

Vorwort

Dieses Buch ist ein Auftragswerk. Georg Althammer – Autor, Regisseur und Produzent, überaus erfolgreich in allen drei Berufen – fragte mich Anfang des Jahres, ob ich mir vorstellen könnte, ein Buch zum Thema »Hype – am Beispiel des Films TONI ERDMANN« herauszugeben. Mir gefiel die Idee, zusammen mit Studierenden des von mir gegründeten und geleiteten Studiengangs Theater-, Film- und Fernsehkritik einen Essay- und Interview-Band zu produzieren. Georg Althammer hatte nicht nur die Idee, er finanzierte auch großzügig unsere Arbeit und half bei den Druckkosten, wofür ich ihm im Namen der Studierenden der Hochschule für Fernsehen und Film (HFF) und der Theaterakademie August Everding herzlich danke.

Georg Althammer, der sich den Film von Maren Ade mehrfach angesehen hatte – im Kino und auf dem Rechner –, verstand den Erfolg dieses Films, den er als gelungen mittelmäßig einschätzte, nicht. Wir diskutierten beide oft und durchaus erregt die möglichen Gründe. Was mochten die Produzenten, der Verleiher, die Agentur angestellt haben, dass bereits in Cannes die Kritiker jubelten? Wurden sie besonders gepampert? Bekamen sie kostbare Geschenke? Wurden sie bestochen? Wohnten sie auf Produzentenkosten im Hotel Martinez? Oder im Grand Hotel? Oder gab es nicht doch tieferliegende Gründe dafür, dass der Film – womöglich zur rechten Zeit am rechten Ort – derart einschlug? Ein paar Antworten hoffen die Beiträger dieses Buches auf die Spur zu kommen.

Es lag nahe, zuerst die Regisseurin und die Produzentin um ein Gespräch zu bitten. Janine Jackowski, die von 1998 bis 2002 Filmproduktion an der Hochschule für Fernsehen und Film München studiert hatte und während des Studiums zusammen mit der Regisseurin Maren Ade im Jahr 2000 die Filmproduktionsfirma »Kopplizen Film«

gründete, antwortete auf meine Anfrage, dass sie beide sich der HFF verbunden fühlten und gerne helfen wollten, in diesem Fall aber leider nicht behilflich sein könnten: Maren Ade könne sich nicht vorstellen, den Hype um den eigenen Film zu erklären, das müssten andere tun.

Frau Jackowski empfahl mir dafür Ansprechpartner vom deutschen Verleih, vom Weltvertrieb und von der Pressevertretung – diejenigen also, die mit der Presse, den Kinobetreibern und dem Publikum in direkter Berührung waren.

Auch hier gestaltete sich die Kontaktaufnahme schwierig. Erst nach mehrfachem Nachhaken konnte unser Autor Philipp Bovermann schließlich mit Michael Weber von The Match Factory (dem Weltvertrieb) ein Gespräch führen, es findet sich in diesem Buch.

Wir waren über die Zurückhaltung aus dem Team erstaunt. Wollte oder konnte niemand erklären, wie man erfolgreich ein Produkt – in diesem Fall einen Film – präsentiert, bewirbt und zum Sieg führt? Was mochte das Geheimnis sein an diesem Überraschungstriumph des TONI ERDMANN? Wussten es die Beteiligten schlicht selbst nicht – oder ging vielleicht doch nicht alles mit rechten Dingen zu? Da die Hype-Auslöser – bedauerlich, aber vielleicht auch verständlich –, nicht reden wollten, befragten wir Tobias Kniebe, den Filmkritiker der *Süddeutschen Zeitung*, nach seinen Cannes-Eindrücken. Hatten die Verleiher, die Pressebetreuer sich womöglich anders ins Zeug gelegt, als er es von anderen vergleichbaren Events gewohnt war? Hatte man den Film vorher auf der Rechnung, wie waren die ersten Reaktionen, und was geschah in der Folge? Wir denken, dass Tobias Kniebes Antworten einen aufschlussreichen Eindruck von der Stimmung vor Ort geben.

Zudem haben wir einige einschlägige Passagen aus Interviews mit Maren Ade und Hauptdarsteller Peter Simonischek zusammengestellt. (Wir danken den Autoren und Verlagen für die Abdruckrechte.) Wir hielten es zudem für wichtig, darüber zu informieren, wer eigentlich die diversen Filmpreise verleiht, wie die Jurys zusammengesetzt sind und wie sie arbeiten.

Der Film- und Kulturkritiker Georg Seeßlen, der als Dozent unserem Studiengang sehr nahesteht, hat sich schon vor einigen Jahren ein paar grundlegende Gedanken zum Thema Hype gemacht. Ich freue mich sehr, dass er sofort bereit war, seinen 2013 in der Wochenzeitung *Jungle World* publizierten Text in einer überarbeiteten Fassung zu diesem Band beizusteuern. Drei Studierende waren gleichfalls begeistert von der Idee einer gemeinsamen Publikation. Sie wollten sich mit dem Film, den sie keinesfalls gleichermaßen hochschätzten, beschäftigen und mit dem TONI ERDMANN-Hype. In zwei Aufsätzen wird versucht, das Werk zum einen in der Gegenwart und im Zeitgeist der Jahre 2016/17, zum anderen im Œuvre von Maren Ade zu positionieren. Den beiden Absolventen Sofia Glasl und Philipp Bovermann sei ebenso gedankt wie Maximilian Sippenauer, der sein Studium erst im Sommer 2018 beenden wird.

Wichtig war uns allen, dass es nicht darum gehen konnte, Geschmacksurteile abzugeben. Wir nahmen Georg Althammers Wunsch ernst, uns mit dem Film von Maren Ade und seiner Rezeption nicht nur »feuilletonistisch« – das war sein Wort – zu beschäftigen, sondern wissenschaftlich. Der Heiner-Müller-Vergleich, den ich anstelle, schien uns allen auch deshalb wichtig, um zu zeigen, wie sehr ein Hype nicht allein abhängig ist von den Verantwortlichen im Vertrieb und in den für die Werbung zuständigen Agenturen, sondern von den Künstlern. Sie geben dem Hype ihre Gesichter.

Ich danke allen, die an diesem Buch mitgearbeitet haben: den Autoren, dem Lektor Maurice Lahde, der sorgfältig und aufmerksam unsere Texte redigierte, verbesserte und uns immer wieder mit Anregungen weiterhalf. Ich danke auch den Verlegern Dieter Bertz und Katrin Fischer, die sich nicht scheuten, nach dem Hype den Hype untersuchen zu lassen. Schließlich gilt mein Dank der Präsidentin der HFF, Bettina Reitz, dem Präsidenten der Theaterakademie August Everding, Hans-Jürgen Drescher, und Stefan Schmaus, dem geschäftsführenden Direktor der Akademie, die unser Vorhaben wohlwollend unterstützten.

C. Bernd Sucher, München, im August 2017