Interview

Bionicle die erste...

Film ab

Sie sind mittlerweile in fast allen Elementen zuhause, sind futuristisch und doch Lego. Ihre Faszination auf Kinder, vor allem Jungs, ist schwer fass- und umso deutlicher spürbar. Wer ist in der Lage, sich derart komplexe Welten auszudenken? Wer schreibt das Drehbuch für die Bionicle-Inszenierungen und wer designed diese bizarren Wesen? Lego ermöglichte TOYS einen Blick hinter die Kulissen. Wir begleiten eine Filmproduktion, die Transparenz in die Bionicle Welt bringen soll und zeigt, wie ferne Welten entstehen

Kinder testen die Prototypen der Bionicle Generation 2008

Die Autoren Anya Biberthaler und Bernd Gerriets haben die Entwicklung der neuen Bionicle Generation über ein Jahr lang begleitet und dokumentiert. Ihr Film, „Die Bioncles 2008“ lief im Juli auf Pro Sieben/Galileo (genaues Sendedatum zum Redaktionsschluss noch nicht bekannt).

Frau Biberthaler, Sie haben bis vor drei Jahren die Lego-Pressestelle geleitet und nun als freie Autorin das Drehbuch für den Bionicle-Film geschrieben. Ist es nicht ein kaum zu vollbringender Spagat, die werbliche Seite völlig außen vor zu lassen und sich rein auf sachliche Inhalte zu konzentrieren, wenn man gern und lange für ein Unternehmen gearbeitet hat?

Anya Biberthaler: Nein, das war kein Spagat – ich fand es vielmehr interessant, die Perspektive zu wechseln. Ich wollte als Autorin eine spannende Doku machen, bei der die Zuschauer dranbleiben und nicht nach acht Sekunden schon entnervt wegzappen. Ich finde, das Ergebnis kann sich sehen lassen. Der Film ist informativ und zugleich unterhaltsam – das entspricht dem modernen Format eines Wissensmagazins wie Galileo. Es ist uns gelungen, die Entwicklung der neuen Bionicle Generation 2008 aus der Sicht des Chefdesigners Christoffer Rauendahl zu erleben. Er entwirft, er verwirft, kreiert wieder neu, er kämpft, er leidet. Und am Ende siegt er. Das ist eine moderne Heldensaga. Das wollen Menschen sehen.

Herr Nipper, die Bionicle sind ja nicht unumstritten unter Lego-Usern der ersten Generationen, haben sich aber allen Unkenrufen zum Trotz als Umsatzrenner herausgestellt. Worin liegt die Faszination dieser Wesen und was an ihnen ist Lego?

Mads Nipper: Das Bionicle Universum ist eine fantastische Fantasie Welt mit Helden und Bösewichten – etwas das Jungs auf der ganzen Welt dazu inspiriert viele Stunden damit zu spielen. Die Bionicle Figuren, die in dem Universum leben, basieren auf einem System, das System in Play und kreatives Bauen ermöglicht – dies macht Bionicle zu einem wahren Lego Produkt trotz des völlig anderen Looks. Und nicht zuletzt: Die Bionicle Figuren sind robuster als andere Lego Sets, was mehr Action Play ermöglicht.

Herr Gerriets, was ist das Ziel des Bionicle-Films, mit welchen Einstellungen arbeitet er und was wollen Sie herausarbeiten?

Bernd Gerriets: Der Film will verstehen lassen, wie viele Ideen und Fantasien so ein Designerteam wie das des Bionicle-Chefdesigners Christoff Rauendahl entwickelt, weiter verfolgt oder wieder verwirft bis am Ende eine fertige neue Generation der fantastischen Zwitter aus Monster und Maschine vor den Kindern und Käufern bestehen muss. Wir haben gesehen wie die ersten Modelle aus Ton Kindern gezeigt wurden – haben mitbekommen wie die Hardcore-User unter ihnen kein Blatt vor den Mund genommen haben. Und wir haben gesehen wie Christoffer Rauendahl diese Kritik aufnahm, die Anregungen der Kinder dann umgesetzt hat. So ist der Film ein sehr spannender und tiefer Blick in das Innenleben der Produktentwicklung bei einem der bekanntesten Spielzeughersteller der Welt geworden. Erstmals übrigens.

Herr Gerriets, inwieweit haben Sie die Inhalte mit dem Unternehmen abgestimmt, abstimmen müssen?

Gerriets: Das ist wie überall, wo man sich als Journalist unter dem Hausrecht eines anderen bewegt. Was der einem nicht zeigen oder sagen will, das zeigt und sagt er einem auch nicht. Dennoch haben wir alle wesentlichen Schritte der Entwicklung, der Tests und der Produktion begleiten können. Das war schon eine sehr offene Atmosphäre. Uns kam es ja insbesondere auf die menschlichen Köpfe hinter den Bionicles an – und so haben wir Christoffer Rauendahl und Mads Nipper auch in kritischen Momenten der Entwicklung getroffen, haben sie begleitet und ihnen über die Schulter geschaut.

Herr Nipper, die meisten Unternehmen zeigen sich sehr verschlossen, was Einblicke hinter die Kulissen der Entwicklungsabteilungen angeht. Wie steht Lego dazu?

Nipper: Natürlich müssen wir unsere wichtigsten Geschäftsgeheimnisse schützen. Aber wir haben uns auch dazu entschieden, eine offenere Firma zu werden, in der wir zum Beispiel Informationen über die Produktentwicklung teilen. Wir teilen dies mit ausgesuchten Handelspartnern und in einigen wenigen Fällen auch mit Journalisten. Wann immer wir dies im letztgenannten Fall tun, ist eine Frage des Vertrauens und ebenso der Qualität der Geschichte, die die Journalisten erzählen wollen. Wenn wir der Meinung sind, dass es eine großartige Geschichte ist – wie im Falle des Bionicle Films und wenn wir nicht über komplett neuartige Produktkonzepte sprechen, dann unterstützen wir aktiv solche Projekte.

Mads Nipper, Vorstand Entwicklung schaut Christoffer Rauendahl im Entwicklungsprozess über die Schulter

Frau Biberthaler, inwieweit profitiert ihrer Meinung nach die Firma Lego von dem Film?

Biberthaler: Vor zwei Jahren hätte niemand einen solchen Film machen können – da waren bei solch sensiblen Themen noch alle Türen verschlossen. Aber eine transparente Unternehmenskultur wird von den Menschen eigentlich immer sympathisch gewertet. Jede Firma, die sich hinter die Kulissen schauen lässt, gibt dem Zuschauer die Möglichkeit auch die Menschen hinter dem Produkt zu sehen.

Sie sind ja nun nicht mehr PR Frau für Lego, was ist ihre Motivation dabei?

Biberthaler: Ich habe es schon immer spannend gefunden, wie die neuen Produkte entwickelt, getestet und dann gelauncht werden. Aber solch einen tiefen Einblick in den Prozess habe ich tatsächlich erst bei diesem Film gewonnen. Es ist doch so: du siehst im Laden ein Produkt stehen. Schön und gut. Aber was steckt dahinter? Sind es Stunden oder Jahre an Arbeit? Sind die Designer kreative Freaks oder Otto Normalos? Sehen tatsächlich Kinder die Produkte bevor sie auf den Markt kommen oder nur Manager über 50? Das sind doch alles ungeheuer spannende Fragen, die sich natürlich auch die Zuschauer stellen. Als Autorin habe ich versucht, einen Film zu machen, der auf diese Fragen eingeht.

Herr Nipper, dem Außenstehenden scheint es, als würden innerhalb der Lego-Produktpalette immer mehr fantastische Welten entstehen. Kannibalisieren sich diese nicht selbst?

Nipper: Mit Sicherheit gibt es ein bisschen Kannibalisierung. Auf der anderen Seite haben wir unser gesamtes Wachstum signifikant steigern können mit der gleichen Anzahl an Produkten. Daher schlussfolgere ich, dass auch der Effekt der Kannibalisierung seine Grenzen hat.

Herr Nipper, ein klassischer Lego-Designer kann sicherlich kein Bionicle zum Leben erwecken. Holen Sie sich hier Input von Freelancern?

Bionicle Chefdesigner Christoffer Rauendahl im Designlabor. Vor ihm Prototypen aus Ton und aus Plastik (links). Der Bionicle Kopf aus Ton (oben) soll bald Kindern vorgestellt werden

Zur Person

Mads Nipper (42) Lego Entwicklungs- und Vertriebsvorstand, Billund Dänemark.

Bernd Gerriets (44) ist Inhaber und Produzent der Filmproduktion watch and tell – fp in München. Im Themenbereich Lego hat er in den letzten sechs Jahren ein knappes Dutzend Filme produziert, unter anderem Dokumentationen und Beiträge für Wissensmagazine.

Anya Biberthaler (33) arbeitet als selbstständige Journalistin und Autorin in München.

Nipper: Nein, nicht mehr. In den ersten Jahren haben wir mit einigen Freien gearbeitet, aber jetzt haben wir eine Gruppe fantastischer Designer im Bionicle Team. Diese arbeiten viel mit Kindern speziell in Deutschland und in den USA, um das richtige Design zu finden. ❑