



PRESSEINFORMATION



(DVD und Blu-ray)

Originaltitel: HOME
Genre: Dokumentation, Naturfilm
Produktion: F 2008
Video - VÖ (Kauf): 05. Juni 2009
Laufzeit gesamt: ca. 88 Min.
FSK: o.A.

DVD:
EAN: 50505-8271216-2
Tonqualität: 5.1 Dolby Digital
Bild DVD: 16:9
Sprache: Deutsch, Französisch, Englisch
Untertitel: Deutsch

Blu-ray:
EAN: 50505-8271217-9
Laufzeit: ca. 88 Min.
Tonqualität BD: DTS HD 5.1;
Bild BD: 1080i HD / 16:9 (1.78:1)
Sprache: Deutsch, Französisch, Englisch
Untertitel: Deutsch

Der Mensch hat es in seinen nur 200.000 Jahren auf dieser Erde geschafft, eine Balance außer Kraft zu setzen, für die die Evolution vier Milliarden Jahre brauchte. Der Preis dafür ist hoch, doch zum Schwarzmalen gibt es noch keinen Anlass: Der Menschheit bleiben knapp zehn Jahre, um das Ausmaß der Zerstörung an den Schätzen der Erde zu erkennen und ihre Lebensgewohnheiten umzustellen.

Yann Arthus-Bertrand teilt sein Staunen und seine Sorge mit uns - seine einzigartigen Bilder aus über 50 Ländern, aufgenommen von hoch oben aus der Luft, können der Grundstein sein für eine neue Heimat, die wir gemeinsam errichten müssen.



PRESSEINFORMATION

EIN AUßERGEWÖHNLICHES EVENT IN AUßERGEWÖHNLICHEN ZEITEN

HOME ist nicht nur ein Film, sondern ein weltweites Großereignis: Zum ersten Mal in der Geschichte der modernen Medien startet ein Film in über 50 Ländern am selben Tag auf mehreren verschiedenen Plattformen.

Am 5. Juni 2009, dem Weltumwelttag, wird HOME in vielen Ländern gleichzeitig in Kinos, im Fernsehen, auf DVD und im Internet zu sehen sein. Das Ziel von Regisseur Yann Arthus-Bertrand, dem Verleiher Luc Besson und François-Henri Pinault, dem Vorsitzenden des offiziellen Sponsors PPR, ist es, ein möglichst großes Publikum von unserer gemeinsamen Verantwortung für den Planeten zu überzeugen.

VORWORT DES PRODUZENTEN

von Denis Carot, Elzévir Films

„Wenn wir die Bilder dieser Welt verbessern können, dann können wir vielleicht auch die Welt verbessern.“

Wim Wenders

Vielleicht haben Wim Wenders' Worte nie besser zu einem Film gepasst als zu HOME.

In Anlehnung an Al Gores AN INCONVENIENT TRUTH („Eine unbequeme Wahrheit“, 2006) will HOME die Wahrnehmung der Menschen verändern, uns die Umwälzungen klar machen, vor denen wir stehen und die uns zum Handeln auffordern. Zum Glück haben Umweltthemen in jüngster Zeit zunehmend Beachtung gefunden, aber sie werden noch immer zu zaghaft und zu langsam angepackt. Daraus wurde in gewisser Weise das Credo des Films: *Es ist schon zu spät, um noch Pessimist zu sein.*



PRESSEINFORMATION

Aber HOME ist mehr als eine Dokumentation mit einer wichtigen Botschaft, es ist auch einfach ein großartiger Film. Jede der Atem beraubenden Einstellungen zeigt uns die Erde - unsere Erde – so, wie sie noch nie zuvor zu sehen war. Jedes Bild scheint zu sagen: „Sieh nur, wie schön die Erde ist, sieh, was wir zerstören, und vor allem: Schau dir all diese Wunder an, die wir noch retten können.“

Als ich gemeinsam mit Yann die Arbeit an dem Projekt in Angriff nahm, war ich überzeugt, dass die Idee richtig war, einen Film nur aus der Luft, ohne Archivmaterial oder Interviews, aufzunehmen - ich hätte nur nicht sagen können, warum. Ein Gespräch machte es mir dann klar: „*Vom Himmel aus braucht man keine langen Erklärungen.*“ Ganz genau! Man sieht die Dinge direkter, intuitiver, emotionaler. Das unterscheidet HOME von allen anderen Filmen über das Thema Umwelt – die wir natürlich in diesen entscheidenden Zeiten genauso nötig brauchen. HOME aber spricht eher die Gefühle der Menschen an und verändert so ihre Sicht auf unseren Planeten...

Ohne „lange Erklärungen“ gelingt es dem Film in weniger als zwei Stunden, die brennendsten ökologischen Probleme greifbar zu machen und zu zeigen, wie in unserem Ökosystem alles miteinander zusammenhängt. Da HOME ohne Drehbuch umgesetzt wurde, war dies eine ziemliche Herausforderung.

Nicht nur inhaltlich, auch mit dem Vertrieb des Films beschreiten wir ganz neue Wege. Yann ist ein sehr großzügiger Mensch, dem es von Beginn an darum ging, sein Werk mit der ganzen Welt zu teilen. Damit es so viele Menschen wie möglich rund um den Globus sehen können, sollte es umsonst sein!

Als er dies bei unserem ersten Treffen mit meiner Geschäftspartnerin Marie de Masmonteil zur Sprache brachte, dachte ich, dies sei unmöglich. Er wies auf seine Ausstellung „Die Erde von Oben“ hin,



PRESSEINFORMATION

die im mittlerweile achten Jahr immer noch überall auf der Welt gratis zu sehen ist und schon mehr als 100 Millionen Besucher angelockt hatte. Allerdings kostet ein Film so viel mehr als eine Fotoausstellung! Und nur durch den Umsatz, den Filme generieren, können sie überhaupt existieren. Wie sollte es also möglich sein, das fertige Produkt umsonst zu zeigen, ohne unglaublich viel Zeit für die Suche nach großzügigen Spendern zu investieren? Dieser Mann war ebenso ungeduldig wie dickköpfig und voller Hingabe für unser aller dringlichstes Ziel, die Rettung des Planeten. Er war aber auch überzeugend und vertrauenswürdig. So ließ ich mich auf dieses Abenteuer ein, ohne zu wissen wie es ausgehen würde. Wir widmeten uns voll und ganz unserer Aufgabe und wollten den Film unbedingt fertig stellen, auch wenn alles genau so schnell wieder hätte enden können wie es ins Rollen gekommen war.

Die schnelle Zusage von Luc Besson machte das Projekt endgültig denkbar. Es war unerlässlich, dass ein international operierendes Studio von Anfang an mit an Bord war. Dank des Einsatzes von François-Henri Pinault und allen Firmen innerhalb der PPR-Gruppe erreichten wir das anfangs so unglaubliche Ziel, den Film praktisch umsonst überall auf der Welt zeigen zu können. Und es waren die Entschlossenheit und der Wille von Yann Arthus-Bertrand, mit der so viel Energie und Talent zusammengebracht werden konnten, um diese Herausforderung zu unser aller Wohl zu meistern. Vermutlich ist es nur ein Tropfen auf dem heißen Stein im Vergleich zu dem, was folgende Generationen leisten müssen, aber ich bin überzeugt davon, dass jeder seinen Beitrag erbringen muss, egal wie groß oder klein er auch ausfallen mag. „*Gebt mir einen festen Platz, und ich werde die Welt bewegen*“, behauptete Archimedes. Heute ist mein einziger Wunsch, dass HOME Millionen von Menschen auf allen Kontinenten einen Platz zeigt, von dem aus sie die Welt bewegen können.



PRESSEINFORMATION

EIN INTERVIEW MIT YANN ARTHUS-BERTRAND

Regisseur und Co-Autor

Wann verspürten Sie zum ersten Mal den Wunsch, diesen Film zu machen?

Als Al Gore AN INCONVENIENT TRUTH vor dem Französischen Parlament zeigte, sah ich, Welch starke Wirkung ein Film haben kann, viel stärker als eine Fernsehsendung. Ich sah, dass manche Zuschauer zu Tränen gerührt waren und ich war beeindruckt, wie gut ein solcher Film geeignet war, um die Menschen in ihrem Innersten zu bewegen. Es schien mir nach Fotos und TV-Sendungen der nächste logische Schritt. Ich begriff, dass meine Aufnahmen von der Erde in Wahrheit von Menschlichkeit handelten, und genauso funktioniert auch ein Film.

Ihr erster Kinofilm ist gleich ein wahnsinnig ehrgeiziges Projekt.

Gab es viele Schwierigkeiten bei Produktion, Dreh und Schnitt?

Ein Freund von mir, der Komponist Armand Amar, stellte mir Denis Carot, den Produzenten von VA, VIS ET DEVIENS („Geh und lebe“, 2005) vor. Er sagte sofort zu, genau wie Luc Besson. Danach wurde es schon schwieriger! Wenn man derart viel Geld für einen so einzigartigen Film zur Verfügung gestellt bekommt – der komplett aus einem Hubschrauber in HD aufgenommen werden sollte – dann steht man wegen der großen Verantwortung unter Dauerstress. Ich habe wie so oft instinktiv gearbeitet und beim Drehen ständig dazugelernt. Sehr bald bemerkten wir zum Beispiel, dass im Helikopter sinnvoller Weise nur der Pilot, der Kameramann und ein Bildtechniker sitzen sollten. Dann gab es technische Probleme mit der neuartigen Kamera, die wir benutzten, und den äußeren Bedingungen, auf die wir uns über jedem Land neu einstellen mussten. Darüber hinaus entstand der Film ohne Skript, auf der Grundlage eines genau eine Seite langen Exposees. Sicher wusste ich, wohin ich mit dem



PRESSEINFORMATION

Film wollte, aber die Erzählung entstand erst mit dem Dreh, vor allem das zentrale Thema der Energie. Erst geht es um die Muskelkraft des Menschen, dann um die Revolution durch das, was wir „Taschen voller Sonnenlicht“ nennen, um Öl. Am Ende ist es der Film eines Fotografen geworden, der daran gewöhnt ist, ohne Einschränkungen zu arbeiten.

Was ist die Hauptaussage des Films?

Der Film hat eine klare Botschaft. Wir muten der Erde mehr zu als sie verkraftet. Wir konsumieren zu viel und beuten ihre Ressourcen aus. Aus der Luft sind die Wunden der Erde sehr gut zu erkennen. HOME zeigt einfach unsere gegenwärtige Situation, besteht aber darauf, dass es eine Lösung gibt. Der Untertitel des Films könnte lauten: *Es ist zu spät, um noch Pessimist zu sein*. Wir stehen an einer Wegscheide; es müssen jetzt wichtige Entscheidungen getroffen werden, um die Welt zu verändern. Jeder kennt eigentlich die Fakten, die wir zeigen, aber niemand ist bereit, wirklich daran zu glauben. HOME verleiht den Argumenten der Umweltorganisationen mehr Gewicht, um einen vernünftigen gemeinsamen Neuanfang und eine Veränderung unseres Lebensstils anzuregen.

Dazu gehört auch, dass der Film auf recht ungewöhnliche Weise vermarktet wird...

Nachdem ich mit Patrick de Carolis gesprochen hatte, der den Film für France Télévisions kaufen wollte, kam mir die Idee, ihn auf so ziemlich allen Formaten gleichzeitig zu veröffentlichen und das, wo immer möglich, gratis. Patrick sagte mir, dass er den Film erst zwei Jahre nach seinem Kinostart ausstrahlen dürfe. Ich traf mich mit Luc Besson und sagte ihm, dass wir HOME gratis veröffentlichen sollten. Zunächst antwortete er, das sei unmöglich, aber die Idee, einen Film gleichzeitig und ohne



PRESSEINFORMATION

Eintrittspreis der ganzen Welt zugänglich zu machen, sagte ihm dann doch zu. Das hatte noch niemand versucht, und nur dank François-Henri Pinault, dem Vorsitzenden und Geschäftsführer von PPR, der uns sofort seine Unterstützung zusagte, wurde es möglich. Mein größtes Anliegen ist es, dass die Menschen, deren Konsumverhalten sich direkt auf die Umwelt auswirkt, spüren, wie nötig eine Veränderung ist, nachdem sie den Film gesehen haben.

Wie kam es zu Musik und Voiceover?

Der Text unseres Voiceovers war selbstverständlich höchstwichtig. Der berühmte amerikanische Umweltaktivist Lester Brown und sein Buch Zur Lage der Welt haben mich dabei stark inspiriert. Ich arbeitete einmal mehr mit Isabelle Delannoy und natürlich mit Armand Amar zusammen, einem der besten französischen Musiker und dem besten Freund, den man sich vorstellen kann. Er hat sich unter anderem auf Weltmusik und den Einsatz unterschiedlicher Stimmen spezialisiert, und genau dieser kulturelle Mix sollte auch auf dem Soundtrack zu hören sein.

Wie haben Sie den Rhythmus des Films entwickelt?

Ich mag die Langsamkeit des Erstaunens, also sollte der Film sich Zeit lassen. Auch aus technischen Gründen, die sich aus dem Gewicht unseres Helikopters und der Kamera ableiteten, nahmen wir viele Szenen in Slow-Motion auf. Dieses kontemplative Element des Films gefällt mir außerordentlich. Darüber hinaus wird man verleitet, mit dem Denken kurz zu pausieren und nur zuzuhören. Vielen wird einiges nicht gefallen von dem, was der Film ihnen zu sagen hat, aber ich war zu keinerlei Kompromissen bereit.



PRESSEINFORMATION

Warum der Titel HOME?

Er stammt von Luc Besson und passte auf einer symbolischen Ebene ganz hervorragend. Ökologie ist ja die Wissenschaft unseres Verhältnisses zu unserer Heimatumgebung.

HOME nutzt ein „Carbon Offset“-Programm. Was bedeutet das genau?

Die Menge an Kohlendioxid, die während der Produktion freigesetzt wurde, haben wir genau berechnet und dafür eine Ausgleichszahlung geleistet. Damit wird jenen Menschen saubere Energie zur Verfügung gestellt, die ansonsten keinen Zugang dazu hätten. So arbeite ich seit zehn Jahren.

Auf welche Wirkung bei den Zuschauern hoffen Sie?

Abgesehen davon, dass die Zuschauer ihre Gewohnheiten umstellen, würde ich mich freuen, wenn Hilfsbereitschaft und der Wille zum Teilen befördert würden. Es gibt einen wunderbaren Spruch von Théodore Monod: „Wir haben es schon mit allem versucht, nur nicht mit der Liebe.“ Ich hoffe, dass man dem Film all die Liebe ansieht, die in ihm steckt.

INTERVIEW MIT LUC BESSON

Verleiher

Warum haben Sie sich an Yann Arthus-Bertrands Projekt beteiligt?

Schon bevor ich Yann traf, hatte ich mich gefragt, wie ich mit den Mitteln des Kinos und meiner 30-jährigen Erfahrung etwas für die Umwelt tun könnte. Ich war also bereit, und Yann eröffnete mir eine Möglichkeit, mich einzubringen. Deshalb habe ich spontan zugesagt.



PRESSEINFORMATION

Seit wann interessieren Sie sich für Umweltthemen?

Seit meiner Kindheit, bevor ich zum Stadtmenschen wurde. In Griechenland und Jugoslawien konnte ich die Natur so grenzenlos genießen, dass ich mir keine bewussten Gedanken darüber machte. Ich lebte im Rhythmus der Natur und ging auf eine Weise mit Tieren und Pflanzen um, die ich normal nenne würde. Danach widmete ich mich lange Zeit alleine dem Film, bis ich genug Artikel über die Katastrophe gelesen hatte, die uns möglicherweise bevorsteht. Zunächst verhielt ich mich wie jeder andere und vertraute unserer Regierung, also denen, die „es wissen müssen“. Es schien selbstverständlich, dass sie sich des Problems annehmen würde. Die Regierung tut aber nicht genug. Ihr Einsatz steht in keinem Verhältnis zum Ausmaß der Bedrohung. Während wir einen Schritt nach vorne tun, geht die Erde zehn zurück. Ein ökologisches Bewusstsein entsteht erst da, wo wir begreifen, dass jeder einzelne seinen Beitrag leisten muss. Schon wenn man seine Glühbirnen austauscht, beginnt, den Müll zu trennen oder sich beim Einkauf mehr Gedanken um die Umwelt macht, sind das wichtige Schritte. Wenn eine Milliarde Menschen sich einsetzen, kommt man unendlich viel weiter als mit jeder Gesetzesvorlage.

Waren Sie als Verleiher nicht erschreckt von Yann Arthus-Betards Vorhaben, den Film auf allen Formaten am gleichen Tag zu veröffentlichen, noch dazu teilweise gratis?

Ich gehe die Sache als besorgter Bürger an, nicht als Geschäftsmann. Die Verfügbarkeit im Netz und die TV-Ausstrahlungen sind für mich in keiner Weise bedenklich, weil ich nie an meinen Profit denke. Yanns Idee, diesen wundervollen Film am Weltumwelttag am 5. Juni so vielen Menschen wie möglich zugänglich zu machen, hat große Symbolwirkung. Viele Leute fragen sich, wie sie mit solch speziellen Tagen umgehen sollen. Am 5. Juni



PRESSEINFORMATION

können diese Leute sich HOME anschauen. Und wenn wir sagen können, dass innerhalb von 24 Stunden 100, 200 oder 500 Millionen unseren Film gesehen haben, ist das ein deutliches Zeichen an die Mächtigen dieser Welt. Mit einer solchen Demonstration des öffentlichen Willens können wir sie zum Handeln zwingen.

Das Projekt ist äußerst ehrgeizig, noch dazu ist es das Debüt von Yann Arthus-Bertrand als Regisseur. Wie eng haben Sie mit ihm zusammengearbeitet?

Ich habe ihm beim Dreh sämtliche Freiheiten gegeben und nur beim Schnitt ein wenig von meiner Erfahrung eingebracht. Ich wollte alles mit einer gewissen Frische und Naivität angehen und sah mir nicht viel vom gedrehten Material an. So konnte ich ihm Tipps geben wie irgendein Kerl, der gerade zufällig von der Straße hereinmarschiert kommt.

Was waren für Sie die wirkungsvollsten Stellen des Films?

Es gibt viele beeindruckende Bilder, aber ich habe am meisten über diese unglaublichen Gegensätze gestaunt. Man sieht Las Vegas, das aus der Wüste entstand und Tausende von Litern Wasser für Swimming Pools und Golfanlagen verbraucht – und dann indische Frauen in Saris, die verzweifelt versuchen, der kargen Erde ein wenig Wasser abzutrotzen. Daran kann man sehen, wie verrückt unsere Welt geworden ist.

Was sagen Sie zu dem Vorwurf, dass der Film selbst für einiges an Luftverschmutzung gesorgt hat?

Man kann heute zwar seine Kinder mit einem Elektroauto zur Schule bringen, aber dieser Film wäre ohne Helikopter nicht zu drehen gewesen. Sehen Sie es einmal so: Yann hat mit dem ganzen Film weniger Umweltverschmutzung verursacht als ein einzelnes Flugzeug, das leer von



PRESSEINFORMATION

Paris nach Los Angeles fliegt, um dort Passagiere aufzunehmen. Wir sollten uns eher um diese Tausende von Leerflügen kümmern als um einen Film, der nur deshalb mit einem Helikopter gemacht wurde, weil es anders nicht möglich war.

Welchen Effekt auf die Zuschauer erhoffen Sie sich?

Zunächst hoffe ich, dass so viele Menschen wie möglich den Film sehen, um wirklich eindrucksvolle Zahlen präsentieren zu können. Und dann würde ich mich freuen, wenn jeder einzelne realisiert, dass er selbst seinen Teil dazu beitragen kann. Die Anstrengungen, ob groß oder klein, von Tausenden von Menschen werden etwas bewirken.

INTERVIEW MIT FRANCOIS-HENRI PINAULT

Vorstand und Geschäftsführer von PPR, dem offiziellen Sponsor von HOME

Warum haben Sie dem Projekt Ihre Unterstützung zugesagt?

Unserem Planeten geht es schlecht, da ist es unser aller Pflicht zu helfen. Als Weltkonzern müssen wir hier mit gutem Beispiel vorangehen, und PPR hat sich seit mittlerweile zehn Jahren ehrgeizige Ziele in Ethik und Umweltschutz gesetzt. Als ich Luc Besson und Yann Arthus-Bertrand traf, dauerte es nicht lange, bis ich von ihrem Ehrgeiz angesteckt wurde – für ein globales Projekt, so wie wir ein Global Player sind. Die Zeit des Rumjammerns ist vorbei, es muss gehandelt werden, und Yann ist ein sehr dynamischer Bursche, Öko-Aktivist und Künstler zugleich. Die konsequente Herangehensweise in Thema und Vermarktung des Films überzeugten mich.



PRESSEINFORMATION

Und wie sieht Ihre Unterstützung aus?

Zunächst geben wir im Laufe von drei Jahren zehn Millionen Euro aus, um sicherzustellen, dass so gut wie jeder den Film umsonst sehen kann. Aber darüber hinaus engagieren wir uns mit jeder unserer Marken und jedem Unternehmenszweig, also mit dem Eifer von 88.000 Mitarbeitern, damit HOME so viele Menschen wie möglich erreicht. Wenn man zu diesen 88.000 noch Familien und Freunde hinzurechnet, kommt man auf mehr als 300.000 Menschen, die PPR direkt ansprechen kann.

Was bedeutet nachhaltiges Wirtschaften für Sie?

Unsere ersten diesbezüglichen Richtlinien haben wir 1996 verabschiedet. 2005 haben wir einen weiteren ethischen Kodex an die gesamte Belegschaft versandt. Alle unsere Marken haben in ihrem jeweiligen Bereich soziale Projekte ins Rollen gebracht, vor allem über die Organisation SolidarCité: CFAO engagiert sich gegen AIDS, FNAC gegen Analphabetismus, Conforama unterstützt die Hilfsorganisation Secours Populaire, Gucci ist bei UNICEF dabei und so weiter. 2007 haben wir eine eigene Abteilung für soziale und ökologische Verantwortung gegründet, die mir direkt unterstellt ist. Das ist für ein Unternehmen unserer Größenordnung einzigartig in Frankreich und hat uns einige ehrgeizige Projekte ermöglicht. Zu unseren sieben Säulen zählen etwa Rücksichtnahme auf die Umwelt in den Bereichen Transport und Logistik – ein sehr zentrales Thema – und die Verkleinerung des so genannten ökologischen Fußabdrucks unserer Ladengeschäfte. In diesem Jahr haben wir außerdem eine Stiftung ins Leben gerufen, die sich um die Würde und die Rechte von Frauen kümmern soll.



PRESSEINFORMATION

Ist es nicht ein Paradoxon, dass ein Unternehmen Ihrer Größe trotz allem zwangsläufig die Umwelt in hohem Maße verschmutzt?

Es gibt immer gute Gründe, die Hände in den Schoß zu legen. Als Unternehmen haben wir zwei Aufgaben: den Schaden, den wir verursachen, zu minimieren und ein ökologisches Bewusstsein bei anderen zu schaffen. Man wird uns loben oder tadeln für unsere Unterstützung, aber das ist nebensächlich. Wichtig ist, dass es den Film gibt und so viele Menschen wie möglich ihn sehen. Luc, Yann und ich haben uns zum Ziel gesetzt, dass mindestens 100 Millionen Menschen rund um die Welt HOME sehen sollen, hoffentlich noch mehr. Dazu stehe ich. Wenn sich Unternehmen wie wir nicht engagieren, dann sehe ich schwarz – die Verantwortung liegt bei Firmen und bei jedem einzelnen. Kritik ist in diesem Zusammenhang zweitrangig, darum kümmere ich mich schon.

Auf welche Reaktionen des Publikums zählen Sie?

Yanns Überzeugung und die Kraft seiner Bilder sollen das ökologische Bewusstsein stärken. Wenn der Film so wird wie sein Buch Die Erde von oben sollte er einen gewaltigen Einfluss auf das öffentliche Bewusstsein haben – was die Lage unseres Planeten betrifft und die Notwendigkeit jedes einzelnen und der Gesellschaft, sich für die Erde einzusetzen. Im Grunde geht es darum, die Menschen zum Denken und zum Handeln anzuregen.



PRESSEINFORMATION

217 TAGE FÜR DEN DREH... UND DIE LOGISTIK

(Produktionsnotizen)

Yann-Arthus Bertrand und sein Team brauchten nahezu drei Jahre, um einen Film zu drehen, in dem 30 Jahre harter Arbeit und intensiver Einsatz für unseren Planeten kulminieren.

DIE GROÙE IDEE

2006 kontaktierte Yann-Arthus Bertrand den Produzenten Denis Carot, der dem Projekt trotz dessen groÙer Ambitionen sofort Vertrauen schenkte. Es war entscheidend, sich von herkömmlichen Finanzierungsmodellen zu verabschieden und sich auf die Suche nach einem Sponsor zu machen. Außerdem brauchte es einen internationalen Verleih, der in der Lage war, den Film weltweit zu vertreiben. „Als die Leute aus dem Business von unserer Idee hörten“, erinnert sich Denis Carot, „rief so ziemlich jeder Verleih bei uns an, auch Vertreter von amerikanischen Majors, was für eine solche Independent-Produktion recht ungewöhnlich ist. Aber sie konnten sich nicht damit abfinden, dass der Film gratis verfügbar sein sollte. Schließlich nahmen sich Luc Besson und EuropaCorp des Projekts an und schlügen es PPR vor.“ Daraufhin konnte ein Drehplan erarbeitet werden. Am Ende standen Aufnahmen in 54 Ländern, 217 Drehtage und 488 Stunden Material!

Yann Arthus-Bertrand nutzte die Erfahrungen seiner ausgedehnten Reisen, die er für seine Bücher (vor allem für Die Erde von oben, einem Weltbestseller, von dem mehr als drei Millionen Exemplare verkauft wurden) und TV-Sendungen („Seen From the Air“) unternahm. Für den Film engagierte er seine langjährigen technischen und künstlerischen Berater, darunter Isabelle Delannoy, mit der er gemeinsam den Voiceover-Text verfasste, und Dorothée Martin, die an „Seen from the Air“



PRESSEINFORMATION

mitgearbeitet hatte und bei HOME als Regieassistentin fungierte. Produktionsleiter Jean de Trégomain und Location Manager Claude Canaple kümmerten sich um die Organisation der unglaublichen Dreharbeiten, für die drei Teams 21 Monate lang gleichzeitig an allen Ecken der Erde im Einsatz waren.

Dorothée Martin drückt es so aus: „Klingt einfach, in einem Hubschrauber um die Welt zu fliegen – aber in Wirklichkeit steckte in jedem Tag, in jeder Aufnahme eine Heidenarbeit.“

DIE FILM-CREWS

Jean de Trégomain, der bereits große Erfahrungen mit Aufnahmen aus der Luft gesammelt hatte, vor allem bei LE PEUPLE MIGRATEUR („Nomaden der Lüfte“, 2001), stellte sich jeden Drehtermin vor als „Film für sich, als Schatzsuche nach dem richtigen Kontaktmann, dem richtigen Helikopter und dem richtigen Piloten“.

Neben der Suche nach den geeigneten Drehorten wurde die meiste Zeit bei der Organisation von Paris aus mit dem Aufstellen von Zeit- und Reiseplänen und der Einteilung der Teams verbracht. Für Luftaufnahmen muss ein spezieller Kameratyp verwendet werden – die Crew griff zur Cineflex HD, die durch ein bestimmtes Stabilisierungssystem vor Wacklern gefeit ist und so Bilder produzieren kann, die wie Kranaufnahmen wirken. Ursprünglich wurde die Kamera für militärische Zwecke entwickelt und kann extreme Zooms vollbringen; außerdem ließen sich die Kassetten im Helikopter wechseln. Dennoch mussten 120 Kilo Technik auf kleinstem Raum untergebracht werden.

Tanguy Thuaud, einer der Kameramänner, kann auf zwölf Jahre Erfahrung mit Luftaufnahmen zurückblicken und war schon für „Seen From the Air“ einige Male mit Yann Arthus-Bertrand in die Lüfte emporgestiegen. Er betont die Flexibilität, die bei den Dreharbeiten



PRESSEINFORMATION

vonnöten war: „Wir konnten uns den Hubschrauber und den Piloten nicht immer aussuchen, und solche Aufnahmen hängen zu 60 Prozent vom Helikopter und den Fähigkeiten des Piloten ab.“ Ganz zu schweigen von Ausrüstung, Wetter und Kommunikationsproblemen. „Yann machte bei den ersten Stationen Fotos, während wir drehten. Oft merkten wir nur durch diese Aufnahmen, was genau er sehen wollte.“

Die Kameraleute arbeiteten stets mit einem Bildtechniker zusammen. Einer von ihnen, Stéphane Azouze, lobt die großartigen Resultate, die mit der Cineflex erzielt werden konnten. Er musste die Kameras transportieren, überprüfen und an Bord installieren, bis er mit der Unterstützung des Kameramanns bei den Aufnahmen beginnen konnte. Diese wurden im Raw-Modus gemacht, um anschließend mehr Spielraum bei der Farbmischung zu haben. Stéphane Azouze sagt: „Die Bilder sind ziemlich grau, ohne Tiefe und nicht besonders schön anzusehen. Das kann frustrierend sein, aber man gewöhnt sich daran, die Aufnahmen als Übergangslösungen zu sehen.“

Als größtes Problem erwies sich die begrenzte Flugzeit. Dorothée Martin erklärt: „Das Benzin ist begrenzt, jede Minute ist teuer und reduziert die Möglichkeiten, Dinge erneut oder anders auszuprobieren. Im Schnitt bleibt so ein Helikopter höchstens zwei bis zweieinhalb Stunden in der Luft, und da wir oft sehr weit entfernt waren von Orten, an denen sich nachtanken ließ, blieben uns für die meisten Aufnahmen vielleicht noch 30 Minuten. Wir mussten so konzentriert und effizient wie möglich arbeiten.“

BÜROKRATIE!

Doch die Technik war im Vergleich zu den Problemen mit den Behörden noch ein Kinderspiel. In jedem Land, so erklärt Jean de Trégomain, „mussten wir uns an die lokale Kultur und Arbeitsweise anpassen.“ Je nach den „Sicherheitsbedürfnissen“ des jeweiligen Landes waren



PRESSEINFORMATION

verschiedene Genehmigungen nötig, wobei Indien sich mühelos an die Spitze der bürokratischsten Staaten setzen konnte. „Wir mussten gleichzeitig beim Verteidigungsministerium, dem Außenministerium, der Botschaft, der Armee und der Luftwaffe anfragen“, erinnert sich Dorothée Martin. „Als wir das von Paris aus getan hatten, suchten wir unsere Locations aus, sammelten GPS-Daten – und warteten...“ Die Vorbereitungen für zweieinhalb Minuten Film dauerten in diesem Fall ziemlich genau ein Jahr. Dazu kam die ständige Beobachtung: „Beim Dreh war ein Beamter mit an Bord, der den Flugplan und die GPS-Daten genauso prüfte wie die Motive unserer Aufnahmen. Abends sahen wir uns dann noch das gefilmte Material mit ihm an. Ich durfte die Kassetten nicht mit mir nach draußen nehmen, sondern musste sie beim Zensor lassen. Von 15 Bändern bekamen wir zweieinhalb gelöscht zurück.“ Diese Vorsichtsmaßnahmen waren der extremen Zoomfähigkeit der Cineflex geschuldet, die äußerst effektiv als Spionagekamera eingesetzt werden könnte. In manchen Ländern, darunter Syrien, ist der Einsatz der Cineflex komplett verboten.

DIE ARBEIT AM DREHBUCH... MITTEN IM FILM

Ein weiterer grundlegender Aspekt des Projekts war, dass die Dreharbeiten zunächst ohne Drehbuch begannen. Nach einem Jahr bat Yann Arthus-Bertrand die Journalistin Isabelle Delannoy, mit ihm an der Geschichte zu arbeiten. „Es war letztlich die richtige Entscheidung, weil die Bilder so ihre eigene Story in ihrem eigenen Rhythmus erzählen“, sagt sie. Beim Sichten des Materials ließ sich der Erzählfaden dann aufgreifen. Isabelle Delannoy sagt: „Ich erinnere mich noch an den regelrechten Schock, als ich eine Einstellung sah, die wunderbar die Einheit von Wasser, Himmel und Erde einfing. Da merkten Yann und ich, dass uns das untrennbare Band zwischen den Elementen, der Erde und den Menschen



PRESSEINFORMATION

am meisten faszinierte. Daher gingen wir zurück zu den Ursprüngen unseres Planeten – denn das Eisen in unseren Körpern stammt von den Sternen, die vor Milliarden von Jahren über der Erde explodierten!"

Ebenso wichtig war es, „nicht in Weinerlichkeit zu verfallen, die nicht besonders anregend ist. Die Botschaft des Films enthält ein Paradox: Wir waren noch nie so abhängig von natürlichen Ressourcen und haben uns gleichzeitig noch nie so weit von der Natur entfernt wie heute. Unser Lebensstil ist außer Kontrolle geraten und wir müssen uns radikal ändern. Jedem muss klar werden, dass dies eine absolute Notwendigkeit ist. Die Luftaufnahmen zeigen uns diese Tatsache auf und bieten gleichzeitig die nötige Perspektive, uns zum Nachdenken anzuregen.“

Isabelle Delannoys aufklärerischer Anspruch wirkte sich auch auf den Voiceover-Text aus, den sie mit Tewfik Fares verfasste und dessen Ende lautet: „Es liegt an uns, unsere Geschichte weiterzuerzählen. An uns allen.“

DIE MUSIK

Es gibt die Bilder. Es gibt den Text. Und dann gibt es noch die Musik, die begleitet und entflieht, die Gefühle ans Licht bringt und dabei niemals oberflächlich ist und die einfache, prägnante Geschichte des Films von Yann Arthus-Bertrand niemals sentimentalisiert. Seine Erfahrung, sein Synkretismus und seine Weltoffenheit gaben dem Projekt eine einzigartige poetische Dimension. Armand Amar unternahm mehrere Reisen, um Aufnahmen mit dem Budapesti Symphonieorchester und dem Shanghai Percussion Ensemble einzuspielen. In seinen Score wob er Gesänge und Instrumente aus verschiedenen Kontinenten ein, aus Ländern wie der Mongolei, Armenien, dem Iran und vielen mehr.

„Wenn man an der Musik für einen Film arbeitet, gibt es unglaublich viele Faktoren zu berücksichtigen“, erklärt der Komponist. „Alles beruft



PRESSEINFORMATION

sich auf eine Szene und die darin enthaltene Absicht... Man muss verstehen, was der Regisseur ausdrücken will und gleichzeitig seine eigene Vision der Geschichte entwickeln, ohne wiederum die Botschaft zu sehr zu betonen. Die Musik erzählt einen Teil der Geschichte, die Bilder einen anderen, und die Dialoge entstammen einer weiteren, eigenen Sprache, und all dies gilt es zu einer Symphonie, einer Harmonie zusammenzuführen. Die Herausforderung war umso größer, da der Film ohne Drehbuch begonnen wurde. Die Musik schenkt den Bildern zusätzlich Bewegung, der Soundtrack arbeitet Gefühle heraus. Der Rhythmus des Films ist kontemplativ, aber ich wollte mich davon nicht allzu sehr einschränken lassen. Man muss den Bildern Luft zum Atmen geben. Sie sind sehr still, das musste so sein, weil wir über die Landschaften hinweg fliegen. Von den Orchesterstücken behielt ich nur das Piano und die Streicher, da ich keinen allzu bombastisch-symphonischen Effekt erzielen wollte. Wie in der traditionellen Musik komponiere ich lieber horizontal als vertikal."

DER SCHNITT

Wegen der enormen Ausmaße des Projekts und auch, weil Yann Arthus-Bertrand nicht bei jedem Dreh dabei sein konnte, wurde das Material noch am Tag der Aufnahme gesichtet. Eine Auswahl wurde an Arthus-Bertrand gesandt, der diese mit den Ergebnissen anderer Drehorte abstimmte.

Diese Vorauswahl machte auch die Arbeit der Cutterin beträchtlich leichter. Allerdings galt es immer noch 488 Stunden Material zu sichten! Im September 2007, fünf Monate nach Drehbeginn, stieß Yen Le Van zum Team hinzu. Für ihren ersten Überblick entschied sie, „eher die Kontraste denn die vordergründigen Effekte zu betonen.“



PRESSEINFORMATION

DAS ENDERGEBNIS

„Es ist der erste Film, der vollständig aus der Luft aufgenommen wurde – das Markenzeichen von Yann Arthus-Bertrand. In ihm kulminiert seine 20-jährige Erfahrung, und unser Ziel ist es, dass so viele Menschen wie möglich HOME zu sehen bekommen.“ (Dorothée Martin)

„Der Film zeigt die Genialität des Menschen und seine Fähigkeit, sich an die Umwelt anzupassen... oder diese an sich. Die große Frage ist dann: Wie setzen wir diese Genialität ein?“ (Isabelle Delannoy)

20 Prozent der Weltbevölkerung verbrauchen 80 Prozent der planetaren Ressourcen.

GEO4, UNEP (United Nations Environment Programme) 2007

Auf der Welt wird zwölf Mal soviel Geld für Waffen wie für Entwicklungshilfe ausgegeben.

*SIPRI Yearbook, 2008 (Stockholm International Peace Research Institute)
OECD, 2008 (Organization for Economic Cooperation and Development)*

5000 Menschen sterben täglich an den Folgen von verschmutztem Trinkwasser. Eine Milliarde Menschen hat keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser.

UNDP, 2006 (United Nations Development Programme)

Eine Milliarde Menschen leidet Hunger.

FAO, 2008 (Food and Agriculture Organization of the United Nations)

Mehr als 50 Prozent der weltweiten Getreideernte wird als Tierfutter oder biologischer Kraftstoff verbraucht.



PRESSEINFORMATION

*Worldwatch Institute, 2007
FAO, 2008*

40 Prozent des für Ackerbau zur Verfügung stehenden Landes verfällt.

UNEP (United Nations Environment Programme), ISRIC World Soil Information

Jedes Jahr verschwinden 13 Millionen Hektar Wald.

FAO, 2005

Jedes vierte Säugetier, jeder achte Vogel und jede dritte Amphibie ist vom Aussterben bedroht. Die Arten sterben 1000 Mal schneller aus als im natürlichen Lauf der Dinge.

*IUCN, 2008 (International Union for Conservation of Nature)
XVI International Botanical Congress, Saint-Louis, USA, 1999*

75 Prozent der Fischgründe sind erschöpft oder davon bedroht.

Source: UN

Die Durchschnittstemperatur der letzten 15 Jahre war die höchste seit Beginn der Aufzeichnungen.

NASA GISS data

<http://data.giss.nasa.gov/gistemp/graphs/Fig.A.txt>

<http://data.giss.nasa.gov/gistemp/graphs/Fig.A2.txt>



PRESSEINFORMATION

Vom ewigen Eis sind in den letzten 40 Jahren 40 Prozent geschmolzen.

NSIDC, National Snow and Ice Data Center, 2004

Im Jahr 2050 könnte es 200 Millionen Klimaflüchtlinge geben.

*The Stern Review: the Economics of Climate Change
Part II, Chapter 3, page 77*

http://www.hm-treasury.gov.uk/d/Part_II_Introduction_group.pdf

Deutscher Sprecher

Helmut GAUß ("Die Erde von oben")

CREW

Regie

Yann ARTHUS BERTRAND

Produktion

Denis CAROT

Original Score

Luc BESSON

Drehbuch

Armand AMAR

Text des Voiceovers

Isabelle DELANOY

Yann Arthus BERTRAND

Denis CAROT

Yen Le VAN

Isabelle DELANOY

Tewfik FARES

Yann Arthus BERTRAND

Yen LE VAN

Dorothée MARTIN

Tanguy THUAUD

Jean De TREGOMAIN

Camille COURAU

Schnitt

Regieassistenz

Cineflex-Kamera

Produktionsleiter

Koordination