

Die braune Gefahr

Autor(en): **Sennhauser, Michael**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Film : die Schweizer Kinozeitschrift**

Band (Jahr): **53 (2001)**

Heft 2

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-932486>

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.

Die braune Gefahr

«Merci pour le chocolat» meint Claude Chabrol maliziös, und Lasse Hallström lässt in «Chocolat» Juliette Binoche als süsse Versuchung auf eine französische Kleinstadt los. «Schokolade» ist ein S-Wort. Und wenn davon die Rede ist, ist fast immer etwas anderes gemeint. Auch und gerade im Kino.

Michael Sennhauser

Schokolade ist nicht zu fassen! Ehrlich. Ob die braune Masse nun metaphorisch oder symbolisch eingesetzt wird – oder einfach gefressen: Die Gedankenverbindungen, welche die süsse Versuchung auslöst, sind so zahlreich wie die Synapsen im berauschten Gehirn oder die Geschmacksknospen auf der schleckenden Zunge. Und das Kino kann sich dem paradoxerweise auch nicht verschliessen. In weit über fünfzig Filmtiteln kommt das Wort «Schokolade» vor, und die Plots, welche Schokolade bemühen, sind schon gar nicht mehr zu zählen. Aber was hat das Zeug im Kino verloren? Wofür stehen das Wort und die Sache?

Sehen wir uns doch einige der bekannteren Titel an: In «*Como agua para chocolate*» von Alfonso Arau (Mexiko 1992) darf die junge Tita ihren Schwager Pedro nicht heiraten. Daher sublimiert sie ihre Liebe, aber auch Zorn und Hass in ihrer fabelhaften Kochkunst, und die Leidenschaften kochen über, wie das titelgebende Wasser für die Trinkschokolade. Ist das nun süss? Oder doch eher bitter?

In «*Fresa y chocolate*» des Kubaners Tomás Gutiérrez Alea (1993) geht es eher um die Verschiedenheit der Geschmäcker. Die hinreissende und charmante Dreiecksgeschichte zwischen einem Schwulen, einem naiven Soziologiestudenten und einer reifen Frau kulminiert in der Erkenntnis, dass alle Kombinationen erlaubt sein sollten, auch die von Erdbeer- mit Schokolade-Eis. Auch da wird sublimiert.

«*Männer sind wie Schokolade*» behauptete 1998 ein deutscher Fernsehfilm von Uwe Wilhelm. Der Titel spielt wohl an auf einen der flacheren schokobezogenen Kalauer, die mit Dickmachen in Zusammenhang stehen. Und «*Better Than Chocolate*» von Anne Wheeler (Kanada, 1999) geht konsequent noch einen Schritt weiter und erklärt (lesbischen) Sex als der Schokolade überlegen.

Schokolade ist Sex

Alles ganz einfach also. Wenn im Kino von Schokolade die Rede ist, ist nicht einfach etwas anderes gemeint, sondern genau das: Sex. Oder wenigstens Sexappeal. Und dann natürlich alles, was dazugehört: Mord, Totschlag und Masslosigkeit. «Merci pour le chocolat» heisst das dann bei Claude Chabrol (siehe Spalte

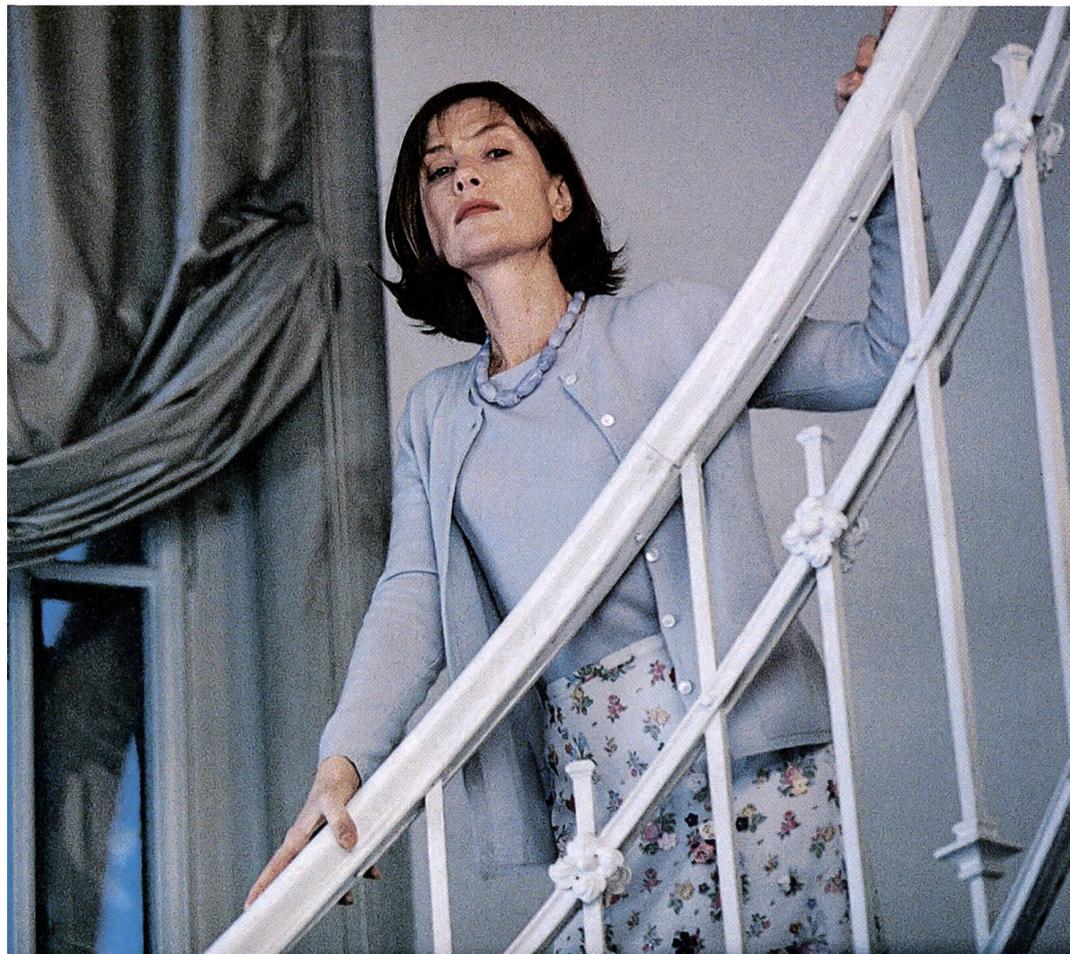
rechts). Und nun soll niemand sagen, das sei krude Vulgärpsychologie. Vulgärpsychologie lebt davon, dass sie krude ist. Und darüber hinaus ist auch in diesem Zusammenhang alles viel komplexer, als es auf den ersten Blick erscheint. Schokolade als sublimierte Form von Sex kann nämlich wiederum sublimiert werden, sozusagen subsublimiert. Das glauben Sie nicht? Also dann: Wenn Claudia Schiffer auf die Frage, ob sie jemals Drogen probiert habe, antwortet, sie esse lieber eine Tafel Schokolade, dann muss man sich vorstellen, dass sie das nicht wörtlich meint. Eher wohl ist das zu verstehen wie das Rauchen eines Joints bei Bill Clinton: bloss nicht inhalieren. Sonst muss die Gute dann für die H&M-Werbung wieder digital abgespeckt werden.

Im Kino müssen die Dinge auf den Punkt gebracht werden. Hitchcock meinte genau das, als er erklärte, ein Thriller, der in der Schweiz spiele, müsse Schokolade und Kuckucksuhren involvieren. Also liess er einen Teil der komplizierten Handlung von «*The Secret Agent*» (1936) in einer Schweizer Schokoladefabrik spielen. Dabei waren ihm die dunkleren Seiten der Schokolade allerdings so egal wie die Fehlansiedlung der Schwarzwälder Kuckucksuhren im späteren Swatch-Country. Hitchcock brauchte keine Schokolade, um Sex zu sublimieren (zumindest nicht in seinen Filmen). Er benutzte Gipsbeine («*Rear Window*», 1954), Feuerwerk («*To Catch a Thief*», 1955) oder Tunnelfahrten («*North by Northwest*», 1959), um zur Sache zu kommen. Oder aber er liess gleich die Vögel los («*The Birds*», 1963) oder setzte sie ausgestopft in die Zimmerecke («*Psycho*», 1960).

Aber die Schokoladefabrik als Hort der verdrängten Leidenschaften, das ist durchaus eine Schweizer Fantasie. Claude Chabrol lässt in «*Merci pour le chocolat*» die Erbin einer Schokoladendynastie ein paar gezielte Fehlleistungen vollbringen (Kritik und Interview mit Isabelle Huppert Seite 28), und beim Schweizer Fernsehen brodelt es unter, hinter und neben den Fassaden der Figuren der erfolgreichen Schoko-Soap «*Lüthi und Blanc*» (dazu mehr ab Seite 24). Übrigens brachte 1997 auch die BBC mehr Licht in die Problematik mit dem TV-Drama «*Sex and Chocolate*», das seine Heldin, eine Lehrerin namens Bev Bodger (Dawn French) in Paris diversen Verführungen aussetzte.

Sie weiss mit Schokolade umzugehen wie keine Zweite: Marie-Claire «Mika» Muller (Isabelle Huppert), Erbin und Chefin einer Schokoladefabrik, tödlich liebende Freundin, Ehefrau und Stiefmutter in Claude Chabrols «Merci pour le chocolat».





Killerschokolade à la Mika

Marie-Claire «Mika» Muller (Isabelle Huppert) ist in Claude Chabrols «Merci pour le chocolat» nicht nur zum zweiten Mal die Frau des Pianisten André Polonski (Jacques Dutronc), sondern auch Chefin und Inhaberin der renommierten Firma «Chocolat Muller». Und sie kümmert sich nicht nur um die Produktlinie der Firma, sondern auch ganz persönlich um die abendliche Trinkschokolade für Ehemann und Stiefsohn.

Das Rezept dafür stammt angeblich von einer Äbtissin. Die Schokolade wird von Mika im Voraus zubereitet und in eine Thermoskanne gefüllt, «damit die Milchfermente sich entwickeln können». Zumindest erklärt sie das so der eher miss-trauischen Köchin. Ihr Pianistengatte hält Mikas Trinkschokolade für das achte Weltwunder. Und Mika selber schwört auf den speziellen schmerz-dämpfenden Effekt, den der Genuss von Schokolade angeblich erziele, weil er den Körper dazu bringt, Endorphine auszuschütten. Als Fabrikantin unterstützt sie daher sponsoringmässig Schmerzkliniken, weil sie «nicht möchte, dass Menschen leiden müssen».

Das wahre Geheimnis von Mikas Schokolade ist allerdings das Schlafmittel Rohypnol, das sie zufügt. Mit den darin wirkenden Benzodiazepinen sorgt Mika dafür, dass immer wieder die richtigen Familienmitglieder zur richtigen Zeit tödliche Unfälle produzieren.

→ Kritik und Interview: S. 28

Die Magie der Schokokünste von Vianne Rocher in «Chocolat» wird auf ihre Abstammung

Schokolade ist Verführung

Casanova soll Schokolade als Verführungsinstrument eingesetzt haben, und das dürfte sehr wohl ein probates Mittel gewesen sein (auch wenn es «die wahrscheinlich längste Praline der Welt» damals noch nicht zu kaufen gab, kein «Mon Chérie», keine «Baci» und auch keine «Küsschen»). Schliesslich war amerikanische (!) Schokolade neben Nylonstrümpfen und Lucky Strikes auch Teil des erotisch-kolonialistischen Eroberungskapitals der alliierten Streitkräfte nach dem Zweiten Weltkrieg.

Verführung mittels Schokolade zu mehr oder zu anderem, das ist sozusagen das *reverse engineering*, der praktische Umkehrschluss der Sublimierung. Der jüngste Film (und Miramax-Oscar-Kandidat) von Lasse Hallström («The Cider House Rules», 2000) macht dies auch wieder deutlich. Er heisst schlicht und einfach «Chocolat», spielt in Frankreich, wurde in Englisch gedreht, mit Johnny Depp und mit Juliette Binoche in den Hauptrollen. Sein Plot bietet in seiner Grundstruktur wenig neues, folgt einfach seinen Vorgängern von «Como agua para chocolate» bis «Woman on Top» mit Penelope Cruz (USA 1999) auf dem Weg der Leidenschaft, der durch den Magen führt.

Juliette Binoche spielt in «Chocolat» die agnostische Vianne Rocher, die in den Fünfzigerjahren mit ihrer Tochter in eine fromme französische Kleinstadt einzieht und dort gegen den Willen der entrüsteten Bevölkerung einen Schokoladeladen eröffnet. Aber dank ihrer Persönlichkeit und ihrer Gabe, für jeden Kunden die perfekte Schokokreation herauszutüfteln, gewinnt sie die Herzen der Menschen gegen alle Widerstände. Sie darf sogar mit der irischen «Flussratte» Johnny Depp anbandeln und die Magie ihrer Schokokünste wird auf ihre Abstammung von einer Maya-Mutter und deren Affinität zur Kakaobohne zurückgeführt. Neben Binoche und Depp sind auch Alfred Molina als Bürgermeister, Judi Dench als geplagte Diabetikerin und Lena Olin als Ehefrau mit kleptomaneischen Zügen (auch eine Form von Sublimierung) mit von der Partie.

Schokolade ist eine Farbe

Ausser seinem Titel hat aber Lasse Hallströms «Chocolat» nichts gemein mit dem gleichnamigen Film,

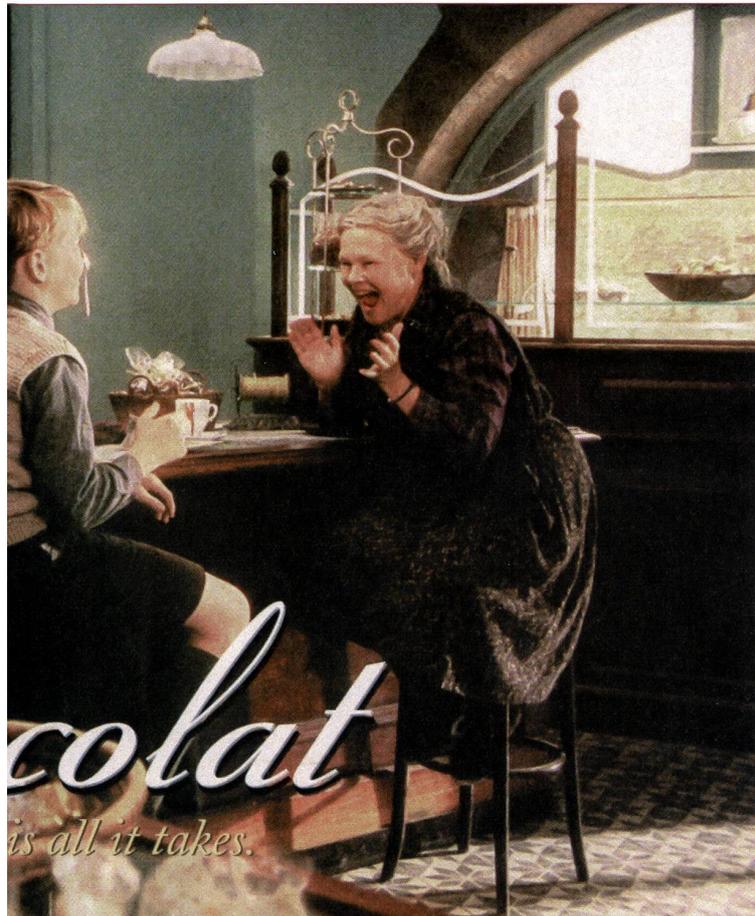
Schokolade verändert ihre Leben: Lena Olin, Juliette Binoche und Judi Dench in Lasse Hallströms «Chocolat».



Süsse Websites

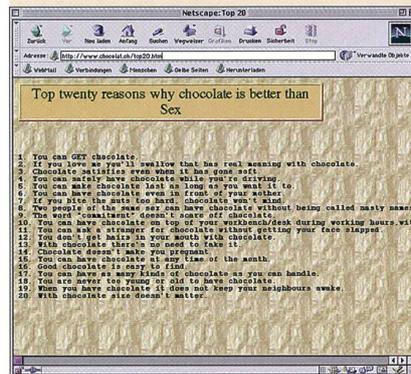
Wenn «Sex» (neuerdings hart bedrängt von «MP3») zu den meistgesuchten Begriffen im WWW gehört, dann darf es nicht überraschen, dass auch das Angebot an Sites zum Thema Schokolade schlicht erschlagend daherkommt. Eine kleine Auswahl:

on einer Maya-Mutter zurückgeführt



www.infozentrum-schoko.de

Das deutsche «Infozentrum Schokolade» unterhält eine der reichhaltigsten und interessantesten Infoseiten zum Thema. Sie schlägt – das Patriotenherz weint – auch die entsprechenden Schweizer Angebote um Längen.



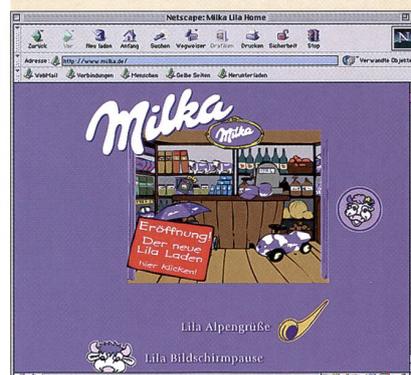
www.chocolat.ch

Die Website der Schweizer «chaîne confiseurs» ist grafisch keine Meisterleistung. Aber sie bietet doch einiges an nützlicher Information und noch mehr an herrlich überflüssiger, so etwa die «zwanzig Gründe, warum Schokolade besser ist als Sex».



www.ich-will-keine-schokolade.de

Hier ist der Titel so süß wie der Inhalt. Unter der kuriosen URL versteckt sich «der einzig vernünftige Kontaktanzeigenmarkt für junge Leute oder solche, die es werden wollen!»



www.milka.de

Die Seiten mit der lila Kuh gehören zum verspieltsten, was die deutsche Werbelandschaft derzeit anbieten kann. Man kann sich einen KUHrsor holen oder im Tal der lila Kühe eine Patenschaft übernehmen. Muh.

Wenn im Kino von Schokolade die Rede ist, ist nicht einfach etwas anderes gemeint, sondern genau das: Sex

den die Französin Claire Denis 1987 realisiert hat. Dort kam nämlich eine weitere, nicht weniger erotische und «verbotene» Konnotation von Schokolade zum Vorschein, die in einer Oscar-gierigen amerikanischen Mainstreamproduktion kaum zu finden sein dürfte. Die Protagonistin von Claire Denis' «*Chocolat*» ist nämlich die einsame Frau eines französischen Kolonialbeamten 1957 in Kamerun. Und sie fühlt sich angezogen von ihrem einheimischen Hausdiener, der allerdings dieser Form der «Kolonialisierung» wenig abgewinnen kann. Bei Spike Lee hiess das Phänomen in seiner urbanen US-Variante 1991 «*Jungle Fever*». Coline Serreau brachte in Frankreich 1989 sehr fein, diskret und einfühlsam «*Romuald et Juliette*» zusammen, einen weissen Manager und seine schwarze Putzfrau. Der deutsche Verleih musste bezeichnenderweise wieder deutlicher werden und nannte den Film «*Milch und Schokolade*». Auch wenn die Milchkaffeemetaphorik im Zusammenhang mit hautfarbenübergreifender Liebe mindestens so oft bemüht wird, meint sie dann doch eher wieder die Resultate, zu denen eine mangelhaft subsublimierte oder ungehemmt vollsublimierte Schokolust führen kann.

Schokolade ist Schokolade

Und doch: Manchmal meint auch im Kino «Schokolade» nichts weiter als ebensolche. Das ist – wenigstens an der sublimierungsfreien Oberfläche – so in «*Willy Wonka and the Chocolate Factory*» (USA 1971), der Verfilmung des beliebten Kinderbuches von Roald Dahl, das ist so im amerikanischen Highschool-Film «*The Chocolate War*» (Keith Gordon, 1988), in dem ein Schüler zum gemeinnützigen Verkauf von Pralinen gezwungen wird, und das ist wohl auch so in «*Hot Chocolate*» (USA 1992), in dem Bo Derek als Multimillionärin ihre harten Dollars in eine kleine französische Schokoladefabrik investiert. Auch wenn einem bei der Kombination von Bo Derek, harten Dollars und französischer Schokolade auch 13 Jahre nach Blake Edwards «*Ten*» noch ein leiser Sublimierungsgeruch in die Nase stechen mochte.

Der Leidenschaft für Schokolade hat das Kino aber auch sonst einiges zu verdanken. So berichtet der deutsche Filmhistoriker Martin Loiperdinger in «*Film & Schokolade*» (Stroemfeld Verlag, Frankfurt/M. 1999) vom Kölner Süswaren-Hersteller Stollwerck, dessen Unternehmen vor rund hundert Jahren mit internationalen Filmpionieren zusammenarbeitete. Und vom italienischen Schauspieler und Filmemacher Nanni Moretti weiss man, dass er sowohl sein Kino wie auch seine Produktionsfirma «*Sacher*» nennt, aufgrund seiner Leidenschaft für die Wiener Schokoladentorte.

Nicht alle mögen Schokolade

Wenn aber Tom Hanks als «*Forrest Gump*» in Robert Zemeckis' revisionistischer Komödie von 1993 so kindlich optimistisch verkündete, das Leben sei «like a box of chocolates», man wisse nie, was man bekomme, dann kann man, um doch wieder etwas Luft zu kriegen, nur noch jenen unbekanntem zigarettenrauchenden Mann zitieren, der in einer 93-er Episode der «*X-Files*» so herzerfrischend lamentierte: «Das Leben ist wie eine Schachtel Pralinen, ein billiges, oberflächliches, gedankenloses, funktionales Geschenk, das sich nie jemand gewünscht hat. Man kann es nicht einmal umtauschen, weil man dann bloss eine andere Schachtel Pralinen bekommt. Also sitzt man da mit diesem meist undefinierbaren pfefferminzgefüllten Mist, den man gedankenlos runterschlingt wenn es während eines Spiels sonst nichts zu essen gibt. Sicher, hin und wieder erhalten Sie ein Erdnussbuttercup oder ein englisches Toffee, aber das ist schnell weg und der Geschmack ist flüchtig. Am Ende bleibt Ihnen nichts als die vertrocknete Füllung und die zahnzertrümmernden Nüsse, und wer verzweifelt genug ist, auch die noch zu essen, sitzt dann da und hat gar nichts mehr übrig, ausser den unbrauchbaren braunen Papierverpackungen.»

Da wollen wir doch lieber weiter sublimieren, nicht wahr? Gerade weil Schokolade nicht zu fassen ist. Sie schmilzt eben im Mund und nicht im Drehbuch. ■



Süsser Trash

cla. Polizist Rüttli bleibt auch im gefährlichen Kugelhagel der besonnenen Schweizer Beamten. Der Mann ist sozusagen die Spitze der Toblerone in der Hierarchie der Zürcher Kantonspolizei, weil er lieber heisse Schokolade gut gerührt anstatt Martini on the Rocks trinkt. Denn Rüttli weiss: «Es bitzli Schoggi beruhigt.» Wenn Rüttli nicht internationale Geldfälscher-«Gängschter» oder einen mörderisch veranlagten Transvestiten mit einem Gesicht wie Joan Collins – oder beides – jagt, flirtet er mit der Chefsekretärin von Scotland Yard. Auch in dieser Disziplin ist der eidgenössische Superbulle mit seinem vertrottelten Bernhardiner-Blick und Sätzen wie, «Gsesch Schätzli, so verbindet me Arbeit mit Vergnüge» unschlagbar.

An Jirí Menzels 1985 gedrehten Streifen «*Die Schokoladen-Schnüffler*» mit den Zirkusclowns Rolf Knie und Gaston mag sich niemand so richtig erinnern, und wir vermuten, den daran Beteiligten sei das nur recht. Gehört doch der Film nun wirklich nicht zu den Champagnertrüffeln des Schweizer Filmschaffens. Um bei der Schoko-Analogie zu bleiben: Eher schon gleicht er der zum xten Mal aufbereiteten braunen Masse eines Osterhasen. Denn Versatzstücke aus anderen populären Filmen werden einem laufend aufs Auge gedrückt. Nicht einmal vor der berühmten Dusch-Szene aus Hitchcocks «*Psycho*» macht das Team halt. So schlecht inszeniert, so schlecht gespielt, dass es schon wieder richtig gut ist – klebrig-süsser Trash eben.

Kaufkassette (D): Impuls Video, Cham.

Beziehungskiste.

Geheime Affären und spannende Verhältnisse: bei Lüthi und Blanc auf SF DRS.



Die Darsteller von Lüthi und Blanc lieben, leiden, jubeln und streiten weiter. Jeden Sonntag-abend auf SF DRS.

Wer Ihnen von Montag bis Samstag treu bleibt: die neun erlesenen J.J. Blanc Schokolade-Köstlichkeiten exklusiv in Ihrer Migros. J.J. Blanc: Premium-genuss von Chocolat Frey.

