



Ratgeber: Michael Ballhaus diskutiert mit einem Filmstudenten die aktuelle Dreharbeit.

KLIMASCHUTZ

Radikaler Bildermacher

Als Kameramann hat er die Visionen von Regisseuren wie Martin Scorsese, Rainer Werner Fassbinder und Robert Redford in eindrucksvolle Bilder verwandelt. Jetzt setzt sich Michael Ballhaus für die Rettung des Klimas ein – und nutzt dafür, was er perfekt beherrscht: die Mittel des Films.

Wenn einer im Filmhandwerk zu Hause ist, dann ist es zweifellos Michael Ballhaus. »Die fabelhaften Baker-Boys«, »Primary Colors«, »Good Fellas«, »Departed – unter Feinden«: Auf der Liste seiner fast 100 Kinofilme finden sich große Produktionen mit faszinierenden Szenen, die ihm den Namen »das Auge Hollywoods« eingebracht haben. Was den Kinobesuchern aber verborgen bleibt: Ballhaus war oft die künstlerisch treibende Kraft – weit mehr, als der Begriff Kameramann ahnen lässt. »Viele Regisseure hatten oft nur vage Ideen für eine Filmszene. Die Umsetzung überließen sie dann mir als dem »Director of Photography«, erzählt er. Die Suche nach Örtlichkeiten, die Staffage, die Position der Kamera, ja sogar die Bewegungen der Schauspieler fielen in seinen Entscheidungsbereich.

Dass sich große Filmemacher die Kreativität des Deutschen für ihre Produktionen sicherten, hatte gute Gründe: Nach 16 Streifen, die er mit dem Avantgarde-Regisseur Rainer Werner Fassbinder realisierte und dabei die 360-Grad-Kamerafahrt – den »Ballhaus-Kreisel« – erfand, galt er auch in Amerika als einer der Besten seines Fachs. 20 Jahre arbeitete er dann in Hollywood mit allen wichtigen Stars und Produzenten, seine Arbeiten wurden dreimal für den Oscar nominiert.

Wenn Michael Ballhaus in den vielen Jahren intensiver Filmarbeit eines wirklich kennengelernt hat, ist das die Stärke der Bilder. »Ich versuche mit Bildern etwas zu erzählen, was Worte nicht können. Manche Einstellungen haben nichts mit der Situation zu tun, treiben aber den Film voran,

weil sie unmittelbar emotional wirken.« Der so entstehenden künstlerischen Ebene verdankt ein Film viel von seiner Wirkung.

Und nun – Ballhaus hat Hollywood den Rücken gekehrt und ist heimgekommen nach Berlin – setzt er diese Macht für ein höheres Ziel ein. Im Sommer 2009 liefen vier kleine Kinospots, die für die Gefahren des Klimawandels sensibilisieren sollten: Filmemacher wie Fatih Akin, Wolfgang Petersen und Volker Schlöndorff hatten sich auf Ballhaus' Einladung hin mit ihren Ideen an seinem Projekt beteiligt. Ein kurzer Film, den man unerwartet sieht, kann sein Anliegen durchaus wirkungsvoll vermitteln.

[1] Respektvoll: Ballhaus im Gespräch mit einer Studentin. [2] Unkompliziert: keine Extras für den prominenten Filmmann.

Ballhaus sieht diese Spots nur als ersten Schritt – denn das Klimaproblem ist aus seiner Sicht seither noch drängender geworden. Selbst wenn man nur mit ihm telefoniert, meint man fast körperlich zu spüren, wie er am anderen Ende der Leitung den Kopf schüttelt. »Wir haben und wissen alles, um die Probleme zu lösen – nur tun wir es nicht. Man kann über viele politische Fragen diskutieren – aber nicht über die Rettung des Klimas, das Basis für alles Leben ist. Da muss man sofort handeln.«

Nachdem der Klimagipfel in Kopenhagen aufgrund politischer Unentschlossenheit gescheitert ist, müssen nun andere das Klima retten – »wir alle«, sagt Ballhaus. »Viele Menschen wissen zwar, wie es in der Welt aussieht – aber sie wissen nicht, was sie tun können. Und da muss die Aufklärung ansetzen, denn jeder kann etwas tun.«

Nun hat er die Stiftung »The Future is now« ins Leben gerufen – »Die Zukunft ist jetzt«. Aufgabe ist die Produktion und Verbreitung der aufklärerischen Kurzfilme, deren zweite Staffel – diesmal mit Ideen von Münchner Filmstudenten – gerade gedreht wird. Den Nachwuchs an seinem Projekt zu beteiligen kommt nicht von ungefähr. Während andere 75-Jährige ihren Ruhestand genießen, unterrichtet Ballhaus gleich an drei Filmhochschulen, in Hamburg, Berlin und München. So gibt er die Erfahrung von ganz oben, vom Höhepunkt einer Karriere, an jene weiter, die noch am Anfang stehen.

Die größte Stärke aber vermutet Ballhaus bei den vermeintlich Schwächsten: Er will

künftig mit Kindern arbeiten, die Ideen für die nächsten Klimaspots mit Schulen erarbeiten. »Mehr und mehr Jugendliche kapieren, dass es auch um ihre Zukunft geht. Die darin liegende Kraft muss man wecken und nutzen – vielleicht stehen sie sogar gemeinsam auf für die gute Sache.«

Erlebt man nach dem Kulturschaffenden Michael Ballhaus nun den politischen Michael Ballhaus? »Natürlich«, sagt er, der bei allem Engagement stets gelassen, aber überzeugend argumentiert. »Die Kinospots sind ganz bewusst ein politischer Akt. Ich will eine Bewegung begründen, die sich weiter fortsetzt. Auto oder Fahrrad, Flugzeug oder Bahn – wir treffen täglich so oft Entscheidungen, die unseren Umgang mit Energie und somit unserer Umwelt angehen. Da kann man vieles besser machen.«

Und wieder sprudeln die Ideen aus Ballhaus heraus: »Die Spots müssten auch im Fernsehen laufen, und wir vernetzen uns international. Leonardo DiCaprio zum Beispiel ist sehr engagiert und hat mit »The 11th hour« einen sehr aufklärerischen Film gemacht. Wir wollen miteinander kooperieren und unsere Arbeiten austauschen.« Er ist optimistisch: »Es kann gelingen, die Menschen in allen Medien anzuschubsen – wenn man das nur richtig macht, also sie wirklich erreicht.« Es wäre nicht das erste Mal, dass »das Auge Hollywoods« einer Vision starke Wirkung verliehen hätte.

KAY DOHNKE

Die ersten Kinospots von »The Future is now« zeigt mobil auf www.deutschebahn.com



FOTOS: ENNO KAPITZA

