseitig ausgezeichneter Film ist *Vitus* von Fredi M. Murer, ein mit einem Budget von 3 Mio. CHF produziertes und erfolgreiches Drama mit einer strukturierten Promotion, bei der meiner Meinung nach jedoch in der Umsetzung der grafischen Mittel des Filmes ein bewussterer oder zumindest einheitlicherer Umgang möglich gewesen wäre. Die Geschichte handelt vom Jungen Vitus, der von seinen Eltern zum Pianisten getrieben wird und eine starke Verbindung zu seinem Grossvater pflegt. Bei der Ersterscheinung in der Schweiz im Januar 2006 wird der Junge am Klavier gezeigt und hinter ihm sein Grossvater aus einer Standaufnahme eingefügt. Leider ist diese Zusammensetzung nicht gelungen: Die Lichtverhältnisse sowie die Perspektive stimmen nicht, was auch die Loslösung der Fotos vom Hintergrund nicht zu korrigieren vermag. Aus-

serdem wurden die strengen Eltern sowie der heroische Werdegang des jungen Vitus auf dem Plakat integriert, um eine (im Titel nicht vorhandene) Aussage über den Inhalt der Geschichte zu machen. Ich persönlich beurteile die Kombination mehrerer Ideen auf einem Plakat eher kritisch. Spätestens beim Blick auf die Adaption der verschiedenen Länder wird das mangelnde Gestaltungskonzept ersichtlich. Ideen, Schriften, und Bilder wurden überarbeitet und dementsprechend unterschiedlich fielen die Resultate aus. Aus einem Interview habe ich erfahren, wie viel Aufwand bei diesem Film in gewisse Details investiert wurde. Deshalb denke ich, dass dem Entstehungsprozess der Elemente für das Marketing nicht genügend Beachtung geschenkt wurde. Mit gezielten Fotoshoots nach einem Konzept hätten bestimmt ansprechendere Resultate erzielt werden können.

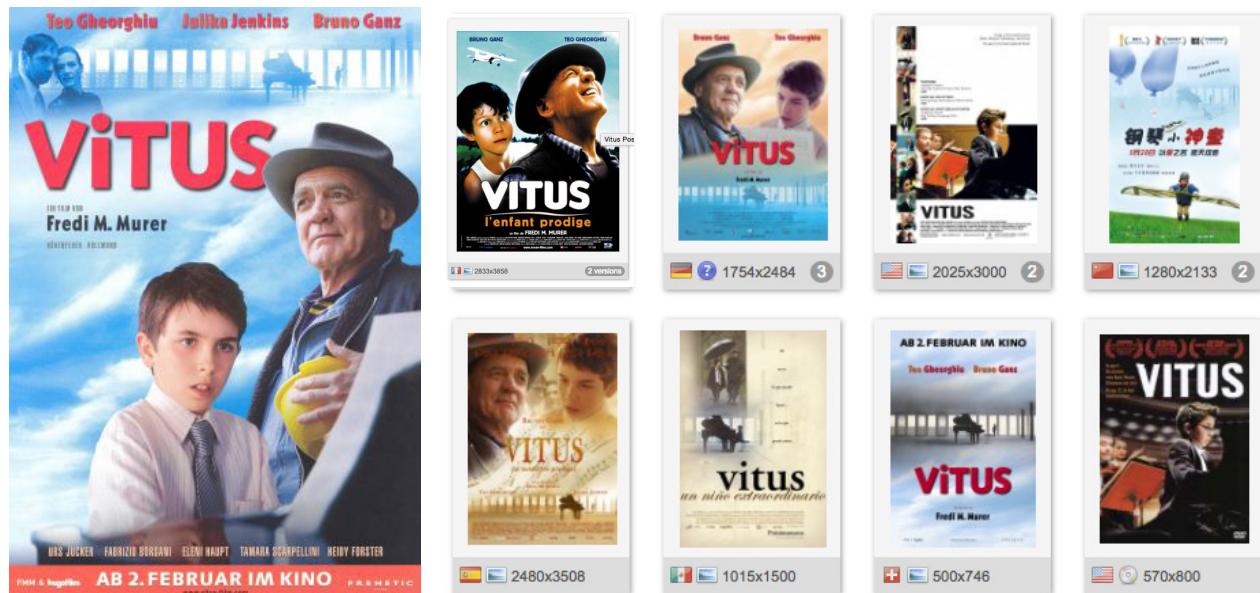


Abbildung 6: Gestaltungskonzept *Vitus* (movieposterdb.com/Vitus, online)

2.3 Fazit/Schlussfolgerung

Obwohl Guerilla Marketingaktionen wie zum Beispiel die fliegenden Menschenattrappen über New York zur Promotion von *Chronicle* oder Outtakes an Filmsets übers Internet sehr starke, neue Möglichkeiten des Marketings bieten, wird auch in Zukunft, ob gedruckt als Plakat oder an digitalen Flächen als OnePage Design, eine statische, visuelle Repräsentation von Filmen eine wichtige Rolle bei deren Vermarktung spielen. Anspruchsvolle Bildumsetzungen sind elementare und nach wie vor wichtige Bestandteile der Vermarktung und von grosser Bedeutung für einen erfolgreichen Kinostart. Die Schweiz ist aber für eine kommerzielle Auswertung eines Films ein extrem kleines Land, das dazu noch in vier Sprachregionen aufgeteilt ist. Das bedeutet, dass der einheimische Film ohne Subventionen oder öffentliche Filmförderung nicht überleben kann. Dieser fragmentierte Markt führt zur Konzentration auf die Filmproduktion und häufig zur Vernachlässigung der «Aussenbereiche» wie Marketing, CI, etc.

Das Schweizer Filmgeschäft basiert fast ausschliesslich auf Netzwerkzusammenarbeit. Will man sich als Gestalter in der Schweizer Filmbranche etablieren, führt der Weg wohl nur über die Erarbeitung solch eines funktionierenden Netzwerkes. Aus meinen Interviews geht hervor, dass viele der Werbemittel unter enormen Zeitdruck, quasi erst beim Abschluss des Arbeits-

prozesses umgesetzt werden. Da an den meisten Filmen über Jahre gearbeitet wird, liesse sich eine bewusste Erarbeitung der Werbemittel aber wohl auch parallel zum Arbeitsprozess als eine kundennahe Zusammenarbeit erstellen. Dieser enge Kontakt zum Grafiker war seitens der Regisseure ein oft erwähnter Wunsch im Bezug auf die Erstellung von Werbemitteln.

Mit diesen Erkenntnissen habe ich einen Konzeptentwurf für eine CI-Filmagentur mit dem Namen TroubleShootTroop entworfen. Das Angebot bietet grafische Komplettierungsdienstleistungen für Filme. Mit einer bewussten Konzeption und Umsetzung der Werbemittel wird eine ideale Ausgangslage mit den entsprechenden Mitteln für die Vermarktung geschaffen. Aus den Kernbereichen Setfotografie, Konzeption, Location Scouting, Shooting, Post-Production sowie Adaption können modular auch Teilleistungen beauftragt werden. Auf einen streng kalkulierten Businessplan werde ich an dieser Stelle verzichten. Wichtiger ist mir herauszufinden, was es braucht, um mich in dieser Richtung zu positionieren, gegenüber potenziellen Kunden sichtbar zu werden und im Zusammenspiel mit meinem praktischen Projektteil eine Auftragssituation zu simulieren und durchspielen zu können.

Zu diesem Konzept habe ich folgenden Business Canvas erstellt. Am 1. September 2015 werde ich dazu troubleshoottroop.ch online schalten.

Business Model Canvas

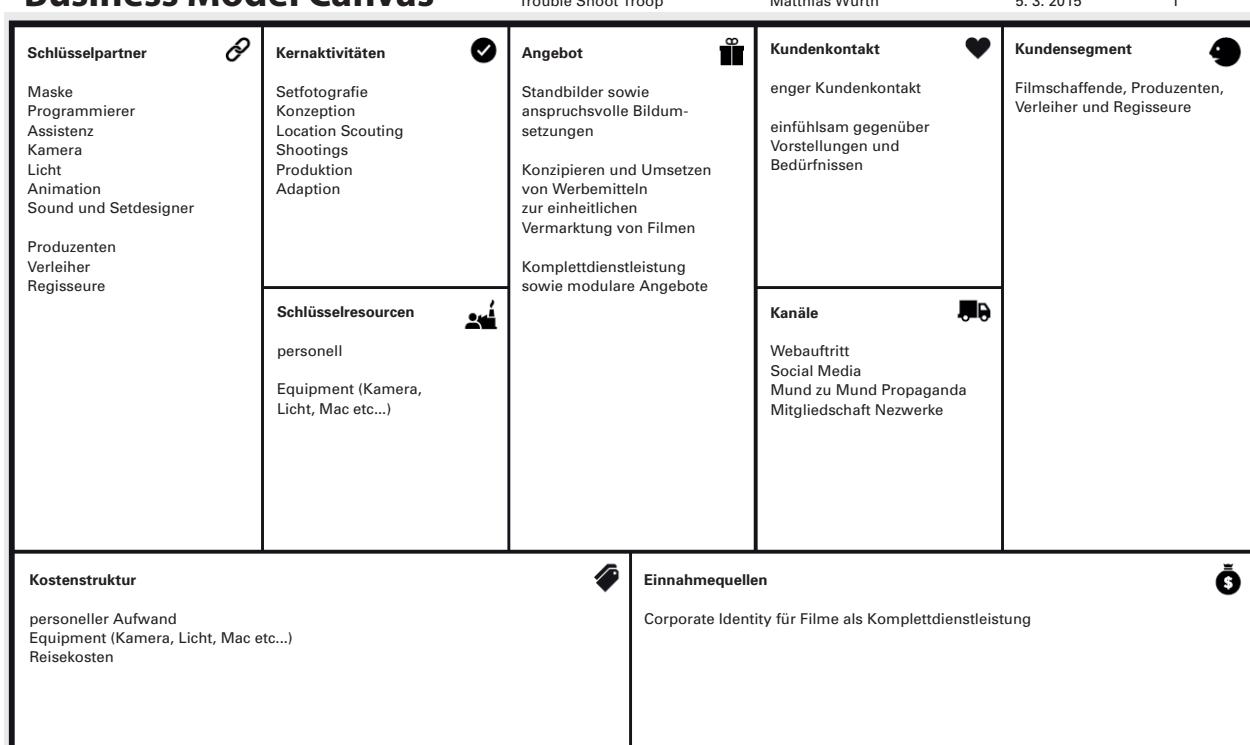


Abbildung 7 Business Model Canvas für ToubleShootTroop

3

Praktische Umsetzung



Abbildung 8: Standfotografie Späte Rache

Der nachfolgende praktische Projektteil besteht auf der Grundlage des Kurzkrimis «Späte Rache» von Petra Ivanov. Das Entwickeln eines neuen Drehbuches hätte einen zu stark auf das Kreieren einer verstrickten Filmstruktur gerichteten Fokus zur Folge gehabt und hätte das primär grafische Ziel verfehlt. Um eine vertiefte Auseinandersetzung mit den Texten, Szenen, Vorgaben, Einschränkungen und Voraussetzungen zu ermöglichen, wurde nach einer Geschichte ohne jegliches bereits vorhandene Bildmaterial gesucht. Bei der Konzipierung und der Umsetzung sollte so eine «realere» Arbeitssituation geschaffen werden. Diese fiktive Buchverfilmung ermöglichte im Vergleich zu einem echten Filmprojekt zudem, unbekümmert, ohne Verpflichtungen, Erfolgsdruck und Quotentauglichkeit die Bildumsetzung anzugehen und damit zu experimentieren.

3.1 Späte Rache

«Späte Rache» aus dem Buch «Mord in Switzerland», welches mehrere kurze Kriminalgeschichten von Schweizer Autoren beinhaltet, thematisiert nebst Wahrnehmungsunterschieden auch die höchst aktuelle Thematik der Asylpolitik – ein sozialer Brennpunkt, der mich über die technischen und konzeptionellen Aspekte des Projek-

tes hinaus interessiert und beschäftigt. «Späte Rache» bietet mir also auch die Möglichkeit, den grafischen Umgang mit sozialen Themen zu behandeln. Nebst Bildrecherchen im Internet war die grösste Inspirationsquelle dabei ein Bild, dem ich in Sri Lanka begegnet bin. Es zeigt auf sehr eindrückliche Art, wie das Thema der Migration auf cineastische Bildbearbeitung trifft (siehe Abbildung 9).

Die Absicht der Autorin, ein Thema anhand eines Krimis anzugehen und dadurch einen anderen Zugang zum Publikum und zur Thematik zu schaffen, zeigt auf, wie unterschiedlich Geschichten erzählt werden können. Die Erzählung handelt von Mewael, einem Eritreer, der zusammen mit seiner Freundin Semira die Flucht nach Europa riskiert. Als Semira den Strapazen der Reise erliegt, wird Mewael mit Waffengewalt an einem Begräbnis gehindert. Jahre später, bei einem Spaziergang vom EVZ Kreuzlingen zum Bodensee, entdeckt Mewael einen der Schlepper wieder. Er ist hin- und hergerissen zwischen Verantwortung, Erwartungen seiner Familie und der Möglichkeit zur Rache. Mit einer Täuschung, beziehungsweise der bewussten Bedienung der Wahrnehmung des Sicherheitsangestellten Ruben könnte er vielleicht aber auch beides erreichen... (vollständige Geschichte im Anhang 6.4).



Abbildung 9: Anti Immigrationswerbung Australiens in Sri Lanka (International Business Times, 2014)

3.2 Arbeitsprozess

Nach einer intensiven Textanalyse teilte ich die Geschichte in fünfundzwanzig Szenen auf. Jede dieser Szenen wurde in einem Shootingformular notiert, anhand welchem die Motivauswahl für Plakate sowie Standfotografien erfolgten. Auf diese Weise konnte ich einen ersten grafischen Output vordefinieren und auf Umsetzbarkeit prüfen. Da es nicht möglich war, dieses Projekt mit Asylsuchenden im EVZ Kreuzlingen zu realisieren, suchte ich nach Schauspielern für die Charakteren der Geschichte. Es folgten weitere Anfragen für Drehbewilligungen und eine spannende Phase der Drehortsuche. Gleichzeitig organisierte ich Helfer und Requisiten. Werbemittel wurden definiert und nach und nach erfolgten Fotoshootings. Parallel dazu konzipierte ich eine Kurzsequenz des Filmes, um auch im Bereich Film für die zukünftige Zusammenarbeit als Grafiker wertvolle Erfahrungen zu sammeln. In diesem Prozess überlegte ich mir oft, wie man Bilder in Köpfen provozieren kann. Und da ich weder mit den Fotografien noch mit Bewegtbild die Geschichte von «Späte Rache» nacherzählte, sie mir für ein besseres Verständnis meiner praktischen Arbeit jedoch wichtig erschien, habe ich mich dazu entschieden, sie als Audiohörbuch zugänglich zu machen (DVD im Anhang). Zum Abschluss dieses Prozesses erfolgte die Bildauswahl sowie die grafische Bearbeitung der entstandenen Bilder.

3.3 Endresultate

Als Motiv für das Titelplakat wählte ich eine Szene, welche die Thematik der Geschichte sehr subtil verkörpert. Man sieht Mewael am Ufer des Bodensees, im Hintergrund fährt das Kurschiff MS Zürich aus dem Hafen Kreuzlingen. Ein Ehepaar an Bord winkt ihm zu. Die Assoziation zu Boot und Wasser könnte nicht unterschiedlicher sein. Für das Päärchen an Bord ein mit Ausflügen oder Ferien verbundenes Lebensgefühl. Fast schon euphorisch winken sie Mewael zu. Für ihn, der auf einem Boot das Mittelmeer überquert hat, ist diese Situation mit traumati-

schen Szenen verknüpft. Das Winken des Ehepaars wird zu einer nicht ernst gemeinten Begrüssung in der Schweiz. Ein Zeichen, welches Mewael liebend gerne sehen und auch erwideren würde, in diesem Moment lässt er es aber bleiben. Das Wasser zwischen Mewael und dem Ehepaar symbolisiert zudem eine vielschichtig interpretierbare Distanz.

Als Motiv des Teaserplakats bestimmte ich eine Szene, in der Mewael als Folge seiner höchst traumatischen Seeüberfahrt von seinem Ertrinken träumt. Die Szene spiegelt ebenfalls die Assoziation zu Boot und Wasser wieder und soll dadurch das Titelplakat mit Dramatik ergänzen. Seine schwebende Position im Wasser stellt zudem die Hilflosigkeit Mewaels in seinem Leben dar, die Luftblasen stehen für das Platzen von Träumen.

Für die beiden Plakate wählte ich bewusst sehr unterschiedliche aber sich ergänzende Motive, um die Vereinheitlichung durch die Gestaltung zu ermöglichen. Nebst der symbolischen Aussagekraft dieser zwei Bilder suchte ich ebenfalls die Herausforderung in der Machbarkeit. So erforderte das Titelplakat viel Recherchearbeit für die Ortsauswahl. Ich besuchte etliche Häfen, um die Eignung und Distanzen verschiedener Schiffe zu unterschiedlichen Zeiten und Lichtverhältnissen zu prüfen. Die Schwierigkeit bestand darin, das Endresultat plakativ erscheinen zu lassen. Um dies fotografieren zu können, musste eine exakte Zeitplanung vorhergehen, da das Kurschiff bei der Hafeneinfahrt nur während einiger Sekunden im gewünschten Ausschnitt erkennbar war. Das Teaserplakat wiederum beinhaltete völlig neue Herausforderungen, beispielsweise die Suche nach geeigneten Sprungturmbecken. Die Umsetzung erfolgte mit einem Unterwassergehäuse von Nauticam, welches nur für ein Wochenende zur Verfügung stand. Genaue Vorabtests waren demnach nicht möglich. Die korrekte Belichtung von dunkler Haut unter Wasser war dabei genauso herausfordernd wie das Timing und Fotografieren während dem Freitauchen.



Abbildung 10: Titelplakat zu Späte Rache



Abbildung 11: Teaserplakat zu Späte Rache

3.4 Marketingkanäle

Die gebräuchlichsten Marketingkanäle für Film sind Magazine wie *Film Demnächst* und *Avant Premiere*, Filmfestivals, TV Spots, Social Media, Print/APG und Videologs.

3.5 Die Elemente des CI für Späte Rache

Anbei sind verschiedene Werbeformate für Späte Rache ersichtlich. Dies soll lediglich verschiedene Nutzungsoptionen des Design aufzeigen und für die Adaption auf weitere Formate eine Basis liefern. Zu den Werbeelementen zählen ebenfalls die im Dokument als Kapitelbilder verwendeten Standfotografien.



Abbildung 12: Banner Späte Rache quer lang (z.B.: Facebook Banner, Homepages, Werbeblachen)



Abbildung 13: Banner Späte Rache quer bold (z.B.: social media posts, Inserate)

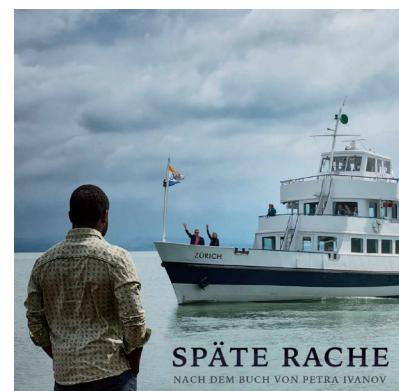


Abbildung 14: Formate Späte Rache Quadrat und Hoch (z.B.: Offizieller Soundtrack, Rollups)

4

Zukunftsansichten



Abbildung 15: Standfotografie Späte Rache

Ich möchte mich weiter mit Bildumsetzungen beschäftigen. Gerne würde ich eine Basis auf Fotografie finden und parallel dieses Netzwerk weiter ausbauen. TroubleShootTroop ist mit einer grossen Unsicherheit entstanden, konnte mir aber aufzeigen, wie sich mein Traumberuf in etwa zusammensetzen würde. Mit etwas Glück werde ich mein Netzwerk in den nächsten Jahren festigen können und so auch zu wichtigen Referenzen kommen. Dies wäre dann der Grundstein für eine erfolgreiche Etablierung im Schweizer Filmmarkt. Mit der Standfotografie möchte ich mich zudem noch vertiefter auseinandersetzen. So plane ich zum Beispiel, ein Tilt-Gehäuse zu bauen, um auch bei laufender Kamera fotografieren zu können, ohne die Tonaufnahmen zu stören.



Abbildung 16: Shooting Späte Rache

5

Reflexion



Abbildung 17: Standfotografie Späte Rache

Die Beschäftigung mit «Späte Rache», das Einarbeiten in die Geschichte und die Schwierigkeiten bei der Umsetzung haben mich mit vielen Personen in Verbindung gebracht. Wertvolle Kontakte und Gespräche haben sich ergeben. Die Abhängigkeit von Drittpersonen birgt aber auch viel Unvorhergesehenes und Risiken, die ich teilweise unterschätzt hatte. Trotzdem habe ich für mich festgestellt, dass solch grosse Projekte, bei denen ich mich hineinsteigern und vertiefen kann, richtig für mich sind. Der Verlauf des Projektes und die Hilfsbereitschaft, die mir entgegengebracht wurde, geben mir zudem Mut, unter Umständen auch eigene Bildumsetzungen anzugehen.

Aus rein fotografischer Sicht hätte ich noch mehr erreichen können. Da das Projekt aber sehr umfangreich war, konnte ich mich stellenweise zu wenig auf die Fotografien an sich konzentrieren. Stattdessen musste ich mich mit unvorhersehbaren, kleinen organisatorischen Problemen der Realisierbarkeit beschäftigt.

Obwohl die Standfotografen konzipiert waren, fühlte ich mich in den Momenten des Shootings manchmal etwas unvorbereitet. Kamen alle organisatorischen Aufwände zusammen und alles stand für zwei Stunden bereit, so war ich teilweise hin und hergerissen zwischen ganz gezielter Bildsuche und dem Schiessen von möglichst vielen Bildern während der zur Verfügung stehenden Zeit. Diese teilweise entstandene Unsicherheit verleitete mich dann manchmal dazu, die digitale Speicherkraft meiner Kamera voll auszuschöpfen, um durch die steigende Quantität an Sicherheit zu gewinnen. Meistens konnte ich auch beim Sichten der Fotografien bereits erkennen, was ich hätte verbessern können.

Zum Schluss wurde ich auch mit einer gewissen Hilf- und Ratlosigkeit bei der Arbeit an sozialen Themen konfrontiert. Bereits während der Teilnahme an einem Entwicklungsprojekt in Indien

hatte ich festgestellt, wie für ein solcher Einsatz gerade über längere Zeit auch eine gewisse Distanz notwendig ist. Nach einem sehr eindrücklichen Tag im Asylzentrum Marienburg kam dieses Gefühl erneut auf. Die Umsetzung meines Projektes fiel außerdem in eine Phase, in der sich die Asylthematik in der Schweiz zunehmend verschärft hat. Durch die Einarbeitung in die symbolkräftige Geschichte schienen sich Fiktion und Realität zeitweise zu vermischen. Auch in «Späte Rache» wird diese Distanz anhand des Beispiels von Ruben, dem Sicherheitsangestellten, behandelt. Bei meiner Recherche und in Gesprächen mit Angestellten der Marienburg war es spannend zu erfahren, wie diese in ihrer täglichen Arbeit mit dieser Distanz umgehen, da ansonsten wohl die Belastung, die dieser Beruf mit sich bringt, auch kaum zu ertragen wäre. Auf der Marienburg findet zur Zeit ein auf Ende dieses Jahres befristetes Pilotprojekt zur Integration von Flüchtlingen statt. Dabei dient der rund sechsmonatige Aufenthalt nicht dem Warten auf einen Entscheid, sondern dem Überbrücken von Wahrnehmungsunterschieden zur besseren Integration. So werden Regeln, Strukturen, Schweizer Gewohnheiten und Normen vermittelt, sodass ein selbständiges Leben nach der Umverteilung auf die Gemeinden ermöglicht werden kann. Diese wichtigen Einblicke haben mir die Bedeutung der Thematik der Wahrnehmung nicht nur für mich als Gestalter, sondern auch für den interkulturellen Dialog aufgezeigt. In dieser Arbeit habe ich mich aber insbesondere mit meiner Rolle als Fotograf/Grafiker auseinandergesetzt und ein Bewusstsein dafür entwickelt, wie sehr man mit Bildern Wahrnehmungen steuern und beeinflussen kann – eine Aufgabe, die mit viel Unsicherheiten, aber auch mit spannenden Herausforderungen und einer gesellschaftlichen Verantwortung verbunden ist.

6 Anhang

6.1 Liste der Verbände

Animationsfilm Schweiz - GSFA	swissanimation.ch
Auftrags- und Werbefilmprod. - Swissfilm Association	swissfilm-association.ch
Gruppe Autoren, Regisseure, Produzenten - GARP	garp-cinema.ch
Schweizer Studiofilm Verband - SSV	independent-pictures.ch
Schweizer Syndikat Film und Video - SSFV	ssfv.ch
Schweizerischer Filmverleiher Verband - SFV	filmdistribution.ch
Schweizer. Verband der FilmjournalistInnen - SVFJ	filmjournalist.ch
Schweizer. Verband der FilmproduzentInnen - SFP	swissfilmproducers.ch
Schweizer. Verband für Kino und Filmverleih - ProCinema	procinema.ch
Schweizerischer Video-Verband - SVV	svv-video.ch
Swiss Interactive Entertainment Association - SIEA	siea.ch
Swiss Media Composers Association - SMECA	smeca.ch
Unabhängige Schweizer Filmproduzenten - IG	independentproducers.ch
Verband Filmregie und Drehbuch Schweiz - FDS	arf-fds.ch
Verband Schweizer Filmclubs - Cinélibre	cineibre.ch
Verband Schweizer. Filmtechnischer und AV Betriebe - FTB	fivitech.ch
Verein Conférence des festivals	ilm-festivals.ch

6.2 Literaturverzeichnis

Abels, H. (2009:181). VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden: <https://books.google.ch/books?id=P3FUK0U-KvcC&pg=PA181&lpg=PA181&dq=Meistens+schauen+wir+nicht+erst+und+definieren+dann,+wir+definieren+erst+und+schauen+dann.%C2%BB+%E2%80%93+Walter+Lippmann&source=bl&ots=n1rc0NEoPX&sig=nxNaX3VfvMDOAVIfzvQ4KaiowVE&hl=de&sa=X&ved=0CDEQ6AEwBmoVChMIx9-Govy1xwIVCckUCh2vQwUo#v=onepage&q=Meistens%20schauen%20wir%20nicht%20erst%20und%20definieren%20dann%2C%20wir%20definieren%20erst%20und%20schauen%20dann.%C2%BB%20%E2%80%93%20Walter%20Lippmann&f=false>

BFS Bundesamt für Statistik (2015). Statistik Schweiz. Abgerufen am 8. Juli 2015 von Statistik Schweiz: <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/02/01/dos/04/01.html>

Bonadei, V. (10. August 2012). Punkt. Von Wirtschaft ist mehr. Abgerufen am 8. Juli 2015 von Punkt: <http://www.punktmagazin.ch/genussliches/schweizer-film-ein-schattengewachs/>

Imhoof, M. (2012). More Than Honey. Abgerufen am 8. Juli 2015 von IMDB: http://www.imdb.com/title/tt2263058/?ref_=fn_al_tt_1

International Business Times (2014). *Australia: Controversial 'No Way' anti-Immigration Advert Sparks Outrage.* Abgerufen am 8. Juli 2015: <http://www.ibtimes.co.uk/australia-controversial-no-way-anti-immigration-advert-sparks-outrage-1470023>

Lippmann, W. (1964). In: Mediale Kommunikation von Hans-Dieter Kübler. Tübingen: Max Niemeyer.

Media Desk Suisse. (2015). Box Office 2014. Abgerufen am 8. Juli 2015 von Box Office 2014: <http://www.mediadesk.ch/page.php?templateID=59&language=de&titel=Box%20Office>

Media Desk Suisse. (2015). Kooproduktionen. Abgerufen am 8. Juli 2015 von Media Desk Suisse: <http://www.mediadesk.ch/page.php?templateID=317&language=de&titel=Kooproduzieren%20mit%20der%20Schweiz>

Murer, F. (2006) vitus. Abgerufen am 8. Juli 2015 von IMDB: http://www.imdb.com/media/rm337810432/tt0478829?ref_=ttmd_md_pv

Schultheiss, I. (2014). «Trotz ‚Wischer-Gesellschaft‘ hat das Plakat eine grosse Zukunft vor sich». Abgerufen am 8. Juli 2015 von Persönlich: <http://www.persoenlich.com/news/marketing/clear-channel-trotz-wischer-gesellschaft-hat-das-plakat-eine-grosse-zukunft-vor-sich#.VdCtHF5l9IU>

Snyder, B. (2005). Save The Cat! The Last Book on Screenwriting You'll Ever Need. München: Michael Wiese.

Trank, J. (2012) Flying People in New York City. Abgerufen am 8. Juli 2015 von YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=dcDN409ZBv4>

publisuisse (August 2011). Medien der Zukunft 2017. Von Erkenntnisse zu Medienlandschaft, Marketing und Kommunikation. Abgerufen am 10. Juli 2015 von publisuisse: http://www.publisuisse.ch/mm/mm003/mdz_2017_d.pdf

6.3 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Standfotografie Späte Rache	S. 3
Abbildung 2: Standfotografie Späte Rache	S. 6
Abbildung 3: Marktanteil Produktionsländer	S. 7
Abbildung 4: Grafik Ansprechende Werbung	S. 7
Abbildung 5: Gestaltungskonzept More Than Honey	S. 8
Abbildung 6: Gestaltungskonzept Vitus	S. 9
Abbildung 7: Business Model Canvas	S. 10
Abbildung 8: Standfotografie Späte Rache	S. 11
Abbildung 9: Anti Immigrationswerbung Australiens	S. 12
Abbildung 10: Titelplakat Späte Rache	S. 14
Abbildung 11: Teaserplakat Späte Rache	S. 15
Abbildung 12: Banner Späte Rache quer lang	S. 16
Abbildung 13: Banner Späte Rache quer bold	S. 16
Abbildung 14: Formate Späte Rache Quadrat und Hoch	S. 16
Abbildung 15: Standfotografie Späte Rache	S. 17
Abbildung 16: Shooting Späte Rache	S. 18
Abbildung 17: Standfotografie Späte Rache	S. 19

6.4 Späte Rache von Petra Ivanov

Der Schrei, der Ruben aus seinen Gedanken riss, klang weder wütend noch angriffig. Die Männerstimme schwoll an, klägend, hallte von den kahlen Betonwänden wider und verstummte so abrupt, wie sie ertönt war. Ruben sprang auf. Als Sicherheitsangestellter gehörte es zu seinen Aufgaben, für Ruhe und Ordnung in der Empfangsstelle Kreuzlingen zu sorgen.

Im Gang hatte sich eine Gruppe Asylsuchender versammelt. Auf dem weissen Linoleumboden erkannte Ruben zwei zuckende Beine. Jemand beugte sich über die Gestalt und hob sie mit Hilfe zweier Männer auf.

«Was ist hier los?», rief Ruben.

«Wir brauchen einen Krankenwagen!»

«Er hat wieder einen Anfall!»

Die Gruppe verschwand in einem der Schlafräume. Ruben folgte ihr. Die Gestalt wurde sorgfältig auf eine Matratze gebettet. Ruben betrachtete die dunkle Haut, die sich über den scharfen Wangenknochen spannte. Die Augen des Mannes waren geschlossen, sein Körper wurde immer wieder von heftigen Krämpfen erfasst. Hatten die Asylsuchenden die Situation richtig eingeschätzt? Musste der Mann ins Spital? Unschlüssig nahm Ruben sein Handy hervor. Sollte er wirklich einen Krankenwagen rufen? Die Entscheidung wurde ihm durch eine ins Zimmer stürzende Betreuerin abgenommen.

Mit sicherer Stimme erteilte sie Anweisungen. Erleichtert kehrte Ruben an den Empfang zurück. Eine Tibeterin wartete vor dem Tresen.

«Was ist passiert?», fragte sie schüchtern.

«Jemand hatte einen Anfall», erklärte Ruben.

«War es wieder der Somalier?»

«Keine Ahnung.» Ruben zuckte die Schultern. «Für mich sehen alle Schwarzen gleich aus.»

Mewael lauschte dem Austausch schweigend. Er stand vor dem Empfangsschalter und starre Ruben aus tiefliegenden Augen an. Gerne hätte er dem beleibten Sicherheitsangestellten erklärt, dass der Nervenzusammenbruch des Somaliers mit dem negativen Asylentscheid zusammenhing. Doch er wusste, dass er damit nichts erreichen würde. Für Ruben war der Somalier lediglich eine Nummer. Sogar wenn der Sicherheitsangestellte vor dem Lichterlöschen um 22 Uhr die obligatorischen Anwesenheitskontrollen durchführte, rief er die Bewohner nicht mit Namen auf, sondern mit Asylnummern. Auf die Ausweise, die über den Sprossen der Leitern an den doppelstöckigen Betten oder am Metallgestell selbst hingen, warf er höchstens einen flüchtigen Blick.

Auch Mewael war für Ruben nicht mehr als eine Asylnummer. Darüber machte sich der Eritreer keine Illusionen. Dass er ein Leben gelebt hatte, bevor er aus seiner Heimat geflohen war, eine Geschichte micht sich herumtrug, interessierte Menschen wie Ruben nicht. Für den Sicherheitsangestellten war er bloss ein weiterer Flüchtling aus Afrika. Immerhin war Rubens Gleichgültigkeit einfacher zu ertragen als die Ablehnung, die Mewael ausserhalb der Empfangsstelle entgegenschlug. Er hatte rasch gemerkt, dass dunkle Haut Misstrauen weckte in diesem hellen Land. Da nützte es auch nichts, dass seine eigene Haut kaffeebraun war, seine Gesichtszüge eher

arabisch waren als afrikanisch. Für die Schweizer war er ein Schwarzer.

Nicht dass ihn das störte. Ob schwarz, braun oder weiss – für Mewael waren alle Menschen gleich. Als Junge hatte er davon geträumt, Arzt zu werden. Doch statt Schmerzen zu lindern und Kranke zu heilen, war er zum sogenannten «Nationalen Dienst» eingezogen worden, wie Tausende anderer junger Eritreer auch. Von den Soldaten wurde der Militärdienst, der oft ein Leben lang dauerte, Zwangsarbeit genannt. Mewael hatte keinen Namen für die Greuelarten, die er verüben musste. Jahrelang hatte er mit dem Gedanken gespielt zu fliehen. Abgehalten hatte ihn die Angst. Doch dann, eines Tages, fielen alle Bedenken von ihm ab. Er war gezwungen worden, auf einen Deserteur zu schießen. In diesem Augenblick hatte er gewusst, dass ihm keine Wahl mehr blieb. Er setzte sich ab. Bereits nach zwei Tagen wurde er von Soldaten aufgegriffen. Im Foltergefängnis verbrachte er zwei Jahre. Dreimal gelang ihm die Flucht. Erst beim letztenmal schaffte er es über die Grenze nach Äthiopien.

«Ausweis», sagte Ruben.

Mewael blinzelte.

«Was ist, wollen Sie gehen oder nicht?»

Mewael löste sich aus seiner Erstarrung und schob dem Sicherheitsangestellten seinen Ausweis hin. Tagsüber durfte er die Empfangsstelle verlassen, doch das Kommen und Gehen der Asylsuchenden wurde kontrolliert.

«Alles in Ordnung?», fragte Ruben.

Mewael nickte.

Nichts war in Ordnung.

Die Strasse führte am Bahngleis entlang. Mewael begegnete nur wenigen Menschen. Zwei junge Frauen traten plaudernd aus der Bäckerei Mohn. Als sie ihn erblickten, verstummten

sie kurz. Kaum war er an ihnen vorbeigegangen, nahmen sie ihr Gespräch wieder auf. Die Fahrzeuge, die auf der Bahnhofstrasse fuhren, beachtete Mewael nicht. Er ging diese Strecke jeden Wochentag, immer mit dem gleichen Ziel: das Café Agathu. Der Treffpunkt für Asylsuchende bot nicht nur gratis Kaffe und Tee an, er sorgte auch für Abwechslung. Den ganzen Tag hinter den Mauern der Empfangsstelle zu verbringen, bedrückte Mewael. Zu viele Hoffnungen waren auf zu engem Raum zusammengepfercht. Im «Agathu» wurden zwar Schicksale ausgetauscht, doch der dampfende Tee, das knusprige Gebäck und die Anteilnahme der freiwilligen Helfer milderten die Härte.

Heute bog Mewael nicht in den Eingang des alten Hauses ein, sondern ging daran vorbei und überquerte die Hauptstrasse. Er warf einen flüchtigen Blick in das Schaufenster eines Elektronikgeschäfts. Ein junger Aghane hatte vor einigen Tagen versucht, dort ein Handy zu stehlen. Er war erwischt worden. Sein Telefon war kurz zuvor aus einem abschliessbaren Kästchen in seinem Zimmer in der Empfangsstelle geklaut worden. Mewael schüttelte den Kopf. Die Menschen waren überall gleich. Um sich zu bereichern, scheuteten sie vor nichts zurück. Solidarität war den meisten ein Fremdwort. Das hatte er am eigenen Leib erfahren müssen. Er versuchte, die Erinnerungen zu verdrängen. Das Gefühl von Ohnmacht, das sie in ihm auslösten, frass ihn langsam, aber sicher auf.

Um sich abzulenken, konzentrierte er sich auf den Geruch des Sees. Entlang der Hafenstrasse schwebte er nur schwach in der Luft, doch als er die Parkanlage erreichte, roch er die Frische des Wassers. Er liebte die Reinheit und das weite Blau. Im Hafen fuhr die «MS Zürich» ein. Ein Pärchen an Bord des Kursschiffes winkte, und kurz erwog Mewael zurückzuwinken. Er liess es bleiben.

«Für mich ist es das Grün», erklang eine Männerstimme hinter ihm.

Was war geschehen? Nicht viel, dachte Mewael. Eine kurze Begegnung, zwei Wege, die sich nicht hätten kreuzen dürfen. Der Augenblick hatte Wunden freigelegt, die nie verheilen würden. Erinnerungen wachgerufen, die Mewael zu begraben versucht hatte. Eine Woche war es her. Hier am See waren sie sich gegenübergestanden, so überraschend, dass Mewael einen Moment geglaubt hatte, er täusche sich. Doch diese Augen würde er nie vergessen. Sie hatten ihn angeschaut, als Semira auf dem Rücken lag, die Beine gespreizt, die Arme von zwei Schleppern festgehalten. Mit jedem Hüftstoss waren die Puppen grösser geworden. An der Schläfe des Mannes schwoll eine Ader an, bis sie wie ein lebendiges Wesen pochte und zuckte. Plötzlich senkten sich die schweren Lider. Der Blickkontakt riss ab. Semiras Wimmern verstummte, als ein lautes Stöhnen aus der Kehle des Mannes drang.

Mewael hatte um die Gefahren gewusst. Lange hatte er mit Semira diskutiert, ob sie die Flucht wagen sollten. Sie hatten sich im äthiopischen Hochland kennengelernt, in einem Flüchtlingslager, das Tausenden von Eritreern Zuflucht bot. Fast alle träumten davon, nach Europa oder gar Amerika zu gelangen, weit weg von Isaias Afewerkis totalitärem Regime, das, wie Mewael im Lager erfuhr, als eines der repressivsten der Welt galt.

Unter den Flüchtlingen kursierten die unterschiedlichsten Gerüchte. Der Weg durch den Sudan nach Khartum, wo sich die Schweizer Botschaft befand, sei zu riskant, hieß es. Doch genauso gefährlich war es, sich von Schleppern über Nordafrika an die Küste bringen zu lassen. In Libyen riskierten Eritreer, auf der Stelle erschossen zu werden, da sie verdächtigt wurden, auf Ghadhafis Seite gekämpft zu haben.

Sie hatten sich schliesslich für die Reise durch die Wüste entschieden. Dies, obwohl Mewael die Vorstellung missfiel, Semiras Leben sowie sein eigenes in die Hände von Schlep-

Mewael drehte sich um. Ein Lächeln breitete sich auf seinem Gesicht aus.

«Ich kann immer noch nicht fassen, dass die Farbe echt ist.» Der Mann deutete auf das frischgemähte Gras, die Bäume und die Blumenrabatten. Seine drahtigen Haare waren kurzgeschnitten, über der Hose zeichnete sich der leichte Ansatz eines Bauches ab.

«Berhane!» Mewael breitete die Arme aus.

Die Männer umarmten sich.

«Es geht dir gut!» stellte Mewael fest.

Berhane tätschelte seinen Bauch. «Ich kann nicht klagen, wie man hier sagt.»

Sie verstummten. Unausgesprochene Worte hingen in der Luft. Sie würden nie den Weg über ihre Lippen finden. Sie lagen in ihren Augen. Lange sahen sich die Freunde an. Sie hatten telefoniert, als Mewael in Kreuzlingen angekommen war. Berhane hätte seinen Landsmann gerne zu sich nach Hause eingeladen, doch er wusste, dass die drei Franken Taschengeld, die ein Asylsuchender pro Tag bekam, nicht für das Zugbillett nach Weinfelden reichten.

«Wurdest du schon befragt?», wollte Berhane wissen.

Mewael schüttelte den Kopf. «Noch nicht.»

«Mach dir keine Sorgen. Deserteure schaffen sie nicht aus. Du wirst bleiben können.» Als sich der Ausdruck auf Mewaels Gesicht nicht veränderte, runzelte Berhane die Stirn. «Das ist es nicht, oder?»

Mewael schüttelte den Kopf.

«Semira?», fragte Berhane leise.

Mewael holte tief Atem.

Berhane legte ihm die Hand auf die Schulter. «Was ist geschehen?»

pern zu legen. Er wusste, dass die menschenhändler nur an Geld interessiert waren. Die Schicksale der Flüchtlinge kümmerten sie nicht. Seine Familie hatte Tausende Dollar bezahlt, um ihnen die Reise zu ermöglichen. Mit dem Geld hatten sie sich zwei Plätze auf der schmutzigen Ladefläche eines Pick-ups gesichert, zusammen mit 39 weiteren Flüchtlingen. Nur 29 von ihnen kamen in Libyen an. Die anderen lagen am Strassenrand, wo sie gelandet waren, nachdem die Schlepper ihre Leichen vom Pick-up geworfen hatten. Manche waren verdurstet, andere erkrankt oder, wie Semira, der Erschöpfung erlegen.

Ihr Kleid war hochgerutscht, als sie im Staub landete. Die blutverschmierten Beine waren unnatürlich verdreht, ein Arm abgewinkelt, als wolle sie Mewael bitten, bei ihr zu bleiben. Er hatte den Fahrer angefleht anzuhalten, damit er Semira anständig begraben könne. Statt den Fuss vom Gas zu nehmen, hatte der Fahrer seine Kalaschnikow auf ihn gerichtet.

«Bist du sicher, dass er es war?», fragte Berhane.

Mewael nickte. «Ganz sicher.»

Sie setzten sich auf die Wiese. Berhane zupfte einen Grashalm ab und steckte ihn zwischen die Lippen. Schweigend sahen sie zu, wie das Kursschiff den Hafen verliess.

«Ich bin ihm gefolgt», sagte Mewael schliesslich. «Er wohnt bei einer Frau.»

«In Kreuzlingen?»

«An der Pestalozzistrasse, gleich neben dem Schulhaus.»

«Was willst du tun?»

Mewael hatte eine Woche lang darüber nachgedacht. Sich am Schlepper zu rächen, würde weder Semira zurückbringen, noch die Bilder in seinem Gedächtnis löschen. Es würde ihm nur Ärger einbringen, den er nicht gebrauchen konnte. Zu

Hause wartete seine Familie darauf, dass er Geld schickte. Sie hatte ihren ganzen Besitz verkauft, dass er in die Schweiz gelangen konnte. Mewael konnte es sich nicht leisten, sich von seinen Gefühlen leiten zu lassen. Er schuldete es seiner Familie, sein Bestes zu geben. Es war nur eine Frage der Zeit, bis auch sein Bruder zum «Nationalen Dienst» eingezogen wurde. Andererseits – wenn er nichts unternahm, würden weitere Menschen unter dem skrupellosen Schlepper leiden. Er würde neue Leben zerstören, sich am Elend anderer weiter bereichern.

«Ich brauche deine Hilfe», sagte Mewael leise.

Ruben hatte einen schlechten Tag. Es hatte damit begonnen, dass ihm seine Freundin offenbarte, sie werde unbezahlten Urlaub beantragen, um eine Weltreise zu machen. Mit oder ohne ihn. Ihre unterschiedlichen Vorstellungen von Erholung sorgten immer wieder für Auseinandersetzungen. Ruben begriff nicht, was an fremden Ländern attraktiv sein sollte. Ein einziges Mal war er nach Thailand gereist, zwei Wochen lang hatte er geschwitzt und unter Durchfall gelitten. Viel lieber verbrachte er seine Ferien am Bodensee. Ein Kollege aus Arbon besass ein Sportboot, das er benutzen durfte, so oft er wollte. Frischer Wind, saubere Luft, anständiges Essen – was wollte man mehr?

Dass die Welt jenseits der Grenze keine angenehme war, führte ihm seine Arbeit täglich vor Augen. Warum sonst strömten so viele Menschen in die Schweiz? Jeder Afrikaner, Araber und Asiate träumte davon, hier zu leben. Dort, wo sie herkamen, scherte sich keiner um den andern. Daran sind sie allerdings selber schuld, dachte Ruben. Würden sie arbeiten und etwas aus ihrem Land machen, statt in der Sonne zu sitzen, sähe die Welt anders aus. Ihm gefiel es auch nicht, immer um 5 Uhr früh aufzustehen. Trotzdem murkte er nie.

Manchmal ging ihm das Gejammer auf die Nerven. Er war

nen roten Strich auf der braunen Haut zu erkennen.

«Haben Sie vielleicht ein Heftpflaster?», fragte der Afrikaner.

Ruben holte aus dem Schrank eine Schachtel Pflaster, zog eines heraus und reichte es ihm.

«Danke! Danke!»

Ruben wandte sich ab, um zu signalisieren, dass er zu tun hatte. Eine Schlange hatte sich am Eingang gebildet. Um diese Zeit kehrten die meisten Asylsuchenden von ihren Spaziergängen zurück. Oder was immer sie tagsüber unternommen hatten. Bald würde das Abendessen ausgegeben, das wollte niemand verpassen. Ruben kontrollierte die Ausweise, stempelte sie ab, wartete auf seine Ablösung und dachte darüber nach, war er seiner Freundin antworten sollte.

Mewael lag auf dem Rücken. Er starrte an die Decke. Im unteren Bett stöhnte einer der Neuen im Schlaf. Mewael träumte selten. Der letzte Traum, an den er sich erinnerte, lag einige Wochen zurück. Darin war er plötzlich wieder auf dem Fischerboot gewesen, das ihn zusammen mit 300 weiteren Flüchtlingen von der libyschen Küste nach Italien gebracht hatte. Während der Nacht war ein Sturm losgebrochen. Wie viele andere Passagiere konnte Mewael nicht schwimmen. Er war überzeugt gewesen, er würde ertrinken. Im Traum fiel er ins Wasser, kämpfte gegen die Wellen an und ergab sich schliesslich dem Sog der Tiefe. Er war keuchend aufgewacht, nassgeschwitzt und mit rasendem Puls. Als Erstes hatte er den Regen gehört, der gegen die Glasscheiben trommelte. Seither hatte er erstaunlich ruhig geschlafen.

Damit wäre es nun vorbei. Nur die Unschuldigen schliefen ruhig. Jenen, die etwas auf dem Gewissen hatten, raubte es den Schlaf. Mewael faltete die Hände. Das Heftpflaster hatte sich am Rand eingerollt. Er strich es glatt. Er musste es noch einige

nicht ausländerfeindlich, aber wenn er sah, dass die Asylsuchenden den ganzen Tag lang im Aufenthaltsraum sassen oder Basketball spielten, um sich nachher über das Essen oder einen Entscheid der Behörden zu beklagen, konnte er nur den Kopf schütteln. Niemand hatte sie gezwungen, in die Schweiz zu kommen. Was glaubten sie, wer das alles bezahlte? Er natürlich. Und alle andern Schweizer Steuerzahler.

Als der Schwarze versuchte, ihn in ein Gespräch zu verwickeln, gab sich Ruben wortkarg. Die Erfahrung hatte ihn gelehrt, nicht zu viel Interesse zu zeigen. Sonst würde ihm bald jeder das Herz ausschütten. Er tat hier seine Arbeit, mehr nicht. Der Afrikaner sass bereits seit Stunden im Warteraum, einem Glashaus neben dem Empfang, von wo man einen guten Überblick über das Geschehen hatte. Einmal war er kurz hinausgegangen, um Zigaretten zu kaufen, doch bereits zehn Minuten später war er wieder dagewesen. Ruben empfand seine Anwesenheit als unangenehm, er schien etwas zu erwarten, was, war Ruben nicht klar. Wollte er reden? Oder hatte er mit jemandem abgemacht?

«Mein Name ist Mewael», sagte der Schwarze.

Ruben brummte etwas Unverständliches.

«Die Schweiz ist ein schönes Land», fuhr er unbirrt fort.

«Das ist richtig.»

«Sind Sie Schweizer?»

«Ja.»

«Die Schweiz ist ein schönes Land», wiederholte der Schwarze.

«Ja.»

«Ein schönes Land.»

Ruben ging die Geduld aus.

«Was wollen Sie?»

Der Schwarze zog die Hand aus der Hosentasche und hielt sie Ruben unter die Nase. Ruben brauchte eine Weile, um den fei-

Tage tragen. Das Bettgestell quietschte, als er sich auf die Seite drehte. Er war froh, eines der oberen Betten erhalten zu haben. In der Höhe fühlte er sich sicherer, auch wenn es eine trügerische Sicherheit war. Neben ihm zuckte der Somalier im Schlaf. Vom Arzt hatte er Medikamente bekommen, sie machten ihn müde. Auch tagsüber lag er im Bett. Mewael fragte sich, wer den Platz des Somaliers nach dessen Ausschaffung einnähme.

Ein Spaziergänger fand die Leiche, als sich der Himmel rosa färbte. Die Schuhe waren nass vom tau, die Augen verquollen vom Schlaf. Er hätte den Körper für einen liegenden Baumstamm gehalten, hätte sein Hund nicht plötzlich angegeben und nicht mehr mit Bellen aufgehört. Der Hinterkopf des Mannes war seltsam unförmig, das Gras darunter dunkel. Später schnappte der Spaziergänger auf, wie der Rechtsmediziner etwas von «stumpfer Gewalt» sagte. Da stand die Sonne schon hoch am Himmel, und das rot-weisse Absperrband flatterte in der Brise. Kriminaltechniker in Schutzanzügen durchkämmten den Park, sammelten Zigarettenkippen ein und fotografierten den Boden. Einer filmte die Umgebung.

Das Verbrechen übte eine seltsame Faszination auf den Spaziergänger aus. Nachdem er eingehend von einem Polizisten befragt worden war, kehrte er an den Tatort zurück. Die Kriminaltechniker waren weg, das Zelt über der Stelle, wo die Leiche gelegen hatte, abgebrochen. Der Spaziergänger spürte, wie Enttäuschung in ihm aufstieg. Seit den Dreharbeiten zum Bodensee-»Tatort» war nichts Vergleichbares in Kreuzlingen geschehen. Damals hatte er gebannt beobachtet, wie die Villa Bellevue in ein Bankgebäude verwandelt worden war und die Filmcrew den deutschen Zoll aus Gründen, die er nicht verstand, auf die Schweizer Seite verlegt hatte. Sogar die Bodensee-Arena hatte als Schauplatz gedient.

Der Mann, den er im Morgengrauen gefunden hatte, war

kein Schauspieler gewesen. Er war wirklich ermordet worden. Von einem Täter, der sich vermutlich noch auf freiem Fuß befand. Der Spaziergänger liess seinen Blick über den Park schweifen. Die Dämmerung setzte ein. Vielleicht, dachte er, wäre es schlauer, nach Hause zu gehen. Er vergrub die Hände in den Taschen seiner Jacke und machte sich auf den Weg. Immer wieder blickte er über die Schulter.

«Sie sind doch Mewael Yemane?», fragte der Polizist.

Mewael nickte müde. Die Befragung dauerte bereits drei Stunden. Er versuchte, sich zu konzentrieren, um keinen Fehler zu machen. Er wollte nicht ins Gefängnis, das hätte er nicht ausgehalten. Lieber würde er sterben. Zwar hiess es, die Zustände in den Schweizer Gefängnissen seien nicht mit jenen in seiner Heimat zu vergleichen, aber Mewael würde es nicht darauf ankommen lassen.

«Erklären Sie mir, wie Ihre Fingerabdrücke auf diesen Hammer gelangten.» Der Polizist schob ihm ein Foto eines Hammers über den Tisch.

«Ich weiss es nicht», antwortete Mewael zum wiederholten Mal. «Wo waren Sie vorgestern zwischen 14 und 17 Uhr?»

«In der Empfangsstelle.»

«Was haben Sie dort gemacht?»

Mewael rieb sich die Augen. «Nichts Besonderes. Ich war müde.»

«Wer kann Ihre Geschichte bestätigen?»

«Jeder, der mich gesehen hat.»

«Wer hat Sie gesehen?»

«Der Sicherheitsangestellte. Er hat mir ein Heftpflaster gegeben.» Mewael hielt seine Hand hoch. «Ich hatte ich geschnitten.»

Ruben nickte. «Das ist richtig.»

«Sind Sie sicher?», fragte der Polizist.

«Ganz sicher», antwortete Ruben. «Er fiel mir auf, weil er die ganze Zeit herumstand. Er versuchte, mich in ein Gespräch über die Schweiz zu verwickeln. Es sei ein schönes Land, hat er gemeint. Aber das gehört nicht zu meinen Aufgaben. Reden, meine ich. Wenn ich mit jedem schwatzen würde ... dazu ist die Seelsorgerin da. Sie haben alle ihre Geschichten, verstehen Sie? Was kann ich dafür, dass sie sich ihr Leben anders vorgestellt haben?»

«Haben Sie Mewael Yemane ein Pflaster gegeben?»

«Ja», bestätigte Ruben. «Auch das gehört eigentlich nicht zu meinen Aufgaben, aber wir haben am Empfang Pflaster und Desinfektionsmittel, für Notfälle, wissen Sie. Er hatte sich geschnitten, nicht schlimm, aber vielleicht konnte er kein Blut sehen. Da habe ich ihm ein Pflaster gegeben. Ich bin schliesslich kein Ummensch.»

«Und Sie sind sicher, dass er die Empfangsstelle zwischen 14 und 17 Uhr nicht verlassen hat?»

«100 Prozent sicher», antwortete Ruben mit kräftiger Stimme.

Rache ist nicht süß. Auch nicht bitter. Sie ist geschmacklos, dachte Mewael. Weder erfüllte der Tod des Schleppers ihn mit Zufriedenheit, noch verspürte er Reue über seine Tat. Eine gewisse Erleichterung war da, das schon. Doch Mewael machte sich nichts vor. Es gab genug skrupellose Menschen, die den freigewordenen Platz einnahmen. Andere Frauen würden vergewaltigt, andere Leichen in der Wüste zurückbleiben. Solange sich mit Verzweiflung Geschäfte machen liessen, so lange würde es Menschenhändler geben.

Bald würde er die Empfangsstelle verlassen. Die ersten

Gespräche mit den Beamten des Bundesamts für Migration waren gut verlaufen. Noch wurden Deserteure aus Eritrea aufgenommen. An seiner Herkunft gab es keinen Zweifel. Mewael hatte befürchtet, sein Asylgesuch könnte abgelehnt werden, weil er unter Mordverdacht stand. Doch eine Betreuerin hatte ihm versichert, er sei von der Liste der Verdächtigen gestrichen worden. Er hatte ein Alibi.

Obwohl ihm nicht nach Lachen zumute war, stahl sich ein Grinsen auf Mewaels Gesicht. Er dachte an Berhane. Mit seinem fleischigen Kiefer und den schmalen Augen glich sein Freund ihm nicht im Geringsten. Die einzige Gemeinsamkeit zwischen ihnen bestand in ihrer Hautfarbe. Doch sie hatte genügt. Ruben hatte die Wahrheit gesagt, als er behauptete, für ihn sähen alle Schwarzen gleich aus.

7

Dank

Ein riesiges Dankeschön fürs Vertrauen,
die Hilfbereitschaft, Unterstützung und den Rückhalt an:

Petra Ivanov Max Spielmann Ralf Neubauer
Alexandra Jud Ramon Rüegg Malang Bah
Jackson Mutama Cyril Anani Boris Hernandez
Oliver Muff Dennis Ledergerber Manuel Schneider
Ignaz Wetter Mariana Egues Lukas Oppler
William Bejedi Rene Pfister Neal Lehmann
Andrea Ruf Jürg Thöny Roger Hochreutener
Melanie, Manuel, Thomas und Irene Würth

Kontakt

Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Gestaltung und Kunst
Institut HyperWerk
Totentanz 17/18
CH-4051 Basel

T +41 (0)61 269 92 30 F +41 (0)61 269 92 26

info.hyperwerk.hgk@fhnw.ch
www.fhnw.ch/hgk/ihw

Matthias Würth

matthias.wuerth@hyperwerk.ch

mw@troubleshoottroop.ch
www.troubleshoottroop.ch