**Swissfilm Association**

# Interview-Serie mit Schweizer Filmschaffenden: Wie es gelingt, cool zu bleiben

Nicht alles persönlich nehmen. Mehr der Intuition vertrauen. Sich weniger Stress machen. Im Interview mit Swissfilm Association plädieren die Filmemacher Derya Tuna und Pablo Grendelmeier für mehr Gelassenheit und verraten ihre ganz persönlichen Strategien, um im emotionalen Filmgeschäft cool zu bleiben.

Interview: **Yvonne Graf** Bilder: **zVg**

Pablo Grendelmeier, Executive Producer und Inhaber von AVIATICFILMS.

Derya Tuna, Executive Producer und Geschäftsführerin bei TUNA production.

**Was ist das absolut Beste am Filmemachen?**
**Derya Tuna:** Ich finde es unglaublich schön zu sehen, wie aus einer Idee plötzlich etwas wird, das Menschen berührt! Und diese gemeinsame Energie am Set zu spüren: Alle arbeiten auf das gleiche Ziel hin – das ist immer wieder aufs Neue etwas Besonderes.

**Pablo Grendelmeier:** Durch unsere Aufträge kommen wir an Orte und mit Menschen in Verbindung, die uns sonst vermutlich verschlossen bleiben würden. Wir treffen Führungskräfte von Weltkonzernen oder Persönlichkeiten aus Politik und Wirtschaft für Filmaufnahmen. Dadurch erhalten wir Einblick in eine Realität, die der Öffentlichkeit meist verborgen bleibt. Unsere Arbeit ermöglicht auch einen Blick hinter die Kulissen eindrucksvoller Betriebe und Institutionen und den Zugang zu besonderen Locations: Wir sind regelmässig bei grossen Industriekunden, auf Baustellen, an Flughäfen und an spektakulären Orten in der Natur unterwegs – oft gemeinsam mit den Menschen, die in diesen Bereichen arbeiten und ihre Erfahrungen mit uns teilen. Ab und zu erlaubt uns die Arbeit sogar, mit dem Helikopter über die Schweiz zu fliegen, um eindrucksvolle Luftaufnahmen zu machen.

**Wo holst du dir persönlich die Inspiration für deine Produktionen?**
**Pablo Grendelmeier:** Auf dem Wasser oder in den Bergen. Ich bin heute primär als Executive Producer und Geschäftsführer tätig, kümmere mich selbst oft um die eher strategischen, organisatorischen und manchmal auch trockeneren Themen einer Produktion. Umso mehr setze ich auf die Kreativität meines Teams. Für mich ist auch der Austausch mit anderen Produzenten und Filmschaffenden wichtig, um Entwicklungen in der Branche mitzubekommen und Ansätze immer wieder neu zu denken. In der Natur kann ich abschalten, den Gedanken Raum geben und daraus neue Ideen und Strategien entwickeln.

**Derya Tuna:** Aus dem Leben. Aus Gesprächen, Beobachtungen, Musik, Kunst, Reisen. Manchmal auch einfach aus ganz alltäglichen Begegnungen auf der Strasse. Und natürlich auch von meinen siebenjährigen Zwillingen, die mich immer wieder daran erinnern, neugierig zu bleiben und die Welt einmal aus einer ganz anderen Perspektive zu betrachten.

«In der Natur kann ich abschalten, den Gedanken Raum geben und daraus neue Ideen und Strategien entwickeln.»

**Gab es schon einmal einen Moment während einer Produktion, in dem alles schiefzugehen schien, und wie hast du ihn überwunden?**
**Derya Tuna:** Ja, solche Momente gibt es immer wieder. Das Wetter kippt, Locations passen plötzlich nicht, ein Entscheid kommt zu spät, das Timing fällt auseinander ... Da hilft nur eines: ruhig bleiben, priorisieren und das Team zusammenhalten. Panik löst kein Problem. Produzieren bedeutet für mich auch, mit Druck umgehen zu können, klar zu denken und aus Problemen schnell wieder Möglichkeiten zu machen.

**Pablo Grendelmeier:** Als Produzent versucht man immer, alles möglichst gut vorzubereiten, für jede Eventualität eine Lösung bereitzuhalten. Trotzdem kommt es – Murphy's Law – oft anders als geplant. 2024 reisten wir für ein grosses Projekt nach Süd- und Mittelamerika. Bei der Einreise von Peru nach Mexiko stellten wir fest, dass ein Gepäckstück mit wichtigem Equipment nicht angekommen war. Das war besonders kritisch, weil wir den ersten Drehtag bereits für den nächsten Tag geplant hatten und auf genau dieses Material angewiesen waren. Zum Glück konnten wir noch in der Nacht vieles über einen lokalen Partner organisieren, in den frühen Morgenstunden meldete sich dann die Airline: Das Gepäckstück war gefunden worden. Wir konnten es noch am gleichen Tag abholen, verzollen und direkt vom Flughafen zum Drehort bringen.

**Was tust du für mehr Gleichstellung vor und hinter der Kamera?**
**Pablo Grendelmeier:** Unsere Produktionen entstehen immer im Dialog mit unseren Kunden. Dadurch fliessen Themen wie Gleichstellung, Diversität und Repräsentation von Anfang an mit ein. Gerade unsere global tätigen Kunden sind darauf sensibilisiert. Wir beobachten bereits seit Jahren eine klare Entwicklung hin zu mehr Gleichstellung und Vielfalt vor der Kamera. Hinter der Kamera ist es anspruchsvoller: Filmbranche und Arbeitsmarkt sind in vielen technischen Bereichen noch immer männerdominiert. Trotzdem ist es uns wichtig, neue Talente einzubinden, diverse Teams aufzubauen und langfristig mit Menschen zusammenzuarbeiten, die unterschiedliche Perspektiven mitbringen.

**Derya Tuna:** Ich achte darauf, wer am Tisch sitzt – nicht nur vor der Kamera, sondern auch bei Regie, Kamera, Produktion, Kreation und Postproduktion. Gleichstellung wird nicht durch schöne Worte erreicht, sondern durch konkrete Entscheidungen: Es geht darum, wen man vorschlägt, wem man Verantwortung gibt, wem man vertraut. Bei Tuna versuchen wir, Teams bewusst vielfältig zusammenzustellen und Talente ernsthaft zu fördern – nicht wegen der Quote, sondern weil es die Arbeit einfach besser macht. Dafür setze ich mich auch in der Female Film & Advertising Association (FFAA) ein. Wir schaffen konkrete Möglichkeiten für Frauen in der Film- und Kreativbranche – durch Sichtbarkeit, Zugang und Netzwerke. Auch politisch engagiere ich mich, schaffe immer wieder Awareness für dieses Thema in meiner Partei. Gleichstellung ist mir nicht nur in unseren Produktionen wichtig. Es ist eine Haltung, die man auch strukturell, gesellschaftlich und politisch mittragen muss.

**Welche mutige Entscheidung in deiner Filmkarriere hat sich als Erfolg erwiesen?**

## Zu den Personen

**Derya Tuna ist Executive Producer und Geschäftsführerin bei TUNA production AG. TUNA ist eine in Zürich gegründete Produktionsfirma, die Schweizer Präzision mit einem globalen Netzwerk von Spitzenkräften verbindet. Die Agentur produziert neben Werbefilmen auch Spiel-, Dokumentar- und Kurzfilme. Im eigenen AI-Studio erforscht TUNA neue Technologien und realisiert AI-gestützte Produktionen. SBB, Sanitas, Wallis Tourismus und Turkish Airlines zählen zu den prominenten Kunden.**

**Pablo Grendelmeier ist Executive Producer und Inhaber von AVIATICFILMS. Die Filmagentur ist in Basel domiziliert und produziert Kommunikations- und Werbeformate für Unternehmen. Im eigenen, 1000 Quadratmeter grossen Studio können Film- und Fotoprojekte jeder Art professionell und kurzfristig realisiert werden. Zu den Kunden zählen vor allem global tätige Unternehmen im Raum Basel mit einem Fokus auf Life Sciences wie Roche, Novartis, Sandoz oder Endress+Hauser.**

**Derya Tuna:** Nicht immer den einfachsten oder sichersten Weg zu gehen. Gerade in der Produktion gibt es oft den Druck, pragmatisch zu sein, schnell zu liefern. Aber manchmal sollte man für Qualität kämpfen, für eine bessere Regie, ein stärkeres Bild, eine mutigere Idee. Diese Haltung hat sich für mich immer wieder ausgezahlt – auch wenn sie in diesem Moment mehr Energie kostet.

«Film ist ein sehr emotionales Geschäft, aber gute Entscheidungen brauchen trotzdem Ruhe und Abstand.»

**Pablo Grendelmeier:** Die mutigste Entscheidung war sicher die Gründung der Firma während meiner Schulzeit im Jahr 2016. Zu Beginn lag unser Fokus stark auf Luftaufnahmen, doch als absehbar wurde, dass sich dieser Markt verändern würde, haben wir unser Angebot konsequent erweitert und bieten seit 2018 Full-Service-Produktionen an. Ein weiterer grosser Schritt war die Expansion und der Studiobau im Jahr 2021. Heute verfügen wir über mehr als 1000 Quadratmeter Büro- und Studiofläche, ein grosses Equipmentlager und einen eigenen Fuhrpark – dieser Schritt war damals mutig, hat sich aber als sehr wichtig für unsere Entwicklung erwiesen.

**Welchen Rat würdest du deinem jüngeren Filmemacher-Ich geben?**

**Pablo Grendelmeier:** Mach dir weniger Stress – es kommt schon gut. Und: Lass dich nicht unterkriegen, denn dranbleiben und den eigenen Ansatz verfolgen, lohnt sich. Ich habe früher oft mit dem Gedanken gehadert, ob es richtig war, die eigene Firma bereits während der Schulzeit zu gründen, statt zuerst ein Praktikum zu machen oder einen klassischeren Zugang zur Branche zu suchen. Heute bin ich überzeugt, dass genau dieser Weg richtig war, weil wir vieles neu denken und selbst entwickeln mussten. Das verschafft uns heute einen grossen Vorteil.

**Derya Tuna:** Vertraue schon viel früher deiner Intuition. Sei mutig, aber bleib klar. Und nimm nicht alles persönlich – Film ist ein sehr emotionales Geschäft, aber gute Entscheidungen brauchen trotzdem Ruhe und Abstand. Ich würde mir auch sagen: Umgib dich mit Menschen, die in dem, was sie machen, noch besser sind als du. Dann wächst du von alleine mit.

ANZEIGE

# WERBEMARKT SCHWEIZ Mai 2026

MEDIA FOCUS data driven insights

Ein kompakter Überblick über die wichtigsten Entwicklungen im Schweizer Werbemarkt.

## Entwicklung Werbedruck

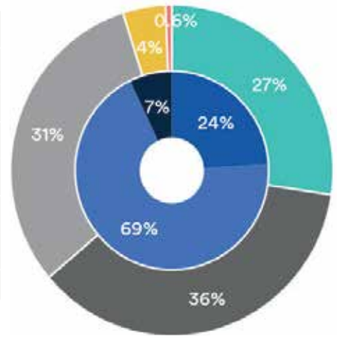
| | | Mai 2026 |
|---|---|---|
| KLASSISCH | 354.6 Mio. CHF | +0.2% |
| DIGITAL | 221.4 Mio. CHF | +60.7%* |
| | | **2026** |
| KLASSISCH | 1'555.2 Mio. CHF | +0.5% |
| DIGITAL | 1'094.2 Mio. CHF | +83.4%* |

* Plattform-Updates (Search) können Online-YoY-Vergleiche verzerren

## Media Mix

| | | |
|---|---|---|
| Print | 97.0 | (-12.1%) |
| TV | 129.3 | (+4.3%) |
| Out-of-Home | 110.9 | (+10.5%) |
| Radio | 15.2 | (-14.1%) |
| Kino | 2.2 | (+31.1%) |
| Display | 53.1 | (+12.9%) |
| Search | 152.5 | (+109.6%) |
| YouTube | 15.8 | (-12.1%) |

in Mio. CHF



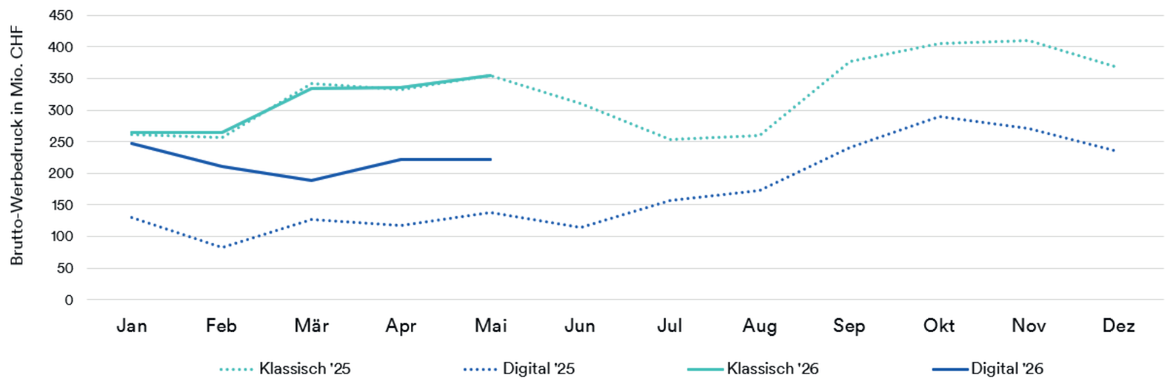

## Advertiser mit dem grössten absoluten Wachstum

| | KLASSISCH | DIGITAL |
|---|---|---|
| 1 | Die Mobiliar | Booking.com |
| 2 | Sunrise | Sunrise |
| 3 | PostFinance | Skyscanner Limited |

## Branchen mit dem grössten prozentualen Wachstum

| | KLASSISCH | DIGITAL |
|---|---|---|
| 1 | Verkehrsbetriebe | Finanzen |
| 2 | Fahrzeuge | Telekommunikation |
| 3 | Digital & Haushalt | Dienstleistung |

## Saisonalität




**Media Focus Schweiz GmbH**

Media Focus Schweiz GmbH ist ein neutrales und unabhängiges auf die Messung und Analyse von Werbung, Medienpräsenz und Sponsoring spezialisiertes Medienforschungs-Unternehmen.
Wir beantworten Fragestellungen und eröffnen Handlungsoptionen, wenn es um strategische Werbe-, Kommunikations- oder Sponsoringfragen geht.

Die monatliche Publikation Werbemarkt Trend und weitere spannende Analysen finden Sie auf unserer Webseite www.mediafocus.ch. Weitere wertvolle Infos zum Schweizer Werbemarkt gibt's auf www.werbekompass.ch. Besuchen Sie uns jetzt!

Stauffacherstrasse 28, 8004 Zürich
+41 43 322 27 50
mediafocus@mediafocus.ch
www.mediafocus.ch