

Zeitschrift: Film : die Schweizer Kinozeitschrift
Herausgeber: Stiftung Ciné-Communication
Band: 52 (2000)
Heft: 10

Artikel: Lang gezogene Alienküsse
Autor: Sennhauser, Michael
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-932742>

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: 25.02.2026

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

Lang gezogene Alienküsse

Zusammen mit Disney demonstriert der Projektorenhersteller Christie weltweit das neue digitale DLP-Projektionssystem von Texas Instruments. Mitte August konnten auch die Schweizer Kinobetreiber das System und seine Kinderkrankheiten begutachten.

Michael Sennhauser

In den vergangenen Monaten wurden weltweit an 17 verschiedenen Standorten die Disney-Produktionen «Toy Story 2» und «Bicentennial Man» zu Demonstrationszwecken digital projiziert. Zum Einsatz kamen bei der Kampagne (die von Disney mitfinanziert wird) die neuen DLP Projektionssysteme von Texas Instruments in Konsolen des Projektorenherstellers Christie. Das Flaggschiff war und ist dabei der Christie DigiPro Digital Cinema Projector, der mit 15'000 ANSI-Lumen eine zwanzig Meter breite Leinwand mit einem hellen, klaren Bild ausleuchtet.

Mitte August gab es auch in der Schweiz eine kleine Vorführung. Im Badener Kino Linde stellten Christie Europa und der Schweizer Generalimporteur den Christie Prodigy 600 vor, den kleinen Bruder des grossen Digitalboliden. Das Gerät ist kompakt und sieht aus wie ein überdimensionierter Diaprojektor. Mit 5'000 ANSI-Lumen liefert auch der Prodigy 600 genügend Licht, um in einem mittelgrossen Kinosaal selbst bei Diabeleuchtung (wie sie normalerweise im Kino während der Werbedias eingesetzt wird) einwandfrei zu projizieren.

Der Projektor kann ab diversen Quellen gespeist werden. Für die Disney-Kinodemonstrationen werden die Filme ab einem Stapel CD-ROM vorgeführt. In Baden wurde ein QuBit Digitalplayer eingesetzt, der aussieht wie ein besonders grosser Videorecorder. Als Datenträger dienen die handelsüblichen, postkartengrossen Sony Digital 8 Videokassetten. So oder so ist das Transportvolumen im Vergleich zu den rund 30 Kilogramm eines normalen Spielfilms auf 35 Millimeter Film beträchtlich kleiner – der wohl grösste Vorteil der sich (noch immer sehr langsam) ankündenden digitalen Revolution.

Die Vorführung in Baden wurde absichtlich ohne Ton durchgeführt, damit sich die Anwesenden – naturgemäss vor allem Schweizer Kinobetreiber – auch wirklich auf das Bild konzentrieren konn-

ten. Das projizierte Bild war dann tatsächlich erstaunlich klar und flüssig, die Auflösung auf den ersten Blick kaum von der eines Filmbilds zu unterscheiden. Vorgeführt wurde der Kinotrailer zu «Shakespeare in Love». Keine glückliche Wahl: Die romantische Komödie wurde nun mal als Breitwandfilm gedreht – und der in Baden eingesetzte Projektor war dafür nicht eingerichtet. Das Bild hätte wie beim normalen Breitwandformat mit einer speziellen anamorphotischen Linse entzerrt werden müssen, die war aber offenbar kurzfristig nicht aufzutreiben. Die andere Variante, nämlich die digitale Entzerrung des Bildes unter Verzicht auf den oberen und unteren Bildstreifen (wie bei Breitwandfilmen mit den «schwarzen Balken» am Fernsehen) war beim Demogerät auch noch nicht eingebaut. So litt die Vorführung erheblich unter dem «Alieneffekt» unnatürlich in die Länge gezogener Figuren. Weder Gwyneth Paltrow noch ihr Lover Joseph Fiennes

Der Christie DigiPro Digital Cinema Projektor arbeitet mit dem neuesten DLP-Chip von Texas Instruments und kostet happige 350'000 Dollar.

wurden dabei wesentlich attraktiver... Die deutlichste Schwäche der digitalen Projektion zeigte sich aber bei den Grau- und Schwarztönen, die tendenziell «versackten» wie bei einem Fernsehbild.

Die aus der ganzen Schweiz angereisten Kinobetreiber waren trotz der augenfälligen Schwächen sehr interessiert an der Entwicklung, aber selbstredend noch lange nicht so, dass sich einer von ihnen spontan zum Ankauf eines Digitalprojektors entschliessen mochte.

Auch wenn dereinst der Transport von Filmkopien entfallen dürfte und der Wechsel von Original- zu Synchronfassung auf Knopfdruck erfolgen wird: Die enormen Investitionskosten der neuen Technologie kann vorerst kein Kinobetreiber tragen. Auch bei Christie rechnet man noch nicht ernsthaft mit einzelnen Kinobetreibern als Kunden. Immerhin kostet das Flaggschiff DigiPro rund 350'000 Dollar. Dazu kämen noch einmal rund 100'000 Dollar für das Abspielgerät. Ein normaler Kinoprojektor kostet dagegen derzeit rund 30'000 Dollar. Allerdings bietet Christie den Kunden eine clevere Zukunftssicherung: Wer jetzt einen konventionellen Christie-Projektor kauft, erwirbt zugleich das Rückgaberecht im Falle einer zukünftigen Aufrüstung auf Digitalprojektion.

Vorderhand rechnet man allerdings in der Kinobranche eher damit, dass zunächst Werbefirmen und die Vertreiber von Kinowerbung die digitalen Systeme einführen dürften – erste Versuche laufen in Deutschland schon im grösseren Rahmen. ■

