

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 48 (1996)
Heft: 1

Artikel: Aufwind für den europäischen Film?
Autor: Richter, Robert
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-931652>

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: 10.01.2026

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

Aufwind für den europäischen Film?

Die Filmförderung MEDIA 2 der Europäischen Union setzt auf Produktionen mit europaweitem Publikumspotential. Die Schweiz wartet zwar noch immer auf das Verhandlungsmandat für den Wiedereinstieg, ein bilaterales Abkommen ist aber in Griffnähe.

Robert Richter

Der europäische Film geht an Kriükken. Nicht an der Qualität hapert es, sondern an der europaweiten Verbreitung. Nur wenige Filme schaffen es, ausserhalb ihres Ursprungslands auf einen grünen Zweig zu kommen. «Wir Europäer sind Nieten, denn wir verkaufen unsere Filme einfach schlecht», wetterte vergangenen Frühsommer Claude-Eric Poiroux, Leiter des MEDIA-Kino-Netzwerkes «Europa Cinémas». Mit seiner unzimperlichen Kritik griff Poiroux ein Problem auf: zuwenig Werbung und zuwenig Kinokopien für den zeitgleichen und publikumswirksamen Start eines Films in möglichst vielen Städten. Es fehlt am nötigen Risikokapital.

Dass europäische Filme europaweit nur selten wirkungsvoll vermarktet werden, hat weitere Gründe: Im Gegensatz zu den US-Majors, die ihre Produktionen über hauseigene Tochterfirmen in alle Welt vertreiben, müssen Verleihe europäischer Filme Rechte und Material teuer und nach Territorien aufgeteilt einkaufen. Dieses isolierte Risiko erhöht sich dadurch, dass zu wenig Leinwände für europäische Filme zur Verfügung stehen. Viele Kinos werden heute direkt oder indirekt von US-Majors kontrolliert. Hinzu kommt die Akzeptanz für Sprache und Heldenmythos der amerikanischen Gesellschaft, die als Lifestyle lange genug auf Europa losgelassen wurden.

Dennoch gelingt es einzelnen Filmen, wenigstens im Ursprungsland Erfolge vorzuweisen. Dies schaffen nicht nur französische, sondern auch slowakische, tschechische oder polnische Filme, die im eigenen Land gelegentlich bessere Kinozahlen erzielen als die international erfolgreichen Produkte der US-Majors.

Projektentwicklung, Vertrieb und Ausbildung

Zu Recht setzt MEDIA 2, das neue Wirtschaftsförderprogramm der Europäischen Union im Bereich Film und Fernsehen, auf die europaweite und gar internationale Verbreitung von Filmen aus EU-Ländern. Im Gegensatz zu MEDIA 1 will das Nachfolgeprogramm für die Jahre 1996 bis 2000 seine Kräfte auf drei Bereiche konzentrieren: Auf fünf Jahre verteilt stehen 265 Millionen ECU für die Entwicklung und den Vertrieb europäischer Filme mit europaweitem Publikumspotential zur Verfügung. Weitere 45 Millionen ECU sollen für die Ausbildung von AV-Fachleuten in den Bereichen wirtschaftliches und juristisches Management, Produktionstechniken und Drehbuch zur Verfügung stehen.

Vergleicht man die 310 Millionen ECU des Fünfjahresplans mit anderen Wirtschaftszahlen, so ist diese Summe ein Pappenstiel! Dass allein die Tabakin-

dustrie von der EU mit jährlich eine Milliarde ECU oder die Landwirtschaft in nur vier bis fünf Tagen mit 310 Millionen ECU unterstützt werden, lässt am Bekenntnis der EU-Entscheidungsträger für eine starke Film- und AV-Wirtschaft zweifeln. US-Grossproduktionen treten mit satten 80 Millionen ECU pro Filmtitel auf den Markt. Hat da die gesamte europäische Filmproduktion mit einer Fünfjahreshilfe von 310 Millionen ECU eine echte Chance?

Fördern will MEDIA 2 die kontinuierliche Zusammenarbeit jener europäischen Verleihe, die gemeinsame Strategien für den europäischen Markt entwickeln. Und über die Entwicklungsförderung sollen Produzenten unterstützt werden, die gleich ein Paket von Filmen herstellen wollen. Doch wie haben die Filme auszusehen, die davon profitieren dürfen? In MEDIA-Kreisen spricht man von Grossproduktionen mit bekannten Stars und einem sogenannt international



Hat von MEDIA-Ersatzmassnahmen profitiert: «Adultère – Mode d'emploi» von Christiane Pascal.

erheblichen Publikumspotential. Die Vermutung liegt nahe, dass MEDIA 2 die Strategien der US-Majors abzukupfern versuchen wird, allerdings in einem wesentlich engeren Finanzrahmen.

MEDIA 2, die Wirtschaftsförderung mit schwachem finanziellen Background, spricht gern vom Markt. Während sich die nächste Verhandlungs runde zum Welthandelsabkommen ankündet, an der Film und Fernsehen ein Thema sein werden, will MEDIA 2 über Wirtschaftshilfe Marktanteile und Rentabilität europäischer Filme zurückerobern. Im Schatten dieser Zielvorgabe stehen kulturelle Qualität und Vielstimmigkeit. Zwar tauchen diese Begriffe da und dort in den Papieren zu MEDIA 2 auf. Doch bleibt die Definition qualitativer Massstäbe für die Vergabe von Fördermitteln mehr als vage.

Auswirkungen auf nationale Filmförderungen

Die Kriterien für das Abholen des in Brüssel lockenden Fördergeldes dürften auf die nationalen Filmförderungen zurückwirken. Denn aufwendige Produktionen, die bei MEDIA 2 auf eine Unterstützung für Entwicklung und Verbreitung zählen können, werden für die Herstellung, die MEDIA nicht fördert, weiterhin auf die Koproduktionsförderung durch Eurimages (Europarat) und die nationalen Filmförderungen angewiesen sein. Angesagt ist ein härterer Kampf um die nationalen Filmförderbudgets, die wie in der Schweiz zur Zeit eher gekürzt als aufgestockt werden. Unter Druck geraten dürften damit die für MEDIA untauglichen, doch regional wichtigen Filme, die es – wie etwa die gesellschaftlich unentbehrlichen Dokumentarfilme – schwer haben, im voraus ein europaweites Publikumspotential glaubhaft zu machen.

Negative Auswirkungen zeigen sich gemäss Filmschaffenden schon jetzt im kleinen Filmland Belgien, das einen Grossteil seiner Filmförderung europäischen Koproduktionen zur Verfügung stellt, um auf dem internationalen Parkett mittanzen zu können. Bereits heute sei es schwieriger, wie Nachwuchsregisseurin Bénédicte Liénard betont, in Belgien Fördergelder

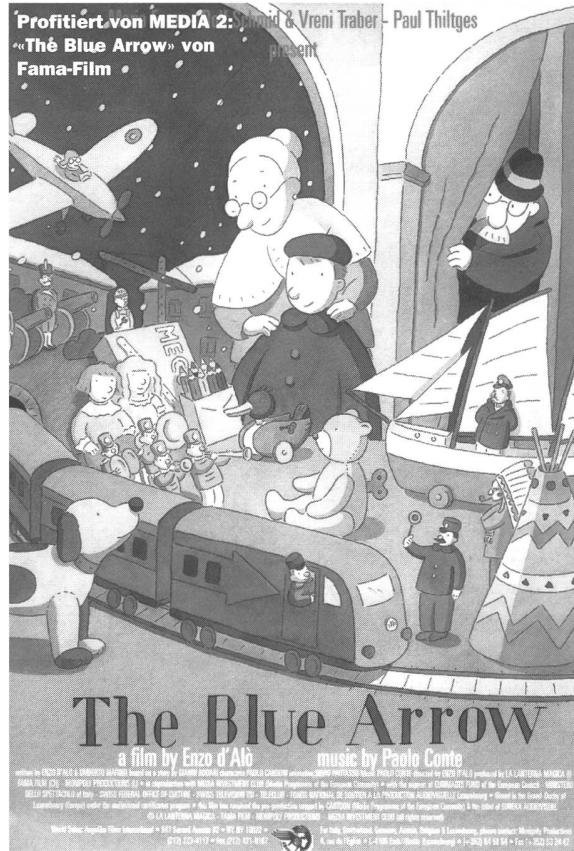
für eine nationale Produktion mit bescheidenem Budget zu erhalten als für eine teurere europäische Koproduktion. Dies könnte man nicht akzeptieren, weil es in eine antide- mokratische Film- politik führe. Nötig sei eine Neudefinition von Kultur als Basis der Gesellschaft. Diesem An- spruch wird MEDIA 2 wohl nicht gerecht werden können.

Skeptisch gegenüber MEDIA 2 zeigen sich auch Programmkinos und städtische Kinos, weil MEDIA 2 alles andere als die Vielfalt an Filmtiteln fördern dürfte. Vergessen ginge, dass das Publi-

kumsinteresse nicht homogen sei. Die Konzentration auf bestimmte Filme vernachlässige etliche Publikumsgruppen, die heute noch für europäische Filme zu begeistern wären. Mit seinem politisch gut inszenierten Auftritt hat zumindest Claude-Eric Poiroux von «Europa Cinemas» erreicht, dass MEDIA 2 entgegen früheren Ankündigungen nun doch Kinobetriebe unterstützen will, damit diese weiterhin «ermutigt» werden, einen wesentlichen Teil ihrer Vorstellungen für europäische Filme freizuhalten. Ohne eine Definition zu liefern, ist diese Hilfe ausdrücklich «kommerziellen» Kinos vorbehalten, obwohl viele europäische Filme nur oder vor allem in Kinos gezeigt werden, die als nicht-gewerbllich eingestuft sind.

Zentrale Struktur

Einen Vorgeschmack auf MEDIA 2 erhielten die auslaufenden MEDIA-Programme letzten Oktober mit der verspätet unterbreiteten Vereinbarung für 1995. Die EU-Kommission hatte sich für die Auszahlung der Beiträge von 1995



The Blue Arrow

a film by Enzo d'Alò

music by Paolo Conte

World Series Aquatics Filter International - 877 South Avenue 2 - RTW 10222 •
Phone: (716) 673-4112 • Fax: (716) 673-4112 • E-mail: info@worldseries.aq
For further information, contact: Aquatics America, 515 Lexington Avenue, Manhattan, NY 10022 •
Phone: (212) 753-5447 • Fax: (212) 753-5447 • E-mail: info@aquaticsamerica.com

rückwirkende Vertragsänderungen ausbedungen und sich das Recht vorbehalten, zugesprochenes und ausgegebenes Geld im nachhinein zurückzufordern, wenn sie mit den erfolgten Massnahmen nicht zufrieden sei, wie ein Media-Insi der bestätigte, der diese Vereinbarung als schweren Brocken bezeichnete. Nimmt dieser harsche Auftritt der EU-Kommis sion den Verwaltungsaltag von MEDIA 2 voraus? Vermutlich dürfte es mit der Liquidität der EU-Kommission im Be reich MEDIA nicht zum besten stehen, denn bei MEDIA 1 waren eine grössere wirtschaftliche Wirkung und höhere Rückflüsse vorgesehen.

Wie MEDIA 2 im Detail funktionieren wird, war bei Redaktionsschluss noch offen. Offen war auch, wer die Massnahmen von MEDIA 2 ausführen wird und welche Kompetenzen die ausführenden Organe haben werden. Zweifelsohne wird die EU-Kommission bei MEDIA 2 die Zügel straffer halten und sowohl Organisationen als auch die Gelehrten in Brüssel zentral verwalten. Dies hat nicht nur juristische Gründe. Der EU-►

NEU IM VERLEIH

Das Piano

Regie: Jane Campion. Spielfilm, Australien 1993, 120 Min., 16mm: Fr. 180.-. Mitte des 19. Jahrhunderts: Die stumme Ada aus Schottland reist mit ihrer neunjährigen Tochter und ihrem Klavier für eine arrangierte Heirat mit einem Siedler nach Neuseeland. Für Ada ist das Klavier Ersatz für ihre Stimme und eine Ausdrucksmöglichkeit ihrer Innenwelt. Ihr künftiger Ehemann erkennt die Bedeutung des Instrumentes nicht und lässt es bei Adas Ankunft an der Küste zurück. Sein Nachbar dagegen, der sich in Ada verliebt, merkt, dass der Weg zum Herzen Adas über ihr Klavier führt.

Zoom

FILM- UND VIDEOVERLEIH

Erlachstrasse 21, 3000 Bern 9

Tel. 031/301 01 16

Fax 031/301 28 60



Kes

Regie: Kenneth Loach. Spielfilm, Grossbritannien 1969, 110 Min., 16mm: Fr. 160.-.

Der vierzehnjährige Billy lebt mit seiner geschiedenen Mutter und seinem tyrannischen Bruder im tristen Milieu eines englischen Kohlenreviers. Nach der Schule muss er Zeitungen austragen. Eines Tages entdeckt er ein Falkennest und entnimmt ihm einen Jungfalken. In der Beziehung zum Falken findet er das, was er in seiner Umwelt vermisst.



Höher als der Himmel

Regie: Berit Nesheim. Spielfilm, Norwegen 1993, 89 Min., 16mm: Fr. 160.-.

Die zwölfjährige Mari schliesst Freundschaft mit ihrer eben pensionierten Lehrerin. Diese erzählt Mari von Larsen, der vor über vierzig Jahren ihre große Liebe war. Er hatte sich nach kurzer Zeit zurückgezogen und blieb verschwunden. Aber jedes Jahr zum Geburtstag erhält die Lehrerin eine Karte von ihm, auf der er ihr versichert, er liebe sie «höher als der Himmel». Mari fasst den Entschluss, die beiden noch einmal zusammenzubringen. Bis ihr dies gelingt, erlebt sie mit ihrer Freundin einige Überraschungen.



Lotta zieht um

Regie: Johanna Hald. Spielfilm nach einer Geschichte von Astrid Lindgren, Schweden 1993, 73 Min., 16mm: Fr. 120.-.

Die fünfjährige Lotta zerfetzt ihren ungeliebten, kratzigen Wollpullover mit einer Schere. Als ihr klar wird, dass es deswegen Ärger mit der Mutter geben wird, «zieht sie um». Lotta ist ein ganz besonderes Mädchen und sagt immer: «Das ist merkwürdig mit mir. Ich kann so viel. Ich kann praktisch alles, was ich will». Das beweist sie ihren Eltern, wenn sie nun ganz allein im Estrich der netten Nachbarin, Tante Berg, wohnt, oder wenn sie den einzigen Weihnachtsbaum der ganzen Stadt nach Hause bringt.



Kleine Bande

Regie: Michel Deville. Spielfilm, Frankreich 1983, 91 Min., 16mm, Fr. 160.-.

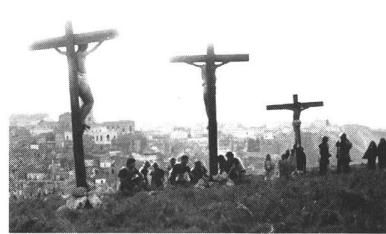
Sieben englische Kinder beschliessen eines Tages abzuhauen. Versteckt in einem Autotransporter Richtung Dover, gelingt es ihnen, den Zoll zu überlisten, und sie überqueren als blinde Passagiere den Ärmelkanal. In Frankreich angekommen, stellen die fröhlichen Schlingel bei ihrer abenteuerlichen Wanderung nicht nur ein ganzes Städtchen auf den Kopf; sie erleben auch böse Überraschungen, doch es gelingt ihnen immer wieder zu entkommen.



Das erste Evangelium Matthäus neue Kopie

Regie: Pier Paolo Pasolini. Spielfilm, Italien/Frankreich 1964, 140 Min., 16mm: Fr. 160.-; Video VHS: Fr. 50.-.

Darstellung des Wirkens und der Botschaft Jesu in Entsprechung zum Text des Matthäusevangeliums. Der Marxist Pasolini versteht diesen Text vor allem auch sozialkritisch. Formal kann er sich nicht immer ganz von einer nazarenerhaften Verbildlichung lösen, doch sein Werk bleibt der erregende Versuch eines geistig-künstlerisch belebten, zeitaktuellen Christusfilms.



► FILMFÖRDERUNG

Kommission dürfte sauer aufgestossen sein, dass die Lorbeeren für erfolgreiche Initiativen weniger an die MEDIA-Chefetage gingen, sondern an die im Auftrag der Kommission handelnden Organisationen. Das bisherige System hatte aber den Vorteil, dass die juristisch unabhängigen MEDIA-Programme, deren Budget nicht nur aus EU-Mitteln stammte, Eigeninitiative entwickeln konnten. Es wird sich weisen, ob die Zentralisation bei MEDIA 2 diese Eigeninitiative bremsen wird.

Schweiz bald als silent partner?

Mit MEDIA 2 will die Europäische Union auch im AV-Bereich über ihre Grenzen hinaus tätig sein. Erste Priorität fällt den assoziierten Ländern Mittel- und Osteuropas zu. Einerseits will die EU diesen Absatzmarkt nicht völlig den US-Majors überlassen. Andrerseits kann das kreative Potential der osteuropäischen Kinematographien über MEDIA 2 gestärkt werden. Da die Schweiz weder den EWR noch Assoziationsverträge mit der EU unterzeichnet hat, fällt sie in die

Kategorie «weitere Länder».

Die MEDIA-Leute in Brüssel seien an einem Wiedereinstieg der Schweiz bei MEDIA durchaus interessiert, versicherte Hans Rudolf Dörig, stellvertretender Direktor des Bundesamtes für Kultur. Die Schweiz sei für die EU-Filmpolitik ein attraktives Land, da bei uns ein im Vergleich zu anderen Ländern breites Angebot an europäischen Filmen zum Publikum kommt. Weil die für Aussenbeziehungen zuständige Generaldirektion I noch kein Verhandlungsmandat erteilt hat, muss sich Hans Rudolf Dörig damit begnügen, die MEDIA-Chefetage über informelle Kontakte «warm zu halten». Das Bundesamt für Kultur will, dass in Brüssel die MEDIA-Ersatzmassnahmen der Schweiz (den Richtlinien von MEDIA folgend erhält die Filmbranche Fördergelder direkt aus der Bundeskasse) und damit das Interesse der Schweiz an MEDIA wahrgenommen werden. «Taktische Rückendeckung» erhielt Hans Rudolf Dörig von den einheimischen Filmverbänden. Zwar sei etliche Kritik gegenüber der geplanten Struktur von MEDIA

2 laut geworden; dennoch stehe die schweizerische Filmbranche geschlossen hinter einem Wiedereintritt bei MEDIA.

Zum Glück gäbe es die trotz Engpässen in der Bundeskasse gesicherten MEDIA-Ersatzmassnahmen, meint Dörig, sonst wäre es um die einheimische Filmbranche bedeutend schlechter bestellt. Die Ersatzmassnahmen haben aber auch europapolitische Bedeutung, weil sie die Arbeit des Eidgenössischen Integrationsbüros erleichtern, wie Ralph Friedländer auf Anfrage bestätigte: Neben dem Ziel des Bundesrates, ein bilaterales Abkommen für den ganzen audiovisuellen Bereich abzuschliessen, ist die Möglichkeit eines inoffiziellen und schrittweisen Einstiegs als silent partner in Griffnähe: Die schweizerische Filmbranche könnte schon bald «projektweise» bei einzelnen Aktivitäten von MEDIA 2 mitmachen, die anfallenden Kosten würden über die Ersatzmassnahmen von der Schweiz getragen. Damit könnte die einheimische Filmbranche wieder von den persönlichen Kontakten innerhalb des MEDIA-Netzwerks profitieren. ■

Inserat

Hier können Sie ZOOM kaufen:

■ **Aachen:** Buchhandlung Backhaus ■ **Aarau:** Bahnhofkiosk ■ **Basel:** Buechlade Theaterpassage, Kino Atelier, Kino Camera, Kino Club, Kino Eldorado, Kino Hollywood, Kino Movie, Kino Plaza, Kioske Bahnhof SBB ■ **Berlin:** Bücherbogen am Savignyplatz ■ **Bern:** Bahnhofkioske/Pressecentren Bern HB, Buchhandlung Stauffacher, Kellerkino, Kino ABC, Kino Camera, Kino Club, Kino Movie ■ **Biel:** Kino Apollo, Kino Lido, Kino Rex ■ **Chur:** Kinocenter Quader - Studio - Stadthof ■ **Hamburg:** Buchhandlung von der Höh ■ **Liestal:** Kino Sputnik ■ **Luzern:** BahnhofkioskWest, Kino Atelier, Kino Limelight, Kino Moderne ■ **Männedorf:** Kino-Videothek Wildenmann ■ **Olten:** Bahnhofkiosk Souterrain ■ **Reinach:** Atelierkino ■ **Schaffhausen:** Kino City, Kino City-Club ■ **Stuttgart:** Buchhandlung Wendelin Niedlich ■ **Thusis:** Kino Rätia ■ **Uster:** Kino Central ■ **Wattwil:** Kino Passerelle ■ **Winterthur:** Kino Loge, Kiosk Hauptbahnhof ■ **Zug:** Kino Gotthard ■ **Zürich:** Bahnhofkioske/Pressecentren Zürich HB und Enge, Buchhandlung Pinkus Genossenschaft, Filmbuchhandlung Rohr, Kino Alba, Kino Filmpodium Studio 4 ■ **und an weiteren grösseren Kiosken und in Pressecentren.**