

Ein Mythos, der nach Inszenierung schreit

Keiner hat das Lied „Stille Nacht! Heilige Nacht!“ in den vergangenen zwanzig Jahren so medienwirksam in Szene gesetzt wie er: der in Salzburg lebende Filmkomponist und Produzent Hannes Schalle. Seine neuesten Projekte sollen nun auch die restlichen fünf Milliarden Menschen mit dem Lied medial, digital und viral erreichen.

Vor oder zwei Jahrzehnten in einem ZDF-Livestudio in Erfurt: Die Wiener Sängerknaben treten mit einem von Hannes Schalle neu arrangierten „Stille Nacht“-Lied, intoniert von der US-Operndiva Jo Ann Pickens, in den Schlussminuten der damals beliebten TV-Show „Wetten, dass . . . ?“ auf. Mehr als 15 Millionen Deutsche, Österreicher und Schweizer sehen zu. Den Anlass gab der 150. Todestag von Joseph Mohr. Hinter der Bühne verfolgten der unpässliche Popsänger Lionel Richie und der Fachhochschulmanager Hannes Schalle auf einem Monitor das Geschehen. Dem Land Salzburg und Partnern war der Auftritt fast 37.000 Euro wert, dennoch war die Werbung für das Tourismusland Salzburg praktisch unbezahlbar. In diesen Minuten erfuhr wirklich schlagartig jeder Zuseher, dass das Lied in Salzburg entstanden war. Dort sind die Winter schön und Mohr und Gruber so bekannt wie „John Lennon und Paul McCartney“ (Moderator Thomas Gottschalk). Einige Jahre später setzte Schalle als Filmkomponist mit dem Lied abermals einen Quotenknaller für „Die Liebe kommt mit dem Christkind“ (ARD, 2010), den 6,52 Millionen Zuseher verfolgten.

Wenn es darum geht, „Stille Nacht“ unter die Masse zu bringen, ist Schalle ungeschlagen. Die Legitimation dazu sind Erfahrung, die Doppelqualifikation als Musikkomponist und Filmproduzent und Erfolg, gemessen in Quoten, Zuschauer- und Absatzzahlen. Allerdings muss er heute andere Wege gehen, denn die goldenen Zeiten der zweistelligen Millionen-Zuseherzahlen im TV sind vorbei. In seiner Produktionsfirma in der Sal-



burger Gemeinde Grödig gibt Schalle Einblick in seine Pläne mit „Stille Nacht“. Hier, mit den Felsstürzen des Untersbergs im Rücken, umgeben von summenden Serverschränken, die Gigabytes von Filmdaten verarbeiten, werkelt er fiebhaft daran, das Lied endgültig in die Umlaufbahn der medialen Unsterblichkeit zu schießen – dorthin, wo schon seit geraumer Zeit „The Sound of Music“, Mozart und Elvis kreisen. Die Digitalisierung hat auch in der Massenunterhaltung die Regeln neu geschrieben: Nur weil das Lied bekannt ist, heißt das nicht, dass es in unserer lauten Medienwelt auch wahrgenommen wird. Vieles, was vor Jahren fürs TV produziert wurde, ist heute technisch und hinsichtlich der veränderten Sehgewohnheiten gar nicht mehr spielbar.

„Ein Mythos“, sagt Schalle, „muss deswegen immer wieder aufs Neue inszeniert werden, mit den Schauspielern, der Anmutung, der Technik von heute.“ Kino und TV sind mittlerweile in der

Futterkette weiter nach hinten gerückt: „Fernsehhalte werden heute vor allem über das Internet transportiert, zu sehen auf Plattformen wie Netflix und Amazon und empfangbar auf mobilen Devices. Inhalt und Storytelling müssen heute auf allen Medien, auch auf Smartphones, funktionieren. Entscheidend für Inhalte sind vor allem Brands und Faces. Dies kann Salzburg opulent bieten“, resümiert der umtriebige Produzent. „Leider hat Salzburg ‚Stille Nacht‘ bis dato noch nie wirklich weltweit medial in Szene gesetzt.“ Wien hingegen produziere seit Langem eine Weihnachts-TV-Show unter dem Titel „Christmas in Vienna“. Dementsprechend tüftelt Schalle an einer „Silent Night Music Show“ für TV und Internet, die weltweit zu Weihnachten ausgestrahlt werden sollte. Eine Show ist aber nur ein Teil eines dreiteiligen Konzepts für „Stille Nacht“: In den kommenden Monaten sollen noch ein Dokumentarfilm und ein Spielfilm entstehen.



HANNES M. SCHALLE

Geboren 1963 in Villach-Warmbad, ist Schalle ein vielbeschäftigter Fernsehproduzent, Autor, Regisseur und Filmkomponist. Die Werkschau des in Salzburg lebenden Kärtner, der in Graz, Boston und Salzburg studiert hat, umfasst mehr als 100 Produktionen, davon 31 als Produzent, 70 als Komponist und zwölf als Regisseur. Er arbeitete mit den renommiertesten Orchestern, Dirigenten und Sängern der Musikwelt zusammen und produzierte für internationale Labels und TV-Stationen. Schalle war vier Jahre lang Geschäftsführer der Fachhochschule Salzburg. Seine erfolgreichsten Produktionen waren die vierteilige TV-Miniserie „In Search of Beethoven“ und die neunteilige TV-Reihe „Classic Cuts“ (3Sat). Er erarbeitete Live Performances wie die EXPO-2000-Produktion „Enter 4 Elements“ und führte die Bühnen- und TV-Regie beim Sir-Peter-Ustinov-Memorial „Human Waves“ (2004). Heute führt Schalle das 2006 gegründete Moonlake Entertainment und Aikon Creatives (2011). Seine Arbeiten der jüngsten Zeit sind Rennsportdokus wie „Lauda – The Untold Story“ (2014), „The Green Hell“, „In Space“ und die Salzburg-Mythen „Herbert von Karajan“, „The Sound of Music“ und „Stille Nacht“.

Die ersten Szenen der Doku zur Entstehungs- und Verbreitungsgeschichte des Liedes mit dem Titel „Silent Night. A Song Heard Round the World“ sind bereits im Kasten. Der britische Weltstar und Oscar-Preisträger Jeremy Irons führt auf einer Reise durch die Entstehungsorte. Interviews mit Stars aus der Pop- und Opernwelt wie Joss Stone oder Michael Bublé, aber auch mit einem „Rolling Stone Magazine“-Chefredakteur zeigen die globale Bedeutung des Liedes. Im Winter 2018 werden dann die Kameras für einen Kinofilm rollen. Mit internationalen Stars, in englischer Sprache, einem Fünf-Millionen-Budget, in rasiermesserscharfer 8K-Ultra-High-Definition-Auflösung, Mehrkanalton und fixfertig abgeschlossenen Abnahmeverträgen. Im Mittelpunkt steht Joseph Mohr als „interessanter Filmfigur als Gruber“, sagt Schalle (Regie, Co-Buch und Musik). „Viele Filme wurden schon darüber gemacht, aber keiner richtig.“ Inhaltlich soll die Zeit so düster geprägt werden, wie sie wirklich war, beginnend mit dem Stadtbrand von 1818, einer Hinrichtung, Hunger, Seuchen. „Der ganze Film ist nichts wert, wenn sich Mohr nicht auf eine Heldenreise begibt, die ihn in Versuchung führt, resultierend in einer Erhöhung des Helden und seiner Selbstrettung aus dem Verderben.“ Da seien auch historische Fakten zweitrangig, denn niemand gehe ins Kino, um sich eine wissenschaftliche Faktensammlung vorlesen zu lassen. Je düsterer das Dunkel, umso heller beginnt dann die Botschaft des Liedes am Ende zu strahlen. Zumaldest das hat sein Film mit allen anderen gemeinsam. iTunes, Google Play, Xbox und Amazon warten schon.