

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 48 (1996)
Heft: 8

Artikel: Mit Wettbewerb zum Erfolg?
Autor: Slappnig, Dominik
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-931686>

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: 30.03.2025

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

Mit Wettbewerb zum Erfolg?

Vor einem Jahr präsentierte eine Arbeitsgruppe den Bericht zur Schaffung einer erfolgsabhängigen Filmförderung. Nun wird das überarbeitete Modell für eine fünfjährige Versuchsphase in Kraft gesetzt. Die Finanzierung wird durch die Trägerschaft *Succès cinéma* garantiert.

Dominik Slappnig

Alle Jahre wieder zur gleichen Zeit, könnte man fast meinen, geht es um die Schweizer Filmförderung. Nachdem vor zwei Jahren die ARC (*Association romande du cinéma*) ein neues System zur Filmförderung vorgeschlagen hat, die sogenannte *Financière*, präsentierte genau ein Jahr später, im Juni 1995, eine Arbeitsgruppe unter der Leitung des St. Galler Professors Thomas Geiser einen Vorschlag, wie eine zusätzliche zweite Säule der Schweizer Filmförderung auszusehen habe (ZOOM 8/95). Eines der Hauptprobleme dieses Vorschlages war es schlicht, dass das nötige Geld zur Umsetzung fehlte. Ein Mangel, welcher der damals neu gewählte Chef der Sektion Film, Marc Wehrlin, zu lösen versprach.

Ein weiteres Jahr später ist es nun soweit. Das Bundesamt für Kultur (BAK) stellte im Juni in Bern mit der erfolgsabhängigen Filmförderung ein Modell vor, das am Grundgedanken der *Financière* festhält und ab 1. Januar 1997 für eine fünfjährige Versuchsphase in Kraft gesetzt werden soll. Davon bleibt die bisherige selektive Filmförderung unberührt. Das neue Modell der Förderung greift lediglich *ergänzend* ein. Man gehe dabei vom Gedanken «Umbau statt Umsturz» aus, wie David Streiff, Direktor des BAK, an der Pressekonferenz in Bern sagte. Die Zielsetzungen des neuen Modells fasst das BAK in vier Punkten zusammen: 1: Erfolg soll belohnt werden. Wer Erfolg hat, startet mit einem Grundkapital zum nächsten Film. 2: Produktion und Regie entscheiden selbstständig, welches nächste Projekt sie entwickeln wollen. Daraus ergibt sich mehr Eigenverantwortung. 3: Die Kontinuität des Filmschaffens soll gestärkt werden. 4: Es soll attraktiver werden, wertvolle Filme zu verleihen und zu programmieren.

Das Modell

Beim neu eingeführten Modell geht man davon aus, dass jeder Kinoeintritt eines Schweizer Films (oder eines von der Schweiz koproduzierten Films) bis zu einer Höchstgrenze von 100'000 Eintritten ein Guthaben schafft. Um den Anreiz für Verleiher auch in anderen Landesteilen zu fördern, werden pro Sprachregion maximal 70'000 Eintritte angerechnet. Die Gutschrift für einen Spielfilm beläuft sich dabei auf 10 Franken pro Eintritt, für einen Dokumentarfilm ist diese Gutschrift um 25 Prozent höher, während sie für Koproduktionen mit ausländischer Regie und ausländischem federführenden Produzenten abzüglich 25 respektive 50 Prozent ausfallen wird.

In Vorverhandlungen hat sich als strittigster Punkt die Aufteilung der Gutschrift, insbesondere zwischen Produktion und Regie erwiesen. Im neuen Modell wurde der Schlüssel wie folgt festgelegt: 25 Prozent erhält die Produktion, 18 Prozent die Regie (die Filmgestalter sollen 20 Prozent gefordert haben), dem Verleih werden 22 Prozent zugesprochen und den Abspielstätten 35 Prozent des gutgeschriebenen Betrages.

Die Finanzierung

Für eine «erfolgreiche erfolgsabhängige Filmförderung» müssten laut BAK jährlich 3,3 bis 3,6 Millionen Franken bereitgestellt werden. Da diese eine zusätzliche Investitionsspritze sein soll, wäre es laut BAK «sinnwidrig», das Geld von der bisherigen Filmförderung des Bundes abzuziehen. Deshalb haben sich in einem Trägerverein mit dem Namen *Succès cinéma* neben dem BAK noch die SRG, Suissimage, Teleclub und Procinema zusammengefunden, die finanziell und organisatorisch die erfolgsabhängige Filmförderung in unserem Land für die

nächsten fünf Jahre garantieren. BAK, SRG und Suissimage steuern je einen Anteil von einer Million Franken bei, während der Teleclub 300'000 Franken und Procinema Administration und Software bereitstellen. Dieses finanzielle Engagement darf von keinem der Partner als selbstverständlich erachtet werden. Denn jeder versicherte in Bern, dass es sich bei den Geldern um *zusätzliche* Mittel handle. Marc Wehrlin interpretierte dies denn auch als «klares Bekenntnis zum Schweizer Film».

Das wird der Schweizer Film auch dringend nötig haben. 1995 schloss er mit einem Besucheranteil von 1,6 Prozent im eigenen Land so mager ab wie noch nie, seit in den siebziger Jahren die Auszahlung nach Ländern erfolgt. Zum Vergleich meldete Frankreich für den gleichen Zeitraum einen Eigenanteil am Kinomarkt von 35 Prozent, Italien von 24 und Deutschland von zehn Prozent.

In diesem Zusammenhang von einer erfolgsabhängigen Filmförderung zu sprechen, tönt doch etwas grossspurig für einen nicht gerade mit Erfolg verwöhnten Schweizer Film. Doch wie man das Modell auch nennen mag: Das Wort «Erfolg» so dicht im Zusammenhang gebracht mit dem Schweizer Film, das hat man schon lange nicht mehr gehört. Nicht nur so gesehen, kann die erfolgsabhängige Filmförderung ein wichtiger Schritt dazu sein, den Schweizer Film am Markt neu zu positionieren, ihn unter vermehrtem Wettbewerbsdruck im Kino wieder präsen- ter werden zu lassen. So werden in Zukunft Marketingüberlegungen bei jedem Film stärker miteinbezogen werden müssen. Das kann nicht schaden, denn noch immer gibt es in diesem Land Filmemacher, die nicht oder nur ungenügend an ihr Publikum denken. ■