

**Zeitschrift:** Zoom : Zeitschrift für Film  
**Herausgeber:** Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst  
**Band:** 51 (1999)  
**Heft:** 2

**Artikel:** "Wir organisieren den Marktplatz, nicht das Filmangebot"  
**Autor:** Probst, Beki / Sennhauser, Michael  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-931782>

### **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:** 28.02.2026

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

# «Wir organisieren den Marktplatz, nicht das Filmangebot»

Filmmärkte sind die professionell-kommerziellen Standbeine vieler Festivals. Sie sorgen für die Anwesenheit der Industrie und der Einkäufer für Verleih und Fernsehen. Seit elf Jahren ist die Berner Kinofrau Beki Probst verantwortlich für den Markt der Berliner Filmfestspiele und hat sich international einen Ruf als Top-Spezialistin erarbeitet.

Michael Sennhauser

**F**rau Probst, hauptberuflich programmieren Sie die Kinos der Berner Quinnie Cinema Films AG, zusammen mit ihrem einstigen Ehemann Roland Probst. Wie kommt eine Schweizer Kinofachfrau dazu, einen der wichtigsten Filmmärkte der Welt – nämlich denjenigen der Berliner Filmfestspiele – zu leiten?

Nun, das hängt – wie so manches in dieser verrückten und schnellen Branche – mit einer Reihe von Zufällen zusammen. Ich war ursprünglich Journalistin in meiner Heimat, der Türkei. Durch meine Heirat kam ich in die Schweiz und ins Kinogeschäft. Moritz de Hadeln, den heutigen Chef der Berliner Filmfestspiele, habe ich kennengelernt, als er noch künstlerischer Direktor des Filmfestivals von Locarno war. Mein damaliger Mann war Mitglied seiner Filmauswahl-Kommission. Als de Hadeln zum Direktor der Berliner Filmfestspiele gewählt wurde, begann er, ein weltweites Mitarbeiternetz aufzubauen. Er bat mich, die Berliner Kontakte zur damals blühenden türkischen Filmszene sicherzustellen. Und einige Jahre später «hängte» er mir dann noch Griechenland an ...

**Eine etwas paradoxe Kombination. Sie müssen ziemlich erfolgreich gewesen sein auf diesem heiklen kommerziell-künstlerisch-diplomatischen Parkett.**

In jedem Türken steckt ein Grieche und umgekehrt ... Die Spannungen zwischen diesen Ländern haben viele Wurzeln, nicht zuletzt in den Gemeinsamkeiten. Und künstlerisch war das damals eine fruchtbare Zeit, sowohl für den türkischen wie auch für den griechischen Film.

**Doch es ist noch ein weiterer Schritt von der Festival-Ambassadorin zur Managerin eines ganzen Filmmarktes. Da wurden dann vor allem auch Kontakte zur Industrie wichtig.**

Ich hatte in Locarno angefangen, die «Trade Show» zu organisieren, jene Filmvorführungen, an denen die Schweizer Verleiher den Kinobetreibern ihre neuen Produkte vorstellen. Für mich war das damals ein Sprung ins kalte Wasser. Im internationalen Vergleich war es natürlich nie eine grosse Veranstaltung, auch wenn sie sich zwischendurch immer wieder einmal *marché du film* nannte – einfach, weil sich der Locarneser Festivalpräsident Raimondo Rezzonico eben auch immer einen Filmmarkt für sein Festival gewünscht hat.

**Und dann hat Sie de Hadeln nach Berlin geholt?**

Ja. Die Dame aus Schweden, die den Berliner Markt aufgebaut hatte, hatte Appetit auf mehr bekommen und sich für den Job von Moritz de Hadeln beworben. Sie hatte mächtige Unterstützung vom damaligen Berliner Kultursenator, unterlag bei der Wahl aber dann doch. Danach hat sie noch ein Jahr weitergemacht, aber das muss ein unangenehmes Jahr gewesen sein – für sie und für Moritz de Hadeln.

**Schliesslich untersteht der Filmmarkt ihm als Direktor. Und Moritz de Hadeln gilt einerseits als geschickter Taktiker, hat aber auch den Ruf der Unzimperllichkeit. Sie organisieren den Filmmarkt nun zum elften Mal. Zehn Jahre Frieden und Eintracht?**

Es gab vor ein paar Jahren einen kleinen Unterbruch. Für zwei Monate hatte ich den «Bettel» hingeschmissen, aber am Filmfestival von Cannes haben wir uns wieder gefunden. Und seither läuft eigentlich alles ziemlich gut.

**Moritz de Hadeln war eine Weile auf die Schweiz gar nicht gut zu sprechen. Das hing mit den Schwierigkeiten mit dem Dokumentarfilmfestival von Nyon zusammen, das er einst geleitet hatte und dann lange Jahre seine Frau Erika, bis zu ihrem erzwungenen Rücktritt 1994. Hatte Ihr Unterbruch damit zu tun?**

Schon möglich ... Das sind komplizierte Geschichten. Und Festivalarbeit hat eben immer auch mit Herzblut zu tun und hin und wieder mit Einflussgerangel. Ich habe acht Jahre lang für das Filmfestival von Genf gearbeitet; die Idee, Nachwuchsschauspieler statt Filme auszuzeichnen, kam von mir. Aber als der ursprüngliche Generalsekretär und jetzige Direktor der Veranstaltung dann meinen Job wollte, habe ich mich nicht auf Machtkämpfe eingelassen und das Feld geräumt.

**Das Festival von Genf hat sich international nicht durchsetzen können und bekommt vom Bund auch keine Unterstützung mehr. Es ist für den Schweizer Film keine Drehscheibe geworden wie die Solothurner Filmtage, das Festival von Locarno oder Nyon.**

Die Idee der «Étoiles de demain» war damals völlig neu und wirklich gut, davon bin ich überzeugt. Heute werden an allen Ecken und Enden Nachwuchsschau-



Beki Probst

© Michael Sennhauser

## «Festivalarbeit hat immer auch mit Herzblut zu tun und hin und wieder mit Einflussgerangel»

spieler ausgezeichnet, als nationale Promotionsplattform hat sich das beispielsweise in Deutschland, Frankreich und Grossbritannien etabliert.

**Als Marktchefin in Berlin sind Sie zuständig dafür, der Industrie, den Produzenten sowie den Einkäufern eine möglichst attraktive Infrastruktur zur Verfügung zu stellen, und stehen dabei unter sehr grossem Konkurrenzdruck.**

Allerdings. Auf manche Dinge hat man Einfluss, auf andere gar nicht. Neben der Mifed in Mailand, dem Markt am Festival in Cannes und dem American Filmmarket in Los Angeles hat sich der Berliner Filmmarkt aber durchsetzen können. Nicht zuletzt, weil ich von Anfang an rigoros auf Kooperation hingearbeitet habe. Der American Filmmarket schliesst ja mittlerweile unmittelbar an Berlin an – früher war er praktisch zeitgleich. So haben wir uns zusammengesetzt und viel diskutiert. Heute funktioniert alles bestens. Viele Produzenten hatten Angst, ihre Kopien von Berlin nicht rechtzeitig nach Los Angeles schicken zu können, und der American Filmmarket hat eine ziemlich strenge Politik, verhängt Bussen für zu spät eintreffende Kopien. Wir ha-

ben einen konkurrenzlos günstigen Transportservice auf die Beine gestellt. Kopien, die bei uns auf dem Markt gezeigt werden, spedieren wir von uns auf Wunsch direkt nach Los Angeles. Das ist ein sehr bequemes und günstiges Angebot an die Verkäufer.

**Kooperation hat sich also bewährt. Aber das ändert nichts daran, dass es mittlerweile zu viele Festivals und zu viele Märkte gibt. Die Profis haben schon gar nicht mehr die Zeit, überall hinzureisen.**

Ganz klar. Ich habe mich daher trotz zweimaliger Anfrage nicht dazu entschliessen können, auch für das Festival von Venedig einen Markt aufzubauen. Venedig braucht das einfach nicht. Zudem hat das Medium Video dazu beigetragen, dass viele Filme gar nicht mehr an den Festivals und auf Märkten angesehen werden. Dafür sind die Märkte als Treffpunkt für Verhandlungen immer gefragter. Und während ein Festivaldirektor verantwortlich ist für die Filmauswahl, haben wir keinen Einfluss auf das effektive Angebot auf dem Weltmarkt. Es gibt flauere Jahre, in denen einfach wenig spannende Filme zur Verfügung stehen. Das ist dann ein Problem für die Festivals, wie

### IN KÜRZE

#### Francis Reusser in Berlin

Die Ramuz-Verfilmung «La guerre dans le haut pays» von Francis Reusser ist für den Wettbewerb der Berliner Filmfestspiele (10. bis 21. Februar) selektioniert worden. Damit findet sich zum ersten Mal seit mehr als fünf Jahren wieder ein «echter» Schweizer Spielfilm im Berliner Wettbewerb (im Vergleich zu Ko-Produktionen wie Dani Levys «Stille Nacht», 1996, oder Krzysztof Kieslowskis «Trois couleurs. Bleu», 1994). Der Film von Reusser ist auch die offizielle Schweizer Eingabe im Rennen um die Oscar-Nominations als bester nicht-englischsprachiger Spielfilm. In der Deutschschweiz wird «La guerre dans le haut pays» voraussichtlich im März in die Kinos kommen.

#### Vorläufig keine Aufstockung des Filmkredits

Mit 90 zu 65 Stimmen hat der Nationalrat in der Budgetdebatte 1999 einen Antrag von Nationalrätin Ruth-Gaby Vermot-Mangold (SPS) um eine Erhöhung des Filmkredits um eine weitere Million abgelehnt. Damit ist das «Quantensprung»-Projekt der Sektion Film des Bundesamtes für Kultur merklich abgebremst worden. Dabei hat schon der ordentliche Filmkredit 1998 nicht bis zum Ende des Jahres ausgereicht, nicht zuletzt aufgrund grösserer Spielfilmprojekte, die früher als erwartet in Produktion gingen. Gemäss Bundesrat Kaspar Villiger sei aber zumindest das Problem erkannt, dass die Schweiz weniger in die Filmkultur investiere als die Nachbarländer.

sich im letzten Mai in Cannes gezeigt hat. Aber mir tut es in solchen Fällen weh, wenn die Branchenblätter dann noch die Märkte dafür verantwortlich machen, dass das Angebot dünn ist; wir organisieren den Marktplatz, nicht das Filmangebot.

**Dieses Jahr findet der Berliner Markt zum letzten Mal im Cinecenter an der Budapester Strasse statt. Im nächsten Jahr sind Sie – wie der Rest des Festivals – im neuen Zentrum am Potsdamer Platz.**

Ich hoffe, die Infrastruktur wird da besser sein. Platz werden wir jedoch nur wenig mehr zur Verfügung haben. Zudem bin ich eine *grande sentimentale*, und so werde ich die Lage im Zentrum schon auch vermissen – und die Aussicht aus meinem Büro, direkt auf die Gedächtniskirche und auf die Affen im Berliner Zoo auf der anderen Seite des Gebäudes. ■