

«Wir brauchen radikale Filme, die uns die Welt erleuchten»

Im Gespräch: Urs Augstburger (SF DRS), Bea Cuttat (Look Now!), Tamara Milosevic («Zur falschen Zeit am falschen Ort»), Jean Perret (Visions du Réel) und Andres Veiel («Der Kick»). Moderation: Lucie Bader Egloff.

Lucie Bader Egloff: Wir haben uns bisher mit den filmischen Strategien auseinandergesetzt. Dabei wurde betont, dass Authentizität erst im Kopf des Zuschauers entsteht. Jean Perret, für Ihr Festival Visions du Réel werden jedes Jahr 1600 Filme angemeldet, rund ein Zehntel davon ist dann im Programm zu sehen. Ist Authentizität ein Kriterium bei der Auswahl?

Jean Perret: Sicher. Ich möchte ein paar grundsätzliche Überlegungen anstellen. Wir leben in einer Bilderwelt, in der wir nicht mehr Fuss fassen. Wir verlieren unsere Wurzeln, wir haben kein Vertrauen mehr in die Bilder. Die Schönheit, die Komplexität der Welt wird durch die globalisierten Medien in eine glitzernde Oberfläche verwandelt, die kaum etwas über die Tiefe und Komplexität aussagt. Filmemacherinnen und Filmemacher wollen das Reale in Realitäten umwandeln und Geschichten erzählen. Diese Realitäten müssen für uns Zuschauer glaubwürdig sein. Wir suchen nach dem Duft des Lebens, wie er von den Menschen wirklich erlebt wird. Das zu ermöglichen, ist eine Frage der künstlerischen Mittel und des Blickwinkels. Statt von Dokumentarfilm spreche ich von Cinéma du réel, weil der Begriff breiter ist und unterschiedliche Subjektivitäten zulässt. Dokumentarfilm bedeutet oft eine scheinbare Objektivität, er gibt vor, dass es Filme ohne Lücken gibt. Die Herausforderung der Filmschaffenden besteht darin, dass sie die richtige Distanz finden zwischen ihrem Blickwinkel und den Protagonisten, die sie filmen. Es geht darum, eine Welt, einen Raum des Spektakels, eine Geschichte zu kreieren. Der Raum kommt in Kontakt mit dem Raum des Zuschauers...

Bader: ... da sind wir bei der Authentizität?

Perret: Wenn wir während der Programmauswahl das Gefühl haben, es wird uns in einem Film ein Raum zur Verfügung gestellt, in dem wir zirkulieren können, in dem wir träumen, lachen, weinen, überlegen, Emotionen erleben können, dann sagen wir: Der Film könnte, müsste, sollte unbedingt gezeigt werden, weil er einen Prozess der Wahrnehmung und Entdeckung erlaubt. Die Wahrnehmung der Komplexität, der Geschichten, Gesichter, Landschaften, der Erinnerung ... – der unerschöpflichen Dimensionen der Welt. Wenn man den Eindruck von Tausenden von Lücken in einem Film hat, dann kommt er für Visions du Réel in Frage.

Bader: Bea Cuttat, wie ist das aus Sicht der Verleiherin? Wenn Sie einen Film ins Programm aufnehmen, hat das Festival meist die Kriterien schon angewendet. Ist Authentizität für Sie ein Argument, einen Film ins Kino zu bringen und zu begleiten?

Bea Cuttat: Es gibt einen Unterschied zwischen einer Festival- und einer Kinoauswertung. Ein Festival ist ein Event, man ist vielleicht eine Woche am Ort und schaut sich viele Filme nacheinander an. Für die Kinoauswertung hole ich die Leute aus dem Alltag. Das ist ein bisschen wie Migros oder Coop oder Aldi oder Lidl. Die Authentizität eines Films ist enorm wichtig, weil er einen langen Atem braucht, um zum Publikum zu kommen. Die ersten Zuschauer werfen einen Stein ins Wasser, der Kreise zieht. Ich glaube, dass ein authentischer Film stärker anspricht. Ich glaube auch, dass Filmschaffenden, die sich wirklich auf ein Thema einlassen, mehr Freiraum für einen künstlerisch starken Film zur Verfügung steht. Umgekehrt bringt Berechnung nichts, ein Film sollte bei sich sein, dann wird er auch sein Publikum finden. Unsere Arbeit als Verleiher ist es, die Leute zu den Filmen hinzuführen. Dafür brauchen wir Vertrauen zu den Filmmachern.

Bader: Beim Fernsehen ist das etwas anders. Da sitzen die Coop- und Lidlkonsumenten in den Sofas und können zappen. Gibt es bezüglich Authentizität bei den unterschiedlichen Sendefässen verschiedene Erwartungen?

Urs Augstburger: Ich kann das Wort Authentizität nicht aussprechen und benütze daher Glaubwürdigkeit oder Wahrhaftigkeit. Ich finde, es ist jedes Mittel recht, um diese zu erreichen. Bis zu einem gewissen Punkt ist das den Filmen von Tamara Milo-

sevic und Andres Veiel auch gelungen. Trotzdem können wir sie nicht einfach platzieren. «Der Kick» wird es bei SF DRS schwer haben, überhaupt einen Platz zu finden, ausser nach 23 Uhr oder noch später. «Zur falschen Zeit am falschen Ort» könnte um 22.20 Uhr gezeigt werden. Das hat nichts mit der Glaubwürdigkeit zu tun, sondern mit der Zugänglichkeit, der Machart. Fernsehen versucht immer, Glaubwürdigkeit zu erzeugen, aber sie muss auf eine gewisse Weise aufbereitet sein, damit sich die Zuschauer darauf einlassen. Und sei es nur die 35 oder 40 Sekunden, bevor sie sich überlegen umzuschalten.

Bader: Tamara Milosevic, wie ist denn Ihr Film vom Publikum in Deutschland aufgenommen worden?

Milosevic: Die Kinozahlen waren sehr schlecht. Wir hatten nur 1500 Zuschauer. Aber es ist auch kein Film, für den man heute ins Kino geht. Man kann da nicht den Alltag vergessen und sich entspannen. Aber der Film hat viele kleine Nischen gefunden. Es gibt eine Art Schulkinowochen, wo er gezeigt wurde. Dann habe ich eine Knast-Tour gemacht durch verschiedene Jugendjustiz-Vollzugsanstalten im Osten Deutschlands. Es wurden Polizisten, Sozialarbeiter und Kriminologen damit geschult. Der Film hat sein Ziel erreicht.

Augstburger: Und im deutschen Fernsehen?

Milosevic: Da ist er auch gesendet worden, aber zu später Uhrzeit.

Bader: Andres Veiel, Ihr Film hat u.a. den grossen Preis der Visions du Réel gewonnen. Hat das seine Attraktivität beim Publikum erhöht?

Veiel: Es war von Anfang an klar, dass der Film kein Renner werden kann. Die Form und das Thema schrecken ab. Trotzdem hat sich das Fernsehen engagiert und ein Verleih hat ihn mit verhältnismässig grossem Aufwand in die deutschen Kinos gebracht. Ich hätte gerne 20'000 Zuschauer gehabt, wir sind auf 7000 gekommen. Das ist enttäuschend, aber es gibt auch eine andere Seite. Ich bin mit dem Film viel gereist und habe an Schulen über Potzlow und die Täter diskutiert. Plötzlich sagten mir Lehrer: Wir haben eine ähnliche Gewaltdiskussion bei uns. Durch den künstlerischen Ort Kino haben sich Menschen zusammengetan, es entstand ein Netzwerk. Der Film hat sich in seiner Wirkung selbst überflüssig gemacht – und zwar nicht durch eine grosse, spontane Zahl von Zuschauern, sondern durch unterschiedliche Orte,

wo er später ab DVD gezeigt wurde. Im Literaturbereich gibt es Longseller. Eigentlich muss man den Begriff des Erfolges auch im Filmbereich neu definieren: nicht mehr nur anhand von Einschaltquoten oder Boxoffice-Zahlen, sondern über die Nachhaltigkeit. Im Übrigen glaube ich, dass sich in der Haltung der Zuschauer eine Verschiebung ergeben hat. Die formale, inhaltliche Zumutung hat sich aus dem Programmkinobereich wegverlagert, sie ist im Theater eher möglich. Es ist für mich interessant zu sehen, dass das Stück «Der Kick» quantitativ gemessen viel erfolgreicher ist als der Film.

Bader: Zu beiden Filmen wurden Begleitmedien entwickelt, die auch als medienpädagogische Unterlagen verwendet werden. Tamara Milosevic hat diese Auswertung für Sie einen zusätzlichen Wert oder ist sie nur eine notwendige Begleiterscheinung?

Milosevic: Es ist eine Bestätigung, mit dem Film etwas für die Gesellschaft geleistet zu haben. Damit habe ich das höchst mögliche Ziel erreicht. Ich sehe für die Filmschaffenden auch eine Chance darin, dass man medienpädagogisch nutzbare Filme sucht.

Bader: Bea Cuttat, gehen Sie mit Ihren Filmen auch in Schulen? Wie läuft das ab?

Cuttat: Wir stellen für schwierigere Filme Begleitmaterialien zur Verfügung und versuchen, mit Schulen zu arbeiten. Man muss sich allerdings überlegen, was man von den Leuten will. Die Lehrer sind unter Zeitdruck, mit den Schülern ins Kino zu gehen bedeutet, dass drei bis vier Lektionen ausfallen und sie abtauschen müssen. Das muss sich lohnen.

Veiel: Es gibt eine Tendenz im Fernsehen und auch im Kino, historische Stoffe mit Re-Enactment aufzuarbeiten. An der Berlinale wurde Errol Morris' Film «Standard Operating Procedure» über Abu Ghraib gezeigt. Er beruft sich nicht alleine auf das, was an Dokumenten, Materialien, Fotos oder Aussagen von Tätern vorhanden ist. Sondern verdeutlicht das, was gerade gezeigt wird, noch durch Sounddesign, Grossaufnahmen und Zeitlupe. Die Umsetzung zitiert und benützt die Sehgewohnheiten des grossen Spielfilms und gibt vor, «anders» zu sein, führt aber weg von der Authentizität. Als Filmemacher ist das für mich die zentrale Frage: Lasse ich mich auf diese Mittel ein, weil ich mit dem Thema sonst nicht mehr als 20'000 Menschen erreiche? Ich bleibe sozusagen konservativ und gehe die Kompromisse nicht ein. Aber der Markt-

druck wird im Fernsehen und im Kino immer stärker. Wenn der Film von Morris an der Berlinale dann auch noch den Silbernen Bären bekommt, wird deutlich, dass es an den Sehgewohnheiten der Fernseh- und Kinomacher und der Jurys liegt, wo dieser Druck durchgereicht wird und längst angekommen ist.

Cuttat: Natürlich ist es völlig falsch, Abu Ghraib als Hochglanzfilm zu produzieren, weil man mit einem grösseren Publikum spekuliert. Das will ohnehin niemand sehen. Die paar Leute, die ihre Freizeit hergeben, um sich im Kino einen Film über die Foltergeschichte anzuschauen, würden auch kommen, wenn der Film authentischer wäre. Und die könnten mit dem Film vermutlich auch etwas anfangen.

Veiel: Ich hoffe, Sie haben Recht.

Augstburger: Ich habe am Anfang gesagt, dass jedes Mittel zulässig ist, um die Glaubwürdigkeit zu erhöhen. In diesem Fall ist es wahrscheinlich nicht richtig, dass dafür die Mittel der Fiktion eingesetzt werden. Sie sagen, dass der Grund der drückende Markt oder Zugeständnisse an den Markt sind. Es kann durchaus auch ein künstlerisches Prinzip sein. Dann dient es wieder der Glaubwürdigkeit.

Perret: Jemand von Arte Paris hat in Nyon gesagt: «Wir versuchen, nicht zum Publikum zu gehen, wie die meisten Fernsehsender das machen. Ihr wisst zwar, was das Publikum will und gebt ihm, was es will. Wir versuchen, dass das Publikum zu uns kommt, zu unseren Filmen.» Das ist eine ganz andere Vorstellung. Ich möchte anmerken, dass es nicht nur ein Publikum, sondern verschiedene Publika gibt. Einmal im Monat zeigt Visions du Réel im welschen Fernsehen (TSR) spät am Abend einen Film...

Augstburger: Bei uns werden sie in der Filmszene um halb zwölf, zwölf Uhr gezeigt. Vielleicht ein Viertel der Filme sind an den Visions du Réel gelaufen.

Perret: Wir sprechen zwar unterschiedliche Publika an, aber wir müssen uns besser vernetzen und ergänzen, weil der globalisierte, audiovisuelle Markt verloren ist. Nicht nur als Festivalleiter, sondern als Schweizer Bürger brauchen wir radikale Filme, die uns die Welt erleuchten. Es wäre schlimm, wenn die Arbeiten morgen viel zahmer würden, weil sie heute nur 1500 Zuschauer in die deutschen Kinos gelockt haben. Die Filmemacher müssen so radikal wie möglich bleiben. Sonst ist die Partie verloren.

Veiel: Meine Erfahrung bei «Der Kick» hat gezeigt, dass es Verbündete gibt, auch in den Fernsehanstalten, die immer wieder zum Feindbild stilisiert werden. Es geht darum, Mut zu machen. Nicht nur für uns, sondern auch für die Filmschaffenden, die zwischen 20 und 30 Jahre alt sind und sich vielleicht erstmal mit einer eigenen Handschrift dieser Wirklichkeit stellen, die noch nicht so radikal ist, die aber jenseits der Formatierung versucht, etwas Eigenes zu schaffen.

Bader: Vielen Dank für das Gespräch.