

# Von der PlayStation ins Kino

Autor(en): **Arx, Marlène von**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Film : die Schweizer Kinozeitschrift**

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

Heft 6-7

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-932524>

## **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.

# Von der PlayStation ins Kino

Taugen Video-Spiele als Filmvorlage? Das kommt drauf an, heisst es bei Square Pictures. Die Tochterfirma des japanischen Software-Herstellers Square Co. glaubt, mit «Final Fantasy» die beiden Welten verbinden zu können.

Marlène von Arx

Der Mensch lebt nicht vom Brot allein. Brot und Spiele müssen es sein. Das wussten schon die alten Römer. Und Hironobu Sakaguchi hat diese Weisheit verinnerlicht. Der 39-jährige Japaner ist das *mastermind* hinter dem Konsolen-Spiel «Final Fantasy», dessen neun voneinander unabhängige Versionen sich insgesamt 31 Millionen Mal verkauften. Die zehnte Ausgabe der mit stets neuen Figuren besetzten Rollenspiel-Serie um Leben, Liebe, Freundschaft und Abenteuer in einer imaginären Welt soll Ende Jahr erscheinen.

Bereits im August aber können die PlayStation-Fans unter dem Titel «Final Fantasy: The Spirits Within»

einen digital animierten *spin off* im Kino bewundern. Die japanische Software-Firma Square Co. (Jahresumsatz über 650 Millionen Dollar) ist nämlich mit grossem Aufwand ins Filmgeschäft eingestiegen. Sakaguchi leitet Square USA, ein Animationsstudio, das 1997 eigens für die Herstellung von «Final Fantasy: The Spirits Within» in Honolulu auf der hawaiianischen Insel Oahu errichtet wurde. «Wir haben diesen Gebäudekomplex aber natürlich nicht nur für einen Film gebaut», lässt sich Sakaguchi in einem Konferenzraum mit atemberaubender Sicht auf den Hafen, die Skyline von Waikiki Beach und den Kraterberg Diamond Head übersetzen. «Wir bleiben auch in Zukunft auf unserem Kurs, mit unseren visuellen Interpretationen dem Auge des Kino-Publikums etwas Interessantes zu bieten.» Doch die verdunkelten Computer-Büros, wo vor wenigen Wochen noch insgesamt 300 Animatoren und Administratoren aus 22 Ländern (darunter auch zwei Schweizer) arbeiteten, wirken dieser Tage gähnend leer. Die Zukunft des Arbeitsorts Honolulu, gewählt als geografisches und kulturelles Reich der Mitte zwischen Japan und den USA, hängt stark vom Erfolg des 150 Millionen Dollar teuren «Final Fantasy»-Experiments ab, das den Fotorealismus im Kino auf eine neue Stufe bringt.

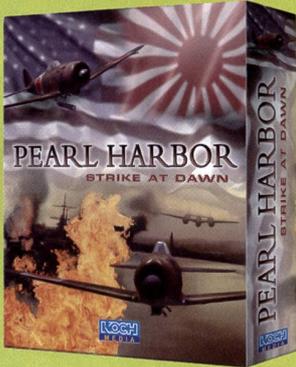
Es versteht sich von selbst, dass nach Büchern, Filmklassikern, TV-Shows und Comicstrips nun auch Videospiele als Vorlage für Leinwandepen dienen. Der Markt, das wissen auch die Verantwortlichen in Hollywood (Columbia Pictures vertreibt «Final Fantasy» ausserhalb Japans), hat ein enormes Expansions-Potenzial: Gemäss einer Studie der Interactive Digital Software Association wird im Jahr 2005 in 70 Prozent aller US-Haushalte eine Konsole stehen. Der Video-Game-Sektor setzte letztes Jahr 6,4 Milliarden um. Damit wuchs der Software-Verkauf in den letzten drei Jahren um durchschnittlich 15 Prozent.

## Ernüchternde Einspielergebnisse

Doch ob der Homo Ludens seine Computer-Spiele auch im Kino sehen will, ist eine zweite Frage. Die bisherigen Resultate von Videospiele, die in Kinofilme konvertiert wurden, stimmen nicht sonderlich optimistisch: «Super Mario Bros.» mit Bob Hoskins und Dennis Hopper kostete um die 50 Millionen Dollar und spielte nicht einmal die Hälfte davon an der Kinokasse wieder ein. «Street Fighter» mit Jean-Claude Van Damme und Raul Julia überzeugte ebensowenig wie Freddie Prinze Jr. mit «Wing Commander». Selbst das «Pokémon»-Phänomen verzeichnet drastisch sin-

Helden, die aus der Konsole kommen: Szenenbild aus «Final Fantasy: The Spirits Within»





## «Pearl Harbor» und «Atlantis»

Dass die Filmstarts vom Release gleichnamiger Spiele begleitet werden, ist nichts Neues. Zum Kriegsspektakel «Pearl Harbor» von Jerry Bruckheimer und Michael Bay (Kritik: Seite 31) erscheint unter dem Titel «Pearl Harbor – Strike at Dawn» eine Action-Flugsimulation vor historischem Hintergrund. In 15 Missionen (Abfangensätze, Luftkämpfe, Geleitschutz, Bombardements und Angriffe auf feindliche Seeziele) als amerikanischer Kampfpilot gilt es, die Aufträge möglichst perfekt zu erfüllen. Zur Auswahl stehen 9 verschiedene Flugzeugtypen, im Erfolgsfall winkt die Beförderung. (Vertrieb: KOCH Media AG; Preis: Fr. 65.–).

Auch Disney mischt im Game-Business kräftig mit. So soll im Herbst 2001 mit dem Film «Atlantis: The Lost Empire», den das Studio vollmundig als «gewaltigstes Epos' in der Geschichte des Zeichentrickfilms» ankündigt, auch das Multiplayer-Online-Game «Disneys Atlantis: Im Kreuzfeuer» auf den Markt kommen. Basis von Film und Spiel ist die Suche nach einem verschollenen Tagebuch. Dieses beschreibt den geheimen Weg in die verschollene Stadt Atlantis. Eine Gruppe Abenteurer macht sich auf, das streng bewachte Buch zu finden. Im Spiel ergründen die Spieler die Geheimnisse eines uralten Wikingerlabyrinths und kämpfen mit den Wächtern des Tagebuchs.

## «Eines Tages wird es auch interaktive Kinofilme geben»

kende Tendenzen: Der dritte Spielfilm, zur Zeit in den amerikanischen Kinos zu sehen, wird nicht einmal mehr 20 Millionen Dollar einbringen, während der erste Teil immerhin 86 Millionen Dollar verbuchte. Als positive Ausnahme präsentiert sich «Mortal Kombat» (1995) mit Christopher Lambert in der Hauptrolle. Das 20 Millionen Dollar teure Kung-Fu-Schlägerfest spielte allein in den USA 70 Millionen Dollar im Kino und 37 Millionen Dollar auf Video ein. Solche Zahlen förderten unter dem Titel «Mortal Kombat: Annihilation» so gleich eine Fortsetzung zu Tage, in der die Schweizer Schauspielerin Sandra Hess eine der Hauptrollen spielte. Der Folgefilm schlug allerdings nur noch mit 36 Millionen Dollar Kino-Einnahmen zu Buche. Und auch umgekehrt verläuft der Video-Game/Film-Transfer harzig. So figurierten beispielsweise die Spiele zu «Men in Black» oder «Blade Runner» auf den Verkaufslisten unter ferner liefen. «Final Fantasy»-Produzent Chris Lee lässt sich durch das schlechte Abschneiden früherer Game-Adaptionen jedoch nicht beirren: «Die Filme waren schlecht gemacht – ein Studio hatte die Rechte gekauft und auf die Schnelle eine billige Kinoversion produziert. Bei uns steht aber mit Sakaguchisan der Schöpfer des Spiels als kreative Kraft hinter dem Film.»

Trotzdem: Ein Videogame ist ein interaktives Medium, Film ein passives. An diesem kleinen Unterschied könnten sich selbst populäre Heldinnen wie Dr. Aki Ross («Final Fantasy»), die das Herren-Magazin «Maxim» zum Cover-Girl ihrer «Hot-List» erkoren hat, und Lara Croft («Tomb Raider») allenfalls die Zähne ausbeissen. Aber auch daran hat Sakaguchi gedacht: «In der DVD-Version kann der Zuschauer selber Regie führen und die Kameraeinstellungen wählen», tröstet er und versichert: «Eines Tages wird es auch interaktive Filme geben.»

### Neue Koalitionen

Der Computer-Journalist Bob Schwabach meint sogar, dass Videospiele die Kinofilme eines Tages überflüssig machen werden: «Filme werden immer mehr an Bedeutung verlieren und mit Steuergeldern und privaten Unterstützungen produziert werden – so wie heute die Oper und das Ballet, die auch einst die Unterhaltungsszene dominierten», schreibt er in der «New York Times». Auf die Zukunftsvision, dass jeder dereinst im Wohnzimmer mit DVD, Internet und Kabelanschlüssen vernetzt ist, setzt nun auch Techno-Gigant Microsoft mit einem neuen Entertainment-Center.



Vollsynthetisch und fotorealistisch: Dr. Aki Ross in den imaginären Welten von «Final Fantasy»



Heavy-Metal-Phantasie:  
«Final Fantasy: The Spirits  
Within»

Lange genug hat Bill Gates zugesehen, wie Sony mit seinen PlayStations abzockt. Am 8. November bringt Microsoft nun die neue xbox auf den Markt, auf der man DVDs, CDs, MP3s und vor allem Computer-Games abspielen und bald auch durchs Internet und TV-Kabelnetz surfen kann.

Die letzte Stunde des Kinos hat trotzdem noch nicht geschlagen: Vorerst soll interaktive Unterhaltung noch Begleitfunktion haben und den in den Neunzigerjahren krisengeschüttelten Kinoketten neues Leben einhauchen: Sega GameWorks, eine Partnerschaft zwi-

schen Sega Enterprises und Universal Studios, plant beispielsweise unter dem Titel «GameWorks Cinema» neu konzipierte Unterhaltungskomplexe mit Kinos, Video-Araktionen und Restaurants.

Ob Dr. Aki Ross und Konsorten wieder in die Arkaden verbannt werden oder ob sie ihre «Final Fantasy» weiterhin auf der Leinwand ausleben dürfen, wird sich im Juli nach der Premiere weisen. Hironobu Sakaguchi tüfelt in der Zwischenzeit schon mal eine neue Geschichte für das CGI-Studio in Hawaii aus – sie soll aber nicht auf einem Video-Game basieren. ■

INSERAT



# FILM

Die Schweizer  
Kinozeitschrift

Auf Anfang September 2001 wird bei uns die Stelle einer/eines

## Redaktionsvolontärin/ volontärs

frei. Wenn Sie sich in Filmfragen fundiert auskennen, journalistisch bereits Erfahrungen gesammelt haben und alle auf einer Redaktion anfallenden Arbeiten kennen lernen möchten, erwarten wir gerne Ihre schriftliche Bewerbung mit Textproben.

Wir bieten Einblicke in die Produktion einer Zeitschrift und einen Einstieg in den Filmjournalismus.

Die Stelle ist auf ein Jahr befristet.

Richten Sie Ihre Bewerbung bis 22. Juni an:

FILM – Die Schweizer Kinozeitschrift,  
Volontariat, Postfach 147, 8027 Zürich

[www.film.ch](http://www.film.ch)