## MIND AFTER MIDNIGHT

Logline

"Mind After Midnight" erzählt von Janne, einer Frau Ende 20, deren Kampf mit Schlaflosigkeit in eine absurde Konfrontation mit ihrer eigenen personifizierten Insomnia mündet - eine Dramedy über Selbstzweifel, gesellschaftlichen Druck und den verzweifelten Wunsch nach Schlaf.

## Thema und Besonderheit

Chronische Müdigkeit ist die in der Schweiz verbreitetste Volkskrankheit.\* In einer sich immer schneller bewegenden Welt, steigt die Dringlichkeit nach gesichertem Schlaf und erholsamen Nächten immer mehr. Gleichzeitig ist Schlaf ein universelles Grundbedürfnis, das tabuisiert wird. Wer nicht schlafen kann, scheint selbst schuld daran zu sein oder es sogar herauszufordern, denn der eigene Selbstwert ist stark verbunden mit Produktivität.

Schliesslich gäbe es genug Massnahmen den Schlaf zu verbessern. Doch Insomnia ist ein Biest, das mit näherer Betrachtung immer aggressiver wird. Das führt dazu, dass 70 Prozent der betroffenen ständig mit der Angst kämpfen, nicht schlafen zu können.\* Nachts neigt man eher zu negativen Gedanken, falschen Schlussfolgerungen und impulsivem Verhalten, was fatale Auswirkungen haben kann auf die psychische und physische Gesundheit.\* Die Ironie, dass die Angst vor der Schlaflosigkeit selbst schon die Symptome hervorruft, bildet die Basis dieser Tragikomödie.

Anders als andere Projekte zum Thema Schlaflosigkeit möchte ich mit meiner Geschichte auf diese Absurdität aufmerksam machen indem ich sie in einer eher unkonventionellen, humorvollen Art und Weise erzähle und weder darauf abziele Betroffene noch die Hauptfigur zu labeln oder den einen "richtigen" Umgang damit zu zeigen. Eine Scheinfigur (Insomnia) als Antagonistin zu nehmen, soll das Verständnis der durchaus komplexen Problematik vereinfachen und die Beziehung vom Publikum zu den Charakteren verstärken.

Zielgruppe

Jede dritte Person in der Schweiz leidet an Schlafstörungen.\* Diese Zahl steigt seit 2012 vor allem unter jungen Frauen zwischen 15 und 39 Jahren.\* Daher ziele ich ab, mit meinem Projekt ein ähnlich junges Publikum anzusprechen, das vor allem weiblich, deutschsprachig, interessiert an (Kurz-)Filmen und Serien und möglicherweise selber betroffen von Insomnia ist. Auch Menschen, die generell bis tief in die Nacht auf Social Media (YouTube, Instagram, Foren), Streamingplattformen oder Mediatheken scrollen, sollen angesprochen werden.

# Synopsis

Jede Nacht schafft es Insomnia ihre Nachbarn mit einem Überraschungsbesuch zu wecken. Auch Janne, die damit sehr zu kämpfen hat, denn in letzter Zeit wacht sie nachts immer gegen 2 Uhr auf und bleibt unfreiwillig für mehrere Stunden wach. Die dadurch fehlende Erholung wandelt sich in einen scheinbar undurchbrechbaren Teufelskreis.

Insomnia geniesst Jannes Aufmerksamkeit, obwohl diese eigentlich alles mögliche versucht um den ungebetenen Gast so schnell wie möglich loszuwerden. Doch die Uhr tickt und ihre innere exzentrische Kritikerin erinnert sie immer wieder an ihr Scheitern, plagt sie mit unangenehmen Erinnerungen und schonungslosen Vorwürfen. Durch Insomnias Anwesenheit bleibt Janne die ganze Nacht wach, bis sie vor Verzweiflung plötzlich erkennt, was genau sie wachhält.

Durch die Konfrontation richtet Janne ihren Blick weg von ihren eigenen Problemen auf die Menschen in ihrer Nachbarschaft und erkennt, dass diese ganz andere Wege gefunden haben, mit Insomnia zu leben, sie auszutricksen oder ihre Anwesenheit zu akzeptieren. Indem sich Janne ihren Problemen stellt, verliert Insomnia ihre Wirkung und verschwindet.

### Distribution

Um sowohl auf das Thema als auch den Kurzfilm aufmerksam zu machen, möchte ich mein Projekt multimedial aufbauen. Dafür habe ich 3 Format-Ideen erarbeitet, die vor der Kurzfilmveröffentlichung auf YouTube (30s Videos) und Instagram (Bilder und 30s Videos) einmal wöchentlich nachts gepostet werden können.

Im Format "Nacht-Geschichten" werden 3-6 Passant:innen ihre Mind-After-Midnight-Gedanken und Nacht-Erlebnisse/Faszination teilen, die mit stimmungsvollen Bildern und Videos hinterlegt werden, welche die Gefühlswelt derjenigen wiederspiegelt.

Das Format "How-To-Kurzfilm" zeigt mich und alle Projekt-Beteiligten mit allen Schwierigkeiten und Late Night Thoughts zum Projekt. Behind the Scenes, Prozessupdates, Premiereverlosungen, Snippets und Trailer sollen ebenfalls produziert werden.

Der Kurzfilm wird schliesslich auf YouTube und Vimeo veröffentlicht. Eine Kinopremiere mit anschliessendem Q&A, die auch durch Printartikel beworben werden soll, bildet den Höhepunkt. Danach würde ich mir wünschen, den Film auf Foren und Festivals verbreiten zu können und vielleicht auch in Präventionsvereinen und Gesundheitsförderinstitutionen vorstellen zu dürfen.

## Motivation

Gerade weil alle Menschen schon seit Kindesalter damit vertraut sind, finde ich die filmische Auseinandersetzung mit der Zwischenwelt der nächtlichen Gefühlsextremen äusserst fesselnd. Ich erhoffe mir mit meinem Diplomprojekt, mein an der ZHdK und Filmuniversität Babelsberg erlerntes Wissen über audiovisuelle Medien unter Beweis stellen zu können und einen wertvollen Beitrag für die Entstigmatisierung von psychischen Krankheiten leisten zu dürfen.

# Finanzierung

Die ZHdK unterstützt das Diplomprojekt mit einem Beitrag von 1'000 CHF. Da wir jedoch die Kosten für Location, Transport, Equipment, Requisiten, Kostüm und nicht zuletzt für die Verpflegung von Cast und Crew decken müssen, sind wir auf Sponsorings und Spenden angewiesen. Im Gegenzug können wir uns mit einer Nennung im Abspann bedanken und produzieren Content auf Social Media.

# Mood Board Kurzfilm und Kampagne











































Zeitplan Übersicht

	KW 40	KW 50	KW 10	KW 13	KW 18		KW 25
	Stoffentwicklung	Vorprod	duktion	Drehphase	Postproduk	ction Distribution	
Drehbuch/ Recherche	Treatments, Überarbeitu	ıngen					
Kamera	visuelles Konzept, Story						
Szenografie/ Styling	Konzeptentwicklung, An	trag Fundus					
Distribution / Social Media	Konzeptentwicklung SoMe + A	Auswertung		BTS und Conte	ent Produktion		
Musik	Temp 1	racks				Komposition	
Drehplan		Drehorganisa	tion				
Crew		Tea	mfindung				
Cast		Cas	tings				
Location		Loc	ation scouting				
Ton						М	ischung
Schnitt					Roh-	und Feinschnitt	

## Distribution im <u>Betail</u>

Vorproduktionsphase		Drehphase	Postproduktion	Fil	m online	Auswertung
			Themenbasierten Conte	nt produzieren + veröffentlich	en	
		BTS produzieren	+ veröffentlichen		Premierefotos	
Cas	st und Crew			Countdown + Verlosu	ng	
			Updates zum Proz	ess	Zitate + Stills	
Einführung / Projektübe	rsicht			Trai	er	

- 1. Phase: Einführung der Kampagne und Vorstellung des Projekts, erste interaktive Posts und Umfragen
- 2. Phase: Behind-the-Scenes, erste Eindrücke und User-Generated Content

#### Team

Buch, Regie, Produktion, Schnitt und

Distribution: Miranda Winter
Produktion: Peer Langenheim
Regieassistenz: Peter Reutlinger
Kamera: Oliver Schmocker
Kameraassistenz: Ralph Fässler

**Sound:** Dominic Barmet **Musik:** Moritz Lieberherr

Mentor: Marc Lepetit

Studiengangs- und Produktionsleitung:

Nico Lypitkas

## Kontakt

Miranda Winter Seebahnstrasse 231 8004 Zürich

miranda.winter@zhdk.ch 077 481 46 86 mirandawinter.ch @ran.mi.da

## Temp Track



\*Quellen

Links: SRF Beitrag 1 / SRF Beitrag 2 / RND Beitrag / Spektrum Kolumne