

Zeitschrift: Film und Radio mit Fernsehen
Herausgeber: Schweizerischer protestantischer Film- und Radioverband
Band: 17 (1965)
Heft: 4

Artikel: Konflikt über das Werbefernsehen im Tessin
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-963668>

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: 08.01.2026

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

DER STANDORT

HEILMITTEL GEGEN DIE KRISE ?

Es ist immer interessant, die Fähigkeit der Not zu beobachten, alte Vorurteile als falsch zu entlarven. Plötzlich entdecken grossmächtige Fachleute in führenden Organisationen, dass geheiligte Ansichten, die den Felsen gleich zu stehen schienen, "eigentlich" gar nicht so felsenfest begründet sind.

Zu den Dogmen, die in der Filmwirtschaft hart wie Fels zu stehen schienen, gehörte die Ansicht, dass Filmformate unter dem Format von 35 mm für das Gewerbe nicht ernstlich in Frage kämen, das deshalb auch den Namen "Normalformat" führt. Das kleinere 16 mm Schmalfilmformat wurde zwar nicht als ganz wertlos angesehen, galt aber doch als der Film für die Halb-Dilettanten, jedenfalls nicht für die hundertprozentigen Berufsläute, vielleicht für routiniertere Amateurfilmer. Ein Kinofilm hatte mindestens im Normalformat hergestellt zu sein, das war selbstverständlich.

Und siehe da: der Filmklub der UNESCO in Paris führte 3 neue Filme von Eric Rohmer vor, alle im Schmalfilmformat gedreht. Eric Rohmer, ein hundertprozentiger Parteigänger der "Neuen Welle", drehte "Nadia in Paris", "die Bäckerin von Mongeau" und "Suzanne Carrière" professionell unter dem Gesamttitle "Moralische Geschichten" ("Contes moreaux"), alle auf 16 mm Schmalfilm. Die Vorführung der Filme verlief völlig einwandfrei, es war gegenüber dem Normalformat überhaupt kein Unterschied zu bemerken. Das französische Filmarchiv entschloss sich zur Wiederholung der Vorführungen, nachdem von Verleiherseite Rohmer nahegelegt worden war, seine Filme auf Normalformat umzukopieren, was er entschieden ablehnte. "Entweder im Schmalfilmformat vorführen oder verzichten" war seine Forderung. Er kann sich das leisten, denn die Herstellung des Films ersparte ihm Dreiviertel der Kosten, die ihm im Normalformat erwachsen wären.

Selbstverständlich waren einige Schwierigkeiten zu überwinden, einen grossen Spielfilm in der gleichen Qualität im Schmalfilmformat herzustellen wie im Normalformat. Aber Fachleute ersten Ranges, wie Jean Rouch, die sich hier auskennen, haben Rohmer bestätigt, dass er sie hervorragend gemeistert habe, was auch das Publikum feststellen konnte. Es wurden Stimmen laut, dass man hier vor einer Revolution stehe, besonders wenn die Behauptung wahr sein sollte, dass heute für Schmalfilme ein Material verfügbar ist, das viel zäher als das bisherige, eine viel grössere Zahl von Vorführungen aushält als das bisherige.

Wir glauben zwar nicht an eine Revolution. Wahrscheinlich wird sich der Schmalfilm mit dem neuen Material einen Platz neben den andern Formaten in den Kinos erobern, aber nicht so schnell. Seine Vorteile, besonders in finanzieller Hinsicht, sind enorm. Man hat ausgerechnet, dass zum Beispiel Antonionis Film "Die Nacht" gut hätte auf Schmalfilm hergestellt werden können, aber statt einer Million nur etwa Fr. 200'000. -- gekostet hätte. Nicht nur ist das Material und die Kamera viel billiger, sondern diese ist auch viel handlicher, kommt den Absichten des Regisseurs viel schmiegamer entgegen, als die bisherigen, grossen "Normal-Kameras". Es ist damit zu rechnen, dass in Zukunft gerade künstlerisch anspruchsvolle und bedeutende Spielfilme viel mehr im Schmalfilmformat hergestellt werden, während dem Normalfilm und seinen noch grösseren Abarten die Monstre- und grossen Schaufilme vorbehalten bleiben.

In französischen Filmkreisen hofft man, hier ein wichtiges Hilfsmittel für die weitere Filmentwicklung im Kampfe gegen das Fernsehen gewonnen zu haben. Der "Express" erhofft sich davon sogar einen neuen Aufschwung des künstlerischen Films. Er führt das Versagen der "Neuen Welle" zum Teil auf ihren Dilettantismus zurück, zum Teil aber auch auf die Tatsache, dass es ihr nicht gelungen sei, das alte Star-System von "Papas Kino" zu brechen. Nachdem aber die Leute der "Neuen Welle" aus kleinen Unternehmern bestanden hätten, sei es ihnen unmöglich gewesen, ihre Filme zu vernünftigen Kosten herzustellen, da sich die Stars in Frankreich aufführten und Forderungen stellen, wie wenn die Kinoerträge nicht zurückgegangen wären. Hier könne der Schmalfilm zum Heilmittel werden, vielleicht zum einzigen.

Die gewerbsmässige Herstellung von Schmalfilmen, wie sie nun anscheinend in Frankreich geplant ist, dürfte trotzdem erst auf längere Sicht eine Umwälzung bewirken. In den Kinos sind enorme Beträge für Normalfilm-Anlagen investiert, die nicht einfach abgeschrieben werden können.

So wird es vorerst hinter den Kulissen zu einem Machtkampf kommen. Es wird versucht werden, den Schmalfilm zu boykottieren. Jedenfalls werden sich viele Kinos so lange als möglich gegen ihn zur Wehr setzen. Andererseits wird gerade die jüngere Produzentengeneration sich mit Nachdruck für ihn einsetzen, weil die Beschaffung der Geldmittel für einen Film dadurch viel einfacher wird. Sie werden schliesslich obsiegen, weil sie einsteils in der Lage sind, die Filme besser zu machen und sie bedeutend billiger anzubieten, was besonders gegenüber dem Fernsehen ins Gewicht fällt, besonders aber auch in grösserer Zahl. Für einen Normalfilm können etwa 4 Schmalfilme gleicher Länge hergestellt werden. Das Publikum seinerseits wird die qualitativ

besseren und interessanteren Filme bevorzugen, gleichgültig, in welchem Format sie hergestellt sind. Jedenfalls werden sich die Anhänger des alten Formates nicht auf das Publikum berufen können.

KONFLIKT UEBER DAS WERBEFERNSEHEN IM TESSIN

F.H. Zu einer staatspolitischen Angelegenheit droht sich ein Konflikt im Tessin um das Werbefernsehen auszuwachsen. Wir haben schon früher berichtet, dass im Gegensatz zur übrigen Schweiz im Tessin ca. 1300 Werbeminuten unbesetzt geblieben sind. Niemand wollte auf diese Weise Reklame machen. Ursache dafür ist zum guten Teil, dass jene Wirtschaftszweige in der Südschweiz, welche diese Werbung bezahlen könnten, meist unter das Werbeverbot des Bundes für das Fernsehen fallen, nämlich Tabak, Alkohol und pharmazeutische Unternehmen.

Die monopolistische, zentralistische, schweizerische AG für Fernsehwerbung in Bern entschloss sich zwecks Abhilfe zu einem Schritt, der etwas aussergewöhnlich anmutet, sich aber aus den Umständen erklärt: Man wünschte, im nahen Italien Kunden für das Werbefernsehen zu gewinnen, nachdem die eigenen versagt hatten. Die italienische Industrie sollte in die Lücke springen und die noch freie Reklamezeit für ihre Produkte kaufen. Zwar kann bis jetzt das Tessiner Fernsehen nur in etwa 40'000 Familien der Grenze entlang eingesehen werden, aber mit einem Sender auf dem Monte Generoso wären vermutlich eine Million oder noch mehr zu erreichen in Italien.

Hier erhoben sich jedoch wieder rechtliche Schwierigkeiten. Nach dem internationalen Abkommen von 1962 in Stockholm durfte eine so starke Ausstrahlung auf ein benachbartes Territorium nur im Einverständnis mit der betreffenden nationalen Fernsehorganisation erfolgen, hier also mit der RAI, (Rom). Es kam so der Gedanke auf, eine gemeinsam schweizerisch-italienische Gesellschaft zu gründen, "Elvitalia" AG, in der ein schweizerisches und ein italienisches Unternehmen (Tochtergesellschaft der RAI) sich zwecks gemeinsamer Ausübung des Monopol-Akquisitionsrechtes für die Werbesendungen italienischer Herkunft zusammenfanden. So kam es, dass in der Südschweiz im Gegensatz zur übrigen Schweiz dieser besondere Vermittler für Reklamen aus Italien geschaffen wurde.

Die an der letzten Pressekonferenz der Radiogesellschaft harmlos geäusserte Information des Generaldirektors über den Bau eines Senders auf dem Generoso musste in diesem Zusammenhang im Tessin fast wie eine Bombe wirken. Dem Projekt entstand sogleich eine scharfe und einflussreiche Gegnerschaft, weil zu erwarten steht, dass nur noch solche Programme vom Generoso ausgestrahlt werden, die der Elvitalia genehm sind, also auch der RAI, und damit der ganzen Politik dieses Nachbarlandes. Speziell in katholischen Kreisen wurde von einem "Ausverkauf des Tessins mit Haut und Haaren an Italien durch Bern" geredet, von einer "italienischen Staats-Fernsehzensur auf uraltem schweizerischem Boden" usw. Besonders beanstandet wurde eine allerdings rätselhafte Erklärung des Generaldirektors der SRG, wonach keine Gefahr bestehe, da der Vertrag mit der Elvitalia innert 6 Monaten kündbar sei, während sich nachher herausstellte, dass er in Wirklichkeit bis 1974 unkündbar ist, sobald der Sender Generoso endgültig gebaut wird.

Die Gemüter haben sich so erhitzt, dass Bern heute die schlimmsten Absichten unterschoben werden. So soll der Verkauf der 1300 Minuten absichtlich sabotiert werden, was sicher nicht zutrifft. Die Tessiner Zeitungsverleger, die bisher mit den Kollegen der übrigen Schweiz in der Fernsehfrage nicht zusammengetan hatten, erwachten ebenfalls plötzlich und behaupteten, dass das Abkommen mit der Elvitalia die vitalen Interessen der freien Tessiner Presse verletze. Es sei ihre Weiterexistenz geradezu in Frage gestellt - eine sanfte Uebertreibung, denn die italienischen Firmen, die ihre Produkte über das Tessiner Fernsehen nach Oberitalien ausstrahlen wollen, sind bestimmt keine Kunden der Tessiner Blätter.

Leider handelt es sich nicht um einen Sturm im Wasserglase. Man wird sich in Bern ernstlich überlegen müssen, wohin der Weg nun führen soll. Im Tessin hat man einige Trümpfe in der Hand; noch kann in manchen Tälern der Südschweiz nicht ferngesehen werden, es fehlen überall Umsetzer. Hier ergibt sich eine dringendere Aufgabe, als der Bau eines gemischt-nationalen, mit italienischem Mitspracherecht belasteten Senders auf dem Generoso. Man hat in Bern einmal mehr aus der bekannten, monopolistischen Einstellung heraus eigenmächtig Entscheidungen getroffen, welche das politische Empfinden der Tessiner berühren, ohne sich mit den massgebenden Persönlichkeiten und Verbänden vorher in Verbindung zu setzen. Die Jagd nach dem Reklamegeld in Ehren, aber die Tessiner wurden hier auf einem heiklen, zwischenstaatlichen Gebiet vor vollendete Tatsachen gestellt, Unternehmungsgründungen, fest abgeschlossene, monopolistische Verträge, monopolistische Pläne, ohne dass sie das geringste dazu hätten sagen können. Dass sie heute das Gefühl haben, sie würden von der SRG. autokratisch behandelt (auch an-

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 Grossstadtverhältnisse 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 grösseren 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. Grossen 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 wälderisch 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 wichtigste 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 röhrende Geschichte und vor allem grosse und weltbekannte Stars sind die besten Garantien für einen Filmerfolg bei den Massen. Entsprechend wünscht das Publi-

kum 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 anderen Zeitvertrieb zugewandt zu haben. 34 % hätten nichts dagegen, wenn auch die Kinoteater 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 zahlreicherem Publikum gezeigt werden konnten. Für die laufende Saison sind vorgesehen "Am Rande des Lebens", "Tage des Weins und der Rosen", "El Coche de la muerte", "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 ÖFFENTLICHE 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 Fernsehempfangs zustehen, werden nämlich von den in- und ausländischen Sendegeellschaften 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, Restaurants, usw. vom Abschluss eines Ermächtigungs- oder Bewiligungsvorvertrages mit Tantiemenverpflichtung 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 Fernsehempfangs 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 Fernsehempfangs zur Geltung bringen können. Damit wird allmäthlich 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.