

Athos - Im Jenseits dieser Welt

Produzentenstatement

Ich habe mit Peter Bardehle schon einige hochwertige TV-Dokumentationen koproduziert – etwa „Die Brücke von Mostar“ (Koproduktion mit ARTE, ORF 2003) und „Entdecker der Wellness“ (3x52 Minuten Koproduktion mit WDR, MDR, ARTE, ORF 2007). In den letzten Jahren hat er mit Dokumentarfilmen aus Luftaufnahmen über Regionen Deutschlands und die Alpen auch große Erfolge im Kino erreicht.

Mit dem Kino-Dokumentarfilm ATHOS – IM JENSEITS DIESER WELT sucht er nun als Regisseur und Produzent Spiritualität und Sinn fernab der Glücksversprechen der Moderne. Auf dieser Ebene will der Film zwei wesentliche Werte erlebbar machen: Zeit für das Leben und Respekt für den Menschen.

Die Sehnsucht vieler Menschen in der westlichen Welt gilt einem Ausbruch aus ihrem Alltag, der von Überangebot und Arbeitsdruck belastet ist. Die Mönche vom Berg Athos dagegen führen ein Leben nach einem anderen, über 1000 Jahre alten Kalender. Sie leben in Gemeinschaften, die von Liebe und Respekt gegenüber dem Nächsten geprägt sind. Geschäftsmänner aus dem Westen werden hier neben griechischen Bauern zu Novizen und Mönchen, um den Rest ihres irdischen Lebens in Kontemplation und dem Rhythmus der Klöster zu verbringen.

Diesen Weg und seine besondere Stimmung werden wir für die kurze Zeit eines Kinofilms erlebbar und hoffentlich nachvollziehbar machen: in der Betrachtung der Natur, dem ruhigen Genuss einfacher Tätigkeiten, in der Schönheit der Dinge. Um den Zuschauer tief in diese Welt eintauchen zu lassen, wird Peter Bardehle mit Mönchen als Protagonisten arbeiten, die ihre Gedanken und Gefühle erzählen. Wichtig ist aber, diese Ich-Erzähler nur behutsam zu Wort kommen zu lassen, damit die eigene Filmreise des Zuschauers selbst nicht gestört wird.

Der Erfolg von BROKEN SILENCE im Jahr 1997 und DIE GROSSE STILLE im Jahr 2006 – jeder mit über 200.000 Zuschauern allein in Deutschland belegt das Interesse der Zuschauer für Filme über den Kern des Lebens. Das Publikum geht nicht nur hierzulande für solche Filme ins Kino, auch im westlichen Ausland liefen die Filme im Kino, im Fernsehen und in den Video-Verkäufen sehr gut.

DIE GROSSE STILLE erreichte hohe Besucherzahlen bei einer Filmlänge von 164 Minuten – ein weiteres Indiz für die Kraft dieses Genres. Wir haben vor, mit einer Länge von 90 Minuten die Zuschauer zu berühren und zu entspannen.

Zielgruppen

Die Zielgruppen sind - ähnlich wie bei DIE GROSSE STILLE - über religiös Interessierte hinaus auch sinnsuchende Menschen. Eine aktuelle Studie der Universität Bielefeld untersucht das Verhältnis der Deutschen zu Religion und Spiritualität. Auffällig ist den Forschern zufolge, dass der Begriff „Spiritualität“ auch von Personen in Anspruch genommen wird, die noch nie einer Religionsgemeinschaft angehört haben oder aus Kirchen und Religionsgemeinschaften ausgetreten sind; darunter auch eine Minderheit, die sich ausdrücklich als Atheisten oder Agnostiker bezeichnen. Von den Teilnehmern an der Studie, die keine Religionszugehörigkeit angaben, definiert sich jeder Zweite als „eher spirituell als religiös.“ Weniger überraschend dagegen ist die Erkenntnis, dass „Spiritualität“ auch für eine Mehrheit derjenigen hohe Attraktivität besitzt, die einer Religionsgemeinschaft angehören.

Spiritualität kann als subjektiv erlebter Sinnhorizont beschrieben werden, der sowohl innerhalb als auch außerhalb traditioneller Religiosität verortet und damit allen – nicht nur religiösen – Menschen wichtig sein kann. Nach unserer Einschätzung zeigt auch der Erfolg von DIE GROSSE STILLE, dass spirituelle Themen – mit der Handschrift eines Autors umgesetzt – ein großes Publikum anziehen können.

Kino-Erfahrung von Vidicom

Die Kinofilme von Peter Bardehle fallen insbesondere durch ihre hochwertige Kamera-Ästhetik auf, die die Qualität eines echten Kino-Erlebnisses gewährleistet. ATHOS – IM JENSEITS DIESER WELT soll ebenfalls von solchen Bildern leben, die dem Zuschauer Anreiz bieten, an der Welt der Mönche teilzuhaben.

Schon DIE NORDSEE VON OBEN, der erste Kinofilm von Vidicom, erreichte diese visuelle Qualität. Der Dokumentarfilm wurde 2010 von Vidicom gemeinsam mit Comfilm produziert. Mit Hilfe des Lichts und ungewöhnlicher Perspektiven entstand mit NORDSEE nach Einschätzung der Presse ein „Kunstwerk eigener Art“ (Spiegel Online), eine noch nie gesehene „Sublimierung der Landschaft“ (Kinowelt), die den Zuschauer „atemlos staunen“ lässt (ARD Tagesthemen).

DIE NORDSEE VON OBEN war in Deutschland ein Überraschungshit – der am zweithäufigsten besuchte Dokumentarfilm des Jahres 2011, der sich nur Wim Wenders „Pina“ geschlagen geben musste. Er erreichte bis Februar 2012 mehr als 214.000 Kino-Besucher. Der Vertrieb auf DVD brachte fünfstelligen Absatzzahlen. Über mehrere Monate wurde der Film täglich im deutschen Pavillon auf der EXPO 2012 in Südkorea gezeigt.

Aufbauend auf diesem Erfolg kam im Mai 2013 der zweite Kino-Dokumentarfilm von Vidicom und Comfilm ins Kino: DIE OSTSEE VON OBEN wurde vom selben Team produziert und erschien wie auch die NORDSEE VON OBEN im Selbstverleih. Ende 2013 stand DIE OSTSEE VON OBEN bei 100.000 Zuschauern in Deutschland.

Es folgten mit höherem Budget und etablierten Verleihern DIE ALPEN – UNSERE BERGE VON OBEN von Peter Bardehle und Sebastian Lindemann (Verleih: Alamode, mehr als 100.000 Besucher seit September 2013, davon 15.841 Kinobesucher in Österreich) sowie

RHEINGOLD (AT) und BADEN-WÜRTTEMBERG VON OBEN, die ebenfalls die Referenzschwelle in Deutschland erreichten, die Zielmarke für erfolgreiche Dokumentarfilme.

Wien, 7.3.2016 Kurt Langbein