

Zeitschrift: Filmbulletin : Zeitschrift für Film und Kino
Herausgeber: Stiftung Filmbulletin
Band: 64 (2022)
Heft: 402

Artikel: Festivals, dann das Aus? : Vom Zyklus des Kurzfilms
Autor: Artelt, Philip
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1035295>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 02.04.2025

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

TEXT Philip Artelt

Die Internationalen Kurzfilmtage Winterthur zeigen, was diese Kunstform alles kann. Nach dem Ende des Festivals verschwinden Kurzfilme aber oft gleich wieder aus dem Blickfeld. Warum eigentlich?

Festivals, dann das Aus? Vom Zyklus des Kurzfilms

Es war etwas Besonderes, dieser Sonntag Mitte Oktober 2020. Besonders deshalb, weil sich inmitten der Coronakrise ein kleines Zeitfenster öffnete, ein paar Wochen, in denen die Menschen wieder ins Kino gehen konnten. Besonders aber auch wegen des Films, der im französischen Lyon an jenem 18. Oktober gezeigt wurde. Im Hangar du Premier-Film, da, wo die Erfinder des Kinos, die Brüder Lumière, 1895 ihr Erstlingswerk La sortie de l'usine Lumière à Lyon (Arbeiter verlassen die Lumière-Werke) drehten und heute eine der renom-

miertesten Kinematheken Frankreichs beheimatet ist, fand die Frankreich-Premiere des neuen Films von Pedro Almodóvar statt: The Human Voice, ein Film über eine gescheiterte Beziehung und über das Filmbusiness, mit Tilda Swinton in der Haupt- und überhaupt beinahe der einzigen Rolle. The Human Voice, ein 30-minütiger Kurzfilm.

Eigentlich war Wong Kar-wais In the Mood for Love als Abschlussfilm des Festival Lumière vorgesehen. Aber als sich die Chance ergab, stattdessen Almodóvars

The Human Voice 2020, Pedro Almodóvar





The Human Voice 2020, Pedro Almodóvar

Film zu zeigen, warf das Team um Festivaldirektor Thierry Frémaux kurzerhand Wong aus dem Programm. Selten hat ein Kurzfilm in den vergangenen Jahren so viel Aufregung in der Branche erzeugt. Die internationale Presse schrieb darüber, in Spanien lief The Human Voice sogar im Kino an.

Ein regulärer Kinostart für einen Kurzfilm – sowas hatte es schon lange nicht mehr gegeben. «Mit Eintritt!», kann es John Canciani kaum fassen. Canciani ist künstlerischer Leiter der Internationalen Kurzfilmtage Winterthur. Die Festivals sind die wichtigsten Abspielorte für Kurzfilme, und Winterthur wiederum ist das wichtigste dieser Kurzfilmfestivals in der Schweiz. Das weltweit renommierteste findet 500 Kilometer entfernt im französischen Clermont-Ferrand statt. Während die Kurator:innen dort eher auf klassisches Geschichtenerzählen setzen und sich die Festivalmacher:innen im deutschen Oberhausen die abgefahreneren Filme herauspicken, liegt Winterthur programmatisch irgendwo dazwischen. «Ich will nicht 16 Stutz für eine Miniversion dessen verlangen, was man täglich konsumieren kann», meint Canciani und hebt damit gleich einen Unterschied zu den im Kino und inzwischen auch online omnipräsenten Langfilmen hervor. Winterthur will sich abgrenzen vom Mainstream, will Filme zeigen, die nicht nur eine Kurzversion einer Geschichte wiedergeben,

die genauso gut oder sogar besser im Langformat hätte laufen können. Das Publikum bei Kurzfilmfestivals sei eben anders, es komme weniger auf Premieren an, die Besucher:innen möchten einfach gute Filme sehen. Thematische Programme, Schwerpunkte um Regionen und Personen, historische Kurzfilme, das bekomme man bei den Festivals von Cannes über Berlin bis Locarno so kaum geboten. Deren Kurzfilmsektionen sieht Canciani eher als Talentplattformen für spätere Langfilmmacher:innen.

Kurzfilmfestivals sind wichtig für die Branche. Die meist jungen Filmschaffenden verdienen daran, wenn ihre Produktionen dort gezeigt werden. In den Hinterzimmern und Konferenzräumen tummeln sich Einkäufer:innen, Verleiher:innen und Promoter:innen, die um Produktionen, Rechte und Lizenzzahlungen verhandeln. Denn der Kurzfilm hat auch ausserhalb der Festivals einen Markt.

Mit Stirnlampe vorm Stammpublikum

Einen gar nicht mal so schlechten, wenn man Matthias Damm sprechen hört. Damm leitet das Casablanca, ein kleines Programmokino im süddeutschen Nürnberg. Das Casablanca gilt als eines der engagiertesten Kinos

im Kurzfilmbereich. Jeden Monat an einem Freitag wird dort ein abendfüllendes Kurzfilmprogramm gespielt, jeden Tag läuft vor den längeren Filmen ebenfalls ein Kurzfilm. Das Publikum habe man sich über die Jahre seit der Kinoübernahme 2009 aufgebaut, berichtet Damm. Es sind vor allem junge Leute, viele Studierende. Waren es am Anfang noch zehn bis 20 Besucher:innen, so seien die Vorstellungen inzwischen teilweise ausverkauft.

Ein Selbstläufer sei das nicht. Es macht Arbeit, die Filme auszusuchen, auch wenn die Kurzfilmverleihe bereits Vorschläge machen. Als Vorfilm für Where the Crawdads Sing empfiehlt die Kurzfilmagentur Hamburg beispielsweise drei Filmchen, die sich mehr oder weniger abstrakt den Themen Natur, Tiere und Wasser widmen. Die Kurzfilmabende im Casablanca werden moderiert, die Moderator:innen tragen dabei Stirnlampen – ein Running Gag aus der Zeit, als das Kino noch keine ordentliche Beleuchtung hatte, der heute zum Gemeinschaftsgefühl unter den Stammgästen beiträgt. Es macht ausserdem Arbeit, die Förderung zu beantragen, die die Filmförderungsanstalt (FFA) als nationale Geldgeberin für Kurzfilmpräsentationen bereitstellt. Vorfilme kosten Geld, sie stehlen Werbezeit, der oder die Vorführer:in muss dafür länger bleiben, und sie bringen nichts ein, so der allgemeine Tenor. «Vorfilme kosten fast nichts», sagt Kinochef Damm hingegen mit Verweis auf die «lukrative Förderung».

Rund 100 Kinos, Vereine und Initiativen beantragten im Jahr vor der Corona-Krise die Vorfilmförderung, rund 40 die Förderung ganzer Kurzfilmprogramme. Beim Filmverleih der Kurzfilmagentur Hamburg spricht man schon von einem Trend im vergangenen Jahrzehnt: Die Zahl der Kinos und Festivals habe sich nach der Einführung des aktuellen Fördermechanismus etwa verdoppelt, die Anzahl der Zuschauer:innen sei von 850 000 auf knapp eineinhalb Millionen gestiegen.

In der Schweiz blicken Kurzfilmfreund:innen mit Neid auf diese Zahlen. «Als ich jung war, gab es immer einen Vorfilm», erinnert sich Sylvain Vaucher von Swiss Films, jener Stiftung, die sich im Auftrag des Bundes für die Bekanntheit des Schweizer Films im Ausland einsetzt, «aber dann ist das weggefallen – und niemand hat etwas gesagt.» Dass Vaucher jung war, ist gar nicht furchtbar lange her – irgendwann in den Neunzigerjahren war das, und noch heute erinnert er sich an die bunten, dreidimensionalen Bildwelten, die der Filmkünstler Georges Schwizgebel damals per Hand mit Farbe und Pinsel in kurze Animationsfilme verwandelte. Die Förderung für Kurzfilmvorführungen sei weggefallen und mit ihr auch die Vorführungen selbst. Es sei eine politische Sache, dass die Sichtbarkeit des Kurzfilms nicht gefördert werde, so Vaucher. Beim

Bundesamt für Kultur bestätigt man das Aus der Subventionen vor einigen Jahren und begründet dies mit den immer enger getakteten Werbeblöcken vor den Hauptfilmen. Die reiche Schweiz, die bei Festivals im Ausland regelmässig ein fantastisches Kurzfilmprogramm abliefert, vergibt die Chance zuhause.

Es flimmert kaum

Im Fernsehen sieht es ähnlich mau aus. Während die Schweizer:innen neidisch auf die Deutschen blicken, blicken die Deutschen voller Neid auf Frankreich. Dort kaufen nicht nur der deutsch-französische Kultursender Arte und das öffentlich-rechtliche Fernsehen Kurzfilme an, sondern auch grosse private Anbieter. Im Jahr 2019 hat der Sender Canal+ 84 Kurzfilme gekauft, dazu sponsert er Festivals und Kurzfilmpreise und finanziert Kurzfilmproduktionen.

Canal+, ein Pay-TV-Sender, gilt seit jeher als grosser Förderer des Kinos, aber es sind auch die Französ:innen selbst, die zu diesem Erfolg des Kurzfilms beitragen. Frankreich hat eine Kinokultur, die weltweit ihresgleichen sucht; anspruchsvoller Film geniesst in der Bevölkerung einen Stellenwert, der nahe an den von Literatur herankommt. Diese Kinokultur spiegelt sich in den Gesetzen zur Förderung der heimischen Filmwirtschaft. Fernsehsender sind zur Finanzierung von Filmen, darunter auch Kurzfilmen, verpflichtet. Wo es Geld und Bedarf nach guten Inhalten gibt, steigen die Preise. «Die Franzosen zahlen am meisten für einen Kurzfilm im Fernsehen», schwärmt Stine Wangler von der Kurzfilmagentur Hamburg. Die französische Filmförderungsbehörde CNC bestätigt dies in ihrem jährlichen Kurzfilmbericht. In Deutschland seien die Preise weitaus niedriger, weil die Konkurrenz fehle. Die wenigen Käufer:innen können die Preise diktieren.

Tatsächlich flimmern in Deutschland Kurzfilme nur auf wenigen Sendern und dann meist irgendwann in der Nacht über den Bildschirm. Und in der Schweiz flimmern sie so gut wie gar nicht. Sylvain Vauchers geliebte Schwizgebel-Filme haben stattdessen einen Platz auf Play Suisse gefunden, dem Streamingportal des Schweizer Fernsehens. Dort heisst es, die Kurzfilme würden von den Abrufzahlen her eher ein Nischenpublikum ansprechen, man könne ihnen jedoch eine bessere Sichtbarkeit bieten als im Fernsehen, wo es keine eigenen Sendeplätze dafür gibt.

Dabei müsste Streaming eigentlich die Zukunft des künstlerisch ambitionierten Kurzfilms sein, in unserer schnelllebigen Welt, mit Jugendlichen, die durch Youtube, Tiktok und Serienepisoden auf Kurzformate hin trainiert sind; der schnelle Kurzfilm für zwischendurch im Tram oder am Arbeitsplatz. Tatsächlich haben Streamingportale während der Coronapandemie auch bei Kurzfilmen ordentlich zugelegt. Es ist aber noch zu



Ala Kachuu – Take and Run 2020, Maria Brendle

früh, von einem anhaltenden Trend zu sprechen. Kurzfilmvertriebe klagen, dass die Streaminganbieter trotz des Booms der vergangenen zwei Jahre sehr wenig für die Filmlizenzen bezahlten. Konkrete Abrufzahlen erfährt man von den Anbietern kaum, doch es drängt sich der Schluss auf, dass die Menschen zwar gerne Kurzfilme schauen, aber nicht extra dafür bezahlen wollen. Während Netflix, Amazon und Disney+ ihre Preise regelmässig erhöhen, hat der Schweizer Kurzfilmstreamingdienst Sofy.tv den Preis des Abonnements mehr als halbiert. Freiwillig macht das wohl kein Anbieter. Bei Sofy.tv setzt man inzwischen eher auf Partnerschaften mit Herstellern von Fernsehern. Auf deren Geräten kann man seit 2020 einen linearen Fernsehkanal nur mit Kurzfilmen sehen, kostenlos, dafür werbefinanziert. Stine Wangler von der Kurzfilmagentur hebt noch eine weitere Herausforderung für Streamingdienste hervor: Es sei schwierig, Leute dazu zu bringen, einen Kurzfilm anzuklicken. «Serien sind beliebt, weil man vorher weiss, was man anschaut. Beim Kurzfilm weiss man das nicht.»

Klaus geht in der Schule viral

Andersherum formuliert heisst das: Ein Kurzfilm kann positiv überraschen. Dann kann er viral gehen und einen ungeahnten Erfolg haben. In Hamburg erinnern sie sich gut an den erfolgreichsten Kurzfilm, den sie jemals vertrieben haben: Staplerfahrer Klaus, eine blutige Komödie über die Tücken und Gefahren im Leben eines Gabelstaplerfahrers. Der Film stammt aus dem Jahr 2000, lange bevor «viral» zum Buzzword wurde. Er feierte eine Karriere in Cannes, im Internet und in Berufsschulen beim Thema Arbeitssicherheit.

Genau da sieht Barbara Kamp die Zukunft des Kurzfilms. Ihr Unternehmen Methode Film verkauft seit bald zwei Jahrzehnten Kurzfilme an Bildungseinrichtungen und Medienzentren in Deutschland, die früheren «Kreisbildstellen». Das Format sei ideal für eine Schulstunde, sagt sie: «Von der Dramaturgie und erzählerischen Verdichtung her ist Kurzfilm etwas, was man in der Zeit auch mehrfach anschauen kann.» Langfilme würden in der Bildungsarbeit anhand von Filmausschnitten analysiert, «aber es sind eben nur Ausschnitte».

Kamp beklagt, dass genau diese Analyse, das Stilistische, in der Schule noch zu kurz komme. Sachfilme über den Wabenbau der Biene liefen besser als Künstlerisches, Kurzfilm spiele in den Lehrplänen nur eine Nebenrolle. Anders

als Literatur sei Film für viele Lehrende immer noch Unterhaltung. «Und das, was die Kinder gut finden, steht selten im Zentrum schulischen Lernens.» Aber dann berichtet Kamp auch von Lehrer:innen, die überrascht und begeistert sind, wenn sie ihnen einen Kurzfilm vorführt und die Möglichkeiten eröffnet. Aber viel Arbeit sei das; Kamp erstellt Unterrichtsmaterialien und moderiert Veranstaltungen. Bis zu fünf Filme nimmt sie jährlich in ihren Katalog auf. Die Filmemacher:innen freut es, denn im Bildungsbereich werden vergleichsweise gute Preise gezahlt.

Auf dem roten Teppich zum Sprungbrett

Viele Kurzfilmschaffende haben dieses Glück nicht. Sie arbeiten für wenig Geld, aus Idealismus und manchmal für Ruhm und Ehre. Während Hollywood und die Welt einmal im Jahr auf den roten Teppich schauen, über den die Stars Richtung Oscar-Verleihung stolzieren, vergisst man gerne, dass hier ein paar Minuten vorher bereits die Nominierten der Kurzfilm-Oscars geschlendert sind. «Am Anfang hat man grossen Respekt vor dem roten Teppich, aber man gewöhnt sich erstaunlich schnell daran», erinnert sich die Filmproduzentin Nadine Lüchinger von der Zürcher Filmgerberei an jene Nacht im März 2022, als sie gemeinsam mit Regisseurin Maria Brendle den Kurzfilm Ala Kachuu – Take and Run in Hollywood vertreten durfte. Ein Riesenerfolg, selbst wenn der Film am Ende nicht



Staplerfahrer Klaus 2000, Stefan Prehn, Jörg Wagner

gewann. Vorausgegangen war dem eine aufwändige und teure Kampagne. Ein PR-Experte wurde gebucht, es gab Trailer, eine Social-Media-Strategie, sogar eine Anzeige in der renommierten Branchenzeitschrift «Variety» schalteten sie. Die meisten Mitglieder der Academy hätten keine Zeit, sich mal eben die 150 Filme auf der Auswahlliste anzuschauen, man müsse sie überzeugen, genau diesen Film zu sehen, so Lüchinger, «sonst geht man unter». Geholfen hat es offenbar, denn sogar Hollywoodstar Jude Law liess Grüsse ausrichten, Brendles Film sei super.

Ala Kachuu erzählt von einer jungen Frau in Kirgistan. Aufgewachsen in einfachen Verhältnissen auf dem Land, möchte sie in der Hauptstadt Bischkek studieren – entgegen dem Willen ihrer Eltern. Doch dann wird sie von einer Gruppe junger Männer entführt und zwangsverheiratet. Tradition gegen Moderne, Frauenrechte gegen Familienbande. Starke Bilder, soziale Botschaft, eine klare Story. Solche Filme sieht man öfters bei den Kurzfilm-Oscars.

«Befindlichkeitsfilme» nennt John Canciani vom Festival in Winterthur das, «böse gesagt», fügt er an und deutet bei aller Kritik damit schon an, dass es in der Kurzfilmwelt nicht nur Platz für Experimentelles geben soll. Auch, was populär ist und gefällt, ist am Ende gut für die Zukunft des Kurzfilms. Kurzfilm ist eben kein Genre, nein, es ist eine Form, in der jegliches filmische Genre nach ganz eigenen Regeln umgesetzt werden kann.

Regisseurin Maria Brendle wird als Nächstes wohl einen Langfilm machen. «Ich liebe das Medium Kurzfilm, aber als Filmemacherin davon leben zu können, ist schwer», sagt sie. Der jüngste Erfolg wird ihr helfen, Fördermittel und Produktionsgelder einzuwerben.

Der Kurzfilm, oft als Abschlussfilm an den Hochschulen und Akademien gedreht, ist für viele junge Filmschaffende Sprungbrett und nicht Lebensaufgabe. Der französische Regisseur Ladj Ly drehte von Die Wütenden – Les Misérables über das Zusammenprallen von Polizisten:innen und Jugendlichen in einer französischen Banlieue zuerst eine Kurzversion und später einen Langfilm. Der Titel blieb gleich, die Story ebenfalls, sogar die Schauspieler:innen waren dieselben. Das ist nicht unüblich, aber es ist schade, denn ein Kurzfilm muss nicht nur eine kastrierte lange Geschichte sein. Filmverkäuferin Stine Wangler sieht hier auch einen Unterschied in der Ausbildung. Menschen, die an einer Filmhochschule studiert haben, tendieren zum Langfilm, vermutet sie. Jene, die von der Kunsthochschule kommen, hätten dagegen einen mehr künstlerischen als formalen Zugang – sie blieben dem Kurzfilm eher treu.

Und dann gibt es die, die irgendwann – vielleicht reumütig – wieder zum Kurzfilm zurückkommen. Die mal wieder was ausprobieren wollen, ohne sich mit Millionenbudgets und Bürokratie herumzuschlagen. So wie Pedro Almodóvar. Geschadet hat das seiner Karriere nicht. ■

Retrospektive Brian De Palma



September und Oktober 2022
in der Cinémathèque suisse

Mehr Informationen auf
live.cinematheque.ch

John Travolta in *Blow Out* von Brian De Palma (1981).
Sammlung Cinémathèque suisse. Alle Rechte vorbehalten.

39. KASSELER DOK UMENTAR FILM UND VIDEO FEST

15.-20.11.2022 + ONLINE → 27.11.

PROGRAMM UND KATALOG ONLINE AB ENDE OKTOBER

WWW.KASSELERDOKFEST.DE

FILMLADEN KASSEL E.V. | GOETHESTR. 31 | 34119 KASSEL | FON: +49 (0)561 707 64-21 | DOKFEST@KASSELERDOKFEST.DE

Foto: Ilkka Halso / Layout: atelier capra