

Region

Der begeisterte Amateurfilmer mit dem Flair für den Fulehung

Doku über Thuner Ausschiesset Hans Streuli trägt etliche private Aufnahmen zum Dok-Projekt «Fulehung auf Super8» bei. Fulehung und Film faszinieren ihn gleichermaßen.

Gabriel Berger

An den Wänden entlang der Treppe in den 1. Stock hängen Bilder mit Ausschiesset-Motiven von bekannten Thuner Malern wie Arthur Loosli oder Knud Jacobsen. In der Wohnstube im Parterre steht eine kleine hölzerne Fulehung-Figur, geschaffen von Freizeitkünstler Max Roth. Es ist augenscheinlich, dass in diesem Ferienhaus in Oberhofen ein Freund des Thuner Traditionsanlasses ein- und ausgeht.

Das Domizil gehört Hans Streuli. Für den Thuner hat der Ausschiesset, der in knapp einem Monat wieder ansteht, einen «sehr grossen Stellenwert», wie er selbst sagt. Der 68-Jährige hat indes noch eine zweite grosse Leidenschaft: die Amateur-Filmerei. Diese Kombination hat ihn zu einem prädestinierten Protagonisten für das Dokfilm-Projekt «Fulehung auf Super 8» gemacht.

Drei Generationen filmten

Hinter dem Projekt stehen Karoline Wirth und ihr Projektteam. Die Journalistin begann vor bald einem Jahr, Thunerinnen und Thuner zu suchen, die noch im Besitz alter, privater Schmalfilme mit Ausschiesset-Aufnahmen sind und die bereit waren, diese für die Dokumentation zur Verfügung zu stellen.

Streuli sah den Aufruf in einer Publikation des Thuner Kadettenvereins, wurde später auch direkt angefragt. «Für mich war relativ rasch klar, dass ich mitmachen würde», sagt der Hausarzt, der bis vor anderthalb Jahren in Thun eine eigene Praxis betrieb



Hans Streuli in der Wohnstube seines Ferienhauses in Oberhofen. Er ist begeisterter Amateurfilmer und Fan des Ausschiessets. Neben ihm steht eine hölzerne Figur des Fulehung. Foto: Nicole Philipp

Nach diversen Suchaktionen fand Hans Streuli im Familienfundus nicht weniger als rund 90 Filmrollen.

und heute in einer Gemeinschaftspraxis arbeitet.

Dass im Hause Streuli ein reicher Fundus alter Filmrollen vorhanden sein muss, war zu erwarten: Der Faszination, bewegte Bilder einzufangen, sind gleich drei Generationen erlegen. Sowohl Streulis Grossvater als auch sein Vater – die beide ebenfalls Hans hiessen – waren begeisterte Amateurfilmer. Ein beliebtes Thema, wenn die eigenen Kinder auf Zelluloid gebannt wurden: die Umzüge und Aktivitäten rund um den Ausschiesset.

«Unser Vater filmte uns jeweils auf Super8», erzählt Streuli, der mit zwei Schwestern aufgewachsen ist. So sei er bald mit diesem Format in Kontakt gekommen. «Und weil ich seit jeher technikinteressiert war, zog es mich den Ärmel rein.» Er habe lange auf die Vorzüge von Super8 gesetzt, bis er irgendwann direkt ins digitale Zeitalter – zu den Videokameras – gewechselt habe. Auch Streulis zwei Kinder standen oft im Zentrum der Aufnahmen.

So angetan Hans Streuli auch war von der Filmerei, war es für

ihn doch nie ein Thema, auch beruflich auf diese Karte zu setzen. Nichtsdestotrotz realisierte der Thuner – teilweise zusammen mit Kolleginnen und Kollegen – in seinem Leben viele Filme zu unterschiedlichen Themen. Einer war eine Auftragsarbeit des Thuner Kadettenvereins: Der Jubiläums-Film über das Kadettenkorps im Jahr 2009.

Älteste Filmrolle von 1937

Nach diversen Suchaktionen fand Hans Streuli im Familienfundus nicht weniger als rund 90 Filmrollen, darunter vier mit längeren oder kürzeren Sequenzen über die Kadetten und den Ausschiesset der Jahre 1937, 1970 und 1971. Die Spule mit dem Schwarzweissfilm von Streulis Grossvater aus dem Jahr 1937 ist das älteste Werk überhaupt, das im Rahmen von «Fulehung auf Super 8» zum Vorschein gekommen ist.

In seiner eigenen Kadettenzeit gehörte Hans Streuli dem Armbrustschützen-Korps an. Beim Gesslerschieszen 1971 erreichte er den 3. Platz. Später leitete er zusammen mit Hanspeter Vetsch während 25 Jahren das Armbrustschieszen der Ehmaligen.

Freundschaften fürs Leben

«Heute würde ich bei den Kadetten wohl zusätzlich zur Musik gehen», sinniert der 68-Jährige. Dennoch möchte er nichts missen aus der damaligen Zeit: «Ich habe Freundschaften geschlossen, die bis heute anhalten.» Und ohne explizit abmachen zu müssen, treffe man sich jedes Jahr aufs Neue am Ausschiesset.

So traditionell das Kadettenwesen auch ist, findet Streuli dennoch, dass der Wandel in die Moderne gut gelungen ist. «Das Militärische ist gegenüber früher fast vollständig verschwunden. Eigentlich erinnert heute lediglich noch die Uniform an diesen Ursprung.»

Der Fulehung wiederum habe ihm im Kindesalter schon gehörig Eindruck gemacht. «Und mein eigener Sohn musste als Kind mal in einem Restaurant stark weinen. Erst nachdem die im Raum aufgehängte Fulehung-Maske zugedeckt war, erholte er sich.»

Premiere am 15. September

Anekdoten wie diese gibt es rund um den Ausschiesset unzählige. Die eine oder andere wird es wohl auch in den fertigen Dokfilm von Karoline Wirth schaffen. «Ich bin sehr gespannt auf das Resultat», sagt Hans Streuli, der im Film auch als Interviewgast in Erscheinung tritt. Er erhofft sich Einblicke in den Wandel, den der Thuner Traditionsanlass im Laufe der Zeit erfahren hat.

Am 15. September um 12 Uhr wird es so weit sein: Dann wird die 60-minütige Doku im Saal 1 des Kinos Rex in Thun erstmals öffentlich aufgeführt. Insgesamt steuerten 21 Thuner Familien – darunter jene von Hans Streuli – private Filmrollen bei. Versprochen werden Aufnahmen vom Ausschiesset, «wie man ihn noch nie gesehen hat».

Tickets für die Film-Aufführung sind erhältlich online unter kino-thun.ch unter der Rubrik Specials.

Juso fordern Chocolat Ammann auf, Schriftzug zu entfernen

Traditionsfirma in Heimberg Am Gebäude der Chocolat Ammann in Heimberg prangt die Überschrift «Mohrenkönig». Die Juso verlangen in einem offenen Brief, diese zu entfernen.

Heutzutage heissen die Produkte der Chocolat Ammann AG «King», «Big King» oder «Prince». Die Rede ist von den weitherum bekannten, mit Eiwisscham und Schokolade kreierte Süßigkeiten, welche die Traditionsfirma herstellt und verbreitet. Sie tut dies seit 1965 in einem Industriequartier in Heimberg.

Bis 2018 wurden die Leckereien noch als «Mohrenkönige» bezeichnet. Der damals neu in die Firma eingestiegene Inhaber und Geschäftsführer Eric von Graffenried liess den Ausdruck indes bald einmal von den Verpackungen verschwinden: «Der Name «Mohrenkönig» ist nicht mehr zeitgemäss», sagte er seinerzeit gegenüber «20 Minuten».

«Rassistischer Hintergrund»

Nun holt der Begriff das Unternehmen dennoch wieder ein – denn er prangt als Schriftzug nach wie vor prominent in grossen Lettern an der Fassade des Firmensitzes am Schulgässli. Dies ist den Juso Thun-Berner



Das Gebäude der Chocolat Ammann AG in Heimberg mit dem kritisierten Schriftzug. Foto: Steve Wenger

Oberland aufgefallen – und ein Dorn im Auge: Sie üben in einem offenen Brief, den sie am Dienstagabend verschickt haben, Kritik an der Chocolat Ammann AG.

«Der Begriff «Mohr» ist eine veraltete und diskriminierende Bezeichnung für Afrikaner*innen», halten die Juso in ihrem Schreiben fest. Aus historischer Sicht habe man mit dem Begriff die in

Nordafrika lebenden Mauren gemeint; vor allem im 16. Jahrhundert sei der Ausdruck dann für Menschen mit dunkler Hautfarbe eingesetzt worden.

«In der heutigen Sprache wird dieses Wort aufgrund des rassistischen Hintergrundes kaum mehr verwendet», schreiben die Juso. Die Jungpartei fordert den Süßigkeitenhersteller daher auf, den Schriftzug «zeitnah von Ihrer Firma entfernen zu lassen».

Konkurrent behält Namen bei

Bei Chocolat Ammann war am Mittwoch niemand für eine Stellungnahme erreichbar. Damit bleibt offen, ob und wie das Unternehmen allenfalls auf die Forderung der Juso reagiert.

Der Begriff «Mohr» steht immer mal wieder im Fokus der öffentlichen Debatte. Als die «Black Lives Matter»-Bewegung im Jahr 2020 aus den USA auch in die Schweiz schwappte, kündigten mehrere Detailhändler – darunter die Migros – an, den «Mohrenkopf» von Ammanns Konkurrent Dubler im aargauischen

Waltenschwil aus dem Sortiment zu streichen. Letztlich war der ganze Wirbel für Produzent Robert Dubler aber sogar absatzfördernd. Noch heute tragen seine Süßigkeiten – im Gegensatz zu jenen der Chocolat Ammann AG – den Namen «Mohrenkopf».

Im Zuge der damaligen Rassistendebatte wurde auch die Zunft zum Mohren abermals dazu aufgefordert, ihren Namen zu ändern. 2022 gab deren Präsident bekannt, dass sich die Organisation neu Zunft zur Schneidernenne. Bis zu diesem Zeitpunkt war auch eine Mohrenstatue im Zunftwappen abgebildet.

Auch Chocolat-Ammann-Geschäftsführer Eric von Graffenried ertete nach der eingangs erwähnten Abkehr vom Begriff «Mohrenkönig» sowohl Beifall als auch Entrüstung: Die einen lobten die Firma für die Abkehr von einem Relikt des kolonialen Imperialismus, andere stellten Traditionen über politische Korrektheit und zeigten sich empört.

Gabriel Berger

Marketing-Chef Mirko Aubert ist per sofort weg

Umbruch beim FC Thun Es rumpelt beim FC Thun. Am späten Mittwochnachmittag hat der Verein mitgeteilt, dass Mirko Aubert, Leiter Vermarktung und Mitglied der Geschäftsleitung, sich entschieden hat, den FC Thun zu verlassen. Grund: Aubert wolle sich beruflich weiterentwickeln. «In gegenseitigem Einvernehmen wird er seine Aufgaben nach 8-jähriger Tätigkeit per sofort niederlegen», schreibt der FC Thun. Es ist der zweite Abgang auf einem wichtigen Posten in kurzer Zeit. Vor zwei Wochen verabschiedete sich Damaris Oesch via LinkedIn als Verantwortliche Medien & Kommunikation beim Oberländer Fussballclub.

Und im Juni wurde Tom Gut einen Tag nach dem er in den Verwaltungsrat des FC Thun gewählt wurde, bereits zum CEO bis zur nächsten GV ernannt. Er werde dem FC Thun durch die neue Firma um Timetool-Gründer Beat Fahrni zur Verfügung gestellt. Diese hatte bereits zuvor die nötigen Mittel – mindestens zwei Millionen Franken – bereitgestellt, um den Gang vor den Konkursrichter zu verhindern. (maz)