

Sprung in der Schüssel

Satirische Kurzfilme bei den zehnten Rüsselsheimer Filmtagen

Die Hessen sind an allem schuld. Wir haben es geahnt. Hätten nicht der südhessische Schreinermeister und sein Geselle die Ritter im hohen Mittelalter mit nicht enden wollendem Gebabbel zur Verzweiflung getrieben, Europa wäre längst mehr als eine Idee. Eben haben sich die Herren Edelleute noch stilecht im dunklen Wald die Köpfe eingeschlagen, nun, nachdem sich alle wieder vertragen, wird wegen allerlei Einwände der örtlichen Handwerker der runde Tisch nicht fertig. Zugegeben, für die Pointe von „Dark Ages“ haben sich Daniel Acht, Ali Ekert und Stefan A. Rother offenbar ein wenig von Johannes Weilands „Hessi James“ inspirieren lassen.

Doch „Badesalz“ in der Rolle der Spielverderber sind so komisch, die Satire auf die europäische Einigung so treffend, daß der zwölf Minuten kurze und auf 35 Millimeter gedrehte Film völlig zu Recht mit dem dritten Preis bei den Rüsselsheimer Filmtagen ausgezeichnet wurde. Feiner, schwarzer, auch brachialer Humor hat Tradition bei dieser Veranstaltung, bei der vor allem Kurzspielfilme und Animationen auf dem Programm stehen.

Zum zehnten Mal schon richtete die Stiftung Cinema Concetta Filmförderung das Festival für satirische Kurzfilme im Stadttheater Rüsselsheim aus. Und daß es nach wie vor so erfolgreich ist (in diesem Jahr kamen etwa 1300 Zuschauer), liegt sicher auch an der ausgesprochen familiären Atmosphäre, der Anwesenheit der Regisseure und nicht zuletzt an der fast immer überzeugenden Filmauswahl: Nicht nur die Siegerfilme begegnen den Cineasten häufig in den Kurzfilmprogrammen folgender Festivals.

Das Publikum bestimmt traditionell über die Vergabe der Preise von 5000, 2000 und 1000 Euro, doch zum Jubiläum hatten sich die Veranstalter noch einige kleine Zugaben einfallen lassen. So erhielt Jochen Freydanks „Dienst“ als zehnter von 18 Beiträgen des Wettbewerbs einen Sonderpreis in Höhe von 500 Euro. Dabei hätte man dem pseudo-dokumentarischen Film, der seine leicht beklemmende Komik vor allem aus den Reaktionen der unfreiwilligen Statisten gewinnt, die mit ungläubiger Verblüffung einem schießwütigen Sicherheitsangestellten bei seiner mörderischen Arbeit zusehen, aufgrund seines etwas anderen Humors durchaus eine bessere Platzierung zuge-
traut.

Überhaupt kamen die rabenschwarzen und gleichwohl stilsicher inszenierten Beiträge wie der in Schwarzweiß gedrehte „Tierfreund“ des Münchner Filmstudenten Jens Junker oder der Zeichentrickfilm „Gack Gack“ von Olaf Encke beim Publikum offenbar weniger gut an. Doch was Satire ist, was noch komisch und was makaber, einfach nur albern oder moralinsauer, darüber läßt sich bekanntlich trefflich streiten. Der kleinste gemeinsame Nenner ist da manchmal der Kalauer. Entscheidend aber ist, und dafür hat das Rüsselsheimer Publikum seit Jahren einen guten Blick, ob es gut gemacht, der Film in sich stimmig ist. Keine Überraschung war somit auch die Vergabe des Hauptpreises an Barbara Marheinekens im vergangenen Jahr entstandenen „e-mail express“.

Schließlich hat es noch nie geschadet, Geschichten wie aus dem richtigen Leben zu erzählen, dabei ein paar Klischees zu bedienen und stilsicher auf die Pointe zu inszenieren. Solche Filme mag das Publikum bei den Filmtagen. Mit viel Witz erzählt die Kölner Filmemacherin in weniger als acht temporeichen Minuten von der denkbar größten Katastrophe im Leben eines jungen Werbers, der aus Versehen ein Nacktfoto per e-mail in den Firmenverteiler schickt – und damit unfreiwillig für die Agentur die Kohlen aus dem Feuer holt.

Nicht viel mehr als eine Idee, ein paar lustige Einfälle und das sichere Gespür für die richtige Länge eines solchen Films zeichnen das Werk aus. Das ist souverän gemacht.

Sinan Akkus' mit dem zweiten Preis bedachter Kurzspielfilm „Lassie“ bedient sich eines ähnlichen Erfolgsrezepts, lebt dabei aber vor allem von seinen Typen und der Situationskomik. Alle, die hier mehr oder weniger zufällig auf dem Set für ein Werbefilmchen über eine Dönerbude zusammenfinden, alle haben einen deutlich sichtbaren Sprung in der Schüssel.

Die kleinen Vorstadtgangster mit den großen Sprüchen und den dicken Knarren, die unfreiwillig erst zu Statisten, dann zu den eigentlichen Hauptdarstellern eines Werbespots werden, ebenso wie der Besitzer des Ladens und der ambitionierte Jungregisseur. So dick sind einige der Klischees, so vorhersehbar manch kalauernde Pointe, und doch ist der Film keine Sekunde lang-
schü.
weilig.