Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 51 (1999)
Heft: 2

Artikel: Unerschöpfliche Quelle
Autor: Sennhauser, Michael
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-931786

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: 10.01.2026

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

Unerschoepfliche Quelle

Auf Schweizer Internetseiten gibt es heute neben auffallend vielen Programmkino-*sites* ein paar sehr clevere Datenbanken und immer mehr spezifisch schweizerische Informationen über Festivals und die Filmbranche. Selbst die Sektion Film des Bundesamtes für Kultur ist online präsent.

Michael Sennhauser

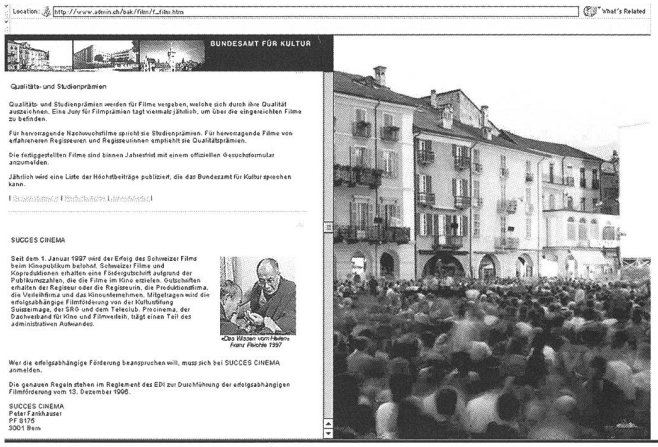
Eines der frühen Phänomene im Zusammenhang mit dem Internet war die Lust der Leute am Kritisieren von Filmen. Die entsprechenden Newsgroups* waren schon sehr populär, lange bevor das Internet mit grafischer Benutzeroberfläche als *world wide web (www)* Furore machte. Und als das *web* dann da war, wurden Film und Kino auch in der Schweiz begehrte Inhaltslieferanten. Irgendwie hing das wohl mit der Sozial- und Altersstruktur der ersten Internet-Begeisterten zusammen und mit dem Umstand, dass die «Quellenlage» in diesem Bereich sowohl optisch wie auch akustisch schon sehr früh wirklich gut war: Bilder, Töne, Glamour, Klatsch und Informationen – genau der Stoff also, der das *world wide web* zum Träumen bringt.

Programm und Kritik

Lange vor dem professionellen *web*-Einsatz kam derjenige der begeisterten Amateure – und viele von denen sind die Profis von heute. Die «International Movie Database» (IMDB) zum Beispiel wurde schon früh von Zürich aus mitgefüttert. Zum Erstaunen einiger Schweizer Filmjournalisten, die das Internet naturgemäss zunächst neugierig und passiv zu nutzen begannen, tauchten in der «IMDB» immer wieder Schweizer Filme auf, vor allem jeweils nach den Solothurner Filmtagen. Heute fördert das Stichwort «Switzerland» in der IMDB über 700 Einträge zutage, fünfzig davon betreffen Fernsehserien wie «Eurocops».

Einer der ältesten Versuche, eine «zentrale Schaltstelle» für die Schweizer Kinoszene zu schaffen, ist das «CineNet», das selbsternannte «grösste Schweizer Kinomagazin auf *www*». Ein Ad-hoc-Team junger Kinofans begann hier Kritiken zu veröffentlichen, stellte eine Spielort- und Programmzeitenliste zusammen. Angesichts des geweckten Interesses ging man bald daran, das Angebot zu kommerzialisieren. Heute beherbergt «CineNet» die wöchentlichen Kinoprogramme der meisten Deutschschweizer Regionen, einen ausführlichen Serviceteil mit Kritiken zu fast

* Unterstrichene Begriffe:
Zusammenstellung von Internet-Adressen online unter www.zoom.ch



Bundesamt für Kultur: Infos, Reglemente, Projekte

«FilmNet»: Homepage der Branchenverbände

allen Neustarts und bezahlte Werbung für grosse und mittlere Kinofilme. Zudem gewährt «CineNet» den Filmverleihen Monopole Pathé, Columbus Film, trigon-film und Elite Gastrecht für ihre eigenen *web*-Auftritte.

Promotion und Verleih

Die sogenannten Majors – die grossen US-Verleihe – hatten sehr schnell gemerkt, dass das Internet ein billiges und mächtiges Promotionswerkzeug darstellt. In der Schweiz hat heute allerdings erst die von Genf aus betriebene 20th Century Fox einen regulären Internet-Auftritt, die anderen Schweizer Filialen der US-Verleiher (Buena Vista, UIP, Warner Bros.) verlassen sich vorläufig auf die Präsenz der Mutterhäuser sowie auf Werbung im «CineNet» und bei dessen mittlerweile recht starken Konkurrenz. Vor allem «Bluewindow», der «Internet-Arm» der Swisscom (heute Teil von Swissonline, dem ehemaligen Videotex-Betreiber), hat seine Kinoseiten mit viel Aufwand ausgebaut: «Cinemachine» ist heute ein umfangreiches und (im Gegensatz zu «CineNet») professionell gestaltetes Dienstleistungsangebot.

Als attraktivstes Angebot bringt «Cinemachine» den aktuellen Spielplan fast aller grösseren Schweizer Kinos (mit Ausnahme der Säle der Genfer MetroCiné-Gruppe) in einer strukturierten Datenbank. Das heisst: Man kann auf einfachste Weise pro Wochentag nach Filmtiteln, Sälen und Regionen suchen. Daneben sind Filmbesprechungen zu finden, Vorschauen, eine Rubrik für Kontaktanzeigen («Kinohäsli sucht Filmfuchs») und einiges mehr. Wo «Cinemachine» wuchtig und professionell auftritt, wirkt «CineNet» im Vergleich selbstgestrickter, näher beim ursprünglichen «Internet-Gefühl» des *anything goes* und des Jekami. Längerfristig zielt die Strategie von «Bluewindow» wohl wie diejenige der meisten kommerziellen *web*-Anbieter auf die solventen Anzeigenkunden und damit nicht zuletzt auf die Werbebudgets der Majors.

In diesem Bereich tummelte sich jahrelang fast konkurrenzlos die Gratis-Zeitschrift «film demnächst» aus dem Genfer Haus Promoguide. Das voll über Werbung finanzierte Heft liegt in den meisten Kinos auf und hat natürlich prompt auch seinen eigenen *web*-Auftritt inszeniert. Im Gegensatz zu «CineNet» und «Cinemachine» hält sich «film demnächst» allerdings – aus leicht einsehbaren Gründen – bei der Filmkritik sehr zurück. Dafür bietet auch «film demnächst» online eine der «Cinemachine» vergleichbare Kinoprogramm-Abfrage – auf französisch, weil es sich dabei um die blitzartig ausgebaute Datenbank des Verlagshauses Edipresse in Genf handelt.

Veranstalter und Zeitungen

Die grossen kommerziellen Kinoketten arbeiten eng mit den Verleihern zusammen und profitieren von der «Werbewalze», die den grossen Filmen vorangeht. Die Festivals und die spezialisierten kleinen Kinos dagegen, die unabhängigen Studio- und Off-Kinos sowie die Filmklubs, sind stets auf der Suche nach wirkungsvollen Informationskanälen, und im www haben überraschend viele von ihnen eine kostengünstige und weitreichende Möglichkeit gefunden. So haben unter anderen die Studiokino AG in Basel, das Kino im Kunstmuseum und die Cinématte in Bern, das Kinok in St. Gallen und das Xenix in Zürich je einen eigenen *web*-Auftritt (vgl. ZOOM 10/98). ▶

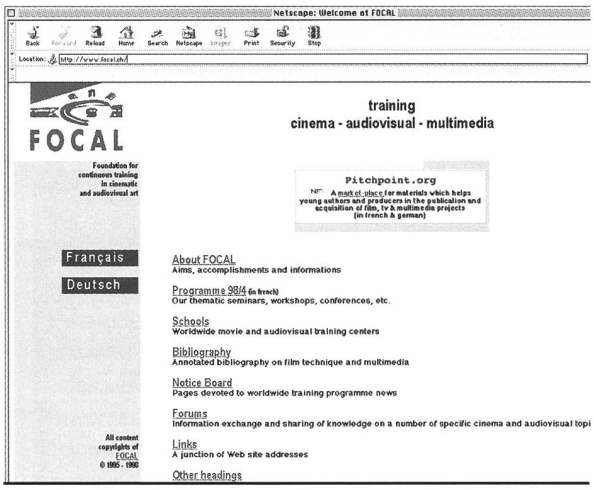
Viele Studiokinos haben im Internet eine kostenguenstige Informationsmoeglichkeit gefunden

«trigon-film»: Wissenswertes zum Verleihprogramm

Die meisten sind in einer grösseren lokalen oder regionalen Veranstaltungs-*website* eingebunden, treten als Teil des regionalen Kulturangebots auf. Dabei ist die Gestaltung bei fast allen von ihnen verblüffend einfallsreich und oft technisch hochstehend: Hier spielt der Effekt, dass sich oft die gleichen Leute für den Bereich Studio- und Off-Kino interessieren, die sich gerne und kritisch mit der Entwicklung audiovisueller Techniken beschäftigen. Den technisch und grafisch trockensten und einfachsten Auftritt allerdings hat ironischerweise ausgerechnet der Ciné-club des CERN, jener Genfer Forschungsanstalt, an der die Internet-Seitenbeschreibungssprache HTML – und damit die Grundlage für das *www* – geschaffen worden ist.

Dass Film und Kino attraktive Themen sind, merkten auch die meisten Schweizer Verlagshäuser auf der Suche nach den geeignetsten Inhalten für ihre Internet-Auftritte. Fast jede Zeitung, die heute online zu finden ist, hat auch einige Kinoseiten. Das professionellste und breiteste Angebot hat einmal mehr die «Neue Zürcher Zeitung», die ihren *web*-Auftritt zwar sehr lange hinausgeschoben hatte, dann aber wie gewohnt mit absoluten Top-Standards aufwartete. Sämtliche Kritiken und Kurzkritiken sind in einem laufend wachsenden Online-Archiv dauernd abrufbar (anders als das restliche NZZ-Archiv, das gratis nur einen Monat verfügbar bleibt). Im Gegensatz dazu ist das Angebot des Konkurrenzhauses «Tages-Anzeiger», das den ausführlichen Informationsteil (Spielorte und Spielzeiten der Filme) des gedruckten «Züritipp» in einer gut gemachten Datenbank zugänglich macht, auf Aktuelles beschränkt.

Und die Filmzeitschriften? Neben «ZOOM» ist auch die zweite kritische Deutschschweizer Filmzeitschrift, das in Winterthur erscheinende «filmbulletin», online zu finden. In seltsamem Kontrast zur sorgfältigen Gestaltung der Printausgabe des «filmbulletin» kommt die entsprechende Homepage handgestrickt daher und muss sich auf knappe Informationen beschränken. *Webmaster* ist hier der Chef persönlich, der unermüdliche Walt R. Vian, der genügend damit zu tun hat, sein sorgfältig und schön gemachtes Heft mit seinem Zweieinhalb-Personen-Betrieb herauszubringen.



«Focal»: Seminare, Workshops, Konferenzen

Verbände und Institutionen

Wie die gesamte Schweizer Filmpolitik befindet sich auch das «Ciné-Bulletin», die Monatszeitschrift der Schweizer Filmbranchenverbände und -institutionen, seit einiger Zeit im Umbruch. Ein *web*-Auftritt war also in den letzten Jahren nicht absehbar. Damit die Branche im Netz nicht völlig unsichtbar bleibe, hat die Aus- und Weiterbildungsstiftung Focal vor rund zwei Jahren die Initiative ergriffen und die einzelnen Verbände dazu angeregt, wenigstens einen minimalen Internet-Auftritt einzurichten.

Daraus ist die Portal-*site* «FilmNet» entstanden, in der fast alle Branchenverbände wenigstens mit den wichtigsten Adressangaben zu finden sind. Allerdings sind nicht alle auf «FilmNet» präsentierten Informationen stets auf dem aktuellsten Stand, denn jeder Verband und jede Organisation müsste sich selber um die Aktualisierungen kümmern. Für manche aber schien der Job mit dem Anliefern der Grundinformationen erledigt. Andere sind aktiver geworden und haben auf «FilmNet» einen *link* auf eine eigene Homepage eingebaut, die regelmässig nachgetragen wird (zum Beispiel die Filmtechniker, die Autoren- und die Animationsfilmer oder auch Focal selber). Auf «FilmNet» finden sich mittlerweile jedenfalls Adressen und *links* zu fast allen relevanten Institutionen rund um den Schweizer Film.

Mit «Movienews» wurde zudem vor kurzem eine kommerzielle branchen-relevante Anlaufstelle eingerichtet, ein Ort, an dem Profis Informationen für Profis anbieten sollen. Die «offizielle» Ergänzung zu «FilmNet» bietet übrigens die sehr informative *website* der Sektion Film im Bundesamt für Kultur. Analog zu seiner offenen Informationspolitik stellt der Chef der Sektion Film, Marc Wehrlin, dort nicht nur Sitzungsdaten, Verteilplan und Reglemente ins Netz, sondern auch seine informativen *non-papers* mit dem Titel «Work in Progress».

Auch für Schweizer Filmfreundinnen und -freunde ist das Internet zu einer fast unerschöpflichen Informationsquelle geworden, und ein kurzer Blick in die *link*-Seiten von ZOOM-online zeigt, dass das «Schweizer *web*» im internationalen Vergleich sehr dicht geknüpft ist. Ein Hauptvorteil der Schweizer Homepages – neben der relativen Seriosität und Aktualität ihrer Informationen – liegt in ihrer Überprüfbarkeit. In den meisten Fällen genügt ein kurzer Anruf, um in direkten Kontakt mit den Seitenmacherinnen und -machern zu kommen – und die freuen sich erst noch über ein Echo. Vorderhand. ■

Filmnews zum Fruehstueck

«You've Got Mail» heisst der neue Film (Kritik S. 28) von Nora Ephron. Auch wenn es fraglich ist, ob E-Mails mit der Post verschickte Liebesbriefe ersetzen können: Bei der Informationsvermittlung sind sie das digitale Ei des Kolumbus.

Jeden Morgen die neusten Nachrichten und Zahlen aus Hollywood auf dem Computerschirm, danach durch eine Filmzeitschrift klicken, die im elektronischen Briefkasten landet: Newsletters – regelmässig per E-Mail verschickte Nachrichten – machen's möglich. Es gibt sie für jedes Thema, in unterschiedlichsten Sprachen und verschiedensten Formen: kurz und lang, gratis oder kostenpflichtig, offen oder nur für exklusive Zirkel. Die Anmeldung für solchen Service erfolgt meist auf den Homepages der Anbieter, oft auch per E-Mail. Newsletters bieten ganz einfach nur Text – eine Form, die selbst der einfachste Computer bewältigt.

Wie das *www*-Angebot gehört auch der Newsletter «Entertainment Daily» von «ebiz» – des Branchenverlages um «Blickpunkt: Film» – zu den besten deutschsprachigen Service-Diensten im Netz. Täglich eine Handvoll aktueller Meldungen aus den Bereichen Film, TV, Video, Musik und CD-ROM/Games sind die monatlichen rund acht Franken wert. Für Abonnenten des *www*-Angebots sind die Newsletters gratis.

http://www.ebiz.de

Das amerikanische Vorbild, von dem auch eine Menge der News stammen, heisst «The Hollywood Reporter E-Mail Edition»: Noch mehr Nachrichten aus noch mehr Bereichen – allerdings sogar noch kürzer angerissen – versendet «Hollywood Reporter» gratis in die Welt. Konkurrent «Variety» bietet verschiedene Abos gegen Bezahlung. Auf die gleiche Weise verfährt die Filmecke von «indiewire», die ihre längeren Texte, News und Interviews einige Tage zur Probe anbietet.

http://www.hollywoodreporter.com
http://www.variety.com/
http://indiewire.com

Schon seit den Anfangszeiten des Internets füllen aufopferungsvolle Idealisten das Netz mit den Früchten ihrer Arbeit: Zweimal in der Woche bietet Sean Jordan mit «ZENtertainment» mittlerweile 80'000 Interessenten einen amerikanischen News-Cocktail aus Musik, Print und vielem mehr. Die Handvoll Kurzinfos zu Film und TV entstammen meist obigen amerikanischen Quellen, sind jedoch mit *links* zu den offiziellen Homepages der erwähnten Filme aufgewertet. Neuigkeiten aus dem *independent*- und *underground*-Bereich enthält «FilmThreat».

http://www.ZENtertainment.com
(E-Mail an: Ztainment@aol.com)
http://www.filmthreat.com
(E-Mail an: FilmThreat@aol.com)

Auch Diskussionsforen des Internets lassen sich über E-Mail mitlesen. Die englischsprachige «medialb» ist für Redakteure von filmrelevanten Internetangeboten gedacht. Mails fliessen sehr spärlich, die Teilnehmer sind höchst kompetent. Umgekehrt sieht es mit der Liste «CINEMA-L» aus. Hier wird man von Mails aller möglichen Kino-Themen zugeschüttet, für die man sich schwerlich in vollem Umfang zu interessieren vermag. Die eigene Teilnahme per E-Mail ist hier möglich.

E-Mail an: LISTSERV@vm.temple.edu
mit dem Text «SUBSCRIBE MEDIAWEB name»
(für name den persönlichen Namen eintragen)
E-Mail an: LISTSERV@american.edu
mit dem Text «SUBSCRIBE CINEMA-L name»

Clevere Unternehmen werben günstig mit Newsletters. So verschickte die von Microsoft eingestellte «Cinemania»-Homepage Hinweise auf ihre wöchentlich neuen Inhalte. Ähnliches versucht «spielfilm.de» in wesentlich kleinerem Massstab und auf deutsch. Ein informatives Muss stellt der Infodienst der «Internet Movie Database» (IMDB) dar. Das für jeden Filminteressierten unumgängliche Online-Lexikon teilt dort z.B. mit, dass jetzt auch die 19'000 Kurzkritiken von Leonard Maltin in der «IMDB» integriert sind. Die englischen Nachrichten im Angebot des Online-Magazins «Hotwired» werden von Business, Politik und Computerkram dominiert – wenn allerdings mal etwas Filmisches auftaucht, dann lohnt es sich. Der Hotwired-Ableger «Animation Express» informiert regelmässig über neue Animationen.

http://spielfilm.de/infomail/
http://us.imdb.com/
http://www.hotwired.com/animation/E-mail.html
announce@mlists.imdb.com

Der «News Bote» des grossen Providers AOL, der eine eigene Benutzeroberfläche für das *www* liefert und mittlerweile die Software Firma Netscape aufgekauft hat, bietet exklusiv seinen Benutzern diesen guten Service: Nach Eingabe von Stichworten wie «Kino» oder «Film» werden betreffende Agenturmeldungen von dpa, Reuters und anderen an die eigene E-Mail-Adresse bei AOL gesandt. Festivals von Locarno bis Oldenburg, von Cannes bis Rotterdam informieren per E-Mail direkt über ihr Programm. Allerdings ist der Nachrichten-Umweg über Agenturen und Zeitungen meist doch schneller. Kinos, die etwas von modernem Marketing halten, schicken ihrem Online-Publikum das wöchentliche Programm in den heimischen Computer. Verbände wie der internationale Kritikerverband FIPRESCI pflegen für Mitglieder eine Mailingliste. Zudem gibt es im unüberschaubaren Netz noch viele kleine und grosse Fan-Seiten von «Akte X» bis «Star Trek».

Beispiele Festivals: www.pardo.ch (Locarno),
http://www.filmfestival.be (Berlin)
FIPRESCI: E-Mail an klaus.eder@fipresci.com

Und die bequeme Utopie einer kompletten, guten Filmzeitschrift per E-Mail? Bislang wurde sie nur für Flamen und Niederländer gesichtet: «Movie, deinteractieve filmgids» liefert mit Kritiken, Boxoffice-Listen und Einzelartikeln reichlich fundierten Lesestoff. Bislang herrschen Einzelkritiken vor: Der berüchtigte Mr. Cranky etwa macht Hollywood-Produkte direkt zum US-Kinostart (auf englisch) nieder, und auch der Autor dieser Zeilen verschickt im Feldversuch «FILMtabs» wöchentlich eine Filmkritik.

http://www.movie.nl oder http://movie.ping.be
http://www.mrcranky.com/ (E-Mail an: mrcranky-list-request@mrcranky.com)
http://www.arena.de/FILMtabs/subscribe/

Günter H. Jekubzik