

Filmtourismus als Werbeträger für Tirol



von Johannes Köck, Cine Tirol



Johannes Köck, MA, absolvierte nicht nur das Tourismus-Kolleg und den Hochschullehrgang Tourismus an der Universität Innsbruck, sondern berufsbegleitend auch das Masterstudium „Film Productions“ an der Donau-Universität Krems. Seine bereits über 20 Jahre währende Tätigkeit als Leiter von Cine Tirol kann er längst in eine Fülle humoriger Anekdoten fassen. Etwa wenn es um einen der unglaublichsten und gebildetsten Set-Jetter geht: Der amerikanische Herzchirurg Yusuke Yahagi – der sich offensichtlich in der Realität genauso verständnisvoll seinen Patienten widmet wie der Bergdoktor im TV und dafür den Award „America’s most compassionate doctor“ erhielt – suchte im Internet nach einer deutschsprachigen Fernsehserie, um seine Deutschkenntnisse zu verbessern. Er stieß dabei auf die Serie „Der Bergdoktor“ und ist seither der größte Fan jenseits des Atlantiks. 2014 timte er seinen Europabesuch so, dass er an den Drehtagen zum Bergdoktor in Söll am Wilden Kaiser eintraf. Weil sich Hauptdarsteller Hans Sigl nicht dem Charme des echten Mediziners, der als „Dr. Yahagi and the mended hearts“ auch eine Rockband führt, entziehen konnte, kam es für den Texaner zu einer besonderen Überraschung: Er durfte in einer Mini-Gastrolle als Arzt auftreten.

Wenn Köck selbst in der Öffentlichkeit auftritt, dann weist er selbst auf ein Manko im Archiv des Tiroler Fimschaffens hin: Im Jahr 1925 kam Alfred Hitchcock ins Ötztal, um hier Außenaufnahmen für seinen zweiten Film „The Mountain Eagle“ zu drehen. Leider war dieses Frühwerk lange nicht so erfolgreich, wie seine späteren Filme. Und so gilt der „The Mountain Eagle“ seit Jahrzehnten als verschollen. Wer Indizien zum Verbleib dieses Frühwerks beitragen kann, soll sich vertrauensvoll an Johannes Köck wenden. Dass der Film wirklich existiert hat belegen nicht nur Zeitzeugen, sondern auch Filmfotos.



Film – das sind bewegte Bilder, aber es sind oft auch bewegende Bilder, die „touristische Sehnsüchte“ wecken können – das Land, in dem ein toller, spannender, berührender, unterhaltsamer Film spielt, möchte man selbst besuchen. Die Cine Tirol Film Commission hat es sich zur Aufgabe gemacht, Bilder aus Tirol in alle Welt zu transportieren.

Die Kenntnisse über andere Länder, andere Menschen und andere Kulturen werden seit geraumer Zeit durch Filme geprägt – dabei sind wahre Kenntnisse (z. B. durch Dokumentarfilme) und scheinbare Kenntnisse (z. B. durch Spielfilme und TV-Serien) entstanden, welche die Vorstellungen von anderen Ländern nachhaltig beeinflussen: die Tierwelt Afrikas beispielsweise wird in unzähligen Naturfilmdo-

kumentationen sehr authentisch präsentiert, die amerikanische TV-Serie „Baywatch“ transportiert seit Jahren inszenierte Bilder Kaliforniens in Millionen Wohnzimmer rund um die Welt. Filme können daher einen starken touristischen Impuls verursachen – Albrecht Steinecke definiert Filmtourismus wie folgt:

„Der Begriff ‚Filmtourismus‘ bezeichnet ein wachsendes Marktsegment des internationalen Tourismus, bei dem die Nachfrager Gebäude, Dörfer, Städte bzw. Regionen vor allem deshalb besuchen, weil sie Drehorte bzw. Schauplätze von Spielfilmen bzw. TV-Serien waren. Neben solchen Locations, die zunehmend mit Hilfe touristischer Marketing- und Management-Maßnahmen erschlossen werden, zählen filmbezogene Kultur- und Freizeiteinrichtungen (Museen, Themenparks etc.) und Filmevents (Premieren, Festspiele etc.) zur Angebotsseite des Filmtourismus.“¹

Stefan Rösch unterscheidet in diesem Zusammenhang zwei Begriffe, die er wie folgt definiert:

„Filmtourismus ist die Reise in eine Destination, die durch eine Filmproduktion porträtiert wird. Drehorttourismus ist das gezielte Aufsuchen von Drehorten, die für eine Filmproduktion zur Aufnahme von Szenen genutzt worden sind.“²

Federico Fellinis Filme warben schon vor vielen Jahren für Italien, „Crocodile Dundee“ wurde zu einem wahren Werbefilm für Australien, Neuseeland konnte durch geschickte Verknüpfung der Film- und Tourismuswirtschaft die Nächtigungszahlen nach Kinogang der Trilogie „Herr der Ringe“ um 20 % steigern; die hawaiianische Insel Kauai wurde durch große Filmproduktionen wie „Jäger des verlorenen Schatzes“ oder „Jurassic Park“ auch touristisch entdeckt, was unter anderem zu bestens gebuchten Kauai Movie Tours geführt hat; die „Location“ Interlaken ist zu einer sehr beliebten Destination für indische Hochzeitspärchen geworden, weil in den letzten Jahren unzählige Filmproduktionen der größten Filmindustrie der Welt in der Schweiz gedreht wurden.

Oder aus der jüngsten Vergangenheit: „Star Wars“ wurde zum Teil in einer kleinen Oase Tunesiens gedreht, die nach dem weltweiten Erfolg dieses Filmwerks in zahlreiche touristische Programme von internationalen Reiseveranstaltern aufgenommen wurde. Und „Sound of Music“ wirbt noch heute speziell in der englischsprachigen Welt für Österreich, insbesondere für Salzburg – auf höchst erfolgreiche

Weise, wie bis zu 300.000 „Sound of Music“-Gäste in Stadt und Land Salzburg jährlich beweisen.

Auf ähnliche Weise haben zahlreiche Filmproduktionen „made in Tirol“ für das Bundesland Tirol geworben – das filmische Meisterwerk „Der weiße Rausch“ war ein bahnbrechender Beitrag zur Entwicklung des alpinen Skilaufs nicht nur am Arlberg. Die Bergfilme von und mit Luis Trenker brachten die Tiroler Berge auf europäische und amerikanische Kinoleinwände und Gäste aus aller Welt nach Tirol. Die Heimatfilme der fünfziger und sechziger Jahre unter anderem mit Romy Schneider, Peter Weck und Peter Alexander bewarben vor allem Kitzbühel, Seefeld und Innsbruck im deutschsprachigen Raum. Die TV-Serie „Der Bergdoktor I“, die über 7 Jahre am Mieminger Plateau in Tirol produziert wurde, transportiert noch heute Bilder aus unserem Land speziell in die deutschsprachigen Länder (aber auch nach Skandinavien und Korea). Und das wohlwollende Statement des französischen Filmschaffenden Jean-Jacques Annaud, der seine Produktionen „Der Bär“ und „7 Jahre in Tibet“ in Tirol realisiert hat, tut auch der touristischen Bewerbung Tirols gut: *„Speziell Tirol bietet die Tüchtigkeit Deutschlands, die Schönheit der Schweiz und den Charme Italiens“!*

Eine Untersuchung der Halifax Travel Insurance in Großbritannien (August 2005) bestätigt zudem auf eindrucksvolle Weise die Wirkung von bewegten Bildern auf Urlaubsentscheidungen: 27% der Befragten gaben an, sich bei ihren eigenen Urlaubsplanungen von Filmen und TV-Sendungen inspirieren zu lassen; die Manova-Studie (Oktober 2011) kommt zum Ergebnis, dass hinsichtlich des Entscheidungsprozesses für eine Urlaubsdestination auf dem Weg vom „awarenessset“ in das „consideration set“ neutrale und objektive Medien eine große Bedeutung spielen – insbesondere TV-Filme und Dokumentationen leisten somit einen entscheidenden Beitrag für das finale „conversion set“. Die 2017 weltweit durchgeführte Befragung von TCI Research kommt zum Ergebnis, dass über 80 Millionen Touristen ihre Urlaubsdestination auf Grund eines Films oder einer TV-Serie wählten. Auch im asiatischen Raum ist Filmtourismus ein großes Thema: Beim vom Marktforschungsinstitut Ipsos im Auftrag von Hotels.com im Mai 2018 durchgeführten Chinese International Travel Monitor (CITM) gaben 62 % der Befragten an, dass sie sich von Film und Fernsehen in ihrer Reiseentscheidung inspirieren lassen. Für Reisen auf den Spuren von Filmproduktionen gibt es sogar schon einen speziellen Begriff: „set jetting“!

Auch aus diesem Grund wurde 1998 die Cine Tirol Film Commission unter dem Dach der Tirol Werbung gegründet – es war das erklärte Ziel, Tirol zum führenden Filmproduktionsland der Alpen zu machen: strategische Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen im In- und Ausland (neben dem gesamteuropäischen Raum mit besonderer Berücksichtigung von Österreich und Deutschland ist Cine Tirol auch in Filmzentren in den USA, Indien und China aktiv), das Angebot eines professionellen Location Service (inklusive Location Scouts, Location Archiv und Production Guide) sowie finanzielle Anreize für ausgewählte Filmprojekte in Form eines nicht rückzahlbaren Produktionskostenzuschusses (Hauptkriterien für einen möglichen Produktionskostenzuschuss sind der wirtschaftliche Tirol-Effekt bzw. der inhaltliche Tirol-Bezug) leisten ihren Beitrag zu dieser Absicht. Mit großem Erfolg, denn mittlerweile konnte Cine Tirol über 500 Filmproduktionen aus nah und fern nach Tirol führen. Highlights dieser Produktionen sind u.a. die Kinofilme „James Bond 007 – SPECTRE“, „Point Break“, „Snowpiercer“, „Stars in the Winter Sky“, „Tiger Zinda Hai“, „Yuvvraaj“, „Wie im Himmel“, „Die fetten Jahre sind vorbei“, „Last Holiday“, „In 3 Tagen bist du tot 2“, „xXx – Triple X“, „Der Architekt“, „März“, „Das Geheimnis der Schneekönigin“, „Rise up and Dance!“, „Vals“, „Extreme Ops“, „Die Freiheit des Adlers“, „Lapislazuli – Im Auge des Bären“, „Bergkristall“, „Vollgas“, „Die Skitour“, „Helden in Tirol“, „Flashback“, die Fernsehproduktionen „Der Schandfleck“, „Schwabenkinder“, „Franz und Anna“, „Gefährliche Gefühle“, „Gipfelsturm“, „K2“, „Die Lawine“, „Crazy Canucks“, „Das Weihnachtsekel“, „Der letzte Kronzeuge“, „Ausgelöscht“, „Gletscherblut“, „Der Bär ist los“, „Die Hüttenwirtin“, „Die Wanderhure“, „Die Hebamme – Auf Leben und Tod“, „Die Aufnahmeprüfung“, „Der Meineidbauer“, „Stille“, die TV-Reihen „Tatort“, „Im Tal des Schweigens“, „Wilder Kaiser“, „Da wo die Berge sind“, „Der Metzger“, die TV-Serien „Der Bergdoktor“, „SOKO Kitzbühel“, „Pardes Mein Hai Mera Dil“ und „Powder Park“ sowie Dokumentarfilme wie „Glockner – Der schwarze Berg“, „Unterwegs nach...Heimat“, „Vom Leben am Steilhang“, „Im Reich des Steinadlers“, „Der Inn“, „Schnee“, „Streif – One Hell of a Ride“, dazu noch Kurzfilme von meist jungen Filmschaffenden sowie viele Werbefilme führender Firmen und Marken wie BMW, Porsche, Jaguar, Mercedes, Volkswagen, Opel, Suchard, Coca Cola, Pepsi, Sony Ericsson, Tchibo, Karstadt, Napapijri, Scania, Shell, Garmin, Samsung, Telekom und viele andere.

Alle Filme „made in Tirol“ tragen dazu bei, dass beeindruckende Bilder der faszinierenden Bergwelt Tirols auf unzählige Kinoleinwände beziehungsweise Fernsehschirme in aller Welt gelangen und auf diese Weise für das „Land im Gebirg“ werben. Aus diesem Grund wird Cine Tirol auch hinkünftig bemüht sein, in diesem globalen Wettbewerb der (alpinen) Filmlocations eine führende Rolle zur Bewerbung Tirols als Filmland einzunehmen und auf diese Weise möglichst viele interessante Filmproduktionen „made in Tirol“ entstehen zu lassen. Diese bewegten und bewegenden Bilder sollen einen entscheidenden Betrag zur touristischen Weiterentwicklung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft im „Herz der Alpen“ leisten.

Als Leiter von Cine Tirol ist es mir ein besonderes Anliegen, dass das große Potential der Verknüpfungsmöglichkeiten von Film- und Tourismuswirtschaft auch in Tirol erkannt und genutzt wird. Denn seit mehr als 100 Jahren ist Tirol nicht nur ein Tourismusland, seit mehr als 100 Jahren ist Tirol auch ein Filmland. Mehrfach kann die gedeihliche und erfolgreiche Verbindung dieser beiden Rollen im Laufe der Jahrzehnte nachgewiesen werden. Aus diesem Grund muss es gelingen, die vielen nationalen und internationalen Filmproduktionen, die seit 1998 durch die Aktivitäten der Cine Tirol nach Tirol kommen, auch touristisch zu nutzen.

Die Verantwortlichen der Tiroler Tourismuswirtschaft werden durch regelmäßige Seminarveranstaltungen mit führenden Referenten aus dem In- und Ausland auf praktische Umsetzungsbeispiele aufmerksam gemacht und zur konsequenten Nutzung von Filmproduktionen im Zusammenhang mit Dreharbeiten in den Regionen ermutigt: erste konkrete Beispiele wie die Premierenveranstaltungen vor Ort, die Stammgästeinformationen vor Kinostart bzw. Erstausstrahlung, der Bergdoktor-Randwanderweg in Mieming, die Bergdoktorwochen mit Fan-Tag inklusive „Meet & Greet“ mit den SchauspielerInnen in Ellmau am Wilden Kaiser, die Filmtour durch das Ötztal für Busgäste des Hotel Hirschen in Längenfeld, die Ausstellung „Das Filmatelier am See – Thiersee und seine Filmgeschichte“ und das Euro-tours-Reiseprogramm „Bollywood in Tirol“ bzw. die Broschüre „Bollywood in Tirol“ der Tirol Werbung für indische Gäste, ebenso wie die Angebotsgruppe „Tirollywood – beliebtes Filmland Tirol“ können als Pilotprojekte für viele weitere filmtouristische Initiativen in ganz Tirol gesehen werden, die neue Perspektiven auf Tirol zuzulassen.

Fußnoten

¹ Steinecke, A.: Filmtourismus. Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2016. S. 20.

² Roesch, S.: Vortrag „Die touristische Verwertung von Filmproduktionen“. Tiroler Tourismusforum, 2008.

Filmtouristische Beispiele in Österreich (eine Auswahl):

Filmschauplätze in Österreich

www.austria.info/ch/kunst-kultur/filmschauplaetze-in-oesterreich-2016183.html

„Sound of Music“-Tour/Salzburg

www.sound-of-music.com

Auf den Spuren des Winzerkönigs

www.burgenland.info/static/files/winzerkoenig.pdf

Dritte Mann Tour

www.drittemanntour.at

Weiterführende Links zum Thema**„Filmtourismus“ (eine Auswahl):**

Filmtourismus.de – Die Welt der Drehorte

www.filmtourismus.de

Set-Jetting TV – Urlaub nach Drehbuch

www.set-jetting.tv

Location Placement – die Vermarktung von Orten in Filmen

www.locationplacement.com

Filmquest

www.filmquest.co

Weiterführende Literatur zum Thema**„Filmtourismus“ (Auswahl):**

Beeton, S.: Film-Induced Tourism, 2nd edition. Bristol, Buffalo, Toronto: Channel View Publications, 2016.

Hudson S./Ritchie, J. R. B.: Promoting Destinations via Film Tourism: An Empirical Identification of Supporting Marketing Initiatives. – In: Journal of Travel Research, 44, S. 387 – 296.

Hudson, S./Wang, Y./Moreno Gil, S. M.: The Influence of a Film on Destination Image and the Desire to Travel: A Cross-Cultural Comparison. – In: Croy, G./Beeton, S./Frost, W. (Hrsg.;2010): International Tourism and Media Conference, Prato. S. 19 – 22.

Roesch, S.: The Experiences of Film Location Tourists. Bristol, Buffalo, Toronto: Channel View Publications, 2009.

Ein besonders markantes Beispiele aus jüngerer Zeit:**Musikvideo „Perfect“ von Ed Sheeran**

Im Oktober 2017 war der britische Singer-Songwriter Ed Sheeran für Dreharbeiten zu einem neuen Musikvideo für seinen Hit „Perfect“ am Hintertuxer Gletscher und im Zillertal. In streng geheimer Mission wurde bereits einige Tage vor dem Dreh jedes Detail akribisch geplant. An drei Tagen wurden die Szenen an verschiedensten Locations (u.a. in der Panoramabar im Tuxer Fernerhaus, auf der Sommerbergalm, in der Hohenhaus Tenne und in Mayrhofen am Bahnhof) realisiert. Besonders beeindruckt zeigten sich die Weltstars von der atemberaubenden Kulisse bei Sonnenuntergang, die ihnen bei der Gefrorenen Wand auf 3.250 Metern Seehöhe geboten wurde. Auch die perfekt präparierten Pisten wurden bei einem Nachtskidreh ausgiebig getestet und begeisterten das internationale Filmteam. Den Abschluss machte ein sehr aufwändiger Dreh in Hintertux, für den die Straße zwischen der Hohenhaus Tenne und dem Hotel Neuhintertux mit unzähligen bunten Lichtern und Filmschnee in eine typisch amerikanisch anmutende Weihnachtslandschaft verwandelt wurde. Der Videodreh zu Ed Sheerans Song „Perfect“ am Hintertuxer Gletscher war für alle Beteiligten ein großes Spektakel und wird ein unvergessliches Erlebnis bleiben. Dank des Ausnahmekünstlers gehen die Bilder aus Hintertux um die ganze Welt und bieten zudem einen großen Werbewert für die gesamte Region. Das Video, das am 09.11.2017 auf YouTube (www.youtube.com/watch?v=2Vv-BfVoq4g) veröffentlicht wurde, erreicht bereits über 2,1 Milliarden Aufrufe. Weitere Informationen über die Tiroler Drehorte können unter www.blog.tirol/2017/11/ed-sheeran-musikvideo-drehorte-in-tirol und www.hintertuxergletscher.at/de/specials/videodreh-ed-sheeran abgerufen werden.

Der 15.12.2017 wird 200 Fans aus der ganzen Welt in Erinnerung bleiben – sie waren bei einem exklusiven Konzert von Ed Sheeran in Hintertux dabei. Die 200 limitierten Karten für das Gratis-Konzert wurden weltweit unter Fans ausgelost, welche dann extra für dieses Konzert nach Tirol reisten (einige sogar aus Australien). In der Hohenhaus Tenne entstand ein perfekt abgestimmtes Ed-Sheeran-Ambiente und es wurden in Anlehnung an das aktuelle CD-Albumcover blaue Cocktails angeboten. Im Video lässt sich Ed Sheeran in der urigen Hütte eine Pizza schmecken, so wurde den Gästen auch an dem besonderen Konzertabend Pizza serviert: www.tt.com/kultur/musik/13803259-91/ed-sheeran-in-hintertux-perfekte-nacht-f%C3%BCr-200-fans.csp ■