

# «Die Solothurner Filmtage sind nicht nur eine Werkschau, sondern auch eine Feier des Schweizer Films»

*Die Solothurner Filmtage (19. bis 26. Januar 2012) gehen in diesem Jahr unter der neuen Leitung von Seraina Rohrer über die Bühne. Zum Generationenwechsel gibt es bei der jährlichen «Werkschau des Schweizer Films» erwartungsgemäss auch Programmneuerungen. Geblieben ist die Suche nach einem dritten Hauptsponsor, der für die Ausgabe im Jahr 2013 gefunden werden muss.*



## Seraina Rohrer

srohrer@solothurnerfilmtage.ch  
Direktorin  
Solothurner Filmtage

*Frau Rohrer, wie haben Sie sich als neue Direktorin der Filmtage in Solothurn eingelebt? Wie oft haben Sie diesen Schritt schon bereut?*

**Seraina Rohrer:** Noch nie. Der Empfang in Solothurn war sehr herzlich und offen. Ich habe das grosse Glück, mit einem sehr erfahrenen Team zusammenarbeiten zu dürfen. Das hat mir den Einstieg extrem erleichtert, denn ohne ein starkes Team können die Solothurner Filmtage – wie alle anderen Festivals auch – nicht funktionieren. Ich bin auf ein selbstbewusstes Team gestossen, das einerseits seine Arbeit genau kennt und andererseits auch eine Chance sieht, neue Wege zu gehen.

*Was war Ihre Motivation, sich als Nachfolgerin von Ivo Kummer, dem langjährigen Festivaldirektor der Solothurner Filmtage, zu bewerben?*

**Rohrer:** Als ich vom Weggang Ivo Kummers erfuhr, war mir bewusst, dass dies für die Solothurner Filmtage eine grosse Veränderung bedeuten wird. Er hat das Festival viele Jahre lang geprägt. Es war im offensichtlich immer auch eine Herzensangelegenheit. Diese Veränderung der Filmtage hat mich interessiert. Gleichzeitig haben mich viele Personen ermuntert, mich als neue Direktorin zu bewerben. Das Zusammenspiel von künstlerischen und organisatorischen Elementen haben mich von Anfang an gereizt.

*Wie hat die Filmszene Schweiz auf Ihre Wahl reagiert? Fühlen Sie sich akzeptiert?*

**Rohrer:** Ja, grundsätzlich schon. Für viele war meine Wahl eine Überraschung. Sie haben erwartet, dass die neue Direktion aus dem Zirkel der Filmproduzenten kommen würde. Mit mir als neue Direktorin hat nun gleichzeitig ein starker Generationenwechsel stattgefunden.

*Was für ein Netzwerk haben Sie in der Schweizer Filmszene? Sind Sie eine Quereinsteigerin oder bringen Sie einen Filmfilz mit?*

**Rohrer:** Weder noch. Meine Filmwurzeln liegen in der Festivalbranche. Ich war sechs Jahre beim Internationalen Filmfestival Locarno tätig und habe unter anderem das Pressebüro geleitet. Bei der Zürcher Filmstiftung hatte ich mehrere Jahre lang in der Kommission Einsitz. Zudem habe ich länger im Ausland gearbeitet und eine Dissertation zu Low-Budget-Filmen geschrieben. Im Gegensatz zu meinem Vorgänger war ich jedoch nie als Filmproduzentin tätig.



*Wie wollen Sie das Erbe von Ivo Kummer weiterentwickeln? Welche Ziele wollen Sie mit den Filmtage erreichen?*

**Rohrer:** Eines gleich vorneweg: Was bei den Solothurner Filmtagen bisher gut funktionierte, soll auch künftig nicht umgestossen werden. Daneben gibt es Aspekte, die nun weiterentwickelt werden, wie zum Beispiel die verstärkte Ansprache des jungen Publikums. Wir wollen Angebote entwickeln, die auch die Jungen interessieren und sie zu einem Besuch der Filmtage motivieren. Mein Ziel ist es, die Positionierung der Solothurner Filmtage als Leuchtturmveranstaltung für den Schweizer Film in allen Landesteilen weiter zu stärken.

*Bisher wurden die Filmtage als Werkschau des Schweizer Filmschaffens positioniert. Bleibt es dabei oder wollen Sie neue Akzente setzen?*

**Rohrer:** Der Erfolg der Filmtage basiert ja nicht zuletzt auf seiner klaren Ausrichtung als Werkschau des Schweizer Filmschaffens. Der Schweizer Film soll und muss auch künftig absolut im Zentrum stehen. Es wäre ein Fehler, davon abzuweichen. Das soll uns aber nicht davon abhalten, neue Wege zu suchen und auch Experimente zu wagen, ohne dabei das Festival in seiner Ausrichtung zu verwässern. Wichtig ist mir: Die Solothurner Filmtage sind nicht nur eine Werkschau, sondern auch eine Feier des Schweizer Films.

*Mit anderen Worten: Sie wollen den Filmtagen mehr Eventcharakter verpassen.*

**Rohrer:** Der Begriff «Event» wird häufig zum Synonym für Show. Die Solothurner Filmtage sollen mehr sein als einfach eine Show. Wir haben den Anspruch, dass der Schweiz ohne die Filmtage etwas ganz Zentrales fehlen würde: nämlich die Auseinandersetzung, der Austausch, die Vermittlung und die Würdigung des facettenreichen Filmschaffens. Gleichzeitig sind die Solothurner Filmtage auch der wichtigste Treffpunkt für die Filmszene Schweiz. Mit einem «Event» als Show hat dies nur am Rande etwas zu tun.

*Ohne Eventcharakter dürfte es ziemlich schwierig werden, im Sponsoringmarkt ausreichend Erfolg zu haben. Show be-*

*deutet auch Emotionen, und um Emotionen dreht sich im Sponsoring fast alles.*

**Rohrer:** Ich habe ja nicht gesagt, dass wir keinen Eventcharakter wollen. Gerade die Begegnung mit Filmemacher und -macherinnen sorgen für Emotionen. Wir veranstalten dazu während der Filmtage Veranstaltungen für die Branche, die Sponsoren und die Medien. In Solothurn herrscht kein aufgesetzter Showcharakter, sondern eine sympathische und ausgesprochen familiäre Grundstimmung – und das ermöglicht eine ganz besondere Kontaktqualität, die eben speziell auch von den Sponsoren geschätzt wird.

«Seit einigen Jahren zeichnet sich eine leichte, aber stetige Verjüngung des Publikums ab.»

*Wie wollen Sie die Solothurner Filmtage speziell gegenüber den zwei grossen Filmfestivals in Locarno und Zürich positionieren? Wie viel Glamour wünschen Sie sich in Solothurn?*

**Rohrer:** Die Solothurner Filmtage sollen auf nationaler Ebene das Pendant zum Internationalen Filmfestival in Locarno sein. Locarno verfügt über eine lange Tradition und ist in der internationalen Filmbranche ausgezeichnet anerkannt. Das gilt aus nationaler Sicht auch für die Filmtage. Dank der klaren Ausrichtung auf den Schweizer Film haben die Solothurner Filmtage in der Schweiz eine starke Position erreicht. Wenn nun ein Film Glamour, beispielsweise über Schauspieler oder Schauspielerinnen, nach Solothurn mitbringt, habe ich absolut nichts dagegen. Im Zentrum steht

jedoch stets der Schweizer Film. Ein aufgesetzter Glamour passt weder zum Konzept der Filmtage noch zur Stadt Solothurn.

*Was ist in Ihrem ersten Jahr als Direktorin der Solothurner Filmtage alles neu?*

**Rohrer:** Neben der strengeren Auswahl bei den Wettbewerben legen wir mehr Gewicht auf die Nachwuchsförderung. Mit dem Gefäss «Upcoming» rücken wir das junge Filmschaffen ins Zentrum. Wir geben jungen Filmemachern eine Plattform und wollen damit auch ein jüngeres Zielpublikum nach Solothurn locken. Für das «Upcoming LAB» sind wir eine spezifische Kooperation mit unserer langjährigen Medienpartnerin SRG SSR eingegangen.

*Gibt es noch weitere Neuerungen?*

**Rohrer:** Neu ist auch die Sektion «Fokus», ein Spezialprogramm, das aktuelle Tendenzen der Filmbranche aufnimmt. Das Programm «Jenseits des Kinos» lotet die Grenzen des klassischen Kinos aus. Filme sind heute häufig nicht mehr nur für die Leinwand bestimmt, sondern werden über unterschiedliche Medienkanäle genutzt. Bereits während der Produktion muss überlegt werden, wie man eine Geschichte für unterschiedliche Medienkanäle aufbereitet.

*Sie wollen mehr Junge nach Solothurn locken. Haben die Solothurner Filmtage ein überaltertes Publikum?*

**Rohrer:** Nein. Seit einigen Jahren zeichnet sich eine leichte, aber stetige Verjüngung des Publikums ab. Gut 70 Prozent der Besucher stammen aus der Altersgruppe der 25- bis 54-Jährigen, Frauen wie Männer. Gut 7 Prozent sind 15 bis 24 Jahre alt, der Rest ist über 55. Insgesamt haben die Filmtage ein sehr treues Publikum im mittleren Alter. Es ist mir jedoch ein grosses Anliegen, gerade die Jungen möglichst früh in Kontakt mit den Filmtagen zu bringen und so den Anschluss an die junge Generation sicherzustellen.

*Wo sind Sie, nebst dem Programm, derzeit am stärksten gefordert? Was steht alles in der oberen Hälfte auf Ihrer Prioritätenliste? ▶*

► **Rohrer:** Zuoberst steht ganz klar die Suche nach einem dritten Hauptsponsor. Im letzten Jahr mussten die Filmtage aufgrund des Ausstiegs des dritten Hauptsponsors Abstriche machen, konkret wurden einige bauliche Projekte zurückgestellt und auf Simultanübersetzungen im Kino Capitol verzichtet. Ein ähnliches Szenario müssen wir auch in diesem Jahr nochmals vornehmen. Weiter verzeichnen wir einen starken Publikumszuwachs, mit neuen Rekorden in den letzten zwei Jahren! Im Jahr 2011 zählten wir rund 55'000 Besucher, ein Plus von sieben Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die Kehrseite der Medaille ist aber, dass wir damit an die Grenzen der Infrastruktur stossen, speziell am Wochenende. Und schliesslich – und das ist an sich ja erfreulich – gibt es immer mehr Schweizer Filme. Die Filmszene Schweiz wächst seit Jahren! Da wir jedoch aufgrund des Schweizer Filmbooms nicht mehr wie in den Anfängen der Filmtage jeden Film zeigen können, ist eine verstärkte Selektion notwendig geworden.

*Wie gross wird der finanzielle Verlust in diesem Jahr?*

**Rohrer:** Wir rechnen mit einem Defizit von rund 80'000 Franken.

*Wie gross ist das Budget in diesem Jahr und wie viel beträgt der Sponsoringanteil?*

**Rohrer:** Das Gesamtbudget beträgt unverändert 2,8 Millionen Franken. Über 40 Prozent davon können wir durch Sponsoringleistungen abdecken, sei es durch Geldbeträge oder auch Sach- und Dienstleistungen. Die restlichen Einnahmen stammen aus dem Ticketverkauf, Gelder der öffentlichen Hand (zirka 30 Prozent) sowie von Mitglieder- und Stiftungsbeiträgen.

*Wie entwickelt sich die Unterstützung der öffentlichen Hand und von gemeinnützigen Organisationen?*

**Rohrer:** Der Kanton Solothurn möchte seinen jährlichen Unterstützungsbeitrag um 20'000 auf neu 320'00 erhöhen. Der Bundesbeitrag hingegen ist seit dem Jahr 2006 gleich geblieben.

*Ivo Kummer, Ihr Vorgänger, ist nun der neue Chef der Sektion Film beim Bun-*



Kulisse für die Solothurner Filmtage: die barocke Kleinstadt Solothurn an der Aare.

*desamt für Kultur. Rechnen Sie künftig mit mehr Bundesgeld?*

**Rohrer:** Das Bundesamt für Kultur wird die Solothurner Filmtage wie alle anderen bewerten. Ich bin jedoch zuversichtlich, dass die Filmtage auch künftig auf eine angemessene Unterstützung des Bundes zählen dürfen. Dass wir nun aber auf eine Sonderbehandlung zählen dürfen, wäre schlichtweg vermessen.

*Sie repräsentieren bei den Solothurner Filmtagen eine neue Generation. Was ist Ihre Haltung zu Film und Kommerz?*

**Rohrer:** Ich habe grundsätzlich keine Mühe mit Film und Kommerz. Kommerz und Autor ist für mich kein Widerspruch – sie können sich im Idealfall sogar gegenseitig befruchten. Ich sehe nicht ein, warum beispielsweise Hollywood-Kino pauschal schlecht sein soll und Nischenfilme gut, denn beides hat seinen Wert. Diese etwas entspannte Haltung gegenüber kommerziellen Einflüssen beim Film wird man meiner Programmgestaltung sicher anmerken. Ich bin keine Verfechterin der Anti-Kommerz-Ideologie.

*Demnach ist für Sie auch die Zusammenarbeit mit kommerziellen Partnern kein notwendiges Übel?*

**Rohrer:** Nein, absolut nicht. Viele Filmfestivals haben sich in den letzten

Jahren zu professionellen Unternehmen entwickelt, die ein Programm anbieten und Leistungen erbringen, die auch für Sponsoren interessant sind. Kommerzielle Partner haben nur dann ein Interesse für eine Zusammenarbeit, wenn sie einen entsprechenden Gegenwert erhalten respektive ihre Zielgruppe erreichen können. Für mich sind kommerzielle Partnerschaften auch ein Qualitätszeichen eines Festivals und kein Armutszeugnis.

*Sie suchen immer noch einen dritten Hauptsponsor. Ist die Qualität der Solothurner Filmtage für Sponsoren demnach nicht interessant genug?*

**Rohrer:** Die Solothurner Filmtage sind eine aussergewöhnliche und sehr gut positionierte Sponsoringplattform. Ich glaube, es erwartet niemand von mir, dass ich jetzt auf die Schnelle einen dritten Hauptsponsor aus dem Hut zaubere. Wir führen bereits verschiedene Gespräche mit potenziellen Unternehmen und zeigen ihnen die Möglichkeiten, die eine solche Partnerschaft bietet. Im Laufe des Jahres wollen wir nun die Gespräche weiter vertiefen, gezielt neue Kontakte knüpfen – unter anderem während der aktuellen Filmtage. Das ist alles sehr zeitintensiv. Für mich standen in den letzten Monaten das Programm und die Organisation des Festivals im Vordergrund, denn das ist ja das Markenzeichen.

*Werden die Filmtage auch in diesem Jahr ohne einen dritten Hauptsponsor überleben?*

**Rohrer:** Ja, mit den erwähnten Einsparungen und unter der Voraussetzung, dass wir einen ähnlichen Besuchererfolg wie im Vorjahr verzeichnen, werden wir den fehlenden dritten Hauptsponsor noch einmal verkraften. Dabei hilft uns, auf Reservemittel zurückgreifen zu können, die in den vergangenen Jahren für genau solche Zwecke geüffnet werden konnten. Aber es ist klar: Für die Ausgabe im Jahr 2013 müssen wir mit Hochdruck an einer Entspannung der finanziellen Situation arbeiten.

*Warum verlängern Sie das Festival nicht um ein paar Tage, inklusive eines zweiten Wochenendes?*

**Rohrer:** Ich bin strikt gegen eine Festivalverlängerung. Zum einen wurde das Festival bereits vor zwei Jahren um einen Tag verlängert, zum anderen muss man einfach sehen, dass eine nochmalige Verlängerung eine grosse Verzettelungsgefahr mit sich bringen würde. Ich veranstalte lieber ein starkes kompaktes Filmtageprogramm als ein langgezogenes, löchrig wirkendes Festival. Sollte aber die Schweizer Filmszene noch stärker werden und noch mehr produzieren, dann wäre eine Verlängerung der Filmtage irgendwann ein Thema.

*Wozu benötigen Sie einen dritten Hauptsponsor, ausser damit die erwähnten Abstriche kompensieren zu können?*

**Rohrer:** Primär für die Entlastung des Wochenendes, da verzeichnen die Filmtage jeweils das grösste Besucheraufkommen. Mit einem dritten Hauptsponsor könnten wir mehr Mittel in den Ausbau der Infrastruktur investieren und damit die Kapazitäten am Wochenende ausbauen. Sponsoren sind zudem Partner, mit denen wir gemeinsam kommunizieren.

*Die Solothurner Filmtage als Plattform des Schweizer Films suchen seit mehr als einem Jahr einen dritten Hauptsponsor. Swissness ist bei vielen Sponsoren seit Jahren im Trend. Warum werden Sie nicht fündig? Was ist das Problem?*

**Rohrer:** Ich bin erst seit dem letzten August in meinem neuen Amt tätig, trotzdem habe ich bereits viele Gesprä-

che mit kommerziellen Partnern und potenziellen Sponsoren geführt. Diese Gespräche und Verhandlungen benötigen jedoch viel Zeit. Wir wollen jetzt nicht um jeden Preis sofort einen dritten Hauptsponsor an Land ziehen. Es ist mir sehr wichtig, dass sich ein neuer dritter Hauptsponsor gut mit den Filmtagen identifizieren kann und dass er zur bestehenden Sponsorenfamilie passt. Deshalb laden wir einige potenzielle Sponsoren, die unserer Ansicht nach gut zu den Filmtagen passen würden, im Rahmen der diesjährigen Veranstaltungen nach Solothurn ein und zeigen ihnen unverbindlich vor Ort, wie die Veranstaltung funktioniert und welche Möglichkeiten sich im Sponsoring bieten. Ich bin zuversichtlich, dass wir für die Austragung im Jahr 2013 einen dritten Hauptsponsor finden werden.

*Was für Erwartungen haben Sie gegenüber Sponsoren?*

**Rohrer:** Wir versuchen, entsprechend unserer Sponsoringphilosophie, mit unseren Sponsoren eine authentische Partnerschaft zu leben. Das kann jedoch nur funktionieren, wenn sich ein Sponsor als Verfechter der Solothurner Filmtage

und des Schweizer Films bekennt. Mit den zwei Hauptsponsoren Swiss Life und Die Post haben wir zwei langjährige Paradebeispiele authentischer Partnerschaften. Zusätzlich zum Hauptsponsoring der Filmtage unterstützt Swiss Life die Cinetour, eine jährliche «Kurzfilmrolle» der Solothurner Filmtage in über 30 Standorten der Schweiz. Dank dieses speziellen Projektsponsorings können wir einerseits die Solothurner Filmtage in die Regionen hinaustragen und das Thema über die eigentliche Festivalzeit verlängern. Und Swiss Life nutzt die Plattform schweizweit mit grossem Erfolg für exklusive Kunden- und Gästeveranstaltungen.

*Was sind neben der Authentizität weitere Merkmale des Sponsoringkonzepts der Solothurner Filmtage?*

**Rohrer:** Wir streben ein partnerschaftliches und vor allem nachhaltiges Sponsoring an – mit maximal drei Hauptsponsoren und ein Haupt-Medienpartner (SRG SSR). Im Zentrum der Kommunikation steht wie erwähnt das Kulturregagement für die Solothurner Filmtage und den Schweizer Film. Wir wollen eine kooperative Zusammenarbeit mit unseren Partnern pflegen und stetig weiterentwickeln, sei es für die Filmtage als Ganzes oder auch spezifisch bei exklusiven Teilprojekten. Die Partnerschaft soll für den Sponsor, das Publikum und die Filmtage einen substanziellen Nutzen erzeugen. Selbstverständlich gewähren wir Branchenexklusivität. Von Werbung im Bereich Nikotin und Alkohol sehen wir entschieden ab. Und lieber arbeite ich mit wenigen, aber starken Hauptpartnern zusammen.

*Inwieweit ist ein Titel- oder Presenting-Sponsoring ein Thema für Sie? Alles eine Frage des Geldes?*

**Rohrer:** Nein. Die Solothurner Filmtage haben sich in all den Jahren zu einer starken Marke in der Schweizer Kulturlandschaft entwickelt. Wir wollen diese extrem authentischen und schweizerischen Markenwerte nicht einfach so aufs Spiel setzen respektive durch ein Titel- oder Presenting-Sponsoring verwässern. Rein monetär könnte dies für uns kurzfristig sehr interessant sein, aber langfristig betrachtet würden wir die Marke schwächen, fahrlässig wie ich meine. ▶

### Cinetour Swiss Life

Neben dem klassischen Auftritt als Hauptsponsor und Co-Stifter des Publikumspreises lancierte Swiss Life gemeinsam mit den Solothurner Filmtagen exklusiv das Cinetour-Projekt. Im Rahmen von 30 geschlossenen Swiss-Life-Kundenanlässen touren die Solothurner Filmtage mit zwei verschiedenen einstündigen Kurzfilmprogrammen durch Kinos in der deutschsprachigen Schweiz und in der Romandie. Gezeigt wird eine «Best of»-Auswahl von Kurz-, Animations- und Experimentalfilmen Schweizer Filmemacher. Die Solothurner Filmtage begleiten die Tour-Etappen persönlich mit einer kurzen Einleitung zum Festival und zur hohen Bedeutung des Schweizer Kurzfilms. Dazu wird den Gästen live ein moderiertes Filmgespräch mit einem Spezialgast aus der Schweizer Filmbranche – Regisseure, Schauspieler eines für die Kurzfilmrolle selektierten Films – geboten.

Dieser spezielle Mix aus Kurzfilmvorführung, Live-Talk und Get-together mit Filmschaffenden sowie einem reichhaltigen Catering hat sich innerhalb von Swiss Life als Kundenevent gut etabliert. *jk*

*Wer schaut  
denn schon  
Schweizer  
Filme sind  
grossartig.*

*Das Leben ist voller Wendungen.*

*Swiss Life unterstützt das Schweizer Filmschaffen mit dem  
Prix du Public der Solothurner Filmtage. [www.swisslife.ch](http://www.swisslife.ch)*

*Swiss Life. Sponsorin der Solothurner Filmtage.*

  
**SwissLife**  
So fängt Zukunft an.

► *Mit Swiss Life setzen Sie neben dem Hauptsponsoring zusätzlich das Projekt Cinetour Swiss Life um. Ein Projekt, das Swiss Life ausserhalb der Festivalzeit schweizweit als exklusive Gästeplattform nutzt. Was können Sie einem dritten Hauptsponsor im Bereich exklusive Projektplattformen anbieten?*

**Rohrer:** Pfannenfertige Projekte können und wollen wir nicht aus der Schublade ziehen. Aber wir bieten einem dritten Hauptsponsor die Möglichkeit, gemeinsam mit uns eine massgeschneiderte Lösung zu entwickeln, die sowohl für uns als auch auf die Bedürfnisse des Sponsors zugeschnitten ist. Ich bin der Meinung, dass zusätzliche exklusive Leistungen – neben dem Standard-Sponsoringpaket – mit dem Hauptsponsor immer individuell geprüft und ausgearbeitet werden müssen.

*Welche Bedeutung hat die VIP-Hospitality, und wie sieht das Konzept aus? Sehen Sie hier Entwicklungspotenzial für die kommenden Jahre?*

**Rohrer:** Hospitality ist auch bei uns ein sehr wichtiger Faktor. Unsere Sponsoren schätzen die Filmtage als spezielle Gästeplattform. Während der gesamten Festivalzeit begrüssen wir zahlreiche Gäste. Die Kleinstadt Solothurn mit ihren vielen barocken Bauten bietet für Kundenanlässe etliche ambiente Lokalitäten. Auch hier achten wir darauf, immer sehr nahe am Schweizer Film zu sein. Das beginnt mit einer persönlichen Begrüssung durch die Festivalleitung, ein Besuch der Gäste mit einer Filmdelegation, Informationen aus erster Hand bis hin zu Backstage-Touren und weiteren persönlichen Begegnungen mit Schweizer Filmschaffenden.

*Was unternehmen Sie, um die Solothurner Filmtage als Thema über die Festivalzeit hinaus zu verlängern und damit für Sponsoren noch attraktiver zu sein?*

**Rohrer:** Mit den Frühlings- und Herbstsessions der Cinetour Swiss Life erzielen wir bereits eine gewisse Festivalverlängerung. Weitere Projekte wären zwar durchaus denkbar, aber es gilt aufzupassen, dass dabei die Solothurner Filmtage als Vermittlerin des Schweizer Filmschaffens immer im Zentrum stehen und nicht der Festivalcharakter. Der Erfolg eines Festivals basiert ja nicht zuletzt darauf, dass nur durch die Ballung vieler Emotionen während einer kurzen Dauer eine grosse Wirkung erreicht werden kann. Zu viele Aktionen während des Jahres könnten das eigentliche Festival verwässern beziehungsweise dem Festival die besondere Magie entziehen. Wenn schon eine weitere Verlängerung des Festivals angestrebt werden soll, dann nicht unbedingt durch physische Events, sondern durch Projekte via neue Medien, die während des Jahres thematisiert werden können.

*Was für eine Strategie verfolgen Sie im Bereich neue Medien?*

**Rohrer:** Neue Medien sind respektive der Einsatz von Social-Media-Plattformen ist für mich ein zentraler Bestandteil in der Unternehmenskommunikation – das gilt auch für die Solothurner Filmtage. Wir waren das erste Filmfestival in der Schweiz, das im Jahr 2010 eine Festival-App lanciert hat. Eines meiner ersten Tätigkeiten als neue Direktorin war die Umsetzung unseres neuen Webauftritts mit dem Ausbau des Informationsangebots und natürlich der Promotionen, wie zum Beispiel für eine Mitgliedschaft des Vereins, die viele Vorzüge und exklusive Angebote beinhaltet. Ziel ist es, die Filmtage mit allen bedeutenden Social-Media-Kanälen zu verknüpfen, Interaktionen zu entwickeln, die «Kundenbindung» zu verstärken und langfristig eine starke Community aufzubauen. Gleichzeitig können wir so eine Brücke zu neuen Zielgruppen schlagen, speziell zu den Jungen, und sie auch über diesen Weg

zu den realen Filmtagen heranzuführen. Im Bereich Social Media wollen wir uns mittelfristig zu einer treibenden Kraft für den Schweizer Film entwickeln.

*Und wie wollen Sie die neuen Medien im Sponsoring einsetzen? Welchen Nutzen haben die Sponsoren?*

**Rohrer:** Sponsoren können eine aktive Rolle übernehmen, beispielsweise durch die Integration von spezifischen Festival-Aktivitäten auf ihrer Website und durch die Verknüpfung mit weiteren Kommunikationskanälen. Via neue Medien verstärken wir letztlich das Involvement mit sämtlichen Zielgruppen – das macht die Solothurner Filmtage für Sponsoren noch attraktiver.

*Interview: Jürg Kernen*

### Programmkonzept Solothurner Filmtage

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

Das Programmherz der Solothurner Filmtage ist das «Panorama Schweiz», die Werkschau des Schweizer Films. Gezeigt werden aktuelle Produktionen aller Genres und Längen. Das Filmprogramm spiegelt die Vielfalt des heimischen Filmschaffens, will anregen, unterhalten und das Blickfeld erweitern. Zwei Wettbewerbe geben dem Abendprogramm einen kompetitiven Rahmen: Das Publikum wählt aus zehn nominierten Filmen den Preisträger des Prix du Public. Eine Jury vergibt den Prix de Soleure für einen herausragenden, gesellschaftsrelevanten Film. Beide Auszeichnungen werden an der Soirée de clôture feierlich übergeben.

Kuratierte Spezialprogramme und Rahmenveranstaltungen ergänzen das Filmprogramm mit Gesprächsrunden und Podien zum Schweizer Kino. An der «Nacht der Nominierungen» werden die Nominierungen für den Schweizer Filmpreis «Quartz» bekanntgegeben.

Quelle: Solothurner Filmtage, 2012

Import Werbegeschenke  
[www.werbekoening.ch](http://www.werbekoening.ch)

**Werbekönig**

direkt vom Hersteller · Swiss-Made · [www.e575.ch](http://www.e575.ch)

**E575**<sup>®</sup>  
SWITZERLAND

aus eigener Schokoladenproduktion  
[www.chocolatehouse.ch](http://www.chocolatehouse.ch)

**Swiss  
Chocolate House**  
by ESTÉ GmBH

Essbare Werbemittel, feinste Schokoladenwerbung, originelle Werbegeschenke - alles aus einer Hand!