

**Zeitschrift:** Film : die Schweizer Kinozeitschrift  
**Herausgeber:** Stiftung Ciné-Communication  
**Band:** 52 (2000)  
**Heft:** 4

**Artikel:** Bandbreite dank Breitband?  
**Autor:** Bodmer, Michel  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-932706>

#### **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:** 24.02.2026

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

# Bandbreite dank Breitband?

Die Independent-Filmer hoffen, dank Breitband-Technik ihre Filme bald über das Internet vertreiben zu können. Doch das Web birgt neben Freiheiten auch Fussangeln.

**Michel Bodmer**

«Sundance Goes Digital!» lautete heuer die Devise des wichtigsten amerikanischen Independent-Festivals. Digi-Video als billiges, Indie-freundliches Produktionsmittel erhielt Sundance-Weihen, indem erstmals zwei auf Video gedrehte Filme in den Wettbewerb aufgenommen wurden: «Chuck and Buck» von Miguel Arteta und «Everything Put Together» von Marc Forster (vgl. Porträt Seite 10). Ausschlaggebend war für Festivaldirektor Geoff Gilmore, dass er für digitale Produktionen inzwischen eine qualitativ hochstehende HDTV-Projektion anbieten konnte. Aus Angst, die kino-orientierten Verleiher würden sich vom Fehlen einer Filmkopie abschrecken lassen, liessen jedoch die Produzenten in beiden Fällen ihr Video-Werk auf 35mm-Film kopieren, von der Schweizer Firma Swiss Effects, die im US-Independent-Sektor hoch angesehen ist.

## Filmvertrieb über das Internet

Wahre Euphorie herrschte in Park City, denn auch über die Verheissungen des Internet, was den Vertrieb von Filmen angeht – für Independent-Cineasten heute der grösste Stolperstein als die Finanzierung der Produktion. Teure Marketingkosten und mit Hollywood-Ware verstopfte Kinos sind schuld, dass nur ein winziger Bruchteil des enormen unabhängigen Filmschaffens auf eine Leinwand gelangt. Und so wurden am Festival die hierzulande kritisch beäugten Fusionen von AOL mit Time Warner bzw. Vodafone (Vivendi/UGC/Canal Plus) mit Mannesmann in der Indie-Szene begeistert begrüßt, da sie den Weg der Filmemacher ins Internet zu ebnen scheinen: Inhaltsproduzenten und Kommunikationskonzerne sollen nun gemeinsam dafür sorgen, dass das TV-Kabelnetz schon in wenigen Jahren für den weltweiten Zugriff aufs Internet genutzt werden kann. Dann nämlich sollte es möglich sein, auch Billigstfilme via *video streaming* auf Abruf in TV-Qualität zugänglich zu machen, so dass ein Independent-Filmer sein Publikum erreichen kann, ohne sich

mit dem komplizierten Verleihgeschäft herumzuplagen. Das Ergebnis wäre eine vielfältige Filmlandschaft, die abseits der kommerziell orientierten Kinos und Videotheken die ganze Bandbreite heutiger Cineasten aus aller Welt zur Geltung brächte.

### Vorreiter «Blair Witch»

Die Idee ist verlockend und nicht völlig uto-pisch. «The Blair Witch Project» machte vor, wie man mit einem billigen Internet-Auftritt eine enorme Marketing-Wirkung erreichen kann. Bertelsmann und Kirch glauben an diese Zukunft und unternehmen Schritte, um das Netz für sich zu erschliessen und mit Inhalten zu beliefern; in der Schweiz wurde aufgrund ähnlicher Überlegungen unlängst die Cablecom zu einem Schwindel erregenden Preis verkauft.

**Steven Spielbergs «pop.com»: dem-nächst**

▼ «sightsound.com»  
Der erste grosse «Netcaster»

Ganz ohne Tücken ist die Ausstrahlung über das Internet – «Netcasting» genannt – freilich nicht. Wie etwa der Anwalt Mark Litwak in der Zeitschrift «MovieMaker» (Jan/Feb 2000) ausführt, stellen sich dabei allerhand Fragen: Internet-Rechte können kaum noch nach Territorien verkauft werden, da das Netz alle Grenzen unterläuft; ein Verleiher müsste also stets kostspielige Web-Weltrechte erwerben. Die Globalisierung des Vertriebs wirft zudem Zensurprobleme auf: Wenn ein Film irgendwo abgerufen werden kann, setzt er sich bzw. seinen Rechteinhaber den Zensurgesetzen repressiver Staaten aus. Auch Urheberrechte werden von Land zu Land verschieden gehandhabt – welches gilt im Streitfall? Wo passt die Auswertung per Internet in die traditionelle Rechtekaskade Kino/Video/Pay-TV/Fernsehen hinein? Und wie sollen die Tantiemen berechnet und zwischen Provider und Rechteinhaber aufgeteilt werden?

Erste Versuche machen auch nicht gerade Mut: Die 30-tägige Internet-Auswertung von Darren Aronofskys Kultfilm «π» durch sightsound.com erreichte jedenfalls schlappe 100 Surfer. Vor dem Silberstreif eines unabhängigen Vertriebs für unabhängige Filme hängen somit fürs erste noch einige düstere Wolken.

