

P L A C E S



Menschen – Orte – Geschichten

Herbst 2017

NADJA SCHILDKNECHT



Filmliebhaberin und erfolgreiche Mitgründerin des Zurich Film Festival: Nadja Schildknecht.

Zürich hat eine der dichtesten Kinolandschaften Europas. Ideal für das Zurich Film Festival (ZFF), das sich seit 2005 erfolgreich im hiesigen Kulturkalender verankert hat. Die Unternehmerin Nadja Schildknecht ist dessen Co-Direktorin und gibt einen Einblick in die diesjährige Ausgabe.

Interview: Noémie Schwaller / Foto: Zurich Film Festival

PLACES

Frau Schildknecht, das ZFF gilt als Publikumsmagnet und positioniert Zürich als Reisedestination für Filmliebhaber. Rund 90'000 Eintritte im letzten Jahr bedeuten einen Publikumsrekord. Um mit der Konkurrenz mithalten zu können, ist jedoch stete Weiterentwicklung gefragt. Was haben Sie geplant?

Nadja Schildknecht: Auch wenn wir einen festen Platz im nationalen und internationalen Kulturkalender innehaben, müssen wir innovativ und auf der Höhe der Zeit bleiben. Eine stete Entwicklung ist grundsätzlich wichtig – äusserlich sichtbar oder auch um die innere Struktur des Festivals zu stärken. Meine Motivation ist immer, vorwärtszukommen, so auch dieses Jahr. Das gesamte Programm gibt es ab dem 14. September online zu entdecken.

Wird der etablierte Standort Sechseläutenplatz den gestiegenen Ansprüchen dieser 13. Ausgabe des Festivals noch gerecht? Und wie kann er bei einem wiederholten Besucherrekord beibehalten werden, ohne überbeansprucht zu werden?

Unser Festivalzentrum ist da, wo es sein soll: im Herzen von Zürich vor den grossen Kinos Corso und Le Paris. Zudem werden viele Lokale in der Umgebung mit einbezogen; auch das nahe gelegene Arthouse Piccadilly wird von uns bespielt. Wachstum ist sicherlich wichtig, und das Festival Kino für alle ist, ist neben den Sihlcity Arena Cinemas neu auch das Riffraff im Portfolio. Auf dem vielfältigen Programm stehen 160 Filme, sodass jeder die Möglichkeit hat, persönliche Highlights zu finden. Schliesslich sind Filme Geschmackssache.

Der Anlass bietet über 100 Side-Events. Welches sind die wichtigsten, und wie garantieren Sie auch hinter den Kulissen einen reibungslosen Ablauf?

Für uns ist jedes Event wichtig und wir geben alles, damit jede Veranstaltung für Besucher wie auch für unsere Kunden ein Highlight wird. Einige Anlässe bedeuten viel Aufwand, weshalb wir dankbar sind, dass wir die Kreativagentur Rufener für zahlreiche Event-Umsetzungen mit an Bord holen konnten. Mein Team, welches ich über die Jahre aufgebaut habe, ergänzt sich perfekt mit Rufener. Nur so sind diese vielen Veranstaltungen in bloss elf Tagen überhaupt umsetzbar. Wir gel-

ten weltweit als eines der bestorganisierten Festivals, worauf wir natürlich sehr stolz sind.

Eine neue, trilaterale Initiative will den Schweizer Filmschaffenden eine nationale Austauschplattform bieten: Gemeinsam mit Locarno und dem Geneva International Film Festival lanciert das ZFF das Projekt «Connect to Reality». Worum geht es da?

Dabei geht es um den Schweizer Film, den wir seit unseren Anfängen gezielt unterstützen und dem wir mit «Connect to Reality» eine noch grössere Sichtbarkeit geben wollen. Während in Locarno Fragen der Distribution verhandelt wurden, diskutieren am ZFF prominente Vertreter aus dem In- und Ausland Fragen rund um die Produktion. Es geht insbesondere darum, neue Wege zu finden, um dem Schweizer Film an internationalen Filmfestivals und im Kino zu mehr Erfolg zu verhelfen.

Ergänzt wird der «ZFF 72»-Wettbewerb für Kurzfilme neu um die Kategorie «Mobile Filming». Worum geht es hier genau?

Hierzu werden alle Beiträge zugelassen, die vollständig mit einem mobilen Gerät

erstellt wurden. Als solche gelten Smartphones, Tablets, Action-Cams und 360-Grad-Kameras. Einerseits möchte diese Kategorie Filmschaffenden, die sich keine teure Ausrüstung leisten können, ebenfalls die Möglichkeit geben, am Wettbewerb teilzunehmen. Andererseits geht es darum, neue Trends aufzugreifen, zumal heute auch gestandene Regisseure wie etwa Steven Soderbergh Kinofilme mit dem Smartphone drehen.

Der Treatment Award, der zur Förderung der Stoff- und Drehbuchentwicklung beitragen will, steht erneut auf der Agenda. Entwürfe für einen Spielfilm sind zum visuellen Phänomen «Selfie» einzugeben. Wie sehen Sie die zukünftige Entwicklung der optischen Filmsprache?

Ein gutes Drehbuch gilt ohne Zweifel als eine der wichtigsten Voraussetzungen für einen guten Spielfilm. Dass gerade auch der Schweizer Film hier einen Nachholbedarf hat, ist bekannt. Der Treatment Award – eine Initiative, die wir zusammen mit SRF und Telepool Zürich realisieren – soll dazu beitragen, die Qualität der Drehbücher zu verbessern.

zff.com

Nicht wegen des Kinos ins Kino

Eine zentrale Piazza mit sommerlicher Abendsonne ist ein vielversprechender Aussenbereich in einer Stadt wie Zürich.

An der Ecke Lang-/Lagerstrasse gelegen, funktioniert ein ebensolcher Ort als Bindeglied zweier Bezirksteile, die in einem städtebaulichen Konfliktfeld als Gegensätze aufeinandertreffen. Die Verbindung der authentischeren Langstrasse und der geschichts- und gesichtslosen Europaallee wird seit neustem mit einer Konstruktion von E2A Architekten objektiviert, die die noch unbepflanzte Piazza mitbespielt und sozialökonomische, gesellschaftliche und unternehmerische Fragen aufwirft.

Text: Noémie Schwaller / Fotos: Vera Hartmann

Kosmos nennt sich das ambitionierte kulturell-gastronomische Raumprojekt auf knapp 5000 Quadratmetern. Mit einem Dachkapital von 16 Millionen Franken hat Kosmos das Ziel, als Brennpunkt für Kontemplation, Diskurs und Unterhaltung zu fungieren und mit Literatur, Satire, Musik, Film, Genuss und Debatten das Stadtleben mitzugestalten. Dahinter stehen in der Kulturszene bekannte und gut vernetzte Namen: ehemaliger Sphères-Betreiber Bruno Deckert, der seit 1999 Bar, Buch und Bühne vereint, und der Schweizer Filmemacher, Filmproduzent und Regisseur Samir. Zeitgemäss und der Parallelentwicklung im Einzelhandel gerecht, wird hier der Besuch als Erlebnis konzipiert. Auf drei Etagen erlaubt durchlässige Architektur von Burkhard & Lüthi affektive Erfahrungen, angefangen beim Bistro mit gemütlichen Sitzkojen für den Imbiss vor oder nach einer Vorstellung mit 110 Plätzen, die mit der Öffnung flexibler Akustikwände zum anliegenden Forum auf das Doppelte erweitert werden können. Dieses wird vermietet oder für von Reto Bühler und Simone Leibundgut intern kuratierte Veranstaltungen genutzt. Es dient aber auch als Ort zum Verweilen. Dazu kommt der Buchsalon im Obergeschoss, der auch Objekte verkauft, wie man es von Museumshops kennt – mit einem Fokus auf die Kunstbücher, die man nicht im E-Book lesen will, weil ihre Besonderheiten wie verblüffende Haptik oder hervorragende Grafik nicht digital erfahrbar sind. Schnell nachdunkelndes Kiefernholz trifft auf hellen Beton und verleiht dem Neubau Patina und Leben. Grosse, mit Kissens versehene Fensterbänke laden zum Lesen oder mobilen Arbeiten bei Kaffee und Kuchen ein, der an der Bartheke erhältlich ist. In blau-weiße, portugiesische Keramikacheln des Szenografen Noël Fischer gehüllt, bringt diese eine dritte materielle Komponente in den hellen Raum.

DAS KINO

Im Untergeschoss entfaltet sich komplexe Technologie. Einer der sechs Kinosäle ist mit der Surround-Sound-Technik Dolby Atmos ausgestattet. Es wird noch gut zwei Monate dauern, bis die Automation im Minergiegebäude abgeschlossen ist, Besuchende werden das jedoch kaum wahrnehmen. Sicher aber die grosszügige Betontreppe, die für den gelungenen Auftritt sorgt und zu den Kinokassen und der schicken Foyerbar führt. Das schöne Design fällt einzig im «Klub» ab, dessen Ausstattung mit beerenfarbigem Teppich und überdimensionalen, grauen Ledersofas nicht aufs Podium vor der Kinollee passen will. Vielleicht gedacht als Kontrast zu den insgesamt 800 senfärbenen, velourbezogenen Kinossesseln, die bequem sind, sich aber nicht nach hinten kippen lassen, wie man es von analog konzipierten Liegenschaften wie zum Beispiel dem Hackney Picturehouse London kennt. Das Programmprofil jedoch ist ähnlich und wird von Marisa Suppiger erstellt, die sich nicht auf ein Genre beschränken will und von Arthouse ausgehend gelegentlich auch einen Blockbuster zulässt. Abgerundet wird das Besuchererlebnis im kulturellen Treffpunkt mit einem gastronomischem Angebot unter der Leitung von Alan Voser.

DURCHDACHTE BEGEGNUNGSRORTE

Die räumlich-soziale Qualität des Ortes zeugt von den durchlässigen Austauschzonen, die die Durchdringung der Komponenten Gastronomie, Lektüre, Bühne und Film sowie viel Nutzungsfreiheit erlauben – sozusagen ein Sphères 4.0. Es ist spürbar, dass jemand mit Leidenschaft für das Erlebnis Kino dahinter steht. Details wurden sehr konkret durchdacht und mit grosser Sorgfalt gestaltet. Es sind viele Kleinigkeiten mit grosser Wirkung. Dass das Haus auf clevere Weise rollstuhlgängig gestaltet und alle Säle mit Induktionsschleife für Menschen mit Hörgerät ausgestattet wurden. Dass in zahlreiche

Frauentoiletten investiert wurde. Dass man nach der Vorstellung nicht über einen schäbigen Hinterausgang auf die dunkle Strasse hinausgespült, sondern an ästhetischen Bars vorbeigeführt und zum Verweilen eingeladen wird. Dass einen die atmosphärische Wirkung nicht kaltlässt.

SYNERGIE STATT KONKURRENZ

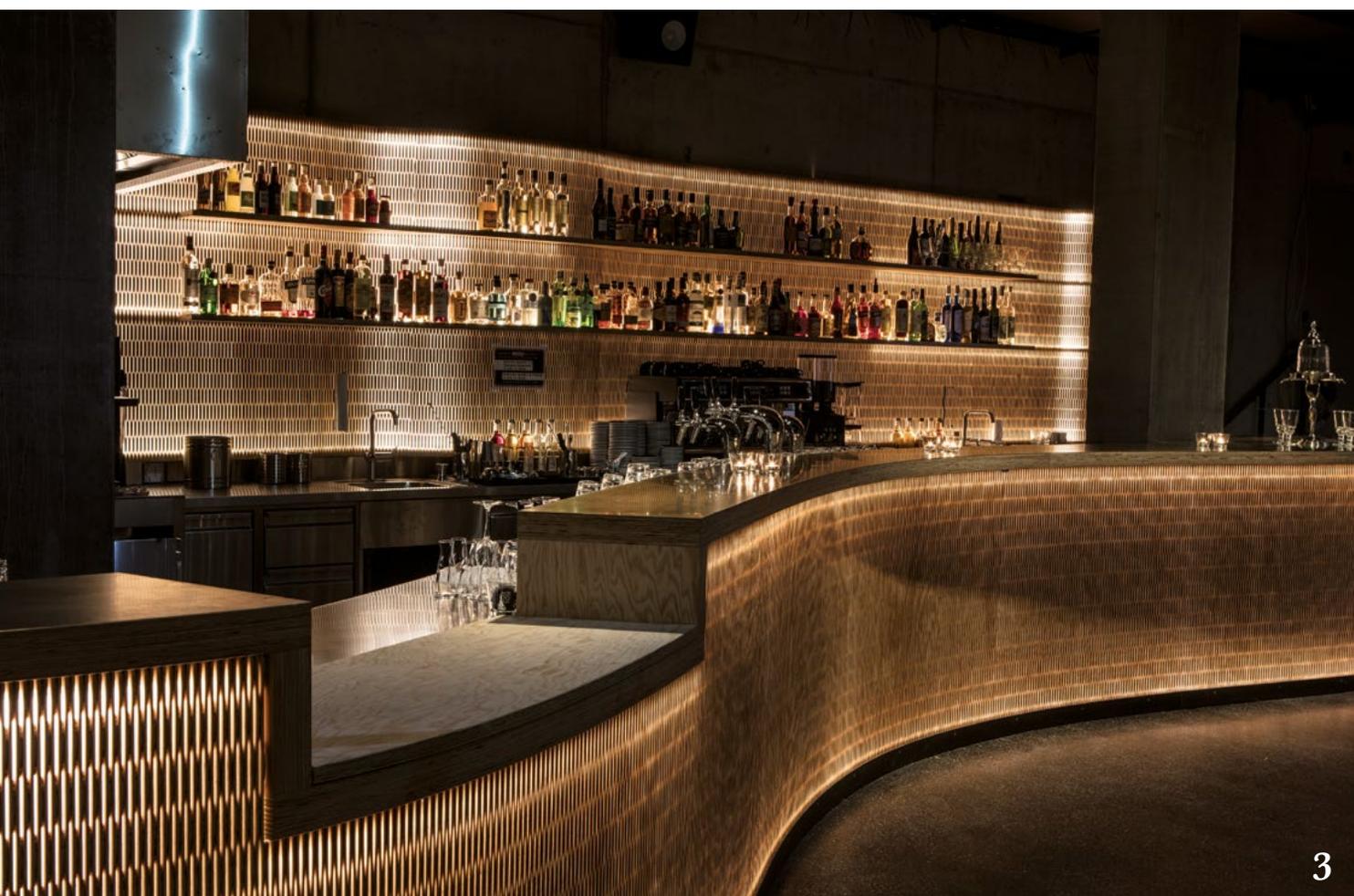
Dem viel diskutierten, möglichen Überangebot in Anbetracht der städtischen Kinodichte – insbesondere mit dem Riffraff, dem noch nicht 4-jährigen Houdini und dem alteingesessenen Xenix, alle einen Katzensprung entfernt – kontert Geschäftsleiter Martin Roth mit dem Argument der Synergie und gegenseitiger Standortstärkung, die er sich von Zusammenarbeiten erhofft. Zudem kann sich Konkurrenzdruck ganz positiv auswirken, zum Beispiel indem er zu längst überfälligen strategischen Neupositionierungen, Renovationen oder Optimierung der Customer Journey zwingt. Ein weiteres Argument für mehr Kino in Zürich: Trotz hoher Dichte verfügt die kulturorientierte Stadt nicht über ausreichend Leinwände, um der wachsenden Auswahl an Arthouse-Filmen gerecht zu werden. Das Phänomen Kino erlebt auf globalem Level einen qualitativen Sprung nach vorne, wodurch das Potenzial an Kinogängern vergrössert wird. Kundschaft wird also nicht zwingend der Konkurrenz abgeworben, man geht ja schon lange nicht mehr nur wegen des Kinos ins Kino. Dass die Eröffnung dieser Kulturstätte in der Filmstadt zum grossen Thema wird, ist spannend und zeugt von vielseitigem Interesse. Das Kino ist nicht tot – ganz im Gegenteil. Ob das vielfältige Angebot im Kosmos als kultureller Wert Bestand hat, wird sich zeigen. Den Vertrag haben die Gründer mit der Bauherrin SBB für die kommenden 25 Jahre ausgehandelt. Bis dann werden auch die Schatten spendenden Bäume auf der Piazza ausgewachsen sein. /



1



2



3

1

Der Besuch im Kosmos wird als Erlebnis konzipiert. Neben einem vielseitigen Programmangebot finden sich im Minergiehaus gastronomische Angebote und viele Orte zum Verweilen.

2

Selbst der 80 Meter lange Gang zu den Kinosälen hat Verweilcharakter. Der Kinokomplex im Untergeschoss verfügt über deren sechs, mit bequemen Sesseln in Auditoriumssituation ausgestattet.

3

Die Gestaltung der Innenarchitektur wie auch des Interiordesigns wurde mit grosser Sorgfalt ausgeführt. Hier verleiht das biegsame Material Duktta der Kinobar viel Eleganz.

Kosmos Kultur AG
Lagerstrasse 102
8004 Zürich
hello@kosmos.ch
kosmos.ch

HELLO FUTURE

DESIGN IST MEHR ALS GUTE FORM

Design gestaltet und schliesst Schnittstellen. Auf einer Route mit sechs Standorten kann dies vom 7. bis und mit dem 10. September 2017 an der ersten Design Biennale Zürich erfahren und erforscht werden.

Interview: Noémie Schwaller

Souvenirs der Zukunft? Fashion für Drohnen? Bio oder Kunststoff? Das Kuratorentrio bestehend aus Ausstellungsmacherin Fabienne Barras, Produktdesignerin Gabriela Chicherio und HSLU-Dozent in Objekt-design Andreas Saxer haben sich das Vermitteln und Ermöglichen von Designforschung zur Aufgabe gemacht. Hinter ihnen steht der Verein Freundeskreis Design, der bezweckt, «die öffentliche Wahrnehmung von Design besonders in der Schweiz zu schärfen, Diskurs und kritische Auseinandersetzung anzuregen, Designthemen im Spannungsfeld zwischen Kultur und Wirtschaft aufzuzeigen und die kulturelle Relevanz von Design zu festigen». Wie sie obige Fragen beantworten und sich besagten Zielen mit der Design Biennale nähern wollen, haben wir von Andreas Saxer erfahren.

PLACES

Herr Saxer, war es nicht längst Zeit für einen verstärkt kommerzfreien Design-event in der Schweiz?

Andreas Saxer

Es ist tatsächlich überfällig, dass wir Design als Chance wahrnehmen, um die Welt nachhaltig zu gestalten. Design ist mehr als gute Form! Seit es unsere Gestaltungsdisziplinen gibt, tragen wir Mitverantwortung für die Entwicklung der Gesellschaft. Dabei erlebe ich die Gegenwart sehr vielschichtig, international, multimedial, vernetzt und interaktiv sowie eine Gesellschaft, die fähig und interessiert ist, sich Fragen der Zukunft zu stellen. Es ist jetzt Zeit für eine Plattform, die diesen Fragen Raum gibt.

Diese erste Edition steht unter dem Motto «Hello Future». In was für einer Zukunft werden wir Designinteressierte am 10. September gelandet sein?

In einer Zukunft aus gedruckten Textilien, Holzstufen, freiarmigen Maschinenzeichnungen und real-virtuellen Fragen und Antworten.

Was macht den Standort Zürich aus, und was ist Ihre Vision für Ihr Projekt hier?

Zürich hat grosses Potenzial, im Bereich Zukunftsfragen der Gestaltung wahrgenommen zu werden. Neben kulturellen Veranstaltungen haben wir in Kanton und Stadt viele hochkarätige Start-ups,

Hochschulen, Universitäten und forschende Institutionen. Wir wollen mit der Biennale ein breites Publikum erreichen und den Dialog zwischen Institutionen, Disziplinen und der Öffentlichkeit fördern.

Liegt Ihr Fokus vermehrt auf marktauglichen Produkten, auf hinterfragenden, reflektierenden oder experimentellen Designentwürfen oder auf zukunfts-fähigen Alternativen?

Uns geht es darum, aufzuzeigen, was Design kann und leistet. Unser Fokus liegt daher weniger auf dem Endprodukt als auf der Entwicklung und dem Prozess – sei dies in der Technologie, Materialität oder Gesellschaft – aber immer in Bezug auf die Designleistung.

Wie nachhaltig – intellektuell wie auch ressourcenbasiert – planen Sie das Event?

Die Biennale findet alle zwei Jahre statt. Wir sind bereits an der Entwicklung von Projekten für 2019 und wollen den Designbegriff erweitern. Der Anlass gilt nicht nur Professionals.

Wo steht der Designdialog heute, und was können Sie beisteuern?

Dieser findet oft in einem musealen oder institutionellen Rahmen statt. Wir aber wollen Unternehmen und Designschaffende zusammenbringen und Aspekte zur Zukunft in einem offenen Umfeld dis-

kutieren. Wir wollen Forschung, Ausbildung, Markt und Kundschaft in einen Dialog treten lassen.

Das erstellte Rahmenprogramm bietet ein Arsenal an unterschiedlichen Formaten und Experten wie unter anderem den Creative Mornings, dem Hochparterre Design zum Zmittag und selbstverständlich dem Museum für Gestaltung. Worauf freuen Sie sich besonders?

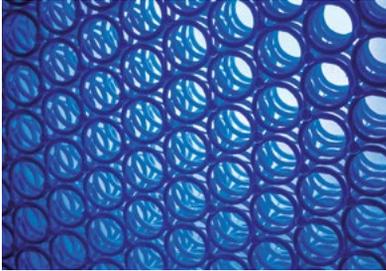
Auf die Vielfalt der Ausstellungen und Themen, die nun endlich gezeigt werden. Die Neugier, der Wille sowie die Risikobereitschaft mancher Designschaffenden beeindruckt mich immer wieder von neuem. Ich freue mich auch über viele Besucher!

Sie machen einen Spagat zwischen zwei Zielgruppen. Welche Veranstaltungsgefässe empfehlen Sie den interessierten Laien, welche Angebote den Design-Affinen oder auch -Praktizierenden?

Neben bekannten gibt es auch unbekannt und tolle Örtlichkeiten des Events zu entdecken. Die Besuchenden haben die Möglichkeit, direkt mit den Experimenten und den Gestaltenden in Kontakt zu treten und teilzunehmen. Für Fachkundige werden Redner und Rednerinnen in die Zukunft schauen und aufzeigen, welche Tools und Methoden helfen, verschiedene Zukünfte zu gestalten.



Die Design-Biennale-Zürich-Initianten Fabienne Barras, Andreas Saxer und Gabriela Chicherio. Foto: Christian Beutler



Ganz oben Biokunststoffe feiern Konjunktur. Etliche als solche bezeichnete Werkstoffe und Produkte drängen auf den Markt und schmücken sich mit nachhaltiger Okaaura. Wie aber steht es wirklich um das angeblich kompostierbare Geschirr fürs Take-away aus der Mensa, mit Picknick- und Partybesteck aus Naturmaterialien? © Gewerbe-museum Winterthur, Foto: Michael Lio

Oben Kristalle gegen nervige Erschütterungen und Lärm? Klingt esoterisch, ist aber eine design- und ingenieurtechnische Meisterleistung. Phononische Kristalle schlucken Schwingungen – ganz ohne Elektronik und Strom. Christian Lauchenauer, der erste «Designer in Residence» an der Empa, entwirft die Zukunft des neuen Materials. © Empa



Oben Industrieroboter, die Holzpavillons entwerfen und bauen – digitale Fabrikation erweitert unsere Vorstellung von der gebauten Umwelt in der Zukunft. Der doppelstöckige Robotic Pavilion zeigt, wie existierende Konstruktionsweisen mit digitalen Prozessen erweitert werden können. © Gramazio Kohler Research, ETH Zürich

Links Per Mausklick auf 200 Jahre Textildesign, Stoffmuster und die Geschichte der Zürcher Seidenindustrie zugreifen: Mit dem Projekt «Silk Memory» hat die Hochschule Luzern zahlreiche Textilien aus Firmenarchiven in einer Datenbank erfasst. Abgebildet: fertiges Testbrett für einen Holzstoff und der Herstellungsprozess eines ebensolchens. © Sophie Schuepbach, HSLU D&K, Objektdesign

/Es ist tatsächlich überfälliger, dass wir Design als Chance wahrnehmen, um die Welt nachhaltig zu gestalten. / Andreas Saxer

Unten Das Projekt «The Soft Side of Steel» zeigt die Untersuchung und Verwendung der natürlichen Eigenschaften von Stahl. Die Arbeit kombiniert die Stahlbearbeitung mit einem textildesignähnlich anmutenden Stahlgewebe. © studio ilio



Design Biennale Zürich
7. bis 10. September 2017
designbiennale.ch

VERANSTALTUNGSORTE

- Alter Bahnhof Letten**
Wasserwerkstrasse 93, 8037 Zürich
- Alter Botanischer Garten** der Universität Zürich
Pelikanstrasse 40, 8001 Zürich
- Hochhaus zur Bastei (PLY Showroom)**
Bärengasse 29, 8001 Zürich
- Landesmuseum Zürich**
Museumstrasse 2, 8001 Zürich
- Museum für Gestaltung** im Toni-Areal
Pingstweidstrasse 96, 8005 Zürich
- Werkstadt Zürich**
Hohlstrasse 420, 8048 Zürich