

GOOD NEWS

VON KOLPORTEUREN, TOTEN HUNDEN UND ANDEREN WIERNERN

**Realisation
Ulrich Seidl**

mit

**SALAH ABDEL GALIL, MUSTAFA MOHAMMED
KUMAR SAHA PRABIR, MOHAMED KAJAL ISLAM
ROZAK MOHAMED, BHAN SINGH MAHARAJA**

**Kamera: Hans Selikovsky, Schnitt: Peter Zeitlinger/Klaudia Ecker
Künstlerische Mitarbeit: Michael Glawogger Produktionsleitung: Monika Maruschko**

eine Hans Selikovsky - Filmproduktion

SYNOPSIS

ÜBER DIESEN FILM SUR CE FILM ABOUT THIS MOVIE

VON DEN ZEITUNGSKOLPORTEUREN in ihren gelb-roten Uniformen: Jungen Männern aus Indien und Ägypten, aus Pakistan und der Türkei – Mohammedanern aus der dritten Welt.

Von Obdachlosen im Asyl, vom Angestellten an der Heimorgel, vom toten Hund und seinem Besitzer, vom Schrebergärtner und seinem Rasen, vom Betrunkenen und seinem Stammbeisl...

Von der jungen Frau mit den Kleintieren und der Sehnsucht nach Geborgenheit, vom Sterbenden im Spital.

Von der grausamen Regelmäßigkeit des Wiener Alltags und von der täglichen Zeitung.

Von Hinterzimmersmoscheen, vom österreichischen Wohnzimmer und den Löchern, in denen die Kolporteure hausen, von den versklavten Zeitungshändlern und ihren Kontrolloren, von guten Nachrichten, von Ausländern, die sie an der Ecke verkaufen, von kleinen Tieren, kleinen Wohnungen, von kleinen Leuten und kleinen Geschichten, vom Wahnsinn der Normalität. Davon erzählt dieser Film.

DES VENDEURS DE JOURNAUX dans leurs leur uniforme jaune et rouge: jeunes hommes venus de l' Inde ou d' Egypte, du Pakistan ou de Turquie - musulmans du tiers-monde.

Des sans-abris dans un asile de nuit, un employé jouant chez lui de l'orgue électronique, un chien mort et son maître, un jardinier du Dimanche et son gazon, un ivrogne et son bistrot habituel...

Une jeune femme, ses animaux familiers, et sa quête éperdue de tendresse, des agonisants sur leur lit d'hôpital: Quotidien Viennois, Quotidiens des viennois.

Des mosquées au fond de débarras, des salles de séjour autrichiennes et des niches où logent les colporteurs, des vendeurs de journaux réduit à l'esclavage et ceux qui les contrôlent.

Quelques bonnes nouvelles et ces étrangers qui les vendent au coin de la rue,

Des petits animaux familiers, des petites histoires.

Démence de la normalité.

Tout cela constitue le sujet de ce film

ABOUT NEWSPAPER SALESMEN in their yellow and red uniforms: About young men from India, Egypt, Pakistan and Turkey – moslems from the third world. About homeless in the asylum; the employee on his home organ, about the dead dog and his owner, the home gardener and his lawn, about the wino and his favorit bar...

About the young woman and her pets and her desire for security,

about the dying person in the hospital.

About every day life in Vienna and it's daily newspaper.

About backroom mosques. About the austrian livingroom and the dumps in which

ZUHAUSE...

Um 16 Uhr komme ich circa nach Hause, jausne, tu mit meiner Frau besprechen, was es so Neues gibt und dann nehme ich die Zeitung, lese oder fernsehe.

CHEZ MOI...

Vers 16h, je rentre chez moi, mange un petit morceau, discute avec ma femme ce qu'il y a de neuf, ensuite je lis le journal ou je regarde la télé.

AT HOME...

I come home at about 4 p.m., have a snack, discuss what's new with my wife, then I take the paper, read or watch TV.

newspaper salesmen live. About modern slaves and their supervisors. About good news, about foreigners who sell them around the corner.

About small animals, small apartments, small people and small stories.

About the madness of the ordinary.

That's what this film is about.

MAN HAT VON MIR EINEN ANDEREN FILM ERWARTET

ULRICH SEIDL

IM ALLGEMEINEN gehe ich von einer bestimmten Beobachtung, einer Begegnung, einem bestimmten Erlebnis und den damit verbundenen Gefühlen an einen Film heran. Das Irrationale der Emotion ist meine Triebfeder, nicht die kühle Überlegung. Es geht um eine Art von Betroffenheit, um diesen durchdringenden Augenblick, in dem einem das Leben nahe ist. Dieses intensive Gefühl ist es, das mich so etwas wie Wahrheit erkennen lässt: Dieser klare Blick auf einen bestimmten Sachverhalt impliziert für mich die Gewissheit, eben dies filmen zu müssen, aus diesem Thema einen Film machen zu müssen.

Konkreter Ausgangspunkt für diesen Film waren Szenen, die jedem Bewohner dieser Stadt bereits zur Alltäglichkeit geworden sind und daher auch nicht mehr weiter beachtet werden: Zu jeder möglichen Tag- und Nachtzeit, dunkelhäutige Gesichter, verummigte, in gelb-rote Uniformen gezwangte Ausländer, die mitten im dichten Verkehr zwischen den Autos herumrennen und jedem die tägliche Zeitung entgegenstrecken. Aber nicht nur dort.

An Straßenbahnhaltestellen, vor Supermärkten, in Beisln und Restaurants, Märkten, Fußgängerzonen, vor Kinos, in Altersheimen und Spitäler...

Wandelnde Reklametafeln, die bis in den letzten Winkel der Stadt hinein die Bevölkerung mit täglichen Nachrichten versorgen. Hier die lächelnden Nachrichtenhändler, dort vorbeikommende Wiener, die gerne

plaudern, vom Krieg erzählen, von der feuchten Wohnung, Schmäh führen, grantig sind.

Lebensweisheiten werden ausgetauscht, Unmut geäußert, wichtig getan. Alte Menschen sind das vor allem und so etwas wie Stammkunden, die ein Gespräch suchen.

Was heißt es aber wirklich, Kolporteur zu sein in Wien?

Es heißt: täglich 13 Stunden Arbeit, minimaler Verdienst – Sieben Zeitungen müßte ein Kolporteur verkaufen, um sich selbst eine kaufen zu können – es bedeutet ein freies Unternehmertum mit all dem damit verbundenen Risiko, aber ohne jegliches Recht...

An welchen Orten die Kolporteure ihre Zeitungen verkaufen dürfen, in welcher Form sie das tun müssen, zu welchen Zeiten, wieviel sie verkaufen müssen, das bestimmt allein der allmächtige Arbeitgeber „mediaprint“, die gemeinsame Vertriebsfirma der beiden, den Markt beherrschenden, größten österreichischen Tageszeitungen, die sich



weit über drei Millionen Leser untereinander aufteilen.

Neuankömmlinge aus Ägypten, aus Pakistan, aus der Türkei werden eingeschult, in der Verkaufstätigkeit abgerichtet, systematisch eingeschüchtert und von fahrenden Kontrolloren permanent bei ihrer Arbeit überwacht.

Mit dem Slogan „Keep smiling – keep sel-

KEEP
SMILING!
KEEP
SELLING!

Mein Name ist
Renate, ich bin
25 Jahre alt. Als
Kind träumte ich
davon, am Land
zu wohnen, mit
einem sehr
großen Garten,
Tiere zu züchten,
einen netten
Ehemann zu
haben, später
auch dann
Kinder.

ling“ werden sie hinausgeschickt, denn – so der Schulungsleiter – „das Leben ist hart genug, die Leute auf der Straße sind immer ernst und freuen sich, wenn sie dann das freundliche Gesicht eines Kolporteurs sehen, das bringt dann auch mehr Absatz und so mehr Geld.“

Bei Verfehlungen wie, „die Kappe nicht aufgesetzt“, „Zeitungen nicht richtig präsentiert“, „getratscht mit dem Kollegen“, wird der Kolporteur zunächst verwarnt.

Daß Zuspätkommen zum Arbeitsplatz zu den Todsünden der Kolportage, so heißt die Tätigkeit offiziell, gehört, versteht sich von selbst. Konsequenzen aus Fehlverhalten sind Geldentzug und Arbeitsplatzverlust.

Aber für die meisten dieser Männer aus Dritte-Welt-Ländern ist das eine Katastrophe, es bedeutet die Abschiebung in ihre Heimat, weil für jede andere Arbeit eine Arbeitsbewilligung nötig wäre.

Das alleine wäre Stoff genug für einen Film, der versuchen würde, diese Machenschaften, diese Art modernen Sklavenhandels an die Öffentlichkeit zu bringen.

Diesen Film wollte ich nicht machen.

Schon seit längerem hatte ich eine andere Idee zu einem Film mit mir herumgetragen. Mit dokumentarischen Mitteln Alltagsgeschichten zu erzählen, beharrlich und doch distanziert, bestimmte Abläufe des Alltags festzuhalten.

Alltägliche Situationen, die durch Gewohnheit so etwas wie unsichtbar geworden sind. Auf diese Alltäglichkeiten wollte ich meinen Kamerablick werfen. Einige dieser Ideen sind dann auch in „Krieg in Wien“, einem Film von Michael Glawogger, bei dem ich die Co-Regie übernahm, eingeflossen, aber sie hier, als Gegengewicht zur Geschichte der Zeitungsverkäufer einzubauen, gab dem Film eine ganz neue Dimension.

Unabhängig von Szenen, die mit Kolporteuren, und deren Lebensumständen in der für sie fremden Stadt gedreht wurden, entstanden kleine Geschichten, die für mich so etwas wie die „Welt der Zeitungsleser“ repräsentieren könnten.

Alltägliche Geschichten aus dem Obdachlosenasyl, aus der Tierarztpraxis, aus Schrebergärten oder einfach aus österreichischen

Wohnzimmern.

Mit der Zeit hatte sich eine Menge solcher kleiner Geschichten angesammelt, deprimierende wie groteske, Mitleid erregende wie komische.

Hier die Welt der ausländischen Zeitungshändler, da die Welt der Zeitungsleser.

Diese Mosaiksteinchen wurden letztlich zu einem Bild über das Leben in der großen Stadt zusammengesetzt.

Ich wollte also keinen Film machen, der die Machenschaften eines bestimmten Medienkonzerns entlarven sollte, keinen, der beim Zuschauer nichts Anderes als Mitleid mit den Kolporteuren erwecken würde, auch keinen, der von Gut und Böse spricht, sondern einen, der über die Beobachtung von fremden Welten den Blick auf den eigenen Alltag und dessen Wahnsinn lenkt.

DIE KAMERAARBEIT

FÜR KAMERAMANN Hans Selikovsky gab es sowohl in technischer Hinsicht als auch in der Kameraführung alles andere als alltägliche Bedingungen. Es bedurfte langer gemeinsamer Erfahrung, ihm meine Bildvorstellungen so zu vermitteln, daß sie für ihn zur Selbstverständlichkeit wurden. Viele Szenen wurden aus der Hand gedreht, es gab keine Möglichkeit, bestimmte Kadrägen vorher festzulegen, zwischen mir und ihm mußte eine vollkommene Übereinstimmung darüber herrschen, wie eine Bild gesetzt werden sollte. Für bestimmte Szenen wurde spontane Handkamera eingesetzt, allerdings bestand ich darauf, der Handkamera eine ganz bestimmte Art der Führung zu geben, auch um auf bewußt kadierte Endbilder zu kommen.

Die Szenen sollten im Ganzen bestehen bleiben und nicht in der Montage verkürzt werden.

Die „Lokaltour von Ali“ ist ein Beispiel dafür: Die Kamera verfolgt den Kolporteur auf seiner Tour durch verschiedene Gasthäuser. Der Gang von der Straße in die jeweiligen Lokale wurde in einer Einstellung gedreht, wobei die Lichtverhältnisse extrem unterschiedlich waren und an der Grenze des überhaupt Möglichen lagen.

Wir hatten es nämlich zum Kamerakonzept

des Filmes gemacht, alles ohne zusätzliches Licht zu drehen, außerdem arbeitete Selikovsky ohne Assistenten, mußte also bei diesen Gängen Blende und Schärfe selbst ziehen. Keine leichte Aufgabe, werden doch in vieler Hinsicht die Grenzen des Möglichen von der Kamera bestimmt und dabei im Allgemeinen mehr Wert auf Sicherheit als auf Risiko und Innovation gelegt.

DIE REALISIERUNG

VON ANFANG AN war klar, daß ich für diesen Film eine Arbeitsmethode wählen mußte, die eine kontinuierliche Entwicklung des Vorhabens – inhaltlich wie formal zuläßt.

Eine Idee war, den Film in einen jahreszeitlichen Ablauf zu stellen, das heißt, der Dreh wurde in mehrere Perioden aufgeteilt, die sich insgesamt über den Zeitraum eines Jahres erstrecken sollten.

Nach jeder Phase sollte das Material am Schneidetisch grob geschnitten werden können, sollte überprüft werden, wie weit die Ergebnisse mit den ursprünglichen Vorstellungen übereinstimmten, wie gut das neue Material im Zusammenhang mit dem schon gedrehten aussah.

Das entscheidende Konzept des Films war, in jeder Drehphase auf die Ergebnisse des schon bearbeiteten Materials zu reagieren und dadurch den Gestaltungsprozeß so offen wie möglich zu halten.

Zu den besten Ergebnissen kamen wir, als letztlich die Drehphasen in einzelne Drehtage aufgesplittert wurden.

Das war nur durch Beharrlichkeit und Konsequenz zu erreichen, denn eine derartige Arbeitsmethode richtet sich gegen jede organisatorische Routine des Filmemachens.

KUMAR SAHA PRABIR,
KOLPORTEUR

„NIX ANDERE LAND FRAU“

**Ich habe keine
österreichische Freundin.
Ich habe keine Zeit.
Ich glaube, wenn ich
heiraten, muß heiraten
meine Land Frau.**

Nix andere Land Frau.

**VOM ALLTAG DER WIENER
UND VON DER HINTERZIMMERMOSCHEE**

ON ATTENDAIT DE MOI UN TOUT AUTRE FILM

ULRICH SEIDL

POUR CHACUN de mes films, je pars en général d'un fait observé, d'une rencontre, d'une expérience particulière et des sentiments qui l'accompagnent. C'est l'irrationnel de l'émotion qui m'aiguillonne et non la réflexion mesurée. Cet instant est une sorte d'interpellation où soudain la vie paraît très proche. Ce sentiment intense me permet d'entrevoir quelque chose qui approche la vérité. Ce regard lucide et clair face à tel état de chose implique la certitude de devoir réaliser ce film, de devoir réaliser un film sur ce thème.

Des scènes qui font partie du quotidien immuable des habitants de cette ville et ne font de ce fait plus l'objet d'observations critiques furent le point de départ concret de ce film : à toutes heures du jour comme de la nuit, les visages basanés, souriants, de ces étrangers emmitouflés, serrés dans leur uniforme rouge et jaune évoluent, aux endroits de fort trafic, au milieu des voitures et proposent à tout un chacun le journal du jour. Mais pas seulement là. Aux arrêts d'autobus, de tramways, devant les supermarchés, dans les bistrots et les restaurants, sur les marchés, devant les cinémas, dans les maisons de retraite, les hôpitaux...

Mouvantes images publicitaires qui apportent jusque dans les recoins les plus obscurs de la ville les nouvelles quotidiennes

Ici, les souriants vendeurs de journaux, là les viennois qui aiment à causer, raconter la guerre, leur logement humide, aiment à blaguer, râlent.

On échange des maximes sur l'existence, on exprime ses mécontentements, on se vante. Des personnes d'un certain âge surtout composent cette clientèle habituelle, dans leur quête de quelqu'un à qui parler.

Que veut dire exactement être colporteur de journaux à Vienne?

C'est travailler 13 heures par jour, gagner peu - il faudrait au vendeur vendre 7 de ses

journaux avant de pouvoir lui-même s'en acheter un - une libre entreprise avec tous les risques que cela comporte et bien sûr aucun droit...

Du lieu où les colporteurs ont le droit de vendre leur marchandise, de la manière dont ils doivent procéder, du moment, du nombre des ventes, de tous ces points c'est la toute puissante „Média-print“ , maison de distribution commune aux journaux les plus lus en Autriche (plus de 3 millions de lecteurs), qui décide..

Les nouveaux venus d'Egypte, du Pakistan, de la Turquie passent devant un instructeur, se voient systématiquement intimidés et soumis à un contrôle permanent . . .

Nantis du slogan: „Keep smiling - keep selling“ , les voici à pied d'œuvre. Car, (selon l'instructeur) „la vie est bien assez dure, les gens sont tristes et préoccupés, de ce fait, ils sont bien content d'apercevoir le visage souriant des colporteurs. Donc, plus de ventes et partant, plus d'argent“ Le colporteur est prévenu: qu'il vienne à omettre de porter la „casquette“, négliger la „présentation“, à oser „causer avec ses collègues“, il sera puni. Arriver en retard fait partie des péchés capitaux de la profession (officiellement baptisée „colportage“), c'est évident. La conséquence en sera retrait d'argent ou perte de l'emploi. . . .

Or ceci, pour ces hommes venus du tiers-monde, c'est la catastrophe, cela signifie être renvoyé chez soi, étant donné que pour toute autre activité professionnelle un permis de travail serait requis.

Tout ceci déjà aurait suffit à faire le sujet d'un film qui aurait eu pour dessein d'exposer au grand jour cette espèce d'esclavagisme moderne.

Ce film là, je ne voulais pas le faire.

Longtemps déjà, j'avais dans l'idée un tout autre film. Raconter le quotidien en utilisant les moyens du documentaire, fixer, tout en conservant une certaine distance mais avec ténacité, des situations de tous les jours. Des scènes qui, dans leur banalité, en étaient devenues presque invisibles. Sur celles-là même je voulais poser le regard de la caméra. Quelques-unes de ces idées fu-

rent introduites dans le film „Guerre à Vienne“ de Michael Glawogger, dont je fus le réalisateur associé.

Ici cependant, placées en contrepoids de l'histoire des vendeurs de journaux, elles devaient donner au film une dimension toute nouvelle.

Indépendamment des séquences qui furent tournées avec les colporteurs et leur entourage, dans cette ville qui leur est étrangère, naquirent de petites histoires pouvant à mes yeux représenter l'univers du „lecteur des journaux“.

Evénements banals, quotidiens, dans un asile de nuit, au cabinet du vétérinaire, chez les jardiniers du dimanche ou tout simplement dans un intérieur viennois.

Le temps passait et j'avais réussi à recueillir quantité de ces petits épisodes, déprimant tout autant que grotesques, pitoyables ou comiques.

Ici, le monde des vendeurs de journaux, là, celui des lecteurs.

Ces pièces de mosaique ont fini par être assemblées pour former une image de la vie dans la grande cité.

Ce n'était donc pas un film dénonçant les louches activités de certains puissants de la presse ou n'éveillant chez le spectateur que de la pitié pour ces pauvres colporteurs; non plus que sur le bien et le mal. Mais un film qui, au travers de l'évocation d'un monde étranger, dirige notre regard sur notre propre quotidien et sa démence.

LA REALISATION

DES LE DÉBUT, il était clair pour moi qu'il serait nécessaire de trouver une méthode de travail laissant le champ libre à une évolution continue du projet au cours de sa réalisation, aussi bien au niveau du con-

tenu que de la forme. Il était possible par exemple d'inscrire le film dans un contexte de durée saisonnière, c'est à dire de découper le tournage en plusieurs périodes qui assemblées couvriraient la durée d'un an. Chaque phase serait aussitôt travaillée grossièrement sur la table de montage, mesurée à l'idée initiale et étudiée en fonction de sa compatibilité avec le matériel déjà réalisé. Le concept fondamental de ce film était de réagir lors de chaque nouvelle phase du tournage sur le matériel déjà existant afin de conserver le processus de création aussi



ouvert que possible.

Nous atteignîmes aux meilleurs résultats en découpant les phases en journées de tournages indépendantes. Ceci n'était possible qu'à force de ténacité et d'esprit de conséquence; une telle méthode de travail bouleversant absolument toute routine organisationnelle cinématographique.

L'IMAGE

POUR NOTRE CAMÉRAMAN, Hans Selikovsky, les conditions de travail (autant au niveau technique qu'au niveau de la prise de vue) allèrent à l'inverse de toute routine. Il fallu un long temps d'adaptation, d'expérience commune, pour que mes conceptions quant à l'image lui soient devenues naturelles. De nombreuses scènes furent

VIENNE.
AUTRICHE.
OMI

tournées si l'on peut dire à main levée. Il était impossible d'établir des cadrages préalables; il fallait que l'entente entre lui et moi soit parfaite dans l'élaboration de telle ou telle séquence. Certaines scènes furent tournées spontanément, à la caméra libre. J'exigeait d'ailleurs de l'utiliser de façon toute particulière afin d'aboutir à des images finales dont le cadrage pouvait être fixé à l'avance.

Le „circuit d'Ali“ en est un exemple: la caméra accompagne le colporteur dans sa tournée de plusieurs débits de boisson. Le chemin depuis la rue jusqu'à chacun des établissements a été filmé sous un angle qui imposait des conditions d'éclairage toujours différentes, à la limite du réalisable.

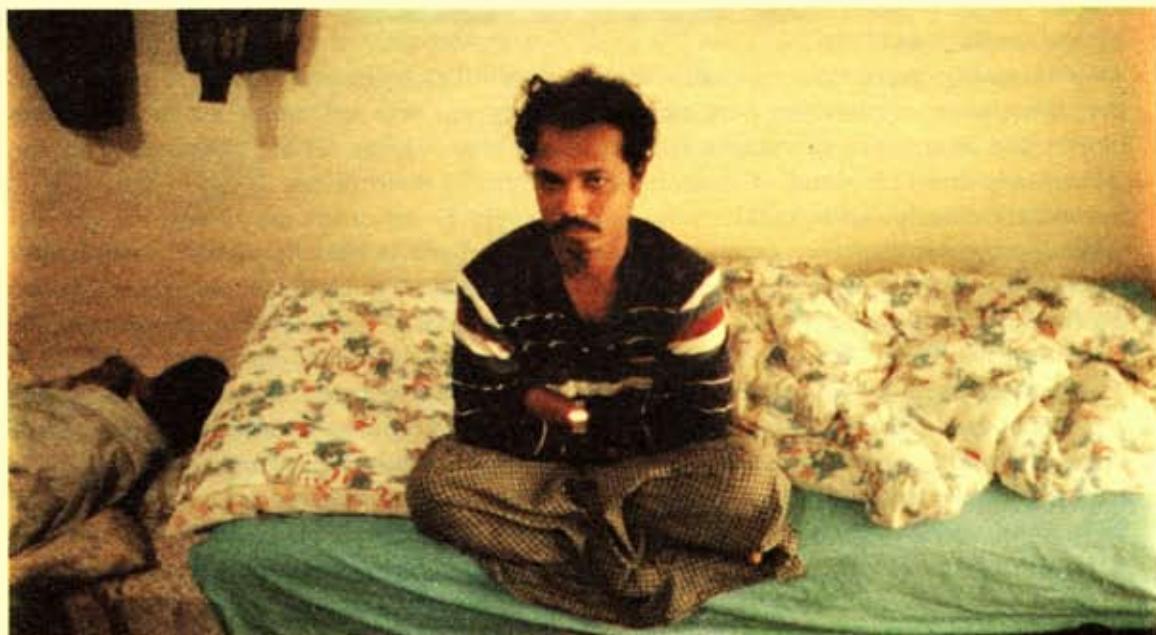
Nous avions tenu depuis le début à ne jamais utiliser de sources de lumière supplémentaires, de plus, Selikovsky travaillait sans assistant, ce qui fait qu'il devait effectuer lui-même tous les réglages. Rien moins que difficile, d'autant plus que les limites du possible étaient données par la caméra elle-même. Nous accordâmes en général plus de valeur à la sûreté qu'au risque ou à l'innovation.

LA DEMENCE DE LA NORMALITÉ

DES SALONS AUTRICHIENS ET DES
MOSQUÉES AU FOND DE DÉBARAS

PAS UNE FEMME AUTRE PAYS

J'ai pas de petite amie autrichienne. Pas de temps. Je travaille 13 heures tous les jours. Je crois, si je marie, alors je dois marier femme de mon pays, pas une femme autre pays



I WAS EXPECTED TO DO A DIFFERENT MOVIE

ULRICH SEIDL

GENERALLY I APPROACH a movie from a specific observation, an encounter, a specific experience and related feelings. My drive is the irrational of the emotion, not the cool deliberation. I am after a feeling of concern. I am after the penetrating moment when life itself is truly close to you. It is this intense feeling by which I can recognize something like truth. For me this clear view of a specific fact implies the certainty that I have to film exactly this, that I have to make a movie out of this subject.

The actual starting point for this movie are those events that have already become part of "everyday life" and are therefore not noticed anymore by the residents of this city. Anytime during day or night, dark smiling faces, muffled up foreigners, forced into yellow and red uniforms, who run around in the midst of heavy traffic and

offer the daily paper. But not only there; they are also at tramstations, supermarkets, in bars and restaurants, marketplaces, pedestrians-only-zones, in front of theaters, homes for the elderly and hospitals... they are walking signboards, who supply the residents with the daily news down to the last ditch of the city.

Here: the smiling newspaper salesman. There: the passers-by, who like to chat and talk about the war and their damp apartments; they joke or they are grumpy. They exchange their philosophies. They express their anger, and they do some wisecracking. It is mostly the elderly and steady custo-

mers, who are out for a chat.

But what does it really mean to be a newspaper salesman in Vienna? It means this: 13 hours a day, minimum wage.

Seven papers he would have to sell to buy one. A free enterprise with all its risks but without rights. "Media Print" the omnipotent employer, determines where and when the salesmen may sell their papers; it determines the number of papers they have to sell and it determines in what fashion they have to do it. "Media Print" is the distributor of the two biggest Austrian newspaper publishers – they are the marketleaders divying up a market of 3 million readers. "Media Print" provides the training for newcomers from Egypt, Pakistan and Turkey. The newcomers are being intimidated and they as well as their work are permanently



controlled by motorized supervisors.

They are sent off under the slogan "keep smiling – keep selling" because – in the words of their trainer – "life is hard as it is, people on the street are always uptight and appreciate the friendly face of a newspaper salesman, that increases sales and makes more money". In case of misdemeanours like "not wearing the hat", "newspaper improperly presented", "chatting with a colleague", the newspaper salesman gets a warning. Naturally, being late for work is regarded like capital crime.

Loss of employment or loss of wages are further retributions. But this is a catastro-

WORK

Hello Big Boss!
Hello
Hello, hello Boss!
Hello...
What's the
number of this
spot!
My number,
number 170,
boss

phe for most of these men from the third world countries, since all other jobs require a working permit. This alone would be a sufficient subject for a movie.

For quite a while I had another idea for a movie. To tell stories from everyday life in the style of a documentary. To capture the course of everyday events in a persistent yet disinterested manner. Everyday situations that go unnoticed because we got used to them. I wanted to focus the eye of the camera on these ordinary situations. Some of these ideas went into the movie "Krieg in Wien" ("War in Vienna") which I codirected with Michael Glawogger. But I incorporated these ideas into this movie to counterbalance the story of the newspaper salesmen. That gave this movie a whole new dimension. We shot scenes about newspaper salesmen and their lives in a city foreign to them. Independently we shot little stories which I take to represent the "world of the reader": Little stories about an asylum, a vet clinic, backyard gardens or simply about austrian living rooms. In due course I accumulated a whole lot of those little stories, depressing stories as well as grotesque ones, pitting and funny ones.

Here the newspaper salesman's world, there the reader's world. We put these pieces together to create a mosaic of life in a big city. I did not want to make a movie that exposes the machinations of a big media trust. I did not want to make a movie that merely causes the viewer to pity the newspaper salesman. I did not want to make a movie that talks about good and bad. I rather wanted to make a movie that talks about ones ordinary life and it's madness by observing foreign worlds.

REALISATION

FROM THE VERY BEGINNING I knew that I had to choose a strategy that would allow to continuously develop the formal aspect of the movie as well as its content. One of my ideas was to place the movie within the sequence of the seasons, that is why we devided the shooting of the movie into a number of periods that were distributed over a whole year. After each period I wanted to preedit the shot film. I wanted to

check to what extent the results matched with the original idea and how it fit in with the material we already had.

The crucial concept was the following:

In each stage of the process I wanted to react to the previously shot material. I did that to keep the creative process as open as possible. We had the best results when we finally split up the periods of shooting into a single day. That was only possible through determination and consistency because such a method of working is opposed to every production routine in filmmaking.

CAMERAWORK

THE WORKING CONDITIONS for the cameraman Hans Selikowski were anything but ordinary in terms of operating the camera as well as technically. A fair amount of shared experience was required until I was able to communicate my visual ideas in such a way that they became second nature to him. Many scenes were shot with the hand-held camera. We didn't have the option to determine a specific framing in advance. There had to be complete harmony between us about what a shot had to look like. For certain scenes he spontaneously reacted with his hand-held camera to whatever occurred. However, I insisted on guiding the hand held camera in a manner, that would give (among other things) the ending of a shoot a deliberate framing. Where a scene ended had to be decided while shooting and not on the editing table. Ali's touring the bars serves as an example: The camera follows the newspaper salesman on his tour through various restaurants. When he enters the restaurant from the street, we filmed it in one shot. The light was extremely disparate. It was on the limit of what can be done. Regarding the camerawork we had adopted the goal to shoot without additional light. Moreover Selikovsky worked without a camera assistant, which meant that, on such occasion, he had to pull the focus as well as the f-stop himself. It wasn't an easy task, for in many respects the limits of the doable are determined by the camera and usually people prefer playing it safe over taking a risk and doing innovative work.

GOOD NEWS: VON KOLPORTEUREN, TOTEN HUNDEN UND ANDEREN WIENERN

COLPORTEURS, CHIENS MORTS ET AUTRES VIENNOIS - NEWSPAPER SALESMEN, DEAD DOGS AND OTHER PEOPLE FROM VIENNA

MITARBEITER / CREW AND CAST / ÉQUIPE

Österreich / Autriche / Austria 1989/90

Gedreht zwischen Juni 89 und April 90 in Wien

Tourné entre juin 89 et avril 90 à Vienne

Filmed between June 89 and April 90 in Vienna

Ulrich Seidl

Regie / Realisateur / Director

Ulrich Seidl, Hans Selikovsky,

Idee / Idée / Idea

Michael Glawogger

Kamera / Directeur de la photographie / Director of Photography

Hans Selikovsky

Künstlerische Mitarbeit / Coopération Artistique / Art Collaborator

Michael Glawogger

Zusätzliche Kamera / Photographie Additionnelle / Add. Photography

Peter Zeitlinger

Schnitt / Montage / Editors

Peter Zeitlinger, Klaudia Ecker

Ton / Son / Sound

Helmut Juncker, Ekkehart Baumung

Zusätzlicher Ton / Son Additionel / Additional Sound

Walter Fiklocki, Herbert Koller,

Regieassistent / Assistant Realisateur / Assistant Director

Nikolaus Ochs, Andreas Gallé

Konsulent von Herrn Seidl

Michael Glawogger

Schnittassistenz / Assistants Monteurs / Assistant Editors

Peter Zeitlinger

Tonmischung / Mixage / Recording Mixer

Anita Platzer, Frank Soiron

Lichtbestimmung / Etalonnage de la Lumière / Colour Timer

Johann Wiesinger

Titel / Générique / Titles

Rudi Tresch

Design

Adolf Zittner

Standphotos / Photographe de Plateau / Still Photographer

Andreas Dusl

Dolmetscher / Interprète / Interpreter

Manfred Radler

French Connection / Sous-Titres

Mohamed Amr Sabet,

Produktionsleitung / Régisseur Général / Production Manager

Hamidur Rahman,

Produktionsassistenz / Assistante R. G. / Assistant M.G.

El Hädi Saighi

Aufnahmleitung / Regisseur d'extérieurs / Location Manager

Manuel Chemineau

Filmgeschäftsführung / Comptable / Accountant

Monika Maruschko

Sabine Derflinger

Werner Boote

Manfred Fritsch

Selikovsky Filmproduktion

Produzent / Producteur exécutif / Executive Producer

A-2200 Enzersfeld, Gartengasse 15

Contact: Ulrich Seidl, A - 1090 Vienna, Wasserburgergasse 5/7,

Tel.: (2202)3962

Tel.: (0222), 310 2824

35mm (blowup Super16) / color , 1:1,66

126 Minuten – Originalversion Deutsch / Original Version German /

Version Originale Allemande

Unter Mitwirkung der Kolporteurs / Avec la participation des colporteurs / With the help of the newspaper salesmen:

Salah Abdel Galil, Mustafa Mohammed, Kumar Saha Prabir, Mohamed Kajal, Rozak Mohamed, Bhan Singh Maharaja.

Mit / Avec / With: Babul, Wolfgang Fruhmann, Mahmoud Azis Hanafi, Aloisia Hofbauer, Helmut Jirkal,

Renate List, Norbert Supp, Silvia Umshaus, Johann Vogel, Johann Wiltschnigg;

und den Familien / e des familles /

and the families : Bäwert, Coufal, Grammel, Groinig, Hodosch, Ondra, Pfann, Riebrer, Sarcözi, Schindler, Schlögl, Wächter

ULRICH SEIDL

REALISATION

Geboren 1952 in Wien. Regiestudium an der Wiener Filmhochschule. 1983 unehrenhaft entlassen. Seit 1984 diverse Auftragsarbeiten für das Österreichische Fernsehen.

Né en 1952 à Vienne (Autriche). Etudes de mise en scène à l'école viennoise de cinéma. Mis à la porte en 1983. Depuis 1984, travaille pour la télévision nationale autrichienne.

Born 1952 in Vienna, studied film directing at the filmacademy in Vienna. Since 1984 he did various commissioned works for austrian TV (ORF).

1980	Einsvierzig
1982	Der Ball
1984	Look 84 (unvollendet)
1989	Krieg in Wien (Co-Regie mit Michael Glawogger)
1990	Good News : Von Kolporteuren, Toten Hunden und anderen Wienern

THIS FOLDER...

Designed and edited by Andreas Dusl
All stills were printed from original footage
Version française: Manuel Chemineau
English translation: Marian David
Computing.: Anton Prettenhofer
Published by Elastic Freeway Enterprises and
The Powers Of Asporland, A-1020 Vienna, Schreygasse 6/17

KEEP SMILING, KEEP SELLING

VOM WAHNSINN DER NORMALITÄT

LA DEMENCE DE LA NORMALITÉ

ABOUT THE MADNESS OF THE ORDINARY

Wir wissen genau, das Leben ist hart genug, das heißt, wenn wir auf der Straße schauen, wie die Leute auf der Straße gehen, sind die meisten ernst und keiner freundlich und es ist sehr angenehm für einen Passanten, ein freundliches Gesicht zu sehen. Das bringt mehr Verkauf und mehr Geld.

On sait tous que la vie est dure, je veux dire par là que quand on regarde les gens dans la rue, ils font des mines plutôt tristes et pas aimables, alors pour le passant il est très agréable que le colporteur lui fasse un visage souriant .Du coup, on vend plus et on gagne mieux.

We know exactly that life is hard enough, that means, when we look at how people walk in the streets. Most of them are upright, none of them is friendly and it's very nice for someone to see a newspaper salesman with a friendly face That's good for business and for making money.

