

**Zeitschrift:** Filmbulletin : Zeitschrift für Film und Kino  
**Herausgeber:** Stiftung Filmbulletin  
**Band:** 49 (2007)  
**Heft:** 280

**Artikel:** Chefredakteure oder : Schluss mit der Filmkritik  
**Autor:** Schnelle, Josef  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-864351>

#### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

#### Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

#### Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 07.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Chefredakteure oder Schluss mit der Filmkritik

Exemplare (15) - die wir nicht missen möchten

«Bei den Chefredakteuren sind die Filmkritiker regelrecht verhasst», erzählte neulich ein Produzent, der es wissen muss, denn er ruft sie regelmässig an, die Chefredakteure. Er beschwert sich dann über die Filmkritiker, die wieder einmal einen seiner Filme verrissen haben. Natürlich habe das, so der Produzent, dessen Filme regelmässig viel Geld einspielen, keinen Einfluss auf die Zuschauerzahlen. Das sei aber, gerade bei seinen erfolgreichen Filmen, der Beweis dafür, wie weit sich die Kritik vom Zuschauer entfernt habe. Wäre das nämlich nicht so, dann würde der Kritiker ja immer schon ahnen, wie erfolgreich ein Film sein würde, und vorausseilend solche Filme mit Lob überschütten, während er die anderen, weniger erfolgreichen, am besten gleich ignorieren sollte. Dann gäbe es am Ende zwar weniger, aber nur noch erfolgreiche Filme, und die Kritik habe ihre Bedeutung bewiesen, weil sie diese Filme schon gelobt hatte. Die teure Publicity könnte man sich dann ja auch gleich sparen, und die Chefredakteure würden ihre Filmkritiker vielleicht endlich mal lieb haben.

Die Chefredakteure sind aber gar nicht so leicht auszurechnen. Neulich, bei einem grossen Festival, wollte ein Chefredakteur drei Freikarten zur Eröffnungsgala. Aber statt lieb darum zu bitten, hat er gleich gedroht, sonst das Festival schon im Vorfeld „runterschreiben“ zu lassen. Auf diese Weise kriegt er ja vielleicht sein Markenauto umsonst oder einen Sondertarif

beim Urlaub auf den Malediven. Beim Festivaldirektor biss er aber auf Granit. Eigentlich habe ja nur der Filmkritiker des entsprechenden Blattes ein gewisses Recht auf eine Freikarte, liess er verlauten. Vielleicht, wenn der seine Freundin dabei habe, auch auf eine zweite. Die könne ja in dem Fall der Chefredakteur, quasi als „Freund“ seines Kritikers, nutzen und die Freundin zu Hause bleiben. Das nun wollte der Chefredakteur natürlich auf keinen Fall, denn siehe oben: Filmkritiker sind bei den Chefredakteuren regelrecht verhasst. Sie reisen viel, an die schönsten Orte der Welt, sonnen sich mit Blondinen am Strand und stöhnen dann, wie schrecklich wieder einmal die Filme gewesen sind. Und das soll der Chefredakteur auch noch drucken. Und dann auch noch keine Freikarte kriegen für sich, seine Freundin und das Kindermädchen.

Dem Chefredakteur platzte der Kragen, und so schlug er zwei Fliegen mit einer Klappe. Er verdonnerte seinen Filmkritiker dazu, zu Beginn des Filmfestivals einen bösen Artikel zu schreiben. So mit dem Tenor: sinnlos, alle lachen schon, nur unbedeutende Filme, die auch später keiner sehen will, die kein Geld einspielen, pure Geldverschwendug, keiner geht hin. Es sei zu befürchten, dass schon die Eröffnungsgala gähnend leer sein

würde. So hoffte der Chefredakteur, gleichzeitig seinen Filmkritiker beim Festival in Misskredit zu bringen, und vielleicht würden tatsächlich rund drei Sitze leerbleiben, die er dann als Entschuldigungsgeste des Festivals überlassen bekommen würde.

Der Kampf des Chefredakteurs um seine Freikarten ging verloren. Der Festivaldirektor hatte nämlich gehört: «Chefredakteure sind bei den Herausgebern regelrecht verhasst.» Also schrieb der Festivaldirektor dem Herausgeber einen Brief und beschwerte sich. Und weil der Herausgeber seinem Chefredakteur schon längst einmal eins auswischen wollte, machte er gerne von dem Angebot Gebrauch. Er habe nur einmal testen wollen, wieviel Druck so ein Festivaldirektor aushalte, verteidigte sich der Chefredakteur. Die Hintergrundgeschichte, die den Test auswerte, sei schon in Arbeit und würde ein Glanzstück des investigativen Journalismus werden. Und er kündigte eine ganze Serie an, in der das Blatt sich mit der Veränderung des öffentlichen Raumes und – ja – auch mit den Pressionen, denen Kritiker von Verleihern und Produzenten zunehmend ausgesetzt seien, befasst werde. Jeweils nach einem Verriss eines Films zum Beispiel würden ja bekanntermassen den Rezensenten von der PR-Agentur bedeutet, sie würden nun nicht mehr zu Interviews eingeladen. Ausserdem stände auch bei ihm das Telefon in so einem Fall nicht mehr still. Produzenten beschwerten sich dann und forderten, dass der kritische Kritiker vorgeladen und zur Minna gemacht würde. Gegen derartige unmoralische Anliegen sei er natürlich immer schärfstens eingeschritten, habe den Hörer aufgeknallt und seinen Filmkritiker ausdrücklich belobigt.

Dem Herausgeber, der selbst bei solchen Telefonaten einflussreicher Produzenten sich immer ganz kleinlaut entschuldigt hatte, wurde die Sache langsam zu heikel. Und er liess den Chefredakteur, der sich immer weiter hineinstiegerte und anregte, doch eine grosse öffentliche Kampagne zur Rettung der Kritik zu starten, schnell hinausführen. Und dann setzte er sich hin und schrieb ein Memo an den Kulturchef, in dem er vorschlug, einen bedeutenden deutschen Produzenten zu fragen, ob er nicht einen Artikel über die wachsende Bedeutungslosigkeit der Kritik schreiben wolle – polemisch dürfe es sein, und man solle doch einen der ständig anrufenden Erfolgsproduzenten fragen. Als Überschrift schwebe ihm vor: Kritiker verstehen das Publikum nicht mehr. Ergänzend könne das Wirtschaftsressort ja mal eine Rechnung aufmachen, welchen ökonomischen Schaden die Kritiker jedes Jahr anrichten. Vielleicht könne man sogar in einer Glosse verlangen, dass sie für den Schaden – in Millionenhöhe natürlich – aufkommen sollten.

Am Ende wurden ja, wie Sie wissen, alle Filmkritiker in Europa in Schutzhaft genommen und dürfen ihre Artikel nur noch in aller Heimlichkeit schreiben und niemandem zeigen. Die Kinos sind seitdem immer voll, und das Publikum findet alle Filme immer gut, wenn sie nur gross und teuer waren. Zum Glück hat das Märchen vom Ende der Filmkritik nun ein Ende. Aber es soll Menschen geben, die von so einer schönen neuen Welt ohne Filmkritik träumen – jede Nacht.

Josef Schnelle

