Der Kinobesucher-Schwund in englischen Augen

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Film und Radio mit Fernsehen**

Band (Jahr): **17 (1965)**

Heft 4

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

dere Institutionen und Verbände haben dies), kann man ihnen nicht übelnehmen. Es wird nur übrig bleiben, die Unterlassungen schleunig nachzuholen und sich mit den massgebenden Stellen im Süden unter Verzicht auf jede Eigenmächtigkeit zu beraten und auf eine gemeinsame Politik zu einigen.

DER KINOBESUCHER-SCHWUND IN ENGLISCHEN AUGEN

Im Auftrag der britischen Filmproduzenten hat J.R. Bittleton versucht, den starken Rückgang der Kinobesucher (gegenüber 1946 um Dreiviertel) und damit auch den Kino-Schwund, zu erklären. Erfahrene Leute eines Marktforschungsinstitutes standen ihm dabei zur Seite. Das Ergebnis war fast mehr eine Untersuchung über die sozialen Sitten. Es lief auf eine Studie über die Haltung und Gebräuche der grossen Masse des Publikums hinaus.

Sie leidet allerdings an einem Mangel, denn untersucht wurden nur die Grosstadtverhältnisse von London. Begründet wird diese Einschränkung mit der Angabe, dass in London alle Typen von Kinos vertreten seien, und dass eine Ausdehnung auf das Land zu teuer gekommen wäre. Auch sässen ein Drittel aller Kinobesucher in London. Das mag alles richtig sein, aber jeder Fachmann weiss, dass zwischen Stadt- und Landkino ein sehr erheblicher Unterschied besteht. Der Typus des Landkinos ist jedenfalls in London-Stadt nicht vertreten. Nicht umsonst besitzen die Landkinos in manchen Ländern eigene Verbände. Es wäre interessant gewesen, zu erfahren, wie sich zum Beispiel das Fernsehen gerade auf dem Lande auswirkt. Die Vermutung spricht sehr dafür, dass es schon wegen der grossen Distanzen auf dem Lande einen grössern Einfluss hat. Ein Kinobesucher hat dort oft einen weiten Weg zu seinem Kino zurückzulegen, weshalb er leichter bei seinem Fernsehapparat verbleiben wird als ein Stadtbewohner mit den vielen, leichten Verkehrsmöglichkeiten. Ausserdem gehen besonders Frauen des Nachts nicht mehr gern durch Wälder und Felder, selbst wenn am Ende des Wegs schliesslich ein Kino steht. Der Fernsehapparat hat besonders auch bei ihnen leichtes Spiel.

Eine weitere Einschränkung wurde hinsichtlich des Alters der Befragten getroffen. Die über 45 Jährigen wurden aus der Untersuchung weggelassen, weil anscheinend nur noch geringe Prozentsätze von ihnen in England ins Kino gehen (anders als bei uns).

Mit diesen Einschränkungen glaubt die Untersuchung das Auto als den Hauptschuldigen am Besucherrückgang festzustellen. Grosse Schichten sind heute motorisiert, die sich 1946 keinen Wagen leisten konnten. Sie blieben über das Weekend sehr oft in der Stadt und besuchten dabei ein Kino zur Zerstreuung, sozusagen automatisch. Das ist vorbei. Wer ein Auto besitzt, verschwindet mit ihm über das Weekend, aus der Stadt heraus. Auf diese Weise ist besonders das Quartierkino hart getroffen worden, in das man früher ging, ohne überhaupt zu wissen, was dort gespielt wurde. Wer heute in London ins Kino geht, will wie bei uns (Italiener ausgenommen) einen bestimmten Film sehen, von dem man etwas gehört hat; der Kinobesucher ist auch in England wählerisch geworden.

Der grösste Teil der Befragten besucht das Kino jede zweite Woche (47 %), während nur 5 % behaupten, sie gingen mehr als einmal pro Woche ins Kino. Interessant ist, dass ein Viertel des Publikums in England in der Mitte des zweiten Films das Kino verlässt. Sobald er entdeckt, dass ihm der Film nicht gefällt oder ihn nicht interessiert, nimmt sich der Engländer die Freiheit, das Kino wieder zu verlassen. Die Eintrittspreise werden kaum beanstandet und gegenüber andern Vergnügen sogar ausdrücklich als billig bezeichnet. Dagegen haben die in den Kinos angebotenen Erfrischungen den Ruf, recht teuer zu sein, weshalb verhältnismässig nicht sehr viel davon Gebrauch machen.

Die wichtige Frage nach den Motiven zum Kinobesuch hat ergeben, dass etwa ein Drittel jener Besucher, die von dem Film etwas läuten gehört hatten und deshalb gekommen waren (53 %), etwa ein Drittel dies von andern Leuten vernommen hatte. Recht wirksam scheint das Fernsehen (verhältnismässig) den Film in England zu unterstützen, denn 15 % entschlossen sich auf dessen Angaben zum Besuch, ein Beweis, dass das Fernsehen den Kinos auch helfen könnte, wenn es wollte. Ein weiteres Drittel wurde durch die Zeitungen auf den Film verwiesen. Von diesen, - das sei den Kinos ins Stammbuch geschrieben - war die viel geschmähte Filmkritik in über 80 % das anreizende Hauptmotiv (nicht das Inserat). Auch hier war die Kritik am Fernsehen und Radio sowie jene in den Sonntagszeitungen am wirksamsten, die Tageszeitungen mit 40 %. Dabei stellte sich auch heraus, dass die alte Hollywood-Spekulation, möglichst gute Stars zu verwenden, richtig ist; 32 % gehen ins Kino, um ihre Lieblingsstars zu sehen und nur 30 % wegen dem Typus des Films oder der Art der Erzählung. Betrüben wird hier die Liebhaber des guten Films die Tatsache, dass nur etwa 1 % der Besucher wegen des guten Regisseurs sich zum Besuch entschliessen. Es nützt also anscheinend nicht viel, in den Filmkritiken lange Betrachtungen über die Eigenarten der Filmschöpfer, über Fellini oder Antonioni oder Bergman usw. anzustellen; die Art der Gestaltung ist den meisten Besuchern in England gleichgültig. Eine saftige oder rührende Geschichte und vor allem grosse und weltbekannte Stars sind die besten Garantien für einen Filmerfolg bei den Massen. Entsprechend wünscht das Publikum auch auf den Filmplakaten in erster Linie Stars zu sehen; nur 20 % möchten auch wissen, wer den Film gemacht hat.

Nur 25 % erklären, sich mit dem Fernsehen zu begnügen, während 27 % ohne Grundangabe sich nicht mehr für das Kino interessieren. Kleine Kinder scheinen die Hauptursache bei 32 % zu sein, dass sie das Kino nicht mehr besuchen, während 26 % erklären, sich einem andern Zeitvertreib zugewandt zu haben. 34 % hätten nichts dagegen, wenn auch die Kinotheater wie die Bühnen vom Staate subventioniert würden, um ein weiteres Verschwinden von Kinos zu verhindern.

Wenn auch einige englische Eigenarten aus den Antworten sichtbar werden, so decken sich die Ergebnisse doch weitgehend mit ähnlichen Erhebungen auf dem Kontinent.

FILMDIENST IN ZUERICH-WOLLISHOFEN

Das Diakonat der Kirchgemeinde Wollishofen veranstaltet schon seit 1962 jeden Monat eine Filmvorführung in einem Kino der Gemeinde. Vor jeder Vorführung wird zum Film eine kurze Einführung gegeben, sodass schon eine grössere Zahl von guten Filmen einem immer zahlreicheren Publikum gezeigt werden konnten. Für die laufende Saison sind vorgesehen "Am Rande des Lebens", "Tage des Weins und der Rosen", "El Cochecito", "Tu ne tueras point", "A child is waiting", "Annebäbi Jowäger" "Der Liftboy vom Palace-Hotel". Ferner werden laufende Kinofilme einmal im Monat in der Presse kurz besprochen.

DAS OEFFENTLICHE FERNSEHEN MUSS VON JETZT AN URHEBERRECHTS-ENTSCHAEDIGUNGEN ZAHLEN

FPD. In Bern wurde die "Genossenschaft für die Verwertung von Fernsehrechten" (GVF) gegründet. Sie bezweckt insbesondere die Geltendmachung der urheberrechtlichen Ansprüche gegenüber allen schweizerischen Konzessionären für das öffentliche Fernsehen, ausgenommen jene der bereits von der SUISA vertretenen Komponisten. Die Rechte, die den Autoren aus der Veranstaltung des öffentlichen Fernsehempfanges zustehen, werden nämlich von den in- und ausländischen Sendegesellschaften bis jetzt nicht bezahlt.

Das schweizerische und das internationale Urheberrecht spricht den Urhebern geschützter Werke auch im Hinblick auf deren Verwendung im Fernsehprogramm nicht nur das Senderecht zu, sondern auch das "Recht der öffentlichen Mitteilung" (das heisst zur Veranstaltung des öffentlichen TV-Empfanges). Die Urheber können das Recht an der Veranstaltung des öffentlichen Fernsehens durch Fernsehkonzessionäre entweder verbieten oder es unter bestimmten Bedingungen gestatten. Die Gestattung hat in der Regel, wie bei andern Verwertungsarten, den Sinn, die öffentliche Mitteilung in "Telecafé"-Fernsehkinos, Restaurationsbetrieben usw. vom Abschluss eines Ermächtigungs- oder Bewilligungsvertrages mit Tantièmenverpflichtung abhängig zu machen. Wer den öffentlichen Fernsehempfang ohne diese im Urheberrecht vorgesehene Bewilligung organisiert, begeht eine widerrechtliche Handlung. Diese kann auch strafrechtlich als Diebstahl geistigen Eigentums verfolgt werden. Trotzdem wurde in der schweizerischen Praxis die öffentliche Fernseh-Darbietung ohne solche Ermächtigungsverträge und somit widerrechtlich durchgeführt, weil bisher niemand diese Rechte der Urheber vertrat. Eine Ausnahme bildeten lediglich die Komponisten, für welche die SUISA seit langem mit Hilfe der PTT bei allen Veranstaltern des öffentlichen Fernsehempfanges die tarifgemässen Entschädigungen einzieht.

Die neugegründete "Genossenschaft für die Verwertung von Fernsehrechten" wird nun die analogen Rechte der übrigen Urheber und Miturheber der im Fernsehprogramm verwendeten Filme und anderer Werke der Literatur und Kunst gegenüber allen Veranstaltern des öffentlichen Fernsehempfanges zur Geltung bringen können. Damit wird allmählich einem widerrechtlichen Zustand ein Ende bereitet und ein in der Gesetzgebung vorgesehener Rechtsanspruch der Urheber und ihrer Rechtsnachfolger zweckgemäss durchgesetzt werden.

Bildschirm und Lautsprecher

Schweiz

-Am 29. Januar hat eine Vereinbarung zwischen dem westschweizerischen Radio und einer protestantischen Wochenzeitung Gestalt angenommen, wonach in der Zeitung fünf Artikel und am Radio 5 Sendungen erscheinen, die sich gegenseitig ergänzen. Thema ist die Frage des Gebets. Der Dialog zwischen Radio und Zeitung dauert bis zum 29. Februar und beruht auf einem vorher ausgearbeiteten Plan.