

Die Tourismusunternehmen in Norwegen drücken alle Daumen, dass der Disney-Film, Die Eiskönigin 2, ein Kassenschlager wird. Zwar profitiert das Land vom allgemeinen Reiseboom in Nordeuropa, jedoch liegen die jährlichen Zuwächse bei den Besucherzahlen nicht in den hohen Prozentbereichen, wie es in Island jahrelang gewesen ist, und es die Färöer zur Zeit erleben.



Szene aus Eiskönigin 2. Kino-Start in Deutschland ist 21. November 2019.

*(Grafik by Disney - © 2019 Disney. All Rights Reserved.)*

Auch liegt man bei den Umsatzzahlen der Reisebranche im Vergleich zu den skandinavischen Nachbarländern Schweden (12,57 Mrd. €, 2017) und Dänemark (7,05 Mrd. €, 2017) mit 5,77 Mrd. Euro im selben Zeitraum leicht abgeschlagen an dritter Stelle.

Nachdem 2013 der Film Die Eiskönigin herauskam, stieg die Zahl der Übernachtungen von Touristen aus den USA in Norwegen innerhalb von fünf Jahren um 170 Prozent. Die USA sind heute Norwegens drittgrößter Touristenmarkt, nach Deutschland.

Die Eiskönigin 2 ist die Fortsetzung des profitabelsten Animationsfilmes aller Zeiten und kommt diese Woche weltweit in die Kinos. Das Einspielergebnis des ersten Teils liegt bei

knapp 1,3 Milliarden US-Dollar.

Wie der norwegische Sender NRK auf seiner Website am Montag [schrieb](#), haben die Macher des Films sich stark von Norwegen und der samischen Kultur inspirieren lassen.

Visit Norway, der norwegische Tourismusverband, gehe davon aus, dass der neue Film das Interesse von Besuchern für die norwegische und samische Kultur erneut steigern werde, heißt es im Artikel des Senders.

Harald Hansen, PR-Fachmann von Visit Norway, sagte gegenüber NRK: „Der neue Reisetrend auf internationaler Ebene ist, dass Touristen etwas Reales und Natürliches erleben möchten, unverwechselbare Kulturen, die nicht so bekannt sind. Wir planen, dies für unser Marketing zu nutzen.“

Auch die lokale Tourismusbranche erhoffe sich einen Schub durch den Film, so der Sender.

„Es ist etwas ganz Besonderes für die samische Kultur, auf diese Weise in der ganzen Welt gezeigt zu werden. Wir hoffen, dass es die Leute neugierig macht“, sagte Elen Solbritt Eira Utsi, Leiterin des Reiseunternehmens Boazo Sámi Siida, gegenüber NRK.

Als der erste Eiskönigin-Film herauskam, arbeitete Visit Norway mit Disney zusammen, um Norwegen als Inspirationsquelle für den Film zu vermarkten. Die Kampagne führte zu einer enormen Zunahme von Touristen in Norwegen, insbesondere aus den Vereinigten Staaten.

„Der Effekt, den Frozen 2 haben wird, ist schwer vorherzusagen, aber wir sehen, dass amerikanische Reiseveranstalter bereits damit begonnen haben, Eiskönigin 2-Reisen nach Norwegen anzubieten“, so Harald Hansen gegenüber NRK.

„Wir haben auch Pressemitteilungen für alle unsere Märkte in Europa und Nordamerika

veröffentlicht. Es ist klar, dass wir den Film soweit wie möglich nutzen werden, aber es ist schwierig, im Voraus zu sagen, welche Auswirkungen dies haben wird“, fügte er hinzu.

## **Gute Filmkritiken**

Man kann davon ausgehen, dass die Hoffnungen der norwegischen Reiseunternehmen in Erfüllung gehen. Die MDR-Filmkritikerin, Anna Wollner, schrieb nach der gestrigen Deutschland-Premiere der Fortsetzung: „Der zweite Teil ist nun keineswegs einfach ein Aufguss von Teil Eins, der versucht auf der Erfolgswelle mitzuschwimmen. Vielmehr ist Disney das seltene Glanzstück gelungen, die Geschichte wirklich weiterzudrehen.“

Dietmar Dath von der FAZ konstatiert: „Musik fließt majestätisch durch das Ganze; Elsas Arie „Into the Unknown“ überflügelt selbst den Welthit „Let it Go“ aus dem ersten Teil.“

„Der Rest des Films ist Magie und Technik, sprich Schönheit: Wintergebleichte Naturpigmente verbrennen im digitalen Elmsfeuer, ein champagnerweißes Kleid flattert zwischen Alabasterklippen, Frostwände ragen in Lapislazuli aus der Leinwand, orange Blätter tanzen um gewürzrote, und ein Feuertierchen entfesselt eine Hölle aus Purpur und Magenta, die Elsa mit ihren perlgänzenden Kälteschockstrahlen himmelblau erlöst.“, so Dath.

Heute ist Kino-Start in Deutschland. Den Erfolg des Films kann man voraussagen, im Gegensatz zu Harald Hansen, der sich in professioneller Zurückhaltung übt, sagen wir auch den erneuten Anstieg aller Tourismusmessparameter in Norwegen aufgrund des Films voraus. Bleibt noch die Antwort auf die Frage über, die nur die Zukunft geben wird: Werden die Norweger und ihre zarte Umwelt glücklich mit den Geistern, die sie riefen?

*ap*