Zeitschrift: Der Filmberater
Herausgeber: Schweizerischer katholischer Volksverein
Band: 26 (1966)
Heft: 6

Artikel: Erfolg des "Matthäus-Evangeliums" im Vorarlberg und in Linz
Autor: Kastner, Ferdinand
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-964582

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: 05.07.2025

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

Besondere Förderungsmassnahmen

Der wertvolle Film kann nur leben, wenn so viele Menschen ihn tragen, dass er wirtschaftlich kein Verlustgeschäft ist. Das Ideal: dass diese Minimalgarantie durch ein spontanes Interesse weiter Kreise immer schon sichergestellt sei. Bei allen Fortschritten der Filmkultur, bei allen Hoffnungen, zu denen die Einführung der Filmkunde in den Schulen berechtigt, sind indes besondere Förderaktionen nach wie vor sinnvoll und notwendig. Allerdings dürfen sie nicht einfach in einem Schaftreiben bestehen, sondern müssen geistig akzentuiert sein. Das Ziel darf nicht nur im Erfolg eines einzelnen Filmes gesehen werden, ebenso wichtig ist es, mit jeder Aktion, durch Besprechungen in der Presse, durch Podiums- und Forumsdiskussionen usw., einen allgemeinen Beitrag zur Mehrung des geistigen Verständnisses der Filmwerke zu leisten.
Die nachstehenden Beispiele einer erfolgreichen Arbeit in Österreich drängen zur Frage, ob wir nicht auch in der Schweiz, konkreter noch als bisher, uns wertvoller Filme annehmen sollten. Zwar leisten einzelne Filmkreise seit Jahren fruchtbare Arbeit. Es fehlt auch nicht an anderen schöpferischen Initiativen (siehe etwa den Bericht über «Film und Leben», Filmberater 11/65). Leider besteht aber viel zu wenig Kontakt unter den einzelnen Gruppen. Für allgemeine, koordinierte Förderungsmassnahmen ermangeln wir auf regionaler und lokaler Ebene gewisser organisatorischer Voraussetzungen, wie sie zum Beispiel in den deutschen Diözesanfilmstellen gegeben sind.
Die Förderung guter Filme muss uns alle interessieren. Die Redaktion lädt die Leser des «Filmberaters» freundlich ein, zu den aufgeworfenen Fragen Stellung zu nehmen. Wir hoffen, die Diskussion werde der filmkulturellen Arbeit der Saison 1966/67 Anregungen und Impulse geben. SB

Erfolg des «Matthäus-Evangeliums» im Vorarlberg und in Linz

Im Vorarlberg lief der Film an 20 Tagen in 14 Kinos in ebensoviel Orten, davon vier Städte und drei grosse Märkte. Dieser Erfolg konnte aus verschiedenen Gründen erreicht werden.
Es war äusserst wertvoll, dass der Christus-Film von Pasolini in 13 Kinos gerade in der Zeit vom 12. bis 31. März auf dem Programm war (Das 14. Kino spielte ihn am Ostersonntag). Dadurch kam die Propaganda, die durch das Filmreferat des Generalvikariates Feldkirch gestartet wurde, viel besser zum Tragen. Der Film blieb gleichsam im Gespräch.
Schon im November 1965 wurde bei einer Sitzung des Landeslaienrates der KA auf den Film aufmerksam gemacht. Im Februar 1966 fand dann eine Absprache mit den Gliederungen der KA und dem Katholischen Bildungswerk statt, um Überschneidungen von Terminen zu vermeiden. Teilweise wurde der Film in die laufenden Glaubensseminare der Katholischen Jugend eingebaut. Tausende von Handzetteln wurden von der Männer- und Frauenbewegung verteilt. Zwei Wochen, bevor der Film anlief, erschienen zwei einführende Artikel im Kirchenblatt. Dann wurde allen Geistlichen von Vorarlberg ein empfehlendes Schreiben gesandt, das auch die Kurzkritik aus der «Filmschau» und die Vorführungstermine enthielt. An alle Pfarreien in Kinonähe wurden ungefähr 160 vom Verleih zur Verfügung gestellte Plakate versandt. Zur Landes-Erstaufführung in Bregenz wurden prominente Besucher und die Presse eingeladen. Der geistliche Assistent der Katholischen Filmkommission, Prof. Anton Fussenegger, sprach nach der Begrüssung durch den Leiter des Vorarlberger Filmreferates, Schulleiter Wolfgang Angerer, einführende Worte. Diese Einführung wurde auch auf zwei Tonbänder gesprochen, die mit den beiden Kopien allen Kinos zur Verfügung gestellt und überall direkt vor dem Film abgespielt wurden. In der

Bischofsstadt Feldkirch lief der Film zur gleichen Zeit wie in Bregenz, und Bischof Dr. Wechner erschien selbst zur Sonntag-Abendvorstellung. Über die «Premiere» in Bregenz berichteten die beiden Tageszeitungen und verstärkten so die Werbung. Im grossen und ganzen kam der Film gut an; auf jeden Fall wurde sehr viel über den Film debattiert, wenn auch nur in einer einzigen Stadt eine öffentliche Diskussion angesetzt war. Schon die Ankündigung im Kirchenblatt war unter dem Titel gestanden: Man muss den Film gesehen haben, um mitreden zu können. Weil die Einführung zum Film mit dem Satz endete: «Vielleicht greift der eine oder andere von Ihnen nach dem Filmerlebnis zum Matthäus-Evangelium, um nachzulesen, wie es wirklich war in jener Zeit», stieg — ein ganz unbeabsichtigter Erfolg — der Verkauf von Bibeln in den Buchhandlungen merklich an.

In Linz strömten an elf Spieltagen, vom 25. März bis 4. April, 11 708 Besucher ins Lifka-Kino zu Pasolinis «Matthäus-Evangelium». Täglich gab es wegen der Filmlänge nur drei Vorstellungen. Ursprünglich sollte der Streifen eine Woche laufen, dann musste er wegen Besucherandranges verlängert werden. Abgesetzt wurde er nach elf Tagen nur deshalb, weil die Kopie nicht länger zur Verfügung stand. Acht Vorstellungen waren gänzlich ausverkauft, darunter auch die letzte Vorstellung am elften Spieltag, ein wohl seltenes Ereignis. Den Besuchserfolg charakterisiert das prozentuelle Tagesergebnis, das einmal 100 Prozent erreichte, mehrmals 90 Prozent oder 80 Prozent. Am niedrigsten war es am ersten Tag der Prolongation. Begreiflich. Von 48 Prozent an diesem Tag stieg der Besuch am nächsten Tag aber bereits auf 93 Prozent an. — Wie kam dieser Erfolg zustande?

Werbung für den Besuch: Der erregende Pasolini-Film, der so sehr nach persönlicher Auseinandersetzung des Christen mit dem Evangelium verlangt wie bisher noch kein Bibelfilm, mag manche schockieren; andere finden ihn beglückend. Jedenfalls hat er neben anderen Preisen auch die höchste Auszeichnung des Internationalen Katholischen Filmbüros (OCIC) erhalten. Dem Filmreferat der Diözese Linz schien es daher selbstverständlich, sich für diesen Film einzusetzen. Im Oktober 1965 wurde eine Interessentenvorführung veranstaltet. Von da an rissen das Gespräch und das Interesse nicht mehr ab. Vor Ablauf des Films wurden die Pfarren von Linz und Umgebung um einen Kanzelhinweis gebeten. Zugleich kamen zweiseitige Flugblätter zur Verteilung, die eigens in ausreichender Menge hergestellt worden waren. Selbstverständlich wurden in Schaukästen und Geschäften mit Grossbildern die filminteressierten Vorübergehenden aufmerksam gemacht. Plakate wiesen auf eine öffentliche Diskussion über den Film hin.

Ausserdem wurde eine grosse Zahl der Atlas-Programme zu diesem Film im Stadtbereich verkauft, die ebenso wie andere Massnahmen das Verständnis für den Film und seine Besonderheit vorbereiteten.

Werbung um Verständnis: Zweimal wurde in der Filmkritik des Rundfunks auf diesen Streifen hingewiesen, wobei die filmische Bedeutung wie das Anliegen seiner Herausforderung herausgestellt wurden. In ähnlicher Weise brachten die Tageszeitungen zu diesem Filmereignis Beiträge, die eher als Informationen denn als lobende Kritik zu bezeichnen waren. Zum «Filmsonntag» schon und dann zum Ablauf des Films veröffentlichte das «Linzer Kirchenblatt» entsprechende Artikel über diesen modernen religiösen Film, und schliesslich gab es am Beginn jeder Filmvorführung eine acht Minuten dauernde Einführung, deren Text die Besucher auf das Kommende einstimmte und mit 33 Fotos auf die Bildsprache vorbereitete.

Ergebnis und Wertung: Diese Massnahmen zur Werbung und zum Verständnis für einen gewiss nicht leichten Film fanden ein aussergewöhnliches Echo und bewirkten einen Besuchererfolg, der allen am guten Film Interessierten Freude bereitet. Verwundert und blamiert sind diejenigen, die immer wieder — auch ohne Beweis — behaupten, es gäbe für einen guten Film kein Publikum und keinen Geschäftserfolg. Natürlich wird dieser nicht durch Zuwarten auf glückliche Umstände oder Caféhausgeplauder erreicht. Aber der methodisch richtige Einsatz für einen hochrangigen Film bringt Erfolg, wenn man Verstand und Gemüt anspricht. Allerdings: der Film muss es verdienen, das heisst seinen Wert in sich tragen.

Aus «Filmschau» Nr. 15/66 und Nr. 16/66 (Ferdinand Kastner)