

Zeitschrift: Der Filmberater
Herausgeber: Schweizerischer katholischer Volksverein
Band: 27 (1967)
Heft: 6

Artikel: Film und Fernsehen : zur Situation in der Schweiz
Autor: Monti, Mario / Guggenheim, Jack / Hirt, Walter
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-964615>

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: 14.01.2026

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

rung seiner verlorenen Gesellschaft wird ihm kaum Zuschauer zuführen, die für die Erhellung der spirituellen Werte empfänglich wären.

Erfreulich war die zweimalige Auszeichnung des kanadischen Films «Warrendale» von Allan Knight, der mit grosser Treue Szenen in einem Pflegeheim für gestörte Jugendliche miterleben lässt, in denen diese armen Kranken ihre Nöte, ihre Krisen und Schwierigkeiten äussern. Dabei gerät der Film in keiner Szene in die Nähe des Sensationellen oder der Schaubegierde nach Abwegigem, sondern er wird zum Hohen Lied der Menschenliebe, die sich in der Aufgabe und Schwerarbeit der Pflegepersonen dokumentiert. Hier triumphiert, echt und ohne Schwulst, ohne Lobhascherei und ganz ohne Sentimentalität, das Mass einer Heilsbereitschaft, die unter Opfern und mit Mühsal dasein muss, ohne Aussicht auf Erfolg und anderen Lohn als den einer erfüllten freiwillig auf sich genommenen Pflicht.

Ferdinand Kastner

Film und Fernsehen — zur Situation in der Schweiz

Vorbemerkung der Redaktion: Am 24. Mai 1967 befasste sich der Schweizerische Lichtspieltheaterverband (SLV) der deutschen und italienischen Schweiz mit filmwirtschaftlichen und strukturellen Problemen des Kinogewerbes. Wie SLV-Generalsekretär, Fürsprecher Manfred Fink, Bern, feststellte, haben Besucherrückgang und Einkommensabnahme ihren Höhepunkt noch nicht überschritten. Trotzdem könne von einem Kinosterben und einer Kinokrise, wie etwa in der Bundesrepublik Deutschland, nicht gesprochen werden. Dass das Fernsehen für die Abwärtsbewegung allein verantwortlich sei, wurde verneint. Verschiedene andere Faktoren seien an der negativen Entwicklung ebenso massgeblich beteiligt. Um den veränderten Verhältnissen besser begegnen zu können, beschloss die Versammlung die Durchführung einer umfassenden Grundlagenforschung, die alle Bereiche des Kinos und seiner sozialökonomischen, soziologischen und motivationspsychologischen Belange erfassen soll. Fürsprecher Fink empfahl in einem Referat eine Offensivpolitik, die folgende Schwerpunkte enthalten sollte: 1. Überprüfung der Marktordnung im Lichte der heutigen Gesetzgebung und der Marktbedürfnisse; 2. Aus- und Aufbau der Public Relations; 3. Aufbau einer Zentralstelle für Dokumentation und Programmierungsfragen; 4. Beratungsstelle für Programmationsfragen; 5. Vorbereitung politischer Aktionen zum Abbau polizeirechtlicher Massnahmen und Ausbildung von Operateuren; 7. Überprüfung des Einflusses auf die Produktion und den Verleih von guten Spielfilmen.

Wir setzen unsere in der April-Nummer begonnene Diskussion über dieses aktuelle Thema mit drei Beiträgen aus dem Kinogewerbe fort und werden weitere Stellungnahmen in einer der nächsten Nummern folgen lassen. Es würde uns freuen, wenn sich Leser dazu entschliessen könnten, zu den aufgeworfenen Fragen Stellung zu nehmen oder eigene Anregungen zu unterbreiten.

Stellungnahme eines Kinoleiters

Entgegen einer im Kinogewerbe weitverbreiteten Ansicht bin ich persönlich der Meinung, dass das moderne Filmtheater weniger gegen als vielmehr mit dem Fernsehen arbeiten sollte. Jene Tage, in denen wir ungeachtet einer zufälligen oder ausgewählten Programmation bei jedem Film die grossen Einnahmen sozusagen mit der «Kelle» abschöpfen konnten, sind wohl endgültig vorbei. Wie jeder andere konkurrenzfähige Geschäftszweig muss auch der moderne Kinobesitzer neue Ideen entwickeln. Er muss versuchen, seinem Theater ein «Image» zu geben, was natürlich auf verschiedene Weise geschehen kann.

Ich versuche das als Leiter des Kinos «Bellevue» jetzt seit 10 Jahren. 1957 herrschte noch jenes «Klima» vor, das man rückblickend als «gutes Kinowetter» bezeichnen würde. Die 5-Tage-Woche hatte sich noch längst nicht überall durchgesetzt, die

Motorisierung hatte ihren jetzigen Stand noch nicht erreicht, und der Fernsehapparat gehörte auch noch nicht zum alltäglichen Komfort eines durchschnittlichen Schweizer Haushalts. Meine Programmkonzeption war von allem Anfang an auf eine gewisse Abwechslung für ein vielschichtiges Publikum ausgerichtet. Die Zürcher Filmausstellung von 1960 liess unser Theater dann immer konsequenter auf die Linie eines modernen, vielseitigen Studio-Kinos einschwenken, wobei unsere ersten Zyklen «Meisterwerke der Filmkunst» auch finanziell die Richtigkeit dieses Weges bestätigten. Seither hat das «Bellevue» diese Grundlinie weiterverfolgt. Daneben benutzten wir auch die Gelegenheit zu verschiedensten Programmexperimenten. So führten wir Opern-, Theater- oder Ballettfilm-Zyklen durch und zeigten Kinder- und Jugendfilme an Mittwochnachmittagen. Auch zeigte sich, dass beispielsweise die Weihnachts- und Neujahrstage nach einer ganz besonderen Programmgestaltung verlangen. Deshalb entwickelten wir unsere Idee der grossen Disney-Premieren oder -Reprisen, die wir jedes Jahr als Festtagsüberraschung für ein breites Familienpublikum ins Programm übernehmen.

Um nochmals auf die Beziehung Kino/Fernsehen zurückzukommen, möchte ich ein konkretes Beispiel aus der «Bellevue»-Praxis anführen. Wir zeigten vor einiger Zeit den polnischen Studiofilm «Nachzug» von Kawalerowicz wenige Tage nach seiner Ausstrahlung über die Kanäle des Ersten Deutschen Fernsehens. Nach landläufiger Meinung waren also unsere Programmchancen sehr ungünstig. Es zeigte sich jedoch, dass die «Vorwegnahme» auf dem kleinen Bildschirm dem Kinoeinsatz nicht etwa geschadet, sondern sogar genutzt hat. Gewisse Besucher, die diesen Film im kleinen Format bereits gesehen hatten, besuchten ihn im Kino mit seiner Grossprojektion noch einmal. Es darf nicht vergessen werden, dass viele potentielle Kino-gänger durch das Fernsehprogramm überhaupt erst mit dem Qualitätsfilm in Kontakt kommen und so auf die entsprechenden Kinoprogramme neugierig werden. Diese Chancen gilt es für uns Kinoleute heute auszunutzen. Dass uns daneben das Fernsehen vor allem im Ausblick auf die Farbtelevision noch genügend harte Nüsse zu knacken gibt, ist ganz klar. Ich glaube aber, dass heute ein städtisches Premierentheater mittlerer Grösse und an günstiger Lage die Möglichkeit hat, durch eine aufgeschlossene und flexible Programmierung konkurrenzfähig zu bleiben.

Mario Monti, Cinéma «Bellevue», Zürich

Stellungnahmen von zwei Verleihern

Bei der Behandlung des Fernsehproblems möchte ich lediglich auf dessen jetzigen und kommenden Einfluss auf die Schweizer Filmtheater eingehen, nicht aber auf die Verbindung Produzent/Fernsehen, weil dieselbe ausserhalb unserer Kontrolle steht. Gewiss hat das Fernsehen auch in der Schweiz die Struktur der Kinotheater erschüttert. Doch teile ich weder den Pessimismus noch den da und dort herrschenden übertriebenen Optimismus für die Zukunft. Gewichtige andere Elemente, wie sie übrigens in der April-Nummer des «Filmberaters» richtig beschrieben wurden, haben auf die Kinoeinnahmen ungünstig eingewirkt. Die jetzt fast überall praktizierte 5-Tage-Woche und der herrschende Wohlstand haben bewirkt, dass die früher am besten frequentierten Theatertage Samstag und Sonntag, die das materielle Fundament aller Kinos waren, heute bei weitem nicht mehr eine ebenso zuverlässige Einnahmequelle sind. Die Motorisierung und die relativ kleinen Distanzen in der Schweiz, die im Sommer die Bade- und im Winter die Skioroute näherrücken, haben eine Massenbewegung über das Wochenende gefördert, die vom Kinotheater wegführt. Fast jeder kann sich heute erlauben, das Wochenende irgendwo anders als zu Hause zu verbringen. Dadurch haben die Wochenendeinnahmen, hauptsächlich vom Sonntag, beträchtlich gelitten. Ein kleiner Ersatz ist der Freitagabend, der früher unwichtig war, heute aber für die Theater interessant geworden ist, weil der Massen-exodus meistens erst am Samstagmorgen beginnt. Dieses eine Beispiel schon zeigt, dass diese Entwicklung samt ihren nachteiligen Folgen für die Kinos mit Fernsehen überhaupt nichts zu tun hat.

Gegenüber früher wird heute dem Publikum eine Vielfalt von Zerstreuungen angeboten. Die Auswahl, Geld für Vergnügen auszugeben, ist beträchtlich grösser gewor-

den. Die Welt ist zusammengeschrumpft, Distanzen sind kleiner geworden, der Künstleraustausch ist in einem noch nie dagewesenen Masse intensiviert, mit dem Resultat, dass wir in der Schweiz internationale Gastspiele präsentiert bekommen, welche auch die grosse Masse anziehen und nicht nur einen Bruchteil der Bevölkerung. Einige solcher Gastspiele oder Truppen können für mehrere Abende 10 000 bis 12 000 Besucher anlocken. Auch darunter leiden die Kinotheater, und auch das hat nichts mit Fernsehen zu tun.

Ich habe nur zwei Beispiele angeführt, doch gibt es deren noch viele. All das hat zur Folge, dass das Publikum selektiver geworden ist und sich weniger zum Kino-besuch verlocken lässt. Auf der anderen Seite erfüllt es mit Genugtuung, dass es noch Filme gibt — wenn sie auch die Ausnahme bilden —, die Massen von Besuchern in die Kinotheater führen, wie wir es früher nie erlebt haben. So hat «Doktor Schiwago» in den paar Monaten seiner Aufführung bereits um eine Million Besucher in die Schweizer Kinos geführt.

Das Kino ist nicht tot und wird nicht sterben. Es ist da und wird bleiben und weiter einen unersetzlichen Bestandteil der Vergnügungsmöglichkeiten bilden. Gewiss werden die veränderten Umstände eine gewisse Anzahl Kinos in der Schweiz in Mitleidenschaft ziehen und ihre Existenz nicht nur gefährden, sondern sogar verunmöglichlichen. Aber ich sehe voraus, dass die gut plazierten und fundierten Kinotheater nicht nur bestehen bleiben, sondern auch einer besseren Zukunft entgegensehen. Dies nicht nur, weil grosse und gleichzeitig erfolgreiche Anstrengungen in der Produktion, hauptsächlich seitens der amerikanischen Produzenten, gemacht werden, um den Kampf gegen das Fernsehen aufzunehmen, sondern auch, weil ich den Tag kommen sehe, an dem in der Schweiz, ähnlich wie zurzeit in Amerika, eine Fernsehmüdigkeit eintreten wird, die die Menschen wieder erneut in die Kinotheater führt.

Jack Guggenheim, Metro-Goldwyn-Mayer

Die Kontrastsituation zwischen abnehmendem Kinobesuch und steigender Teilnehmerzahl beim Fernsehen, wie sie sich in alarmierender Form in Westdeutschland abzeichnet, gibt auch für schweizerische Verhältnisse zu ernsten Überlegungen Anlass. Im Prinzip stehen sich in der ganzen Welt die Interessen von Filmindustrie (Produktion, Verleih und Kinos) und Fernsehen gegenüber. Beide Komponenten werden von der Rentabilität dirigiert, wobei es die Filmindustrie insofern schwerer hat, als sie ohne Subventionen auskommen muss, während das Fernsehen als halbstaatliche Institution auf der Subventionsbasis aufbauen kann. Vom Publikum aus gesehen, liegen die Nachteile des Kinos wie die Vorteile des Fernsehens deutlich auf der Hand. Man kann wohl nicht mit guter Begründung von einer konkreten Aufgabe beider Parteien, etwa in der Gesellschaft, reden, denn im Grunde genommen handelt es sich vor allem doch um die Erfüllung von Publikumswünschen. Wer dieser Erfüllung am nächsten kommt, ist dem andern voraus. Das Fernsehen hat den unbestreitbaren Vorteil der Aktualität, der direkten Vermittlung von Wissen und Information, gegen die Kino und Presse nicht aufkommen können. Dies ist die primäre Basis des Fernsehens und wird es bleiben.

Ganz anders die wachsende Zahl von Unterhaltungssendungen und besonderen TV-Produktionen. Sie beherrschen weitgehend die Abendprogramme zu einer Zeit, da die Kinotheater ihre Vorstellungen geben. Dadurch wird das Fernsehen zur konkreten Konkurrenz, mit der wir uns zu beschäftigen haben, aber keinesfalls abfinden dürfen. Auf schweizerische Verhältnisse bezogen (mit den vielverästelten Lebensbeziehungen je nach Landesteil und rassischem Temperament, nach Stadt und Land und der unterschiedlichen soziologischen Struktur des Volkes), darf nie der entscheidende Faktor des immer unberechenbaren Publikums übersehen werden, das heute mehr denn je mit seinen Ansprüchen ans Leben ganz allgemein auch jene an die Unterhaltung steigert. Das alte Sprichwort: «Wer vieles bringt, wird jedem etwas bringen», sollte deshalb zum Stichwort des Kinofilms oder vielmehr der Kinotheater werden. Die Lehre dazu gibt das Fernsehen jeden Tag. Mit der leidigen Konkurrenz der Kinobesitzer untereinander sollte zum Nutzen eines jeden und im Interesse einer grösseren Vielfalt aufgeräumt werden. Eine Koordination beim Programmieren, wie

es auch die TV-Institutionen zu ihrem Vorteil machen, drängt sich auf. Ansätze zu Beispielen in der Schweiz gibt es dafür bereits, zu Lösungen, die sich auf Zusammenarbeit einiger verständiger Kinobesitzer gründen und sich mit Erfolg bewährt haben. Da würde wohl auch eine exakte Marktforschung, wie sie moderne Industrien auch durchführen (vom Bedürfnis, das heißt der Nachfrage dazu gezwungen), gute Dienste leisten – eine Nachforschung, die von der Spitze des Lichtspieltheaterverbandes organisiert und seinen Mitgliedern dienstbar gemacht werden sollte.

Leider leben noch zahlreiche Kinobesitzer in der «Kintoppzeit» und glauben, mit Fotoaushang und schreienden Inseraten auskommen zu können. Gewiss sind geschickt ausgewählte Bilder werbewirksam, aber mehr hängt von einem Inseratentext ab, der frei von einer inhaltlichen Verfälschung des gezeigten Films ist, der ehrlich und deshalb glaubwürdig sagt, was wirklich gespielt wird. Mit Superlativen holt man heute keinen Menschen mehr ins Kino, weil er damit übersättigt ist. Es wäre besser, aus dem Inhaltsverzeichnis der Filmreklamemappen (falls sie, wie es sein sollte, vollständig sind!) das Substantielle herauszulesen und es im Inserat weiterzugeben, statt Schlagwörter zu brauchen, die Grosses versprechen und doch in Wirklichkeit nichts besagen. Bei der gerade durch das Fernsehen geschärften Hellhörigkeit des Publikums dringt nur noch die verlässliche Reklame durch. Wer auch hier beim verstaubten Kintoppstil verharrt, fügt sich selbst Schaden zu.

Dazu kommt ein weiterer wichtiger Punkt: Das Fernsehen daheim kommt der menschlichen Bequemlichkeit zwar auf relativ kostenlose Weise entgegen. Aber das Zuhause hat zugleich den Beigeschmack des Alltags, auch in der Entspannung vor dem Apparat. Das gute Kinotheater mit dem Fluidum des Festlichen aber hebt den Menschen aus diesem Alltag heraus, trägt ihn ins Ungewöhnliche, Besondere, Stimmungsvolle hinein und verleiht ihm eine entsprechende innere Gehobenheit zur beitwilligen Aufnahme des Films. Das gute Theater bedarf also einer gepflegten Ausstattung, in der man sich nicht nur wohlfühlt, sondern auch gewürdigt wird als Gast und nicht bloss als zahlender Kunde. Darin ist selbst der einfache Besucher sehr empfindlich. Er legt seine Franken nicht für den Film allein hin, er tut das auch aus dem Bedürfnis, dafür in einer gehobenen Atmosphäre zu sein, die ihm der Stubenalltag nicht zu geben vermag.

Und das gute Theater, das etwas auf sich hält und sich in schöner Ausstattung präsentiert, bietet in der Regel auch gute Filme. Es braucht nicht durchwegs Spitzeklasse zu sein, aber immer Qualität, mit der man den Besucher ebenso ehrt wie mit dem schönen Interieur. Wer gute Filme bringt, bewegt sich nicht auf verlorenen Pfaden, sondern geht zielbewusst den sicheren Weg zu dauerndem Erfolg, weil er sich das Vertrauen und Ansehen des Publikums bewahrt. Das macht ihm das Fernsehen nicht streitig. Es kostet zwar einen Aufwand, macht sich aber auf die Dauer bezahlt, zumal ja auch die Filmindustrie nicht stillsteht im Bemühen, Filme zu schaffen, wie sie dem Fernsehen niemals möglich sein werden.

Walter Hirt, Universal-Film

Positive Akzente sind nötig

Nachbemerkungen zu einem Zyklus religiöser Filme

Kürzlich wurde an dieser Stelle eine Information über einen Zyklus religiöser Filme publiziert, den der Filmkreis Baden in der Zeit vor und nach Ostern 1967 unter dem Titel «Passion» durchgeführt hat (siehe «Filmberater» Nr. 5/67, S. 95). Dabei wurde die Veranstaltung anerkennend gewürdigt und zur Nachahmung empfohlen. Wenn im folgenden von negativen Erfahrungen mit diesem Zyklus die Rede ist, so soll damit die Empfehlung nicht in Frage gestellt, sondern vielmehr die Information ergänzt werden, damit ähnliche Initiativen den im vorliegenden Fall aufgetretenen Schwierigkeiten genügend Rechnung tragen können. Zugleich besteht Anlass zu einigen grundsätzlichen Erwägungen.