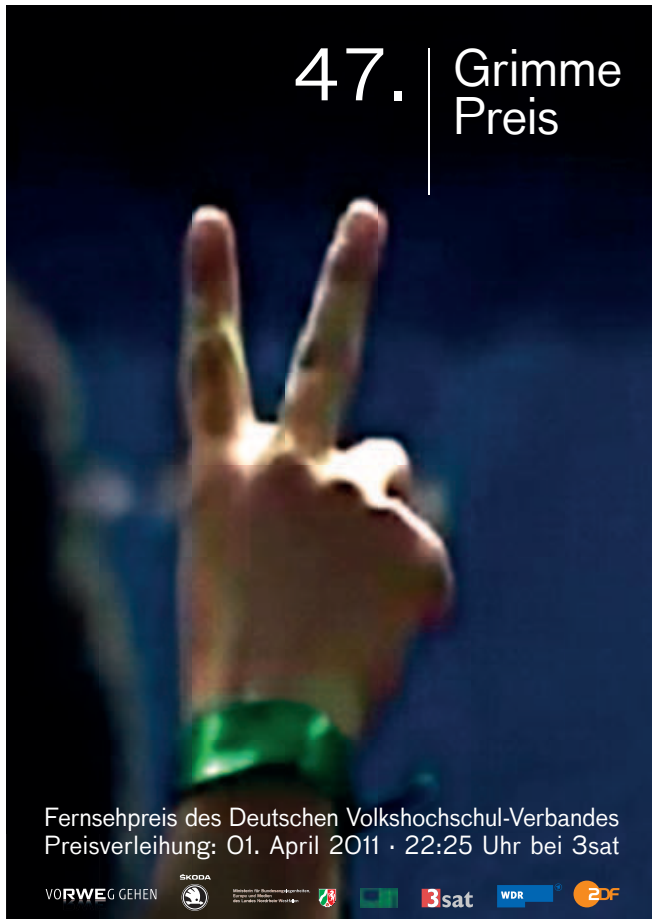


Das Plakat zum Grimme-Preis 2011

Aufbruch, Bewegung, Brücke

Ein Entwurf von Markus Thiele



Sofort ins Auge fällt das berühmte Victory-Zeichen, das über alle Grenzen hinweg gleich mehrere Bedeutungen hat: Sieg, Triumph, Victoria.



Foto: Thiele

Markus Thiele

Gestaltet wurde das Plakat von Markus Thiele. Der 1969 in Rendsburg geborene Journalist produziert Dokumentationen und Reportagen für zahlreiche deutsche und internationale TV-Sender, außerdem beschäftigt er sich mit Postproduktions- und Designaufgaben. Er arbeitet mittlerweile auf Sardinien, wo auch seine Firma KARALIS productions ihren Sitz hat

Das Motiv für das Plakat der diesjährigen Preisverleihung ist klar und unscharf zugleich – eine kurze, aber entscheidende Szene aus dem Film „Iran Elections 2009“ von Regisseur Ali Samadi Ahadi. Sofort ins Auge fällt das berühmte Victory-Zeichen, das über alle Grenzen hinweg gleich mehrere Bedeutungen hat: Sieg, Triumph, Victoria. Aber es steckt indirekt ebenfalls darin: Gegensätze, Auseinandersetzung, Kampf – auch in aller Unerbittlichkeit.

Die Unschärfe ist dabei aber nicht nur ein ästhetisches Merkmal des Films. Die damit verbundenen Unkenntlichkeiten stehen auch für die zahlreichen Zeitdokumente, die mutige Iranerinnen und Iraner während der blutigen Auseinandersetzungen mit dem Sicherheitsapparat des Regimes aufgenommen haben. Die Videos, oftmals mit Handykameras gefilmt, sind oft sehr unscharf, durch grobe Pixel gekennzeichnet. Genau dies reflektiert auch das Plakat. Eines jedoch lässt sich bei allen schemenhaften Darstellungen klar deuten: eben eine Hand mit den Fingern des Siegeszeichens.

Die junge Frau, deren Umriss nur durch einen Schleier erkennbar sind, steht stellvertretend für eine jener Iranerinnen, die 2009 für die Freiheit und den Sieg der Revolution auf die Straße gingen. Das grüne Armband steht für die starke Kraft und die gemeinsame Hoffnung, die Millionen von Menschen auf die Straßen führte. Alte und Junge, Männer und Frauen, Schiiten oder Sunniten – das Symbol des grünen Bandes vereinte Menschen aller Schichten und Klassen. Eine Grüne Welle, anschwelend und mächtig: das war die Hoffnung. Doch bei allem Optimismus, der im Siegeszeichen sichtbar ist, lässt sich – gerade auch durch unsere eigenen medialen Erfahrungen – nicht vergessen, dass hier ganz verschiedene Kräfte aufeinanderstoßen, dass die Auseinandersetzung und der Kampf mit ungleichen Mitteln ausgetragen werden. Hier die organisierte Staatsgewalt, dort die improvisiert organisierte symbolische Macht: Ungleicher könnten die Verhältnisse nicht sein.

Das Plakat bietet noch (mindestens) eine weitere Betrachtungsebene an. Das Finger-V als Ausdruck eines ganz persönlichen Triumphs, als individuelles Siegesymbol, als Gesten-Trophäe: für einen Grimme-Preis. Die Auszeichnung von Regisseur Ali Samadi Ahadi, Produzent Oliver Stoltz und Producer Jan Krüger für „Iran Elections 2009“ schlägt nach dieser Interpretation eine zeichenhafte Brücke: an die Adresse aller anderen Preisträger. Das Motiv der zum V gespreizten Finger weist auch auf die gegenwärtigen starken politischen Erschütterungen und politischen Befreiungsbewegungen in der arabischen Welt hin, die – in ganz unterschiedlichen Formen – Teil unserer täglichen medialen Wirklichkeit sind. Wobei – dies kommt einem im Institut in den Sinn – die Wahl eines Ausschnittes aus „Iran Elections 2009“ mit der impliziten politischen Aussage sicher auch im Sinne des Namenspatrons dieses Fernsehpreises wäre, Adolf Grimme: Denn er, früherer preußischer Kulturminister, setzte sich gegen das Terrorregime Hitlers ein, und er war nach dem Krieg, auch als Rundfunkverantwortlicher, ein Mahner für Freiheit, Wahrheit und Aufklärung, anzustreben immer auf der Basis von freiem Denken und Bildung.

Somit schlägt das diesjährige Plakat mehrere Brücken – zwischen unterschiedlichen Kulturen, weiter über eine Jahrhundertwende hinweg, dann zwischen verschiedenen politischen Epochen und Bewegungen. Damit verdichtet es eine universelle Geste, deren innere Kraft bis heute nicht aufgeweicht ist. ■