Film und Leben : Überlegungen und Bericht zu einem Experiment in Freiburg

Autor(en): **Ulrich, Franz**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Der Filmberater**

Band (Jahr): **25 (1965)**

Heft 11

PDF erstellt am: **23.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-964670

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Film und Leben

Überlegungen und Bericht zu einem Experiment in Freiburg

Ohne Übertreibung kann man wohl heute feststellen, dass die Filmbildungsarbeit in der Schweiz so etwas wie ein Etappenziel erreicht hat. Der Film wird als wichtiger Teil des wirtschaftlichen und geistig-kulturellen Lebens anerkannt und ernstgenommen. Von der Volksschule bis zu den Universitäten (Freiburg, Lausanne, Zürich) wird nach Mitteln und Wegen gesucht, den jungen Menschen den Umgang mit diesem reichen Ausdrucksmittel unserer Zeit vertraut zu machen. Der Einbau des Filmunterrichtes in den Lehrplan verschiedener Kantone ist als besonders schöner Fortschritt zu verzeichnen. Auch gibt es eine Anzahl von Organisationen und Institutionen, die bei Jugendlichen und Erwachsenen Freude und Verständnis am anspruchs- und wertvollen Film zu fördern suchen. Das alles ist nur möglich geworden durch den unermüdlichen Einsatz von Persönlichkeiten und Institutionen, die in oft jahrzehntelanger, mühsamer Pionierarbeit das steinige Erdreich aufgelockert und für eine Saat bereit gemacht haben, die seit einigen Jahren immer reichere Früchte trägt. Doch ist all das kein Grund, die Hände in den Schoss zu legen. Der gleiche Einsatz muss weitergehen; das Ziel ist gefunden, die Geleise sind verlegt, auf denen eine sinn- und planvolle Filmbildungsarbeit weitergeführt werden kann. Hat sich die Filmbildungsarbeit bis heute fast ausschliesslich mit der Heranbildung eines filmverständigen Publikums beschäftigt, so scheint nun der Zeitpunkt gekommen zu sein, diese Arbeit in eine Richtung zu lenken, die mehr als bisher auch die wirtschaftlich-soziologische Seite des Films berücksichtigt. Denn, ob man es wahrhaben will oder nicht, der Film ist zuerst und vor allem eine Industrie, ein Geschäft, das unter dem Gesetz von Angebot und Nachfrage steht. Die besten Empfehlungen nützen einem Film nichts, wenn er keine Zuschauer findet: der Kinobesitzer spielt vor einem leeren Haus, Verleiher und Produzent verlieren ihr Geld — Resultat: derartige Filme kommen nicht mehr in Frage! Das Ergebnis wäre anders, wenn mit der Empfehlung auch zahlreiche Zuschauer geliefert werden könnten. Die moralisch-künstlerische Bewertung eines Films, die ganze Filmkritik, gewänne unvergleichlich an Gewicht, wenn dahinter Tausende von fassbaren Zuschauern ständen. Könnten diese Massen irgendwie organisiert werden, würde ihre Stimmabgabe mittels Kinobillett beim Filmangebot fühlbar ins Gewicht fallen.

Überlegungen dieser Art wären noch vor einigen Jahren bei Kinobesitzern und Verleihern unbeachtet geblieben. Denn damals lief die Maschine des Filmgeschäfts wie geölt, es wurde gut verdient. Seit einiger Zeit harzt es beträchtlich im Getriebe, die Lage hat sich spürbar verändert. Die Filmwirtschaft steckt in einer Krise, die vor allem durch das Fernsehen, aber auch durch die veränderten Gewohnheiten des Filmpublikums verursacht wird, und von der sie nur langsam wieder gesundet. Kurz zusammengefasst, sind die wichtigsten Veränderungen wohl folgende: Man geht nicht mehr einfach ins Kino wie früher. Verlängertes Wochenende, Fernsehen, Motorisierung und anderes bieten reiche und abwechselnde Unterhaltung. Um die Menschen trotzdem ins Kino

zu locken, werden immer aufwendigere und ausgefallenere, abwegige Filme hergestellt, die denn auch prompt ein zahlreiches Publikum finden. Daneben aber ist auch eine Publikumsschicht ständig im Wachsen, die den anspruchsvollen Film zu sehen wünscht. Das hat in den grossen Städten zu etwas wie einer «gemässigten Spezialisierung» der Filmtheater geführt: Filmkunsttheater oder Studios (die zu einem grossen Teil die Aufgaben der Filmclubs übernommen haben), Kinos für Superproduktionen und leichte Unterhaltung und Kinos für «Spezialitäten», wie Nudistenfilme, Mondo-Cane-Serien usw. Natürlich ist das stark vergröbert, aber es zeichnet sich hier doch eine «Marktverteilung» ab, analog jener auf dem Buchmarkt: Neben der Sortimentsbuchhandlung gibt es auch das Antiquariat, den Kiosk und jene Geschäfte, die vom Verkauf unter dem Ladentisch leben. Für den Erfolg eines Films kann heute also ausschlaggebend sein, ob er im richtigen Hause läuft und ob die Werbung richtig liegt, das heisst, jene Publikumsschicht anspricht, für die der Film auch wirklich interessant ist.

Auch in unserem Lande müssen noch grosse Anstrengungen unternommen werden, um den neuen Gegebenheiten gerecht zu werden, und zwar auch von der Filmwirtschaft her. Die Feststellungen, die Alain Resnais in einem hochinteressanten Interview mit Marcel Martin (deutsch in: «Der Monat», Berlin, August 1965) macht, gelten auch für unser Land. Gefragt, ob die wirtschaftliche Situation der augenblicklichen französischen Filmproduktion Grund zur Klage gebe, antwortet Resnais: «Bis jetzt nicht ... Tatsächlich entstehen die Schwierigkeiten erst beim ‚Verbraucher'; die gegenwärtige Organisation des Films erschwert die Begegnung einer bestimmten Kategorie von Filmen mit einer entsprechenden Kategorie des Publikums erheblich. Ich bin überzeugt, dass hier ein Missverständnis vorliegt: Viele Leute laufen einfach an Filmen vorbei, die sie interessieren würden, und andere sehen sich aus Versehen gerade die Filme an, die ihnen überhaupt nicht liegen. Ich muss zum Vergleich immer daran denken, wie sich der Schallplattenmarkt in den letzten 15 Jahren verändert hat, oder in den letzten 10 Jahren durch das Erscheinen des Taschenbuches auch der Buchmarkt. Daraus ergibt sich, dass neue Publikumsschichten angesprochen werden können, und zwar einfach durch neue äussere Aufmachung und durch veränderte Hör- und Lesebedingungen. Etwas gibt mir dabei zu denken: Ich kann einfach nicht glauben, dass jetzt, wo die Möglichkeiten der Freizeitgestaltung so viel grösser sind als früher, ausgerechnet das Kino noch im alten Trott weiterlaufen soll: Wochenschau, Kurzfilm, Reklame, Spielfilm. Ich finde es wirklich sonderbar, dass dieses Standardmenü immer weiter verabreicht wird, ohne bei den Zuschauern auf Widerwillen zu stossen.»

Genau das trifft auch für die Schweiz zu: Allzuoft findet ein wertvoller Film kein Publikum, obwohl sich Kino und Verleih redlich bemühen. Dann wird der Schwarze Peter meistens den «ohnmächtigen» Filmkritikern und filmkulturellen Organisationen zugeschoben. Doch so einfach ist die Sache nicht. Kehren wir den Spiess einmal um und fragen wir uns, wo das Filmgewerbe einmal vor der eigenen Tür wischen sollte. Dabei stützen wir uns auf eine über zehnjährige Erfahrung, wobei wir bewusst etwas schwarz malen wollen, wohl wissend, dass es auch bei uns Verleiher und Kinobesitzer gibt, bei welchen die folgenden Feststellungen nicht zutreffen.

Um gleich mit dem gröbsten Geschütz aufzufahren: Manchem Leiter eines Filmtheaters oder Verleihs fehlen die nötigen Voraussetzungen, um Kino oder Verleih nicht nur als guter Kaufmann, sondern auch als «künstlerischer Leiter», der den kulturellen und geistigen Ansprüchen gerecht wird, die der Film eben auch stellt, zu führen. Oder, um ein Beispiel aus der Welt des Theaters zu nehmen: den meisten Kinos fehlt der Intendant. Sicher, Kaufleute müssen die Leute des Filmgewerbes sein, aber das ist eben nicht genug. Heute, wo es gilt, einem Publikum auch ein an-

spruchsvolles und sorgfältig ausgewähltes Programm zu bieten, genügt blosses Programmieren eben nicht mehr. Wenn heute die Abschaffung der Billettsteuer (was durchaus wünschenswert, ja notwendig ist) oder gar eine Subventionierung der Kinos verlangt wird, so sollte doch das Kinogewerbe alles Interesse daran zeigen, den Nachweis zu erbringen, dass es ein Kino so führen kann, dass es den Namen eines «Kulturinstituts» verdient. Diesen Nachweis ist man in allzu vielen Fällen noch schuldig geblieben, und zwar nicht nur deshalb, weil bei wertvollen Filmen eben die Zuschauer ausgeblieben sind. Denn ebensooft wie das Publikum versagt auch der Verleiher oder Kinobesitzer, weil er nicht weiss, welche Ware er verkauft, und deshalb auch nicht weiss, wie und wem er sie verkaufen kann. Um das zu wissen, braucht es eben ein Minimalwissen an Filmgeschichte, an Kenntnis der Filmrichtungen und Regisseure, die gerade am meisten im Gespräch sind (aber eben nicht nur in Illustrierten), an selbständigem Urteilsvermögen, an Werbepsychologie und noch einigem mehr. Jeder Handwerker kann sich heute über eine Gesellenprüfung ausweisen; warum wird aber nichts dergleichen von einem Kino- oder Verleihchef verlangt, dessen Verantwortung in der Öffentlichkeit doch um einiges grösser ist? Unserer Meinung nach wäre eine Anstrengung in dieser Richtung für das gesamte Filmgewerbe von grösster Wichtigkeit.

Ein sprechender Beweis für die Richtigkeit dieser Behauptungen ist die Filmreklame, wie sie heute noch allseits gang und gäbe ist. Hier hat der Film jedenfalls seinen Jahrmarkt- und Schaubudencharakter (den er gewiss auch noch hat) keineswegs verloren. Die meisten Filme werden seit eh und je mit den gleichen abgegriffenen Vokabeln angepriesen: gewagt, pikant, noch nie dagewesen, der grösste, gewaltigste aller Zeiten usw. usw. Ob ein Film von Fellini oder Thiele, von Resnais oder Weidenmann, von Pasolini oder Vadim oder einfach ein unterhaltendes Serienprodukt ist — alles wird in den gleichen Werbekübel geschmissen, mit der gleichen Kelle angerührt. Diese Art von Werbung hat sich schon lange totgelaufen und lockt kaum jemanden hinter dem Ofen, will sagen Fernsehkasten, hervor, ausser jenen, die noch in der Pubertät sind oder darin stecken blieben (zugegeben, es gibt deren viele). Fröhlich wird weitergewurstelt und das Fernsehen als böser Feind an die Wand gemalt. Viel fruchtbarer wäre es, sich etwa den deutschen Atlas-Verleih zum Vorbild zu nehmen und sich um eine durch die moderne Werbepsychologie fundierte Werbung zu bemühen. Dazu gehört ganz bestimmt die sachliche Information: Name des Regisseurs, Originaltitel, Herkunftsland, Entstehungsjahr, und die wichtigsten Darsteller. Eine solche (auch graphisch einwandfreie) Werbung spricht an und erleichtert der ständig wachsenden Schar jener die Orientierung, die, weil sie zum Beispiel mit der Filmbildungsarbeit in Berührung gekommen sind, auf den wertvollen Film ansprechen.

Ein ebenfalls trauriges Kapitel ist die Filmvorführung selber. Mit Recht sagt Resnais, dass das Kinoprogramm im alten Trott weiterfährt: Wochenschau, Kurzfilm, Reklame, Spielfilm. Das Vorprogramm, das manchmal mehr als 3/4 Stunden dauert, ist für den Zuschauer einfach eine Zumutung. Wenn schon ein Vorprogramm, dann soll es wenigstens mit dem Spielfilm zusammenstimmen, gleichsam ein Entrée zum Hauptgang bilden und nicht ein kunterbuntes Gemisch von Zufälligem sein. Es ist bestimmt nicht Dienst am Kunden, wenn sich dieser zuerst langweilen und ärgern muss, bevor er das geniessen kann, wozu er hergekommen ist. Einen ganz groben Unfug leisten sich noch viele Kinos, in denen der Hauptfilm durch die Pause zwecks Vertilgung von Eiscrème und Schokolade brutal entzweigeschnitten wird, meist noch im unpassendsten Moment. Auch das ist ein hervorragendes Mittel, den Leuten den Kinobesuch zu verleiden. Die Erkenntnis sollte sich doch langsam durchsetzen, dass ein Film meistens nicht mehr in Akten abläuft wie das Theater. Kurz: erst wenn eine Filmvorführung, deren Film es verdient, geschmack- und stilvoll gestaltet wird, kann der Kinobesuch zu einem restlos befriedigenden Anlass werden. Nur auf diese Weise kann sich das Filmgewerbe für wertvolle Filme ein Stammpublikum heranziehen, aus dem in erster Linie Kinotheater und Verleiher Nutzen ziehen.

Soweit unsere unvollständige, zum Teil sicher übertriebene Kritik am Filmgewerbe.

Aber wir sind der festen Meinung, dass das Kinogewerbe besonders auf diesen angeführten drei Gebieten, nämlich auf dem Gebiet der geistig-kulturellen Kompetenz, der stilvollen, dem einzelnen Film angemessenen Werbung und Vorführung, grosse Anstrengungen unternehmen muss, wenn es mit jenem Kreis der «Filmkonsumenten» ein fruchtbares Gespräch anknüpfen will, der der schweizerischen Filmwirtschaft nicht nur mit Kritik und schönen Worten, sondern auch tatkräftig helfen will. Genau das hat sich die Arbeitsgruppe «Film et Vie / Film und Leben» in Freiburg vorgenommen.

Vor einem Jahr begann in Freiburg ein Versuch, der vielleicht nicht ganz glücklich «Film und Leben» getauft wurde. Auf Grund ähnlicher Überlegungen und Feststellungen, wie sie oben angeführt wurden, suchten wir nach einem Weg, um für bestimmte wertvolle Filme jenes Publikum aufzutreiben, das sie verdienen. Denn meistens gehen diese Filme in der Masse der Durchschnittsproduktion sang- und klanglos unter. Das Unternehmen «Film und Leben» entwickelte sich folgendermassen:

Zuerst galt es, für den Film interessierte Vertreter der verschiedenen Schichten und Milieus der Stadtbevölkerung an einen Tisch zu bringen: Vertreter der katholischen und evangelischen Pfarreien, der Lehrerschaft, der Gewerkschaften, Jugendverbände, Vereine, Filmclubs usw. Angestrebt wurde eine möglichst vielseitige Vertretung, um innerhalb einer Arbeitsgemeinschaft abzuklären, welche Art von Filmen in den einzelnen Bevölkerungsschichten ankommen können und welche Möglichkeiten bestehen, diese Filme in diesen Schichten auch zu propagieren. Man einigte sich schliesslich auf einen Filmzyklus mit sechs Werken. Darauf wurde der Plan mit den Kinobesitzern Freiburgs besprochen, die mit einem Versuch einverstanden waren. Dann wurden einfache Plakate gedruckt, die in der Stadt an Pfarreien, Institutionen, Schulen und Vereine verteilt wurden. In den beiden Tageszeitungen machten einige Artikel auf den Versuch aufmerksam. Handzettel mit dem Programm wurden in den Kinos verteilt. Ein gemeinsames Signet wurde für Plakate, Zeitungsannoncen und Filmbesprechungen verwendet. Der Erfolg war überraschend. Bis heute wurden drei Filmzyklen durchgeführt, mit Werken von Bresson, Bunuel, Colpi, Eisenstein, Ford, Kobayashi, Pasolini und Bergman (mit neun Filmen in chronologischer Reihenfolge!) — also ein Programm mit einigem Anspruch und Niveau. Die Filme wurden im Durchschnitt drei Tage lang gezeigt und dabei von 1200 bis 1500 Menschen besucht, das heisst, die Kinos waren jeweils zu zwei Dritteln bis voll besetzt. Da die Arbeitsgruppe unentgeltlich arbeitete, hatten die Kinobesitzer ausser zirka 100 Franken für Plakate und Handzettel keine nennenswerten zusätzlichen Kosten zu tragen. Sie sind denn auch an einer Weiterführung von «Film und Leben» sehr interessiert.

Wie sich im Laufe dieses Jahres gezeigt hat, scheinen die folgenden Punkte besonders wichtig zu sein:

1. Arbeitsgruppe und Publikum

Durch die Mitglieder der Arbeitsgruppe sollten möglichst weite Kreise erfasst werden, um die Werbung wirkungsvoll zu gestalten. Denn die Leute sollen freiwillig kommen, es gibt ja weder Abonnement noch Preisermässigungen, sondern es sind normale Kinovorstellungen. Auch geht es nicht darum, ein Schul-

oder Pfarreikino im grossen Stil aufzuziehen, sondern es soll versucht werden, die berechtigten Wünsche aus verschiedenen Bevölkerungskreisen zu befriedigen. Denn neben dem Ziel, dem wertvollen Film ein zahlreiches Publikum zu verschaffen, um dadurch den sogenannten «nichtkommerziellen» Film kommerziell interessant zu machen, ist uns ein anderes Anliegen noch viel wichtiger. Durch die Mitglieder der Arbeitsgruppe sollen Anregungen an die verschiedenen Organisationen und Institutionen vermittelt werden, damit man sich dort mit den gezeigten Filmen auch wirklich auseinandersetzt. Denn es geht uns nicht darum, Feinkost für Filmästheten zuzubereiten, sondern unser Programm soll aus Filmen mit echten humanen Werten bestehen. Es ist nicht so wichtig, dass ein Film alle Schichten anspricht, wichtig ist vielmehr, dass er in einer Gruppe oder Organisation, dass er den einzelnen Menschen zur Diskussion anregt. Damit solche Gespräche in Gang kommen, werden die sechs bis sieben Filme eines Zyklus' thematisch gegliedert. Es gibt dafür eine Unzahl von Möglichkeiten: Pfarreien veranstalten eine Vortragsreihe «Die christliche Ehe», ein Fastenprediger wählt das Thema «Christ und Welt», eine Elternvereinigung diskutiert über die «Moderne Jugend», eine Jugendgruppe setzt sich mit dem Thema «Wem bin ich der Nächste?» auseinander – zu all dem und zu vielem anderen gibt es auch eine Anzahl Filme, die diese Themen vertiefen und ausweiten können. Daneben gibt es eine grosse Anzahl von thematischen Möglichkeiten vom Film her: Der christliche Film, Der Western, Der italienische Neorealismus usw. So kann auch ein reiches Ergänzungsprogramm zur Filmbildungsarbeit in Schule und Jugendgruppen geboten, können Mitmenschen zu einem fruchtbaren und wertvollen Mitmachen verlockt werden. Dies ist wohl der beste Weg, um den Film im Leben einer Gemeinschaft geistig wirksam werden zu lassen.

2. Zusammenarbeit mit den Kinobesitzern und Verleihern

a) Planung: Die Tätigkeit ist natürlich stark abhängig vom guten Einvernehmen mit den Kinobesitzern. Ausser in grossen Städten, wo es Filmstudios gibt oder noch geben wird, ist die Zusammenarbeit mit allen Kinos am Platz anzustreben. Dadurch wird eine Auswahl aus einem breiten Verleihangebot möglich. Je nach den örtlichen Verhältnissen bringt man einen Zyklus in einem einzigen Kino unter oder verteilt ihn auf mehrere Kinos. Sind die Kinobesitzer nicht gerade zerstritten, sollte eine gemeinsame Planung auf weite Sicht und ein gemeinsames Programm kein Problem sein. Die Heraushebung der Filme in einem besonderen Programm ist notwendig, damit die Leute die Daten im voraus kennen, denn sonst gehen die Filme im allgemeinen Angebot unter. Ob nun ein Programm auf Vorschlag der Arbeitsgruppe oder auf Grund der Abschlüsse der Kinos gewählt wird, ist im Grunde gleichgültig. Nur muss die Arbeitsgruppe in der Wahl der Filme völlig frei sein, der Kinobesitzer aber ebenso frei in der Ablehnung. Eine sinnvolle Zusammenarbeit aber ist nur möglich, wenn der Kinobesitzer seine Abschlüsse und die Verleihprogramme der Arbeitsgruppe frühzeitig bekannt gibt.

b) Werbung: Die Arbeitsgruppe sollte an einer sachlichen, den Filmen angemessenen Werbung in Presse und Plakaten beratend mitwirken. Beson-

ders wichtig ist natürlich die Filmbesprechung in der Ortspresse. Die Arbeitsgruppe «Film und Leben» lässt sich jeden Film im Einvernehmen mit Kinobesitzer und Verleih eine Woche vor dem Spieldatum kommen, um ihn anzusehen. Nachdem ein Mitglied eine Kritik verfasst hat, wird diese nochmals diskutiert, bevor sie in Druck geht. Die beiden Freiburger Zeitungen stellen uns mit grossem Verständnis für jeden Film bedeutend mehr Platz zur Verfügung als für die übrigen Filmkritiken. Durch Umfang, Signet und die Art der eingehenden, von der Routinekritik abweichenden Besprechung wird das Interesse des Lesers geweckt. Die Besprechung soll den Film nicht einfach über den Klee loben oder zerreissen, sondern durch sachliche Argumente dem Kinobesucher ganz einfach die Auseinandersetzung mit dem Werk erleichtern. Wo ein fortschrittlicher, gewandter Filmjournalist, der nicht in der oberflächlichen Routine erstickt, beigezogen werden kann, ist die Filmkritik natürlich seine Sache.

c) Vorführung: Entscheidend für den Erfolg wird schliesslich neben der Qualität des Programms auch die Atmosphäre, in der der Film vorgeführt wird. Nichts darf vernachlässigt werden, nicht die Musik (welche Katastrophe, wenn einem, wie geschehen, beim «Matthäus-Evangelium» der Schlager «Mit 17 hat man noch Träume» und ähnliches entgegenschallt!) vor dem Film, in der Pause und nach dem Film, und vor allem nicht das Beiprogramm, falls es nicht zu umgehen ist. Hier ist es vor allem Aufgabe des Verleihers, ein intelligentes Programm zu liefern, das dem Niveau des Hauptfilms entspricht. Zur Aufführung gelangen in Freiburg wenn möglich nur Originalversionen, was hier leider selten ist, doch kommen sie trotz allen gegenteiligen Prognosen bei den Zuschauern gut an. Interessant ist die Feststellung, dass von «Film und Leben» programmierte Filme am Montag bis Mittwoch viel besser besucht werden als die übers Wochenende gezeigten Werke. Das lässt den Schluss zu, dass «Film und Leben» neue Zuschauer gewinnen konnte, denn sonst sind die ersten Wochentage meistens schlecht besetzt. Zyklen zu sechs Filmen, jeweils am Wochenanfang gezeigt, mit einigen Wochen Pause zwischen den einzelnen Zyklen, scheinen eine gute Lösung zu sein. Sie ermöglicht auch Hinweise auf ausserordentliche Filme, die ausserhalb der Zyklen in einem Kino zur Vorführung gelangen. Allerdings dürfen sich die Empfehlungen nicht zu sehr häufen, weil sie sonst wirkungslos werden. Soweit die Pläne, die «Film und Leben» zu verwirklichen sucht. Es ist erst ein Anfang gemacht, und vieles wird wohl noch modifiziert werden müssen.

Ähnliche Ziele wie «Film und Leben» verfolgt man auch an anderen Orten, zum Beispiel in den Filmkreisen oder -gilden von Baden, Olten, Solothurn, Zürich und anderswo. Jeder dieser Filmkreise hat eine eigene Lösung gefunden. Es ist zu hoffen, dass sich mit der Zeit überall solche offenen Filmkreise bilden, die in Weiterführung der Filmclubbestrebungen eine gründlichere und breitere Tätigkeit aufnehmen. Von den bereits bestehenden Filmkreisen und ähnlichen Institutionen sollte ein gemeinsames Forum zum Gedanken- und Erfahrungsaustausch und zur Anregung von Neugründungen geschaffen werden. Wenn es gelänge, 30 bis 50 Filmkreise mit durchschnittlich 500 Filmbesuchern im Rücken ins Leben zu rufen, ergäben sich im schweizerischen Filmwesen

ganz neue Perspektiven. Wenn sich nämlich die Filmkreise dazu entschliessen könnten, alljährlich einige Filme gemeinsam zu programmieren, würde das einen gewichtigen und berechtigten Einfluss auf den Filmverleih ermöglichen. Denn auf diese Weise könnte ein anspruchsvoller, bis heute vielleicht geschäftlich uninteressanter Film mit 10 000 bis 20 000 Zuschauern ausserhalb der grossen Städte rechnen. Das würde das Risiko des Verleihers vermindern, und der Kinobesitzer könnte sich auf eine sichere Kundschaft verlassen. Der Film würde ins Gespräch kommen und ausserhalb der Filmkreise, und bei Zweit- und Drittaufführungen, mit einem grösseren Publikum rechnen können, sofern er auch wirklich geistige Substanz aufzuweisen hat. Hier liegt bestimmt auch eine Chance für den neuen Schweizer Film, wie er von Brandt, Marti, Seiler, Tanner und anderen vertreten wird. Denn heute können diese Gestalter nur mit grössten Schwierigkeiten einen Verleiher finden, weil im Schweizervolk angeblich kein Interesse vorhanden ist.
Ist das alles nur utopische Zukunftsmusik? Wir hoffen es nicht, denn wir sind überzeugt, dass diese Ausführungen Wege aufzeigen, die zu begehen möglich und für Filmwirtschaft und anspruchsvolle Filmfreunde von Nutzen ist.

Franz Ulrich

Berichte von filmkulturellen Veranstaltungen

Filmtagung auf Boldern

Vom 14. bis 16. Oktober fand im reformierten Studienzentrum Boldern eine Tagung für Pfarrer, Lehrer, Eltern und Jugendleiter über das Thema «Der Film und das Filmgespräch» statt. Die Einschränkung auf das Filmgespräch erwies sich als sehr fruchtbar, da man zumal bei Kursen und Filmvorführungen darauf oft zu wenig Gewicht legt oder einfach noch nicht erkannt hat, dass ein Gespräch zu führen gelernt sein muss. Hier wurden verschiedene Formen der Filmdiskussion und des Filmgespräches angewandt, diskutiert und erklärt. Der Filmschöpfer Dr. A. J. Seiler, der Kritiker Mario Gerteis und der Leiter des Hauses, Pfarrer P. Frehner, hielten die Referate. Wohltuend berührten bei dieser Tagung besonders der selbstverständliche ökumenische Geist und das hohe Niveau der Diskussionsvoten der 40 Kursteilnehmer, die vielleicht nicht alle Arten der Montagemöglichkeit aufzählen konnten, dafür aber Wesentliches vom Unwesentlichen schieden und das Zentrum der Filme angingen und erfassten. Wir hoffen, dass dieser Kurs im Boldern-Heim nicht der letzte sein wird, der dem Film gewidmet ist, und dass in absehbarer Zeit von reformierter und katholischer Seite Film- und Fernseherziehungskurse auf gesamtchristlicher Basis bejaht, angestrebt und verwirklicht werden.

Fernseherziehungskurs in Schwyz

Die 7. Schwyzer Erziehungsschulung vom 17./18. Oktober stand unter dem Motto «Erziehung zur Fernsehreife». Professor Dr. Franz Zöchbauer hielt die Vorträge und zeigte einige Lehr- und Dokumentarfilme zu den Themen: Die Verbreitung und Bedeutung des Fernsehens in der Welt von heute, Wahrheit und Lüge im Fernsehen,