



SOCIÉTÉ SUISSE DES AUTEURS
SCHWEIZERISCHE AUTORENGESELLSCHAFT
SOCIETÀ SVIZZERA DEGLI AUTORI

Schweizer Filme, eine kurze Runde und schon sind sie wieder weg

von Mathieu Loewer

Mit den guten Einspielergebnissen von so verschiedenartigen Werken wie der Koproduktion *Home*, dem Zeichentrickfilm *Max & Co*¹ und den Dokumentarfilmen *La Forteresse* sowie *Nomad's Land* war 2008 für den Schweizer Film in den Westschweizer Kinos ein grossartiges Jahr. Doch abgesehen von diesen wenigen Erfolgen: Wie viele Filme – deren Entstehung von der Planung bis zur Postproduktion Jahre beansprucht hat – stehen bloss zwei, drei Wochen auf dem Spielplan? Wie viele totgeborene Filme gibt es, deren Leben endet, noch bevor es begonnen hat? Gewiss, es kommen mehr einheimische Langfilme in die Schweizer Kinos (13,7% des Gesamtangebots 2008 gegen 4,8% anno 1982). Doch ihr Marktanteil schwankte in den letzten zehn Jahren zwischen 2 und 10%; letzteres wurde nur erreicht, wenn ausgesprochene Kassenschlager im Spiel waren.

In der Westschweiz ist die Bilanz wegen des beschränkten Marktes noch himmelschreiender. Der Befund des Produzenten von *Home* (Box Productions), Thierry Spicher, tönt wie ein letztinstanzliches Urteil: «Statistisch gehört die Schweiz zu jenen Ländern, in denen der Erfolg der nationalen Produktion proportional am tiefsten liegt. Das ist eine unbestreitbare Tatsache: Unsere Filme interessieren nicht genügend Menschen. Man kann behaupten, dies sei nicht weiter schlimm und der kulturelle Erfolg sei eben nicht kalkulierbar. Doch für ein Einzugsgebiet wie die Romandie von 1,3 Millionen Personen mit sehr hoher Kaufkraft, für Leute, die oft ins Kino gehen, für eine Bevölkerung, die von der Sekundar-, ja Primarstufe an Zugang zur Kultur hat, gut ausgebildet, kultiviert, neugierig ist und nach Kultur verlangt, sind die Resultate katastrophal. Es ist unverständlich, dass im soziologischen Umfeld der Westschweiz ein hier realisierter Spielfilm nicht im Prinzip mindestens 15 000 Personen interessiert.»

Qualität und Vorurteile

Weshalb finden diese Filme so wenig Besucher? Es überrascht nicht, dass die Verleiher und Kinobesitzer als ersten Grund die mangelnde Qualität der Werke anführen. Für Laurent Dutoit, Verleiher (Agora Films) und Programmplaner von Genfer Kinos, ist der wichtigste Vektor für den Erfolg eines Films der Film selbst. «Die Qualität der Werke ist im Vergleich zum übrigen Kinoangebot oftmals ungenügend. Ein kleiner, ein wenig hilfloser Schweizer Film steht in Konkurrenz zu guten ausländischen Filmen, und da ist die Wahl der Besucher häufig rasch getroffen. Andererseits gibt es nur wenige Beispiele von gut gemachten Autorenfilmen mit dem Potenzial von Publikumsmagneten, die sich nicht früher oder später durchgesetzt hätten.»

Selbstverständlich sind Meisterwerke selten... wie überall, wo man Filme macht. Doch das Argument der Qualität, über die sich immer streiten lässt, erklärt

nicht alles. Dieser Ansicht ist auch Frédéric Maire, bis 2009 künstlerischer Leiter des Filmfestivals Locarno und neuer Direktor des Schweizerischen Filmarchivs: «Das Problem liegt weder in der Quantität noch in der Qualität unserer Produktion, sondern vielmehr darin, dass wir seit langem nicht mehr die Chance hatten, das grosse Schweizer Talent auftauchen zu sehen – wie etwa die Brüder Dardenne für Belgien, Haneke für Österreich oder Tanner und Goretta für die Schweiz der 1970er Jahre – das heisst eine Figur, die um sich herum andere Energien erzeugt und das allgemeine Interesse für das nationale Filmschaffen steigert.»²

Ausserdem leidet die schweizerische Produktion beim breiten einheimischen Publikum eindeutig unter einem hartnäckig schlechten Ruf. Langweilig, abgehoben, schlecht gemacht... die Schweizer Filme waren lange Zeit Opfer von Vorurteilen. Seit drei Jahren haben im Fahrwasser von *Grounding* mehrere Erfolge das Ansehen des Schweizer Films wieder (ein wenig) verbessert. Hier wendet man sich jedoch Fragen der kulturellen Identität zu, bei denen man die Abgründe des kollektiven helvetischen Unterbewusstseins erforschen müsste. Das gilt besonders für die Romandie, die unter dem künstlerischen Einfluss Frankreichs steht.

kritische Situation

Andere Parameter lassen sich leichter dingfest machen. Die Westschweiz ist vor allem zu klein für Filme, die nur auf diesen Markt ausgerichtet sind. Selbst wenn sie einen gewissen Erfolg verzeichnen, sind sie selten rentabel. Hinzu kommt eine starke Konkurrenz mit bis zu zehn neuen Langspielfilmen pro Woche. Die Anzahl Filme, die als Erstausführung in den Kinos unseres Landes gezeigt werden, hat sich innerhalb von 15 Jahren verdoppelt (1993 waren es 205, im Jahr 2008 bereits 402), und sie steigt unaufhörlich weiter.³ Der Produzent Gérard Ruey (CAB Productions) dazu: «Es gibt ein Überangebot an Filmen, und das verhindert, schwie-

rigere Werke genügend lange zeigen zu können. Der Zuschauer verliert den Überblick, und sogar Autoren wie Ken Loach oder Michael Haneke sind davon betroffen.» Gegenüber der Dampfwalze des amerikanischen Marketings und der Lawine von Blockbuster-Kopien haben Schweizer Filme wenig Chancen, sich durchzusetzen. Aber sie machen sich auch gegenseitig Konkurrenz. «In den Perioden, in denen mehr Schweizer Filme, zumal Dokumentarfilme, in die Kinosäle gelangen, spürt man, dass das Interesse des Publikums wie der Presse erlahmt», betonen Bea Cuttat und Tizian Büchi (Look Now! Filmverleih).

Erwähnt sei auch die ambivalente Haltung der Presse gegenüber dem Schweizer Film. Werden sie nicht rundweg ignoriert, behandelt man sie häufig gönnerhaft oder mit verdächtiger Freundlichkeit. Davon abgesehen und obwohl niemand behauptet, die Kritik könne einen Film «töten» oder «retten», sind Verleiher und Kinobesitzer einmütig der Ansicht, dass sie eine unentbehrliche Rolle spielt. Die Verleiherin Monika Weibel (Frenetic Films): «Man kann Inserate machen und Plakate aufhängen, aber es braucht auch gute Kritiken.» Doch wie lange kann man noch darauf zählen? Denn der Raum, welcher der Kultur in der Presse zur Verfügung gestellt wird, schwindet wie das Eis der Gletscher, während das Thema «People» an Terrain gewinnt.⁴

Diese kurze Bestandsaufnahme ist zweifellos unvollständig. «Wie die Präsenz des Schweizer Films verbessert werden kann, ist eine Frage, die man sich ebenfalls – und vor allem? – in den Bereichen Verleih, Produktion, Finanzierungspolitik, Berufsausbildung usw. machen sollte», betonen die Filmverleiher Bea Cuttat und Tizian Büchi. Die Faktoren sind tatsächlich mannigfaltig, und jeder ruft nach den Lösungen, die er für richtig hält. Nachfolgend beschäftigen wir uns in erster Linie mit den Bereichen Filmverleih und Kinobetrieb.

Die in diesem Artikel genannten Zahlen stammen aus den Studien des Bundesamts für Statistik (BFS), www.bfs.admin.ch.

Verleih und Werbung – zwei paar Schuhe

Wie und unter welchen Bedingungen werden die Schweizer Filme der Öffentlichkeit präsentiert? Im Fall der Westschweizer Verleiherszene lassen sich laut Definition des Produzenten Thierry Spicher zwei Hauptvarianten unterscheiden: «Einerseits Filme, die wie andere Waren verkauft werden, andererseits solche, die man als Kulturangebote präsentiert.» Die Selektion erfolgt aufgrund einer zwangsläufig zufälligen Schätzung der Anzahl Zuschauer, die der betreffende Film anziehen könnte. Den Filmschaffenden, die sich empören, wenn vom «potentiellen Publikum» die Rede ist, muss man vielleicht mit dem Verleiher Laurent Dutoit sagen, dass die geschätzte Beachtung eines Werks nichts über seinen künstlerischen Wert aussagt: «Gewisse qualitativ hochwertige Filme haben keinerlei Publikums-potential. Es gibt ausgezeichnete Dokumentarfilme, deren Thema zu speziell, zu hart oder nicht sehr attraktiv ist, obwohl wir glücklicherweise auf ein Publikum zählen können, das Dokumentarfilme mag.»

Zahlreiche Produzenten und Filmemacher versuchen ungeachtet entmutigender Prognosen den Sprung in die Kinos. Einigen gelingt es, einen Verleiher zu überzeugen, andern nicht. Wie dem auch sei: Ihre Filme riskieren, mit minimalem «Service» auf die Reise geschickt zu werden: eine oder zwei Kopien, in Genf und Lausanne ins Kino gebracht, kleinformatige Plakate, zwei Pressevorführungen, vielleicht sogar einige Vorpremierer... dann komme, was kommen mag. Man kann gut verstehen, dass die Verleiher in Anbetracht des voraussichtlich bescheidenen kommerziellen

Ertrags auf grosse Investitionen verzichten. Doch wenn man Filme vertreibt, als würde man eine Flaschenpost ins Meer schmeissen, schickt man sie in Wirklichkeit ins Verderben.

Wie rechtfertigt man solche Lancierungen? Sind diese Filme nicht zum vornherein verurteilt? Bei Look Now! und Frenetic Films weicht man der Frage aus. Laurent Dutoit erklärt stattdessen auf klare Weise die Vertriebspolitik von Agora Films: «Wir vertreiben bewusst weniger Filme, aber besser. Das heisst aber auch, dass zwei Drittel der Schweizer Filme nicht mehr erscheinen würden, wenn alle so handeln wie wir! Wenn sich meine Rolle als Filmverleiher darauf beschränkt, einen Kinosaal zu finden, interessiert mich das nicht. Ich will mich für die Filme engagieren, an die ich glaube.» Der Verleiher, der ausserdem als Programmplaner von vier Genfer Kinos tätig ist⁵, beharrt nicht mehr auf diesem Prinzip, wenn er auf die Seite der Kinobetreiber wechselt. «Da ich sozusagen alle Kinos plane, die in Genf Schweizer Filme zeigen, kann ich nicht dermassen «absahnen». Es kommt gelegentlich schon vor, dass ich einen Film annehme, um einem Verleiher eine Freude zu machen, der mir dafür andere liefert, die ich benötige, um meine Säle zu füllen. Falls der Film einen Verleiher hat, muss er schon sehr schlecht sein, bis ich mich weigere, ihn zu spielen. Viele dieser Filme haben jedoch keinen Vertrieb, und der Produzent wendet sich direkt an die Kinobetreiber, die sie aus guten oder schlechten Gründen aufzuführen bereit sind.»

Was für Gründe das auch sein mögen, eines steht fest: Der Markt ist gesättigt. Und in diesem Überangebot gibt es auch zu viele Schweizer Filme. «Die randständigsten Werke müssen sich vielleicht mit der Vorführung an Festivals oder thematischen Filmzyklen zufriedengeben», bestätigen Bea Cuttat und Tizian Büchi (Look Now!). «An Festivals sinkt die Besucherzahl nicht wie im normalen Kinobetrieb. Es gibt im Gegenteil zahlreiche Beispiele von Schweizer Filmen, die in drei Vorstellungen mehr Zuschauer erreichten als bei ihrer Tournee durch die Kinos.» Für manche Werke sind Festivals tatsächlich eine Alternative zum kommerziellen Vertrieb – aber ohne finanzielle Aussichten. Sie finden dort mehr Beachtung und Anerkennung, ja manche gewinnen Preise.

¹ An seinem Budget (30 Millionen Franken) und seinen Ambitionen gemessen, muss der erste Langspielfilm der Brüder Guillaume als Misserfolg betrachtet werden. Trotzdem hat er in der Westschweiz annähernd 27 000 Eintritte erreicht. Siehe Tabellen.

² *Ciné-Bulletin* Nr. 406, August 2009, S. 12.

³ Bei den mit «Erstaufführung» (*film en première vision*) bezeichneten Filmen handelt es sich um Werke, die im ersten Jahr in den Kinos gezeigt werden. Wenn ein Film bereits im vorhergehenden Jahr ins Kino gekommen ist, wird er «Reprise» genannt.

⁴ Siehe zum Thema Presse und Filmkritik *Ciné-Bulletin* Nr. 410, Dezember 2009.

⁵ Scala, Nord-Sud, Cinélux und Bio in Carouge.

Filme von Westschweizer Regisseuren, welche zwischen 1999 und 2009 herauskamen und in der Schweiz über 10 000 Eintritte verbuchten (Daten per 1.12.2009).

8 Dokumentarfilme / 12 Spielfilme / 1 Trickfilm
9 Spielfilme in Französisch / 2 Spielfilme in Italienisch / 1 Spielfilm in Deutsch
Unter den zehn besten Ergebnissen befinden sich 3 Dokumentarfilme.

Quelle: Pro Cinema (www.procinema.ch), Datenerhebung per 1.12.2009.

Für die Erstellung dieser Listen ist die Redaktion verantwortlich. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass einzelne Titel fehlen.

Titel	Regisseur / Regisseurin	Originalsprache	Genre	Eintritte in der ganzen Schweiz
MAIS IM BUNDESHUUS - LE GÉNIE HELVÉTIQUE	Jean-Stéphane Bron	F/CH-D	Dokumentarfilm	105 123
AZZURRO	Denis Rabaglia	I/F	Spielfilm	97 591
HOME	Ursula Meier	F	Spielfilm	89 507
MARCELLO MARCELLO	Denis Rabaglia	I	Spielfilm	49 089
LA FORTERESSE	Fernand Melgar	F	Dokumentarfilm	43 732
TOUT UN HIVER SANS FEU	Greg Zglinski	F	Spielfilm	34 399
NOMAD'S LAND	Gaël Métroz	F	Dokumentarfilm	33 431
MAX & CO.	Samuel und Frédéric Guillaume	F	Trickfilm	31 731
LA GUERRE DANS LE HAUT-PAYS	Francis Reusser	F	Spielfilm	28 039
MON FRÈRE SE MARIE	Jean-Stéphane Bron	F	Spielfilm	25 171
MEIN NAME IST BACH	Dominique de Rivaz	D	Spielfilm	22 514
AU SUD DES NUAGES	Jean-François Amiguet	F	Spielfilm	19 100
BIENVENUE EN SUISSE	Léa Fazer	F	Spielfilm	17 269
LES PETITES COULEURS	Patricia Plattner	F	Spielfilm	17 121
A SYNAGOGUE IN THE HILLS	Franz Rickenbach	F/D	Dokumentarfilm	15 625
B COMME BÉJART	Marcel Schüpbach	F	Dokumentarfilm	15 548
LA VRAIE VIE EST AILLEURS	Frédéric Choffat	F	Spielfilm	14 186
SKINHEAD ATTITUDE	Daniel Schweizer	E/F	Dokumentarfilm	10 964
ON DIRAIT LE SUD	Vincent Plüss	F	Spielfilm	10 442
MIKE HORN - LE VOYAGE INTERIEUR	Raphaël Blanc	F	Dokumentarfilm	10 156
ALINGHI - THE INSIDE STORY	Nicolas Wadimoff	F/E	Dokumentarfilm	10 140

Der Produzent Gérard Ruey meint, gewisse Filme seien hingegen eher fürs Fernsehen geeignet, und stellt fest, dass man mitunter Dokumentarfilme an Kinos verleiht, «die keine echten Kinofilme sind». Auf's Prestige der Kinoproduktion verzichten zu müssen ist allerdings für Produzenten und Filmemacher immer schmerzlich.

«Die Mittel sind vorhanden»

Kann ein Film darauf hoffen, grössere Beachtung zu finden, verschafft man ihm üblicherweise einen kommerziellen Auftritt nach allen Regeln der Kunst mitsamt den entsprechenden finanziellen Investitionen. Diese reichen laut Monika Weibel (Frenetic Films) «von 20 000 bis 200 000 Franken, je nach Potential des Films». Sie ist denn auch der Meinung, dass «die Mittel vorhanden sind, um gute Präsentationen zu machen». Obwohl die staatlichen und institutionellen Subventionen mehrheitlich für die Produktion bestimmt sind, gibt man die Filme nicht schutzlos den Gesetzen des Marktes preis. Tatsächlich stehen

verschiedene eidgenössische und regionale Förderungsinstrumente zur Verfügung, und sie wurden in den letzten Jahren verstärkt. Das Bundesamt für Kultur bietet eine Starthilfe an, eine Risikogarantie für Produktionen, die für ein «breites Publikum» profiliert sind, eine erfolgsabhängige Filmförderung (Succès Cinéma) sowie einen Zuschuss bei der Postproduktion, damit eine kinogerechte 35-Millimeter-Kopie hergestellt werden kann. Nicht zu vergessen die Dienste von John Durie, dem kanadischen, in London etablierten Marketingexperten, der Fragen von Schweizer Produzenten zur Promotionsstrategie ihrer Filme beantwortet.⁶ In der Westschweiz offeriert Regio Distribub Unterstützung bei der Werbung und stellt die Marketingberatung der Programmiererin Chahnaz Sibai zur Verfügung. Schliesslich testet die SRG SSR idée suisse zurzeit eine neue Förderung der Filmpromotion im Rahmen des Pacte de l'audiovisuel 2009–2011. Weitere Verbesserungen sind selbstverständlich immer erwünscht, die Unterstützung durch diese Mechanismen wird jedoch von den Verleihern als recht beachtlich beurteilt.

Selbst wenn die Schweizer Filme damit besser gerüstet sind, um im Kreis der Grossen mitzuspielen, ist verstärkte Werbung kein Allheilmittel. Monika Weibel: «Wenn ein Verleiher das Potential eines Films erkennt, bin ich überzeugt, dass er das nötige Geld investieren wird, aber alles hat Grenzen. Manche Filme, die weder wirklich populär noch Kunst oder Experiment sind, lassen sich nicht einfach positionieren. In solchen Fällen ist guter Rat teuer. Sogar wenn man mehr Mittel in die Werbung steckt, haben sie es schwer, ihr Publikum zu finden.»

Erfahrung und Kompetenz

An den finanziellen Ressourcen liegt es also offenbar nicht. Fehlt es da vielleicht an Erfahrung und Kompetenz? Eine heikle Frage, die Laurent Dutoit diplomatisch beantwortet: «Die Mittel und die Fähigkeiten sind da, werden aber nicht immer optimal eingesetzt. Ein guter Film kann in schlechte Hände kommen. Die Schwierigkeit besteht darin, für jeden Film die passende Werbestrategie zu finden. Eine erfolgreiche Präsentation verlangt vom Verleiher ein echtes Engagement in Zusammenarbeit mit dem Produzenten, um das Plakat, die Trailer usw. zu realisieren. Das läuft nicht immer rund, weil ein enormer Aufwand dahintersteckt. Die Präsentation von *Nomad's Land* erforderte sechs Monate Arbeit, vierzehn Stunden pro Tag, sechs Tage die Woche. Dieser kleine, unspektakuläre Film hätte auch völlig unbemerkt bleiben können. Dank diesem Einsatz ist es gelungen, ihm die notwendige Beachtung zu verschaffen, Agora Films

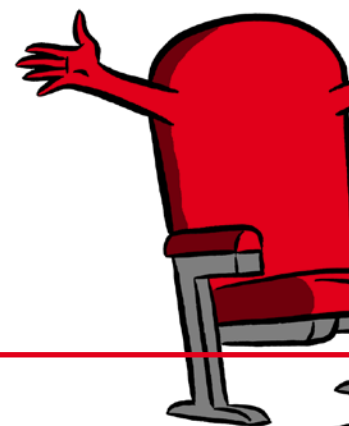
Filme von Schweizer Regisseuren, welche zwischen 1999 und 2009 herauskamen und in der Westschweiz mehr als 10 000 Eintritte-verbuchten (Daten per 1.12.2009)

Titel	Regisseur / Regisseuse	Originalsprache	Genre	Eintritte Westschweiz
GROUNDING	Michael Steiner, Tobias Fueter	CH-D *	Spielfilm	64 479
VITUS	Fredi M. Murer	CH-D *	Spielfilm	55 261
HOME	Ursula Meier	F	Spielfilm	48 118
PANE E TULIPANI	Silvio Soldini	I	Spielfilm	47 740
MAIS IM BUNDESHUSS - LE GÉNIE HELVÉTIQUE	Jean-Stéphane Bron	F/CH-D	Dokumentarfilm	38 674
LA FORTERESSE	Fernand Melgar	F	Dokumentarfilm	32 222
MAX & CO.	Samuel und Frédéric Guillaume	F	Trickfilm	26 959
LA GUERRE DANS LE HAUT-PAYS	Francis Reusser	F	Spielfilm	26 123
DIE HERBSTZEITLOSEN	Bettina Oberli	CH-D *	Spielfilm	24 527
MEIN NAME IST EUGEN	Michael Steiner	CH-D *	Spielfilm	22 870
TOUT UN HIVER SANS FEU	Greg Zglinski	F	Spielfilm	21 515
NOMAD'S LAND	Gaël Métroz	F	Dokumentarfilm	21 073
MARCELLO MARCELLO	Denis Rabaglia	I	Spielfilm	20 049
MON FRÈRE SE MARIE	Jean-Stéphane Bron	F	Spielfilm	19 653
BIENVENUE EN SUISSE	Léa Fazer	F	Spielfilm	17 215
JEUNE HOMME	Christoph Schaub	CH-D/F	Spielfilm	15 627
ACHTUNG, FERTIG, CHARLIE!	Mike Eschmann	CH-D *	Spielfilm	14 670
LES PETITES COULEURS	Patricia Plattner	F	Spielfilm	14 258
AU SUD DES NUAGES	Jean-François Amiguet	F	Spielfilm	14 102
B COMME BÉJART	Marcel Schüpbach	F	Dokumentarfilm	11 615
DAS FRÄULEIN	Andrea Staka	CH-D	Spielfilm	11 014
HEIDI	Markus Imboden	CH-D *	Spielfilm	10 757
AZZURRO	Denis Rabaglia	I/F	Spielfilm	10 155
MEIN NAME IST BACH	Dominique de Rivaz	D	Spielfilm	10 009

4 Dokumentarfilme / 19 Spielfilme / 1 Trickfilm - 7 Spielfilme in Französisch / 8 Spielfilme in Schweizerdeutsch, darunter 6 französisch synchronisiert / 3 Spielfilme in Italienisch / 1 Spielfilm in Deutsch

* Französisch synchronisierte Filme. Unter den zehn besten Ergebnissen befinden sich 4 schweizerdeutsche, in franz. Fassung herausgekommene Spielfilme. Quelle: Pro Cinema (www.procinema.ch), Datenerhebung per 1.12.2009.

Für die Erstellung dieser Listen ist die Redaktion verantwortlich. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass einzelne Titel fehlen.



kann jedoch nicht bei fünf Schweizer Filmen pro Jahr einen solchen Aufwand treiben.»

Nur ist es eben so, dass die Schweizer Verleiher gewohnt sind, das Werbematerial für die Präsentation schlüsselfertig aufbereitet von den gleichsprachigen Nachbarn zu erhalten. Und für Schweizer Filme übernimmt diesen Part häufig der Produzent, wie Gérard Ruey erklärt: «Wir arbeiten mit der Filmcoopi zusammen, die sich um den Verleih und die Bewerbung unserer Filme in der Deutschschweiz kümmert, während wir dasselbe für die Romandie leisten. Je kleiner das Potential eines Films ist, desto intensiver muss sich der Produzent einsetzen. Tatsächlich fehlt es am Können. Man hat Mühe, vom Verleiher ein sachdienliches Urteil zum Plakat oder zum Trailer zu erhalten, man fühlt sich immer ein wenig allein gelassen...» Bea Cuttat und Tizian Büchi von Look Now! begrüßen ihrerseits das Engagement der Produzenten – und der Regisseure – bei der Promotion ihrer Filme, stellen jedoch fest: «Die Erwartungen gegenüber dem Filmverleiher sind oft ziemlich hoch.»

Mangelnde Erfahrung ist allerdings kein Privileg der Produzenten und Verleiher. Im Schweizer Film, wo die Gleichung zwischen den zur Verfügung stehenden Mitteln und den vorhandenen Akteuren eine kontinuierliche Produktion erschwert, sind alle Berufe davon betroffen. Die notwendige Erfahrung zu sammeln, um so seine Fähigkeiten weiterzuentwickeln, dauert hier mindestens dreimal so lang wie anderswo. Für Thierry Spicher gibt es schlicht und einfach zu viele Produktionshäuser – 80 sind es allein in der Westschweiz! – und Verleiher (neben den amerikanischen Firmen zählt man landesweit rund zwanzig unabhängige Gesellschaften): «Sie sind zu zahlreich, um die nötige kritische Masse für Investitionen zu erreichen, die sich gegenseitig decken. Gäbe es weniger, hätte ein grosser Verleiher genügend Filme, um einen echten Westschweizer Ableger zu eröffnen oder sich im Bereich Dokumentarfilm zu spezialisieren.» Pragmatisch schliesst der Produzent von *Home*: «Man muss radikal sein: Entweder man beschränkt sich auf eine reduzierte Lancierung mit minimalem Service und steht dafür gerade, oder man investiert voll, ob man nun 10 000 oder 100 000 Eintritte anvisiert. Und im Schweizer System ist es am Produzenten, sich da reinzuhängen.»

⁶ Siehe *Focal* 2009/4, S. 2; dort wird eine erste Bilanz seiner Promotionsberatung gezogen.



Kinobetriebe: von einem Extrem ins andere

Jede Vertriebsstrategie ist letztlich auf die vorhandenen Kinosäle angewiesen. Davon gibt's in der Schweiz drei Varianten: Multiplex-Kinos, Kinos für Kunst- und Experimentalfilme (*cinéma d'art et d'essai* – heute in einer prekären Situation) sowie alternative Vorführorte am Rand des kommerziellen Betriebs. Damit ein Film sein Publikum findet, ist die Wahl des Saals entscheidend. Der Fall von *Home*, in Genf an Scala und den Multiplex-Betrieb Balxert verliehen, ist in dieser Hinsicht beispielhaft. Indem man auf zwei Hochzeiten tanzte, wurde der Autorenfilm von Filmliebhabern und dem breiten Publikum gesehen.

In den Multiplex-Kinos, wo Werke sämtlicher Richtungen und Kaliber aufeinandertreffen, dominiert die amerikanische Politik des «take the money and run». Die Filme müssen sich in der ersten Woche beweisen, sonst verschwindet ihr Aushang innert kürzester Zeit. Nach dem Trichterprinzip werden sie dann in einen kleineren Saal zurückgestuft oder nur noch einmal pro Tag vorgeführt. Und selbst ehrenvolle Resultate sind keine Garantie: Ein Film, der gut läuft, wird von einem andern verdrängt, der besser läuft. Der von den Verleihern bestimmte Rhythmus verlangt folglich, dass die Filmliebhaber vom Mittwoch an in die Kinos eilen. Ausserdem muss man etwas über die Werke in den Medien erfahren haben, da die Mund-zu-Mund-Propaganda unter diesen Umständen nicht mehr möglich ist. Der Produzent Thierry Spicher fordert, dass man mit dieser Praktik aufhört: «Das ist ein Massaker. Man bringt alles am selben Ort und zur selben Zeit heraus, ohne Unterschiede zu machen. In Multiplex-Kinos müsste anders geplant werden, man sollte nicht alles anbieten, sondern auswählen, die Filme länger im Programm lassen und auf die Spielzeiten achten. Warum nicht einen Film während eines Monats zeigen, jedoch ausschliesslich in der 19-Uhr-Vorstellung? Wenn er sich nur eine Woche hält, werden viele, die interessiert wären, ihn nicht sehen, weil das Wetter an diesem Wochenende gerade wunderschön ist oder die Schwester den 50. Geburtstag feiert...»

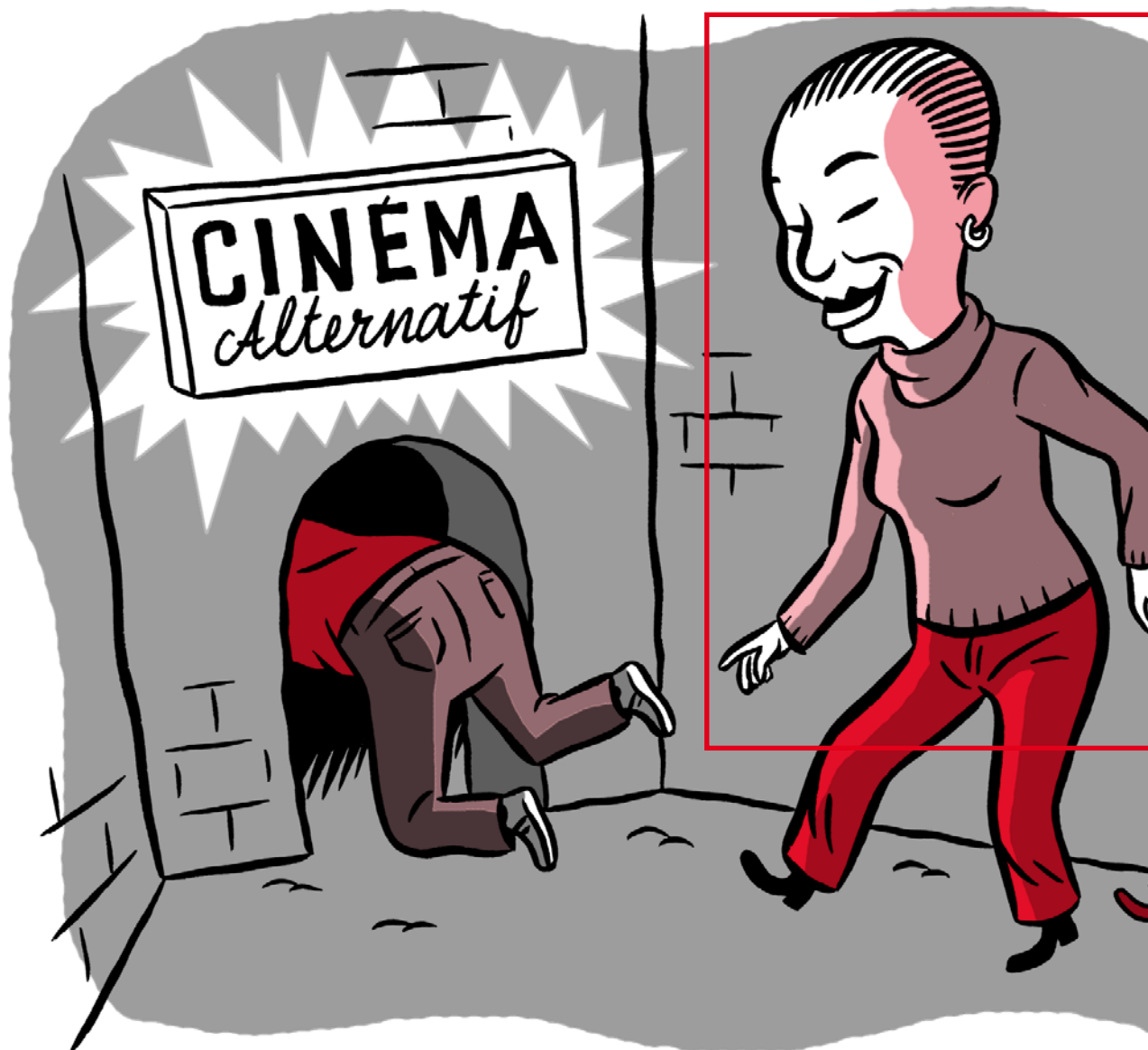
Das Problem der Programmpolitik in Multiplex-Kinos wird in der Romandie durch die Tatsache verschärft, dass in Genf und Lausanne Pathé den Markt beherrscht. Wenn es darum geht, mit den Verleihern zu verhandeln, haben die unabhängigen Kinobesitzer kein Gewicht und müssen sich wohl oder übel mit den schwächsten Filmen zufriedengeben. Auch zu diesem Punkt hat der Produzent von *Home* eine Idee: «Uns fehlt ein unabhängiges Netz zwischen Genf, Lausanne, Neuenburg und Freiburg. Ein einzelner Kinobetreiber kann dem Verleiher nicht sagen: «Ich nehme deine schwierigen Filme, aber du gibst mir diesen da im Alleinaufführungsrecht, weil er ihm keine genügend grosse Verbreitung garantieren kann. Die kleinen Kinos sollen viele schwierige Filme mit Verlust zeigen, aber auch über genügend Durchschlagskraft verfügen, um von den Verleihern erfolgreiche Filme wie den letzten Woody Allen oder Clint Eastwood zu verlangen.»

die letzten Refugien des Liebhaberkinos

In diesem Kontext gewähren einige unabhängige Kinobetriebe Filmen Asyl, die von den Verleihern und anderen Kinobesitzern abgelehnt oder aus den Multiplex-Sälen herausgekippt worden waren: etwa das Bellevaux und das Zinéma in Lausanne, das Spoutnik und das Bio in Genf, das ABC in La Chaux-de-Fonds usw. Diese kleinen Kinos, die mehrheitlich auf kommunale Subventionen zählen können, erfüllen eine kulturelle Aufgabe. Der Betreiber des Zinéma, Laurent Toplitsch, bekräftigt sein Glaubensbekenntnis: «Filme, zu denen man nicht stehen kann, soll man auch nicht aufführen; die andern muss man zeigen. Angesichts der investierten öffentlichen Gelder ist dies beinahe eine Pflicht.» Er profitiert von den bescheidenen Kapazitäten seines «Miniplex» (zwei Säle mit je ungefähr zwanzig Plätzen), weil er dadurch die Filme länger im Programm behalten kann: «Durchschnittlich vier bis sechs Wochen, aber auch bis zu fünfzehn, falls die Besucherzahlen für uns vertretbar bleiben. Und das sind um die 25 Eintritte pro Woche, gegenüber 250 bis 300 bei Pathé.» Seit er zusätzlich das Kino von Oron übernommen hat, engagiert sich der Betreiber an einer neuen Front: «Ich habe erkannt, dass man die Nähe

neu erfinden und zu den Besuchern zurückkehren muss, während die gesamte ökonomische Logik in den letzten Jahren auf Konzentration ausgerichtet war: Man baute ein Multiplex an einer Autobahnzufahrt und erreichte damit die Bevölkerung im Umkreis von 50 Kilometern. Heute überlegen es sich Leute, die vor fünfzehn Jahren keine Träne vergossen haben, als das Kino in ihrer Nähe zuging, zweimal, ob sie eine Stunde Auto fahren wollen, um sich einen Film anzuschauen.»

Man gratuliert sich allenthalben zur Existenz dieser alternativen Kinos, doch die Verleiher plazieren ihre Filme dort nur im äussersten Notfall. Laurent Dutoit bestätigt: «Diese subventionierten Säle müssen nicht dieselben Rentabilitätskriterien erfüllen wie die anderen Kinos. Sie sind dazu bestimmt, kleine Filme aufzuführen, von denen man zum vornherein weiss, dass sie «hoffnungslose Fälle» sind, Werke, die sich an ein beschränktes oder lokales Publikum wenden. Sonst wäre es immer noch gescheiter, den Film anderswo zu spielen und ihn anschliessend in der Verlängerung ins Zinéma zu bringen.» Diese Meinung wird von seiner Kollegin Monika Weibel geteilt: «Man spielt in diesen Sälen zahlreiche sehr schwierige Filme, und es ist wichtig, dass sie auf den Leinwänden ebenfalls präsent sind. Doch mit den erhofften 500 bis 1000 Besuchern für die gesamte Westschweiz kann man nicht von einem normalen Ergebnis sprechen.»



Begriffe

- Filmverleih: der Verleiher kauft die entsprechenden Rechte, um einen Film an die Kinos verleihen zu können. Er bezahlt die Filmkopien und das gesamte Werbematerial.
- Kinobetrieb: bezeichnet die Programmation von Filmen in Kinos durch ein Unternehmen, welches einen einzelnen Saal oder ein ganzes Saalkonsortium betreibt.

Bio express von Mathieu Loewer

Mathieu Lower war Kritiker beim ehemaligen Monatshefts *FILM/Films* und während sieben Jahren Redaktor und Redaktionssekretär des *Ciné-Bulletin*, der Schweizer Zeitschrift der Film- und Audiovisionsbranche. Heute ist er verantwortlich für die siebente Kunst im Kulturteil des *Courrier*, Genf, und als Mitarbeiter (Texte und Umbruch) beim Bulletin des Schweizer Filmarchivs tätig.



Tour de Romandie...

Claude Champion

Filmregisseur und Präsident der SSA

Der kleine Tour d'horizon dieses Sonderdrucks «Papier Thema» Nr. 8 über die Situation des Films beschränkt sich bewusst auf die Romandie, da eine präzise Studie über die ganze Schweiz angesichts ihrer kulturellen Vielschichtigkeit eines breiteren Rahmens bedürfte.

Dennoch decken sich die daraus resultierenden Überlegungen mit den Befürchtungen, die man auch in vielen anderen Ländern und Regionen Europas hegt. Wir bringen sie mit ein paar vordergründig provokativen Fragen auf den Punkt:

- In Europa werden jährlich über tausend Langspielfilme produziert. Wie viele davon können Sie in Ihrer Stadt oder in erreichbarer Nähe im Kino sehen und aus welchen Ländern stammen sie?
- Und wie viele lateinamerikanische, afrikanische, asiatische Filme...?
- Geht man davon aus, dass die Multiplex-Kinos in der Kultur das Gegenstück der Supermärkte im materiellen Konsum sind: Welche Stellung und welches Schicksal haben dann die wenigen noch existierenden unabhängigen Kinos?
- Ist der Film nicht mehr als ein Massenvergnügen, dessen Vertrieb allein unter kommerziellen Gesichtspunkten stattfindet? Wie jede andere Ware, die den Gesetzen des Marktes unterworfen ist?!
- Wie sinnvoll ist die staatliche Subventionierung der beruflichen und künstlerischen Ausbildung sowie von Filmproduktionen mit Budgets von mehreren Millionen Franken, die während Monaten Dutzende von Technikern und Regisseuren beschäftigen – was anspruchsvoll ist und Hartnäckigkeit erfordert –, wenn nur allzu viele dieser Filme danach in den Kinos ihres Heimatlandes von nicht mehr als zehntausend Zuschauern gesehen werden und keine Aussicht auf Export besteht?

Eigentlich ist der grosse Widerspruch bereits in dieser Phase der Überlegungen erkennbar: Die Kinoprogrammplanung durch internationale Firmen, die den Kinopark globalisieren bzw. monopolisieren, führt zu einem Unterhaltungskommerz, der sich im wesentlichen auf die amerikanische Filmproduktion und jene einiger weiterer bedeutender Länder stützt. Die eigenständige Produktion der kleinen und mittleren Länder Europas hingegen kann nur dank massiver staatlicher Unterstützung überleben, wobei ihr Vertrieb keineswegs garantiert ist.

Stellen wir uns vor, wie es mit einem solchen System den Konzerten klassischer und zeitgenössischer Musik oder den Aufführungen der Sprech- und Tanztheater in unseren Regionen erginge: Es herrschte eine kulturelle Wüste, in der einige mächtige internationale

Maschinerien überlebten und die Massen konzentrierten. Schluss mit der beträchtliche Zahl an Musik- und Theaterinstitutionen sowie den vielen mehr oder weniger bekannten Truppen, die in der Westschweiz im Jahresdurchschnitt vor bemerkenswert gut gefüllten Sälen auftreten. Das Ende der kulturellen Vielfalt wäre programmiert.

Es wird höchste Zeit – auch wenn es sehr schwierig ist –, kulturelle Zukunftsperspektiven zu entwickeln, die einem anspruchsvollen, innovativen Filmschaffen die notwendige Beachtung verschaffen, solange es dieses Filmschaffen noch gibt! Mit der Hollywood-Industrie auf ihrem Terrain rivalisieren zu wollen ist angesichts der ungleich kleineren Mittel absurd. Doch dank den heutigen digitalen Technologien und flexiblen, phantasievollen Systemen für die Filmpromotion mit elektronischen Mitteln sollte es eigentlich möglich sein, Produktion und Vertrieb zu erleichtern, gekoppelt etwa mit einer Vervielfachung subventionierter, kleiner, naher und zu Geselligkeit einladender Projektionsstandorte. Programmierungen mit festen Daten sowie mit Animationen, wie sie etwa für Bühnenaufführungen erarbeitet werden, könnten dabei als Modell dienen. Eine solche Gliederung der Kinolandschaft müsste ein hohes Qualitätsniveau anvisieren, künstlerisch, kulturell, technisch und auch in Sachen Komfort (was heute bei weitem nicht in allen Alternativkinos der Fall ist, die in unseren Städten überleben oder neu entstehen).

So gäbe sich das Filmschaffen – statt wieder zur reinen Jahrmarktsbelustigung zu verkommen – eine neue Chance, seine phantastischen Möglichkeiten expressiver, kommunikativer und emotionaler Art für ein erneut neugieriges und begeistertes Publikum zu entwickeln. Möglichkeiten fernab jeder Schematisierung, wie man sie experimentell vor der Geburt des Tonfilms oder während der fetten Jahre des «Autorenfilms» Anfang der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts beobachten konnte.



ILLUSTRATION
Ben, Genf

GRAFIK
Estève Despond, Fribourg

ÜBERSETZUNG
Claudia und Robert Schmieper, Sion

Die Sonderdrucke «Papier thema» der SSA

Diese Publikation ist die achte Nummer einer Reihe von Sonderdrucken der SSA, in welcher bisher folgende Titel erschienen sind:

- «Le grand écart mental de l'auteur polymorphe» (Nr. 1 – nur auf Französisch erhältlich),
- «Lachen ist eine ernsthafte Angelegenheit» (Nr. 2 – auf Französisch und Deutsch)
- «Die Schlacht um die kulturelle Vielfalt» (Nr. 3 – auf Französisch und Deutsch),
- «Der Schweizer Animationsfilm: gefeiert, vielfältig und einzeigängerisch» (Nr. 4 – auf Französisch und Deutsch),
- «Die Moral des Droit moral» (Nr. 5 – auf Französisch und Deutsch),
- «Autoren begleiten – Schritte, die auf die Bühne führen» (Nr. 6 – auf Französisch und Deutsch).
- «Kultur: ein gutes Geschäft für die Städte» (Nr. 7 – auf Französisch und Deutsch).

Gratis-Nachbestellungen über feedback@ssa.ch oder PDF-Datei unter www.ssa.ch.