

Zeitschrift: Filmbulletin : Zeitschrift für Film und Kino
Herausgeber: Stiftung Filmbulletin
Band: 52 (2010)
Heft: 309

Artikel: Leidenschaft für den Film : Condor Films : Mikrospielfilme und "richtige" Filme
Autor: Binotto, Thomas
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-862867>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

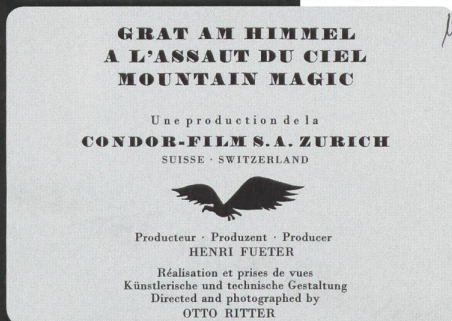
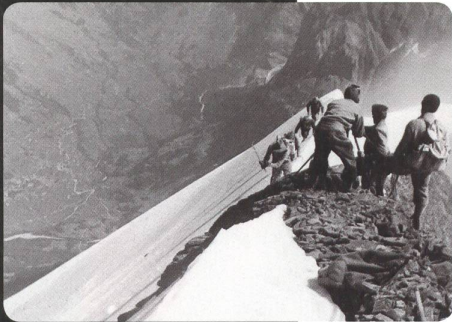
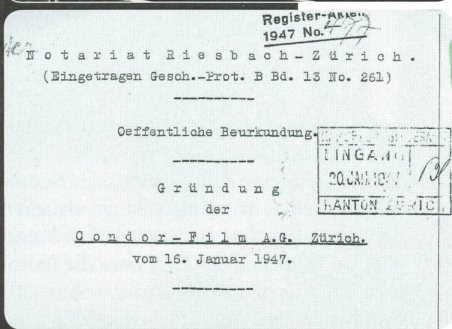
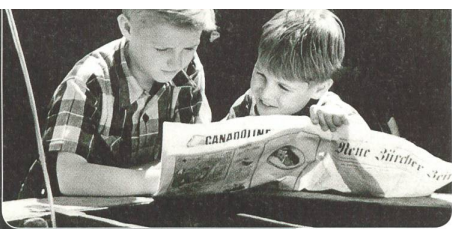
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 27.12.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



LEIDENSCHAFT FÜR FILM

Condor Films – Mikrospielfilme und "richtige" Filme

Ist einer, der Werbefilme macht, ein Filmmacher? Oder gar ein Künstler? – Die Filmbranche hat zum Werbefilm gemeinhin ein höchst zwiespältiges Verhältnis, obwohl sich fast jeder Regisseur irgendwann einmal für einen Werbefilm "verdingt" hat. Orson Welles, Federico Fellini, Martin Scorsese haben es getan, und sogar Akira Kurosawa hat für japanischen Whisky geworben – und damit KAGEMUSHA mitfinanziert. Aber in den Werklisten der Meister werden Werbefilme normalerweise schamhaft verschwiegen. So sehr man deren Ertrag aus finanzieller Sicht schätzt, aus künstlerischer Sicht rümpft man die Nase.

Das hat Martin A. Fueter in sechsundvierzig Jahren als Filmmacher zu Genüge erlebt. Dabei fährt er den Rolls-Royce der Branche, wie er selbst lachend erklärt. Gegen 3500 Werbespots hat Fueter in seiner langen Karriere produziert. Damit ist er in der Schweiz der Doyen dieser sowohl finanziell wie technisch aufwendigsten Filmgattung, die gleichzeitig höchst ökonomisch arbeitet, weil jene, die es bei gerade mal 500 Bildern auf die Sekunde genau nehmen, schon sträflich unpräzise sind.

Werbespots sind Mikrospielfilme, in denen ein einzelnes Bild gigantische Summen kosten und gleichzeitig pure Zeitverschwendung bedeuten kann. «Warum mache ich seit sechsundvierzig Jahren Werbefilme?» fragt sich Fueter und liefert die Antwort gleich selbst: «Es ist die Faszination, so kurz und präzise wie möglich Geschichten zu erzählen; Geschichten, die originell sind, leicht verständlich, und die deshalb haften bleiben.» Sein Suva-Spot für den Velohelm beispielsweise, in dem er die SCREAM-Hits buchstäblich zur eindrücklichen Warnung transformiert hat. Oder im Spot für die Coop-Bank, mit dem «Mr. Sammelklage» Ed Fagan durch Guerilla-Methoden zum Werbeträger gemacht wird. Es sind nur zwei von vielen kurzen Meisterwerken einer Filmgattung, die viel mehr zu bieten hat als bloss Kommerz.

Als Martin Fueter 1944 geboren wurde, war sein Weg ins Filmgeschäft praktisch vorgezeichnet. Seine Mutter Anne-Marie Blanc hatte man kurz zuvor als GILBERTE DE COURGENAY zur Ikone der Nation gemacht. Sein Vater Heinrich Fueter war Produktionsleiter bei der Praesens Film gewesen und hatte die Gloriafilm ins Studio «Bellerive» ans Zürcher Bellevue gebracht. Schon als Dreikäsehoch war der kleine Martin also mittendrin im Filmgeschäft. Ein altes Foto zeigt ihn gebannt unter dem Dreibein einer Filmkamera sitzend.

Mit der 1947 gegründeten Condor-Film AG spezialisierte sich Heinrich Fueter auf PR-Filme, Lehrfilme oder Dokumentarfilme. Diese Auftragsfilme wurden mit grossem technischem Aufwand produziert und liefen in den Kinos als Vorprogramm. Schon damals hielten sich namhafte Regisseure mit Werbeaufträgen über Wasser. Hans Trommer, Max Haufler und Kurt Früh beispielsweise

se bekamen in schwierigen Zeit bei Condor Asyl. Fueter erinnert sich heute noch lebhaft daran, wie Trommer skrupellos jede Szene aus möglichst vielen Blickwinkeln filmen wollte.

Andere Regisseure wie Herbert Meier träumten davon, endlich einen grossen, einen "richtigen" Spielfilm zu machen. Es blieb beim Traum, obwohl Fueter Meiers Werbefilmen eine hohe künstlerische Qualität attestiert. Das Heimwehdrama ZWISCHEN UNS DIE BERGE, für das Meier am Drehbuch mitgewirkt hatte, sei dagegen eine kitschige Schmonzette.

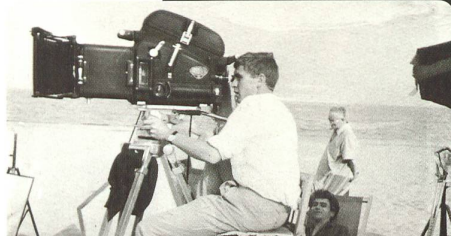
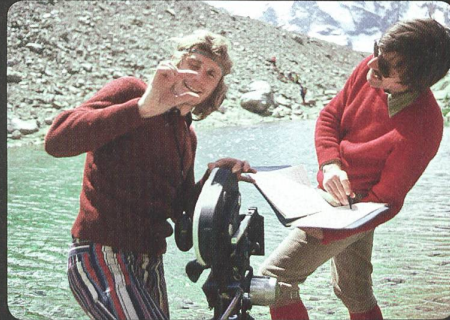
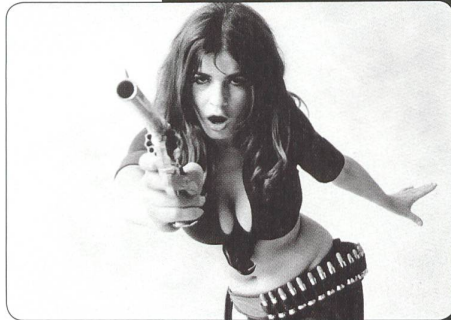
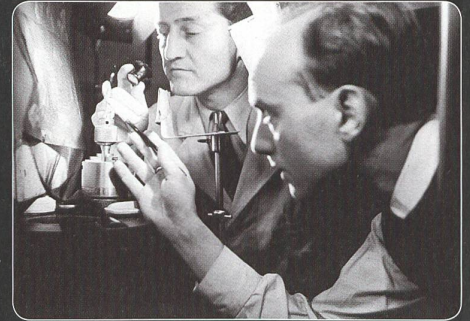
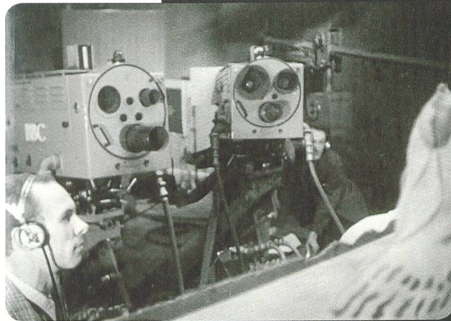
Neben den zeitweiligen Asylanten und den ewigen Aspiranten gab es in der Geschichte der Condor aber auch immer wieder junge Regisseure, die hier ihre ersten Chancen erhielten und diese auch packten, Regisseure wie Niklaus Gessner, Markus Imhof, Thomas Koerfer und Daniel Schmid.

Die Möglichkeiten der Condor veranschaulicht ein 1959 entstandener PR-Film, der Jugendliche für die Fliegerei begeistern sollte. AUSKUNFT IM COCKPIT dauerte lediglich fünfzehn Minuten, wurde aber mit Stars wie Anne-Marie Blanc, Paul Hubschmid und Robert Freitag bestückt. Regie führte Niklaus Gessner, und das Buch schrieb Oscar-Preisträger Richard Schweizer. In einer Nebenrolle trat Martin Fueter auf.

Bereits vier Jahre später trat dieser als Neunzehnjähriger in die Firma ein, weil sein Vater kurz zuvor einen Herzinfarkt erlitten hatte, von dem er sich nie mehr ganz erholen sollte. Heute sagt Fueter, er habe einfach "Schwein" gehabt, in dieser Umgebung aufwachsen zu dürfen. «Anstatt seriös Hausaufgaben zu machen, habe ich doch lieber am Abend unseren Filmmachern am Schnittplatz über die Schulter geguckt und so allmählich begonnen, selbst mitzuarbeiten.» Und irgendwann haben die Grossen seine Meinung nicht mehr nur angehört, sondern eingefordert.

Die Condor war also ein El Dorado für den technikbegeisterten Jugendlichen, der als Kind mit Romy Schneider vor der Kamera stehen durfte, mit vierzehn bereits als Hochzeitsfotograf Geld verdiente, als Jungreporter für die Condor filmte und damit Schritt für Schritt in alle Bereiche des Filmemachens eingeführt wurde. Mit seiner ansteckenden Begeisterung, die ihn auch als Teilzeitpensionär noch auszeichnet, erzählt Fueter von diesen Jahren, in denen er sich mit dem Schweizer Fernsehen oft ein Wettrennen als People- und Sportberichtersteller lieferte. Gewonnen hatte er jeweils, wenn es seine Beiträge von Skirennen oder prominenten Wintertouristen waren, die von der BBC übernommen wurden.

Sechsundvierzig Jahre lang blieb Martin Fueter der Condor treu – dreissig Jahre davon als Direktor. Und eine seiner ersten Taten war 1965 die Gründung der Abteilung «Condor Commer-





cials». Damit sollte er zum Pionier des Werbespots werden. Das war in den sechziger Jahren eine beim "echten" Cineasten verpönte Disziplin. Aber mit dem Vater hatte er das Organisations-talent und die kaufmännische Bodenständigkeit gemein. Dem Vater überlegen war er im technischen Know-how, dank dem er das verdiente Geld immer wieder in die technische Entwicklung der Condor investierte und sie so konkurrenz-fähig hielt.

Wenn man Fueter jedoch darauf anspricht, worauf er heute am Ende seiner Karriere beson-ders stolz sei, liefert er wieder filmografische Da-ten noch Firmenzahlen: «Besonders stolz bin ich darauf, dass ich so viele junge Leute ins Me-tier einführen konnte. Die Förderung des Nach-wuchses war mir immer mein wichtigstes und schönsten Anliegen.» Mit diesem Credo hat er die Condor zu einem der wichtigsten und traditions-reichsten Ausbildungsplätze im Schweizer Film-schaffen gemacht. Fueter war es zudem ein An-liegen, dass sein gesamtes Personal, auch jenes in der Administration, die Grundbegriffe des Film-machens kannte. Geradezu legendär sind deshalb seine Filmkurse, die er alljährlich für die gesamte Belegschaft der Condor durchführt.

Einzig über die Zeit mit dem TA-Media-Konzern, der von 1991 bis 2005 Mehrheitsaktionär war, spricht Fueter sichtlich ungenut. Da waren ihm dann offenbar doch zu oft zu viele Erbsen-zähler am Werk, die nur auf Profit aus waren und kein Gespür dafür hatten, dass auch ein passi-onierter Werbefilmer wie Fueter ein glühender Ci-neast sein konnte. Eines, dem es wenig ausmachte, dass er jeweils viele Werbefilme drehen musste, um wieder einen Kinospielefilm seines Bruders Pe-ter-Christian Fueter ermöglichen zu können. Die-ser war 1966 in die Condor eingetreten und hat-te bereits ein Jahr später mit KUCKUCKSJAHRE von George Moore einen Überraschungserfolg als Koproduzent gelandet. Gemeinsam übernah-men die Brüder 1972 die Direktion der Firma. Und 1979 starb ihr Vater und Firmengründer Heinrich Fueter.

Nach immer bedauert es Fueter, dass 1999 die Spielfilmabteilung aus dem Unternehmen her-ausgehoben wurde. Peter-Christian Fueter, Edi Hubschmid und Peter Reichenbach wären bereit ge-wesen, die C-Films als Firma auf eigenes Risiko innerhalb der Condor zu positionieren – die TA-Media jedoch war dagegen. Da lag der spektaku-lärste Erfolg der Condor Spielfilmabteilung be-reits acht Jahre zurück, als man 1991 mit REISE DER HOFFNUNG von Xavier Koller den Oscar für den besten fremdsprachigen Film erhalten hatte.

Dass Fueter nun im Ruhestand sein soll, mag man angesichts seiner Vitalität und seines sprü-henden Temperaments kaum glauben. Noch Im-mer tritt er so engagiert auf, dass aus einem halb-

stündigen Gespräch wie im Flug eine anderthalb-stündige Debatte wird.

Und dennoch ist es so: Seit 2002 hat er sich sukzessive aus der operativen Verantwortung zu-rückgezogen und ist seit Beginn dieses Jahres bei Condor nur noch ein sporadisch beschäftigter Free-Lancer. Weil von der dritten Fueter-Genera-tion – Sohn Michael Fueter und Neffe Tobias Fueter sind ebenfalls Regisseure – niemand die Firma übernehmen wollte, steht nun Kristian Widmer in der Verantwortung. Er ist bereits seit 1993 bei Condor tätig, ab 2002 als Geschäftsfüh-rer, und er hält inzwischen auch die Mehrheit der Aktien.

Nach achtunddreissig Jahren ist die Firma da-mit erneut im Besitz eines studierten Juristen wie Heinrich Fueter, ein Jurist, der auch wie dieser ein leidenschaftlicher Filmemacher ist und gleich-zeitig das Rüstzeug zum kühn kalkulierenden Unternehmer mitbringt. Obwohl die Firma als Familienunternehmen des Fueter-Clans damit Geschichte wird, besteht Hoffnung, dass am Zü-cher Bellevue in der gleichen Tradition wie bis an-hin Bilder zum Laufen gebracht werden. Die ent-scheidenden Standbeine, von denen die Condor stets getragen wurde, scheint Widmer langst ver-innerlicht zu haben: filmische Leidenschaft, tech-nische Innovation und kaufmännisches Geschick.

Widmer versucht, Condor als «Bilderprodu-zenten» breit aufzustellen, als Unternehmen, das nach dem One-Stop-Shop-Prinzip einem Kunden alles liefern kann, was er sich an bewegten Bildern wünscht. Und inzwischen hat sich auch die Un-ternehmens Einheit Faro-TV als Serienproduzent mit Formaten wie «Joya rennt», «Tapetenwech-sel» oder «Bauer ledig such» etabliert.

Heute will Condor nach eigener Aussage ein «Bewegtbild-Kompetenz-Zentrum» für Film, Web und Video sein. Dafür hat man ein Jahr lang das ehemalige Studio unter dem Glasdach an der Kreuzstrasse umgebaut. Vom Studio Bellevue, aus dem von 1952 bis 1972 das Schweizer Fernsehen gesendet hat, ist nur noch eine vom Dach hän-gende Original-Kabine als Reminiszenz geblie-ben. Wo früher gedreht wurde, stehen jetzt Büros zur Verfügung, in dem sich die Bildwerker mög-lichst optimal in die Hand arbeiten können. Ein vernetztes Arbeitsfeld voller PC-Power, das auf den ersten Blick weit weg von der Kinoleinwand ist.

Aber wenn Widmer mit leuchtenden Augen davon erzählt, wie er mit Dani Levy in Island für Volkswagen DAS GEHEIMNIS, den ersten Kurz-spielfilm im 360°-Circlevision-Format gedreht hat; wie die Condor John Malkovich und Jean Reno für IWC Uhren vor die Kamera gebracht hat, dann wird wieder sichtbar, was Martin Fueter offenbar so erfolgreich vermittelt hat: Diese Leidenschaft für Film – ganz egal woher das Geld kommt.

Thomas Binotto