

THE AGE OF STUPID

WARUM TUN WIR NICHTS?



Presseheft



Im neuen Kino-Dokumentarfilm der Regisseurin **Franny Armstrong** und des Produzenten und Oscar-Gewinners **John Battsek** verkörpert **Pete Postlethwaite** einen alten Mann, der allein in der zerstörten Welt des Jahres 2055 lebt. Er betrachtet Archivaufnahmen aus dem Jahre 2008 und fragt sich verzweifelt, warum wir den Klimawechsel nicht verhindert haben, als wir noch die Möglichkeit dazu hatten.

Statt die Filmrechte an eines der großen Studios zu veräußern, wurden die nötigen knapp 500.000 Euro für den Film durch den Verkauf öffentlicher Anteile finanziert. Der Film feierte im März 2009 in Großbritannien Premiere - noch nie ist in der Filmgeschichte bei einer Premiere so wenig Co2 ausgestoßen worden: Die Premiere fand in einem Solarkinozelt in London statt, außerdem reisten viele der Schauspieler mit dem Fahrrad an und unterstrichen so die Botschaft des Films: Wenn wir jetzt vor der eigenen Nase anfangen, im Alltag klimabewusste Entscheidungen zu treffen, ist es für einen tiefgreifenden Wandel im Umgang mit unserer Lebensgrundlage noch nicht zu spät!

Dies ist auch die Botschaft der schnell wachsenden Initiative „10:10“, die von den Filmemachern initiiert und zu einem großen Erfolg in England wurde. Zeitgleich mit der Premiere der deutschen Synchron-/ Voice Over-Fassung am 3. Juni 2010 wird auch der deutsche Ableger von „10:10“ seine Arbeit aufnehmen und Einzelne, Unternehmen oder Organisationen dazu ermutigen, zehn Prozent CO2-Emissionen binnen eines Jahres einzusparen.



1010global.org
1010global.org/de

www.ageofstupid.de

INHALT DIESES PRESSEHEFTES

ECKDATEN	4
PRESSESTIMMEN.....	5
PRESSETEXT	6
SYNOPSIS.....	7
DIE PROTAGONISTEN DES FILMS	8
DIE UK-PREMIERE	9
STATEMENT DER REGISSEURIN FRANNY ARMSTRONG.....	10
PRODUKTIONSNOTIZEN	11
CO2-BILANZ VON „THE AGE OF STUPID“	14
REGISSEURIN FRANNY ARMSTRONG	15
PRODUZENT JOHN BATTSEK	17
ZITATE DER PROTAGONISTEN	18
ÜBER DEN DEUTSCHEN VERLEIH TAO CINEMATHEK	18

PRESSEKONTAKT

Andreas Klatt
Presse & Öffentlichkeitsarbeit
J.Kamphausen | Mediengruppe
Buddestr. 9-15
33602 Bielefeld
Fon +49 (0)521 56052 230
Fax +49 (0)521 5605229
andreas.klatt@j-kamphausen.de

Auf Wunsch stellen wir Ihnen gerne druckfähiges Bildmaterial für Ihre Berichterstattung zur Verfügung.
Abdruck honorarfrei, Beleg erbeten.

Kinostart:
Website:

3. Juni 2010
www.ageofstupid.tao.de

Verleih:

TAO Cinemathek
J. Kamphausen Mediengruppe
Buddestr. 9-15
33602 Bielefeld
www.tao-cinemathek.de

Vertrieb:

Filmwelt Verleihagentur
Rheinstr. 24
80803 München
Tel. 089-277 752-0
Info@filmweltverleih.de

ECKDATEN

Regisseurin:	Franny Armstrong
Produzentin:	Lizzie Gillett
Ausführender Produzent:	John Battsek
Kamera:	Lawrence Gardner
Schnitt:	David G. Hill
Komponist:	Chris Brierley
Produktionsfirmen:	Spanner Films & Passion Pictures
Besetzung:	Pete Postlethwaite
Thema:	Klimawandel, Öl, Krieg & die menschliche Ignoranz

TECHNISCHE INFORMATIONEN

Filmlänge	90 Minuten
Material	Digital, HD-Cam, 1920x1080
Format	16:9
Tonformat	6-Kanal Ton
Genre	Doku-Drama m. Animationsteilen
Herstellungsland	England
Gedreht auf	HDV / HD-Cam
FSK	(beantragt) ohne Altersbeschränkung

DEUTSCHE SYNCHRON- / VOICE OVER SPRECHER

Pete Postlethwaite	Eberhard Haar
Piers Guy	Sascha Rotermund
Fernand Pareau	Hasso Zorn
Alvin Du Vernay	Rainer Doering
Jeh Wadia	Uwe Büschken
Lafeya Malin	Eva Michaelis
Jamilla Bayyoud	Katie Pflughar
Adnan Bayyoud	Marco Esser
Dialogbuch & Dialogregie	Holger Wittekindt

PRESSESTIMMEN

- News of the World: „Ein extrem unbequemer Tritt in den Hintern ... Sie werden dieses Jahr keinen wichtigeren Film sehen.“ ****
- The Sun: „Hat genug Schwung, um eine Großstadt mit Energie zu versorgen ... Schlägt dich zuerst ins Gesicht ... und haut dir dann in den Magen.“
- the guardian „Faszinierend und immer wieder überraschend ... die erste erfolgreiche Fiktionalisierung des Klimawandels auf der großen Leinwand.“ ****
- FINANCIAL TIMES „Der Film hält uns eine gnadenlose, strenge Standpauke - ist aber ebenso intelligent wie provokativ.“
- THE TIMES „Der phantasievollste und dramatischste Angriff auf die institutionalisierte Selbstgefälligkeit, die das Thema verschleiert.“ ****
- ECOLOGIST „Schlägt 'Eine unangenehme Wahrheit' um Längen.“
- ART&THREAT „Herrlich lustig ... herzerreißend ... visuell umwerfend.“
- The Daily Telegraph „Mutig, extrem provokant und unglaublich wichtig ... ein Aufschrei des Herzens nach der notwendigen Veränderung.“ ****

PRESSETEXT

„Age of Stupid – Warum tun wir nichts?“ Das erfolgreiche Doku-Drama jetzt auch auf Deutsch

Wie die Menschheit sich selbst zerstörte

Wir schreiben das Jahr 2055. London ist überflutet, Sydney in Flammen, Las Vegas von der Wüste verschluckt. Der letzte Mensch sitzt in der geschmolzenen Arktis in einem riesigen Weltarchiv, das die Überreste der Zivilisation enthält, und fragt mit stoischem Ausdruck: „Warum nur haben wir die Klimakatastrophe nicht verhindert, als wir noch die Chance dazu hatten?“

Der letzte Mensch, gespielt vom oscar-nominierten Schauspieler Pete Postlethwaite, sucht in dem Film „The Age of Stupid“ vor seinem interaktiven Bildschirm nach Antworten. Sechs wahre Geschichten, angereichert mit Original-Fernsehbeiträgen der Zeit zwischen 1950 und 2008, dokumentieren den alltäglichen Wahnsinn unserer Zeit - und geben eine erschütternde Antwort, warum wir unseren Lebensraum nicht bewahren konnten.

„The Age of Stupid“ war in Großbritannien ein Überraschungserfolg - im britischen Parlament gab es eine Vorführung, 58.000 Menschen und große Unternehmen wie Sony UK, die Royal Mail oder die HSBC Bank haben sich inzwischen der aus dem Film hervorgegangenen Bewegung „10/10“ angeschlossen. Ihre Forderung: Im Jahre 2010 soll der Co2-Ausstoß um zehn Prozent reduziert werden. Ab März wird es 10:10 auch in Deutschland geben.

Die Gefahr des Klimawandels ist zwar hinlänglich bekannt. Dieser Einsicht entsprechend handeln möchte aber niemand: Die Anwohner eines Dorfes im britischen Cornwall befürchten, dass Windräder ihre Landschaft verschandeln könnten. Ein indischer Geschäftsmann gründet in Indien eine Billig-Airline und lässt sich dafür feiern, den verheißungsvollen kapitalistischen Wohlstand in sein Land zu bringen. Ein 82-jähriger Bergführer in Frankreich sieht die Gletscher dahinschmelzen und kämpft gegen Lkw-Transporte durch seine Bergregion, die Milch nach Italien bringen, um sie als Joghurt wieder zurückzuholen. Eine Frau in Nigeria holt aus ihrem See Fisch, der von einer naheliegenden Raffinerie verölt ist. „Im Westen muss das Leben so schön sein, da möchte man bestimmt ewig leben“, sagt sie.

Vor der eigenen Nase beginnen

In glaubhaften Bildern, ohne anklagend zu sein, legt der Film eine Denkart offen, die auf stetes Wachstum zielt - und an ihrem Größenwahn zugrunde geht. Gleichzeitig zeigt die Regisseurin Franny Armstrong aber auch alternative Ansätze, erzählt von gewöhnlichen Menschen, die vor der eigenen Nase mit einem großen Umbruch beginnen - einem Umbruch, der zu einem völlig neuen Umgang mit den Ressourcen der Erde führt.

Die Regisseurin Franny Armstrong plädiert in ihrem Film für eine eigenständige, selbstverantwortliche Haltung. Und ist diesem Anspruch durch den innovativen Guerilla-Vertrieb ihres Films selbst gerecht geworden: Statt die Filmrechte an eines der großen Studios zu veräußern, hat sie die nötigen knapp 500.000 Euro für ihren Film durch den Verkauf öffentlicher Anteile finanziert und bei der Öffentlichkeitsarbeit konsequent auf „social media“ gesetzt.

„Entweder widmen wir uns jetzt ernsthaft dem Klimawandel, oder wir löschen einen Großteil des Lebens auf der Erde aus. Die Zukunft von all dem, was wir als Spezies erreicht haben, steht auf dem Spiel“, sagt Armstrong. Lediglich 94 Tonnen CO2 seien bei den Dreharbeiten ausgestoßen worden. Soviel, wie eine vierköpfige US-Familie durchschnittlich im Jahr verbraucht.

Während Al Gores „Eine unbequeme Wahrheit“ das Interesse vieler Menschen an Klimafragen geweckt hat, geht „The Age of Stupid“ einen Schritt weiter und hinterfragt den moralischen, psychologischen Nährboden, auf dem heutzutage jeder Einzelne das Klima betreffende Entscheidungen fällt. Entscheidungen, die angesichts der sich häufenden Naturkatastrophen der Welt schon bald ein neues Gesicht geben könnten.

SYNOPSIS

KURZINHALT

Wir schreiben das Jahr 2055. London ist überflutet, Sydney in Flammen, Las Vegas von der Wüste verschluckt. Der letzte Mensch, gespielt vom oscar-nominierten Pete Postlethwaite sitzt in der geschmolzenen Arktis in einem riesigen Weltarchiv, das die Überreste der Zivilisation enthält und fragt sich: „Warum haben wir die Klimakatastrophe nicht verhindert, als wir noch die Chance dazu hatten?“. Vor seinem interaktiven Bildschirm sucht er nach Antworten. Sechs wahre Geschichten, angereichert mit Original-Fernsehbeiträgen der Zeit zwischen 1950 und 2008, dokumentieren dabei den alltäglichen Wahnsinn unserer Zeit und zeigen auf, wie wir dabei sind, unsere Lebensgrundlagen zu zerstören.

LANGINHALT

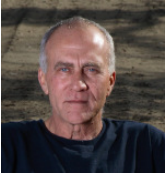
'The Age of Stupid' ist ein neues animiertes Dokudrama der Regisseurin Franny Armstrong und des Produzenten und Oscar-Gewinners John Battsek. Die Hauptrolle spielt der oscar-nominierte Pete Postlethwaite ('Im Namen des Vaters'). Er spielt einen alten Mann, der in der zerstörten Welt des Jahres 2055 lebt und sich beim Betrachten von Archivmaterial aus dem Jahr 2008 die Frage stellt: Warum haben wir den Klimawandel nicht gestoppt, als wir noch die Möglichkeit dazu hatten?

Im Jahr 2055 hat der unkontrollierbare Klimawandel unseren Planeten fast völlig zerstört. Pete spielt den Gründer des Globalen Archivs, einer Datenbankanlage in der (inzwischen geschmolzenen) Arktis. Hier werden die menschlicher Errungenschaften in der Hoffnung aufbewahrt, dass der Planet eines Tages wieder bewohnbar sein wird. Oder dass intelligentes Leben erscheint und einen Nutzen aus allem zieht, was wir erreicht haben. Er stellt Ausschnitte aus dem 'Archiv' Nachrichten und Dokumentarfilme aus den Jahren 1950 bis 2008 zusammen, um zu illustrieren, was schief gegangen ist und warum. Der Fokus liegt dabei auf den Lebensgeschichten sechs verschiedener Menschen.

Während Al Gores „Eine unbequeme Wahrheit“ das Interesse vieler Menschen an Klimafragen geweckt hat, geht „The Age of Stupid“ einen Schritt weiter und hinterfragt den moralischen, psychologischen Nährboden, auf dem heutzutage jeder Einzelne das Klima betreffende Entscheidungen fällt. Entscheidungen, die angesichts der sich häufenden Naturkatastrophen der Welt schon bald ein neues Gesicht geben könnten.



DIE PROTAGONISTEN DES FILMS



Alvin Duvernay ist Paläontologe. Er arbeitet für Shell bei Probebohrungen auf der Suche nach Öl vor der Küste von New Orleans. Nach dem Hurrikan Katrina hat er über hundert Menschen das Leben gerettet. Im Jahre 2055 wird dieser Hurrikan als 'einer der größten Katastrophen im Kontext des Klimawandels' bezeichnet.

Jeh Wadia aus Mumbai gründet eine Billig-Fluglinie und hat schließlich über eine Million indische Fluggäste.



Layela Malemi lebt in extremer Armut in einem kleinen Dorf in Nigeria. Shell fördert hier jede Woche Öl im Wert von zehn Millionen US Dollar. Sie träumt davon, Ärztin zu werden, muss aber statt dessen vier Jahre lang in den ölverseuchten Gewässern arbeiten, um das Geld für ihr Studium aufzutreiben.



Jamila Bayyoud, acht Jahre alt, ist Flüchtling aus dem Irak. Nachdem das Haus der Familie 2003 im Zuge der Invasion durch Amerika zerstört und ihr Vater getötet wurde, lebt sie auf den Straßen Jordaniens. Sie versucht, ihren älteren Bruder über die Grenze in Sicherheit zu bringen.



Piers Guy entwickelt Anlagen für Windenergie in Cornwall und bekämpft die Umweltignoranten aus Mittelengland.

Fernand Pareau, ein 82jähriger Bergführer aus Frankreich, muss erleben, wie seine geliebten alpinen Gletscher schon um 150 Meter schmolzen.



DIE UK-PREMIERE

Die UK Premiere von **The Age of Stupid** fand am 15. März 2009 in einem Solarkinozelt auf dem Leicester Square in London statt. Gleichzeitig wurde der Film in 62 Kinos gestartet und setzte damit einen neuen Weltrekord im Guinness Buch der Rekorde. Der Star des Films, **Pete Postlethwaite**, erschien mit dem Fahrrad und stellte sich dann den Paparazzi auf dem grünen Teppich. Andere anwesende Prominente waren **Gillian Anderson**, **John Isaacs**, **Will Young** und **Ed Miliband**, der englische Umweltminister. Sie alle kamen zu Fuß, mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder Bio-Dieselaautos (- jugendliche Freiwillige hatten in diversen Imbissen am Leicester Square gebrauchtes Pommefett eingesammelt, um die Autos mit Energie zu versorgen).

Der gesamte Event wurde erfolgreich durch Sonnenkollektoren mit Energie versorgt ohne Hilfe aus dem allgemeinen Stromnetz. Als Ergebnis davon lagen die CO2 Emissionen bei nur ein Prozent von dem, was bei einer normalen Hollywoodpremiere verbraucht wird.

Die Premiere erzeugte außerdem einen Riesenwirbel in der Mainstreampresse, nahm an einem einzigen Tag 70 000 Pfund ein, inspirierte Menschen dazu, ihr Leben zu verändern und ermöglichte es zehntausenden von Zuschauern, den Film zeitgleich zu sehen.



Eine Popcornmaschine - angetrieben von Wadenkraft

Protagonist *Piers Guy* reiste bei der UK-Premiere mit einem **Tesla Roadster** an, einem elektrischen Sportwagen, der in vier Sekunden von null auf hundert km beschleunigt und an der Cambridge University entwickelt wurde

STATEMENT DER REGISSEURIN FRANNY ARMSTRONG



Entweder bekämpfen wir den Klimawandel richtig, oder wir werden die meisten Lebensformen auf der Erde auslöschen. Die Zukunft unserer Spezies und von allem, was wir je erreicht haben, steht auf dem Spiel. Daher ist es für mich als Filmmacherin auch gar keine so schwierige Entscheidung, mit welchem Thema ich mich beschäftigen will. Im Jahr 2002 hatten wir noch den Plan, uns die Struktur von Stephen Soderbergs Film 'Traffic' anzueignen: Sechs Geschichten mit Protagonisten, die ein komplexes internationales Thema von allen Seiten beleuchten. 'Traffic' war ein Spielfilm, in dem es um Drogen ging. 'Crude', so der Arbeitstitel, sollte vom Öl handeln und ein Dokumentarfilm werden.

Ich fand schließlich einen Partner in **John Battsek**, dem Produzenten. Uns beiden war klar, dass wir ein anständiges Budget brauchen würden, um einen so ambitionierten Film zu machen. Gleichzeitig wollten wir völlig unabhängig bleiben. Daher entwickelten wir ein Finanzierungssystem, das wir 'crowd-funding' nannten. Das gesamte Budget von 450 000 britischen Pfund kam dadurch zusammen, dass wir 'Anteile' an Individuen und Gruppen verkauften - einschließlich eines Hockey Teams und eines Gesundheitszentrums - denen der Klimawandel am Herzen lag. Unsere 228 Investoren gaben uns zwischen 500 und 35 000 Pfund, und jedem steht dafür ein Prozentsatz des Gewinns zu, den der Film erwirtschaftet. Dasselbe gilt für die Crew, die weit unter Tarif arbeitete. Daher sind wir jetzt auch in der starken Position, dass uns alle Rechte gehören. Nachdem wir drei Jahre lang gleichzeitig sechs verschiedenen Geschichten an sechs verschiedenen Orten gedreht haben, die unterschiedlicher nicht hätten sein können - New Orleans, Nigeria, Großbritannien, den Alpen, Indien, Jordanien - machten wir eine Reihe von Testvorführungen des Rohschnitts. Das war im Mai 2007.

Es war ein komplettes Desaster. Nur Menschen, die von der Klimakatastrophe besessen waren, konnten all unsere subtilen Anspielungen verstehen. Alle anderen hatten den Eindruck, ein totales Chaos völlig unzusammenhängender Geschichten zu sehen. Nachdem wir eine Weile lang ziemlich verzweifelt waren, beschloss ich, einen fiktionalen Charakter in die Geschichte einzuführen. Dieser Mann würde im Jahr 2055 leben, dem Jahr, in dem der Planet völlig zerstört und hunderte Millionen Menschen tot sein würden. Er schaut sich Archivmaterial von heute an und versucht, herauszufinden, warum wir den Klimawandel nicht gestoppt haben, als wir noch die Möglichkeit dazu hatten. Es gab für mich nur einen Schauspieler, der für diese Rolle in Frage kam. Als ich dann 'Pete Postlethwaite und Klimawandel' googelte und las, dass er plante, in seinem Garten ein Windrad aufzustellen, dachte ich, dass ich vielleicht eine kleine Chance hätte, ihn zu überreden ... Der Film von Al Gore '**Eine unangenehme Wahrheit**' trug ebenfalls dazu bei, die Öffentlichkeit auf den neuesten Stand der Klimaforschung zu bringen. **The Age of Stupid** nimmt den Stafettenstab von Al Gore auf und untersucht die **moralischen, psychologischen und menschlichen Konsequenzen unserer momentanen Lebensweise**. Wir kalkulierten die CO2 Bilanz des Films, indem wir jede Reise aufzeichneten - zu Fuß, auf dem Fahrrad, mit dem Motorboot, dem Flugzeug, dem Auto, der Rikscha und dem Hubschrauber - einschließlich der gesamten Elektrizität, des Benzins, des Essen und unserer Ausrüstung. Insgesamt waren es dann 94 Tonnen. Das entspricht dem Verbrauch von vier Amerikanern in einem Jahr oder von 185 Heizstrahlern in einem Monat. Ich bin mir sicher: Unser Film ist 185 Heizstrahler wert!

PRODUKTIONSNOTIZEN

2004 engagierte Franny einen der besten britischen Dokumentarfilmproduzenten, **John Battsek**, um mit Hilfe seiner Kontakte und Erfahrung einen Mainstreamhit zu produzieren. John gewann 2001 den Oscar für den Besten Dokumentarfilm mit seinem ersten Dokudrama **Ein Tag im September**. Seitdem hat er eine Reihe kommerziell erfolgreicher Dokumentarfilme produziert. Die Themen reichen von der Landung der Amerikaner auf dem Mond über britische Popmusik bis zu Zinn-Abbau in Bolivien und koreanische Gymnastik. Er hat seine Filme an Miramax, Pathe, Sony Classics und Paramount verkauft, die sie danach ins Kino gebracht haben. John Battseks Antwort auf Armstrongs halbminütige Ideenskizze war: „Super Idee! Lass uns den Film machen!“



Armstrong und Battsek waren entschlossen, „The Age of Stupid“ unabhängig zu produzieren, um ihre kreative Freiheit nicht beschneiden zu lassen. Dafür entwickelten sie das Modell des 'crowd-funding' zur Filmfinanzierung. Im Wesentlichen ging es dabei darum, 'Anteile' zu verkaufen, um so das Budget zusammenzukriegen. Die gesamte Crew arbeitete weit unter Tarif, um die Kosten gering zu halten - aber auch sie erhielten einen Prozentsatz vom Gewinn. Auf diese Weise konnte die Produktion nicht nur

künstlerisch und in punkto Vertrieb unabhängig bleiben, sondern jeder Profit, den der Film abwarf, würde unter die Leute verteilt werden, die den Film gemacht hatten und an die Menschen, die in den Film involviert waren (die Protagonisten). Das erste Funding Event fand im Dezember 2004 statt. Jeder, der daran interessiert war, konnte 100 Aktien für je 500 Pfund kaufen. „Einer der Hauptvorteile des 'crowd-funding' besteht darin, dass man nicht darauf warten muss, die gesamte Finanzierung zu sichern, bevor man zu drehen anfängt“, bemerkt Regisseurin Franny Armstrong.

Lizzie Gillett hatte bereits seit 2002 für Franny gearbeitet und schloss sich 2004 dem Stupid-Team an. Nachdem sie eine Weile als Produktionsassistentin tätig gewesen war, machte sie sich schnell unentbehrlich und übernahm schließlich die Rolle der Produktionsleiterin. Im Juni kauften Armstrong und Gillett eine Sony Z1 HDV Kamera und fingen an, im Rahmen der „Paris Air Show“ ihren ersten Protagonisten zu suchen. Es sollte ein Vertreter der jungen Gattung indischer Unternehmer sein. Nach vielen Wochen Recherche wurde Jeh Wadia - ein 33jähriger Inder aus einer reichen Familie, die gerade mit einer neuen Fluglinie namens Go Air gestartet waren - ihr erklärter Favorit, der dann auch bald unterschrieb.

In den folgenden 15 Monaten reisten die beiden in sechs Länder und fanden schließlich die weiteren Protagonisten des Films: Lafeya Malemi in Nigeria, Fernand Pareau in den Alpen, Piers Guy in Cornwall, Jamila Bayyoud in Jordanien, Alvin Duvernay in New Orleans. An jedem Ort verbrachten sie während der Dreharbeiten viel Zeit und besuchten die einzelnen Charaktere in den folgenden zwei Jahren zwischen zwei bis sieben Mal.

Durch den gnadenlos engen Drehplan war das Konto bald leer, daher wurde im Februar 2006 die zweite Funding Runde gestartet. Diesmal standen 40 'Anteile' à 5000 Pfund zum Verkauf. Als sich die Sache herum sprach, tauchten immer mehr Investoren auf. In den nächsten zwei Jahren verkauften sich die 40 Aktien nach und nach. Auf diese Weise kamen die gesamten 450 000 Pfund zusammen. Inzwischen gibt es insgesamt 223 Investoren aus England, Neuseeland, Australien, Holland, Dänemark und Frankreich. Jedem einzelnen Investor gehört ein Prozentsatz des Films - genau wie der Crew, die für extrem wenig Geld arbeitete. Für alle ist zehn Jahre lang eine jährliche Ausschüttung vorgesehen.



Im März 2007 kamen Armstrong und der Cutter **David Hill** (der bereits ihr Vorgängerwerk **McLibel** geschnitten hatte) auf einen Rohschnitt von 90 Minuten, auf dem die dokumentarischen Geschichten geschickt miteinander verwoben waren - genau wie geplant. Trotzdem schien der Film noch immer nicht größer als die Summe seiner Teile zu sein. Die meisten Themen waren für den normalen Zuschauer zu subtil. Ein paar Monate lang zerbrach sich die ganze Produktion den Kopf, bis schließlich die Idee aufkam, den Film in der Zukunft anzusiedeln - mit fiktionalen Charakteren, die die

dokumentarischen Charaktere aus der Entfernung betrachteten und über die Grenzen nachdachten, die uns daran hindern, den Klimawandel zu stoppen. Dadurch konnte der Film auch ganz genau aufzeigen, wie die Zukunft aussehen wird, wenn wir so weitermachen wie bisher.

Aus dem darauf folgenden intensiven viermonatigen Prozess des Drehbuchschreibens entwickelte sich diese Idee dann zu einem Szenario für das Jahr 2055. In diesem Jahr hat der Klimawandel bereits apokalyptische Formen angenommen und ist völlig außer Kontrolle geraten. Zwei Teenager leben im **Globalen Archiv**, einer Datenbankanlage in der Arktis, die alle menschlichen Errungenschaften vor den Verwüstungen des Klimawandels beschützen soll.

Im September 2007 wurde der Rohschnitt einer ausgewählten Gruppe von Freunden, Investoren und der Crew im Curzon Soho Cinema vorgeführt. Dies war eindeutig einer der Tiefpunkte des gesamten Projekts, denn die Reaktionen war vorwiegend negativ.

Daher wurden die Teenager gestrichen. Aber die Idee mit der Zukunft schien weiterhin sehr stark zu sein. Daraus entstand eine weitere Variante: Dieses Mal spielte Franny Armstrongs Vater einen alten Mann in der Zukunft. Er repräsentierte die Generation, die heute dreißig Jahre alt ist und im Jahr 2055 siebzig Jahre sein wird. Voll Trauer und Reue schaut er zurück auf alles, was nicht getan wurde, um den Klimawandel zu stoppen. Diese Version war wesentlich erfolgreicher: Die Emotionen des Drehbuchs sprangen eindeutig auf das Publikum über.



Armstrongs absoluter Lieblingschauspieler und die einzige Person, die für sie als 'Der Archivar' in Betracht kam, war **Pete Postlethwaite**, auch

bekannt aus dem Film **Im Namen des Vaters**. Stephen Spielberg hat ihn den 'besten Schauspieler der Welt' genannt. John hatte mit ihm bei einer früheren Produktion gearbeitet und sich mit ihm blendend verstanden. Armstrong googelte 'Pete Postelthwaite & Klimawandel' und entdeckte voller Begeisterung, dass man ihn mit den Worten zitierte: „Es liegt in der Verantwortung jedes Menschen, alles zu tun, was er kann, um den Klimawandel zu stoppen.“ Die inszenierten Szenen mit Pete wurden am 24. Januar 2008, in der Halle einer Teppichfabrik in Willesden gedreht, die von Bühnenbildner David Bryan und seinem Team in Windeseile in eine futuristische Datenbankanlage verwandelt worden war. Außerdem sollten animierte Teile die wichtigsten Konzepte und das Hintergrundmaterial illustrieren.

Regisseurin Franny Armstrong wollte sich so weit wie möglich vom traditionellen Dokumentarstil entfernen. Das bedeutete: Keine Interviewpartner in Großaufnahme und keine Kommentare - die Bilder sollten für sich sprechen.

Was die Musik anging, bestand von Anfang an die Absicht, einen orchestralen Soundtrack zu kreieren, der an die „Star Wars Filme“ erinnerte. Allerdings sperrte sich der Komponist, Chris Bierley, dagegen. Dafür kehrte er mit etwas viel Besserem zurück und brachte alle Musiker, mit denen er befreundet war, für eine Session in einem Studio zusammen. Außerdem versuchte das Team, Nutzungsrechte von etwa 15 bekannten Popsongs zu erwerben. Das gelang nur bei **Just Can`t Get Enough**, **Boots Are Made For Walking** und dem Song **Reckoner** von Radiohead.

Eine der ersten öffentlichen Testvorführungen des Films fand im **britischen Parlament** statt. Insider sagten hinterher, noch nie zuvor seien so viele Leute bei einem solchen Event anwesend gewesen - abgesehen von der Markteinführung der Campaign for Real Ale (wo Gratisbier ausgeschenkt wurde). Seitdem wurde der Film bei der EU, in den Parlamenten von Holland, Wales und Schottland gezeigt.



CO2-BILANZ VON „THE AGE OF STUPID“

48 Flüge, 200 000 km	68,100 kg CO2
1277 Mahlzeiten	3400 kg CO2
Zugfahrten 40 000 km	4100 kg CO2
Schiffsreisen 600 km	3200 kg CO2
Kameras, PCs, CDs	2800 kg CO2
Heizung für zwei Büros (ziemlich kalt)	1100 kg CO2
2 Helikopterflüge	736 kg CO2
Autofahrten, 3600 km	740 kg CO2
U-Bahnen & Busse, 2100 km	95kg CO2
Unterwegs mit dem Fahrrad & zu Fuß, 20.000 km	0 kg CO2
Elektrizität (grüner Stromanbieter)	0 kg CO2

Zusammen: 94,270 kg CO2

Das entspricht:

- dem Verbrauch von 8 britischen Bürgern/Jahr
- dem Verbrauch von 4 amerikanischen Bürgern/Jahr
- dem Verbrauch von 1000 tansanischen Bürgern/Jahr
- 91 Menschen, die ein Jahr lang nachhaltig leben
- einer von Pier Guys Windkraftanlagen
- dem Recycling von 910 000 Flaschen
- dem Verbrauch von 15 britischen Häusern/Jahr
- dem Verbrauch von 185 Heizstrahlern in einem Monat

REGISSEURIN FRANNY ARMSTRONG



Franny Armstrongs erster Dokumentarfilm **McLibel** (1997, 2005) erzählt die Insidergeschichte der berühmten Verleumdungsklage von McDonald. Ohne offiziellen Auftrag innerhalb von zehn Jahren gedreht, ohne nennenswertes Budget und mit einer Crew, die umsonst gearbeitet hat - dazu gehörte übrigens auch der Regisseur Ken Loach, der die rekonstruierten Szenen im Gerichtssaal gedreht hat - wurde der Film dadurch berühmt, dass er nach der ersten Aufführung im Jahr 1997 sofort von den Anwälten zuerst der BBC und dann von Channel 4 gestoppt wurde. Acht Jahre später - nachdem 'McLibel Two' die britische Regierung vor dem europäischen Gerichtshof für Menschenrechte besiegt hatte - wurde er schließlich auf BBC 2 ausgestrahlt. Er erzielte ausgezeichnete Quoten (am Sonntag um halb elf sahen den Film eine Million Menschen) und bekam fantastische Kritiken. Danach wurde er im Fernsehen in 15 Ländern ausgestrahlt - einschließlich Australien, Kanada und Amerika - und weltweit auf DVD herausgebracht. Der Verleih Cinema Libre hat **McLibel** in amerikanischen Kinos herausgebracht. Im Sommer 2005 kam die DVD in den Handel. **McLibel** wurde für zahlreiche Preise wie den Grierson Documentary Award und den British Independent Film Awards nominiert. Er wurde vor kurzem als einer von nur zwei UK Filmen für die prestigeträchtige Reihe des British Film Institutes **Ten Documentaries Which Changed The World** ausgewählt.

Armstrongs zweites Dokudrama **Drowned Out** (2002) folgt einer indischen Familie, die sich dafür entscheidet, lieber zu Hause zu bleiben und zu ertrinken, als Platz für den Narmada Damm zu machen. Auch dieser Film wurde an TV-Sender auf der ganzen Welt verkauft. Er wurde 2004 bei den British Independent Film Awards als 'Best Documentary' nominiert, kam 2006 in Amerika ins Kino und wurde weltweit auf DVD verkauft.

Die beiden Filme wurden von weltweit insgesamt 56 Millionen Zuschauern gesehen.

Stimmen zu Filmen von Franny Armstrong

„Eine unwiderstehliche David und Goliath Geschichte ... man kann nur applaudieren.“ Seattle Times

„Wirklich unglaublich dramatisch.“ San Francisco Weekly über McLibel

„Lehrreich, aufregend und oft sehr lustig ... erstklassig.“ The Observer über McLibel

„Berührender als alles, was aus Hollywood kommt.“ Channel 4 über McLibel

„Diesen Film darf man sich nicht entgehen lassen.“ The Guardian über McLibel

„Total spannend! Fantastisch!“ BBC über McLibel

„Zornig, mitfühlend, verstörend und gleichzeitig ermächtigend.“ Time Out über Drowned Out

„Selten gibt es noch bessere Dokumentarfilme.“ Bermuda Royal Gazette über Drowned Out

„Eine leuchtende Fackel für die Gemeinschaft der Graswurzel Filmemacher.“ International Dog Mag über Franny

„In ein paar Jahren wird Franny Armstrong als eine der wichtigsten Dokumentarfilmemacherin unserer Generation gelten.“ DVD Outsider

Filmografie

THE AGE OF STUPID - 2004-2008

Pete Postlethwaite spielt die Hauptrolle in diesem ambitionierten Dokumentarfilm, der in der Zukunft angesiedelt ist. Er schaut auf unsere Zeit zurück und stellt sich die Frage: Warum haben wir den Klimawandel nicht gestoppt, als wir noch die Möglichkeit dazu hatten?

MCLIBEL - 2005, 75 Minuten

Die aktualisierte und längere Version von McLibel, die 2005 in Amerika, dem UK und in Österreich im Kino gezeigt wurde. 2005 wurde der Film auch auf BBC4 und BBC2 ausgestrahlt. Er wurde an über 33 TV-Stationen auf der ganzen Welt verkauft.

THE DAMNED - 2003, 45 Minuten

Eine kürzere, aktualisierte Version von Drowned Out, produziert für PBS und weltweit verkauft.

DROWNED OUT - 2002, 75 Minuten

Eine indische Familie will lieber ertrinken, als Platz für den Narmada Damm zu machen. Der Film kam auch in den USA ins Kino und wurde weltweit auf DVD verkauft. Im Februar 2007 wurde er auf Al Jazeera International gezeigt.

BAKED ALASKA - 2001, 26 Minuten

Amerikas kältester Bundesstaat erwärmt sich zehn Mal schneller als der Rest der Welt. Warum sollte man dann unter dem Eis nach noch mehr Öl bohren? Der Film wurde weltweit an viele TV-Sender verkauft (und verkauft sich immer noch sehr gut). Er hat zahlreiche Festivalpreise gewonnen.

A RACIST FORCE - 2000, 15 Minuten

Ein Jahr, nachdem die britische Polizei als 'institutionalisierte Rassisten' bezeichnet wurde, fragen wir: Hat sich irgend etwas verändert?

MCLIBEL - 1997, 52 Minuten

Die Insidergeschichte eines Briefträgers und eines Gärtners, die McDonald im längsten Prozess Englands vor Gericht brachten. Wurde weltweit an 12 TV-Sender verkauft und kam in Australien ins Kino. Gesamtzuschauerzahl: 26 Millionen, Tendenz steigend.

PRODUZENT JOHN BATTSEK



John Battsek hat wahrscheinlich mehr Dokudramen produziert als irgendein anderer britischer Produzent. Sein bekanntester Film ist **Ein Tag im September** (1999, engl. Original-Titel: *One Day in September*). Dieser Film, der den Oscar gewonnen hat, handelt von den tragischen Ereignissen, die sich 1972 bei den olympischen Spielen in München zugetragen haben.

Beim Sundance Festival hat Battsek zuletzt drei neue Dokudramen vorgestellt: **Das Wunderkind?** (Engl. O-Titel: *My Kid Could Paint That*), **Crossing the Line** und **Im Schatten des Mondes** (Engl. O-Titel: *In the Shadow of the Moon*). Sie haben bisher Vertriebsverträge im Wert von über vier Millionen Dollar eingebracht. Im Jahr 2006 kam Johns Film über das New Yorker Soccer Team Cosmos, **Once in a Lifetime**, ins

Kino. Der Film wurde von Miramax und Pathé herausgebracht, und die Kritiken waren herausragend. Außer dem Film kamen noch ein Buch und eine Soundtrack-CD auf den Markt.

Darüberhinaus hat John Battsek die Filme **Live Forever** (2001), **The Game of their Lives** (2002), **State of Mind** (2003), **Ein Tag Weltfrieden** (2004, engl. O-Titel: *Peace One Day*), **Once in a Lifetime** (2006) und zwei weitere Filme **Der Schlangenkuss** (1996, engl. O-Titel: *The Serpent`s Kiss*) und **Lila Says** (2004) produziert.

Passion Pictures (Co-Produzent)

gilt als eines der führenden Animationsstudios in Europa. Mit vierzig Arbeitsplätzen in ihrem Hauptquartier in Central London ist es eins der größten Studios für Computeranimation in Großbritannien.



CLIMATE RUSH
 "I looked back to history and was reminded of a phrase I heard long ago: 'The well-behaved women nearly made history,'" so writes Terese Cheung in the opening minutes of the 2007 animated film *Climate Rush*. "I'm not sure if they have been scaling the walls of Parliament, changing the laws of physics, or saving the world, but they have certainly made a difference." The film, which is due out in October, will be the first of a new series of animated shorts. Also in the series are *24* and *Evie*. (Right) Here, with their mother, Rose, in a scene from the animated film *Climate Rush* produced by Battsek's company, Passion Pictures. (Left) Cheung, who is also the film's director.



THE AGE OF STUPID
 "The Age of Stupid" is a satirical film that was seen by 25 million people. She made *McClain* in the hopes of a film about technology that would have a similar impact. The film, which is due out in October, will be the first of a new series of animated shorts. Also in the series are *24* and *Evie*. (Right) Here, with their mother, Rose, in a scene from the animated film *Climate Rush* produced by Battsek's company, Passion Pictures. (Left) Cheung, who is also the film's director.

ZITATE DER PROTAGONISTEN

„Im Moment steht für uns eine Menge auf dem Spiel. Es geht tatsächlich ums Überleben. Als ich mir daher das Thema anschaute und erkannte, was der Film will, hatte ich gar keine andere Wahl. Ich musste es einfach machen.“

Pete Postlethwaite

„Der Film lässt sich zwar nicht mit Jurassic Park vergleichen, aber es ist wunderbar, auf einem Set zu sein, wo die Leute wirklich sein wollen und sich für das, was sie tun, engagieren.“

Pete Postlethwaite

„Vier Jahre sind ziemlich lang für einen einzigen Dokumentarfilm. Aber wenn man sich die Aufgabe anschaut, um die es hier geht - unsere Spezies vor der endgültigen Vernichtung zu bewahren - dann haben wir, glaube ich, unsere Zeit gut genutzt.“

Franny Armstrong

„Age of Stupid ist der ambitionierteste Film, mit dem ich bisher zu tun hatte. Der Dreh dauerte insgesamt vier Jahre, es ging um fünf zentrale Charaktere, wir hatten einen Erzähler und eine Menge Animation. Es ist allein unserem Team zu verdanken, dass es trotz der vielen Herausforderungen, die darin bestanden, all diese Elemente zu kombinieren, dem Film gelingt, die beabsichtigte Aussage zu transportieren.“

John Battsek



ÜBER DEN DEUTSCHEN VERLEIH TAO CINEMATHEK

Die TAO Cinemathek gehört zur Kamphausen Mediengruppe und ist seit 2006 als Filmverleih und DVD-Label tätig.

Wie die Kamphausen Mediengruppe insgesamt widmet sich das Unternehmen vor allem Themen wie Bewusstseinswandel, Persönlichkeitsentwicklung und ganzheitlichen Weltbildern: Damit wir die Grundlagen unserer Lebenswelt nicht zerstören, braucht es einen gesellschaftlichen Ruck, einen Paradigmenwechsel.

Die TAO-Cinemathek unterstützt und begleitet dieses Anliegen mit Filmen, die die Erweiterung der persönlichen Perspektiven sowie die Verantwortung für das Gemeinwohl und die Veränderung der Gesellschaft im Blick haben.

Die J. Kamphausen Mediengruppe mit den Verlagen J.Kamphausen, Aurum, Theseus, Lüchow und LebensBaum sowie der Tao Cinemathek wurde 1983 in Bielefeld gegründet und beschäftigt heute 25 feste und freie Mitarbeiter. Das Lieferprogramm umfasst mehr als 700 Titel aus den Themenbereichen Bewusstseinsweiterung, ganzheitliche Gesundheit und Wirtschaft. Einzelne Titel erreichen Auflagen von bis zu 450.000 Exemplaren. Der Jahresumsatz lag 2009 bei vier Millionen Euro.