

Zeitschrift: Filmbulletin : Zeitschrift für Film und Kino
Herausgeber: Stiftung Filmbulletin
Band: 36 (1994)
Heft: 195

Artikel: Zwischen Cannes und Locarno
Autor: Müller, Marco
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-867087>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

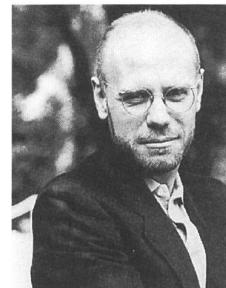
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 13.01.2026

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

Zwischen Cannes und Locarno

Marco Müller, Direktor
 «Festival internazionale
 del film Locarno»



Wozu sind die Festivals noch gut? Die paar Gedanken, die ich an dieser Stelle notiere, sind die einstweiligen Ergebnisse eines Denkprozesses in einer Zeit des Übergangs. Cannes haben wir hinter uns: ein Schaufenster, eine Messe und ein Markt für alles, was es auf Film gibt, und für die Filme, die man machen kann, zudem: ein Probestand für die wichtigsten "neuen" Filme der beiden folgenden Verleihsaisons. Cannes steht immer am Anfang unseres Festivals (von Locarno), das sich aber als Plattform des "Neuen" im Sinne von "virtuell" versteht: für die Filme, die man machen müsste und möchte, die es aber so oft nur in der Vorstellung gibt.

Vielleicht hätten die Filmfestivals vorab folgendem zu dienen: Sie sollten einen Rückhalt bilden für jeden, der glaubt, wer Filme besser – und mehr von ihnen – verstehe, der verstehe auch die Realität besser – und mehr von ihr. Am Ende eines Festivals hätte man sich dann nur eine Basis verschafft, für spätere Überlegungen, an einem andern Ort.

Filmmärkte wie der helvetische oder die der meisten europäischen Länder (Frankreich inbegriffen) sind halb erstickt, und so können sich die Festivals jetzt sehr wohl eine neue Aufgabe zuschreiben. Sie besteht darin, einen Ersatz für die ausbleibende Information und den mangelhaften Verleih zu bieten und auf die Beschränkungen zu reagieren, die sich aus der Logik der Märkte ergibt. Es ist die Logik derer, die den Markt zu beherrschen versuchen und denen das vereinzelt auch gelingt. Nachträglich fällt mir auf, dass die amerikanischen Beiträge am letzten Festival von Cannes – unabhängige Produktionen auf halbhohem Niveau

von zehn bis zwanzig Millionen Dollar – nur scheinbar dürfzig waren. In Tat und Wahrheit widerspiegeln sie nicht etwa die vielbeschworene Vergeltung für die von Frankreich bezogenen Positionen im Gatt-Streit. Vielmehr bestätigte die Selektion, dass die grossen publizistischen Maschinerien der Hollywood-Industrie an den Festivals und ihren Preisen gar nicht mehr so besonders interessiert sind.

Die Studios beschäftigt einzig, ob die anvisierten Teile des Publikums dann, wenn Zeitungen und Programme breit über die jeweiligen Filme berichten, ins richtige Kino gehen. Es nützt den grossen Produzenten (auch ausserhalb Hollywoods) nichts mehr, Filme nach Cannes (oder an die sommerlichen Festivals von Locarno oder Venedig) zu schicken, wenn Europa die Titel erst im Herbst startet. Auf die Festivals können diese Produzenten verzichten. Umso weniger können die Festivals auf die "grossen" Filme verzichten, die das Medieninteresse antreiben, die Aussichten auf einen Bericht im Fernsehen verdreifachen und die Anzahl der Seiten in den Tages- und Wochenzeitungen verdoppeln. Daher gewinnt die Promotion, gegenüber der Arbeit des Filme-Entdeckens, an Bedeutung. Dank der Promotion lassen sich die traditionellen Startsaisons für die wichtigsten Filme verlängern. Jenseits des Geredes über ein Vertauschen der Daten von Cannes und Venedig hat das französische Festival im Lauf der beiden letzten Jahre (als wichtigstes Resultat) gezeigt, dass es möglich ist, neue Filme von Rang auch zu Beginn des Sommers herauszubringen.

Im Mai und Juni sind, laut meinen Aufzeichnungen, etwa dreizehn der vierundzwanzig Titel des Wett-

bewerbs von Cannes in den Kinos von Frankreich und Europa herausgekommen und etwa ein Viertel der insgesamt offiziell selektierten Filme. Das hat zur Folge gehabt, dass die Zerbrechlichsten erdrückt worden sind; dass die, die besonders sorgfältig hätten lanciert werden müssen, zusammen mit den aussichtsreicher in eine einzige unsinnige Schlacht geworfen wurden; und dass die "grossen" einander gegenseitig erschlagen und etwelche von den mittleren mit in ihren Sturz gerissen haben.

Lange auf ihren Start warten müssen Filme von noch wenig bekannten Regisseuren oder von Autoren aus Ländern, die an der Kasse nicht "ziehen" (und das gilt heute für die meisten Filme aus Osteuropa und dem Süden der Welt). Wenn diese Filme keinen grösseren Preis erhalten haben, werden sie von den Verleihern kaum wahrgenommen. Oder sie werden (verspätet und zu Discountpreisen) nur darum gekauft, weil Gewähr für eine Ausstrahlung im Fernsehen besteht. Und dann kann die Kinopremiere zu einer reinen Formsache werden, auf die sich auch mehrere Runden lang warten lässt. Angesichts eines "heruntergekommenen" sowie vereinheitlichten ("normalisierten") Film-Marktes ist es mehr denn je nötig, dass der Produzent Risiken eingeht, ungewohnte Lösungen ausprobiert, sich auch (wo's sein muss) in Widersprüche verstrickt: um das Neue zu erforschen (ohne es aber zum Schauspiel zu erheben) und um das Einmalige zu suchen, ohne darin unterzugehen.

