

Und darum wird beim happy end
im Film gewöhnlich abgeblendet.
Kurt Tucholsky, (1890 – 1935)

Vorwort

Der Wunsch eine Arbeit über Schweizer Film-Produktionen im Spannungsfeld zwischen künstlerischen und wirtschaftlichen Ansprüchen zu schreiben, hatte bei den beiden Verfasserinnen unterschiedliche persönliche Gründe.

Beatrice Jäggi verwirklicht seit 1992 diverse kurze Animations- und Experimentalfilme. Bei der Produktion ihres Animationsfilms "Halleluja" durchlief sie im Jahre 1995 selber den mühevollen Finanzierungs-Parcours bei den öffentlichen Filmförderern. Sie ist heute immer noch in der Schweizer Trickfilm-Szene aktiv. Ihr Beweggrund für diese Arbeit war die neu ausgerichtete Filmpolitik des Bundes, die in den vergangenen zweieinhalb Jahren in der Öffentlichkeit für viel Gesprächsstoff gesorgt hat.

Margrit Jaggi kommt aus einem anderen kulturellen Umfeld und ist mit der Seite der Kulturförderer und Kulturvermittler vertraut. Sie fand ihren Anknüpfungspunkt an den Schweizer Spielfilm über die Finanzierungsfrage. Als Assistentin Kulturelles einer städtischen Verwaltung lag ihr daran, die Filmförderung der öffentlichen Hand sowie der verschiedenen anderen Filmförderinstituten zu erforschen.

Eine grosse Hilfe in der Findung eines geeigneten wissenschaftlichen Vorgehens war unser betreuender Tutor und Filmemacher Dr. Walo Deuber, der unser Vorhaben motivierend und konstruktiv unterstützend begleitete. Unser Dank gebührt auch Karin Scheidegger und Daniela Ceretti, die das Lektorat übernahmen.

Ausserdem danken wir allen Personen, Institutionen und Ämtern, die uns mit ihren Auskünften, Gesprächen und Interviews zur Seite standen. Namentlich sind dies:

Nicolas Bideau, Leiter Sektion Film beim Bundesamt für Kultur Bern, Francine Brücher, Internationale Promotion Swissfilms Zürich, Andres Brütsch, Filmemacher und Produzent Zürich, Bea Cuttat, Geschäftsführerin des Filmverleihs Look Now! Zürich, Lukas Hobi, Filmproduzent Zürich, Nino Jacusso, Autor und Regisseur Solothurn, Ivo Kummer, Direktor Solothurner Filmtage Solothurn, Sylvie L'Hoste, Generalsekretariat, Laurent Steiert, Stv. Leiter der Sektion Film und Christian Ströhle, Verantwortlicher Filmkultur und Kommunikation im Bundesamt für Kultur Bern, Umberto Tedeschi, Bundesamt für Statistik Neuchâtel, Darina Zitkova, SRG SSR idée suisse Bern

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurde in der vorliegenden Arbeit bei Berufsbezeichnungen vorwiegend die maskuline Form verwendet. Die gewählte Schreibweise umfasst Vertreter beider Geschlechter gleichermassen.

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1 Einleitung	5
1.1 Einführung in die Thematik	5
1.2 Zahlen und Fakten	7
1.3 Zur Geschichte des Schweizer Spielfilms	7
2 Ausgangslage und Rahmenbedingungen	11
2.1 Überblick über die Filmemacher und Produzenten	11
2.2 Die Filmförderung in der Schweiz	11
2.2.1 Bundesamt für Kultur BAK	13
2.2.2 SRG SSR idée suisse	23
2.2.3 Zürcher Filmstiftung	24
2.2.4 Kantonale und städtische Filmförderung	25
2.2.5 Private Filmförderung	28
2.3 Filmverleih und Promotion	29
2.4 Filmschulen	30
2.5 Rückflüsse aus der Auswertung von Schweizer Filmen	31
2.5.1 Box Office	31
2.5.2 Fernsehen	32
2.5.3 DVD, VOD	33
2.6 Promotion von Schweizer Filmen	35
2.6.1 Schweizer Filmakademie und Schweizer Filmpreis	35
2.6.2 Festivals und Auszeichnungen	37
3 Vergleich internationale Filmförderungsmodelle	40
3.1. Dänemark	40
3.2 Südkorea	40
3.3 Hollywood und Bollywood	41
4 Situationsanalyse Schweizer Spielfilm	42
4.1 Wirtschaftlichen versus qualitativen Erfolg	42
4.1.1 Wirtschaftlicher Erfolg	42
4.1.2 Qualitativer Erfolg	46
4.2 Planbarkeit eines Erfolgs	47
4.2.1 Erfolgsfaktor: Drehbuch	47
4.2.2 Erfolgsfaktor: Richtiges Thema zum richtigen Zeitpunkt	48
4.2.3 Erfolgsfaktor: Darsteller	49
4.2.4 Erfolgsfaktor: Die gelungene Mixtur	50
4.3 Produktionsbedingungen in der Schweiz	50
4.3.1 Wandel bei den Produktionsbedingungen	50
4.3.2 Entwicklung der Produktionsbudgets	51
4.3.3 Weitere Finanzierungsmöglichkeiten	53
4.3.3.1 Private Investoren	53
4.3.3.2 Koproduktionen	54

4.4 Veränderung in der Kinolandschaft	54
4.4.1 Wandel Kinomarkt	54
4.4.2 Wandel Kinopublikum	55
5 Schlussbemerkungen	57
Literaturverzeichnis	61
Verzeichnis der Anhänge	67

1 Einleitung

1.1 Einführung in die Thematik

In der Schweiz werden Jahr für Jahr zahlreiche Spiel-, Dokumentar-, Animations-, Fernseh- und Kurzfilme produziert. Im Jahr 2006 zum Beispiel kamen 20 neue Schweizer Spiel¹- und 27 neue Schweizer Dokumentarfilme in die Kinos. Die Filmbranche mit rund 4'500 Beschäftigten ist ein wichtiger Wirtschaftszweig, der wesentlich zur kulturellen Identität unseres Landes beiträgt. Der Film als audiovisueller Informationsträger – bewegte Bilder mit Ton – birgt ein fast unerschöpfliches Potenzial, unseren Alltag, unsere Denkweise, Gesellschaft, Kultur, aber auch Wünsche oder Utopien zu widerspiegeln. Schweizer Filme haben beim einheimischen Publikum aber keinen einfachen Stand. Die Schweizerinnen und Schweizer gelten zwar immer noch als fleissige Kinogänger, sehen sich aber vorwiegend ausländische Filme an. Grosse Publikumserfolge von Schweizer Filmen sind die Ausnahme. Im vergangenen Jahr 2007 machten mit 64 Prozent Filme aus den USA den Löwenanteil der Kinoeintritte aus. Zu 28 Prozent stammten die Filme aus Ländern der EU. Nach dem Rekordjahr 2006 mit einem Anteil von noch nie da gewesenen 9,72 Prozent ist der Anteil des Schweizer Films um die Gunst des heimischen Publikums im Folgejahr auf einen Anteil von 5,72 Prozent zurückgegangen. Die Bilanz für das Jahr 2008 wird noch ernüchternder ausfallen.

Wir leben in einer Zeit, in der sich die öffentliche Subvention von Kunst und Kultur vermehrt gegenüber der Öffentlichkeit rechtfertigen muss. Die Diskussion um Spardruck und Wirtschaftlichkeit ist auch hier allgegenwärtig. Auf der anderen Seite will die kulturelle Vielfalt gewahrt bleiben. In diesem Spannungsfeld steht auch der Schweizer Film – heute mehr denn je. So haben Gedanken nach mehr Wirtschaftlichkeit auch die Neuausrichtung der Filmförderung des Bundesamtes für Kultur (BAK) massgebend mitgeprägt - eine Neuausrichtung, die nicht zuletzt dem Lockruf Hollywoods folgt. Doch was taugen grosse Ambitionen in einem kleinen föderalistischen Land im Herzen Europas? In der folgenden Untersuchung wollen wir die aktuelle Rolle der Schweizer Filme im Spannungsfeld zwischen Kulturgut und Kommerzware unter die Lupe nehmen. Dabei wollen wir eine erste Zwischenbilanz der Neuausrichtung der Filmförderung des (BAK) wagen und dabei einen Beitrag für eine Diskussion bezüglich einer sinnvollen Schweizer Filmpolitik leisten. Der Filmchef des BAK, Nicolas Bideau, liess im Dezember 2007 gegenüber dem *Tages-Anzeiger*² verlauten, dass die Resultate seiner Strategie im Jahre 2009 vorliegen würden.

¹ Cinésuisse: „4x5 Millionen“, Vision 2007, Andres Brüttsch

² „Der Unmut in der Schweizer Filmszene wächst“, Tages-Anzeiger vom 3.12.2007

Der Schwerpunkt dieser Studie liegt beim Schweizer Spielfilm. Im ersten Teil untersuchen wir die Rahmenbedingungen, unter denen Spielfilme in der Schweiz entstehen. Hier interessiert uns vorerst die Frage, wie Filmproduktionen in der Schweiz finanziert werden. Wer sind die Produzenten, wer sind die Geldgeber? Die Produktion von Filmen ist sehr teuer, und ein Film kann nur entstehen, wenn die dazu nötigen finanziellen Mittel gesichert sind³. Wie in den meisten europäischen Ländern existiert in der Schweiz keine Filmindustrie, sondern ein Filmgewerbe, das auf eine öffentlich-rechtliche Filmförderung angewiesen ist. Auf der anderen Seite müssen sich die Filme bei der Kino- oder Fernsehauswertung in einem marktwirtschaftlich geprägten Umfeld behaupten. Im zweiten Teil wollen wir herausfinden, wo welche Rückflüsse aus diesem Bereich zu holen sind, das heisst wie rentabel das Geschäft mit Schweizer Filmen ist.

Dazu wollen wir diverse Spielfilmproduktionen der vergangenen zehn Jahre (siehe im Anhang) genauer unter die Lupe nehmen und Zahlen und Fakten heranziehen. In dieser Dekade hat sich ein Wandel innerhalb der Szene vollzogen. So hat nach den „Krisen“-Neunzigerjahren eine neue Generation junger Filmemacherinnen und Filmemacher dem Schweizer Film neue Impulse verliehen. Zudem hat sich ein Paradigmenwechsel innerhalb der Branche vollzogen. Neben dem E-Film wurde der U-Film - Unterhaltungskino für das breite Publikum - salonfähig.

Einleitend zum Analysenteil wollen wir der Frage nachgehen, wie sich ein Erfolg überhaupt definiert. Die Meinungen darüber klaffen innerhalb der Branche weit auseinander und können nach quantitativen oder qualitativen Kriterien ausgelegt werden. Anhand konkreter Beispiele von Spielfilmproduktionen wollen wir diverse Aspekte, die einen Erfolg definieren, (Kinoeintritte, Festivalpräsenz etc.) analysieren.

Wir gehen davon aus, dass es kein grundsätzliches Erfolgsrezept für den Schweizer Spielfilm gibt. Ob ein Film letztendlich als erfolgreich bezeichnet werden kann oder nicht, hängt immer von verschiedenen Faktoren ab. Ziel unserer Arbeit ist es, Erfolgsfaktoren und Stolpersteine aufzuzeigen beziehungsweise einzugrenzen und diese auch mit Ideen einer sinnvollen Schweizer Filmförderung in Verbindung zu bringen. Als Grundlage dienten uns Interviews mit Vertretern aus allen Teilsparten der Filmbranche.

³ Die Rede ist hier von Filmen, die dem technischen Standard für eine Kinoauswertung entsprechen. Grundsätzlich können Filme ohne oder mit ganz geringen finanziellen Mitteln realisiert werden.

1.2 Zahlen und Fakten

Die folgenden Zahlen wurden der Publikation *swiss audiovisual guide 2008/09* entnommen⁴. Beim Marktanteil von Schweizer Filmen bezieht sich die erste Ziffer auf Schweizer Filme und Koproduktionen, die zu einem Hauptteil in der Schweiz finanziert wurden. Die zweite Ziffer schliesst auch Koproduktionen mit ein, die zu einem Anteil mit Schweizer Geldern finanziert wurden. Kam während der Neunzigerjahre der Marktanteil kaum über die 2-Prozent-Grenze hinaus, ist in den Folgejahren eine deutliche Trendwende auszumachen.

2007	5,06%	5,72%
2006	9,48%	9,72%
2005	5,85%	6,58%
2004	2,49%	4,85%
2003	5,51%	6,03%
2002	3,16%	4,72%
2001	2,28%	3,46%
2000	2,39%	4,73%
1999	2,04%	2,43%
1998	1,49%	2,17%

Aufteilung des Schweizer Marktanteils nach den Sprachregionen für das Jahr 2007:

Deutschschweiz: 82,2%

Französisch sprechende Schweiz: 16,5%

Italienisch sprechende Schweiz: 1,3%

1.3 Zur Geschichte des Schweizer Spielfilms

Im Folgenden wollen wir die Geschichte der Schweizer Filmproduktion kurz aufrollen und uns dabei auf die wesentlichsten Aspekte konzentrieren.

Der Schweizer Spielfilm hat in seiner rund 70-jährigen Geschichte verschiedene Epochen durchlaufen. Während des Zweiten Weltkriegs trugen die heimatlich geprägten Themen des *Alten Schweizer Films*⁵ wesentlich zur geistigen Landesverteidigung bei. In den Fünfzigerjahren boten die

⁴ Die Broschüre „swiss audiovisual guide 2008/09“, S. 21 wird jährlich von Swissfilms und dem BAK herausgegeben und präsentiert jeweils die wichtigsten Fakten, Zahlen und Hintergrundinformationen zur aktuellen Situation des Schweizer Films. Als Quelle ist das Bundesamt für Statistik vermerkt.

⁵ Als ältester Mundart-Film bekannt ist „Jä-soo!“ von Walter Lesch und Leopold Lindberg aus dem Jahre 1935. Produktion: Zürcher Präsens-Film AG. Quelle: „Zürcher Filmrolle“, Zürcher Kantonalbank, 2005.

im behäbigen Berndeutsch gehaltenen Gotthelf-Verfilmungen⁶ geistige Abgrenzung gegen die aufkommende Angst vor dem Kalten Krieg. Gleichzeitig verlagerten sich die Themen vom Land ins städtische Kleinbürgertum⁷. Die Mundart diente dabei immer als identitätsstiftendes Element.

Mitte der Sechzigerjahre hatte der *Alte Schweizer Film* künstlerisch und kommerziell ausgedient. Zeitgleich begannen junge Westschweizer Filmemacher mit der Unterstützung des Fernsehens abendfüllende Filme zu drehen. Die legendäre *Groupe 5*⁸ gründet den *Neuen Schweizer Film*. Die kritische Betrachtungsweise mit der die neue Generation von Regisseuren das eigene Land hinterfragte, sorgte schon bald auch im Ausland für grosses Ansehen. Während der Siebzigerjahre fand der Schweizer Spielfilm international ähnlich viel Beachtung wie dies beispielsweise bei den *Dogma-Produktionen* aus Dänemark Ende der Neunzigerjahre der Fall war. Ende der Achtzigerjahre setzte in der Schweizer Filmlandschaft eine Umbruchphase ein. Der Zugang zum internationalen Markt wurde zunehmend schwieriger, aber auch das einheimische Publikum bevorzugte im Kino mehr und mehr ausländische, vornehmlich amerikanische Filme. Beigetragen zu diesen Tendenzen haben unter anderem weitreichende Umwälzungen im Unterhaltungsmarkt, wie zum Beispiel das Fernsehen, das aufkommende Heimvideo und veränderte Sehgewohnheiten.

Während der Neunzigerjahre war es um den Schweizer Spielfilm verhältnismässig ruhig. Die Dekade begann mit Xavier Kollers Oscar-prämiertem Film „Reise der Hoffnung“ zwar verheissungsvoll; in den folgenden Jahren gab es aber kaum Spielfilme, die gross auf sich aufmerksam machen konnten. Die Neunzigerjahre werden innerhalb der Branche auch immer wieder als Krisenjahre bezeichnet⁹. 1996 befragte die französische Zeitung *Libération* Alain Tanner, Fredi M. Murer und Daniel Schmid nach der Befindlichkeit des Schweizer Films. Die Frage, ob es eine neue junge Generation Schweizer Filmemacher gebe, wurde von allen drei verneint¹⁰.

⁶ Die Gotthelf-Verfilmungen entstanden unter der Regie von Franz Schnyder zwischen 1954 und 1964. Produktion: Zürcher Präsens-Film AG und Neue Film AG Zürich.

⁷ Zahlreiche Filme entstanden unter der Regie von Kurt Früh. Sie gingen teilweise aus den Radiohörspielen von Schaggi Streuli („Polizischt Wäckerli“) hervor.

⁸ Die „Groupe 5“ wurde von Alain Tanner mit Michel Soutter, Claude Goretta, Jean- Louis Roy und Jean-Jacques Lagrange gegründet, die mit dem Fernsehen ein Produktionsabkommen trifft. In der Deutschschweiz sind Fredi M. Murer und Daniel Schmid wichtige Vertreter.

⁹ Die „Sonntagszeitung“ führte zweimal in der Branche eine Umfrage bezüglich der besten Schweizer Filme durch. Im Jahre 2006 finden sich unter den Top 30 lediglich 3 Filme aus den Neunzigerjahren: auf Platz 7 „Le petit prince a dit“ (Christine Pascal, 1993), Platz 16 „Step Across the Border“ (Dokfilm von Nicolas Humbert u. Werner Penzel, 1990) und auf Platz 19 „Reise der Hoffnung“ (Xavier Koller, 1990). Auf Platz eins der Umfrage von 2006 befindet sich Fredi M. Murers „Höhenfeuer“. Quelle: „Über allem lodert das Höhenfeuer“, 6.8.2006.

¹⁰ Das Interview wurde anlässlich einer grossen Schweizer Film-Retrospektive im Centre Pompidou in Paris geführt und erhitzte die Gemüter innerhalb der Schweizer Filmbranche. Quelle: „Über die Generationenkluff hinweg“, Swissfilms Info 2008.2

Ein Generationenwechsel in der Schweizer Filmlandschaft brachte schliesslich das neue Millennium. Bereits Ende der Neunzigerjahre liessen diverse, von jungen Produzenten realisierte Filme mit aussergewöhnlicher Machart aufhorchen. Was die Unterstützung von Filmprojekten durch den wichtigsten Förderer, das BAK, betraf, galten innerhalb der Branche bis dato zwei Tatsachen als unumstösslich: erstens, dass ein anspruchsvoller, abendfüllender Kinofilm nicht ohne Gelder vom Bund zu realisieren sei, und zweitens, dass ein junger, in der Branche noch nicht etablierter Filmemacher oder Produzent kaum Chancen auf Unterstützung beim Bund hat. 1998 beschlossen der junge Regisseur Florian Froschmayer (Jahrgang 1972) und Produzent Lukas Hobi (Jahrgang 1974) den Film „Exklusiv“ mit einem Gesamtbudget von 800'000¹¹ Franken fast ausschliesslich mit Geldern aus *Product Placement*¹² zu finanzieren. Als Talentprobe wurde vorgängig ein kurzer Teasertrailer¹³ gedreht, mit dem Lukas Hobi auf Sponsorensuche ging. Der Film „Exklusiv“ ist dem amerikanischen Suspensekino nachempfunden¹⁴. Neben schnellen Schnitten und aktionsgeladenen Szenen ist auch viel Schweizer Prominenz zu sehen. Die Reaktionen der Kritiker auf den Film waren unterschiedlich. Der *Blick* betitelte ihn als Filmwunder, das Hollywood endlich in die Schweiz hole¹⁵. Kritiker diverser Feuilletons hingegen bemängelten vor allem die fehlende Substanz der Geschichte. Mit rund 29'000 Kinoeintritten¹⁶ blieb „Exklusiv“ unter den Erwartungen des Verleihers zurück. Der Film lockte aber ein sehr junges Publikum ins Kino, wie dies zuvor selten einem Schweizer Film gelungen war¹⁷.

Im Laufe der letzten Dekade ging ein Paradigmenwechsel vonstatten. Neben dem E-Film wurde der U-Film salonfähig. Ein Wandel, der schliesslich auf Unterhaltungskino ausgerichtete Produktionen wie „Achtung, fertig, Charlie!“, „Grounding - die letzten Tage der Swissair“ oder „Mein Name ist Eugen“ den Weg ebneten. Dazu beigetragen haben auch neue Produktionsfirmen wie Zodiac Pictures (Lukas Hobi) oder die Kontraproduktions AG (Michael Steiner).

Neben diesen am breiten Publikum orientierten Filmen sorgten in den vergangenen Jahren immer wieder unspektakuläre, aber eindringliche Dramen für Aufsehen. Die Regisseure sind oft junge Secondos, die das Leben zwischen zwei Kulturen in ihren Filmen zum Thema machen. „Das Fräulein“, „Tout un hiver sans feu“ oder „Azzurro“ sind typische Festivalfilme, die an internationalen Filmfestivals sehr erfolgreich waren und zum Teil mit wichtigen Preisen ausgezeichnet wurden.

¹¹ Die Produktionskosten konnten u.a. durch Gagenrückstellungen der Schauspieler tief gehalten werden. Bei einer Vollkostenrechnung hätte der Film ca. 2,5 Millionen gekostet. Quelle: „Luzerner orientiert sich an Hollywood“, Tages-Anzeiger vom 25.10.1999.

¹² Unter Product Placement versteht man die inhaltliche Integration von Produkten in den Film eines privaten Geldgebers, z. B. wenn ein Schauspieler aus einer „Red-Bull“-Dose trinkt.

¹³ vom Englischen übersetzt (tease = reizen) ist in der Werbesprache ein Anreisser, der zum Weitersehen verlocken soll.

¹⁴ Als Vorbild diente den Machern der Thriller „Seven“ von David Fincher (USA 1995).

¹⁵ „Sonntagsblick“, 8. August 1999 anlässlich der Filmpremiere in Zürich.

¹⁶ Verleiher Ascote-Elite ging von 50'000 Kinoeintritten aus. Quelle: „Keine Sekunde langweilig“, „Facts“ vom 9.10.1999

¹⁷ Als weiteres Schlüsselwerk diesbezüglich gilt der Film „Nacht der Gaukler“ von Michael Steiner (1996).

„Azzurro“ konnte an den Kinokassen knapp 100'000 Eintritte verbuchen, aber auch die 67'000 Eintritte von „Das Fräulein“ sind ein gutes Resultat für einen Arthouse-Film¹⁸. Mit „Vitus“ landete 2006 Altmeister Fredi M. Murer schliesslich einen der erfolgreichsten Schweizer Filme der letzten Jahre (269'123 Kino-Eintritte sowie 28 Festivalselektionen).

Im Folgenden haben wir zu 16 Spielfilmen (siehe im Verzeichnis der Anhänge) die seit 1999 entstanden sind, detaillierte Angaben zusammengetragen.

¹⁸ Film, dessen Herstellung stark von der Persönlichkeit des Autors geprägt ist und dessen Drehbuch, Umsetzung und Erzählung im Mittelpunkt stehen.

2 Ausgangslage und Rahmenbedingungen

2.1 Überblick über die Filmemacher und Produzenten

In der Schweiz befinden sich die Hauptzentren der Filmproduktionen in Zürich und Genf. Der *Swiss Audiovisual Guide 2008/09* zählte in der Schweiz 59 grössere und kleinere Filmproduktionsfirmen auf, wobei 24 ihren Sitz in Zürich haben. Allerdings muss die Bezeichnung „grössere“ relativiert werden, denn auch die als „Majors“ bezeichneten Schweizer Filmproduktionsfirmen arbeiten mit einer sehr kleinen personellen Struktur von vielleicht 4 bis 6 Festangestellten. Bei den kleineren Filmproduktionsfirmen handelt es sich oft um Zwei- oder sogar um Ein-Mann-Betriebe. Viele Filmproduktionsfirmen betätigen sich in verschiedenen Genres und machen sowohl Spiel- als auch Dokumentar-Filme fürs Kino und Fernsehen. Ausserdem gibt es Filmproduktionsfirmen, die zudem Werbe- und Auftragsfilme machen, wobei gerade letztere eine lukrative Einnahmequelle sein können. Bezüglich der verschiedenen Berufsgattungen gibt es in der Schweiz oft Überschneidungen, das heisst, Regisseure, die sich auch als Produzenten oder Drehbuchautoren betätigen, sind keine Seltenheit. Oft sind Regisseure auch als Partner innerhalb einer Filmproduktionsfirma beteiligt.

2.2 Die Filmförderung in der Schweiz

Die Filmförderung in der Schweiz ist, wie in den meisten europäischen Ländern, eine Staatsaufgabe. Daher ist sie in der Bundesverfassung, Art. 71 verankert.

Art. 71¹⁹

1 Der Bund kann die Schweizer Filmproduktion und die Filmkultur fördern.

2 Er kann Vorschriften zur Förderung der Vielfalt und der Qualität des Filmangebots erlassen.

Die geistige Landesverteidigung in den 1930er Jahren bis in die 60er Jahre, die sich als politisch-kulturelle Bewegung bezeichnete, hatte zum Ziel, die als „schweizerisch“ wahrgenommenen Werte und Bräuche zu stärken. Die Forderung nach einer geistigen Verteidigung der schweizerischen Demokratie gegen den Faschismus mit dem dazumal modernen Mittel des Films, erhielt noch grössere Aktualität, als Hitler 1933 in Deutschland die Macht übernahm. Es war nicht zuletzt eine Verteidigung gegen kommerzielle Angriffe von Deutschland und den USA oder besser gesagt, eine Verteidigung gegen kommerzielle und künstlerische Angriffe der deutschen und amerikanischen Filmindustrie.

¹⁹ Bundesverfassung der Schweizerischen Eidgenossenschaft vom 18. April 1999.

Schweizerfilme sind die Botschafter unseres Landes. Sie zeichnen ein vielseitiges und differenziertes Bild der Schweiz nach innen und aussen. La Suisse existe!

Die meisten europäischen Länder betreiben eine nationale staatliche Filmförderung, durch welche die Drehbuchentwicklung, die Produktion und der Vertrieb von Filmen finanziell unterstützt werden. Wie steht die Schweiz im Vergleich mit anderen europäischen Ländern da? Frankreich war schon immer das „grosszügigste“ Land, was die öffentliche Filmförderung betrifft: Im Jahr 2004 belief sie sich auf 8,70 Euro pro Einwohner. Am untersten Ende der Skala befindet sich Griechenland mit 0,55 Euro pro Einwohner. Die Schweiz liegt mit 2,75 Euro pro Einwohner im Mittelfeld²⁰. Im Vergleich mit den skandinavischen Ländern, wie zum Beispiel Norwegen (6,87 Euro), Dänemark (6,64 Euro) und Schweden (4,38 Euro) drängt sich jedoch der Gedanke auf, dass es noch einen Entwicklungsspielraum geben könnte.

Ist die Filmförderung auch finanziell lukrativ? Die im Jahr 2000 in Bern veröffentlichte Studie *Schweizer Filmbranche und Filmförderung*²¹ zeigte die volkswirtschaftliche Bedeutung sowie den Vergleich mit andern europäischen Ländern auf. Laut dieser Studie erhält die öffentliche Hand von den Filmfördergeldern ca. das Zweieinhalbfache in Form von Steuern (Mehrwert-, Billett-, Unternehmens- und Einkommenssteuern) zurück. Mit dieser Studie wird klar, dass die Schweizer Filmförderung nicht nur kulturell, sondern auch wirtschaftlich lukrativ sein kann.

Gestützt auf Art. 71 der Bundesverfassung hat der Bund folgende Rechtsgrundlagen zur Filmförderung erlassen²²:

- Filmgesetz vom 14. Dezember 2001 (FiG) und Filmverordnung (FiV) vom 3. Juli 2002
- Verordnung des EDI über die Filmförderung (FiFV) vom 20. Dezember 2002. Diese Verordnung definiert die Filmförderungskonzepte.

Neuerungen Filmförderungsverordnung (FiFV)²³

Per 1. Juli 2006 ist eine revidierte Filmförderungsverordnung in Kraft getreten. Sie definiert die Filmpolitik des Bundesamtes für Kultur. Die neue Filmförderungsverordnung und die angepassten Förderkonzepte tragen insbesondere der Forderung nach mehr **Qualität und Popularität** für den

²⁰ Bundesamt für Statistik: „Die Filmproduktion, Kino und Fernsehen in der Schweiz 1995 – 2004“, 2006, S. 34

²¹ Maniglio, Tanja: „Was ist mit der Schweizer Filmkultur?“. In: Magazin für Publizistik- und Politikwissenschaft, Nr. 6, Oktober 2000

²² BAK, Rechtliche Grundlagen, www.bak.admin.ch/bak/themen/kulturfoerderung/00486/00609/index.html?lang... (1.7.2006)

²³ Vgl. dazu BAK, Neuerungen Filmförderungsverordnung (FiFV), www.nb.admin.ch/bak/themen/kulturfoerderung/00486/01364/index.html?lang=de (4.8.2006)

Schweizer Film Rechnung. Die neuen Förderungskonzepte geben die Ziele, Instrumente und Kriterien vor und gelten für die Jahre 2006 bis 2010. Sie werden periodisch evaluiert und angepasst.

Neue Filmförderungskonzepte des Bundes seit 1. Juli 2006

Die wichtigsten Neuerungen betreffen die Bereiche:

- Filmpromotion (neue Förderinstrumente im Bereich Filmverleih in den Kinos, Beratung und Weiterbildung der Filmproduzenten im Bereich Promotion, Arthouse-Kinoförderung für den Bereich der Angebotsvielfalt).
- Erfolgsabhängige Filmförderung (Anhebung der Anforderungen für den Zugang zu dieser Förderung, Verdoppelung der erforderlichen Mindestzahl von Kinobesuchen für die Zulassung).
- Reorganisation der Expertenkommissionen im Bereich der selektiven Filmförderung durch eine Kommission für Spielfilme und eine Kommission für Dokumentarfilme. Schaffung einer verkleinerten Kommission für den Bereich Filmpromotion und Filmauswertung. Neu: Intendanten (Einzelexperten) im Bereich TV-Film und Kurzfilm.

Ergänzt wird die Bundesfilmförderung durch die SRG SSR idée suisse über den Pacte de l'audiovisuel, die Zürcher Filmstiftung, die kantonale Filmförderungen, sowie durch private Förderstellen und Stiftungen. In diesem Netzwerk zeigt sich, dass eine nachhaltige Filmförderung nicht nur auf mehr finanzielle Mittel angewiesen ist, sondern auch auf eine entsprechende Koordination und Kooperation zwischen den Förderinstituten.

2.2.1 Bundesamt für Kultur (BAK)

Die *siebte Kunst* bildet eine Ausnahme in der föderalistisch organisierten Kulturförderung der Schweiz. Sind für die meisten Kulturbereiche die Kantone und Gemeinden die wichtigsten Geldgeber, kommt dem BAK bei der Filmförderung eine führende Rolle zu. Bei der Filmförderung wird das Subsidiaritätsprinzip auf den Kopf gestellt.

Nicolas Bideau, der amtierende Leiter der Sektion Film im BAK, meint, dass das Jahr 2006 gezeigt habe, dass die Forderung nach mehr Qualität und Popularität für den Schweizer Film möglich sei und das in verschiedenen Film-Genres. Das BAK verfolgt eine Politik, die gleichzeitig Qualität und Popularität anvisiert. In der Schweiz werden sowohl Autorenfilme, als auch kommerzielle Streifen produziert und beide Arten müssen unterstützt werden. Autorenfilme sind Filme, bei denen Stoff, Buch, bis hin zur Regie von einem einzigen Autor stark geprägt sind. Nicolas Bideau wünscht indes Autorenfilme, die solider vorbereitet sind und so mehr Publikum ins Kino locken. Es seien radikale

Massnahmen²⁴ nötig, um das Schweizer Autorenkino konkurrenzfähiger und qualitativ hochstehender zu machen. Dieses Genre finde mit im Schnitt 5'000 Zuschauern zu wenig Publikum, weil zu viele Filme vor Drehbeginn ungenügend ausgearbeitet seien. Der Schweizer Film verfüge über talentierte Regisseure und Schauspieler, aber es „hapere“ bei der Produktion. Die Drehbücher würden beim Bund zu früh eingereicht und es werde zu schnell gedreht²⁵. Aus diesem Grund soll die Entwicklung der Projekte stärker gefördert werden. Wo das Geld der zusätzlichen 2 Millionen Franken für die Projektentwicklung aufzutreiben ist, ist noch offen. Im 2008 stehen für das Drehbuchschreiben für lange Spielfilme lediglich Total 50'000 Franken zur Verfügung (20'000 für Nachwuchsprojekte und 30'000 für Projekte von erfahrenen Filmschaffenden).

Das BAK sprach im 2007 Förderbeiträge²⁶ von Total 18,3 Millionen Franken für die

- selektive Drehbuchförderung
- Projektentwicklung
- Herstellungsförderung
- erfolgsabhängige Förderung für Drehbuch, Regie, Produktion, Verleih und Kino

Bei der Verteilung dieser Fördergelder liegt das Problem beim Ungleichgewicht der Förderung des Schweizer Films durch die öffentliche Hand und der privaten Finanzierung. Daher kommt auch der grosse Einfluss des Bundes, weil privat nur wenig Geld ins Filmschaffen fliesst. Erschwerend kommt dazu, dass die Schweiz einen kleinen Markt darstellt, der zusätzlich in vier verschiedene Sprachregionen aufgeteilt ist. Dieser Markt vermag kaum Interesse bei privaten Investoren zu wecken.

Der Dachverband der Schweizerischen Film- und Audiovisionsbranche *Cinésuisse* setzt sich für die Hauptanliegen, wie zum Beispiel die Verbesserungen der wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, die für die Entfaltung einer lebendigen Film- und Audiovisionsbranche nötig sind, ein.

Der Bund definiert einen Kinofilm mit 100'000 Eintritten als kommerziell erfolgreich. Doch selbst bei kommerziell erfolgreichen Filmen können die Produktionskosten nicht gedeckt werden. Ohne die Bundesfilmförderung gibt es keinen Schweizer Film! Damit der Schweizer Film das erreichte Niveau

²⁴ Vgl. dazu Swissinfo-Interview, Bernard Léhot mit Nicolas Bideau, 23.1.2007, www.swissinfo.org/ger/news/kultur/Befreit_sich_der_Schweizer_Film_von_seinen_Komplexen.html?siteSect=204&sid=7456736&cKey=1169566747000&ty=st

²⁵ Vgl. dazu SDA-Interview, Philippe Triverio mit Nicolas Bideau, 24.7.2008, www.blog.drs.ch/rss.php?blogId=27&categoryId=215

²⁶ Cinésuisse: „4x5 Millionen“, Vision 2007, Andres Brütsch, S. 5

halten kann, braucht er mehr Geld. *Cinésuisse* fordert deshalb 4 x 5 Millionen mehr²⁷ (auf vier Jahre verteilt).

Mit jährlich Total 40 Millionen Franken würde die gesamte Schweizer Filmproduktion immer noch 30 Millionen Franken weniger an Subventionen erhalten als zum Beispiel allein das Opernhaus in Zürich, welches jährlich mit 70 Millionen Franken subventioniert wird, obwohl es im Jahr 2005/2006 nur 250'000 Zuschauer auswies, während 1,6 Millionen Zuschauer sich Schweizer Filme anschauten.

Wie sieht der Verteilplan 2008²⁸ des BAK für die Filmförderung aus?

1. Förderung der Filme in CHF	23'201'600
Produktion	18'575'000
Promotion und Verleih	3'250'000
Diverses Schweizer Filmpreis, Aide additionnelle à la Suisse latine, Treuhandkosten	1'376'600
2. Beteiligung an EU-Programm Media²⁹ Beitrag an MEDIA EU 9.5 Mio Beitrag an MEDIA CH 1.0 Mio	10'630'700
3. Europäischer Kredit Beitrag Eurimages 0,9 Mio Europäisches Networking 0,1 Mio	1'005'900
4. Förderung der Filmkultur Promotionsorganisation des Schweizer Films Filmfestivals 2,5 Mio Film und Gesellschaft Filmzeitschriften, Publikationen Reserve, Spezialfälle	4'777'700
5. Aus- und Weiterbildung	2'313'400
6. Schweizerisches Filmarchiv (Cinémathèque suisse)	2'313'400
FILMKREDIT TOTAL	44'242'700

²⁷ Cinésuisse: „4x5 Millionen“, Vision 2007, Andres Brüttsch, S. 1

²⁸ BAK: „Verteilplan 2008“. In: Filmförderung 2008, S. 2 ff

²⁹ Das Media-Programm wurde 1990 von der Europäischen Union zur Unterstützung und Stärkung der europäischen audiovisuellen Industrie initiiert.

Im 2008 und 2009 können Schweizer Filmschaffende wiederum von den europäischen Fördermassnahmen des Media-Programms³⁰ profitieren. Das Parlament hat einen entsprechenden Kredit für die Jahre 2007 bis 2009 bewilligt. Obwohl die Schweiz nicht Mitglied der Europäischen Union ist, bildet sie einen Teil des europäischen Filmschaffens und unterhält Beziehungen mit den Nachbarländern.

Nationale Filmförderung 2007 im Überblick³¹

	Filmförderung	Aufteilung Förder-summe	Fördersumme in CHF pro Projekt
Selektive Filmförderung	Unterstützung von Projekten, die zur Vielfalt und Qualität des Angebots an Schweizer Filmen und Koproduktionen beitragen.	Drehbuchschreiben Projektentwicklung Herstellung Kinofilme Filme mit CH-Regie und CH-Produktionsfirma Koproduktionen mit CH-Regie und ausländ. Produktionsfirma Koproduktionen mit ausländischer Regie Herstellung TV-Filme TV-Spielfilme	Kino max. 30'000 Nachwuchs max. 20'000 Für lange Spielfilme (Kinofilme ab 60 Min. und Fernsehfilme ab 50 Min.): Für Projekte mit CH-Regie und verantwortlicher CH-Produktion: 10 – 15 % der für die Herstellung in Aussicht gestellte Summe Nachwuchs max. 500'000 Kino ab 50 Min. max. 1 Mio max. 500'000 max. 300'000 max. 300'000
Erfolgsabhängige Filmförderung (EAFF)	Mit der EAFF werden CH-Filme entsprechend ihrem Erfolg an der Kinokasse gefördert.	Von dieser Unterstützung profitiert der Drehbuchautor, Regisseur, Produzent, Verleiher und das Kino.	Der Bund beteiligt sich für jedes verkaufte Kinobillett mit rund 10 Franken. Die Beiträge müssen reinvestiert werden.
Pacte de l'audiovisuel ³²	Die Mittel stehen der Herstellung von Kino- und Fernsehproduktionen zur Verfügung.	Kino-Produktionen SF, TSR, TSI Fernsehproduktionen SF, TSR, TSI, TvR Entwicklung SF, TSR, TSI	9'550'000 15'367'757 523'000
Succès Passage Antenne	Das Schweizer Fernsehen zahlt den nationalen Produktionsfirmen für die		

³⁰ BAK: "Teilnahme am Media Programm der EU bis 2009". In: Filmförderung 2008, S. 5

³¹ Media Desk Schweiz, nationale Filmförderung, www.mediadesk.ch/page.php?templateID=87&language=de&titel=nationale%20

³² Liste *Pacte de l'audiovisuel 2006 – 2008, SF 2005*, E-mail von Alberto Chollet, SRG SSR idée suisse (29.9.2008)

	Ausstrahlung ihrer Filme Prämien. Die Prämien müssen in neue Produktionen investiert werden.		
Teleproduktions- fonds für Fernseh- filme von Schweizer Produzenten	Gewährung von Darlehen für Drehbuch- und Projektentwicklung sowie für die Herstellung von Fernseh- spiel- und Dokumentarfilmen. Die Rückzahlungsverpflichtung ist an den Erfolg gekoppelt.	Drehbuch Projektentwicklung Herstellung	max. 36'000 max. 60'000 max. 500'000
Kulturfonds Suissimage	Konzept der rückzahlbaren Restfinanzierung für Spiel- und Dokfilme. Bietet Unterstützungs- leistungen (10 %-Quote), die im Interesse der gesamten schweizerischen Filmbranche liegen. Unterstützung des <i>Fonds Regio</i> , des <i>Tessiner Fondo FilmPlus della Svizzera italiana</i> , <i>Teleproduktions- Fonds</i> , Festivalpreise		max. 200'000/Projekt max. 15'000/Preisträger
Téléclub – Pay TV	Der Teleclub muss jährlich 4% seines Umsatzes dem Schweizer Film zur Verfü- gung stellen: 1% für die Aktivitäten des Schweize- rischen Filmzentrums, 3% für Koproduktionen von Kino-, Spiel- und Dokumentar- filmen.	Spielfilm Dokumentarfilm Kurzfilm	max. 80'000 max. 50'000 max. 10'000

Das Bundesamt für Kultur sieht bei der Filmförderung zwei unterschiedliche Prinzipien vor: die selektive und die erfolgsabhängige Filmförderung.

Selektive Filmförderung

Das Filmgesetz hat den Zweck, die Vielfalt und Qualität des Filmangebotes sowie das Filmschaffen zu fördern und die Filmkultur zu stärken. Es gibt zudem vor, welche Kriterien ein Film erfüllen muss, um als Schweizer Film zu gelten.

Art. 2.2 (FiG)³³

Als Schweizer Film gilt ein Film, der:

- a. zu einem wesentlichen Teil von einem Autor oder einer Autorin mit schweizerischer Nationalität oder mit Wohnsitz in der Schweiz realisiert wurde

³³ Bundesgesetz vom 14. Dezember 2001 (Stand 13. Juni 2006) über Filmproduktion und Filmkultur (FiG), SR 443.1

b. von einer natürlichen Person mit Wohnsitz oder von einer Unternehmung mit Sitz in der Schweiz produziert wurde, an deren Eigen- und Fremdkapital sowie deren Geschäftsleitung mehrheitlich Personen mit Wohnsitz in der Schweiz beteiligt sind; und

c. soweit als möglich mit künstlerischen und technischen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen schweizerischer Nationalität oder mit Wohnsitz in der Schweiz und durch filmtechnische Betriebe in der Schweiz hergestellt wurde.

Mit der selektiven Filmförderung³⁴ sollen jene Projekte unterstützt werden, die zur Vielfalt des Angebots an schweizerischen Filmen oder Koproduktionen beitragen. Mit dieser Filmförderung werden das Drehbuch und die Produktion sowie bei Dokumentar- und Trickfilmen die Projektentwicklung von Filmen unterstützt. Die beim BAK eingereichten Gesuche werden von einer Fachkommission beurteilt. Diese ist in drei Ausschüsse (Spielfilm, Dokumentarfilm sowie Auswertung und Vielfalt) unterteilt. Der Kurzfilm wird durch einen Intendanten beurteilt, der zu Händen des BAK eine Empfehlung abgibt. Das BAK entscheidet aufgrund dieser Empfehlung direkt.

Die Förderkonzepte bestimmen auch über die Förderung der Angebotsvielfalt in den Kinos, die Filmkultur, die Aus- und Weiterbildung in Filmberufen und die Auszeichnung von Schweizer Filmen³⁵. Zum Thema der Fördervielfalt drängt sich übrigens folgende Anmerkung auf: Ein Viertel der Unterstützungsleistungen (rund 4,1 Millionen Franken verteilt auf 20 verschiedene Projekte) zur selektiven Förderung kam 2007 dem Nachwuchs zugute³⁶ nämlich Regisseuren, die höchstens einen Langspielfilm umgesetzt haben. Die Mehrheit der vom Bund unterstützten Spielfilme wird sowohl für das Drehbuch wie auch für die Herstellung des Films gefördert. Das bedeutet, dass fast jedes Drehbuch zu einem Film wird, dass also kaum ein Projekt mit Fördergeldern entwickelt wird, um danach abgebrochen zu werden: eine symptomatische Eigentümlichkeit der Schweizer Produktion.

Bei der Förderung gilt die 50-Prozent-Regel: Der Beitrag des Bundes darf 50 Prozent des gesamten Budgets nicht überschreiten. Beiträge aus verschiedenen Bundesämtern (BAK, Deza etc.) können nicht kumuliert werden.

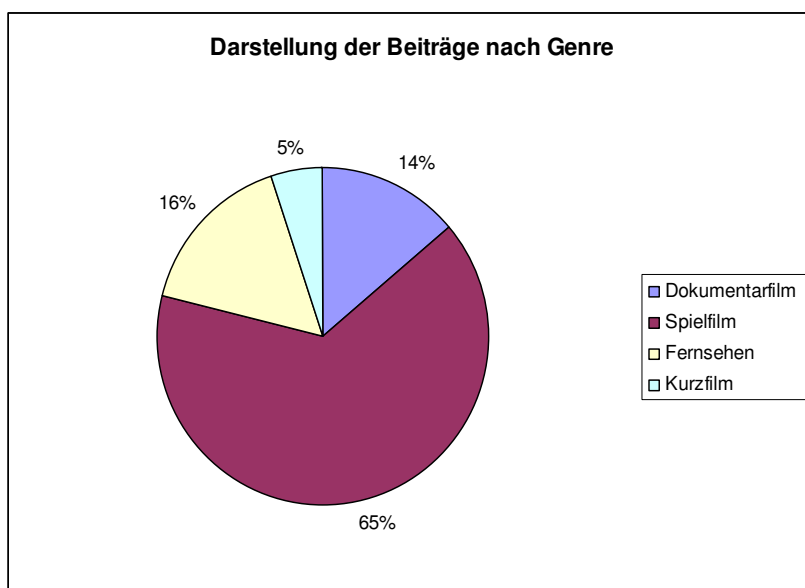
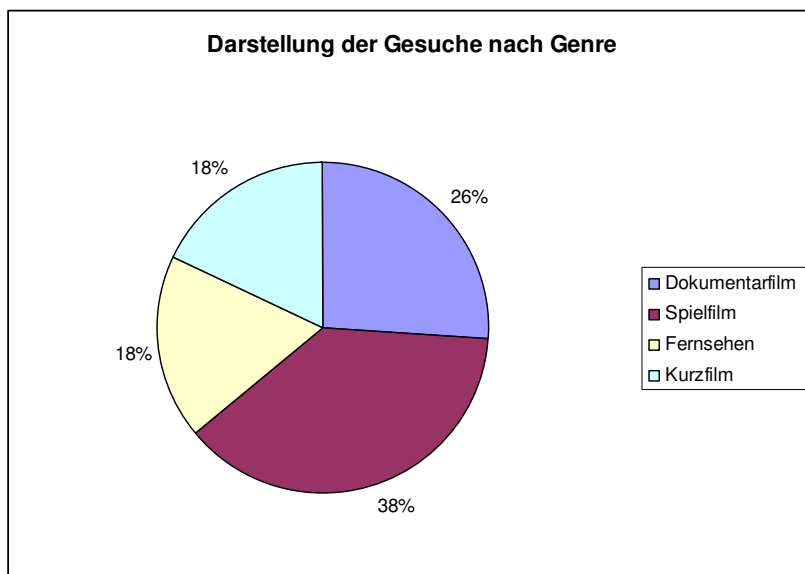
Für Spielfilme entscheidet ein fünfköpfiger Ausschuss *Spielfilm* unter dem Präsidium von Thierry Spicher, Filmproduzent, Lausanne, über die Förderung einzelner Projekte.

³⁴ BAK, Selektive Filmförderung, www.nb.admin.ch/bak/themen/kulturfoerderung/00486/00488/index.html?lang=de (30.9.2008)

³⁵ BAK, Neuerungen Filmförderungsverordnungen (FiFV), www.nb.admin.ch/bak/themen/kulturfoerderung/00486/01364/index.html?lang=de (4.8.2006)

³⁶ BAK: „Einige Beobachtungen zur selektiven Filmförderung“. In: *Le Cinéma en Suisse, Facts & Figures*, 2007, S. 14

Die folgenden Diagramme geben einen Überblick über die selektive Filmförderung 2006³⁷



Im 2006 wurden insgesamt 17'394'000 Franken Beiträge gesprochen.

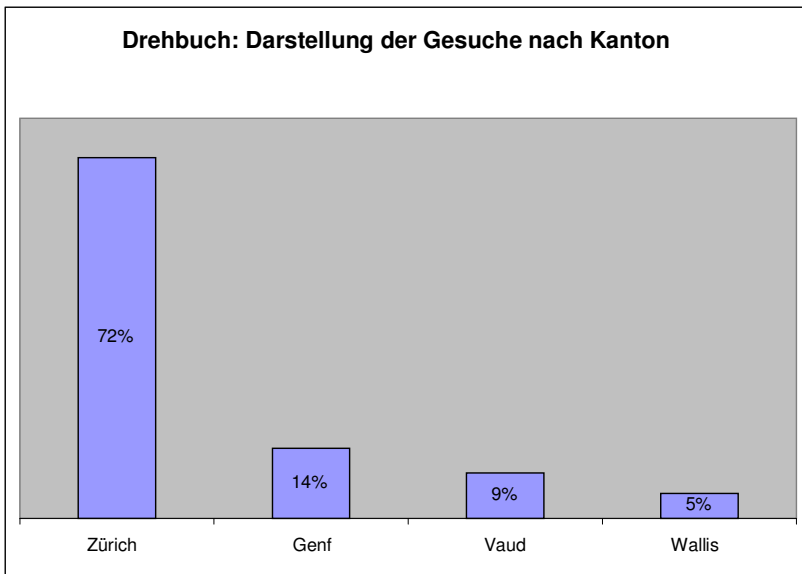
Dokumentarfilm 2'400'000

Spielfilm 11'285'000

Kurzfilm 954'000

³⁷ BAK, Zahlen und Statistiken, Selektive Filmförderung 2006, Statistik, www.bak.admin.ch/bak/themen/kulturfoerderung/00486/01711/index.html?lang=de (8.8.2008)

Gesuche für das Drehbuch Schweizer Spielfilm

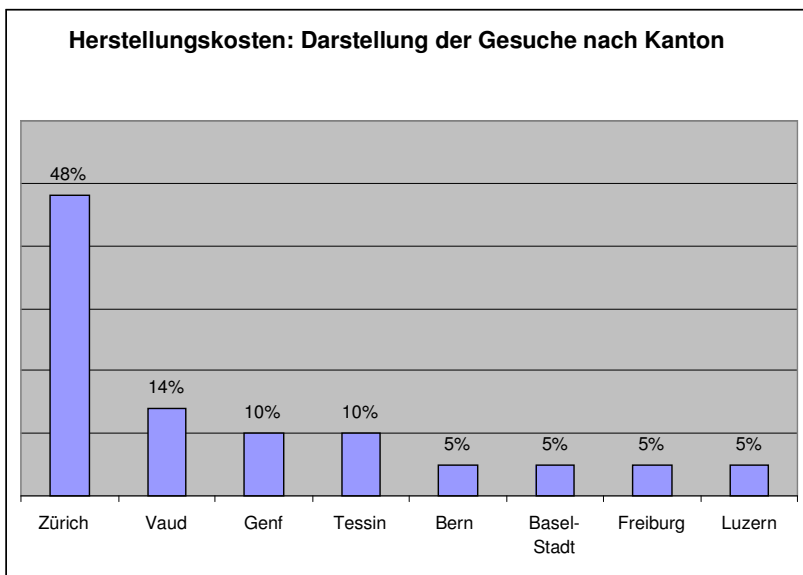


Die obige Grafik zeigt die prozentuale Anzahl der Gesuche für das Drehbuch, welche durch die Produktionsfirmen eingereicht werden. Die Produktionsfirmen kommen normalerweise aus den grossen Zentren, wie zum Beispiel Zürich, deren Löwenanteil 72 Prozent der Gesuche beträgt. Die Drehbuchautoren können allerdings auch aus anderen kleineren Kantonen kommen, die in dieser Statistik nicht erfasst werden. Die Verteilung der Anträge auf die verschiedenen Kantone zeigt, dass die französische Schweiz durchaus ihren Platz vertritt.

Gesprochene Beiträge 2006³⁸ für Spielfilme

Drehbuch	400'000 Franken
Projektentwicklung	436'270 Franken
Herstellung	6'049'200 Franken

³⁸ BAK: „Selektive Filmförderung“. In: Publikation *Ciné Spécial* und *Succès Cinéma*, Eidgenössische Filmförderung 2006, S. 8 f



Erfolgsabhängige Filmförderung EAFF: Succès Cinéma

Succès Cinéma ist die Umschreibung für erfolgsabhängige Filmförderung. Von 1996 bis 2001 wurde dieses Filmförderungsmodell von einem Trägerverein (BAK, SSR SRG idée suisse und Suissimage) finanziert und betrieben. Seit 2002 wird die Finanzierung und Verwaltung der erfolgsabhängigen Filmförderung EAFF über den Filmkredit des Bundes garantiert³⁹. Für jeden in der Schweiz ausgewerteten Film können folgende Kategorien die EAFF in Anspruch nehmen:

- Drehbuch
- Regie
- Produktion
- Verleih
- Kinobetriebe

Erfolg soll belohnt werden und neuen Erfolg generieren. Mit der erfolgsabhängigen Filmförderung werden Schweizer Filme entsprechend ihrem Erfolg an der Kinokasse gefördert. Die EAFF beginnt bei Dokumentarfilmen bei 5'000 Kinoeintritten und bei Spielfilmen bei 10'000 Eintritten. Jeder Kinoeintritt (bis zu einer Höchstgrenze von 100'000 Eintritten beziehungsweise 70'000 Eintritten pro Region) eines Schweizer Films oder eines von der Schweiz koproduzierten Films schafft bei Succès Cinéma ein Guthaben. Die durch den Dachverband *Procinema* erfassten und gemeldeten Kinoeintritte für die Schweiz sind massgebend für die Gutschriften des BAK. Dabei werden nur Kino- und Openair-Eintritte berücksichtigt (registrierte Betriebe im Kinoregister des BAK). Festivaleintritte und

³⁹ Vgl. dazu BAK: „Erfolgsabhängige Filmförderung“, Allgemein, www.nb.admin.ch/bak/themen/kulturfoerderung/00486/00602/00729/00731/

Schulvorführungen sowie ähnliche Parallelvorstellungen, sofern diese nicht in den in den Kinoregistern eingetragenen Kinos gezeigt worden sind, werden nicht gezählt. Spielfilme erhalten maximal 10,10 Franken pro Eintritt, Dokumentarfilme erhalten 9,50 Franken. Die Beiträge müssen reinvestiert werden, das heisst, sie müssen für die Erarbeitung von Drehbüchern, die Projektentwicklung, die Herstellung oder den Verleih von neuen Schweizer Filmen oder Koproduktionen verwendet werden. Verleiher und Kinobetriebe reinvestieren ihre Guthaben in den Ankauf oder in die Promotion neuer Schweizer Filme. Im Jahr 2007 wurde neu ebenfalls eine Gutschrift für die Präsenz von Schweizer Filmen an wichtigen Festivals eingeführt. Das System der erfolgsabhängigen Filmförderung⁴⁰, welches 1997 trotz grosser Widerstände auf Initiative der *Association Romande du Cinéma* (ARC) eingeführt wurde, hat heute breite Akzeptanz gefunden. Und wie die Initianten damals in Aussicht stellten, finden die Schweizer Filme heute eine wesentlich bessere Verbreitung als vor elf Jahren. Laurent Steiert, zuständig für Succès Cinéma, zieht elf Jahre nach der Einführung eine hervorragende Bilanz, sowohl was die Eintritte für Schweizer Filme als auch die Akzeptanz dieses Instruments bei der Filmbranche und in den politischen Kreisen anbelangt.

Beispiel⁴¹ für einen Schweizer Spielfilm mit 50'000 Referenzeintritten, Gutschrift CHF 10.10 pro Eintritt

Gesamtgutschrift		100 Prozent	505'000
Anteil Regie	0.80 Franken pro Eintritt	8 Prozent	40'000
Anteil Drehbuch	0.80 Franken pro Eintritt	8 Prozent	40 000
Anteil Produktion	3.00 Franken pro Eintritt	30 Prozent	150 000
Anteil Verleih	2.00 Franken pro Eintritt	20 Prozent	100 000
Anteil Kino, das den Film gezeigt hat	3.50 Franken pro Eintritt	35 Prozent	175 000

Das Hauptziel von Succès Cinéma ist es, die Präsenz von Schweizer Filmen in den Kinos zu erhöhen. Damit wird dem einheimischen Filmschaffen mehr Kontinuität verliehen. 2007 bezog die Schweizer Filmproduktion 2,5 Millionen Franken an erfolgsabhängigen Fördergeldern⁴² für insgesamt 68 verschiedene Projekte. Im Jahr 2006 waren erstmals zwei Schweizer Filme⁴³ unter den erfolgreichsten zehn Kinofilmen zu finden. Das Swissairdrama „Grounding“ von Michael Steiner

⁴⁰ Cine-Bulletin: „Succès Cinéma“, Nr. 392-293, 6-7/2008, S. 1

⁴¹ BAK: EAFF (Succès Cinéma), Modell und Beispiel (23.8.2007), www.nb.admin.ch/bak/themen/kulturfoerderung/00486/00602/00743/index.html...

⁴² BAK: „Einige Beobachtungen zur EAFF“. In: Le Cinéma en Suisse, Facts & Figures 2007, S. 16

⁴³ BAK: EAFF, Top Filme, 2006, www.succes-cinema.ch

verzeichnete 378'381 Eintritte und „Die Herbstzeitlosen“ von Bettina Oberli konnte 374'749 Eintritte verbuchen. Der Schweizer Film konnte im 2006 eine markante Steigerung in allen Sprachregionen erzielen. Der Zuschaueranstieg betrug in der französischen Schweiz + 77 Prozent (von 90'000 auf 160'000) und in der italienischen Schweiz + 55 Prozent. In der Deutschschweiz betrug der Anstieg + 70 Prozent.

2.2.2 SRG SSR idée suisse

Eine weitere wichtige Säule der Schweizer Filmförderung ist die SRG SSR idée suisse, das grösste Unternehmen für elektronische Medien in der Schweiz, dessen Angebot national, multimedial und mehrsprachig ist. Das Service-Public-Unternehmen schloss 1997 den Pacte de l'audiovisuel zusammen mit sechs grossen Verbänden der Filmbranche, mit dem Ziel, die qualitativ hochstehende, audiovisuelle Produktion von Spiel-, Dokumentar- und Animationsfilmen zu fördern⁴⁴. Zu den Filmpartnern gehören der Schweizerische Verband der Filmproduzenten (SFP), der Verband Filmregie und Drehbuch Schweiz (FDS), die Schweizer Trickfilmgruppe (STFG), die Association Romande du Cinéma (ARC), die Swissfilm Association und die Gruppe Autoren, Regisseure und Produzenten (GARP). Der Pacte de l'audiovisuel ist für die Schweizer Filmbranche sehr wichtig. Rainer M. Schaper, Kulturchef des Schweizer Fernsehens SF, meint denn auf die Frage, was er vom Pacte de l'audiovisuel hält: ⁴⁵ „In jeder Filmwirtschaft, die sich gegen den USA-Markt etablieren will, braucht es ein Instrument. Ich finde es bewundernswert, mit welchem Engagement hier so ein Instrument wie der Pacte de l'audiovisuel ersonnen worden ist. Auf der einen Seite wird die Filmwirtschaft bedient, das heisst gefördert, auf der anderen Seite ist der Pacte de l'audiovisuel nicht ein reines Förderinstrument, sondern es gibt ja auch Abstimmungsmechanismen, was auch der Kino- und Fernsehauswertung nützt. Wenn der Pacte de l'audiovisuel nicht schon erfunden wäre, dann müsste man ihn im Interesse der kulturellen Institution Film erfinden.“

Im Rahmen des Pacte unterstützt die SRG SSR das unabhängige Filmschaffen mit 19,3 Millionen Franken pro Jahr. Dieser Betrag wird wie folgt aufgeschlüsselt:

Kinoproduktionen	7.8 Millionen Franken
Animationsfilme	0.3 Millionen Franken
Fernsehproduktionen	7.9 Millionen Franken
Prämien Succès passage antenne	3.3 Millionen Franken

⁴⁴ Vgl. dazu SRG SSR idée suisse update 3/07, 10 Jahre Pacte de l'audiovisuel, S. 3

⁴⁵ Ciné-Bulletin: „Der neue Kulturchef ist angekommen“, Nr. 931, 5/2008, S. 1 ff

Mit dieser Summe ist die SRG SSR nach dem Bund die zweitwichtigste Filmförderin der Schweiz und mittlerweile nicht mehr aus der schweizerischen Filmfinanzierung wegzudenken.

Die Schweizer Filmindustrie ist auf die Produktionen und Koproduktionen der SRG SSR angewiesen. Rund zwei Drittel der Ressourcen werden in den Spielfilm, ein Drittel in den Dokumentarfilm investiert. Ausserdem fördert die SRG SSR *idée suisse* das Filmschaffen nicht nur durch den *Pacte de l'audiovisuel*, sondern auch durch die Unterstützung von wichtigen Filmveranstaltungen, wie zum Beispiel Solothurner Filmtage, Filmfestival Locarno und den Schweizer Filmpreis.

Für Christian Davi, Präsident der GARP-Gruppe, bedeutet der *Pacte*⁴⁶ eine einmalige und typisch schweizerische Erfahrung des Kompromisses und des Ausgleichs, der die Differenzen zwischen den verschiedenen Film-Genres, auch innerhalb der vier Sprachregionen mit ihren unterschiedlichen Mentalitäten zu integrieren und zu fördern versteht.

Pacte-Filme on demand zum Herunterladen: Die SRG SSR und die Partnerverbände des *Pacte de l'audiovisuel* haben der Digitalisierung mit der veränderten Nutzung von audiovisuellen Werken Rechnung getragen und lancierten im 2007 *Video on demand*: Über 100 Filme sind der Öffentlichkeit auf den Websites von SF, TSR, TSI und RTR zugänglich.

2.2.3 Zürcher Filmstiftung

Neben dem BAK und dem Schweizer Fernsehen ist die Zürcher Filmstiftung eine der wichtigsten Partner der Filmproduzenten. Sie wurde mit massgeblicher Beteiligung des Vereins *Zürich für den Film* am 17. November 2004 gegründet. Der Verein setzt sich für das Vernetzen von Film für Politik, Kultur und Kommerz, Produzenten und Technikern, Autoren, Regisseuren, Schauspielern und Medienschaffenden ein. Die bisherige *Filmkommission von Stadt und Kanton Zürich* wurde aufgelöst und die Projekte wurden fortan von der Stiftung verwaltet. Das Ziel der Stiftung⁴⁷ ist die Förderung des professionellen, qualitativ anspruchsvollen Filmschaffens, das heisst, die finanzielle Unterstützung von Autoren, Regisseuren, Produktionsgesellschaften, Verleihern sowie die Promotion und der Vertrieb. Die Filmstiftung startete 2004 mit einer Basis von 20 Millionen Franken aus dem Lotteriefonds. Jährlich werden ihr 4,5 Millionen Franken vom Kanton und 3 Millionen Franken von der Stadt Zürich zugesprochen. Die Zürcher Filmstiftung betreibt nebst der selektiven auch eine erfolgsabhängige Projektförderung in Form einer jährlichen, automatischen Auswertung. Die Zürcher Filmstiftung⁴⁸, befindet sich - wie sie von sich sagt - in einer Aufbruchstimmung. So wurden zehn der zwölf am besten besuchten Filme im Rekordjahr 2006 mit einer finanziellen Unterstützung aus Zürich

⁴⁶ SRG SSR *idée suisse* update 3/07, 10 Jahre *Pacte de l'audiovisuel*, S. 4

⁴⁷ Vgl. dazu Zürcher Filmstiftung, www.filmstiftung.ch/promotion.php

⁴⁸ Vgl. dazu Zürcher Filmstiftung, „Das verflixte“ zweite Jahr“. In: Jahresbericht 2006/2007

hergestellt, wie zum Beispiel die Zürcher-Filme, „Grounding“, „Die Herbstzeitlosen“ oder „Vitus“. Die Zürcher Filmstiftung sieht denn auch die Stadt Zürich dank ihrer Unterstützung als bedeutenden Film- und Medienstandort. Und trotzdem steht sie nicht isoliert in der Förderlandschaft. Nebst der Stiftung sind vor allem das BAK und das Schweizer Fernsehen die wichtigsten Partner der Filmproduzenten. In diesem Netzwerk ist eine nachhaltige Filmförderung nicht nur auf mehr finanzielle Mittel angewiesen, sondern auch auf eine entsprechende Koordination und Kooperation zwischen den drei wichtigsten Förderinstitutionen.

Erfolgsförderung: Die erfolgsabhängige Projektförderung erfolgt in Form einer jährlichen automatischen Auswertung. Der Erfolgsfaktor setzt sich aus dem Kinoerfolg sowie der Anzahl verkaufter Eintritte und zuletzt dem Festivalerfolg zusammen. Beim Letzteren werden die Teilnahme sowie allfällige Auszeichnungen an international bedeutenden Festivals gewertet. Auch hier müssen die Gutschriften wie beim BAK in neue Filmprojekte investiert werden. Damit trägt die Zürcher Filmstiftung zur Kontinuität in der Filmwirtschaft bei.

Selektive Förderung: Die Filmstiftung unterstützt in erster Linie Projekte, die einen Bezug zum Kanton Zürich haben, das heisst wenn der Film im Kanton realisiert wird. Ein weiteres Kriterium ist die Produktionsgesellschaft, die mindestens zwei Jahre im Kanton domiziliert sein muss oder der Autor/Regisseur, der ebenfalls seit mindestens zwei Jahren seinen Wohnsitz im Kanton Zürich haben muss. Die selektive Filmförderung belief sich 2006 auf 8,6 Millionen Franken.

2.2.4 Kantonale und städtische Filmförderung

Kantonale Filmförderungen im Überblick⁴⁹

	<i>Jahresbudget in CHF</i>	<i>Filmförderung</i>	<i>Fördersumme in CHF pro Projekt</i>
Kanton Aargau	250'000	Drehbuch- und Produktionsbeiträge aller Genres und Koproduktionen mit biographischem Bezug zum Aargau.	Drehbuch max. 25'000 Herstellung max. 50'000
Kanton und Stadt Basel und Baselland	400'000	Produktionsförderung von Filmprojekten und Koproduktionen aller Genres (ausser TV Movies) mit thematischem oder biographischem Bezug zu Basel.	
Berner Filmförderung	1'140'000	Bereich Film und Video – von der Produktion bis zur Promotion und vom Werkbeitrag bis zum Filmpreis. Die Beiträge sind abhängig von der Grösse und vom Bernbezug der	Projektentwicklung max. 30'000 Produktion max. 200'000 Filmmusik max. 15'000 Promotion max. 30'000

⁴⁹ Media Desk Suisse, Kantonale Filmförderungen 2007, www.mediadesk.ch/page.php?templateID=424&language=de

		Filmprojekte.	Filmuntertitelung max. 10'000
Stadt Genf	1'300'000	Drehbuch-, Produktions-, Postproduktions- und Auswertungsförderung für Filmprojekte aller Genres sowie Koproduktionen mit einem thematischen oder biographischen Bezug zu Genf.	Drehbuch max. 20'000 Produktion max. 200'000
Kanton Luzern	160'000	Drehbuch- und Herstellung für Filmprojekte aller Genres mit einem biographischen oder thematischen Bezug zum Kanton Luzern.	Maximale Fördersumme nicht festgelegt
Kanton Solothurn	450'000	Drehbuch-, Herstellungs- und Auswertungsförderung für Filmprojekte aller Genres mit einem biographischen oder geographischen Bezug zum Kanton Solothurn.	Max. 100'000, max. 1/10 des Budgets
Kanton Tessin	450'000	Herstellungsförderung für Kinofilme aller Genres und majoritäre Koproduktionen mit einem biographischen oder geographischen Bezug zum Kanton Tessin.	Herstellung max. 120'000
Kanton Waadt	950'000	Selektive Produktionsförderung für Filmprojekte aller Genres, die vom BAK und/oder Fernsehen eine Unterstützung unter 150'000 erhalten haben. Regie oder Produzent müssen im Kanton Waadt wohnhaft sein.	Produktion max. 30'000 Vertriebsförderung max. 5'000
Zürcher Filmstiftung	8'000'000	Drehbuch-, Produktions- und Auswertungsförderung für Filmprojekte aller Genres (ausgeschlossen TV-Dokumentarfilme) sowie Koproduktionen. Autor, Regisseur oder Produzent müssen mind. seit zwei Jahren im Kanton Zürich ansässig sein.	Drehbuch max. 60'000 Kinoproduktion max. 750'000 Fernsehspielfilm max. 200'000 Auswertung max. 60'000
Romandie – Fonds Régio	5'900'000	Automatische Produktionsförderung für Filmprojekte aller Genres sowie Koproduktionen. Regie und/oder Produzent müssen in der Romandie wohnhaft sein. Das Gesuch muss vom BAK und/oder dem Pacte de l'audiovisuel schon unterstützt worden sein.	Kinoproduktionen max. 400'000 Fernsehproduktionen max. 200'000

Die Kunststadt Basel nimmt laut Nicolas Bideau die Chance nicht wahr, sich mit einem namhaften Betrag an der Filmförderung zu beteiligen.

Wie aus der obigen Tabelle ersichtlich, bringen nur wenige Kantone die Mittel und das Interesse auf, um substantielle eigene Filmförderung zu leisten. Nicolas Bideau betrachtet den Film generell als Kulturgut in einem Spannungsfeld zwischen Kommerz und Kunst (siehe dazu Interview mit Nicolas Bideau, Seite 85). In den Hauptzentren der audiovisuellen Branche (Fernsehen, Kino etc.) Zürich, Genf und Bern ist es daher auch einfacher, gegenüber dem lokalen Parlament in künstlerischer und kommerzieller Hinsicht argumentieren zu können. Die ländlicheren Kantone können sich allenfalls an der Drehbuchentwicklung (künstlerischer Aspekt) beteiligen. Sobald es aber um die Beteiligung an den sehr hohen Herstellungskosten geht, wird es bereits schwieriger, die Volksvertreter davon überzeugen zu können. Von ihnen wird nämlich ein *ROI* (*return on invest*) erwartet. So kann zurecht, wie in der Vernehmlassungsantwort von *Cinésuisse* zum Kulturförderungsgesetz vom 28. Oktober 2005⁵⁰ gefordert, die Überlegung gemacht werden, inwieweit dabei eher die kulturellen Leistungen und Bedürfnisse von Regionen anstatt von Kantonen und Gemeinden im Vordergrund stehen sollten. So könnte zum Beispiel zur Ergänzung der Bundesaktivitäten die Entstehung von *Film-Regionen*, die von den Kantonen und interessierten Gemeinden gemeinsam getragen sind, gefördert werden.

Möglicherweise könnten dadurch bisher kaum aktive Kantone interessiert sein, sich an standortbezogenen Aktivitäten zu beteiligen. Im Raum Zürich und in der Romandie wird das bereits praktiziert, wo unter anderem die Kantone und Gemeinden einer Region eine gemeinsame Filmstiftung tragen. Ivo Kummer, Direktor der Solothurner Filmtage, möchte das Filmschaffen in den Kantonen Solothurn, Aargau, Bern, Basel-Land und Basel-Stadt mit einer *Filmstiftung Mittelland* fördern. Diese sollte ein Gegengewicht zur Zürcher Filmstiftung und zum Westschweizer *Fonds Regio Films* bilden. Immer mehr Filmemacher investieren das von den Mittelland-Kantonen erhaltene Geld in Zürich. Dadurch besteht die Gefahr, dass in der Mittelland-Region angesiedelte Stoffe trotz lokaler Förderungen letztlich zu kurz kommen.

Mobilisierung in der Romandie: Das *Forum romand des professionnels de l'audiovisuel* (Westschweizer Forum der im Audiovisionsbereich Tätigen) plant zur Stärkung der regionalen Filmproduktion in der Romandie⁵¹ die Einrichtung eines Westschweizer Filmfonds. Dieser soll von heute verfügbaren 6 Millionen auf 10 Millionen Franken aufgestockt werden. Um dies zu erreichen, fordert das Forum seine regionalen Partner (Kantone, Städte, Loterie Romande) auf, ihre Ressourcen im Fonds zusammenzuführen. Damit soll einerseits die Konkurrenzfähigkeit gewahrt bleiben und andererseits eine Abwanderung der Westschweizer Produktionen nach Zürich verhindert werden.

⁵⁰ Cinésuisse: „Vernehmlassungsantwort zum Kulturförderungsgesetz“ vom 28.10.2005 an BR Couchepin, www.cinesuisse.ch/dokumente/kfg_d.pdf

⁵¹ Ciné-Bulletin: „Mobilisierung in der Romandie“, Nr. 394, 8/2008, Seite 1 ff

In der Romandie ist die wichtigste Filmförderungsinstitution der *Fonds Regio Films* (Fonds de soutien à la production audiovisuelle), der seit 2000 aktiv ist. Diesem Fonds gehört die *Fondation Vaudoise pour le Cinéma* an. In der Deutschschweiz ist es die Zürcher Filmstiftung und in der italienischen Schweiz gibt es das Tessiner Regionalförderprogramm *Fondo FilmPlus della Svizzera italiana*.

Diese Beispiele zeigen, dass die Bedeutung der Regionen für die nationale Filmförderung wächst. Dadurch können in erster Linie die „einheimischen Pflanzen“ direkt gefördert und unterstützt werden.

2.2.5 Private Filmförderung

Ein weiteres Standbein in der nationalen Förderlandschaft nebst der öffentlichen Hand und der SRG SSR idée suisse bilden die Privaten, meist Stiftungen, welche sehr unterschiedliche Zwecke verfolgen. So leistet zum Beispiel die *Migros Kulturprozent*⁵² Beiträge an die Fertigstellung eines Films und fördert damit das unabhängige, einheimische und professionelle Filmschaffen. Die Beiträge werden für alle Film-Genres vergeben.

Dokumentarfilme: Budgetlimite 800'000 Franken

Spielfilme: Budgetlimite 1'800'800 Franken

Die private *Stiftung Kulturfonds Suissimage*⁵³ hat im Jahr 2007 total 17 Filmprojekte (davon 3 französischsprachige und 2 italienischsprachige) unterstützt. Die Filmprojekte teilen sich in 8 Spielfilme und 9 Dokumentarfilme auf. Als jeweils rückzahlbare Restfinanzierungsbeiträge konzipiert, wurden insgesamt 2'235'000 Franken gesprochen. Von den gewährten Darlehen wurden insgesamt 201'179 Franken zurückbezahlt. Weiter werden der Westschweizer *Fonds Regio*, der Tessiner *Fondo Film Plus della Svizzera italiana*, sowie der *Teleproduktions-Fonds* unterstützt. An verschiedenen Festivals hat sich der *Kulturfonds Suissimage* im Jahr 2007 mit Preisgeldern von Total 58'000 Franken beteiligt. Diese Stiftung leistet einen nicht zu unterschätzenden Beitrag in der nationalen Filmförderung.

Die *Ernst Göhner Stiftung*⁵⁴ fördert professionelle Kulturaktivitäten aller Sparten und Stilrichtungen in der Schweiz. Sie berücksichtigt dabei alle Zeitperioden und auch spartenübergreifende Projekte. Dabei möchte sie insbesondere junge Talente fördern und ihnen die Möglichkeit bieten, sich in der Schweiz einem breiten Publikum zu präsentieren.

Daneben gibt es noch unzählige weitere Stiftungen, die einen Beitrag an die Filmförderung leisten.

⁵² Migros Kulturprozent, Filmförderung, www.kulturprozent.ch/g3.cms/s_page/51270

⁵³ Media Desk Suisse, nationale Filmförderung, www.mediadesk.ch/page.php?templateID=87&language=de,

⁵⁴ Ernst Göhner Stiftung, Kultur, www.ernst-goehner-stiftung.ch/gemeinnuetzigkeit/kultur/default.htm

2.3 Filmverleih und Promotion

Im 2007 unterstützte der Bund 24 verschiedene Verleihfirmen⁵⁵, die 35 Prozent der offiziell in der Schweiz registrierten Verleihhäuser ausmachen, mit insgesamt 2,1 Millionen Franken. Dies entspricht rund 10 Prozent der Filmsubventionen des Bundes.

Für die Verleiher ist der Release von Filmen in den vergangen zehn Jahren sehr teuer geworden. Das Kinopublikum hat sich längst an die aufwändigen Kampagnen der US-amerikanischen Filmindustrie gewöhnt. Hier müsste viel Geld in die Werbung investiert werden, um überhaupt eine annähernd ähnliche Aufmerksamkeit erlangen zu können. Verleihfirmen, denen Beträge von über 100'000 Franken ausbezahlt worden sind, kommen in den Genuss ganz unterschiedlicher Unterstützungsformen. Die Verleihhäuser *Frenetic Film*, *Filmcoopi* und *Look Now*, die über sämtliche Genres hinweg die meisten Schweizer Kinofilme verleihen, werden zum Beispiel mit drei Instrumenten begleitet: der erfolgsabhängigen Förderung (Succès Cinéma), der Startförderung⁵⁶ und der selektiven Verleihförderung⁵⁷. Wie bereits im Jahr zuvor konnten 2007 beim internationalen Vertrieb der Schweizer Filme sehr positive Resultate erzielt werden. Je zehn Spiel- und Dokumentarfilme fanden Verleiher in europäischen Ländern, zum Teil auch in Amerika und Asien⁵⁸. Der im Jahr 2007 in Zusammenarbeit zwischen Swissfilms und dem BAK eingeführte Exportförderungsfonds hat zur Verstärkung dieser Präsenz beigetragen.

Eine schweizerische Umfrage zum Filmgeschmack und den Filmgewohnheiten⁵⁹ zeigt, dass eine Mehrheit der befragten Personen eine stärkere Promotion des Schweizer Films, vor allem in der französischen Schweiz, wünscht. Das BAK hat die Förderung des Verleihs und der Filmpromotion entsprechend angepasst und verfügt über folgende Förderinstrumente, die sich teilweise bis Ende 2009 noch in einer Pilotphase befinden:

- Startförderung (Grundförderung für die Herausbringung von Schweizer Filmen)
- Selektive Verleihförderung (Spezialförderung für den Verleih von Schweizer Filmen mit nationalem Auswertungspotential)
- Promotionsberatung vor der Kinoauswertung (Unterstützung der Produktionsfirmen durch Promotionsberatung)

⁵⁵ Vgl. dazu BAK: „Unterstützung des Filmverleihs in der Schweiz“. In: Le Cinéma en Suisse, Facts & Figures 2007, S. 28

⁵⁶ Beitrag an die Kosten für Filmkopien und die Promotion von Schweizer Filmen in der Schweiz

⁵⁷ Unterstützung spezifischer Anträge und das Bestreben, einen Film in allen Sprachregionen der Schweiz herauszubringen

⁵⁸ Swissfilms Info, Issue_2008.2, S. 14, Beilage zum Ciné-Bulletin, Nr. 395

⁵⁹ BAK, Promotion und Verleih, www.nb.admin.ch/bak/themen/kulturfoerderung/00486/01382/index.html?lang=de

- Verleihförderung von Schweizer Filmen im Ausland (Ab 2007 fördert die für die Auslandpromotion von Schweizer Filmen zuständige Swiss Films in Zusammenarbeit mit dem BAK die Kinoauswertung von Schweizer Filmen im Ausland)

2.4 Filmschulen

Einer der bekanntesten Schweizer Filmemacher, Daniel Schmid, der im Jahr 2006 verstorben ist, bemerkte einst: „Wir haben Filmschulen in der ganzen Schweiz und Tausende von Studierenden, die jedes Jahr abschliessen; aber sie machen keine Filme.“ Der nicht minder bekannte Fredi M. Murer fügte bei: „Es gibt etwa 20 Junge, deren Filme nicht schlecht und technisch durchaus auf der Höhe sind, aber sie sind völlig austauschbar. Man ist weniger mutig als früher.“⁶⁰ Der dritte im Bunde, Alain Tanner liess gar verlauten, dass nach 2000 sowieso alles vorbei sein werde. Doch rückblickend scheint die Millenniumswende auch eine Wende für den Schweizer Film gewesen zu sein. Für eine neue Generation von Filmschaffenden bedeutete sie der Neubeginn. So wurde für Sabine Boss, Anna Luif, Andrea Staka, Bettina Oberli und andere der Ausbau der Filmschulen in Zürich und Lausanne zum Glücksfall. Dieser Ausbau der Schulen wurde und wird neben anderen auch vom BAK gefördert.

Verteilung der jährlichen Fördergelder des BAK für die Filmschulen 2008:

- Zürcher Hochschule der Künste 400'000 Franken
- Hochschule Luzern, Abteilung Video 170'000 Franken
- Ecole cantonale d'art de Lausanne 140'000 Franken
- Haute Ecole d'art et Design, Genf 140'000 Franken
- Hochschule Luzern, Abteilung Animation 80'000 Franken

Das BAK konzentriert sich bei der Bewertung auf das Kriterium der Qualität der Abschlussfilme. Neu soll in Zukunft über die Evaluierung der Qualität der Filme auch bewertet werden, ob den Bedürfnissen der Filmbranche Rechnung getragen wurde⁶¹.

⁶⁰ Goldberg, Marcy: „Über die Generationenkluft hinweg“. In: Swissfilms Info Issue_2008.2, S. 22

⁶¹ BAK: „Das Bundesamt für Kultur fördert die Film(aus)bildung“, www.bbaktuell.ch/pdf/bba4554a.pdf (18.4.2008)

2.5 Rückflüsse aus der Auswertung von Schweizer Filmen

2.5.1 Box Office

Im Jahr 2007 gingen die Schweizer im Durchschnitt knapp zwei Mal ins Kino⁶². Auf 7,5 Millionen Einwohner waren 13,79 Millionen⁶³ Eintritte (Filme aller Genres) zu verzeichnen. Hier sind die demographischen Unterschiede sehr gross. Kinobesuche sind vor allem eine urbane Gewohnheit, da das Kinoangebot in den Städten viel grösser ist als auf dem Land. Der Bund setzt sich aber dafür ein, dass ein möglichst grosses Publikum regelmässig Filme auf der Leinwand sehen kann. So wird zum Beispiel das Projekt „Road Movie“, ein mobiles Kino, das vor allem in den ländlichen Schweizer Gemeinden Filme vorführt, vom Bund unterstützt.

Im Ausland sind die Schweizer Kinos für eine besondere Eigenart bekannt: Viele zeigen Filme in Originalversion. Im Jahr 2007 wurde die Hälfte der Eintritte für Originalversionen verkauft.

Besucherzahlen in der Schweiz nach Sprachregion

Deutsche Schweiz	67,0 Prozent
Französische Schweiz	29,3 Prozent
Italienische Schweiz	3,7 Prozent

Schweizer Film: Nach dem Rekordjahr 2006, als der Schweizer Film 1,6 Millionen Kinoeintritte verzeichnete, waren es im 2007 noch 815'339⁶⁴.

Mit rund 14 Millionen Eintritten (aller Film-Genres) betrug das Zuschauerminus gegenüber dem Jahr 2006 15,8 Prozent. Dieser im europäischen Vergleich besonders herbe Rückschlag kann denn auch nicht nur konjunkturell dem Filmangebot oder dem Wetter zugeschrieben werden. Eine weltweit feststellbare Entwicklung des Publikumverhaltens zeichnet sich auch in der Schweiz ab: Filme werden weniger im Kino angeschaut, sondern zunehmend im privaten „Home Cinema“ oder auf Internet⁶⁵. Im Gegensatz zum Kino konnten die Festivals oder Openairs die Zuschauerzahlen halten. Der nationale Durchschnittspreis eines Kinobilletts lag 2007 in der Schweiz bei 14,58 Franken. Zwischen den Sprachregionen besteht ein Preisunterschied von mehr als einem Franken. Die Deutschschweiz ist mit 14,99 Franken am teuersten. Die französische Schweiz (13,79) hat ihren Status als billigste Region zu Gunsten der italienischen Schweiz (13,54) abtreten müssen. Die untenstehende Tabelle gibt eine Übersicht auf die Zusammensetzung des Billettpreises. Der einkassierte Betrag wird nach klaren Regeln auf die verschiedenen Akteure verteilt.

⁶² BAK: „Eingangsbemerkungen zum Film in der Schweiz“. In: Le Cinéma en Suisse, Facts & Figures 2007, S. 8

⁶³ Bundesamt für Statistik, Kino/Film, Indikatoren

www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/02/01/key/01.html (13.3.2008)

⁶⁴ BAK: „Der Schweizer Film in der Schweiz“. In: Le Cinéma en Suisse 2007, Facts & Figures, S.10

⁶⁵ Swissfilms Info: „facts & figures“, Issue_2008.2, S. 4, Beilage zu Ciné-Bulletin Nr. 395

Beispiel für die Zusammensetzung des Billettpreises 2007⁶⁶

	Angewendeter Satz	CHF	in % des Eintrittsbilletts
Eintrittsbillett		14.58	100 %
Mehrwertsteuer	2,4 % des Saldos I	0.35	2,40 %
Saldo I		14.23	
Gemeindesteuersatz	15,0 %	2.13	14,61 %
Saldo II		12.10	
Urheberrechte (Suisa)	1,35 % des Saldos II	0.16	1,10 %
Saldo III		11.94	
Verleihunternehmen	43 % des Saldos III	5.13	35,18 %
Verbleibender Anteil des Kinobesitzers		6.81	46,71 %

Anhand einer Bestandesaufnahme des Bundesamtes für Statistik aus dem Jahr 2004, wo der durchschnittliche Kinoeinritt bei 14,28 Franken lag, wurde die Tabelle mit Zahlen des Jahrs 2007 (durchschnittlicher Billettpreis von 14.58) angepasst. Die Aufteilung zwischen dem Verleihunternehmen und dem Kinobesitzer ist Verhandlungssache wie auch die vertragliche Vereinbarung von Verleiher und Produzent. Die Gemeindesteueransätze sind sehr unterschiedlich, und um genaue Zahlen zu erhalten, müsste bei den Gemeinden der Steuersatz individuell angefragt werden. Gemäss dem Bundesamt für Statistik gilt als Richtlinie der Gemeindesteuersatz von 15 Prozent.

2.5.2 Fernsehen

Ein neu produzierter Film erreicht sein Publikum über verschiedene Vertriebswege. Die wichtigsten drei sind das Kino, Video und Fernsehen. Quantitativ gesehen ist zum Beispiel die Zahl der Filme, die jährlich am Fernsehen ausgestrahlt werden (1'000 bis 1'400) mit dem Angebot der Kinosäle vergleichbar⁶⁷. Das Filmangebot der verschiedenen TV-Kanäle der SRG SSR idée suisse erhöhte sich im Zeitraum 2000 bis 2005 um insgesamt 20 Prozent. Aus qualitativer Sicht gesehen kann das Filmangebot am Fernsehen hinsichtlich der Herkunft (Nationalität des Films), Genre und Typ als vielfältig bezeichnet werden. Dokumentarfilme werden öfter als Spielfilme im Fernsehen ausgestrahlt.

Die Sendezeit ist ein wichtiges Kriterium für die Reichweite der Filme. Das SF und TSR setzen in der Prime time eher auf Kinoproduktionen, während der italienische Sender in der Prime time den

⁶⁶ Bundesamt für Statistik, „Kinolandschaft Schweiz 2005“, S. 17

⁶⁷ Bundesamt für Statistik: „Ausstrahlung von Schweizer Filmen am Fernsehen, 2000 – 2005“, S. 5

Fernsehfilmen den Vorzug gibt. Während das SF lediglich 24,7 Prozent der Filme in der Prime time zeigt, sind es bei der TSI 35,5 Prozent und bei der TSR immerhin 41,8 Prozent. Auffallend am Prime time Angebot des französischen und italienischen Senders ist, dass sich die TSR besonders um die Ausstrahlung europäischer Filme bemüht, während die TSI mehrheitlich amerikanische Filme zeigt. Hingegen räumen die Fernsehkanäle SF1 und SF2 schweizerischen Produktionen am meisten Platz ein. Das erscheint einleuchtend, wenn man bedenkt, dass sich die einheimische Filmproduktion überwiegend auf die deutsche Schweiz konzentriert.

Das Schweizer Fernsehen zahlt über Succès passage antenne den nationalen Produktionsfirmen für die Ausstrahlung ihrer Filme Prämien⁶⁸. Der Punktwert ist von der Anzahl Pacte-Ko-Produktionen, die auf allen SRG-Sendern ausgestrahlt wurden, abhängig. Ebenfalls ist sie abhängig von der Ausstrahlungszeit, der Senderkette (zum Beispiel SF1 oder SF2) sowie einigen weiteren Faktoren. Ein ca. 90-minütiger Film, der zur Prime time auf der ersten Kette ausgestrahlt wird, generiert eine Prämie von stolzen 20'000 Franken pro Ausstrahlung. Ein ca. 50-minütiger Film, der ausser der Prime time ausgestrahlt wird, generiert zwischen 6'000 und 9'000 Franken.

Die Einkaufspreise für Schweizer Produktionen bewegen sich zwischen 80 und 135 Franken pro Minute, dies gilt für zwei Ausstrahlungen.

Die TV-Ausstrahlung von Schweizer Filmen im Ausland beschränkt sich vorwiegend auf die angrenzenden Länder, in der Regel auf ein oder zwei Nachbarländer. Diese Konzentration dürfte vor allem sprachliche beziehungsweise kulturelle Gründe haben, obschon vor allem bei den Spielfilmen ein Export stattfindet. Im Zeitraum zwischen 2000 bis 2005 strahlten ausländische Fernsehsender pro Jahr im Durchschnitt 250 Schweizer Kinofilme und 414 TV-Filme aus⁶⁹.

2.5.3 DVD, Video on demand

Die Welt des bewegten Bildes ist im Umbruch. Während das digitale Kino oder D-Cinema (digital cinema), bereits die grossen amerikanischen Studios erfasst hat und die ersten ausschliesslich digitalen Kinos in der Schweiz auftauchen, entsteht Tag für Tag eine Parallelwelt: Weit weg von den herkömmlichen Produktions- und Distributionsnetzen erobert das E-Cinema⁷⁰ einen immer wichtiger werdenden Platz und begeht neue und andere kreative Wege als der institutionalisierte Film.

⁶⁸ E-mail von SRG idée suisse, Darina Zitkova vom 12.11.2008

⁶⁹ Bundesamt für Statistik: „Ausstrahlung von Schweizer Filmen am Fernsehen, 2000 – 2005“, S. 6

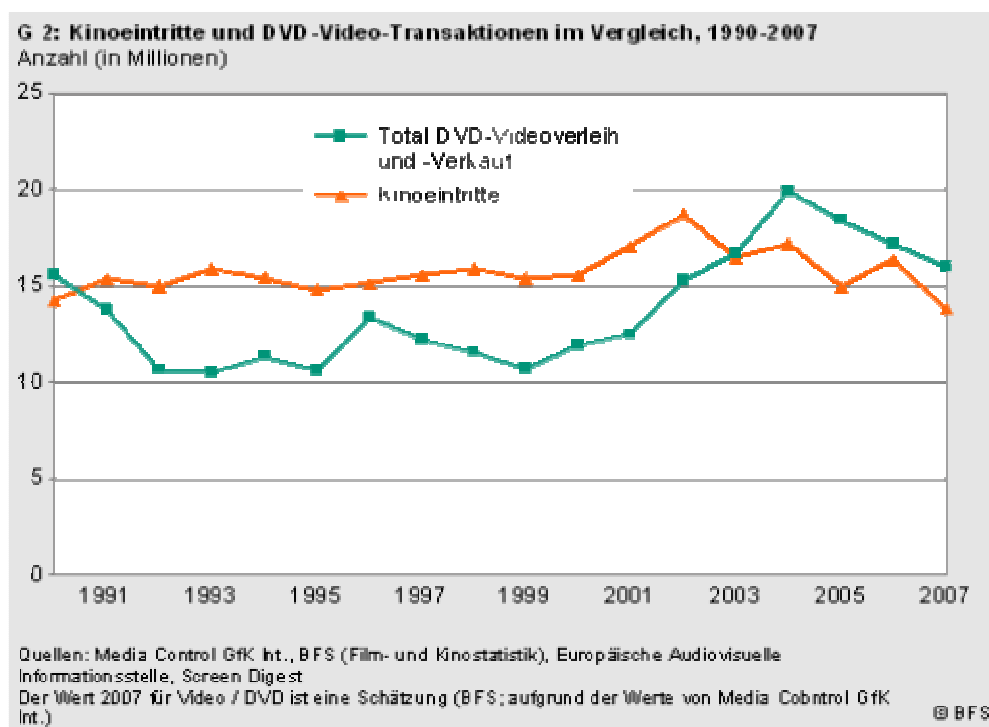
⁷⁰ Im Unterschied zum D-Film bezeichnet E-Film (electronic cinema) die gesamte visuelle Produktionskette – von der Herstellung bis zum Vertrieb

In den letzten Jahren hat sich der Markt des Schweizer Films vom Kinoverleih auf den DVD-Vertrieb ausgeweitet, um Filme auch in einer zweiten Phase nutzen zu können. Mehr und mehr sind

Schweizer Filme nun auch in den Läden erhältlich. Wegen unzureichender Daten konnte das Wachstum dieses neuen Markts aber bisher nicht genauer analysiert werden. Der Bund hat eine Untersuchung in Auftrag gegeben, die ab nächstem Jahr ermöglichen sollte, diesen Markt besser zu verstehen.

Kino / Film-Analysen⁷¹ – Verhältnis zwischen Kino und Video

Die Kinoeintritte und DVD-Video-Transaktionen im Vergleich zwischen 1990 und 2007 zeigen, dass das DVD die Kinoeintritte für kurze Zeit erstmals im Jahr 1991 und dann definitiv im Jahr 2003 überholt hatte.



⁷¹ Bundesamt für Statistik, Verhältnis zwischen Kino und Video, www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/02/01/dos/05/03.html?CFC_cK=1219934407612&CFC_scrollTop=0 (2008)

Andere Studien belegen, dass begeisterte Kinogänger ebenfalls viele DVD's anschauen. Beim Hip-Hop-Film „Breakout“ hielt sich mit 65'284 Besuchern die Begeisterung in Grenzen. Der Film fand jedoch einen sehr grossen DVD-Absatz.

Zwischen 1998 und 2007 hat sich der durchschnittliche Preis einer DVD in der Schweiz um 52,6 Prozent verringert, während der Kinoeintritt um 9,7 Prozent teurer wurde. Mit andern Worten ist es für ein Paar seit 2004 teurer, ins Kino zu gehen (2 Kinoeintritte kosten 28,60 Franken) als eine DVD zu kaufen (27,90 Franken).

Über 80 Prozent der verkauften DVDs in der Schweiz sind Spielfilme. Diese Zahl kann mit derjenigen des Kinos in Beziehung gebracht werden, wo die Spielfilme ebenfalls über 80 Prozent der Zuschauer anlocken.

Video on Demand (VOD) entwickelt sich bei unseren europäischen Nachbarn mit grosser Geschwindigkeit. In der Schweiz hat Bluewin den Startschuss gegeben und die SRG folgt. Diese Art der Filmverbreitung über das Internet bringt die Chronologie der Medien – die berühmte Kaskade – sowie die Konstellation der Wirtschaftsakteure und letztlich auch die Finanzierung der Werke durcheinander⁷². Für nur wenig Geld kann man Filme mieten und sie sich auf dem Computerbildschirm oder im Fernsehen zu Gemüte führen. Der VOD-Markt dürfte sich bis 2010 explosionsartig ausbreiten und eines Tages die DVD und sogar das Pay-TV ersetzen. Die Gelegenheit, auf den fahrenden VOD-Zug aufzuspringen, bietet sich an, man kann sich aber dennoch fragen, ob sich der Schweizer Film behaupten können.

Der Film ist der gemeinsame Nenner von Kino, Video und Fernsehen, also drei unterschiedliche Medien, um sich dasselbe künstlerische Werk vor Augen zu führen. Das vermehrt aufkommende Fernsehen war ohne Zweifel ein wichtiger Faktor für die ausgeprägten Einbussen im Kinobetrieb. Mit andern Worten: Je stärker sich das Fernsehen zwischen 1955 und 2005 ausbreitete, desto grösser war der Rückgang der Kinobesuche.

2.6 Promotion von Schweizer Filmen

2.6.1 Schweizer Filmakademie und Schweizer Filmpreis

Während den Solothurner Filmtagen 2008⁷³ hat Nicolas Bideau verkündet, dass er den Filmpreis künftig mit dem Akademie-System bestimmen möchte. Die Schweizer Filmakademie, welche die Nominierungen für den Schweizer Filmpreis vornehmen soll, wurde im Mai 2008 gegründet. Heute

⁷² Vgl. dazu Ciné-Bulletin: „Alles (oder fast alles) über VOD in Nyon“, Nr. 378, 4/2007, S. 14

⁷³ Schweizer Filmakademie, Mitgliederinformation ARF/FDS vom 30.6.2008

gehören ihr über 200 Mitglieder an. Gemäss Aussage des Direktors der Solothurner Filmtage, Ivo Kummer, braucht es die Schweizer Filmakademie, um den Schweizer Filmpreis breiter abstützen zu können. Weiter kann die Branche die besten Filme selber auswählen und nominieren und vielleicht ab 2010 den besten Spiel-, Dokumentar- oder Kurzfilm oder die beste schauspielerische Leistung in einem Schweizer Film selber bestimmen. Die Übertragung dieser Aufgabe von einem bisher neunköpfigen Ausschuss an eine Akademie mit über 200 Mitgliedern steht allerdings nicht im Einklang mit der Verordnung, die den Schweizer Filmpreis heute regelt. Ob die von der Akademie aus der Branche vorgeschlagenen Mitglieder⁷⁴ (Drehbuchautor, Regisseur, Techniker, Schauspieler, Produzent, Verleiher, Kinobetreiber, Kinokritiker, Festivaldirektor) den Ausschuss bilden können, ist noch nicht entschieden. Die Verleihung des Schweizer Filmpreises ist der grösste gesamtschweizerische Anlass, der die nationale Filmlandschaft seit 1998 einmal im Jahr, anlässlich der Solothurner Filmtage in Solothurn, zusammenführt. Die besten Filme und die wichtigsten Macher der Filmbranche treffen auf die verschiedenen Opinionleader aus Politik, Kultur und Medien, um die „Oscars“ der Schweiz entgegenzunehmen beziehungsweise zu verleihen.

Ab 2009 soll die Zeremonie der Verleihung des Schweizer Filmpreises⁷⁵ von einer eigentlichen „Nacht des Schweizer Films“ begleitet werden. Die Preisverleihung wird nächstes Jahr erstmals in Form einer Gala sowie in einer neuen Location, im Kultur- und Kongresszentrum Luzern (KKL), stattfinden. Durch diese Veredelung will man dem Schweizer Film eine höhere Bekanntheit verschaffen. Die Verantwortung für die Verleihungszeremonie obliegt für drei Jahre der SRG idée suisse, die die Preisvergabe in allen drei Landesteilen im Fernsehen übertragen wird. Die SRG will damit der Veranstaltung eine Stabilisierung garantieren, die wiederum zu einer besseren Öffentlichkeitswirkung des Schweizer Films beitragen soll. Die Swissfilms beteiligt sich an der Konzeption und Ausführung der Gala⁷⁶.

Ab 2010 möchte das BAK die Federführung der Akademie übertragen. Für das Nominationsverfahren und die Preisverleihung spricht das BAK heute rund 600'000 Franken (Nominationsgelder 400'000 und Betrag für die Organisation 200'000 Franken). Die SRG konnte für die Finanzierung der Gala-Preisverleihung Sponsoren finden, doch ob sich nach der Übergabe an die Filmakademie, Mäzene für diese Veranstaltung finden lassen, ist fraglich. Letztlich hat dieser Anlass eine Promotionsfunktion und ist daher unterstützungswürdig. Die Schweizer Filmakademie wird über kurz oder lang ein gutes Gleichgewicht zwischen öffentlichen und privaten Geldern finden müssen.

⁷⁴ Ciné-Bulletin: „Die Akademie wählt zu neunt“, Nr. 394, 8/2008, S. 14 ff

⁷⁵ Hunziker, Thomas: „Uneinigkeit über Organisation von Schweizer Filmpreis“, www.filmblog.ch/p1257.html (23.1.2008)

⁷⁶ Ciné-Bulletin: „Schweizer Filmpreis“, Nr. 394, 8/2008, S. 14 ff

2.6.2 Filmfestivals und Auszeichnungen

Die Lancierung eines Films an einem Festival ist für die Promotion von grosser Bedeutung. Die Entscheidungsfaktoren, wie zum Beispiel Projektionsort und zu welcher Zeit der Film programmiert wird, spielen für eine Teilnahme eine wichtige Rolle. Aufgrund des Angebots der Festivalleitung wird entweder für oder gegen eine Teilnahme entschieden. Auch auf der internationalen Ebene sind diese strategischen Überlegungen wichtig. Prestigeträchtige Festivals bestehen oft auf Weltpremieren, was bedeutet, dass es sich um die erste Filmvorführung ausserhalb des Entstehungslandes handeln muss. So kann es vorkommen, dass unerfahrene Filmemacher wegen einer Teilnahme an einem unbedeutenderen auf ein renommierteres Festival verzichten müssen.

Zwanzig Schweizer Filmfestivals beantragten im Jahr 2007 mit ihren Fördergesuchen rund 4,7 Millionen Franken pro Jahr. Mit andern Worten rund doppelt so viel Geld wie zur Verfügung steht. Aus diesem Grund setzt die neue Förderpolitik⁷⁷ auf Prioritäten von *A-Festivals* und Nebenkategorien (*un certain regard* und *un nouveau regard*).

Für die folgenden **A-Festivals**, die über eine starke nationale und internationale Ausstrahlung verfügen und für die Schweizer Filmbranche von zentraler Bedeutung sind, werden jährlich rund 80 Prozent der zur Verfügung stehenden Mittel zugesprochen:

- Internationales Filmfestival Locarno (1'350'000 Franken)
- Visions du Réel, Nyon (400'000 Franken)
- Solothurner Filmtage (330'000 Franken)

Un certain regard: Neben dem Zürich Film Festival gehören das Fantoche (Internationales Festival für Animationsfilm, Baden), das International Fantastic Film Festival, Neuchâtel sowie die Internationalen Kurzfilmtage, Winterthur zu den vier wichtigsten Nachwuchshoffnungen der Schweizer Filmfestivallandschaft.

Bereits im vierten Jahr seines Bestehens weist das Filmfestival Zürich ein Budget von über 3,5 Millionen Franken aus. Im Jahr 2008 beteiligte sich der Bund erstmals mit einer Summe von 50'000 Franken. Marco Solari, Präsident des Filmfestivals Locarno, meint denn auch, dass in Zürich im Moment der Inhalt fehlen würde, dass es zu sehr ein People-Festival sowie zu stark auf seine Goldküste fixiert sei. Glamour um des Glammers willen ist meistens ein Alibi für ein inhaltliches Vakuum⁷⁸.

⁷⁷ BAK: „Die Filmfestivals der Zukunft“, www.admin.ch/aktuell/00089/index.html?lang=de&msg-id=13921&print_style...

⁷⁸ Solari, Marco: „Das Goldküsten“-Festival mischt die Szene auf“. Gespräch mit Christian Jungen, Mittelland Zeitung vom 12.9.2008, S. 37

Daneben gibt es noch die kleinen, sehr spezialisierten Filmfestivals, die einen wichtigen Beitrag zur Filmkultur leisten und der dritten Kategorie **un nouveau regard** angehören.

Die Solothurner Filmtage werden ab 2009 mit dem *Prix Soleure* einen neuen Jurypreis vergeben. Die mit 30'000 Franken dotierte Auszeichnung⁷⁹ wird für einen herausragenden Spiel- oder Dokumentarfilm verliehen. Mit dem *Prix Soleure*, dessen Preissumme je zur Hälfte an die Regie und Produktion des ausgezeichneten Films geht, erhalten die Solothurner Filmtage einen neuen Wettbewerb. Der Preis ist inhaltlich ausgerichtet und stärkt die programmliche Identität der Filmtage, die Auseinandersetzung und Diskussion mit aktuellen politischen und gesellschaftlichen Themen.

Alle Festivals, ob in Locarno, Solothurn oder Nyon, begannen in der Regel damit, Filme einem kleinen Liebhaberpublikum zu zeigen. Mit der Zeit stiess ein immer grösseres Publikum hinzu und Sponsoren wurden angezogen. In Zürich aber waren von Anfang an viele und vor allem internationale Sponsoren, wie zum Beispiel L'Oréal, Audi und Orange präsent. Damit holte man Filme, Stars und lockt nun allmählich auch mehr Publikum an. Und Zürich ist prädestiniert für ein Filmfestival: Es hat die höchste Kinodichte Europas, es liegt im Zentrum Europas und verfügt über eine hervorragende Infrastruktur.

Einen ähnlichen Konkurrenzkampf, wie ihn Zürich in der Schweiz entfacht, gibt es auch auf internationaler Ebene. Neue und neu designte Festivals wie Rom und Toronto bedrängen die alten, oft infrastrukturschwachen Festspiele wie Venedig. Fazit: Es gibt zu viele Festivals für zu wenige Meisterwerke. Das Überleben ist nicht nur eine Frage des Geldes. Die Liebe zum Film, die strategische Intelligenz und das Selbstvertrauen sind gefragt.

Die Schweizer Top-Filmfestivals 2008

Festival	Budget in CHF	Beitrag BAK in CHF	Zuschauer	Entwicklung
Filmfestival Locarno	11.1 Mio	1,35 Mio	180'000	rückläufig
Solothurner Filmtage	2.5 Mio	330'000	43'000	gleichbleibend
Zürich Film Festival	3.5 Mio	50'000	27'000	aufsteigend
Visions du Réel Nyon	2.0 Mio	400'000	28'000	leicht aufsteigend

⁷⁹ Solothurner Filmtage, Preise und Ehrungen, Prix Soleure, www.solothurnerfilmtage.ch

Die Verteilung der Gelder eines Filmpreises an Festivals ist ein Geheimnis, wie auch von Swiss Films bestätigt wurde. Es gibt keinen Verteilschlüssel und die Preissummen werden individuell aufgeteilt. Auch über die Umsätze, Sponsoreneingänge der verschiedenen Festivals kennt man keine Zahlen. Bekannt ist lediglich, wie viel ein Festival kostet.

3 Vergleich internationale Filmförderungsmodelle

3.1 Dänemark

Das europäische Land Dänemark mit einer Fläche von 43'000 km² und 5,5 Millionen Einwohnern ist grössenmässig in etwa vergleichbar mit der Schweiz. Die dänische Filmtradition ist lang und eine der ältesten Filmgesellschaften der Welt ist dänisch. Heute noch besitzt der dänische Film grosses Ansehen im Ausland, nicht zuletzt durch grosse Filmschaffende wie Lars von Trier oder Thomas Vinterberg. Kann Dänemark Vorbild sein? Die Filmproduktionsgesellschaft Zentropa, im Jahr 1992 von Lars von Trier (mit hohen künstlerischen Ambitionen) und dem Mediendompteur Peter Aalbaek in Kopenhagen gegründet, ist heute die wichtigste und einflussreichste Filmproduktionsfirma in Dänemark. Dass es Zentropa innerhalb so kurzer Zeit gelungen ist, sich fast unangefochten an die Spitze der führenden Produktionsfirmen in Dänemark zu setzen, hängt mit der Kombination der beiden Hauptpersonen zusammen. Beide symbolisieren zusammen das, was den „neuen“ dänischen Spielfilm verbindet: Kunst und Kommerz. Gekoppelt sind eine Jagd auf das Geld der Kinogänger und eine gleichermassen gezielte Jagd nach einer künstlerischen Filmsprache. Die Quadratur des Kreises, wie es scheint, und doch ein Erfolgsrezept⁸⁰. Mit einer geschickten und gezielten Filmpolitik wird in Dänemark eine nationale Filmförderung betrieben, nämlich durch eine 60/40-Regelung und durch die so genannte „Konsulent-ordnungen“. Bei der 60/40-Regelung steuert das dänische Filminstitut (Det Danske Filminstitut) bis zu 40 Prozent des Budgets eines Films bei. Die restlichen 60 Prozent bringen die Produzenten auf. Bei der anderen Regelung werden im Zweijahresrhythmus von der Regierung zwei unabhängige Berater eingesetzt, die über die zu fördernden Projekte entscheiden.

3.2 Filmquoten in Südkorea

Südkorea ist bekannt für seine Quoten zum Schutz der einheimischen Filmproduktion. Doch mittlerweile hat das Land der Morgenstille Mühe, die Flut der US-Blockbuster einzudämmen. Die einheimische Produktion erreichte 2006 einen Marktanteil von 70 Prozent, doch 2007, als die Hollywoodschen Blockbuster „Shrek“, „Spider-Man“, „Fluch der Karibik“ und „Transformer“ die Kinos stürmten, sank der Marktanteil auf 50 Prozent.

Die Regierung Südkoreas hat im Jahr 2006 angekündigt⁸¹, dass sie dem jahrelangen Drängen der US-amerikanischen Regierung nachgeben werde und beabsichtigt, die bestehenden Vorführ-Quoten

⁸⁰ Vgl. Traumfabrik Europa: „Kino jenseits von Hollywood“. In: KulturAustausch, ZfK 1/2001, www.ifa.de/pub/kulturaustausch/archiv/zfk-2001/traumfabrik-europa/

⁸¹ Vgl. Knauer, Mathias, „Kulturelle Vielfalt und das Gemeinwohl in der Warenwelt“. In: Mimos, Zeitschrift der Schweiz. Gesellschaft für Theaterkultur, „Kulturelle Vielfalt in Zeiten der Globalisierung“, Jg. 59, Nr. 3-4/2007, S. 28

für einheimische Filme von heute 146 auf 73 Tage pro Jahr zu reduzieren. Die koreanische Regierung verrät mit dieser Konzession nicht nur ihr eigenes Kulturschaffen, sie schwächt damit weltweit eine Stimme, die sich gegen die standardisierten Unterhaltungswaren auch bei uns Gehör verschafft hat und die für uns ein Teil der kulturellen Vielfalt ist, die heute zum Ausverkauf steht.

Südkorea verstand es, mit den Quoten eine Nachfrage zu schaffen, die den ausserordentlichen Aufstieg des koreanischen Filmschaffens mit seiner weltweiten Resonanz in den vergangenen zehn Jahren erst möglich machte. Also ein Erfolg einer Kulturpolitik, die sich nicht an Markt und Moden orientiert, sondern die Filmkultur als eine Sache des Gemeinwohls betrachtet. Man könnte ja schon fast sagen, eine Massnahme, die diametral der aktuellen Schweizer Filmpolitik entgegensteht, die nämlich das experimentelle Schaffen behindert, statt es in den Mittelpunkt der Förderpolitik zu stellen. Vielleicht ergibt sich unter der Leitung von Nicolas Bideau dank seiner Forderung nach mehr Autorenfilmen (siehe dazu Kapitel 2.2.1) schon bald einmal eine Änderung in dieser Richtung.

3.3 Hollywood und Bollywood

Bei unseren Recherchen hat sich klar gezeigt, dass der Schweizer Filmmarkt sehr klein ist und daher unbedingt auf eine öffentlich-rechtliche Filmförderung angewiesen ist. Weltweit existieren nur zwei sich refinanzierende Filmmärkte: die Filmindustrie in Hollywood und der Hindi-Film in Indien. In den Vereinigten Staaten existieren keine staatlichen Förderungsprogramme. Die US-amerikanischen Filmproduktionsfirmen refinanzieren ihre Projekte ausschliesslich mit dem Erlös, den die Filme weltweit an den Kinokassen realisieren. Hollywood kann sich diesbezüglich auf einen sehr grossen nordamerikanischen Markt abstützen. Hinzu kommt, dass sehr viele US-amerikanische Filmproduktionsfirmen ein eigenes Verleihgeschäft mit internationalen Ablegern betreiben⁸². Ein weiteres Beispiel für eine selbsttragende Filmindustrie sind die Hindi-Unterhaltungsfilme aus Indien⁸³. Bei diesen beiden Beispielen ist denn auch von einer Filmindustrie die Rede. Unter Filmindustrie wird ein Wirtschaftszweig verstanden, der die Produktion, die Vervielfältigung, die Promotion und den Vertrieb miteinschliesst. Der Begriff ist jedoch in Bezug auf die Produktion von Filmen nicht ganz zutreffend; stellt jeder Film doch ein Einzelprojekt dar, was mit einer industriellen Herstellung eigentlich nicht vereinbar ist. *Film Industry* müsste demnach korrekt in *Filmbranche* übersetzt werden⁸⁴.

⁸² Beispiele hierfür sind die Verleihfirmen Buena Vista von Walt Disney oder Universal Pictures.
<http://de.wikipedia.org/wiki/Filmproduktionsgesellschaft>.

⁸³ Als Synonym für die Hindi-Filmindustrie ist der umgangssprachliche Begriff Bollywood weit verbreitet und verbindet die Worte Bombay und Hollywood.

⁸⁴ <http://de.wikipedia.org/wiki/Filmindustrie>.

4. Situationsanalyse Schweizer Spielfilm

4.1 Wirtschaftlicher versus qualitativen Erfolg

Ein Erfolg kann verschieden ausgelegt werden, so ist zum Beispiel der Erfolg eines Films an den Kinokassen eine erfreuliche Sache, aber nicht das Mass aller Dinge. Ob wirtschaftlicher, künstlerischer, politischer oder persönlicher Erfolg – je nach Position und Situation der Befragten – werden die Erfolgswerte völlig verschieden ausgelegt.

4.1.1 Wirtschaftlicher Erfolg

Nehmen wir zuerst an, ein erfolgreicher Film misst sich über die Kino-Eintritte. In den vergangenen Jahren konnten drei Schweizer Spielfilme, „Die Herbstzeitlosen“, „Achtung, fertig, Charlie!“ und „Mein Name ist Eugen“, über 550'000 Kino-Eintritte verbuchen. Für Schweizer Spielfilme sind das hervorragende Zahlen. Als Vergleich dazu erreichte im Jahr 2006 „Ice Age 2“ mit 1'066'320 am meisten Kino-Eintritte in der Schweiz. Auf Platz zwei folgten „Casino Royale“ und „Pirates of the Caribbean“ mit 730'676 beziehungsweise 703'648 Eintritten. Die drei Schweizer Spielfilme konnten somit durchaus an der Spitze mithalten.

Ab 100'000 Eintritten wird es aus finanzieller Sicht interessant und man spricht von einem wirtschaftlichen Erfolg. Das heisst, dass die Aufwendungen, die der Verleiher im Vorfeld in den Release des Films investiert hatte, gedeckt sind und aus den weiteren Eintritten ein Gewinn erfolgt. Schweizer Filme erreichen die magische Marke von 100'000 Eintritten leider selten. Die Frage, ab wie vielen Kino-Eintritten man von einem Erfolg sprechen kann, lässt sich ohnehin nicht eindeutig beantworten. Laut Bea Cuttat, Geschäftsführerin des Verleihs *Look Now!*, ist ein wirtschaftlicher Erfolg an den Kinokassen stark vom Aufwand für den Release eines Films abhängig. Die einzelnen Zahlen müssen von Fall zu Fall verschieden interpretiert werden. Sowohl „Max & Co.“ als auch „Strahl“ konnten an den Kinokassen ca. 29'000 Eintritte verbuchen. Haben diese Filme also in gleichem Masse an den Kinokassen geflopt?

Kinoauswertung im Kleinen

In einem ersten Schritt wollen wir die Filme „Der Freund“ mit 29'000, „Strahl“ mit 29'682 und „Das Fräulein“ mit 67'593 Kino-Eintritten genauer unter die Lupe nehmen. Alle drei sind klassische Arthouse-Filme, haben einen starken Bezug zur Stadt Zürich und wurden dort, als einzige Spielstelle, im Kino RiffRaff⁸⁵ gezeigt. Der Verleih *Frenetic* lancierte „Der Freund“ mit 8, der Verleiher *Look Now!* „Strahl“ mit 6 und „Das Fräulein“ mit 11 Kopien. Dabei handelte es sich um Kino-Lancierungen in

⁸⁵ Das Kino RiffRaff befindet sich in Zürich an der Neugasse 57. In den vier Sälen verfügt es über insgesamt 436 Plätze. Im Programm werden regelmässig Schweizer Filme gezeigt.

einem relativ kleinen Rahmen, wobei, zum Beispiel mit der kleinen Anzahl von Kopien, die Investment-Kosten⁸⁶ tief gehalten werden können.

Die Verleiherin Bea Cuttat äusserte sich zufrieden mit den Kino-Eintritten ihrer beiden Filme. Knapp 30'000 Kino-Eintritte für „Strahl“ wertet sie als beachtliches Resultat für den Erstling eines unbekanntes Regisseurs (Manuel Flurin) mit unbekanntes Schauspielern. Von den knapp 30'000 Eintritten wurden fast zwei Drittel im Zürcher Kino RiffRaff erzielt. Frank Braun, Geschäftsführer des RiffRaffs, wertet „Strahl“ sogar als grossen Erfolg, der insgesamt 10 Prozent der Kinoeinnahmen des Jahres 2004 ausmachte⁸⁷. In anderen Schweizer Städten konnte „Strahl“ jedoch nicht an diesen Erfolg anschliessen. In Basel und in Bern flopte er komplett. Bea Cuttat sieht darin ein typisches Phänomen: „Strahl“ sei ein Zürich-Film, den man sich gern im Kino in Zürich ansah. Zürich-Filme interessieren aber bereits in Baden niemanden mehr. Die Tatsache, dass der Film in derselben Nachbarschaft spielt, in der sich auch das Kino RiffRaff befindet, dürfte zum grossen Erfolg in Zürich beigetragen haben. Dies macht denn auch die besondere Qualität dieser regional sehr erfolgreichen Kinoauswertung aus.

Noch beachtlicher sieht Bea Cuttat den Erfolg von „Das Fräulein“. Die 67'000 Kino-Eintritte kommentierte sie als hervorragendes Resultat für einen typischen Frauen-Film mit einem nicht ganz einfachen Thema. Die Eintritte gehen nach der Meinung von Bea Cuttat über den harten Kern der Arthouse-Besucher hinaus. Dass der Film auch vom allgemeinen Kinopublikum wahrgenommen wurde, wertet sie als qualitativen Erfolg. Einen Grund dafür sieht sie darin, dass der Film im richtigen Moment den Hauptpreis am Festival in Locarno gewonnen hat. Die Presse reagierte darauf sehr frenetisch, und *Look Now!* konnte sich das zu Nutze machen. „Das Fräulein“ erzielte auch in der Westschweiz gute Besucher-Zahlen. Dort kam er in einer untertitelten Version unter dem deutschen Original-Titel in die Kinos. In der Stadt Zürich erzielte „Das Fräulein“ 18'795 Eintritte⁸⁸.

Bei *Frenetic* äusserte man sich über das Resultat von „Der Freund“ weitgehend zufrieden⁸⁹: 30'000 Eintritte sind nicht überragend, aber grundsätzlich ein gutes Resultat. Der Film kam in allen drei Sprachregionen mit untertitelten Kopien in die Kinos. Von den Gesamtzahlen wurde rund ein Drittel im Zürcher Kino RiffRaff erzielt. Frank Braun sieht diesen Film ebenfalls als einen Erfolg.

⁸⁶ Unter Investment versteht man alle Aufwendungen, wie Werbeinserate, Filmkopien (ca. 1'500 bis 3'000 CHF) und Minimum-Garantien, die der Verleiher in den Release eines Film investieren muss.

⁸⁷ Nach Aussage von Frank Braun wertet das RiffRaff einen Film mit 5'000 Eintritten als Erfolg. Quelle: Telefongespräch vom 23.09.2008.

⁸⁸ Angabe von Frank Braun, Kino RiffRaff, Zürich.

⁸⁹ Telefon mit Philippe Stucki, *prochaine ag*, Zürich, 4.11.2008

Kinoauswertung im Grossen

Ergänzend zu den drei Beispielen aus dem Arthouse-Bereich werfen wir nun einen Blick auf drei Publikumsfilme: „Mein Name ist Eugen“ mit 578'030, „Die Herbstzeitlosen“ mit 595'099 und „Max & Co.“ mit 29'010 Eintritten. „Mein Name ist Eugen“ wurde von *Frenetic* verliehen. Die beiden anderen Filme kamen bei *Disney Schweiz*⁹⁰ in den Verleih. Schweizer Filme kommen selten in den Verleih eines Majors, wie Disney. Produzent Lukas Hobi betonte, dass die Zusammenarbeit mit einem Major einen ganz anderen Power mit sich bringe. So können diese beispielsweise einen viel grösseren Druck auf die Kinobesitzer ausüben, wenn es darum gehe, in welchem Saal der Film gespielt werden soll und wie lange. Disney Schweiz dürfte demnach massgeblich am überwältigenden Erfolg von „Die Herbstzeitlosen“ mitverantwortlich sein. Laut Marcel Dinten⁹¹, Verkaufsleiter von *Disney Schweiz*, hat der Film die Erwartungen weit übertroffen und die gesamte Verleihbranche positiv überrascht. Man ging ursprünglich von 150'000⁹² Kinoeintritten aus. Lanciert wurde er schweizweit mit insgesamt 32 Kopien.

„Max & Co.“ kommentierte Marcel Dinten im Vergleich dazu als diametral entgegengesetztes Beispiel. Der Film wurde schweizweit mit insgesamt 55 Kopien lanciert. Gleichzeitig in der Romandie und in der Deutschschweiz gestartet, verschwand er schon nach wenigen Wochen aus den Kinos. 30'000 Eintritte sind für diese relativ breit angelegte Filmlancierung ein sehr schlechtes Resultat⁹³. Bei einer Fehleinschätzung, wie im Fall von „Max & Co.“, kann der Verleiher viel Geld verlieren. Anders als bei „Die Herbstzeitlosen“, der in der Romandie und im Tessin in einer untertitelten Version in die Kinos kamen, wurde „Max & Co.“ für die Deutschschweizer Kinos synchronisiert, was mit einem weiteren grossen finanziellen Aufwand für den Verleiher verbunden war.

Der Film „Mein Name ist Eugen“ wurde von *Frenetic* in der Deutschschweiz mit 60 Kopien lanciert. In der Romandie kam er in einer synchronisierten Version unter dem Titel „Je m'appelle Eugen“ in die Kinos. Dabei handelte es sich für den mittelgrossen Verleiher *Frenetic* um eine grosse Kinolancierung. Grundsätzlich gilt noch anzumerken, dass das Kino- beziehungsweise Filmverleih-Geschäft eine äusserst komplexe Angelegenheit ist. Als aufwändig erwies es sich, von den Verleihern konkrete Zahlen und Fakten zu erhalten. Was die Aufteilung der Box-Office-Einnahmen betrifft, gibt es zwischen den Kino-Besitzern und den Verleihern keine einheitlichen Verträge, sondern ist von Fall zu Fall Verhandlungssache. Aus den Experten-Interviews ging verschiedentlich hervor, dass die unabhängigen Verleiher ein grosses finanzielles Risiko tragen würden. Die Kinobesitzer haben

⁹⁰ *Disney Schweiz* ist ein Ableger des US-amerikanischen *Walt-Disney*-Konzerns.

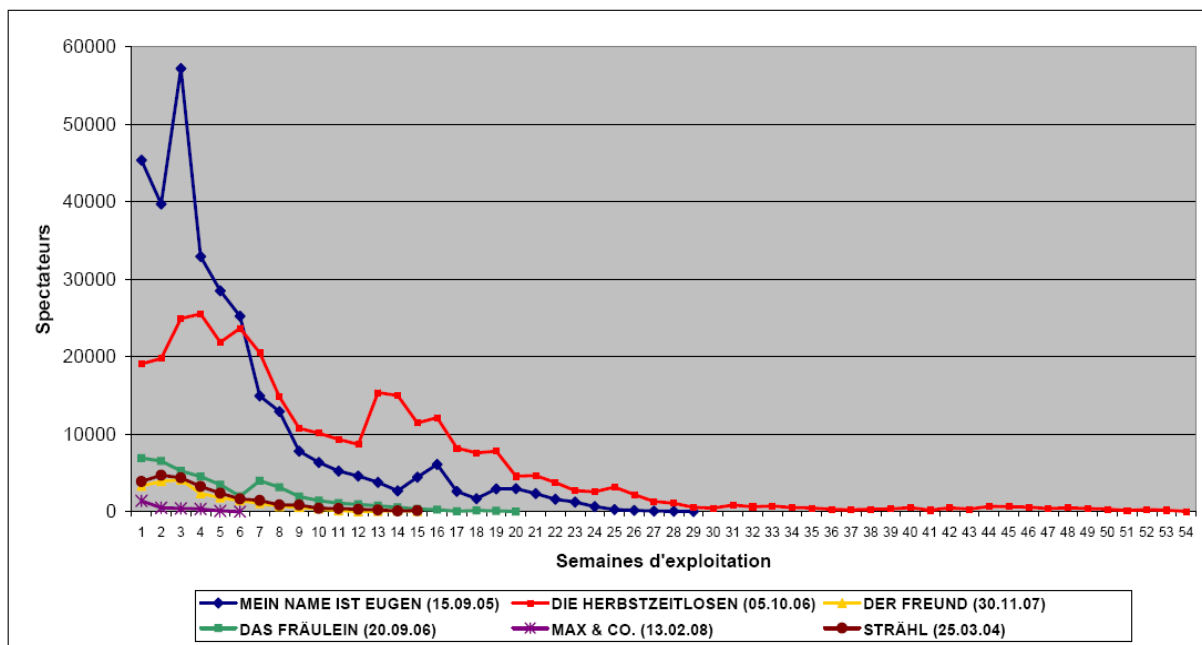
⁹¹ Telefongespräche mit Marcel Dinten am 11.11. 2008.

⁹² Laut Marcel Dinten liegt für *Disney Schweiz* die Benchmark für einen Erfolg bei 70'000 Kino-Eintritten.

⁹³ Man kann bei „Max & Co“ nicht von einer breit angelegten Kinolancierung sprechen, wenn man bedenkt, dass vom selben Verleiher der aktuelle Bond-Film „Quantum of Solace“ schweizweit mit 175 Kopien lanciert wurde.

insofern einen Spielraum, dass sie einen Film, der unter den Erwartungen zurückbleibt, in einen kleineren Saal verlegen, oder ganz aus dem Programm nehmen können.

Entwicklung der Besucherzahlen



Interessante Schlüsse lassen sich aus der Grafik mit den Kurven über die Entwicklung der Besucherzahlen zu den oben erwähnten Filmen herleiten⁹⁴. Die Filme „Mein Name ist Eugen“ und „Die Herbstzeitlosen“ schnitten beim Publikum bezüglich der Kino-Eintritte ähnlich ab, haben sich vom Zuschauerstrom jedoch völlig unterschiedlich entwickelt. „Mein Name ist Eugen“ konnte in den ersten Wochen sehr viele Eintritte verbuchen. Die Kurve sackt dann aber sehr schnell zusammen. Sehr viele breit lancierte US-amerikanische Filme folgen diesem Muster. Das heisst, die Filme kommen mit einer grossen Anzahl von Kopien in die Kinos, die Besucherzahlen fallen rasch in sich zusammen, und die Filme landen schon nach wenigen Wochen in den kleinen Sälen. Eine ganz andere Kurve beschreibt der Film „Die Herbstzeitlosen“. Hier steigen die Kino-Eintritte zuerst an und flachen nur allmählich ab. Diese Kurve folgt dem Beispiel eines *Qualitätsfilms*, der zu Beginn vor allem durch die Mund-zu-Mund-Propaganda getragen wird⁹⁵.

⁹⁴ Die Statistik beschränkt sich auf die grösseren Deutschschweizer Städte Zürich, Basel, Bern, Winterthur, Luzern, Aarau, Olten und St. Gallen. Quelle: Bundesamt für Statistik.

⁹⁵ Die Begriffe stützen sich auf die Publikation Kinolandschaft Schweiz 2005 ab, S. 9, Herausgeber BfS.

Die Filme „Das Fräulein“, „Strahl“ und „Der Freund“ beschreiben alle eine ähnliche Kurve, die ganz langsam abflacht. „Das Fräulein“ konnte sich dabei über 20 Wochen in den Deutschschweizer Kinos halten.

4.1.2 Qualitativer Erfolg

Anschliessend an die Analyse der Kino-Eintritte möchten wir näher auf den qualitativen Erfolg eines Films eingehen. Als repräsentative Beispiele betrachten wir zum Beispiel „Tout un hiver sans feu“ von Greg Ziglinski und „Nachbeben“ von Stina Werenfels, zwei Filme mit einem sehr hohen künstlerischen wie qualitativen Anspruch. „Tout un hiver sans feu“ war, was die internationale Festival-Präsenz betrifft, sicherlich einer der erfolgreichsten Schweizer Spielfilme der vergangenen Jahre. Der Film war an insgesamt 21 internationalen Festivals zu sehen. Grosses Highlight war im Jahre 2004 die offizielle Selektion für den Wettbewerb der Mostra in Venedig, wo er zweifach ausgezeichnet wurde. Seit 1989 hatte es kein Schweizer Film mehr in diesen sehr wichtigen Wettbewerb geschafft. Das Venice IFF gehört neben Cannes, Berlin, Montreal FFM und San Sebastian zu den so genannten A-Festivals. Schweizer Spielfilme finden nur selten den Einzug in die Wettbewerbe dieser Festivals. Neben zahlreichen weiteren Auszeichnungen, gewann „Tout un hiver sans feu“ auch den Schweizer Filmpreis 2005 für den besten Spielfilm. Dem entgegen war das Ergebnis von rund 34'000 Kino-Eintritten für diesen ambitionierten Film sicherlich enttäuschend.

Der Film „Nachbeben“ von Stina Werenfels war an internationalen Filmfestivals nicht ganz so erfolgreich wie das vorgehende Beispiel, brachte es aber immerhin auf 14 Selektionen und war unter anderem in Nebenprogrammen in Berlin und in Montreal zu sehen. Der Film erhielt in der Tagespresse begeisterte Kritiken, wie dies selten einem Schweizer Spielfilm gelingt, wobei im *Tages-Anzeiger* sogar Vergleiche mit Thomas Vinterbergs Familiendrama „Festen“ (1998)⁹⁶ oder Ang Lees „The Ice Storm“ (1997) herangezogen wurden⁹⁷. Tatsächlich besticht das psychologische Drama um unerbittliche gesellschaftliche Ränkespiele an einer Grillparty, im Bankermilieu angesiedelt, durch seine atmosphärische Dichte. Dennoch wollten nur 23'000 Besucher „Nachbeben“ im Kino sehen. Die Verleiherin Bea Cuttat vermutet die Gründe unter anderem in einer grundsätzlichen Abneigung der Kinobesucher gegenüber dem Zürcher Goldküstenmilieu, wobei sie auch in diesem Fall auf ein sehr regional bezogenes Sehverhalten des Schweizer Kinopublikums hinwies. Gemeinsam mit der Regisseurin Stina Werenfels war Bea Cuttat an zahlreichen Kinopremieren ausserhalb von Zürich anwesend. Aus den Erfahrungen lassen sich interessante Rückschlüsse ziehen, zum Beispiel wie unterschiedlich ein Film in Zürich, Bern oder Basel aufgenommen wird. Eine interessante Feststellung beim Film „Nachbeben“ war, je weiter entfernt eine Vorführung von Zürich stattfand, desto grösser war

⁹⁶ Der Film „Festen“ erreichte nach *Procinema* insgesamt 136964 Kino-Eintritte in der Schweiz.

⁹⁷ Nicole Hess: „Stimmungsvolle Chronologie eines finanziellen Crashes“, *Tages-Anzeiger* (1.3.2006)

das Befremden des Publikums gegenüber diesem Film. Dies, obwohl der Film von einem universellen Thema handelt - welches, notabene, gerade jetzt aktueller ist denn je.

Für Bea Cuttat ist neben dem wirtschaftlichen auch der qualitative Erfolg eines Films sehr wichtig. Wie sie selber sagt, habe sie ausschliesslich Lieblingsfilme in ihrem Verleih. Als ihren ganz persönlichen Favoriten nannte sie den Dokumentarfilm „Chrigu“ von Jan Gassmann und Christian Ziörjen (2007), der im Kino knapp 20'000 Eintritte erreichte. Einen grossen qualitativen Erfolg sieht Bea Cuttat in den tiefgreifenden Reaktionen, die der Film bei vielen Besuchern hinterlassen habe. Das Schöne an ihrer Arbeit sei, dass sie sich Filme aussuchen kann, die ihr gefallen. Das sei wie im Paradies, auch wenn es mit der Kinoauswertung häufig nicht nach Wunsch verlaufe und sehr, sehr viel Arbeit damit verbunden sei. *Look Now!* läuft personell in einer sehr kleinen Struktur und profitiert auch von verschiedenen Verleih-Förderungs-Massnahmen.

4.2 Planbarkeit eines Erfolgs

Gibt es ein Erfolgsrezept für den Schweizer Film? Im Folgenden möchten wir der Frage nachgehen, mit welchen Mitteln und in welchem Mass ein Erfolg planbar ist. Dazu wollen wir mögliche Faktoren, von denen ein Erfolg oder Misserfolg abhängt, genauer beleuchten. Wir orientieren uns in erster Linie an einem Erfolg beim Publikum.

4.2.1 Erfolgsfaktor: Drehbuch

Der bis dato an den Kinokassen erfolgreichste Schweizer Film ist mit 940'259 Eintritten „Die Schweizermacher“ von Rolf Lyssy aus dem Jahre 1978. Der Rekord von knapp einer Million Besucher ist auch nach dreissig Jahren bei weitem unerreicht. Ausserdem hat das Thema Ausländerintegration bis heute nichts von seiner Aktualität eingebüsst. Auf Platz zwei folgt mit 595'099 Eintritten Bettina Oberlis „Die Herbstzeitlosen“ aus dem Jahre 2006. Der Schweizer Film kann auf den Feld der Unterhaltung durchaus bestehen, lachen Schweizer immer wieder gerne über ihre eigenen Schrollen.

So wundert es kaum, dass „Die Schweizermacher“ in der Vergangenheit auch Nachahmer gefunden hat. So wurden die beiden Komödien „Ernstfall in Havanna“ und „Undercover“ ganz offensichtlich nach einem ähnlichen Konzept realisiert. Beiden Filme sind wie ihre Vorlage im schweizerischen Beamtenmilieu angesiedelt und stützen sich auf eine Reihe prominenter Darsteller, wie Victor Giacobbo oder Mike Müller ab. Mit insgesamt 313'603 Kino-Eintritten erreichte „Ernstfall in Havanna“ im Jahre 2002 ein beachtliches Resultat. 2005 legten Regisseurin Sabine Boss und die beiden Drehbuchautoren Victor Giacobbo und Domenico Blass mit „Undercover“ einen weiteren Film vor. Auch hier setzten sie auf ein ähnliches Rezept. Hauptdarsteller Victor Giacobbo war wieder in einer

Beamtenrolle zu sehen, wobei er nach dem linkischen Botschafter-Sekretär einen alles könnenden, aber dennoch ziemlich biederem Drogenfahnder gab. Mit insgesamt 40'935 Eintritten blieb „Undercover“ weit hinter dem Erfolg seines Vorgängers zurück. Der mässige Erfolg von „Undercover“ dürfte zu einem grossen Teil dem Drehbuch zuzuschreiben sein, das im Gegensatz zu „Ernstfall in Havanna“ weit weniger Biss hat und konstruiert wirkt⁹⁸.

Bei unseren Experteninterviews hat sich bei der Frage nach den wichtigsten Erfolgsfaktoren schnell herausgeschält, dass es kein eigentliches Erfolgsrezept gibt für den Schweizer Film. Ein Erfolg hänge immer von verschiedenen Faktoren ab, die gut oder auch weniger gut zusammen fallen. Eine sehr wichtige Bedeutung kommt dem Drehbuch zu. Sämtliche Befragten betonten, dass ein solides Drehbuch die Voraussetzung für einen guten Film ist. Andres Brütsch ist der Meinung, dass das Problem häufig auch bei der Regie liegt. Dass viele Schweizer Spielfilme heute technisch sauber produziert sind, ein gekonnter und virtuoser Umgang mit der Filmsprache hingegen selten anzutreffen sei.

4.2.2 Erfolgsfaktor: Richtiges Thema zum richtigen Zeitpunkt

Auch Francine Brücher betonte, dass es sich immer sehr schwer vorhersagen lässt, ob ein Film beim Publikum ankomme oder nicht und dass sich die Erfolgsfaktoren meist erst nach der Auswertung eruieren lassen. Mit rund 578'030 Kino-Eintritten gehört auch „Achtung, fertig, Charlie!“ zu den grossen Schweizer Kinoerfolgen. Zudem konnte der Film ein sehr junges Publikum ins Kino locken. Als wesentliche Erfolgsfaktoren nannte Francine Brücher das solide Drehbuch, das für ein klar definiertes Zielpublikum geschrieben wurde, Ex-Miss-Schweiz Melanie Winiger in einer guten Besetzung und das geschickte Marketing des Verleihers in Bezug auf die heftige Kritik, die der Film im Vorfeld bei der Schweizer Armee auslöste⁹⁹. In der Presse wurde „Achtung, fertig, Charlie!“ mehrheitlich verrissen, was in diesem Falle der Popularität vermutlich eher noch Vorschub leistete.

Mit dem historischen Klamauk-Film „Tell“ nahmen dieselben Produzenten ein neues Projekt nach ähnlichem Konzept in Angriff. Das Drehbuch wurde wiederum auf ein 15- bis 25-jähriges Zielpublikum zugeschnitten. Regie führte in der Koproduktion mit Deutschland und Österreich erneut Mike Eschmann, und als Darsteller konnten namhafte Schauspieler aus der Schweiz und aus Deutschland verpflichtet werden. Mit einem Produktionsbudget von 5,6 Millionen Franken ist „Tell“ einer der teuersten Schweizer Spielfilme. Trotz einem breit angelegte Release in den Kinos des Verleihers *UIP*

⁹⁸ Die beiden Filme wurden auch in der Tagespresse unterschiedlich bewertet: Sprach der *Tages-Anzeiger* bei „Ernstfall in Havanna“ von einer massvoll bissigen Satire, bezeichnete er „Undercover“ als einen Film, der auf die Dauer wenig amüsiere. Quelle: „Wahre Lügen“, *Tages-Anzeiger/züritipp* (3.11.2005) u. „Mit dem Ovo-Schüttelbecher in Kuba“, *Tages-Anzeiger* (14.3.2002).

Schweiz, blieb der Film mit rund 55'000 Eintritten weit hinter den Erwartungen zurück. Produzent Lukas Hobi hatte mit 200'000 Eintritten gerechnet. Den Grund für den Misserfolg von „Tell“ sieht er bei einer Kombination diverser Faktoren: So hatte man sich etwa nach dem überwältigenden Erfolg mit „Charlie“ in einer gewissen Betriebsblindheit zu viel vom Thema Tell als „Schlachtung einer heiligen Kuh“ erhofft.

Nach unserer eigenen Ansicht, ist das RS-Klamotten-Thema bei "Achtung, fertig, Charlie!" gerade bei einem jungen Publikum weit griffiger als der Schweizer Mythos bei „Tell“. Überrascht "Charlie" immer wieder durch fescche Witze, ist „Tell“ über weite Strecken langweilig und plump.

Grundsätzlich kommen beim breiten Publikum unterhaltende Geschichten am besten an. Komödien können aber auch heikel sein, weil der Humor oft nur regional verstanden wird. So fuhr z.B. der beim Schweizer Publikum sehr erfolgreiche „Mein Name ist Eugen“ in Deutschland einen schmerzlichen Flop ein und konnte dort nicht mehr als 30'000 Besucher ins Kino locken¹⁰⁰. Dramen mit schwierigen Themen haben es beim Publikum generell schwer. Selbst gute Kritiken helfen da oft nicht weiter und halten zum Teil sogar von einem Besuch ab. Diese Filme finden nach Aussage von Francine Brücher aber oft ihre Zuschauer bei ihrer Fernsehausstrahlung. Als Beispiele nannte sie die Filme „Tout un hiver sans feu“ und „Nachbeben“, die in den Kinos wenige Eintritte verzeichneten, aber bei den Fernsehzuschauern einen grossen Anklang fanden.

4.2.3 Erfolgsfaktor: Darsteller

Ein Starsystem, wie es heute in Frankreich oder in Hollywood existiert, gab es in der Schweiz ansatzweise in den Vierzigerjahren. Nach Meinung von Francine Brücher ziehen am ehesten TV-Stars wie Mike Müller oder Viktor Giacobbo. Grundsätzlich kann gesagt werden: Melanie Winiger alleine lockt noch niemanden ins Kino. Sie muss in einer guten Rolle in einer guten Geschichte zu

sehen sein. Was häufig auch sehr gut ankommt sind laut Francine Brücher ein niedliches Kind in der Hauptrolle oder ein Tier. Sehr wichtig seien immer die Emotionen. Das Publikum muss sich direkt angesprochen fühlen.

4.2.4 Erfolgsfaktor: Die gelungene Mixtur

Inhaltlich ist immer eine gelungene Mixtur verschiedener Faktoren wichtig, wie ein gutes Drehbuch, gute Schauspieler, solide Machart etc. Als sehr gutes Beispiel nannte Francine Brücher den Film

⁹⁹ Samuel Schmid bezeichnete den Film anlässlich der Vorpremiere als „obszön und unflätig“. Quelle: Tages-Anzeiger, 6.9.2003 „RS-Klamauk mit deftigem Humor“.

„Vitus“ von Fredi M. Murer. Dieser habe eine gute Geschichte, Emotionen, die von der Leinwand herunterkommen, ein begabtes Kind in der Hauptrolle und mit Bruno Ganz einen bekannten Schauspieler in einer schönen Nebenrolle. Als Ganzes ist „Vitus“ der erfolgreichste Schweizer Spielfilm der vergangenen Jahre. Neben den rund 270'000 Kino-Eintritten wurde der Film an zahlreiche internationale Filmfestivals eingeladen und hat da und dort eine Auszeichnung eingeheimst. Als Kinofilm konnte er in über 35 Länder verkauft werden¹⁰¹. Die Geschichte vom Wunderkind, das sein Schicksal selber in die Hand nimmt, wurde ganz offensichtlich auch international verstanden.

International ebenfalls sehr erfolgreich war der Film „Die Herbstzeitlosen“ von Bettina Oberli, der zum Beispiel in Deutschland und in Spanien im Kino lief¹⁰². Francine Brücher nennt hier die hübsche Geschichte voller Emotionen, das Exotische unserer Alpenwelt bzw. unserer Mundart als wichtigste Erfolgsfaktoren. Schliesslich seien die vier alten Damen im genau richtigen Moment gekommen.

4.3 Produktionsbedingungen in der Schweiz

In der Schweiz entstehen Filme wie generell in ganz Europa in gewerblichen Verhältnissen. Zwar gibt es auch in der Schweiz eine grosse Zahl privater Filmproduktionsfirmen. Der Binnenmarkt ist aber viel zu klein, als sich aus den Kinoeintritten weitere Produktionen nachhaltig refinanzieren liessen. Die Filmproduzenten sind somit auf eine öffentlich-rechtliche Filmförderung angewiesen. Wichtigster Förderer für Filme in der Schweiz ist der Bund.

4.3.1 Wandel bei Produktionsbedingungen

Die Schweizer Filmszene befindet sich derzeit immer noch in einem Umbruch. Lukas Hobi bestätigte, dass in Zusammenhang mit dem Generationenwechsel bei den Regisseuren auch ein Umdenken bei

den Produzenten stattgefunden habe. Diese nehmen heute mehr Einfluss auf die Projekte. Er wies darauf hin, dass bei den grossen Publikumserfolgen der vergangenen Jahre, immer auch die starke Hand eines Produzenten im Spiel war. In der intensiven Zusammenarbeit mit dem Autor wurden bereits im Vorfeld Fragen nach dem Zielpublikum gestellt. Für wichtig hält er, dass man als Produzent heute aktiv auf Filmemacher zugehe und die Projekte gemeinsam entwickle. Jene Zeiten, wo Regisseure die Projekte im Alleingang entwickelten, sind seiner Meinung nach vorbei. Die Schweizer

¹⁰⁰ Quelle: *Swissfilms INFO 2007.2*, S. 22 „Die Performance aktueller Schweizer Filme in den deutschen Kinos“. Als Grund für das Debakel wird angeführt, dass das gleichnamige Kinderbuch in Deutschland weitgehend unbekannt ist.

¹⁰¹ Quelle: Interview mit Francine Brücher, 11.7.2008

¹⁰² In Spanien hatte der Film zum Zeitpunkt des Interviews bereits 55'000 Kino-Eintritte erreicht. Wo viele Kinobesucher glaubten, dass das gesamte Dorf extra für die Dreharbeiten aufgebaut worden war. Der Film war im Ausland in der Original-Fassung zu sehen.

Filmförderung sei allerdings noch in vielen Belangen nach dem alten System ausgerichtet. So werden zum Beispiel Gelder für einen Film oft auf Grund des „guten Namens“ eines Regisseurs gesprochen.

Nicolas Bideau wies im Gespräch darauf hin, dass mit der neuen Filmförderung beim Bund die Projekte heute unter anderem auch in Bezug auf das Potenzial beim Publikum hin geprüft werden. Obwohl auch er der Meinung ist, dass sich der Erfolg eines Films beim Publikum nur schwer vorhersagen lässt, so müsse bei einer Projekteingabe doch klar ersichtlich sein, dass sich der Produzent Gedanken über das Zielpublikum gemacht habe. Auch er sieht eine neue Generation von Produzenten, die heute vermehrt einen Fokus auf die Promotionsfragen legen.

Andres Brütsch betonte, dass von der öffentlichen Hand, unter der Prämisse „Kulturförderung“ geförderte Filme, in erster Linie einem kulturellen Anspruch gerecht werden müssen. Sicher müsse man versuchen, den Stoff auch auf sein Potenzial beim Kinopublikum hin abzuschätzen, wobei man aber wisse, wie schwierig das ist. Wenig Sinn macht für Andres Brütsch die Einteilung in Publikumsbeziehungswise Autorenfilme bereits in der Projektphase. Publikumsfilme werden Filme meist im Nachhinein. So sei mit „Vitus“ aus einem Autoren- ein Publikumsfilm geworden.

Andres Brütsch ist neben seiner Tätigkeit als Filmemacher und Produzent auch Mitbegründer der Zürcher Filmstiftung und sitzt heute im Stiftungsrat. Grundsätzlich können jetzt kleinere Filmprojekte¹⁰³ auch ohne Gelder des BAK realisiert werden. Im Unterschied zum BAK, wo die Gelder *à fond perdu* ausgeschüttet werden, handelt es sich bei den Geldern der Zürcher Filmstiftung um rückzahlbare Darlehen. Bei einem grossen Erfolg eines Films müssen diese wieder zurückbezahlt werden¹⁰⁴. Andres Brütsch zieht seit der Gründung der Zürcher Filmstiftung im Jahre 2004 eine positive Bilanz. Heute können dadurch mehr Filme realisiert werden.

4.3.2 Entwicklung der Produktionsbudgets

Innerhalb der Schweizer Filmszene ist häufig die Rede davon, dass es mehr Geld für die Produktion von Filmen brauche und dass vor allem vom Bund mehr Mittel locker gemacht werden müssen. Sowohl Andres Brütsch, als auch Lukas Hobi schliessen sich dieser Meinung an. In der Publikation *4x5 Millionen*¹⁰⁵ fordert der Verband *Cinésuisse* insgesamt 20 Millionen Franken mehr vom Bund über vier Jahre verteilt.

In Bezug auf das Durchschnitts-Budget für die Produktion eines Spielfilms kursieren verschiedene

¹⁰³ Dies betrifft vor allem Dok-Filme. So ist z.B. Brütschs Film „Elisabeth Kopp – eine Winterreise“ entstanden.

¹⁰⁴ Brütsch erwähnte im Interview, dass es innerhalb der Filmszene Stimmen gäbe, die fordern, dass der Bund Arthouse-Filme mit *à fond perdu*-Geldern und kommerziell orientierte Filme mit rückzahlbaren Darlehen unterstützen solle.

¹⁰⁵ Herausgegeben von *Cinésuisse*, 2007. Autor ist Andres Brütsch.

Zahlen. Andres Brütsch bezifferte den aktuellen Stand mit ca. 2,2 Millionen Franken¹⁰⁶. Die Budgets unserer Fallbeispiele (im Anhang) bewegen sich zwischen einer und 6 Millionen Franken. Eine Ausnahme ist der Film „Max & Co.“ mit einem Budget von 30 Millionen Franken. Grundsätzlich kann man bereits mit ca. einer Million Franken einen Low-Budget-Spielfilm drehen. Ein Fernsehfilm kostet rund 1,8 Millionen Franken. Fest steht, dass die Produktionsbudgets in den vergangenen Jahren massiv gestiegen sind. Als Hauptgrund wurden professionellere Produktionsbedingungen sowie die damit verbundenen höheren Ansprüche genannt. Nach Meinung von Ivo Kummer, Direktor der Solothurner Filmtage, hat aber auch die vom BAK vorangetriebene *Lokomotiven-Strategie*¹⁰⁷ massgeblich zur Verteuerung der Produktionen beigetragen. Gegenüber dieser Verteuerung hat sich gerade beim BAK bezüglich der Höhe des Filmkredits in den vergangenen zehn Jahren wenig getan.

Die Mittel, die sich in der Schweiz auftreiben lassen, sind sehr beschränkt. Schöpft man bei allen Kanälen der Filmförderung von Bund, Kantone, Fernsehen und Stiftungen das Maximum heraus, lassen sich so bestenfalls ca. 2,5 Millionen Franken generieren. Diese Aufstellung setzt sich wie folgt zusammen:

Maximale Beiträge Filmförderung

BAK	1'000'000
Zürcher Filmstiftung	750'000
SRG	400'000
Suissimage	200'000
Weitere Stiftungen	150'000
Total	2'500'000

Nach Meinung von Andres Brütsch lasse sich mit 2,5 Millionen Franken ein Spielfilm realisieren. Im Allgemeinen sei dies jedoch für einen Spielfilm ein bescheidenes Budget, und vor allem in einem Hochpreisland¹⁰⁸ wie der Schweiz.

¹⁰⁶ Grundsätzlich kommt es darauf an, wie man rechnet. In der Publikation *4x5 Millionen*, Kapitel 4 wird das durchschnittliche Produktionsbudget mit 2,6 Mio. CHF beziffert.

¹⁰⁷ Der Begriff *Lokomotive* ist in Zusammenhang mit der Neuausrichtung der Filmförderung des BAK entstanden, wonach man auf weniger, aber dafür grössere und populäre Filmproduktionen setzen will. Das Produktionsbudget für eine Lokomotive beläuft sich zwischen sechs und sieben Millionen Franken. Die strategische Überlegung dahinter ist, mit Lokomotiven publikumswirksame Filme zu schaffen, die andere Produktionen nachziehen.

¹⁰⁸ In Deutschland kostet ein Spielfilm durchschnittlich 6-7 Mio. CHF, in Dänemark ca. 3,5 Mio. CHF. Quelle: Interview mit Andres Brütsch.

Auch hätte man bereits ein grosses Problem mit der Finanzierung, wenn einer der oben genannten Förderer das Projekt nicht unterstütze.

Auch Lukas Hobi ist der Meinung, dass der Bund dem Schweizer Film mehr Mittel zur Verfügung stellen müsste. Als wichtig erachtet er auf der anderen Seite, dass die Produktionsbudgets kohärent zum Markt sind. 6 Millionen Franken für einen Film wie „Mein Name ist Eugen“ liege an der oberen Grenze. Filme, ausschliesslich für den Schweizer Markt produziert, dürfen seiner Meinung nach nicht mehr kosten, auch dann nicht, wenn sie viele Kino-Eintritte generieren.

4.3.3 Weitere Finanzierungsmöglichkeiten

4.3.3.1 Private Investoren

In Bezug auf die beschränkten Mittel durch die öffentliche Filmförderung in der Schweiz, interessierte uns die Frage, in welcher Form sich Gelder in der Privatwirtschaft finden lassen. Dabei hat sich schnell gezeigt, dass zum Beispiel Product Placement bei Schweizer Filmproduktionen eine unbedeutende Rolle einnimmt. In der Regel lassen sich durch Material-Sponsoring wenige Prozente des gesamten Budgets abdecken. Der Grund, weshalb sich private Investoren kaum an Schweizer Spielfilmproduktionen beteiligen, liegt am sehr kleinen Binnenmarkt. Ein *Return on Invest* ist in der Schweiz kaum möglich. Lukas Hobi antwortete auf die Frage, welcher Betrag aus den Box-Office-Einnahmen des sehr erfolgreichen Films „Achtung, fertig, Charlie!“ in der Kasse von Zodiac Pictures gelandet ist, dass der Gewinn in so einem Fall meist viel geringer ausfällt, als dies im Allgemeinen angenommen wird. Er nannte keine konkrete Zahl, sondern sprach von einigen Hunderttausend Franken. Die Box-Office-Einnahmen werden stark aufgeteilt, wobei der grösste Teil beim Kinobesitzer bleibt. Bis schlussendlich ein Restbetrag für den Produzenten abfällt, muss der Verleiher vorgängig alle seine Investment-Aufwendungen gedeckt haben. Um aus diesem Betrag den effektiven Reingewinn zu ermitteln, müssen sämtliche Eigenleistungen abgezogen werden, die der Produzent zu Beginn in das Projekt investiert hatte¹⁰⁹. Letztlich könne man, so Lukas Hobi, von keinem privaten Investor eine halbe Million erwarten, wenn sich bestenfalls vielleicht 200'000 Franken erwirtschaften lassen.

¹⁰⁹ Nach eigener Rechnung hatte „Achtung, fertig, Charlie!“ ca. 8 Mio. CHF an den Kinokassen eingespielt: 560'514 Eintritte mal 14.16 CHF (Durchschnittlicher Kinoticketpreis 2003)=7,94 Mio CHF. Weitere Beispiele finden sich in der Publikation „4x5 Millionen“, Kapitel 9. Dort wird der Erlös des Produzenten aus der Kinoauswertung für „Vitus“ mit 710'000 CHF und für „Grounding“ mit 476'000 CHF beziffert. Die Eigenleistung wurde in beiden Fällen noch nicht abgezogen.

Eine grosse Ausnahme ist der Film „Mein Name ist Eugen“, bei dem die Versicherung *Schweizer Mobiliar* mit einem Betrag von einer Million Franken beteiligt war. Im Gegenzug dieses *Presented-Sponsorings* konnte die *Schweizer Mobiliar* Footage des Films für einen Werbespot verwenden¹¹⁰.

4.3.3.2 Koproduktionen

Grundsätzlich werden Koproduktionen mit dem Ausland durch den Stoff bestimmt. Einerseits kann dieser inhaltlich so hohe Anforderungen an die Produktion stellen, dass sich die Filme nicht mehr durch die sehr beschränkten Mittel, die in der Schweiz zu Verfügung stehen, finanziert werden können. Der Stoff kann inhaltlich nach einer Koproduktion verlangen, wenn beispielsweise die Geschichte in zwei Ländern spielt. Klare Vorzüge einer Koproduktion liegen in grösseren Chancen auf einem grösseren Markt oder beim Austausch von internationalem Know-how. Im Gegenzug müssen ein Teil der Dienstleistungen im entsprechenden Land abgewickelt werden, was den ganzen Produktionsablauf verlangsamt, aber auch teurer macht. Koproduktionen können scheitern, wenn zu viele unterschiedliche Interessen sich gegenseitig ausschliessen, so dass einzelne Partner wieder abspringen. Bei Koproduktionen wird zwischen Mehr- und Minderheitsbeteiligungen unterschieden. Im Jahre 2007 betrug der durchschnittliche Schweizer Anteil bei Mehrheitsbeteiligungen 64,6 Prozent, bei einer Minderheitsbeteiligung 20 Prozent. Die wichtigsten Länder bezüglich Koproduktionen für Schweizer Filme sind Deutschland, Frankreich und Italien. Seit der Einführung des *Tax-Shelter-Systems*¹¹¹ wurde auch Luxemburg zu einem bevorzugten Partner.

4.4 Veränderung in der Kinolandschaft

Wir befinden uns im Kommunikationszeitalter, das sich im Laufe der vergangenen Jahre radikal verändert hat und sich heute in einem Dauerumbruch befindet. Sowohl das Verhalten der Kinobesucher als auch die gesamte Schweizer Filmbranche sind diesen laufend verändernden Prozessen unterworfen. Im Folgenden möchten wir noch kurz darauf eingehen, was dies nun für den Schweizer Film bedeutet.

4.4.1 Wandel Kinomarkt

Der Schweizer Kinomarkt ist sehr klein und wird durch die vier Sprachregionen noch zusätzlich aufgeteilt. Ein interessantes Phänomen beobachtet Bea Cuttat seit ihrer 20-jährigen Tätigkeit als Filmverleiherin, wonach das Schweizer Kinopublikum Filme sehr regional bezogen konsumiert. Dabei

¹¹⁰ Der Sponsoring-Betrag von einer Million CHF wurde uns bei den Interviews von verschiedenen Seiten genannt, vom Produzenten *Kontraproduktion* jedoch nicht eindeutig verifiziert.

¹¹¹ Mehrere europäische Länder schaffen mit Steuererleichterungen bei privatwirtschaftlichen Unternehmen Anreize für die Filmförderung. http://www.obs.coe.int/online_publication/expert/taxsupport2006.pdf.de

interessiert sich ein Kinopublikum in erster Linie für Filme aus der eigenen Stadt beziehungsweise eigenen Region. Ihre These widerspiegelt sich auch in den im (siehe dazu Kapitel 4.1.1) näher beschriebenen Fallbeispielen „Strahl“ oder „Der Freund“. Dies sind Filme mit einem starken Bezug zur Stadt Zürich, und die einen grossen Anteil der Kino-Eintritte dort verbuchen konnten¹¹².

Für die Verleiher ist der Release von Filmen in den vergangenen Jahren massiv teurer geworden. Nach Francine Brücher hat sich das Kinopublikum an die sehr aufwändigen Kampagnen der US-amerikanischen Filmindustrie gewöhnt. Um in diesem Umfeld eine Aufmerksamkeit zu erlangen, muss man heute viel Geld in die Werbung investieren. Auch Bea Cuttat bestätigte, dass ihre Investment-Kosten stark angestiegen sind. Heute müsse sie für jeden Besucher das Dreifache unternehmen als vor 20 Jahren, als sie mit dem eigenen Verleihgeschäft startete. Das führt sie unter anderem darauf zurück, dass heute sehr viel mehr Filme – vor allem auch sehr viel mehr Schweizer Filme – in die Kinos kommen. Die unabhängigen Filmverleiher in der Schweiz können heute von diversen Verleihförderungs-Programmen durch den Bund und durch Media profitieren. Gedeckt werden maximal 50 Prozent der Investment-Kosten. Dabei handelt es sich jedoch um Drittkosten, wie Werbeinserate und die Herstellung der Filmkopien mit allfälligen Untertitelungen. Löhne und Mieten werden dadurch nicht gedeckt. Daher muss laut Bea Cuttat auch ein subventionierter Verleiher in erster Linie von den Einnahmen an den Kinokassen existieren können.

4.4.2 Wandel Kinopublikum

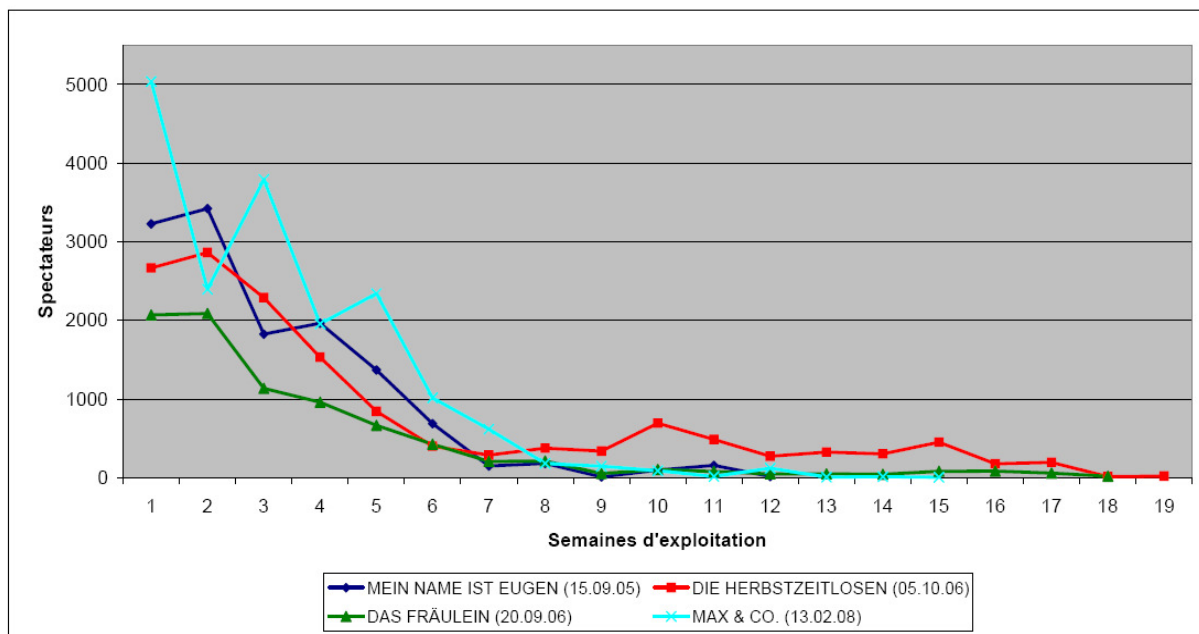
Das cinephile Kinopublikum ist am Verschwinden. Dies wurde uns von mehreren der Befragten bestätigt. Viele kleine Kinos kämpfen ums Überleben, während die grossen Multiplex-Kinos vornehmlich US-amerikanische Filme zeigen. Nach Andres Brütsch sind vor allem junge Leute immer weniger kinotauglich und konsumieren die Filme immer mehr als DVD oder Video on Demand (VOD). Diese werden weiter an Bedeutung gewinnen und sind seiner Meinung nach aus finanzieller Sicht nicht uninteressant für den Schweizer Film.

Einig waren sich alle Befragten darüber, dass sich das Ansehen des Schweizer Films in den vergangenen Jahren seit den grossen Publikumserfolgen „Mein Name ist Eugen“, „Die Herbstzeitlosen“ und „Achtung, fertig, Charlie!“ massiv verbessert habe.

Bestätigt hat sich unsere Annahme, dass die Besucherzahlen in den Kinos saisonalen Schwankungen unterworfen sind. Bei schlechtem Wetter schnellen die Zahlen in der Regel nach oben. Laut Bea Cuttat sind die Kinos auch in den Tagen zwischen Weihnachten und Neujahr immer sehr gut besucht.

¹¹² Als weiteres Beispiel nannte Cuttat den Dokfilm „Que sera?“ von Dieter Fahrer (2004) über ein Altersheim in Bern. Obwohl der Film von einem allgemeingültigen Thema handelt, mochte ihn ausserhalb von Bern kaum jemand sehen.

In der Grafik (siehe dazu Kapitel 4.1.1) mit den Besucherzahlen, ist dieser Ausschlag bei den Filmen „Mein Name ist Eugen“ (Spielwoche 16), „Die Herbstzeitlosen“ (Spielwoche 13) und „Das Fräulein“ (Spielwoche 7) deutlich zu sehen. Ergänzend zu diesen Ausführungen ist unten eine Grafik mit den Kurven dieser Filme abgebildet, die den Besucherzahlen aus den grössten Westschweizer Städten zugrunde liegen¹¹³. Interessant ist, dass die Ausschläge der Tage zwischen Weihnachten und Neujahr sich hier nicht zeigen.



¹¹³ Die Statistik beschränkt sich auf die Westschweizer Städte Lausanne, Genf, Fribourg, Neuenburg, Vevey und Montreux. Quelle: Bundesamt für Statistik

5 Schlussbemerkungen

Wir haben uns in unserer Arbeit mit der Komplexität des Spielfilmschaffens, vom Drehbuchschreiben bis zur Promotion des Schweizer Spielfilms, auseinandergesetzt. Dabei haben wir uns vor allem auf die Interviews mit einigen wichtigen Vertretern aus der Filmbranche auf nationaler Ebene bezogen. Es hat sich dabei kein „Geheimrezept“ herauskristallisiert und dennoch gibt es einige Punkte, die für den Erfolg eines Films mitspielen können. Wir möchten diese Punkte mit persönlichen Feststellungen und Statements aus den verschiedenen Interviews hervorheben.

Friedrich Dürrenmatt machte 1969 in seiner Rede „Über Kulturpolitik“ bei der Verleihung des Grossen Literaturpreises des Kantons Bern auf etwas aufmerksam, das nach wie vor seine Gültigkeit hat: „Wie das Wetter ist auch die Kultur veränderlich und nur ungenau vorauszubestimmen“. Auch für den Schweizer Film kann heute nicht vorhergesehen werden, in welche Richtung er sich entwickeln wird. Allerdings sind wir der Meinung, dass ein Film, der eine Diskussion, sei dies auf politischer, sozialer, kultureller, gesellschaftlicher oder philosophischer Ebene, auslöst, immer als erfolgreich bezeichnet werden kann.

Seit Erlass des ersten Filmgesetzes im Jahr 1962 betreibt der Bund aktive Filmförderung. Allerdings hat die Filmförderung bisher nicht den ihr gebührenden Stellenwert erhalten.

Filmförderung heute – Filmförderung morgen

Das Primat der Fördertätigkeit muss die Pflege des kreativen Nährbodens bleiben. Ein wichtiger „Dünger“ für die Entfaltung der Kreativwirtschaft kann zum Beispiel in der offenen Debatte und in der Vernetzung der Filmschaffenden gesehen werden.

Aufgrund des grossen Wachstums, welches die Filmkultur in den letzten Jahren erlebt hat, reichen die staatlichen Gelder nicht mehr aus, um eine Filmkultur nachhaltig fördern zu können. Soll weiterhin Filmförderung, die diesen Namen auch verdient, betrieben werden, muss das diesbezügliche Budget des BAK zumindest verdoppelt werden.

Als Anreiz könnte allen Kinos, die ausschliesslich Schweizer Filme zeigen, eine Steuererleichterung durch den Kanton gewährt werden. Wir sind der Meinung, dass durch die Einführung vermehrter kommunaler Kinos mit Filmpodien der Stellenwert des Films gefördert werden könnte. Diese Einrichtungen müssten durch die erste Filminstanz, den Bund, subventioniert werden.

Eine flexiblere Verwaltung des Filmkredits, beziehungsweise eine gewisse Unabhängigkeit vom Bund, könnte zum Beispiel mit der Errichtung eines Filminstituts, wie es andere europäische Länder auch kennen, erreicht werden.

Bei der erfolgsabhängigen Filmförderung EAFF sind die Schul- und Parallelvorführungen nicht berücksichtigt. Doch gerade in den ländlichen Kantonen werden oftmals Filmabende durch gemeinnützige Institutionen veranstaltet. Auch dort müsste man einen Anreiz schaffen und den freiwilligen Einsatz belohnen, zum Beispiel mit einer verhandelbaren Pauschale.

Filmlandschaft

Damit in filmischer Hinsicht in der Schweiz etwas Substanzielles entsteht, braucht es schweizerische, aber auch globale und universale Themen. Authentizität, Wahrhaftigkeit, seriöse Recherchen sowie kultureller Austausch können die Voraussetzungen für die filmische Umsetzung dieser Themen schaffen.

Obwohl die Schweiz technisch hochentwickelt ist, ist sie kein Filmland. Das fängt schon beim Beruf Drehbuchautor an, den es in der Schweiz nicht gibt. Den Beruf des Filmschaffenden gibt es zwar, er wird aber als brotlos wahrgenommen. Auch in dieser Beziehung müssten Anpassungen vorgenommen werden.

Akzeptanz beim Schweizer Publikum

Es ist erfreulich, dass sich einerseits das Ansehen des Schweizer Films beim heimischen Publikum in den vergangenen Jahren stark verbessert hat. In unserer Studie hat sich andererseits aber auch herauskristallisiert, dass Schweizer Filme zum Teil sehr regional angeschaut werden. Denn Spielfilme, die Zürich als urbane Kinokulisse feiern, hatten es zuletzt nicht einfach in den anderen Städten der Deutschschweiz. Ganz besonders stark hat der Drogenthriller „Strahl“ - unserer Ansicht nach ein sehr guter Film - diesen Anti-Zürich-Reflex¹¹⁴ zu spüren bekommen.

Wir sind der Meinung, dass bezüglich der Verankerung des Schweizer Films in der breiten Öffentlichkeit noch einige Arbeit geleistet werden muss. Die im Mai 2008 gegründete Schweizer Filmakademie will nun in Richtung PR aktiv werden. Offene Fragen, ob sich dieses über 200-köpfige Instrumentarium dafür eignet, sind berechtigt.

¹¹⁴ Kurz vor dem Abgabetermin der Diplomarbeit kam mit „Happy New Year“ von Christoph Schaub kam ein neuer Zürich-Film in die Kinos. In diesem Zusammenhang wurde im *Tages-Anzeiger und baz.online Kultur* die Frage aufgeworfen, ob es beim Schweizer Kinopublikum eine Art Anti-Zürich-Reflex gibt. Es wird interessant sein, ob dieser neue Film Erfolg haben wird. Quelle: Meier, Simone: „Die warmherzigste Komödie für die kalte Jahreszeit“, *baz.online Kultur*, 12.11.2008

Medienpädagogik Film / Filmlinguistik

Der Rationalismus in der Schweiz entwickelt sich dauernd und Denken wird in unserem Land vorderhand mit Technik und Wissenschaft assoziiert. Künstlerische Ausdrücke wie zum Beispiel bei einem Film lassen sich hingegen nicht so leicht rationell erfassen und klar erkennen.

Kommt dazu, dass es im gegenwärtig sich verändernden medialen Umfeld nicht einfach ist, eine Medienerziehung zu gestalten. Oft werden Medien (vor allem Film) als Ablenkung, Belohnung oder Stellvertretung missbraucht. Um dem entgegenzuwirken, müsste die Vermittlung der „Film-Kultur“ bereits in der Unterstufe vermittelt werden. Der Zugang zur und der Umgang mit der Kultur muss wie Schreiben, Lesen und Mathematik gelernt und gefördert werden.

Volkswirtschaftliche Gedanken - Umwegrentabilität / Standortmarketing

Die oft verbreitete Ansicht in der Wirtschaftspolitik, dass Kultur „nice to have“ sei, aber nichts Notwendiges, verkennt die vielfältigen Wechselwirkungen und - besonders in der Filmwirtschaft - das hohe Wertschöpfungspotential. Es profitieren die Unternehmen und Städte in mehrfacher Hinsicht von der Arbeit der Kreativen. Wie eine Studie der Bank Bär bereits in den 80er Jahren dargelegt hat, resultiert aus der Kulturförderung ein wirtschaftlicher Profit. So flossen zum Beispiel in Zürich mehr als ein Drittel der öffentlichen Kultursubventionen in Form von Steuern, Parkgebühren und andern Abgaben, aber auch indirekt über Einnahmen des Gastgewerbes etc. an den Staat zurück.

Medienresonanz und Promotion

Wie in anderen Bereichen ist es wichtig, dass die Medien Partner des Schweizer Films sind. Die Medien sollen gegenüber Missständen kritisch sein, sollen aber gleichwohl dem Schweizer Filmschaffen wohlwollend begegnen und es unterstützen.

Das Düngemittel für den Film ist die Werbung; hier in der Schweiz bräuchte es mehr Dünger!

Plädoyer für den Film

Die erste Dekade des neuen Millenniums ist bald vorüber. Für den Schweizer Film waren und sind es bewegte Jahre. Zum Glück kam es anders, als Altmeister Alain Tanner in einem Interview im Jahr 1996 prophezeite, dass nämlich nach 2000 sowieso alles vorbei sein werde.

Heute gibt es eine neue Generation von jungen und talentierten Filmemachern. Schweizer Filme konnten sowohl beim eigenen Kinopublikum als auch an internationalen Filmfestivals grosse Erfolge feiern. Die Basis für einen erfolgreichen Schweizer Film ist gelegt. Doch jetzt sind neben den Realisatoren aus der Filmbranche vor allem auch die Volksvertreter aufgefordert, dem Film jene Anerkennung und Unterstützung zu geben, die ihm gebührt. Dem Film, der uns in Form von Kunst auch geistige Nahrung liefert, der als Wirtschaftsfaktor Arbeitsplätze schafft und der als

identitätsstiftendes Element zugleich ein Zeitzeuge und Spiegel sowie ein idealer Botschafter unserer Gesellschaft ist.

Den Abschluss dieser Ausführungen soll eine Aussage des früheren französischen Staatspräsidenten François Mitterrand (1981 – 1995) bilden:

„Un pays qui ne produit plus ses propres images perd son âme.”

...und die Seele wollen wir nicht verlieren...

Literaturverzeichnis

Unsere Recherchen haben ergeben, dass es über den Schweizer Film der letzten zehn Jahre kaum wissenschaftliche Literatur gibt. Wir haben uns deshalb bei dieser Arbeit vorwiegend auf Fachzeitschriften, Zeitungsartikeln und Statistiken bezogen. Allgemein mussten wir feststellen, dass es innerhalb der Filmbranche „Geheimnisse“ gibt. So war es allgemein schwierig von den Verleihfirmen Zahlen und Fakten zu erhalten. Auch bei den Preisgeldern eines Festivals konnte nicht eindeutig ermittelt werden, wie die Aufteilung unter den Beteiligten aussieht. Hingegen gibt es zu den Kinoeintritten, die durch Procinema erfasst werden, von verschiedenen Quellen Zahlen und Statistiken.

Statistiken

Bundesamt für Statistik: www.bfs.admin.ch

Procinema: www.procinema.ch. Filmdatenbank des Schweizerischen Verbands für Kino- und Filmverleih.

Swiss Audiovisual Guide 2008/09. Die in diesem Guide publizierten Zahlen stammen vom Bundesamt für Statistik, Procinema und Swissfilms.

Swissfilms: www.swissfilms.ch

Bundesgesetz

Bundesverfassung der Schweizerischen Eidgenossenschaft vom 18. April 1999

Bundesgesetz vom 14. Dezember 2001 (Stand 13. Juni 2006) über Filmproduktion und Filmkultur (FiG), SR 443.1

Tageszeitungen und Magazine

Die Artikeln wurden in den Archiven von www.tagesanzeiger.ch und www.smd.ch recherchiert.

Baumann, Eric: *Luzerner orientiert sich an Hollywood. Tages-Anzeiger* (25.10.1999). Hintergrund-Bericht über die Produzenten von „Exklusiv“.

Hediger, Serge: *Hollywood made in Switzerland – EXKLUSIV ist eine grosse Hoffnung für den Schweizer Film. Sonntagsblick* (8.8.1999)

Hess, Nicole: *Ich habe das M-Budget-Marketing im Kopf. Tages-Anzeiger* (28.12.2005). Bericht über den neuen Filmchef beim BAK, Nicolas Bideau.

Hess, Nicole: *Popkorn-Kino aus dem Landesinnern. Tages-Anzeiger* (7.7.2005). Portrait über Produzent Lukas Hobi (Serie: *Akteure des Schweizer Films*).

Hess, Nicole: *Stimmungsvolle Chronologie eines finanziellen Crashes. Tages-Anzeiger* (1.3.2006). Filmkritik zu „Nachbeben“.

Hess, Ewa/ Lerf, Matthias/ Righetti, Nicolas: *„Ich gebe die Elektroschocks“*. Sonntagszeitung (29.7.2007). Interview m. Nicolas Bideau.
Gimes, Miklos: *Cut!* Das Magazin (24.1.2004). Artikel über die Aufbruchstimmung in der Schweizer Filmszene.

Grieder, Andre: *Keine Sekunde langweilig*. FACTS (9.9.1999). Bericht über den Film „Exklusiv“.
Jungen, Christian: *Das Goldküsten“-Festival mischt die Szene auf*. Mittelland Zeitung (12.9.2008). Gespräch mit Marco Solari.

Keller, Florian: *So bleibt das Schweizer Filmwunder ein frommer Wunsch*. Tages-Anzeiger (40.4.2007). Hintergrund-Bericht über die aktuelle Situation des Schweizer Films.

Keller, Florian: *Willhelm Tell und Max sollen die Bilanz des Schweizer Films aufbessern*. Tages-Anzeiger (20.6.2007). Hintergrund-Bericht bezüglich der Ernüchterung beim Schweizer Film im Jahre 2007.

Keller, Florian: *Der Unmut in der Schweizer Filmszene wächst*. Tages-Anzeiger (3.12.2007). Bericht über die seit 26 Monaten geprägte Filmpolitik durch Nicolas Bideau.

Lerf, Matthias: *Mit Füchsen macht er Mäuse*. Sonntagszeitung (Jan. 2008). Bericht über Disney-Chef Roger Crotti anlässlich des Kinostarts von „Max & Co.“

Lerf, Matthias: *Über allen lodert das Höhenfeuer*. Sonntagszeitung (6.8.2006). Artikel über die wichtigsten Schweizer Filme.

Marx, Julia: *Wahre Lügen*. Tages-Anzeiger/züritipp (3.11.2005). Filmkritik zu „Undercover“.

Meier, Simone: *Die warmherzigste Komödie für die kalte Jahreszeit*, baz-online, Kultur (12.11.2008)

Roshard, Carmen: *RS-Klamauk mit deftigem Humor*. Tages-Anzeiger (6.9.2003). Bericht zur Vorpremiere von „Achtung, fertig, Charlie!“.

Schneider, Christoph: *Mit dem Ovo-Schüttelbecher in Kuba*. Tages-Anzeiger (14.3.2002). Filmkritik zu „Ernstfall in Havanna“.

Fachzeitschriften und Fachpublikationen

Bundesamt für Kultur: *Bundesgesetz vom 14. Dezember 2001 über Filmproduktion und Filmkultur* (Stand 13. Juni 2006)

Bundesamt für Kultur: *Der Schweizer Film in der Schweiz*. Le Cinéma en Suisse 2007 (Facts & Figures 2007)

Bundesamt für Kultur: *Eidgenössische Filmförderung 2006*, Ciné Spécial und Succès Cinéma

Bundesamt für Kultur: *Eingangsbemerkungen zum Film in der Schweiz*. Le Cinéma en Suisse (Facts & Figures 2007)

Bundesamt für Kultur: *Einige Beobachtungen zur EAFF*. Le Cinéma en Suisse (Facts & Figures 2007)

Bundesamt für Kultur: *Einige Beobachtungen zur selektiven Filmförderung*. Le Cinéma en Suisse (Facts & Figures, 2007)

Bundesamt für Kultur: *Unterstützung des Filmverleihs in der Schweiz*. Le Cinéma en Suisse (Facts & Figures 2007).

Bundesamt für Kultur: *Selektive Filmförderung*. Ciné Spécial und Succès Cinéma, Eidgenössische Filmförderung 2006

Bundesamt für Kultur: *Teilnahme am Media Programm der EU bis 2009*. Filmförderung 2008

Bundesamt für Kultur: *Verteilplan 2008*. Filmförderung (2008)

Bundesamt für Statistik: *Ausstrahlung von Schweizer Filmen am Fernsehen, 2000-2005*

Bundesamt für Statistik: *Die Filmproduktion, Kino und Fernsehen in der Schweiz 1995-2004* (2006)

Bundesamt für Statistik: *Kinolandschaft Schweiz 2005 – Nachfrage und Verhalten der Besucherinnen und Besucher*.

Ciné-Bulletin: *Alles (oder fast alles) über VOD in Nyon*. Nr. 378, 4/2007

Ciné-Bulletin: *Der neue Kulturchef ist angekommen*. Nr. 931, 5/2008

Ciné-Bulletin: *Die Akademie wählt zu neunt*. Nr. 394, 8/2008

Ciné-Bulletin: *Mobilisierung in der Romandie*. Nr. 394, 8/2008

Ciné-Bulletin: *Schweizer Filmpreis*. Nr. 394, 8/2008

Ciné-Bulletin: *Succès Cinéma*. Nr. 392-293, 6-7/2008

Cinésuisse: *4x5 Millionen*. Andres Brütsch, Vision 2007

Cinésuisse: *Vernehmlassungsantwort von Cinésuisse zum Kulturförderungsgeetz (KFG), Bern 2005*

Knauer, Mathias: *Kulturelle Vielfalt und das Gemeinwohl in der Warenwelt*. Mimos, Zeitschrift der Schweiz. Gesellschaft für Theaterkultur, *Kulturelle Vielfalt in Zeiten der Globalisierung* (Jg. 59, Nr. 3-4/2007)

Maniglio, Tanja: *Was ist mit der Schweizer Filmkultur?* Magazin für Publizistik- und Politikwissenschaft (Nr. 6, Okt. 2000)

Schweizer Filmakademie: Mitgliederinformation ARF/FDS

Schweizer Filmzentrum: *Newsletter Spring 2001*

SRG SSR idée suisse : *10 Jahre Pacte de l'audiovisuel*. (update 3/07)

Swissfilms Info: *facts & figures*. Issue_2008.2, Beilage *Ciné-Bulletin* Nr. 395

Swissfilms Info: *facts & figures*. Issue_2007.2, Beilage *Ciné-Bulletin* Nr. 383

Swissfilms Info: *facts & figures*. Issue_2006.2, Beilage *Ciné-Bulletin* Nr. 370

Swissfilms Info: *facts & figures*. Issue_2005, Beilage *Ciné-Bulletin* Nr. 355

Swissfilms Newsletter: *facts & figures*. Issue 2_2004, Beilage *Ciné-Bulletin* Nr. 343

Swissfilms Newsletter: *facts & figures*. Spring 2003, Beilage *Ciné-Bulletin* Nr. 331

Swissfilms Newsletter: *facts & figures*. Spring 2002, Beilage *Ciné-Bulletin* Nr. 319

Swissfilms Info: Goldberg, Marcy: Über die Generationenkluft hinweg. (*Issue_2008.2*)

Swissfilms Info: Reinhard Kleber: *Reinhard: Die Performance aktueller Schweizer Filme in den deutschen Kinos*. Swissfilms INFO (*Issue_2007.2*)

Zürcher Filmstiftung: *Filmförderer müssen sich vernetzen*. Jahresbericht 2006/07

Zürcher Filmstiftung: *Das verflixte zweite Jahr*. Jahresbericht 2006/2007

Zürcher Kantonalbank: *Zürcher Filmrolle*. Konzept u. Redaktion Othmar Köchle u. Franziska Thomas (2005)

Internetadressen

Bundesamt für Kultur: *Bilanz erfolgsabhängige Filmförderung 2006*, Top Filme, www.succes-cinema.ch

Bundesamt für Kultur: *Das Bundesamt für Kultur fördert die Film(aus)bildung*, www.bbaktuell.ch/pdf/bba4554a.pdf

Bundesamt für Kultur: *Die Filmfestivals der Zukunft*, www.admin.ch/aktuell/00089/index.html?lang=de&msg-id=13921&print_style

Bundesamt für Kultur: *Erfolgsabhängige Filmförderung*, Allgemein, www.nb.admin.ch/bak/themen/kulturfoerderung/00486/00602/00729/00731/

Bundesamt für Kultur: *Erfolgsabhängige Filmförderung*, *Modell und Beispiel*, www.nb.admin.ch/bak/themen/kulturfoerderung/00486/00602/00743/index.html (23.8.2007)

Bundesamt für Kultur: *Filmförderungskonzepte 2006 bis 2010*, www.admin.ch/ch/d/sr/443_113/app1.html

Bundesamt für Kultur: *Neuerungen Filmförderungsverordnung (FiFV)*, www.nb.admin.ch/bak/themen/kulturfoerderung/00486/01364/index.html?lang=de (4.8.2006)

Bundesamt für Kultur: *Promotion und Verleih*, www.nb.admin.ch/bak/themen/kulturfoerderung/00486/01382/index.html?lang=de

Bundesamt für Kultur: *Rechtliche Grundlagen*, www.bak.admin.ch/bak/themen/kulturfoerderung/00486/00609/index.html?lang (1.7.2006)

Bundesamt für Kultur: *Selektive Filmförderung*, www.nb.admin.ch/bak/themen/kulturfoerderung/00486/00488/index.html?lang=de (30.9.2008)

Bundesamt für Kultur: *Zahlen und Statistiken*, Selektive Filmförderung 2006,
www.bak.admin.ch/bak/themen/kulturfoerderung/00486/01711/index.html?lang=de

Bundesamt für Statistik: *Verhältnis zwischen Kino und Video*,
www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/02/01/dos/05/03.html?CFC_cK=1219934407612&CFC_scrollTop=0 (2008)

Ernst Göhner Stiftung: *Kultur*, www.ernst-goehner-stiftung.ch/gemeinnuetzigkeit/kultur/default.htm

Hunziker, Thomas: *Uneinigkeit über Organisation von Schweizer Filmpreis*,
www.filmblog.ch/p1257.html

Institut für Ausländerfragen, *Zeitschrift für Kultur-Austausch 1/2001*, IFA: Nordische Filmfeste:
www.ifa.de/pub/kulturaustausch/archiv/zfk-2001/traumfabrik-europa

Media Desk Suisse, nationale Filmförderung 2007:
www.mediadesk.ch/page.php?templatelD=87&language=de

Media Desk Suisse, Kantonale Filmförderungen 2007:
www.mediadesk.ch/page.php?templatelD=424&language

Migros Kulturprozent, Filmförderung: www.kulturprozent.ch/g3.cms/s_page/51270

Schweizerische Eidgenossenschaft, *Gesetzgebung, Landesrecht, Filmförderungskonzepte 2006 – 2010*, www.admin.ch/ch/d/sr/443_113/app1.html (11.7.2006)

Schweizerische Eidgenossenschaft: *Neuerungen Filmförderungsverordnung (FiFV)*,
www.bak.admin.ch/bak/themen/kulturfoerderung/00486/01364/index.html?lang (4.8.2006)

SDA-Interview, Philippe Triverio mit Nicolas Bideau (24.7.2008): blog.drs.ch/blog/sennhausers-film-blog/ch-film/2008/07/24/bideau-schmeisst-wieder-steine-ins-wasser

Solothurner Filmtage, Preise und Ehrungen, Prix Soleure: www.solothurnerfilmtage.ch

SRG SSR idée suisse: *10 Jahre Pacte de l'audiovisuel*, Bern 2007, Update 3/07,
www.srgssrideesuisse.ch

Stadt Zürich, Kultur, Filmförderung, *Filmförderung in Zürich*: www.stadt-zuerich.ch/internet/zuerichkultur/home/foerderung/home/redirect_fi/film/home.html

Steuerliche Massnahmen zur Unterstützung der Filmwirtschaft in Frankreich, Luxemburg und Belgien,
www.obs.coe.int/online_publication/expert/taxsupport2006.pdf.de

Swissinfo-Interview, Bernard Lécho mit Nicolas Bideau, 23.1.2007:
www.swissinfo.org/ger/news/kultur/Befreit_sich_der_Schweizer_Film_von_seinen_Komplexen.html?siteSect=204&sid=7456736&cKey=1169566747000&ty=st

Traumfabrik Europa: *Kino jenseits von Hollywood*. KulturAustausch, ZfK 1/2001:
www.ifa.de/pub/kulturaustausch/archiv/zfk-2001/traumfabrik-europa/

Wikipedia: Erläuterung zu Filmindustrie, de.wikipedia.org/wiki/Filmindustrie

Wikipedia: Erläuterung zu Filmproduktionsgesellschaft,
de.wikipedia.org/wiki/Filmproduktionsgesellschaft

Zürcher Filmstiftung, *Jahresbericht 2006/07*, Zürich 2007, download auf www.filmstiftung.ch

Zürcher Filmstiftung: www.filmstiftung.ch/promotion.php

Verzeichnis der Anhänge

Anhang 1	Filmbeispiele	68
Anhang 2	Interviews	75
	Ivo Kummer	77
	Andres Brütsch	81
	Nicolas Bideau	85
	Walo Deuber	89

Filmbeispiele

Ergänzend zum Analysenteil, haben wir zu 16 Spielfilmen detaillierte Angaben zusammengetragen. Die Filme sind in den letzten zehn Jahren entstanden. Die Daten stammen aus verschiedenen Bezugsquellen: Angaben zu den Festivalselektionen stammen von *Swissfilms*, die Zahlen zu den Kino-Eintritten wurden der Filmdatenbank von *Procinema*¹¹⁵ entnommen. Die Angaben der Produktionsbudgets erfuhren wir zum Teil direkt von den Produzenten. Die Filme sind in alphabetischer Reihenfolge aufgeführt.

Achtung, fertig, Charlie!

Regie: Mike Eschmann, Genre: Komödie, Jahr: 2003
Produzent: Zodiac Pictures Ltd (Lukas Hobi)/SF DRS, Koproduktion mit Deutschland
Produktionsbudget: 1,8 Millionen CHF
Verleih Walt Disney Schweiz, 560'514 Kinoeintritte
Kinostart CH-D 18.09.2003, CH-F 28.04.2004, CH-I 20.08.2004
Festivals keine
Preise und Auszeichnungen Schweizer Filmpreis 2004: nominiert Spielfilm, Jury Prize

Weil er seinem Marschbefehl nicht gefolgt ist, wird der junge Italo-Schweizer Antonio Carrera an seinem Hochzeitstag direkt vom Altar weg in die Rekrutenschule verfrachtet. Um einen möglichst schnellen Rauswurf aus der Kaserne zu provozieren, lässt sich Antonio auf den Plan B ein: Er soll Rekrutin Michelle ins Bett kriegen und sich dabei in flagranti erwischen lassen. Sex ist in der gemischten Rekrutenschule natürlich strengstens verboten.

Mit: Michael Koch, Melanie Winiger, Mia Aegerter, Marco Rima, Martin Rapold u. a.

Breakout

Regie: Mike Eschmann, Genre: Komödie, Jahr: 2006
Produzent: Zodiac Pictures Ltd (Lukas Hobi)/SF DRS, Koproduktion mit Deutschland
Produktionsbudget: 2,1 Millionen CHF
Verleih Walt Disney Schweiz, 65'284 Kinoeintritte
Kinostart CH-D 18.01.2007
Festivals 6
Preise und Auszeichnungen Schweizer Filmpreis 2008: Quartz-Spezialpreis der Jury für die beste Filmmusik
Jury Prize 2008

Der 19-jährige Nia lebt im trostlosen Zürcher Agglo-Sumpf und hängt mit Kumpel Pulpo in der Disco rum. Eines Tages kommt es zu einer brutalen Schlägerei mit einer angefeindeten Gang, in der Pulpo übel zugerichtet wird. Die Polizei greift ein. Nia schweigt und landet in der Arbeitserziehungsanstalt. Er beschliesst den Ausbruch, um sich zu rächen. Eine junge Sozialarbeiterin der Jugendanwaltschaft will Nia davon überzeugen, dass sich mit Gewalt keine Probleme lösen lassen.

Mit: Nils Althaus, Melanie Winiger, Max Rüdlinger, Max Loong, Stress u. a.

¹¹⁵ www.procinema.ch: Angaben zu den Kinoeintritten in der gesamten Schweiz werden seit 1995 elektronisch erhoben. Die aktuellen Daten zu den Kinoeintritten werden *Procinema* wöchentlich von der Kinobetreibern gemeldet. Bei Programm- und Land-Kinos erfolgt die Aktualisierung z. T. auch monatlich oder jährlich.

Ernstfall in Havanna

Regie: Sabine Boss, Genre: Komödie, Jahr: 2001
Produzent: Vega Film AG (Ruth Waldburger)
Produktionsbudget Keine Angaben
Verleih Vega-Film AG, 313'603 Kinoeintritte
Kinostart CH-D 14.3.2002, CH-F 16.10.2002
Festivals keine Angaben
Preise und Auszeichnungen Schweizer Filmpreis 2003: nominiert Spielfilm

Stefan Balsiger, Sekretär des Botschafters in Kuba, muss seinen Chef vertreten, der für kurze Zeit in der Schweiz weilt. Ausgerechnet in diesen Tagen soll der etwas linkische Beamte einen US-Senator auf Kuba-Mission betreuen. Beim Schäferstündchen in Balsigers Wohnung wird der Senator von einer jungen Kubanerin erpresst, die das Land verlassen will. Der Vorfall verschärft sich beinahe zur zweiten Kubakrise und kann schlussendlich nur noch von Balsiger selbst gelöst werden.
Mit: Viktor Giacobbo, Sabina Schneebeli, Mike Müller, Carla Sanchez, Stephen Lack u. a.

Exklusiv

Regie: Florian Froschmayer, Genre: Thriller, Jahr: 1999
Produzent: Zodiac Pictures Ltd (Lukas Hobi)
Produktionsbudget 800'000 CHF
Verleih Ascot-Elite, 28'374 Kinoeintritte
Kinostart CH-D 14.10.1999
Festivals keine
Preise und Auszeichnungen keine

Der Thriller spielt im Zürcher Medienmilieu. Im Zentrum steht der junge Boulevard-Journalist Mike Bärtschi. Für eine Story auf der Titelseite der Boulevardzeitung „Exklusive“ geht er sprichwörtlich über Leichen. Nachdem seine Artikelserie über die Ermordung einer jungen Frau in Zürich für heftige Reaktionen in der Öffentlichkeit gesorgt hat, gerät er selbst ins Visier eines Serienkillers.
Mit: Martin Rapold, Daniel Bill, Stefan Gubser, Beat Schlatter, Bernard Thurnheer u. a.

Das Fräulein

Regie: Andrea Staka, Genre: Drama, Jahr: 2006
Produzent: Dschoint Ventschr (Susanne Rüdlinger)/SF DRS, Koproduktion mit Deutschland
Produktionsbudget 1,8 Millionen CHF
Verleih Look Now!, 67'593 Kinoeintritte
Kinostart CH-D 16.11.2006, CH-F 20.09.2006, CH-I 22.12.2006
Festivals 26
Preise und Auszeichnungen Schweizer Filmpreis 2007: nominiert Spielfilm, bestes Drehbuch
Zürcher Filmpreis 2006
Batumi IFF, Grand Prix Golden Seahorse 2007
Milano Sguardi altrove, Primo Premio di "Sguardialtrove" 2007
Special Mention of the Jury 2007
Locarno FIF, 1. Preis Junioren-Jury 2006
Locarno FIF, Pardo d'Oro 2006
Valladolid, Semana de Cine, FIPRESCI Prize 2006
Sarajevo Film Festival, Heart of Sarajevo Award, Best Film and Best Actrice (Marija Skaricic) 2006

Ruza hat ihre Heimat Serbien vor über dreissig Jahren verlassen und hat sich als Kantinenleiterin in Zürich eine Existenz aufgebaut. Ihr Alltag ist geprägt von sich wiederholenden Momenten. Eines

Tages taucht Ana, eine junge Frau aus Sarajevo, in der Kantine auf und bringt Ruzas minutiös konstruierte Welt ins Wanken. Zwischen den beiden eigenwilligen Landsfrauen entwickelt sich eine zarte Freundschaft.

Mit: Mirjana Karanovic, Marija Skaricic, Ljubica Jovic, Andrea Zogg u. a.

Der Freund

Regie: Micha Lewinski, Genre: Drama, Jahr: 2007

Produzent: Langfilm

Produktionsbudget Keine Angaben

Verleih Frenetic, 29'552 Kinoeintritte

Kinostart CH-D 17.1.2008, CH-F 02.04.2008, CH-I 30.11.2007

Festivals Keine Angaben

Preise und Auszeichnungen Schweizer Filmpreis 2008: bester Spielfilm

Emil, ein junger schüchterner Aussenseiter, ist in die von allen umschwärmte Sängerin Larissa verliebt. Eines Abends nimmt er nach einem Konzert all seinen Mut zusammen und sagt zu ihr, „Hammersong“! Unerwartet bittet Larissa ihn, sich als ihr Freund bei ihrer Familie auszugeben. Als Larissa kurz darauf ums Leben kommt, Emil gibt sich dort tatsächlich als ihr Freund aus und findet bei Larissas Eltern eine Art Ersatz-Familie. Dabei verliebt er sich ausgerechnet in Larissas Schwester Nora.

Mit: Philippe Graber, Johanna Bantzer, Emilie Welti u. a.

Grounding – die letzten Tage der Swissair

Regie: Michael Steiner, Genre: Drama, Jahr: 2005

Produzent: C-Films (PC Fueter)/SF DRS

Produktionsbudget 4,3 Millionen CHF

Verleih Filmcoopi, 378'417 Kinoeintritte

Kinostart CH-D 19.01.2006, CH-F 01.03.2006, CH-I 03.03.2006

Festivals 7

Ausgehend vom historischen Grounding ihrer Flotte am 2. Oktober 2001, schildert der Film die letzten Tage der Schweizer Fluggesellschaft Swissair, und wie es überhaupt zu deren Untergang kommen konnte. Gleichzeitig wird aber auch vom tragischen Schicksal zahlreicher Swissair-Mitarbeiter erzählt, die im Sog des Niedergangs beinahe alles verlieren: Job, Haus und das Vertrauen in die Schweizer Wirtschaft.

Mit: Hanspeter Müller-Drossart, Gilles Tschudi, László I. Kish, Michael Neuenschwander u. a.

Die Herbstzeitlosen

Regie: Bettina Oberli, Genre: Komödie, Jahr: 2006

Produzent: Catpics Coproductions AG (Alfi Sinniger)/SF DRS

Produktionsbudget 1,9 Millionen CHF

Verleih Walt Disney Schweiz, 595'122 Kinoeintritte

Kinostart CH-D 05.10.2006, CH-F 14.03.2007, CH-I 24.04.2007

Festivals 12

Preise und Auszeichnungen Cinéma Tout Écran, Prix Swissperform pour meilleure interprétation féminine 2006

Martha hat seit dem Tod ihres Mannes keine Freude mehr am Leben. Im Emmentaler Dorf Trub macht man sich bereits Sorgen um sie. Ihre drei Freundinnen Lisi, Hanni und Frieda schlagen Martha

vor, sich einen alten Traum zu erfüllen. Kurzerhand eröffnet die 80-jährige ehemalige Schneiderin eine eigene Lingerieboutique. Als das Dorf davon erfährt, ist es vorbei mit der Ordnung.
Mit: Stephanie Glaser, Hanspeter Müller-Drossart, Heidi Maria Glössner, Lilian Naef u. a.

Max & Co.

Regie: Sam u. Fred Guillaume, Genre: Animation, Jahr: 2007
Produzent: Robert Boner/TRS, Ko-Produktion mit Frankreich, England, Belgien
Produktionsbudget 30 Millionen CHF
Verleih Disney Schweiz, 29'010 Kinoeintritte
Kinostart CH-D 14.02.2008, CH-F 13.02.2008
Festivals Keine Angaben
Preise und Auszeichnungen Schweizer Filmpreis 2008: nominiert Spielfilm
Annecy Festival, Cristal - Prix du Public 2007

Im Zentrum dieser mit Puppentrick animierten Fabel steht der 15-jährige Fuchs Max, der auf der Suche nach seinem unbekanntem Vater durchs Land zieht. In Saint-Hilare findet er Unterschlupf bei Madame Doudou und lässt sich bei der bekannten Fliegenklatschenfabrik „Bzzz & Co“ als Liftmusiker anheuern. Schon bald erlebt Max in dieser Fabrik, die vom dekadenten Erben Rodolfo geleitet wird, die wildesten Abenteuer.

Mein Name ist Eugen

Regie: Michael Steiner, Genre: Komödie, Jahr: 2004
Produzent: Kontraproduktion AG, C-Films AG (PC Fueter)/ SF DRS
Produktionsbudget 6 Millionen CHF
Verleih Frenetic, 578'077 Kinoeintritte
Kinostart CH-D 15.09.2005, CH-F 26.04.2006, CH-I 20.01.2006
Festivals 16
Preise und Auszeichnungen Schweizer Filmpreis 2006: bester Spielfilm
Zürcher Filmpreis 2006
Teheran Children, Special Jury Prize 2007
Montréal Enfants, Grand Prix 2006
Zürich, Prix Walo 2005

Aufwändige Verfilmung von Klaus Schädelins gleichnamigen Kinderbuchklassiker. Auf der Suche nach dem legendären „König der Lausbuben“ Fritzli Bühler, und im Besitz einer alten Schatzkarte radeln die vier Berner Lausbuben Eugen, Wrigley, Bäschтели und Eduard durch die halbe Schweiz. In Zürich kommen Zweifel auf, ob Fritzli Bühler hier lebt, und ob es ihn überhaupt gibt. Zudem sind die besorgten Eltern den vier Freunden längst auf den Fersen.

Mit: Beat Schlatter, Mike Müller, Sabina Schneebeli, Patrick Frey, Stefan Gubser u. a.

Nachbeben

Regie: Stina Werenfels, Genre: Drama, Jahr: 2006
Produzent: Dschoint Ventschr (Karin Koch, Samir)/SF DRS
Produktionsbudget 1,16 Millionen CHF
Verleih Look Now!, 23'085 Kinoeintritte
Kinostart CH-D 02.03.2006
Festivals 14
Preise und Auszeichnungen Schweizer Filmpreis 2007: Jury Prize
Zürcher Filmpreis 2006

Viareggio, Viareggio EuropaCinema, Hauptpreis "Bester Film" 2006
Schwerin, Film-Kunst-Fest, NDR-Regiepreis 2006

Der Investment-Banker Hans-Peter steht vor dem finanziellen Ruin. Noch kann er den Schein einer heilen Welt nach aussen wahren und lädt seinen Chef und dessen Frau zu einem Grillabend zu sich nach Hause ein. Dabei will er bei seinem Chef einen rettenden Finanzdeal durchbringen, derweil sein dänisches Au-Pair-Mädchen damit droht, ihr Verhältnis mit seinem Chef auffliegen zu lassen. Im Laufe des Abends entgleitet die Situation mehr und mehr H-Ps Kontrolle ...

Mit: Michael Neuenschwander, Susanne-Marie Wrage, Bettina Stucky, Leonardo Nigro u. a.

Strahl

Regie: Manuel Flurin, Hendry, Genre: Drama, Jahr: 2003

Produzent: Dschoint Ventschr (Susanne Rüdlinger)

Produktionsbudget 1 Million CHF

Verleih Look Now!, 29'682 Kinoeintritte

Kinostart CH-D 25.03.2004

Festivals 15

Preise und Auszeichnungen Schweizer Filmpreis 2005: bester Hauptdarsteller und beste Nebendarstellerin, Jury Prize
Saarbrücken, Max-Ophüls-Preis, Nachwuchsdarstellerpreis 2004 (J. Bantzer)
Schwerin, Film-Kunst-Fest, NDR-Regiepreis 2004

Der Zürcher Drogenfahnder Herbert Strahl träumt vom grossen Fang und schlägt sich tagtäglich mühselig mit Kleindealern und Fixern herum. Sein cholerasches Temperament und die eigene Sucht nach Aufputzmitteln machen die Situation nicht einfacher und führen ihn schliesslich selbst in die Illegalität. Als bei einer Hausdurchsuchung ein Fixer aus dem Fenster stürzt, gerät Strahls Leben vollends aus den Fugen.

Mit: Roeland Wiesnekker, Johanna Bantzer, Manuel Löwensberg, Mike Müller u. a.

Tell

Regie: Mike Eschmann, Genre: Komödie, Jahr: 2007

Produzent: Zodiac Pictures Ltd (Lukas Hobi)/SF DRS, Koproduktion mit Deutschland

Produktionsbudget 5,6 Millionen CHF

Verleih Walt Disney Schweiz, 55'469 Kinoeintritte

Kinostart CH-D 27.09.2007

Festivals keine

1291: Die Eidgenossen befinden sich unter dem Joch der Habsburger. Wilhelm Tell wird von Schweizer Adligen darauf angesetzt, in die Burg Enzian der Habsburger einzudringen und den Bau des Festungstors zu sabotieren. Ist dieses erst einmal fertig, kann die Burg kein Heer der Welt mehr einnehmen. Tell, in Wirklichkeit Österreicher, lässt sich jedoch nur einspannen, weil ihm bei erfolgreicher Mission sein Lebenstraum erfüllt werden soll: ein Schweizerpass!

Mit: Mike Müller, Axel Stein, Christian Tramitz, Udo Kier, Erich Vock, Gardi Hutter u. a.

Tout un hiver sans feu

Regie: Greg Zglinski, Genre: Drama, Jahr: 2004

Produzent: CAB Productions SA/TSR/ARTE, Koproduktion mit Belgien

Produktionsbudget 2,56 Millionen CHF

Verleih Filmcoopi, 34'399 Kinoeintritte
 Kinostart CH-D 17.02.2005, CH-F 19.01.2005, CH-I 08.04.2005
 Festivals 21
 Preise und Auszeichnungen Schweizer Filmpreis 2005: bester Spielfilm
 Bozner Filmtage, Preis des Landes Südtirol für den besten Spielfilm im
 Wettbewerb 2005 sowie Publikumspreis der Stadt Bozen 2005
 Namur FIF Francophone, Prix du public de la Ville de Namur 2005
 Venezia, Mostra Int. d'Arte Cinematografica, CinemAvvenire'Award for
 Best Feature Film 2004
 Venezia, Mostra Int. d'Arte Cinematografica, Grand Prix Signis for Best
 Film 2004

Jean und Laure, ein Bauern-Ehepaar im Neuenburger Jura, haben vor einigen Monaten die
 fünfjährige Tochter beim Brand der Scheune verloren. In stimmungsvollen Bildern erzählt der Film,
 wie beide Schmerz und Schuldgefühle verarbeiten und langsam wieder Tritt im Leben fassen.
 Mit: Aurélien Recoing, Marie Matheron, Gabriela Muskala, Blerim Gjoci, Nathalie Boulin u. a.

Undercover

Regie: Sabine Boss, Genre: Komödie, Jahr: 2005
 Produzent: Vega Film AG (Ruth Waldburger)
 Produktionsbudget Keine Angaben
 Verleih Vega-Film AG, 40'935 Kinoeintritte
 Kinostart CH-D 3.11.2005
 Festivals keine Angaben

Boris Ruf ist Drogenfahnder der Schweizer Bundeskriminalpolizei. Auf geheimer Mission soll er in
 Italien einen Geldwäscherei-Fall lösen, der bislang seiner Chefin und heimlichen Geliebten Christa
 Oberholzer nur Kopfzerbrechen und hohe Kosten bereitet hat. Schon bald stösst Ruf auf die
 entscheidende Spur. Doch gelingt es ihm den Fall zu lösen, ohne dabei seine Tochter Anna in Gefahr
 zu bringen? Diese glaubt, sich mit ihrem Vater auf einer Urlaubsreise zu befinden.
 Mit: Viktor Giacobbo, Nana Krüger, Anna Schinz, Hanns Zischler, Mike Müller u. a.

Vitus

Regie: Fredi M. Murer, Genre: Drama, Jahr: 2005
 Produzent: Vitusfilm, SF DRS, ARTE
 Produktionsbudget 3,2 Millionen CHF
 Verleih 269'226 Kinoeintritte
 Kinostart CH-D 02.02.2006, CH-F 28.02.2007, CH-I 20.04.2007
 Festivals 28
 Preise und Auszeichnungen Schweizer Filmpreis 2007: bester Spielfilm, nominiert Drehbuch
 Pyongyang Int. Film Festival, Special Screening Prize 2008
 Strasbourg, „Augenblick“-Preis 2007
 Baden Undine Award, Bester Filmdebütant 2007
 Los Angeles AFI Fest, Audience Award 2006
 Chicago IFF, Audience Choice Award 2006
 Berlin Special, Bronzener Bär 2006
 Rom Festa Int., Publikumspreis 2006

Der kleine Vitus ist ein Wunderkind: Er hört so gut wie eine Fledermaus, spielt wunderbar Klavier und
 liest schon im Kindergarten den Brockhaus. Seine Eltern wittern bereits eine grosse Karriere als
 Konzertpianist. Das kleine Genie bastelt jedoch viel lieber in der Schreinerei seines eigenwilligen

Grossvaters, und träumt dabei vom Fliegen und von einer ganz normalen Kindheit. Schliesslich nimmt er mit einem dramatischen Sprung aus dem Fenster sein Leben in die eigene Hand.
Mit: Teo Gheorghiu, Bruno Ganz, Julika Jenkins, Urs Jucker, Fabrizio Borsani

Interviews

Um möglichst viele aussagekräftige Daten zu erhalten, haben wir mit verschiedenen wichtigen Vertretern aus der Filmbranche ein Interview geführt. Nach der Interview-Zusage wurde der Fragenkatalog individuell angepasst und den Interview-Partnern vorgängig zugestellt. Vier der insgesamt sieben geführten Interviews sind in dieser Arbeit abgedruckt. Aus den andern drei Interviews haben wir wichtige Aussagen in unsere Arbeit integriert. Der Filmmacher und Produzent Andres Brütsch hat vor dem Interview unsere Fragen schriftlich beantwortet. Anschliessend fand ein mündliches Gespräch statt. Auch unser Tutor, Walo Deuber, hat unsere Fragen auf schriftlichem Weg beantwortet. Bei den Interviews mit Nicolas Bideau und Ivo Kummer haben wir die wichtigsten Aussagen zusammengefasst. Das Interview mit Nicolas Bideau wurde auf Wunsch durch das BAK gegengelesen.

Mit den folgenden Personen haben wir ein Interview geführt (nach Reihenfolge):

Francine Brücher, Internationale Promotion Swissfilms, 11. Juli 2008 in Zürich

www.swissfilms.ch

Persönliche Favoriten Schweizer Spielfilm

„Beresina“, Daniel Schmid (1999)

„Höhenfeuer“, Fredi M. Murer (1985)

„Reise der Hoffnung“, Xavier Koller (1990)

Ivo Kummer, Direktor Solothurner Filmtage, 17. Juli 2008 in Solothurn

www.solothurnerfilmtage.ch

Persönliche Favoriten Schweizer Spielfilm

„Tout un hiver sans feu“, Greg Zglinski (2004)

„Nachbeben“, Stina Wehrenfels (2006)

„Reisender Krieger“, Christian Schocher (1981)

Andres Brütsch, Filmmacher, Produzent und Inhaber *Topic Film*, 24. September 2008 in Zürich

www.topicfilm.ch

Persönliche Favoriten Schweizer Spielfilm

„Höhenfeuer“, Fredi M. Murer (1985)

„Das gefrorene Herz“ und „Reise der Hoffnung“, Xavier Koller (1988 u. 1990)

Filme von Daniel Schmid

„Mein Name ist Eugen“, Michael Steiner (2004)

Lukas Hobi, Filmproduzent und Mitinhaber *Zodiac Pictures*, 7. Oktober 2008 in Zürich

www.zodiacpictures.com

Persönliche Favoriten Schweizer Spielfilm

„Das Boot ist voll“, Markus Imhoof (1981)

„Marcello, Marcello“, Denis Rabaglia (2008)

„Pas douce“, Jeanne Waltz (2007)

„Vitus“, Fredi M. Murer (2006)

„Mein Name ist Eugen“, Michael Steiner (2004)

Bea Cuttat, Geschäftsführerin des Filmverleihs *Look Now!*, 13. Oktober 2008 in Zürich
www.looknow.ch
Persönlicher Favorit Schweizer Film
„Chrigu“, Jan Gassmann und Christian Zörjen (2007)

Nicolas Bideau, Chef der Sektion Film beim Bundesamt für Kultur, 22. Oktober 2008 in Bern
www.bak.admin.ch
Persönliche Favoriten Schweizer Spielfilm
„Home“, Ursula Meier (2008)
„Höhenfeuer“, Fredi M. Murer (1985)

Walo Deuber, Filmemacher, 15. November 2008
Persönliche Favoriten Schweizer Spielfilm
„Bäckerei Zürrer“, Kurt Früh (1957)
„Les petites fugues“, Yves Yersin (1983)
„Der schwarze Tanner“, Xavier Koller (1985)

Interview mit Ivo Kummer, Direktor Solothurner Filmtage vom 17. Juli 2008

Welche Heimat hat der Schweizer Film? Wie sehen Sie die aktuelle Filmsituation des Genre Spielfilm in der Schweiz?

Ivo Kummer: Ich sehe die Problematik in der ganz aktuellen Filmsituation darin, dass in den letzten zwei bis drei Jahren die Budgets explodiert sind. Dadurch wird die Finanzierung schwierig, weil die entsprechenden Mittel von Bund, der Zürcher Filmstiftung oder vom Fernsehen nicht aufgebracht werden können, um das gesamte Budget abzudecken. Mit andern Worten: die Filme werden unterfinanziert in die Produktion geschickt. Entsprechend ist dann das Resultat der jeweiligen Produkte auf der Leinwand sichtbar, oder, viele Projekte werden dadurch blockiert. Sie erhalten keinen namhaften Betrag vom Bund oder der Zürcher Filmstiftung und bleiben auf der Halde oder verschwinden in der Schublade.

Wieso sind die Budgets explodiert?

Einerseits sollen in der Filmförderpolitik des Bundes, seit Nicolas Bideau, vermehrt so genannte „Lokomotiven“ gefördert werden. Diese „Lokomotiven“ sollen die andern Filme nachziehen. Die Frage ist nur, was eine „Lokomotive“ ist in Bezug auf Projekt und Drehbuchstadium. Und welches sind die so genannten Wägeli, die hintennach gezogen werden sollen. „Lokomotiven“ werden heute so definiert, dass es Filme mit einem hohen Budget von sechs bis sieben Millionen Franken sind. Das bedingt einerseits eine Topfinanzierung aus der Schweiz und andererseits ist man auf Koproduktionspartner aus dem Ausland angewiesen. Allerdings interessieren diese Lokomotiven das Ausland kaum. Grosse „Kisten“, die mehr kosten, sind nicht automatisch erfolgreicher.

Wie sehen Sie die Zukunft?

Es wird eine Kehrtwende, auch von Seiten der Produzenten, Drehbuchautoren und Drehbuchregisseure geben müssen, hin zu einfacheren Filmstoffen, die mit weniger Mitteln produziert werden können. Ich bin ein Verfechter der Vielfalt und Vielseitigkeit. Im Schweizer Film kann eine Vielseitigkeit nur dann erreicht werden, wenn möglichst viele Filme, das heisst mehr als 6 bis 8 pro Jahr, produziert werden können.

Wie sehen Sie den Generationenwechsel der letzten zehn Jahre?

Ein gewisser Generationenwechsel hat stattgefunden oder findet immer noch statt. Lukas Hobi ist ein gutes Beispiel dafür. Er hat die Filmbildung in Amerika gemacht und dadurch Ansätze der amerikanischen Filmindustrie kennen gelernt. Mit dem Film „Achtung, Fertig, Charlie!“ ist dabei die Rechnung aufgegangen. Bei andern Filmen, wie „Breakout“ oder „Tell“ hingegen hat es nicht funktioniert. Ich selber finde den Ansatz richtig, wenn man heute beim Schreiben und Realisieren von Filmen vermehrt an das Publikum denkt.

Welches sind für Sie wichtige Erfolgskriterien?

Erfolgsrezepte gibt es nicht. In Bezug auf die Stoffentwicklung hat das Star-System sehr lange gut funktioniert. Bekannte Schauspieler in Europa und Amerika wurden mit entsprechender Promotion aufgebaut. Hier in der Schweiz ist das Star-System praktisch unbekannt. Nicht zuletzt hat das auch mit unserer Mentalität zu tun. Weiter scheitert es auch an der kleinen Auswahl an bekannten Schauspielern, die die Schweiz anzubieten hat. In der Schweiz ist das urbane Umfeld mehr und mehr am Verschwinden und verlagert sich aufs Ländliche. Auch das Wetter ist ein entscheidender Faktor für Kinoeintritte. Bei schlechtem Wetter explodieren die Kinoeintritte.

Wann ist der richtige Zeitpunkt für die Filmlancierung? Wenn ein Film in der ersten Woche nicht Besucher-Zahlen bringt, ist er bald wieder draussen. Die Verleiher und Kinobesitzer orientieren sich an den Schlüsselstädten. Man könnte das Feld aber durchaus auch von hinten aufrollen und mit einzelnen Filmen über das Land oder über die Mittelstädte her in die Zentren vorstossen.

Der qualitative Erfolg bei den Festivals ist beachtlich, hat aber keinen grossen Einfluss auf die Kinoeintritte.

Wie sehen Sie die Resonanz in den Medien?

Diese hat sich massiv verbessert. Hingegen stelle ich mir folgende Fragen: „Gibt es überhaupt noch eine Filmpublizistik, gibt es noch Journalisten, die einen Film in allen Kriterien beurteilen können“? Die regionalen Zeitungen, wie etwa die „Solothurner Zeitung“ und das „Solothurner Tagblatt“ haben keine Filmredaktoren. Es gibt höchstens Filmhinweise, die auf der Lokalseite abgehandelt werden. Seit der Schweizer Film salonfähig geworden ist, hat er national eine bessere Abdeckung erhalten.

Welchen Einfluss haben gute Kritiken eines Films auf die Zuschauerzahl?

Gute Kritiken haben einen grossen Einfluss auf die Anzahl Zuschauer. Die Leute informieren sich aus der Fülle von Informationen (Lokal- oder Tageszeitung). Das beste Promotionsinstrument bleibt die Mund-zu-Mund-Propaganda.

In jüngster Zeit haben immer wieder junge Westschweizer Filmemacher mit hoch bewerteten Filmen von sich reden gemacht? Was sagen Sie dazu?

Der in Venedig ausgezeichnete Film „Tout un hiver sans feu“ erreichte mit 34'000 Eintritten ein eher ernüchterndes Ergebnis. Der Schweizer Filmmarkt ist in drei Teilmärkte aufgeteilt: Deutschschweiz, Westschweiz und italienische Schweiz. Nicht nur die verschiedenen Sprachen, sondern auch die Kultur und die Mentalität erschweren es, Deutschschweizer Filme in die Westschweiz zu bringen. Die Westschweiz ist stark auf Frankreich fokussiert. Wenn ein Westschweizer Film herauskommt und Werbung für Paris gemacht hat, hat er es viel einfacher.

Was halten Sie persönlich vom Modell Filmquoten in Südkorea? Die Kinos spielen an 146 Tagen pro Jahr koreanische Filme. Könnte dieses Modell auch in der Schweiz angewendet werden?

Schweizer Filme, die produziert werden, müssen auf einem Markt existieren. Succès Cinéma setzt bereits einen Anreiz, indem der Bund jedes verkaufte Kinobillett subventioniert. Diese Summe von rund 10 Franken wird für das Drehbuch, die Regie, die Produktion, den Verleih und Kino aufgeteilt. Mit diesem Instrument wird eine gewisse Kontinuität erreicht. Das Geld muss in neue Projekte reinvestiert werden.

Braucht es mehr Geld für Filmproduktionen?

Auf jeden Fall. Nehmen wir als Beispiel das Land Dänemark, welches von der Grösse her mit der Schweiz vergleichbar ist. Dänemark gibt pro Kopf wesentlich mehr Geld für die Filmproduktion aus und hat mehr Erfolg auf dem heimischen wie auch auf dem Markt im Ausland. Mit dieser Investition werden zugleich Steuern bezahlt - „Das Geld ist also nicht nur auf der Leinwand“. Englischsprachige Filme haben ein grösseres Marktpotenzial. Hollywood ist eine Filmindustrie. Im Gegensatz dazu haben wir in Europa ein Filmgewerbe.

Wie sehen Sie die Akzeptanz des Schweizer Publikums gegenüber dem eigenen Filmschaffen?

Diese hat sich in den letzten Jahren verbessert. Die Filme sind publikumsfreundlicher geworden. Das Image des Schweizer Films beim breiten Publikum hat sich ebenfalls massiv verbessert.

Wie sehen Sie die Drehbuchentwicklung?

Hier ist ein Nachholbedarf festzustellen, und zwar müsste mehr Geld in die Drehbuchentwicklung fließen. Auf der andern Seite müsste in die Ausbildung von Drehbuchautoren investiert werden. Immerhin wird in der Schweiz schlussendlich fast jedes Drehbuch verfilmt. Den Beruf Drehbuchautor gibt es in der Schweiz nicht; die Regisseure schreiben ihre Drehbücher selber. Ein gutes Drehbuch ist die Grundvoraussetzung für einen guten Film. Solange wir keine professionellen Drehbuchautoren haben, macht die Vergabe des Drehbuchpreises wenig Sinn.

Wie gut ist die Zusammenarbeit BAK/Zürcher Filmstiftung?

Im Interesse einer prosperierenden Filmkultur sollte vermieden werden, dass Projekte, die in Bern einstimmig gutgeheissen werden, in Zürich durchfallen. Ein grösserer Austausch zwischen diesen beiden Förderinstituten wäre wünschenswert.

Auch die Zusammenarbeit mit dem Schweizer Fernsehen müsste besser koordiniert werden. Nicht zuletzt sind doch das BAK, die Zürcher Filmstiftung und das Schweizer Fernsehen die grössten und wichtigsten Förderer.

Mit welchem Betrag beteiligt sich der Bund an den Solothurner Filmtagen?

Der Bund spricht 15 Prozent des Gesamtbudgets. Dies ist ein kleiner aber wichtiger Beitrag (cash).

Warum fand zum Beispiel der Film „Nachbeben“, der im Fernsehen gut gelaufen ist, im Kino kein Publikum?

Trotz einem tollen Drehbuch brachte der Film „Nachbeben“ kein Publikumserfolg ins Kino. Es gibt eben Fernseh- und Kinofilme. Welcher nun das Kino- oder Fernsehformat hat, entscheidet man aufgrund des Drehbuches und der Decoupage.

Rein vom Stoff her ist der Film „Nachbeben“ kein Unterhaltungsfilm. Im Kino, vielleicht verbunden mit einem Essen, hat man einen gewissen Anspruch auf Unterhaltung. Man ist in einem dunklen Raum und konzentriert sich auf die Leinwand. Vor dem Fernseher ist man etwas grosszügiger. Wenn es einem nicht gefällt, schaut man sich was anderes an.

Interview mit Andres Brüttsch, Filmemacher und Produzent vom 24.9.2008

Wie sehen Sie die aktuelle Situation des Schweizer Films?

Die Situation ist insofern anders, dass heute mehr Filme gemacht werden als vor fünf Jahren. Dies hat klar mit der Zürcher Filmstiftung zu tun, denn das Produktionsvolumen wurde dank den Geldern der Stiftung massiv erhöht. Die Filme werden heute auch für mehr Geld produziert. Das heisst, sie werden teilweise professioneller hergestellt und vermutlich können auch die einzelnen Sparten einigermaßen gerecht entlohnt werden. Die Resultate, also die Filme selber, sind deswegen nicht besser geworden. Es gab schon immer gute und weniger gute Filme in der Schweiz. Entscheidend für die Qualität eines Films – und ich spreche nicht vom wirtschaftlichen Erfolg, der nicht zwingend mit der Qualität einher gehen muss – sind als wichtigste Faktoren: Drehbuch und Regie. In dieser Beziehung muss noch vieles passieren in der Schweiz. Im Allgemeinen sind Schweizer Filme technisch sauber produziert, Kamera, Schnitt, Licht, Ausstattung etc. sind oft gut, manchmal sehr gut. Auch was den Soundtrack angeht, haben wir in der Schweiz gute Beispiele. Mangelhaft sind oft Drehbuch, Dialoge, Inszenierung - ein gekonnter, geschweige denn virtuoser Umgang mit der Filmsprache ist leider selten.

Was macht für Sie ein erfolgreicher Film aus? Wie definieren Sie einen Erfolg?

Es gibt den künstlerischen Erfolg eines Films. Das heisst, die Qualität des Films bezüglich seiner künstlerischen Umsetzung von der Idee, dem Drehbuch bis zum Film. Nehmen Sie als Beispiel Filme von Roy Anderson. Die sind künstlerisch von hoher Originalität und Qualität. Sie haben aber vergleichsweise einen geringen wirtschaftlichen Erfolg. „Achtung, fertig, Charlie!“ hat einen grossen wirtschaftlichen Erfolg gehabt und wurde auch klar dafür ausgelegt. Doch sein künstlerischer Wert kann – ohne deswegen bössartig zu sein – als eher bescheiden eingestuft werden. Ich meine, es braucht Filme wie die von Anderson, oder um in der Schweiz zu bleiben, wie „Höhenfeuer“, oder um ein aktuelleres Beispiel zu nennen, „Nachbeben“. Die müssen auch vom Bundesamt für Kultur und anderen Fördergremien unterstützt werden. Aber es braucht auch Filme wie „Achtung, fertig, Charlie!“, die an das grosse Publikum gehen und somit ihre Berechtigung haben. Das andere aktuellere Beispiel ist „Die Herbstzeitlosen“. Ein Erfolg, der dem gesamten Schweizer Film viel gebracht hat.

Nennen Sie uns die drei wichtigsten Erfolgsfaktoren für den Schweizer Film.

Wenn man die so einfach kennen würde, so wären sie in jedem Drehbuch drin. Sie sind nur teilweise vorhersehbar. Wichtige Voraussetzungen sind zweifellos: gutes Drehbuch, gute Schauspieler, gute Inszenierung.

Wo liegen typische Stolpersteine?

Schlechte Drehbücher, schlechte Dialoge, holprige Inszenierung – und falscher Stoff zu falscher Zeit.

Welche Akzeptanz hat der Schweizer Film beim Schweizer Publikum?

Das Schweizer Publikum ist grundsätzlich dem Schweizer Film gegenüber positiv eingestellt. Man freut sich, wenn ein „guter Schweizer Film“ in den Kinos läuft und geht gerne hin. Im Jahre 2006 haben mehr als 1,6 Millionen Schweizerinnen und Schweizer einem heimischen Film gegenüber einem ausländischen den Vorzug gegeben.

Haben Sie einen persönlichen Favoriten unter den Schweizer Filmen im Sinne eines Lieblingsfilms?

Nun, ich möchte von den neueren Schweizer Filmen drei speziell erwähnen: „Höhenfeuer“, „Das gefrorene Herz“ und „Reise der Hoffnung“. Dann schätze ich die Filme von Daniel Schmid sehr hoch ein. Ich finde auch, dass „Eugen“ durchaus witzig und gekonnt gemacht ist, nebst sehr guten Dokumentarfilmen, die man keinesfalls vergessen darf.

Die Zürcher Filmstiftung ist neben dem BAK und der SRG eine der wichtigsten Säulen in der selektiven Filmförderung. Worauf setzt die Stiftung grundsätzlich? Autoren- oder Publikumsfilme?

Nun, ich bin zwar Stiftungsrat, aber nicht Kommissionsmitglied. Insofern habe ich mit den Entscheiden nichts zu tun. Ich wünschte mir aber, dass die Kommissionen nach der Qualität der Stoffe entscheiden würden – in allererster Linie. Sicher muss man versuchen, bei einem Film auch seinen Einsatz im Kino abzuschätzen. Das ist bekanntlich schwierig. Ein von der öffentlichen Hand unter der Prämisse „Kulturförderung“ geförderter Film, muss in erster Linie dem kulturellen Anspruch gerecht werden. Publikumsfilme werden Filme meist im Nachhinein. Hätte jemand gedacht, dass der „Autorenfilm“ „Vitus“ zu einem klassischen „Publikumsfilm“ hätte werden können?

Die Westschweiz will jetzt mit dem „Fonds romand du cinéma“ ebenfalls eine regional verankerte Filmförderung aufziehen. Was halten Sie von diesen Absichten?

Das ist doch wunderbar. Finde ich toll.

Schwerpunkt bei der Filmförderung liegt immer noch beim BAK. Wo sehen Sie Vor- und Nachteile dieses nicht subsidiären Modells?

Ich denke, eine nationale Filmförderung ist sehr wichtig. Das ist nicht meine Erkenntnis, das hat das Parlament schon in den frühen Sechzigerjahren erkannt und hat somit die Filmförderung in der Verfassung verankert. Die regionale Förderung ist aber ebenfalls sehr wichtig. Ich vertrete die Meinung, dass es in der Schweiz mehrere regionale Filmförderungen – allerdings nicht zu viele – und eine nationale Filmförderung braucht, nebst der sehr wichtigen Partnerin SRG.

Wie haben sich die Produktionsbudgets von Schweizer Filmen in den vergangenen Jahren entwickelt?

Die Branche hat sich professionalisiert, und die Budgets sind entsprechend höher geworden. Im internationalen Vergleich sind die Budgets noch immer tief. Die Schweiz ist ein Hochpreisland, nicht aber in der Filmproduktion. In keinem europäischen Land muss im Durchschnitt mit solch geringen Produktionsbudgets gearbeitet werden.

Wann werden Koproduktionen sinnvoll/nötig? Wo liegen Vorteile, Nachteile, Chancen und Risiken bei Koproduktionen?

Der Stoff bestimmt, ob es eine Koproduktion braucht, oder nicht. Der Stoff kann inhaltlich nach einer Koproduktion mit einem Land verlangen, da die Geschichte zum Beispiel in zwei Ländern spielt. Der Stoff kann aber auch inhaltlich zu hohe Anforderungen an die Produktion stellen, als dass diese mit den beschränkten Mitteln, die in der Schweiz zur Verfügung stehen, produziert werden könnte. Auch dann ist – aus finanziellen Gründen – eine Koproduktion angesagt.

Vorteile sind: grössere Chancen auf einem grösseren Markt, Austausch von internationalem Know-how, evtl. interessantere Besetzung der Rollen und Chargen. Nachteile: Koproduktionen sind „langsamer“ in der Herstellung und wegen der produktionstechnischen, logistischen Konsequenzen teurer.

Wie hat sich Ihrer Meinung nach die erfolgsabhängigen Filmförderungs-Modelle (Zürcher Filmpreis und Succès Cinema) bewährt?

Ist ein gutes System. Man könnte sagen, gut funktionierende Systeme werden mit genügend „Treibstoff“ versehen, so dass sie, ohne zum Stillstand zu kommen, weitere Produkte auf den Markt bringen können.

Was versprechen Sie sich von der neu gegründeten Schweizer Filmakademie?

Ist im Prinzip eine gute Sache. Ich denke nicht, dass fast dreihundert Nasen etwas anderes auszeichnen, als sieben vernünftige Leute. Aber man verhindert die Diskussionen im Nachhinein und bindet die Branche in die Entscheidungsfindung gut ein. Zudem führt das alles zu einer höheren Bekanntheit des Schweizer Films. Insbesondere, weil die SRG die Preisverleihung anlässlich eines Abends für den Schweizer Film, zu bester Sendezeit übertragen will.

Wie steht der Schweizer Film Ihrer Meinung nach in den Schweizer Medien da? Wird er wahrgenommen?

Die Medien stehen dem Schweizer Film grundsätzlich positiv gegenüber. Ich denke, wie in andern Bereichen, ist es wichtig, dass die Medien Partner des Schweizer Films sind. Partner heisst auch, sie

sollen kritisch sein, auf Missstände aufmerksam machen, aber – sie sollen dem Schweizer Filmschaffen – in Kenntnis der schwierigen Bedingungen in unserem Land – wohlwollend begegnen und ihn somit unterstützen.

Interview mit Nicolas Bideau, Leiter der Sektion Film im BAK, 22.10.2008

Frage: Welche Bilanz ziehen Sie bezüglich der revidierten Filmförderung durch den Bund, die seit Mitte 2006 in Kraft ist?

Als wichtige Neuerung seines Förderungskonzepts nannte Nicolas Bideau, dass die Verantwortung auf der Seite des Produzenten gestiegen ist und der Druck auf den Produzenten vermehrt auch über das Publikum erfolgt. Das heisst, dem Produzent kommt nicht mehr nur die Aufgabe zu, den Autor zu begleiten. Die Produzenten müssen sich viel mehr darüber Gedanken machen, wie ein Film sein Publikum findet. In den Entscheidungsgremien sitzen heute neben Autoren und Regisseuren neu auch Verleiher und Kinobesitzer. Nicolas Bideau sagte, dass wir heute eine neue Generation von Produzenten haben, die der Promotionsseite gegenüber mehr Rechnung tragen.

Die Erfolgswelle des Schweizer Spielfilms ist nach dem Traumjahr 2006 wieder weitgehend abgeflacht. Wie sehen Sie die aktuelle Situation des Schweizer Spielfilms? Was wurde verpasst? Wo sehen Sie im Moment den grössten Handlungsbedarf?

Nach Meinung von Nicolas Bideau ist der Erfolg nicht wegen der Qualität der Filme abgeflacht, sondern weil es nicht genug neue Filme gab. Er verwies darauf, dass derzeit in der Romandie drei Schweizer Filme („Home“, „La forteresse“, „Nomad's Land“) sehr gut laufen und dass noch ein neuer Film in der Deutschschweiz „Happy New Year“ nächstens in die Kinos kommt. Um die Frage bezüglich der Erfolgswelle zu beantworten, sei es im jetzigen Moment noch zu früh. Dazu müsse man zuerst die Kinoauswertung dieser Filme abwarten. Grundsätzlich könne nicht das BAK dafür verantwortlich gemacht werden, wenn ein Film in den Kinosälen flopt. Nicolas Bideau räumte ein, dass es natürlich eine Beziehung zwischen dem Förderungskonzept und dem Film gebe, aber dass man beim Bund auf die Qualität der Filme nur einen beschränkten Einfluss habe. Das BAK stellt die Filme nicht selber her, sondern begleitet diese lediglich. Im Voraus ist es immer sehr schwierig zu sagen, ob ein Film erfolgreich sein wird oder nicht. Was vom BAK verlangt wird ist, dass der Produzent sich Gedanken über das Potential betreffend eines dem Film entsprechenden Publikumerfolgs gemacht hat.

Wie definieren Sie einen Erfolg?

Für Nicolas Bideau gibt es verschiedene Erfolgsdefinitionen. Der Publikumserfolg ist sicherlich ein wichtiger Faktor. Neben dem künstlerischen und wirtschaftlichen Erfolg verwies Nicolas Bideau auch auf den politischen Erfolg für einen Film. Als Beispiel nannte er den Film „Tell“, der aus wirtschaftlicher Sicht ein totaler Flop war, in der Öffentlichkeit aber eine sehr interessante Debatte über Schweizer Mythen ausgelöst hat. Wenn ein Film eine Debatte auslöst, ist bereits ein wichtiges Erfolgskriterium erfüllt. Zahlenmässig gibt es neben den Kino-Eintritten auch noch die DVD-Verkäufe. Als Beispiel

nannte er hier den Film „Breakout“, der im Kino nicht sonderlich gut lief, sich als DVD aber gut verkaufte¹¹⁶.

Wie planbar ist ein Erfolg?

Nicolas Bideau bestätigt die Meinung, dass es kein Erfolgsrezept gibt. Auf der anderen Seite verwies er darauf, dass es Erfahrungswerte gebe, aus denen sich ein Erfolg oder Misserfolg bis zu einem Grad antizipieren lasse. Nicolas Bideau unterscheidet zwischen zwei Arten von Filmen: Filme, die bereits existierende Filme adaptieren, und bei denen man annimmt, dass sie funktionieren könnten. Dann gibt es Filme, mit denen man etwas Neues ausprobiert, wobei man gerade in diesen Fällen nie weiss, wie es herauskommt. Seiner Meinung nach gibt es schon Konzepte, die immer wieder gut funktionieren oder eben auch nicht. Beim BAK sei man auch darum bemüht, anhand von Statistiken zu prognostizieren, was beim Publikum ankommt und was nicht.

Wie blicken Sie nachträglich auf „Max & Co.“ zurück, den Sie neben "Tell" als Lokomotiven für das Jahr 2008 angekündigt hatten? Ein Film, der 30 Millionen Franken kostete.

„Max & Co.“ ist für Nicolas Bideau kein gutes Beispiel, um über die Filmförderung des BAK's zu reden. Den Film bezeichnet er als Ausnahmefall (UFO) in der Schweizer Filmgeschichte. Von den 30 Millionen Franken kamen 25 Millionen aus der Privatwirtschaft. Dabei handelte es sich zu einem grossen Teil aus Tax-Shelter-Geld aus Belgien, Frankreich und England. Das BAK war mit 1.5 Millionen Franken am Projekt beteiligt. Als Gesamtbetrachtung ist dieser Film mit 30'000 Eintritten ein Superflop. Einen grossen Schwachpunkt sieht er im Drehbuch des Films. Die grosse Bedeutung des Drehbuchs für einen Animations-Film sei klar unterschätzt worden. Ausserdem sagte Nicolas Bideau, dass man beim BAK wegen den Schwachstellen im Drehbuch gegen die Produktion war. Auf die Frage, warum man das Projekt dann doch mit 1,5 Millionen Franken unterstützt habe, antwortete er, dass man hier dem Entscheid der Privatwirtschaft gefolgt sei. Ausserdem sah man in „Max & Co.“ auch eine Chance, sich an einer grossen europäischen Produktion zu beteiligen. Wer dann sehr viel Geld verloren hatte, war letztlich die Privatwirtschaft. Seine Schlussfolgerung aus dem Film „Max & Co“, den er als ein Experiment betrachtet: „Zwischen dem Kurz- und Langtrickfilm fehlt in unserem Förderungskonzept noch ein Genre. Die Konzentration könnte in Zukunft zum Beispiel unserer Trickfilmförderung auf TV-Serie fallen“.

¹¹⁶ Das Drama „Breakout“ blieb mit rund 65'000 Kino-Eintritten ebenfalls hinter den Erwartungen von Produzent Lukas Hobi zurück. Allerdings lagen die Erwartungen viel tiefer als bei „Tell“. Lukas Hobi bestätigte, dass sich „Breakout“ als DVD besser verkaufte als erwartet und der Film über diesem Kanal doch noch zu seinem Publikum fand.

Alle reden von mehr Geld für den Schweizer Film. Uneinigkeit herrscht, woher das zusätzliche Geld kommen soll. Wie sehen Sie die Möglichkeiten für privates Sponsoring für Filmproduktionen in der Schweiz, wie das zum Beispiel in Deutschland der Fall ist?

Hier stellte Nicolas Bideau zuerst in Frage, ob der Schweizer Film wirklich mehr Geld brauche. Der Bemerkung, dass viele Filme in der Produktion unterfinanziert seien, entgegnete er, dass sich ein Film mit einem Budget von 3 Millionen¹¹⁷ Franken durchaus in der Schweiz realisieren lasse. Ausserdem müsse man zwischen Dokumentar- und Spielfilmen unterscheiden. Beim Dokumentarfilm sind die Budgets tiefer. Beim Spielfilm gibt es bezüglich der Budgets verschiedene Kategorien, wie zum Beispiel Low-Budget-Filme (die mehr oder weniger eine Million Franken kosten sollten) oder Spielfilme, die mehr Geld kosten. Grundsätzlich muss man sich klar entscheiden in welcher Kategorie man eine Produktion angehen will. Seiner Meinung nach sind die Spielfilm-Produktionen in der Entwicklungsphase unterfinanziert. Dort braucht es mehr Geld. Das aufgewendete Geld für die Entwicklung ist im Vergleich mit Europa sehr tief. Die Mittel, die für die Produktionsphase zur Verfügung stehen, hält Nicolas Bideau für angemessen. In der Schweiz lassen sich sicherlich keine „James-Bond-Filme“ realisieren, aber sehr wohl Spielfilme mit einem gesellschaftsrelevanten Thema. Privates Sponsoring ist nur für ein Land mit einem grossen Filmmarkt interessant. In der Schweiz ist der Markt viel zu klein. Private Sponsoren, wie zum Beispiel die UBS sind nur interessiert, um Geld zu verdienen. Investition bedeutet Rentabilität. Sponsoring kommt in der Schweiz nur in einer Beteiligung von „Image retour“ oder Product Placement in Frage. Private Sponsoren sind nur an Publikumserfolgen interessiert. Grundsätzlich sei es schwierig nur aus dem Drehbuch zu sagen, ob ein Film ein Erfolg wird. Eine grosse Ausnahme dazu war der Film „Mein Name ist Eugen“, bei dem die Schweizer Mobiliar mit 1 Million Franken beteiligt war. Dieser Film lag einem Schweizer Kinderbuchklassiker zugrunde. Ausserdem war mit P.C. Fueter ein sehr erfahrener Produzent am Projekt beteiligt. Nicolas Bideau verwies an dieser Stelle noch einmal darauf dass hier grade aufgrund der grossen Bekanntheit der Buchvorlage, sich durchaus antizipieren liess, wie der Erfolg dieses Films verlaufen könnte. Interessanter für private Sponsoren sind die Koproduktionen, zum Beispiel mit Deutschland oder Frankreich, wo ein Markt mit 50 bis 60 Millionen Zuschauern besteht.

Kantonale Filmförderung: Lediglich die Kantone AG, BL/BS, BE (Berner Filmförderung), GE, LU, SO, TI, VD und ZH (Zürcher Filmstiftung) sowie die Romandie – Fonds Régie beteiligen sich aktiv an der Filmförderung. Wo bleiben die andern Kantone?

Den Film betrachtet Nicolas Bideau generell als Kulturgut in einem Spannungsfeld zwischen Kommerz und Kunst. In der Schweiz existieren, was die audiovisuelle Arbeit (Fernsehen und Kino,

¹¹⁷ Dieser Betrag wurde von uns genannt auf die Gegenfrage von Nicolas Bideau, wie viel das unserer Meinung nach ein Schweizer Spielfilm koste.

usw.) betrifft, die beiden Hauptzentren Genf und Zürich. Dort sei es auch möglich, gegenüber dem Parlament in künstlerischer und kommerzieller Hinsicht zu argumentieren. In Basel ist die Situation ganz anders. Basel ist eine Kunststadt. Hier würden die Chancen der Filmförderung nicht wirklich wahrgenommen. Nicolas Bideau bedauert es, dass der Filmkredit dort sehr bescheiden ist. Die andern Kantone können sich an der Drehbuchentwicklung (künstlerischer Aspekt) beteiligen. Sobald es aber um die Beteiligung der sehr hohen Herstellungskosten geht, wird ein „return“ erwartet, um gegenüber dem Parlament argumentieren zu können.

Wie sehen Sie die Akzeptanz für den Schweizer Film bei den Parlamentariern grundsätzlich?

Hier verwies Nicolas Bideau darauf, dass beim Parlament auf Bundesebene die Argumentation zwischen künstlerischen und wirtschaftlichen Aspekten sehr heikel ist. Die Fraktionen der SP und SVP sind dort sehr stark, haben zum Thema Film jedoch konträre Meinungen. Die Überzeugungsarbeit, dass Kultur auch das Bruttoeinnahmeprodukt bedeutet, wird täglich vermittelt. Argumentiere man jedoch zu stark aus wirtschaftlicher Sicht, bringe man die Fraktion der SP gegen sich auf, für die Partei bedeutet der Film nicht Kommerz sondern Kunst. Ein Konsens lässt sich am besten über die „Schweizer Identität“ finden. Dieses Argument gewinnt auch in Zeiten der Globalisierung wieder an Bedeutung. Man muss bei der Diskussion vorsichtig sein. Politisch geht es darum, ein Gleichgewicht zwischen künstlerischen und kommerziellen Ansprüchen zu finden. Film ist Kunst und Wirtschaft zugleich.

Verleihförderung – Schwierigkeit, um mit den Verleihern ein Gespräch führen zu können.

Neben den bisher geführten Interviews wäre es interessant, eine Position und Gegenposition von dieser Seite erhalten zu können.

Es ist sehr schwierig, um die Verleih- und Kinobesitzerwelt verstehen und beherrschen zu können. Es gibt keine einheitlichen Deals zwischen den Verleihern und Kinos. Die Verleiher erhalten von Bund und Media viel Geld. Dass Verleiher das grösste Risiko in der Filmauswertung tragen, zweifelt er an. Das Risiko, welches die Kinos tragen, sei auch gross. Es wäre auch hier interessant, eine Studie zu machen über Gewinne und Risiken, die Verleiher mit Schweizer Filmen auf sich nehmen. Succès Cinéma finde er eine sehr gute Sache. Einer der wichtigsten Effekte sieht er darin, dass heute die Verleiher viel mehr an Schweizer Filmen interessiert sind.

Welche Akzeptanz/Ansehen hat der Schweizer-Film beim Schweizer Publikum allgemein?

Der Schweizer Film existiert – die Akzeptanz ist super. In den Gratis-Zeitungen, wie zum Beispiel „20 Minuten“, welche die grosse Masse erreichen, wird über den Schweizer Film gesprochen.

Allgemeine Fragen an Walo Deuber, Filmemacher, 15.11.2008

Wie siehst Du die aktuelle Situation des Schweizer Films?

Es hat sich viel getan in letzter Zeit, wenn auch nicht unbedingt auf der Leinwand. Die Sektion Film im BAK ist umtriebiger denn je, ohne namhaft mehr Geld ausschütten zu können. Die Filmabteilungen an den Kunsthochschulen florieren und schicken Heerscharen von Ambitiösen in eine ungewisse Zukunft, das Fernsehen erhält mit seinen TV-Film-Aufträgen die Produzenten am Leben, und die Erkenntnis, dass neue Investitionen finanzieller und intellektueller Natur in Zeit und Arbeit sowohl vor dem Dreh als auch nach Fertigstellung vonnöten sind, setzt sich durch.

Was macht für Dich ein erfolgreicher Film aus? Wie definierst Du einen Erfolg?

Ein erfolgreicher Film ist einer, der mit seinem unser Leben betreffenden Thema, mit seiner aus unserem Leben gegriffenen Story und mit von unserem Leben geformten Schauspielern so zu erzählen vermag, dass er bei jenen Menschen, die er berühren will, ankommt. Erfolg ist nichts eindimensionales, er lässt sich nicht einseitig auf der Produktions- beziehungsweise Rezeptionsseite definieren, sondern ist immer das Dritte: das Resultat aus Disposition des Angebots und Disposition der Nachfrage. Wenn sich beides trifft, ist der Erfolg da – im Kleinen und im Grossen.

Nenne uns die drei wichtigsten Erfolgsfaktoren für einen Film.

1. Klare Absicht. 2. Klare Umsetzung. 3. Klares (informiertes) Publikum.

Wo liegen typische Stolpersteine?

Der grösste Stolperstein zum Erfolg befindet sich in der Produktionskette und liegt zwischen den Gliedern Autor – Produzent – Förderinstanz. Wie kann ein Autor dem Produzenten seine Geschichte (Thema und Stoff) veranschaulichen? Und wie kann letzterer seine Eingabe bei der Förderinstanz darnach überzeugend vertreten?

Der Stolperstein ist dabei ein sozusagen grundsätzlich existenzieller: Filmabsichten müssen als Exposé, Treatment und Drehbuch mit Wörtern vorgetragen werden, obwohl sie Bilder meinen. Wort und Bild sind aber systematisch verschiedene Kommunikatoren: Ist das Bild primär einmal stets eindeutig – eine Rose ist eine Rose – so kann das Wort, ein Text, vieldeutig sein, man kann es so oder so "lesen" und verstehen.

Die Lösung wird nie eine vollkommene sein können.

Die Absicht, in die Projektentwicklung mehr zu investieren, muss indes eine sein, welche einer Verbesserung der Projektkommunikation dient, indem sie alle Teilnehmer unterstützt, einen gemeinsamen Kommunikationsraum für Filmprojekte zu schaffen, worin alle möglichst die gleiche

"Sprache" sprechen. Das bedeutet unter anderem, Geld in die Hand zu nehmen, um die Präsentationsinstrumente zu verbessern (Pitsch, Teaser), und die Entscheidungsträger intensiver in den Entstehungsprozess eines Projekts einzubinden (begleitende Urteilsfindung).

Welche Akzeptanz/Ansehen hat der Schweizer Film beim Schweizer Publikum allgemein?

Immer wieder ein gutes Ansehen, nicht unbedingt als generell nationaler Bonus, aber von Film zu Film.

Hast Du einen persönlichen Favorit unter den Schweizer Filmen im Sinne eines Lieblingsfilms?

"Bäckerei Zürrer", "Les petites fugues", "Der schwarze Tanner"

Spezifische Fragen

In der Schweizer Filmszene hat in den vergangenen zehn Jahren ein Umbruch stattgefunden. Junge Filmemacher haben mit zum Teil sehr erfolgreichen Produktionen dem Schweizer-Film neue Impulse verliehen. Ausserdem hat sich ein Paradigmenwechsel vollzogen. Der U-Film, der lange bei den Fördergremien keinen einfachen Stand hatte, wird heute vor allem beim BAK hochgehalten. Wie stehst Du als Filmemacher einer früheren Generation zu all diesen Veränderungen?

Ich nehme sie nicht so ernst. Den erfolgreichsten U-Film hat immerhin ein "Alter" geschaffen, Rolf Lyssy mit "Die Schweizermacher". Dieser ist noch immer ungeschlagen, und der "Oldie" Fredi M. Murer hat sich mit "Vitus" in neuster Zeit auch durchaus gut geschlagen. Natürlich gibt's Nachwuchs. Aber ausser "Grounding" habe ich bisher nichts wirklich Neues gesehen. Dass es die "Jungen" bei der Presse besser haben, wer mag's den jungen Volontären, welche über Film schreiben, verdenken, dass sie gerne "Entdeckungen" machen? Es wird alle paar Jahren wieder neue geben...

Schweizer Spielfilme werden heute oft und gerne in Publikums- und Arthousefilme (mit entsprechenden Erwartungen bezüglich den Kino-Eintritten) eingeteilt. Machen diese Unterteilungen Sinn?

Nein. Wir alle wollen Publikum. Und wir haben alle Erwartungen bezüglich Kinoeintritten.

Auf dem Kinomarkt herrscht ein grosser Verdrängungskampf. Zu viele Filme drängen auf eine beschränkte Anzahl von Leinwänden. Welche Erfahrungen hast du da mit Deinen Filmen gemacht? Braucht es zusätzliche protektionistische Massnahmen bei der Kinoauswertung von Schweizer Filmen?

Sie sind kaum durchsetzbar, seien wir realistisch. Hier müssen die neuen Fördermassnahmen und deren Bedingungen nach der Fertigstellung eines Filmes einsetzen, bei Verleih, dem Kino, der Presse.

Schwerpunkt bei der Filmförderung liegt immer noch beim BAK. Wo siehst Du Vor- und Nachteile dieses nicht subsidiären Modells?

Es gibt keine anderes.

In den vergangenen Jahren sind die Produktionsbudgets vor allem im Spielfilmbereich massiv angestiegen. Wo siehst Du die Gründe dafür? Wie soll dem entgegengewirkt werden?

Zum einen ist Filmemachen teurer geworden, und das in einem Hochlohnland. Zum anderen sind die Vorstellungen über das Filmemachen "dereguliert" worden. Man kann mit DV für no-money Filme drehen, oder wie in Hollywood für 120 Millionen Dollars. Die Versuchung, über höhere Budgets von vorneherein höheres Prestige einzufordern, ist grösser geworden. Die Ernüchterung wegen Nichtfinanzierbarkeit allerdings auch. Dass einzelne Hochpreis-Produktionen es schaffen, macht noch keinen Trend aus – auch wenn die Medien ihn an Einzelbeispielen herbeischreiben.

Alle reden von mehr Geld, dass vom BAK an Filmproduktionen ausgeschüttet werden soll. Uneinigkeit herrscht, in welchem Bereich die zusätzlichen Mittel eingesetzt werden sollen (Entwicklung, Produktion etc.). Wie siehst Du die Situation? Wo ist am meisten Handlungsbedarf?

Bei der Projektentwicklung (siehe oben). Bei der Nachbetreuung (siehe oben).

Wann werden Koproduktionen sinnvoll/nötig? Wo liegen Vorteile, Nachteile, Chancen und Risiken bei Koproduktionen?

Das ist ein sehr komplexes Feld und in jedem Fall ein schwieriges. Grundsätzlich haben wir Schweizer es schwer dabei, als Vertreter eines kleinen Marktes und einer vergleichsweise geringen Fördersumme, die wir einbringen können.

Wie haben sich Deiner Meinung nach die erfolgsabhängigen Filmförderungs-Modelle (Zürcher Filmpreis u. Succès Cinema) bewährt?

Gut.

Ein Schwachpunkt beim Schweizer Film wird immer wieder bei einem Mangel an guten Drehbüchern gesehen, und dass es in der Schweiz generell keine Kultur des Drehbuchschreibens gäbe? Stimmt das Deiner Meinung nach?

Wenn die Bücher angeblich nicht gut genug sein sollen, so liegt das an der Kommunikation darüber und am Verständnis davon, wie ich oben bei der Frage nach den Stolpersteinen ausgeführt habe. Einst sassen im guten alten Hollywood die Autoren auf dem Studiogelände in ihren Büros. Sie waren "in touch" mit dem, was von den anderen in der Produktionskette erwartet wurde. Bei uns sind sie immer wieder mit ihren Einzelprojekten isoliert.

Wie denkst Du über die neu gegründete Schweizer Filmakademie?

Als Academy-Imitation zum Scheitern verurteilt, weil sich die Organisation nicht rechnet. Wer soll all die DVDs bezahlen, welche an die Mitglieder zur Beurteilung versandt werden müssen? Wer bezahlt die Show?

Wer darf Mitglied sein? Wo bleibt die Fairness bei einer hoch subventionierten Materie?

Als PR-Instrument für die Branche hat es von vorneherein mehr mit Schein als mit Sein zu tun. Zwar wäre ein Überdenken der bisherigen Vergabep Praxis durchaus vonnöten, die Akademie ist allerdings dazu nicht die richtige Antwort.

Wie steht der Schweizer Film in den Schweizer Medien da? Wird er wahrgenommen?

Zu sehr wird in den Medien nur auf das Resultat abgestellt. Eine umfassendere Anteilnahme an dem Kulturgut Schweizer Film und dessen Biotop wäre wünschbar, durchaus im Sinne einer Parteinahme für die Schweiz als Filmland, für den Film als Spiegel und Identitätsstifter, gelungener manchmal, bisweilen halt auch schlechter, manchmal lustiger und bisweilen halt auch trauriger.