Editorial

Autor(en): **Waldner, Judith**

Objekttyp: **Preface**

Zeitschrift: **Film : die Schweizer Kinozeitschrift**

Band (Jahr): **52 (2000)**

Heft 5

PDF erstellt am: **26.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Als kürzlich die Zusammenstellung der aktuellen Kinoeintrittszahlen bei uns eintraf, waren wir vor allem eines: verblüfft. Zwar haben wir erwartet, dass Markus Imbodens «Komiker» (FILM 3/00) ein Erfolg wird. Doch dass dieser so überwältigend ausfällt, hat wohl niemand gedacht: Nach nur vier Wochen waren über 110'000 Eintrittsbillette verkauft. Eine sagenhafte Zahl, ist es doch eine Seltenheit, dass eine Schweizer Produktion in ihrer gesamten Laufzeit so viel Publikum anlockt. Und «Komiker», den FILM mit Peter Bodenmann besucht hat (siehe Seite 48), läuft weiterhin.

Hauptdarsteller Beat Schlatter war in etlichen Kinos persönlich anwesend, der Verleiher arbeitete mit einem cleveren Werbekonzept. Zum Erfolg beigetragen hat zudem, dass «Komiker» auf ein ausserordentlich breites Medienecho stiess und in der Deutschschweiz mit insgesamt 32 Kopien gestartet wurde. Letzteres ist ansonsten nur bei Grossproduktionen aus Hollywood üblich. Zum Vergleich: Von Daniel Schmids «Beresina» (FILM 8/99) waren insgesamt 17 Kopien im Umlauf, 11 davon in der Deutschschweiz. Schmids Komödie konnte übrigens stolze 119'173 Eintritte verbuchen und hat damit wesentlich dazu beigetragen, dass der Marktanteil inländischer Produktionen von 1,6 Prozent (1998) auf 2,3 Prozent (1999) gestiegen ist. Und «Komiker» hat alle Chancen, die Statistik für das Jahr 2000 noch positiver zu beeinflussen.

Ein gutes Werbekonzept, eine hohe Kopienzahl und ein breites Medienecho: Das sind wichtige Punkte, doch sie allein garantieren noch keinen Erfolg. Schliesslich ist schon manch ein amerikanischer Film trotzdem kläglich gefloppt. Qualität ist ebenfalls eine Bedingung für hohe Eintrittszahlen – und zugkräftige Namen. Neben Beat Schlatter und Patrick Frey sind die «Komiker»-Darsteller Stephanie Glaser, Pinkas Braun oder Walo Lüönd hier zu Lande wohlbekannt, letztere vor allem einem nicht mehr ganz jungen Publikum. So wird Imbodens Film auch von zahlreichen Zuschauern besucht, deren Sorgen längst nicht mehr Pickel, sondern eher graue Strähnen sind. Was notabene bereits bei «Beresina» der Fall war.

Lassen sich aus all dem Gesagten eiserne Erfolgsregeln ableiten? Wohl kaum. Sicher ist letztlich nur, dass sehr viele Faktoren stimmen müssen, um mehr als 100'000 Eintritte zu erreichen. Nicht jeder Schweizer Film hat dieses Ziel, nicht jeder avisiert ein Massenpublikum – und das ist gut so. Wenn aber ein Grosserfolg angestrebt wird und gelingt, tut das dem Ruf des inländischen Schaffens gut – und hilft letztlich auch den kleineren Filmen.

Themenwechsel: Im Herbst wählt die USA einen neuen Präsidenten. Bei der Frage, wer ins Weisse Haus einzieht, redet Hollywood ein Wörtchen mit. Filmstars stellen sich öffentlich auf die Seite ihrer Favoriten. Zudem wird fleissig gespendet, damit sich die Anwärter auf das höchste Amt im Wahlkampf gebührend präsentieren können. Wer aus der Filmindustrie welchen Kandidaten unterstützt, können Sie ab Seite 18 lesen. Natürlich fliesst das Geld nicht allein aus Spass an der Sache. Hollywood, einer der wichtigsten Wirtschaftszweige der USA, bereitet damit auch den Boden für die Wahrung eigener Interessen vor. Wenn es beispielsweise um Fragen wie diejenige nach der Regelung von Sendemonopolen geht, spielt es eben eine Rolle, wer der stärkste Mann im Land ist.

Herzlich *Judith Waldner*

Zum Erfolg von «Komiker» hat beigetragen, dass der Film mit 32 Kopien gestartet wurde. Das ist in der Schweiz sonst nur für Hollywood-Grossproduktionen üblich