

«Billig ist kein Thema im Kino»

Martin Moszkowicz hat rund 300 Filme produziert, nun präsidiert er das Zurich Film Festival. Im Interview mit Tobias Sedlmaier spricht er darüber, warum das Kino künftig weniger, aber bessere Filme braucht

Seit diesem Sommer ist Martin Moszkowicz der neue Präsident des Zurich Film Festival. Der langjährige Chef von Constantin Film, der dort Hunderte Produktionen verantwortete, gehört zu den prägendsten Produzenten des deutschen Kinos. Zu seinen bekanntesten Filmen zählen «Das Parfum», «Resident Evil» oder «Fack ju Göhte». Auch nach seiner Zeit bei Constantin produziert Moszkowicz Filme, er doziert, schreibt und spricht leidenschaftlich über das Kino.

Herr Moszkowicz, vor welchen Herausforderungen steht ein Filmfestival wie das ZFF heute?

Man muss offen sagen, es gibt eine riesige Inflation von Filmfestivals weltweit. Mehr als wohl jemals in der Geschichte des Kinos. Man muss sich also abheben. Filmfestivals haben ja den einzigartigen Vorteil, dass sie die Menschen zusammenbringen. Nach Zürich kommen rund 500 Filmgäste, die ihre Filme dem Publikum persönlich vorstellen. Das macht einen grossen Teil der Anziehungskraft aus: Man sitzt im Saal mit den Leuten, die den Film gemacht haben. Während der Pandemie wurde versucht, virtuelle Festivals und Filmmärkte abzuhalten, das hat nie richtig geklappt.

Weil das Gemeinschaftsgefühl fehlte.

Ja. Filme kann man am besten in einem vollen Kino mit anderen Menschen zusammen geniessen. Das Erlebnis ist es, was das Kino vorantreibt: Wir verkaufen zwei Stunden Glücksgefühle. Deshalb boomen gerade in Zeiten der digitalen Unterhaltung mit ihrem beliebigen Zugriff einzigartige Live-Performances wie Theater, Oper und Musicals weltweit. Ein Festival bildet das ab – und wenn im besten Fall sowohl die Auswahl der Filme als auch das Publikum gut ist, ergibt das eine seltsame Einigkeit von Raum, Zeit und Zeitgeist. Das kann man nicht auf dem Handy oder iPad erleben.

Nun leben Festivals aber auch von der Aufmerksamkeitsökonomie, sie müssen Schlagzeilen liefern. Dieses Jahr wurde an der Berlinale ständig über die richtige Haltung zu Gaza diskutiert, anderswo über fehlende Frauen. Brauchen Festivals Skandale?

Ich glaube, sie lenken eher ab. Jeder Film ist auf irgendeine Art und Weise politisch – wenn er es explizit ist, muss man das nicht ausblenden. Allerdings darf ein Festival nicht als Plattform für politische Meinungsmache, in welche Richtung auch immer, missbraucht werden. In Zürich wird darauf geachtet, dass die Filme im Mittelpunkt stehen. Ein Festival ist ein Ort für Filme und für die Debatte über Filme. Für Kampagnen gibt es andere Orte.

Manche Filme sind allerdings hauptsächlich von politischem Aktivismus motiviert. Ziehen Sie da persönliche Grenzen, wenn das ZFF etwa den hoch umstrittenen Dokumentarfilm «Naza» zeigt?

Erstens würde ich mich nicht einmischen bei der Auswahl, die Christian Jungen, Reta Guetg und das Team treffen. Die machen das mit grossem Verantwortungsbewusstsein und überlegen sich sehr genau, was sie einladen und was nicht. Und zweitens finde ich, dass jeder Mensch grundsätzlich alles sagen kann und soll, solange die strafrechtlichen Grenzen eingehalten werden. Das muss eine gute und vernünftige Gesellschaft aushalten – selbst wenn manche politischen Meinungsäusserungen weit von dem entfernt sind, was ein grosser Teil der Bevölkerung denkt. Der Film läuft in Zürich, und das Publikum kann sich sein eigenes Urteil bilden.

Das Kino wurde nach der Pandemie oft für tot erklärt, nun ist es stärker zurück denn je...

Der Kinosommer war in den USA der umsatzstärkste seit langem, er lag sogar über dem Sommer 2019. Was interessant ist: Bis Mitte August 2019 wurden in den



Weniger, dafür qualitativ hochwertiger: Für Martin Moszkowicz liegt die Zukunft des Kinos im Premium-Bereich.

KARIN HOFER / NZZ

USA rund 800 Millionen Tickets verkauft, dieses Jahr sind es rund 550 Millionen – und trotzdem liegt der Umsatz höher. Das heisst, es gehen weniger Leute ins Kino, die aber mehr bezahlen.

Ist also das teure Premium-Kino, das Steven Spielberg bereits vor Jahren prophezeite, das Modell der Zukunft?

Ja, ich glaube, das ist der Weg, den das Kino gehen muss. Die Preise sind im Prinzip zu niedrig. Die Menschen sind bereit, für eine Konzertkarte ein Vielfaches vom Wert eines Kinotickets zu bezahlen. Und die Kinos nutzen dynamische Preisgestaltung bei weitem noch nicht aus: Wenn man am Mittwoch am frühen Nachmittag in die Vorstellung geht, muss es billiger sein als am Freitagabend. Die Leute sind ja bereit, für Qualität zu bezahlen: Das sehen Sie hierzulande an dem Schweizer Kinocenter nahe der deutschen Grenze in Basel: Obwohl es teurer ist als sein deutsches Pendant nebenan, kommen die Deutschen in die Schweiz. Weil das Kino moderner und besser ausgestattet ist. Preislich werden wir niemals mit den Streaming-Angeboten konkurrieren können. Billig ist kein Thema im Kino.

Trotz den grossartigen Erfolgen dieses Jahr von «The Odyssey» oder «Spider-Man: Brand New Day» gibt es zwischen durch immer wieder gigantische Flops. Wird zu viel produziert?

Einer der weniger erfahrenen Manager in unserer Branche hat einmal gesagt: «Wir brauchen ja bloss die Flops nicht mehr zu machen, dann ist alles gut.» Die grossen Studios und Medienunternehmen betreiben im Wesentlichen ein Portfolio-Geschäft: Sie legen fünfzehn, zwanzig Chips auf den Tisch, davon sind zwei bis drei richtig einträglich, der grosse Teil liegt in der Mitte, und ein paar produzieren Verluste. Die Erfolge

müssen die Flops mitfinanzieren, in einem guten Jahr funktioniert das auch. Trotzdem glaube ich, dass wir in Zukunft so nicht mehr agieren sollten.

Wieso?

Weil es natürlich stimmt: Es gibt ein Übermass an Angebot. Die Leute wissen gar nicht mehr, was sie sich ansehen sollen, sie sind völlig überfordert. Ich bin für Konzentration im Kino. Die Inflation der Bilder passiert im Internet sowieso. Heute verbringen Menschen mehr Zeit auf Youtube als auf Netflix oder einem anderen Sender oder Streamingdienst. Dieser kaum mehr zu unterscheidende Unterhaltungsbrei wird bleiben, aber der ist völlig unerheblich. Ich würde dazu raten, weniger Filme zu machen, die dafür besser auszustatten und mehr Eintritt zu nehmen.

Wo wir gerade von «besser ausstatten» sprechen: Das ZFF erhält im Vergleich zu anderen Festivals nur wenige Subventionen.

Ja, das ZFF ist in diesem Bereich ein Paradebeispiel. Gerade für Deutschland, wo man sehr davon abhängig ist, dass Kultur fast nur öffentlich gefördert wird.

Fragt sich noch, wie lange...

In Deutschland müssen wir uns darauf einstellen, dass das künftig nicht so bleiben wird. Das Geld ist nicht mehr da, und es gibt politische Gruppen, die kein Interesse mehr an Förderung haben. Dann kann man ja nicht sagen, lassen wir es eben, sondern muss sich nach Alternativen umsehen. Internationale Filmfinanzierung im Indie-Bereich ist heute schon ohne Equity Investment nicht mehr machbar. Das ist in Deutschland und auch in der Schweiz noch nicht so richtig angekommen. In Zürich ist der öffentliche Anteil klein, und trotzdem brauchen wir gerade von der Stadt mehr Unterstützung. Die Nachwuchsarbeit lässt sich mit Sponsoren kaum finanzieren, dafür braucht es die öffentliche Hand.

Sie haben die Erfahrung von etwa 300 Produktionen im Rücken. Was zeichnet einen guten Film aus?

Das ist natürlich ein unendliches Thema (lacht). Ich finde Kino in seiner gesamten Bandbreite so faszinierend als Kunstform, dass ich jede Art mag. Das Kino, das ich mache, ist immer schon ein kommerzielles gewesen. Deshalb vergleiche ich das mit einer Mahlzeit: Die muss zunächst und zuallererst nahrhaft sein. Darüber hinaus existiert eine Hochform des Essens, die Sterneküche, das ist die hohe Kunst. Im Kino ist es ähnlich: Zunächst mal müssen die Zuschauer einen Film sehen wollen. Darauf aufbauend kann man dann ein besseres Menu kreieren. Und manchmal, oft durch Zufall, gelingt ein Wunderwerk. Aber die Intention bei den Filmen, die ich gemacht habe, war immer, erfolgreich zu sein und möglichst viele Menschen zu erreichen.

In Serien wie «The Studio» offenbart sich eine gewisse Zerrissenheit des Produzenten: Er will anspruchsvolle Meisterwerke auf die grosse Leinwand bringen, muss aber populäre Cashcows melken. Kennen Sie das Gefühl?

Ich habe eine grosse Firma geleitet, und in meiner Funktion habe ich Verschiedenes mitgemacht, ohne deshalb in Gummistiefeln am Set zu stehen. Da sind immer ganze Teams involviert. Natürlich waren da auch Filme dabei, die nicht mein persönlicher Geschmack waren. Aber Erfolg macht immer Spass, den stellt man nicht infrage (lacht). Ich sage jüngeren Produzenten immer: Wenn ihr mal einen Film gedreht habt, der in Deutschland 5 Millionen Zuschauer hatte oder 100 Millionen Dollar in Amerika eingespielt hat, ist das ein unbeschreibliches Gefühl. Nicht, weil man sich persönlich bereichert. Sondern weil man Teil von etwas war, was Millionen grandios finden.

Erfolg kann man bekanntlich kaum kalkulieren, doch wie lässt sich Misserfolg minimieren?

Ich kann nicht sagen, dass wir in der Filmwirtschaft wie Hasardeure agieren. Wir überlegen uns sehr genau, was wir machen und wie wir investieren. Die grosse Kunst in unserer Branche besteht darin: Auf der einen Seite will das Publikum mehr denn je wissen, auf was es sich einlässt. Dass man wie früher Freitagabend mal schaut, was im Kino läuft, und dann geht man spontan in irgendeinen der zehn angebotenen Filme, das macht niemand mehr. Die Leute wählen ihre Filme gezielt, sie wollen wissen, wofür sie ihr Geld und ihre Zeit investieren. Gleichzeitig wollen sie aber nicht exakt dasselbe noch einmal sehen, das sie schon hundertmal gesehen haben. Das ist ein ganz schmaler Grat.

Neben den beiden genannten Blockbustern «The Odyssey» und dem neuen «Spider-Man» waren dieses Jahr zwei Filme von Youtubern erfolgreich: «Obsession» und «Backrooms». Gemacht von einer visuell geschulten Generation, die quasi von Geburt an eine Kamera in der Hand hatte und mit kleinstem Budget auskommt. Ändert das klassische Produktionsstrategien?

Ja, absolut. Was da passiert, ist faszinierend. Manche Produzenten fragen jetzt: Warum machen wir nicht «Obsession», der weniger 1 Million Dollar gekostet und über 400 Millionen eingespielt hat? So einfach geht es ja nicht. Die Firmen, die hinter diesen Überraschungserfolgen stehen, sind natürlich etabliert, und die Studios haben das Potenzial erkannt. Aber beide Filme kamen mit einer bereits bestehenden Aufmerksamkeit von ihrer Youtube-Fanbase, sie mussten nicht bei null anfangen. Und der Erfolg dieser Filme zeigt ein Problem vieler grosser Medienkonzerne in Europa: Ihnen fehlt eine unternehmerische Vision, wie sie ihr Geschäft in den nächsten zehn Jahren führen wollen. Und nun kommt mit KI noch die grösste Disruption aller Zeiten, und manche stellen sich hin und sagen: Hoffentlich geht es vorbei. Das ist der falsche Ansatz.

Gerade bei KI sind in Hollywood viele sehr alarmistisch. Sie nicht?

Ich bin grundsätzlich Optimist, denn als Pessimist kann man keine Filme produzieren, das wäre selbstdestruktiv. So schwer das auch vorhersehbar ist, bin ich dennoch überzeugt, dass die Summe der Vorteile die Nachteile der KI überwiegen wird. Natürlich werden Jobs wegfallen, was für ein Einzelschicksal immer tragisch ist. Aber das ist in unserer Branche immer schon so gewesen, allein seit ich tätig bin, haben viele Berufe aufgehört zu existieren.

Nun kann man mit KI-Tools günstig daheim Filme drehen, die Technik wird immer überzeugender. Glauben Sie, dass es Ihren eigenen Job noch lange gibt, wenn jeder einen Film für ein paar Hunderttausend Dollar selbst vollenden kann?

Die Produktionsprozesse werden sich massiv verändern, und die Herstellungskosten werden sinken. Dann wird es wie immer 90 Prozent Schrott geben, und 10 Prozent werden hoffentlich grossartig. Ich glaube, dass die Menschen im Kino das Aussergewöhnliche suchen. Das, was eigenhändig und handwerklich geschaffen wird, wird einen noch höheren Wert erhalten als heute. Vor allem bei den Massenwaren wie beim Tagess Fernsehen wird sich alles verändern.

Von welchem Stoff, den Sie nie verwirklicht haben, träumen Sie?

Vom Gilgamesch-Epos. Das wollte ich mein gesamtes Leben lang verfilmen. Eine der grossartigsten Geschichten der Welt, die historisch teilweise wahr ist. Sie erzählt die Anfänge der Zivilisation als Sage. Wenn das nicht Christopher Nolan als Nächstes angeht, werde ich das irgendwann machen.