

Hauptrolle im Film «Mein Name ist Eugen»

# Wenn Manuel in den Spiegel schaut, sieht er Eugen



Bei Actionszenen taut Manuel so richtig auf. Zum Beispiel an der Berner Postgasse. Dort springt Eugen in seiner Rolle als Vordenker mutig voran. Bild: Mara Truog

**Manuel Häberli dürfte zum Schweizer Kinostar mutieren: Er spielt im Film «Mein Name ist Eugen» die Hauptrolle. Die Dreharbeiten haben ihn zu einem reifen Lausbuben gemacht.**

Eugen hat das Leben von Manuel Häberli auf den Kopf gestellt: Nach dem Kindercasting fällt dem Schüler aus Köniz die Hauptrolle im Film «Mein Name ist Eugen» zu. Vier Monate lang tauchte er in die Welt des Films ein und teilte den Alltag mit der Schweizer Filmprominenz: Zuerst drei Monate im Schauspielunterricht und dann zehn Wochen fast täglich auf dem

## Mobiliar versichert Bubenstreiche

*mb.* Die vier Kinohelden Eugen, Wrigley, Eduard und Bäschteli tun gut daran, sich gegen Schadenfälle zu versichern. Wo immer sie Streiche aushecken, der Schaden ist vorprogrammiert. «Die Geschichte der Lausbuben passt bestens zu unseren Schadenskizzen und somit zum Angebot der Mobiliar», sagt Reto Hunziker, Leiter Sponsoring. Es sei daher nahe liegend, dass sich die Mobiliar als Hauptsponsor für den Film engagiere. Er ist überzeugt, dass die Mobiliar von der starken Medienpräsenz des Filmes profitiert und Sympathien gewinnen wird. «Mein Name ist Eugen» baut auf dem gleichnamigen Kinderbuchklassiker auf und erzählt die Ausreissergeschichte von vier Lausbuben. Der Dialektfilm zählt mit einem Budget von rund 6 Millionen Franken zu den teuersten Schweizer Filmen. Kinostart in den Deutschschweizer Kinos ist der 15. September 2005.

Mehr Infos zum Film:

[www.eugen-film.ch](http://www.eugen-film.ch)

RedNet → Marketing & Kommunikation → Sponsoring → Eugen

Set. «Es war eine super Zeit», sagt Manuel. Nebst dem schauspielerischen Handwerk («auf Kommando lachen ist schwierig!») habe er einiges dazugelernt: «Ich musste mich stundenlang konzentrieren und manchmal bis spät abends arbeiten.» Alles in allem sei er robuster geworden. Sein Vater Klaus Häberli, der während der Drehzeit zum persönlichen Coach des kleinen Stars geworden ist, erklärt: «Manuel hat eine einmalige Chance bekommen und sie gepackt.»

### Zwei sind sich gleich

Wenn Manuel über Eugen spricht, werden die Konturen zwischen den beiden Persönlichkeiten unscharf. «Die Rolle ist Manuel auf den Leib geschrieben», findet Vater Klaus Häberli. Er ist fasziniert von der Übereinstimmung der beiden Personen. Simone Häberling, die das Kindercasting geleitet hat, teilt diese Auffassung. Eugen spiele im Lausbubenquartett die Rolle des verlässlichen Partners, mit dem man Pferde stehlen könne. Seine Fähigkeit, zu reflektieren und sich auszudrücken, mache ihn in der Gruppe zum Vordenker und Problemlöser, was

ihn von den drei andern Figuren unterscheidet. Manuel sagt es in seinen Worten: «Eugen passt zu mir.»

### Ein bisschen von der Rolle

Nach Abschluss der Dreharbeiten kehren Manuel und Klaus Häberli nach Hause zurück. Dann passiert ein Filmschnitt: Manuel steigt in seine Schülerrolle und startet mit einer neuen Klasse ins nächste Schuljahr. Er muss sich wieder zurechtfinden. Seine Freunde

Wrigley, Eduard und Bäschteli fehlen. Auch das gehöre zur Realität des Films, bemerkt sein Vater. Manuel denkt nun darüber nach, ob er Schauspieler werden will. «Ich würde auf jeden Fall ein zweites Mal mitmachen.» Doch vorerst genießt der 13-Jährige sein ganz normales Leben. Geld verdienen sei nämlich definitiv anstrengender als zur Schule zu gehen, findet er. ■

Monika Bachmann

### Generalagenturen laden ins Kino ein

*mb.* Im August lanciert die Mobiliar in Aarau, Basel, Luzern, Murten, St. Gallen und Winterthur einen Event-Höhepunkt: Die Generalagenturen laden Kundinnen und Kunden zu exklusiven Vorstellungen mit den jungen Hauptdarstellern ein. «Solche Anlässe kommen bei den Kunden sehr gut an», weiss Daniel Probst, Generalagent in Aarau. Seine GA hat bereits bei der Film Premiere von «Achtung, Fertig, Charlie» mitgemacht.

«Damals gab es Suppe und Spatz», so Probst. Weitere Generalagenturen laden zum Filmstart im September ebenfalls zu speziellen Mobiliar-Vorstellungen ein. Zusätzlich verlost die Mobiliar via TV-Spot 1500 Kinotickets. Auch für Mitarbeitende gibt es einen Wettbewerb: Zeigen Sie Ihr Wissen über Eugen und seine Freunde und gewinnen Sie Kinogutscheine für Sie und Ihre Familie! Die Fragen finden Sie im RedNet auf dem Portal Marketing & Kommunikation.

## MobiLife wirbt neu mit Schadenskizzen

**Kürzer und prägnanter gehts kaum. Seit August wirbt die Mobiliar mit einer neuen Kampagne für Lebensversicherungen.**

da. Gar nicht so einfach, für Risiko-Lebensversicherungen zu werben. Denn alles dreht sich bei dieser Versicherung um das heikle Thema Tod. Ausserdem ist die Dienstleistung komplex. «Deshalb haben wir reduziert», erklärt Marco Fioroni, Werbeverantwortlicher der Mobiliar. Seit August wirbt die Mobiliar mit einer neuen Kampagne für Lebensversicherungen MobiLife. Das Thema Tod

kommt nur assoziativ vor: Mit einer schwarzen Schadenskizze. «Diese Visualisierung haben wir gewählt, um einen Link zur bekannten Dachwerbung zu schlagen», sagt Fioroni. Die Kampagne mit Plakaten und Inseraten, entwickelt von Wirz Werbung in Zürich, läuft bis im Oktober in der ganzen Schweiz. Daneben sind bis Ende Jahr Publireportagen zur persönlichen Vorsorge in Zeitschriften geplant. ■

