

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 44 (1992)
Heft: 5

Artikel: Amblimation
Autor: Lang, Michael
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-931735>

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: 15.03.2025

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

Amblimation

MIT SEINEM TRICKFILM-STUDIO IN LONDON VERSUCHT STEVEN SPIELBERG, DER DISNEY-KONKURRENZ DEN MARSCH ZU BLASEN.

Michael Lang

Erstmals in der Geschichte der «Oscar»-Verleihungen wurde dieses Jahr ein abendfüllender Trickfilm für die begehrte Auszeichnung «Bester Film des Jahres» nominiert: «Beauty and the Beast» aus dem Hause Walt Disney, ein Werk, das bis zum April in den USA 120 Millionen Dollar eingespielt hat. Eine stattliche Summe. Einen «Oscar» gewonnen hat die gezeichnete Fassung des Märchenklassikers (Jean Cocteau hat eine Realfilmversion unter dem ursprünglichen Titel «La belle et la bête» 1946 realisiert) allerdings nicht.

Dennoch: Trickfilme sind allzeit beliebt und werden angesichts der lockenden Marktchancen und einer gewissen Kostengünstigkeit (keine teuren Stars, hochkarätige, aber günstige Arbeitskräfte, zeitlos beliebte Ideen und Stoffe, neue Möglichkeiten der Gestaltung durch revolutionäre Techniken) wohl noch beliebter. Zum immergrünen Giganten Walt Disney ist nun auch der aktuelle Hollywood-Gigant Steven Spielberg gestossen, der vor kurzer Zeit in London sogar ein eigenes Trickfilmstudio eröffnet hat: «Amblimation». Im Juni kommt «Feivel Goes West» in die Kinos, der zweite Teil des sogenannten Mauswandererdrasmas, mit dem Spielberg eine neue Runde im Kampf der Trickfilmer einläutet.

Der mutige und sympathische Nager Feivel erblickte das Licht der Leinwand allerdings nicht in den Spielberg-Studios auf dem Filmgelände von Uni-

versal-City in Los Angeles, sondern 1986 in Irland. Dort kreierte der unabhängige Ex-Walt-Disney-Zeichner Don Bluth eine putzige russische Maus-Wandererfamilie, die sich im Stadtdschungel von New York gegen böse Katzen behaupten musste. Auftraggeber des spektakulären Abenteuers «An American Tail» (ZOOM 13/87) war Spielberg, der damit eine Offensive gegen das Disney-sche Imperium einläutete; Feivel spielte bei der Erstauswertung 47 Millionen Dollar ein und brach die damals geltenden Genrerekorde.



Der besessenste Macher der US-Kinoszene hatte somit bewiesen, dass er auch auf dem Feld des Animationsfilms, das Disney und seine Erben seit den zwanziger Jahren mit einer unvergleichlichen Mischung aus Kitsch, Kunst und Kommerz befruchten, bestehen konnte. Und mehr. Mit dem ultraschnellen, verrückten Kriminalstück «Who Framed Roger Rabbit?» (ZOOM 20/88) rissen Spielbergs Leute dem Cartoon-Genre

endgültig das Unschuldsmäntelchen weg. Jung und alt war gleichermassen begeistert vom rotznasigen Auftritt des Trickhasen Roger, der sich mit realen Akteuren wie Bob Hoskins duellierte, zu fetzigem Sound und im Stil der populären Video-Slapstick-Clipkultur.

Profitiert hatte Steven Spielberg von den Erfahrungen mit den Märchen für ewige Kinder «Gremlins» (Joe Dante, 1983), «Back to the Future» (Robert Zemecki, 1984) oder seinem «Indiana Jones»-Zyklus, wo sich phantastische High-Tech-Effekte mit nostalgischen, magischen Elementen des Erzählens paarten. Für den Animationsfilm aber hatte der unermüdete Schaffer, der als Regisseur und Produzent stets mehrere Projekte gleichzeitig laufen hat, immer ein besonders grosses Herz. Und so beschloss er 1988, dem mächtigen Walt-Disney-Konzern, der mit neuen Ideen wie «The Little Mermaid» (1989) oder Evergreens wie «Snow White and the Seven Dwarfs» (1937), «Fantasia» (1940), «Bambi» (1942) und «The Jungle Book» (1967) bestens im Kino- und Videogeschäft ist, den Marsch zu blasen.

Nicht im smogverseuchten Hollywood, sondern in Londons Stadtteil Acton, genauer in der ehemaligen Rennwagenfabrik «Napier & Co.», entstand das «Amblimation-Studio», in dem der charismatische Zampanò des US-Films unverbrauchte Künstler aus 24 Nationen anheuerte. Während in Disneys Filmschmiede längst die Computeranima-

tion dominiert, vertraut Spielberg auf die altmodische Kraft der Manufaktur: 250 engagierte Männer und Frauen im Durchschnittsalter von 25 Jahren arbeiten auf einer einzigen Fabriketage, hocken in klitzekleinen Kojen vor einem Leuchtpult. Es ist heiss, stickig und eng, viele haben die Kopfhörer ihres «Walkman» aufgesetzt, um nicht abgelenkt zu werden oder Dialogpassagen mitzuhören. Ein Wunder, dass in diesem Platzangstklimate hochwertige Skizzen und Zeichnungen, phantastisch detailgetreue Hintergrundtableaus und atemberaubende Aktionsszenen entstehen.

Der Boss in der sehr nüchternen Spielberg-Filiale ist eine Frau um die Dreissig: Cynthia Woodbyrne aus San Francisco, die einst für Disney an Michael Jacksons «Captain EO»-Video und an «Who Framed Roger Rabbit?» mitgearbeitet hatte und nun mit Charme und amerikanischer Businesshärte ihre Equipe bei Laune und Produktionskraft hält. Im Moment arbeitet das Team an «We're Back», wo es um die Rückkehr urzeitlicher Tierwesen ins moderne New York geht.

Cynthia Woodbyrne: «Steven Spielberg ist immer mit uns in Kontakt, liefert Ideen, macht Vorschläge. Sein Geist ist stets da.» Jawohl. An den Wänden hängt, gut sichtbar, ein Dankesbrief an alle, für das Engagement am neuen «Feivel»-Spaß. Der Guru aus Hollywood ist omnipräsent – wie die jungen Regisseure, der Engländer Simon Wells und der Amerikaner Phil Nibbelink, die ihre nur leicht grösseren Arbeitsplätze im Zentrum der labyrinthisch angelegten Zeichnerbatterie haben und für jeden jederzeit Ansprechpartner sind: «Auch ein Unterschied zu Disneys Philosophie», bemerkt Cynthia, nicht ohne Stolz in der Stimme. Die Arbeitsatmosphäre scheint locker zu sein, aber die Hierarchie ist klar. Zum Fussvolk gehört das Gros der Zeichner, das Routineabläufe darstellt und peinlichst genau dar-

auf achten muss, das für alle sichtbare, auf einem Plakat markierte Bilderwochensoll zahlenmässig zu erfüllen.

Das militärisch anmutende Ambiente ist verständlich. Ein 75-Minuten-Streifen kostet 20 Millionen Dollar, besteht aus rund zwei Millionen Elementen und ist das Resultat zweijähriger Arbeit. Produkte aus Disneys oder Spielbergs Trickfilmstuben machen sichtbar, dass das Ganze in der Tat mehr ist als die Summe der Einzelteile. Trickfilm-Superqualität erkennt man an lebensnah bewegten Hintergründen oder sorgfältig choreographierten Szenen.

Die «Amblimation»-Zeichenexperten sind aber auch sonst Perfektionisten. In der von Filmzitate berstenden Westernparodie um Feivel und seine Freunde ertönt die unverwechselbare Stimme der Starlegende James Stewart. Erst

te der Walt-Disney-Epen setzen Spielbergs Musketiere auf hohen Rhythmus, schnelle Schnitte und Gags, die oft den schrägen Aktionsspirouetten der «Indiana Jones»- und «Back to the Future»-Abenteuer entlehnt sind. Dagegen wirkt die Lieblichkeit von «Bambi», «Arielle, der Meerjungfrau» oder «Bernard und Bianca» wie ein Hammerschlag auf zarte Kinderseelen. Regisseur Nibbelink: «Wir testen alle Sequenzen mit Kindern und stellen immer wieder fest, dass Gewalt und optische Schockeffekte im Trickfilm sofort als Spielform erkannt und entschärft werden.»

Hoffentlich. Die Entwicklung des Filmgenres, das im Moment eine Renaissance erlebt, ist spannend. Denn immer mehr werden die gezeichneten Leinwandlieblinge kräftig vor den Werbekarren gespannt, machen für Pizza-



nachdem er die Sprechrolle angenommen hatte, wurde die passende Figur entwickelt: der alte Pistolero Wylie Burp (eine Verballhornung des legendären Wyatt Earp). Regisseur Phil Nibbelink: «Mit prominenten Synchronstimmen binden wir ein älteres Publikum an uns, das so ihren Idolen einmal ganz anders begegnet.»

Im Gegensatz zu der oft kopierten und selten erreichten emotionalen Dich-

oder Hamburgerketten Reklame und tauchen in Ladengeschäften als Spielwaren auf. Ein Höhepunkt soll erreicht werden, wenn «Amblimation» sein bislang ehrgeizigstes Projekt in die Kinos bringt: «Cats», den Welthit des gigantisch erfolgreichen Komponisten Andrew Lloyd Webber, als Trickfilmmusical. Dann wird Steven Spielberg seinem Traum wieder ein Stück näher sein: noch grösser zu werden als Walt Disney. ■