

SWISSFILM ASSOCIATION

Ein Hauch von Blockbuster für alle

In unserer Interview-Serie fühlen wir den Puls der Branche bei Schweizer Filmschaffenden. In Folge zwei trifft Blockbuster auf Auftragsfilm, und aus «Made in Switzerland» wird «Shot in Switzerland».

Interview: Yvonne Graf Bilder: zVg



Arnaud Gantenbein ist Founder und Head Producer bei Imaginastudio. Die Filmagentur mit Sitz in Lausanne bewegt sich an der Schnittstelle zwischen Kino und Kommunikation und wurde in beiden Bereichen mehrfach ausgezeichnet. Imaginastudio wurde für den César in der Kategorie Kurzfilm (Fiktion) mit dem Werk «Les Silencieux» nominiert und gewann mit einer Motion-Design-Produktion den Swiss Animation Industry Award am Fantoche-Festival.



Jonas Ballmann ist Partner und geschäftsführender Produzent bei Moviemaint GmbH. Die Bündner Filmagentur betreut einige der grossen Schweizer Marken wie Sunrise, SRF, Die Schweizerische Post, Axpo, Emmi, Hublot und ÖKK und bewirbt den Heimatkanton für Kunden wie Graubünden Ferien, Südostbahn und bekannte Tourismusdestinationen.

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

Arnaud Gantenbein: Das Publikum zu fesseln, bedeutet, eine Geschichte zu erzählen, die das Herz berührt. Wir haben viel Erfahrung im Kinofilm und lassen diese in alle unsere Produktionen einfließen.

Jonas Ballmann: Ich erzähle bezugsstarke Geschichten, die Emotionen wecken und die Markenwerte verkörpern. Unerwartete, be-

eindruckende Bilder und eine prägnante Botschaft ziehen sofort Aufmerksamkeit auf sich. Ich habe einen hohen Anspruch an die Qualität und die kreative Umsetzung. So entstehen Filme, die nicht nur informieren, sondern nachhaltig berühren und im Gedächtnis bleiben.

Für welchen Auftragsfilm würdest du dich gerne engagieren?

Jonas Ballmann: Ich bin ein grosser Fan von

längeren Formaten mit inszenierten Unterhaltungselementen, wie man sie aus Spielfilmen und Serien kennt. Solche Filme bieten Raum, um gute Geschichten zu erzählen. Unterhaltungswert und Ästhetik sind auch im Dokumentarfilm ein Hingucker.

Arnaud Gantenbein: Bei Imaginastudio lieben wir kreative Herausforderungen. Wir arbeiten gerne an Projekten, bei denen unsere Kreativität einem grösseren Zweck dient

und das Publikum emotional berührt: Auftragsfilme mit einer starken Botschaft und einer mutigen künstlerischen Ausrichtung, wie beispielsweise eine Sensibilisierungskampagne für eine wichtige Sache.

«Das Publikum zu fesseln, bedeutet, eine Geschichte zu erzählen, die das Herz berührt.»

Welche Rolle spielt KI in deinen Produktionen – heute und in Zukunft?

Arnaud Gantenbein: KI spielt eine zunehmend wichtige Rolle – nicht in unseren Produktionen, sondern in unseren Prozessen. Sie beschleunigt den Workflow, sodass wir mehr Zeit für Kreativität haben. Wir verfügen über ein eigenes KI-Labor, um zukünftige Anwendungen zu erforschen. In unseren Produktionen verwenden wir sie noch nicht, da die Auflösung und der natürliche Eindruck noch nicht ganz unserem Anspruch genügen. Dennoch verfolgen wir die Entwicklung genau, da wir KI als ein faszinierendes Werkzeug betrachten, das – ohne den Menschen zu ersetzen – die visuellen und kreativen Grenzen erweitert.

Jonas Ballmann: Wir sehen KI als ein Werkzeug, das Prozesse vereinfachen und effizienter gestalten kann, besonders in der konzeptionellen Phase sowie in der Postproduktion bei Bild- und Tonbearbeitungen. Es ist jedoch wie bei anderen technologischen Neuerungen: Wer nicht weiss, wie damit umgehen, wird keine schnelleren oder gleichwertigen Ergebnisse erzielen. Doch die Tools werden immer intelligenter und übernehmen je länger, je mehr Aufgaben im ganzen Produktionsprozess.

Wie vermeidest du stereotypisches Rollenverhalten im Film?

Jonas Ballmann: Wir erzählen echte und individuelle Geschichten, statt den Fokus auf allgemeine Merkmale von Figuren zu richten. Dabei versuchen wir bewusst, Klischees zu durchbrechen, und achten darauf, dass eine Figur durch ihre Handlungen und Entscheidungen definiert wird – nicht durch ihr

Geschlecht oder ihre ethnische Zugehörigkeit.

Arnaud Gantenbein: Als Produzenten stehen wir hier in der Verantwortung. Es ist unsere Aufgabe, Denkweisen zu verändern und authentische Vielfalt zu fördern. Zu oft wirkt Vielfalt auf der Leinwand jedoch oberflächlich, was letztlich der Sache schadet. Wir schreiben das Jahr 2024, und Authentizität ist der Schlüssel in jeder Kommunikation. Wenn wir authentisch sind, vermeiden wir Stereotype.

Wie kann «Made in Switzerland» in der Filmproduktion bestehen?

Arnaud Gantenbein: Aufgrund des starken Schweizer Franks und einer Tendenz zu Projekten im Ausland produzieren viele Agenturen dort. Dabei hätten wir die einzigartige Chance, uns über Qualität und Nachhaltigkeit zu profilieren. Hochstehende Labels wie «Made in Switzerland», B Corp oder Bio machen es vor. In gleicher Weise könnte ein Label wie «Shot in Switzerland» mit einem definierten Anforderungskatalog die lokale Produktion fördern.

«Unterhaltungswert und Ästhetik sind auch im Dokumentarfilm ein Hingucker.»

Jonas Ballmann: Wir sind zwar bekannt für Präzision und Qualität, doch das allein reicht nicht. Es ist entscheidend, Talente und Innovation zu fördern, Kooperationen zu nutzen und ein internationales Netzwerk aufzubauen. So können Schweizer Filmschaffende durch ausgezeichnete Auftragsfilme bekannt werden und den Standort Schweiz als attraktiven Ort für die Filmproduktion etablieren und erhalten.

Was ist das absolut Beste am Filmemachen?

Jonas Ballmann: Als Filmemacher erhältst du täglich Einblicke in fremde Welten und die Gelegenheit, bei grossartigen Momenten dabei zu sein – sei es bei einem spannenden Unternehmensprojekt, bei dem ein Corpo-

rate-Format entsteht, bei der Bewerbung eines neuen Produkts oder bei einer Dokumentation über eine faszinierende Persönlichkeit.

Arnaud Gantenbein: Mich begeistert, dass man bei jedem Projekt vor neuen Herausforderungen steht. Selbst nach jahrelanger Erfahrung ist nichts jemals völlig vorhersehbar. Die Filmproduktion ist auch ein wunderbares Mittel, um in die Welt des Kunden einzutauchen, beispielsweise in die Welt des Kaffees, des Bankwesens, des Tourismus. Doch was mir am meisten gefällt, ist der kollektive Charakter des Prozesses: Ein Film ist vor allem ein menschliches Werk, bei dem Zusammenarbeit der Schlüssel zum Erfolg ist. Jede Person und jede Rolle ist unentbehrlich, um die finale Qualität zu erreichen. □