

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 50 (1998)
Heft: 6-7

Artikel: Gestörtes Verhältnis zu diesem Land und seiner Kultur
Autor: Hoehn, Marcel / Sennhauser, Michael
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-931608>

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: 09.01.2026

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

Gestörtes Verhältnis zu diesem Land und seiner Kultur

Auf Fredi M. Murer und seinem langerwarteten neuen Spielfilm «Vollmond» (ZOOM 3/97) lastete ein hoher Erwartungsdruck. Entsprechend aufwendig und sorgfältig wurde der Film lanciert. Das Publikum hat zurückhaltend reagiert. Aber welches Publikum? ZOOM befragte den Produzenten Marcel Hoehn, der selber auch gerne ein paar Antworten hätte.

Michael Sennhauser

Marcel Hoehn, «Vollmond» wurde mit einem für eine einheimische Produktion ungewohnt grossen Aufwand gestartet. In Zürich, Bern und Basel waren in der ersten Woche sogar je zwei Kopien auf einmal im Einsatz. So werden sonst nur amerikanische Filme lanciert.

Es ist bei keinem Kinostart vorauszusagen, wie gut das Publikum reagieren wird. Und der Doppelstart ergab sich aus unterschiedlichen Gründen. In Zürich hofften wir, mit dem Start bei zwei grossen Kinogruppen, der Kitag und der Commercio Movie AG, dem Film eine Öffnung über das primäre Studiofilm-publikum hinaus zu ermöglichen. Es schien uns gerechtfertigt, zumindest für etwa zwei Wochen in zwei Zürcher Kinos präsent zu sein – was sich denn auch bestätigt hat: In Zürich lief der Film unseren Erwartungen entsprechend, obwohl wir wegen des Grosserfolgs «Titanic» kurzfristig eine Ausweichmöglichkeit suchen mussten, die sich dann mit dem Kino Morgental in Zürich ergab.

In Basel wollten wir der Studiokino AG treu bleiben, die sonst alle unsere Filme spielt. Weil aber nur kleinere Säle zur Verfügung standen, haben wir vorgeschlagen, ebenfalls auf zwei Leinwänden zu starten. Zumindest an den ersten beiden Wochenenden war es jedenfalls hilfreich, auch wenn Basel einmal mehr enttäuschende Zahlen gebracht hat. In Bern wollten wir im Splendid starten, dieses Kino war dann aber wegen der Prolongation eines anderen Filmes nicht verfügbar, und der freie Saal mit 160 Plätzen erschien uns zu klein. So haben wir auch in Bern einen Doppelstart versucht.

Haben Sie befürchtet, dass das durch die breite Publizität geweckte Anfangsinteresse beim Publikum schnell abklingen könnte?

Nein. Grundsätzlich hätten wir lieber grössere Säle gehabt, denn so mussten wir ja drei zusätzliche Kopien einsetzen, ganz zu schweigen vom übrigen Aufwand. Es freut mich aber, dass es uns gelungen ist, «Vollmond» an elf Orten in der Schweiz gleichzeitig zu starten. Aber wir haben «Vollmond» sicher nicht nach der Devise *take the money and run* lanciert. Vom professionellen Marketing her auf mangelndes Vertrauen in den Film zu schliessen, ist absurd. Da spielt eher diese Schweizer Kleinkarierteit, die bei zuviel Medienaufmerksamkeit Verdacht schöpft... Viele Zuschauer am ersten Wochenende erzeugen mehr Interesse bei mehr Zuschauern. Die Promotionsarbeit macht man für die ersten zwei Wochen, nachher entscheidet die Mund-zu-Mund-Propaganda.

Aber die hat offenbar nicht so gespielt, wie Sie sich das erhofften. Und das, obwohl Sie mit professioneller Promotionsarbeit «Vollmond» eine sensationell breite Medienabdeckung geben konnten.

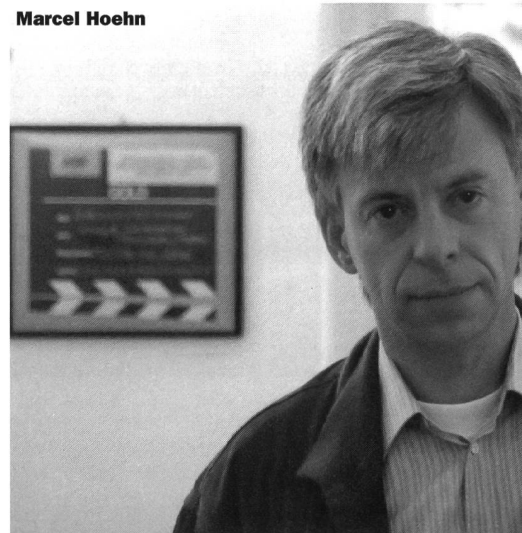
Der Film läuft nicht so erfolgreich, wie wir uns das erhofft hatten, aber er ist auch kein Flop. In der ersten Woche schafften wir es mit 13'000 Eintritten auf Platz fünf der Schweizer Kinohitparade, erhofft hatten wir uns rund 20 Prozent mehr. Bis zum Ende der sechsten Woche kamen wir dann immerhin auf über 50'000 Eintritte. Aber natürlich fragen auch wir uns nach den Gründen, warum der Film hinter den Erwartungen zurückgeblieben ist. Man könnte ganz nüchtern sagen: Es liegt

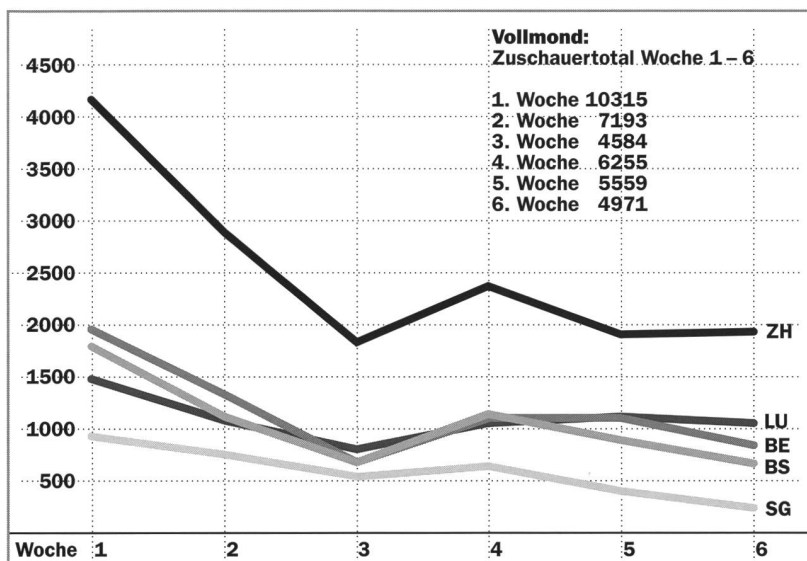
eben am Film, er spricht die Leute zuwenig an. Das mag zutreffen; wir wussten ja, dass «Vollmond» ein anspruchsvoller Film ist: viele Facetten, viele Figuren, keine eindeutigen Identifikationsangebote. Und wenn man einen Film über die Gefährlichkeit der Erwachsenen macht, muss man auch damit rechnen, dass sich ein Teil dieser Erwachsenen weigern wird, sich damit auseinanderzusetzen.

Was mich aber weit stärker beunruhigt, ist der schlechte Ruf der Schweizer Fiktion, ich betone «Fiktion», weil wir vom Kinopublikum reden und nicht von einem *special interest public*. Wenn Leute sagen, sie hätten sich erst wieder daran gewöhnen müssen, dass da auf der Leinwand Dialekt geredet werde, dann frage ich mich schon, wo wir eigentlich hin-

«'Vollmond' ist ein Film, wir schweizerischer gar nicht

Marcel Hoehn





Die Zahlen und die Tabelle zeigen die Anzahl Zuschauerinnen und Zuschauer in den sogenannten «Schlüsselstädten» Zürich, Basel und Bern – sowie Luzern und St. Gallen. Bemerkenswert sind zwei Umstände: Der «Wetterknick» am dritten Wochenende – Der erste Frühlingsausbruch liess die Besucherzahlen drastisch zurückgehen. Schönes Wetter wirkt sich in der Regel für die meisten Kinos negativ aus, auch wenn es «wetterfeste» Filme wie etwa die «Titanic» zu geben scheint. Luzern erzielte mit einem Angebot von 160 Plätzen ähnliche oder bessere Zahlen als Bern und Basel mit je mehr als 300 verfügbaren Plätzen.

geraten sind. Ich meine, das irgendwie gestörte Verhältnis, das breite Kreise seit einigen Jahren zu diesem Land haben, das wirkt sich auch im Kulturbereich aus. «Vollmond» ist ein Film, wie er schweizerischer gar nicht sein könnte, und das in einem spannenden Sinn. Aber die Leute scheinen sich für diese Auseinandersetzung überhaupt nicht mehr zu interessieren.

Dem Film fehlt vor allem das junge Publikum.

Es gab Mittelschüler, die eine Woche nach dem Filmstart noch nie auch nur den Titel «Vollmond» wahrgenommen hatten. Und das bei der Medienabdeckung, die wir hatten! Wie um Himmelswillen sind denn diese Jungen überhaupt zu erreichen? Lesen ist ganz offensichtlich nicht ihr Ding, und die elektronischen Schweizermedien dringen auch nicht bis zu ihnen vor. Vielleicht haben wir längst ein völlig falsches Bild von der Reichweite unserer Medien? Das ist möglicher-

weise eine der längst fälligen Untersuchungen, die wir mit dem Filmzentrum oder der Sektion Film beim Bund angehen müssten. Wir haben über vierzig Briefe an Mittelschulen verschickt. Aber ob das zu etwas geführt hat, wissen wir natürlich nicht. Vielleicht wirkt sich auch das «Label» Schweizer Film negativ aus. Es gibt ja auch eine Art «Gettoisierung» aus lauter Wohlwollen. Und die Idee, dass wir unsere Jungen quasi «von aussen», über Werbung in den deutschen Privat-TV-Stationen abholen müssten, ist mir auch schon gekommen. Aber das könnten wir uns schlicht und einfach nicht leisten.

Was mich irritiert: Warum läuft der Film in Zürich von Anfang an gut, im deutlichen Gegensatz zu Bern oder Basel? Warum kommen gerade aus Orten wie Luzern erstaunliche oder aus Biel niederschmetternde Zahlen? Es ist ja nicht anzunehmen, dass die 250'000 Menschen, die vor 13 Jahren «Höhenfeuer» gesehen haben, jetzt nicht mehr ins Kino gehen, bloss weil sie 13 Jahre älter geworden sind. Wenn nur die Hälfte von denen neugierig genug wäre auf den neuen Film von Murer, könnten wie andere Zahlen erreichen. ■

IN KÜRZE

Neuer Direktor im Filmzentrum

Per 1. August wird der 36jährige Zürcher **Michael Schiow** Kathrin Müller als Direktor des Schweizerischen Filmzentrums in Zürich ablösen. Das Filmzentrum ist beauftragt mit der Promotion des Schweizer Films. In ihrer fünfjährigen Amtszeit hat Kathrin Müller einige neue Ziele gesetzt, nicht zuletzt im Hinblick auf die Inlandpromotion. Schiow



hat in Paris Filmwissenschaft studiert und dort seit 1982 verschiedene Funktionen im filmkulturellen Bereich wahrgenommen.

Studie zur Wirtschaftlichkeit der Filmförderung

Der Verein «Zürich für den Film» hat zusammen mit «Fonction: Cinéma» in Genf das Projekt einer Studie zum «Film als Wirtschaftsfaktor» entwickelt. Die Studie soll den wirtschaftlichen Multiplikatoreffekt jedes einzelnen Förderfrankens sowie die Auswirkung der Förderung auf Beschäftigungslage und Arbeitslosenzahlen untersuchen. Finanziert werden soll die Studie von den interessierten Branchenverbänden sowie von den betroffenen Förderstellen von Bund, Kantonen und Gemeinden. Erste Zwischenergebnisse sollen im September vorliegen, die Präsentation der gesamten Studie ist auf Frühjahr 1999 vorgesehen.

Eigener Saal für Stadtkino Basel

Das aus «Le Bon Film», dem ältesten Filmklub der Schweiz, hervorgegangene Basler Stadtkino kann am 1. September in der Kunsthalle Basel ein eigenes Kino eröffnen. Bisher zeigte das Stadtkino seine Filmreihen und Spezialvorstellungen an einzelnen Tagen in Untermiete im Kino Camera. Finanziert wird der Kinobau (99 Plätze) in der Kunsthalle von der Christoph-Merian-Stiftung. Im Gegensatz zum Zürcher Filmopodium, das von der Präsidialabteilung betrieben wird, arbeitet das Stadtkino auf Vereinsbasis, vergleichbar mit dem Zürcher Xenix. Die städtischen Subventionen decken rund vierzig Prozent der jährlichen Betriebskosten. Eröffnet wird mit einer Reihe zum Thema «Film und Kino im Film».



MUTTER UND SOHN

ein Film von
Aleksandr Sokurov

Aleksandr Sokurov gilt
als der wichtigste
russische Filmemacher
unserer Zeit.
Einer seiner grossen
Förderer war Andrej
Tarkowskij, als dessen
filmischer Nachfolger
Sokurov heute weltweit
genannt wird.

Wir von **LOOK NOW!**
freuen uns, dass wir sei-
nen hochgelobten neue-
sten Spielfilm MUTTER
UND SOHN in die Kinos
bringen dürfen.
(ab Ende Mai)

Und wir freuen uns,
dass das Filmpodium in
Zürich und die Ciné-
mathèque in Lausanne
den eigenwilligen Film-
künstler mit einer HOM-
MAGE AN SOKUROV
ehren. (Im Juni)

Мать и сын

Zoom K&M

Kommunikation und Medien

am 3. Juli 1998 kommt Nr. 11

Medienordnungen

mit Auslegeordnung und
Bastelanleitungen für die
Medienpolitik

ZOOM K&M, Postfach, 8026 Zürich

Tel 01-299 33 11 Fax 01-299 33 91

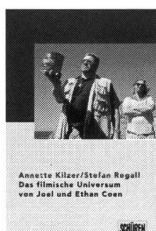
Einzelheft Fr. 15.–

Abo für zwei Ausgaben Fr. 28.–

http://

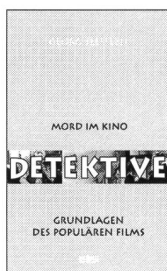
www-zoom.ch

Heim-Kino



Kilzer/ Rogall
Das filmische
Universum von
Joel und Ethan Coen,
208 Seiten,
über 100 Abb., Pb.,
DM 28.–
(ÖS 204/SFr 26.–)
ISBN 3-89472-306-8

Mit biographischen Essays zu den Filmen,
einem aktuellen Interview und vielem mehr
„ein besonderer Leckerbissen“
Bravo TV-Online



Georg Seeßlen
Detektive
Mord im Kino
(Grundlagen des
populären Films)
300 Seiten, geb.,
zahlr. Abb. DM 38.–
(ÖS 277/SFr 35.–)
ISBN 3-89472-425-0

Seeßlen spannt den Bogen von den Anfängen
des Genres mit Sherlock Holmes und Agatha
Christie bis zum Film Noir

www.schueren.de SCHÜREN Deutschausstraße 31
-verlag.de 35037 Marburg

Hier können Sie ZOOM kaufen:

Aarau: Bahnhofskiosk, Kino Freier Film ■ Appen-
zell: Buchladen Carol Forster ■ Ascona: Buch-
handlung al puntel ■ Baden: Bahnhofskiosk,
Pressecenter Metro ■ Basel: Buchlade Theater-
passage, Kino Atelier, Kino Camera, Kino Club,
Kino Hollywood, Kino Movie, Kioske Bahnhof
SBB ■ Berlin: Bücherbogen ■ Bern: Buchhand-
lung Jäggi im Loeb, Buchhandlung Stauffacher,
Kino ABC, Kino Camera, Cinématte, Kellerkino,
Kino Movie, Kioske Bahnhof/Pressecenter
Hauptbahnhof ■ Biel: Kino Apollo, Kino Lido,
Kino Rex ■ Chur: Buchhandlung Schuler, Kino-
center Quader-Studio-Stadthof ■ Frankfurt:
Buchhandlung Drehbuch im Filmmuseum ■
Freiburg (CH): Bahnhofskiosk ■ Freiburg (D):
Buchhandlung Rombach ■ Genf: Buchhandlung
Literart ■ Hamburg: Buchhandlung von der Höh
■ Liestal: Kino Sputnik ■ Luzern: Buchhandlung
Alter Ego, Kino Limelight, Kino Atelier ■ Olten:
Bahnhofskiosk Souterrain ■ Reinach: Atelierkino
■ Schaffhausen: Kino City ■ Solothurn: Bahn-
hofkiosk Perron 1, Buchhandlung Lüthy AG ■
St. Gallen: Buchhandlung Comedia, KinoK ■ St.
Moritz: Buchhandlung Wega ■ Stuttgart: Kino
Wendelin Niedlich ■ Thuis: Buach- und Platta-
lada Kunfermann ■ Uster: Kino Central ■ Watt-
wil: Kino Passerelle ■ Weinfelden: Buchhand-
lung Akzente ■ Winterthur: Bahnhofskiosk ■
Zug: Kino Gotthard ■ Zürich: Bahnhofskiosk/
Pressecentren Zürich Hauptbahnhof und Enge,
Buchhandlung Sec 52, Filmbuchhandlung Rohr,
Filmpodium Studio 4, Kino Alba, Kino Morgen-
tal, Kino Xenix ■ ...und an weiteren grösseren
Kiosken und in Pressecentren.