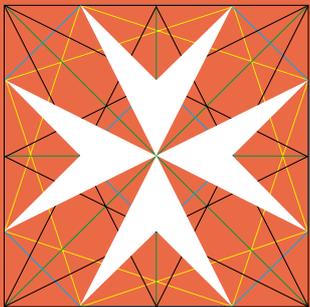


DAS KREUZ MIT DEM MALTESERKREUZ

Kommentar von Dr. Wolf Siegert

Noch Lust auf Text? Wenn Sie dieses Magazin bis hierher durchgeblättert haben, dann haben Sie schon 67 Mal eine Seite umgewendet. Halten Sie inne! Wie weit sind Sie gekommen? Wenn Sie hier weiterlesen, dann mit einer Perspektive für die Kinowelt, die das MAGAZIN im Titel trägt: das Jahr 2006.

Sie sagen: Jetzt sind der Worte genug gewechselt, Sie wollen Taten sehen? Nicht nur Fernsehen, sondern in die Ferne sehen. Nicht nur ins Kino gehen, sondern vom Kino mitgenommen werden! Nicht nur über die Zukunft reden, sondern Geschichte erleben. Und Drehbücher finden, aus denen der Stoff zum Träumen gemacht wurde



und doch Geschichten, die das Leben selbst hätte schreiben können.

Für viele von uns ist das Kino unser Leben, damit es für alle ein Ort des Erlebens wird. Ein Ort, der mit keinem anderen vergleichbar ist – und doch überall wiederholbar. Hier und immerdar. Kino ist ewig, seit 100 Jahren – und doch vergänglich, 24 Mal in der Sekunde.

Und die Zukunft? Ist die Zukunft des Kinos noch die Unsere? Entdecken wir die Zukunft im Hier und Jetzt: lesend, die Bilder von morgen in sich aufrufend.

Lesen bildet? Auch das. Vor allem aber macht es uns mit unseren eigenen Bildern bekannt. Lesen bildet ab: uns selbst – und macht so aus jedem Buch ein eigenes Bilderbuch.

Das Blättern in Erinnerungen ist das Leben in Rückblenden. Die noch unbeschriebenen Blätter im Buch des Lebens sind voll von Hoffnungen auf Ströme des Glücks. Heute, in der Zeit der Flow-Charts und des Livestreamings, ist es höchste Zeit, sich an jene Tage zu erinnern als die Abbildungen der Welt zu laufen gelernt haben. 1832 wurde das „Lebensrad“ erfunden, auch „Stroboskop“ genannt, und dann kamen die ersten „Abblätterbücher“ auf den Markt.

Als ich erstmals von zu Hause ausgerissen bin, war mein „Streetcar Named Desire“

die Straßenbahn der Linie 4. Bis zur Endhaltestelle bin ich mitgefahren. Was für ein Abenteuer! Und dann bekam ich vom Schaffner den nach dem Abreißen der Fahrkarten übrig gebliebenen Block geschenkt – und während seiner Brotzeit am Terminus dessen Stift geliehen. Da blieb ich einfach sitzen, gleich hinter dem Fahrerstand, mutterseelenallein.

So entstand mein erster Daumen-Kino-Animations-Film. Ihn nach dem Antritt der Rückfahrt dem erneut zusteigenden Publikum gleich vorzuführen, getraute ich mich nicht. Aber dann, bei mir zu Hause, fand ich ein wahrhaft dankbares Publikum vor... Jeder von uns hat solche Geschichten erlebt. Einige haben es gelernt, sie zu beschreiben, in Bilder und Töne umzusetzen und zum Leben wiederzuerwecken: Kino vom Feinsten.

Und so sitzen wir immer wieder in einer Blackbox, schauen auf die Leinwand, sehen das Ergebnis dessen, was die Film-Bilder 24 Mal pro Sekunde anhalten und wieder verschwinden lässt, den ganzen, optomechanischen Zauberkasten in Aktion.

Die „Abblätterbücher“ sind heute Geschichte. Genauso wie die erstmals zur Zeit des Deutsch-Französischen Krieges 1871 in England von R. L. Maddox in Gelatine eingebetteten Bromsilberkristalle.

Aber noch in diesem Jahrzehnt wird auch das 1896 von Otto Eduard Meßter eingeführte Malteserkreuzgetriebe zum „alten Eisen“ gehören – und der von ihm beförderte 35mm-Zellulose-Azetat-Träger ebenfalls.

Dieses magische Gespann gehört zusammen wie Stan and Ollie. Denn die schlichte Abfolge der auf der Filmrolle angebrachten Einzelbilder vor der Lichtquelle allein reicht nicht: Erst wenn auf der Leinwand jedes einzelne Bild für den Bruchteil einer Sekunde wie ein Standbild erscheint, nehmen wir den Film „als Film“ wahr. Dass dies geschieht, dazu bedarf es jener Einrichtung, die das Öffnen und Schließen der Blende mit dem ruckweise erfolgenden Weitertransport des Films synchronisiert, so dass jedes der vorbeiziehenden Bilder nur in dem Moment durchleuchtet wird, in dem es sich zwischen Lampe und Optik in einer zentralen Ruheposition befindet. „It's not a trick, it's a shutter.“

Dieser geniale Trick mit dem Malteserkreuz gehört nicht mehr in das Repertoire der digitalen Produktion, Distribution, Projektion und Präsentation.

Heute sind die Vorboten dieser neuen Zeit immer häufiger als verpixelte Zeichen an so mancher Leinwand erkennbar. Einige aus der Branche deuten sie immer noch als ein „wehret den Anfängen“ – und dennoch: im Grunde ihres Herzens wissen auch sie, dass dies den Beginn des Endes der analogen Kinowelt signalisiert.

Der Beweis liegt auf der Hand: Das, was heute die „PiDiÄis“, die Personal Digital Assistants, und alsbald selbst die Handys an Mäusekino veranstalten werden, hat trotz des noch unattraktiven Augenscheins nur scheinbar mit dem Kino von morgen nichts zu tun.

Kino ist Kunst und die Kunst seiner Vermarktung. Diese Binsenweisheit wird heute schon in der mobilen Welt mit der Werbung zu Geld gemacht – und morgen auch im Boxoffice.

Schon heute wird der Trailer bei T-Online und AOL ausgespielt und kann mit i-mode die Programmorschau tagesaktuell an- und abgerufen werden. Auch das Ticket kann schon dank Telefon- oder Internet-Order vor Ort bereit liegen. Ein Service wie dieser wird angenommen werden, solange das Kassenhäuschen nicht einfach durch einen Automaten ersetzt wird. Aber man könnte die Tickets ja auch schon vorab von zu Hause oder per Handy bezahlen und sich dann selbst ausdrucken, oder etwa nicht?

Nicht nur der Film wird seine gegenständliche Form verlieren, auch das Kassenhäuschen wird es. Diese Entwicklung wird vor Nichts Halt machen – nicht einmal vor dem Filmplakat, das nun auf den Flatscreens im Eingangsbereich eingespielt werden wird. Was wird uns noch an konkret Haptischem bleiben, außer Popkorn, Getränke und vielleicht eine neue 3D-Brille?

Die Immaterialisierung der medialen Träger und ihres Transports, das ist es, was Anlass zur Sorge gibt. Der Botenstoff, auf dem das Produkt der Traumfabrik ausgeliefert wird, ist alsbald ebenso unfassbar wie der Liefervorgang selber. Was ist eine Silberscheibe oder eine Festplatte gegenüber

jener Filmrolle, auf der die Bilder noch alle sichtbar sind und offensichtlich durch die Welt gefahren werden? „No reel, no deal!“ wird in den jetzt angebrochenen modernen Zeiten der Live- und Data-Streams keine Geltung mehr haben.

Unfassbar? Diejenigen unter uns, die noch mit den Interpretationen aus Stücken wie Becketts *Krapps last tape* aufgewachsen sind, fragen sich, ob *Das letzte Band* in Zukunft dann als „the ultimate MP3-file“ rückübersetzt werden wird.

Als in dem Film *Modern Times* 1936 nochmals die Zwischentitel eine späte Wiederauferstehung feierten, demonstrierte damit Charles Chaplin mit seinen temporeichen Bildern das letzte Mal seine Überlegenheit, die er damals noch gegenüber den schwerfälligen Tonfilmapparaten hatte, knapp 10 Jahre nach ihrer Einführung. Dabei ist auch sein Film ein Tonfilm – in der Tanzcafé-Szene singt er sogar selbst – doch der Text seines Liedes bleibt unverständlich, verweigert sich der Sprache: Es ist sein cinematografisch großer und doch unbededter Abgesang an eine große Zeit.

Es ist wie auf der „offiziellen Webseite der Internationalen Filmfestspiele Berlin“: multimedial gesehen *Much Ado About Nothing*, aber es gibt gleich auf der ersten Seite ein Fenster, um sich dem Ganzen über Suchbegriffe anzunähern. Wird darin das Wort „digital“ eingegeben, führt das zu folgenden Hinweisen:

- auf eine Veranstaltung „Digital Perspectives on Film Heritage“ aus der Sektion „Retro/Special Event“ im Filmmuseum,
 - auf den neuen Berlinale-Trailer anno 2002 als der ersten „rein digitale[n] Animation“,
 - auf den „Elektrische Schatten“ betitelten Programmschwerpunkt des Forums „Fokus China“ und die „DV-Revolution“ in Beijing,
 - auf den Talent Campus, in dem auch Fragen nach dem „Einfluss digitaler Technologien und zu neuen Wegen des Erzählens“ gestellt werden sollen.
- Und im Jahr 2006? Vielleicht könnte bis dahin auch hier eine neue Seite aufgeschlagen worden sein. Dazu, als Abspann und zum Ansporn, neue Vorschläge: Vielleicht werden sie schon in 2004 angenommen?

- Begriffe wie „D-“ und „E-Cinema“ in den Stichwort-Index der Webseite,
- auf der Basis der Info-Studie „Digitales Kino“ der FFA das Online-Portal für alle eröffnen,
- Partnern, die sich hier auskennen, die Tür öffnen, und
- mit ihrer Hilfe die Berlinale „fit“ machen als Moderator des Paradigmenwechsels,
- den Altmeistern des Films eine Plattform anbieten, auf der sie über ihre erste Begegnung mit den „modernen Zeiten“ berichten,
- mit DAB, DVB-T, MLF bis zu UMTS bietet gerade Berlin die Schnittstelle zur neuen Kinowelt,
- das Netzwerk vom Goethe-Institut International nutzen, um zeitgleich weltweit wahrgenommen zu werden,
- mit dem für 2004 wieder ausgeschriebenen Innovationspreis neuen Nutzen stiften,
- und: zwischen Hollywood und Babelsberg eine transkontinentale Filmüberspielung vereinbaren.

Noch Fragen? Schreiben Sie an D-Cinema@IRIS-Media.com ■

EIN BILD SAGT MEHR ALS 160 ZEICHEN MMS BRINGT FOTOS AUF DAS HANDY

Desiree Wilson

Die Stars und Sternchen geben sich auch bei der diesjährigen Berlinale die Klinke in die Hand. Hat man sie am Potsdamer Platz gesehen, wurde noch im vergangenen Jahr so manche SMS an Freunde und Bekannte geschickt: „Stell Dir vor, ich habe gerade Jonny Depp getroffen.“ Die 28-Zeichen-Antwort ließ nicht lange auf sich warten und kündigte sich mit einem kurzen Piepsen an: „Ja und? Kann jeder behaupten!“ Mit dem Multimedia Messaging Service (MMS) kann jetzt der Beweis geliefert werden! Das Bild vom Lieblingsschauspieler direkt auf das Handy oder als E-Mail – natürlich nicht nur während der Berlinale.

Mit MMS können Nachrichten mit mehreren Multimedia-Elementen wie Fotos, Geräusche oder Musik inklusive Text an eine Mobilfunknummer wie auch an eine E-Mail-Adresse gesendet werden.

Große Resonanz findet die MMS auch in der Filmbranche. Nicht nur Location-Scouts, auch Produzenten und Regisseure

nutzen die neue Technik immer häufiger. Sie können so oft einen ersten bildlichen Eindruck vermitteln.

Sollte der Empfänger kein MMS-fähiges Handy von O₂ besitzen oder Kunde eines anderen Netzbetreibers sein, erhält er per SMS eine Mitteilung über den Eingang einer Multimedia-Nachricht. Die SMS beinhaltet Interneta-dresse und Pin-Code, der notwendig ist, um die MMS anschauen und darauf antworten zu können.

Kunden von O₂ Germany haben die Möglichkeit, unter www.o2online.de digitale Bilder zu speichern und anschließend zu verschicken. Im so genannten Foto-Album gibt es zudem eine Multi-medialogalerie, aus der man Bilder, Soundele-

mente und Grußkarten einfügen kann. Sollte der Nachrichten-Speicher im Handy erschöpft sein, ist es möglich die Nachrichten im Internet zu archivieren. Dazu einfach die MMS an 25286 (A-L-B-U-M) schicken. Erwin Schmietow, Geschäftsführer Marketing und Sales von O₂ Germany: „Rund 2 Milliarden SMS werden pro Monat in Deutschland verschickt. Multimedia Messaging hat das Potenzial, Nachfolger der beliebten SMS zu werden.“ – Ein Bild sagt eben doch mehr als 160 Zeichen ...■

