

Zeitschrift: Filmbulletin : Zeitschrift für Film und Kino
Herausgeber: Stiftung Filmbulletin
Band: 65 (2023)
Heft: 409

Artikel: Ein Gefühl namens Disney
Autor: Kuratli, Michael
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1055230>

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: 16.01.2026

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

und
jetzt?

Ein Gefühl namens Disney



TEXT Michael Kuratli
BILDER Oliver Camenzind

Das Disneyland Paris war schon bei seiner
Eröffnung vor über 30 Jahren ein alter
Hut. Doch wieso zieht der Park noch immer
jährlich Millionen an? Ein Augenschein
vor Ort.



Die erste Schlange bildet sich schon im Bahnhof Marne-La-Vallée-Chessy: Man steht am Kiosk für Pelerinen an. Hier und da tragen Mütter und Kinder schon ihre Minnie-Ohren: klassisch schwarz, glitzrig-kitschig oder mit rotem Schleifchen. Sie alle waren wohl schon einmal hier. Oder sind einfach besser vorbereitet als wir. Wir haben gar nichts dabei bis auf den Notizblock, die Kamera und einen Haufen Vorurteile.

Auf dem Vorplatz zum Eingang kämpft die Nussknacker-Suite aus versteckten Lautsprechern gegen das rauschende Regenwetter an. Familien eilen unter das Vordach des schlossartigen Empfangsgebäudes, ihre Tickets zur Hand. Es winkt ein Tag voller Nostalgie, voller märchenhaften Dekors – und fettigen Fastfoods.

Hinter dem Drehkreuz geht es los, endlich: Willkommen in Main Street, USA. Dieses Potemkinsche Dorf hat alles, was eine Kleinstadt im Mittleren Westen der Vereinigten Staaten im ausgehenden 19. Jahrhundert ausmachte: eine Town Hall, einen Bahnhof, Kleidergeschäfte, einen Saloon. Ein Paradies für Kleinfamilien, damals wie heute. Nur wir zwei scheinen nicht ganz ins Bild zu passen: zwei erwachsene Männer unter Kindern und Liebespärchen. Was man nicht alles macht für eine Story.

Doch das hübsche Wildwest-Dekor ist nur Vorgeplänkel. Alles zieht in Richtung des Château de la Belle au Bois Dormant, des Dornröschenschlosses und

ikonischen Disney-Logos. Einmal die Central Plaza überqueren, schon stehen wir davor, wie im Film, ein «Kodak Moment», wie Tafeln an den Laternen versichern. Kodak? Kennen das die Leute überhaupt noch?

In einem Märchen von Charles Perrault im 17. Jahrhundert erstmals beschrieben, von den Gebrüder Grimm im 19. bekannt gemacht und 1959 im fantastischen 70mm-Technirama-Streifen Sleeping Beauty auf die Leinwand gebracht, steht es nun wahrhaftig vor uns. Insta-Boyfriends haben die Ehre, ihre Influencer-Freundin an einem der aufregendsten Tage im Jahr abzulichten, Pärchen küssen sich vor der Selfie-Kamera. Und wir? Stehen im Regen und fragen uns, was wir hier machen.

Der Traum riecht nach Chlor

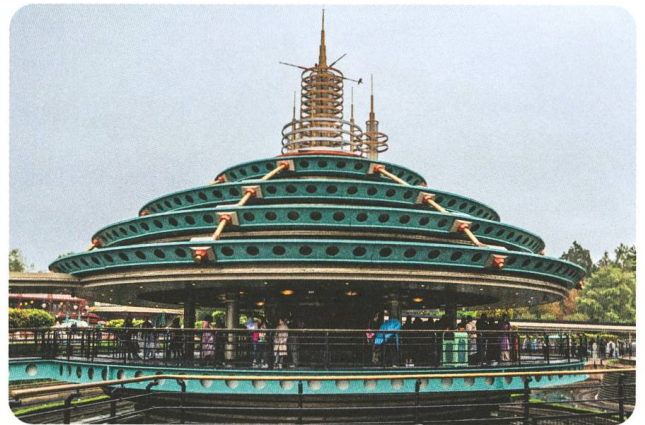
Weltweit existieren sechs Disney-Schlösser in sechs Disneylands, und sie alle funktionieren nach derselben Logik. Erdacht wurde der Park von Walt Disney persönlich, der sich nebst der Produktion von Filmen stets zu Höherem berufen fühlte. 1955 öffnete das erste Disneyland in Anaheim bei Los Angeles seine Tore, 1971 das Magic Kingdom in der Disney World in Florida. Vor 31 Jahren, 1992, folgte unter dem damaligen Namen «Euro Disney Resort» die dritte Ausführung nach der Blaupause aus Kalifornien.



Am äussersten Ende der Agglomeration, an der Endstation der Regionalverbindung, hinter sieben Wäldern und Einfamilienhausquartieren, werden seither Kinderträume wahr. Und zwar viele: Rund zehn Millionen Besucher:innen kommen jedes Jahr hierher.

Das Wasser im Burggraben riecht nach Chlor, regennasse Körper drängen sich durch das Eingangstor und die gotisch und barock zugleich anmutende Halle, vorbei an einem der unzähligen Souvenirläden. Reihenweise versuchen im Hof Kinder und Kindgebliebene, Excalibur aus dem Stein zu ziehen, ein paar Zentimeter gelingen sogar. Lächeln, Foto machen, weiter. Dahinter warten die verschiedenen «Länder» auf die Gäste: Adventureland, Discoveryland, Fantasyland, Frontierland. Für ein Treffen mit Mickey Mouse oder Peter Pan steht man sich bis zu anderthalb Stunden die Beine in den Bauch, Jack Sparrows Welt der Piraten durchfährt man im Schiff, und in Pinocchios gruftigem Keller gibt es Burger im Laugenbrot.

Statt Rindfleisch verwendet man hier gekochten Schinken und verkauft das als bayrisches Gericht. Wir hätten das gerne fotografiert, doch dazu ist es im Restaurant zu dunkel. Die fünf Kinder der britischen Familie nebenan machen unsere Erholung und offenbar auch jene ihres Vaters zunichte. Wie geschlagene Hunde sitzen wir in Pinocchios Kerker. Also wieder hinaus in den Regen.



Fortschritt in Schlaufen

Am Space Mountain konnte man sich zur Eröffnung 1992 im steampunkigen Stil Jules Vernes auf den Mond schiessen lassen. Seit Disney das Star Wars-Universum gekauft hat, reist man hier atemberaubt durch den Hyperspace. Der oberflächliche Etikettenwechsel ist eine der wenigen Neuerungen in diesem Vergnügungspark seit der Eröffnung. Den Leuten ist das jedoch einerlei, schliesslich fährt die Achterbahn fast durchgehend im Dunkeln.

Gleich daneben wartet die wohl grösste Absurdität des Vergnügungsparks auf die Besucher:innen: Autopia. Wir stehen an, der Magen noch flau vom Flug in den Hyperspace. Der geschüttelte Schinkenburger dreht noch immer Runden in unserem Magen und gestaltet die Warterei nicht angenehmer. In der Schlange kommen wir in den Genuss der Abgase und des Lärms von zweisitzigen, Sportwagen nachempfundenen Gefährten, die in Tiefstgeschwindigkeit ihre Runden auf der Bahn drehen. Kollisionen sollen vermieden werden. Einen Stau gibts am Ende der Rundfahrt gratis obendrauf; wie im richtigen Leben halt.

Wenn etwas veranschaulicht, wie aus der Zeit gefallen das Disneyland ist, dann diese Zelebration des Individualverkehrs. Dass Menschen viele Stunden im Auto verbringen, um ins Disneyland zu fahren, nur um





dann in der Schlange zu stehen und schliesslich in einem Spielzeugauto im Stau zu stehen, ist fragwürdig genug. Das lässt echte Zweifel an der Zukunftsfähigkeit der Menschheit bei uns aufkommen.

Uns drängt sich die Frage auf, weshalb diese absurde Attraktion, die von der Realität längst um ein Vielfaches überholt wurde, noch steht, beziehungsweise noch 1992 überhaupt gebaut wurde. Als das Disneyland Paris in den Achtzigerjahren geplant wurde, bestand offenbar kein Bedürfnis, das Franchise-Konzept, welches Walt Disney nach dem Zweiten Weltkrieg entworfen hatte, der Zeit anzupassen. Die Ölkrise lag zur Zeit der Planung des europäischen Ablegers schon über ein Jahrzehnt zurück, die grossen Highway-Träume der Nachkriegsjahre trafen in den USA seit Jahren auf Protest. Selbst im beschaulichen Zürich hatte man nach Protesten und verlorenen Abstimmungen Pläne für ein Autobahnkreuz mitten im Stadtzentrum längst auf Eis gelegt.

Und doch brummen noch im Jahr 2023 in Marne-la-Vallée, am Rande des Ballungsraums von Paris und auf dem Weg nach Reims, die Benzinmotoren end- und sinnlos im Kreis. Die nächste Generation sitzt strahlend am Steuer – hier gerät gar nichts aus der Bahn. Sieht so der Fortschritt aus, den sich Walt Disney einst erträumt hat?

Die selbsterfüllende Nostalgie

Dass das Disneyland Paris und seine altbackenen Attraktionen funktionieren, ist erstaunlich. Na gut, zeitgenössischer geht es im Walt Disney Studios Park gleich nebenan zu und her. Dort lädt Spider-Man zum gemeinsamen Netzschiesen und die Maus aus *Ratatouille* zum Essen. Disney will in den nächsten zehn Jahren rund 60 Milliarden Dollars in seine Parks weltweit investieren. Die Urzellen, die magischen vier «Länder», werden dabei jedoch kaum angetastet. Hier ruckeln die animierten Puppen unbeeindruckt vom Lauf der Zeit vor immer neuem Publikum. Was aber zieht die Leute zu diesen eher mittel-mässigen Jahrmarktattraktionen?

Die Antwort auf diese Frage liefert Disney selbst. Schon die Geburtsstunde von Mickey Mouse hat ein nostalgisches Moment. In *Steamboat Willie* aus dem Jahr 1928 tuckert ein Raddampfer durch die Gegend – für seine Zeit ein anachronistisches Gefährt. Wir finden den Dampfer, echte Runden auf künstlichem Gewässer drehend, in Frontierland wieder, dem stilisierten Wilden Westen des Parks.

Die grössten Erfolge feierte Disney mit romantischen Träumen. Märchenadaptationen, von *Snow White* bis hin zu *Sleeping Beauty* und *Beauty and the Beast*, legten den Grundstein für den globalen Erfolg. Im Zentrum











von Disneyland steht dementsprechend ein der Zeit entrücktes Märchenschloss, dem bayrischen Neuschwanstein nachempfunden, das selbst eine romantisierte Vorstellung einer mittelalterlichen Burg darstellt.

In den Händen des Konzerns werden nicht nur epische Prinzessinnengeschichten zum Nostalgiefaktor und fantastische Schlösser zu *photo-ops*. Neben der amerikanischen Geschichte lässt es sich auch problemlos von den Fünfzigerjahren oder Weltraumreisen träumen. Ein paar Streicher und Trompeten aus unsichtbaren Lautsprechern, und schon wähnen wir uns selbst im Film. Geschickterweise ist der Park aber kein blosser Nachbau der Filmkulissen. Das Spiel funktioniert in beide Richtungen. So basiert die ganze *Pirates of the Caribbean*-Reihe auf der gleichnamigen Parkattraktion. In diesem Sinne findet man die Wurzeln von *Cars*, dem Animationsfilm, der 2002 eine Welt lebender Autos entwarf, wohl auch in Autopia.

Disney schafft es, aus unserem banalen Alltag einen *magic moment* zu machen. Das ist die Kraft, die diese Welt am Leben hält. Es ist ein selbsternährendes Rezept für die Ewigkeit. Disneyland ist nicht attraktiv, weil es etwas bietet, sondern weil es etwas bedeutet. Disneyland ist ein Gefühl.

Gold- und Endorphinrausch

Der Regen lässt nach, der Himmel hellt auf. Grossfamilien schieben sich mit Kinderwagen und Rollstühlen beschwingt durch die Parklandschaft. Wir erlauben uns eine kurze Pause auf der Raucherinsel. Langsam spüren wir die Dimensionen des Geländes in den Beinen. Neben an posieren A- und B-Hörnchen mit Kindern für magische Momente. Ein Burrito im Familienrestaurant der Held:innen aus *Encanto* gibt uns die nötige Kraft für die Schlange am Big Thunder Mountain. Die Achterbahn trägt uns in Minenschächte, durch eine zerklüftete Canyonlandschaft und in einen kleinen Handelsposten im Goldrausch.

Noch einmal gut durchgeschüttelt, zieht das Endorphin noch ein paar Bahnen in uns. Die Sonne ist herausgekommen, wir schiessen ein paar Schüsse aus digitalen Gewehren auf fiktive Dosen und spüren eine Beschwingtheit, die man nur als «Disney» bezeichnen kann. Mickey Mouse und seine Crew treten heute nur in eingeschränkter Formation auf der Central Plaza vor dem Dornröschenschloss auf. Es tut der Stimmung keinen Abbruch. Fast schon sehen wir den magischen Bogen über dem in der Abendsonne strahlenden Schloss.

Ein letztes Bild, ein letzter *moment*, dann ist es Zeit, wieder ins echte Paris zurückzukehren. Die letzte Bahn des Tages heisst RER A und trägt uns ruckelnd von diesem Sehnsuchtsort zum nächsten. Unser Leben ist nichts als ein Film, den Disney noch nicht gedreht hat. ■

