

Editorial

Autor(en): **Heybrock, Mathias**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Film : die Schweizer Kinozeitschrift**

Band (Jahr): **52 (2000)**

Heft 11

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

<http://www.e-periodica.ch>

Mit «The Blair Witch Project» kam vor einem Jahr einer der erfolgreichsten Independentfilme aller Zeiten in unsere Kinos. Den Triumph an der Kinokasse verdankte er zu einem guten Teil einer raffinierten Marketingkampagne im Internet. Dort wurde lange vor dem Filmstart auf die Hexe aus Burkittsville/Maryland hingewiesen, mysteriöse Geschichten über ihr Schicksal in Umlauf gebracht – und alles in allem der Eindruck erweckt, es handle sich um eine *true story*, deren erschreckenden Höhepunkt uns schliesslich der Horrorfilm «Blair Witch» präsentieren würde. Über 140 Millionen Dollar Einspielergebnis allein in den USA machten eine Fortsetzung geradezu unumgänglich. «The Blair Witch 2: Book of Shadows» startet diesen Monat.

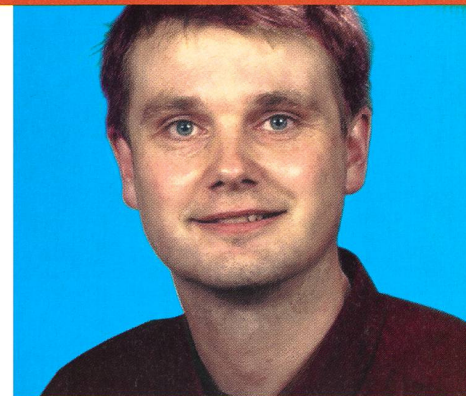
Bemerkenswert am zweiten Teil: Anstatt, wie sonst bei Sequels üblich, das bewährte Konzept des Vorläufers lediglich zu variieren, wählte man sowohl für den Film als auch für seine Bewerbung eine neue Strategie. Zu den wenigen Dingen, die man bislang über «BW2» weiss, gehört, dass er eine gänzlich andere Ästhetik pflegt als der erste Teil, der uns im Stil eines *fake documentary* den Tod eines jugendlichen Kamerateams auf den Spuren der Hexe hautnah erleben liess. Die Geschichte nun im Format eines klassischen Spielfilms fortzuspinnen, ist Risiko und Chance zugleich: Vielleicht verprellt man damit die Fans der gehetzten Handkamera; vielleicht aber heissen sie gerade diese Abweichung von einer längst dogmatisierten Art des Filmemachens willkommen.

Des Weiteren entschied man sich für ein anderes Marketingkonzept. Hier spielt das Internet wieder eine grosse, wenngleich neu definierte Rolle. Anstatt mit langem

Vorlauf im Netz Kontext zum Film zu liefern, bot man den Fans kurz vor dem Filmstart ein dreitägiges Webfest, an dem sich im weitesten Sinn über «Horror» chatten liess. Plaudereien mit einem Hexenmeister haben dort ebenso stattgefunden wie Diskussionen mit prominenten Regisseuren des Genres. Gleich im Anschluss daran startete der Film: In den USA und Grossbritannien Freitag, den 27. Oktober, rechtzeitig zu Halloween. In den übrigen europäischen Ländern beginnt die Auswertung innerhalb der nächsten beiden Wochen.

Das Branchenblatt «Variety» nennt zwei mögliche Gründe für diesen weltweit nahezu synchronen Start, der logistisch extrem aufwändig und in der Geschichte des Independentfilmes einmalig ist: Erstens sei gerade bei einem potenziellen Kultfilm wie «BW2» zu befürchten, dass nach dem offiziellen Start in kürzester Zeit Raubkopien in Umlauf kämen. Zweitens könnte das Netz, das sich bei der Promotion des ersten Teils als so wertvoll erwiesen hat, auch eine Gefahrenquelle sein. Sollten die Fans in den USA vom zweiten Teil eher enttäuscht sein, würde sich das via Web in rasender Eile um den Globus verbreiten.

Neben diesen eher defensiven Erwägungen spielen jedoch auch offensivere Gründe eine Rolle in dem Konzept: Das Marketing für «BW2» nutzt die extrem hohe Erwartungshaltung, die der erste «Blair Witch»-Film generiert hat, heizt sie mit dem



Webfest noch einmal an und nutzt sie anschliessend konsequent aus. Sollte diese Strategie ihren Zweck erfüllen, wäre der Nachweis erbracht, dass sich das Netz zielgerichtet und produktorientiert in Werbekampagnen einbinden lässt. Auf den Katzenjammer, der nach einer Zeit der Netzeuphorie in Hollywood gegenwärtig herrscht, wäre das genau die richtige Antwort.

Weil Pressevorführungen für «BW2» erst lange nach Redaktionsschluss stattfanden, kann Ihnen FILM leider nicht einmal eine Kurzkritik des Films bieten. Sie müssen zunächst mit diesen Betrachtungen über eine ausgesprochen kunstvolle Marketingkampagne vorlieb nehmen. Ob der beworbene Film ihr schliesslich das Wasser reichen kann? Mmh, mal sehen! Wir wünschen Ihnen in jedem Fall ein spannendes Halloween und einen schönen November.

Herzlich
Mathias Heybrock

Anstatt, wie bei Sequels sonst üblich, das bewährte Konzept des Vorläufers lediglich zu variieren, wählte man für «Blair Witch 2» eine vollkommen neue Strategie

FLIX, KINOEXPERTE



VADIM GLOWNA HANNELORE ELSNER JASMIN TABATABAI

DIE UNBERÜHRBARE
EIN FILM VON OSKAR ROEHLER

AB 23. NOVEMBER IM KINO

EURIMAGES IM VERLEIH DER FAMAFILM.CH

Q

BEGEGNUNGEN AUF DER MILCHSTRASSE

Begegnungen zwischen westafrikanischen Savannen und Schweizer Bergmatten, zwischen eigensinnigen und phantasievollen Männern rund um die Kuh. Der burleske und poetische Film des Regisseurs von «Käuter und Kräfte».

Ein Film von Jürg Neuschwander

MIT UNTERSTÜTZUNG DER DEZA container FILMSTIFTUNG

AB NOVEMBER IM KINO

LE GOÛT DES AUTRES
EIN FILM VON AGNÈS JAOUÏ

PATHÉ!
www.legoutdesautres.com

ANNE ALVARO JEAN-PIERRE BACRI
ALAIN CHABAT AGNÈS JAOUÏ
GÉRARD LANVIN CHRISTIANE MILLET

Agnès Jaoui (Drehbuchautorin von Smoking/No Smoking, On connaît la Chanson) übersetzt Gefühle und Emotionen in Bilder und erzählt mit viel Humor eine einfache, direkt aus dem Leben gegriffene Geschichte.

Film-News

Filmkalender 2001

208 S., Pb., zahlr. Abb.
SFr 14,50
ISBN 3-89472-009-3
„Für Filmfans unentbehrlich“
Cinema

Filmkalender 2001

Carla Despineux, Verena Mund (Hrsg.)

Carla Despineux/Verena Mund (Hrsg.)
Girls, Gangs, Guns
Zwischen Exploitation-Kino und Underground (Feminale Edition)
192 S., Pb., zahlr. Abb.
SFr 28,10
ISBN 3-89472-323-8

girlsgangsguns
Zwischen Exploitation-Kino und Underground

www.schueren-verlag.de **SCHÜREN**