

Zeitschrift: Film : die Schweizer Kinozeitschrift
Herausgeber: Stiftung Ciné-Communication
Band: 52 (2000)
Heft: 8

Artikel: Imperium im Cyberspace
Autor: Sennhauser, Michael
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-932728>

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: 12.04.2026

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

Imperium im Cyberspace

Während die Geschäftswelt noch rätselt, wie mit dem Internet endlich Geld zu verdienen wäre, kombinieren ein paar Medienprofis ein altes Rezept mit der neuen Technologie: Sie kaufen Filme, die niemand will.

Michael Sennhauser

Als der Winzersohn Leo Kirch aus Würzburg 1956 damit anfing, systematisch die Rechte an Filmen zu kaufen, steckte eine einfache Idee dahinter: Das junge Medium Fernsehen würde sehr bald einen riesigen Hunger auf sendefähige Unterhaltungsware entwickeln. Über die Versorgung des Fernsehens mit Filmen und Serien wuchs ein milliardenreiches Fernseh- und Kinoimperium mit den Kernbereichen Programmhandel und -Produktion. Heute ist Kirch ein Mythos, bewundert und gefürchtet als graue Eminenz im Medienschungel. Dabei hat er einfach Filme gekauft, als sich noch niemand dafür interessierte.

Heute ist das Internet ein potenzieller Markt, auch wenn die meisten Gewinne vorderhand bloss an der Börse erzielt werden. Eine der wenigen Internetfirmen, die bisher tatsächlich profitabel wurden, ist die 1996 gegründete BigEmma.com, ein einzigartiger Versandhandel für Laserdiscs und DVDs. Die Webfirma vertreibt nicht nur gebrauchte Filmdatenträger, sie hat sich auch darauf spezialisiert, für ihre Klientel rare und vergriffene Titel auf Laserdisc und DVD aufzutreiben und bietet eine Art Tauschbörse an.

Die Nische als Weltmarkt

Aus der Erkenntnis heraus, dass auch das sogenannte «Nischenpublikum» zu einem profitablen Markt werden kann, sobald man es global zu bündeln beginnt, haben die Medien- und Softwareprofis von BigEmma.com das Konzept für die globale (Web-)Firma article27 ausgetüftelt. Der Name bezieht sich auf Artikel 27 der UNO-Menschenrechtskonvention, welcher das Recht aller Menschen auf Teilnahme am kulturellen Leben der Gemeinschaft, am technischen Fortschritt und eventuell daraus resultierenden Vorteilen festhält.

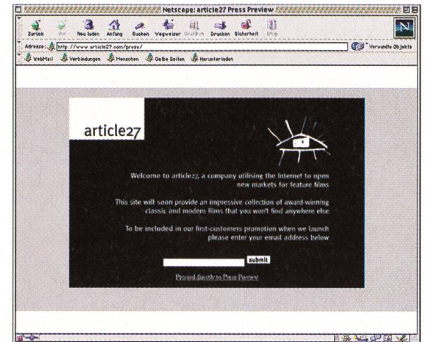
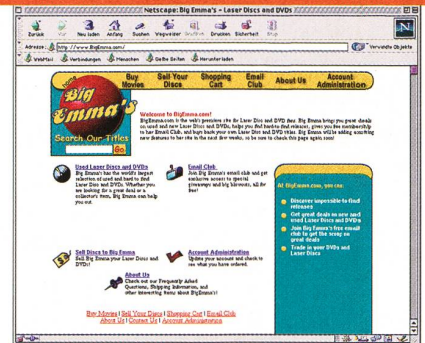
Medienmanager in aller Welt rechnen längst damit, dass das Internet über kurz oder lang dem Fernsehen Konkurrenz machen wird und so wird allenthalben eifrig fürs Internet produziert – auf Vorrat. Das

Gründerteam von article27 kann darüber nur den Kopf schütteln, denn sie gehen von einer anerkannten Binsenwahrheit aus: 95% aller schon produzierten Filme werden nicht gesehen. Nicht, weil sich kein Mensch auf Erden für sie interessieren würde. Sondern weil die einzelnen Interessenten über die ganze Welt verteilt sind. Konkret: An jedem Filmfestival werden Hunderte von neuen Filmen vorgeführt, viele von ihnen gewinnen Preise und werden hochgelobt, nur um dann im Keller zu verschwinden, weil kein Verleiher eine Chance sieht, die Kosten für eine Vermarktung in seinem Territorium wieder einspielen zu können. So kommt es, dass Liebhaber cinephiler Spezialitäten immer wieder in Festivalberichten von kleinen filmischen Wundern lesen, ohne diese je selber sehen zu können. Was nun, wenn es eine zentrale Stelle gäbe, die einem jederzeit und weltweit den Zugriff auf all die feinen kleinen Filme ermöglichen würde?

Zuerst per Video und Laserdisc, später direkt übers Web

article27 soll diese Anlaufstelle werden. Der finanzielle Erfolg von BigEmma.com hat den Firmengründern viele Finanztüren geöffnet, und seit Beginn des Jahres kauft die junge Firma weltweit systematisch die *non-theatrical-rights*, also die Verwertungsrechte ausserhalb des Kinos, von interessanten, aber kaum mehr auswertbaren Studiofil-

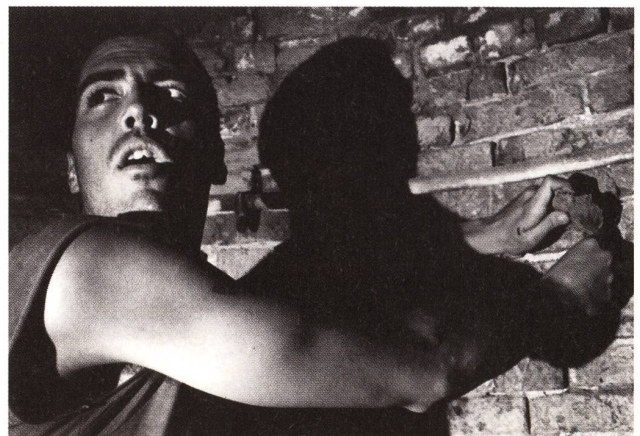
Bald übers Web wieder greifbar: «Poison» von Todd Haynes



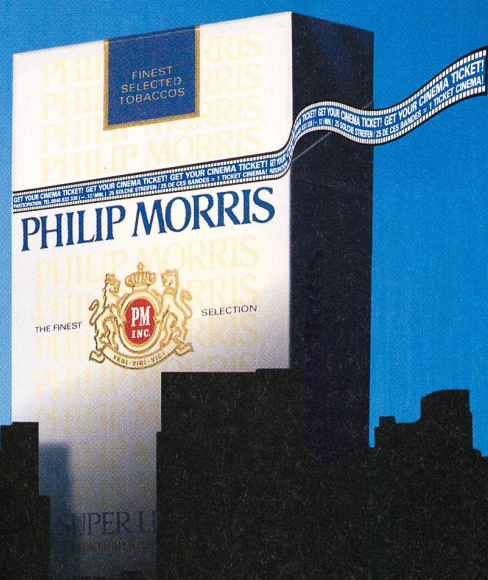
▲ BigEmma.com, ein erfolgreicher Internetversand für Laserdisc und DVD; article27.com: Ab Sommer 2000 die Webzentrale für Studiofilme?

men. Dabei handelt es nicht um obskure Werke, sondern um Meilensteine wie Derek Jarman's filmisches Testament «Blue» von 1993, cineastische Edelsteine wie Marco Bellocchio's Kleistverfilmung «Il principe di Homburg» (1997), Todd Haynes' Jean-Genet-Umsetzung «Poison» von 1991 oder auch schon diverse Titel von Atom Egoyan. Bald schon sollen Hunderte von Titeln verfügbar sein. article27 hat Verträge mit Weltvertrieben und Organisationen wie dem British Film Institute, Jane Balfour Films oder auch der italienischen RAI.

Wenn sich herumspricht, dass man viele sonst kaum mehr zugängliche Kleinode bei einer einzigen Adresse auf Video oder DVD bestellen kann, dürfte die Rechnung von article27 aufgehen. Und sollte der Filmkonsum übers Web dereinst wirklich boomen, dann haben sie die Filme, deren kommerzieller Wert sich erst unter dem globalen Blickwinkel des Internets eröffnet. ■



PHILIP MORRIS
GREAT SUPER LIGHT TASTE



Collect and get your
CINEMA TICKET

Call

0848 833 338

(-12/min.)

Art. 10 OTab/TabV

Nuit gravement à la santé. Rauchen gefährdet die Gesundheit. Fumare mette in pericolo la salute.