



Full Metal Village

Full Metal Village

Der kulturelle Unterschied zwischen den braven Bewohnern der kleinen schleswig-holsteinischen Gemeinde Wacken und den aus der ganzen Welt angereisten Heavy-Metal-Fans kann kaum größer sein. Hier Spitzenblusen, goldene Kreuzfixe und dunkle Einreihler, da Nietenhalsbänder, tätowierte Teufel und schulterlange Haare. Ein Blick in das Programm von „Wacken Open Air (W:O:A)“ verrät, welche Bands nach Wacken kommen: Cannibal Corpse, Grave Digger, Testament, Raise Hell, Death Angel, Sodom. Wacken ist mit 40.000 Metallern so etwas wie ein Wallfahrtsort geworden. Dass ihr Dorf das spirituelle Zentrum der Welt ist – zumindest für diese Szene – erfüllt die Wackener mit Stolz. Identität und Zusammenhalt der ländlichen Gemeinde scheinen ohne das Heavy-Metal-Festival kaum mehr denkbar. Zugleich scheint Wacken einen gravierenden Wandel durchzumachen. Das reicht von den Umwälzungen der unrentabel gewordenen Milchwirtschaft bis zu einer Neudefinition des jahrhundertealten, bäuerlichen Selbstverständnisses. Vielleicht meint Bauer Trede genau diesen Mentalitätswandel, wenn er sagt: „Menschen sind besser zu melken als Kühe.“

The cultural divide between the good folks of Wacken in Schleswig-Holstein and the heavy metal fans who have descended on their quiet community from all over the world could hardly be greater. Starched blouses, golden crucifixes and dark suits meet studded collars, tattoos and shoulder-length hair. The Wacken Open Air line-up of bands says it all: Cannibal Corpse, Grave Digger, Testament, Raise Hell, Death Angel, Sodom. Wacken has become a place of pilgrimage for 40,000 heavy metal fans. And the folks of Wacken are proud that their village is the spiritual centre of the world – at least for some people. The heavy metal festival has become a firm fixture in the identity of this rural community. At the same time, Wacken seems to be undergoing a fundamental change – from the restructuring of the unprofitable dairy industry to a new definition of their centuries-old rural identity. Perhaps that's what farmer Trede means when he says: "It's more profitable to milk people than cows".

2006, 90 Min., 35 mm, Farbe *colour*, deutsche Fassung *German version*

Regie Director Sung-Hyung Cho

Drehbuch Screenplay Sung-Hyung Cho

Kamera Camera Marcus Winterbauer

Schnitt Editing Sung-Hyung Cho

Produktion Production Helge Albers, Roshanak Behesht Nedjad, Konstantin Kröning, Flying Moon Filmproduktion GmbH

Adresse Address Rosa-Luxemburg-Str. 40, 14482 Potsdam, Germany, Tel: +49 331 70 42 50, Fax: +49 331 704 25 11, e-mail info@flyingmoon.com

Regisseurin **Sung-Hyung Cho**, geboren 1966 in Busan, Südkorea, kam nach einem Studium der Kommunikationswissenschaften in Seoul 1989 nach Marburg, wo sie bis zu ihrem Masterabschluss Kunstgeschichte, Medienwissenschaften und Philosophie studierte. 1999/2000 studierte sie Elektronisches Bild an der HfG Offenbach. In Eigenregie entstanden mehrere Dokumentationen und Musikvideos. Cho war als freie Mitarbeiterin im Bereich Schnitt und Technik tätig, 2001-2003 als Cutterin bei der In-motion AG in Frankfurt/Main. Dort leitete sie auch Seminare am Filmhaus und am SAE Institute.

*Director **Sung-Hyung Cho**, born in 1966 in Busan, South Korea, studied mass communication in Seoul and came to Marburg in 1989, where she studied art history, media studies and philosophy. In 1999/2000 she studied electronic imaging at the HfG Offenbach. She has made several documentaries and music videos. Cho has worked freelance in the cutting and technology sectors before becoming a cutter at In-Motion AG from 2001-2003 in Frankfurt/Main, where she also gave seminars at the Filmhaus and the SAE Institute.*

Filme *Films*

1997: Türen, Dämmerung; 1999: Der Wind, die Schenke und das Spinnennetz; 2000: Take Me; 2001: Your Mind; 2002: Just Say No!, Schrei ohne Schmerzen; 2003: Parzival in Isfahan (Schnitt; Regie: Bruno Schneider); 2004: Türkisches Roulette (Schnitt; Regie: Bernd Butzbach), Marys Quasselbude; 2006: Full Metal Village (NFL 2006)

Do 2. Nov.

22.45 h

Kino 7