

Swissfilm Association

Interview-Serie mit Schweizer Filmschaffenden: Die Kunst des Storytellings in 20 Sekunden

Die Filmschaffenden Silvia Fleck und Michèle Seligmann sprechen im Interview mit Swissfilm Association über die Freuden und Leiden, in wenigen Sekunden eine Geschichte zu erzählen, über Perfektionismus und mutige Entscheidungen. Und wie immer geht es um die Menschen vor und hinter der Kamera.

Interview: Yvonne Graf Bilder: zVg



Silvia Fleck, Head of Documentary bei Mediafisch.



Michèle Seligmann, Head of Production bei stories.

Wie schaffst du es, dein Publikum in den Bann zu ziehen?

Michèle Seligmann: Bei Werbefilmen bleiben nur wenige Sekunden, um Aufmerksamkeit zu gewinnen. Da muss alles vom ersten Moment an stimmen. Das schafft man nicht allein. Es ist ein Zusammenspiel von Bildsprache, Rhythmus und Tonalität. Am Anfang steht immer eine starke Geschichte, die sofort zum Punkt kommen muss. Im Team arbeiten wir an der Story, übersetzen sie in Bilder, die unmittelbar wirken und beim Zuschauer hängen bleiben. Ein Film muss in 20 Sekunden Emotionen und Neugier auslösen – dann hat er sein Ziel erreicht.

Silvia Fleck: Ich bin Perfektionistin. Ich habe bei jeder neuen Produktion den Anspruch, etwas Ungewöhnliches zu machen. Die geeigneten Charaktere zu finden, eine überzeugende visuelle Ästhetik zu schaffen, einen Text zu schreiben, der wie ein Massanzug sitzt. Das

«Meine Entscheidungen waren vielleicht nicht immer mutig, aber ich habe sie aus Überzeugung getroffen.»

gelingt nicht ganz immer, aber jedes Projekt verdient eine solche Aufmerksamkeit.

Wie bringst du deine kreative Vision mit den Zielen deines Kunden in Einklang?

Silvia Fleck: Zum Glück ist das nur selten ein Widerspruch. Unsere eigenen Erwartungen an alle Produktionen sind hoch, und meistens gelingt es, unsere Auftraggeber für unsere Ideen einzunehmen. Aber es kann natürlich vorkommen, dass das Publikum es anders sieht ... Wenn die Quoten schlecht sind, muss man sich auch unangenehme Fragen stellen – selbst wenn man viel Herzblut in eine Produktion gesteckt hat.

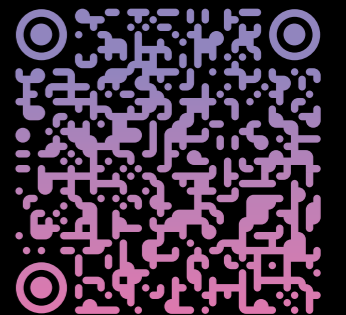
HEY CMO, WER HÖRT DEINE RADIOSPOTS?



Deine Mutter

Potentielle Kunden

RADIOBUCHEN.CH



Michèle Seligmann: Alles beginnt mit Zuhören. Ich will verstehen, wofür eine Marke steht, was sie antreibt, was ihre DNA ausmacht. Erst dann können wir das übersetzen, eine kreative Vision dafür entwickeln. Wir arbeiten eng mit der Agentur zusammen, feilen am Drehbuch so lange, bis Markenbotschaft und Story sich gegenseitig verstärken – das ist für mich der schönste Moment jedes Projekts.

Wie engagierst du dich für mehr Swissness in der Filmproduktion?

Michèle Seligmann: Unsere Produktion ist seit 2010 zu hundert Prozent in der Schweiz verankert. Das heisst für mich, mit den besten Schweizer Regisseuren zu arbeiten und bewusst junge Talente zu fördern. Es macht mich stolz, wenn Kunden uns ihr Vertrauen schenken und uns auch die Chance geben, ein Projekt mit Nachwuchsregisseuren umzusetzen. Das war so bei Swisscom («Clash») und Migros («Cosmos») und ist eine echte Investition in die Zukunft der Schweizer Filmkultur.

«Die eigentliche Kunst einer Filmproduktion liegt darin, flexibel zu bleiben: immer bereit zu sein, eine neue Richtung einzuschlagen, wenn dadurch etwas kreativer oder besser wird.»

Silvia Fleck: Das sehen wir genau gleich. Auch wir produzieren unsere Doku-Reportagen unter der Devise «Hundert Prozent Swissness» und greifen so gut wie nie auf Crews aus dem Ausland zurück. Wir wollen langfristige und verbindliche Partnerschaften aufbauen. Mit den meisten Autoren und Kameraleuten arbeiten wir schon viele Jahre zusammen. Da weiss man, was man aneinander hat.

Wie bist du Filmemacherin geworden?

Silvia Fleck: Ich bin ursprünglich ein Radio-Kind und habe beim ORF Journalismus von der Pike auf gelernt. Der Wechsel zum Fernsehen war der logische nächste Schritt. Nach vier Jahren Redaktionsleitung bei «NZZ

Format» habe ich mich nach mehr künstlerischer Freiheit gesehnt und sie auch gefunden. Bei Mediafish und dank unseren Auftraggebern gibt es viel Raum für kreative Energie.

Michèle Seligmann: Ich komme aus einer Werberfamilie und hatte früh Einblicke in die Branche. Bei Advico Young & Rubicam konnte ich in der Beratung Swiss betreuen. Martin Spillmann brachte enormes Filmwissen in die Agentur ein. Das hat mich angesteckt. Bei Condor habe ich dann das Filmhandwerk gelernt. Seither begleitet mich diese Mischung aus Neugier, Kreativität und Organisationstalent.

In welchem Moment deiner Filmkarriere hast du eine mutige Entscheidung treffen müssen?

Michèle Seligmann: Produzenten müssen tagtäglich viele Entscheidungen treffen. Am schwierigsten sind die, bei welchen Kreativität und Verantwortung kollidieren. Einmal musste ich während einer Produktion die Regie auswechseln – das war schmerzhaft, aber notwendig. Ein anderes Mal habe ich einen Dreh aus Sicherheitsgründen abgebrochen. Da spürt man: Produzieren heisst nicht nur, den Film im Blick zu haben, sondern auch die Menschen dahinter.

Silvia Fleck: Was heisst mutig? Meine Entscheidungen waren vielleicht nicht immer mutig, aber ich habe sie aus Überzeugung getroffen. Waren sie immer richtig? Nein, auch das nicht – trotzdem kann ich immer noch hinter den meisten stehen. Zweimal habe ich die relative Komfortzone der grossen Medienhäuser verlassen – zuerst den ORF und dann die NZZ. Beide Entscheidungen haben sich als richtig und wichtig erwiesen.

Welchen Rat würdest du deinem jüngeren Filmemacher-Ich geben?

Silvia Fleck: Habe Mut und sei hartnäckig! Lass dich niemals abwimmeln! Du brauchst einen unglaublich starken Willen, um in diesem Job vorwärtszukommen. Und wenn du auch noch Können mitbringst, steigen die Chancen, dass dein Zug in Richtung Erfolg fährt.

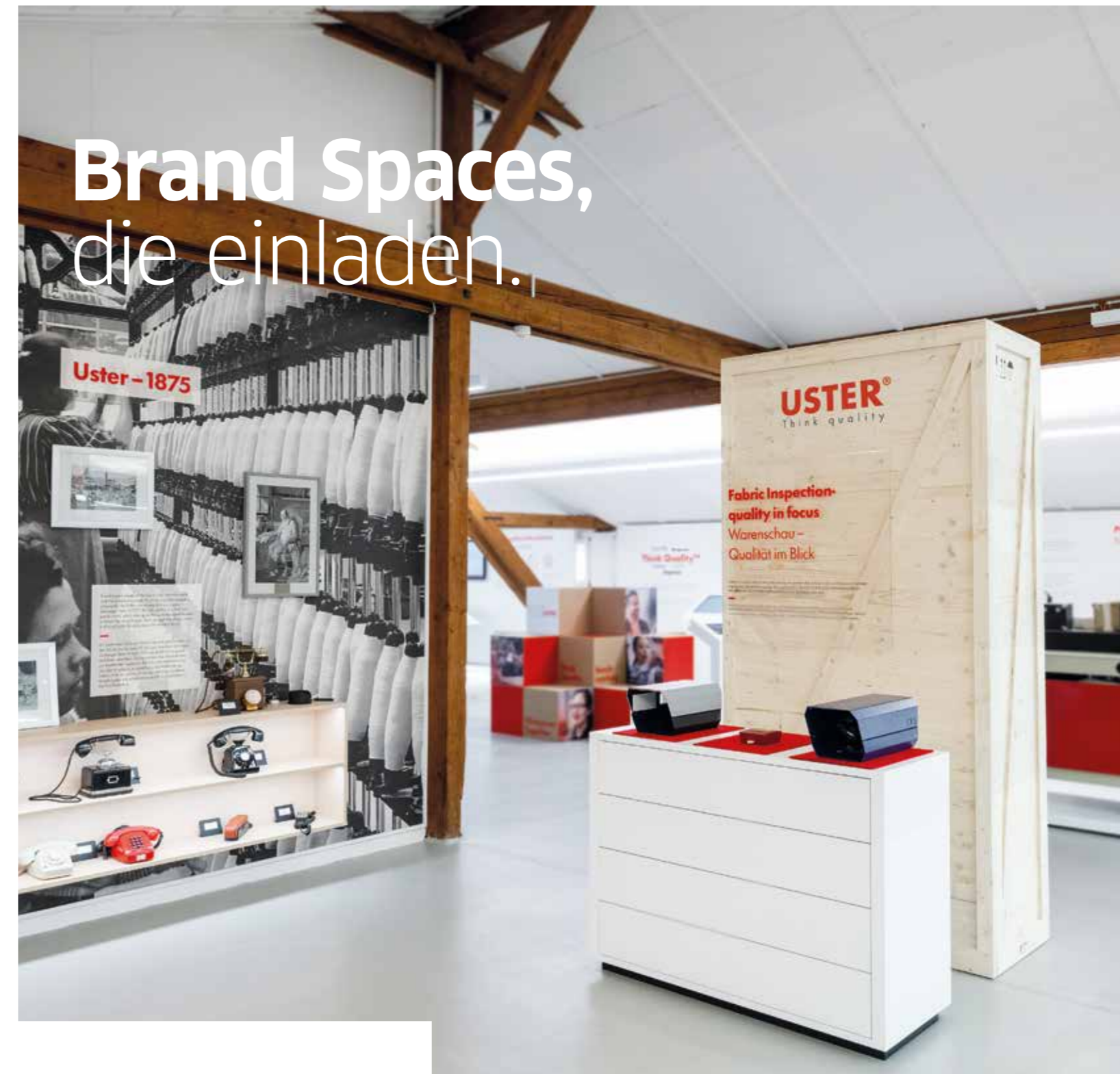
Michèle Seligmann: Als Produzentin sorgt man dafür, dass ein Projekt reibungslos ab-

läuft. Die eigentliche Kunst liegt darin, flexibel zu bleiben: immer bereit zu sein, eine neue Richtung einzuschlagen, wenn dadurch etwas kreativer oder besser wird, und stets einen Plan B bereitzuhaben. Ich würde meinem jüngeren Ich raten, Mut zu haben, die Balance zu suchen zwischen Kontrolle und Intuition – das macht eine gelungene Produktion für mich aus. Und ja: offen zu sein für neue Tools, zum Beispiel diese KI ...

Zu den Personen

Silvia Fleck ist Head of Documentary bei Mediafish, einem der grössten unabhängigen TV-Produktionsunternehmen der Schweiz. Ausser auf Factual Entertainment wie «Mini Chuchi – dini Chuchi», «Wer wohnt wo?» oder «Champion der Champions» setzt Mediafish zunehmend auf qualitativ hochwertige Doku-Inhalte. Für SRF und 3sat produzierte Mediafish unter anderem Doku-Reihen wie «Spektakuläre Bergbahnen der Schweiz», «Wasserwunderwelt Schweiz» oder «Traumseen der Schweiz».

Michèle Seligmann ist Head of Production bei stories. Die Zürcher Filmagentur hat sich in den fünfzehn Jahren seit ihrer Gründung zum Premium-Storyteller für Migros («Dutti & Adele»), Denner, Schweiz Tourismus (mit Roger Federer und Halle Berry), NZZ und viele andere entwickelt. Sie hat dafür im In- und Ausland zahlreiche Preise gewonnen: mehrfach Gold, Silber und Bronze an den prestigeträchtigen Cannes Lions Awards, den ADC Awards und am Edi., der offiziellen Qualitätsauszeichnung für Schweizer Auftragsfilme.



Brand Spaces, die einladen.

Kreative Ideen entwickeln, professionell beraten, überzeugend verkaufen, packend informieren oder konzentriert arbeiten? Was immer du vorhast: Wir nutzen Raum in all seinen Facetten, um deine Marke erlebbar zu machen und weiterzubringen – kreativ, zuverlässig und immer präzise auf deine Ziele abgestimmt.

Mehr Infos auf messenger.live

